

“三全育人”视角下传媒类民办高校毕业生“慢就业”现象及对策探析

宋静伟

(南京传媒学院 江苏省南京市 211172)

摘要:近年来,随着就业市场的竞争加剧,高校毕业生在就业道路上遇到了诸多挑战,“慢就业”现象逐渐成为一种趋势。这一群体的规模在高校毕业生中正在不断扩大,引起了社会各界的广泛关注。本文以民办高校传媒类毕业生为研究对象,通过问卷调查探析学生“慢就业”的影响因素,并在“三全育人”的视角下,并提出了一系列切实可行的对策建议。

关键词:三全育人;民办高校;传媒类毕业生;“慢就业”

一、民办高校传媒类毕业生“慢就业”现象调查

近些年,随着高校的不断扩招,毕业生人数逐年增加,大学生就业问题已经成为社会关注的热点话题^[1]。自党的十八大报告明确指出“要实施就业优先战略和更加积极的就业政策,推动实现更高质量的就业。”^[2]到党的二十大报告明确提出“实施就业优先战略,强化就业优先政策”,由此可见政府对就业工作的高度重视。

目前,高校大学生主要由2000年以后出生的学生群体构成,这一类学生群体统称为“00后”。据教育部统计,2024届全国普通高校毕业生规模预计将达到1179万人,比2023年同比增加人数21万。但是在如此严峻的就业形势和就业环境下,现在的高校“00后”大学生却出现了“慢就业”现象,从近两届的毕业生就业形式来看,这种“慢就业”的现象趋势愈发明显。为此,本文选取南京某高校二级学院学生作为调查对象,调查范围是高三、大四学生对“慢就业”的态度认识进行调查问卷分析。

(一) 传媒类高校毕业生对“慢就业”态度分析

“慢就业”是指,一些大学生毕业后既不打算马上就业也不打算继续深造,而是暂时选择游学、支教、在家陪父母或者创业考察,慢慢考虑人生道路的现象。据统计,中国越来越多的“00后”年轻人告别传统的“毕业就工作”模式成为“慢就业族”^[3]。“慢就业”可分为“追梦型”“逃避型”“迷茫型”“优越型”等多种心态,有助于辨别积极“慢就业”和消极“慢就业”。

本次调查问卷通过线上问卷星向在校298名大三、大四学生进行发放。其中男生样本占比19.54%,女生样本占比80.46%;涉及到的学生就读专业主要有“新闻学”、“广告学”、“广播电视学”、“网络与新媒体”、“传播学(企业传播)”。调查问卷题目内容主要包括以下几个方面:1、学生对自己所学专业的就业形式认识;2、找工作优先考虑的因素;3、是否了解“慢就业”;4、学生对“慢就业”的态度;5、选择“慢就业”的原因;6、是否接受过职业生涯规划教育以及成效如何。从调查结果来看,参与调查的学生为“00后”大学生,样本具有一定的代参考性。

从样本的分析结果来看,22.52%的在校生选择支持“慢就业”,72.52%的在校生选择中立,4.97%的在校生选择不支持。由此可见“00后”大学生的就业价值观相比于“80后”、“90后”有明显的区别。这一代成长环境较为优越,他们更注重自我实现,不愿意太过将就。因此,通过分析大多数的在校生对“慢就业”的态度可见,主要呈支持或中立的态度。

(二) 传媒类高校毕业生对“慢就业”原因分析

从选择“慢就业”的原因分析结果来看,调查对象呈现较为积极的态度,通过提升自己或者为社会做贡献,比如“考公考编、考研”占比41.06%,西部计划或苏北计划占比3.64%;但与之相对应的消极“慢就业”的形式主要有5.63%的调查者选择在家待业。

(三) 传媒类高校毕业生对“慢就业”需要哪些条件分析

从选择“慢就业”的需要哪些条件分析结果来看,有62.58%的学生选择“对未来有所规划,追求梦想”或“理性就业,慢慢考虑人生道路”,这类学生对未来有清晰的认识,学校和家庭应当予以支持,属于“追梦型”慢就业;有11.25%的学生选择“逃避就业压力,逃避竞争”或“满意的工作少,竞争对手太多”,这类学生应当由学校和家庭共同帮助此类学生规划就业方向,鼓励学生积极就业,属于“逃避型”慢就业;有20.2%的学生选择了“家中条件优越,不着急找工作”,这类学生虽然有优越的家庭条件,但是长此以来不利于社会整体发展,最后容易由“慢就业”演变成“懒就业”,属于“逃避型”慢就业;另外,有5.96%的学生选择“没有清晰的自我定位,缺少职业规划”,这类学生对自己的未来职业没有清晰职业规划以及明确的自我定位,属于“迷茫型”慢就业。

