

传媒类专业学科竞赛的育人价值与实践路径探析

——以播音与主持艺术专业为例

张珂 来江涛

西安翻译学院, 中国·陕西 西安 710000

摘要: 学科竞赛是应用型传媒人才培养的重要载体, 不仅能够提升学生的专业能力, 还能增强其就业竞争力和社会适应性, 是传媒类人才培养的重要实践平台。本文基于产教融合视角, 以播音主持与艺术专业为例, 探讨学科竞赛在传媒类专业实践教学体系中的功能定位, 分析其对学生专业能力、创新思维与职业竞争力的提升作用, 并结合专业特色提出“以赛促学、赛教融合”的优化路径。

关键词: 传媒类专业; 学科竞赛; 实践教学; 播音与主持艺术

Analysis of the educational value and practical path of media professional discipline competitions—Take the broadcasting and hosting art major as an example

Zhang Ke, Lai Jiangtao

Xi'an FanYi University, China Shaanxi Xi'an 710000

Abstract: Academic competitions serve as a crucial platform for cultivating applied media talents, as they not only enhance students' professional competencies but also strengthen their employability and social adaptability, making them an essential practical framework for media education. This paper, from the perspective of industry-education integration, takes the Broadcasting and Hosting Arts major as a case study to explore the functional positioning of academic competitions within the practical teaching system of media-related disciplines. It analyzes their role in improving students' professional skills, innovative thinking, and career competitiveness, while proposing an optimized approach of "learning through competitions and integrating competitions with teaching" tailored to the major's characteristics.

Keywords: Media-related majors; Academic competitions; Practical teaching; Broadcasting and hosting arts

1 学科竞赛在传媒类专业教育中的意义

1.1 行业对接的实践平台: 从理论到实战的桥梁

1.1.1 竞赛的育人本质与实践导向

学科竞赛是以实践为核心、以问题解决为导向的育人模式, 其价值在于打破传统课堂的单向输出模式, 通过真实场景模拟推动学生能力进阶。在传媒类专业中, 竞赛主题紧密围绕行业核心需求展开, 涵盖广告创意、视觉设计、播音主持、影视摄影四大领域, 内容延伸至市场分析、品牌策略、文化传播、社会议题等维度。例如, 全国大学生广告艺术大赛要求学生在规定时间内完成从市场调研到创意提案的全流程, 既考验专业技巧, 也需综合运用社会学、心理学等跨学科知识, 形成对行业生态的立体认知。

1.1.2 行业标准模拟与能力补足

实战场景构建, 竞赛通过结果导向的机制还原行业工

作场景。以齐越朗诵节为例, 选手需在经典文本基础上进行二次创作, 兼顾语音标准度、情感表达力与舞台感染力, 这一过程与电视台节目录制、商业活动主持等职业场景高度契合。

专家评审反馈, 行业专家担任评委的点评机制, 帮助学生突破“校园思维”局限。例如, 在影视摄影类竞赛中, 评委可能从镜头语言、叙事节奏、商业价值等角度提出改进建议, 使学生明确自身与职业标准的差距。

就业资源转化, 高含金量奖项(如中国大学生新媒体创意大赛一等奖)可直接作为深造或求职的敲门砖, 部分赛事(如“诵读中国”经典朗诵大赛)提供企业实习直通机会, 助力学生提前适应行业节奏。例如, 某参赛学生凭借广告艺术大赛金奖作品进入知名 4A 广告公司实习, 最终留用并负责核心项目。

1.1.3 短板弥补与长效发展

传统课堂受限于课时与资源,往往重理论轻实践,而竞赛通过高强度任务驱动学生主动学习。例如,在广告策划类竞赛中,学生需独立完成用户画像、竞品分析、媒介投放等环节,倒逼其掌握市场调研工具(如 SPSS 数据分析)与创意软件(如 PS、PR),形成“学中做、做中学”的良性循环。此外,竞赛积累的作品集与行业人脉,也为未来创业或自由职业提供支撑。

1.2 多维能力的综合培养:从技能到素养的跃迁

1.2.1 核心业务能力的深度锤炼

播音与主持艺术专业,通过限时演讲、即兴评述、模拟主持等环节,强化语言表达精准度、声音塑造技巧与舞台表现力。例如,在齐越朗诵节中,选手需在 3 分钟内完成对诗歌的情感诠释,既要把握语连重音,又要通过肢体语言传递意境,这对综合表现力提出极高要求。

