**2025年硕士研究生入学初试自命题科目考试大纲**

命题学院：新闻传播学院 考试科目名称：新闻与传播专业基础

科目说明：（考试用具要求）无特殊要求

|  |
| --- |
| **一、考试基本要求**  《新闻与传播专业基础（代码440）》（以下简称《专业基础》）考试要力求反映新闻与传播专业硕士专业学位的特点，科学、公平、准确、客观地测评考生在新闻与传播学的基本知识素养，以有利于选拔出具有发展潜力的优秀人才入学，为我国社会主义新闻事业与传媒产业的发展培养具有良好职业道德、法治观念和国际视野、具有较强分析与解决实际问题能力的高层次、应用型、复合型的新闻传播专业人才。  **二、考试内容**  **第一部分 新闻学理论**  **绪论**  1、新闻学  2、新闻学和新闻工作  3、世界各国新闻学主导性理论  4、学习新闻理论的意义  **（一）新闻活动**  1、新闻活动是一种普遍的社会现象  2、新闻活动是人类求生存图发展的需要  3、变动产生新闻，关系决定需要  4、新闻活动的渠道  **（二）新闻**  1、新闻的基本特点  2、两种新闻定义  3、新闻本源  4、新闻要素  5、新闻类别  **（三）真实性是新闻的本质规定**  1、新闻真实性的基本要求  2、真实性是新闻的生命  3、新闻失实的主要表现及性质  4、“后真相时代”与新闻失实  **（四）新闻与信息、宣传、舆论**  1、新闻与信息  2、新闻与宣传  3、新闻与舆论  **（五）新闻事业的产生**  1、中国古代社会的新闻传播工具  2、西方报纸是资本主义商品经济的产物  3、报纸、广播、电视的产生  4、新媒体的产生  **（六）互联网造就传媒业新业态**  1、新媒体持续冲击大众传媒  2、新闻生产：从专业化到社会化  3、新闻接收：从受众到用户  4、新闻机构：从单一媒体到融合媒体  5、新闻体制：从单一国企体制到混合体制，形成三足鼎立  **（七）新闻事业的发展及其基本规律**  1、政治、经济制度决定新闻体制  2、生产力水平决定新闻事业的发展水平  3、传播工具的物理性能决定传播工具的特点  4、受众的多元需要促使媒体多样化  5、反映现实生活的需要决定新闻体裁的多样化  6、新闻教育适应新闻事业而产生、发展  **（八）新闻媒介的性质**  1、新闻媒介的共性、特性、个性  2、新闻媒体的双重属性  3、新闻媒体产品的商品性  4、中国新闻事业的基本性质和特点  **（九）新闻事业的功能与效果**  1、新闻事业的一般功能  2、新闻媒介的正效应与负效应  3、新闻媒介的功能定位  4、新闻媒介的传播效果  5、我国新闻媒体的作用和任务  6、建设新型主流媒体  **（十）党性原则是中国新闻事业的基本制度**  1、党性原则——马克思主义新闻思想的精髓  2、党性原则是中国新闻事业的一项基本制度  3、坚持党性原则的极端重要性  **（十一）舆论引导与舆论监督**  1、舆论监督与舆论引导相辅相成  2、舆论引导  3、舆论监督  4、舆论新格局  **（十二）大众传媒与社会**  1、大众传媒与社会系统  2、大众传媒与政治  3、大众传媒与经济  4、大众传媒与文化  5、大众传媒与国际关系  **（十三）新闻自由和社会控制**  1、新闻自由的含义  2、新闻自由是伟大的口号  3、新闻自由属于人民  4、新闻法规  **（十四）新闻媒介的运行体系与管理模式**  1、世界新闻媒介的三大运行体系  2、国家对媒介的管理  3、新闻媒介的内部管理和运行  4、中央厨房的新闻生产模式  **（十五）传媒业经营**  1、传媒业经营的基本原则  2、传媒业经营的基本目标  3、传媒业经营的基本路径  4、互联网宣告精准营销的来临  **（十六）新闻媒介的受众**  1、受众是谁  2、受众是新闻媒介的参与者  3、受众的特点  4、受众的细分  5、新闻媒介的受众定位  6、受众的权利  7、受众和媒体认知  8、受众地位的新变化  **（十七）新闻生产和新闻选择**  1、决定新闻生产的因素  2、新闻生产的场域  3、新闻选择和新闻选择的标准  4、新闻选择的具体运用  **（十八）新闻报道的基本原则、专业要求和基本体裁**  1、新闻报道的基本原则  2、新闻报道的专业要求  3、新闻报道的构成  4、传统媒体的新闻体裁  5、新媒体的新闻制作  **（十九）新闻工作者的修养**  1、新闻专业理念  2、新闻工作者的职业道德  3、中国新闻工作者的基本素养  **（二十）中国的新闻改革**  1、40年四次跨越  2、新闻改革的基本特点  