

传播学（050302）

一、专业概况及培养目标

（一）专业概况

中国传媒大学（原名北京广播学院）是我国第一批开设传播学专业的高校之一。1999年招收了第一届传播学硕士研究生。如今，传播学专业拥有了8个方向，成为全国享有盛誉的传播学人才培养基地。中国传媒大学的新闻传播学是国家“一流学科”，传播学专业是国家重点（培育）学科、北京市重点学科，拥有“传播学”国家级优秀教学团队、国家级和北京市教学名师、“传播学概论”国家级精品课程国家级的慕课金课等。

（二）培养目标

培养具备扎实理论功底、实践创新能力，能够应对未来媒体挑战的高水平、复合型、国际化传媒人才。能够独立从事专业研究或文化、宣传等传媒实务工作。本专业注重国际化高端人才的培养，使学生无论是从事学术研究还是媒体实践，都兼具国际视野和本土关怀、理论深度与知识广度、博学多才与学有专精、守正思想与创新思维，有潜力成为学术、实践、管理等领域的领袖型人才。

二、研究方向和内容

（一）传播理论与历史方向

传播理论与历史方向侧重传播学的基础理论与历史研究。本方向兼顾传统理论与批判理论，注重古今中外传播智慧的融会贯通，

一方面把握人类传播变迁的宏观趋势，对媒体融合、智能媒体、未来影像、全球传播、媒介哲学、流行文化等重点理论领域展开深入探索；另一方面以理论思考介入传播研究的前沿课题，在中国本土和新媒介技术条件的双重语境下，对传播媒介与政治、经济、社会、文化、思想、科技等方面的关系进行全面研究。

（二）国际传播方向

国际传播方向是传播学与国际政治学、国际关系和文化研究等不同学科相互融合的交叉研究领域，主要研究议题包括国际传播的历史与主要理论范式、近代国际传播秩序的起源和当下发展态势、中外国际传播思想、跨文化传播的理论传统和实践路径、当代中国地缘政治格局中的传播议题、公共外交与软实力建设、区域外交与周边国际传播、国家形象与对外宣传政策、网络主权与全球信息传播秩序重构、风险世界与健康传播等。

（三）媒介素养方向

媒介素养方向的主要研究内容包括：一是媒介素养基础理论与历史研究，尤其重视媒介素养研究历史变迁及其原因；二是通过观察人与人之间的媒介互动过程，研究智能传播时代媒介使用、媒介素养与人的全面发展之间的关系；三是分析不同文化背景下媒介素养与价值观引导的内在勾连；四是研究如何通过媒介素养教育来实现赋权和赋能；五是研发针对不同人群的媒介素养教育内容和教学方法。

（四）应用传播学方向

应用传播方向研究应用传播学的理论架构、发展历史、当前应用及其实践价值。随着互联网的发展、媒体融合进程的推进，以及智能化传播的发展，对于传播者的形象塑造、传播媒介的使用、传播模式的应用、受传者的心理规律、信息的性质、媒介的传播与发展规律、传播效果的判断以及传播活动的经营与管理等应用传播学的核心问题开展系统研究。应用传播方向涉及范围包括融合传播、视听传播、政治传播、健康传播、科技传播、危机传播、形象传播（包括国家、地区、政府机构、企业形象）、传播效果等研究领域。

（五）性别传播方向

性别传播方向的研究主要内容是将马克思主义妇女理论、社会性别理论、传播学理论进行有机勾连，形成具有中国特色的性别传播研究理论范式。培育学生能够针对国内外传播学领域存在的不同研究主题，结合中国国情，从性别传播研究的角度展开跨学科的深入研究；熟悉性别方向的国内外经典著作与前沿学术文章；能够有理论高度和现实指向度地为媒体增强性别议题设置等需求提供有效建议；具有良好的思想品德和社会责任感。

（六）智能传播方向

智能传播方向是人工智能与新闻传播融合而成的跨学科专业方向，着重基于机器学习、数据挖掘、统计等方法构建传播模型，对多源媒介数据的整合、受众行为及其相互关系进行深入挖掘和精细化分析，从而实现媒介、内容和用户之间闭环研究的目标。该方向旨在聚焦大数据、计算技术、智能技术以及心理学、教育学等与传

播学科的交叉新兴议题，探讨智能媒体协同社会、聚集知识与耦合时空等重要角色与功能，关照智媒平台构建的虚拟现实中，动态变化的社会语境、媒介情境与社会群体之间的相互影响。本方向致力于培养从事智能媒体、智能媒介测量、智能传播受众分析、智能教育与传播、认知传播等领域的理论与实践人才。

