

学校编码：10384

分类号\_\_\_\_\_密级\_\_\_\_\_

学 号：31920111152918

UDC\_\_\_\_\_

**厦 门 大 学**  
硕 士 学 位 论 文

从就业访谈看传播学硕士生教育

**The Analysis on Postgraduate Education of  
Communication from the Perspective of Employment  
Interviews**

杨 茜

指导教师姓名： 赵 梅 副教授

专业名称： 传 播 学

论文提交日期： 2014 年 4 月

论文答辩日期： 2014 年 5 月

学位授予日期： 2014 年 6 月

答辩委员会主席： \_\_\_\_\_

评 阅 人： \_\_\_\_\_

2014 年 5 月 日

# 厦门大学学位论文原创性声明

本人呈交的学位论文是本人在导师指导下,独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考其他个人或集体已经发表的研究成果,均在文中以适当方式明确标明,并符合法律规范和《厦门大学研究生学术活动规范(试行)》。

另外,该学位论文为( )课题(组)的研究成果,获得( )课题(组)经费或实验室的资助,在( )实验室完成。(请在以上括号内填写课题或课题组负责人或实验室名称,未有此项声明内容的,可以不作特别声明。)

声明人(签名):

年 月 日

# 厦门大学学位论文著作权使用声明

本人同意厦门大学根据《中华人民共和国学位条例暂行实施办法》等规定保留和使用此学位论文，并向主管部门或其指定机构送交学位论文（包括纸质版和电子版），允许学位论文进入厦门大学图书馆及其数据库被查阅、借阅。本人同意厦门大学将学位论文加入全国博士、硕士学位论文共建单位数据库进行检索，将学位论文的标题和摘要汇编出版，采用影印、缩印或者其它方式合理复制学位论文。

本学位论文属于：

1. 经厦门大学保密委员会审查核定的保密学位论文，  
于 年 月 日解密，解密后适用上述授权。

2. 不保密，适用上述授权。

（请在以上相应括号内打“√”或填上相应内容。保密学位论文应是已经厦门大学保密委员会审定过的学位论文，未经厦门大学保密委员会审定的学位论文均为公开学位论文。此声明栏不填写的，默认为公开学位论文，均适用上述授权。）

声明人（签名）：

年 月 日



## 摘要

就业形势的严峻引起了国内学者对硕士生教育的重视,但是对于传播学这一新兴学科的就业研究却少之又少,这并不利于高校传播学教育。基于此,本文在参考和借鉴以往相关文献的基础上,期望能够以传播学硕士就业为角度,为高校传播学硕士生教育提供一些有益的建议和参考。

本文采用质的研究方法,对传播学硕士生、高校传播学老师以及相关企业人员三类对象进行了深度访谈,目的在于从就业的角度探索传播学硕士生教育。本研究运用扎根理论的三种编码技术,对收集到的资料进行编码和分析,最后构建了从就业访谈看传播学硕士生教育的扎根理论框架并运用描述性的资料对理论建构中的子范畴进行解释和说明。具体如下:

首先,建构了从就业访谈看传播学硕士生教育的扎根理论框架。在运用扎根理论对有关访谈资料进行分析、归纳和整合的基础上,提出了从就业访谈看传播学硕士生教育的扎根理论建构由传播学硕士生就业现状(就业面广、就业方向不清晰、就业竞争情况对比以及就业难题)、造成就业现状的原因(学科涵盖内容广、媒体市场萎缩、就业形势严峻以及文科同质化现象严重)、传播学硕士生教育境况(传播学学科专业性不强、学科方向不确定、供不符求、课程设置同质化、传播学专业定位和研究方向、传播学硕士生的能力优势)、传播学硕士生就业应对策略(积极参加社会实践和实习、强化专业优势、拓宽知识面、对现实做妥协、放弃所学专业)以及就业应对策略指向的结果(传播学新人才理念的形成)五部分组成。

其次,从传播学硕士生和传播学专业培养两个层面提出了应对传播学硕士生就业和教育的对策和建议。从传播学硕士生层面来看,传播学硕士生需要更加重视职业规划,更加重视成绩和学术研究,加强专业实践和锻炼,全面增强个人能力和素质;从传播学专业培养层面来看,需要从师资建设入手,并继续强化研究方法,加强专业课程优势的培养,增强与用人单位之间的沟通和交流。

**关键词:** 传播学就业; 传播学教育; 扎根理论

## ABSTRACT

Postgraduate education is attached great importance by domestic scholars because of severe employment situation, while researches about this new-rising subject are scanty, which is detrimental to communication education of colleges. Therefore, based on relative literature, this thesis is expected to give some beneficial advice to the postgraduate education from the perspective of their employment.

