

新文科背景下网络与新媒体专业人才培养研究

周茂君 王嘉奇

摘要:网络与新媒体专业自 2012 年被教育部列入普通高等学校本科专业目录以来,截至 2024 年 2 月,国内已有 359 所院校开设。信息技术的更迭和媒体格局的变迁催生出网络与新媒体专业,而新文科建设则为专业发展指明了方向,也提出了更高的要求。通过对 55 所院校网络与新媒体专业本科培养方案进行内容分析,并结合半结构式访谈,对专业核心课程设置与人才培养进行了讨论:对标新文科建设,明确专业培养目标方向,满足业界人才需求;锚定专业定位,凸显专业特色,搭建专属的知识框架和课程体系;强调多学科的交叉融合,着力培养数据思维与技术思维。

关键词:新文科;网络与新媒体;培养目标;课程设置;内容分析

中图分类号:G210 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2025)02-0063-13

基金项目:中国高等教育学会专项重点课题(JXD05)

人工智能技术不断向媒介产业渗透,媒介形态逐渐丰富。从莎草纸到智能传播新技术、新思维、新模式层出叠现,技术变革带来的社会嬗变引发国家对于高校新闻传播人才培养问题的重视,也冲击着网络与新媒体专业固有的人才培养框架。^[1]2018 年教育部实施卓越新闻传播人才教育培养计划 2.0,首次提出建构遵循新闻传播规律与人才成长规律的全媒化复合型、专家型新闻传播人才培养体系,为新闻传播人才培养提出了指导性目标。^[2]同时,媒体格局的重构不仅重塑着传媒市场,更促进了新闻传播理念的重构与学科知识结构的涤故更新。^[3]教育部于 2019 年提出新文科建设,为新闻传播教育指明了改革方向。2020 年 11 月,教育部发布《新文科建设宣言》对新文科建设工作进行了全面部署。2021 年 3 月,教育部办公厅发布《关于推荐新文科研究与改革实践项目的通知》,以落实《新文科建设宣言》所提出的“专业优化、课程提质、模式创新”三大目标。在传播技术变革引发的市场发展、学科创新双重需求推动下,网络与新媒体专业的改革被提上了议事日程。然而该专业诞生时间短,培养范式尚在探索之中,课程设置更有赖于人才培养方案的更新与落实。^[4]故此收集国内 55 所院校网络与新媒体专业本科培养方案,在内容分析基础上,对专业核心课程设置与人才培养进行探讨。

一、文献回顾与问题的提出

伴随着信息技术和传播技术的不断更新迭代,新闻传播业界的各种新思想、新做法和新业态层出不穷,冲击着国内新闻传播教育。传统办学理念、办学方式、目标定位在迎来挑战的同时,新旧理念、方式、定位的碰撞也在不断地为网络与新媒体专业注入“源头活水”,促进国内新闻传播院校向着“求变”“求新”的方向前行。新文科建设旨在破除学科壁垒,强调技术导入、学科交叉和文理交融,是对长期以来新闻传播学偏文科固有办学模式的颠覆性挑战,也是对传统新闻传播教育的赋能。因此,网络与新媒体专业既根植于传统新闻传播学科,又身处新技术迅猛发展的十字路口,其人才培养方向、培养目标和专业定位将何去何从,是当前新闻传播学界关注的前沿议题。

（一）文献回顾

新文科强调打通文理科之间壁垒,突破传统分割,引导多学科交叉混合赋能。通过新的模式求创新、求突破,使学生形成复合型知识、能力与素质结构。^[5]相较于传统文科,新文科之“新”在于顺应国家发展需求,进而促进人才培养重点转换,更是对利用好新技术、满足好新需求的回应。而网络与新媒体专业具有技术赋能的天然优势,是进行新文科改造的先锋。^[6]在大数据、人工智能等技术渗透下,对于多技能的系统性架构、开阔的知识视野和极速的学习实践能力要求等多维复合型人才培养,已然成为网络与新媒体专业发展创新面临的严峻挑战。^[7]网络与新媒体专业教育直面人才培养困境,在新文科理念指导下,积极推动专业建设、专业体系与人才培养的多重变革。^[8]然而,对新文科理念认知的不透彻,将激化传统文科与新文科建设在学科框架、教育思路、课程构成上的矛盾。^[9]

1. 人才培养目标定位意义与价值

网络与新媒体专业面临的核心问题是如何在新文科理念指引下,明确人才培养的目标定位。本科人才培养方案作为高等学校组织教学的依据与蓝本,是根据教育部所提出的培养目标、理念与思想,再依照高校办学层次、方向定位所制定的教育计划。^[10]我国新闻传播专业人才培养目标,则是方案中参考国家标准并结合自身发展水平与社会需求,所产生的对于人才培养的愿景,是对一切教育活动效果的预测,也是本科教育的指向标。^[11]网络与新媒体专业处于起步晚、发展快、困难多的尴尬期,对专业定位与培养目标认识不清,致使人才培养目标不够具体。^[12]虽然卓越新闻传播人才教育培养计划2.0已明确国家战略急需的专业人才培养目标,但人才培养依旧沿用传统方式。^[13]既有研究一方面已然认识到,应精细化人才培养领域,突出专业培养特色,明确人才培养在知识、能力与素质方面的具体要求^[14];另一方面培养目标的定位不应脱离实际,而应综合考虑社会需求、专业办学特色、生源结构与专业资源等实际因素^[15]。以人才培养目标定位作为顶层设计的风向标,根据培养要求深入到真实的市场需求、国家发展需求中去,从数据中提炼人才培养方式与方向。^[16]

