

“四重逻辑”视角下传媒类高校学科布局的现状、困境及优化路径

杨彩霞¹, 张邦卫¹, 章周炎²

(1. 浙江传媒学院学科建设与研究生管理处, 浙江杭州 310018;

2. 浙江传媒学院人事处, 浙江杭州 310018)

摘 要:从文献和实践来看, 传媒类高校学科布局文献研究不足, 而且其学科布局存在不能满足传媒行业产业网络化、数字化、智能化变革需求的问题。为探索出一条有别于综合类和理工类高校的文科单科类高校的学科布局之路, 形成传媒类高校两大优势学科走向世界一流的中国特色方案, 选择全国 8 所传媒类高校的学科布局作为案例, 基于历史、学术、政府、市场四重逻辑视角, 分析其现状特点、实践困境及成因, 最后提出传媒类高校学科布局优化的五大路径: 历史逻辑视角下加持优势学科的战略定力和基础支撑, 学术逻辑视角下遵循学科及学科交叉逻辑设置教学研创机构, 以及优化专业结构支撑学科布局, 政府逻辑视角下争取各级政府加大力度支持传媒类高校优势特色学科, 以及市场逻辑视角下跨界拓展优势特色学科的新兴交叉方向。

关键词:四重逻辑; 传媒类高校; 学科布局; 优化路径

中图分类号: G642.3

文献标识码: A

文章编号: 2096-8418 (2022) 03-0124-13

大学学科系统是一个由学科规模、学科结构和学科水平构成的三维空间。^[1] 其中学科规模与学科结构就是指学科布局。2020 年, 国家首次把学科布局纳入“十四五”规划纲要中。大学内的学科布局涉及学科分类、院系设置、专业 and 学位设置等一系列影响到大学教学和研究质量的重要环节。^[2] 学科布局是指学科、院所及专业在高校的分布状况, 它决定了一所高校的结构、功能、特色及水平。^[3] 学科布局调整的目的在于通过内部资源的重新分配, 实现对高校的战略重塑。^[4] 恰切的学科布局 and 战略选择是高校开展学科建设的前提和基础。

传媒类高校是我国高等教育多样化发展链条中不可缺失的一环, 其学科布局小而精且行业特色鲜明, 未来有望以个性化的方式办出 1-2 门世界一流学科。从文献研究来看, 由于未来国家的竞争主要在于科技创新硬实力方面的竞争, 国内学者基于提升国家科技创新实力, 已对综合性学科的世界一流大学的学科布局开展了大量研究,^[5] 也针对行业特色, 对交通类、石油类等理工类行业高校学科布局进行了研究, 表明学科布局在科技创新发展中的基础性地位受到了学者的重视。然而, 国家间的竞争除了科技创新硬实力之外, 还在于文化传承传播软实力方面的竞争, 《2022 年全球软实力指数排名》的 7 个维度中就包括“传媒”维度。传媒类高校属于文科单科类高校,^① 不同于主打科技创新的综合类和

基金项目: 浙江省哲学社会科学规划课题“新文科视阈下影视传媒专业建设策略与路径研究”(21NDJC113YB); 浙江省“十三五”第一批高等教育教学改革项目“传媒类院校创业教育生态系统的构建研究”(jg20180231)。

作者简介: 杨彩霞, 女, 副研究员, 博士; 张邦卫, 男, 教授, 博士; 章周炎, 男, 副教授。

① 《国务院学位委员会关于开展 2020 年博士硕士学位授权审核工作的通知》(学位〔2020〕22 号)提到文科单科类高校指语文、财经、政法类高校。教育部发展规划司编印的《中国高等学校大全》(2015 年版)中将外语类、传媒类所高校归入语文类高校。因此, 本研究认为传媒类高校属于文科单科类高校。

理工类高校,其承担着传递社会主义核心价值观的时代责任,肩负着传承中华优秀传统文化、讲好中国故事、传播好中国声音的重大文化使命^[6]。学科布局在文化传承传播中的基础性地位也应该得到学者的重视,但目前尚未发现以传媒类高校学科布局为研究对象的文献研究。从实践来看,现有的传媒类高校已经开始着手优化学科布局,但仍然存在学科布局优化的理念和路径不够清晰,学科专业之间的协同效应尚未形成,通过学科和专业内外交叉融合应对传媒行业产业网络化、数字化、智能化变革对科研创作和人才培养的需求方面表现乏力等问题。

本研究选择了我国1270多所本科院校中名称里冠有“传媒”二字的8所院校作为案例研究对象,包括3所公办:中国传媒大学、浙江传媒学院、山西传媒学院;5所民办:河北传媒学院、南京传媒学院、四川传媒学院、辽宁传媒学院、武汉传媒学院。按照学位授予层次,这8所传媒类高校分为三个层次:第一层次是博士学位授予单位,全国只有中国传媒大学1所。第二层次是硕士学位授予单位,全国只有浙江传媒学院和河北传媒学院2所。第三层次为普通本科院校,即其余5所传媒类本科院校。研究主要目的是通过反映传媒类高校的学科布局现状、困境及成因,揭示其学科发展的学术理念与战略举措,以便进一步探索出一条有别于综合类和理工类高校的文科单科类高校的学科布局之路,形成传媒类高校两大优势学科走向世界一流的中国特色方案。

有学者提出,我国“双一流”背景下大学学科布局调整的逻辑主要有三种。第一种是“政府主导”的逻辑;第二种是“市场主导”的逻辑;第三种是“学术主导”的逻辑。^[7]这与知识生产模式Ⅲ提到的“产业—大学—政府—公民社会”^[8]四种知识生产的主体不谋而合,其中“大学”主体可归属于“学术逻辑”,“政府”主体对应“政府逻辑”,“产业”和“公民社会”主体均可归属于“市场逻辑”。此外,每所大学的学科种类、数量和水平都是建立在学校长期发展的基础之上,由学校的发展历史使然。^[9]高校的学科布局和调整优化与历史积淀和历史基因关联紧密,因此,本研究以历史、学术、政府、市场“四重逻辑”作为传媒类高校学科布局的分析框架。历史逻辑视角主要关注传媒类学科发展的历史积淀和历史基因。学术逻辑视角考察的是传媒类高校内部的学科门类、一级学科、学院设置、研究机构设置以及专业设置。政府逻辑视角注重学科政策与审批。市场逻辑视角主要关注传媒行业产业与公民社会。四重逻辑视角充分体现传媒类高校学科布局的历史传承与现实呼应相结合、政府主导与市场引导双作用,以及校内的历史和学术逻辑与校外的政府和市场逻辑双循环的特点。

