

2021 年广州华商学院普通专升本考试大纲

网络与新媒体、新闻学、广告学

《传播学与新媒体概论》

一、**考试科目：**《传播学与新媒体概论》

二、**考试方式：**闭卷

三、**考试时间：**150 分钟

四、**卷面总分：**总共 200 分，包括《传播学教程》和《新媒体概论》两部分（各 100 分），其中单项选择题 40（20×2）分，名词解释题 40（8×5）分、问答题 60（6×10）分，材料分析题 60（2×30）分。

第一部分：传播学教程考试大纲

一、总体要求

掌握传播学研究的对象、人类传播的符号和意义、人类传播的过程与系统结构、人类传播的类型（人内传播、人际传播、群体传播、集合行为、组织传播、大众传播等）、媒介技术与媒介组织、传播制度与媒介规范理论、社会转型与受众变迁、传播效果研究等内容。

二、考试内容

第一章传播学的研究对象与基本问题

- 1.传播学研究的对象
- 2.传播学是研究社会信息系统及其运行规律的科学
- 3.马克思主义精神交往理论与传播学传播的定义与特点

重点掌握：

基本概念：传播的定义和特点

第二章人类传播的历史与发展

- 1.从动物传播到人类传播
- 2.人类传播的发展进程
- 3.信息社会与信息传播

重点掌握：

基本问题：人类传播的第一套体外化符号系统是什么？其产生有什么意义？

第三章人类传播的符号与意义

- 1.符号在人类传播中的作用
- 2.人类传播中的意义交流
- 3.象征性社会互动

重点掌握：

- 1.基本概念：象征性社会互动
- 2.基本问题：非语言符号有哪些种类？

第四章人类传播的过程与系统结构

- 1.传播的基本过程
- 2.系统模式下的社会传播结构

重点掌握：

- 1.基本概念：传播过程的构成要素
- 2.基本问题：几种主要的传播过程模式分别是什么？

第五章人内传播与人际传播

- 1.人内传播
- 2.人际传播

重点掌握：

- 1.基本概念“主我客我”理论、“镜中我”理论
- 2.基本问题：为什么说人际传播是真正意义上的“多媒体”传播？姿态有哪些传播功能？

第六章群体传播、集合行为、组织传播

- 1.群体传播
- 2.集合行为及其传播机制
- 3.组织传播

重点掌握：

- 1.基本概念：集合行为、奥尔波特的流言公式、趋同心理
- 2.基本问题：匿名性原理在集合行为中会起什么作用？

第七章大众传播

- 1.大众传播的定义、特点与社会功能
- 2.大众传播的产生与发展过程
- 3.大众传播的社会影响

重点掌握：

- 1.基本概念：大众传播的“麻醉作用”
- 2.基本问题：试论现代社会“信息环境的环境化”现象。

第八章媒介技术与媒介组织

1. 媒介技术与社会发展
- 2.媒介组织的性质和社会作用

重点掌握：

- 1.基本概念：媒介即信息、媒介依存症
- 2.基本问题：如何理解媒介是人的延伸？

第九章传播制度与媒介规范理论

- 1.传播制度与媒介控制
2. 关于传播制度的几种规范理论

重点掌握：

基本问题：国家和政府对传媒的政治控制主要包括哪些方面？

第十章社会转型与受众变迁

1. “大众”与大众社会理论
- 2.几种主要的受众观
- 3.分众理论及其研究

重点掌握：

- 1.基本概念： 大众、IPP 指数
- 2.基本问题：什么是“使用与满足”？如何理解受众需求？

第十一章传播效果研究

1. 传播效果研究的领域与课题
2. 传播效果研究的历史与发展
- 3.传播效果的产生过程与制约因素

重点掌握：

- 1.基本概念： 意见领袖、两级传播、信源的可信性效果
- 2.基本问题：论述传播技巧与传播效果之间的联系。

第十二章大众传播的宏观社会效果

1. 大众传播与环境认知——“议程设置功能”理论
- 2.大众传播、社会心理与舆论——“沉默的螺旋”理论
- 3.大众传播的潜移默化效果——“培养”理论
- 4.大众传播与现实“建构”——新闻框架与框架效果
- 5.大众传播与信息社会中的阶层分化——从“知沟”到“数字鸿沟”
6. “第三人效果”——对大众传播影响力的一种认知倾向

重点掌握：

- 1.基本概念： 议程设置、“第三人效果”
- 2.基本问题：理解“沉默的螺旋”假说，认识现代社会中大众传播、社会心理和舆论三者的关系。大众传播在行成“社会共识”方面起什么作用？电视媒介在行成“共识”方面具有什么样的独特优势？

