

中国新闻传播高等教育的困惑与走向

黄升民 刘 晓 刘 珊

摘要:新闻传播高等教育的发展离不开对传媒产业长期审视所积累起来的认知成果。如今,技术浪潮驱动下,传媒产业数据化、融合化、平台化、智能化趋势显著,新闻传播高等教育却迟迟无法跟进产业进化,陷入发展困惑。其主要原因有三:一是未能完全摆脱“刻舟求剑”“削足适履”的错误观念;二是对接产业实践的基础设施建设与运维存在不足;三是传统的知识生产方式导致知识体系更新滞后。在此情况下,新闻传播高等教育要革新教育理念,加快结构性调整改革,同时思考建设知识共享协作平台的可行性方案,强化产业资源对接。

关键词:新闻传播学;传媒产业;高等教育变革;知识共享

中图分类号:G2;G64 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2021)05-0005-08

项目基金:国家社会科学基金一般项目(18BXW106)

《中华人民共和国高等教育法》(2018年修订)指出,高等教育是在完成高级中等教育基础上实施的教育,包括学历教育(分为专科教育、本科教育和研究生教育)和非学历教育,分别由高等学校和其他高等教育机构实施。其中,学科、专业建设是高等学校发展的一个根本性、基础性的环节,支持高等教育发展。而新闻传播学作为一门研究新闻活动、传播活动及其他各类信息传播现象的应用性学科,与传媒产业发展息息相关。2018年教育部发布的《普通高等学校本科专业类教学质量国家标准》明确要求新闻传播学类专业教学能紧跟传媒实践的快速发展。但是,新闻传播高等教育面对飞速变革的传媒产业则陷入前所未有的困惑和焦虑之中。如何跟进产业发展步伐并培养产业所需要的人才成为新闻传播高等教育亟须回应的关键问题。

一、传媒产业“四化”构建高等教育发展新环境

新闻传播高等教育的建立与发展离不开传媒产业的需求动力。如今,传媒产业正在颠覆与重构中实现跨越式的演进,重构新闻传播高等教育发展环境,驱动新闻传播高等教育变革。

(一)传媒产业变革推动新闻传播高等教育发展

传媒产业对新闻传播高等教育的影响是多方面的。其中,较为关键的是,传媒产业的快速发展颠覆了新闻传播学科发展的传统根基,重构了新闻传播高等教育的发展基础。

传媒产业以媒体的信息传播服务为主体。以往,信息传输渠道较为稀缺,广播、报刊、电视这三大传统媒体最为关键。因此,新闻传播学围绕此三大传媒产业子领域构建起了学科体系。早期复旦大学、人民大学的新闻传播学科教育体系在初创时围绕“报业”的新闻采编进行,中国传媒大学的前身北京广播学院则紧扣“广电产业”的需求而设,都是教育与产业深度结合的典型案例。如今,互联网的深度渗透瓦解与颠覆了信源、信道和受众这三大信息的传播支点,重塑了传媒产业的核心业务,深刻影响了新闻传播高等教育的发展。尤其是新媒体技术驱动传媒产业外延式扩张,推动新闻传播学学科与信息技术科学、计算机科学等自然科学交叉互融,学科边界模糊化趋势显著。

正如童兵教授曾表示的:“一门学问积累到一定程度,即对该客观事物的研究有了相当的深度和

广度,累积了一定的认知成果,便有可能开始形成相应的学科。”^[1]新闻传播学科发展正是建立在对传媒产业的深度认知基础上的。但是如今传媒产业进化日新月异,原本新闻传播学科基础上发展起来的新闻传播高等教育也步入调整改革期,高等院校是其重要推动者。

一方面,新闻传播院校在专业设置、课程设计、培养方案等方面积极开展内部调整。诸如大数据与新媒体、计算广告学、计算传播学、智能媒体传播等新的专业体系和分支学科开始涌现,旨在跨越学科界限,把握当下传媒产业新的信息传播规律。另一方面,在外部联合上,产教融合成为高校推动新闻传播高等教育改革的焦点。

