

校园广播中插入商业广告

学生“市场运作”，自营组织碰到判断题



本报11月8日讯(记者 李小凯)近日潍坊学院校园广播因商业广告比重越来越大，遭到部分学生的不满。8日，记者在调查中发现，校园自营社团组织者都希望远离资金束缚，但绝大多数目前都通过拉商业赞助的形式生存发展。校园内越来越多的活动都遇到是否市场化运作的两难选择。

以前校园广播有新闻播报，有学生点歌，偶尔听见的题外话也是活动通告。但近来，校园广播却拿出相当长的时段，对校园内外的购物商场、电子商店、理发店、饭

店、眼镜店等打广告做宣传。

受所学专业的影响，潍坊学院2008级广播电视新闻学的学生陈琳对学校的广播站一直特别关注。每天下午4点30分，一直按时收听校园广播的她近来越来越觉得受不了。每到校园广播响起的那个时候，现在的她总会离开校园，或者闷在宿舍，耳朵里塞满耳机，声音调到最大，只为想盖过校园广播的声音。

陈琳认为，诸如广播站这样的以学生为主体的高校组织就应该围绕学生工作。但是现在学生组织也

变了味，原本很纯粹的实践锻炼已经成了如何拉赞助做活动然后盈利，学生组织也被当做一个小企业进行运作，根本越来越不当回事。

潍坊某高校广播电台前任台长翟伟说，广播电台是校党委宣传部下属的一个学生组织，但是其面临的现实却是，不少高校对此不予重视，大多数时候广播电台都处于“自给自足”、“自生自灭”的状态。为了维系其正常的运作，校园电台处境比较尴尬，也很无奈，没有任何学校拨款支持的情况下，只能通过播报一些商业广告并收取广

告费，而这一点也恰恰是学生们诟病的一点，其实校园广播电台的广告收入并不是很理想，每个月平均接单3个广告，一个广告按月收费只有350元，好的时候一个月会有2000元左右的进账。平时开会买点水果，简单设备更新已经占去了很大一块，搞活动想通过礼品形式吸引同学积极参与都捉襟见肘。

翟伟的观点得到了众多社团组织领导者的认同。又想把活动办得有声有色，又想保证活动的纯粹性，不通过摊派或会费的形式筹钱，抛开“市场化运作”的确很难。

我们不应用太过于市场化的眼光去看待拉赞助的行为，反而更应该关心和鼓励校园活动，但在这个过程中，我们也要谨防学生组织脱离学校，渐趋社会化。学生活动不应该一味的追求经济投入，更加重视的应该是精力投入，并不是钱越多，办的活动质量就一定高。



校园内的商业气息越来越浓，学生身处其中，所能做的只有不断适应。

追问

商业元素存留要不要“一刀切”？ 不脱离学校应定义教育行为

商业广告也分好与坏，如果校园广播中加入的商业广告贴近学生，能为学生服务，未尝不可。潍坊学院2008级艺术设计专业的韩超说，至少在这方面意义上学生还可以接受校园广播插入商业广告。现在看电视、上网，甚至走在大街上无一例外的都能看到广告，有的你不喜欢看，有的看了对你却很有用，校园广播如果选择对学生很有用的商业信息告知大家，也体现了校园广播的服务性。

作为一个主要以学习为首要任务的大学校园内，不应该出现过多的商业元素。潍坊学院2008级广播电视新

闻学王京认为，商业色彩太浓的话容易误导学生“趋利化”，我们既然无法把握每条商业信息给学生们带来的不同影响，那我们就该减少其进入校园，校园广播不同于其他校园信息传播媒介，受众主体为学生且大都处于被动收听的状态，其受众主体对广播的不可操作性，导致操作者单方面控制传播的信息内容。

潍坊学院党委宣传部一位负责人表示：学生会、社团联合会等是学校直管但由学生自主运作的学生组织。从本质上讲，他们组织的校园活动是一种教育范畴内的行为，无关乎市场成本。很多社

团可能希望将活动办的大一些，质量高一些，而囿于经济压力只能量情况而定。

这位负责人还提到，如果学校一味从经济上插手学生组织的校园活动，最终不利于学生在实践锻炼中成长，所以从一定意义上讲，让社团组织自己拉赞助赚取活动经费反而是一种进步，一来维系整个学生组织的正常运作，二来也刺激学生们去举办更多有意义的活动。我们不应用太过于市场化的眼光去看待这些拉赞助的行为，反而更应该关心和鼓励校园活动，但在这个过程中，我们也要谨防学生组织脱离学校，渐趋社会化。

观点

经济投入与活动质量成正比吗？ 钱多，活动质量不一定高

“活动经费对学生组织来说的确很必要，但是通过无原则的商业活动获取经济收入有些不可取。”青岛大学青大之声台长、大三学生范向玉告诉记者，进入大学的三年来只听到过青大之声播放过一次广告，而且还是为了台庆筹集活动经费。学校平时对台里比较重视，每个月都给予一定的经济拨款，所以青大之声很少接单商业广告。范向玉认为，即便校园广播接单商业广告也应该有原则，广告内容除了要健康积极意外，一定要贴近学生

生活为学生服务，如果一味的追求创收，那势必造成学生组织的去学生化，这样的团体不会走得很远。

高校学生社团组织一直是高校生活中不可或缺的不部分，几个月前，人大副教授炮轰高校“学生会已成藏污纳垢之地”惹来不小争议。

当越来越多的市场元素注入校园，校园活动所遭遇的经济尴尬问题也就不难理解，但是我们应该如何调和两者之间的关系？山东大学哲社学院、山东大学经济社会调研中心一位教授分析

说：矛盾的根结在于目前的市场化大环境，过多的、非主流的市场价值观念影响了学生，目前看来，这些影响不可避免。校园范围内的学生活动不应该用市场标准去将其量化，因为学校作为一个非营利性的教育组织，首先不可能无限的给学生“经济投资”，这也违背了要求学生独立自主的原则。学生活动不应该一味的追求经济投入，更加重视的应该是精力投入，并不是钱多，办的活动质量就一定高。

本报记者 李小凯