三、参考书目

郭庆光.《传播学教程》第二版【M】北京：中国人民大学出版社 2011.04

第二部分：新媒体概论考试大纲

一、总体要求

掌握新媒体基本理论、知识及应用，认识其发展动力，认清其发展规律。内容涵盖：认识新媒体、新媒体的技术动力与技术变迁、新媒体信息传播模式的演变、新媒体的用户、新媒体中的数字信息形式及其加工、新媒体信息的组织、新媒体信息的可视化传播、新媒体中的主要社会化媒体形式、社会化媒体的应用策略、新媒体与社会发展的互动。

二、考试内容

第一章认识新媒体

- 1、新媒体：一个没有定态的对象
- 2、新媒体的源流：原生的新媒体、数字化的传统媒体
- 3、新媒体的多层影响
- 4、新媒体时代传媒人面临的“变”与“不变”

重点掌握：

- 1、基本概念：新媒体；
- 2、基本问题：网络媒体和手机媒体的传播特点。

第二章新媒体的技术动力与技术变迁

- 1、数字技术：新媒体的技术基石
- 2、互联网：新媒体普及的核心动力
- 3、手机：移动媒体的数字时代
- 4、移动互联网：互联网与手机网的汇流与升级
- 5、大数据技术：数据成为“石油”
- 6、物联网：新媒体的再定义

重点掌握：

- 1、基本概念：媒介融合、社会化媒体；
- 2、基本问题：媒介融合的几个层次。

第三章新媒体信息传播模式的演变

- 1、从 Web1.0 到 Web2.0——网络媒体传播模式的变化
- 2、从手机短信到 APP——手机媒体传播模式的变化
- 3、场景化传播——移动互联网时代传播模式的新可能

重点掌握：

- 1、基本概念：Web1.0 时代；
- 2、基本问题：Web2.0 “个人门户”时代传播模式的特点。

第四章新媒体的用户

- 1、用户在新媒体中的生存特点
- 2、新媒体用户的需求
- 3、作为信息消费者的新媒体用户

- 4、作为新闻生产者的新媒体用户
- 5、群体互动对新媒体用户的影响

重点掌握：

- 1、基本概念：信息茧房；
- 2、基本问题：新媒体用户参与新闻生产的特点。

第五章新媒体中的数字信息形式及其加工

- 1、数字化信息格式
- 2、新闻照片的数字化加工
- 3、音频的数字化加工
- 4、视频的数字化加工
- 5、新媒体中的信息发布技术

重点掌握：

- 1、基本概念：CGI；
- 2、基本问题：视频数字化加工的基本原则。

第六章新媒体信息的组织

- 1、新媒体信息的层次化组织
- 2、新媒体信息的结构化整合
- 3、新媒体平台信息的多媒体融合
- 4、新媒体信息的页面组织与设计

重点掌握：

- 1、基本概念：用户体验；
- 2、基本问题：理性看待新媒体中的“标题党”现象。

第七章新媒体信息的可视化传播

- 1、与信息可视化传播相关的概念
- 2、信息图表的应用方式及在新闻中的作用
- 3、数据新闻及可视化中的数据收集与处理
- 4、信息图表的制作要点

重点掌握：

- 1、基本概念：数据新闻；
- 2、基本问题：信息图表在新闻报道中的主要作用。

第八章新媒体中的主要社会化媒体形式

- 1、论坛：“古老”的社会化媒体
- 2、博客：个体为中心的社会化舞台
- 3、维基：协作式知识生产系统

- 4、SNS：小世界的映射
- 5、微博：大众传播的社交化
- 6、微信：三个层级传播的贯通

重点掌握：

- 1、基本概念：博客；
- 2、基本问题：分析一个有代表性的微信公众号。

第九章社会化媒体的应用策略

- 1、社会化媒体时代的新思维
- 2、社会化媒体传播的新策略
- 3、专业媒体的社会化媒体的应用
- 4、政府机构的社会化媒体应用
- 5、企业的社会化媒体应用

重点掌握：

- 1、基本概念：HTML5、长尾理论；
- 2、基本问题：社会化媒体对传媒业的影响。

第十章新媒体与社会发展的互动

- 1、新媒体与舆情、舆论
- 2、新媒体文化及其影响
- 3、新媒体技术与“数字鸿沟”
- 4、新媒体时代的媒介素养

重点掌握：

- 1、基本概念：数字鸿沟；
- 2、基本问题：新媒体文化的发展动因。

三、参考书目

彭兰.新媒体导论【M】.北京：高等教育出版社，2016年3月.