(二)把握传媒产业“四化”趋势尤为关键

新闻传播高等教育随着传媒产业进化推进改革进程。在这个过程中,把握住传媒产业进化的核心趋势尤为关键。如今,大数据、云计算、AI、5G等技术正成为产业发展的底层驱动力,传媒产业正在以前所未有的速度发展。其中,有四个趋势颇为显著,笔者称其为“四化”。

一是数据化。随着互联网普及与发展,数据已经成为信息社会最具价值的资源,是传媒产业演进的基础动力。根据国际权威机构 Statista 的统计和预测,全球数据产生量将在 2035 年达到 2142ZB。数据量呈几何爆炸式增长,数据颗粒度不断细化,数据计算、分析能力不断提升,不得不让传媒产业重视数据化带来的颠覆式影响力。从“中央厨房”的数据化采编模式到“数据中台”的全业务数据化赋能,传媒机构对数据在内容、营销等业务上的应用愈加重视,对数据采集、处理、存储、分析等能力不断增强。

二是融合化。数据化深度发展,多方数据交汇势必会带来融合化趋势,传媒产业的融合发展已经进入纵深阶段。从 2014 年《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》将“媒体融合”战略上升至国家层面后,系列政策的后续颁布都对媒体融合化做出了更为具体的指导。目前,我国传媒产业从内容、产品、终端的融合向底层的技术、数据、网络的融合深入,并进一步拓展至资本、制度等层面。

三是平台化。数据化和融合化的基础上,平台化的信息传播方式成为主流,重构传媒产业核心业务。平台的出现颠覆传统信息传播模式,打破信息传输渠道原有的稀缺性,驱动信息无限生产、无限传输和无限消费。其中,数据和算法成为平台分析、处理、分发信息的核心驱动力。传媒产业各方逐渐意识到平台在未来融合化的产业环境中的重要性,纷纷聚焦平台化再造,“央视频”“人民日报”等新媒体平台就是典型代表。

四是智能化。传媒产业数据化、融合化和平台化过程中,产生了海量的数据、信息高效分析、处理和最优决策的问题。而快速发展的人工智能技术成为解决问题的最佳手段,推动传媒产业实现智能化是未来发展方向之一。如今,人工智能技术赋能了传媒产业经营发展的各个环节,并推动传媒产业智能化从运算智能向感知智能、认知智能不断升级。基础的智能工具、产品的研发与应用已经成为常态,“人机协同”“人机博弈”成为传媒产业热议的话题,智能媒体建设已成大势所趋。

二、新闻传播高等教育跟进产业“四化”趋势仍有差距

面对飞速变革的传媒产业,新闻传播高等教育也在积极调整,但成效并不显著。仅从就业率来看,部分高校新闻传播学院就业率普遍出现了下滑趋势。其中,某校新闻与传播学院 2020 年公布的数据显示其本科就业率仅为 35.17%,研究生就业率仅为 48.53%。另外,部分院校也开始撤销新闻传播类专业。这些现象足以折射出新闻传播高等教育与传媒产业的脱节。那么,在传媒产业“四化”趋势这一核心命题上,新闻传播高等教育的差距体现在哪里?笔者以综合新闻传播高等教育的专业调整、课程设计、培养方案、学术研究、实验室建设等多个方面对其跟进产业“四化”进行分析。

(一)数据化:教育缺乏大数据环境与相关技术实践条件

面对传媒产业的数据化趋势,我国新闻传播院校开始将数据技术、数据运营、数据工具及产品、

数据同源、数据伦理等内容纳入教育教学体系,并积极开设大数据课程,建设大数据实验室、甚至设置大数据相关专业方向。例如,2015年,中山大学传播与设计学院成立了大数据传播实验室,并于2018年开设了全国新闻传播学领域首个大数据传播专业硕士方向;2018年中国人民大学新闻学院新闻与传播专业设置大数据与新闻传播方向。

