

# 政产学研协同培养传媒人才的 资源互动共享：阻滞与疏通

李文冰

(浙江传媒学院浙江省传播与文化产业研究中心, 浙江杭州 310018)

**摘要:** 国家建设发展的需要和传媒业的变革对传媒人才培养提出了更高的要求。自我发展能力、知识融通和创新能力及职业适应力和胜任力等传媒人才核心能力的提升需要政产学研间育人要素与资源互动共享。因存在协同目标的分歧、培养过程的隔离、政策制度的短板、资源支持的缺乏等问题, 在协同培养传媒人才的过程中, 政产学研间资源互动共享路径不通畅、合力不足。为培养能够担当民族复兴大任的高素质传媒人才, 必须建构政产学研协同培养的目标愿景, 建立政产学研协同培养的组织架构, 搭建政产学研协同培养的有效平台, 优化政产学研协同培养的育人体系, 形成政产学研协同培养传媒人才的新发展格局。

**关键词:** 传媒人才; 核心能力; 政产学研协同; 资源互动共享

**中图分类号:** G642

**文献标识码:** A

**文章编号:** 2096-8418 (2022) 03-0107-08

深化产教融合, 促进教育链、人才链与产业链、创新链有机衔接, 既是国家贯彻新发展理念的战略举措, 也理应成为高等教育领域提升人才培养质量的改革重点。在媒体深度融合背景下, 高校在传媒人才培养过程中也在自觉或不自觉引入政府、产业以及科研院所等利益主体来重塑自己的人才培养模式, 通过多方协同产教融合, 推进传媒人才培养目标和价值的进一步确立和延伸。但多利益主体的存在也会导致政产学研资源互动共享由于受追求目标、制度环境以及特定的运行逻辑等因素的制约而受到阻滞。消解政产学研协同培养传媒人才的利益张力, 需要建构共同的规范、目标诉求和领导框架, 促进资源互动共享, 形成多主体合作培养传媒人才的体制机制, 从而全面提升传媒人才的培养质量。

## 一、应然：传媒人才核心能力的培养需要政产学研间资源互动共享

能力是社会个体根据专业角色和职责, 通过使用和整合知识、技能、判断力、态度和个人价值观, 从一系列事件中做出有意识选择的能力。<sup>[1]</sup> 传媒人才核心能力是指面向传媒业的现实需求和未来发展, 处理传媒行业产业特定问题的能力, 包括自我发展能力、知识融通和创新能力、职业适应力和胜任力等。政产学研各利益主体需要通过建立特定关联, 主动填充传媒人才核心能力培养中缺失的资源, 积极融入传媒人才培养的全过程, 实现传媒人才核心能力培养范式的全新变革。

### (一) 传媒人才自我发展能力的培养需要政产学研多主体协同

基于媒体融合的知识认知范式、思维模式及由此架构起来的知识素养和专业能力, 是传媒人才自我发展的力量之基。全程媒体、全息媒体、全员媒体、全效媒体“四全媒体”格局的形成需要传媒人

才具备怎样的知识结构和素养?在媒体融合影响下如何培养采写编评和摄制传播一体化所需要的各种技能?传媒领域大数据、人工智能、算法推荐、元宇宙等日益复杂的新概念、新技术、新应用的出现为传媒人才培养带来了哪些机遇和挑战?这些系统复杂问题的解决要求传媒教育不仅仅局限于在校园内提供高度规范的基于能力培养的课程<sup>[2]</sup>,而应基于政产学研资源互动共享和协同培养,给学生提供更加丰富的学习资源和更加广阔的学习空间,让学生在媒介发展和社会变迁的实践中提升知识素养和使用科学方法解决实际问题的能力。

家国情怀和社会主义核心价值观,是中华民族的文化精髓和精神支柱,是传媒人才自我发展的精神之源。只有弘扬家国情怀、践行社会主义核心价值观,才能让个人的社会发展走得更远。立德树人是教育的根本任务,传媒类专业独特的专业属性决定了传媒人才培养必须把政治方向摆在第一位,人才培养必须强化价值导向、价值引领。培育家国情怀和社会主义核心价值观需要从文化基础、自主发展、社会参与三个维度着手。在传媒行业产业发展中,通过跨利益主体教育和协作的专业实践和社会参与,传媒人才价值观的引导和培养能够得到强化。比如在与政府的资源互动共享中得到思想资源尤其是红色资源的注入,在参与主流媒体的实习实践中让学生心怀“国之大事”,在与产业的协作中培养学生的自信心、自豪感与自主性。

