**首都经济贸易大学新闻与传播专业硕士研究生入学考试**

**新闻与传播专业基础考试大纲**

**第一部分 考试说明**

1. **考试目的**

《新闻与传播专业基础》是招收新闻与传播硕士（MJC）专业学位研究生入学考试的科目之一。考试力求突出新闻与传播专业的学科特色和专业知识，测试考生是否具备新闻传播学学科的基本素质和综合能力，以选拔并培养具有较强媒介素养的应用型、创新型及复合型专业人才。

**二、考试范围**

**（一）传播学基础**

**1、传播学基础知识**

（1）传播学的研究对象与基本问题

（2）传播学研究史与主要流派

**2、信息、符号与传播模式**

（1）人类传播的符号与意义

（2）人类传播模式

（3）人内传播与人际传播

（4）群体传播与组织传播

**3、大众传播与受众**

（1）大众传播

（1）大众传播的受众

**4、媒介技术与传播效果**

（1）媒介技术与媒介组织

（2）传播效果研究

**5、新媒体与智能传播**

（1）新媒体传播

（2）网络社会与用户行为

（3）智能传播

**（二）新闻学基础**

1．新闻学的内容、发展脉络以及世界各国的主导性理论

2.新闻活动的由来、目的、渠道

3．新闻的基本特点、定义、本源、要素和类别

4．新闻真实性

5．新闻与信息、宣传、舆论

6．新闻事业的产生

7．互联网造就传媒业新业态

8．新闻事业的发展及其基本规律

9．新闻媒介的性质

10．新闻事业的功能与效果

11．党性原则是中国新闻事业的基本制度

12.舆论引导与舆论监督

13.大众传媒与社会

14.新闻自由和社会控制

15.新闻媒介的运行体系与管理模式

16.传媒业经营

17.新闻媒介的受众

18.新闻生产和新闻选择

19.新闻报道的基本原则、专业要求和基本体裁

20.新闻工作者的修养

21.中国的新闻改革

**三、考试基本要求**

本科目考试内容包括传播学基础理论、基本范畴、传播效果、新媒体前沿、智能传播等。测试考生对传播学专业所涉及的基本概念、经典理论和前沿知识的掌握情况，以及运用理论分析并解决问题的能力。

**四、考试形式与试卷结构**

（一）答卷方式：闭卷，笔试

（二）答题时间：180分钟

（三）题型及分值：

1、名词解释（5道题目，共25分）

2、简答（4道题目，共60分）

3、论述题（2道题目，共40分）

4、材料分析题（1道题目，共25分）

**五、参考书目**

1、《传播学教程》（第二版）（重点书目），郭庆光著，中国人民大学出版社，2011年；

2、《新媒体用户研究》（辅助书目），彭兰著，中国人民大学出版社，2020年。

3、《新闻学概论》（第七版），李良荣著，复旦大学出版社，2021年。

**六、需说明的问题**

新闻与传播专业基础考试内容中基础部分考查比例占50%，理论运用综合考查比例占40%，创新能力考查比例占10%。

**第二部分 考试内容**

**一、传播学基础**

1、传播学的研究对象与基本问题

知识点：传播学中“传播”的定义和特点；社会信息系统的特点；“信息”的意义以及信息论和系统论对传播学的影响；传播障碍与传播隔阂；物质交往与精神交往。

2、传播学研究史与主要流派

知识点：传播学兴起的时间和原因；传播学的四大奠基人及其主要贡献；传播学之父施拉姆的主要贡献；经验学派的基本方法及其局限；批判学派的由来及其立场；法兰克福学派代表人物及其思想；传播政治经济学代表人物及其思想；文化研究学派代表人物及其思想；葛兰西意识形态霸权理论；我国传播学研究的历史和现状。

3、人类传播的符号与意义

知识点：掌握符号、象征符、信号、意义、能指、所指等基本概念；符号的分类和功能；符号的意义的分类；共同的意义空间；米德的象征性互动理论。

4、人类传播模式

知识点：掌握传播者、讯息、信息、媒介、反馈、模式、噪音、冗余等基本概念。重点把握拉斯维尔5W模式、香农－韦弗模式、奥斯古德模式-施拉姆模式、施拉姆大众传播过程模式、德弗勒模式、莱利夫妇模式、马莱茨克模式的内涵；掌握传播模式的具体分类；认识传统的传播模式理论的意义及其局限。

5、人内传播与人际传播

知识点：人内传播的定义和特点；基模理论；米德的“主我和客我”理论；布鲁默的“自我互动理论”；“约哈里之窗”理论；库利的“镜中我”理论；人际传播的基本动机和社会功能。

6、群体传播与组织传播

知识点：掌握群体传播、组织传播、基本群体、参考群体、偶然群体、群体规范、群体压力、群体动力论、集合行为、组织内传播、组织外传播等概念；群体的特征和社会功能；群体规范的形成和传播作用；群体压力和趋同心理；流言传播的基本机制；组织内传播的过程与机制。

