2022年硕士研究生入学考试自命题考试大纲

**考试科目名称**:F207新闻传播综合（学硕和专硕通用）

**一、考核目标**

（一）考查考生综合运用新闻传播学相关知识解释和分析问题的能力。

**二、试卷结构**

（一）考试时间：120分钟，满分：100分

（二）题型结构

论述题：4小题，每小题25分，共100分

**三、 答题方式**

答题方式为闭卷 笔试

**四、考试内容**

**（一）新闻理论25%（25分）**

**[1] 新闻本源**

**考试内容：**

新闻的本源；新闻的定义和基本特征。

**考试要求：**

理解并掌握新闻的本源、定义和基本特征。

**[2] 新闻真实**

**考试内容：**

新闻工作中怎样坚持真实性原则。

**考试要求：**

掌握怎样在新闻工作中坚持真实性原则。

**[3] 新闻价值**

**考试内容：**

新闻价值的价值取向。

**考试要求：**

理解并掌握影响新闻价值取向的因素。

**[4] 新闻舆论导向**

**考试内容：**

怎样坚持正确的舆论导向；提高舆论引导能力。

**考试要求：**

（1）理解并掌握如何坚持正确的舆论导向。

（2）理解并掌握新形势下舆论引导的新特点及舆论引导能力的提高。

**[5] 新闻舆论监督**

**考试内容：**

新闻舆论监督的原则与方法。

**考试要求：**

理解并掌握新闻舆论监督的原则与方法。

**[6] 新闻出版自由**

**考试内容：**

新闻出版自由的具体性和相对性；两种社会制度下的新闻出版自由。

**考试要求：**

（1）理解新闻出版自由的具体性和相对性。

（2）理解并掌握资本主义新闻出版自由的实质。

（3）理解并掌握我国社会主义新闻出版自由的性质和特点。

**[7] 新闻法治**

**考试内容：**

新闻传播活动主体的权利与义务；依法规范新闻传播行为等。

**考试要求：**

（1）理解并掌握公民、新闻媒体、新闻工作者从事新闻传播活动的权利与义务。

（2）理解并掌握如何依法规范新闻传播行为。

**[8] 新闻事业管理**

**考试内容：**

 体制机制及管理特点。

**考试要求：**

理解并掌握我国新闻事业管理的体制机制及管理特点。

1. **传播理论25%（25分）**

**[1]人类传播的符号和意义**

**考试内容：**

象征性社会互动与传播；象征性文化与现代社会。

**考试要求：**

（1）了解象征性社会互动与传播的关系。

（2）理解象征性文化与现代社会的关系。

**[2]人内传播、人际传播与大众传播**

**考试内容：**

拟态环境的内涵；“信息环境的环境化”现象；后真相时代的大众传播基本状况；场景传播的内涵与特征。

**考试要求：**

（1）理解拟态环境的内涵。

（2）理解大众传播的负功能。

（3）理解现代社会中“信息环境的环境化”现象。

（4）了解后真相时代的大众传播基本状况。

（5）了解场景传播的内涵与特征。

**[3]社会转型与受众变迁**

**考试内容：**

“受众即市场”观点；“使用与满足”理论；受众的媒介接触动机；选择性接触假说。

**考试要求：**

（1）理解“受众即市场”观点的内涵及其评价。

（2）把握“使用与满足”理论的内涵及其评价。

（3）理解受众的媒介接触动机。

（4）理解选择性接触假说。

**[4]传播效果研究**

**考试内容：**

“子弹论”的传播效果观及其评价；议程设置理论；培养理论；沉默的螺旋理论；知识沟（信息沟）理论；上限效果理论；新闻框架。

**考试要求：**

（1）“子弹论”的传播效果观及其评价。

（2）理解议程设置理论的基本内容与主要特点。

（3）理解培养理论的主要观点。

（4）理解沉默的螺旋理论的基本内容与主要特点。

（5）理解知识沟（信息沟）理论的基本内容与主要特点。

（6）理解上限效果理论的基本观点。

（7）理解新闻框架的主要观点。

 **[5]媒介技术与媒介组织**

**考试内容：**

把关人理论；麦克卢汉媒介理论的评价；技术对媒介发展的影响。

**考试要求：**

（1）掌握“把关人”理论。

（2）理解并评析麦克卢汉的媒介理论。

（3）理解技术对媒介发展的影响。

**[6]传播制度与媒介规范理论**

**考试内容：**

自由主义理论的内涵；社会责任论的内涵；民主参与论的内涵；传播制度的内涵；媒介控制的内涵；报刊的四种理论。

**考试要求：**

（1）了解自由主义理论的内涵、产生背景与评价。

（2）理解社会责任论的内涵、原则及其意义。

（3）理解民主参与论的内涵。

（4）传播制度的内涵；媒介控制的内涵。

（5）扼要评述报刊的四种理论。