“文以载道、求真务实”的责任与担当,是传媒人才自我发展的立身之本。2016年2月19日,习近平总书记在党的新闻舆论工作座谈会上,提出了“高举旗帜、引领导向,围绕中心、服务大局,团结人民、鼓舞士气,成风化人、凝心聚力,澄清谬误、明辨是非,联接中外、沟通世界”48字党的新闻舆论工作职责使命,这是新时代新闻舆论工作的根本遵循,也是传媒教育在舆论环境、媒体格局、传播方式发生深刻变化形势下的政治自觉和方法论。但未来传媒人使命感和责任感的培育和养成,不是灌输和说教所能达成的,而是需要在更加开放、广阔的视野下,拓宽育人资源,寻求教与学的转型。政产学研间的资源互动共享建立了一个可持续的关系网络,协同培养的合作文化使学生通过得到尊重和信任确立起自信心和自主性,由于拥有工作朋友和分享成果而感到满足和自豪,在感受产业变革、感知社会需求和感召时代精神中激发紧迫感和使命感,形塑责任担当。

## (二) 传媒人才知识融通和创新能力的提升需要育人要素与资源互动共享

2020年发布的《新文科建设宣言》指出,新科技和产业革命浪潮奔腾而至,应对新变化、解决日益综合化复杂化的社会问题亟需跨学科专业的知识整合和融通。随着媒体融合的纵深推进和智能化发展,大数据、虚拟现实技术、人工智能渗透到信息采集、加工、传播和媒体运营各个环节,文理交叉、技艺融合的多学科多领域知识融通和创新能力对传媒人才培养尤显重要。传媒专业涵盖了包括新闻学、传播学、广播电视学、播音与主持艺术、广播电视编导、影视摄影与制作、数字媒体艺术、数字媒体技术等在内的几十个专业目录,传统培养模式受单一型媒体人才培养理念和有限资源条件的约束,往往过于强调专业性而忽视复合性,已难以适应行业日新月异的发展变化,打破知识壁垒、实现革故鼎新、推动融合发展是传媒人才培养的必然选择。

政产学研间的育人要素和资源互动共享,是学校与政府、校内与校外、专业与行业资源连接融合的过程,这一过程对学生融合型知识能力的形塑具有巨大影响。一方面,政府政策引导、产业项目孵化、科研院所积极推动传媒信息技术合作攻关,这些育人要素的充分流动和被使用,创造了传媒人才培养的新流程,人才培养更加综合化,团队合作更加多样化,知识更加跨学科化;另一方面,多方利益主体人员双向互聘、实验室合作共建、课程联合开发、人才联合培养等资源互动共享,能够推动原有传媒专业提升改造和培养模式创新,从而使学生知识体系的融合重构与传媒行业的高速发展及产业转型升级相适应。

传媒人才创新能力也需要在政产学研资源互动共享中得到提升。“与创新相关的活动正在成为许多工作职能的重要组成部分”。<sup>[3]</sup> 传统的传媒人才培养往往被框定在自成体系的学校课程和校内实验室中，虽能开展丰富的理论和出色的实验训练，但由于对传媒产业前沿发展和人才需求信息掌握不足，往往存在人才培养重点不突出的问题。大部分传媒专业学生缺乏传媒一线工作经验，在实际工作中解决复杂问题的创新能力较差。打通政产学研育人要素和资源互动共享的渠道，多主体协同为传媒人才提供研究性学习和实战锻炼的机会，勾连起学生学习和研究的课题与政产学研之所需，搭建起智慧学习工场，将人才培养链条延伸至社会和行业产业一线，甚至让部分学生直接在传媒行业产业中完成毕业论文和项目，这是提升传媒人才创新能力的必要条件。

