

新闻人离职转型的积极意义探析

杨亚

(湖南大学新闻传播与影视艺术学院, 湖南省、长沙市, 410000)

摘要: 如今媒体人离职现象频繁发生, 大众普遍认为该现象是“新闻行业不景气”的体现。然而从历史和新闻人自身出发, 本研究认为新闻人离职转型是具有积极意义的。一方面, 新闻人的媒介素养通过离职转型得到社会再次肯定。另一方面, 新闻人也将媒介素养通过离职转型带入到传媒新的领域, 以及社会的各行各业。最后, 对于新闻人自身来说离职转型将带来机遇与挑战。

关键词: 新闻人; 离职转型; 媒介素养

中图分类号: G220

文献标识码: A

近两年, 传媒圈媒体人的离职现象火热。从2013年, 央视主持人李咏、崔永元, 主播郎永淳、赵普, 著名记者柴静、张泉灵等央视“名嘴”“名记”相继离职。到2014、2015纸媒高层离职事件接连不断:《南方都市报》总编陈朝华、《新周刊》创办人封新城、第一财经总编秦朔纷纷离职。不仅仅是名记、名嘴成为离职的一个个案例, 随着大量纸媒裁撤, 新媒体风口的变换, 新闻人被动、主动离职已经形成了一股潮流。

学界和业界对这股新闻人的离职潮都十分关注。但是新闻人离开, 常常只有悲观情绪在社会和业界蔓延: 大众已经把曾为社会信息把关、发挥媒体公器作用的新闻人离开, 看作是传媒环境恶化, 传媒业社会责任失守的象征。但是当我们从新闻人今后的发展角度来思考, 就会有一些疑问: 一是, 这些曾经让新闻媒体发挥了社会公器作用的人们, 他们离职转型后进入到传媒新的领域、社会各行各业难道不会带去新的发展? 媒体人离职转型的意义只会停留在他们离开的那一瞬间? 二是, 每个行业都会更新换代, 新闻行业同样如此, 媒体人离职转型反映的难道只有传媒环境的恶化, 不会是新闻传媒发展所需?

新闻人是媒体人之中一个具有代表性的群体, 新闻记者、编辑将新闻报道作为他们认知和解读世界的工具。他们骨子里具备着新闻媒体要求的客观、公正、平衡、理性等价值性因子所体现的气质。对于身体里烙下了这些行业优良品性的人们, 探析他们离职转型后的行动对社会的积极意义, 应当是新闻行业需要研究的一个方向。

1、新闻人离职转型具有历史层面的积极意义

追溯新闻人离职转型的历史就会发现, 从互联网兴起之初到如今移动互联网时代, 新闻人凭借自身的优势离职转型, 为传媒行业和其他行业在互联网时代的发展, 带来了变革性的积极意义。

首先, 互联网新兴之初新闻人离职转型为传媒业内容上网提供人才: 在2000年左右, 网络时代迅猛到来, 网络大众传媒被称为“第四媒体”。报纸、广播、电视就此被放入传统媒体的范畴。当时, 中国在世界互联网新闻崛起的大背景下, 门户网站(新浪、网易、搜狐等为代表)、专业新闻网站(以千龙网为代表)就吸引了一大批传统新闻人的进入。例如, 有《中国青年报》资深记者吕彤, 去了当时十分火热的联想网站(FMFM365.COM)当新闻部主任; 南方日报资深记者徐林, 去了当时刚组建的中国第一家专业互联网新闻网站: 千龙网。在新闻人离职转型兴起之时, 正是互联网媒体出现了人才缺口, 需要社会中的对口人才去补齐。正好, 传统新闻人之中对新技术、新媒介感兴趣的一批人就大胆选择流动到网络传播领域。他们的加入, 为之后门户网站新闻频道、传统媒体兴办的新闻网站、和专业新闻网战在当时中国传媒业的壮大提供了人才支撑。如今我们接触网络平台的资讯显得轻而易举, 但是