广告与设计专业,在创意策划类竞赛中,学生需完成从概念构思到视觉呈现的全链条设计。例如,某大学生广告艺术大赛获奖作品《非遗新生》,通过动态海报与 H5 互动设计,将传统剪纸艺术与现代品牌结合,展现了市场洞察与视觉传达的双重能力。

1.2.2 综合素质的全面提升

创新思维与应变能力,竞赛淘汰机制与高压环境迫使学生突破舒适区。例如,在影视摄影类竞赛中,突发设备故障或场地变更需学生快速调整拍摄方案,培养危机处理意识;而“命题创作”要求则考验学生将限制条件转化为创意优势的能力。

团队协作与资源整合,跨学科团队竞赛(如融合新闻报道策划)要求学生分工协作,整合文案、拍摄、剪辑、数据分析等资源。例如,某团队在报道校园食品安全问题时,通过分工完成采访、无人机航拍、数据可视化等工作,最终作品获省级新闻奖,体现了项目管理与资源整合能力。

文化素养与内容创新,多元主题创作(如传统文化现代化表达、社会热点深度解读)检验学生的知识储备与创意转化能力。例如,在“中华经典诵读讲”大赛中,学生需将《论语》选段改编为短视频脚本,既要保留原文精髓,又要符合年轻受众的传播逻辑,这对文化理解与内容创新能力提出双重挑战。

1.2.3 反馈机制与能力迭代

专家点评与短板暴露,行业评委的即时反馈帮助学生精准定位问题。例如,某学生在播音主持竞赛中被评委指出“情感表达浮于表面”,后续通过参与话剧社排练、观

察生活细节等方式改进,最终在省级赛事中获奖。

资源积累与长期发展,竞赛平台连接学生、高校与行业,形成“参赛-反馈-改进-再参赛”的闭环。例如,学生通过参与中国大学生新媒体创意大赛积累作品集,部分优秀作品被媒体转载,形成个人品牌效应,为未来求职或创业奠定基础。

2 传媒类学生参加学科竞赛的困境

2.1 高水平专业性竞赛参赛率较低

据《2023 中国传媒产业发展报告》显示,播音岗位 62% 的招聘要求中明确提及“省级以上专业赛事获奖经历”。学科竞赛成为连接院校培养与行业需求的关键纽带。

但在播音与主持艺术专业学生中,学科竞赛参与度呈现出“虚假繁荣”的现象。一些娱乐性竞赛(如“校园主播大赛”等各类直播流量大赛)参与率达 85%,而根据 2023 年 17 所高校的调研数据显示,在“齐越朗诵艺术节”等专业类高水平赛事中,播音主持与艺术专业学生参赛度仅为 12%~15%,在民办应用型本科中学生参与度则更低,且部分低年级学生出于“畏难心理”,而回避高水平赛事,导致优质生源流失。

2.2 传统教学滞后于赛事变革

传媒行业是一个不断在自我革新的行业,各种新知识、新技术、新动态层出不穷。在目前的播音专业赛事中,很多竞赛根据时代变化增设“新媒体直播带货”环节,但在大多数学校的课程设置及人才培养方案中,相关课程及专业实践训练中并未设置相关环节。导致学生在参赛过程中缺乏理论性的指导,难以充分展现自身实力。此外,现有的课堂训练多以模拟为主,而竞赛要求真实场景下的临场应变(如现场报道、突发状况处理),学生经验欠缺,且大多数专业教师缺乏行业实战或竞赛评审经验,指导停留在“纠错”层面,难以帮助学生提升作品创意和表现张力。

在诸如“短视频大赛”的很多赛事中,竞赛的规则及评分标准更侧重于视频内容创意、技术制作等方面,对于语言的表达和即兴播放等播音专业的核心专业能力考查较少,导致学生难以发挥自身优势。

2.3 学生跨专业协作能力不足

新媒体时代,社会更多需要的是“复合型主持人”,播音与主持艺术专业的许多竞赛需融合策划、拍摄、剪辑等技能,常需由团队协作完成。而播音专业学生习惯单兵作战,在团队中常局限于主持人这一角色,对其他编导、后期等专业的工作内容和流程缺乏基本认知,缺乏相关技