Qualitative research methods is used in this paper. Communication postgraduate, college communication teachers and employees are interviewed deeply, aiming at probing into postgraduate education of communication. Three kinds of coding technology derived from grounded theory are applied into coding and analyzing of the collected data, then a grounded theory frame is constructed from the perspective of employment interview about postgraduate education of communication and subcategory of this theory is described and explained with some descriptive materials. Details are as follows:

First, a grounded theory frame is constructed from the view of employment interview about postgraduate employment of communication. Based on the data's analysis, induction and integration, this grounded theory frame consists of five parts. They are employment status quo of postgraduate in communication (wide employment range, unclear occupational direction, comparison of employment competition, employment problem), the reasons of employment status quo (variety of discipline, limited media market, severe employment circumstances, the serious homogeneity of liberal arts), the situation of postgraduate education in communication (absence of specialty, uncertain discipline orientation, unfit supply, similar courses, professional orientation and research direction of communication, capability of communication postgraduate), corresponding strategies of employment (take active part in social practice, strengthen specialty, broaden the knowledge, compromise with the reality, give up the major) and the result caused by the strategies(the conformation of new perspective about communication student).

Second, strategies and advice are provided from the aspects of postgraduate of communication and their professional training. On one hand, postgraduate of

communication should pay more attention to career planning and academic studies, at the same time, strengthening professional practice and improving their competence and quality comprehensively; on the other hand, starting with the construction of teachers and intensifying the research methods continually, simultaneously, intensifying the superiority of professional courses and enhancing communication with employer.

**Key words:** communication employment; communication education; grounded theory

厦门大学博硕士论文摘要库

## 目 录

1 绪 论 .....	1
1.1 研究背景 .....	1
1.2 研究问题 .....	2
1.3 研究意义 .....	3
1.4 概念界定 .....	3
1.5 文献综述 .....	5
2 研究设计 .....	14
2.1 研究思路 .....	14
2.2 研究方法 .....	14
2.3 抽样说明 .....	17
2.4 材料分析 .....	18
2.5 检核与评价 .....	24
2.6 伦理道德问题 .....	24
3 从就业访谈看传播学硕士生教育理论框架建构 .....	25
3.1 传播学硕士生就业现状 .....	26
3.2 造成就业现状的原因 .....	30
3.3 传播学硕士生教育境况 .....	31
3.4 传播学硕士生就业应对策略 .....	36
3.5 应对策略指向的结果 .....	38
4 对策和建议 .....	40
4.1 对传播学硕士生的建议 .....	40
4.2 对传播学专业培养的建议 .....	44
5 结 语 .....	47
6 研究不足和研究建议 .....	49



6.1 研究不足 .....	49
6.2 研究建议 .....	49
参考文献.....	51
附录 访谈提纲.....	54
后 记.....	57

厦门大学博硕士论文摘要库

## CONTENTS

<b>1 Introduction</b> .....	<b>1</b>
1.1 Research Background .....	1
1.2 Research Problem .....	2
1.3 Research Significance .....	3
1.4 Concept Definition .....	3
1.5 Literature View.....	5
<b>2 Research Design</b> .....	<b>14</b>
2.1 Research Thought .....	14
2.2 Research method .....	14
2.3 Sample Description .....	17
2.4 Material Analysis.....	18
2.5 Check and Assessment .....	23
2.6 Ethics and morals.....	23
<b>3 Construction of the Theory Frame</b> .....	<b>25</b>
3.1 the Status Quo of Employment .....	26
3.2 the Reasons .....	30
3.3 the Situation of Education .....	31
3.4 the Corresponding strategies .....	36
3.5 the Results .....	38
<b>4 Strategies and Suggestions</b> .....	<b>40</b>
4.1 Postgraduate of Communication .....	40
4.2 Professional Training .....	44
<b>5 Conclusion</b> .....	<b>47</b>
<b>6 Shortage and Suggestion</b> .....	<b>49</b>
6.1 Research Shortage.....	49
6.2 Research Suggestion.....	49
<b>Reference</b> .....	<b>41</b>
<b>Appendix</b> .....	<b>54</b>
<b>Postscript</b> .....	<b>57</b>

