新时期基于校企合作模式的高职传媒类专业应用型人才培养研究

龙涵嫣
长沙民政职业技术学院　湖南　长沙　410000

摘　要：随着新时代的来临，国家对传媒类创新人才的不断加强，我国逐步形成了大学与工作单位合作培养人才的教育模式，此种教育模式也是中国人才培养的未来发展趋势。基于此，本文章专门就新时期背景下基于校企合作模式的高职传媒类专业应用型人才培养课题展开了研究论述，谨供参考。

关键字：校企合作；新媒体专业；人才；发展路径

Research on applied talents training of media major in higher Vocational Colleges based on school-enterprise cooperation mode in the new era

Hanyan Long
Changsha Civil Administration Vocational and Technical College，Changsha City of Hunan Province，410000

Abstract: With the advent of the new era, the state of media innovation talents continue to strengthen, Our country has gradually formed a university and work unit cooperation training talent education model, this education model is also the future development trend of Chinese talent training. Based on this, this article specifically on the background of the new era based on the school-enterprise cooperation mode of higher vocational media professional application-oriented personnel training topic launched research and discussion, for reference.

Keywords: School-enterprise cooperation; Major in New media; Talent; Development path

引言：

伴随着高职院校课程的改革和优化，培养复合型人才已然成了我国高等教育当前的重点课程目标之一，当学校探索一些更加合理的新教学方法，培育应用型人才的新途径之际，校企合作已日益显示出了其优势，而通过校企合作模式培育应用型高职传媒类专业人才的新教学方法，也已然成了学校当前培育高水平质素地方性应用型人才培养的一条有效途径。

一、校企深度合作原则

1.校企合作及工学融合原则

要想学校得到更多的发展机会，校企双方就应该开展深层次合作，把社会实践和教育理论加以有效融合。只有通过校企双方进行深入合作，企业才会提供给学校的学生更多的社会实践项目并加以培养，同时学校也可以确保在培养过程中企业人员能够深入参与，同时学校老师们也能够得到更多的机会组织企业学员到公司内部行业中开展社会实践，这样便可达到学生、教师和企业的双赢。

2.校企合作互利，市场化运营的方针原则

因为企业介入了其中，所以政府一定要注意并坚持企业市场化政策。只有在企业的投入，才可以确保他们在社会生产实践中真正融入，让他们的社会知识能力与职业素养得以良好养成，最后，在实现市场化运营平台上，也可以确保企业和校方均取得利润，以此推动校方与企业双方的长久稳定关系。

二、校企合作介绍

校企合作，是指由高职院校和中小企业相互之间形成的某种合作。当前的国际竞争正在加剧，在教育

领域，大中专学校和职业教育学校应寻求企业优势，狠抓人才培养质量，通过院校与企业联合的形式，有效的为中小企业培训技术人员，强调人才培养的实践性和教学效果。而校企合作则是一个强调人才培养的质量，强调毕业生在校实习和企业实践，强调院校和中小企业相互之间资源、技术共享的"双赢"协作模式。校企合作做到了为中国社会经济蓬勃发展之需求，与国际市场衔接，与企业管理协同，以实际和理论相结合的全新理念，为中国教育产业蓬勃发展提供了又一个春天。二零一七年10月18日，习近平主席总书记同志在十九大汇报中提出，健全职业教学与职业培训体制，加强产教融合、校企合作。提高国际化学校水平与全球一流学科的创建，促进高职院校内涵式成长。完善国家补助机制，引导绝大多数城市新增人口接受中学阶段义务教育、更多参加高等教育。扶持和规范社会组织举办高等教育。做好师德师风建设，努力培养优秀教师，推动整个社会尊师重教。做好教师继续教育，推进构建学习型社区，大力提高教师国民素质。

三、现阶段校企合作模式的高职传媒类专业应用型人才培养模式现状

1.实践环节课程流于形式

实践性教学是新闻传媒类专业课程框架系统的主要部分，是为学员夯实基础知识和培养实际动手能力而设定的，分为课程设计和教学实践组成环节二个部分。而校企合作则是指高职院校和企业之间充分发挥对方的优势资源开展全方位联合研究，以提高人才培养规格与品质的合作方式。学生能够通过主动进行企业实践，以便更有效地提升自身整体素质和在社会竞争中产生更多的优势。不过，受实践教学时长和指导老师等现实条件的约束，学生实践活动往往走马观花，根本无法深入全面地开展。总之，实践性环节的教学常常流于意识形态，达不到学生实际能力的发展需要。

