生成式 AI 在高校网络与新媒体专业产教融合中的应用探究

陈思萌

(东莞城市学院，广东 东莞 523419)

摘 要：生成式人工智能正重塑网络内容生产的组织方式，也使高校网络与新媒体专业的产教融合面临从单项工具训练转向综合传播能力培养的要求。本文基于中国互联网络信息中心统计、媒体从业者调查及新闻传播教育研究，采用文献分析与岗位任务链分析方法，考察生成式 AI 的行业应用基础及现有教学衔接问题。研究认为，技术使用普及并不直接等于专业能力提高，产教融合仍面临项目约束不充分、跨课程知识衔接不足、生成内容核验薄弱及校企评价标准不一致等挑战。据此提出以真实传播需求统整课程内容、以学生主导的人机协同强化专业判断、以分阶段交付和校企联合评价促进成果转化的改革路径。相关建议为基于公开资料的教学改革构想，其实施成效仍需后续实证检验。

关键词：生成式人工智能；网络与新媒体专业；产教融合；跨课程协同；传播能力

DOI：doi.org/10.70693/202610237531

Application of Generative AI in Industry–Education Integration for University Network and New Media Programs

Simenng Chen

Dongguan City College, Dongguan, Guangdong 523419, China

Abstract:Generative artificial intelligence (GenAI) is reshaping digital content production and prompting university Network and New Media programs to reconsider how discipline-specific learning connects with professional practice. Drawing on official Chinese internet statistics, a survey of media practitioners, and research on journalism and communication education, this study uses documentary analysis and a professional task-chain perspective to examine industry adoption and persistent gaps in university–industry collaboration. The findings suggest that widespread technological use does not necessarily translate into professional competence. Key challenges include insufficiently authentic project constraints, weak connections among courses, inadequate verification of AI-generated content, and inconsistent assessment criteria across universities and industry partners. The paper proposes cross-course projects guided by real communication needs, student-led human–AI workflows, staged deliverables, and joint evaluation of professional outcomes. These proposals are research-informed pathways rather than empirically verified gains in student performance.

Keywords:generative artificial intelligence; network and new media; industry–education integration; cross-course collaboration; communication competence

作者简介：陈思萌（1993—）硕士，助教，研究领域：智媒传播；文化创意产业。

一、引言

生成式人工智能（Generative Artificial Intelligence，简称“生成式 AI”）正在从文本问答延伸至图像、视频、音频和数据处理，持续进入选题策划、创意脚本、短视频制作及社交媒体运营等新闻传播工作场景。中国互联网络信息中心的调查显示，我国生成式 AI 用户规模从 2024 年 12 月的约 2.49 亿人增长至 2025 年 6 月的 5.15 亿人[1]，2025 年 12 月进一步达到 6.02 亿人[2]，截至 2026 年上半年已突破 7 亿人[3]。快速扩展的社会使用基础，使网络与新媒体专业有必要重新审视技术素养与传播专业能力之间的关系。然而，用户规模反映的是使用普及程度，并不能直接证明高校学生已经掌握具有职业责任要求的内容生产能力。

与简单的软件更新不同，生成式 AI 介入内容生产后，原来相对分离的资料搜索、文案撰写、视觉草案和视频剪辑更容易形成连续的工作链条；与此同时，事实核验、原创性、数据授权和传播合规的重要性并未减弱。高校产教融合的意义，正是在真实或接近真实的传播任务中帮助学生理解技术效率与专业判断的边界。本文关注两个问题：一是公开数据如何反映 AI 使用从公众日常场景进入媒体业务，二是高校网络与新媒体专业如何将其转化为能够被检验的校企协同教学安排。

二、资料来源与行业应用现状

（一）数据来源与分析边界

本文使用三类可核查资料：一是中国互联网络信息中心 2025—2026 年的生成式 AI 统计报告；二是新京报 AI 研究院联合中国经济传媒协会开展的媒体从业者调查以及《中国媒体融合发展报告（2025）》所收录的相关实证研究；三是教育主管部门政策与新闻传播教育学术成果。研究采用文献分析和岗位任务链比较的方法，不自行编造高校学生问卷或企业岗位调查。由于不同资料的对象、时期和统计口径不一致，本文仅在各自调查范围内解释指标，不将不同样本的比例直接相加或进行因果推断。

