

环高校创新创业生态圈建设背景下 传媒人才深度学习机制探析

文/景熹 李振委

摘要：“环高校创新创业生态圈”建设的核心是推动高校科研成果就近转化。为了促进这一机制高效运转，本文从学习过程、学习目标、学习模式和全效测评标准等维度对传媒人才深度学习机制进行了顶层设计，并从学习任务、学习内容、学习过程方法和全效测评设计四个方面梳理了传媒人才深度学习的流程，从而实现传媒人才“一精多会，一专多能”的全效学习目标。

关键词：环高校创新创业生态圈 传媒人才 学习机制

“环高校创新创业生态圈”建设是指依托高校创新资源优势，集聚科技服务机构，加强政产学研合作，推动高校科研成果就近转化，形成围绕高校的创新生态系统，它是产学研协同创新研究的新形式。在高校创新创业生态圈建设和全媒体发展的双重背景下，高校传媒人才专业学习机制必须因势而谋，应势而动，顺势而为，促使深度学习常态化。

一、传媒人才深度学习的目标

深度学习是相对于浅层学习而言的，是指一种基于认知理解与运用的学习过程与状态。传媒人才的深度学习更需要将新闻学、传播学和广告学等传媒相关领域的知识融会贯通地输入，再从实践需要的角度考虑输出的方式和结果，所以更侧重操作性、适应性和创造性，并能一定程度上带动环高校创新创业生态圈的建设。深度学习不仅是学习者智力上的发展，更重要的是身体上、情感上、审美上、道德上和精神上的成长。环高校创新创业生态圈建设的核心是推动高校科研成果就近转化，同时培养高校大学生创新创业能力，这一理念与深度学习的目标不谋而合。

“一精多会，一专多能”的全效学习是传媒人才深度学习的目标。“一专”是指传媒人才深入新闻学、传播

学或广告学的某一传媒领域，找到自己的兴趣点和特长，精深地全面掌握这一领域的核心知识和技能。“多能”是指传媒人才对整个传媒专业领域有大概的了解、对行业动态有一定的认识、对新媒体技术发展有敏锐的嗅觉。通过“一精多会，一专多能”学习目标的设定，学习者既能放眼传媒的全局又能专研各个方向领域，从而达到高效率、精准化的全效学习成效。

二、传媒人才深度学习的关键

学科核心知识素养是传媒人才深度学习的关键。所谓学科核心知识素养，是指融合传媒理论基础知识和传媒实践基础知识为一体的课程群，这些课程群不分新闻学、传播学还是广告学专业，学习者都要深入学习。

传媒理论基础知识课程群主要包括两大模块：第一，理论基础模块。培养学习者新闻学、传播学和广告学的基本理论知识体系和分析能力，包括新闻学概论、中外新闻传播史等课程。第二，写作基础模块。培养学习者汉语的基本写作功底和必备的文学知识，包括现代汉语、基础写作、中国现当代文学等课程。

传媒实践基础知识课程群主要包括两大模块：第一，

实践基础模块。培养学习者新闻学、传播学和广告学的基础实战能力,包括新闻采访与写作、公共关系、新闻摄影与摄像等课程。第二,实践拓展模块。培养学生单个或多个领域专业技能,包括平面设计基础、非线性编辑实务、网络新闻实务、播音与主持、媒介经营管理、美术、新闻摄影构图与技术、新闻镜头语言、网页设计与制作、数字动漫制作等课程。

通过以上课程群的设置,不难发现学科核心知识素养的主要特征是基础性、融合性、实践性和转化性。学科核心知识素养能打通传媒的各个专业课程壁垒,起到枢纽的作用;能连接理论知识和实践技能知识;能对接传媒学界与业界,而这些也正是其价值所在。环高校创新创业生态圈建设背景下,传媒人才的深度学习要求学习者既要掌握专业领域的基础理论又要学以致用,用理论知识指导自己的基础实践,并在实践的过程中将初步融合后的知识进行二次转化,从而运用于创新创业中。学习者二次转化能力则是通过实践创新模块课程群达到的,这一课程群能培养学生创新能力和知识转化能力,包括传媒整合营销、传媒创新创业实战等课程。

三、传媒人才深度学习的机制

机制是各元素之间相互作用的过程和功能。简单地说,机制就是“制度+方法”,也就是制度化的方法。传媒人才深度学习机制是高校传媒专业经过多年人才培养摸索、学习者实践检验、用人单位证明有效的较为固定的一揽子方法。这一深度学习机制一旦确立,就不能随意改变,应保持机制的连贯性与整合性。笔者根据比格斯SOLO分类理论(“可观察学习结果”的结构),从学习过程、学习目标、学习模式和全效测评标准四个方面,将学习机制由浅入深地进行较为合理的顶层设计,逐步建立环高校创新创业生态圈建设背景下传媒人才深度学习机制(见表)。

在前深度学习(前结构层次)阶段,学习者要么是知晓问题,认知一些较为混乱的逻辑和获得没有论据支撑的答案,但基本上无法理解和解决问题;要么已经找到一个解决问题的思路,但却就此收敛,单凭一点论据就跳到答案上去。因此,学习者必须通过备学、研学和显学,增强学习的主动性、过程的全程性、学习的全面性、过程的方法性和形成情感,才能进入深度学习阶段。备学是指学习者获得学习主题单元后,通过学习项目和任务,在课前和课堂中准备学习材料;研学是指学习者理解相关学科核心知识素养;显学是指学习者通过教师的课堂讲授和课后MOOC的翻转练习,掌握相关理论基础知识和实践基础知

