**2022年硕士研究生入学初试自命题科目考试大纲**

命题学院（盖章）： 新闻传播学院

考试科目名称： 440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****(一)绪论**　　1、新闻学的形成与发展　　(1)世界新闻学的形成与发展　　(2)中国新闻学的形成与发展　　(3)马克思主义新闻学的形成与发展　　(4)中国特色社会主义新闻理论是马克思主义新闻观的最新成果　　2、新闻学的概念、内容及地位　　(1)新闻学的研究对象及研究内容　　(2)新闻理论的研究对象　**(二)新闻**　　1、新闻的起源与本源　　2、新闻的定义及其基本特征　　3、新闻与其他意识形态的异同　　(1)新闻与信息　　(2)新闻与舆论　　(3)新闻与宣传　　(4)新闻与历史　**(三)新闻传播**　　1、新闻传播的基本要素　　2、新闻传播的基本流程　　3、新闻传播的基本规律　　**(四)新闻价值与新闻选择**　　1、新闻价值　　(1)新闻价值理论的产生及其社会背景　　(2)新闻价值的定义及其构成要素　　(3)新闻价值取向的影响因素　　(4)坚持正确的新闻价值取向　　2、新闻选择的标准　　(1)新闻价值标准　　(2)新闻宣传政策选择　　(3)新闻伦理及法规选择　**(五)新闻真实性原则**　　1、新闻真实性原则的内涵　　2、新闻真实性原则的要求　　3、新闻失实的产生原因　　4、防治新闻失实，提高媒体公信力　　**(六)新闻专业主义理念及客观与公正原则**　　1、新闻专业主义理念及其要求　　2、客观报道原则的内涵及要求　　3、公正报道原则的内涵及要求　　4、坚持客观公正与立场倾向的统一　　**(七)新闻出版自由与媒体的社会责任**　　1、新闻出版自由　　(1)“新闻自由”口号的由来　　(2)新闻出版自由的具体性和相对性　　(3)资本主义新闻出版自由的实质　　(4)我国社会主义新闻出版自由的性质和特点　　(5)马克思主义新闻自由观　　2、媒体的社会责任　　(1)“社会责任理论”的产生及其社会背景　　(2)“社会责任理论”的贡献及局限性　　(3)媒体社会责任的内涵及要求　　(4)“公共新闻学”的产生及内涵　　3、坚持新闻出版自由与媒体社会责任的协调统一　　**(八)新闻舆论监督**　　1、新闻舆论监督的内涵　　2、开展新闻舆论监督的基本原则　　3、开展新闻舆论监督与“以正面宣传为主”原则的协调统一　**(九)社会主义新闻工作的党性原则和基本方针**　　1、党性原则是社会主义新闻工作的根本原则　　(1)社会主义新闻工作党性原则的产生与发展　　(2)社会主义新闻工作党性原则的基本要求　　2、坚持为人民服务、为社会主义服务、为党和国家工作大局服务的“三为”方针　　(1)坚持为人民服务的根本立场　　(2)坚持为社会主义服务的政治方向　　(3)不断提高为党和国家工作大局服务的自觉意识　　3、坚持贴近实际、贴近群众、贴近生活的“三贴近”原则　　(1)“三贴近”原则的内涵　　(2)“三贴近”原则的基本要求　　4、坚持新闻舆论正确导向、提高新闻宣传效果　　(1)坚持新闻舆论正确导向的基本要求(2)提高新闻宣传效果的基本要求 **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。 |