**海南师范大学全国硕士研究生招生自命题考试大纲**

考试科目代码：[440] 考试科目名称：新闻与传播专业基础

﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡﹡

一、考试形式与试卷结构

（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

答题方式为闭卷、笔试。

（三）试卷结构

名词解释题；简答题；分析题；论述题等

二、考试目标：

1.掌握新闻与传播专业的基本概念和基础知识，包括新闻学、新闻史、传播学以及新媒体概论等学科基础课程。

2.理解新闻传播学的基本理论和基本方法。

3.运用新闻传播学的基本理论和方法来分析和解释传播和社会中的现实问题。

三、考试范围：

（一）新闻学概论

1.新闻本源

新闻的本源是事实。

新闻的定义及其基本特征。

2.新闻真实

在新闻工作中坚持真实性原则。

新闻真实是新闻媒体公信力的前提。

3.新闻价值

新闻价值的内涵。

新闻价值取向。

4.新闻事业

新闻事业的性质和功能。

中国社会主义新闻事业的性质与任务。

5.新闻工作的党性原则和基本方针

新闻工作的党性原则。

为党和国家工作大局服务。

坚持贴近实际、贴近生活、贴近群众。

团结稳定鼓劲，正面宣传为主。

6.新闻宣传

新闻宣传的内涵、特点及其作用。

我国新闻宣传的基本理念。

新闻宣传要善于谋求动机与效果的统一。

7.新闻舆论导向

新闻舆论的内涵和特征。

坚持正确的舆论导向。

提高舆论引导能力。

8.新闻舆论监督

新闻舆论监督的含义、功能和作用。

新闻舆论监督的主体、客体和任务。

新闻舆论监督的原则与方法。

新闻舆论监督的社会责任。

9.新闻出版自由。

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。

10.新闻法治

新闻法治的内涵。

新闻传播主体的权利与义务。

依法规范新闻传播行为。

加强中国特色社会主义新闻法治建设。

11.新闻事业管理

新闻事业管理的内涵及其意义。

我国新闻事业管理的基本原则和主要内容。

我国新闻事业管理的体制机制及其管理特点。

12.新闻队伍建设

加强新闻队伍建设的重要性。

加强新闻队伍的思想政治素质建设。

加强新闻队伍的职业道德素质建设。

加强新闻队伍的业务素质建设。

（二）中国新闻事业发展史

1.外报在华的产生与发展

《察世俗每月统记传》概况。

外报在华的垄断及其对中国社会的影响。

2.国人办报活动及其民族报业的勃兴

第一次国人办报高潮的特点、代表报刊及其重要意义。

第二次国人办报高潮的三大基地、代表报刊及其特点。

3.民族报业职业化走向

民族报业职业化走向。

民族报业职业化表现。

4.报业在新文化运动中的发展与无产阶级报业的兴起

新文化运动的兴起及其代表人物。

《新青年》与《每周评论》等报刊概况。

无产阶级新闻事业诞生的标志及其表现。

邵飘萍的新闻经历及其贡献。

5.中国共产党新闻事业的发展、成熟与全面胜利。

红中社、《红色中华》等的基本情况。

革命根据地新闻事业的特点。

《新华日报》、《解放日报》的基本概况。

反“客里空”运动。

党的城市工作方针的提出。

6.新闻统制下民营新闻事业的艰难发展

国统区民营新闻事业的代表性报刊《申报》、《大公报》、“世界报刊”系列的基本概况。

国统区抗日救亡运动中的代表性新闻记者范长江和邹韬奋的经历和贡献。

“拒检运动”和“第三条道路”的基本情况。

7.社会主义新闻事业的建立

建国初社会主义新闻体制与方针的确立。

建国后我国新闻报道业务的建设情况。

1956年社会主义新闻工作改革及其历史意义。

8.社会主义新闻事业的曲折发展

我国新闻事业的超前发展与全面调整。

1956年以后新闻工作在挫折中改进的基本情况。

9.改革开放与社会主义新闻事业的日趋繁荣

新闻事业的拨乱反正与真理标准讨论。

中国特色社会主义新闻观的形成。

我国新闻体制改革的情况。

（三）传播学

1.传播学的对象和基本问题

传播的定义和特点。

社会传播的系统性。

精神交往理论与马克思主义传播观。

2.人类传播的历史与发展

人类传播的发展进程。

信息社会与信息传播

