

中国传媒大学博士研究生“申请-考核制”笔试科目

《互联网信息传播理论与实务》考试大纲

一、考试目的及要求

主要考查考生对传播理论、互联网传播相关理论、互联网传播相关实务的理解与掌握水平，以及借助有关传播的多学科交叉理论对互联网传播现象进行理论化思考与分析的能力；考查考生对基于互联网信息实务、理论的认知能力、理解能力和分析能力；考查考生在互联网信息实务的中国应用、模式、发展等方面的知识构成。

二、考试内容

第一部分 传播理论

（一）传播的基础理论

1. 传播及各种传播类型
2. 信息论、控制论、系统论
3. 人类传播史的演进
4. 传播过程模式

（二）传播制度

1. 规范理论
2. 比较传媒体制
3. 媒介专业主义
4. 媒介产业与媒介经济学
5. 传播、管理与治理

（三）传播与文化

1. 符号与传播
2. 大众传播与大众文化
3. 跨文化传播与国际传播

（四）传播媒介

1. 媒介形态与媒介特性
2. 技术决定论
3. 媒介与媒体
4. 媒体融合

5. 人工智能与新媒介

（五）传播与社会

1. 大众传播与大众社会
2. 传播的社会功能
3. 群体传播
4. 理解受众
5. 从受众到用户
6. 传播与社会结构

（六）传播效果理论

1. 有关传播效果的各种理解
2. 枪弹论时期的效果理论
3. 有限效果论时期的效果理论
4. 适度效果论时期的效果理论
5. 强大效果论时期的效果理论
6. 反思传播效果

（七）传播研究

1. 传播学科建构的历史
2. 传播学各理论流派、理论范式
3. 中国本土的传播研究

（八）传播理论前沿

1. 新的人类传播现象
2. 传播研究新趋势

第二部分 互联网相关理论和实务

（一）互联网的发展

1. 互联网在美国及全球的发展史
2. 互联网在中国
3. 互联网的发展阶段
4. 互联网的未来

（二）互联网的传播机制

1. 互联网传播的主体
2. 互联网传播的客体
3. 社交媒体中的群体传播模式

4. 互联网传播的心理学规律

（三）互联网传播的治理

1. 有关互联网传播的政策
2. 互联网传播的监管机构及其监管实践
3. 互联网传播的治理

（四）互联网与政治

1. 作为公共领域的互联网
2. 作为舆论场域的互联网
3. 重大社会突发事件与互联网舆情应对
4. 社交媒体与社会集体行动
5. 互联网传播与跨国政治

（五）互联网传播与经济

1. 实体经济与虚拟经济
2. 共享经济与平台经济
3. 粉丝经济与网红经济

（六）互联网传播与社会

1. 媒介化社会与社会化媒体
2. 数字鸿沟
3. 阶级/阶层与互联网传播
4. 性别与互联网传播
5. 年龄与互联网传播
6. 族群与互联网传播

（七）互联网传播与文化

1. 互联网流行文化
2. 互联网传播与新符号
3. 跨越文化疆界的互联网

（八）互联网传播新趋势与新研究

1. 互联网传播的新趋势
2. 互联网传播的新研究

第三部分 互联网信息实务

（一）互联网的技术构成

1. 数字化与网络化
2. 互联网与物联网
3. 大数据与智能化

(二) 互联网信息实务与社会发展

1. 网络社会的出现
2. 网络文化与虚拟社会
3. 全球数据库

(三) 互联网媒体的发展与分类

1. 网络文学演进与发展
2. 视听新媒体的发展
3. 自媒体的类型与模式

(四) 互联网传播的类型、模式、特点

1. 以计算机为中介的传播
2. 移动传播
3. 智能传播

(五) 基于互联网的内容生产与文化表现

1. 媒体融合的历史演进
2. 全媒体发展与本土特征
3. 互联网文化的知识框架

(六) 互联网信息安全

1. 互联网物理安全
2. 互联网逻辑安全
3. 互联网文化安全

(七) 互联网伦理与素养

1. 网络伦理
2. 网络素养

(八) 互联网法规与监管

1. 互联网法规
2. 网络监管

三、试题类型

简答题和综合论述题等。

四、考试形式及时间

笔试，不需要任何辅助工具。考试时间为三小时。