### （三）传媒人才职业适应力和胜任力的提升需要锚定行业产业新实践

职业适应力是个人在不一致、复杂和不断变化的环境中改变或适应职业的能力，它是高素质传媒人才核心能力的重要组成部分。这需要通过提供将课堂学习融入实践的机会，为学生的学习配置资源和实践老师，指导学生发展知识、技能和批判性思维。传统上，这些实习实践主要是通过将每个学生与一个企业、机构或团队相匹配，并为学生分配一名实践教育者或教师来帮助学生整合和应用知识、技能和价值观来实现的。<sup>[4]</sup> 在这种模式下，行业企业只是为学生提供适应职业的模拟岗位，参与办学的程度并不深。传媒业态的裂变式发展和经济社会的深刻转型对这种模式提出了新的挑战，要求传媒人才培养必须结合传媒业发展的新动态，锚定媒体融合新动向，通过重点解决合作目标不明确、合作机制不顺畅、价值评价不一致等问题，重塑政产学研合作共同体，重构学生实践教学平台和场景，提升传媒人才的职业适应力。

职业胜任力的提出源于1973年哈佛大学教授McClelland发表的《测量胜任力而非智力》的文章，指在某一职业中能将卓越成就者与普通者区别开来的可测量的个人深层次特征。关于职业胜任力理论的持续探讨主要体现在内涵分析与模型构建上。<sup>[5]</sup> 职业胜任力的概念虽出自工业化和现代化一线工作环境中，但导致其受追捧的许多因素在传媒人才培养过程中同样可以加以识别。例如，快速变化的、动态的传媒环境以及基础科学知识和技术领域的进步使得仅靠知识、技能、态度来定义全部专业能力不再可能。政产学研及整个社会不断重新定义传媒人才的职业胜任力，传媒业态的发展需要有处理能力各种专业任务、愿意承担新的专业角色并具有终身学习能力的有竞争力的从业者，与网络虚拟世界的交互能力、应对风险能力、团队合作能力、应变创新能力等多种能力成为传媒人才职业胜任力的核心。这些能力的培养有赖于政产学研多元主体协同发力，通过提供岗位情境教育来提高传媒人才职业胜任力的实践水平。与此同时，政产学研各利益主体在传媒人才专业实践培养方面变得越来越有效度，传媒人才也在这个环境中重新定义了自己成为优秀职业人的首要元素——改变学习，建立和维护学习的能力，正确处理个人和组织的关系以及如何在适当的时候做出决定。

## 二、阻滞：传媒人才培养过程中政产学研资源互动共享的现状

长期以来，政产学研之间资源互动共享的重要性被广泛认可。纵观工业化国家的经济和创新水平，就会发现他们的效率源于创新人才培养资源的生产及其在政产学研中的使用，从而在全球市场上获得竞争优势。政产学研间的合作可以促进知识转移并刺激新知识和技术的产生<sup>[6]</sup>，经济发展面临的变革压力使得资源互动共享的有效性取决于各利益主体在协同培养人才中的合作情况。当这种合作越来越活跃时，政产学研对区域创新体系建设的影响更大。创新——及其对经济的贡献——在当前的政府议程中越来越重要，世界各地的高校也都在寻求通过政产学研合作的方式将不同学科的知识结合起来，为人才培养带来创新创造力，并为社会和产业最持久和最复杂的问题找到强大的解决方案。但是，因面临认知挑战、现实压力和缺乏相关资源的支持，在协同培养传媒人才方面，政产学研资源互动共享面

临诸多阻滞性因素。

### （一）协同目标的分歧和培养过程的隔离

就目标而言，传媒人才培养在涉足政产学研协同时，思维观念大多难以实现向协同方向转变。旧有的传媒人才培养思维不能实现从碎片化思维转向整体思维、从单纯的理论研讨转向理论与实践相结合的探究。对于传媒产业来说，急需解决的实际问题是坐在教室和实验室里无法想象的，产业更关心技术成果能否快速转化为应用、能否产生更高的利益、能否满足客户和市场的需求。高校和科研院所关注的是教职员的研究水平有多高、是国际还是国内的佼佼者，往往不能很好地从产业一线的角度看待问题，创新思维、创造能力缺乏，不能实事求是地通过把握传媒产业发展趋势更新自身知识结构，提高分析解决实际问题的能力。政府在创建学科目录的过程中，不能有效地根据新领域或产业发展变化，特别是技术的发展来设置合理的学科目录，一些跨学科项目往往存在于高校和科研院所层次结构的间隙空间中，而传统的学科目录和资源通常不适用于产业发展的现实。