（二）生成式 AI 从公众使用进入多模态内容场景

图 1 呈现了不同时间点的生成式 AI 用户规模。2024 年末至 2025 年末增长明显，2026 年上半年数据由于官方表述为“突破 7 亿人”，图中仅以 7 亿人下限示意，不将其写成精确值。用户增长构成了传媒人才培养所处的技术环境，但其实际教育意义仍需要结合媒介内容工作加以分析。

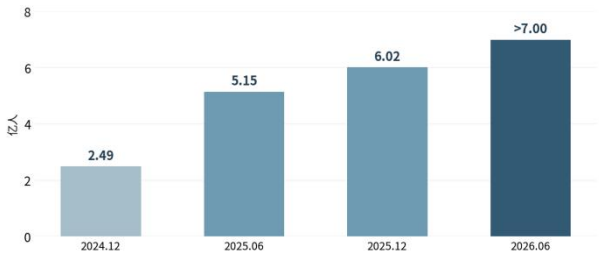


图 1　2024—2026 年我国生成式 AI 用户规模变化
资料来源：中国互联网络信息中心[1-3]。单位：亿人；2026 年 6 月为“突破 7 亿人”，图中以 7.0 显示下限，不代表精确统计值。

从使用目的看，2026 年报告显示，76.0%的生成式 AI 用户使用其回答问题，47.8%用于图片或视频处理，37.6%用于文本处理，32.5%用于工作总结、会议纪要或 PPT 等[3]（见图 2）。这四项是可能重叠的使用用途，不可求和。其中图片、视频与文本用途直接对应网络与新媒体专业中的内容策划和多模态创作环节。数据也提示，生成式 AI 已不限于通识性信息检索，而是在不同内容形态之间提供新的生产条件；但实际作品是否准确、有效且适合传播，仍然需要独立判断。

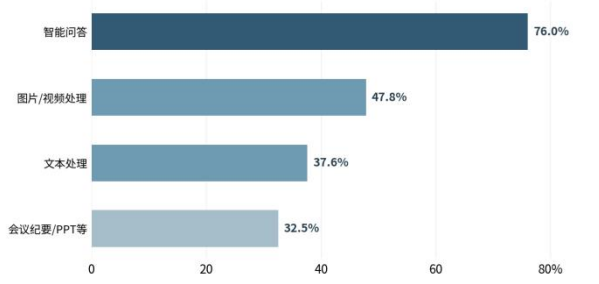


图 2　2026 年上半年生成式 AI 用户的主要使用场景
资料来源：中国互联网络信息中心《生成式人工智能应用发展报告（2026）》[3]；各用途为非互斥选项。

（三）媒体从业者调查揭示效率与质量的双重要求

新京报 AI 研究院与中国经济传媒协会 2025 年发布的媒体行业调查显示，96.27%的受访者表示曾在媒体工作中使用 AI 大模型；按使用频率划分，“总是使用”“经常使用”“有时使用”和“很少或完全不使用”的比例分别为 9.03%、

50.97%、32.26%和 7.74%[4]（见图 3）。相较于只问“是否用过”，使用频率更能反映受访者在工作中的实际接触程度，但这仍是该项调查受访者的自报情况，不宜扩展为我国媒体行业整体比例。

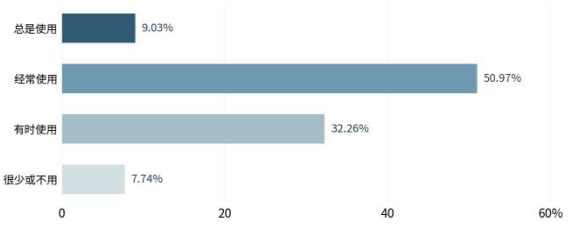


图 3　2025 年媒体行业调查受访者 AI 大模型使用频率
资料来源：新京报 AI 研究院与中国经济传媒协会 2025 年测评调查公开报道[4]；比例为受访者自报，非全国行业普查。

