

# 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（60 分）、论述（60 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、拉斯维尔、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

沃纳·赛佛林、小詹姆斯·坦卡德，《传播理论——起源、方法与应用》，郭镇之、徐培喜等译，北京：中国传媒大学出版社，2006 年；

丹尼斯·麦奎尔，《麦奎尔大众传播理论》，崔保国、李琨译，北京：清华大学出版社，2006 年。

郭庆光，《传播学教程》（第二版），北京：中国人民大学出版社，2011 年。