但是在这个过程中,新闻传播高等教育相比传媒产业的经营发展显示出较为明显的短板。以大数据对新闻传播的学术研究支持为例。首先,新闻传播高等教育缺乏数据源、数据存储等大数据环境。张志安谈到高校获取大数据的方式主要有三种:一是外部采购,但成本较高;二是通过网络爬虫等技术爬取,但容易被拦截;三是与企业建立数据合作,但所获得的传播数据往往规模有限且抓取、分析和成果发表等各环节面临诸多限制。^[2]尤其是随着大数据的战略价值的快速提升和大数据涉及的隐私问题屡被关注,传媒产业对数据的利用愈加谨慎,对数据共享和开放更是讳莫如深。这导致教育无法构建具有规模性、真实性的大数据环境,难以比肩拥有几何式增长的大数据生态的传媒产业。其次,新闻传播高等教育没有足够的大数据技术实践条件。传媒产业重视数据的商用价值,拥有及时采集、分析、利用数据的技术和能力,能迅速赋能业务发展,进而训练大数据技术水平。但相比之下,教育没有传媒产业所具备的技术实践条件,更多是实验室内部的数据技能训练,较难跟上传媒产业日新月异的大数据应用实践。

新闻传播高等教育虽然重视大数据对传媒产业带来的巨大影响,但由于缺乏大数据环境支持,教育的发展非常容易陷入“无源之水无本之木”的数据资源匮乏局面,这将导致新闻传播高等教育与传媒产业发展鸿沟逐渐拉大。

(二) 融合化:教育还未能充分适配产业的深度融合化

融合化加速了传媒产业边界的消解,颠覆了原本以传统、单一媒体形态为核心构建的新闻传播高等教育体系。为了把握传媒产业融合规律并指导其未来发展,培育全媒体复合型人才,众多高等教育机构开始积极推动教育体系调整。例如,在专业设置方面,继2005年密苏里大学新闻学院全球首设媒介融合专业之后,2007年,南京大学金陵学院在国内首次开设了媒介融合专业。与此同时,大批高等学校先后成立媒体融合实验室、媒体融合基地、融媒体中心等。其中,2018年,中国传媒大学“智能融媒体教育部重点实验室”获教育部批准成立,成为媒体融合领域高校唯一一所教育部重点实验室。

同时,我们也注意到,新闻传播高等教育虽然基于产业融合化趋势积极调整,但其还未能与产业的深度融合进行适配。一方面,目前的新闻传播高等教育体系还没有脱离原有的传媒制度框架。2013年中国人民大学调查了国内18家新闻传播院系的发展情况,认为长期以来,我国新闻传播专业设置的整体框架是以传统媒体的人才需要为基础的,但媒介融合时代下,新闻传播整个学科的范式亟须调整。目前这个问题仍未得到充分解决,当下新闻传播学专业体系仍是以广播电视、出版编辑、网络与新媒体等做明显区隔,更难以与其他学科交叉融合,正如张昆所言:“既有教育格局与媒介融合的现实之间存在矛盾。”^[3]另一方面,由于新闻传播高等教育与产业一线实践之间存在一定距离,目前的新闻传播高等教育更多是追踪传媒产业融合化案例如“中央厨房”“融媒体中心”等成果展开研究,且较多集中探讨融合内容生产、融合媒体产品等现象层面,在产业的文化融合、制度融合、体制融合等深层融合层面探讨较少。随着传媒产业融合化程度加深,新闻传播高等教育若不能及时调整,势必会与传媒产业拉开差距,难以从“追踪产业变化”向“指导产业发展”转变。最后,新闻传播高等教育很有可能迷失在宏大的、不可阻挡的产业融合洪流当中。

(三) 平台化:教育对产业平台化的跟进较为缺位

传媒产业平台化的趋势是颇为显著的,数据化的集聚,融合化的深入,产生了规模巨大的、前所未有的平台生态和全新的信息产业运行机制——平台机制。“去中心化”的平台打破了传统传媒产业的“把关人”体系,又通过数据、算法体系实现了“中心化”再构,这完全颠覆了新闻传播高等教育