同一调查还显示，56.13%的受访者认为大模型提供“适量帮助”，25.16%认为“非常有帮助”，但多模态素材制作的满意度低于资料梳理与文本辅助等环节[4]。这一结果对新媒体专业课程有直接启示：文本草案生成较为便利，并不意味着图片、视频作品已经达到行业可交付水准。与此同时，卜嘉敏等基于 6420 名媒体从业者的研究发现，大模型使用与工作时长之间存在联系，但效能表现具有明显的部门差异[5]。由此，产教融合不宜把“使用 AI”直接写成“提高专业效率”，而应根据实际任务评价其适用性、完成质量与时间投入。

三、生成式 AI 融入产教融合的主要问题

教育部等五部门于 2026 年发布的《“人工智能+教育”行动计划》提出，优化传统专业人才培养方案，推动学科交叉、产教融合和人工智能特色教学资源建设[6]。新闻传播教育领域的研究也已关注能力重构问题：陈积银、李月通过 68 份相关政策文本及 10 位专家访谈，指出 AI 素养与专业能力脱节、效率导向挤压专业价值、评价标准受到冲击等挑战[7]；周葆华、刘金卓对全球 50 所新闻传播院校的考察表明，AI 教育虽已广泛进入院校和项目，课程层面的系统嵌入仍然有限[8]。上述研究不是本文对学校的实地调查，但为识别产教融合的问题提供了参考。

首先，项目真实性和教学任务完整性仍存在张力。企业传播工作需要明确传播目标、受众画像、素材授权、平台约束、预算周期和发布责任，而部分课程只提交一段视频或一组视觉作品，缺少真实项目中反复沟通与修改的条件。其次，生成结果的完成度容易掩盖学习过程。若学生仅依据提示词获得脚本、封面和视频片段，而没有记录选题理由、证据来源与受众判断，作品质量便难以转化为可解释的专业能力。再次，校企评价标准可能错位：学校强调学习和成长，企业关注可用性、成本、合规与时效；若缺少共同的评价依据，学生的“高质量作品”与企业的“可上线产品”可能并不一致。

技术普及还引入数据和内容责任问题。同一媒体行业调查显示，约 96%的受访者表示一周内至少有一天遇到大模型错误或偏见[4]；该数据说明受访者实际使用中的核验需求，而非 AI 内容整体错误率。《人工智能生成合成内容标识办法》已于 2025 年 9 月 1 日起施行，对生成合成内容的标识活动提出要求[9]。网络与新媒体专业的任务常涉及品牌图片、采访材料、人物肖像及账号数据，在没有授权的情况下上传或再加工，可能带来隐私、知识产权及内容真实性风险。因此，产教融合的重点并非更快生成素材，而是将专业判断、过程审核和最终传播责任嵌入实际工作流程。

四、生成式 AI 赋能网络与新媒体专业产教融合的改革路径

（一）以企业真实传播需求重组跨课程项目

笔者认为，生成式 AI 赋能产教融合首先需要改变以单项工具练习为主的任务组织方式。校企双方可以围绕文旅推广、地方品牌传播、短视频运营或公共文化宣传等相对常见的传播场景，共同形成可公开使用的项目任务书。任务书至少明确传播对象、目标受众、内容形式、发布渠道、素材权限和交付要求，再将选题策划、脚本创作、视觉制作与运营复盘等知识环节连成一条项目链。项目不宜为了突出 AI 而把所有内容交给模型生成，而应通过需求分析与多轮修改体现专业工作的必要性。对于尚未取得真实委托的课程，也可以使用公共信息开展模拟项目，但须明确其为教学情境，不将模拟结果冒充企业合作成效。

网络与新媒体专业具有跨学科、重实践的特征，短视频脚本、数据传播、内容制作与新媒体运营等课程分别承担着创意表达、受众研究、视听实现和传播管理的教学任务。然而，以单门课程为单位设置作业的方式，容易使学生将完整的传播过程拆解为彼此独立的技术环节。例如在短视频内容制作课程种所强调的视听效果，可能缺

少传播目标和市场约束的检验。在真实项目中，以上环节往往需要同时考虑，学生既要解释为什么选择某种叙事方式，也要说明它面向何种受众、适用于何种媒介以及能否在预算、周期与授权条件内完成交付。因此，产教融合不应仅追求企业项目数量的增加，更需要借助共同的传播需求，将分散的课程知识组织为相互衔接的能力链条。

