

新媒体背景下高职学生就业指导服务体系构建研究

张翔

广东科贸职业学院 招生与就业指导中心

摘要: 新时代下, 高职院校的学生就业面临诸多机遇和挑战。着力建设高职学生就业指导体系, 成为当下就业服务工作的一项重要组成部分。新媒体依靠其本身固有的双向互动性、实施跟踪性、规模庞大等特征, 为高职学生就业指导提供强有力的促进作用, 同时也改变传统学生就业的方式方法和思维习惯等。面对现阶段高职学生就业存在的诸多现实问题, 应当充分发挥新媒体和互联网技术的优势, 持续推动就业服务体系的发展。

关键词: 新媒体; 高职学生; 就业指导服务; 体系构建

【DOI】 10. 12252/j. issn. 2096-6288. 2022. 06. 138

一、新媒体背景下高职学生就业的机遇和挑战

(一) 新媒体对高职学生就业的机遇

1. 拓展就业信息资源的获取空间

相较于传统纸媒时代, 新媒体下的就业信息以海量的形式加以呈现, 对于高职学生而言, 他们具备更广阔的选择空间。在就业信息数量大幅增长的同时, 新媒体缩短就业学生与用人单位在时间、空间上的差距, 用人单位借助网络平台进一步扩展招聘范围, 这对就业学生而言便拥有了更多的投递空间。除了直接性的工作岗位招聘信息之外, 与学生就业密切相关的学生技能培训、用人单位信息展示也能够通过互联网平台得以清晰地展示。高职学生技能培训信息包括简历投递须知和修改、就业心态调整、面试经验分享等, 而用人单位信息则直接关涉高职学生就业意愿, 能够用以衡量一家公司的市场价值和社会影响力等。依靠新媒体渠道, 高职学生便可以在短时间内获取上述的信息, 为下一步与用人单位对接沟通提供充分的资源。

2. 催生更多可选择性的就业机会

新媒体作为我国新兴数字产业的组成部分, 与大数据、人工智能的结合, 使其逐渐与我国实体经济加以融合, 为现实的经济社会生活来服务。新媒体产业是一项宏大的概念, 可以下分多项子行业, 包括互联网广告产业、电子游戏产业、直播电商产业、电影产业等。这些产业以新媒体为载体, 或是将新媒体作为手段工具, 由此衍发的就业岗位, 能够与多项专业人才进行对接, 扩大了高职学生的需求面。诸如互联网广告产业需要平面设计或者视觉传达设计人才、直播电商产业与市场营销专业人才相契合。新媒体这项媒介悄然影响现代人的消费需求, 新经济样态下催生更多就业岗位, 需求催生供给, 能够对高职学生的就业提供更多的机遇。除此之外, 新媒体下各类招聘信息的提供, 使得大学生能够充分获取就业机会, 创设更加活跃的就业环境, 均能够

为高职学生提供更充分的就业机会。

(二) 新媒体对高职学生就业的挑战

1. 纷繁的选择影响学生就业心态

受到新媒体影响, 高职学生就业时可能存在消极等待或者急躁冒进两种极端的心态。一方面, 当下学生都能够认识到新媒体带来的资源空间和就业机会, 同时可能未准确了解自身的资格定位或者当下的经济就业形势等, 由此不主动争取就业机会, 存在消极思想态度, 希望能等待更好的用人单位出现, 在面对与自身期待不相符合的工作机遇时存在消极面对的情况。另一方面, 高职学生在进入社会这一人生十字路口前或多或少存在一些压力, 加之面对海量的就业信息, 可能会加重对自身就业的焦虑, 造成精神的内耗和紧张担心, 在行为上对自身信心不足、对未来的预期低、面对工作面试等缺乏全面、客观和冷静的思考, 由此可能会做出事倍功半的行为。

2. 新媒体应用不当对就业学生产生负面阻碍

除了焦虑和急躁心态外, 求职中诸多学生可能存在嫉妒心理, 在新媒体背景下高职学生有了更多思想表达空间或者情绪宣泄机会, 高职学生可能借助微信、微博等平台, 对其不满的社会现状、或者其他已找到更好工作机会的同学加以吐槽甚至造谣, 进而造成不良的社会风气, 受影响的社会秩序反过来会再次影响学生的就业过程。与此同时, 新媒体平台信息本身良莠不齐, 心智并不完全成熟的学生很容易受到不良因素影响。相较于传统纸质媒体或者人际传播, 新媒体下通常会存在非现实性因素, 具备不良意图的网络用户会在社交媒体平台进行捏造、传播虚假信息、暴露或侵犯他人隐私信息等, 一旦存在此种暴力或谣言情形, 不利于高职学生的就业, 并造成更大的社会管理负担。