3.人类传播的符号和意义

符号的定义，信号与象征符，符号的基本功能。

符号意义的分类，符号意义的暧昧性，传播过程中的意义。

象征性社会互动与传播，象征性文化与现代社会。

4.人类传播的过程与系统结构

传播过程的构成要素，几种主要的传播过程模式，传播过程的特点。

系统模式下的社会传播结构，社会传播的总过程理论。

5.人内传播与人际传播

作为社会心理过程的人内传播，个人信息处理的基模理论。

人际传播的特点和社会功能，人际传播与自我表达。

6.群体传播、集合行为、组织传播

群体的概念及其类型，群体的社会功能和意义。

群体传播与群体意识，群体规范在群体传播中的作用，群体压力与趋同心理。

集合行为中的特殊传播机制，流言传播与集合行为中的信息流。

组织内传播的过程与机制，组织外传播及其形态。

7.大众传播

大众传播的定义、特点与社会功能。

大众传播的产生与发展过程。

大众传播的社会影响。

8.媒介技术与媒介组织

麦克卢汉的媒介理论，媒介工具和技术的现实社会影响。

当代新媒介技术发展趋势及社会意义。

媒介组织的性质和社会作用。

9.传播制度与媒介规范理论

传播制度与媒介控制。

关于传播制度的几种规范理论。

10.社会转型与受众变迁

“大众”与大众社会理论。

几种主要的受众观。

“使用与满足”——一种受众行为理论，对“使用与满足”研究的评价。

11.传播效果研究

传播效果研究的历史与发展，传播效果的产生过程与制约因素。

12.几种主要的大众传播效果理论

大众传播与环境认知：议程设置功能理论。

大众传播、社会心理与舆论：沉默的螺旋理论。

大众传播的潜移默化效果：培养理论。

大众传播与现实“建构”：新闻框架与框架效果。

大众传播与信息社会中的阶层分化：从“知沟”到“数字鸿沟”。

“第三人效果”：对大众传播影响力的一种认知倾向。

13.国际传播与全球传播

关于世界信息传播秩序的争论。

国际传播与全球传播研究的若干重要课题。

14.传播学研究史和主要学派

传播学的起源、形成与发展。

传播学的经验学派与批判学派。

（四）新媒体概论

1.新媒体理论基础

新媒体的基本问题，新媒体给传媒业带来的冲击。

2.新媒体研究的理论模型

新媒体给新闻传播理论带来的影响，新媒体研究的理论模型。

3．新媒体用户特征研究

新媒体时代的受众理论：从受众到用户。

网民的基本特征分析：由精英走向大众化。

网民的心理和行为特征分析

4．新媒体的类型

网络人际传播，网络群体传播与网络组织传播，网络大众传播

5.Web1.0时代新媒体的主要形态

搜索引擎、门户网站、电子商务网站

6.博客、微信、社交网站、视频网站

博客的特点。

微博与微信的比较。

社交网站的概念、特点及其发展，社交网站对社会的影响。

视频网站的概念、特点及发展历史，视频网站对传播行业的影响。

7.新媒体的宏观管理

新媒体带来的负效应，新媒体的管理对策。

发达国家对互联网的管理。

8.新媒体舆论成为社会舆论的主体

新媒体舆论的特点

新媒体舆论研究的蝴蝶效应模型，新媒体舆论的生命周期理论模型。

微博舆论分析，网络论坛舆论与微博舆论的比较。

9.新媒体舆情的应对策略

新媒体舆论的管理，新媒体舆情的应对原则。

网络舆论发展的新特点及对策

10.网络谣言及其管理

谣言的演变，新媒体条件下谣言的传播与消解模型

11.新媒体的微观经营

网络广告、电子商务模式、收费服务模式

新媒体行业的马太效应

12.新媒体中的著作权保护

新媒体中著作权保护面临的问题，新媒体著作权的法律保护。

“避风港”原则和“红旗”原则。

新媒体著作权的技术保护

13.手机媒体

手机媒体的诞生与发展，手机媒体与新闻传播。

新一代移动通信技术与大国博弈。

14新技术与新媒体的未来

人工智能会取代记者吗？

新闻推荐算法。

四、主要参考书目

1. 《新闻学概论》编写组：《新闻学概论》，马工程重点教材，高等教育出版社，人民教育出版社，2009年9月第一版。

2. 黄瑚著：《中国新闻事业发展史》，“十一五”国家规划教材，复旦大学出版社，2019年3月第二版。

3.郭庆光著：《传播学教程》，中国人民大学出版社2011年第二版。

4.匡文波著：《新媒体概论》，中国人民大学出版社2019年第三版。