纵观新闻内容上网的发展历史来看，没有当年这第一波敢于探索的新闻人迈出旧有的平台，就没有资讯上网的第一步。

其次，互联网兴盛之时新闻人离职转型为社会行业提供传媒视角：网络媒体兴起之后，新闻人的离职转型一直在发生，并且温度自升起就未降下来。而新闻人离职逐渐转向传媒领域之外。主要是两个和传媒交织的相关方面：一是企业公关，需要通过传媒为企业进行社会传播。例如 2005 年，《21 世纪经济报道》资深记者徐继业去往百度公关部做负责人。二是依托新闻人自身的专业背景进入相关行业。例如 2003 年，《经济参考报》汽车周刊编辑部主任、资深汽车记者孙勇，成为了奇瑞汽车销售有限公司总经理。这个阶段资深新闻人就开始受到企业的重视。2003 年左右很多企业的招聘广告上“有多年媒体经验优先”的字样越来越多地出现。而且有些招聘岗位与媒体似乎根本“不搭界”。同时，也有很多老记者突然“摇身一变”，成了某某企业的 CEO。为何会受到重视，有文章称：“用一家公关公司总经理张千的话说，大多数资深记者本身有着对媒体的判断和策划能力，跟客户更能融洽相处。”^[1]可见互联网兴盛时代，越来越多的企业看中新闻人的媒介素养。企业能够感受到传媒技术变革对整个社会的影响，其发展需要新闻人人为之贡献力量。而在此阶段，新闻人离职去往社会各个行业，提供了敏锐的新闻观察视角。

2、现代社会正通过新闻人的离职转型重识该群体的媒介素养

新闻人能够挣脱旧业，敢于走向新的职位，是在于他们在离职前就总结了自身的能力，结合自己能干什么、想干什么才转入到新工作之中。而接纳他们的新工作、新行业也是考虑了自身所需才会接受这个群体。新闻人离职转型之后，社会重新认识了新闻人以下 4 个方面的媒介素养：

一是学习能力：新闻人的工作能接触到各种不同的人群，能听到各方面不同的声音，而媒体的工作的属性，早已使得新闻人拥有较强的学习能力。而很多离职新闻人在他们转型后接受的采访中，对自己的转型进行分析时，大多讲到自己学习能力强。例如：《潇湘晨报》副总编辑杨耕身 2015 年 5 月离职，去武汉筹办长江新闻 APP，专注于做移动互联网时代的新闻内容生产，但是最终因故流产，之后他去了饿了么做公关。在 2016 年记者节饿了么的微信公众号中，发表了一篇他撰写的社论《记者节：但愿你心有所持 温和而坚定》，这篇文章一经发出就刷屏了朋友圈，得到了众多新闻人的认同转发，成了一款爆文。在杨耕身辞职去武汉筹办长江新闻之时，他就接受了一家自媒体的采访，记者问他中年转型最自信的是什么？杨耕身回答：“最自信的是学习并适应的能力。”^[2]

二是内容生产能力：记者、编辑他们的工作就是长年的内容生产，在日复一日的工作之中训练出来的能力，是专属于记者的一套有系统、有价值的职业能力。他们离职转型之后一般不会抛弃这个熟知已久的能力，反而会不断地利用起来，在这个媒介高度发达，信息爆炸又造成信息匮乏的时代，内容生产能力其实已经成为大多数职业的必备基本功。饿了么的 PR 总监郭光东（也是一位知名前新闻人）就特别看重新闻人身上的内容生产能力，他在接受采访时称新闻人“珍贵的是创意能力”^[3]

