
《新闻与传播学专业基础》考试大纲

新闻学方向

一、新闻学理论与马克思主义新闻观

(一) 马克思主义新闻观与中国特色社会主义新闻理论

- 1、马克思、恩格斯、列宁的新闻思想
- 2、百年党报历史经验与优良传统
- 3、习近平关于党的新闻舆论工作重要论述
- 4、新闻舆论工作的职责、使命与基本原则 (党性人民性原则、正确舆论导向)

(二) 新闻学核心概念与基本理论

- 1、新闻、新闻活动与新闻本源
- 2、新闻价值、新闻事实与新闻真实 (智能时代新闻真实的重构)
- 3、新闻选择标准与把关人理论的演变
- 4、新闻自由与新闻社会责任

(三) 新闻体制与媒介生态

- 1、中外新闻媒介体制对比及运行机制
- 2、媒体融合纵深发展与新型主流媒体建设
- 3、新闻生产的社会学研究 (场域、惯习与网络化新闻生产)

二、中外新闻传播史

(一) 中国新闻事业史

- 1、中国古代的新闻传播与官报流变
- 2、近代民营报刊、政党报刊的兴起与抗争
- 3、中国共产党新闻事业的发展历程 (延安《解放日报》改版等关键节点)
- 4、新中国成立以来的新闻事业改革与数字化转型

(二) 外国新闻事业史

- 1、西方近代新闻事业的起源与集权主义、自由主义媒介体制的形成
- 2、大众化报纸、黄色新闻与现代新闻业的确立

-
- 3、广播电视的发展与公共服务媒体体制
 - 4、全球新闻传播格局的历史演变与国际新闻通讯社的发展

三、全媒体新闻实务（采、写、编、评）

（一）全媒体采编策划与内容生产

- 1、全媒体记者的核心素养与“四力”要求
- 2、新闻报道策划的缘起、作用、分类及流程
- 3、全媒体时代的新闻采访创新、线索发现与核实技术
- 4、新闻的主题、结构；主要新闻体裁（消息、通讯）的特点及写作方法
- 5、深度报道、解释性报道与非虚构写作
- 6、数据新闻的创意、清洗、分析与可视化呈现

（二）全媒体视觉叙事与融合编辑

- 1、新闻编辑工作的基本属性与特点
- 2、新闻的梳理、修改与标题制作
- 3、视听新闻、移动短视频新闻的叙事逻辑与编辑语法
- 4、融合新闻专题的策划、组织与跨平台分发
- 5、算法推荐机制下的新闻标题策划与编辑策略

（三）现代新闻评论与舆论引导

- 1、新闻评论的选题、立论、论证与写作范式演变
- 2、音视频评论与社交媒体评论（融媒体评论）的特征
- 3、网络舆论场的结构特征、热点引导与公共理性建构

四、公共传播、国际传播与新闻前沿专题

（一）公共传播与政府新闻发布机制

- 1、公共传播的核心理论（议程设置、框架理论、数字时代的媒介化政治）
- 2、中国政府新闻发布制度的历史演进、现状与突发事件回应机制
- 3、政务新媒体的运营、政务传播与公共治理创新

（二）国际传播与跨文化传播

- 1、全球传播、文化帝国主义与国际舆论格局
- 2、中国国际传播能力建设、讲好中国故事的战略与路径

3、国际叙事竞争中的主权叙事、中华优秀传统文化的全球化表达与文化品牌构建

(三) 智能时代的新闻学重构与伦理治理

- 1、生成式人工智能（AIGC）对新闻生产流程与职业角色的冲击
- 2、新闻专业主义在算法、深度伪造和社交机器人环境下的挑战与坚守
- 3、新型媒体伦理治理、虚假新闻识别与算法价值观纠偏

广播电视方向

(一) 广播电视基础知识

- 1、广播电视的传播特征
- 2、广播电视的传播属性
- 3、广播电视的传播功能

(二) 广播电视发展与社会变迁

- 1、中国广播电视发展史
- 2、世界广播电视发展史
- 3、中国广播电视发展标志性事件与社会影响
- 4、世界广播电视发展标志性事件与社会影响
- 5、广播电视发展的重要技术演进脉络

(三) 视听语言与视听叙事

- 1、视听语言
- 2、视听叙事
- 3、跨媒介叙事与融合叙事

(四) 视听内容的生产与运营

- 1、视听内容的概念与类型
- 2、视听内容的生产
- 3、视听内容的运营
- 4、视听新闻及其生产

(五) 视听产业与视听文化

- 1、视听产业的组成与结构
- 2、视听产业的发展转型
- 3、视听文化的内涵与特征
- 4、视听文化的演变与形态

(六) 中国广播电视实践创新

- 1、广播电视与视听传播媒体融合发展
- 2、视听媒体与社会治理
- 3、视听媒体与国际传播
- 4、人工智能时代的创新发展
- 5、视听传播的前沿趋势与未来展望

