# 2024年新闻传播学院专升本招生【传播学概论】考试大纲

**一、考试目标**

考试目标是测试学生掌握传播学的核心理论和基本知识的情况。学生应了解传播的含义与类型，结构与功能，传播技术的发展，理解传播内容的中介、载体与表达，知道大众传播的受众与效果。学生能够理论联系实际，运用传播学的基本原理去分析现实生活中的传播活动与现象，并为后继课程和专业课程中传播策略、传播技巧的应用奠定基础。

**二、考试细则**

1．按本考纲要求的“知识点”和“范围”，并按照认知的要求制定考题，原则上达到以下百分比要求：在认知要求方面，“知道”、“理解”和“掌握”分别占35％、45％ 和20％左右。

2．考试采用纸质（闭卷）完成考试，考试时间为120分钟，试卷总分为100分。

3．考试题型分为：填空题、多选题、简述题、材料应用题和论述题等五种题型。

**三、试卷题型及分值分布要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 题型 | 分值 | 合计 |
| 填空题 | 2 | 20 |
| 多选题 | 2 | 10 |
| 简述题 | 5 | 20 |
| 材料应用题 | 10 | 20 |
| 论述题 | 15 | 30 |
| 总 计 | 100 | |

注：以上是每次考试的总体性要求，每份考卷的具体分值分布可以略有偏差。

**四、考试内容和要求**

第一章 传播概观

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．传播的含义 | | |
| （1）传播的特性 | 形态多样性、时空遍布性、实体（行为）伴随性、极端重要性 | 掌握 |
| （2）传播的定义 | 传播即人传受信息的行为 | 掌握 |
| 1. 传播的类型 | | |
| （1）四分法 | 自我传播、人际传播、组织传播、大众传播 | 掌握 |
| （2）大众传播 | ①定义：职业化的传播机构利用机械化、电子化的技术手段向不特定的多数人传送信息的行为或过程  ②大众传播的优点与缺点 | 理解 |
| 3.传播的结构 | | |
| （1）线性模式 | ①拉斯韦尔的5W模式  ②香农-韦弗的通信模式 | 掌握 |
| （2）控制论模式 | 奥斯古德—施拉姆的控制论模式 | 掌握 |
| （3）社会系统模式 | 赖利夫妇的社会系统模式 | 掌握 |
| 4.传播的功能 | | |
| （1）传播的四大功能 | 传播功能的范畴、层面和类型 | 理解 |
| （2）传播的正功能和负功能 | ①拉扎斯菲尔德和默顿的三功能说，负功能研究  ②“两个环境”理论 | 理解 |

第二章 传播学简况

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．奠基人的生平和贡献 | | |
| （1）拉斯韦尔 | 政治传播、5W模式、内容分析法、代表作 | 掌握 |
| （2）卢因 | 把关人、代表作 | 掌握 |
| （3）拉扎斯菲尔德 | 两级传播理论、实地调查法、代表作 | 掌握 |
| （4）霍夫兰 | 劝服研究、代表作 | 掌握 |
| （5）施拉姆 | 历史功绩、创办传播研究机构、培养大批人才、代表作 | 掌握 |

第三章 传播技术的演进

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．传播革命的迭代 | | |
| （1）漫长的亲身传播时代 | 三次传播革命：语言的产生、文字的发明、印刷媒介的问世 | 理解 |
| （2）大众传播时代的开幕 | ①大众化报纸：《纽约太阳报》、《申报》  ②第四次传播革命：声像媒介的崛起，第一家电台、电视台 | 理解 |
| 2.信息社会的到来 | | |
| （1）第五次传播革命 | 网络媒介的勃兴，网络媒介的划时代意义 | 知道 |
| 3.媒介理论的兴起 | | |
| （1）麦卡卢汉的媒介理论 | 媒介是人体的延伸、媒介即讯息、媒介的“热”和“冷” | 理解 |
| （2）其他若干媒介理论 | ①戴扬与卡茨的“媒介事件”研究  ②波兹曼对“娱乐至死”的忧思  ③桑斯坦对“信息茧房”的警示 | 知道 |

第四章 传播制度的变迁

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．传播过程中的“把关”现象 | | |
| （1）何谓“把关”现象 | 卢因“把关人”理论 | 理解 |

第五章 传播内容的建构

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．信息与符号 | | |
| （1）信息的特点 | 可识别性、可传递性、可扩散性、可分享性、可转换性、可加工性、可贮存性、可替代性、不完全性、时效性 | 理解 |
| （2）符号的特性 | 指代性、随意性、约定性 | 理解 |
| 2、非语言符号及其传播规律 | | |
| （1）非语言传播的功能 | 补充或强调、矛盾或抵触、替代或调适 | 理解 |
| （2）非语言传播的特点 | 不间断性、多渠道性、无目的性、多意义性、偏情绪性 | 理解 |

第六章 传播主体的形貌

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．传者观察 | | |
| （1）传者的特性 | 代理性、自主性、专业性、机构性 | 理解 |
| （2）传者的权利 | 采访权、报道权、批评权、编辑权、秘匿权、安全保护权、版权 | 知道 |
| （3）传者的义务 | ①不泄露国家机密、法庭秘密，自觉维护国家和人民利益  ②坚持社会效益至上原则  ③尊重采访对象个人隐私 | 知道 |
| 2、受者图像 | | |
| （1）“选择性接受”理论 | 选择性注意、选择性理解、选择性记忆 | 理解 |
| （2）受众研究的经典理论 | ①“使用与满足”理论  ②“编码/译码”理论 | 理解 |
| 3、传受者展望 | | |
| （1）媒介素养的培育 | ①知识层面：自觉修习媒介素养  ②实践层面：正确看待热点事件 | 知道 |

第七章 人际传播的探索与成果

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．人际传播概述 | | |
| （1）网络人际传播的特点 | 广泛性、随意性、不稳定性  松散性、平等性、自由性  创造性、生动性、多样性 | 理解 |
| 2．人际传播研究的主要成果 | | |
| （1）“自我信息管理”研究 | “约哈里窗口”理论 | 理解 |

第八章 组织传播的发生和发展

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．组织传播概述 | | |
| （1）组织传播的媒介 | 组织外传播：公共关系、广告、企业标识系统 | 知道 |
| （2）组织传播的功能 | 搜集资料、改变行为、改善关系 | 知道 |

第九章 大众传播的理论和实践

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．大众传播概述 | | |
| （1）网络大众传播的特点 | 受众选择的多样化、传者角色的多元化、传播手段的兼容化、传播速度的瞬时化、舆论影响的主流化 | 知道 |
| 2、从迷思到科学：早期研究 | | |
| （1）早期的思潮和研究 | ①“枪弹论”  ②“儿童与电影”研究  ③“火星人入侵”恐慌研究 | 理解 |
| （2）有限效果论的研究视角和主要成果 | ①“两级传播”模式、意见领袖（水平型、单数型、活跃型）  ②“劝服性传播”研究：传播的技巧（一面型与两面型、理智型和情感型、开头和结尾、明示和暗示） | 理解 |
| （3）从单一到多元：近期研究 | “议程设置功能”理论  “涵化”理论  “知识沟”理论  “沉默的螺旋”理论 | 知道 |

**五、参考教材**

《传播学原理（第三版）》，张国良著，复旦大学出版社2021年版