# 上海建桥学院专升本【传播学概论】课程考试大纲

**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、单选题、多选题、简述题、应用题和论述题等六种题型。

**三、试卷题型及分值分布要求**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 题型 | 分值 | 合计 |
| 填空题 | 2 | 20 |
| 单选题 | 1 | 10 |
| 多选题 | 2 | 10 |
| 简述题 | 3 | 24 |
| 应用题 | 2 | 16 |
| 论述题 | 2 | 20 |
| 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**

(一)传播与传播学

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．传播的含义 |
| （1）传播的概念 | 传播即传受信息的行为（或过程） | 掌握 |
| 1. 传播的类型
 |
| （1）人际传播 | 人际传播的概念、约哈里之窗 | 掌握 |
| （2）组织传播 | 五种传播网络及其比较 | 理解 |
| （3）大众传播 | 大众传播的优点和缺点 | 理解 |
| （4）各类传播的特点 | 各类“社会传播”的特点之比较 | 理解 |
| 3．传播学的诞生和发展 |
| (1)奠基人的生平和贡献 | ①拉斯韦尔：提出5W模式、倡导内容分析法②卢因：传播过程中的“把关人”③拉扎斯费尔德：创建“两级传播理论”、倡导实地调查发④霍夫兰：劝服传播与态度改变⑤W●施拉姆：传播学集大成者 | 掌握 |

（二）传播的结构与功能

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．传播的基本模式 |
| （1）线性模式 | ①拉斯韦尔的5W模式②香农—韦弗的线性模式 | 掌握 |
| （2）控制论模式 | 奥斯古德—施拉姆的控制论模式 | 知道 |
| （3）社会系统模式 | ①赖利夫妇的社会系统模式②马莱茨克的大众传播过程模式 | 知道 |
| 2．传播的功能 |
| （1）四功能说 | 传播功能的范畴、层次和类型 | 知道 |

(三)传播技术的进展

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．从亲身传播到大众传播  |
| （1）复制技术的演进 | 印刷术的发明，代表人物及意义 | 理解 |
| 2．从活字媒介到声像媒介 |
| （1）活字媒介“家族”的成长 | 报纸的特点 | 知道 |
| （2）声像媒介“家族”的兴起 | ①广播的特点②电视的特点及引发的不良现象 | 理解 |
| 3．新媒介与信息化社会 |
| （1）新媒介的种类 | 互联网的优点 | 理解 |
| （2）传播新技术对媒介实践的研究的冲击 | 信源多元化、技术融合化、内容个人化、传受交互化、关系平等化 | 知道 |
| （3）媒介理论 | 麦卡卢汉的媒介理论 | 理解 |

（四）大众传播媒介的自由与责任

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．社会控制的其他理论 |
| （1）“获知权”和“接近权”理论 | 获知权、接近权的含义 | 知道 |
| （2）社会主义国家的大众传播体制理论 | 中国共产党的新闻政策 | 知道 |
| （3）媒介自律 | 新闻专业主义的内涵及特征、新闻专业主义的困境 | 理解 |

（五）传播内容的中介、载体与表达

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．什么是信息 |
| （1）信息的基本性质和传播特征 | 信息的基本性质 | 理解 |
| （2）信息的分类 | 信息的分类 | 知道 |
| 2．什么是符号 |
| （1）符号的定义 | 符号是传播过程中为传达讯息而用以指代某种意义的中介。 | 掌握 |
| 3．语言传播与非语言传播 |
| （1）非语言传播 | 非语言符号的特性 | 理解 |
| 4．大众传播的内容 |
| （1）媒介内容的类型与研究方法 | ①媒介内容的类型②内容分析法与文本结构分析法 | 知道 |
| （2）新闻类型的分析 | 新闻价值的要素 | 掌握 |

（六）大众传播的受众

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．受众概述 |
| （1）传播过程中的受众 | 大众传播的受众的特点 | 知道 |
| （2）受众的选择性心理和行为 | 受众的选择性注意、选择性理解、选择性记忆 |  |
| （3）受众对媒介的使用和满足而 | ①“使用与满足”模式②受众使用媒介的需要的五大类型 | 理解 |
| 2．受众研究的主要成果 |
| （1）受众研究的经典理论 | 个人差异论、社会分类论、社会关系论、文化规范论 | 知道 |
| 3．受众调查 |
| （1）受众调查概述 | 受众调查的内容：受众构成调查、媒介接触行为调查、受众意向调查 | 理解 |

（七）大众传播的效果

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 知识点 | 范围 | 认知 |
| 1．效果概述 |
| （1）传播效果的内涵与层次 | ①传播效果的内涵②传播效果的类型③效果研究的三个发展阶段及代表性理论 | 掌握 |
| 2．“有限效果”理论 |
| （1）信息研究流程 | ①“两级传播”模式、意见领袖②劝服研究：“一面型”和“两面型”、“理智型”和“情感型”、“开头”和“结尾” | 理解 |
| 3．“多元效果”理论 |
| （1）“培养”理论 | “培养”理论的中心内容和模式 | 理解 |
| （2）“知识沟”理论 | “知识沟”理论的含义及模式 | 理解 |

**五、参考教材**

《传播学原理（第二版）》，张国良主编，复旦大学出版社2017年版