就培养过程而言，高校课程体系不够灵活，难以适应政产学研协同培养传媒人才的要求。高校传媒人才培养依赖于其教学体系及课程的开发，课程内容、教学体系特别是实践教学体系与当地传媒产业相匹配的程度是实现政产学研协同育人和高校在其中发挥作用的关键因素。但是，高校课程内容往往跟不上传媒产业发展的需要，很少有业界课程的注入，或实践教学依据的不是传媒产业的前沿需求，与当地传媒产业的创新要求之间经常存在不匹配现象。这种传统课程体系限制了高校在刺激资源共享互动以培养传媒人才方面发挥核心作用的潜力。

研究和创新激励不足，影响政产学研协同培养人才的质量提升。高校和科研院所是政产学研协同培养传媒人才中新知识、新技术的供给方，是推动产业技术创新的知识来源。<sup>[7]</sup>从理论上来说，高校和科研院所不仅要帮助传媒产业解决核心技术问题，还要将从产业实践中获得的最新知识运用到专业研究创新中，实现自身专业发展，促进人才培养。但是，在政产学研松散协作模式下，较难从多元主体协同的角度在科研管理制度、专业评价等方面对贡献者进行激励，在责任分担条件下执行项目时，可能会陷入没有相关利益方有效介入并提供资源的境地，导致许多跨学科项目缺失自己的物理空间，最终影响人才培养质量的提升。

产业对办学的参与度低，导致政产学研协同培养的效度降低。受体制机制等多种因素影响，传媒人才供给侧和传媒行业产业需求侧无论是在结构上，还是在质量水平上，都仍然存在“两张皮”现象，没有建立起有效的对接。传统产学合作大多是自发的、零星的，没有正式的规则，往往采取“订单式培养”，对接的是某个具体企业而不是整体产业；产业则往往认为传媒人才培养是高等学校的责任，出于效益、安全、责任等方面的考虑，更多关注发展规划和市场竞争格局，普遍缺乏对传媒人才培养的主动性参与，参与高校有针对性的学科专业建设则更少，导致培养过程难以做到实质性融合。

### （二）政策制度的短板

2017年，国务院出台了《关于深化产教融合的若干意见》，从国家层面将产教融合作为促进经济社会协调发展和落实教育综合改革的重要举措，其目标是通过强化政策引导，发挥企业重要主体作用，建立校企合作长效机制，用10年左右的时间，促进育人要素全方位融合和资源充分协同，形成政府企业学校行业社会协同推进，教育和产业统筹融合、良性互动的新发展格局。

这一指导性意见为政产学研协同培养传媒人才指明了方向。但指导意见的实施落地，尚缺乏必要的制度机制支持。比如，如何激发产业参与传媒人才培养的积极性和主动性？能否采取减税、专项补助等务实有效的政策激励？如何支持传媒产业深度参与高校教育教学改革？教育在地方政府的实际工作中往往让位于GDP增长、基础设施建设、城市有机更新等更加有显示度的领域，掌握规划和政策制定的部门很少关注到高校人才培养之类的文化软实力提升领域，政策制定者甚至可能陷入这样一种陷

阱，即认为高校和科研院所促进和推动成功的创新系统方面发挥着重要作用，政产学研协同应该由高校和科研院所通过内生动力加以解决，而忽视了外部障碍对多元主体协同意愿的重大影响及从制度层面推动协同的重要性。同时，政府可能在任期过程中考虑自己的政策行为，“任期时钟”往往无法满足政产学研合作培养传媒人才需要的额外启动时间，并且晋升和任职期限往往难以为较长时期才能产生成效的政产学研合作培养传媒人才提供时间缓冲。

### （三）资源支持的缺乏

政产学研协同培养传媒人才需要持续的资金支持。然而，协同培养传媒人才项目不像基本建设那样能从财政部门获得基于“公式”的资助，特别是，当没有一个利益主体主导传媒人才培养运行时，传媒人才培养的需求往往被忽视，这迫使该培养项目处于“乞讨”境地，并花费宝贵时间，年复一年地拼凑资源。或者，为了解决这个问题，各利益主体及其机构必须创造性地思考可能提供资金的努力——包括内部创业活动，例如为其他学生提供特定课程或体验以换取额外的资金捐款，并因此投入了大量的本来可以用来投入协同培养过程中的精力和时间。

