

在进行工程实践的过程中,要使用不同的工具和机械用具,对工作的工程中稍微有一丝疏忽会照成严重的安全事故,轻则会造经济损失,严重会照成人员伤亡。建立高度的安全意识,减少发生事故的频率并缩减安全隐患。

5. 环保意识

工程是一个利用自然环境并将环境开发的活动,在进行工程建设的过程中会使用大量的自然资源,过度的使用自然资源会对环境造成严重破坏。目前,人与自然和谐共处成为当下发展的首要目的,教师在教学中给学生教导工程意识的同时更重要的是帮助学生树立环保意识,让工程、人类和自然和谐共处。

三、培养工程意识的应用实践

1. 制定教学计划

工程意识的培养需要详细的教学计划,因为不同的同学学习方式不相同,在开展实践教学和理论教学中需要不同的练习,教师可以先进行一周的理论学习后再进行理论教学,这样学生可以把理论应用到实践中,对培养学生工程意识有极大帮助,在教学资源合理配置的前提下,适当提高教学的广度,对不同的学生采用不同的方法进行工程意识教学,更能加深学生对工程意识的理解。

2. 做好学习动员

在向学生传授工程意识的前期,重要的是做好学习动员,学生在第一次接触工程实践和工程意识时难免会对学习的知识不够重视,不利于顺利开展教学活动。在对学生进行学习动员时要明确学习任务和学习的要求,教师要明确教学的意义和学习方法,给学生必要理论指导,激发学生接受工程意识的,在开展学习动员教育的工程中还要给学生讲解安全生产的重要性,避免学生在学习基础知识和工程意识的过程中对安全生产不注意,要让学生建立安全意识,让学生注意学习安全保证教学实践活动顺利开展。

3. 教师重视指导实训教学

实训是学生的实践能力和工程意识结合的重要手段,在实践教学的过程中要加强演示教学和实时指导,防止学生在操作的过程中产生违规操作的行为,从而导致危险事故的发生,学生在教师的指导下进行实践操作,可以感受到工程实践过程

中的内部变换,教师参与进学生实践过程中可以加深学生对工程意识的理解,还可以进一步提升学生的实践能力。

4. 对学生进行严格考核

考核是为了确保成绩的合格,同时也能不断加强学生的自主学习能力,在学生了解工程知识的基础上对工程意识产生新的认识。教师根据学生在课堂上的听课效果和实践效果进行打分,对学生的考核成绩严格把关,保证学生学习成绩的不断提高。

结束语

学生在进行工程知识学习成绩讲解过程中向学生传输工程意识过程中,要用特定的思想和解决方式。工科院校是学习工科的特定场所,学生是未来要面向社会和面向工作的人才,教师要对社会和国家有强烈的社会责任感,在对学生传输工程意识的过程中,要激发学生热爱工程学科的热情,带领学生参与进工科学习世界。教师要对学生进行严格的考核和进行必要的指导,保证教学的过程中学生既可以获得工程学知识也可以提高工程意识。

参考文献

- [1]孙峰,薛世峰.在工程力学课程教学中培养学生的创新意识与工程能力[J].教育探索,2014(8):47-48.
 - [2]赵帅,杨俊松,叶翔文,等.基于工程观念培养的化工原理实验课程教学探讨[J].长春师范学院学报(自然科学版),2018,037(004):147-149.
 - [3]郝新军,张景伟.新工科背景下基础工程课程教学改革与实践[J].教育现代化,2020,7(52):59-61.
 - [4]张瑶,李素娟,柳丽霞,王喜强.将工程意识与工匠精神融入“工程结构”课程教学初探[J].科教导刊(中旬刊),2020(02):116-117.
 - [5]陈香娜.工程科技人才工程精神和工程意识的培养途径[J].科技经济导刊,2019,27(31):220.
- 课题项目:学生工程意识的培养在建筑施工教学中的价值及应用的研究(课题编号CDZY1951)

财经自媒体运营的新特征与新问题

刘嵩敏

(河南省工业科技学校 河南 新乡 453000)

[摘要]微信公众号中,形同虚设的不在少数,而财经自媒体却走出了一波“独立行情”,因其独特的媒体属性,在信息长尾时代得到了快速的发展。一方面,财经自媒体通过建立以用户为中心的有效连接,并融入运营思维,实现了商业模式上的创新;另一方面,坚持内容生产的自主性,不被社交媒体的“基因”缺陷所侵蚀,既有原创生产能力,又具备专业素养。2016年胡润研究院和小铜人联合发布的财经自媒体50强,发现财经自媒体呈现出新特征,也产生了新问题。