一、传媒类高校学科布局的现状分析

恰切的学科布局是高校开展人才培养和科研创作活动的前提和基础。反之,我们考察一所高校的学科布局,可以按照高校历史积淀形成的学科门类和一级学科分布对学科布局进行直接分析,也可以按照学科的学术规律将学科布局下沉,基于人才培养和科研创作的双轨学术进行分析,即主要通过高校内部二级教学科研机构设置以及专业设置情况来对学科布局进行间接分析。鉴于传媒类高校校级科研机构为数不多,主要从学科门类、一级学科分布以及二级学院设置及其基准、专业设置等内容对其学科布局进行分析。进而基于校外政府和市场逻辑对其学科布局进行分析。研究发现传媒类高校学科布局的现状如下。

(一) 长期历史积淀形成“艺、文、工、管”四大学科门类为主的布局框架

与综合类大学相比,传媒类高校在长期历史发展过程中根据传统媒体形态和生产制作流程来进行

学科布局，学科门类数量偏少。门类最齐全的中国传媒大学设 8 大学科门类，包括艺术学门类下的 5 个一级学科，其余 7 所院校均未设艺术学理论。对于文学门类下的学科，中国传媒大学、浙江传媒学院、河北传媒学院、辽宁传媒学院 4 所院校布点齐全，设置 3 个一级学科。工科门类的学科，中国传媒大学设置 4 个一级学科，浙江传媒学院设置 3 个一级学科。管理学门类的学科，8 所传媒类高校均设置了工商管理，此外中国传媒大学和辽宁传媒学院还设置了管理科学与工程，中国传媒大学、浙江传媒学院、南京传媒学院还设置了公共管理。经济学门类的学科，只有中国传媒大学、浙江传媒学院、四川传媒学院设置了应用经济学。教育学门类的学科，只有中国传媒大学和浙江传媒学院设置了教育学，河北传媒学院设置了体育学。此外，只有中国传媒大学设置了法学门类下的马克思主义理论、政治学、法学以及理学门类下的数学（如表 1 所示）。

表 1 全国 8 所传媒类高校一级学科布局情况表^①

| 序号 | 学科门类 | <div>高校</div> <div>一级学科</div> | 中国 传媒 大学 | 浙江 传媒 学院 | 河北 传媒 学院 | 山西 传媒 学院 | 南京 传媒 学院 | 四川 传媒 学院 | 辽宁 传媒 学院 | 武汉 传媒 学院 | 学科 总数 |
|----|------|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------|
| 1 | 艺术学 | 戏剧与影视学（1303） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | 8 |
| 2 | | 设计学（1305） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | 8 |
| 3 | | 美术学（1304） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | 8 |
| 4 | | 音乐与舞蹈学（1302） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | | ★ | 7 |
| 5 | | 艺术学理论（1301） | ★ | | | | | | | | 1 |
| 6 | 文学 | 新闻传播学（0503） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | 8 |
| 7 | | 中国语言文学（0501） | ★ | ★ | ★ | | ★ | ★ | ★ | ★ | 7 |
| 8 | | 外国语言文学（0502） | ★ | ★ | ★ | | | | ★ | | 4 |
| 9 | 工学 | 信息与通信工程（0810） | ★ | ★ | | ★ | ★ | ★ | | ★ | 6 |
| 10 | | 计算机科学与技术（0812） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | | 7 |
| 11 | | 软件工程（0835） | ★ | ★ | | | | | | ★ | 3 |
| 12 | | 电子科学与技术（0809） | ★ | | | | | | | | 1 |
| 13 | 理学 | 数学（0701） | ★ | | | | | | | | 1 |
| 14 | 管理学 | 管理科学与工程（1201） | ★ | | | | | | ★ | | 2 |
| | | 工商管理（1202） | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | ★ | 8 |
| | | 公共管理（1204） | ★ | | | | ★ | | | | 2 |
| 15 | 经济学 | 应用经济学（0202） | ★ | ★ | | | | ★ | | | 3 |

① 数据来源：8 所传媒类高校官网截至 2021 年 9 月 4 日的数据。备注：汉语国际教育硕士归属于教育学学科。

续表

| 序号 | 学科门类 | <div>高校</div> <div>一级学科</div> | 中国 传媒 大学 | 浙江 传媒 学院 | 河北 传媒 学院 | 山西 传媒 学院 | 南京 传媒 学院 | 四川 传媒 学院 | 辽宁 传媒 学院 | 武汉 传媒 学院 | 学科 总数 |
|----------------|------|-------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------|
| 16 | 法学 | 法学 (0301) | ★ | | | | | | | | 1 |
| 17 | | 政治学 (0302) | ★ | | | | | | | | 1 |
| 18 | | 马克思主义理论 (0305) | ★ | | | | | | | | 1 |
| 19 | 教育学 | 教育学 (0401) | ★ | ★ | | | | | | | 2 |
| | | 体育学 (0403) | | | ★ | | | | | | 1 |
| 20 | | 跨学科 | ★ | | | | | | | | 1 |
| 各校一级学科合计数 | | | 21+1 | 13 | 10 | 8 | 10 | 10 | 9 | 9 | 91 |
| 各校人文社科艺术类学科合计数 | | | 16 | 10 | 9 | 6 | 8 | 8 | 8 | 7 | 72 |
| 各校工学、理学学科合计数 | | | 5 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 | 2 | 19 |

与上述学科布局相似, 从图 1 可以看出, 传媒类高校的本科专业也主要分布于艺、文、工、管四大学科门类, 其中 70% 及以上的本科专业分布在艺术学和文学两大学科门类。