# 1 绪论

## 1.1 研究背景

就业一直是我国关注的民生热点之一，良好的就业环境有利于促进我国经济的发展，有利于实现社会的稳定、促进社会的和谐。但是由于我国高等教育的不断扩招，作为就业群体之一的大学生面临着越来越大的就业压力。据悉，2013年中国高校毕业生达到699万，被称为“世上最难就业季”，但是2014年毕业生将达727万，成为“更难就业季”。

在这严峻的就业形势下，学历层次高的研究生也未能摆脱就业噩梦，或者说更加恶劣。教育学家熊丙奇指出，1994年至2014年20年间，我国研究生招生人数由4.7万窜涨到60多万，速度甚至超过了本科生，这也造成了研究生在就业时面临高学历泛滥的窘境。据凤凰网教育频道的一则新闻报道，虽然沪上各高校的2013届和2014届毕业生的整体就业率与签约率均与往年持平，但是在就业市场平稳的同时却出现了一个新现象：研究生就业困难程度赶超小本，传统的“学历高工作好”的观念正在动摇。<sup>[1]</sup>此外，相对于社会需求量较大的理工科研究生来说，文科研究生遭遇的尴尬更为明显。在以往的企业招聘中，类似行政助理、文秘之类的岗位一直是文科生的天下，然而近两年来，部分企业在招聘此类岗位中往往会加上“理工科优先”，使文科研究生的境遇更为雪上加霜：起薪拼不过小本，专业干不了理工。

作为近几年来硕士招生大热门的传播学专业，在新闻专业就业饱和的前提下应运而生，尽管一开始凭借其学科的知识性和相对的实用性，就业前景备受学生青睐。但后因其专业定位不清、学校教育与社会需求脱节等问题，传播学硕士研究生在就业中遇到的问题也不容小觑，不少毕业生求职时遭遇的窘境就是明证。

今年毕业的传播学硕士研究生小Y在应聘某网站编辑时曾被问到自己的专业与新闻学的区别，“我只听说过新闻学专业，传播和新闻有什么区别吗？”“作为传播学的学生，应聘这一岗位时，你比新闻学的有什么优势呢？”面对这些问

题,不要说 HR 了,小 Y 自己在学校里待了 3 年也不知道该如何定义自己的学科,更不知道自身的专业又比新闻优势在哪里,只能说“传播涵盖的范围更广泛一点,学到的知识更全面一点……”

实际上,对于很多未接触过传播学的人来说,在他们眼中,传播就等同于传媒等同于新闻,提起新闻传播,人们往往忽略传播两字,只注重新闻。我国学者阮志孝也在其研究中指出,虽然大陆的传播学一开始是以新闻学为依托才能发展起来的,新闻研究工作者、高校新闻学者,特别是高校新闻院系的发展也为传播学的引进做出了大量的贡献,但是随着传播学不断发展壮大,新闻与传播原有的框架已经无法满足传播学日益庞大的身躯。<sup>[2]</sup>如果不对其加以修正,不但不利于传播学学科教育的发展,还会出现传播学专业的学生在就业时不敌同类学科下其他专业的窘境。

此外,随着信息社会的发展,传播学大类开设的广告学专业方向亦愈发壮大。据学者余俊峰在其研究中指出,广告类专业方向是传播大类下硕士教育的重点,有 10 所大学设立了广告及广告营销方向,约占 40%。<sup>[3]</sup>就小 Y 和其北京某高校硕士毕业生的同学小 L 的主观感受,自己学院内广告专业同学的就业情况要好于传播学专业。笔者推测,由于广告专业多数偏实用,就表象而言,广告专业硕士生相对传播学专业来说更受企业主青睐,亦成为传播学硕士生的有力劲敌。

总之,传播学专业作为一门边缘性学科,游走在新闻和广告之间。对于身处传播学专业的学生,尤其是研究生来说,明确自身的专业优势、找准就业方向是就好业的关键问题。在此基点上,亦有利于发展我国的传播学硕士生教育。笔者作为传播学专业下的一员,有兴趣亦有义务研究传播学专业的就业和教育问题,并提出有益建议。

## 1.2 研究问题

基于此,本研究试图在参考以往研究和相关文献的基础上,通过对传播学硕士生、高校传播学老师以及相关企业人员三类对象进行深度访谈,从就业的角度出发来探索传播学硕士生教育,从而为未来传播学硕士生的就业和教育提出有益建议,并运用质的研究中扎根理论建构一个理论框架来对此研究问题进行解释和说明。