2.教师行业阅历严峻缺乏

高职院校传媒类专业的老师是高职生专业知识教育入学的重要指路人。传媒类专业老师的领域眼光、专业知识、讨论技巧都很直接地关系了人才培养教学质量。但目前中国高职院校的传媒类专业老师大部分都从本科一路念到了博士，或者在大学毕业后直接成为了传媒类专业高职院校教师，基础上缺乏一个传媒专业知识的教育经验，不管从事教育行业或者研究工作，都始终和行业隔着一段距离。而且传媒行业也受到了信息快速发展的极大影响。信息的迅速更新导致了行业迅速变化。高职院校里简单的传媒基础课程，仅仅培养了学生初步的传媒理论素养，没有很好地应用到企业实际当中。当前高职院校里普及展开校企合作，聘用业内指导老师，但是受到学校和企业自体系的局限，外聘的业内指导老师来校“蜻蜓点水”式的讲授明显不能完全适应人才培养的需求。

3.学生人文底蕴积淀不够

当前我国高职院校多媒体专业中新型传媒已是信息传播领域中新的研发领域，并逐渐更加偏重技术应用，图像处理、音频编辑、APP小程序开发、H5制作等新技术已经远远超越了以往的新闻和媒介采、编、播一体化工作的技能需求，同时高职院校更加热衷于信息传达技术的教育，崇尚新兴科技也成为潮流。受技术化发展趋势的影响，传统的新闻与传播学中的人文属性也开始发生了削弱的现象，直接使得在传播中产生了个人价值的削弱，进而产生了对社会整体人格价值观的削弱。但从传播行业发展的历史而言，在信息内容传递过程中技术是主要工具与载体，而信息内容则是主要内容，所以传播的基本过程便是将信息内容经过设计并运用技术载体传播给观众，这一流程中，通常所传播的信息内容都需要先经过设计以构成特定群体中所要求的信息内容，而技术工具和信息载体的使用也都需要通过设计来完成的。从这种含义上来看，信息传播属于典型的创意设计行业。由于创意的实现往往需要丰富的历史文化底蕴，缺乏丰富的传统文化积累和现代社会素养，信息设计将会流于形式化而苍白无力，信息传递的基本流程也将会变得刻板僵硬。

4.人才评价校企错位过大

人才培养评估是高职院校培训人才的指挥棒，对高职院校培训人才规划、教学打算、培训管理模式产生决定性影响。高职院校媒体领域广泛使用规模化的人才培养方式，造成长期存在分类评估不够、考核指标单一、考核方式趋同、考核社会化程度不够的问题，对人才的培养仍在以往的一个专业水平上徘徊，人才培养计划、教学打算、培养模式固定，灵活性欠缺，不利于媒体领域企业人才培养创新和独特化发展的需要。而新传媒产业的人才评价是根定于据产业长期发展的实际需求，并随着科技的创新迭代而变化，“一专多能”的全媒体技术是其首要标准，不但要求“一招鲜”，更要求“百招全”。整合媒介现代传播企业最需要的媒体人员，不仅要熟悉资讯、影像、图片、文字、音乐、平面、客户端

等传统的细化能力，也要具备整合媒介设计、运营技巧，擅长整合内容的各类型信息输出，能力同时熟悉各种媒体的整合传播方式。对传媒人才的供应端院校与需要端的传媒行业的培养评价指标加以对比，彼此错位，明显不利于学校传媒人才质量提升，也不利与传媒行业的发展前景。

四、传媒类专业校企联合人才培养模式路径

1.打造“双师双能型”教师队伍

随着现代的社会发展，“双师双能型”教师已经占据着主导地位，特别是对传媒类专业校企有着重要意义。“双师双能型”教师一方面有着素质和修养，另一方面还有传媒类的实践经验和职业技能，拥有着理论和实践的全面教学能力，更凸显传媒专业的魅力和专业性[1]。在各领域高速发展的环境下，传媒类高职院校必须大力鼓励老师学习科技先进技术和领先教学，传媒类教师更应该自主学习，参加传媒类高峰论坛、全国新媒体实战峰会、传媒大师特训营等等，来不断提升自身能力和经验，一定要做到与时俱进。把最先进的教学方法，最先进的科学成果带给传媒类专业的学生，让学生们可以更加有兴趣的参与学习当中。教师的实践能力可采用“走出去”+“引进来”的新模式，“走出去”就是教师可以走出校园，走进当地的电视台、走进当地的广播电台和报社等。“引进来”就是将电视台、广播电台和报社等有着丰富的经验的人员和技术类人员请进校园，来担任实践操作的教师。从这样看来，就可以达到让传媒类学生在校园内就可以掌握传媒类专业的实践经验和技能，可使学生在毕业了之后，很快的融入工作环境当中去，并可以成为视野宽广的传媒类专业人才。