已有的知识体系。

新闻传播高等教育已经意识到平台化给传媒产业带来的颠覆式变革意义,认同未来建设媒体平台的重要作用。但从学术研究来看,新闻传播高等教育对平台在传媒产业的运作机制等核心问题的探讨是较少的。在知网以“平台”为关键词检索到 38327 条结果,其中属于“新闻与传媒”这一学科领域的仅有 688 篇。同样,以“平台型媒体”为关键词仅检索到 212 条结果,以“媒体平台”为关键词检索结果数量稍多,为 4500 条。相关著作方面,王薇《家庭信息平台:数字电视运营模式新突破》、周滢《内容平台:重构媒体运营的新力量》、谷虹《信息平台论:三网融合背景下信息平台的构建、运营、竞争与规制研究》等是新闻传播领域较为关键的几部著作,其他多聚焦计算机科学、经济学等领域。不可否认,新闻传播高等教育虽对产业平台化有所关注也有所探讨,但缺少重要的理论突破,也较少在课程设计、培养体系等方面做相关调整。随着传媒产业平台化趋势愈加深入,新闻传播高等教育若不能及时将平台化置于关键位置,会对其知识体系更新产生重大影响,难以跟进传媒产业快速变革的步伐。

(四) 智能化:教育解读产业智能化的能力与深度不足

新闻传播高等教育正在积极尝试跟进传媒产业智能化趋势,在专业调整、课程设计、实验室联合建设等方面动向频频。例如,专业调整方面,中国人民大学新闻学院设置了智能传播方向,浙江传媒学院将“新媒体传播”方向变更为“数字媒体与智能传播”。实验室建设方面,如北京师范大学新闻与传播学院联合微软、封面新闻成立了“人工智能与未来媒体实验室”等。

但是,传媒产业对人工智能技术应用的逐步深入,其在智能传播领域的实践已经进入纵深领域,但新闻传播教育发展还存在较大差距。一方面,新闻传播高等教育较为强调“文科”思维意识,与人工智能技术发展与应用所需求的“理工科思维”存在天然的区隔。当数学、统计、计算机、通信等理工类学科、专业深度推进人工智能前沿技术研发与应用时,新闻传播学科势必处于弱势地位。王晓红曾提出疑问:学术界看似都很时髦地表现在用人工智能技术、机器学习等词汇,但真的懂得他们吗?^①实际上,这背后也隐含对新闻传播学在学科交叉、融合等方面的期待。另一方面,在能力不足的基础上,新闻传播高等教育对传媒产业智能化的认知深度还存在不足。从学术研究成果来看,在知网以“人工智能”为关键词筛选出属于“新闻与传媒”学科领域 2056 篇文献,进行计量可视化分析后得出主要主题和次要主题分布(表 1 和表 2)。从中可以看出,新闻生产和报道、编辑、AI 主播、机器人写作等偏向智能技术应用场景的研究仍比较多。但是,实际上,传媒产业智能化的核心并不是智能技术的应用,而是底层的“智能算法”所搭建的黑箱运作体系(如图 1)。笔者认为,传媒产业智能化包括数据与数据的链接、数据的筛选与判断、经验训练与知识库的融合、行为决策与算法的联动等多重逻辑。显然,缺乏学科交叉融合基础的新闻传播高等教育还较难解读这些问题。如今,“新文科”建设已经起步,新闻传播高等教育必须紧抓这个时机进行调整改革,否则随着传媒产业智能化逐步深入,新闻传播高等教育会更加“力不从心”。

表 1 主要主题分布

关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例
人工智能	901(44.92%)	传媒业	39(1.94%)	新闻伦理	19(0.95%)	主流媒体	13(0.65%)
人工智能时代	141(7.03%)	新媒体	32(1.60%)	AI 换脸	18(0.90%)	机器新闻写作	13(0.65%)
智媒时代	66(3.29%)	智媒体	31(1.55%)	智能传播	18(0.90%)	新闻采编	12(0.60%)
媒体融合	62(3.09%)	大数据	31(1.55%)	机器人新闻	17(0.85%)	新闻编辑	12(0.60%)

^①取自王晓红在 2020 年 11 月 30 日在中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会第八届理事会第二次全体会议暨“智能媒体与新闻传播学科变革”学术年会上的发言。