2. 人才培养要求分解方法讨论

人才培养要求作为教育思想观念的集中体现,随国情、社会需求、专业发展目标定位的变化而更新。^[17]网络与新媒体专业虽已具备应对技术发展变革的先天优势,更有国家出台的明确指导发展方向,但具体做法仍需参考当下社会经济文化发展的具体环境。^[18]经过反复权衡与论证,明确各要素的限制与价值后,才能与人才培养目标对标,最终形成人才培养要求。^[19]新文科的改革引发了新闻传播人才培养的方式抉择、学科交叉互融的路径探索,以及能力与素质培养的跟进。^[20]而网络与新媒体专业根植于新闻传播学的土壤,需要深刻理解技术,破除学科间的隔阂,合理引导理工学科赋能,从根本上为学科发展做出改变。^[21]但在“应用型、复合型新闻传播人才”的建设指导下,部分开设有网络与新媒体专业的院校,未能合理分解目标、细化要求。故而偏重于技能型实用人才、应用型管理人才的培养,课程设置总体呈现出重技术、轻创新的趋势,偏离了新文科建设初衷。^[22]一方面,复合型人才并非技术能力与专业能力的简单叠加,而是在保证专业水准的基础上,进一步深层次跨学科、跨专业的复合能力提升^[23];另一方面,人才培养不仅要着眼专业技能的提升,更应以人为本,有效树立社会责任感及批判精神,坚守新闻传播教育的本真^[24]。网络与新媒体专业人才培养要求应以新闻传播理论为核心,对齐培养目标定位,在将培养要求落实到课程设置后,以课程评价作为培养目标实现程度的判定标准。^[25]

3. 专业核心课程设置的反思

专业核心课程是对人才培养要求在能力、素养、知识等维度的直接反映,课程设置不仅包含专业基础知识,更要求将各类知识融会贯通,以作用于更为理性的判断和深刻的思维活动中。专业核心课程作为专业学习之根基,其重要性不言而喻。网络与新媒体专业为适应培养目标、培养内容、培养理念与培养定位的重大转变来构建其专业核心课程。课程框架、结构与内容需要不断与时俱进,依

据现实需求破除单一学科的界限,寻求学科知识之间的联系。^[26]既有研究反映,部分院校存在课程间割裂严重且缺乏延续性,沿用传统新闻传播课程,技术类课程与专业课脱节等问题。^[27]一则,忽视培养对象接受程度,并以孤立的、突兀的形式引进数理类课程与技术类课程,致使“新闻传播化”的课程改造流于表面。^[28]盲目追求纯技术路线,知其然而不知其所以然,最终造成课程设置与人才培养目标脱节。^[29]二则,专业发展应求新求变,人才培养则要求特求异。部分院校虽有网络与新媒体专业之名,其课程“内芯”仍然以新闻学、传播学的传统理论课程为主,致使课程体系松散、特色不足。^[30]为紧跟复合型人才的培养目标,不考虑专业需求,不讲求方式方法,将传统的新闻传播类课程与新引进的技术类课程一并照单全收,^[31]导致核心课程体系庞杂、知识碎片化、重点失焦^[32]。三则,网络与新媒体专业长久以来受传统实用主义的影响,本科教育侧重于技术培养。技术发展瞬息万变,专业教育却有其规定性。^[33]人才培养要求兼具精专性和综合性,课程设置中也应确保素质教育与专业培养并重。在课程设置中有的放矢,严格把控技术课程的内容与难度,从根本上培养学生对数据的感知,激发技术学习热情。^[34]主动接纳和适应技术迭代,善于挑选、积极应用却又不依赖技术,从而在新文科建设的背景下培养技术思维。^[35]

(二)问题的提出

在新技术不断更新迭代和赋能的情况下,网络与新媒体专业人才培养,并不是朝着计算机人才方向发展,而是要从国家对于新闻传播人才培养急需处出发,以新闻传播知识素养为根基,批判性地接受并运用技术。既有研究进行的种种探索,为网络与新媒体专业教育奠定了坚实的基础,但对照新文科理念,网络与新媒体专业建设仍存在以下问题亟待解决。

其一,既有研究习惯于将人才培养目标、培养要求、专业核心课程设置拆分来谈,割裂了其间的重要联系,致使新文科改造无法贯彻。网络与新媒体作为年轻的专业,人才培养定位尚不明确,对人才培养目标理解不深刻,对专业定位认识不清晰,导致专业发展方向有所偏离,专业核心课程设置或背离初衷。因此,专业定位、人才培养目标与课程设置环环相扣,既相互影响又相互作用。忽视任何一方,都会导致思维逻辑不清、研究结果空洞和按照新文科要求对专业的改造难以落到实处。

其二,网络与新媒体专业如何坚守住专业内核,并在新文科指导下合理进行专业核心课程改造,仍是研究的薄弱环节。一方面,专业既要依托新闻学、广播电视学、广告学等专业,又需突出专业特色,需要适当汲取传统新闻传播学科大类各专业的养分,进而深挖专业特质,明确专业定位,并在继承与开拓之间,寻找平衡点。另一方面,网络与新媒体作为新的文科专业,如何贯彻新文科的宗旨、整合课程体系,在课程设置中合理关注技术类课程,补足技术短板,再结合具体的专业定位、人才培养目标、核心课程设置,进一步综合考虑专业发展的特色与个性。

其三,在多元人才培养目标的要求下,既有研究在进行新文科改造的方法、路径制定上,参考标准范围大而空泛。虽有系统的顶层设计规划支撑,但具体落实到课程设置时,网络与新媒体专业如何引入技术类课程,课程内容与难度如何,思维方法如何培养,暂无具体的可资借鉴的样板。因此,基于 55 所院校本科培养方案的内容分析,尝试对上述问题做出回答。

二、研究设计

依照教育部 2024 年 2 月官网公布的 2023 年度普通高等学校本科专业备案和审批结果,新增 23 所院校通过普通高等学校本科网络与新媒体专业备案和审批^[36],加之此前已有 336 所院校开设网络与新媒体专业,截至 2024 年 2 月,我国开办网络与新媒体专业本科教育的院校已达 359 所。为保证研究数据的科学性和代表性,共选取国内(港澳台地区不纳入调研范围)55 所新闻传播院校网络与新媒体专业最新本科培养方案(含部分涉及网络与新媒体专业方向的传播学本科培养方案),作为质性内容分析样本。

