

渤海大学

2021 年硕士研究生入学考试自命题科目考试大纲

科目代码：622

科目名称：新闻传播理论

考纲说明：攻读新闻学、传播学硕士学位入学考试新闻传播理论科目考试内容包括新闻学理论、传播学理论两门基础课程，要求考生系统掌握新闻学、传播学学科的基本知识、基础理论和基本方法，并能运用相关理论和方法分析、解决新闻传播的实际问题。

新闻学理论

考查目标

1. 系统掌握新闻学原理的基础知识、基本概念、基本理论。
2. 掌握新闻工作的基本原则、方法和一般规律。
3. 能运用新闻学的基本理论来分析和解决新闻传播的实际问题。

考查范围

绪论

第一节 新闻学的形成与发展

一、世界新闻学的形成

二、中国新闻学的形成和发展

第二节 新闻学研究的内容和方法

一、新闻学研究的内容

二、新闻学研究的方法

第一章 什么是新闻

第一节 新闻的起源与本源

一、新闻起源于人类的信息需求

二、新闻的本源是事实

第二节 新闻的定义

一、“新闻”一词的含义

二、新闻的定义

第三节 新闻的基本特性

一、真实性

二、新鲜性

三、及时性

四、公开性

第二章 新闻的基本属性

第一节 新闻的信息属性

一、信息的含义及功能

二、信息与新闻的关系

三、认识新闻信息属性的意义

第二节 新闻的舆论属性

一、舆论的含义及功能

二、舆论与新闻的关系

三、认识新闻舆论属性的意义

第三节 新闻的宣传属性

一、宣传的含义及功能

二、宣传与新闻的关系

三、认识新闻宣传属性的意义

第三章 新闻的选择标准

第一节 新闻选择的主体及过程

一、新闻选择的主体

二、新闻选择的过程

三、新闻选择标准的构成

第二节 新闻价值选择标准

一、新闻价值选择的依据

二、新闻价值选择的要求

第三节 新闻政策选择标准

一、新闻政策选择的依据

二、新闻政策选择的要求

第四章 新闻业的产生与发展

第一节 世界新闻业的发展历程及现状

一、大众化报刊的兴起

二、无产阶级报刊的产生

三、资本主义报业垄断化的出现

四、多媒体融合并存传播局面的形成

五、世界新闻业未来竞争的态势及特点

第二节 中国新闻业的发展历程及现状

一、新中国新闻业的起步与发展

二、改革开放新时期中国新闻业的飞跃发展

三、全球化竞争中中国新闻业的创新与发展

第三节 新闻业产生与发展的基本规律

一、人类的信息交流与传播活动是新闻业产生的渊源

二、资本主义商品经济的发展导致了近代新闻业的产生

三、物质生产、科学技术和文化教育的进步决定着新闻业的发展水平

四、社会和阶级的需要推动着新闻业的发展

第五章 新闻业的性质与功能

第一节 新闻业的性质

一、新闻业是一定社会的经济基础通过新闻手段的反映

二、新闻业是适应和满足人们信息与新闻需要的社会文化事业

三、新闻业是一定阶级传播新闻、引导舆论、服务社会的舆论工具

四、新闻业是信息与文化产业的重要组成部分

五、新闻业性质的完整表述与全面理解

第二节 新闻业的功能

- 一、传播信息，报道新闻
- 二、反映舆论，引导舆论
- 三、服务受众，服务社会

第三节 社会主义新闻业的性质和任务

- 一、社会主义新闻业是党领导的社会主义事业的一部分
- 二、社会主义新闻业是党、政府和人民的耳目喉舌
- 三、社会主义新闻业是社会主义经济、政治、文化、社会和生态文明建设的有力工具