三是价值判断力：新闻是公器，这是新闻媒体的社会定位。新闻人曾在工作实践之中，不断地维护和坚守社会对新闻客观、公正、平衡、中立的价值要求。新闻人的职业身份让他们曾经每时每刻和这些价值观打交道，也不断地形成了他们的价值判断力。这份价值判断力推而广之不仅仅是媒体行业所需的，更是社会其他行业良性发展所不能缺失的。因此，企业有其企业文化需要建设，公立组织有其价值准则要去践行，政府组织更不能缺乏操守。对价值的判断力，这是新闻人曾经“铁肩担道义，妙手著文章”的依仗，这也是新闻人选择离职的不忘初心，这更是他们进入新行业要探索的方向。一个行业不仅仅要有埋头苦干的人，更离不开对社会价值、企业文化、行业操守等能够准确把握的人。这些价值性的东西不一定会带来立竿见影的效益与收入，但这是社会的正道，是行业的前景。

四是进取和大胆的心理素养：新闻人还都有一颗不安分的心，这应该源于一种职业的好奇心。对新信息进行挖掘，需要新闻人的不安分。而时代变化，职业变化，新闻人能够敏锐地感知自己久居的职位、栖身的行业早已发生了变化。离职转型的新闻人心里有一种“变则通，不变则死”的判断。所以，很多人忍不了职业做久了带来的枯燥感，也忍不了旧的单位和体制不应对社会变化。但正是这份进取和大胆，才能够让他们完成自己职业的转型，同时也让社会在这个契机发现他们的能力。

3、新闻人离职转型为新媒体发展带来专业主义

新闻专业主义自上世纪 90 年代引入中国内地之后，一直为中国新闻界所推崇。但是，随着时代的发展，在新一波技术及创业大潮的冲击下，新闻专业主义似乎正在被资本当成妨碍事业发展的过时教条，于是乎出现了一系列疑问：新闻专业在这个时代还有市场吗？新媒体发展还需要专业主义吗？在这些疑问之下，分析新闻人的离职转型，可以看到曾经作为新闻界安身立命的价值准则，在今后如何依然发挥不可替代的作用。

3.1 新闻人离职转型为新媒体发展重构专业主义理念

传统的新闻专业主义作为一种行业性的价值理念和传播规范，它曾经为新闻界的良性发展提供了理念支撑。没有这一理念支撑的新闻界，充斥着谣言、假新闻、黄色新闻、新闻寻租、媒介审判等权力越位的现象。专业主义理念正是在对这些旧有的失范之中被受众、被新闻工作者呼唤而来的。

无疑，新闻专业主义是传媒曾经良性发展的价值理念基础。而新媒体的发展之中，我们也看到了太多谣言、假新闻、媒介暴力等现象。当新闻传播的主体从传统新闻人转移到新媒体发展后的每一个社会个体，那些曾经由新闻人失范而导致的乱象，变成了由社会个体参与传播引发的更为激烈和严重的失衡。这时，社会对专业主义的坚守呼唤已经在重新兴起。当传播主体扩大时，乱象也会被越来越多坚持专业主义价值理念的人所批判，正是有所坚持，才会让这种平衡回归。学者吴飞认为：“未来的新闻专业主义，将不再是一种行业性的专业精神，而是所有参与新闻传播活动中的个体普遍需要遵守的交往信条和基本精神，换言之，新闻专业主义远不会消失，只不过‘新闻专业主义 2.0 时代’新闻专业主义内化成个体交往的基本规则，每一个个体都是这一规则的立法参与者，也同时是阐释者和监督者。”^[4]

曾经的新闻专业主义只是一种传统行业精神，而现在的专业主义扩大了其履职的主体，它会在新媒体的自身发展需要之中，成为吴飞所说的内化为整个传媒个体交往的基本规则。但是，这样的理念目前还是一种理想状态，新媒体发展依然由市场驱动为主导，它将来要走向市场和价值双向平衡驱动的未来，还比较遥远。但是正如学者郭建斌所说：“只要有新闻存在，新闻专业主义就不可能完全消亡。‘人人都是新闻记者’的时代，新闻专业主义更显珍贵。如何解困？只有靠新闻人坚守。”^[5]

