

中国传媒大学硕士研究生入学考试
《传播历史与理论》考试大纲

一、考试的总体要求

《传播历史与理论》考试大纲适用于报考中国传媒大学传播学、传媒教育、传媒经济学和广告学等专业的硕士研究生入学考试。

《传播历史与理论》考试的主要内容包括传播学史、传播基本原理、传播者和传播体制研究、传播内容与文化研究、传播媒介研究、受众研究和传播效果研究等。要求考生能熟练掌握传播学的基本概念、重要理论和研究方法，并具有综合运用所学知识分析媒介现实问题并对解决方案进行思考的能力。

二、考试的内容

(一) 传播学史

1. 美国主流范式的诞生与发展
2. 批判研究与多元化
3. 本土化：中国传播研究的发展

(二) 传播学研究对象和研究方法

1. 传播与媒介研究的主要方法
2. 定量与定性研究方法的差异与结合

(三) 传播

1. 传播的概念
2. 人类传播演进的历史进程
3. 人类传播发展的规律与趋势

(四) 信息、符号与讯息

1. 信息及相关概念
2. 三论
3. 符号的概念、特征与类型
4. 有关符号的理论

(五) 传播类型

1. 内向传播的定义
2. 人际传播的定义、特征及相关理论
3. 群体传播的定义、相关概念及相关理论
4. 组织传播的定义、形式与功能
5. 大众传播的定义与特征
6. 传播的功能研究

(六) 传播过程与传播模式

1. 不同视角下的传播过程
2. 重要的传播模式

(七) 传播者与传播体制

1. 传播体制研究与媒介规范理论
2. 把关研究
3. 媒介垄断、媒介组织及其结构
4. 媒介专业主义及其反思

(八) 传播内容与文化

1. 大众传播内容的特征
2. 大众传播内容的商业化
3. 大众文化

(九) 传播媒介

1. 媒介及认识媒介的基础性原则
2. 各种媒介的概念、传播特点、传播手段及其传播优劣势
3. 新媒体与媒介融合
4. 媒介与技术：英尼斯、麦克卢汉等人的理论

(十) 受众

1. 受众的概念、特征、类型
2. 受众观的变迁
3. 受众的行为
4. 关于受众的各种理论

(十一) 传播效果

1. 传播效果研究的发展历程
2. 认知理论与传播效果
3. 态度劝服研究
4. 宣传研究
5. 两级传播论
6. 创新扩散论
7. 群体规范、群体压力、群体动力及社会认同研究
8. 舆论研究与沉默的螺旋
9. 议程设置、铺垫作用
10. 知识沟、数字鸿沟
11. 媒介对现实的建构
12. 涵化理论
13. 电视暴力研究
14. 媒介与性别研究
15. 媒介效果理论的批判及其新发展

(十二) 传播研究的专题领域

1. 新媒体研究
2. 全球化与大众媒介、发展传播学、文化依附、全球传播

3. 国家形象与大众媒介
4. 媒介事件
5. 健康传播学
6. 媒介素养
7. 消费主义与大众媒介
8. 阶层、社会公平与大众媒介
9. 广告研究、公共关系、危机传播、品牌战略
10. 其他传播研究的前沿课题

三、考试的基本题型

主要题型可能有：名词解释题、简答题、论述题等。

四、考试的形式及时间

笔试，不需要任何辅助工具。考试时间为三小时。