第六章 新闻工作的真实性原则

第一节 新闻真实的意义

- 一、真实是新闻存在的基本条件和特有优势
- 二、真实性是新闻传媒普遍提倡和遵循的原则
- 三、坚持新闻的真实性是无产阶级新闻事业的优良传统

第二节 新闻真实性原则的内涵及要求

- 一、新闻真实性原则的内涵与本质
- 二、新闻真实性原则的要求

第三节 防治虚假报道，维护新闻真实

- 一、虚假报道的表现形式
- 二、虚假报道产生的原因
- 三、防治虚假报道的办法

第七章 新闻工作的客观与公正报道原则

第一节 客观报道原则的内涵及要求

- 一、客观报道原则提出的背景
- 二、客观报道原则的内涵及优势
- 三、客观报道原则的要求
- 四、正确认识客观报道原则

第二节 公正报道原则的内涵及要求

- 一、公正报道原则提出的依据

二、公正报道原则的内涵

三、公正报道原则的要求

第三节 坚持新闻报道客观公正与立场倾向的统一

一、正确认识新闻报道客观公正与立场倾向的关系

二、实现新闻报道客观公正与立场倾向的统一

第八章 新闻工作的新闻自由与社会责任原则

第一节 新闻自由原则的内涵及要求

一、新闻自由原则的产生

二、新闻自由原则的内涵

三、两种不同的新闻自由观

第二节 社会责任原则的内涵及要求

一、社会责任原则的产生

二、社会责任原则的内涵及要求

三、社会责任原则实现的条件

第三节 坚持新闻自由与社会责任的统一

一、正确认识新闻自由与社会责任的辩证关系

二、实现新闻自由与社会责任的统一

第九章 新闻工作的道德规范与法治规范原则

第一节 新闻工作的道德规范原则

一、新闻工作道德规范原则的形成

二、新闻工作道德规范原则的内涵

三、新闻工作道德规范原则的要求

第二节 新闻工作的法治规范原则

一、新闻工作法治规范原则的形成

二、新闻工作法治规范原则的依据

三、新闻工作法治规范原则的内涵及要求

第十章 社会主义新闻工作的党性原则

第一节 社会主义新闻工作党性原则的由来及发展

一、无产阶级新闻工作党性原则的提出

二、新闻工作党性原则在中国的丰富和发展

第二节 社会主义新闻工作党性原则的基本内涵

- 一、思想上以马克思主义为指导思想，自觉坚持实事求是的思想路线
- 二、政治上坚持同党中央保持一致，正确宣传党的纲领路线和方针政策
- 三、组织上自觉接受党的领导，严格遵守党的组织原则和宣传纪律

第三节 社会主义新闻工作党性原则的基本要求

- 一、坚持革命性与科学性的统一
- 二、坚持对党负责与对人民负责的统一
- 三、坚持组织性、纪律性与积极性、主动性和创造性的统一
- 四、坚持维护传统与不断创新统一

第十一章 社会主义新闻工作的“三贴近”原则

第一节 社会主义新闻工作“三贴近”原则的由来及历史传统

- 一、社会主义新闻工作“三贴近”原则的由来及历史传统
- 二、社会主义新闻工作“三贴近”原则的内涵及实践意义
- 三、社会主义新闻工作“三贴近”原则的基本要求

第十二章 社会主义新闻工作的舆论导向原则

第一节 社会主义新闻工作舆论导向原则的由来依据及传统经验

- 一、舆论导向原则的由来及依据
- 二、社会主义新闻工作舆论导向原则的由来及依据
- 三、社会主义新闻工作坚持舆论原则的传统与经验

第二节 社会主义新闻工作舆论导向原则的内涵及意义

- 一、社会主义新闻工作舆论导向原则的内涵
- 二、坚持社会主义新闻工作舆论导向原则的意义

第三节 社会主义新闻工作坚持舆论导向原则的基本要求

- 一、围绕党和政府工作中心，把握舆论引导正确方向
- 二、弘扬主旋律，让主流舆论发挥主导作用
- 三、掌握舆论生成规律，有效化解舆论危机
- 四、整合媒介资源，形成舆论引导整体优势
- 五、掌握引导技巧，提高引导水平

第十三章 社会主义新闻工作的舆论监督原则

第一节 社会主义新闻工作舆论监督原则的由来及历史传统

- 一、社会主义新闻工作舆论监督原则的由来
- 二、社会主义新闻工作开展舆论监督的历史传统
- 三、我国新闻工作舆论监督的现状与问题

第二节 社会主义新闻工作舆论监督原则的内涵及实践意义

- 一、社会主义新闻工作舆论监督原则的内涵及作用
- 二、社会主义新闻工作舆论监督原则的实践意义

第三节 社会主义新闻工作舆论监督原则的基本要求

- 一、以高度负责的精神牢牢把握舆论监督的正确方向
- 二、确保所用事实材料真实客观，准确无误
- 三、坚持以法律为准绳，以政策为依据
- 四、讲求效果，把握好舆论监督的“度”
- 五、善始善终，努力促成问题的合理解决
- 六、坚持真理，修正错误，不断提高舆论监督的能力和水平
- 七、坚持正面宣传与舆论监督的统一
- 八、坚持在党的领导下搞好舆论监督工作