## 1.3 研究意义

针对上述当前传播学硕士生就业的严峻背景,通过深入、有重点地开展传播学硕士生就业问题的相关探讨,从而为传播学硕士生就业和教育提出有益建议具有重大的理论意义和现实意义。

### 1.3.1 理论意义

开展传播学硕士生的就业教育研究,有以下理论意义:(1)在以往对传播学专业就业和教育的研究中,研究者多是采用文献法和问卷调查法,而本研究试图从就业角度运用扎根理论建构从就业访谈看传播学硕士生教育的理论框架,如此可以为该领域的研究提供相应的理论支持;(2)研究传播学硕士生单一群体,有利于对传播学硕士生就业形成深层次的理解;(3)丰富传播学硕士生就业与教育的相关研究,为后来者提供新的分析角度和研究思路。

### 1.3.2 现实意义

对于高校来说,本研究从就业角度探究传播学硕士生教育的理论建构框架,有助于高校加深对培养传播学人才的认识,从而在进行相关制度建设和课程体系设计时,能够制定既有针对性又有建设性的措施;对于传播学硕士生来说,本研究可以使他们意识到自身在就业中存在的不足,明确自己在就业中相对于他专业的优势,进而有目的、有方向地提升自己的就业能力。

## 1.4 概念界定

### 1.4.1 新闻学、传播学、广告学

新闻学以人类社会客观存在的新闻现象为研究对象,主要研究新闻事业和人类社会的关系,旨在探索新闻事业的产生、发展的特殊规律和新闻工作的基本要求。<sup>[4]</sup>

传播学是研究人类传播行为和传播规律以及传播与人和社会的关系的学问,是研究社会信息系统及其运行规律的科学。<sup>[5]</sup>在本研究中,传播学指的是与新闻、

广告相并列的一个学科。

广告学是在许多边缘性学科的基础上发展起来的一门综合性的独立的社会科学。<sup>[6]</sup>其研究对象也是社会各种信息传播的过程、效果及其发展运动规律，只是相对于传播学而言更加注重经济、市场信息的传播规律研究。

我国学者高萍认为传播学和新闻学、广告学三者之间是辩证统一的关系，并对此有着清晰的界定。高萍从研究方法、学术层面以及研究对象三个方面探讨传播、新闻和广告三者之间的辩证关系：就研究方法而言，传播学和新闻学、广告学是理论和实践的关系，新闻编辑和广告策划离不开传播学理论知识的指导；在学术层面方面，传播学和新闻学、广告学之间又是世界观和方法论的关系，传播学揭示了社会之间的各种传播关系，要想从本质上理解新闻、广告与其受众之间的社会关系就必须懂得传播学理论；而在各自的研究对象方面，新闻学、广告学有着较为具体的研究领域，如广告学就比较注重研究市场领域的信息，如果说传播学研究的是总的社会传播活动规律和策略，那么新闻学和广告学则注重解决相应研究领域的具体策略实施问题。<sup>[7]</sup>

#### 1.4.2 传播学硕士生

在本研究中，传播学硕士生指的是在传播学专业下攻读硕士学位的研究生，不包括新闻学专业、广告学专业等其他新闻传播专业。

#### 1.4.3 就业

从劳动法的角度来说，社会学上的就业是指具有劳动能力的公民在法定劳动年龄内，依法从事某种有报酬或劳动收入的社会职业。<sup>[8]</sup>

### 1.5 文献综述

#### 1.5.1 有关传播学教育的研究

纵观我国学者对传播学教育的研究，大致可以分为三个层面：关于传播学学科教育发展的研究、传播学教育问题和困境的研究以及对传播学教育发展的对策

和建议研究。

### 1.5.1.1 关于传播学学科教育发展历程的研究

传播学并不是单一的学科，它是新闻学、政治学、社会学等诸多学科混合交叉的产物。20世纪20年代，美国新闻业处于较为发达时期，由此也成为了当时传播学的发源地，20世纪40年代传播学初步形成，20世纪60年代传播学渐成体系并且获得了迅速发展。<sup>[9]</sup>然而，直到1978年的中国改革开放后，传播学才被正式引入大陆。1978年9月对于传播学教育具有更为划时代的意义，因为在此期间陈韵昭教授给复旦大学新闻系本科生开设了传播学讲座和相关选修课，这标志着传播学第一次呈现在了中国大学的讲台上。<sup>[10]</sup>

