

## 983 新闻与传播专业综合考试大纲

### 一、考试目的

系统考查考生对研究方向本学科基本理论、概念和重点的掌握程度，以及理论联系实际的分析 and 表达能力，为研究生阶段的学习奠定坚实的基础。

### 二、考试的性质与范围

本考试系华南理工大学新闻传播学科硕士学位研究生入学考试的复试。考试范围包括：新闻学基础、传播学理论（含网络传播）、广播影视历史与理论、电视拍摄与制作理论与实务、品牌传播理论与方法、传媒管理等。

### 三、考试基本要求

- 1、全面掌握本研究方向的基本理论。
- 2、了解和熟悉传媒业的发展和变化。
- 3、具有较好的理论功底和文字表达能力。

### 四、考试形式

#### （一）考试满分及考试时间

本试卷满分为 100 分，考试时间为 120 分钟。

#### （二）答题方式

闭卷，笔试。

### 五、考试内容

#### I 新闻理论与实务研究方向专业综合

- 1、世界各国新闻学主导性理论
- 2、新闻（基本特点、定义、本源、要素和类别）
- 3、新闻与信息、宣传、舆论
- 4、新闻媒介的性质
- 5、新闻自由和社会控制
- 6、新闻媒介的运营体制和管理模式
- 7、新闻工作的真实性原则
- 8、新闻选择
- 9、中国新闻媒介的走势
- 10、人际传播
- 11、群体传播、集合行为、组织传播
- 12、大众传播的定义、特点和社会功能
- 13、传播制度和媒介规范理论
- 14、大众传播的受众研究
- 15、传播效果研究
- 16、几种主要的大众传播效果理论
- 17、传播学调查研究方法

#### 参考书目

《新闻学概论》，李良荣著，复旦大学出版社 2011 年（第三版）；  
《传播学教程》，郭庆光著，中国人民大学出版社 2011 年（第二版）；

#### II 传媒经营与管理研究方向专业综合

- 1、世界各国新闻学主导性理论

- 2、新闻（基本特点、定义、本源、要素和类别）
- 3、新闻与信息、宣传、舆论
- 4、新闻媒介的性质
- 5、新闻自由和社会控制
- 6、新闻媒介的运营体制和管理模式
- 7、中国新闻媒介的走势
- 8、传媒作为科技信息型产业、宣传经营型产业、知识经济型产业所拥有的三重属性及其相互何种关系；
- 9、传媒作为生产精神产品的内容产业所具有的特殊性（区别于特殊论）及其创意特色；
- 10、选取典型案例试论传媒样板性的发展模式——构成的道路特色与实际整合效应；
- 11、传媒业界与高校专业领域常常对传媒产业同一命题有着对立的观点，表明各自怎样不同的视角；
- 12、中国传媒体制改革应构建怎样才是合理的法人治理结构，当中值得思考的有哪些问题；
- 13、如何看待中国传媒在现实中常出现的错位、越位与缺位的现象，其中的主要原因是什么；
- 14、区别传媒管制与传媒服务；
- 15、从政府、媒体与受众三者关系中试论舆论调控空间的互动关系；
- 16、区别控制管理与目标管理；
- 17、构成传媒内容产品核心评价体系的关键要素是什么。

参考书目：

《新闻学概论》，李良荣著，复旦大学出版社 2011 年（第三版）；

《当代传媒管理学》（将由中国社会科学出版社出版），朱剑飞著。

### III 网络与视听新媒体研究方向专业综合

#### 第一部分 网络传播

- 1、网络传播（去中心化、数字化、多媒体和互动性）
- 2、网络媒体（社会化媒体、手机媒体）
- 3、网民分析（个性化、参与性、身体缺场、匿名性、网络成瘾）
- 4、虚拟社区
- 5、网络公共领域
- 6、网络伦理（隐私、知识产权）
- 7、网络传播管理（行政监管、许可证制度和备案制度、网络治理）
- 8、媒介融合

#### 第二部分 广播影视史论

1. 电视发展简史：电视的发明、成长、兴盛
2. 美国电视节目历程：新闻节目、娱乐节目、电视明星主播
3. 中国电视传播方法演变：文学电视、电影电视、报人电视、口语电视、民生新闻、真人秀

#### 第三部分 电视实务

##### （一）画面与镜头

1. 画面与镜头的同一性
2. 画面是镜头活动的起点
3. 画面结构的基础元素：光线、线条、影调、色彩
4. 画面结构的实体元素：主体、陪体、前景、背景
5. 画面结构的特殊元素：空白

