

艺术学理论 (130100)

一、专业概况及培养目标

1. 专业介绍

艺术学理论专业是原一级学科艺术学的直接传承者。自 2006 年本校设置二级学科艺术学学科以来，历经十余年的发展，至今已成为北京市重点一级学科，中国传媒大学“双一流”建设的重点 A 级学科之一(学科评估被评为 A-等级)，办学质量和学术水平位列全国同类学科的前列。

2. 培养目标

本专业的培养目标，是帮助学生具备艺术学理论领域正确的历史观念、扎实的理论功底、较高的外语水平、较强的文字能力和国际交流能力，成为能够独立从事艺术学理论专业相关领域教学与研究，从事文化、宣传等相关工作的高层次、高素质的艺术文化领域的专门人才。

二、研究方向和内容

1. 艺术史方向

艺术史是从历史的维度来认知艺术世界、理解艺术规律的学科方向。该学科是在美术、音乐、戏剧、影视等门类艺术史的基础上，整体性地把握艺术共同的发展演进规律，是对于艺术的综合性、系统性探索，是不同于视觉艺术史的大艺术史。本校的艺术史专业致力于跨门类艺术的整体性研究，也重视门类艺术之间关系的探索，如民间艺术、佛教艺术、文学与戏剧、书画的关系等。对于国内外艺术史专业的学科发展来说，既是有效对接，更是整合拓展。

本专业方向要求研究生系统掌握中外艺术整体的发展演进规律，深入熟练地掌握一种以上艺术门类的专门知识，掌握艺术史研究的基本方法，并能够综合运用中外艺术史的基础理论和专门知识，在艺术史论领域独立进行专题研究或批评实践。

2. 艺术理论方向

艺术理论是艺术学理论学科的基本方向，是对各种艺术共有的基本规律的总结，包括对艺术的本体、艺术家、艺术活动的各个环节、艺术作品的属性、形态、文化意义等的探索。从不

同立场、角度研究艺术，形成了不同的学科方向，如艺术美学、艺术社会学、艺术人类学、艺术心理学、艺术符号学、艺术文化学等。其中艺术美学是艺术的哲学，是对艺术最根本问题的研究。中国传媒大学艺术理论专业的研究主要基于美学、人类学、社会学而展开。以艺术的审美为对象，研究艺术本体、形态、发生、接受等各方面、各环节的美学特征。以民族民间传统艺术为基础，考察艺术形式之起源、传播、结构、意义、功能，关注民族民间艺术的传承与传播，由此深入探索艺术与社会的密切关系。

艺术理论专业要求研究生深入研读艺术理论的经典文本，系统掌握艺术理论的发展演变、艺术的基础理论和重要的理论思想，掌握艺术理论研究的基本方法，并能针对不同的问题，正确运用相应的方法。能够独立进行艺术的专题研究或批评实践；能够独立进行田野作业并且撰写高水平的田野调查报告。同时具有延伸和拓宽自己的知识和进行创造性工作的能力。

3. 艺术批评方向

艺术批评就是对艺术作品、艺术家、艺术历史、艺术思潮、艺术理论、艺术活动等等作出价值判断。而艺术批评学则是研究上述这些价值判断的学术行为，是对艺术批评活动、过程、结果的研究和判断。这其中可以包括对艺术批评的再批评。艺术批评学科的基础知识主要包括艺术批评理论，主要研究古今中外的各种艺术批评理论、艺术批评模式；艺术批评历史，主要研究中国艺术批评的历史、外国艺术批评的历史；艺术批评之批评，主要研究批评文献，研究批评文献的理论、方法和价值论等等。

本研究方向内容包括文化研究理论、艺术学理论、文化人类学理论、美学理论等国际学术界运用较广泛的艺术批评理论，影视和网络批评理论；中外艺术批评的历史，影视艺术批评的历史；艺术批评文献，影视和网络批评文献；当下影视媒介、网络媒介中呈现的各种艺术作品、艺术现象和审美文化作品、现象等等。

本研究方向目的是培养硕士研究生初步掌握艺术批评的理论体系，掌握艺术批评的发展历史。能够对主要种类的艺术作品、艺术家和各种艺术现象作出学术和专业的分析、评价。能够就当下的批评实践尤其是影视和网络艺术作品、影视和网络审美文化现象作出独立的价值判断。积极培养学生的文稿撰写能力，以应对社会实践中对各种文类写作的要求。能够借助于工具书阅读本专业的外文文献。

4. 艺术传播学方向

艺术传播是指借助于一定的媒介和传播方式，使艺术的信息得到复制、保存、扩展，通过优化的处理和组织，积极影响广大的接受者。作为人类传播行为的一个有机组成部分，艺术传播有其特殊的价值和意义。艺术传播学注重研究艺术传播的立场的选择、过程的组织、价值的实现以及艺术传播中传者和受众的关系等。艺术传播学的研究不仅有助于拓展现代艺术学的学科领域，而且对于推动艺术的交流、促进艺术发展、扩大艺术的影响，无疑都具有重要的理论意义与实践价值。