需要说明的是在我国，传播学硕士生的教育是早于本科生的。1997年，国务院学位委员会颁布《授予博士、硕士学位和培养研究生的学科、专业目录》，把新闻传播学提升为一级学科，而新闻学和传播学则成为其下设的两个二级学科，至此明确了传播学专业在研究生教育中的地位；1998年教育部颁布《普通高等学校本科专业目录》，将新闻传播学列为一级学科，下设新闻学、广播电视新闻学、广告学、编辑出版学4个本科专业，后增设传播学、媒体创意等专业，才逐渐明确了传播学专业在本科教育中的地位。<sup>[11]</sup>

学者王怡红在其研究中将引进学习、探索发展和走向深化作为传播学在中国社会发展道路中递进的三大主题，并设计出一系列影响传播学发展的分析概念，如社会语境、问题领域、理论方位、学科发展等，将其作为考察和评价传播学教育的综述视角，旨在探索传播学在中国社会的意义以及影响传播学研究及学科发展的诸多因素。<sup>[12]</sup>

### 1.5.1.2 关于传播学教育问题和困境的研究

刘海贵认为就整体而言，当前传播学教育在中国的现状是比较乐观的，但发展中依然存在着传播学教育空有量的提升缺乏质的进步、没有清晰的培养目标、传播学教材表面繁荣但实质薄弱等制约传播学教育发展的诸多问题，这些问题表明中国的传播学教育仍然处于水平较低的状态，亟需进一步的改革。<sup>[13]</sup>

段京肃在其研究中指出尽管现阶段传播学已经在我国具有了一定的地位，但是不同于新闻学、广告学等相关学科，传播学并没有在中国完全成形，学术界对传播学学科地位等问题依然存在着不同程度的困惑。<sup>[14]</sup>他认为就目前的传播学教

学安排而言，很难将新闻学和传播学清晰地区分开来：传播学本应注重培养学生的传播能力和素质，但是在实际教学中，与此相关的言语、人际、沟通、演讲等课程却数量稀少，大量的大众传播学和新闻学等课程挤占了这些传播学教育中比较基础和重要的学科课程，由此造成了传播学学生尽管是在传播学专业下，但学到的内容和知识却偏向大众传播媒介，长久以往，传播学专业的学生在就业时也会倾向于选择大众传播媒介，从而加剧了目前新闻传播类学生就业难现状。

音坤通过检视传播学学科教育发展的历史，认为目前我国传播学教育发展中主要存在着传播学和新闻学关系认识不足、对传播学的学科基础缺乏科学认识、传播学人才培养目标尚未明确、教学研究相对匮乏、传播学研究有待进一步本土化等问题。<sup>[15]</sup>

杨琴、严健峰则通过比较中国和美国两个国家 10 所传播学相关院校的课程安排，指出尽管目前我国传播学本科教育已经有了自己独有的特色，但是理论原创与西方相比仍然处于弱势地位，在课程设置和培养方面也存在着设置重复率高、与新闻学本科界线不清等问题。<sup>[16]</sup>

郑保卫认为近几年来随着传播学热的兴趣，许多学院将原本归属于新闻学科范畴之下的一些三级学科，如“编辑出版学”、“广播电视学”等以及新兴发展起来的“公共关系学”等纳入传播学学科范围。诚然，这种学科分类对于整合新闻院校的资源有着极为重要的作用，也可以通过平衡新闻学和传播学两个二级学科的资源力量，维持两个学科的均衡与协调发展。但是我们也应该认识到这种学科整合会在无形中将传播学自身的学科界限和范畴变得更加混乱不堪、模糊不清，这严重阻碍了传播学的准确定位和科学发展。<sup>[17]</sup>

### 1.5.1.3 对传播学教育发展的对策和建议

针对目前传播学教育中的各种问题和困境，我国学者也是从不同的角度提出了相应的对策和建议。

褚金勇在对比了传播学与新闻学及其他相关学科之间的关系后，认为传播学教育要想获得长足发展，需要突破当前的新闻传播学大类，从而成为与新闻学并列的独立学科；与此同时，传播学研究者需要在自身理论领域和纵深研究上下功夫，做好专业传播学研究，而非一味盲目地扩大传播学研究对象，造成传播学缺乏独立性和主体性的现象。<sup>[18]</sup>



Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to [etd@xmu.edu.cn](mailto:etd@xmu.edu.cn) for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库