

多维协同背景下的新媒体传播课程教学改革与应用实践研究

孙铭一, 梁旭方*

(长春理工大学, 长春 130022)

摘要: 本文基于“多维协同”理念, 对新媒体传播课程教学系统化改革与应用进行实践探索, 融合学科、产业、技术与社会多方资源, 形成以项目制、产教融合与社会参与为核心的创新教学模式。研究结果表明, 多维协同能有效激发学生学习动力, 提升其创意策划、技术应用与跨界协作等综合能力, 并促使高校与企业、公益组织间实现深度互动。通过实证数据与案例分析, 本文验证了多元评价体系在衡量学生实践成果与综合素质方面的关键作用。同时, 研究指出, 持续完善跨院系合作与常态化校企协同机制、加强师资培训以及紧跟技术前沿, 是推动新媒体传播课程教学改革走向纵深的关键要点。

关键词: 多维协同; 新媒体传播; 课程教学改革; 产教融合; 项目制实践

中图分类号: G206 **文献标志码:** A **文章编号:** 1672-2736(2025)02-0062-7

0 引言

随着5G、人工智能、大数据、云计算等信息技术的迅猛演进, 媒体生态正经历以数字化与智能化为特征的深度转型, 新媒体传播也因此崛起成为当今社会主要的信息交换方式^[1]。然而, 高校在新媒体传播课程教学中仍普遍沿用传统的单一学科知识体系和静态教学模式, 既难以满足复杂技术环境下对复合型人才的需求, 也无法为学生提供多样化的实践机会, 导致学生在数据分析、内容创意和运营策划等领域的综合素养明显不足。部分研究者指出, 如果高校不能在教学目标与方法上及时应对技术迭代和行业新需求, 其培养的人才将难以满足新媒体行业的多元化岗位要求^[2]。

在此背景下, 新媒体领域展现出“技术+内容+运营+分析”的多重技能需求特征, 但由于高校教学的分科壁垒较为顽固, 学生跨领域系统学习的途径相对匮乏, 实践机会也多停留于纸面

作业或模拟项目, 创新潜力与产教融合价值未能充分发挥。此外, 尽管少数院校尝试了“项目制”或校企合作, 但往往流于形式, 难以深度对接行业真实环境, 也忽视了社会组织与公益领域的协同价值。因此, 如何打破学科边界、携手产业资源并借助技术赋能, 使学生在真实社会场域中锻炼运营和策划能力, 已成为新媒体传播课程改革亟待解决的关键课题。

基于此, 本研究以“多维协同”理念为指导, 探讨高校新媒体传播课程在学科、产业、技术与社会需求多方联动下进行改革的可行路径与实践价值。具体而言, 研究聚焦多维协同对课程目标设计与教学模式优化的适用性, 分析其对学生综合能力与就业竞争力的影响, 并探讨实施过程中的资源与机制困境。通过系统梳理国内外文献与深度访谈实证, 本研究力图为高校在“新文科”与产教融合政策背景下完善新媒体专业课程体系提供新的思路与有效范式, 也为高校向行业和社会输送契合当代传媒环境所需的创新型、

基金项目: 吉林省教育科学“十四五”规划2023年度一般课题(GH23310), 课题名称: 面向全媒体时代的地方高校新媒体传播类课程改革与实践研究。2023年吉林省高教科研一般课题(JGJX2023D104); 课题名称: 面向数字时代的高校设计学专业跨界融合课程改革与实践研究。

实践型人才提供有益参考。

1 文献综述

现有学术研究在探讨新媒体传播课程改革时,主要集中于跨学科与课程群建设、产教融合与校企合作以及技术驱动与实践创新三方面,各方向的落脚点与执行深度各有侧重。

1.1 跨学科与课程群建设

部分学者如谷虹强调,新媒体传播课程无法仅依赖新闻传播学科本身,应与计算机科学、艺术设计、市场营销等领域形成“课程群”式的统筹安排,进而培养学生的多元思维与协同实操能力^[3]。一些高校已在实践中尝试将传播学课程与数字技术模块相结合,但在课程之间如何形成系统化的联动,以及如何在教学管理上突破院系壁垒,仍存在较大困难。跨学科理念虽然得到了普遍认同,但实践效果往往取决于院系协作程度、师资储备与课程规划等综合因素。