二、新媒体背景下高职学生就业指导服务体系的现存问题

（一）就业指导服务的主体参与程度不足

就业指导人员的主体参与程度不足，突出表现为以下两个方面，包括：指导主体的服务积极性不足；指导主体的专业化程度有待提高。一方面，指导主体的服务积极性不足。当下高职学生就业指导主要有高职院校的辅导员、班主任和专职老师来负责。这些主体通常还要肩负教学任务或其他行政任务，受到高校绩效考核或时间、精力不充分的影响，就业指导主体难以投入足够的精力来帮助解决高职学生的就业问题。更有甚者，考虑到就业率影响和社会评价等，部分指导老师可能以“找到”工作作为目标导向，忽略了“找好”工作这一更为长远的问题。另一方面，指导主体的专业化程度有待提高。从应然层面看，就业指导服务的主要内容是结合高职学生的自身特质、潜力和意愿，寻找与其个性特点相匹配的职位，但现实情况是，多数就业指导服务欠缺对学生的深层思考，照搬照抄就业指导经验、一刀切式评价学生情况等或有发生。身处象牙塔内部的专任教师、辅导员等需要更进一步贴进社会就业现实，在考虑到每一年度经济形势和行业需求波动这一情况后，有针对性地调整不同阶段的就业辅导策略和方式。

（二）就业指导服务的形式和内容有待革新

大多数高职院校早已设置相关职业生涯规划课程、定期举办就业经验分享会，建立了一套就业指导体系，但其中的形式和内容仍有待商榷。现实情况是，大多数的职业生涯规划课程仍有不足，在形式上，课程大多以“自上而下”的灌输教导式为主，欠缺教授者与聆听者的双向互动；在内容上，职业生涯规划课程内容的时效性不足，多数课程内容已经难以适应新时期的就业需求，且随着互联网技术发展，诸多课程上展示的“就业干货”，学生在课下也能迅速在网络平台收集得到。与此同时，高校就业服务体系的“第二课堂”开展有待增强。在第一课堂相对成熟的情况下，应当迎合当下高职学生的需求，探索在教学楼以外，如何将职业发展更好融入现实生活，使得学生自主、自觉地了解就业所需咨询。此外，高职院校除去常规固定的就业时间节点、就业协议签订、简历面试安排外，应当针对不同时期学生的就业观、择业需求等进行个体化了解。

（三）就业指导服务的平台和载体需升级

考虑到当下高职学生就业面临较为艰巨的形式，相应的就业指导服务却未能紧跟时代步伐。指导教师少、需就业学生人数多，“指导—被指导”人员在数量上的差距，造成客观层面上，就业指导服务主体难以充分

考虑学生的自身特质，进而进行一对一的个性化辅导。传统以人力为手段和载体的就业指导难以适应现阶段就业需要。借助互联网高新技术，或者充分运用新媒体平台已成为一项重要内容。当下就业指导服务倡导学校和企业联合，共同把握高职学生的需求和能力提升，其中涉及的多维主体交流沟通，需要依照线上平台载体的搭建。出于减少不同主体交流成本、努力提升各项就业活动质量，实现企业和学生需求对接的需要，进一步完善升级面向高职学生的职业规划发展工作平台。如此一来，实现就业指导服务更加贴近真实的就职场景，对于高校就业服务者、用人单位需求者、高职学生就业者均有利好。

三、新媒体背景下高职学生就业指导服务体系的路径建议

（一）提升就业指导服务主体的积极性和专业度

新媒体背景下就业指导服务体系有待转型升级，需要多项主体分工协作，共同推进就业指导服务工作的开展。高职院校领导、辅导员、专职教师及高职学生组织应当共同推进就业创业工作的开展。在就业指导方案制定、就业指导活动的举办召开、高职学生就业信息收集、学生就业创业疑难问题解决等方面形成合力，结合上级组织出台的就业指导工作办法，结合不同专业高职学生面临的现实情况，针对性地给予就业指导。多项主体的参与能够更加贴切时代人才的培养需求，主体能动性的发挥从深层次坚持“以高职学生为本”的原则，能够更进一步考量职业发展需求，实现就业指导服务工作的长效发展。借助新媒体平台，上述就业指导服务主体能够充分发挥其积极主观能动性，并借助网络信息获取第一手的就业咨询，不断提升就业指导的专业水平。以企业微信群为例，负责就业指导服务的专职教师创设信息供需群，涵盖各学院辅导员和其他指导老师，由各学院建立自己的内部信息需求群。在校企联合建构上，打造高职院校与经济产业的联合能动，建设就业信息资源的谱系，并学校、企业、高职院校毕业生共同参与。在就业信息推广上，充分发挥学生干部的思维和活力，迎合高职学生喜闻乐见的就业信息呈现形式。借助微信小程序、微博公众号等，定期、持续推送相关的就业文章，并由辅导员或指导老师加以审核，多方联动发挥各自能力。