3.2 新闻人离职转型以专业主义探索内容生产的精品化

新媒体的发展让人人都可成为内容生产者，而信息爆炸的世界，优质内容依然匮乏。离职转型的新闻人大多来自传统媒体的内容行业，他们对内容生产就像艺术创作者对待作品一样，有着原始又最纯粹的追求。现在的传播环境已经不缺乏传播的平台，却缺乏保障新闻人追求优质纯粹产品的舞台。如今媚俗、依附热点、感性驱动胜过节制、平衡、理性。久而久之，新媒体的内容世界会走向畸形。新闻人的离职转型，则会给头脑发热的内容生产市场带来了一丝理性的光芒。当新闻人不再局限于旧有的平台，迈出了离职转型的一步时，他们其实已经走上了以新闻价值标准、专业主义的方式为新媒体市场提供内容的路。

例如东方早报前社长邱兵，2014 年离职转型成了澎湃新闻的 CEO，探索以新闻 APP 作为传播平台的时政、调查新闻内容生产平台。之后他于 2016 年离职，成为了短视频资讯内容项目——梨视频的 CEO。梨视频主要依靠编辑团队和自己建立的拍客团队做内容生产。他们

的产品坚持守住底线，坚持价值标准，同时也采取新的表达技巧，梨视频大部分视频时长控制在30秒到3分钟之间，力求展现新闻事件最精华的内容。邱兵是一个长期的内容生产者，他说：“内容的价值被低估了。你听到的天使轮之类的数据，跟新闻人生产一个好的报道的成本，是完全不匹配的。这个体系事实上被搞乱掉了，但也没有一个合适的体系。”梨视频上线之前就频频出爆款，例如《亚军》体现的是梨视频的价值追求。邱兵介绍说：“最终内容还是核心的价值需求”。^[6]

4、新闻人离职转型为社会行业媒体化提供人才

社会行业媒体化其实是对企业媒体化、社会组织媒体化、政府组织媒体化的概述，其表现为这些机构都纷纷使自身具备媒体的特性，主要特征是：自主掌控新型传媒手段；实现专业化的信息传播；对外传输社会化内容；逐渐具备传媒公信力。社会行业媒体化发展对新闻人的需求则随之扩大。

新闻人离职转型的路径，在移动互联网时代看似多元，这种多元具体表现为去向的行业很广泛：电商、家电、地产、能源、金融、投资等等，但是他们所从事行业的职位却并没有远离传媒和传播。更多的还是和传媒业相关的岗位，例如公关、企业文化、企业内刊、企业内容管理。而其他则是和媒体有着很多交集的行业：公益、政治管理和创业从商。媒体人离职转型的领域的多元，则说明了社会行业媒体化对新闻人的需求，并且这种需求会继续扩大。

4.1 企业媒体化需要新闻人的品牌影响力

企业媒体化是这两年新兴的一个概念，有文章已经对其做出了定义。“企业媒体化是指目前产业与传媒格局之下，企业与媒体边界模糊乃至互相交融的趋势，即企业自身越来越像一个媒体。企业本身的媒体功能日益拓展，能够独立承担大部分专业媒体的职能并为自己服务，信息传播与内容生产成为企业内部的必要职能配置。”^[7]企业媒体平台的搭建，不仅要让信息传播具备一定的专业性。并且企业自主掌控的媒体也需要得到推广。新闻人离职转型进入企业能够发挥其专业素养，以对新闻的基础认知来完善企业的媒体化建设。无论是内容生产还是传播，新闻人能够让企业通过媒体化参与社会认知构建，为社会提供企业产品、服务等方面之外的信息，甚至能够帮助优化企业形象，帮助推广企业创始人的社会影响力，最终形成品牌影响力。

