

# 中国传媒大学传播研究院

## 2024 年硕士研究生招生复试工作方案

### 一、工作原则

1. 落实立德树人根本任务，注重对考生政治态度、思想表现、道德品质、科学精神等的全面考查。
2. 加强对考生既往学业、一贯表现以及对专业素养、实践能力、创新精神等的考查，做到德智体美劳全面衡量，综合评价，择优选拔。
3. 加强组织领导，严格监督管理，做到程序透明，操作规范，结果公开。

### 二、组织管理

1. 传播研究院研究生招生工作领导小组负责制定本院硕士研究生招生复试选拔实施方案对相关人员进行政策、业务、纪律、程序等方面的培训，组织实施本院硕士研究生招生复试选拔工作。
2. 按专业研究方向成立复试面试考核小组，开展复试具体工作。复试小组人数不少于 5 人，其中复试专家不少于 4 人，原则上由本学科具有副教授职称（含）或相当专业技术职务的专家担任。复试小组组长全面负责该小组的复试工作，小组成员协助组长完成每名考生专业能力、综合素质和外语听说能力的面试考查，并给出面试成绩和意见。每个复试小组另设秘书、助理各 1 人，负责证件检查、复试记录、考场录音录像、小组复试材料整理等工作。

### 三、复试考核内容

复试主要采取面试的方式考核考生专业能力、综合素质、外语听说能力等。

#### （一）专业能力及综合素质考核

1. 每位考生考核时长不少于 15 分钟，满分为 100 分。

2. 专业能力考核：以随机抽题的形式重点考核各专业基础理论与实务；各研究方向基础理论与实践（专硕重点考察其创作实践）。

3. 综合素质考核：以交流问答的形式对考生的思想品德、专业素养、科研能力、心理素质、人文素养、沟通表达能力等进行综合考查。

#### （二）英语听说能力考核

1. 每位考生考核时长不少于 5 分钟，满分为 100 分。

2. 以随机抽题+交流问答的形式，重点考查考生的英语听力、口语能力。

获得国家承认的高职高专毕业学历后满 2 年（从毕业后到录取当年入学之日，下同）或 2 年以上的人员，以及国家承认学历的本科结业生，按本科毕业同等学力身份报考。此类考生复试时加试两门笔试（考试大纲见附件）。

### 四、复试成绩构成

复试成绩=专业能力及综合素质考核\*90%+外语听说能力\*10%

附件

## 中国传媒大学硕士研究生招生考试 同等学力复试加试科目《传播学基础》考试大纲

### 一、考试的总体要求

《传播学基础》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。要求考生掌握传播学的基本概念、重要理论和研究方法，具有综合运用所学知识分析媒介现实问题、思考解决方案的能力。

### 二、考试内容

#### （一）传播学史

1. 传播学的诞生与发展
2. 世界主要传播研究学派
3. 本土化：传播学研究在中国的发展

#### （二）传播学研究对象和研究方法

1. 世界主要传播流派与范式
2. 传播与媒介研究的主要方法
3. 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及构成要素

#### 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）大众传播内容与文化

#### 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. 媒介与技术：英尼斯、麦克卢汉等人的理论

#### 4. 新媒体与媒介融合

### （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、新闻框架与框架效果

12. 涵化理论
13. 媒介与性别研究
14. 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. 新媒介研究
2. 全球化与大众媒介、全球传播
3. 国际传播与国别区域传播
4. 国家形象与战略传播
5. 健康传播
6. 政治传播
7. 媒介素养
8. 消费主义与媒介
9. 阶层、社会公平与媒介
10. 其他传播研究的前沿课题

三、考试的基本题型

主要题型有：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 2 小时。

# 中国传媒大学硕士研究生招生考试

## 同等学力复试加试科目《传播学实务》考试大纲

### 一、考试的总体要求

《传播学实务》考试的主要内容包括：传播理论的应用、传播研究方法的应用、智能传播、跨文化传播、性别传播、国别与区域传播等。要求考生了解传播研究的重要领域，具有使用理论和方法来观察各种传播现象的历史、现状和未来发展，具备国际传播、跨文化传播、跨区域传播等的实践能力。

### 二、考试内容

#### （一）传播理论在传播实践中的应用

1. 媒介规范理论
2. 受众理论
3. 效果理论
4. 传播政治经济学与批判理论
5. 国际传播理论
6. 信息社会理论
7. 其他理论

#### （二）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. 符号学与文本分析法
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. 其他研究方法及其应用

#### （三）传播与政治

1. 传播、传媒与国际政治
2. 国际舆论及其引导
3. 政治传播的策略与效果
4. 全球传播、文化帝国主义与世界信息传播新秩序
5. 媒介体制比较
6. 其他传播与政治的实践课题

#### （四）传播与经济

1. 文化工业与文化产业
2. 全球传播政治经济学
3. 媒介生产与媒介生态
4. 媒介与跨国媒介集团
5. 其他传播与经济的实践课题

#### （三）传播与社会

1. 社会阶层与媒介
2. 发展传播学
3. 媒介素养与受众研究
4. 社会学、心理学等学科在传播研究中的应用
5. 智能传播
6. 其他传播与社会的实践课题

#### （四）传播与文化

1. 大众文化研究
2. 跨文化传播
3. 性别理论、亚文化与大众媒介
4. 符号学与媒介学
5. 其他传播与文化的实践课题

### 三、考试的基本题型

主要题型有：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 2 小时。