

在网络环境下,高职院校思想教育工作与新媒体新技术的深度融合不够,没有充分利用网络环境结合高职生的特点开展行之有效的思想工作,网络思想教育相关制度还不够完善。

## 2 存在问题的原因分析

### 2.1 高职学生自身原因

“00后”的高职生从小就接触网络,很容易被网络的虚拟性强烈吸引。在网络上浏览的内容往往是消费娱乐方面的内容,缺乏对国家大事、时事热点的关注。一部分高职生沉迷于社交网络、网络游戏不能自拔,不能很好的处理网络虚拟世界和现实学习生活之间的关系,对网络产生强烈依赖。长期生活在网络虚拟世界中,对人际交往、身心健康、语言沟通交流等方面产生严重影响。

### 2.2 辅导员思想教育不到位

首先,高职院校辅导员负责高职生的日常管理与思想工作。平时辅导员忙于事务性工作,往往是在学生出问题的時候,辅导员才挤出时间做思想工作,思想教育没有得到很好普及。

其次,高职院校辅导员经常使用QQ、微信等媒体工具与学生进行思想交流,但对典型事件、理论热点等方面研究不够深入,不能把思想教育内容用学生易于接受的语言和方式呈现出来,对高职生的吸引力不够。

最后,高职院校辅导员对中华优秀传统文化的知识积累不够,不擅长用文化感染、熏陶高职生,达不到春风化雨、润物无声的效果,故高职生思想教育的效果甚微。

### 2.3 学校引导和社会监管尚待改进

一方面,高职院校注重对学生专业技能的培养,而轻视综合素质的提升。虽然大多数高职院校均把综合素质作为高职生重要的培养指标,但是跟专业课程及实训环节学习相比,综合素质培养多留于形式。

另一方面,网络管理的相关法律法规还不能与网络发展的速度相配套,目前网络上大量充斥这不健康的言论和视频图像资源,这些社会监管盲区反映出网络监管的欠缺,严重影响了高职生的健康发展。

## 3 新媒体视阈下高职院校辅导员思想教育创新策略

### 3.1 运用网络大数据,把握高职生思想新动态

高职院校辅导员可以利用网络调查问卷、在校生上网行为数据分析等方式,对高职生的政治倾向、学习观念、生活情况、关注热点、心理状况、就业创业情况等数据进行数据采集、动态观察。建立起高职院校自己的高职生思想政治状态调查动态数据库,对高职生的思想、学习、生活情况进行追踪分析。

### 3.2 创办新媒体栏目,掌握思想教育新途径

高职院校要大力推进智慧校园建设,构建校园新媒体平台,利用平台精心打造一批高品质的校园网新媒体栏目,引导优秀辅导员开微博、微信、微视等新媒体,辅导员要学会利用新媒体手段为高职生提供全方位思想教育。如新生对大学生生活的问题、对学业问题的困惑、人际交往中存在的误区、如何树立正确的恋爱观、如何提高自身修养、对未来的职业规划、对热点事件的疑问等等,辅导员要在充分学习研究的基础上,从中华优秀传统文化的土壤中汲取营养,用文化感染和熏陶高职生,利用高职生乐于接受的语言和说话方式,以理服人、以情感人,使高职生主动与辅导员交流沟通,吸引高职生主动接受、自动链接,形成一张新媒体思想教育网,覆盖高职生从校内到校外、从入学到毕业的方方面面,实现零距离的网络思想教育新途径。

### 3.3 凝聚师生骨干力量,构建思想教育新机制

学校要组建以思政教师、辅导员、学生干部骨干为主体的网络思想工作队伍。通过校内网络空间研判高职生的思想动态,借助各种平台主动发声。思政教师 and 辅导员要相互融合,建立合作开发网络思想教育资源的机制。还要充分发挥高职生自我教育的作用,配合辅导员开展高职生思想状况调查,参与网络思想教育资源的创作,在实践中提高学生干部骨干认识,培养砥砺品格,建立朋辈教育新机制。

