

中国科学院大学硕士研究生入学考试

《传播学基础》考试大纲

一、考试科目基本要求及适用范围

本《传播学基础》考试大纲适用于中国科学院大学传播学专业的硕士研究生入学考试。

本科目的考试，要求考生了解和理解传播学与大众传播学的基本理论、传播研究的方法和模式、传媒的性质、特点和作用、大众媒介的受众和效果、传播制度与媒介规范理论以及传播研究的历史和主要流派等。要求考生对基本概念和主要理论有较深入的了解和理解；具有综合运用所学知识，进行分析和研究社会中的传播现象的能力。

二、考试形式和试卷结构

考试形式为闭卷笔试，考试时间 180 分钟，总分 150 分。试卷包括术语解释（30 分）、问题简答（70 分）、论述（50 分）三类题型。

三、考试内容与要求

1. 传播学与大众传播的基本理论

了解

- （1）传播、传播学、大众传播的基本概念，传播的类型及其特点；
- （2）代理人及其改变人们对大众传播理解的方式；
- （3）大众传播可能产生的各种类型的效果；
- （4）传播学的研究对象与基本问题、传播学的基础学科（社会科学）；
- （5）传播的四种模式；
- （6）拉斯韦尔模式及其对传播研究的影响，施拉姆、勒温、拉扎斯菲尔德、拉斯韦尔、霍夫兰的主要研究领域以及对传播学做出的贡献；

(7) 人际传播的理论和模式，影响人际传播的因素；

(8) 拉斯韦尔的5W模式。

理解

(9) 大众传播的基本概念及其特点、大众传播的社会功能；

(10) 大众传播理论的变化；

(11) 国际传播与全球传播概念及其研究的主要课题；

(12) 新媒介环境的特点；

(13) 拉扎斯菲尔德和默顿对大众传播负面功能的认识，大众传播的公共性与公益性；

(14) 麦克卢汉关于人类传播发展史的基本观点；

(15) 编码与解码，传播过程中的“噪音”。

2. 传播学研究的科学方法与模式

了解

(16) 归纳和演绎；

(17) 科学调查的目标；

(18) 模式与理论的区别；

(19) 大众传播研究模式的功能与评估。

理解

(20) 几种主要的传播过程模式；

(21) 传播学调查研究的主要方法；

(22) 影响调查研究效度和信度的因素。

3. 传播媒介的性质与作用

了解

(23) 麦克卢汉的媒介理论，“媒介是人的延伸”，冷媒介与热媒介；

(24) 媒介工具和技术的现实社会影响；

(25) 新媒介的发展趋势及其对传统媒介的冲击；

(26) 大众媒介发展的基本历程，印刷媒介与电子媒介的优缺点。

理解

(27) 传播者和大众传媒；

- (28) 大众传媒的组织目标与制约因素;
- (29) 媒介的功能;
- (30) 媒介连锁企业和媒介集团。

4. 大众传播的受众

了解

- (31) 受众、大众和公众;
- (32) 大众社会理论。

理解

- (33) 传播者与受众的互动;
- (34) “使用与满足”研究的发展、评价。

5. 传播效果研究

了解

- (35) 传播效果的概念、类型及研究课题;
- (36) 传播效果研究的理论与实践意义;
- (37) “子弹论”;
- (38) “传播流”研究、有限效果理论;
- (39) 两级传播理论;
- (40) 创新传播的形成和发展;
- (41) 李普曼。

理解

- (42) 适度效果模式、强大效果模式;
- (43) 传播效果的产生过程与制约因素;
- (44) 效果研究的新方向;
- (45) 大众传播效果研究的四个阶段。

6. 大众传播的宏观社会效果

了解

- (46) 议程设置理论的概要和特点、意义和问题, 大众传媒的议程设置作用;

(47) 议程设置研究的新领域、新发展，议程设置理论的一些较早的表述；

(48) 文化指标。

理解

(49) 议程设置的应用；

(50) “沉默的螺旋”理论及大众传媒在其中的作用；

(51) “培养”理论；

(52) “知识沟”理论及学界对该理论的批评，知识沟假说的产生背景和基本含义及其在当今社会的表现，缩小“知识沟”的方式，“上限效果论”的主要观点；

(53) 传播媒介在社会变迁和国家发展过程中的作用；

(54) 电视节目对儿童、青少年行为的影响。

7. 说服理论

了解

(55) 说服及态度的概念，研究传播的说服效果的两大学派；

(56) 耶鲁传播研究计划；

(57) 信息来源的可信度；

(58) 诉诸恐惧，诉诸恐惧的说服可能导致相反的结果，传播消息中与诉诸恐惧不同的方法；

(59) 抵制反宣传。

理解

(60) 预防接种理论；

(61) 说服的技巧；

(62) 说服理论的新模式，新的说服过程模式的弱点。

8. 传播制度与媒介规范理论

了解

(63) 国家和政府对传播制度与媒介的政治控制，控制和影响传媒组织活动的因素；

(64) 利益群体和经济势力对媒介的控制；

(65) 受众对媒介的社会监督控制；

(66) 新媒体环境下传统大众传媒管制模式遭遇的挑战，以及应当遵循的思路；

(67) 媒介组织中的把关现象。

理解

(68) 报业的四种理论，社会责任理论产生的背景以及关注的议题，自由主义理论的主要观点；

(69) 新闻自由委员会；

(70) 媒介与政府的关系的主要类型；

(71) 媒体垄断。

9. 传播学研究史和主要流派

了解

(72) 传播学的起源、形成与发展，传播学在20世纪初的美国兴起的原因；

(73) 信息论和控制论对传播学的贡献。

理解

(74) 传播学的经验学派；

(75) 传播学的批判学派，马克思主义和批判学派对传播学的贡献；

(76) 科学传播的主要模式和阶段。

四、主要参考书目

1. 沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德，《传播理论：起源、方法与应用》（第5版），郭镇之、徐培喜等译，北京：中国传媒大学出版社，2006 年。

2. 丹尼斯·麦奎尔，《麦奎尔大众传播理论》（第六版），徐佳、董璐译，北京：清华大学出版社，2019年。

3. 郭庆光，《传播学教程》（第二版），北京：中国人民大学出版社，2011 年。

编制单位：中国科学院大学

编制日期：2026年6月30日