7、大众传播

知识点：大众传播的定义、特点；大众传播的社会功能：拉斯韦尔的“三功能说” 和赖特的“四功能说”； 负面功能“麻醉功能”的提出及其意义；李普曼的拟态环境观点；大众传播社会影响的两种观点。

8、大众传播的受众

知识点：掌握大众、受众、分众、从众等概念；受众即市场理论；使用与满足理论的内容及其评价。

9、媒介技术与媒介组织

知识点：技术与社会的关系；麦克卢汉的媒介理论：“媒介即讯息”，“媒介——人的延伸” ，“冷媒介”与“热媒介”，“地球村”； 媒介依赖症：“电视人”、“容器人”、“网络成瘾症”；把关人理论。

10、传播效果研究

知识点：掌握强效果、有限效果、适度效果、劝服传播、政治既有倾向假说、意见领袖、二级传播、休眠效果、警钟效果、一面提示与两面提示等概念内涵与应用。重点把握“议程设置功能”理论、“沉默的螺旋”理论、“培养”理论、“知沟”理论、新闻框架理论、第三人效果理论 。

11、新媒体传播

知识点：新媒体传播的概念、特征；新媒体发展的三条线索；社会化媒体的概念及内涵；后真相与回音室效应；新媒体与网络经济模式：共享经济、社群经济、场景经济。

12、网络社会与用户行为

知识点：网络社会的内涵及特征；社会网络的概念及属性；网络社会与个体化节点；新媒体用户的特征及表现；新媒体用户的媒介化生存；数据素养

13、智能传播

知识点：智能传播的概念及内涵；人工智能的概念及应用；智能时代的关系：人与人的关系、人与媒介的关系、人机关系；智能时代的数字化生存。

**二、新闻学基础**

1、绪论

知识点：新闻学的内容构成；新闻学的发展历史；新闻学和新闻工作的区别与联系；世界各国新闻学主导性理论。

2、新闻活动

知识点：人类从事新闻活动的目的；新闻活动的渠道。

3、新闻

知识点：新闻的基本特点；新闻定义；新闻本源；新闻要素；新闻的常见类别。

4、真实性是新闻的本质规定

知识点：真实性与客观性、真实与现实、真实与真相之间的辩证关系；新闻失实的主要表现；新闻失实的两种性质；后真相时代新闻失实的特点与趋势；新媒体环境下假新闻、假事件的特点。

第4章 新闻与信息、宣传、舆论

知识点：信息对新闻工作的要求；新闻与宣传的区别；新闻媒介与舆论导向的关联。

5、新闻事业的产生

知识点：古代新闻传播活动的特点；西方报纸产生的社会背景；以报纸、广播、电视为代表的大众传媒的发展历程；新媒体的发展历程及形态特征。

6、互联网造就传媒业新业态

知识点：新媒体对大众传媒的冲击；新闻生产模式与理念的变革；从受众到用户的转变；媒体融合的表现、障碍及发展趋势；新闻体制的格局变化。

7、新闻事业的发展及其基本规律

知识点：新闻媒介所有制性质；不同国家新闻媒介的基本特点；报纸、广播、电视、互联网的特点；哈瓦斯社、新华社、CNN；报纸的类别；新闻的常见文体；国内外新闻教育的代表性机构。

8、新闻媒介的性质

知识点：新闻媒介的共性、特性、个性；新闻媒体的双重属性；新闻媒体产品的商品性；中国新闻事业的基本性质和特点。

9、新闻事业的功能与效果

知识点：新闻事业的一般功能；新闻媒介的正负效应；新闻媒介的功能定位；新闻建构理论；我国新闻媒体的作用和任务；建设新型主流媒体的综合指标，新型主流媒体的基本特征、基本目标和最低要求。

10、党性原则是中国新闻事业的基本制度

知识点：党报党性原则的由来与发展；党性原则是我国新闻事业的一项基本制度，贯彻党性原则需要处理好四个方面的关系；坚持党性原则的极端重要性。

11、舆论引导与舆论监督

知识点：舆论监督与舆论引导的概念、二者的联系；重视舆论引导的意义；新闻媒介开展舆论监督的作用、性质、特点、原则；媒体审判；两个舆论场；网络舆论的发展、演变。

12、大众传媒与社会

知识点：大众传媒与社会系统；大众传媒对政治、经济、文化、国际关系之间的作用、影响；文化帝国主义。

13、新闻自由和社会控制

知识点：新闻自由的含义；争取出版自由斗争的发展阶段；新闻自由权的归属；新闻媒介社会控制的四种途径；世界各国新闻法规的三种形式；常见的新闻法规。

14、新闻媒介的运行体系与管理模式

知识点：世界新闻媒介的三大运行体系；国家对传媒业管理的三个层面；新闻媒介的内部管理模式；“中央厨房”的概念、类型及新闻生产模式。

15、传媒业经营

知识点：传媒业经营的基本原则；传媒业经营的基本目标；传媒业经营的基本路径；精准营销、长尾理论。

16、新闻媒介的受众

知识点：不同媒介的受众观；受众对新闻媒介的影响；新闻媒介的受众特征；当代中国受众的群体信息需求变化；受众的常规细分类别；确立核心受众定位的四个要素；受众享有的权利；受众应具备的媒体认知；受众地位的新变化。