协同培养传媒人才往往会涉及相关利益方的成本回报问题，这些回报来自与人才培养活动密切相关或由人才培养活动催化的产品变现问题。不仅高校与科研院所想通过协同培养传媒人才获得因创设了特定课程以支持人才培养的补贴，同样，政府也需要为人才培养的运行额外增加预算。产业与高校及科研院所就相关的传媒人才培养活动可能会建立战略伙伴关系，但往往因支付学生津贴或考虑联合培养过程中各利益方的成本而陷入推进困难的境地。

协同培养传媒人才往往还面临人力资源困境。当协同培养传媒人才没有自己的组织及成员时，可能会在保持某些课程所需要的专业知识或在重要研究领域指导学生等方面遇到困难。如果要求各利益主体从既有的单元中拿出一部分人员来充实协同培养的链条，必然会影响到相关利益主体既有的运行效率和任务安排。

## 三、疏通：传媒人才培养过程中政产学研资源互动共享机制的建构

传媒人才培养在当下和未来都面临全新挑战，“新的研究场景以及新视野、新方法、新工具的出现，使得人才培养的产品线和供应链都发生了改变，意味着交叉、跨界、融合和创新已成为其鲜明特点”。<sup>[8]</sup> 在新形势下，高校、科研院所、产业和政府都可以成为传媒人才培养的组织者、推动者和参与者，无论哪个利益主体占主导地位，最终都会形成一个动态的四边形，四边和谐互动、协同创新、共同发展，为传媒人才培养提供不竭动力。这就需要建构起合作的目标愿景和体制机制，对分散的资源进行重构和整合，疏通资源互动共享中的各种梗阻问题。

### （一）建构政产学研协同培养传媒人才的目标愿景

确立目标愿景。政产学研不同利益主体要按照积极应对变化、主动塑造未来的思路，建构合力培养传媒人才的目标愿景。目标的耦合来自不同利益主体的差异化诉求，因此需重新定义政产学研各自的角色，确定参与者之间清晰的协作关系及界限，维护参与者自身已建立的实践和运行规则，引导各利益相关方围绕创新型复合型应用型传媒人才培养这一基本点，从差异化诉求走向共同诉求。在目标引导下，将各利益主体的资源结合起来，消解协同培养过程中的阻滞因素，建构传媒人才协同培养的策略。

明确协同责任。高校和科研院所应了解政府组织在培养传媒人才方面的潜力，与政府特别是公共部门建立起特定组织联系，以频繁的学术活动、对话和联合行动，影响政府思维，引导政府的目标投向传媒人才培养。政府应通过政策的制定来影响、引导和规范教育、研发、标准化、专利、知识产权和创新有关资源共享的活动。产业应降低协同培养传媒人才带来收益的敏感度，改变寻求丰富利益

和快速回报的潜在诉求和运行逻辑，为政产学研协同培养传媒人才提供更多的实践机会和平台。

打破协同瓶颈。在政产学研协同培养传媒人才的不同阶段，各利益主体关注的焦点问题有所不同。初期主要关注资金和人才问题，中期主要关注技术和管理问题，后期主要关注产品、市场、知识产权等问题。应在坚持互惠互利原则的基础上，促进各利益主体在知识创新、合作意愿、资源共享等方面的累积收益和认同目标，克服合作的结果对资源要素、能力大小和机制因素的依赖程度，引导各利益主体目标一致，增强合作意愿，提升合作满意度，实现政产学研协同培养传媒人才的正向作用。

促进知识共享。知识共享意味着提供信息、经验和技能来帮助他人，与他人合作解决问题，开启新想法，实施新项目或程序。<sup>[9]</sup> 知识共享在政产学研协同培养传媒人才中以“学习”和“转移”两种形式存在。知识学习是指培养对象向他人学习知识并付诸实践的互动过程，知识转移是指知识在不同的利益主体或培养对象之间以不同的方式进行转移和传播。在整个协同培养传媒人才的过程中，知识被有效地吸收和利用，培养对象和各利益主体通过分享自己的知识，解决实践问题，获得社会认可，提升育人成效。各利益主体因追求、意愿和想法存在差异，特别是在协同培养过程中角色和职能的不同，使其对知识共享的认知以及知识共享的深度和广度都不同。因此，必须引导各利益相关方深刻认识云计算、大数据、人工智能等新技术在传媒领域的广泛应用及由此引起的传媒产业和传播形态的变局，促成各方形成知识共享迫切性的共识，将传媒产业的最新实践知识、研究机构的创新创造知识和高校的专业教育知识深度融合起来，以知识共享推动传媒人才培养成效的提升。