续表

关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例
新闻业	59(2.94%)	新华社	22(1.10%)	两会报道	17(0.85%)	数据新闻	12(0.60%)
新闻生产	57(2.84%)	智能时代	21(1.05%)	广播电视	16(0.80%)	内容生产	12(0.60%)
播音主持	53(2.64%)	智媒体时代	20(1.00%)	大数据时代	15(0.75%)	融媒体	11(0.55%)
人工智能技术	50(2.49%)	短视频	20(1.00%)	新闻媒体	14(0.70%)	技术驱动	11(0.55%)
新闻传播	43(2.14%)	智能媒体	19(0.95%)	智能语音	13(0.65%)	新闻记者	11(0.55%)
主持人	42(2.09%)	传统媒体	19(0.95%)	媒体大脑	13(0.65%)	伦理师范	11(0.55%)

资料来源:中国知网(2020年4月23日)

表2 次要主题词分布

关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例	关键词	篇数及比例
人工智能	1024(43.28%)	主持人	36(1.52%)	媒体大脑	25(1.06%)	智媒体	19(0.80%)
人工智能技术	157(6.64%)	新闻生产	35(1.48%)	算法推荐	25(1.06%)	信息茧房	19(0.80%)
媒体融合	105(4.44%)	智能媒体	34(1.44%)	机器人写作	24(1.01%)	写作机器人	19(0.80%)
大数据	94(3.97%)	新闻传播	31(1.31%)	媒介融合	24(1.01%)	信息传播	18(0.76%)
新闻业	78(3.30%)	广电行业	28(1.18%)	物联网	23(0.97%)	播音主持	18(0.76%)
传媒业	59(2.49%)	媒体融合发展	27(1.14%)	机器写作	22(0.93%)	人机协同	17(0.72%)
传统媒体	40(1.69%)	智媒时代	27(1.14%)	社交媒体	21(0.89%)	区块链	17(0.72%)
新闻传播领域	39(1.65%)	智能技术	27(1.14%)	今日头条	21(0.89%)	生产流程	16(0.68%)
短视频	37(1.56%)	主流媒体	26(1.10%)	新华社	20(0.85%)	内容生产	16(0.68%)
媒体行业	37(1.56%)	新媒体	26(1.10%)	机器学习	19(0.80%)	机器人新闻写作	16(0.68%)

资料来源:中国知网(2020年4月23日)

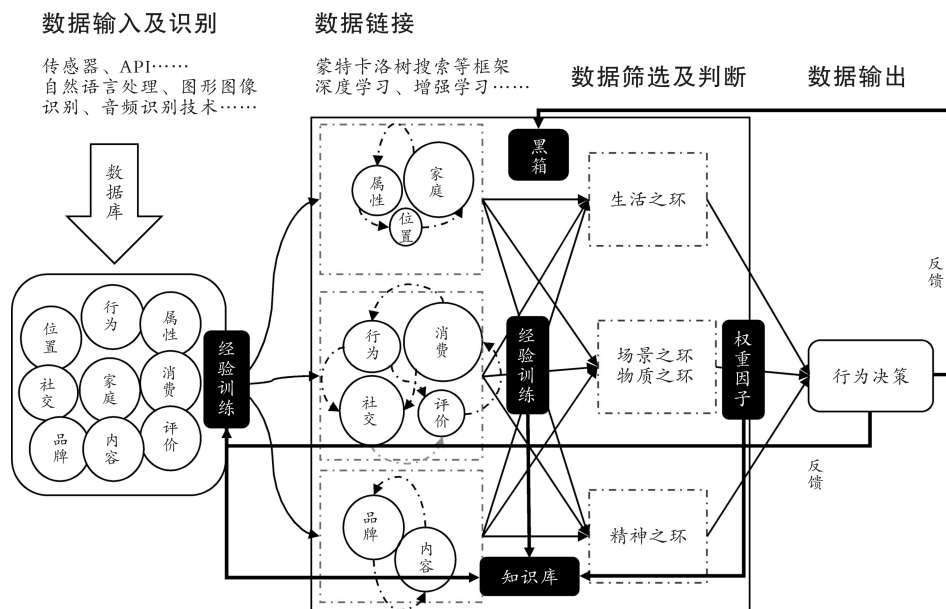


图1 智能化的黑箱运行体系

三、明确新闻传播高等教育与产业发展脱节的三大原因

从传媒产业“四化”趋势来看,新闻传播高等教育的确是跟传媒产业的发展存在差距。对此,张涛甫曾直接表示,新闻传播业态大洗牌,新闻传播教育界的反应相对迟缓,没有举系统之力,跟进新闻传播业态变革,多数新闻传播教育机构还是在强大的传统惯性轨道上滑行,变革意识不强,与业界和社会需求差距甚巨。^[4] 结上,笔者认为有三点原因较为重要。