（二）打造内容健全和形式新颖的就业指导服务模块

在内容设置上，可以制作毕业生学长学姐的就业先

进事迹,对于就业优秀荣誉获得者加以专项访谈并持续推送。通过身边同学的经验教训分享,拓展就业指导信息的真实性、完整性,进一步拉通高职院校毕业生和已进入职场工作前辈之间的联系。如此形成互帮互助、代际传递的指导服务发展态势。与此同时,在临近毕业或者就业招聘的关键节点,相关部门人员可以设置就业日历等时间点提示。在毕业晚会等其他活动上,通过设计毕业生纪念品、安排公司宣讲等抽奖环节,激励式提高学生就对就业节点的关注。此外,就业指导服务的关键在于终期面试和就业协议签订等环节,为此需要帮助高职院校学生培养线上信息检索能力,帮助学生尽快熟悉企业相关服务平台的审核注册。在形式打造上,借助新媒体、互联网技术平台,就业指导服务大有用武之地。如前所述,通过微信群、QQ群等方式,在小范围内迅速传递针对性较强的毕业生资讯,同时也能够实现毕业生相关隐私信息的保密。与此同时,微信公众号、微博公众号已成为当代高职学生频繁使用的小程序,因此可以将重要性、普适性就业信息刊载其上,帮助高职学生尽快获取一手性信息。并融合校友会、合作企业等多方主体,实现多位主体共同助力就业工作。此外,通过网络问卷、数据库等方式,容纳不同高职学生的需求和期待。就当下高职学生密切关注的企事业单位笔面式工作、政审体检和后续关怀等给予全过程、全流程的指导。采用人工智能方式进行数据化分类统计,实现高职学生与用人单位的精准对接,提供双向服务的窗口。

(三) 开发多样化的就业指导服务平台和载体

在互联网高新技术迅速发展的当下,利用新媒体实现就业信息传输,能够替代传统的人工就业服务平台并吸引更多学生关注。新媒体依靠其本身的交互性强、受众参与度高等特点,将使得媒体信息的受众覆盖面更高,个体受到网络媒体的影响程度将进一步扩大。在新时代互联网技术等发展带来产业革新的背景下,就业岗位设置和行业用人需求产生变化,就业指导服务融入新媒体或者其他高新技术,将使得就业信息焕发生机与活力。需要认识到的是,高职院校学生作为助力我国制造2025战略的储备力量,在人员去向和就业上应当给予充分的重视。学生接受就业信息的能力和水平需要稳步提升。搭建多样化的就业服务指导平台,能够帮助学生轻松获取信息资源,对多方主体均有利好。首先,依托高新技术一定程度上可以解放就业服务的双手,使得就业指导服务突破时间、空间等限制,及时跟踪并解决问题,避免就业服务各项事宜的进一步扩大。其次,用人

单位需求者能够共同建立媒介载体,直面就业学生并给予其更多机会,创设真实、全面、可沉浸式的就业体验环境,为后续的人才应用搭建桥梁。最后,就职学生能够充分了解和熟悉职业世界,在系统、规范和完整的就业服务环境中迅速了解企业需求和意图。如此一来,方能推动学生深入了解就业形式和政策,激发学生创新创业的兴趣及能力,实现多方就业导向的效益最大化。

四、结语

新媒体的介入,在改变传统就业方式的同时,一定程度与当代毕业学生频繁使用社交媒体的习惯相契合,新媒体平台的充分、合理利用,势必能够促进高职学生的毕业工作更上一层楼。高职学生就业关涉经济、社会的发展和稳定,做好就业指导服务工作成为社会各界共同努力的目标。教育部于2022年印发关于做好就业创业工作的相关须知,要为离校未就业学生提供“不断线”就业服务。做好毕业生就业工作,加强对未落实工作学生进行个性化指导,成为一项重要工作。充分挖掘新媒体对高职学生就业带来的各类影响,结合当下高职院校学生所面临的就业现状,提炼梳理新媒体助力就业指导服务体系构建的现实路径,以期做好高职学生就业工作。

参考文献

- [1] 郭立群,朱星宇.大学生就业工作数字化应用研究——以中国农业大学推广应用“国家大学生就业服务平台”为例[J].中国教育信息化,2022,28(09):13-17.
 - [2] 陈雪,吴王平.构建“五步五色,精准施策”就业指导服务体系促进高校毕业生就业[J].中国就业,2022(08):46-47.
 - [3] 李丹红.高校“00”后学生就业指导服务能力建设研究[J].开封文化艺术职业学院学报,2021,41(11):80-82.
 - [4] 魏永俊,周显洋.基于“智慧就业”平台的内地高校少数民族大学生就业指导服务工作思考——以江苏省91job智慧就业平台为例[J].中国大学生就业,2020(22):45-49.
 - [5] 赵娜.自媒体在毕业生就业指导工作中的应用策略研究[J].内江科技,2016,37(01):47-48.
- 作者简介:张翔,1994.2.1,男,汉,广东河源人,硕士研究生,学历:暨南大学理工学院,学校及职称:广东科贸职业学院,研究实习员职称,研究方向:大学生职业规划与就业指导。