

网络教育电视节目的策划与定位

——从市教科院电视媒体平台说起

常州市教育科学研究院 范希亮

科技的发展改变了传播的手段、颠覆了传媒的思维。有人说:报纸、广播、电视等传统媒体必将被数字化的洪流荡涤。网络、数字电视、移动电视、手机等新兴媒体粉墨登场。

媒体的功能是传播。教育也是一种传播。传统的教育,媒体是教师,平台是课堂,受众是学生,内容是知识、技能、文化;传统的教研方式媒体是专家,平台是活动,受众是教师,内容是理念、方法与技能。新兴媒体的发展、尤其是互联网技术的发展也必将深刻地影响教育的传播方式和教育研究的方式。

学校、教育行政部门、教育研究部门应该深刻地认识到这种变革,并积极、渐进地而非盲目地、激进地应对这一变革。

E学习、数字化校园、网上学院等等都是教育应对变革的种种尝试。其中建立网络教育电视平台也是一种有益的尝试。教育科研部门在具备条件的情况下(如我市教科院是原教研室、电教馆、网络中心等单位合并而成、在硬件上和技术上已经具备了建立网络电视平台的可能)应该积极有效地利用这一新媒体,扎实地工作、慢慢地推进,以点带面,真正地使教育科研与技术相融。

市级教研机构如何构建自己的网络教育电视平台,本人有一些不成熟的想法,和大家探讨。

一、平台定位

构建网络教育电视平台首先定位要准确,也就是平台上的资源给谁看、给谁用、为谁服务的问题,这是个大问题。如中央十台科教频道的内容就几乎适合所有喜欢学习的人群看;而中国教育电视二台主要的定位就是学历教育、远程教育;而江苏教育电视台更接近综合台,走的是大教育的路线,江苏电视台少儿频道则主要针对的是少年儿童。

现在的很多网络教育电视平台,网上学院多数传播的内容是名校、名师、名课。针

对的受众比较广,针对性不强。

教科院的网络教育电视平台怎样定位,要针对什么样的受众呢。我想首先还是教师、行政领导和教研人员。在这个平台上主要是交流教育教学经验、传播教育文化、教育理念、教育管理方法。核心是教育教学的研究。

二、栏目设置

网络教育电视平台在栏目设置上应分类分层设置。如开设基础教育、职业教育、校本课程、德育、教育管理、名师讲坛、个性校园(教师)等栏目。基础教育还可以根据学科阶段开设子栏目,职业教育可以根据专业开设相关栏目等。利用好网络媒体的优势,开展网上的互动交流、研究与学习。江苏省教研室开办的教学新时空栏目就是一个很好的范例。

三、节目定位

媒体的吸引力靠的是它所提供的文化产品。我们不要求所有的节目都是精品,但一定要有叫得响、有影响力、够权威的拳头产品。作为教育研究的媒体平台,节目内容要达到一定的高度、具有指导性、前瞻性。同时要广开言论、活跃学术交流,在把握大方向的同时也要传递关于教育的各种声音,甚至是质疑和批评,能接受批评的媒体才是真实的、有魅力的、有生命力的。如个性学校(教师)栏目,就可以给广大基层学校和教师提供一个展示个性和自我的平台。在这里可以说平时不敢说的话、做平时不敢做的事。在节目的制作和开发过程中要重点关注地方特色教育、特色课程、特色文化。这是区别于其他媒体平台的核心内容。包装、打造地方的名师、名校、名课程。

四、节目的制作和组织

媒体、载体只是一种手段、一种技术、一个平台。它的核心还是内容,内容传递给人的真实的、有效的东西。电视节目内容的制作是个费时、费力、花钱的事儿。一套优秀的课程资源、视频资源的开发、制作动辄几十万、甚至几百万。那么如何利用有限的人力、财力做出好节目呢。我想应该利用毛泽东的战术思想,一是“集中优势兵力打歼灭战”,也就是集中人财物做好拳头产品(例如我们制作的《春晖工程精品课》和正在策划制作的《常州名师访谈录》)、做好示范性产品(如微课程、微研究和一些教育专题等)这些产品做好了品牌效应就出来了,受众就吸引过来了,社会影响就出来了;二是“发动群众”,就是广泛发动、整合基层学校的校园电视台、校园电视制作力量、甚至是广大的学

科教师一起制作教育资源。现在的媒体技术门槛越来越低,人人都是自媒体,我们要有效地利用这些潜在的资源,加以规划、筛选、分类、集结。这样可以极大地丰富我们的媒体平台,也可以调动广大教师的积极性、参与性。同时我们还要开展相关的比赛、活动、教研交流使参与的教师能够受益获利。

网络电视是个好东西,我们要用好这个东西。教研和媒体整合是个好事儿,这条道路刚刚在我们面前展开,我们正走在这条探索之路上,不急、不缓。

本文发表于《课程与教学》2014年第2期