1.2 产教融合与校企合作

国内外研究者普遍认为,高校与行业需求之间的“信息不对称”是导致培养质量与社会要求脱节的关键瓶颈^[4]。因此,产教融合被视为弥合这一鸿沟的有效途径。国内部分实践表明,“以产促教”能够通过企业导师深度介入、真实商业项目进入课堂,帮助学生快速了解新媒体平台的运营规律和数据分析需求。欧美高校校企合作模式完善,在课程设置上更注重案例教学、项目实战,以增强学生的行业洞察力与创新思维。然而,校企合作在国内依然面临企业参与积极性不高、合作流程缺乏规范化设计等问题,难以形成可持续的协同生态^[5]。

1.3 技术驱动与实践创新

随着人工智能、AR/VR 和大数据分析等前沿技术日趋成熟,高校新媒体传播课程逐渐将这些工具视为教学载体之一,强调通过项目开发或实验操作让学生深入掌握技术与传播的结合方式^[6]。在此过程中,传统的以讲授为主的教学模式逐步被“做中学”“项目式”或“行动导向”等

模式所取代,学生在真实或模拟的技术环境中完成策划与制作,提高了对媒体形态及受众互动规律的认知。虽然已有不少高校积累了丰富的实践案例,但对前沿技术的引入往往存在硬件投入不足、教师技术能力有限等障碍^[7]。整体而言,技术赋能仍需更完善的制度与充足的资源支持,也需要与产业及社会资源形成更深的合作。

综上所述,现有研究为本论文提供了重要的概念框架和实践借鉴,但尚缺少对多维协同理念的系统梳理,未能充分展示在学科、产业、技术与社会多维度的融合中。因此,探索一套兼具体系化与可操作性的课程改革模式,对于高校新媒体人才培养的前瞻性与有效性均具有现实意义。

2 教学改革设计与实施路径

本研究以长春理工大学文学院网络与新媒体传播专业为实践场域,围绕多维协同理念,系统设计并实施课程教学改革方案。本文通过明确研究目标、整合资源路径、优化教学模式,结合定量与定性研究方法,探索学科、产业、技术与社会协同融合的创新路径,旨在提升学生综合能力并验证改革成效。

2.1 教学改革思路

新媒体传播课程需突破传统线性思维,构建多维协同机制。其核心在于整合学科、行业、技术与社会需求等多元主体资源,通过共享理念与目标对齐,在协作中创造新价值。相较于传统新闻传播课程,新媒体教学更强调实践技能、技术应用与数据分析,要求学生不仅掌握传播理论与内容策划,还需理解用户心理、媒介生态与技术框架^[8]。为此,课程需引入行业前沿案例与社会热点,采用项目训练、混合式学习等多元化手段,帮助学生实现知识迭代与能力跃迁。同时,需摒弃“知识点堆砌”的考核模式,建立兼顾创新性与应用价值的多元评价体系,以应对全媒体时代的复杂挑战。

协同创新、产教融合与项目式学习三大理论为多维协同提供支撑:协同创新理论通过跨学科、跨部门协作构建创新生态;产教融合理论推

动高校与产业深度对接,确保课程内容与行业需求同步迭代;项目式学习理论则以真实任务驱动学生实践,强化创意思维与操作能力^[9]。基于此,本文聚焦课程层面的多维协同实践,探索三大理论在新媒体教学中的耦合路径——如校企共建实验室实现技术反哺、跨学科团队开发实战项目等,旨在为高校提供可落地的课程改革方案,培养适应技术变革与行业需求的复合型传播人才。

2.2 课程目标定位

课程目标紧密围绕“技术 + 创意 + 运营”的复合型人才培养需求,强调理论讲授与实践训练的双向联动。一方面,通过整合跨学科知识与解析前沿案例,帮助学生掌握媒体生态与传播策略;另一方面,依托真实项目与行业技术工具,强化学生数据分析、内容制作及营销推广等实操技能。同时,课程设计还需预留弹性空间,灵活纳入短视频、直播电商、元宇宙社交等新兴形态,确保教学内容与行业趋势同步迭代。

2.3 教学改革实施路径

2.3.1 实践场域与样本选择

研究选取该校大三年级《新媒体内容策划与运营》核心课程为改革试点。课程侧重内容运营策略与技术开发实践,形成互补评价体系。实验班(A班)采用多维协同教学模式,对照班(B班)沿用传统教学,每班约 40 人。通过横向对比(A班与 B 班)与纵向分析(A 班改革前后数据),结合历史成绩与跨校案例辅助验证,确保研究结论的普适性。

2.3.2 多维协同实施路径

学科协同:打通新闻传播、计算机技术、艺术设计与市场营销等学科资源,通过跨院系课程群整合与双学分交叉课程,构建模块化知识体系。例如,学生参与编程基础与 UI/UX 设计工作坊,提升技术应用与视觉表达能力。同时,组建跨学科教师团队,联合开展课程设计,并授课,强化学生对多元知识的整合能力。