4.2 NGO 与 NPO 媒体化需要新闻人的议程设置能力

非政府组织（NGO）与非营利组织（NPO）是除企业、政府之外一种社会组织，在移动互联网时代，NGO 与 NPO 需要并且已经在将自身媒体化，进而获得发展。NGO 于 NPO 一般都是针对特定领域设立的组织，这些组织专业化的程度比较高，自身掌握的专业资源也比较多。这些组织媒体化需要新闻人将专业知识进行“简化”，并转化为易于让大众理解的内容，另一方面也需要新闻人对社会热点的敏锐把握，紧跟热点发文，形成话题。新闻人具有一定的议程设置能力，他们能够策划热点事件、也能跟踪社会热点，并发布针对性的专业内容，非政府组织（NGO）与非营利组织（NPO）可以此获得较大的发展。

4.3 政府组织媒体化需要新闻人的舆情应对能力

随着移动互联网的发展，网络开放言论。政府官员的行为、政府组织的行动都越来越多地被网友热议。无论是为民办实事引发微博数万人点赞，还是政府涉嫌强拆的视频在网络传播引发热议。政府组织在面对越来越复杂的传媒生态，也在积极思考政府组织的媒体化。政府组织媒体化主要表现在，微博兴起的时候，注册政务微博，让其成为各层政府组织接触民众，处理政务的平台。而如今微信公众号、自建新媒体平台则是政府组织进一步媒体化的表现，同时政府组织的媒体化并不需要取代媒体为社会提供综合性报道的地位。而是针对自身服务的领域提供政务性的信息。新闻人对舆情的把握具有一定的能力，他们的职业特性能够让政府部门尤其是基层组织，能够正面应对舆情，而非传统的躲避式策略。政府组织在媒体

化的过程中，则需要新闻人来调整政府应对舆情的态度与积极性。

5、新闻人离职转型对新闻人自身具有积极意义

新闻人离职转型后，脱离了之前纠结痛苦的状态，他们不再被职业的瓶颈所困住，就算前路迷茫，但是新闻人会以自身的素养积极应对，走向更好的未来。

一方面，新闻人离职前理想遭遇折磨，转型之后会有其他形式的自由表达。例如原《京华时报》记者康少见提到：“近两年的纸媒，尤其是传统媒体深度新闻的操作遇到了很大的政策性限制。很多我们感兴趣的选题都没办法操作，也没办法开发和运营。需求和现实的矛盾会让人特别难受。”^[8]这些对体制束缚表达了不满的新闻人，离职之后大多走向了市场化的媒体，虽然会面临同样很多新的规制，但是至少从心里层面来说，他们解除了之前的痛苦和无奈。

另一方面，很多新闻人选择离职转型大多还是因为个人原因，因此在转型之后，他们的个人生活有了新的调整：有的新闻人曾经抱怨对传媒行业已经失去新鲜感，他们转型后可以重新追求新鲜，发现自己在其他领域的兴趣。例如，转型后的罗昌平不用再触及调查记者的天花板，他创建了优格网，这是一个消费品独立测评平台，能为母婴、美妆、食品、居家等领域的消费品质量提供安全检测。通过这样的方式，他的新鲜感从只是了解和报道消费品安全，转化为去为之做改变。还有的新闻人是到了一定年龄，需要对职业和人生重新规划的新闻人，他们转型之后也有了新的生活方式。还有的新闻人转型去公司或创业，不仅仅在收入和职业上升空间上有较大提升。更多的是他们摆脱了记者疲于奔命又无法收获物质和名誉方面回馈的困境。

6、结论

新闻人的离职转型作为当下十分火热的传媒现象，是值得被探讨的。梳理新闻人离职转型的历史我们会发现，此现象在互联网媒体兴起之初就存在，并且这一阶段的新闻人离职转型，主要是从纸媒转向当时的“第四媒体”互联网，这为传媒业内容首次上网，提供了大量基础性的人才。如今，我们对通过互联网接触资讯已经是习以为常，但没有当年内容上网第一步，没有新闻人最初的离职转型，我们或许难以想象今天的媒体是怎样的。