(一) 样本选择

选取样本依据如下原则:第一,样本院校的选取,参考了教育部第四轮学科评估结果及部分已公开的第五轮学科评估结果。第二,充分考虑地域分布,尽量兼顾各省、自治区、直辖市高校,样本数据涵括华北、东北、华东、华中、华南、西南、西北七大区域,兼具全国各方位地区不同类型的院校等,分布情况见表1。第三,参考院校学科专业办学质量与资历,样本既涵盖了最早开设专业并进行探索的院校,其本科培养方案带有示范性,如华中科技大学(于1998年最早开办网络新闻传播本科班,1999年正式设立网络新闻专业方向)、武汉大学(2001年开设网络传播专业方向)、中国人民大学(2003年开设网络传播专业)等院校;又包含浙江万里学院、西北大学等于2012年前后成立专业的院校,此类新锐院校本科培养方案具有后发优势。第四,平衡院校性质与专业方向的多样性,样本选取院校兼具综合性大学、理工科院校、师范院校等。综合考虑以上因素,并对55所院校进行随机排序并编码,以编号为A01、A02、A03……A55代替下文中出现的院校名,表中院校排名不分先后。

表1 55所开设网络与新媒体专业样本院校分布表

样本区域	数量(所)	样本院校
华北地区	9	中国人民大学、中国传媒大学、中国政法大学、内蒙古大学、中央民族大学、北京交通大学、北京信息科技大学、河北科技大学、山西大同大学
东北地区	3	黑龙江大学、辽宁大学、白城师范学院
华东地区	11	安徽大学、厦门大学、浙江大学、浙江万里学院、南京财经大学、南京师范大学、上海大学、中国海洋大学、上海外国语大学、淮北师范大学、南昌理工学院
华中地区	11	湖北大学、武汉大学、郑州大学、华中科技大学、河南财经政法大学、中南财经政法大学、湖南师范大学、华中师范大学、河南工业大学、吉首大学、长沙理工大学
华南地区	6	广州大学、暨南大学、深圳大学、中山大学、华南理工大学、广东财经大学
西南地区	8	四川大学、贵州民族大学、西南政法大学、重庆工商大学、重庆师范大学、四川师范大学、红河学院、乐山师范学院
西北地区	7	兰州大学、宁夏大学、新疆大学、西北大学、西安交通大学、西北政法大学、陕西师范大学

为深入探讨新文科背景下网络与新媒体专业核心课程设置与人才培养问题,特邀请16位学界著名学者和业界知名专家(以下统称受访专家,受访专家姓名及身份见表2),从市场需求和专业发展视角,对网络与新媒体专业本科人才培养方法、侧重及趋势,进行半结构式访谈,并以B01、B02……B16混合编排。其中,8位学界专家来自国内知名高校新闻传播学院,均长期从事网络与新媒体专业管理及一线教学工作;8位业界专家则来自国内知名官方媒体及各门户网、电商、文化传媒等传媒单位和新媒体管理部门、人力部门。

表2 受访专家姓名及身份(排名不分先后)

姓名	身份	姓名	身份
巢乃鹏	深圳大学传播学院教授	许丹丹	拼多多高级副总裁
跃伟	京东集团公关部新媒体总监	董天策	重庆大学新闻学院教授
韦路	浙江大学传媒与国际文化学院教授	田华	网易传媒副总裁
王昕	中国传媒大学广告学院教授	曹志高	灿星制作副总裁

续表

姓名	身份	姓名	身份
卢志明	搜狐人力总监	洪杰文	武汉大学新闻与传播学院教授
杨瑞春	腾讯网副总编辑	张放	四川大学文学与新闻学院教授
谷虹	暨南大学新闻与传播学院副教授	余红	华中科技大学新闻与信息传播学院教授
梁丽丽	舜飞科技产品副总裁	高洁	新华社新媒体中心总编室副主任

(二) 数据收集

1. 人才培养目标定位

人才培养目标定位的数据收集方法:首先,提取样本人才培养方案中“培养目标”及部分分布于“专业介绍”“专业定位”板块,关于人才培养目标定位的文本内容,并使用 Python 程序对文本进行分词处理,基于频率生成词云图。为提升目标定位分析的精确度,再通过人工编码对人才培养目标定位进行进一步的归纳。

2. 人才培养要求

为更加客观、系统地考察人才培养要求,考虑到语义的完整,采用逐句提炼关键词的方法,对样本中“培养要求”“培养规格”等部分相关内容进行文本编码和精读,再结合我国新闻传播学类教学质量国家标准,深入剖析人才培养要求;在四个一级目标指向维度的基础上,进一步对培养方案逐句进行开放性编码;结合 Python 程序提取统计关键词出现频率,二级维度按照关键词频率由高到低排列。

3. 网络与新媒体专业本科核心课程构成

提取培养方案样本中所开设的包括通识课、学院平台课、专业必修课、专业选修课等所有课程,并对课程进行整理,筛除掉“军训”“大学体育”“大学英语”等国家规定之必修课程,排除“专业实习”“毕业论文”等实习与实践创作类课程;再使用 Python 进行分词后手动去除停用词,建立课程编码标准;最终依据编码,对相同内容的课程进行整合后统计不同类别课程课时、课程量及其占比。

三、数据分析

通过对 55 所样本院校网络与新媒体本科专业培养方案进行数据收集与分析,梳理人才培养目标定位、人才培养要求与专业核心课程设置现状,检讨其缺陷与不足。

(一) 人才培养目标定位

目标的制定是人才培养的关键点,既关乎课程设置与教学开展,又与学科建设密切相关。它要求人才培养目标设置明晰、准确,并体现专业特性且兼具可实施性。因此,目标定位作为人才培养的纲领性表述,最能展现网络与新媒体的专业发展追求与人才培养方向。