产业协同:引入企业导师与真实商业项目,

深化产教融合。企业导师结合行业案例进行专题指导,并对学生策划方案进行实时反馈;与本地媒体平台及营销公司合作,设置公众号运营、短视频推广等实战任务,要求学生完成从调研到评估的全流程操作,有效提升其问题解决能力与社会适应能力。

技术协同:依托数字媒体实验室的 VR/AR 设备、AI 工具及直播系统,搭建技术实训平台。通过实验室小组协作与技术训练营短期集训,强化学生软件操作与技术迁移能力,为项目实践奠定基础。

社会协同:将公益议题纳入课程,如与社区组织合作开展环保宣传项目,要求学生完成项目策划、执行与效果评估,培养学生社会责任意识。成果评审环节引入社会机构代表与普通受众参与,拓宽学生对传播影响力的认知维度^[11]。

2.4 教学改革实施重点环节

2.4.1 行动研究与混合教学

采用行动研究法贯穿改革全周期:课前系统规划课程大纲与资源;课中每三至四周收集师生反馈,动态调整任务与资源配置;期末通过成果展示与多元评估总结成效。教学模式以“项目制”为核心,结合线上线下混合式学习。线上提供案例库与技术教程,支持自主学习;线下侧重实操研讨与情景模拟,例如小组完成账号运营、数据分析等任务,促进知识向实践转化。

2.4.2 多元评价与效果验证

通过定量(前/后测问卷、成绩分析、实习效率)与定性(师生访谈、企业评议)方法综合评估改革成效。结果显示,实验班在创意策划、技术应用等维度较对照班提升 15% - 20%,超 80% 的学生认可课程对行业认知与自我效能的促进作用。企业导师高度评价学生项目的商业潜力,公益组织肯定其社会价值。此外,将过程性评价(团队协作、阶段任务)与终结性评价(创新度、社会影响力)相结合,辅以多主体(教师、企业、学生)自评互评评议机制,全面衡量学生综合素质。

2.5 实施挑战与优化方向

改革过程中,跨院系协作、校企对接及师资管理复杂度显著增加。需进一步完善常态化合作机制,例如签订长期战略合作协议、开发“订单式”课程,确保教学与产业需求紧密衔接。同时,加强教师跨学科培训与技术能力更新,并通过在考核机制中认可教学创新成果等方式,激发其改革动力。未来需持续追踪技术前沿(如元宇宙交互、AI创作工具),动态优化课程内容,提升人才培养的前瞻性与市场适应性。

3 教学改革实践与评价

本研究以《新媒体内容策划与运营》课程为改革试点,通过多维协同模式整合学科、产业、技术与社会资源,系统验证教学改革成效。分别从核心课程改革实施路径、数据验证与成效分析两方面展开论述,结合实证数据与社会反馈,全面评估改革成果。

3.1 核心课程改革实施路径

3.1.1 改革前:传统教学模式的局限性

改革前,课程以理论讲授与考试评价为主,学生局限于案例分析,缺乏对新媒体平台运营的真实接触。由于未设置账号管理或项目任务,学生对内容策划、受众互动及数据优化的认知停留于表层,难以理解行业复杂需求。这种单一教学模式导致课程吸引力不足,学生综合能力与社会实践需求脱节。

3.1.2 改革后:多维协同的深度实践

改革后,课程引入真实公众号与短视频账号运营项目,由企业导师设定推广目标,学生分组负责内容生产、活动策划与粉丝运营,并以浏览量、互动率及转化率为核心考核指标。具体协同路径包括:通过学科协同联合艺术设计专业开展视觉创意合作,学生通过跨学科工作坊提升品牌形象设计能力,强化内容传播的视觉表达逻辑。通过产业协同使企业导师全程指导,结合行业案例解析市场需求,对策划方案进行实时反馈,促使学生将学术理论与商业逻辑深度融合。依托

数字媒体实验室的社交媒体监测工具通过技术协同,实时跟踪账号数据、优化内容投放策略,促使学生形成“数据驱动决策”的运营思维。通过社会协同引导部分小组选择公益议题(如环保宣传、社区服务)作为运营主题,通过公益组织合作与公众评审机制,深化学生对传播社会核心价值观的认知。一学期的实践表明,学生在真实项目驱动下,逐步掌握新媒体内容策划、技术应用与效果评估的全流程能力,对行业生态的认知从平面化转向立体化。

