# 《传播学原理》考试大纲

## 第一部分 考试要求

《传播学原理》是中国地质大学（武汉）新闻传播学硕士研究生入学初试的考试科目。考试形式为闭卷笔试，考试时间3小时，卷面成绩150分。

考试题型主要有名词解释、问答题、论述题，文本分析和案例分析等。试题力求理论联系实际，体现中国特色和时代特征，要求考生熟练地掌握传播学基本知识，重点考察运用传播学原理分析问题和解决问题的能力。

## 第二部分 考试内容

#### 1 传播要素与类型

传播的概念及其主要构成要素；传播过程的线性模型(Linear model)、互动模型(Interactional model)和交互模型(Transactional model)；人内传播、人际传播、群体传播、组织传播、大众传播等传播类型的相关知识；传播过程中的冲突与影响力；自我实现的预期；体现社会主义核心价值观和时代特征的传播伦理。

#### 2 语言与非语言信息

语言符号的本义和引申义；语言的象征性、抽象性和不确定性；身体语言的特征、作用与管理；数据信息的作用以及分析和表达数据信息的主要方法；互联网技术条件下语言、身体语言、数据、图片和视频等多种符号的综合运用，人工智能技术对信息传播的影响；名义倾向( intensional orientation)与实在倾向（extensional orientation ），包容性（inclusion）传播与排斥性（exclusion）传播；接受信息的心理活动特征，影响态度变化的主要因素；语境对传播效果的影响。

#### 3 媒介与内容

媒介、内容、媒介产品与媒介产业的概念，公益性文化事业与经营性文化产业的关系；与互联网和信息技术相联系的新媒介的特征和发展趋势，互联网条件下各种媒介面临的机遇与挑战及其应对策略；媒介产品的竞争力与公信力；互联网背景下媒介与内容的关系，内容提供者的权益保障与自律；互联网背景下媒介垄断与竞争的关系，媒介垄断条件下的消费者权益保护；技术进步、社会制度与媒介产业之间的关系。

#### 4 媒介与大众

媒介对大众的主要影响，包括但不限于大众社会理论，议程设置功能理论，使用与满足理论，培养理论，沉默螺旋理论，知识鸿沟理论，意见领袖，第三人传播效果等等；西方传播效果研究的演变及其启示；媒介素养的概念，互联网背景下提升大众媒介素养的意义和途径；全球化、互联网背景下的国家话语权，如何讲好中国的故事。

#### 5 媒介与政府

媒介组织的概念、类别及其特征，把关人理论，媒介组织的公益性与赢利性，互联网和信息技术对媒介组织形态的影响；西方关于传播制度的几种主要理论：极权主义、自由主义、社会责任理论和民主参与理论；新中国传播制度的理论与实践：意识形态领导权与信息需求多样化的关系，政府控制与媒介独立性的关系，舆论导向与媒介产业发展的关系等等；互联网信息管理面临的挑战及其对策；坚持和完善中国特色社会主义传播制度。

#### 6 传播学的学科特征

传播学形成的历史背景与学术渊源；拉扎斯菲尔德（Paul Lazarsfeld）、拉斯韦尔(Harold D. Lasswell)、霍夫兰（Carl Hovland）和施拉姆(Wilbur Schramm)等人对传播学的主要贡献；传播学的经验学派和批判学派；经验分析的主要方法；建设有中国特色的传播学。

## 第三部分 主要参考文献

1. 郭庆光，传播学教程，中国人民大学出版社2011
2. 约瑟夫.A.德维托，人际传播教程（第十二版），中国人民大学出版社2011
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
4. 十九大以来党和国家关于文化建设的路线、方针和政策