生成式 AI 的应用为跨课程协同提供了新的技术条件。围绕同一品牌传播或公共文化宣传项目，受众资料梳理、内容创意构思、文字脚本形成、视觉样稿制作和传播效果复盘，可在相对连续的工作过程中开展。AI能够辅助完成资料整理、方案比较与多模态草案生成，但它并不能替代学生对信息来源、传播目的和受众情境的判断。若各课程只是分别增加提示词练习，原有的知识分割问题并不会因使用同一种技术而自然消失。笔者认为，更有价值的改革方向，是将企业需求转化为跨课程共同任务，使学生在阶段成果之间建立明确的逻辑联系：受众分析能够解释选题依据，脚本方案能够回应传播策略，视觉制作能够体现媒介特点，传播复盘则能够检验前期判断是否合理。这样，AI 的使用才可能成为连接专业学习环节的手段，而非替代专业分析过程的快捷方式。

这种变化还意味着课程评价标准需要调整。以往实践教学较多关注学生是否掌握软件操作、是否按要求完成视频或图文作品；但在 AI 能够较快形成具有一定完成度的文案和视听素材后，最终作品的精致程度已不足以单独证明学生的专业能力。评价的重点有必要由“会不会使用某种工具”转向“能否分析真实需求、合理选择技术、识别生成内容局限并完成负责任的传播交付”。相应地，学生应当能够解释其创意选择、说明素材和事实依据，保留重要修改记录，并对版权授权、生成内容标识与传播伦理作出判断。企业侧对作品可用性、成本与时效的关注，可以与学校侧对理论应用、思维过程和能力成长的考察形成互补。这种评价转向强调的并不是减少技术训练，而是让技术能力服务于完整的传播判断与项目协作。

（二）以学生主导的人机协同流程强化专业判断

在具体教学中，较为合理的安排不是简单增加 AI 工具使用次数，而是明确学生、企业导师、课程教师和 AI 系统各自承担的职责。学生负责选题、资料核查、创意取舍和结果解释，AI 用于多方案生成、文本润色及多模态样稿辅助，企业导师提供传播目标与项目反馈，课程教师则把传播理论、新闻真实性与媒介伦理转化为评价依据。图 4 概括这一流程：从真实需求进入策划，经由 AI 辅助制作形成候选成果，再通过联合审校与修订完成交付，事实核验和素材授权贯穿全过程。

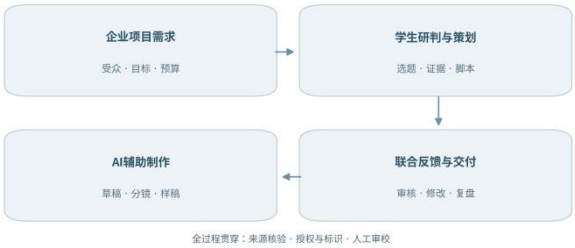


图 4　生成式 AI 参与网络与新媒体校企项目的协同流程（研究构想）

资料来源：本文依据文献分析和岗位任务链提出的教学改革框架，不属于已实施项目或统计结果。

在这一机制下，学生应能够说明哪些判断由自己作出、哪些环节使用 AI、哪些生成内容被修改或舍弃。对同一选题，可比较人工初始构思与 AI 辅助修订稿，重点分析事实准确性、创意理由与受众适配，而不是简单评选“效果最炫”的作品。相较于单纯的提示词训练，人机协同教学更加重视技术使用过程中的审辨能力，从而避免把学生培养成只能筛选生成结果的内容操作人员。

（三）建立分阶段交付和校企联合评价机制

产教融合效果是否充分，需要从过程与结果两个方面判断。为此，可以把传播项目成果分为前期“需求和证据”、中期“创意和样稿”、后期“修订与复盘”三个阶段，分别保留任务书、来源清单、脚本分镜、AI 使用说明、修改记录和企业反馈。课程评价不宜只依据成片精美程度，而应将事实准确、传播目标、受众适配、创意表达、制作可行性和合规性共同纳入判断。项目若拥有实际投放条件，可在获得授权的情况下使用真实数据分析表现；若尚无平台投放，则只评价策划合理性与试用反馈，不应虚构点击率和转化率。

表 1 按照网络与新媒体岗位任务链提出拟采用的校企成果评价框架。相关维度只是研究建议，实际应用时还需根据企业业务类型、课程性质与教学条件调整。

表 1　网络与新媒体校企项目的成果证据与评价侧重（拟议）

阶段	可核查成果	评价重点
需求研判	项目简报、资料来源	目标理解、来源可信
创意制作	脚本、分镜、样稿	创意依据、媒介适配
修改交付	审核记录、复盘报告	可用性、合规、反思