本研究方向发扬本校传媒研究的优势与特色，着重从媒介变迁的角度研究艺术传播的特殊性；要求把握中西艺术传播发展的历史进程，总结人类艺术传播的思想观念及实践经验，特别应该注重研究在数字媒介快速发展的背景下艺术传播的大众化、商品化、市场化、产业化等；研究现代传媒（如广播、电影、电视、新媒体等）之于艺术的影响，以及艺术与数字新媒介的结合所产生的各种新的艺术文化现象等。

本研究方向要求学生在系统掌握艺术学与传播学理论的基础上，认识和把握人类艺术传播的历史进程，理解人类艺术传播行为的属性、类型、途径，理解不同文化、不同国家、不同民族之间艺术传播的媒介属性及市场法则，理解艺术传播者、传播媒介、受众、艺术接受与消费等各个环节以及艺术传播的社会心理和审美样态等。要求学生较为熟练地掌握一门外国语，能综合运用本专业的基础理论和专门知识，在艺术传播学领域独立进行专题研究或从事艺术传播业务；同时具有延伸和拓宽自己的知识和进行创造性工作的能力。

5. 传媒艺术学方向

本专业是基于当前日新月异的新兴传媒形态与艺术样式，依托中国传媒大学的一流学科资源和专业优势，在国内率先开设的具有引领性、包容性、开放性的新兴学科方向。2011年开始设置并招收硕士、博士研究生，至今已经培养了20余位博士和近百位硕士毕业生。

传媒艺术指自摄影术诞生以来，借助工业革命之后的科技进步、大众传媒发展和现代社会环境变化，在艺术创作、传播与接受中具有鲜明的科技性、媒介性和大众参与性的艺术形式与族群。传媒艺术主要包括摄影艺术、电影艺术、广播电视艺术、新媒体艺术等艺术形式，同时也包括一些经现代传媒和传媒技术改造了的传统艺术形式。本专业自设置以来，在学理上初步完成了对传媒艺术研究和传媒艺术学的搭建或阐释，在学用上充分、动态关注传媒艺术业界实践动态，形成了较强的学界、业界影响力。

从概念界定来看，传媒艺术与文化既包括了作为一种客观存在的“传媒艺术样态”，也包

括了作为一种影响人类生活的“传媒艺术文化”；既研究作为一种艺术介质的传媒，如广播、电影、电视、新媒体等，也研究传媒艺术所创造的文化形态与景观。传媒艺术与文化着力于进行传媒艺术与文化理论前沿和实践热点的思辨性、综合性研究，主要研究传媒艺术的艺术问题和美学问题，中外传媒艺术所创造的文化景观，以及从战略、策略等方面开展中国特色传媒艺术重大现实问题研究；同时也围绕中国传媒艺术对外文化传播的理念、路径与方法、策略，研究传媒艺术与文化的全球化与本土化问题，传统性与现代性问题，潮流与趋势问题，观念与方法问题，主体性建构问题等重大理论命题。

此外，互联网技术和新媒体改变了文艺形态，催生了一大批新的文艺类型，也带来文艺观念和文艺实践的深刻变化。就实践发展而言，作为一种新兴的审美艺术形式，包括网络文学、网络剧、网络综艺、网络纪录片、网络短视频、网络音乐、网络动漫、网络游戏等在内的网络文艺充满活力、潜力巨大。这也是传媒艺术学专业的关注领域。

三、师资队伍

本专业教师大多从事艺术学理论多个领域的教学和研究，其中 15 位教授，10 位副教授，讲师及师资博士后多名。形成了一个深入学科前沿、锐意创新、结构合理的学术梯队。

近年来本专业教师承担了多项国家社科基金艺术学重大、重点及一般项目，承担了教育部社科项目、北京市社科基金重点项目等省部级项目多项以及多项国家委托及社会服务项目。

四、人才培养

1. 主干课程

中国艺术史、西方艺术史、艺术哲学研究、艺术人类学、艺术社会学、艺术批评理论、中国艺术批评史、西方艺术批评史、艺术传播学、艺术传播理论与方法、传媒艺术史论、传媒艺术与文化案例解析、传媒语言理论与方法、艺术学跨学科研究、艺术学方法论、学术论文写作等。

2. 科研平台

本专业立足于中国传媒大学艺术研究院、崔永元口述历史研究中心、北京市美育与文明研究基地以及《现代传播》《艺术传播研究》大型学术期刊等科研平台展开教学与科研活动。

3. 获奖及优秀期刊论文

十余年来本专业教师出版学术专著数十部，在国内外重要学术期刊发表专业论文数百篇；成为中国人民大学书报资料中心艺术学类论文高转载率学术单位之一。

4. 学术交流

本学科师生积极参与国内外艺术学理论专业的学术交流；定期举办系列学术讲座、高端学术研讨会，出版《艺术文化评论》学术集刊。

五、毕业生就业去向

除出国深造者外，本学科毕业生主要分布在高等院校、媒体、科研院所、文艺团体、企事业单位等单位，也有部分毕业生担任党团组织部门管理等工作。