第十四章 新闻受众的地位和作用

第一节 认识受众的地位和作用

- 一、受众在传播过程中的地位
- 二、受众在传播过程中的作用

第二节 开展受众调查与研究

- 一、受众调查与研究的依据及意义
- 二、受众调查与研究的内容和方法

第三节 接受受众批评与监督

- 一、接受受众批评与监督的依据及意义
- 二、接受受众批评与监督的要求

第十五章 服务受众 引导受众

第一节 满足受众兴趣与需要

一、受众兴趣与需要理论的形成

二、受众兴趣与需要原则的要求

第二节 正确引导受众

一、正确认识满足受众兴趣与需要同正确引导受众的关系

二、正确引导受众的原则和方法

第三节 坚持依靠受众

一、坚持依靠受众的依据及意义

二、坚持依靠受众的目标及要求

第十六章 新闻从业者的职业特征与职业修养

第一节 新闻从业者的职业特征与素质要求

一、新闻职业的含义

二、新闻职业的基本特征

三、新闻从业者的素质要求

第二节 新闻从业者的职业修养

一、政治与思想修养

二、法治观念与职业道德修养

三、业务能力修养

传播学理论

考查目标

1. 系统掌握传播学原理的基础知识、基本概念、基本理论。
2. 掌握传播活动的基本原则、方法和一般规律。
3. 能运用传播学的基本理论来分析和解决传播中的实际问题。

考查范围

第一章 传播学的对象和基本问题

第一节 从传播的定义看传播的研究对象

一、如何把握传播的概念

二、传播与信息

三、传播的定义和特点

第二节 传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学

一、社会传播的系统性

二、社会信息系统的特点

三、社会信息系统的运行与社会发展

第三节 精神交往理论与马克思主义传播观

一、在人类交往活动的大系统中把握传播

二、从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播

三、学习传播学，为国家建设和社会发展服务

第二章 人类传播的历史与发展

第一节 从动物传播到人类传播

一、动物社会的传播现象

二、动物传播的局限性

三、劳动创造了人类的语言

四、人类语言的能动性和创造性

第二节 人类传播的发展进程

一、口语传播时代

二、文字传播时代

三、印刷传播时代

四、电子传播时代

第三节 信息社会与信息传播

一、传播媒介的进化与社会发展

二、信息爆炸与信息社会

三、高度信息化社会的到来

第三章 人类传播的符号和意义

第一节 符号在人类传播中的作用

- 一、符号的定义
- 二、信号与象征符
- 三、语言符号与非语言符号
- 四、符号的基本功能

第二节 人类传播中的意义交流

- 一、什么是意义
- 二、符号意义的分类
- 三、符号意义的暧昧性
- 四、传播过程中的意义

第三节 象征性社会互动

- 一、人类的象征行为
- 二、象征性社会互动与传播
- 三、象征性文化与现代社会

第四章 人类传播的过程与系统结构

第一节 传播的基本过程

- 一、传播过程中的构成要素
- 二、几种主要的传播过程模式
- 三、传播过程的特点

第二节 社会传播的系统结构

- 一、传播过程研究与传播系统研究
- 二、系统模式下的社会传播结构
- 三、社会传播的总过程理论

第五章 人内传播与人际传播

第一节 人内传播

- 一、人内传播的过程与结构
- 二、作为能动的意识和思维活动的人内传播
- 三、作为社会心理过程的人内传播

第二节 人际传播

一、人际传播的动机

二、人际传播的特点和社会功能

三、人际传播与自我表达

第六章 群体传播、集合行为、组织传播

第一节 群体传播

一、群体的概念及其类型

二、群体的社会功能和意义

三、群体传播与群体意识

四、群体规范在群体传播中的作用

五、群体压力与趋同心理

第二节 集合行为及其传播机制

一、集合行为的定义和发生条件

二、集合行为中的特殊传播机制

三、流言传播与集合行为中的“信息流”

