

鞍山师范学院2027年全国硕士研究生

招生考试自命题考试大纲

科目代码: 440

科目名称: 新闻与传播专业基础

I 考试性质

《新闻与传播专业基础》（以下简称《专业基础》）是新闻与传播硕士（MJC）专业学位研究生入学考试的初试科目之一。本考试大纲的制定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、规范地测评考生在新闻传播领域的基本史论知识和业务理解能力，以有利于选拔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媒介产业的发展培养具有良好职业道德、法制观念和国际视野、具有较强分析与解决问题能力的高层次、应用型、复合型的新闻传播专业人才。

II 考查目标

《专业基础》考试涵盖新闻学概论、传播学概论两门基础课程，要求考生系统掌握新闻传播专业的基础知识、基本概念、基础理论和基本方法，并能运用相关理论和方法分析、解决新闻事业与媒介产业发展的实际问题。

III 考试形式

一、试卷满分及考试时间

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、试卷题型结构

（一）命题依据与原则

考试题型基于新闻与传播硕士专业学位高层次、应用型、融合型的人才培养定位予以设置，兼顾基础性、综合性、应用性和创新性。主要考查考生新闻传播基础知识掌握程度，运用新闻传播理论对传媒发展现象进行解释的能力，尤其是对当前新闻传播领域中新现象、新问题作出理论解读的能力。