##### （二）前期采访与摄录

1. 电视采访：电视采访特点与要求、电视采访方式与方法、单机采访与双机采访
2. 影像角度：拍摄方向、拍摄高度、拍摄距离
3. 运动摄像：摇摄、移摄、变焦“推拉”、综合运动、运动摄像作用与拍摄要点
4. 画面构图：画面构图特点、黄金分割、视觉的美学强势选择、静态构图、动态构图、综合构图与长镜头

5. 声音采集：同期声内涵及其作用

(三) 电视节目编辑概论

1. 电视节目编辑的作用、工作内容与工作流程
2. 电视节目编辑人员的素质

(四) 电视节目制作起点

1. 内容为王：节目的选题与立意
2. 形式是金：语言样式的寻找

(五) 电视主流节目编辑要点

1. 新闻类电视节目编辑技巧
2. 谈话类电视节目的编辑技巧
3. 时政、生活类谈话节目的编辑技巧

参考书目：

《网络传播学导论》，苏宏元著，中国社会科学出版社 2010 年版；  
《视听传播史论》，李幸、欧慧玲著，中国社会科学出版社 2010 年版；  
《当代电视摄影制作教程》，黄匡宇著，复旦大学出版社 2006 年版。

IV 传播理论与实务研究方向专业综合

第一部分 传播学基础

- 1、传播学的基本概念（传播、信息、符号与意义）
- 2、传播学的起源、形成与发展
- 3、传播学的主要学派
- 4、人际传播
- 5、组织传播
- 6、大众传播的定义、特点和社会功能
- 7、传播制度和媒介控制
- 8、大众传播的受众研究
- 9、传播效果研究
- 10、大众传播的宏观社会效果
- 11、传播学调查研究方法

第二部分 广播影视史论

(一) 广播

1. 广播的诞生：有线电报、电话与无线传播、早期广播
2. 广播的发展：起步的探索、广告与广播、节目的成长
3. 广播的成熟：广播网形成、节目的独立、明星与名牌

(二) 电影

1. 电影的纪录性：纪录的诞生、卢米埃尔、弗拉哈迪
2. 电影的报道性：报道的产生、直接电影、真实电影
3. 电影的采访与解说：采访、解说

(三) 电视

1. 电视发展简史：电视的发明、成长、兴盛
2. 美国电视节目历程：新闻节目、娱乐节目、电视明星主播
3. 中国电视传播方法演变：文学电视、电影电视、报人电视、口语电视、民生新闻、真人秀

(四) 视听新媒体

1. 互联网与网络电视：特点与价值
2. 手机视听传播：技术的发展、视听全能
3. 传统媒体的新生：广播数字化、电影新艺术、电视新王国

参考书目：

您所下载的资料来源于 kaoyan.com 考研资料下载中心  
获取更多考研资料，请访问 <http://download.kaoyan.com>

《传播学教程》，郭庆光著，中国人民大学出版社 2011 年（第二版）；  
《视听传播史论》，李幸、欧慧玲著，中国社会科学出版社 2010 年版。

#### V 品牌传播研究方向专业综合

- 1、传播学的基本概念（传播、信息、符号与意义）
- 2、人际传播
- 3、组织传播
- 4、大众传播的定义、特点和社会功能
- 5、大众传播的受众研究
- 6、传播效果研究
- 7、大众传播的宏观社会效果
- 8、传播学调查研究方法
- 9、品牌与品牌传播的基本问题
- 10、品牌战略的选择与应用
- 11、消费者与品牌营销传播渠道
- 12、品牌传播策略与创新
- 13、广告、广告创意与策划
- 14、品牌媒体策划与媒体投放
- 15、品牌全球化与品牌资产评估
- 16、网络传播与数据库营销
- 17、整合营销传播理论与整合传播策划
- 18、品牌学相关理论（品牌信息、品牌沟通、品牌关系、品牌公关、品牌价值）

#### 参考书目：

《传播学教程》，郭庆光著，中国人民大学出版社 2011 年（第二版）；  
《品牌传播学》，段淳林、戴世富著，华南理工大学出版社，2009 年版。

#### VI 跨文化传播研究方向专业综合

（任选传播理论与实务研究方向专业综合或品牌传播研究方向专业综合）