

中传媒传播学理论与历史考研专业课复习指南 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/490/2021\\_2022\\_\\_E4\\_B8\\_AD\\_E4\\_BC\\_A0\\_E5\\_AA\\_92\\_E4\\_c67\\_490724.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/490/2021_2022__E4_B8_AD_E4_BC_A0_E5_AA_92_E4_c67_490724.htm) 绪论 第一章 传播学的学术渊源 第一节 渊源回溯 第二节 流派概观 第三节 传播学在中国 第二章 传播学的学科性质与体系 第一节 传播学的学科性质 第二节 传播学的学术体系 第一编 传播本体论 第一章 传播的本质 第一节 传播的概念 第二节 传播的本质 第三节 传播的特点 第二章 人类传播的历史 第一节 人类传播的发展进程 第二节 人类传播的演进与发展规律 第三章 传播的类型 第一节 自我传播 第二节 人际传播 第三节 群体传播 第四节 组织传播 第五节 大众传播 第二编 传播过程论 第四章 传播过程的基本模式 第一节 直线模式(单向模式) 第二节 循环模式(互动模式) 第三节 传播过程及其要素概观 第五章 传者分析 第一节 传播者概述 第二节 大众传播者 第三节 把关理论 第六章 受者分析 第一节 受众的概念 第二节 多重视角的受众观 第三节 受众的选择 第四节 意见领袖 第七章 内容分析 第一节 符号与意义 第二节 语言符号与非语言符号 第八章 媒介分析 第一节 媒介特性与媒介选择 第二节 媒介分析 第九章 反馈 第三编 传播环境论 第十章 传播环境分析 第一节 传播的系统模式 第二节 传播环境 第十一章 大众传播的制度环境 第四编 传播效果论 第十二章 “枪弹论” 第十三章 有限效果论 第一节 “传播流程”研究 第二节 “劝服性传播”研究 第三节 “使用与满足”研究 第十四章 “新效果论”时期 第一节 “议程设置”理论 第二节 涵化理论 第三节 “知识沟”理论 第四节 “沉默的螺旋”理论 第十五章 传播效果研究的反思 第十六章 宣传与

传播技巧研究 第一节 宣传与宣传研究 第二节 宣传与传播的策略 第五编 传播功能论 第十七章 传播的功能 第一节 有关大众传播社会功能的理论学说 第二节 大众传播的正功能分析 第三节 大众传播的负功能审视 第十八章 传播与社会发展 第六编 传播研究方法论 第十九章 传播学研究方法 第一节 定性研究方法 第二节 定量研究方法 100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)