“环高校创新创业生态圈”建设背景下传媒人才深度学习机制表

可观察的学习结果		学习过程	学习目标	学习模式	全效测评标准
前深度学习阶段	前结构层次	备学	认知；情感	项目+任务	学习的主动性；过程的全程性
	单点结构层次	研学；显学	认知；技能；情感	讲授+翻转	学习的全面性；过程的方法性；形成情感
深度学习阶段	多点结构层次	显学；辅学	认知；方法；过程；情感	深度+个性	学习的发散性；学习的策略性；学习者的人际互动
	关联结构层次	融学	方法；过程；情感；价值观	融合+模拟	学习的整合性；过程的实践性；体现价值观
	抽象拓展层次	融学；评学	认知；技能；方法；过程；批判性	转化+创新	学习的创造性；情境的转化性；培养批判性思维

识,并逐渐确立自己的专业特长方向,发现自己的“一专”领域。

在深度学习阶段,学习者找到了多个解决问题的思路并通过思维的关联发散,最终把这些解决问题的思路变成具体方法来解决问题。不仅如此,学习者能够拓展问题,丰富其本身的意义,充分发挥学习的创造性功能。这一阶段,学习者必须通过显学、辅学、融学和评学的过程才能最终实现学习的再生产性。辅学是指学习者已掌握学科核心知识素养后,通过个性化设置的SPOC课程,较为深入地学习某一专业领域知识,拓展自己的“一专”领域。融学是通过专业课第二课堂、校内实训工作坊等融学方式,学习者能够整合问题意义并模拟传媒实操的全过程,能对学科核心知识素养举一反三。评学则是通过学习情境的转化,学习者能够自评、互评前几个过程学习的结果并提出可能的创新举措,教师能在此基础上形成一个较为客观的形成性评价。通过深度学习这四个阶段,学习者能在“一专”的领域拓展自己的“多能”项目。

四、传媒人才深度学习的流程

任何机制的顺利运行都离不开良好的制度保障。为此,笔者尝试对传媒人才深度学习流程进行了合理设计。流程可分为四个部分:学习任务设计、学习内容设计、学习过程方法设计和全效测评设计。这一流程通过合理地运用线上线下学习资源、结合传媒人才培养方案和环高校创新创业生态圈建设对“双创”传媒人才的要求,能最大限度激发学习者的学习兴趣,培养其“一专多能”的能力,实现全效学习的目标,最终确保传媒人才深度学习机制的



第二部分,学习内容设计。学习内容设计包括显学设计和辅学设计。显学设计主要针对传统课堂的学习,包括传统课堂学习设计和传统课堂课后作业设计;辅学设计主要针对非传统课堂学习设计,主要有线上和线下两种方式。线上辅学可以是大型网络课程MOOC的形式,也可以是以校本为主的小众私密SPOC在线课程形式,还可以是核心知识点前测时用到的微课形式;线上辅学还可以充分利用移动互联网平台和社交媒体平台,为学习者提供“传媒众包”学习模式的自主学习材料,学习者自由地选择时间训练自己的专业能力(如H5制作、新闻评论写作练习、特稿写作、视频制作和广告文案写作等)。教师通过网络与学习者交流、答疑,定期对学习者的学习情况进行检查、评价。线下辅学可以通过充分利用校内实训资源,建立专业课第二课堂来实现。高校可根据自身需求,建立“全媒体实验教学中心”,包括前期制作实训室、演播室、摄影录像实训室、录音实训室、非线性编辑实训室、美术画室、平面设计实验室等。课余时间,传媒专业学习者可以进入校内实训室完成作业或实训演练,提高媒体技能。每个实训室设立1个专业导师,专业导师可根据学生第二课堂学习情况适当调整专业课学习计划。除此之外,校内实训工作坊课程,是一种可行的线下辅学手段,这些工作坊以“学习者自主管理+指导教师统筹”模式展开工作。学习者选出自己团队的领导,大家各施其职,从项目内容策划、内容制作、分工协作到媒体产品推广运营和后期维护甚至部分经费来源,都主要依托学习者自主筹集、管理和实施,充分提高学习者的传媒综合素养。

第四部分，全效测评体系设计。传媒人才深度学习全效测评体系的设计既要测评学习结果，又必须关注学习过程；既要考察学习者的认知技能，又要兼顾学习者的情感态度；既要考量学习者“一精多会，一专多能”全效学习水平，又要考察学习者创新创业能力，所以全效测评体系是一种促进深度学习的测评体系。全效测评体系可包括以下五个方面：显学平台测评、辅学平台测评、学生团队互评、作业作品答辩和全流程实习测评。显学平台测评主要以教师为主，对学习者的传统课堂学习情况和课下作业、考试情况进行评估；辅学平台测评以学习者自评为主，并加入教师线上或线下对学习者的学习过程的评价；学生团队互评以团队其他成员的评价为主，考察学习者的人际互动能力、团队协作能力和团队管理能力；作业作品答辩是以终结性评价为主，用作业和作品“说话”，是学习者学科核心知识素养的几种展示；全流程实习测评是以传媒业界人士评价为主，考察学习者传媒创新创业的终极素养。高校鼓励传媒专业学习者特别是高年级学习者去校外各大媒体进行“全流程实习”，也可把学习者的学习成果通过“传媒众包”生产出的媒体产品推广到各大媒体平台或环高校相关企业或产业园区，真正实现流量变现。

[2]黄旦. 整体转型: 关于当前中国新闻传播学科建设的一点想法[J]. 新闻大学, 2014(06).