(一) 未能完全摆脱“刻舟求剑”“削足适履”的错误观念

部分新闻传播院校面对飞速变革的传媒产业略显“无所适从”,在未能审视客观条件的情况下就快速制定并落实改革调整方案,导致新闻传播高等教育在错误观念下发展。

一是存在经验主义、教条主义思想,拘泥成法,改革创新意识淡薄,用“刻舟求剑”的态度对待崭新的信息传播生态。如今,新闻传播高等教育必须进行深层次改革才能跟进传媒产业发展,但高校目前持有较低的“容错”态度,对推动改革“深水区作业”十分谨慎,部分高校仍较为固守以往的人文社会科学学科、专业体系,自我封闭性较强,教育理念陈旧,改革力度不够。

二是忽视客观环境及具体条件,盲目跟风,生搬硬套,用“削足适履”的态度推进教育改革。事实上,这种观念一直存在于新闻传播高等教育发展的过程中。新闻传播学发展早期,部分高等院校在缺乏论证的基础上盲目照搬一些老牌新闻院校的思路和做法,导致了我国大部分新闻传播院校定位单一、缺乏特色。如今,为了跟随产业发展,培养实践人才,部分院校存在不审视客观条件就随意删增课程、更改培养方案、成立新的专业方向等做法。如蔡雯谈到一些高校在课程结构和课程体系调整时,剔除了大量文史类、管理类、艺术类课程,只是因为这类课程与新闻传播理论和技能无直接关系。^[5] 同样,云南大学2014年开设的网络与新媒体专业也在2018年被撤销。这些做法,不仅仅消耗了大量的资源,还容易陷入“新瓶装旧酒”的局面,导致难以跟进产业发展。

(二) 对接产业实践的基础设施建设与运维存在不足

部分新闻传播院校在对接产业实践的实验室、研究基地等基础设施建设方面较为缺乏,虽有部分院校在此方面已经有所举措,但仍存在诸多问题。

大众传播时代,新闻传播高等教育与采编室、演播厅等基础设施密切配合,对接产业前沿,培养实践人才。如今,传媒产业飞速变革,旧的基础设施已经不能满足产业发展需求,建设对接产业发展前沿的实验室、研究基地等新的基础设施尤为必要。目前,部分新闻传播院校已经投身至实验室、研究基地等相关基础设施的建设中,比如山东大学新闻传播学院的“大数据与精准传播实验室”、北京师范大学新闻传播学院“人工智能与未来媒体实验室”等,但是其运维也存在诸多问题。尤其是很多地方性院校中的新闻院系,专业设备短缺,设备状况不良,全媒体教育还停留在口号和规划上,实验教学存在严重的滞后性,且存在资源空置浪费等情况^[5]。其中,有三个问题颇为值得注意。

一是“空壳化”现象的存在。部分新闻传播院校筹建实验室、研究基地的过程中,存在“仅挂牌,无运作”的实际情况。该情况产生的缘由可能是部分高校盲目跟风或绩效需求导致,只是“表面功夫”,存在实验室“空置”的资源浪费现象。二是容易陷入“闭门造车”的尴尬局面。部分院校的实验室、研究基地的建设,由于缺乏产业沟通主动性或业界声量,难以对接数据、技术、实践案例等产业资源,只能受限于自有资源,甚至会发展为“关起门来做事”的状态。三是容易陷入运维“泥沼”。必须承认,实验室、研究基地的前期建设需要缜密的运维章程设计和高额的资源投入,后期则需要师资、学生的支持和长期的运维成本。目前,众多高校的实验室、研究基地等并未建立起完善的“造血机制”,相关硬件、师资等资源存在不足,长期运维压力较大。

