

中国传媒大学博士研究生申请-审核制 传播学专业《传播史论与实务》科目考试大纲

一、考试目的及要求

本科目主要考查考生的传播学专业知识的掌握情况。具体而言，一方面考查考生对人类传播发展历史、现状和未来趋势的了解，对传播的各要素、各类型、各功能的理解，对传播学的基础概念、理论体系、研究方法和应用方式的掌握，以及对传播学学科状况及其本土化发展的认识；另一方面考查考生能否基于与传播实务相关的人文和社会科学知识，把握大众传播社会向信息化社会的历史转型，新兴媒体与制度创新的政策制订，对外开放的传播理念与技术策略，受众形态与社会心理的文化变迁，本土传播实践对现有理论的修正和冲击等等，从而不断探索媒体的载体属性和功能性质的变化，理解并把握信息传播的界面创新与国家和社会发展战略的互动逻辑与供需关系。

二、考试内容

第一部分

第一章 当代中国的传播思想与传播实践

主要内容：

1. 习近平治国理政新理念中的传播思想
2. 媒体融合与现代传播体系建设
3. 舆情规律与舆情应对
4. 人类命运共同体与国际传播

第二章 理解传播及传播学

主要内容：

1. 传播学及其研究对象
2. 传播的过程
3. 传播的类型

第三章 传播学的起源、发展与流派

主要内容：

1. 早期传播研究的贡献
2. 近代人文、社会科学的影响与促进

3. 传播学的兴起
4. 传播学的不同流派

第四章 传播学的新门类

主要内容:

1. 跨文化传播学
2. 国际传播学
3. 发展传播学
4. 健康传播学
5. 新媒体传播学

第五章 传播学研究方法

主要内容:

1. 定性研究方法
2. 定量研究方法

第六章 传播的控制研究

主要内容:

1. 社会制度与媒介控制
2. 把关人研究
3. 控制的不同形态

第七章 信息与符号

主要内容:

1. 信息
2. 符号

第八章 传播媒介

主要内容:

1. 媒介的界定
2. 媒介理论
3. 传播媒介的特征与媒介选择
4. 西方媒介产业

第九章 受众

主要内容:

1. 受众
2. 受众主体
3. 受众研究

第十章 传播效果

主要内容:

1. 传播效果的认知历程
2. 传播效果理论
3. 传播效果的普遍取向

第十一章 传播研究前沿

主要内容:

1. 移动传播
2. 社交媒体
3. 数据新闻
4. 未来影像
5. 智能媒体
6. 新技术、新媒介、新传播

第二部分

第一章 传播历史与技术

1. 媒介技术的历史演变
2. 媒介演化的社会功能
3. 媒介装置的发展潜力

第二章 传播与社会治理

1. 传媒发展与社会建构
2. 信息技术与社会心理
3. 传媒生态与社会舆情

第三章 传播与制度创新

1. 电子政务与公共传播
2. 数据管理与政策制订
3. 信息技术与产业创新

第四章 传播与国家战略

1. 信息传播与国际竞争
2. 信息战略与国家安全
3. 全球传播与全球治理

第五章 传播与文化变迁

1. 媒介文本与文化创新
2. 媒介文化的数字转型
3. 媒介文化的全球互动

三、试题类型

主要题型可能有：论述题、材料分析题、应用写作题等。

四、考试形式及时间

笔试，不需要任何辅助工具。考试时间为三小时。