梳理样本院校网络与新媒体专业人才培养目标,依据具体表述词频数据显示见图 1,各院校大多在“宽口径”“复合型”“应用型”“创新型”“厚基础”“高素质”的人才培养定位上达成一致,可见本专业普遍专注于技术型、技能应用型人才的培养,不仅在技能知识基础上有一定的要求,而且须具备宽广的知识面和较高的实践能力。部分高校则紧扣本校优势资源,提出更精准的方向性目标。例如 A31 院校以人才创新能力为重,结合本校新媒体产品设计专长,培养“有创意、通传播、懂技术、精设计”的文理交叉复合型传播人才,明确了技术学习的方向,表明了该院校网络与新媒体专业办学的最大亮点。A10 院校则砥砺“文理交融、理工互通、寓教于研的卓越新闻传播人才”,以培养应用型目标,着力探索文理知识的互通互融,尝试将教学与科学研究相结合,以研促教、科研育人。

续表

一级编码	二级编码	占比(%)	三级编码
能力指向	实践操作能力	34	实践操作能力、创新创造能力、操作应用能力、语言文字表达能力
	管理组织能力	32	管理领导能力、组织决策能力、团队协作能力、沟通表达能力
	思辨能力	11	观察能力、批判能力、洞察能力、分析能力、思维能力
	研究学习能力	20	跨学科的学习能力、研究能力、学习能力、理解能力
	艺术鉴赏能力	3	审美能力、鉴赏能力
素质指向	学术信念	43	探索意识、创新意识、追求突破
	责任意志	34	责任担当、家国情怀
	道德品格	23	良好的道德品质、高尚的职业道德操守、诚实守信
就业指向	政府事业单位	43	事业单位、政府机构
	传统媒体机构	32	传统媒体行业、传统出版机构、教育机构、社会组织
	企业公司	25	网络新媒体公司、电子商务、互联网信息服务公司

从知识指向上看,实务知识最被看重,它是专业能力最重要的体现之一,而为了贯彻“厚基础”的培养定位,基础理论类与专业技能类知识同样受到重视,另有少量院校专门对文学、美学等人文知识作出要求;能力维度方面,各院校相当看重人才的实践操作能力、管理组织能力、研究学习能力,而少数院校对学生思辨能力与鉴赏能力提出专门的要求;从素质维度来看,立德树人作为教育的根本任务,更是卓越新闻人才教育培养计划 2.0 的要求,不仅要在专业能力上作出成绩,责任、道德与信念的培养也是重中之重;而就业维度作为人才培养目标效果最直接的展现,大部分院校仍以传统媒体机构或企事业单位作为人才输送的主要目的地。

(三) 本科核心课程构成

课程作为构建人才培养目标的基石,课程内容质量、数量占比、培养导向与课程架构直接影响培养目标的实现程度。统计各类核心课程的学分与课程量占比,如表 5 所示,其核心课程的构成涵盖了实践应用课程、基础知识课程、人文素质课程、思维方法课程和法规政策课程,已初具规模。

表 5 网络与新媒体专业本科核心课程构成

课程类型	课程编码	课程量占比(%)	学分占比(%)	课程示例
实践应用课程	制作技术类	47	15	非线性编辑、摄像与剪辑、网页设计与制作、网络动画设计与制作
	新媒体实务类		13	网络与新媒体实务、网络新闻采访与写作、全媒体新闻采写
	新媒体运营类		11	媒介营销与管理、社交媒体运营策划、新媒体策划、数字内容生产
	数据处理类		8	SPSS、ACCESS 数据库、HTML+CSS、Web 技术原理与应用、数据挖掘与分析
基础知识课程	专业基本理论类	35	18	网络新媒体基本理论、跨文化传播学、网络传播学、新媒体舆论学
	概论历史类		14	马克思主义新闻思想、马克思主义新闻观、新媒体概论、传播学概论、广播电视概论、新闻学概论、中外新闻史
	基础理论		3	高等数学、传播统计学、概率论与数理统计、微观经济学、媒介经济学

续表

课程类型	课程编码	课程量占比(%)		学分占比(%)	课程示例
人文素质课程	文学素养类	9	7	10	中国现当代文学、中国文学经典讲析、影视文学、现代汉语、文化通论
	美学素养类		1		美学、西方艺术史、新媒体艺术学、影视艺术基础、艺术思潮与流派
	职业素养类		1		沟通策略、公共演讲与沟通策略、人际沟通与公共演讲、谈判与协商
思维方法课程	研究方法类	5	2	7	社会科学研究方法、新闻传播学研究方法、媒介研究方法
	思维训练类		2		逻辑与批判性思维、学术思维与训练、媒介批评
	前沿理论类		1		新媒体广告前沿、新闻传播前沿、新媒体发展前沿、媒介前沿研究
法规政策课程	道德法规类	4	3	4	传播法规与伦理、新闻伦理道德与法规、新闻出版法律法规、广告法规
	思想政治类		1		世界经济与政治、国际政治概论

依据表5数据显示:实践应用课程和基础知识课程的课程量占比高达82%,学分占比高达79%,包含了制作技术类、新媒体实务类、新媒体运营类、数据处理类课程和基本理论类、概论历史类、基础理论等课程,在专业核心课程构成中,处于绝对主体地位;而人文素质课程占比9%(学分占比10%)、思维方法课程占比5%(学分占比7%)、法规政策课程占比4%(学分占比4%),无论学分占比还是课程量占比,均在10%以下,说明这三类课程在整个专业核心课程体系中皆处于弱势地位。

四、研究发现

相比新闻传播学其他专业,网络与新媒体专业在人才培养目标、培养要求与专业核心课程设置数据统计上,呈现出如下三方面特征:

(一)人才培养目标定位较为模糊且培养效果难以测度

在55份培养方案样本中,仅有4家院校(仅占7.3%)在人才培养目标上有较为明确、具体的定位。而占比92.7%的院校,则笼统地使用了“宽口径”“复合型”“应用型”“创新型”“高素质”等过于概括性表述。表面上各院校在目标定位上步调一致,实则相互间差别巨大:部分院校大量安排技术课程,片面将“应用型人才”与“技术人才”画等号,或将“复合型人才”简单理解为“跨专业人才”,目标定位模棱两可;部分院校未考虑实际条件,以培养“高端人才”“专门人才”“专家型人才”“领军人才”为目标,定位设置过于高远。然而,我国的高等教育经历了由精英化转向大众化,再由大众化过渡到现今的普及化,要在本科阶段便实现高端、精细的人才培养目标是不现实的。当前,网络与新媒体专业的人才输送目标,不仅以新技术赋能下的各级主流媒体为主,且需顾全新媒体行业需求。各院校应结合自身所长,有针对性、有侧重地定位人才培养目标,在人才培养上盲目“既要”“又要”,只会模糊专业特色,人才培养效果评判标准难以细化落实,培养效果也无从衡量。因此,专业的培养目标定位仍有待进一步明确。

(二)注重对实用型人才培养,相对忽视素质教育、方法教育和理论教育

网络与新媒体专业强调多学科的交叉融合,在思想政治教育、职业道德教育、专业知识教育“三位一体”的素质教育背景下,定位于复合型人才培养。但在实际操作中往往将实用型人才培养放在首位,而将素质教育、方法教育、理论教育置于次要甚至不突出位置。培养学生思辨能力、批判精神、创新意识的思维训练类课程、研究方法类课程,在总课程量中均仅占2%;培养学生发现新问题以及预判未来趋势的理论前沿类课程仅占1%。由此可见,国内各院校网络与新媒体专业将技术的实践操作能力要求置于首位,而相对忽视新闻思维、传播思维、数据思维和平台思维等支撑任务完成的关

键性条件的培养。技能与方法之间脱节,知其然而不知其所以然。这样的人才培养现实显然与复合型人才培养的目标定位背道而驰,严重影响了专业人才培养的品质。

(三) 实际课程设置普遍未能按照人才培养方案要求落实,专业核心课程特色尚未成型

各院校人才培养方案的制定,不仅需要朝着国家要求的大方向前进,还需按照自身特色专长进行课程调整。然而,人才培养方案在落实的过程中,受多方面因素影响,导致课程最终未能完全按照方案要求实施。

一方面,课程设置偏离培养要求。培养目标中将新媒体运营、内容生产、采写编评摄等新闻传播基础类专业课程,作为基础知识指向中最为重要的一部分,而将新媒体技术、数据处理技术等专业技能知识置于次位。在实际课程中,网页制作、非线性编辑等制作技术类课程数量众多。各院校普遍以基础技能培养为重,对专业基础理论的关注则不足,这与培养目标要求相悖。在人才培养目标的能力指向中,极为重视对于思辨能力、批判能力、洞察能力、分析能力的塑造,而对于决策、归纳、信息处理等多方面综合能力的重视不够。但课程设置中往往以技能训练为主,逻辑与批判性思维等思维方法类课程的开设则寥寥无几,仅占总课程量 2%。可见对思维方法类课程的开设,远不及培养目标预设。所以,完成课程设置仅仅是制定人才培养方案迈出的第一步,如何在此基础上根据学校性质、专业定位、教师状况等因素进一步完善专业人才培养方案,既凸显专业特色又能适应业界需求,这才是最重要的。唯有如此,才能在总方向正确的情况下追求创新。

另一方面,专业课程设置不规范且特色模糊。统计资料显示,网络与新媒体专业课程主要来源于专业所依托的背景学科,吸纳了新闻传播学下的新闻学、广播电视学与广告学的固有课程。诚然,网络新媒体专业融合众多学科,要求知识的广度与厚度,但不能排除部分院校采取“拿来主义”,借用或拼贴各学科课程,致使专业人才培养重点不清;此外,受客观条件限制,课程设置没有做到与人才培养要求一致,譬如因人设课、不规范设课等现象严重,致使课程设置庞杂、内容重复率高,难以见出专业特色。误读人才培养要求反而会引起不良效应,相当一部分院校全然以业界所需作为人才培养基准,不少技术类、数据处理类课程未经“试错”“过滤”与“沉淀”,就被堂而皇之地引入大学课堂,其间蕴含的知识风险可想而知。

五、讨论与结论

(一) 加强网络与新媒体专业人才培养目标定位、培养要求与课程设置之间的逻辑联系,稳步推进新文科理念的贯彻落实

人才培养目标设定是由国家、社会、专业发展需求共同决定,须在具体化的人才培养要求指导下,落实到专业核心课程中。当前网络与新媒体专业人才培养目标定位过于笼统,导致人才培养要求的分解不准确,核心课程的设置与目标偏离,且人才培养效果难以监测。因此,为避免“喊口号”式的目标设定,需明确人才培养目标定位,在人工智能大发展的背景下提出人才培养要求,并完成相关课程设置,真正做到有破有立并破旧立新。世界面临“百年未有之大变局”,学科发展与人才培养正经历着人工智能技术的冲击与挑战。在这种情况下国内新闻传播院校更应该依据社会经济文化指向,将院校办学资源、专业优势转化为特色和突破口,并从实际出发,顺应新媒体市场发展趋势,明确网络与新媒体的专业定位、人才培养目标要求和课程设置。专业定位清晰,人才培养目标要求准确,课程设置与专业定位、人才培养目标一致,才算理顺了三者之间的逻辑联系,才算真正解决了创办什么专业、培养什么人才和开设哪些课程等问题。与新闻传播学其他专业相比,网络与新媒体在专业定位、人才培养目标和课程设置上存在不少问题,不仅搭建的“知识框架不完备、课程体系不完善、学科特色不显著”(受访专家 B13),而且现有的专业知识框架体系大多比照既有的新闻传播学科课程框架来搭建,自身的知识框架不平衡,学科特色不足,核心课程体系只能摸着石头过河(受访专家 B02)。