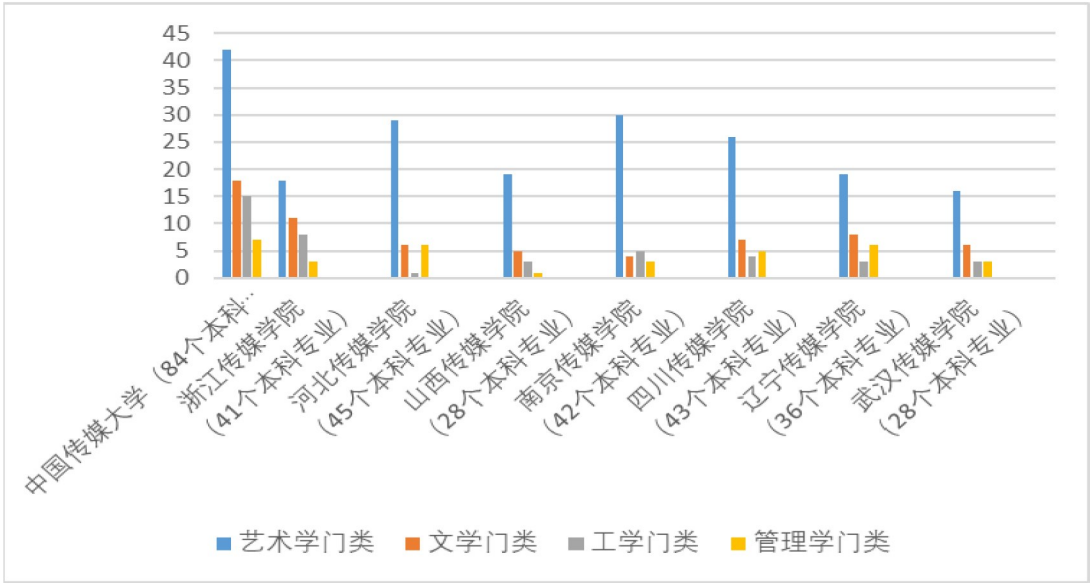


图 1 基于学科门类的传媒类高校专业分布图^①

(二) 人文社科艺术类学科比例高而理工类学科比例低

如表 1 所示, 受限于学科门类结构和数量, 传媒类高校的一级学科数量也总体偏少, 而且绝大部分一级学科都属于人文社科艺术类学科。学科数量最多的中国传媒大学设 21 个一级学科, 其中 76% 的学科属于人文社科艺术类。浙江传媒学院设 13 个一级学科, 人文社科艺术类学科占 77%。河北传媒学

① 数据来源: 8 所传媒类高校官网截至 2021 年 9 月 4 日的数据。

院、南京传媒学院、四川传媒学院均设 10 个一级学科，人文社科艺术类学科分别占比 90%、80%、80%。此外，辽宁传媒学院和武汉传媒学院设 9 个一级学科，山西传媒学院设 8 个一级学科，人文社科艺术类学科分别为 89%、78%、75%。8 所传媒类高校人文社科艺术类学科占比为 75%—90%。

相比之下，传媒类高校理工类学科数量偏少。理工类学科数量最多的是中国传媒大学设置的信息与通信工程、计算机科学与技术、软件工程、电子科学与技术等 4 个学科，工学类学科占比 20%，设置数学 1 个理学类学科，理学类学科占比 5%。其余 7 所传媒类高校均未设理学类学科。浙江传媒学院设置了 3 个工学类的学科，工学类学科占比 23%。除武汉传媒学院设置了信息与通信工程、软件工程 2 个工学类的学科，河北传媒学院、辽宁传媒学院只设计算机科学与技术学科之外，其余 3 所传媒类高校均设置了信息与通信工程、计算机科学与技术 2 个工学类的学科。工学类学科占比分别为：河北传媒学院 10%、辽宁传媒学院 11%、南京传媒学院和四川传媒学院均为 20%、武汉传媒学院 22%、山西传媒学院 25%，8 所传媒类高校工学类学科占比为 10%—25%。人文社科艺术类学科比例高而理工类学科比例低的现状充分说明传媒类高校属于文科单科类院校。

（三）学术主体二级学院的设置基准多元化

二级学院的设置基准是体现高校学科布局的重要指标。如表 2 所示，对 8 所传媒类高校二级学院设置的基准进行统计分析后发现，以学科门类作为学院设置基准的设置率只有 3%，以一级学科、二级学科作为学院设置基准的设置率分别为 18% 和 36%。以二级学科为基准的比例最高，充分说明传媒类优势一级学科戏剧与影视学、新闻传播学的内涵丰富，如果这些学科所在学院以一级学科命名，学院容量将非常大，所以传媒类高校优势一级学科所在学院通常以二级学科命名来凸显传媒行业特色。此外，体现一级学科交叉的学院设置已经有一定数量，比如计算机与网络空间安全学院、经济与管理学院、美术与设计学院等。另外还有 28% 的学院设置基准为专业，这样的学院设置方式在一流大学的学院设置中几乎很少见，这也是传媒类高校学院设置应该改善的地方。

表 2 全国 8 所传媒类高校二级学院设置的学科层次分析^①

| 院校 \ 层次 | 学院总数 | 按照学科门类 | 按照一级学科 | 按照二级学科 | 按照专业 | 其他 |
|---------|------|--------|--------|--------|------|-----|
| 中国传媒大学 | 16 | | 6 | 6 | 2 | 2 |
| 浙江传媒学院 | 11 | 1 | 2 | 5 | 2 | 1 |
| 河北传媒学院 | 10 | | 2 | 3 | 5 | |
| 山西传媒学院 | 8 | | 2 | 4 | 1 | 1 |
| 南京传媒学院 | 11 | | 1 | 5 | 4 | 1 |
| 四川传媒学院 | 16 | | | 4 | 6 | 6 |
| 辽宁传媒学院 | 8 | 1 | 2 | 1 | 3 | 1 |
| 武汉传媒学院 | 7 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 |
| 设置率（%） | | 3 | 18 | 36 | 28 | 15 |
| 均值 | 10.9 | 0.4 | 2 | 3.9 | 3 | 1.7 |

① 数据来源：8 所传媒类高校官网截至 2021 年 9 月 4 日的数据。

(四) 政府学科政策对学科布局影响较大

与西方国家的大学学科自我发展机制不同, 我国的学科发展呈现出极强的政府介入与主导的特征。^[10]政府对大学的学科立项和学科评估, 有力地推动立项学科和排名领先学科成为院校学科布局中的塔尖部分, 同时院校也会根据学科评估结果砍掉部分声誉差的学科。全国8所传媒类高校中只有中国传媒大学是博士学位授予单位, 也只有该校戏剧与影视学和新闻传播学两大优势学科进入国家一流学科建设高校名单, 并在教育部学位与研究生教育发展中心组织的全国第四轮学科评估中被评为A+学科, 呈现出传媒类高校“一枝独秀”的态势。此外该校还有戏剧与影视学、新闻传播学和艺术学理论3个一级学科获北京市重点学科立项。