由此可见积极的“慢就业”是大多数学生对未来就业的更高期待,而消极的“慢就业”是大多数学生没有清晰地职业规划以及清晰的自我定位等等因素。

二、民办高校传媒类毕业生“慢就业”现象原因剖析

传媒类毕业生的就业延迟现象由多种因素造成,这不仅包括社会环境、行业需求、政策宣传、学校支持和家庭影响等外部条件,也涉及毕业生自身的心理认知、就业压力感和岗位技能匹配度等内在因素。主要因素包括:

(一) 社会环境影响

随着科技发展进步和社会大众传媒需求的日益旺盛,传媒行业发展趋势向好。但是,新冠疫情、行业转型和行业内的竞争等因素,都在一定程度上限制了传媒行业的就业机会。尽管传媒行业对非专业背景但写作能力较强的毕业生持开放态度,这同时也对传媒专业毕业生的就业市场构成了压力。另外,近些年高等教育规模的不断扩大,大学生的人数急剧增加,这使得毕业生在劳动力市场上的竞争变得更加激烈。经济结构的调整 and 产业的转型升级带来了高技能、高素质人才的更高需求,而文科和社会科学等专业的毕业生则在就业市场上面临更加激烈的竞争。

(二) 学校方面原因

随着“双一流”和“新文科”建设的深入推进,传媒类高校不断调整培养方案以更好地培养人才。然而,部分师资队伍老龄化、教学内容更新滞后、教学方法过时等问题仍然存在,这些问题在疫情期间通过线上教学得到了部分解决,但专业知识与行业需求不匹配的问题仍然突出。在通信和网络技术的推动下,传媒行业正经历着快速的发展和变化。传媒类全新课程与教研领域正逐渐扩展崛起,许多传媒类高校的教学改革势在必行。另外,高等教育的普及虽然取得了显著进展,但发展的速度与质量之间存在一定的不匹配。这种不均衡现象导致了专业设置和人才培养模式的科学性不足,进而引发了人才培养的批量化和同质化问题。高校在专业设置和学生培养方面未能充分满足社会和用人单位对能力素养的需求^[4],这在一定程度上影响了学生的就业竞争力。高校的就业指导服务也需要进一步增

强其创新性和针对性,以帮助学生在职过程中增强能力、提升信心。

(三) 家庭环境原因

与其他行业不同,传媒行业在传播政策信息、沟通信息、传承文化、监督舆论和提供休闲娱乐方面扮演着重要角色。随着传媒行业的快速增长,家长们对这个行业的就业前景持积极态度,并期望他们的孩子能够在广播电台、电视台、报媒和新媒体等主流媒体机构中获得工作职位。随着社会经济的普遍提升,传媒专业的学生往往来自经济条件较好的家庭,家长们对孩子的就业和职业发展抱有很高的期望,并希望他们在就业时就能获得稳定的工作岗位。

近年来,家长们对子女的经济援助持续上升。在学生的就业准备期,家长们倾向于不施加压力,而是协助孩子细致规划求职方向和完善简历,同时在资源和资金上提供额外的支持。家长们成为孩子们求职过程中的坚强后盾,允许他们有更长的时间来寻找理想的工作,而不是急于就业。

(四) 学生个人方面原因

当前,“00后”已成为高校毕业生的主力军,这一代学生正处于学业与社会的交界融合阶段,许多大学生在学期间尚未树立正确的职业价值观念,没有明确努力的方向,建立清晰的就业目标和职业规划,导致就业延迟。大学毕业生在寻找工作时,常常把困难放在首位。他们缺乏社会经验,往往抱有不切实际的期望,希望找到既轻松又高薪的工作,却没有对自己的能力和市场定位有准确的认识,这使得他们在求职时经常遭遇失败,心态也受到打击。许多来自经济条件较好的家庭的学生,没有通过勤工俭学或兼职来提前了解职场,直到学校安排的实习才开始对行业有所认识。

三、“三全育人”视角下传媒类民办高校毕业生“慢就业”应对策略

(一) 全员育人应对策略

在社会层面,国家提供就业创业政策,给与毕业生更多的机会,鼓励学生参加“三支一扶”、“西部计划”和“苏北计划”,走向基层。在学校层面,学校要注重提升毕业生就业指导工作在全校各项工作中的地位,将其作为学校的重点工作来抓,组建一支专业性强、实战经验丰富的就业指导队伍,并由相关部门进行有效监督和管理,在就业指导措施上进行有深度、有广度的专业分析评估,提高就业指导工作的成效和质量。专业课程的教师应当充分利用其在就业指导中的职能,将专业知识与学生的就业目标相结合,专注于提供以就业市场为重点的教学。他们应向学生提供对本专业现状、发展趋势和未来就业路径的深入分析,并根据学生的具体情况提供个性化的职业规划建议。辅导员在日常管理中承担着就业指导的重要职责。作为学生与学校及社会之间的沟通桥梁,辅导员在学生的就业指导工作中发挥着至关重要的作用,与学生的日常交流密切,对学生的职业发展具有深远的影响。在家庭层面,家庭对学生的职业规划和选择有着不可忽视的影响,家校合作是实现学生就业目标的“双驱动”。家长和教师应通过定期沟通,了解学生在校的学习和就业准备情况。利用收集毕业生资料、问卷调查、心理测试、调研和座谈会等手段,掌握学生的真实想法和就业意向,帮助他们客观评估自己的能力和知识,找到适合自己的发展领域。家长的情感支持和理解对孩子的毕业求职至关重要,应鼓励他们勇敢求职,摒弃依赖心态,建立自信。

