

新闻学（050301）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

新闻学专业从 1979 年开始招收研究生，是中国传媒大学首批设置的硕士研究生专业之一，是中国改革开放之后首批招生的新闻学硕士研究生专业之一，也是中国新闻学研究生教育的引领者之一。2017 年新闻学所在新闻传播学科入选教育部双一流建设学科。四十年来，本专业为中国新闻行业、新闻学术界培养了一大批高素质的优秀人才。新时代以来，新闻学专业保持传统纸媒与广播新闻教育的优势，面向未来，积极探索以音视频技术与数据为基础、“一专多能”全媒体培养体系；在强化新闻学专业基础能力培养基础上，积极探索数据新闻、智能媒体新闻等新兴领域。

2. 培养目标

新闻学专业以马克思主义新闻观为指导，努力造就具备扎实的新闻传播理论功底、全面的人文和社会科学素养，掌握新闻传播高级专业核心能力和人文社会科学研究方法，能够在研究机构、教育单位，媒体、政府部门、企业等组织从事新闻传播研究、教学，全媒体生产、管理等相关工作，具有全球视野的“一专多能型”高级新闻传播专业人才。

二、研究方向和内容

1. 新闻理论与历史方向

新闻理论与历史研究在新闻学学科体系中居于基础和核心地位。通过对人类新闻传播发展历程和新闻学基本原理的深入探究，掌握新闻传播活动的历史发展规律，洞悉新闻传播工作的基本原理，形成科学的新闻传播价值观。通过扎实的科研训练，能够独立地开展史论研究工作。同时能够运用新闻规律指导新闻实践，掌握各种新闻传播实务技能和方法，具备从事各种新闻传播工作的理论研究与应用创新能力。

2. 应用新闻学方向

应用新闻学方向致力于培养新闻传播领域研究与实践高级专业人才。本方向有优秀的办学传统和丰富的教学经验，师资力量强，生源质量高，就业前景好。研究生通

过系统的新闻史论、业务技能以及科研方法的学习，能够在广播、电视、报刊、互联网等新闻媒体以及宣传部门、企事业单位从事新闻采编、理论研究以及经营管理等方面的工作。

3. 广播学方向

“它像喷泉一样，把听觉空间或生存空间淋在我们身上。”——从传统广播到互联网音频平台，广播迎来了融媒体发展的新时代。基于声音符号和听觉感知两大特征的广播，需要从经典广播提取更本质的认识，需要向互联网音频内容平台进行更大胆地探索。本研究方向的研究包括以下内容：1、百年经典广播发展回溯；2、广播的声音符号与听觉感知；3、广播听众与平台用户比较；4、广播节目与音频内容分析；5、广播电台与音频平台实践，包括创意、创新、创业等方面的考察。

三、师资队伍

新闻学专业包含北京市教学名师和国家级一流课程教学团队，大多数教师兼具学术研究与指导新闻实践的能力，目前共有 13 位教授，9 位副教授。他们承担多项国家社科基金项目、教育部人文社科以及北京市社会科学基金项目等国家级、省部级重大、重点及一般科研项目的工作，指导研究生完成高水平的学术研究和实践创作。

四、人才培养

1. 主干课程

主干课程分为三个主要单元：（1）新闻与传播历史研究类课程、新闻传播理论类课程、新闻与传播研究方法类课程；（2）各研究方向类课程，例如融合报道研究、广播与音频专题研究、技术发展与媒介变迁、传播心理学前沿理论与应用、数据挖掘与可视化传播等；（3）学术研究训练类课程，如文献导读、学术写作等。

2. 科研平台

新闻学的科研平台主要包括党报党刊研究中心、传播心理研究所、调查统计研究所、拉美传媒研究所等。

3. 获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业研究生近3年年均获得国内、国际的学术或创作奖项超过20项，近3年年均在《现代传播》（中国传媒大学学报）、《新闻与传播研究》、《国际新闻界》等各级新闻传播学期刊及国际学术会议、国内学术会议发表研究论文200余篇。

4. 学术交流

本专业与众多国内外一流高校、研究机构和媒体建立了广泛合作交流关系。本专业教师绝大部分有海外留学与学术交流经验。在读研究生有众多机会参与国内外学术交流。

五、毕业生就业去向

本学科毕业生主要分布在中央及地方机关、媒体相关的事业单位、国有企业、科学研究等单位，也有部分毕业生担任教师、品牌推广、媒体经营管理等相关工作，或选择出国继续深造。