其余7所传媒类高校均为2004年以后升格的新建本科高校, 根本没有资格进入国家级学科评估赛道。按照省级一流(重点)学科立项数据显示, 浙江省支持浙江传媒学院戏剧与影视学为省一流A类学科, 新闻传播学、信息与通信工程为省一流B类学科。山西省支持山西传媒学院的戏剧与影视学为省重点建设学科。湖北省支持武汉传媒学院的戏剧与影视学为省重点培育学科。其他4个省份尚未立项传媒类高校为省一流学科。各级政府学科支持结果间接推动戏剧与影视学和新闻传播学成为传媒类高校的两大优势学科, 说明政府学科政策对高校学科布局影响较大。

(五) 市场力量对学科交叉融合的现实影响结果为数不多

随着网络化、数字化、智能化的新一轮科技和产业革命的发展, 传媒类高校行业特色的传统优势正在受到挑战。传统优势学科要想保住优势, 必须将传统、单学科优势向多学科、跨学科优势转变。同时面对传媒行业复杂的科学和技术问题, 必需借助学科交叉, 开展跨学科的研究。^[11]目前中国传媒大学设置了跨学科的二级学院, 并设置专门的跨学科研究生招生专业。浙江传媒学院设置了跨学科的二级学院以及在新闻与传播硕士招生中开设跨学科方向。其余传媒类高校均设置了1—2个跨学科二级学院。中国传媒大学、浙江传媒学院和山西传媒学院还设置了具有学科交叉特色的校级研究机构。此外, 传媒类高校在加强两大优势学科内部二级学科之间的交叉融合以及优势学科与其他人文社会学科、工科和理科的交叉融合并不多见。

二、传媒类高校学科布局之实践困境及成因

基于8所传媒类高校学科布局的现状分析结果, 进一步从历史、学术、政府、市场“四重逻辑”视角进行审视, 可以发现其实践困境主要体现为: 传媒类高校专业与学科长期不均衡发展导致其专业结构与学科布局的协同效应不足; 学术主体二级学院设置缺乏学科逻辑; 政府学科政策助力传媒类高校优势学科布局与发展, 然而新建传媒类高校仍然缺少国家级政策支持; 学科布局落后于传媒行业产业需要的网络化、数字化以及智能化发展的需求。上述困境的生成有其历史基因、政策盲点、先天不足以及后天乏力等诸多原因。

(一) 学科专业长期非均衡发展导致学科与专业之间尚未形成协同效应

专业设置是学科布局的一种间接体现, 更是学科布局的重要支点。传媒类高校虽然经过了相当长一段时期的建设历程, 但学科专业的协同效应尚未形成, 主要表现在: 第一, 学科布局和专业结构有时缺乏互相支撑。常常会出现某些一级学科需要布局, 支撑该学科的专业却被动调整暂停招生的尴尬问题。也会出现未能快速根据传媒行业变革需求设置新专业或赋予传统专业新内涵, 导致一级学科内涵建设不够。有的传媒类高校部分一级学科只靠1个专业苦苦支撑, 学科建设举步维艰。第二, 经过近几年的本科专业撤销、停办, 有些专业被“连根拔掉”, 对于传媒类新建本科高校造成了“本科不

牢，地动山摇”的直接后果。传媒类新建本科高校本科专业数量本来就偏少，不适宜删减，而应该缩减部分专业的招生数。否则在研究生规模尚小的情况下，如果再撤销相关本科专业，直接后果就是连基本的学科布局框架都无法搭建，或者形成没有血肉的学科布局空架子。

学科与专业之间尚未形成协同效应的主要原因在于，第一，8所传媒类高校学科布局均存在着“起步晚、基础弱、资源少”等“禀赋不足”。^[12]升本之后，随着院校层次的提升，传媒类高校纷纷迈向申硕、申博、升大学的学术之路，在学科布局和发展上加大力度追求科研创作的数量和质量。现实是大部分传媒类高校前身为专科或高职院校，长期形成的专业办学的历史基因以及专业与学科长期不均衡发展必然会导致传媒类高校尤其是新建传媒类本科高校对于科研创作与人才培养的耦合关系，以及学科布局与专业设置的相互依存性认识不足和行为不力。第二，由于学科布局和专业结构是分属于传媒类高校两个不同的职能部门管理，彼此缺乏联动，两者容易出现脱节问题。

（二）学术主体二级学院的设置缺乏学科逻辑

二级学院设置也是学科布局的一种间接体现。二级学院是高校人才培养和科研创作的核心学术主体，合理设置二级学院对于优化学科布局的重要性不言而喻。从图2、表2可以看出，传媒类高校学科布局的学术逻辑并未用于规范二级学院设置，学院设置问题主要分为三类：第一，学院数目过多又相互独立，形成众多的山头，不利于学科资源整合与共享，还带来管理上的弊端^[2]，如图2。第二，部分学院以专业为设置基准，见表2。如中国传媒大学的广告学院，南京传媒学院和四川传媒学院的摄影学院，河北传媒学院和山西传媒学院的表演学院。第三，缺乏因应智媒时代需求以优势特色学科的交叉学科方向命名设置的二级学院。