## （二）建立政产学研协同培养传媒人才的组织架构

基于各利益主体合理的角色做好组织架构。各利益主体在组织框架下履行好自己的义务，承担好自己的责任，实现各主体资源之间的互动共享。政府要从政治建设的角度设计一套完整的制度体系，主导政产学研协同培养传媒人才的组织、机制和法律体系的制定，以制度、政策供给保证传媒人才培养的社会主义方向。产业作为重要主体要助力政产学研协同发展，提升主动参与的自觉性和能力。高校要承担组织者的角色，使人才培养规格、课程体系等符合当下与未来传媒产业发展需要。科研院所要承担起规划者的角色，研究要有前瞻性，引领传媒产业的发展变迁，而不是跟在传媒产业的后面走。各培养主体要扮演好各自的角色，协调和整合相关社会资源，实现各主体间的资源互动共享，全面提升传媒人才培养质量。

充分调动各利益主体参与培养的积极性。现实的群体冲突理论坚持认为群体间冲突是理性的，“因为群体确实有不相容的目标差异，并且正在争夺稀缺性资源。”<sup>[10]</sup> 但此理论并未能消解因有效合作而产生的普惠受益结果，直接互惠增加了协同培养传媒人才的每个参与者为集体利益作出贡献的动机。同时，由于不对称的回报机制，不同的利益主体表现出参与协同培养传媒人才的意愿、资源互动的差异。对于高校和科研院所来说，协同培养传媒人才的长期可能性很高，而对于政府和产业来说，希望资源互动共享很快能带来收益。基于利益主体的异质性，应在坚持公平互惠的基础上，充分调动协同培养传媒人才中各主体的积极性，秉持开放共享理念加强合作。

打通政产学研协同培养新途径。当确定协同目标、做好组织架构、提升各利益主体积极性之后，需要创造新的途径来推动资源互动共享。相关利益主体可以就课程设置、资金来源、人才储备等进行协商，确保在协同培养时的资源投入，以解决协作培养传媒人才过程中的资源缺乏、功能障碍、途径缺失等问题。要打造线上线下资源互动共享平台，保证各利益主体之间的物质、能源和信息源的顺畅交流，确保优势互补，合力培养传媒人才。

## （三）搭建政产学研协同培养传媒人才的有效平台

以联盟为中介引导政产学研资源互动共享。政产学研合作联盟是依据区域内产业的重点企业和核心企业以及国内相关政府机构、高校和科研院所建立的新型知识技术创新合作组织。它在政府指导下，

以行业产业协会为辅助力量，立足于产业发展需要和各方共同利益，以突破知识创新瓶颈，对接政府、高校、企业并促进产业转型和高校内涵发展，增强教育对产业和经济发展的贡献度为目标，在多方自愿的基础上由高校牵头组建，各方优势互补、利益共享、风险共担、长期合作。联盟实现了传媒人才培养从传统的“一对一”模式向“一对多”或“多对多”的综合培养模式转变，从短期合作、松散合作、单向合作向长期合作、紧密合作、系统合作培养模式转变，从解决普通技术和项目层面向协同培养传媒人才的战略层面转变，进而全面提升产业总体自主创新能力和传媒人才的综合竞争力。比如，在浙江省政府立项支持下由浙江传媒学院牵头成立的“浙江省文创产业产教融合联盟”，由中国社会科学院大学、浙江传媒学院共同牵头成立的“长三角智能传播研究基地”，作为新型政产学研合作平台，已经开始了资源互动共享培养创新型复合型应用型传媒人才的实践。