### 3.4 渗透课余碎片时间,开发思想教育新资源

学校要把握好新媒体实时传播、无缝链接的特点,大力推进辅导员参与新媒体教育建设,利用好高职生的课余碎片时间,整合学校历史资料、学校文化、科技创新比赛成果、文化体育活动、仪式庆典、优秀师生事迹等传统思想教育资源,转换开发出高职生喜爱的网络视频、动漫等网络文化产品。促进思政教师和辅导员融合,围绕党的创新理论成果、思政重点难点内容、时事热点话题,开发出一批高职生喜爱的网络教育资源。

## 4 结束语

综上所述,新媒体视阈下辅导员思想工作要紧跟时代新形势。辅导员要从提高思想教育的敏锐度和运用新媒体工作的能力两个方面进行培养,促进思想工作传统优势与新媒体融合,调动辅导员和高职生思想交流的积极性,使思想工作网聚高职生,用真理引导高职生,用真心润泽高职生,达到思想教育的最佳状态。

### 参考文献

[1]孙保营.高校辅导员德育工作“互联网思维”的培育与应用[J].信阳师范学院学报,2017,(1):100-105.

# 融媒体时代广播商业类节目发展探究

李万龙

(鄂尔多斯市广播电视台 内蒙古 鄂尔多斯 017000)

**[摘要]**新时期随着社会的整体发展,特别是新技术的广泛使用,传统广播电视新闻节目需要结合时代的最新需求来做出相应的调整,无论是在理念方面还是在技术方面,只有充分地适应时代的要求,满足相关的革新才可以使得其传播力、引导力、影响力、公信力都能保持在高水平区间。在本文中,笔者试图结合融媒体时代广播商业类节目的发展问题,谈其具体的发展策略,进而为实际业务的推进打下坚实的理论基础,努力适应新时期的发展需要。

**[关键词]**融媒体;广播;商业类节目

**[DOI]** 10.12252/j.issn.2096-6288.2020.07.1237

## 1. 引言

随着各类新技术的广泛应用,使得传统媒体业务从业者遇到了很多的挑战,无论是在理念方面还是在技术方面都需要充分的结合时代的引入。核心技术的广泛推进来,做好相关的调整,在本文中,笔者试图对融媒体时代广播商业类节目发展探究给出相应的建议,进而为实际业务的推进打下坚实的理论基础。

## 2. 融媒体时代传统广播商业类节目所遇到的问题

结合笔者的实际研究来看,所遇到的问题大体可以包括以下几个方面。第一,新媒体自媒体的冲击。在新时期,随着互联网移动技术的迅速发展,对于融媒体时代而言,整体上,信息的便利性已经发生了根本的变革,很多人不再局限于传统模式下看电视、听广播、阅读报纸来获取信息,而是可以充分的结合手机、平板电脑以及各类移动终端来随时获取信息。因此对于广播商业类节目而言,在实际听众的获取率和占有率方面自然会遭遇滑坡式的下降,这将对整体的企业效益和节目质量带来直接的影响。

第二个问题则主要体现在新技术的广泛冲击,对传统业务模式是个挑战。在新时期,无论是广播电视节目还是互联网媒体时代的自媒体节目和新媒体节目都在充分融合新技术来做好相关的适配工作。对于传统业务模式下广播商业类节目而言,很多地方还都在延续着传统的思路来操作,这就使得整体的节目效率相对比较低下,没有办法满足新时期实施性、高质量的需求。

第三个问题则主要体现在相关人员的素质没有办法满足新时期的要求。广播电视新闻节目需要有专业的从业者予以适配,对整体的节目质量予以保证。不过在过去,由于各类因素的影响,使得传统业务模式下,广播商业类节目的制作者和传播者个人素质相对比较局限,没有结合新时期作出相关的做培训和集体学习,以至于不满足时代需求,这都是需要解决的问题所在。