2.学科建设

高职院校媒体专业学科建设应根据专业发展需要，在学科建设方面进行顶层设计，破除学科封锁，以提高媒介素养为方向，在原有学科领域加入全媒介技术。课程实施要不求其全，而求其专，以实用性为上。同时要完善教师培养方案设计，形成综合应用型的教学体系。要全面利用校内外教学资源，充分发挥外聘老师的专业技术资源优势和校内学科老师的基础教学资源优势，打造“联合创作”项目式教研队伍，共同研发项目式教育课题。把传媒公司实践工作纳入课堂教育当中，强调“真题真做”，以工作推动课堂，以工作评价课堂，不断巩固实战型教师的建设阅历。在实际课程中，支持学生利用微信等公共平台、微博、头条号等新媒介传播网络平台开展基本实验，利用实践理解和掌握新型媒介传播的基本规律，把理论学问转化为实际能力。引导学生尝试学校组织的校园传媒企业化运营，培养学生的传媒经营管理才能[2]。高职院校媒体开展的业务课程体系建设，要充分利用从国内外招聘教师等源自行业的全球化视角，积极吸收国际化的智力和资源，在学科建设中着重提高学校教师参与全球媒体市场竞争的能力，为媒体产业培养国际化优秀传媒后备人才队伍。

3.校企合作发展的建立

现阶段互联网发展迅速，新闻学、网络传媒学、广播学的融合趋势也“愈演愈烈”，这样也导致新媒体的人才逐渐凸显出来，因此，传媒专业人才更加需要传媒专业的思维和能力，根据现时代发展的需求，传媒类专业院校要对学生们进行“技术”和“人文”的双效培训,要实现“一加一大于二的成果”，应做出特色院校和高水准高职院校。第一，可建立校企合作平台。在传媒高职院校内建立合作平台，并为媒体企业场地和设备，媒体企业提供学生的实践平台和市场真实接轨平台。可采用校企互动、设备共摊共享等模式来达到高职院校与企业双赢的局面。第二，可采用合作办学模式。传媒高职院校可传媒企业进行合作，并建立专业的培养模式。可参考“2+1”培养模式，在校2年学习基础专业知识和规定课程，传媒企业可作为辅助。在传媒企业1年，传媒企业可采用实训、专业人员授课以及更为创新的方法，进行对学生实践和经验加固[3]。高职院校这时就需要辅助传媒企业，将高职院校优秀教师、优异的研究成功、教学经验等带入传媒企业进行融合。这样就可以将教学环境和实践环境融合在一起，比传统单一的培养人才模式更加贴合现实。

4.与区域文化相结合

传媒类专业对实践教学是十分依赖，因此，应根据传媒高职院校的教学特点和环境，将本校所在区域内的文进行结合，例如区域内的历史、旅游、传媒文化等。教师可就地取材，即弘扬了区域内的文化特色，有增加了学生的学习兴趣，又可以做到文化共享、资源共享的融合。

可使学生把传媒知识和技能当作爱好进行对实践课程进行加深[4]。最终在新时期的情况，可使高职传媒类专业人才培养更上一层。

五、结束语

人才是传媒领域的第一生产力，传媒领域的高速变

革对高职院校的传媒教育提出了巨大的考验，高职院校的传媒教育需要紧扣行业变化需要不断打破自己的局限。在师资队伍、学科建设、办学资源、培养与标准等角度大胆打破当前现状，借此来顺应信息融合媒体发展对人才的新态势，推动我国信息传媒领域的全面高速发展。

参考文献

[1]张佳妮.应用型高校传媒类专业校企合作的人才培养模式研究[J].科技传播，2019，11(02)：196-197.

[2]徐震华.新时期校企合作应用型人才培养模式研究[J].科技资讯，2018，16(35)：192+194.

[3]刘安军,王淑荣,查道存, 企业管理视角下高职影视传媒类专业校企合作的机会分析与模式选择策略——以某传媒类高职院校为例[J]. 佳木斯教育学院学报,2012(6):199-201.

[4]刘昀. 校企合作背景下高职院校高职传媒教育的改革与探索[J]. 文艺生活,2021(11):276-277.

课题名称：新时期基于校企合作模式的高职传媒类专业应用型人才培养研究

课题批准号：XJKX20B072

基金项目：湖南省教育科学研究工作者协会课题