**[7]传播学研究主要流派**

**考试内容：**

批判学派；经验学派；法兰克福学派。

**考试要求：**

（1）理解传播学的早期学术思想源流。

（2）理解传播学批判学派与经验学派的区别。

**（三）广告学25% （25分）**

**[1]广告发展演变的历史**

**考试内容：**

推动广告历史发展的基本要素，广告发展的规律。

**考试要求：**

（1）论述广告发展的历史动因。

（2）论述广告发展的基本规律。

**[2]广告的功能与价值**

**考试内容：**

广告文化价值及其社会责任。

**考试要求：**

（1）理解广告的文化属性及广告对社会文化的影响。

（2）论述广告的社会责任。

**[3]广告与品牌传播**

**考试内容：**

广告与消费者认知，广告与品牌形象。

**考试要求：**

（1）理解品牌认知与心理占位的意义。

（2）论述品牌形象的传播步骤和方法。

**[4] 广告策略**

**考试内容：**

定位策略，诉求策略，传播策略。

**考试要求：**

（1）理解诉求策略和传播策略。

（2）论述定位观念。

**[5]广告效果**

**考试内容：**

广告效果观念，广告效果的评估类型和方法。

**考试要求：**

（1）理解广告效果的评估类型和方法。

（2）论述不同时代的广告效果观。

**（四）传媒经济25%（25分）**

**[1]传媒经济研究的关键概念和基本理论**

**考试内容：**

传媒经济的内涵、主要传媒经济理论、传媒经济中的关键概念。

**考试要求：**

（1）了解传媒经济的不同活动层次及其影响因素，理解产业组织理论、企业理论、相对常数理论、生态位理论、注意力经济理论等传媒经济理论。

（2）了解供给与需求、价格、长尾效应、配置、欲望、效用、价值等概念，了解需求价格弹性和需求交叉弹性对价格的影响。

（3）理解横向一体化与纵向一体化、竞争与集中的概念，了解市场竞争度的常见测量手段。

**[2]传媒市场及其结构**

**考试内容：**

传媒市场类型和特性、传媒市场结构的概念和特点、传媒产业链、新型传媒市场。

**考试要求：**

（1）了解传媒市场类型，掌握传媒市场的“双重”产品市场特性。

（2）理解混合型市场结构的特点和传媒产业链的概念。

（3）理解与传媒产业交叉重叠的搜索、社交网站、用户自创内容、智能手机等新型市场的特点。

**[3]传媒企业平台化经营**

**考试内容：**媒体向多平台经营实体的转变及受众变化、多平台传媒企业的经营策略及商业模式。

**考试要求：**

（1）理解媒体向多平台经营实体的转变及其对多平台的运用，理解多平台环境下的受众变化。

（2）掌握多平台传媒企业的经营策略及其商业模式。

（3）了解具有代表性的平台型传媒企业的内容发布机制及商业模式。

**[4]科技与传媒经济**

**考试内容：**

科技发展对传媒产业的影响、传媒技术创新带来的问题及其解决路径。

**考试要求：**

（1）了解科技发展对传媒产业的影响；

（2）理解传媒技术创新中的技术升级成本问题、知识产权问题以及相关的社会问题，如数字鸿沟、社会孤立、健康问题等，能够提出数字鸿沟问题的解决路径。

**[5]全球化与传媒经济**

**考试内容：**

驱动传媒产业全球化的因素、全球化战略理论、跨国传媒集团的全球化战略。

**考试要求：**

（1）理解传媒产业全球化的驱动因素，了解传媒产业全球化的现状，掌握四阶段全球化战略理论.

（2）理解跨国传媒集团的全球化战略。

**[6]管制与传媒经济**

**考试内容：**

管制系统的构成、传媒管制措施。

**考试要求：**

（1）了解管制系统的基本构成，理解司法系统、管制机构、自我管理与行业协会、民间协会与评论家等如何影响传媒管制。

（2）掌握内容管制、所有权和传媒控制、广告规制、知识产权保护、互联网中立性等传媒管制及政策。

**[7]社会影响与传媒经济**

**考试内容：**

传媒消费的影响因素、传媒产业中的免费问题。

**考试要求：**

（1）理解性别、生命周期及种族如何影响消费者的传媒消费；

（2）掌握消费者配置概念及消费者在传媒上的时间配置与资金配置；

（3）理解传媒产业中的免费问题。

1. **主要参考书目**
2. 《新闻学概论》编写组：《新闻学概论》，高等教育出版社，2009年。
3. 郭庆光：《传播学教程》（第二版），中国人民大学出版社，2011年。
4. 《广告学概论》编写组：《广告学概论》，高等教育出版社，2018年。

[4][美]艾伦·B.艾尔巴兰 (Alan B.Albarran),兰培译：《传媒经济》，东北财经大学出版社，2016年。