传播学专业（050302）

一、专业概况与培养目标

1、专业概况

新闻学院从 1998 年开始招收传播学专业的研究生，是全国最早开设传播学研究生专业的院校之一，也是中国传播学研究生教育的引领者之一。2017 年传播学所在新闻传播学学科入选教育部双一流建设学科。二十余年来为中国新闻传播学行业、新闻传播学术界培养了一大批高素质人才。其中，传播研究方法、传播心理学等研究方向都在全国属于首创，并在全国属于领先地位。随着社会的发展和媒介生态环境的变迁，该专业新增了互联网传播研究方向，将原有的传播研究方法研究方向升级为计算传播学研究方向，继续发展传播心理学专业研究，创造了一个面向未来、全方位的传播学人才培养体系。

2、培养目标

本专业的培养目标旨在培养学生扎实的理论功底、较强的科研能力与媒介实践能力，兼具国际视野与本土关怀，能够独立从事专业研究或信息传播、宣传等相关工作的专业技能，致力于为国家培养政治素养过硬的高素质、高层次传播专业人才。

二、研究方向与研究内容

13. 传播心理学方向

传播心理学是新闻传播学与心理学的交叉学科，从心理学视角强化新闻传播学研究的广度和深度。本学科采用科学主义与人文主义相结合的多元研究取向，突出问题意识，探索新闻传播活动中传受双方特有的心理活动规律，为传播效果研究提供心理依据与策略。本方向师资实力雄厚，拥有国内最先组建、并保持领先地位的新闻传播心理研究团队，培养多学科跨界复合型人才，毕业生适合进入新闻传播业界、研究咨询机构、高校等领域从事传播实践与理论研究相关工作。

14. 计算传播学方向

计算传播学方向旨在培养能够运用融媒体时代最新技术手段，解决和探索新闻传播领域最新现象的学术型人才。该方向人才培养目标是学生深入系统地学习和掌握实

证研究方法，包括量化研究方法和质性研究方法的理论及应用，拥有大数据技术和智能媒体技术，具有广阔的学术视野，聚焦当下新闻传播领域出现的问题和现象，通过科学可行的信息收集、处理和分析过程，建立、检验理论模型，深层次探索人类传播活动的客观规律和传播效果。

15. 互联网传播方向

互联网时代的人类传播发生了深刻的变化，传播者从单一的大众媒介演变为多元丰富的传播主体；传播活动从大众传播时代晚期的“受众中心”转向市场思维导向的“用户驱动”，受众的主体性地位得到进一步凸显；传播形态类型区隔弱化，大量传播实践兼具人际传播、群体传播、组织传播、大众传播等多种传播形态。当下的传播实践已经显示，互联网传播从政治生态、社会关系、经济结构、社会情绪、社会心理等方面对人类社会带来了全方位的影响。这一系列的深刻变化为新闻传播人才的培养提出了新的需求。互联网传播方向致力于培养具备互联网思维、掌握互联网传播基本规律、熟悉互联网传播技术的理论型和应用型专业人才。

三、师资队伍

传播学专业拥有一支高水平、高素质的教师队伍，包含长江学者特聘教授和国家一级一流课程教学团队，目前共有 13 名正教授，14 名副教授。他们承担多项国家社科基金项目、教育部人文社科以及北京市社会科学基金项目等国家级、省部级重大、重点及一般科研项目的工作，并指导研究生完成高水平的学术研究和实践创作。

四、人才培养

（一）主干课程

主干课程分为三个主要单元：（1）传播历史研究类课程、传播理论类课程、传播研究方法类课程、媒介学研究课程；（2）各研究方向类课程，例如互联网群体传播、符号与媒介叙事、技术发展与媒介变迁、数字新闻传播实践、传播心理学、传播与社会心理服务、实验数据处理与分析、数据挖掘与可视化传播、舆论学原理、舆论学应用等；（3）学术研究训练类课程，如文献导读、学术写作等。

（二）科研平台

传播学的科研平台主要包括党报党刊研究中心、传播心理研究所、调查统计研究所、拉美传媒研究所等。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业研究生近 3 年年均获得国内、国际的学术或创作奖项超过 20 项，近 3 年年均在《现代传播》（中国传媒大学学报）、《新闻与传播研究》、《国际新闻界》等各级新闻传播学期刊及国际学术会议、国内学术会议发表研究论文 200 余篇。

