

传媒学院学术型硕士研究生培养方案

目 录

媒介文化二级学科硕士研究生培养方案.....	1
------------------------	---

媒介文化二级学科硕士研究生培养方案

(0501Z3)

一、学科简介

媒介文化是 20 世纪 90 年代后期迅速发展起来的前沿学科，其概念的提出遵循文化分类原则，强调文化的媒介呈现方式，以文化视角分析媒介系统，关注媒介自身发展规律以及媒介受众素养等问题。简言之，媒介文化就是对媒介叙述及其传播中的文化现象进行综合性研究的一门学科。

“媒介文化”是吉林师范大学根据传媒发展变革的迫切需要重点建设的新设学科。其传媒学院建有吉林省社会科学重点领域研究基地“现代传媒研究基地”，现为吉林省创意文化产业人才继续教育基地、吉林省传媒实验教学示范中心、全国出版专业教学指导委员会理事单位、吉林省传媒学会常务理事单位、吉林省传播学会常务理事单位、世界华文创意写作协会常务理事单位、国家级大学生文学实践教育基地、全国艺术美育教学实验基地等。

学院立足新闻传播学、汉语言文学、艺术学、信息技术学等学科的交叉优势，借助先进的实验环境，依托坚实的智力和技术资源，形成现代媒介文化研究的优势。

本学科拥有教授 4 人，副教授 6 人、讲师 3 人。教师中具有博士学位 6 人、硕士学位 8 人。教师队伍实力坚实，职称结构、年龄结构、学历结构较为合理。

二、培养目标

培养具有国际视野与在地思维，具有文化与专业知识驾驭力，具有创造力与审美表达力，具有互联网思维和社会责任感，能够从事媒介文化的研究、教学、管理与经营的高层次复合型传媒人才。

具体要求：

1. 具有正确的政治方向，具有人文关怀与公民责任，具有道德思辨与践行能力，具有身心健康管理的能力，具有国际视野与在地思维，能够适应社会经济、文化发展。
2. 掌握新闻传播学、影视文化学、文化研究、新媒体等背景性、专业性知识，了解社会、经济、文化发展动态。
3. 掌握媒介文化的学术历史、前沿动态及发展方向，熟悉数字化和媒介融合语境下的传媒知识体系，了解媒介变革现状和趋势，具有创新思维和审美表达力能力，能够独立从事媒介文化研究、教学、管理、营销等实践。
4. 了解当下媒介文化产品类型、市场和制作流程，熟悉的常用数字化媒介的功能及其终端的基本操作方法。
5. 较为熟练地掌握一门外国语。

三、研究方向

1. 新媒体与创意文化
2. 大数据与融合新闻
3. 影视艺术与文化产业

四、学制与学分

基本学制为3年，最长修业年限为5年。

实行学分制，总学分不低于36学分，其中课程学习不低于32学分，其它必修环节为4学分。

五、培养方式

1. 研究生培养以课程学习和基于实践的科学研究为主。注重课程学习、科研活动、学位论文写作与对现实媒介文化现象研究充分融合，培养过程以实现知识、思维与能力“三个建构”并重。

2. 强化专业文献和传媒文本的阅读研究。通过课程学习和课程考查、阅读报告等方式落实必读书目的阅读。通过基于传媒现象的研究报告、论文写作、交流研讨落实传媒文本的阅读。以写带读，以写促观。

3. 采用导师个人指导与导师组集体培养相结合的培养方式。导师指导研究生培养全过程，负责制定研究生培养计划，指导科学研究、学位论文，并对研究生的思想品德、学术道德有引领、示范作用及监督职责。注重发挥导师组集体智慧，拓宽研究生学术视野，提高研究生培养质量。

六、课程学习

1. 课程设置

课程类别	课程编号	课程名称	学时	学分	开课学期	备注
公共基础课	0000001101	马克思主义理论课	60	3	1	必修 (7学分)
	0000001102	★外语课	80	4	1、2	
学科基础课	0501001211	★新闻理论前沿	60	3	1	必修 一级学科课程 (9学分)
	0501001212	传播学研究方法	40	2	1	
	0501001213	★媒介文化理论	40	2	2	
	0501001214	影视理论史	40	2	2	
专业主干课	0501Z31301	传媒制度与传媒政策	40	2	1	必修 (10学分)
	0501Z31302	创意写作理论与实践	60	3	1	
	0501Z31303	★媒介批评理论与实践	60	3	2	
	0501Z31304	舆情与媒介管理	40	2	2	
发展方向课	0501Z31401	新新闻产品案例研究与实践	40	2	3	选修 要求每位 研究生修 满6学分
	0501Z31402	流行影视文化研究	40	2	3	
	0501Z31403	中西思想文化专题	40	2	3	
	0501Z31404	新媒体文化现象研究	40	2	3	
	0501Z31405	中外文学经典	40	2	3	
	0501Z31406	传播统计学	40	2	3	

说明：标“★”课程为闭卷考试课程。

2. 个人学习计划

导师根据学生特点、学科基础程度、职业发展方向等因素，指导每个硕士生制定个性化的学习计划，包括补修本科阶段的相关课程，补修课程不计学分。个人学习计划须在新生入学三个月内完成，并提交培养单位及研究生部备案。