3、学科建设：从“小新闻”走向“大传播”  4、中国新闻传媒业的新生态、新业态  **第二部分 传播学理论**  **（一）传播学的研究对象与基本问题**  1、从传播的定义看传播学的研究对象  2、传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学  3、精神交往理论与马克思主义传播观  **（二）人类传播活动的历史与发展**  1、从动物传播到人类传播  2、人类传播的发展进程  3、信息社会与信息传播  **（三） 人类传播的符号与意义**  1、符号在人类传播中的作用  2、人类传播中的意义交流  3、 象征性社会互动  **（四）人类传播的过程与系统结构**  1、传播的基本过程  2、社会传播的系统结构  **（五）人内传播与人际传播**  1、人内传播  2、人际传播  **（六）群体传播与组织传播**  1、群体传播  2、组织传播  **（七）大众传播**  1、大众传播的定义、特点与社会功能  2、大众传播的产生与发展过程  3、大众传播的社会影响  **（八） 传播制度与媒介规范理论**  1、传播制度与媒介控制  2、关于传播制度的几种规范理论  **（九）传播媒介的性质与作用**  1、作为工具和技术手段的传播媒介  2、作为社会组织的大众传媒  **（十）大众传播的受众**  1、“大众”与大众社会理论  2、几种主要的受众观  3、 “使用与满足”——一种受众行为理论  **（十一） 传播效果研究**  1、传播效果研究的领域与课题  2、传播产果研究的历史与发展  3、传播效果的产生过程与制约因素  **（十二）大众传播的宏观社会效果**  1、 大众传播与环境认知——“议程设置功能”理论  2、大众传播、社会心理与舆论——“沉默的螺旋”理论  3、大众传播的潜移默化效果——“培养”理论  4、大众传播与信息社会中的阶层分化——“知沟”理论  **（十三）国际传播与全球传播**  1、 从国际传播到全球传播  2、关于世界信息传播程序的争论  3、 国际传播与全球传播研究的若干重要课题  **（十四）传播学研究史和主要学派**  1、传播学的起源、形成与发展  2、传播学的主要学派  **（十五）传播学调查研究方法**  1、 传播学与调查研究  2、抽样调查法  3、内容分析法  4、控制实验法  **第三部分 广告学概论**  **（一） 广告概论**  1、广告的概念  2、广告的分类  3、广告学的研究对象及研究方法  4、 广告环境  **（二）广告的起源与发展**  1、广告的起源——古代广告  2、 世界近现代广告的发展  3、中国近现代广告的发展  **（三）广告学与其他相关学科**  1、广告学与市场营销学  2、广告学与心理学  3、广告学与社会学  **（四） 现代广告业**  1、现代广告业的性质与任务  2、广告在现代社会中的功能与作用  3、现代广告对社会的影响  **（五）广告基本原理**  1、广告学的基础原理  2、广告定位理论  3、USP理论与整合营销传播  4、4P组合与4C组合  5、5W理论与广告传播  6、6W+6O理论与消费者行为研究  7、认知理论与广告心理研究  **（六）广告运作规律**  1、广告活动的一般规律  2、广告公司的运作规律  3、广告策划的主要内容和程序  **（七） 广告主体**  1、广告组织  2、广告代理制度  3、中国广告人才的教育和培养  **（八）广告信息**  1、广告信息的构成与传播  2、广告主题  3、广告创意  4、广告创意实施  **（九）广告媒体**  1、广告媒体概述  2、媒体计划  **（十）广告客体**  1、广告客体概述  2、广告与消费者行为  3、广告与网络时代的受众行为  **（十一）广告效果的测定**  1、广告效果概述  2、广告效果测定的基本方法  3、网络广告效果的测定  **（十二） 广告管理**  1、广告管理概述  2、广告管理的内容  3、广告传播的社会责任  **（十三） 国际广告及海外广告业**  1、国际广告的特点与意义  2、国际广告策略  3、海外广告业及其法规管理  4、国际广告的发展趋势   1. **考试基本题型和分值**   （一）试卷成绩及考试时间：本试卷满分为150分，考试时间为180分钟。  （二）答题方式：闭卷、笔试。  （三）试卷题型结构  主要题型包括1.简答题；2.材料分析题；3.论述题等。  （四）考查内容分值分布：新闻学理论、传播学理论共约110分，广告学概论约40分。 |