

黑龙江大学硕士研究生入学考试大纲

考试科目名称：新闻传播理论

考试科目代码：[719]

一、考试要求

要求考生从辩证唯物论和历史唯物论立场出发来把握人类社会新闻传播发生、发展和演化的历史规律，系统掌握新闻传播学的基本概念和理论体系，明确各种类型的新闻传播活动的形态、结构、机制与社会功能，灵活运用新闻传播学知识考察、分析和解决信息时代的各种理论与现实问题。

二、考试内容

（一）新闻理论部分

第一章 新闻活动

知识点：新闻活动、新闻活动的渠道

第二章 新闻

知识点：新闻基本特点、新闻定义、新闻本源、新闻要素、新闻类别

第三章 新闻与信息

知识点：信息的特点、信息量、信息与新闻工作、信息与客观性报道

第四章 新闻与宣传

知识点：宣传的特点、决定宣传效益的因素、宣传三元素

第五章 新闻与舆论

知识点：舆论定义和特点、舆论的社会功能、新闻媒介与舆论引导、舆论环境

第六章 新闻媒体的产生

知识点：中国古代新闻传播工具、（报纸、广播、电视）的产生、近代中文报纸的产生

第七章 当代世界传媒业

知识点：当代世界传媒概况、西方国家著名通讯社、西方国家著名报纸、西方国家著名电视台、西方国家著名媒体集团、世界著名网站

第八章 当代中国传媒业

知识点：中国传媒业概况、当代中国著名报纸、当代中国著名电视台、当代中国两大通讯社

第九章 新闻传媒业发展的基本规律

知识点：新闻体制、传媒业发展、（报纸、广播、电视）的特点、媒体多样化、新闻体裁、新闻教育

第十章 新闻媒体的性质

知识点：新闻媒体的（共性、特性、个性）、新闻媒体属性、媒体产品的商品性、中国新闻传媒业的基本性质和特点

第十一章 新闻媒体的功能与效果

知识点：新闻媒体的一般功能、新闻媒体的正效应与负效应、新闻媒体的功能定位、新闻媒体的传播效果、我国新闻媒体的作用和任务

第十二章 新闻媒体的受众

知识点：受众、受众的特点、受众的细分、新闻媒体的受众定位

第十三章 新闻学的主导性理论

知识点：自由主义报刊理论、社会责任论、客观主义理论、公共新闻学

第十四章 新闻自由和社会控制

知识点：新闻自由、公民知情权和政府信息公开、新闻法规和新闻纪律

第十五章 中国新闻媒体的工作原则

知识点：新闻真实性、新闻指导性、新闻传媒的群众性、新闻媒体的战斗性、新闻媒体的党性原则

第十六章 新闻选择

知识点：新闻选择的标准、新闻选择的具体运用

第十七章 传媒业的管理和经营

知识点：传媒管理经营的基本目标、媒体的所有制和管理方式、媒体运行模式、媒体经营的基本路径

第十八章 新技术和新媒体

知识点：互联网技术、全球宽带和卫星传输网络的发展、新媒体

第十九章 新闻工作者的修养与职业道德

知识点：中国新闻传媒业对新闻工作者的基本要求、新闻工作者的职业道德

（二）传播理论部分

第一章 总论

第一节 传播与信息

第二节 传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学

第三节 马克思主义精神交往理论与传播学

第四节 传播学研究史和主要学派

知识点：人类社会传播的基本特点、社会信息系统的特点、从物质交往和精神交往的辩证关系中把握传播、传播学的经验学派与批判学派、传播学四大奠基人及创立者

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

第二节 人类传播的发展进程

第三节 信息社会与信息传播

知识点：人类传播活动的发展阶段、信息爆炸与信息社会

第三章 人类传播的符号与意义

第一节 符号在人类传播中的作用

第二节 人类传播中的意义交流

第三节 象征性社会互动

知识点：语言符号与非语言符号、符号的基本功能、符号的意义分类、传播过程中的意义、象征性互动理论、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

第二节 社会传播的系统结构

知识点：几种传播过程模式、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

第五章 人内传播与人际传播

第一节 人内传播

第二节 人际传播

知识点：米德的“主我与客我”的理论、布鲁默的“自我互动”理论、“镜中我”

第六章 群体传播与组织传播

第一节 群体传播

第二节 组织传播

知识点：群体压力与趋同心理、群体模仿与“匿名性”、组织传播功能

第七章 大众传播

第一节 大众传播的定义、特点和社会功能

第二节 大众传播的产生与发展过程

第三节 大众传播的社会影响

知识点：大众传播的特点、拉扎斯菲尔德和默顿的功能观、拉斯韦尔的“三功能说”与赖特的“四功能说”、人与环境互动过程的变化、信息环境的环境化

第八章 传播制度与媒介规范理论

第一节 传播制度与媒介控制

第二节 关于传播制度的几种规范理论

知识点：控制研究、主要的媒介控制的方式与方法、极权主义制度下的媒介规范理论、资本主义制度下的媒介规范理论、社会主义制度下的媒介规范理论

第九章 传播媒介的性质与作用

第一节 作为工具和技术手段的传播媒介

第二节 作为社会组织的大众传媒

知识点：麦克卢汉的媒介理论、媒介工具和技术的现实社会影响、传播者与大众传媒、大众传媒的组织目标与制约因素、“把关人”理论

第十章 大众传播的受众

第一节 “大众”与大众社会理论

第二节 几种主要的受众观

第三节 “使用与满足”-----一种受众行为理论

知识点：“大众”、大众社会理论、大众社会成立的基本条件、几种主要的受众观、受众的媒介接触动机

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

第二节 传播效果研究的历史与发展

第三节 传播效果的产生过程与制约因素

知识点：传播效果的界定及理解、传播效果的类型、传播效果研究的主要课题、传播效果研究的历史与发展、传播主体对传播效果的影响、几种传播技巧、传播对象影响传播

第十二章 大众传播的宏观社会效果

第一节 大众传播与环境认知——“议程设置功能”理论

第二节 大众传播、社会心理与舆论——“沉默的螺旋”理论

第三节 大众传播的潜移默化效果——“培养”理论

第四节 大众传播与信息社会中的阶层分化——“知沟”理论

知识点：“议程设置功能”理论、“沉默的螺旋”理论、“培养”理论、“知沟”理论

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

第二节 关于世界信息传播秩序的论争

第三节 国际传播与全球传播研究的若干重要课题

知识点：《关于信息非殖民化的新德里宣言》的内容、国际报道中的新闻价值、《多种声音 一个世界》的理解

三、试卷结构

1. 考试时间：180 分钟
2. 试卷分值：150 分
3. 题型结构：
 - (1) 名词解释 6 题 30 分
 - (2) 简答 4 题 40 分
 - (3) 论述 2 题 40 分
 - (4) 分析 1 题 40 分

四、参考书目

1. 《新闻学导论》，李良荣，高等教育出版社 2006 年版
2. 《传播学教程》，郭庆光，中国人民大学出版社 2007 年半