术训练，因此难以将主持创意转化为可执行的制作方案。学生的跨专业协作能力不足的会直接影响团队竞赛的作品质量和竞争力。

3 优化对策与建议

3.1 重构竞赛培养体系

基于传媒类专业人才培养逻辑，构建“基础夯实—能力进阶—巅峰突破”的分层竞赛体系，实现从“人人参与”到“精英突围”的精准培养。

3.1.1 大一：专业启蒙与基础赛事覆盖

低门槛校赛激活参与，以“朗诵基础赛”“模拟主持初体验”等校级赛事为载体，覆盖全体新生，重点培养“竞赛意识”与“基础技能”。例如，设置“3 分钟即兴表达”环节，通过趣味命题（如“如果我是校园吉祥物”）降低畏难情绪。

学长导师制破局，实施“1 名高年级获奖者 + 1 名专业教师”双导师制，从备赛技巧（如稿件分析框架）到心理疏导（如克服紧张情绪）提供全程指导。某高校试点显示，双导师制使新生参赛率提升 40%，获奖作品质量显著优于单导师指导组。

基础技能模块化训练，将语音发声、稿件理解等基础能力拆解为可量化指标（如“普通话发音准确率 $\geq 95\%$ ”），通过课堂小测、周末打卡等方式强化训练，为大二专项能力提升奠定基础。

3.1.2 大二：专项能力与跨学科融合

细分赛道精准突破，按新闻主持、综艺主持、电竞解说等方向定制赛事，设置“新闻播报 + 即兴评述”“综艺节目创意策划”等复合环节，强化“采编播一体”能力。例如，某院校“综艺主持挑战赛”要求选手独立完成节目策划、现场主持与短视频剪辑，获奖作品直接被地方电视台选用。

项目制实践倒逼成长，强制要求参赛作品融入策划、拍摄、剪辑等跨学科元素，例如新闻主持方向需提交“现场报道 + 后期包装”成片，综艺方向需设计互动环节并模拟观众反馈。教师通过“过程性评价”跟踪学生能力短板，针对性补充短视频运营、数据分析等课程。

行业工具实战应用，引入 AI 语音评测系统、虚拟演播室等技术工具，模拟真实竞赛场景。例如，使用“讯飞听见”进行实时语音转写训练，通过“虚拟主播”软件练习多场景主持，缩短课堂与行业的距离。

3.1.3 大三：高水平赛事冲刺与资源对接

校级选拔 + 精准培育，通过校内赛筛选“种子选

手”，组织竞赛特训营，聘请电视台导演、企业专家等行业专家进行集训。赛制深度解析与趋势预判，建立“竞赛情报库”，整理近 5 年省级、国家级赛事获奖作品，分析评分标准演变（如从“语音标准度”向“文化深度”倾斜），指导学生预判命题方向。例如，2023 年“大学生主持人大赛”增设“非遗传承”主题，提前备赛的团队因融入地方戏曲元素获金奖。

成果转化与就业衔接：对获奖作品进行二次开发，如推荐至媒体平台播出、参与行业展会展播，形成“竞赛—作品—就业”闭环。某学生凭借“短视频大赛”获奖作品入职抖音，负责文旅类内容策划。

3.2 鼓励教师进行挂职锻炼，提升教师专业水平与竞赛指导能力

3.2.1 常态化培训与知识更新

每年选派教师电视台、广播站等媒体跟岗学习，实际参与《新闻联播》《声临其境》等节目制作，掌握直播带货、虚拟主持等新兴技能。例如，某教师通过参与“双十一”直播带货实战，将“流量转化话术”融入教学，学生参赛作品带货 GMV 提升 50%。

竞赛研究专项支持，设立“竞赛指导教研室”，定期组织教师拆解获奖作品，提炼“高分模板”（如即兴评述的“现象—原因—对策”结构）。某院校通过该模式，使教师指导作品获奖率从 15% 提升至 35%。

3.2.2 实战经验反哺教学

企业挂职与项目导入，要求教师每 2 年完成 3 个月传媒公司挂职，参与短视频策划、品牌代言等商业项目，将真实案例转化为教学素材。例如，某教师将挂职期间设计的“国潮品牌推广方案”改编为竞赛命题，学生作品被企业采纳并投入市场。

