**首都经济贸易大学**

**硕士研究生入学考试传播学专业综合考试大纲**

**第一部分 考试说明**

1. **考试目的**

传播学专业综合是招收新闻传播学硕士研究生入学设置的考试课程之一。其目的是测试考生是否具备新闻传播学学科的基本知识和能力。评价标准是高等学校新闻传播本科毕业生所应达到的毕业合格及以上水平。

**二、考试范围**

1、传播学的研究对象与基本问题

2、人类传播活动的历史与发展

3、人类传播的符号与意义

4、人类传播模式

5、人内传播与人际传播

6、群体传播与组织传播

7、大众传播

8、媒介技术与媒介组织

9、传播制度与媒介规范

10、大众传播的受众

11、 传播效果研究

12、国际传播与全球传播

13、传播学研究史与主要流派

14、传播学研究方法

**三、考试基本要求**

要求考生基本能把握传播学基本理论和基本范畴，以及运用这些知识和理论解决问题的能力。

**四、考试形式与试卷结构**

（一）答卷方式：闭卷，笔试

（二）答题时间：180分钟

（三）题型及分值：

1、名词解释（6道题目，共30分）

2、简答（4道题目，共60分）

3、论述题（2道题目，共60分）

**五、参考书目**

《传播学教程》（第二版），郭庆光著，中国人民大学出版社，2011年出版。

**六、需说明的问题**

传播学专业综合考试内容中基础部分考查比例占50%，理论运用综合考查比例占40%，创新能力考查比例占10%。

**第二部分 考试内容**

1、传播学的研究对象与基本问题

知识点：传播学中“传播”的定义和特点；社会信息系统的特点；“信息”的意义以及信息论和系统论对传播学的影响；传播障碍与传播隔阂；物质交往与精神交往。

2、人类传播活动的历史与发展

知识点：语言的产生对人类传播的影响；口语传播的意义和局限性；文字传播的意义和局限性；传播媒介的分类；信息社会的特点；网络的“第四媒体”特征；媒介融合的概念及其发展趋势。

3、人类传播的符号与意义

知识点：掌握符号、象征符、信号、意义、能指、所指等基本概念；符号的分类和功能；符号的意义的分类；共同的意义空间；米德的象征性互动理论。

4、人类传播模式

知识点：掌握传播者、讯息、信息、媒介、反馈、模式、噪音、冗余等基本概念。重点把握拉斯维尔5W模式、香农－韦弗模式、奥斯古德模式-施拉姆模式、施拉姆大众传播过程模式、德弗勒模式、莱利夫妇模式、马莱茨克模式的内涵；掌握传播模式的具体分类；认识传统的传播模式理论的意义及其局限。

5、人内传播与人际传播

知识点：人内传播的定义和特点；基模理论；米德的“主我和客我”理论；布鲁默的“自我互动理论”；“约哈里之窗”理论；库利的“镜中我”理论；人际传播的基本动机和社会功能。

6、群体传播与组织传播

知识点：掌握群体传播、组织传播、基本群体、参考群体、偶然群体、群体规范、群体压力、群体动力论、集合行为、组织内传播、组织外传播等概念；群体的特征和社会功能；群体规范的形成和传播作用；群体压力和趋同心理；流言传播的基本机制；组织内传播的过程与机制。

7、大众传播

知识点：大众传播的定义、特点；大众传播的社会功能：拉斯韦尔的“三功能说” 和赖特的“四功能说”； 负面功能“麻醉功能”的提出及其意义；李普曼的拟态环境观点；大众传播社会影响的两种观点。

8、媒介技术与媒介组织

知识点：技术与社会的关系；麦克卢汉的媒介理论：“媒介即讯息”，“媒介——人的延伸” ，“冷媒介”与“热媒介”，“地球村”。 媒介依赖症：“电视人”、“容器人”、“网络成瘾症”。 他律性欲望主义、电子乌托邦、媒介文化的概念内涵；把关人理论；网络时代的把关问题。

9、传播制度与媒介规范

知识点：掌握传播制度、集权主义传播制度、自由主义传播体制、社会责任理论、苏联式共产主义传媒体制、民主参与理论、发展中国家媒介规范理论。

10、大众传播的受众

知识点：掌握受众研究的历程与规律；掌握大众、受众、受众分割、分众、从众等概念；受众即市场理论；使用与满足理论的内容及其评价。

11、传播效果研究

知识点：掌握效果、传播效果、强效果、有限效果、适度效果、劝服传播、政治既有倾向假说、意见领袖、二级传播、休眠效果、警钟效果、一面提示与两面提示、自信心假说等概念内涵与应用；效果研究的本质与意义；效果研究的历史与现状。重点把握“议程设置功能”理论、“沉默的螺旋”理论、“培养”理论、“知沟”理论、新闻框架理论、第三人效果理论 。

12、国际传播与全球传播

知识点：掌握国际传播、全球传播、国际宣传与舆论、国际成见、世界信息新秩序、信息主权、文化帝国主义、媒介帝国主义的内涵与现实表现；了解国际传播现状；了解应用国际传播理论分析国际传播问题。

13、传播学研究史与主要流派

知识点：传播学兴起的时间和原因；传播学的四大奠基人及其主要贡献；传播学之父施拉姆的主要贡献；经验学派的基本方法及其局限；批判学派的由来及其立场；法兰克福学派代表人物及其思想；传播政治经济学代表人物及其思想；文化研究学派代表人物及其思想；葛兰西意识形态霸权理论；我国传播学研究的历史和现状。

14、传播学研究方法

定性研究方法、定量研究方法、实地调查法、内容分析法、控制实验法、个案研究的内涵；正确应用传播学研究方法；

**第三部分 题型示例**

1. **名词解释:**

**“5W”模式**

**答：**美国拉斯韦尔提出的由谁（who）、说什么（says what）、

通过什么渠道（by which channel）、对谁说（to whom）、有何效果（what effects）组成的传播模式。拉斯韦尔模式是一种线性模式，没有考虑到反馈等问题，但奠定了传播学研究的五个领域。

二、**简答题：**

**试述传播学经验学派（empirical school）的主要特点及缺陷。**

特点：（1）在方法论上采取经验主义立场，主要采用量化和实证方法来考察传播现象。（2）在研究目的上持实用主义态度，焦点集中于考察微观、个人层面的传播过程，尤以传播的说服效果为核心领域。（3）在社会观上坚持多元主义观点，否认资本主义社会的阶级支配关系，强调社会是一个由多元利益相互竞争、相互制衡的共同体。

缺点：（1）经验量化不适合于所有的社会现象。（2）依赖的技术程序本身存在问题。（3）研究材料为个人或小群体层面上的经验材料。

1. **论述题**

**结合实际案例，谈谈你对议程设置理论的理解。**

（1）大众媒介往往不能决定人们对某一事件或意见的具体看法，但可以通过提供信息和安排议题左右人们关注某些事实和意见，以及他们对议论的先后顺序，新闻媒介提供给公众的是他们的议程。

（2）大众传媒对事物和意见的强调程度与受众的重视程度成正比，受众会因媒介提供议题而改变对事物重要性的认识，对媒介认为重要的事件首先采取行动。

（3）媒介议程与公众议程对问题重要性的认识不是简单的吻合，这与其接触传媒的多少有关，常接触大众传媒的人的个人议程和大众媒介的议程具有更多的一致性。

结合实际情况略。