3.2 数据验证与成效分析

3.2.1 学生能力提升的量化对比

通过实验班(A班)与对照班(B班)的横向对比,A班在创意策划、内容制作、数据分析及团队协作等维度得分平均提升15%–20%。针对A班的问卷调查显示,83%的学生认为课程改革显著增强其行业认知与实操信心,72%的学生表示项目实践有效弥合了理论与应用的鸿沟。纵向对比改革前后数据,A班在技术工具熟练度(如AI文本生成、数据可视化)与跨专业协作效率上提升尤为显著,表明多维协同模式对学生综合能力培养具有直接促进作用。

3.2.2 行业与社会的多维度反馈

企业导师对学生运营方案的评价显示,65%的项目达到商业推广基础标准,其中20%的策划案被企业采纳为后续推广参考。本地媒体平台反馈称,学生团队在内容创意与用户互动策略上展现出较强的市场敏感度。公益组织给予学生团队参与的项目高度认可,指出此类实践不仅提升社会议题传播效率,还激发公众参与热情,凸显专业教育的社会价值^[12]。

3.2.3 教学团队反思与优化方向

教师团队认为,多维协同模式虽有效提升教学质量,但在实施过程中面临三方面挑战:一是跨院系协作需耗费大量沟通成本;二是企业项目周期与教学进度存在冲突;三是多元评价标准需进一步细化。针对上述问题,团队提出优化策略:建立常态化校企合作机制,通过战略合作协议明确项目周期与责任分工;开发“课程–企业”双

导师制,强化过程指导与进度管控;完善评价体系,增设“创新性”“社会影响力”等细分指标,纳入行业专家,提高其评分权重^[13]。

3.3 改革成效总结与推广价值

实证研究表明,多维协同模式通过真实项目驱动与资源整合,显著提升学生的实践能力与职业素养。实验班学生在技术应用、创意策划及社会责任意识等维度表现突出,其学习成果兼具商业价值与社会效益。此外,课程改革为高校提供了可复制的实践范式:一是以产教融合为核心,构建“课程群-企业库-技术平台”协同生态;二是以社会需求为导向,将公益项目纳入教学体系,强化专业教育的社会服务功能;三是以动态调整为原则,紧跟元宇宙、AI 创作等前沿技术趋势,持续更新教学内容与工具^[14]。后续研究需进一步探索校企合作的制度化路径,完善跨学科师资培训机制,并通过长期追踪毕业生职业发展数据,验证改革对就业竞争力的长效影响^[15]。

4 研究结论与策略建议

4.1 研究结论

基于多维协同理念所进行的新媒体传播课程教学改革,在学科、产业、技术与社会需求的多方融合中展现了良好的改革成效。首先,多维协同有效提升了教学质量与学生综合能力。通过将不同学科资源、企业项目和社会议题整合进课程体系,学生在创意策划、技术应用与社会责任意识等多个维度获得了显著发展,学习内驱力被充分激发。其次,项目制教学与产教融合的深入实施进一步强化了学生的实操与创新意识。借助真实企业案例和行业导师的指导,学生对新媒体运营环境和应用场景的理解更趋立体,学习成果更具实践价值。最后,课程评价体系的多元化对教学改革具有关键意义。传统的单一评分难以全面衡量学生跨学科、跨专业协作所取得的成长,而引入过程性评估、终结性考核以及多主体评议等多元机制,使学生在创造性思维、团队协作和社会服务等方面都能得到更充分的学习反

馈与自我改进空间。

4.2 策略建议

基于本研究中的经验,建议成立跨学科教学小组,为新媒体传播课程群的建设与迭代提供系统性支撑。通过充分整合校内外资源,既可共享师资与实验场地,也能增强课程内容的前沿性与丰富度,保障教学改革的持续推进。在后续实践中,高校可与企业及社会机构签订长期且明确的战略合作协议,或尝试开发“订单式”课程,让学生在真实项目中完成学习任务,并将课程成果直接应用于行业实践。此举有助于保持教学与产业的紧密联结,进一步提升学生的就业竞争力。

考虑到新媒体领域的跨学科属性与技术迭代速度,应定期开展教师跨学科培训、外出访学或企业挂职,持续更新其专业认知与实践技能。同时,在教师考核与晋升机制中应充分认可教学创新与产教融合成果,以激发教师的主动性与创造力。新媒体传播课程不仅要满足行业经济层面的需求,还应注重面向公益、社区以及政府部门,鼓励学生关注社会热点并运用专业技能积极参与公共服务。由此才能在实践中提升学生的社会责任意识,让课程价值更趋多元和可持续。在数字传媒环境不断演变的背景下,课程内容需紧随新兴技术的更新迭代,如元宇宙交互、人工智能创作工具、大模型自然语言处理等,不断丰富项目场景与教学方式。唯有紧贴行业最前沿,才能保证学生在毕业后具备更强的市场适应力与创新潜能。