搭建以实践教学为内容的多主体育人平台。实践教学平台建构是多主体协同培养传媒人才的重要保障。受传统教育教学模式的影响，高校习惯于以专业对口为标准安排学生到产业实习的组织制度。但在传媒业发生急速变化的情况下，这种单向的、零星的计划很难实施也很难取得成效，产业的实践教学对许多高校来说流于形式。近年来，随着市场对传媒人才素质要求的不断升格，高校逐步提升了综合实践教学平台对传媒人才培养重要性的认知，并将其置于人才培养的较高位置，探索寻求政产学研新的合作模式。产业界也在传媒教育过程中逐渐理清了自己的责任和义务，既要提供实践知识培养的“工作场所”，又要承担“教育者”的角色，在积极参与传媒人才培养过程中为自己谋取长远利益。党和政府则通过部校共建新闻学院为传媒人才培养搭建桥梁，例如复旦大学依托部校共建搭建的“记录中国”实践教学平台，为高校和企业在教学和实践之间建立起“旋转门”和“亲水平台”提供了可资借鉴的经验。<sup>[11]</sup>为此，高校应抓住契机，主动建设集聚不同利益主体资源条件和要素禀赋的“实验班”“产业学院”“新文科实验室”、校内产教融合实训基地等综合育人平台，将实践教学环节中各利益主体的被动接受转变为主动参与，从而有效地提升传媒人才培养的效果。

#### （四）优化政产学研协同培养传媒人才的育人体系

完善多主体参与制定人才培养方案的体制机制。人才培养方案确定了传媒人才培养的总体目标、途径和课程体系，为专业的教学和学习提供了文化知识和信息的基础或主要规定。政产学研间资源的互动共享为人才培养方案的制定提供了相互解释或相互转化的互补性，必须将多主体共同参与人才培养方案的制定作为政产学研协同培养传媒人才的核心内容之一。要通过建立人才培养专家委员会、成立多方参与的教学指导委员会、开展联合调研和研讨等方式，完善政产学研各利益主体参与传媒人才培养方案制定的体制机制，通过多主体协同，及时对传媒人才培养目标、培养规格、教学内容以及培养模式进行创新性改革，建构特色化的人才培养范式。

开发多跨性课程体系。由学科基础课、通识课、专业核心课、专业前沿课构成的课程体系是学生接触学习专业知识、提升综合能力、达成培养目标的核心要素。高校应在课程建设和课程开发上融入跨界思维，根据行业产业发展需求，善于将政产学研资源集聚起来，开发和建构多跨性课程体系。要建立科学的课程评价机制和课程设置流程，实时分析课程实际情况和市场需求，评估和修改课程设置方案。要创新课程设置类别，在传统模块课程中灵活增设交叉学科课程、微专业课程、企业课程等。要畅通课程共建路径，整合校内校外、学界业界、政府企业多种资源，创建校本培育课、跨校交叉课、企业入驻课、引政入教课、海外项目课等多种课程类型，实现课程建设的校内校外联通、学界业界互通、国内国外互鉴和多学科交叉融合，为传媒人才跨领域知识融通能力的培养打造开放性课程体系。

打造“双师双聘型”教师队伍。与教学内容完善、人才培养模式调整相比，师资队伍建设一直是传媒人才培养的重点环节，是政产学研间资源互动共享、有效开展合作的关键。高校需在顶层设计的基础上，建设一支政产学研多方合作、动态发展的“双师双聘型”师资队伍。要开放教师来源渠道。

考察发达国家高校选聘制度可以发现,欧美国家教师选聘有着较高的灵活性和弹性,德国《高等学校总纲法》规定可以选聘具有丰富实际工作经验的某领域专家作为特殊任务教师,美国选聘教师面向全社会、全世界公开。<sup>[12]</sup>要吸引行业产业高级专家从事传媒教育,增加行业教师在师资结构中的比重。要重视教师交流培养。把选送教师到政府、行业以及产业协会挂职轮训作为政产学研协同培养人才的长效机制,提升教师主动融入行业产业发展的意识和能力。要创新教师聘任方式。比如实施名师名家驻校计划和“驻校记者”制度,选聘产业中具有较高水平的人才担任兼职教授或业界导师,传授实践实战经验,指导学科、专业与课程建设,邀请产业专家以报告会、研讨会、交流会的方式走进高校第一第二课堂,促进资源互动共享。

