

中国传媒大学硕士研究生招生考试

初试科目《传播学综合》考试大纲

一、考试目的及要求

本科目主要考查传播学史、传播基本原理、传播理论及其应用、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、国际传播、智能传播、新媒体传播、政治传播、媒介素养、性别传播等。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、对解决方案进行思考的能力。

本科目满分 150 分。

二、考试内容

第一部分：理解传播学

1. 传播学的研究对象和研究方法
2. 主流范式的诞生与发展
3. 批判研究与多元化
4. 中国传播学研究的本土化发展
5. 传播学子领域：跨文化传播学、国际传播学、发展传播学、健康传播学等

第二部分：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

第三部分：传播研究方法的应用

1. 问卷调查及其他社会调查统计方法
2. 实验法
3. 内容分析法
4. 文本符号与话语分析
5. 深度访谈、民族志与质化的社会调查方法
6. 个案研究法
7. 其他方法

第四部分：传播类型

1. 内向传播
2. 人际传播
3. 群体传播
4. 组织传播
5. 大众传播
6. 传播的功能研究

第五部分：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

第六部分：传播者与传播的控制研究

1. 社会制度、媒介控制与媒介规范理论
2. 控制的不同形态
3. 把关研究
4. 媒介垄断、媒介组织及其结构
5. 媒介专业主义及其反思

第七部分：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

第八部分：传播媒介

1. 媒介及认识媒介的基础性原则
2. 各种媒介的比较与选择
3. 新媒介与媒介融合
4. 媒介与技术理论
5. 西方媒介产业

第九部分：受众与用户

1. 受众的概念、特征、类型
2. 受众观的变迁与受众理论
3. 受众主体与受众行为
4. 从受众到用户的转变

第十部分：传播效果

1. 传播效果的认知历程
2. 各种传播效果理论
3. 传播效果的普遍取向

第十一部分：智能媒体传播

1. 人工智能时代的到来
2. 智能媒体传播的理论
3. 智能媒体传播的特点
4. 虚拟现实与未来影像
5. 智能技术在新闻领域中的应用
6. 社交网络与智能媒体传播
7. 平台社会
8. 5G 与融媒体建设

9. 未来媒体与未来社会的反思与前瞻

第十二部分：传播研究的专题领域

1. 治国理政新理念中的传播思想
2. 国家发展战略与传播媒体
3. 全球化与大众媒介、发展传播学、文化依附、全球传播
4. 国家形象与大众媒介
5. 媒介事件
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. 传播研究的其他前沿课题

第十三部分：传播理论在媒介实践中的应用

1. 社会理论：从大众社会到网络社会
2. 规范理论
3. 受众理论
4. 效果理论
5. 批判理论和文化理论
6. 传播政治经济学
7. 传播全球化与跨文化传播
8. 媒体与新技术革命

第十四部分：传播与政治

1. 传媒法规与传媒规制
2. 舆论生态与舆论引导
3. 政治传播的议程设置
4. 国际传播秩序与信息战
5. 其他相关课题

第十五部分：传播与社会

1. 社会阶层与受众分化
2. 大众传播与社会治理
3. 媒介素养与社会代沟
4. 社会学、心理学等学科的理论与方法在传播与媒介研究中的应用
5. 其他相关课题

三、试题类型

名词解释题、简答题、论述题等。

四、考试形式及时长

闭卷、笔试，不允许带任何辅助工具和设备。

考试时间为 3 小时。

五、参考书目

1. 段鹏,《传播学基础: 历史、框架与外延》(第二版), 中国传媒大学出版社 2013 年。
2. 陈卫星,《传播的观念》, 人民出版社 2004 年。
3. 斯坦利·巴兰、丹尼斯·戴维斯:《大众传播理论: 基础、争鸣与未来(第五版)》, 清华大学出版社 2014 年。
4. 克劳斯·布鲁恩·延森:《媒介融合: 网络传播、大众传播和人际传播的三重维度》, 复旦大学出版社 2012 年。
5. Duan, P. & ZHANG, L. (eds.) (2018) Social Media Studies. London: SAGE. (段鹏、张磊主编,《社交媒体研究》[英文], SAGE 出版社 2018)。
6. 雷吉斯·德布雷:《媒介学引论》, 中国传媒大学出版社 2014 年。