网络与新媒体专业作为顺应数字化变革而迅速发展起来的新兴专业,应具有国际视野、聚焦学科与行业前沿议题,在新闻传播学科内率先推进新文科理念的贯彻落实。这是因为,网络与新媒体专业是连接新闻传播学科(传统文科)与新文科的最好黏合剂,它补齐了传统的新闻学、广播电视学和广告学等诸多专业最欠缺的短板——技术,有了技术的加持,打破学科壁垒、拓展学科边界就不再是问题,多学科的交叉融合就有了着力点。在这种情况下,网络与新媒体的专业定位、人才培养目标和课程设置等诸多难题就会迎刃而解。不会再像过去那样始终纠结于如下问题——专业定位是文科还是理科,人才培养目标是新闻报道型人才还是技术型人才抑或是运营型人才,课程设置是技术类课程多点还是新闻传播类课程多点。因此,网络与新媒体应立足于自身学科发展实际进行专业定位。具体地说,要依据支撑人才培养目标达成在知识、能力、素养等方面的必备条件,按照实现人才培养要求支撑度,合理分配课程学分、学时,平衡新闻传播类课程与技术类课程的比重,尽快形成自己的专业核心课程,以明确的目标定位,行之有效的培养要求,完成从上至下落实新文科理念。

(二) 补足传统文科的技术短板、数据短板,加码核心素养布局,确保新文科理念由表及里彻底转化

在讨论人才培养要求之前,首先要明确新文科的转变不是小打小闹,不是技术在原有基础上的简单叠加,而是创新性的彻底颠覆。对网络与新媒体专业人才培养而言,则需要让技术充当传统文科与新文科之间的黏合剂,借新文科建设的东风培养学生的技术思维与数据思维,从而改变传统文科专业在人才培养上大多侧重知识与技能培养,而轻视对技术思维与数据思维的培养。

可从两方面着手系统性搭建网络与新媒体专业的思维培养体系。一方面,突破传统的文科办学模式,深入展现多学科交叉融合的特性,优化师资结构,升级校企合作方式。创造校企沟通交流的机会,提前积累实战经验,“把在课堂当中学到的一些基本的知识技能应用到实践当中去,通过实践来进行检验与进一步的创新”(受访专家 B05),在任务中逐步培养技术思维和数据思维。做到既有专业知识培养,又要打开思路,重拾思维、素养的培养,均衡和平衡知识、技能、思维与素养的培养。从全局出发,思考思维与素养在网络与新媒体专业人才培养中的作用,以开放和拓宽专业视野。“开门办学是双向的,走出去,是让学生走出去,而引进来,则是将社会上专职、兼职教授引进来”(受访专家 B08)。通过产教融合平台的共建,鼓励教师进入企业挂职锻炼,同时引进企业骨干人才到校任职,激发双方人才培养动力,促进学界和业界之间的沟通和融合。另一方面,加强专业实践环节,通过实习实训、创新创业、学科竞赛等路径,用实践中的“困难”“劫难”磨炼学生的思维,并搭建网络与新媒体专业思维培养体系。在学校,书本知识和课堂讲解固然可以培养学生的思维,但“纸上得来终觉浅”,更好的思维培养却是“功夫在诗外”,即要在实际操作环节通过一次次面临复杂环境和遭遇“困难”甚至“劫难”,来培养和训练学生处理复杂问题的能力,并借以进行思维训练,从而补齐在校学生所欠缺的思维训练实践环节。因此,强化学校课堂教学和专业实践的思维培养体系,培养学生在实践中多学科知识应用和解决复杂问题的思维素养极为重要。正如访谈专家所说,拓宽学科视野,应让学生“更多地探讨业界未来发展的路径,更多地为未来中国业界的发展指明道路,真正能够对中国传媒业界的发展有一些引领的作用”(受访专家 B05)。要帮助学生在了解业界前沿信息的同时,积累实操经验。通过培养技术思维、数据思维,“循序渐进地化解技术恐惧感”(受访专家 B04)。

提升网络与新媒体专业技术积累、数据分析、内容创新和运营专业等核心素养,可从两点跟进。一则,创新能力,特别是内容创新能力的跟进,是前进的不竭动力。创新作为推动媒体深度融合的重要能力,是提升核心竞争力的重要保障,也是推动行业智能化发展的关键因素。不论信息载体和传播理念如何改变,“不论渠道如何改变,有一样是亘古不变的,那就是创意能力和内容生产(能)力”(受访专家 B06),只有拥有独立思考能力的人才能脱颖而出。创新意味着不会成为一味接受并完成指令的“工具人”,而是打破常规和不走寻常路,“创新者”的创新能力因为具有不可替代性而显得更加宝贵。因此,将创新能力放在首位、把握住创新这个核心、培养人才创新向前意识乃是重中之重。

二则,人文素养的培养是人才创新能力培养的重要保障。技术是工具,而非最终目的,人才培养应抓住本质。“不论今后我们进入VR时代、元宇宙时代,文字表达力、沟通能力这些基本能力要求不会变。”(受访专家B06)而技术则是赋能基础能力的工具,在专业基本功的基础上,深入了解包括“新媒体运营、用户研究等传播平台的规则和基本技巧”(受访专家B15)。在此基础上还需掌握内容生产、视频剪辑、用户研究等制作技术,以及数据挖掘与分析这类技术性的能力(受访专家B09)。同时,“超越专业技能之外,学习能力也是一等一的重要”(受访专家B06)。世界不断变化,新技术迭代不断,拥有好的学习能力、保持好奇心才能适应时代发展。洞察力、理解力、判断力尽管是所有专业人才应该具备的基本素质,但对网络与新媒体专业人才显得尤其重要。在复杂多变的媒体环境中做出明智决策、创造有价值的内容,需要“对实事有敏感的感知力,对内容有自己的想法和判断,同时又能找到独特的切入点”(受访专家B11),是网络新媒体人才最有力、最理想的形态。对于技术能力的要求是基础,但“跨界思考能力、底线的把关能力、更高层次的站位和眼界”(受访专家B16)是学校无法培养的。