(三) 传统的知识生产方式导致知识体系更新滞后

教育观念滞后和产业实践缺乏的情况下,新闻传播高等教育的知识体系更新速率更难以匹配传媒产业飞速变革的步伐,仅靠高校、研究所等高等教育机构承担新闻传播相关知识的生产、扩散与转化已不太可行,新闻传播高等教育的知识生产方式已经较为陈旧。

英国学者迈克尔·吉本斯等曾在《知识生产的新模式:当代社会科学研究的动力学》一书中将知识生产方式区分为模式1和模式2。认为模式1是较为传统的、一种学科的、主要是在认知语境中进行的知识生产方式;而在模式2中,知识是在一个更为广阔的、跨学科的社会和经济情景中被创造出来的。吉本斯认为模式2的出现影响深刻,足以引发对高校、研究所等现有知识生产机构的充分质疑。^[6]在此基础上,审视当下新闻传播高等教育,可以看出其仍较为依赖传统的知识生产方式,未能突破传统文科思维的局限,导致知识体系更新滞后。

一方面,新闻传播高等教育在打通新闻传播学与信息技术科学、计算机科学等其他学科之间的专业壁垒和学科障碍方面还存在诸多不足。另一方面,新闻传播高等教育未能有效对接企业研究机构等其他知识生产系统,仍较为局限在文科思维下的认知性教育体系中,以规范的课堂教学、学术科研为主,难以快速对接日新月异的传媒产业。虽有部分新闻传播院校与业界机构联合开设了相关课程,但更多以业界案例、经验宣讲为核心,在联合知识生产方面还未形成成熟机制,较难实现知识体系的快速更新。

四、新闻传播高等教育未来的发展走向

新业态、新格局给新闻传播高等教育发展提出了新要求。对接传媒产业发展需求,加快新闻传播高等教育调整改革步伐是必要之举。但是,并非所有问题都能够及时、顺利解决,部分问题触及新闻传播高等教育深层,需举全系统之力进行长期调整。那么,新闻传播高等教育若想缩小与传媒产业之间的差距,其未来发展走向应该注意什么?笔者认为,以下两点较为重要。

(一) 革新教育理念,加快新闻传播教育结构性调整

新闻传播高等教育首先应脱离传统教育理念的束缚,从传统教育框架中脱离出来,审视传媒产业融合化、平台化等实际情况,打破专业壁垒、学科障碍,进行大刀阔斧的改革。传媒产业发展所需要的不单单是垂直领域的专业人士,更需要全媒体复合型人才。这就要求新闻传播高等教育不能画地为牢,要在专业融合、跨学科交叉等层面有所作为。目前,部分高校虽有所试水,但这种改革力度在庞大规模的新闻传播教育体系中仍较为“微弱”。新闻传播高等教育需要的是战略性的结构性调整而非开设一个新的研究方向或一门新课等细枝末节的微调,要从学科定位、专业划分、课程设计、教材规划、培养方案等多个方面进行全方位革新。

与此同时,这种结构性调整还需要体现在教育机构层次方面。正如中国高等教育学会会长杜玉波在一次专访中所言,我国高校的类型层次应从“金字塔”转向“五指山”,高水平学术型大学和应用型大学同步平行发展,不同层次大学要摆脱同质竞争走向错位发展。对于新闻传播高等教育机构而言,也应如此。因此,新闻传播院校面对传媒产业飞速发展的步伐,应当谨慎评判自身发展条件,因时制宜、因地制宜地制定长期改革规划,塑造自己学科、专业定位的独特性。目前,部分新闻传播院校已经采取了相关举措。这些高校如此改革势必是深思熟虑的,但笔者也同时提醒其他新闻传播院校对此不要盲目模仿,要结合自身情况做出冷静决策。另外,专注输送产业实践人才的专科院校、高等职业院校等作为新闻传播高等教育中的关键组成部分,理应受到重视和资源倾斜。这类院校应在急速变革的传媒产业中找准定位,与学术型大学互补共生,助力新闻传播高等教育结构优化,跟进传媒产业发展。