（二）题型与分值分布

名词解释题：共4题，每题10分，共40分

简答题：共3题，每题10分，共30分

论述题：共2题，每题30分，共60分

材料分析题：共1题，共20分

IV 考查内容

第一部分 新闻学基础

（一）新闻本源

第一节 新闻的起源和定义

1. 新闻的起源
2. 新闻的定义

第二节 新闻的本源是事实

1. 新闻内容以事实为依据
2. 新闻事实是经过选择的事实

第三节 新闻的基本特征

1. 真实准确
2. 内容新鲜
3. 报道及时
4. 传播公开

（二）新闻真实

第一节 真实是新闻的生命

1. 新闻真实的定义
2. 真实是新闻存在的根本条件
3. 真实是新闻报道的基本要求

第二节 新闻真实是新闻媒体获得公信力的前提

1. 人民群众的信任是新闻媒体生存和发展的基础
2. 新闻真实是评价新闻媒体公信力的首要标准

第三节 在新闻工作中坚持真实性原则

1. 对事实的报道必须准确无误
2. 对事实的报道必须全面客观公正
3. 坚持新闻报道客观真实和主观认知的统一
4. 从总体上、本质上和发展趋势上反映事实

第四节 杜绝虚假新闻

1. 虚假新闻违背新闻真实性原则
2. 虚假新闻的类型
3. 坚决杜绝虚假新闻

（三）新闻价值

第一节 新闻价值的内涵

1. 新闻价值的定义
2. 新闻价值的一般要素
3. 新闻价值的客观性

第二节 新闻价值实现的过程

1. 新闻价值的发现
2. 新闻价值的呈现
3. 新闻价值的检验

第三节 新闻价值取向

1. 影响新闻价值取向的因素
2. 坚持正确的新闻价值取向

（四）新闻事业

第一节 新闻事业的产生和发展

1. 商品经济的发展催生近代新闻事业
2. 社会生产力和科技文化的进步决定新闻事业发展水平
3. 社会和政治需要决定新闻事业的基本属性

第二节 新闻事业的性质和功能

1. 新闻事业的性质

2. 新闻事业的基本功能
3. 中国社会主义新闻事业的性质与任务

第三节 新闻事业管理

1. 新闻事业管理的内涵与通行做法
2. 我国新闻事业管理的基本原则和主要内容
3. 我国新闻事业管理的体制与机制

（五）新闻宣传

第一节 新闻宣传的内涵和特点

1. 宣传的定义与目标
2. 新闻宣传的基本特点
3. 新闻宣传的主要任务

第二节 新闻宣传的理念和内容

1. 贯彻党和国家的路线方针政策
2. 动员和组织群众
3. 重大主题、重大活动宣传和重大突发公共事件报道
4. 典型宣传
5. 新闻发布与信息公开

第三节 新闻宣传效果和检验标准

1. 新闻宣传与文风
2. 新闻宣传效果的检验标准

第四节 国际传播能力建设

1. 国际传播能力建设的任务和要求
2. 讲好中国故事
3. 构建融通中外的话语体系

（六）新闻舆论

第一节 新闻舆论的内涵与特征156

1. 新闻舆论的内涵
2. 新闻舆论的产生条件和形成过程
3. 新闻舆论的基本特征

第二节 新闻舆论导向的基本要求

1. 坚持正确舆论导向的重要性
2. 政治方向是新闻舆论导向的核心
3. 坚持正确舆论导向的基本目标

第三节 新闻舆论引导的原则与方法

1. 新时代舆论引导的新要求
2. 新闻舆论引导的时度效原则
3. 社会热点的舆论引导
4. 突发公共事件的舆论引导

第四节 新闻舆论监督的含义与特点

1. 新闻舆论监督的含义
2. 新闻舆论监督的主体与客体
3. 新闻舆论监督的特点

第五节 新闻舆论监督的原则与方式

1. 依法监督
2. 准确监督
3. 科学监督
4. 建设性监督

（七）新闻出版自由

第一节 新闻出版自由的内涵及其历史发展

1. 新闻出版自由的内涵
2. 新闻出版自由的发展过程

第二节 新闻出版自由的具体性和相对性

1. 新闻出版自由的具体性
2. 新闻出版自由的相对性

第三节 不同社会制度下的新闻出版自由

1. 资本主义新闻出版自由的实质
2. 社会主义新闻出版自由的性质和特点
3. 社会主义新闻出版自由的发展和完善

第二部分 传播学基础

（一）人类传播的过程与系统结构

第一节 传播的基本过程

1. 传播过程的构成要素
2. 几种主要的传播过程模式
3. 传播过程的特点

第二节 社会传播的系统结构

1. 传播过程研究与传播系统研究
2. 系统模式下的社会传播结构
3. 社会传播的总过程理论

(二) 人内传播与人际传播

第一节 人内传播

1. 人内传播的过程与结构
2. 作为能动的意识和思维活动的人内传播
3. 作为社会心理过程的人内传播
4. 个人信息处理的基模理论

第二节 人际传播

1. 人际传播的动机
2. 人际传播的特点和社会功能
3. 人际传播与自我表达

(三) 大众传播

第一节 大众传播的定义、特点与社会功能

1. 大众传播的定义
2. 大众传播的特点
3. 大众传播的社会功能

第二节 大众传播的产生与发展过程

1. 大众报刊与大众传播
2. 电报、电影、广播与大众传播
3. 电视媒介与当代大众传播
4. 互联网与大众传播的新革命

第三节 大众传播的社会影响

1. 大众媒介与现代人的生活

2. 关于大众传播社会影响的两种观点
3. 大众传播、信息环境与人的行为

（四）传播制度与媒介规范理论

第一节 传播制度与媒介控制

1. 国家和政府的政治控制
2. 利益群体和经济势力的控制
3. 广大受众的社会监督控制

第二节 关于传播制度的几种规范理论

1. 极权主义制度下的媒介规范理论
2. 资本主义制度下的媒介规范理论
3. 社会主义制度下的媒介规范理论
4. 发展中国家的传播制度和媒介规范理论

（五）社会转型与受众变迁

第一节 “大众”与大众社会理论

1. “大众”的概念
2. 大众社会理论的形成和变化
3. 大众社会理论与传播学研究

第二节 几种主要的受众观

1. 作为社会群体成员的受众
2. 作为“市场”的受众
3. 作为权利主体的受众

第三节 分众理论及其研究

1. 分众的概念、社会观和理论依托
2. 媒介发展的分众化趋势
3. 有关分众需求的实证研究

第四节 “使用与满足”——一种受众行为理论

1. 受众的传媒接触动机和使用形态
2. 传媒接触的社会条件因素
3. 对“使用与满足”研究的评价

（六）传播效果研究

第一节 传播效果研究的领域与课题

1. 传播效果的概念含义
2. 传播效果的类型及研究课题
3. 传播效果研究的理论与实践意义

第二节 传播效果研究的历史与发展

1. 早期的“子弹论”或“皮下注射论”
2. “传播流”研究与“有限效果论”
3. 20世纪70年代以后的宏观效果理论

第三节 传播效果的产生过程与制约因素

1. 传播主体与传播效果
2. 传播技巧与传播效果
3. 传播对象与传播效果

（七）几种主要的大众传播效果理论

第一节 大众传播与环境认知——“议程设置功能”理论

1. “议程设置功能”理论的概要及特点
2. 对“议程设置功能”理论的研究
3. “议程设置功能”理论的意义、问题和网络传播环境的挑战

第二节 大众传播、社会心理与舆论——“沉默的螺旋”理论

1. “沉默的螺旋”理论的概要
2. “沉默的螺旋”理论的特点
3. 对“沉默的螺旋”理论的研究与评价

第三节 大众传播的潜移默化效果——“培养”理论

1. “培养”理论的起源和背景
2. “培养”理论关于社会与传播的基本观点
3. “培养”理论的外围

第四节 大众传播与现实“建构”——新闻框架与框架效果

1. 框架与媒介框架、新闻框架
2. 关于新闻框架的实证研究
3. 框架效果与受众框架

第五节 大众传播与信息社会中的阶层分化——“数字鸿沟”

1. “知沟”理论产生的背景
2. “知沟”理论及其反命题
3. 从“知沟”到“数字鸿沟”——“知沟”理论的应用研究及其意义

第六节 “第三人效果”——对大众传播影响力的一种认知倾向

1. “第三人效果”的概念及其理论缘起
2. 对“第三人效果”的理论与实证研究
3. “第三人效果”理论的意义和理解时应注意的问题

（八）传播学调查研究方法

第一节 传播学与调查研究

1. 传播学调查研究的类型
2. 调查研究的基本过程

第二节 抽样调查法

1. 几种主要的随机抽样技术
2. 问卷设计

第三节 内容分析法

1. 内容分析的定义和特点
2. 内容分析的课题和用途
3. 内容分析的程序和技术

第四节 控制实验法

1. 控制实验法的用途
2. 控制实验的基本程序与技术

V 参考书目

1. 《新闻学概论》编写组，《新闻学概论》（第二版），高等教育出版社 人民出版社，2020.
2. 郭庆光，《传播学教程》（第二版），中国人民大学出版社，2011.