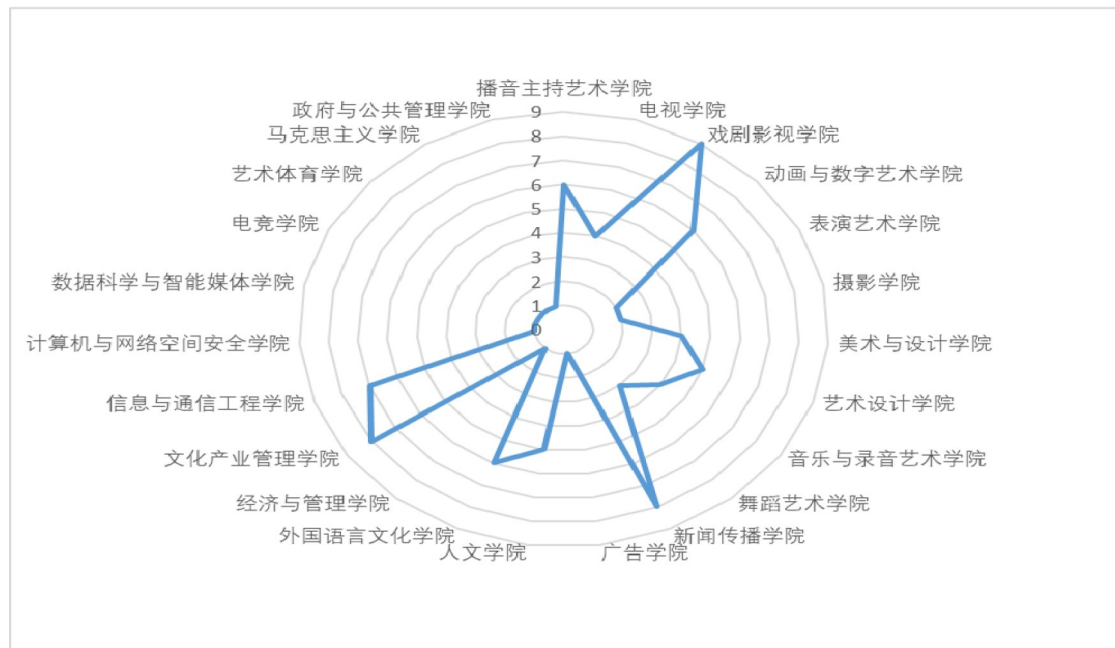


图2 全国8所传媒类高校二级学院设置情况①

学科布局与学校历史发展渊源密切关联。学术主体二级学院的设置缺乏学科逻辑主要是因为传媒类院校专科或高职院校办学的历史作用依然存在。8所传媒类高校大都是由专科或高职院校合并升格而

① 数据来源：8所传媒类高校官网截至2021年9月4日的数据，并进行了同类项的合并。

来, 专科院校和职业院校主要靠专业安身立命。在学科布局上依然呈现出“专业办学”的历史印记, 因此就会存在以专业命名的二级学院, 进而出现学院数量过多、整合不够以及学科交叉意识不强等问题。

(三) 传媒类新建本科高校缺乏政府学科政策支持

国家层面对于传媒类高校的学科政策聚焦于中国传媒大学这所高水平传媒类大学, 使得本身就与中国传媒大学差距显著的其他传媒类新建本科高校由于“人、财、物”的缺乏导致学科布局优化及建设难上加难。在“双一流”背景下, 国家政策尚未释放出“支持不同高校在各自领域和类型中争创一流”的导向, 也未曾为新建本科高校开辟“双一流”专门政策和学科评估赛道。从省级政府学科政策支持情况来看, 只有北京市、浙江省对传媒类高校学科支持力度比较大。总体而言, 传媒类新建本科高校学科发展能获得的政府支持力度不够。此外, 我国经过20多年的研究生教育快速发展, 博士、硕士学位授予单位及学位授权学科、研究生专业布局基本完成, 目前学科和学位点收紧的国家政策实际上在很大程度上限制了包括传媒类高校在内的新建本科高校学科布局优化及学科建设层次提升。

传媒类新建本科高校学科缺少政府政策支持的原因就在于国家“双一流”政策在传媒类新建本科高校中存在盲点: 第一, 教育部学位与研究生教育发展中心开展的学科评估要求院校至少要有一级学科硕士点, 绝大部分新建本科高校还不是硕士学位授予单位, 更少有一级学科硕士点, 尚无资格参加教育部学科评估; 第二, 传媒类新建本科高校被定位为应用型院校, 学位授权审核政策更加倾向于支持其专业学位申报, 而对一级学科学位点申报处于收紧状态; 第三, 缺乏专业的国家级组织机构专门考量和指导传媒类新建本科高校学科布局与发展, 适合此类院校学科特色和发展周期特点的学科政策和赛道尚未建立。

(四) 学科整体布局落后于传媒行业产业发展

依托行业发展是行业高校产生、生存和发展的基础, 传媒类高校应通过学科布局与调整回应传媒行业发展需求。如今, 互联网以及大数据、云计算、物联网、虚拟现实、人工智能等智能技术的发展, 将强力驱动媒介形态变革、传媒业态重构。^[13] 传媒类高校理工类学科不足、缺乏学科交叉融合的学科布局现状与传媒数字经济、互联网和大数据、人工智能的发展不适应, 进而缺乏对传媒行业核心技术的支持力, 学科布局落后于传媒行业产业发展。就戏剧与影视学而言, 人才培养以及科研创作对5G时代的移动通信技术发展背景下要求的沉浸式技术、多重体验, 在表征传播、制作及呈现等媒介环节实现新技术与新媒介融合方面反应缓慢。在5G时代影视艺术创新, 虚拟现实、增强现实以及混合现实类技术的应用生产, 网络电影、互动电影制作生产, 电影多渠道发行放映, 影院观影效果提升等研创方面做得还远远不够。就新闻传播学而言, 专业设置、课程体系、科学研究对于5G时代的“全时在线”“万物互联”与MGC的涌现, 以及“由实到虚”, 算法成为“万物皆媒”的基础, 数字霸权、关系赋权以及场景化行业发展背景下的数字新闻、移动营销、数字叙事等回应不够。

学科布局落后于传媒行业产业发展的主要原因在于, 第一, 文科单科类高校的学术性对于传媒行业产业变革的应对能力先天不足。从学科布局的特征来看, 传媒类高校学科领域狭窄且偏重文科, 对于以网络化、数字化、智能化为代表的传媒行业科技和产业革命需要跨界关注技术性问题, 从而建立起科技创新、人才培养以及社会服务的快速反应机制,^[14] 构建传统的优势学科与新技术交叉融合以及对接传媒产业转型升级的技术需求能力等方面存在先天不足的缺陷。^[14] 第二, 现有的优势学科专业对接传媒行业产业需求的转型升级被动乏力。传媒类高校的传统优势学科专业与传媒行业发展息息相关, 并且具有累积优势, 一旦与新技术结合将会释放巨大效益, 从而促进传媒行业发展和产业升级。除了

中国传媒大学之外,新建传媒类高校对此认识乏力,缺乏对传媒行业新形势、产业新业态、企业新需求的主动对接。对现有传统优势学科专业的内涵式布局,即优势学科专业的转型升级和衍生再造缺乏“优势学科+”“优势专业+”的交叉思维和创新思维,进而对计算机、大数据、人工智能、信息网络等技术领域缺乏有效整合,难以形成对科研创作和人才培养的耦合效应。^[14]

三、传媒类高校学科布局优化之路径探索

优势学科是传媒类高校经过长期历史发展积淀而形成,因此,与学校原有优势学科的关联度是学科布局的重要基础。市场需求及学术需求是学科布局的推动力,政府的学科政策和审批是学科布局的依据和规范。^[15]基于上述传媒类高校学科布局的现状、困境及成因,以学科布局优化为目标,形成学科之间相互支持、交叉融合、共同成长的学科生态。传媒类高校学科布局应该基于四重逻辑的内在要求,进行系统化重构,形成与历史积淀的优势学科相匹配,与二级学院及科创机构的优化设置以及科研创作与人才培养的双轨学术需求相依存,与市场发展相呼应,与政策导向相关照的内外双循环的学科动态布局模式。为此,提出以下学科布局优化的理念和路径。

