

广播电视编导融合型人才培养实践研究

万博文

(黑龙江工商学院,黑龙江 哈尔滨 150025)

摘要:当前社会媒介融合发展的新时期,对高校的广播电视编导人才培养提出了新的要求,培养一批业务精、水平高、能力强的融合型编导人才是提升编导整体质量的重要保障。本文针对当前编导人才培养方面存在的创新意识、营销能力和学习劲头等三个方面的问题,提出应当在发挥影视工作室基础上,以多任务为培养方式,融合型人才为培养目标,通过给学生设置多层次的任务,旨在驱动培养符合社会需求的融合型编导人才。

关键词:媒介融合;融合型人才;影视工作室;培养

[DOI]10.12231/j.issn.1000-8772.2020.30.276

我国影视创作质量的高低与编导人才整体的专业素质有着直接关系,而编导人才的培养工作与广播电视大学的教学教育手段能否紧随时代持续创新,采用符合实践、富有效果的培养模式有着直接关系。为此,全面认识广播电视大学编导人才的培养现状,在坚持问题导向的基础上,结合新时期媒介融合的大背景,健全完善编导人才的工作室培养模式,构建以多任务为途径的、融合型编导人才的培养模式,丰富多层次的编导人才培养策略,最终在我国走高质量发展道路过程中,通过编导人才整体素养的提高,创作更多无愧于时代的优秀作品。

1 广播电视编导人才培养现状

近年来,国家越来越重视对编导人才培养的本土化研究工作,逐渐形成了一套行之有效的培养模式。在媒介融合的大背景下,当前我国广播电视编导人才培养工作主要存在创新意识、营销思维和学习劲头等三个方面的不足。

(1)创新意识不足。编导人才培养模式过程中,学生创新意识不足,主要体现在普遍缺乏“爆点思维”,即创作的内容刊播之后,能够像炸弹一样“嘭”的一声爆炸的意识。^[1]创新意识不足的原因主要与培养模式普遍不能将学生的专业理论与社会生活、新闻事件等紧密结合,在培养过程中缺乏引导学生挖掘、分析、提炼和转化社会热点、焦点等问题的能力。

(2)营销思维不足。编导人才培养毕竟不同于市场营销人才,所以在很大程度上限制了学生在学习过程中营销思维的培养,但在媒介融合背景下的营销思维始终是编导工作的一个重要能力。目前,广播电视大学的编导专业学生普遍不善于将旧内容做新、新内容做热以及热内容做爆等引起受众群体关注、传播的营销能力^[2],这在很大程度上束缚了学生整体水平的提升。

(3)学习劲头不足。在学习型全面推进和建设过程当中,学习是保持与时俱进,提高自身专业能力和综合素质的基本途径。当前,广播电视编导人才培养模式缺乏对学生全面学习、终身学习的要求;使得学生不能保持持续的学习劲头,而满足于一时的专业知识,不能与编导业界新知识、实践新手段紧密衔接,影响了学生整体素质的提高。

2 构建多任务的人才培养模式

(1)构建以融合型人才的培养平台。媒介融合的时代背景变化必然对人才的需求也会有不同,这就会涉及到广播电视编导人才的培养平台问题,“当今媒体对人才的需求,不再只是专注某一行业的人才,而是需要从从业者具备大数据、全媒体等交叉学科素养。”^[3]针对社会对编导人才要求的新变化,在编导人才的培养过程中应当在坚持传统的影视工作室模式的基础上,不断注入时代元素,构成一个以多任务驱动为途径,以融合型编导人才为目的的培养平台。

(2)构建线下影像栏目。法国社会学家塔尔德称“发明的意识是在模仿中不断产生的,为创新而模仿,为发展而创新”。通过影视工

作室中的影视栏目,可以使学生将所学专业知识与影视作品中的拍摄手法、社会实践融合在一起,使学生在头脑中千万次的进行模仿,将影视经验运用到学生原创故事拍摄中,丰富作品的镜头语言和故事创意性。

(3)创建线上自媒体矩阵。媒介融合背景下,编导人才的培养工作应当自媒体的发展及运用。当前,包括大风号、头条号、微信公众号、企鹅号等在内的自媒体是社会热点产生的重要渠道,同样也应当是编导人才培养的重要领域。通过创建线上自媒体矩阵,一方面能够倒逼学生文案策划、内容创作、文字写作等方面的能力,另一方面可以提升学生观察社会热点、捕捉社会焦点的敏锐感,不断强化问题思维能力。

3 丰富多层次的人才培养策略

(1)编导人才的能力培养定位。媒介融合背景下的编导人才培养工作,应当紧随时代需求,重点在明确以多任务为驱动的融合型人才培养目标的基础上,重点培养一批懂业务、靠得住的创意性编导人才。这其中要明确编导人才的能力定位问题,主要包括文化创意能力、渠道传播能力和市场定位能力,这3个层次的能力本身是一个体系,涉及到从思维创作,到作品完成,再到产品变现等三个方面。

(2)参加专业竞赛促进人才培养。参与市场项目是一个竞争,参加专业竞赛同样是一种以竞争强化人才培养的模式。因此,广播电视大学在编导人才培养方面应当坚持课堂到市场,从市场到战场,激发学生观察生活、参与实践,在此基础上不断增长开拓视野、增长老干,通过参加各种级别的微电影大赛、摄影大赛、新媒体短片创作大赛、公益广告大赛等,更好地了解编导行业整体态势。

(3)使用网络指标强化人才培养。编导工作最终的对象是用户,应当在坚持社会效益的基础上,以用户接不接受、观众满不满意作为重要衡量标准,而不能闭门造车,只有观众认可的才是成功的、符合社会需要的作品。为此,在编导人才培养过程中,除了要重视心理学、文学、传播学、营销学等多学科的知识学习外,还要重视用户体验、观众感受,并以现代科技手段为支撑,使用网络指标强化对编导人才培养考核工作。

参考文献

- [1]陈国权.网络媒体标题乱象与整治——新闻点不等于“爆点”“矛盾点”“敏感点”[J].传媒,2017(4):12-13.
- [2]唐崇维.新时代影视人才培养工作的不足及对策[J].新闻研究,2019(6):20-21.
- [3]李雪昆.新时代交叉学科人才模式是传媒专业教育所需[EB/OL].http://www.chinaxwcb.com/2016-06/28/content_341413.htm/2016-06-28,2018-11-30.

作者简介:万博文(1984-),男,单位:黑龙江工商学院,实验师。