（七）口述史

研究方向和内容：口述史方向属于应用口述访谈方法搜集历史记忆及历史叙述并加以留存、研究、应用的跨学科领域。当前的主要研究议题除口述历史操作方法外，还包括史料考证，主观性、对话性及记忆对口述史的影响等口述历史理论问题，情感研究、关系研究、叙事研究、技术研究、记忆研究是国际口述历史界的研究重点与热点。

主干课程：口述历史实践与应用、口述史料整理与保存、口述历史作品呈现与传播、口述历史理论与研究。

科研平台：依托崔永元口述历史研究中心与中国电影资料馆、人民大学、美国哥伦比亚大学口述历史研究中心、中华女子学院、中华口述历史学会、当代中国研究所等搭建的学术交流及学习、实践平台。

获奖及优秀期刊论文、发明专利等：鼓励学生在导师指导下完成高质量论文，并于中心自办刊物《口述历史在中国》发表。

学术交流：带领学生积极参与国内外学术交流活动，并定期参与崔永元口述历史研究中心的“口述历史国际周”活动。

三、师资队伍

本专业拥有 30 余位教授，20 余位副教授，所有师资都具有博士学位、其中近一半教师有一年以上海外学习、研究经历，能够用英、法、日、德、西、俄等多语种讲授专业课程。

本专业教师在传播学基础理论、国际传播、应用传播、媒介素养、智能传播、数字伦理、传播政治经济学、文化研究、受众与视听率研究、话语研究、传播研究方法、传播社会学与媒体人类学等领域的研究颇有造诣，承担了国家社科重大项目和各类省部级纵向课题近百项。

四、人才培养

（一）主干课程

传播学理论、传播史、传播研究方法、学术论文写作指导、传播伦理研究、话语研究、智能媒体传播、国际传播、性别传播、媒介素养、国际传播受众研究、传播全球化研究、文化外交、国际传播效果研究、国际政治传播研究、世界政治与中国外交、传媒教育理论与历史、媒介与青少年研究、媒介与文化专题研究、媒介素养教育产品设计与开发、应用传播专题研究、健康传播、危机传播、文化研究、智能传播效果测量、智媒大数据研究、智能媒介竞争策略及内容管理、智能媒介视频、新闻产品策划与推广等。

（二）科研平台

媒体融合与传播国家重点实验室、智能融媒体国家“111计划”创新引智基地、教育部人文社科重点研究基地、联合国教科文组织挂牌基地、中国传媒大学综合学科交叉平台、中国传媒大学与加拿大西蒙菲沙大学双硕士项目、与主流媒体合作搭建的实习实践基地、传播研究院融媒体实验室等。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业的学生就读期间在导师指导下完成高质量论文，经导师团队评定后推荐在国内外知名学术刊物发表；学生积极参与校内外、国内外各项实践和学术活动，获得各种高水平奖项。

（四）学术交流

本专业师资团队与国内外知名高校建立了紧密的合作网络，为学生提供了丰富的国际学术交流机会。学生在校期间有机会参加学校各类国际交换生项目、双学位项目等，获得短期出国学习、各种国际学术交流活动机会，或获得国外高水平大学学位。

五、毕业生就业去向

除出国深造外，本专业毕业生去向主要为高等院校、科研院所，中央、地方各级各类媒体，国家部委、事业单位，央企、互联网公司等企业，国际媒体、国际组织等。

编辑出版学（0503Z4）

一、专业概况及培养目标

（一）专业概况

编辑出版学是中国传媒大学在新闻传播学下自主增列的二级学科，2004年开始招收博士和硕士研究生。本专业致力于新闻出版领域高层次、理论型人才培养，学科建设目标明确，学科方向清晰。作为全国同类院校中为数不多的编辑出版学博士点之一，依托传媒大学新闻传播学“一流学科”优势，“产、学、研”互为支撑、特色鲜明。

（二）培养目标

本专业培养具有编辑出版专业系统知识和高水平实践能力的高层次、应用理论型专门人才。系统掌握扎实的编辑出版基础理论和专业知识，把握编辑出版活动的实践特征和出版业发展态势，具有良好的人文、传播素养和编辑出版实践训练能力。能综合运用本专业的基础理论和专门知识，在出版传播领域独立从事编辑出版史论、出版经营管理、数字出版等方面的理论研究及实践工作。