(一) 固本培元:历史逻辑视角下的优势学科加持支撑

固本培元就是指加持优势学科的战略定力和基础支撑。任何一所大学都不可能提供所有学科领域的知识,而是要更多地集中于最需要的和最擅长的方面^[16]。传媒类高校的优势学科戏剧与影视学、新闻传播学起源并根植于传媒行业,也是院校学科历史积淀的结果,涵盖了学校 70% 及以上的学院和专业,往往是传媒类高校倾全校之力布局和建设的“航空母舰”^[17]式学科。传媒类高校应坚持求精求尖,专注于戏剧与影视学、新闻传播学两大优势学科久久为功,尤其是跨学院的两大优势学科的二级学科体系要建设完备,并不断围绕传媒行业 and 产业发展需求和国家区域战略需求拓展优势学科新的交叉方向,开展传媒行业关键共性问题研究,^[17]才能在优势学科上超越那些需要考虑各学科之间相互协调的综合型大学。反之,缺乏清晰的学科布局定位往往导致办学者在学科发展战略的选择上无所适从,最为典型的就是单科性大学向综合性大学趋同,继而形成学科规模较大,但竞争力不强的综合性大学。^[18]戏剧与影视学、新闻传播学两大优势学科是传媒类高校的特色和命脉所在。支持两大优势学科引进“卓越学者”并组建科研创新和教学团队,在研究方向、内容、方法上推陈出新,实现其在某些研创方向领域和人才培养领域达到并接近国内一流水平。

所有的学科都需要姐妹学科的支持和保证,而在它们彼此获益的同时反过来彼此给予。^[19]传媒类高校还需根据院校的组织承载能力适当布局一定数量的对优势学科具有原理支撑作用的相邻的基础学科。基础学科包括自然科学、社会科学和人文三大分支,自然科学的主体是数理化生,社会科学的主体是经政社心,人文的主体是文史哲。^[2]传媒类高校要对接传媒行业网络化、智能化、数字化变革,就要增补数学、物理学师资,强化理学对工学的支撑。将现有的哲学、语言文学、历史学、经济学、政治学和社会学等学科的师资和科研力量分散到优势学科中,强化社会科学和人文学科对戏剧与影视学、新闻传播学等学科的支撑。

(二) 学科引领:学术逻辑视角下的教学科研机构优化设置

学科引领是指遵循学科及学科交叉逻辑设置教学科研机构。以学科为基础进行院系所设置是大学的本质要求。传媒类高校两大优势学科的二级学科数量众多,基本涵盖了此类高校 70% 及以上的学院和研究机构,这种学科的特殊性规律决定了传媒类高校二级学院的设置更加适合基于二级学科来设置,这样既能体现行业特色,也能实现一个学院拥有一个主体学科(即二级学科),并将零星的师资和专业

按照学院的主体学科进行适当归并,避免出现学院主体学科之外其他学科零星师资成为弱势群体长期得不到培育和成长。同理,研究机构的设置也应该反映学科科研创作和人才培养双轨学术要求,尽量做到每个研究机构也都有1个主打的学科。此外,按照学科逻辑设置二级学院和科研机构还应该因应智能时代需求,设置以优势特色学科交叉方向命名的二级学院和科研机构,与传媒行业网络化、数字化和智能化的变革同频共振,持续优化学科内涵式布局。

8所传媒类高校中,已有院校因应传媒业态的变化开始着手新的学科布局,谋求更契合行业未来发展的学科布局战略。中国传媒大学率先围绕人工智能、大数据、国家安全领域进行学科布局。学校新设置数据科学与智能媒体学院。浙江传媒学院组建跨信息与通信工程、计算机科学与技术以及软件工程3个工学学科的媒体工程学院,^[20]河北传媒学院设置信息技术与文化管理学院,山西传媒学院设置融媒技术学院,四川传媒学院设置电竞学院和智慧广电学院。

此外,中国传媒大学还设置了跨学科的研究机构,如媒体融合与传播国家重点实验室、脑科学与智能媒体研究院。而且这些研究机构积极对接网络化、智能化、数字化的传媒行业产业发展需求开展博士、硕士人才培养。

(三) 连贯交叉:学术逻辑视角下的专业结构调整优化

连贯交叉是指通过本硕博连贯设置专业以及专业的交叉融合优化专业结构,形成对学科布局的支撑。专业设置理应遵循学科发展的逻辑和规律,最大限度地丰富学科布局的内涵以促进学科的发展。鉴于传媒类高校学科门类 and 一级学科数量总体偏少,优化学科布局的重任必将下沉到专业结构的优化上。从传媒类高校长远发展来看,建议在专业结构调整优化时不能囿于“就本科而论本科”的思维定势,即本科专业的动态调整不能仅仅停留在本科专业层面,要考虑未来硕士研究生、博士研究生专业的连贯性和支撑性。^[21]在专业动态调整过程中,与学校整体学科布局紧密相关的本科专业以及与未来硕士、博士培养可以贯通的本科专业,要坚决保留,如不慎被撤销应尽快重新恢复或增设。此外,在专业结构优化方面,要科学选择本校所对接的传媒行业产业链、技术链、业务链和岗位链,然后主动布局相关专业,通过产教融合在新媒体、融媒体、数字影视、大数据分析等关键领域开展专业交叉融合,优化课程体系,将课程综合化的重点由课程门类的综合转向课程内容的综合和多元,力求使学生在有限的课程门类中进行综合化的学习^[18],实现专业结构内涵式优化。

为主动适应传媒产业新需求,中国传媒大学优化了三类专业:一是与大数据、互联网、人工智能为代表的新信息技术密切结合的本科专业,如智能装备与系统、人工智能、网络空间安全、数据科学与大数据技术、智能科学与技术、物联网工程、数字经济等;二是媒体前沿技术类专业,如光影空间艺术、数字影像与网络视频、数据新闻报道等本科前沿专业;三是数字艺术、信息传播学、计算数学与智能媒体、应用数学与信息传播等研究生交叉专业。从教育部近五年的新增本科专业数据来看,其他传媒类高校也开始因应传媒行业技术发展需求设置新本科专业,浙江传媒学院设置人工智能、河北传媒学院和武汉传媒学院设置数据科学与大数据技术、山西传媒学院设置虚拟现实技术、南京传媒学院设置智能科学与技术等本科专业。

