

首都经济贸易大学 2027 年硕士研究生招生考试

《新闻与传播专业基础》初试大纲

科目代码: 440

说明:

1. 本科目考试时不得使用计算器。
2. 请考生随时关注我校研究生院网站招生动态栏目(网址 <https://yjs.cueb.edu.cn/zsks/zsdt/index.htm>), 如有大纲更新或变动, 均以官方网站的最近通知为准。

第一部分 考试说明

一、 考试目的

新闻与传播专业基础是招收新闻与传播专业硕士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

(2) 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: (仅供参考, 实际考试可能有所出入)
 - 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》（第八版），李良荣著，复旦大学出版社，2023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、奥古斯特模式-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；新闻制作的变化；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；国内外新闻教育的发展历史和代表性机构。

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 and 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；党的重要新闻宣传方针政策；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；新闻价值的构成要素；新闻价值与新闻的价值的区别；新闻选择的判断力。

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：百年党史上的四次新闻改革；技术驱动下的中国传媒业改革；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

考生请注意：题型示例仅供参考，每类题型仅提供1道例题，实际考试试题数

量与本部分不一定相同。

一、 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

结合突发重大事件相关理论, 谈谈你对移动互联网时代社交媒体“谣言”的理解。

(1) 人们在突发重大事件下的集合行为，如线上线下的聚集属于非常态的群体行为。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，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) 首先，重大突发事件与相关群体具有极强的关联度，也自然会引来广泛的密切的关注。其次，由于某些重大突发事件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，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。