广州华商学院2021年专升本招生考试

《传播学与新媒体概论》考试大纲

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：媒介融合的五个层次。

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.