### 参考文献:

- [1] Govaerts, M. J. B. (2008). Educational competencies or education for professional competence? *Medical Education*, 42 (3): 234-236.
- [2] Santoro, N. (2003). Caught up in the teaching-training divide: Confusing professional identities. *Studies in Continuing Education*, 25 (2): 211-224.
- [3] Fixson, S. K. (2009). Teaching innovation through interdisciplinary courses and programmes in product design and development: An analysis at 16 US schools. *Creativity and Innovation Management*, 18 (3): 199-208.
- [4] Roulston, A., Cleak, H. & Vreugdenhil, A. (2018). Promoting readiness to practice: Which learning activities promote competence and professional identity for student social workers during practice learning? *Journal of Social Work Education*, 54 (2): 364-378.
- [5] 王红雨, 闫广芬. 高校毕业生职业胜任力的自我评价及发展诉求研究——以企业类已就业学生的调查为中心 [J]. 教育发展研究, 2017 (z1): 74-82.
- [6] Mascarenhas, C., Ferreira, J. J. & Marques, C. (2018). University-industry cooperation: A systematic literature review and research agenda. *Science & Public Policy*. 45 (5): 708-718.
- [7] 宾厚, 马全成, 王欢芳. 政产学研协同创新模式与产业技术创新质量 [J]. 湖南科技大学学报 (社会科学版), 2020 (4): 70-79.
- [8] 孙姣娇, 郝雯婧. 智媒时代传媒人才培养的新挑战与再定位 [J]. 传媒, 2021 (14): 88-90.
- [9] Cummings, J. N. (2004). Work groups, structural diversity, and knowledge sharing in a global organization. *Management Science*, 50 (3): 352-364.
- [10] Bornstein, G. (2003). Intergroup conflict: Individual, group, and collective interests. *Personality & Social Psychology Review (Lawrence Erlbaum Associates)*, 7 (2): 129-145.
- [11] 颜维琦, 曹继军. 复旦大学新闻学院: 部校共建, 激活一池春水 [EB/OL]. [https://news.gmw.cn/2019-11/02/content\\_33286995.htm?ivk\\_sa=1023197a](https://news.gmw.cn/2019-11/02/content_33286995.htm?ivk_sa=1023197a), 2019-11-02.
- [12] 李文冰. 行业特色院校师资“双送”建设研究与实践——基于高素质应用型人才培养定位 [J]. 教育研究, 2013 (5): 139-143.

[责任编辑: 谢薇娜]

## **The Spread of Chinese Films in Southeast Asia : the Historical Experiences of " Dianmao" Films**

ZHANG Jing-wu & ZHAO Ting-ting

In the 1950s and 1960s, Hong Kong films were popular in Southeast Asia, and " Dianmao" films were an important promoter and core representative. " Dianmao" film industry is based on extensive and in-depth cross-border distribution and cinema channels. Through the text strategy that can make Southeast Asian audiences have empathy and resonance, and through the pragmatic and targeted media communication strategy, it has created a prosperous landscape for Chinese films to go abroad. For the spread of Chinese films in Southeast Asia in the 21st century, these historical experiences of " Dianmao" films are of great enlightening significance. The laws and wisdom of film cross-cultural communication, such as expanding cultural compatibility, unblocking communication channels and optimizing communication environment, are still applicable to today. Under the new opportunity of one belt one road initiative, it is necessary and important to summarize these historical experiences in time.

## **Interactive Sharing of Resources of Media Personnel Collaboratively Trained by Governments, Enterprises, Schools, Research Institutions: Block and Dredge**

LI Wen-bing

The demands for national construction and development and the changes in the media industry have made higher requirements to the training of media personnel. The development of media personnel's core competences including abilities of self-development, knowledge integration and innovation, career adaptability and competency demands the interactive sharing of education elements and resources among governments, enterprises, schools and research institutions. In the collaborative training of media personnel, the resources interactive sharing channel can be obstructed and lack of force, due to the divergences of the goals of collaborative training, the shortcomings of policies and institutions and the lack of resource supports. To train high-quality media personnel who can shoulder the great responsibility of national rejuvenation, the construction of goals and vision, organizations and effective platforms, the optimizing of education system, and the forming of a new pattern of development of collaborative training by governments, enterprises, schools and research institutions must be constructed.