网络传播方向

一、网络传播技术基础

(一) 数字信息处理与编辑技术

1. 数字信息的种类与特点
2. 文字信息的数字化处理与编辑
3. 数字图片的处理与编辑技术
4. 计算机图形与动画技术
5. 数字音频处理与编辑技术
6. 数字视频处理与编辑技术
7. 数字网络信息的组织与管理

(二) Web 技术原理与应用

1. Web 技术概述与发展
2. Web 结构及工作原理
3. Web 开发环境搭建
4. HTML 基础与语义化标签
5. CSS 基础与页面布局
6. 动态网页技术基础

(三) 数字传播新技术

1. 云计算技术及其传播应用
2. 物联网技术及其传播应用
3. 人工智能技术与传播应用
4. 虚拟现实/增强现实技术
5. 大数据技术与数据挖掘
6. 区块链技术在传播领域的应用

二、网络内容生产

(一) 网络新闻编辑基础

1. 利用网页表达编辑意图与价值评价
2. 网络新闻编辑方针的制订
3. 网络新闻的选择与修改

4. 网络新闻报道的策划与组织

(二) 网络新闻标题制作

1. 网络新闻标题的功能与构成要素
2. 网络新闻标题的用语及句式结构
3. 网络新闻标题的制作原则与技巧

(三) 网络新闻专题制作

1. 重大新闻事件与网络新闻专题
2. 网络新闻专题的策划流程与实施

(四) 网络新闻评论

1. 网络新闻评论的写作范式
2. 网络新闻评论与舆论引导

(五) 移动终端新闻编辑

1. 手机新闻客户端与网络新闻
2. 移动短视频新闻的生产与传播
3. 平板电脑新闻的编辑特点

三、产品、交互与用户体验

(一) 交互设计基础

1. 交互设计的概念与理解
2. 交互设计如何成为产品需求
3. 交互设计学科的发展脉络
4. 交互设计产品的类型与特征

(二) 交互设计方法

1. 以用户为中心的设计思想
2. 以活动为中心的设计思想
3. 系统设计方法
4. 天才设计方法

(三) 用户研究方法

1. 问卷法
2. 眼动测试

-
3. 可用性测试
 4. 用户访谈
 5. 焦点小组
 6. 用户画像构建
 7. 其他用户研究方法

(四) 交互设计策略与实施

1. 交互设计前期研究方法
2. 项目计划制定
3. 数据分析及模型构建
4. 构思与设计原则
5. 原型设计、测试与开发实施

(五) 交互设计目标与原则

1. 交互设计的目标体系
2. 交互设计法则与原则

四、智能传播专题

(一) 智能传播的理论基础

1. 智能传播的概念界定与学术地图
2. 人工智能的哲学基础与传播理论
3. 智能传播的技术伦理与价值观问题

(二) 智能传播的应用实践

1. 人工智能与新闻生产：采集、制作、分发
2. 算法推荐与个性化分发机制
3. 社交机器人、深度伪造与信息操纵
4. 智能主播、虚拟偶像与演艺传播

(三) 智能传播的治理

1. 算法透明度与媒介伦理
2. 智能传播中的信息价值观引领
3. 智能时代的媒介素养与公共治理

广告传播方向

(一) 广告的内涵、特征与分类

- 1、广告的涵义
- 2、广告的特征
- 3、广告的分类

(二) 广告功能、价值与社会责任

- 1、广告功能
- 2、广告的经济价值
- 3、广告的文化价值
- 4、广告的社会责任

(三) 广告市场与广告产业

- 1、广告市场与广告市场的发展
- 2、广告产业及其形成与发展
- 3、世界广告产业的发展模式
- 4、我国广告产业的发展

(四) 广告运动的一般流程

- 1、广告调查
- 2、广告策略
- 3、广告创意
- 4、广告媒介
- 5、广告效果及其测定

(五) 智能时代的广告运作

- 1、广告智能化发展
- 2、智能广告的经营与运作
- 3、智能广告的发展趋向与效应

(六) 广告管理与广告法规

- 1、广告管理的内涵
- 2、我国广告法与广告法规
- 3、我国广告监管体系

4、广告行业自律

5、数字时代的广告治理

(七) 数字营销传播

1、社会化媒体、智能媒体与数字营销传播

2、数字时代的内容营销

3、数字时代的品牌传播

4、大数据、算法与智能营销传播