

产教融合视角下传媒教学人才培养模式研究

仲家润

烟台科技学院, 中国·山东 烟台 265600

【摘要】新形势下媒介行业的变革倒逼传统的传媒教育, 如何以满足媒介行业人才的需求是传媒教育的关键点, 而产教融合能够作为一种将教育教学和行业需求充分结合的过程, 通过校企合作的方式, 实现学生与媒介场景接触, 并培养学生的实际应用能力和就业能力。本文从产教融合的实践方式、课程的设置与产业的结合、优化校企结合的方式等几方面浅析媒介产业教学的提升。

【关键词】产教融合; 传媒教育; 校企合作; 课程设置; 人才培养

引言:

每个时代的转变, 教育都可以映射一二。而今天的传媒产业正处于一轮巨大的转变当中: 从报纸杂志到手机端、从单向内容传播到内容生产和传播, 行业的转变呼唤产业人才教育方式的转变。而教育体制的逐渐变革, 无疑是给予了改变的契机。产教融合作为一个大有可为的词被教育和产业圈接纳了。他不是对传统教育方式的一次深刻反思, 而是给对未来的培养方向的一次定义。在产业和教育的交锋中, 真正的难题不是培养出多大的专业人才, 而是人才的培养能带动什么样的创新, 能培养出什么样的与时俱进人才。

1 产教融合视角下的传媒教育概述

产教融合是传媒教育无法割裂的社会活动实际需求, 尤其是当信息技术日新月异、媒体应用日新月异的现在。在当前形势下, 传媒教育与生产的关系, 不只是知识的传授, 更是多角度的素质教育, 着眼未来的教育, 必然更加灵活、更加开放, 更能够展现产业发展的实际形态和发展要求^[1]。这是对于学生教学创新能力、创新思维要求的改革和创新, 它是不是传授技巧, 而是发挥学生的智慧, 适应产业的未来发展要求, 培养学生未来的软实力。

2 产教融合过程中面临的挑战

2.1 教育体系的转型压力

教育变革并非是对现有课程的替代, 而是一个思想文化方面的革命过程。过去教育模式尤其是传媒教育模式过于偏向知识的传授, 忽视对社会经济发展需求的对接。随着科技进步及社会发展对教育提出更新要求, 在短时间内教育制度要实现创新, 但改革面临着体制内难以突破的思维惯性, 因学校大多习惯传统的教学模式和思想, 缺少改革魄力; 教师队伍结构与现实脱离, 教师多缺乏实践技能,

学生所获得的知识和技术较为落伍^[2], 教育体制改革亟需丢掉原有的套子, 敢于改革, 以学生为本, 强调对理论的实际性融合, 摆脱单向性的知识传授模式, 将学生自身品质和实际工作能力形成教育的核心理念。

2.2 企业、院校合作的障碍

校企合作中的障碍往往是校方和企业目标不一致和合作深度不够。对于企业来讲, 参与教育项目耗费大量时间和精力、资源, 而且通常对企业来说, 参与教育是负担性的。很多企业很少具有参与教育活动的热情, 尤其是在人才紧缺、运营困难的情况下, 企业往往很难承担过多教育责任。学校一方在与企业合作中也存在不少障碍, 一是学校与行业联系不够紧密, 合作内容比较浅薄, 很少深入持续的深度合作^[3]。校企合作要打破现状, 需要双方从满足需求做起, 结成持续的长久的合作关系, 设定一致的目标和责任分工。

3 产教融合视角下传媒教学人才培养模式研究

3.1 产学结合的具体方式、效果

所谓的产学, 关键不在于它们是不是两个系统或者两个渠道。其实, 可以设计的实现手段可以有很多: 项目对接、定期企业讲座、企业导师制、每学期末的实习考核, 使学生们不再限于在学校里遨游于理论的大海之中, 更可以在实践的大浪中感受大千世界的潮起潮落。他们所起到的效果并不是简单的对学生实践能力的培养, 更是视野的拓宽, 脱离单一的课堂学习模式, 真正感受行业的起起落落, 从最前端获取第一手的实践资源, 从而为人才培养输入具有更高活力的创新意识。而产学的真正有效实施, 是在整个合作模式和深度上不断改变的过程。企业作为生产者和教学资源的提供者, 同时也是学生发展职业的引路人, 教育机构自身需要从本身教学的课程设置、教师角

色定位的调整,到学生的培养目标上做出更深的反思和调整^[4]。如果能够有效打通教育和行业的壁垒,那么,产学结合这一模式将不再是纸上谈兵,而是切实地为未来的传媒行业输送具有活力的血液的一条通道。