注：本表为本文提出的评价建议，非某高校或企业的既有制度。

（四）将内容安全与项目治理纳入合作约定

从实施保障来看，校企合作应事先明确项目中的数据权限、模型使用范围、素材授权和内容发布责任。对于学生在 AI 平台输入的真实采访资料、尚未发布的企业品牌计划及含个人信息的内容，应坚持最小必要原则并事先取得相应授权；需要对外传播的合成图像、视频或配音，应依据适用规则完成审核与标识。联合国教科文组织关于生成式 AI 教育应用的指导强调以人为本、数据隐私和教育适配[10], 与我国现行标识治理要求具有共同的风险防范指向。只有把这些规范落实到项目文件和成果审核中，才能使产教融合同时回应内容生产效率与职业责任。

五、结论与研究局限

本文结合中国互联网络信息中心的统计、媒体行业受访者调查、新闻传播教育研究和相关政策, 分析生成式 AI 进入高校网络与新媒体专业产教融合的现实基础及其实施难点。公开数据说明 AI 工具已广泛参与文本与视听内容处理，媒体从业者也在较高频率使用相关技术，但这种使用普及并不必然转化为专业内容的可信度和传播绩效。与其不断增加工具教学时长，更有研究价值的改革方向是围绕真实传播项目重组课程知识，形成学生主导的协同流程，通过阶段成果和校企共同评价检验专业判断，并将数据授权与内容标识纳入全过程。

本文未开展独立的高校实证调查，涉及社会公众、媒体受访者及教育研究的统计均保留原始调查边界；所提出的项目教学和评价机制亦属于改革构想。未来可在获得校企双方授权的真实合作中，持续收集项目修改记录、事实核验情况、企业反馈与学生知识迁移表现，在明确比较条件的基础上检验生成式 AI 对专业能力的实际影响。

参考文献：

[1] 中国互联网络信息中心. 生成式人工智能应用发展报告（2025）[R/OL]. (2025-10-18)[2026-10-23]. https://www.cnnic.org.cn/n4/2025/1021/c88-11391.html.

[2] 中国互联网络信息中心. 第 57 次中国互联网络发展状况统计报告[R/OL]. (2026-02-05)[2026-10-23]. https://www3.cnnic.cn/n4/2026/0304/c88-11549.html.

[3] 中国互联网络信息中心. 生成式人工智能应用发展报告（2026）[R/OL]. (2026-09-29)[2026-10-23]. https://www.cnnic.org.cn/n4/2026/1008/c88-11704.html.

[4] 新京报 AI 研究院, 中国经济传媒协会. 中国 AI 大模型测评报告——大模型赋能传媒行业使用与满足研究[R/OL]. (2025-07-10)[2026-10-23]. https://m.bjnews.com.cn/detail/1752140099129381.html.

[5] 卜嘉敏, 张洪忠, 陈思羽. 2025 年中国主流媒体 AI 大模型应用报告[R]//殷乐, 葛素表, 漆亚林. 中国媒体融合发展报告（2025）. 北京: 社会科学文献出版社, 2025.

[6] 教育部等五部门. 教育部等五部门关于印发《“人工智能+教育”行动计划》的通知[EB/OL]. (2026-04-10)[2026-10-23]. https://www.moe.gov.cn/srcsite/A16/s3342/202604/t20260410_1433240.html.

[7] 陈积银, 李月. 生成式人工智能时代新闻传播教育的制度适配与专业实践回应[J]. 新闻与写作, 2026(9):36-48.

[8] 周葆华, 刘金卓. 人工智能如何进入新闻传播教育：基于全球头部院校的经验考察[J]. 新闻与写作, 2026(9):22-35.

[9] 国家互联网信息办公室等. 人工智能生成合成内容标识办法[EB/OL]. (2025-03-14)[2026-10-23]. https://www.cac.gov.cn/2025-03/14/c_1743654684782215.htm.

[10] MIAO F, HOLMES W. Guidance for generative AI in education and research[R]. Paris: UNESCO, 2023. DOI:10.54675/EWZM9535.