

山东师范大学
硕士研究生入学考试试题

考试科目名称：传媒学理论 (706)

- 注意事项：1. 本试卷共 6 道大题（共计 16 个小题），满分 150 分；
2. 本卷属试题卷，答题另有答题卷，答案一律写在答题卷上，写在该试题卷上或草纸上均无效。要注意试卷清洁，不要在试卷上涂划；
3. 必须用蓝、黑钢笔或圆珠笔答题，其它均无效。
4. 是否允许使用普通计算器 否 。

第一部分 传播学基本理论（90 分）

一、名词解释（4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

- 1、初级群体
- 2、麦克卢汉
- 3、传播制度
- 4、趋同心理

二、简答（4 小题，每小题 12 分，共 48 分）

- 1、受众对传播媒介的监督控制手段主要主要有哪一些？
- 2、以某一媒介机构为例，分析其组织传播活动。
- 3、对受众接受媒介信息的选择行为进行分析。
- 4、简要评析拉斯韦尔的“五 W”传播模式。

三、论述（22 分）

新媒体环境下人际传播的特点及功能。

第二部分 媒介管理（60 分）

一、名词解释（3 小题，每小题 5 分，共 15 分）

- 1、媒介的领导原则
- 2、媒介联合
- 3、媒介管理计划

二、简答题（3 小题，每小题 10 分，共 30 分）

- 1、作为营利产业的媒介，其商品化的过程或营销模式通常有哪三种？
- 2、确定媒介的任务与目标的参考因素有哪些？
- 3、简述现代媒介组织变革趋势。

三、论述题（15 分）

“如果说一般商品主要服务于消费者市场的话，那么信息产品同时服务于两个市场：受众市场、广告主市场。”如何理解“两种产品”的经营理念和处理好两个市场的关系？请结合实际简要论述。