3. 教学方式和考核方式

教学方式：采用讲授与研讨相结合，注重独立学习能力的培养，强调自主学习，导师启发学生深入思考和正确判断，培养学生独立分析问题和解决问题的能力。

考核方式：课程学习必须通过考核，成绩合格方可获得学分。课程考核分为考试和考查两种方式，学科基础课、专业主干课为考试课，发展方向课为考查课。考试课分为开卷、闭卷两种形式，成绩采用百分制记录；考查课采取读书报告、实验报告、调查报告、论文等多种方式进行过程考核，成绩采用等级制。

七、学位论文

学位论文是对研究生进行科学研究的全面训练、培养综合运用所学知识发现、分析和解决问题能力的重要环节，也是衡量研究生能否获得学位的重要依据。学位论文一般包括：个人研究计划、开题报告和论文撰写、检测、评阅与答辩等。

1. 个人研究计划

研究生应在导师指导下，尽早确定论文选题范围，尽快开展论文研究。个人研究计划应在第二学期内完成，并提交各培养单位备案。

2. 论文开题报告

研究生开题报告应在第四学期内完成。开题报告时间与论文通讯评阅时间间隔不少于8个月。开题报告须公开进行。

3. 论文检测、评阅与答辩

研究生第五学期开始撰写毕业论文，第六学期进行学位申请和论文检测、评阅与答辩。研究生学位论文须经导师同意，并经专家评阅认定合格后，方可进行答辩。具体要求详见《吉林师范大学硕士学位授予工作细则》。要求研究生在学期间在省级以上刊物公开发表1篇与硕士学位论文内容密切相关的学术论文。

八、其它必修环节

1. 文献阅读

研究生在学期间应在导师指导下积极开展文献阅读，并按要求提交经典文献阅读报告和参与报告研讨，达到导师规定的文献阅读要求，计2学分。

2. 学术活动

研究生在学期间应积极参加学术活动，进行学术交流。要求研究生在学期间至少参加完成5次学术交流活动，计2学分。

3. 实践活动

鼓励本专业研究生积极参加文化实践和社会调研、考查等实践活动，不计学分。

九、本培养方案自2015级研究生开始实施。

附录：主要参考书目和经典文献

[1][美]尼克·布朗，丁亚琼译：《电影理论史评》，中国电影出版社，1994。

[2][法]乔治·萨杜尔，徐昭、胡承伟译：《世界电影史》，中国电影出版社，1982。

-
- [3]彭吉象：《影视美学》，北京大学出版社，2002.
- [4][美]比尔·科瓦奇、汤姆·罗森斯蒂尔，陆佳怡、孙志刚译：《真相(信息超载时代如何知道该相信什么)》，中国人民大学出版社，2014.
- [5][美]比尔·科瓦奇、汤姆·罗森斯蒂尔，刘海龙译：《新闻的十大基本原则：新闻从业者须知和公众的期待》，北京大学出版社，2014.
- [6][英]库兰，杨击译：《大众媒介与社会》，北京大学出版社，2006.
- [7][英]泰勒、威利斯：《媒介研究：文本、机构与受众》，北京大学出版社，2004.
- [8][美]阿瑟·阿萨·伯杰：《媒介研究技巧》，中国人民大学出版社，2009.
- [9][美]尼克·史蒂文森：《认识媒介文化》，商务印书馆，2001.
- [10]刘捷明：《媒介批评通论》，中国人民大学出版社，2001.
- [11]谢静：《美国的新闻媒介批评》，中国人民大学出版社，2009.
- [12]陈龙：《传媒文化研究》，中国人民大学出版社，2009.
- [13]陈龙：《媒介文化通论》，江苏教育出版社，2011.
- [14][美]阿瑟·阿萨·伯格，李德刚等译：《媒介分析技巧》，清华大学出版社，2011.
- [15][加]柯林·霍斯金斯，支庭荣、吴非译：《媒介经济学》，暨南大学出版社，2013.
- [16][英]斯特里纳蒂，阎嘉译：《通俗文化理论导论》，商务印书馆，2001.
- [17][美]道格拉斯·凯尔纳，支庭荣、吴非译：《媒体文化》，商务印书馆，2005.
- [18][美]詹姆斯·罗尔：《媒介、传播、文化：一个全球性的途径》，商务印书馆，2012.
- [19][英]巴纳德，常宁生译：《理解视觉文化的方法》，商务印书馆，2005.
- [20][美]亨利·詹金斯：《理解视觉文化的方法》，商务印书馆，2012.
- [21][美]阿雷恩·鲍尔德温，陶东风译：《文化研究导论》，高等教育出版社，2004.
- [22]陆扬、王毅：《文化研究导论》，复旦大学出版社，2006.
- [23]罗钢、刘象愚：《文化研究读本》，中国社会科学出版社出版，2000.
- [24]俞吾金：《意识形态论》，人民出版社，2009.
- [25]吴飞：《新闻专业主义研究》，中国人民大学出版社，2009.
- [26][美]比尔·弗兰克斯，黄海、车皓阳译：《驾驭大数据》，人民邮电出版社，2013.
- [27][美]维克托·迈尔-舍恩伯格，盛杨燕、周涛译：《大数据时代》，浙江人民出版社，2013.
- [28]郑琳：《首席舆情官》，电子工业出版社，2015.
- [29][丹]延森，盛杨燕、刘群译：《媒介融合：网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》，复旦大学出版社，2012.
- [30][德]齐美尔，费勇译：《时尚的哲学》，文化艺术出版社，2001.