参考文献(References):

- [1] 洪宜. 智媒时代网络与新媒体专业知识体系与人才培养重构[J]. 传媒, 2024, 25(14): 18-20.
- [2] 刘玉婷. 以产促教: 网络与新媒体专业人才培养策略[J]. 传媒, 2024, 25(14): 21-23.
- [3] 谷虹, 黄升民. 面向“新文科”的中国新闻传播高等教育之破与立——以网络与新媒体专业建设为突破口的改革探索[J]. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 45(10): 161-168.
- [4] 孙婷. 新媒体传播背景下艺术设计专业版式设计

- 课程教学中的项目实践——以版式设计课程中的电子杂志设计项目为例[J]. 汉口学院学报, 2021, 14(02): 115 - 118.
- [5] 钟书平. 高校网络与新媒体专业产教融合路径探索[J]. 传媒, 2021, 22(23): 85 - 87.
- [6] 钱尔赫. AI时代网络与新媒体专业教育的现状与未来[J]. 传媒, 2024, 25(14): 8.
- [7] 马子涵. "任务驱动法"在传播学专业实践教学中的应用——以"新媒体传播导论"课程为例[J]. 科教导刊(月上旬), 2020, 12(34): 151 - 153.
- [8] 潘志颖. 新媒体时代高校课程思政教育创新模式探索——评《新媒体传播与大学生思想政治教育及其途径创新》[J]. 传媒, 2023, 24(10): 199 - 100.
- [9] 吴航行. 网络与新媒体专业产教融合发展的实践路径探究[J]. 传媒, 2023, 24(22): 75 - 77.
- [10] 杨华. 智媒体时代网络与新媒体专业人才培养的课程群建设[J]. 传媒, 2023, 24(16): 84 - 86.
- [11] 陈肖敏. 课程思政在高职院校新闻传播类课程中的融入与实践——以媒体传播基础为例[J]. 新闻研究导刊, 2022, 13(13): 60 - 62.
- [12] 谭筱玲, 戴骋. 从“粗放式叠加”迈向“系统性融合”: 全媒体时代网络与新媒体专业人才培养研究[J]. 青年记者, 2023, 82(24): 107 - 109.
- [13] 李晓静, 韩羽昕. 欧美新媒体传播硕士课程教学分析与反思[J]. 新闻记者, 2018, 35(05): 91 - 96.
- [14] 戴文红, 王海涛. 中国戏曲海外新媒体传播探索——以手机媒体为例[J]. 江苏社会科学, 2016, 36(04): 262 - 268.
- [15] 沈慧萍. 基于 OBE 的“新媒体传播”课程建设[J]. 青年记者, 2018, 77(27): 94 - 95.

作者简介:

第一作者:孙铭一,1983年生,女,长春人,硕士,长春理工大学,讲师,主要研究方向为新媒体传播。Email: 510424291@qq.com;

通讯作者:梁旭方,1983年生,男,辽宁丹东人,硕士,长春理工大学,副教授,主要研究方向为室内外环境设计、传统民居保护。Email:174921426@qq.com

Research on Teaching Reform and Application Practice of New Media Communication Courses under the Multi – Dimensional Collaboration Framework

SUN Mingyi, LIANG Xufang *

(Changchun University of Science and Technology, Changchun 130022, China)

Abstract: Based on the concept of “multi – dimensional collaboration”, this study systematically reforms and explores the teaching practices of new media communication courses by integrating academic disciplines, industries, technologies, and social resources. It establishes an innovative teaching model centered on project – based learning, industry – education integration, and social participation. The research findings indicate that multi – dimensional collaboration effectively enhances students’ learning motivation, improves their creativity, technical application skills, and interdisciplinary cooperation abilities, and fosters deep interaction between universities, enterprises, and public welfare organizations. Through empirical data and case analysis, the study validates the critical role of a diversified evaluation system in assessing students’ practical achievements and overall competence. Furthermore, the research highlights that continuously improving cross – disciplinary collaboration, institutionalizing industry – academia cooperation, strengthening faculty training and incentives, and keeping pace with emerging technological trends are key factors in advancing the reform of new media communication courses.

Key words: multi – dimensional collaboration; new media communication; curriculum teaching reform; industry – education integration; project – based learning