

《传播理论》考试大纲

一、考试性质

《传播理论》是新闻学、传播学学术型硕士招生考试的科目之一。《传播理论》考试要力求反映传播学的特点，通过科学、高质量的题目，公平、有效、准确、规范地测评考生的理论素质和研究能力，以选拔具有发展潜力的优秀人才入学，为我国社会主义新闻与传播事业培养具有良好职业道德、法制观念和 International 视野，同时具有较强专业水平与较高研究能力的高层次、应用型、复合型的新闻传播人才。

二、考试要求

测试考生对传播学的基本概念、经典理论、新闻与传播业发展和研究的前沿课题的掌握情况和分析能力。

三、考试内容

第一章 传播学的对象和基本问题

- 1 从传播的定义看传播学的研究对象
- 2 传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学
- 3 精神交往理论与马克思主义传播观

第二章 人类传播的历史与发展

- 1 从动物传播到人类传播
- 2 人类传播的发展进程
- 3 信息社会与信息传播

第三章 人类传播的符号和意义

- 1 符号在人类传播中的作用
- 2 人类传播中的意义交流
- 3 象征性社会互动

第四章 人类传播的过程与系统结构

- 1 传播的基本过程

- 2 社会传播的系统结构
- 第五章 人内传播与人际传播
 - 1 人内传播
 - 2 人际传播
- 第六章 群体传播、集合行为、组织传播
 - 1 群体传播
 - 2 集合行为及其传播机制
 - 3 组织传播
- 第七章 大众传播
 - 1 大众传播的定义、特点与社会功能
 - 2 大众传播的产生与发展过程
 - 3 大众传播的社会影响
- 第八章 媒介技术与媒介组织
 - 1 媒介技术与社会发展
 - 2 媒介组织的性质和社会作用
- 第九章 传播制度与媒介规范理论
 - 1 传播制度与媒介控制
 - 2 关于传播制度的几种规范理论
- 第十章 社会转型与受众变迁
 - 1 “大众”与大众社会理论
 - 2 几种主要的受众观
 - 3 分众理论及其研究
 - 4 “使用与满足”——一种受众行为理论
- 第十一章 传播效果研究
 - 1 传播效果研究的领域与课题
 - 2 传播效果研究的历史与发展
 - 3 传播效果的产生过程与制约因素
- 第十二章 几种主要的大众传播效果理论
 - 1 大众传播与环境认知——“议程设置功能”理论
 - 2 大众传播、社会心理与舆论——“沉默的螺旋”理论

- 3 大众传播的潜移默化效果——“培养”理论
- 4 大众传播与现实“建构”——新闻框架与框架效果
- 5 大众传播与信息社会中的阶层分化——从“知沟”到“数字鸿沟”
- 6 “第三人效果”——对大众传播影响力的一种认知倾向

第十三章 国际传播与全球传播

- 1 从国际传播到全球传播
- 2 关于世界信息传播秩序的争论
- 3 国际传播与全球传播研究的若干重要课题

第十四章 传播学研究史和主要学派

- 1 传播学的起源、形成与发展
- 2 传播学的主要学派

第十五章 传播学调查研究方法

- 1 传播学与调查研究
- 2 抽样调查法
- 3 内容分析法
- 4 控制实验法

第十六章 了解大众传媒以及传媒素养的意义

- 1 传播的多样性
- 2 我们个人生活中的大众传媒
- 3 大众传媒、文化和社会
- 4 传媒素养

第十七章 了解媒体事业的意义

- 1 大众传媒经济
- 2 主要的类型
- 3 大众传媒业
- 4 大众传媒内容的生产
- 5 大众传媒内容的发行
- 6 传媒素养与媒体事业

第十八章 了解媒体效果和媒体文化研究的意义

- 1 大众传媒研究的本质

2 美国早期的大众传媒研究

3 推广研究的主流方法

4 批判方法的崛起

5 文化研究

6 使用媒体研究建立传媒素养技能

第十九章 界限模糊的媒体世界

当前六种主导性的媒体趋势

第二十章 了解不同传媒行业的发展

1 报纸行业

2 广播行业

3 电视行业

4 互联网与社交媒体的崛起

四、考试题型与分值

建议尊重新闻与传播学学科的特点，重视经典理论的分析与探讨，同时注意观照现实，关注新闻与传播业的前沿理论及现象。以论述题和分析题为主，有少量名词解释题型。本科目满分 150 分。

五、考试方式

由我校自行命题，考试时间 3 小时。