“双师型”教师认证体系，建立“理论考核 + 行业评价”双维度认证标准，对具备“省级赛事评委经历”“企业项目负责人经验”的教师给予职称评定加分，激励教师向“双师型”转型。

3.3 完善竞赛激励机制

3.3.1 学生层面

学分置换与评优倾斜，学校可以推行“竞赛学分置换”制度，鼓励学生积极参赛专业相关的高水平赛事，获得高质量奖项后可以兑换专业课程学分，同时对获奖学生在评优、实习推荐中给予政策倾斜、进行奖学金评定，激励学生积极参与竞赛。

就业资源深度绑定，与相关企业签订“竞赛优才计

划”，获奖学生优先获得实习留用资格。例如，2023 年“齐越朗诵节”金奖得主直接签约央视少儿频道。

3.3.2 教师层面

教师应将学科竞赛贯穿教育教学的全过程中，充实课程内容，调整教学形式，丰富教学内涵。学校应将竞赛指导纳入绩效考核，将“指导学生获省级以上奖项”列为教师年度考核核心指标，与职称晋升、绩效工资挂钩，切实保障指导教师的实际利益。

专项经费支持，设立“竞赛孵化基金”，对有潜力冲击国家级奖项的团队提供设备租赁、专家咨询等资助。

4 深化校企协同育人

4.1 共建“竞赛工作坊”与实训基地

为弥补课堂教学重理论轻实践的问题，学校可以与电视台、广播站及相关企业合作，共建“竞赛工作坊”，引入行业评委参与校内竞赛选拔或与企业共同组织竞赛，邀请行业专业对教师及学生进行培训和指导。

企业命题真实场景，与相关企业合作，将“品牌营销案”“直播带货策划”等商业项目转化为竞赛命题，企业提供数据支持与评审反馈。例如，某“短视频大赛”联合抖音发起“非遗传承挑战赛”，学生作品播放量超 5000 万次。

双导师制常态化，企业专家与校内教师组成“1+1”指导团队，企业导师负责市场洞察与创意落地，校内教师保障专业规范。某工作坊通过该模式，使学生作品商业转化率提升 25%。

4.2 行业资源深度整合

学校可以联合其他高校、企业共享设备库（如虚拟演播室）、案例库（如获奖作品全集）与专家库（如省级赛事评委名单），降低资源投入成本。

竞赛成果产业化，对优秀参赛作品进行 IP 开发，如签约出版、改编网剧、开发文创产品等，形成“竞赛－创作－收益”闭环。

5 结语

传媒类专业学科竞赛作为连接理论教学与行业实践的重要桥梁，其育人价值已超越单纯的技能比拼，成为推动应用型传媒人才培养模式改革的核心抓手。本文基于产教融合视角，以播音与主持艺术专业为例，系统剖析了学科竞赛在提升学生专业能力、创新思维与职业竞争力方面的多维作用，揭示了其通过真实场景模拟、行业标准对接和资源转化机制，有效弥补了传统课堂“重理论轻实践”的短板。

参考文献：

- [1] 马梦琦,王美. 竞赛驱动下高等体育院校舞蹈表演专业实践育人价值、机制与路径探索[J]. 体育科技文献通报,2024,32(10):191-193+216.
- [2] 魏薇,黄锦熙,于辰飞. 新课标背景下学科育人的价值、目标和实践路径[J]. 辽宁教育,2023,(17):5-10.
- [3] 李晓彦,聂伟. 基于学科竞赛的创新型传媒类应用人才培养模式探究[J]. 美与时代(下),2023,(09):59-62.
- [4] 霍楷,魏歆彤. “双一流”背景下艺术类学科竞赛育人成效研究[J]. 科学咨询,2023,(04):54-56.
- [5] 云松,刘巧云. 新文科视域下传媒类专业协同育人模式的探索——以广告学双创人才培养为例[J]. 质量与市场,2021,(03):142-144.

基金项目：陕西省“十四五”教育科学规划 2024 年度课题《新文科背景下影视传媒类专业的实践教学体系的重构与探索》（课题批准号：SGH24Q361）项目研究成果。