

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

一、 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、人类传播的过程与系统结构
- 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、传播媒介的性质和作用
- 9、传播制度与媒介规范
- 10、大众传播的受众
- 11-12、 传播效果研究
- 13、国际传播与全球传播

14、传播学主要流派与研究方法

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 40 分）

3、论述题（2 道题目，共 80 分）

五、参考书目

《传播学教程》，郭庆光编著，中国人民大学出版社，2011 年出版，第 2 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

第 1 章 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；“信息”的意义以及信息论和系统论对传播学的影响；传播学兴起的时间和原因；我国传播学研究的历史和现状；

第2章 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；网络的“第四媒体”特征；网络的意义和缺陷。

第3章 人类传播的符号与意义

知识点：掌握信息、符号、意义、能指、所指、防疫论基本概念内涵。符号的分类和功能；意义的抽象性和可符号表达的特点；米德的象征性互动理论。

第4章 人类传播的过程与系统结构

知识点：掌握过程、模式、噪音、冗余等功能。重点把握拉斯维尔模式、香农—韦弗模式、奥斯古德模式—施拉姆模式、施拉姆模式、德弗勒模式、韦斯特利—麦克莱恩模式、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；辩证认识模式与传播研究的关系。

第5章 人内传播与人际传播

知识点：人内传播的定义特点；米德的“主我和客我”理论和布鲁默的“自我互动理论”；“约哈里之窗” 库利的“镜中我”理论。

第6章 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、受众分割、集合行为、组织内传播、组织外传播、大众传播等概念；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。

第7章 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；大众传播社会影响的两种观点。

第8章 传播媒介的性质和作用

知识点：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。

第9章 传播制度与媒介规范

知识点：掌握传播者、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、发展中国家理论、把关理论、潜网基本概念内涵与应用。

第10章 大众传播的受众

知识点：掌握受众、受众分割、分众、从众、受众的选择性研究、魔弹论、个人差异论、社会类别论、亚文化群体受众论、社会关系论、媒介依赖论、固执的受众、使用与满足理论、编码、解码、受众本位论的内涵并能正确应用；掌握受众研究的历程与规律。

第 11 章和第 12 章 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、一致论、培养理论、知沟假说、分层效果概念内涵与应用；效果研究的本质与意义；了解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。

第 13 章 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。

第 14 章 传播学主要流派与研究方法

知识点：掌握经验学派、批判学派、传播政治经济学、法兰克福学派、英国文化研究学派、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；掌握传播学研究流派理论特征及应用。

第三部分 题型示例

一、 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。

二、简答题:

简述什么是新媒体。

新媒体是一个相对的概念，新媒体包括网络媒体、手机媒体、数字电视等，具有互动性、个性化、主动选择性等特性。

二、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。