此外,中国传媒大学的播音主持艺术学、广播电视学、新闻学、传播学、编辑出版学、广告学、文化产业等专业实现了博士、硕士、学士三个层次的贯通培养和布局。

(四) 政策保障:政府逻辑视角下的学科优势持续提升

政策保障就是指争取各级政府加大力度持续支持传媒类高校优势特色学科发展。政府在发展战略的选择上不应该只关注处于学术垄断地位的“明星大学”,还要关注那些学科特色鲜明,且能够以个性

化的办学方式制胜全球的世界一流学科高校。^[22] 传媒类优势特色学科往往在综合性大学通过彰显学科特色为学校声誉锦上添花,但在传媒类文科单科类高校则以学科主体来追求卓越。^[22] 各级政府要通过学科立项的方式资助传媒类高校优势特色学科发展,对其人才、团队、平台、课题、奖项等优先支持,对其博士、硕士学位授权点审核批准环节引入扶优机制。对本区域传媒类高校提供产教融合政策,搭建院校优势学科与传媒行业企业合作平台,以便院校动态了解行业发展和企业需求的最新动态,持续优化学科布局和专业结构。^[23] 就国家级政策而言,在“双一流”背景下,国家政策应尽快释放出“支持不同高校在各自领域和类型中争创一流”的导向,为新建传媒类高校开辟“双一流”专门政策和学科评估赛道。如此才有可能实现全国传媒类高校聚力优势特色学科在某些研创方向领域及人才培养领域冲击世界一流水平。

(五) 多跨协同:市场逻辑视角下的学科交叉融合

多跨协同是指跨界拓展优势特色学科的新兴交叉方向。行业性院校的生命力来自于其学科与行业产业之间能够形成高效的协同关系。^[24] 未来传媒行业发展将呈现三种态势:泛媒体、沉浸媒体和智能媒体。尤其是大数据技术和人工智能正在重构传媒内容生产流程和空间。以前根据传统媒体形态和生产制作流程设置和布局传媒类学科专业的做法必将发生革命性变化,在优势特色学科边界上形成和拓展新的知识领域,突破学科结构性缺陷,有序拓展和丰富学科的内涵式布局。^[14] 教育部已经在新一轮学科专业目录中设置了交叉学科门类。而交叉学科或新兴学科以及重大开创性成果的产生更多来自于多科性或综合性大学。^[24] 传媒类文科单科类高校的学科交叉融合要实现两大优势学科的多个二级学科之间的交叉融合,还要发展两大优势学科与政治学、社会学、管理学、经济学和法学等社会学科门类的交叉以及与大数据技术、脑科学技术、网络信息安全、人工智能等新工科和新理科的交叉。^[13] 尤其是针对传媒类高校工科、理科布局不足的困境,传媒类高校需要与其他校外政府、企业、高校、研究机构等知识生产主体协同合作^[25],找准传媒行业发展需求和国家区域文化发展战略,共建交叉学科方向,转型升级优势学科,致力于解决院校所对接的传媒行业企业关键共性问题 and 重大实践问题。

就戏剧与影视学和新闻传播学而言,可以从三个方面拓展新兴和交叉学科方向:首先,加强学科内部多个二级学科的交叉融合。如戏剧与影视学的13个二级学科之间的电影、电视、戏剧与戏曲等表演类二级学科之间的互动,文学类二级学科剧作领域的交流,工学类相关二级学科舞台美术灯光以及音乐和录音在银幕、屏幕以及移动端技术使用之间的融通、社科类二级学科在社会实践性中的策划管理营销等,都有可能形成新的可以拓展的学科方向。^[26]

其次,与其他相邻一级学科的交叉融合。戏剧与影视学借鉴艺术类其他学科的旋律、线条、光影、身体表现等艺术形式。吸纳文史哲学类学科关于对人的精神追求的理论和方法。^[26] 新闻传播学应关注更广阔的与人类命运相关的重大议题,与政治学、经济学、社会学、艺术学、工学等诸多学科领域进行更广泛的交叉融合。拓展新闻传播学的学科边界,发展网络传播、影视传播、政治传播、国际传播、公关传播、危机传播、乡土传播、健康传播、文化传播、艺术传播等学科交叉领域。同时,覆盖媒体的内容生产、运营、传播、接受、反馈等全流程。^[27]

最后,要积极融合新技术与新媒介。戏剧与影视学艺术创作的“实践性”^[28] 以及新闻传播学面向实践的独特性^[27]。要求学科及时解释和服务社会及文化实践所提出的问题。戏剧与影视学的编、表、导、演、剪等细分方向在传统技艺之上尽快融入5G、人工智能、云计算、大数据、区块链等新技术以及3D、AR、VR等电子新媒介技术,以及抖音等短视频平台,打破媒介边界,运用不同的介质和手段融合构建出新的媒体世界与文化景观。^[29] 新闻传播学应该有力回应数字霸权、关系赋权、“算法及媒

介”等传媒行业产业变革需求,回归实践前沿,有针对性地确定并实施“重点研创领域”发展战略,开展人机传播学、人际传播学、符号传播学以及电信传播学等交叉学科方向的研究和人才培养。^[30]

上述学科交叉融合是指不同学科之间的交流与合作,不同于交叉学科。交叉学科是在学科交叉的基础上构建一个新的,与现有学科不同的,不能为现有任何一个学科替代的研究问题、研究方法和知识体系。^[31]交叉学科还涉及到招生培养、学位授予以及评估评价等人才培养工作。传媒类高校学科领域较窄,优势特色学科数量较少,^[17]建议先立足于优势特色学科开展学科深度交叉融合,并且一定要厚植学科交叉融合的基础,只有高水平的团队、有实力的学科和深入的合作才能交叉出高质量、可持续发展的成果。^[31]

四、结 语

本研究从高校内部学科门类 and 一级学科的直接分析、二级学院和专业设置的间接分析,以及高校外部政府和市场逻辑对学科布局调整的影响方面探讨了传媒类高校学科布局的一些共同特征、困境、成因及优化路径。但8所传媒类高校分为三个层次,尤其是其他7所新建传媒类本科院校学科布局与中国传媒大学差距明显。中国传媒大学无论是长久的办学历史,身处北京的地理优势,直属高校的政策优势,还是其数量众多的博士后科研流动站、博士学位授权一级学科点、硕士学位授权一级学科点以及拥有自主设置学科点和学位点的优越性都呈现出“一枝独秀”的态势,更是其他7所传媒类高校望尘莫及的。本研究一方面追本溯源,寻找传媒类高校学科布局共同的特点和问题,另外一方面也是期望其他传媒类高校能够结合学科发展的规律和自身所处的办学层次和位置,确定自身发展方向和目标,^[32]主动优化学科布局,针对学科专业数量较少且偏重文科的特点尤其要注重学科和专业的内涵式布局。进而对学科所需的人财物资源和要素进行优化、集成配置,^[33]实现战略性重塑。