(二) 搭建知识共享协作平台,强化产业资源对接

面对传媒产业变革,毋庸置疑,新闻传播高等教育知识体系更新是严重滞后的。对此,新闻传播院校必须改变传统的知识生产方式,考虑未来跨学科、跨机构的知识共享合作的可能性。笔者认为,搭建知识共享协作平台是可行的路径之一。这种知识共享协作平台可以是实验室、研究基地等形式,也可以是校企联合培养体制,抑或是由企业或高校主导建立的应用平台系统。但无论是哪种形式,其本质是希望新闻传播院校能走出自我封闭的小圈子,与其他学科、专业、机构建立起深度联合关系。目前,已有部分新闻传播院校展开了尝试,比如复旦大学新闻学院的本科生“2+2”培养模式,

以及前文所谈的各类实验室等。同时,教育部也推出了“产学研合作协同育人项目平台”,为产教融合、校企合作提供了支持。但必须承认,新闻传播高等教育在知识生产、扩散方面仍是以“学科-专业”的基本学术制度为主,“跨学科-跨专业-跨机构”的产学研协同机制还未成型。

因此,我们认为,有必要立足于新闻传播高等教育整体发展的角度,搭建不同学科、不同专业、不同机构的知识资源交汇互融的知识共享协作平台。尤其是传媒产业“四化”趋势下,新闻传播高等教育可以通过该平台强化产业资源对接,推动不同学术资源、科研资源和产业资源的互通互融,助力实现知识体系的更新。但在这个过程中,新闻传播高等教育面对传媒产业的高速发展要持有冷静态度,要积极思考产业资源融入教育体系的合理方式,沉淀出双方互利共赢的知识共享协作模式,切忌过度追求产业前沿而撼动自身学科根基,理论与实践的平衡才是真理。

参考文献:

- [1] 童兵. 新闻传播学学科体系的观察与思考. 南京社会科学, 2017, 1: 11.
- [2] 张志安. 大数据与新闻传播研究的学术想象. 国际新闻界, 2018, 2: 137-138.
- [3] 杜辉. 媒介融合背景下新闻教育研究述评. 青年记者, 2014, 12: 45.
- [4] 张涛甫. 传媒新业态与当今新闻传播教育的新转型. 传媒评论, 2018, 1: 62.
- [5] 蔡雯. 新闻教育亟待探索的主要问题. 国际新闻界, 2017, 3: 6-18.
- [6] 迈克尔·吉本斯, 卡米耶·利摩日, 黑尔佳·诺沃茨曼等. 知识生产的新模式: 当代社会科学与研究的动力学. 陈洪捷, 沈文钦等译. 北京: 北京大学出版社, 2011: 1.

The Perplexity and Trend of Higher Education in Journalism and Communication in China

Huang Shengmin, Liu Xiao, Liu Shan (Communication University of China)

Abstract: The development of higher education in journalism and communication is inseparable from the cognitive achievements accumulated through long-term review of the media industry. Nowadays, driven by the technological wave, the digitization, integration, platformization, and intellectualization of the media industry have significant trends, but higher education in journalism and communication failed to follow up with the evolution of the media industry, and has fallen into development confusion. There are three main reasons: first, it is difficult to get rid of the erroneous concept of "carving boat for sword" and "cutting the foot to fit the shoes"; second, there are still many deficiencies in the construction and operation of the infrastructure for docking the practices of the media industry; third, the traditional way of knowledge production leads to the lagging of the knowledge system. Under this circumstance, higher education in journalism and communication should innovate educational concepts, accelerate structural adjustment and reform, and at the same time plan feasibly to build a knowledge sharing and collaboration platform, and strengthen the docking of industrial resources.

Key words: journalism and communication; media industry; higher education reform; knowledge sharing

■ 收稿日期: 2021-05-15

■ 作者单位: 黄升民, 中国传媒大学广告学院; 北京 100024

刘 晓, 中国传媒大学广告学院

刘 珊, 中国传媒大学广告学院

■ 责任编辑: 刘金波