(二) 全过程育人应对策略

全过程育人应对策略是指学生从入学到毕业这几年的关键时期进行就业指导。在就业指导和服务工作中应具备系统化的思维,为实现全过程的就业服务提供系统性的解决方案,要着力将大学生就业指导和服务工作贯穿学生大学生涯全过程。^[5]

在实施大学生就业指导和服务时,需根据学生的年级阶段调整工作重点。对于刚入学的大一新生,教育的核心应聚焦于

职业规划和就业市场的理解。这涉及到加强职业规划的指导,帮助学生设定清晰的职业目标和路径;激励他们投身社团活动,通过实践提升自我,同时深入了解自己专业领域的就业前景和相关行业;并通过线下教育活动和网络平台,提供就业市场的最新动态和岗位需求,让学生对就业市场的竞争有更深刻的认识。

在大二学生的就业指导中,重点应放在能力建设上。这包括对专业课程的深入学习和专业技能的锻炼,以及通过社会调查和实践来提高他们的综合素质。职业道德教育也是关键,旨在培养学生的职业观念,明确专业发展的方向,以及了解行业对专业人才的期望,从而帮助他们设定就业目标。

对于大三学生,就业指导应更加具体和深入。这包括提供专业的简历和求职信撰写指导,教授面试礼仪和技巧,帮助学生在求职过程中展现最佳形象。同时,引导学生进行细致的职业规划和选择,鼓励他们深入了解企业文化、工作环境和薪酬福利等关键因素。通过海报、宣传栏和网络平台,向学生传递最新的招聘信息和就业市场趋势。此外,与招生就业处和专业教师合作,组织企业招聘宣讲会,让学生直接了解企业的招聘流程和具体要求。

对于大四学生,就业指导的核心在于深入解析就业市场的现状和政策,提供专业的就业和职业选择指导。这包括为学生提供定制化的职业咨询服务,帮助他们明确自己的职业方向和个人期望,同时提供心理支持和压力管理指导。此外,鼓励学生进行职业发展和长期规划的深入思考,激发他们的创新创业精神。积极推荐合适的就业岗位,协助学生确立就业目标,并提供持续的就业跟踪和回访服务。

(三) 全方位育人应对策略

在教育管理的日常实践中,我们应激励学生积极参与实践活动,提供实习和实践机会以增强他们的实际操作经验。同时,我们应邀请行业专家为学生提供专业的指导,以提升他们的实践技能。此外,我们应加强与任课教师的沟通,及时了解学生在教学过程中的表现,并在此基础上,构建与第一课堂相辅相成的第二课堂,全方位助力学生成长成才。与此同时,在就业指导工作中,企业参与是关键一环。学校需要与企业建立合作关系,为毕业生提供实践机会。此外,应充分利用校友资源,加强校友会的联络机制,安排在校内与优秀校友的交流。校友企业的实习机会可以增加学生的实践经验,提高他们的就业能力,而校友的就业故事可以激发学生的就业动力,共同提升就业指导的整体效果。

四、结语

通过分析,能够清楚的了解到当前的“00后”大学生对“慢就业”的态度和想法。为了更好的应对当前大学生“慢就业”的趋势,应当协同社会、家庭和学校教育,积极引导大学生就业,提高高校职业生涯规划教育的成效,帮助学生职业生涯规划有精准的认知和清晰的规划。与此同时,也要多角度多维度开展就业帮扶,充分发挥班主任、辅导员的组织优势,在开展就业工作时,要时刻掌握学生对就业的心理动态,帮助学生树立先就业再择业的就业观念,从而进一步减少“慢就业”的趋势。

参考文献:

- [1] 郭悦.“先就业后择业”——大学生就业观背后的考量.《中国大学生就业》, 2019-08-20.
- [2] 石丹浙;赖德胜.推动实现更高质量的就业.理论探讨与政策建议.《第一资源》, 2013-02-28.
- [3] 慢就业.《青春期健康》, 2015-09-01
- [4] 白宇.高校辅导员应对大学生“慢就业”的策略探析,吉林财经大学,《新乡日报》, 2024-06-26.
- [5] 徐国光.高校大学生就业育人工作的有效途径[J].西部素质教育, 2023,9(12):155-158.