（四）学术交流

本专业与众多国内外一流高校、研究机构和媒体建立了广泛合作交流关系。本专业教师绝大部分有海外留学与学术交流经验。在读研究生有众多机会参与国内外学术交流。

（五）毕业生就业去向

本学科毕业生主要分布在各级媒体、中央及地方机关、国有企业、高校及科学研究等单位，也有部分毕业生从事品牌推广、媒体经营管理等相关工作，或选择出国继续深造。

新闻与传播（055200）

一、专业概况及培养目标

1. 专业概况

新闻与传播专业硕士从 2011 年开始招生，是我国第一批新闻与传播专业硕士招生点之一。经过近十年的探索，本专业形成了全媒体新闻实务、媒体市场调查两个特色鲜明的专业方向，并形成了一套国际化、引领性的新闻传播高级应用型专业人才培养体系。

2. 培养目标

本专业以马克思主义新闻观为指导，努力造就具备扎实的新闻传播理论功底、全面的人文和社会科学素养，掌握新闻传播实践高级专业核心能力和人文社会科学研究基本方法，能够在媒体、政府部门、企业等组织从事全媒体的新闻传播生产、管理、媒体市场调研等相关工作，具有全球视野的“一专多能型”高级应用型新闻传播专业人才。

二、研究方向和内容

1. 全媒体新闻实务方向

全媒体新闻实务方向立足培养符合“四全”媒体时代要求的新闻从业者。本方向围绕着全程媒体、全息媒体、全员媒体和全效媒体的要求，以新闻学院的全媒体实验室为依托，从思维、技能、应用三个层面，对学生进行专业理论能力的培养和实战应用技能的培训。思维指的是互联网思维，即用户思维、平台思维、数据思维，针对新闻记者的工作特点，特别强调数据思维的培养；技能指的是全面掌握和运用全媒体新闻采集、制作技术；运用指的是在不同媒介上灵活应用内容、提供个性化服务的能力。

2. 媒体市场调查方向

媒体市场调查方向旨在培养具有洞察媒体市场动态、运用融媒体最新技术手段探索媒体市场领域最新现象和问题的专业型人才。该方向定位于培养具有洞悉媒体市场动态走向的观察能力、运用最为适当研究方法和技术手段，包括选择量化研究方法、质性研究方法以及融媒体大数据技术为工具的能力，通过科学的研究设计及实施、探讨和分析当下媒体市场领域的问题和现象，找寻媒体市场规律、预测媒体市场未来走向的新闻传播专业人才。

三、师资队伍

本专业大多数教师兼具新闻学研究与指导新闻传播实践的能力，有 17 位教授，18 位副教授，3 位讲师。他们承担多项国家社科基金项目、教育部人文社科以及北京市社会科学基金项目等国家级、省部级重大、重点及一般科研项目的研究工作，并指导研究生完成高水平的学术研究和实践创作。

四、人才培养

（一）主干课程

主干课程分为三个主要单元：（1）新闻传播理论与历史类课程，例如新闻传播学理论基础、新媒体研究等；（2）实践创作类课程，例如毕业作品创作、研究报告实践等；（3）学术训练类课程，例如新闻传播学研究方法、社会科学研究方法、基础统计学、文献导读等。

（二）科研平台

科研平台主要有调查统计研究所等。

（三）获奖及优秀期刊论文、发明专利等

本专业研究生近 3 年年均获得国内、国际的学术或创作奖项 5 项，近 3 年年均在《现代传播》（中国传媒大学学报）、《新闻与传播研究》、《国际新闻界》等各级新闻传播学期刊及国际学术会议、国内学术会议发表研究论文篇数超过 40 篇。

（四）学术交流

本专业与众多国内外一流高校、研究机构和媒体建立了广泛合作交流关系。本专业教师绝大部分有海外留学或学术交流经验。在读研究生有众多机会参与国内外学术交流。

（五）毕业生就业去向

本学科毕业生主要分布在中央及地方机关、媒体相关的事业单位、国有企业、科学研究等单位，也有部分毕业生担任教师、品牌推广、媒体经营管理等相关工作，或选择出国继续深造。