(三) 将新文科理念注入专业特色,搭建专属课程体系,摆正技术作用

为适应时代发展需求,新文科强调打破学科壁垒、拓宽学科边界,实现传统文科与社会科学、自然科学等多学科的交叉融合,进而推动传统文科的更新升级,从以学科导向转向以需求为导向,从专业分割转向学科的交叉融合,以促进创新与人才培养模式,它是一种以超学科视野带动多学科实践应用的新范式、新理念。对网络与新媒体专业课程进行新文科改造,不是以新闻传播学科传统课程为主干,孤立引进技术课程,更不是对单门课程的主观改造,而是在参照培养要求的基础上,进行课程体系的整体重新规划与进化。课程之间相互配合,知识的前后递进发展,理论由浅入深地逐步落地。

第一,应着力凸显有新文科特征的专业特色。网络与新媒体专业人才培养,既有别于传统文科的办学模式,又不同于理工科的办学模式,而是几者的融合创新。因此,既不能完全沿袭传统文科的培养模式,又不可武断地转变为理工科人才培养。要打破传统文科在课程设置中偏“文”的惯例,改变文科固有的人才培养模式,做到多学科的交叉融合,明确网络与新媒体专业的人才培养目标,与业界的人才需求实现对接。专业特色的凸显,取决于各院校所拥有的战略资源和人才培养的目标定位。培养院校既能够深刻洞察自身的专业优势,明确人才培养目标,又拥有相关的师资资源、媒体资源、地域资源和市场资源,还需要有强有力的管理团队能够坚持“初心”并持之以恒。如此,才能打造和创造出有特色的专业。

第二,搭建专属课程体系,其核心课程设置应对标人才培养要求,将新闻思维、传播思维、技术思维、数据思维和平台思维的“五维”思维建设,落实到课程构成中。专业知识框架一般由三个模块组成,一是通识课程模块,旨在培养扎实的人文社科、科学技术底蕴;二是专业课程模块,一般分为专业必修课和专业方向课或者专业选修课;三是跨学科专业课程,该模块根据学校培养特色来决定开设课程。网络与新媒体专业属于新闻传播学下属专业之一,因而“不能完全脱离大类培养,不能因其新而另起炉灶”(受访专家B12)。强调大类培养,就意味着通识课程或应减少区隔而走向融合,在这种状况下更需要考虑怎样“以学生为中心,以能力培养为中心”(受访专家B10)。

第三,摆正技术的作用,引导技术课程转变。在新技术席卷全行业的当前,网络与新媒体专业人才的培养,并不是向着计算机人才方向发展,而要从国家对于新闻传播人才培养急需处出发。以新闻传播知识素养为根基,了解资本、权力、文化运作的深层原理,同时批判性地接受并运用技术。针对课程设置偏向技术类课程,部分高校本末倒置,轻视基础性课程,一味增设抬高技术类课程。应充分认识,基础性课程是专业的核心,第二层才是技术特色的培养。“高校人才培养还需抓住最核心的根基,扎稳根基才能开枝散叶,如果摒弃掉根基,那就彻底失去了意义。”(受访专家B01)技术课程难度、课程量与学分的占比,主要参考两种方式:其一,“技术类课程开设难度与侧重比照人才需求来设

定”(受访专家 B05),应根据岗位对技术与知识的要求调整。其二,技术类的课程类型,需根据课程内容需求来设定。“参考不同的课程需求,搭配对应的技术类课程,这就要求学校对培养目标有相当清晰的界定”(受访专家 B07),如此才能根据培养目标倒推需要的技术实现程度。

合理引入技术课程,可以尝试以下方法。其一,专注于技能与原理的培养。通识课、学院平台课作为规定动作,已占用大量学分,专业核心课程要在极为有限的学分下,寻求效果最大化。首先要明确,技术类课程重点培养的是使用技术的能力,而不是钻研技术本身。受访专家 B14 建议“技术应用虽变动大,但其底层逻辑是稳定的,课程上教授原理,而实际操作部分则留给学生练习,不会挤占过多学分”。其二,尝试课程模式创新。数据思维的培养需要长期的筹备,在实际经验中慢慢积累。在一年级的時候专注打下坚实的学科基础,保证新闻传播的专业性。到了二、三年级的时候,再在技术类课程上去谋求一些创新和突破。毕业设计引入校企合作的方式,让同学们去尝试体验完整项目流程。从模式层面来说,受访专家提供了解决思路:“在同一学期集中开设 2 到 3 门链条课程,例如新媒体用户研究、数据挖掘分析、新媒体营销、营销推广,几门课程内容互通串联,帮助学生掌握新媒体产品的一套流程,并要求学生完成一个大作业。可以保证学生在进入实习之前,就已经实际操作过整套训练了。”(受访专家 B01)通过层层递进的方式,去深入培养学生的技术思维和数据思维。

参考文献:

- [1] 张红军. 融媒体时代传媒从业者的职业能力重塑. 当代传播, 2020, 2: 29-32.
- [2] 教育部, 中共中央宣传部. 关于提高高校新闻传播人才培养能力实施卓越新闻传播人才教育培养计划 2.0 的意见. 2018-09-17. [2021-04-16] http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/201810/t20181017_351893.html.
- [3] 李晓静, 朱清华. 智媒时代新闻传播学硕士培养: 业界的视角. 现代传播(中国传媒大学学报), 2018, 8: 160-165.
- [4] 白贵, 杨强. “新文科”背景下新闻传播教育的新形势与新进路. 出版广角, 2019, 9: 29-32.
- [5] 荆光辉, 黄文新. 独立学院应用型人才培养方案的特色化研究. 湖南师范大学教育科学学报, 2009, 5: 94-96.
- [6] 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. 现代传播(中国传媒大学学报), 2023, 10: 161-168.
- [7] 王晓红. 智媒时代网络与新媒体人才教育的变革——美国密苏里大学新闻学院人才教育的经验与启示. 青年记者, 2023, 23: 102-105.
- [8] 马慧, 吴航行, 钱尔赫. 新文科背景下网络与新媒体专业建设、体系优化与人才培养——第七届高校网络与新媒体专业建设研讨会综述. 传媒, 2023, 16: 81-83.
- [9] 王秀丽. 技术与可视化: 网络与新媒体专业人才培养的新取向. 传媒, 2020, 19: 88-90.
- [10] 何志武, 董红兵. 新闻传播教育改革的逻辑. 新闻与传播评论, 2019, 5: 37-45.
- [11] 王严淞. 论我国一流大学本科人才培养目标. 中国高教研究, 2016, 8: 13-19+41.
- [12] 谷虹. 网络与新媒体专业培养目标、定位与能力体系之构建——基于“国家标准”与“国内样本”的探索. 现代传播(中国传媒大学学报), 2021, 8: 115-160+168.
- [13] 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. 青年记者, 2023, 24: 107-109.
- [14] 彭广林. 新媒体专业人才培养改革路径. 中国出版, 2015, 16: 43-45.
- [15] 燕道成, 张佳明. 新文科背景下网络与新媒体一流专业建设探索. 中国编辑, 2021, 9: 76-80.
- [16] 余红, 李婷. 我国网络与新媒体人才需求调研与专业培养. 现代传播(中国传媒大学学报), 2014, 2: 134-138.
- [17] 李静, 许博. 论构建 21 世纪高等学校人才培养的模式及素质要求. 武汉体育学院学报, 1999, 3: 33-35.
- [18] 杨华. 智媒时代网络与新媒体专业人才培养的课程群建设. 传媒, 2023, 16: 84-86.
- [19] 邵泽宇, 郭玉锦, 陈律言. 网络与新媒体专业建设逻辑与应用型人才培养路径. 传媒, 2023, 16: 90-92+94.
- [20] 董天策. 新文科建设中卓越新闻传播人才培养的内在张力与解决路径. 中国新闻传播研究, 2022, 1: 73-80.
- [21] 张宏邦. 新文科背景下“网络与新媒体”专业人才培养. 青年记者, 2020, 34: 63-66.
- [22] 李卫东, 邓雯. 应用模式创新设计能力: 网络与新媒体专业培养的核心目标. 现代传播(中国传媒大学学报), 2017, 4: 148-153.

- [23] 董天策. 网络时代新媒体人才培养的新视野与新思考. 传媒评论, 2018, 1: 72-74.
- [24] 巢乃鹏. 面向新时代的传媒教育——以深圳大学传播学院人才培养模式为例. 中国出版, 2020, 14: 22-26.
- [25] 陈世红. 基于 OBE 理念的网络新媒体人才培养目标构建. 传媒, 2019, 24: 82-84.
- [26] 张合斌. 网络与新媒体专业的缘起、动态及其建设探究. 新闻界, 2015, 4: 62-66.
- [27] 朱剑虹. 网络与新媒体专业教学的不足与体系建构. 传媒观察, 2018, 8: 73-77.
- [28] L. Berkeley. Media Education and New Technology: A Case Study of Major Curriculum Change within a University Media Degree. Journal of Media Practice, 2009, 10(2-3): 185-197.
- [29] 廖祥忠. 未来传媒: 我们的思考与教育的责任. 现代传播(中国传媒大学学报), 2019, 3: 1-7.
- [30] 安珊珊. 建制激增、学科互渗与课程互构: 网络与新媒体专业教育的结构性特征与关键问题. 现代传播(中国传媒大学学报), 2020, 8: 158-163.
- [31] 周茂君, 郭斌. 新文科背景下新闻学专业核心课程设置现状与变革——基于 55 所院校本科培养方案的内容分析. 新闻与传播评论, 2021, 6: 20-32.
- [32] 周游. 地方高校网络与新媒体专业教育中的问题及其对策. 传媒, 2019, 19: 79-81.
- [33] 廖哲勋, 程丹叶. 核心课程简论. 课程·教材·教法, 1989, 4: 17-19.
- [34] 周茂君, 柏茹慧. 新文科背景下新闻传播学本科专业人才培养研究. 国际新闻界, 2022, 2: 133-156.
- [35] 强月新, 孔钰钦. 新文科视野下的新闻传播人才培养. 中国编辑, 2020, 10: 58-64.
- [36] 中华人民共和国教育部. 教育部关于公布 2023 年度普通高等学校本科专业备案和审批结果的通知. 2024-02-04. [2023-07-15] http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/moe_1034/s4930/202403/t20240319_1121111.html.

Research on Talent Cultivation of Network and New Media Majors in the Context of New Liberal Arts

Zhou Maojun, Wang Jiaqi (Wuhan University)

Abstract: Since 2012, the major of network and new media has been listed in the undergraduate enrollment catalog by the Ministry of Education, and has been opened in 359 institutions in China. The changes of information technology and media patterns have given birth to the network and new media major, and the construction of “new liberal arts” has pointed out the direction for the development of the major and put forward higher requirements. Through the content analysis of the undergraduate training programs of network and new media majors in 55 institutions and semi-structured interviews, the core curriculum and talent cultivation of the majors are discussed: benchmarking the construction of the new liberal arts, clarifying the direction of professional cultivation goals to meet the industry’s demand for talents; anchoring the positioning of the majors and highlighting their specialties, building exclusive knowledge frameworks and curricula; emphasizing the cross-fertilization of multiple disciplines, and focusing on the cultivation of data thinking and technological thinking.

Key words: new liberal arts; internet and new media; training goals; curriculum; content analysis

■ 收稿日期: 2024-01-16

■ 作者单位: 周茂君, 武汉大学媒体发展研究中心、武汉大学新闻与传播学院; 湖北武汉 430072

王嘉奇, 武汉大学新闻与传播学院、乐山师范学院美术与设计学院; 四川乐山 614000

■ 责任编辑: 肖劲草