第三节 组织传播

一、组织与组织传播

二、组织内传播的过程与机制

三、组织外传播及其形态

第七章 大众传播

第一节 大众传播的定义、特点和社会功能

一、大众传播的定义

二、大众传播的特点

三、大众传播的社会功能

第二节 大众传播的产生与发展过程

一、大众报刊与大众传播

二、电报、电影、广播与大众传播

三、电视媒介与当代大众传播

四、互联网与大众传播的新革命

第三节 大众传播的社会影响

- 一、大众媒介与现代人的生活
- 二、关于大众传播社会影响的两种观点
- 三、大众传播、信息环境与人的行为
- 第八章 媒介技术与媒介组织
- 第一节 媒介技术与社会发展
- 一、技术的定义与本质
- 二、麦克卢汉的媒介理论
- 三、媒介工具和技术的现实社会影响
- 四、当代新媒介技术发展趋势及社会意义
- 第二节 媒介组织的性质和社会作用
- 一、传播者与大众传媒
- 二、大众传媒的组织目标与制约因素
- 三、传媒组织在信息生产过程中的作用
- 第九章 传播制度与媒介规范理论
- 第一节 传播制度与媒介控制
- 一、国家和政府的政治控制
- 二、利益群体和经济势力的控制
- 三、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
- 一、极权主义制度下的媒介规范理论
- 二、资本主义制度下的媒介规范理论
- 三、社会主义制度下的媒介规范理论
- 四、发展中国家的传播制度和媒介规范理论
- 第十章 社会转型与受众变迁
- 第一节 “大众”与大众社会理论
- 一、“大众”的概念
- 二、大众社会理论的形成和变化
- 三、大众社会理论与传播学研究
- 第二节 几种主要的受众观

一、作为社会群体成员的受众

二、作为“市场”的受众

三、作为权利主体的受众

第三节 分众理论及其研究

一、分众的概念、社会观和理论依托

二、媒介发展的分众化趋势

三、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

一、受众的传媒接触动机和使用形态

二、传媒接触的社会条件因素

三、对“使用与满足”研究的评价

第十一章 传播效果研究

第一节 传播效果研究的领域与课题

一、传播效果的概念含义

二、传播效果的类型及研究课题

三、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

一、早期的“子弹论”或“皮下注射论”

二、“传播流”研究与“有限效果论”

三、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

一、传播主体与传播效果

二、传播技巧与传播效果

三、传播对象与传播效果

第十二章 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

一、“议程设置功能”理论的概要及特点

二、对“议程设置功能”理论的研究

三、“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

一、“沉默的螺旋”理论的概要

二、“沉默的螺旋”理论的特点

三、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

一、“培养”理论的起源和背景

二、“培养”理论关于社会与传播的基本观点

三、“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

一、框架与媒介框架、新闻框架

二、关于新闻框架的实证研究

三、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——从“知沟”到“数字鸿沟”

一、“知沟”理论产生的背景

二、“知沟”理论及其反命题

三、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

一、“第三人效果”的概念及其理论缘起

二、对“第三人效果”的理论与实证研究

三、“第三人效果”理论的意义和理解时应注意的问题

第十三章 国际传播与全球传播

第一节 从国际传播到全球传播

一、国际传播与全球传播的概念

二、全球信息化的影响和冲击

第二节 关于世界信息传播秩序的争论

一、世界信息生产和流通的失衡状况

二、“新世界信息秩序”论争

第十四章 传播学研究史和主要学派

第一节 传播学的起源、形成与发展

- 一、传播学的早期学术思想源流
- 二、传播学的奠基者和学科开创者
- 三、信息论和控制论对传播学的贡献

第二节 传播学的主要学派

- 一、传播学的经验学派
- 二、传播学的批判学派

第十五章 传播学调查研究方法

第一节 传播学与调查研究

- 一、传播学调查研究的类型
- 二、调查研究的基本过程

第二节 抽样调查法

- 一、几种主要的随机抽样技术
- 二、问卷设计

第三节 内容分析法

- 一、内容分析的定义和特点
- 二、内容分析的课题和用途
- 三、内容分析的程序和技术

第四节 控制实验法

- 一、控制实验法的用途
- 二、控制实验的基本程序与技术

主要参考书目（所列参考书目仅供参考）

1. 郑保卫著：《新闻理论新编》，中国人民大学出版社 2015 年版。
2. 郭庆光著：《传播学教程》（第二版），中国人民大学出版社 2011 年版。