二、研究方向和内容

（一）编辑出版理论方向

编辑出版史论方向研究以知识生产为核心的编辑出版社会关系及运行机制，包括工业文明之前、之中、之后的编辑出版实践及认识方法，数字时代媒介融合背景下的出版转型等。

（二）出版经营管理方向

出版经营与管理方向研究以出版机构为代表的媒介组织的生存、发展方式及其社会关系。出版经营、生产流程管理等是研究重心。

（三）数字出版方向

数字出版方向以编辑、出版、阅读史论为根基，关注数字产品的生产、阅读及数字媒体技术、产业运行规律等。

三、师资队伍

本专业学科队伍年龄结构合理，学缘结构优化，师资来源多元化，具备可持续发展潜力。本专业共有近 10 位导师，都有长期从事编辑出版理论、出版经营管理、出版产业政策等方面研究，中青年学者占比合理且具有发展潜力。

四、人才培养

（一）主干课程

编辑出版理论、编辑出版流程、出版经营与管理、出版政策与法规研究、媒介学、阅读专题研究、数字出版与技术等。

（二）科研平台

本专业将继续夯实在出版产业政策研究、体制机制研究、版权研究、资本运作、学术出版等层面的研究基础，增强新业态的传播机制、跨文化出版传播以及阅读实证研究等方向的研究投入，在此过程中增强与国际新闻传播学界、认知与神经科学等领域以及国际知名出版传

媒集团的交流与合作，拓宽学科视域。目前科研、实践平台主要有：数字出版实验室、《现代出版》等。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业的学生就读期间在导师指导下完成高质量论文，经导师团队评定后推荐在国内外知名学术刊物发表；学生积极参与校内外、国内外各项实践和学术活动，获得各种高水平奖项。

五、毕业生就业去向

编辑出版学硕士毕业后，除继续攻读博士学位或出国深造外，主要在中央与省级媒体，传统出版、数字出版或与出版紧密相关的互联网企业就业，从事新闻、出版、公关、文娱等领域的工作。

出版（055300）

一、专业概况及培养目标

（一）专业概况

编辑出版学是中国传媒大学在新闻传播学下自主增列的二级学科，2004年开始招收博士和硕士研究生。2011年开始招收出版专业硕士。本专业致力于新闻出版领域高层次应用型人才培养，学科建设目标明确，学科方向清晰，“产、学、研”互为支撑、特色鲜明。

（二）培养目标

本专业培养具有出版专业系统知识和高水平实践能力的高层次、应用型高级专门人才。系统掌握扎实的编辑出版基础理论和专业知识，把握编辑出版活动的实践特征和出版业发展态势，具有良好的人文、传播素养。强化出版专业领域的实践训练，适应传统出版、数字出版、媒介融合等媒介发展需要，动手能力强，能综合运用本专业的基础理论和专门知识，在出版传播领域独立且创造性地从事编辑出版理论、出版经营管理、媒介融合等方面的实践工作。

二、研究方向和内容

（一）出版经营管理方向

出版经营管理实务方向研究数字时代出版社等媒介组织的生存、发展方式、策略及其实施，重点在出版品牌经营以及印制、发行、营销等流程管理的理念研习与技能强化。

（二）数字出版业务方向

数字出版业务方向研究数字时代出版社等媒介组织的内容生产的理念、原则、流程及实施效果，包括选题、审稿、加工、传播形态及设计、出版效果及评测等。

三、师资队伍

本专业学科队伍年龄结构合理，学缘结构优化，师资来源多元化，具备可持续发展潜力。本专业共有近 10 位导师，所有导师都有出版业界从业经历，都从事编辑出版理论、出版经营管理、出版产

业政策等方面研究，中青年学者占比合理且具有发展潜力。此外，还吸纳了国内出版机构高级经营管理、编辑策划专家担任专业型硕士实践导师。

四、人才培养

（一）主干课程

编辑出版理论、编辑出版流程、出版经营与管理、出版政策与法规研究、数字出版与技术、出版活动分析等。

（二）科研平台

本专业将继续夯实在出版产业政策研究、体制机制研究、版权研究、资本运作、学术出版等层面的研究基础，增强新业态的传播机制、跨文化出版传播以及阅读实证研究等方向的研究投入，在此过程中增强与国际传播学界、认知与神经科学等领域以及国际知名出版传媒集团的交流与合作，拓宽学科视域。目前科研、实践平台主要有：数字出版实验室、《现代出版》等。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业的学生就读期间在导师指导下完成高质量论文，经导师团队评定后推荐在国内外知名学术刊物发表；学生积极参与校内外、国内外各项实践和学术活动，获得各种高水平奖项。

五、毕业生就业去向

出版专业硕士毕业后，除继续攻读博士学位或出国深造外，主要在中央与省级媒体，传统出版、数字出版或与出版紧密相关的互联网企业就业，从事新闻、出版、公关、文娱等领域的工作。