

# 北京信息科技大学

## 2020 年硕士研究生招生考试大纲

考试科目名称：《新闻与传播专业基础》 考试科目代码：440

### 一、考试性质

《新闻与传播专业基础》是北京信息科技大学新闻与传播硕士（MJC）专业学位研究生入学统一考试自主命题的科目之一。《新闻与传播专业基础》考试旨在反映新闻与传播硕士专业学位的特点，选拔具有发展潜力的优秀人才入学，培养具有良好职业道德、法制观念和国际视野、全新互联网思维以及具有较强分析实际问题能力的数字传播和舆情分析与研判领域的高层次、应用型、复合型专门人才。

考试对象为报考我校新闻与传播硕士专业学位研究生入学考试的准考考生。

### 二、考试目标

《新闻与传播专业基础》考试是为招收新闻与传播专业学位研究生而设置的具有选拔性质的考试科目。其目的是科学、公平、准确、规范地测评考生是否具备攻读新闻与传播专业学位研究生所必须的基础知识、基本概念、基础理论、基本技能和基本素质。

### 三、考察学科范围

新闻学、传播学

### 四、推荐书目

考试科目	参考书名	出版社	作者
新闻与传播专业基础	新闻学概论	高等教育出版社	《马克思主义理论研究和建设工程重点教材：新闻学概论》编写组
	传播学概论	高等教育出版社	胡正荣主编

#### （一）《新闻学概论》

本书坚持以马克思主义为指导，立足于中国特色社会主义实际，全面阐述了新闻学的基本概念和基本理论，是“马克思主义理论研究和建设工程重点教材”之一。全书除“绪论”外，共分 12 章内容，充分体现了马克思主义中国化的最新成果，体现了中国特色社会主义的

丰富实践，体现了马克思主义新闻理论研究的最新进展。体现出鲜明的中国特色、中国风格和中国气派。对帮助学生树立马克思主义新闻观有着极其重要的意义。可作为高等学校新闻学专业教材，也可供新闻从业人员学习使用。

## （二）《传播学概论》

《传播学概论/全媒体时代新闻传播学系列教材》是在国家精品资源共享课“传播学概论”的基础上，由胡正荣教授领衔、中国传媒大学国家传播创新研究中心团队合作完成的教材。本书作者团队同时也是相关精品资源共享课的授课团队和国家优秀教学团队。

作者团队在认同“传播学应该如何讲授”的框架基础之上，对各个部分的内容进行了拓展和创新，让本书的特点和优点显而易见：首先，本书作者们有各自擅长的研究领域，教学风格也丰富多样，依照本教材完整的逻辑框架，展现了各自在教学和研究工作中的特长。其次，本书有大量生动鲜活的案例（包括音频、视频）和新的数据，内容不仅覆盖传播学的经典理论，还包括对媒介产业前沿动态的介绍和解读。第三，本书与国家精品资源共享课的音频、视频资料实现了无缝对接，不但丰富了文字的表达形式，还拓展了教材的延展性，方便读者理解。

本书既可作为高校新闻学、传播学、广告学、广播电视学、编辑出版、广播电视编导、网络与新媒体、汉语言文学、社会学、管理学等专业教材，也可作相关专业的自学考试和考研用书，还可作为传播学普及性读物，供广大读者学习阅读。

## 五、考试形式和试卷结构

### （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）试卷内容与题型结构

试卷内容按照大纲内容编制。题型包括名词解释、简答题、论述题、材料分析题、材料写作题。

## 六、大纲内容

### 第一部分：新闻理论

#### （一）绪论

1. 新闻学的形成与发展
2. 新闻学的概念、内容及地位

## **(二) 新闻**

## **(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
2. 新闻选择的标准

## **(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
2. 媒体的社会责任
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
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
3. 坚持贴近实际、贴近群众、贴近生活的“三贴近”原则
4. 坚持新闻舆论正确导向、提高新闻宣传效果

## **第二部分：传播理论**

### **(一) 传播学史**

1. 传播学的诞生
2. 传播学的先驱者

### **(二) 传播**

1. 什么是传播
2. 传播演进的历史阶段
3. 传播演进的历史规律

### **(三) 传播的材料**

1. 信息
2. 符号

### **(四) 传播类型**

1. 类型思维与传播类型的划分
2. 自我传播
3. 人际传播
4. 群体传播
5. 组织传播
6. 大众传播

### **(五) 传播过程**

1. 理解传播过程的本体
2. 线性传播模式
3. 控制论传播模式
4. 系统传播模式

#### **(六) 传播者**

1. 传播者与把关
2. 媒介专业主义
3. 媒介制度

#### **(七) 传播内容**

1. 传播内容概述
2. 大众传播内容的类型与趋势
3. 理解大众文化
4. 文本分析法

#### **(八) 传播媒介**

1. 理解大众媒介
2. 大众媒介的本体特征
3. 媒介环境学派
4. 媒介机构和媒介产业

#### **(九) 受众**

1. 理解受众
2. 受众的行为
3. 研究受众

#### **(十) 传播效果**

1. 传播效果的认识历程
2. 宣传研究和宣传教育

3. 两级传播与创新扩散
4. 议程设置
5. 知识沟
6. 涵化理论
7. 沉默的螺旋
8. 第三者效果
9. 对传播效果的整合认识