[关键词]财经自媒体;新特征;新问题

[DOI] 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.06.745

一、财经自媒体发展新特征

(1) 垂直化与分众化倾向明显

50家财经自媒体在推文推送内容上各具侧重点,有分析理财产品为主的,也有在股市操盘分析上形成自身特色的。

垂直化与分众化两种倾向在财经自媒体身上得到了充分的体现,既提升了用户黏性,其强度能够稳定相当数量的受众群体,又有助于扩大品牌优势,塑造品牌社会化人格。事实上,靠内容创业致富的例子不在少数,除去微信提供的广告分成和原创补贴的盈利途径,“36氪”推出内容增值服务《投资人内参》,“占豪”开设微店“新财迷”专售书籍,受众定位为财务人的“财务第一教室”也推出了“财税培训平台”付费课程。可见,垂直化与分众化作为财经自媒体的两种发展倾向,赋予内容以价值,让内容以最快速度变现。

(2) 平台运营IP化与社群化

2016年的《中国财经新媒体发展趋势报告》指出,未来财经新媒体的发展趋势离不开IP化运作。从目前50家财经自媒体运营状况来看,有“越女事务所”“波音大飞机吴小平”在内的13家公众号,通过推送带有各自风格与特色的原创内容,达到吸引受众关注的目的。与另外37家相比,他们拥有独特的见解与创意,人格化更为明显,IP感也更强烈。口碑良好的自媒体,一般都会拥有不少忠实受众和一定数量的潜在受众。这时候再推出某些优质产品,如付费书籍、付费课程、线下活动等,很容易受到大批粉丝热捧,并衍生出一系列产品联动效应,转化成“粉丝社群”。

(3) 全媒体式“抱团取暖”

财经自媒体“抱团取暖”特征显著,形式多样。微信公众号红利时代已结束,在自媒体纷纷论估值、谋上市的语境下,从整体上看,财经自媒体已具备不错实力,“抱团取暖”现象体现在两方面:一是财经自媒体间商务合作频繁,通过内容转载、荐号等方式,获得更多曝光量,提升实力;二是打造“全媒体矩阵”,在不同媒介平台上建立各自阵地,比如“ipodo观察”进驻财经门户网站及各自新闻客户端,“MBA智库”拥有自己的APP及门户网站,“财经早餐”开发小程序,“冯仑风马牛”在视频网站更新脱口秀,“水皮More”在蜻蜓FM更新音频等。

二、财经自媒体发展新问题

(1) 原创性内容生产紧缺

这50家财经自媒体整体运营情况中,主打内容原创的公众号仅有13家,其余公众号每日推送皆以内容转载为主,转载和引用一些精彩文章,虽然丰富了推送内容,一定程度上增加了内容的可读性与趣味性,但难免顾此失彼,从阅读量上看,少仅五六千,多则超6万。阅读量的差异反映出贴文品质不稳定的现实。

原创性内容创作出现疲软,不仅仅发生于以内容转载为主的资讯服务类财经自媒体。如果把内容来源作为原创类与资讯服务类财经自媒体的划分标准,很明显,资讯服务类财经自媒体背后,依靠的是整个运营团队的持续运作,用原创团队来形容并不合适。反观主打原创的公众号,基本每日推送一条,时而有断更现象。可见,即便是围绕原创来运作的财经自媒体,其原创能力也是十分有限的。

(2) 广告植入误导投资者

当前财经自媒体商业模式趋向多元化,内容变现方式多样,不再靠纯依赖售卖广告获取利润,维持团队运营。尽管如此,硬广及广告分成等盈利途径仍然是财经自媒体商业模式中的重要一环。

对于财经自媒体而言,其推送内容涉及投资知识的情况是十分普遍的。事实上,投资观点类文章也成为各种理财产品大打硬广的聚集地。当财经自媒体的社会化人格逐渐形成,受众很可能产生一种依赖心理——面临投资抉择而摇摆不定时,将财经自媒体的意见作为投资参考,投资者对股票、保险、基金的风险预计也许会变得模糊。这意味着投资者需要提高分辨能力,也显示出审核机制存在一定缺陷。

(3) “擦边球”影响受众观感

对于微信公众号的使用者来说,自我规范与约束是必须的。若他们一旦发布违规内容,腾讯将会依据公众平台运营规则进行处罚,即便如此,有不少财经自媒体账号在发布内容时仍然选择打好“擦边球”,明显靠低俗内容打“擦边球”而维系用户的公众号。总体而言,财经自媒体风格偏严肃,靠低俗内容维系用户的仍为少数。违规互推行为通常是“擦边球”的重灾区。财经自媒体选择贴文内容时,更应该体现专业性。

结语

在整个社会都发展的日新月异的今天,各行各业都在于新的事物打交道。自媒体的发展就是与信息社会相辅相成的发展历史,如今的自媒体依托信息化的高速发展迎来新的机遇,也面临着新的挑战。那么我们怎么去迎接挑战并规避发展带来的问题呢?这就需要我们擦亮双眼,学会分辨。同时财经自媒体选择贴文内容时,更应该体现专业性。只有专业化,在受众进行学习时才会有更良好的体验,同时这也是为自媒体本身积攒“好感度”。

参考文献

- [1]李双.财经科技类自媒体存在的问题与对策[J].青年记者,2019,(3):38-39.
- [2]夏慧文,桑莉君,周雷.财经类媒体如何办会——基于“财新会”系列会议活动的分析[J].传媒,2020,(6):64-66.