2021年教育部新的学科专业目录修订已经释放出专业学位与学术学位同等重要的信息。其他7所传媒类高校要紧紧抓住教育部新一轮学科专业目录修订的契机,进一步优化学科布局,积极探索新的学科专业及方向,争取申报更多专业学位以及一级学科学位点,有条件的传媒类高校可以探索与中国传媒大学一起培养艺术专业博士。各层次传媒类高校互助合作、协同创新,形成“一枝独秀引领百花齐放”的学科布局和生态特征,为两大优势学科稳步走向世界一流贡献集体智慧,形成中国特色方案。从而更好地承担起传递社会主义核心价值观、传承中华优秀传统文化、讲好中国故事、传播好中国声音的重大文化使命,进一步提升国家文化传承传播的软实力。

参考文献:

- [1] 王战军. 深刻剖析大学学科建设——读翟亚军《大学学科建设模式研究》有感[J]. 学位与研究生教育, 2012(1): 74-77.
- [2] 钱颖一. 谈大学学科布局[J]. 清华大学教育研究, 2003(6): 1-11.
- [3] 张亚群. 高等学校学科建设中的关系链接[J]. 江苏高教, 2005(5): 90-92.
- [4] 孟照海. 有选择的卓越: 世界一流大学的学科布局调整策略——以美国哥伦比亚大学为例[J]. 高等教育研究, 2018(3): 30-36.
- [5] 王宝玺. 亚洲全球顶尖年轻大学学科布局的量化分析[J]. 清华大学教育研究, 2017(6): 52-58.
- [6] 段鹏. “双一流”建设背景下行业特色型大学的学科建设与发展[J]. 中国高等教育, 2018(23): 32-34.
- [7] 胡乐乐. 论国家“双一流”建设下的大学学科布局调整[J]. 研究生教育研究, 2016(6): 1-7.
- [8] 黄瑶, 王铭. 试析知识生产模式Ⅲ对大学及学科制度的影响[J]. 高教探索, 2017(6): 10-17.

- [9] 胡建华. “双一流”建设对大学学科调整的影响 [J]. 南京师大学报 (社会科学版), 2019 (4): 20-26.
- [10] 宣勇, 张凤娟. 大学学科评价与排名中的基本问题 [J]. 教育发展研究, 2019 (19): 1-5.
- [11] 山红红. 行业特色型大学学科建设的思考和实践 [J]. 中国高等教育, 2013 (15-16): 13-15.
- [12] 姜森芳, 肖爱. 我国应用型本科院校学科建设模式的反思与体制创新 [J]. 江苏高教, 2017 (9): 32-35.
- [13] 廖祥忠. 未来传媒: 我们的思考与教育的责任 [J]. 现代传播, 2019 (3): 1-7.
- [14] 高树仁, 宋丹. 行业特色型大学“新学科”发展逻辑与行动策略 [J]. 学位与研究生教育, 2020 (11): 32-37.
- [15] 金雨琦, 程莹. 我国一流大学建设高校学科布局演化的分析与思考 [J]. 大学与学科, 2021 (2): 59-72.
- [16] Keer, C. (2001). *The uses of the university*. Cambridge: Harvard University Press.
- [17] 高敏. 行业特色研究型大学建设一流学科的逻辑路径研究 [J]. 学位与研究生教育, 2021 (12): 41-48.
- [18] 曹如军. 综合与特色: 单科性大学发展问题的思考 [J]. 国家教育行政学院学报, 2008 (4): 52-55.
- [19] [英] 约翰·亨利·纽曼. 大学的理念 [M]. 高师宁, 何克勇, 何可人, 何光沪, 等, 译. 贵阳: 贵州教育出版社, 2003: 75.
- [20] 杨彩霞, 张邦卫. 新建本科高校内部学科建设质量保障体系的建构与实施 [J]. 学位与研究生教育, 2021 (1): 54-60.
- [21] 张斌贤, 位盼盼, 钱晓菲. 从学科发展大局重新审视教育学科本科专业改革的意义与路径 [J]. 大学教育科学, 2021 (3): 4-12.
- [22] 武建鑫. 聚集与分散: 世界一流学科的分布特征研究 [J]. 研究生教育研究, 2019 (3): 78-84.
- [23] 许长青. 基于区域产业结构调整在广东高校专业设置优化研究 [J]. 现代教育科学, 2014 (2): 154-156.
- [24] 曾亦斌, 王钊. “双一流”建设背景下行业性院校的学科生态治理研究 [J]. 江苏高教, 2018 (3): 25-28.
- [25] 殷朝晖, 郑雅匀. 知识生产模式转型与一流学科建设探索——基于哈佛大学学科建设的实践 [J]. 教育发展研究, 2019 (13-14): 37-44.
- [26] 周星, 康宁. 新文科建设语境中“戏剧与影视学”学科建设的得失与改进 [J]. 戏剧 (中央戏剧学院学报), 2020 (3): 9-18.
- [27] 胡智锋, 刘俊. 新中国 70 年新闻传播学发展的回顾与展望 [J]. 新闻大学, 2020 (2): 44-54.
- [28] 张仲年. 对创建一流“戏剧与影视学”学科的几点思考 [J]. 中央戏剧学院学报《戏剧》, 2018 (3): 27-38.
- [29] 胡智锋, 徐梁. 新文科背景下“戏剧与影视学”专业建设的理念和路径 [J]. 戏剧 (中央戏剧学院学报), 2020 (3): 1-8.
- [30] 中央民族大学新闻与传播学院. 新闻传播学前沿讲座第三讲: 技术革命下的传播重构与学科发展的关键 [EB/OL]. <https://xinchuan.muc.edu.cn/info/1018/1321.htm>.
- [31] 洪大用. 在学科交叉的基础上推进交叉学科健康发展 [J]. 大学与学科, 2022 (1): 4-8.
- [32] 李同铮. 在结构布局调整中优化学科、专业结构 [J]. 北京高等教育, 2001 (10): 23-25.
- [33] 王涛. 学科建设论 [M]. 北京: 高等教育出版社, 2015: 75.

[责任编辑: 华晓红]