同时，现代社会正通过新闻人离职转型的过程，重新发现新闻人具有以下能力和素养：学习能力、内容生产能力、价值判断力、进取心和勇气。新闻人带着这些能力和素养进入新的领域和行业，为之带来了变革性的积极意义。

从新闻人离职转型的路径来分析，新闻人离职转型对新媒体的发展，主要体现在新闻人对专业主义的坚守和发展。如今的社会媒体，被越来越多杂乱虚假的信息所充斥，被媒介暴力和极端情绪所渲染。我们会重新发现：传媒发展需要专业主义所带来的客观、理性和公正的回归。而专业主义的回归不会只是以小群体的新闻职业价值坚守出现，而是成为一种大众化的专业主义和新媒体普遍认可的价值规范而回归。专业主义回归需要有人来坚守和呼唤，同时，离职转型的新闻人进入传媒行业最新的领域，会以专业理念搭配最新的表达方式生产精品内容。

而新闻人离职转型进入社会各行各业，则体现了社会对新闻人才的需求。如今的社会各行各业在传媒技术的深刻影响之下，已经走上了媒体化的发展之路。对新闻人离职转型进入社会各行各业，看似十分广泛和多元，但他们所从事的工作还是和传媒相关，这正说明了社会行业媒体化发展需要新闻人的加入：新闻人的品牌影响力、议程设置能力和舆情应对能力正是这些行业媒体化发展所需。

最后，对新闻人自身来说，离职转型能让他们跳出转型前的职业困局，开始拥抱新的人生选择和挑战，并实现新的职业发展。

总之,从纵向分析新闻人离职转型现象:可以看到新闻人离职转型在历史性和现实性方面都具有积极意义。而横向分析新闻人离职转型的路径与方向,则可以发现新闻人离职转型为各个行业带去了新的发展,对其自身发展来说,也具有一定的积极意义。

参考文献

- [1] 瑶瑶,徐虹. 媒体背景成为职场“金字招牌” 新闻人还能冒出几个 CEO[J]. 招商周刊,2003,Z3:53.
- [2] 新榜.武汉开办“长江新闻”: 时政新媒体继续“澎湃”? 微信公众号: 新榜,2015-6-24
- [3] 媒记.郭光东: 总有一种文体让我们泪流满面, 比如饿了么开始为记者节写“社论”. 微信公众号: 媒记,2016-11-8
- [4] 吴飞,田野. 新闻专业主义 2.0:理念重构[J]. 国际新闻界,2015,07:6-25.
- [5] 郭建斌.微博.<http://weibo.com/1665266270/CqFRkaHm8?type=repost>,2015-7-12]
- [6] 新榜.梨视频明天上线, 邱兵谈梨之味.
<http://business.sohu.com/20161102/n472093861.shtml>,2016-11-02
- [7] 李伟豪. 企业媒体化趋势初探[D].湖南大学,2016
- [8] 刺猬公社.又一个深度部分崩, 又一个深度部主任离职.<http://www.vccoo.com/v/8f59ef>,2015-6-6

An Analysis of the Positive Significance of Newsmen 's Turnover

Ya Yang

(Hunan University, Changsha / Hunan, 410000)

Abstract: Nowadays the media people resign phenomenon occurs frequently, the public generally believe that the phenomenon is "news industry downturn" embodiment. However, from the history and the news people themselves, this study believe that the newsman resignation is a positive significance. On the one hand, the newsman's professionalism is recognized by the society through the resignation. On the other hand, journalists`media literacy will transport to the new field of society. Finally, for the newsman itself, the transition will bring opportunities and challenges.

Keywords: Newsmen; Newsmen turnover; News professionalism

作者简介:杨亚(1990.9.8-),女,湖南大学新闻传播与影视艺术学院,2014级研究生