17、新闻生产和新闻选择

知识点：决定新闻生产的六要素；影响媒体日常新闻生产的三组关系；新闻选择的四项主要标准；新闻价值的构成要素；新闻选择的过程及常见误区。

18、新闻报道的基本原则、专业要求和基本体裁

知识点：新闻报道的基本原则；新闻报道的专业要求；报道、分析、判断三个概念的区别；新媒体新闻的基本特征；新媒体新闻的常见体裁。

19、新闻工作者的修养

知识点：新闻专业理念；新闻职业道德包括的四个基本方面；中国新闻工作者的基本素养。

20、中国的新闻改革

知识点：中国新闻改革四十年的四次跨越；新闻改革的基本特点；中国新闻传播学学科建设历程；“小新闻”走向“大传播”的含义；中国新闻传媒业的新生态、新业态的基本表现。

**第三部分 题型示例**

1. **名词解释:**

**“5W”模式**

**答：**美国拉斯韦尔提出的由谁（who）、说什么（says what）、

通过什么渠道（by which channel）、对谁说（to whom）、有何效果（what effects）组成的传播模式。拉斯韦尔模式是一种线性模式，没有考虑到反馈等问题，但奠定了传播学研究的五个领域。

**二、简答题：**

**试述传播学经验学派（empirical school）的主要特点及缺陷。**

特点：（1）在方法论上采取经验主义立场，主要采用量化和实证方法来考察传播现象。（2）在研究目的上持实用主义态度，焦点集中于考察微观、个人层面的传播过程，尤以传播的说服效果为核心领域。（3）在社会观上坚持多元主义观点，否认资本主义社会的阶级支配关系，强调社会是一个由多元利益相互竞争、相互制衡的共同体。

缺点：（1）经验量化不适合于所有的社会现象。（2）依赖的技术程序本身存在问题。（3）研究材料为个人或小群体层面上的经验材料。

**三、论述题**

**结合新冠疫情的时代背景，谈谈你对移动互联网时代社交媒体“谣言”的理解。**

（1）新冠疫情期间，人们在线上线下的聚集属于非常态的群体行为，即突发重大事件下的集合行为，在这个过程中，信息的形态及表达都有着特殊的传播机制。集合行为中的信息流，主要信息即流言。

（2）美国心理学家奥尔波特指出，流言是一种通常以口头形式在人们中间流传，涉及人们信念而目前没有可靠证明标准的一种特殊的陈述或话题。流言总是以“传播真相”的形式出现，目的是让人们相信所传播的言论是“事实”； 流言传播的渠道主要是人际的口头传播。

（3）在移动互联时代，社交媒体取代了口头传播，成为人们社会交往的主要平台，也因此成为了流言的重灾区，如微信朋友圈。此外，新冠疫情期间流言之所以迅速扩散且造成恶劣影响，也与流言发生和传播的条件有关。

（4）毫无疑问，新冠疫情与我们每个人都息息相关，因此具有极强的关联度，也自然会引起广泛的密切的关注。其次，由于疫情的发展及变化难以预测，尤其在初期，这种不确定性带来了极大的焦虑和恐慌，也从而引起了各类网络流言的出现。特别是对于一些自身不安感程度较高的个体来说，他们更倾向于传播流言，进而加剧了网络流言的传播及扩散，可能导致不同程度的消极影响。

结合实际情况略。

**四、材料分析题**

**材料：据中国互联网络信息中心（CNNIC）第49次《中国互联网络发展状况统计报告》显示：截至 2021年12月，我国网民规模达10.32亿，其中短视频用户规模达9.34亿，较2020年12月增长6080万，占网民整体的90.5%；QuestMobile 2021中国移动互联网年度大报告也指出，截至2020年12月，短视频用户规模依旧不断扩大，且月度人均时长同比增长了近40%。**

**根据上述材料，结合传播学知识，分析短视频的发展现状、存在的问题及其影响。**

（1）随着媒介技术的更新迭代，WiFi和移动设备快速普及，在线视频消费成为大多数人日常生活的重要组成部分。短视频平台已经成为移动互联网时代用户表达交流的重要平台，对用户的生活方式、互动模式及价值观念有着深刻影响。

（2）在短视频传播模式中，视频博主扮演了“意见领袖”的角色，对用户的日常生活、社会交往乃至消费行为产生重要影响。

（3）意见领袖理论内涵及在短视频传播中的体现和发展。

结合实际情况略。