## 3. 融媒体时代广播商业类节目发展探究

结合上述存在的问题和实际的发展来看,可以从以下几个角度入手来开展相关的探究。第一,意识创新工作。在2019年初,中宣部和相关的媒体管理机构就提出了要坚持传统媒体和新兴媒体一体化发展的方向,给传统媒体业务改革提供了新的思路,也给出了大量的技术创新典范,试图以此作为根本的驱动力来培养专业人才,特别是在文件中提到了大力培养全媒体记者、全媒体编辑、全媒体管理人才。由此可以看出,即使是传统的管理部门,也十分推荐在新时期特别是融媒体时代做好相关的创新。因此对于融媒体时代广播商业类节目的管理者,制作者和从业者而言,也必须要结合时代的发展来做好自我的革命,充分以意识创新作为根本的契机来提升相关的业务效率,做出根本性的改革,像过去一样,墨守成规只会使得广播商业类节目黯然失色,逐渐被其他媒体所取代,被时代所淘汰。所以在艺术创新方面,必须要与时俱进,坚持创新,使得与传统时期各类要素的融合,使得广播商业的节目能够如虎添翼,充分地引导舆论,在自媒体时代技术的加持下提升影响力,保持凝聚力,只有这样才能充分的满足时代的需求。比如广播商业的节目,就可以充分结合新时期的自媒体节目做好相互之间的合作,对于突发事件、应急事件以及高端峰会等新模式下的新闻素材做好相关的采编播工作,满足新时期用户及时性的需求,

提升业务质量。

第二,要做好内容创新工作。在融媒体时代,内容创新是获胜的不二法宝,对于广播商业类节目而言,应当充分地结合这个规则来做好相关节目的创新。特别是对现阶段受众的需求逐渐向多元化、多样化、立体化的角度迈进。所以在多元化、多样化的影响之下,应当充分地做出相映的调查,特别是年轻群体的喜好,在扎根本土受众的基础之上,制作出颇有特色的商业节目。对于传统模式下所存在的商业人物访谈、商业故事讲解等栏目也应当适度做相映创新,按着互联网碎片化传播的模式来做出相应的改造,只有这样才能保证节目的专业性,同时尽量满足移动状态和短时间休闲状态收听的需求提升收听和点击的频率。比如,在福州地区的广播商业类节目,就充分地引入了互联网思维,打造了1-15分钟的短音频节目,在每个整点和每个半点都开设了时长不超过两分钟的相关商业类节目,使得听众能够及时的了解商业信息,在十分有趣、十分轻松的氛围中感受知识,进而乐于长时间的保持在这个频道。这不仅会提升整体节目的收听率,也会提高相关的质量。给实际业务的从业者带来新的思路,打造新的栏目。

第三,要在外在形式方面做好相关的创新工作。对于节目的内容和节目的形态而言,相互之间的完美融合是广播电视类节目能够获胜的关键因素。在融媒体时代,广播商业类节目发展也应当充分地做好形式的创新,无论是借助新技术还是引入新理念,都可以帮助实际从业者来做好相关的工作。比如,将互联网中所存在的各类资源音乐声效等加入其中,营造好的氛围。在十分活泼愉悦的气氛中来传播知识、传播新闻、传播消息,这会消除传统模式下观众所出现的听觉疲劳,也不会因此所产生任何的枯燥乏味、反感情绪。主播也应当充分的将商业类节目的趣味性和互动性挖掘出来,而不是像传统模式这样,只是读商业新闻,应当像说故事一样传播。去这之外对新时期的需求体验而言是十分好的提升。

除此之外,还应当做好多渠道的互动创新,对于新时期融媒体时代发展而言,广播商业类节目应当打造全新的渠道来满足听众和主播,听众和听众之间的互动需求,只有这样才能构建其组织的共同发展模式多方共赢,也要充分结合微博、微信公众号平台等多媒体渠道来做好线下线上的互动工作,这对于整体的节目更接地气,更具可听性而言都很有帮助。

## 结语

整体来看,新时期在融媒体时代,广播站的节目的从业者应当充分地结合时代发展来做出相应的改变,引入新技术,提升节目的有趣和可听性,进而给观众带来更好的体验获得实际认可。

## 参考文献

- [1]张彦.广播电视栏目与频道策划的课程思政教学实践[J].西部广播电视,2020,41(20):77-79.
- [2]王波.新媒体环境下广播电视节目的制作探讨[J].记者观察,2020(30):40-41.
- [3]纪宣呈.浅析新媒体冲击的形势下传统广播电视的发展[J].西部广播电视,2020,41(20):56-58.