3.2 课程设置行业需求的融合

课程安排是产教融合最直接的反映,行业需求融合是产教融合能否取得成效的“试金石”。目前大部分传媒类院校的课程编排依然停留在传统的学科型理论课程体系中,丰富多样的课程类型,导致其缺乏与行业发展实际需求的紧密结合。行业不断发展不断变化也势必要求教育的内容可以更有弹性更加前瞻性。因此,课程编排需要更加灵活更加具有实用性,动态式的课程调整以及学科间的合并使得学生在毕业后能够与行业的不断发展变化趋势相对应。简单来说课程的设置并非仅仅需要重视基础理论知识的灌输,行业形势的表述应当是不可或缺的一部分。像数字营销、新媒体运营、人工智能与大数据在传媒行业中的运用等都是近年的热门课题。通过对一些行业热门话题的课程设置,不仅学生可以学到更新更快的科技与工具,在实际的实战应用中去解决真实问题,而产生具有创新思维的实战型人才,另外通过课程的不断更新,不仅仅只局限于教学内容的不断更新,更是学生未来发展方向的引导。另外在课程的编排上应更加个性化多样化^[5],缺乏选择性的课程结构不能满足学生不同的实际要求,更多选择课程可以按照学生自身的兴趣爱好能力以及职业规划进行合理的编排,每个学生都能够在自我发展的路上找到最合适自己的位置。这样多元、有厚度的课程安排,可以达到让学生不惧变动、具备创新素养的目的。

3.3 校企合作模式的改进优化

企业对学院的支持,即产教融合的质量,取决于校企合作的深入程度。然而,目前大部分的企业与学院的合作都处于表面的合作项目上,学生顶岗实习与某些课程内容的提供上,深度合作的程度和参与的广度还远远不够。如何更好地提升校企合作水平,实现更深入的产教融合,是校企合作亟待解决的问题。要寻求解决这个问题,最根本的关键在于改变校企合作的主体地位与方向问题,完善校企关系,在解决校企合作的问题上要提升企业由“资源提供商”向“教育合作者”的地位转换。成功的校企合作模式应是相互合作共赢的。企业的参与不仅仅包括向学校提供一定的实际案例或者工作岗位、提供技术支持,还应

当包括与学校一起共同设计课程,具体设计培养方向和培养目标、教学实践活动的内容等等。学校要有意识地与企业一起设计、安排课程的内容,应当加强教育机构对学生学习及生活上的双重教育。校企不仅仅是从学校的企业实习学生、教师等展开一系列的校企项目合作,还应该从更多资源和利益的组合方式上加以突破,站在企业及企业的角度,从多方位展开一些教育教学上的合作,联合开展科学研究项目或技术项目、研究和制定行业标准和技术指标等,甚至在更大的框架上从“学”到“教”,从“理论”到“实用”(课堂上教师的培养,提高对人才的培养质量)^[6]。校企合作,在优化模式的基础上建立长期、稳定的合作关系尤为重要,单纯基于短期的利益合作并不解决长期的教育体系对行业的需求等问题,而学校与企业建立战略伙伴关系,则可以向企业倾斜更多的教育资源,将理论及理论体系课程设置中的“学习”调整为“应用”。在持续稳定的合作机制建立后,校企双方才能在实质合作中谋求到合作共赢的长远利益,为学生的教学与就业开辟更加广阔的前景。

结束语:

综上所述,产教融合绝不是教育补充产业那么简单,也不是产业对于技能的一种吸收,它更应该是一种思想观念上的交流和碰撞,是把产业的知识思维转化为教育者思维方式的过程,是需要我们自己去主动理解教育和产业发展之间的关系。也是我们应该向未来传媒发展的趋势去设计、规划更具前瞻性且贴合未来发展的内容和培养计划的过程。

参考文献:

- [1] 张晓明. 产教融合视角下的高职教育改革与发展[J]. 教育研究与实验, 2020, 38(04): 72-75.
- [2] 王莉娜. 产教融合与传媒教育模式的创新发展[J]. 现代教育技术, 2021, 31(09): 48-51.
- [3] 李鹏飞. 校企合作在传媒人才培养中的应用探索[J]. 中国传媒大学学报, 2022, 23(02): 101-104.
- [4] 陈洁. 产教融合背景下传媒学科教育发展路径探析[J]. 高等教育研究, 2021, 42(03): 56-59.
- [5] 刘华. 产教融合模式下传媒专业课程体系的优化与创新[J]. 教育科学, 2022, 39(01): 34-37.
- [6] 赵凯. 传媒行业需求对高等院校教育内容调整的影响[J]. 高等教育发展研究, 2020, 41(06): 122-125.