北京信息科技大学
2027年硕士研究生入学考试初试自命题科目
考试大纲

考试科目名称：新闻与传播专业综合能力 考试科目代码：334

一、考试基本要求及适用范围概述

基本要求：深刻理解马克思主义新闻观的科学内涵与基本要求，熟练掌握新闻学与传播学基础理论以及新闻与传播学的常见研究范式，唯物辩证地认识人类社会信息传播的基本特征和客观规律，了解媒介进化与社会发展的关系；结合媒介技术的不断发展演变，善于运用新闻与传播学的理论工具去认识各种社会现象，解决实际问题。

适用范围：本考试大纲适用于普通高校毕业生参加我校新闻与传播专业学位硕士研究生入学考试。

二、题型结构

（一）试卷满分及考试时间

本试卷满分为 150 分，考试时间为 180 分钟。

（二）答题方式

答题方式为闭卷、笔试。

（三）试题结构

主要试题类型包括但不限于：名词解释、简答题、论述题、案例/材料分析题、融媒体产品创意策划/方案设计、综合写作（消

息改写、新闻评论、融媒体写作等）以及其他实务题目。

三、考试内容

第一部分：新闻采访与写作

（一）新闻采访的本质和主客体

1. 新闻采访的含义和特点

2. 新闻采访活动的本质

3. 新闻采访活动中的主体与客体

（二）新闻发现与选题策划

1. 新闻发现的意义、目标与依据、过程与方法

2. 新闻选题的内涵、作用与确定

3. 采访策划的原则与方法

（三）新闻采访的类型与准备

1. 新闻采访的主要类型

2. 新闻采访的准备工作

（四）新闻采访的实施与方法

1. 新闻采访的具体实施

2. 新闻采访的基本方法

（五）新闻写作的共同规律

1. 充分体现对象主体的价值

2. 严格遵守新闻真实性原则

3. 注重发挥事实本身的作用

4. 在真实的前提下追求时效

（六）各类新闻文体写作

1. 消息写作

2. 通讯写作

3. 深度报道的写作

4. 新闻评论的写作

第二部分：新闻编辑

（一）新闻编辑工作的内容与原则

1. 新闻编辑工作的基本内容

2. 新闻编辑工作的原则

（二）新闻编辑人员的素养与能力

1. 新闻编辑人员的基本素养

2. 新闻编辑人员的专业能力

（三）媒介定位与新闻编辑方针

1. 新闻媒介定位的意义和内容

2. 影响新闻媒介定位的主要因素

3. 新闻编辑方针

4. 新闻产品设计

（四）新闻报道的策划与组织

1. 新闻报道策划及其主要类型

2. 新闻报道的选题决策

3. 新闻报道策划方案的设计

4. 新闻报道的实施与调控

（五）新闻稿件的选择与编辑

1. 新闻稿件选择的意义与方法

2. 新闻稿件的编辑方法

3. 新闻稿件配置的意义与方法

4. 新闻差错的“更正”

（六）新闻标题制作

1. 新闻标题的功能、结构与种类

2. 新闻标题的内容选择

3. 新闻标题的立场态度

4. 新闻标题的表达形式

第三部分：网络传播概论

（一）网络媒介的演化

1. 连接的进化及其驱动的网络媒介升级

2. 传播渠道的变迁及其引发的模式变革

3. 网络时代媒介观的多元化与媒介的新体现

（二）网络重构的传播

1. 可供性视角下网络推动的传播变化

2. 网络驱动的传播形态与要素变革

（三）网络传播形式的流变

1. 网站传播：大众传播的延续

2. 论坛：“古老”、封闭的社会化媒体

3. 博客：个体为中心的社会化舞台

4. 维基：协作式知识生产系统

5. SNS：小世界的映射

6. 微博：大众传播的社交化

7. App：移动时代的新 “门户”

8. 微信：三个层级传播的贯通

9. 视频社交平台：现实世界与影像世界的互动

10. 生活分享类社交平台：消费的媒介化与社会化

（四）网络传播的多重策略

1. 社交化策略

2. 移动化策略

3. 视频化策略

4. 融合化策略

5. 数据化与可视化报道策略

（五）智能时代与智能传播走向

1. 机器作为传播主体：智能传播的核心特征

2. 智媒：智能传播引发的行业性变革

3. 智媒化生存：智能传播在日常生活中的渗透

（六）网络传播与网络空间中的人

1. 数字化与数据化的人

2. 节点化的人

3. 媒介化的人

4. 赛博格化的人

（七）网络传播建构的关系

1. 人与媒介及内容的关系深化

2. 网络推动下人与人的关系运动

3. 人与机器新关系带来的挑战

（八）网络时代的传媒生态

1. 媒介融合：传媒生态变革的多层面表现

2. 破壁、开放与漂移：网络时代新闻业的特征

3. 冲突、沟通、对话：网络时代的公共传播系统

4. 网络公共传播中的典型现象

5. 无边界时代传媒业专业性的重塑

（九）网络重塑的文化

1. 网络文化概述

2. 网络中的亚文化人群

3. 网络孕育的典型文化

（十）网络时代新的社会特征

1. 网络社会与互联网社会

2. 平台社会

3. 算法社会

4. 元宇宙构想与虚实相融的社会

第四部分：媒体创意与策划

（一）创意的原理与方法

1. 创意的原理

2. 创意的基本方法

（二）策划的原理与方法

1. 策划的原理

2. 策划的基本方法

（三）媒体的创意与策划

1. 媒介与媒体

2. 媒体革命：从新媒体到自媒体

3. 媒体的创意与策划

（四）传统媒体的创意与策划

1. 图书的创意与策划

2. 报刊的创意与策划

3. 广播的创意与策划

4. 电视的创意与策划

（五）新媒体的创意与策划

1. 网站的创意与策划

2. 手机媒体的创意与策划

3. 流媒体的创意与策划

4. 自媒体的创意与策划

5. 社交媒体的创意与策划

四、参考书目

序号	参考书目	编著者姓名	出版社名称	出版时间（第X版）
1	新闻采访与写作	《新闻采访与写作》编写组	高等教育出版社	2019年（第1版）
2	新闻编辑（第2版）	《新闻编辑》编写组	高等教育出版社	2019年（第2版）
3	网络传播概论（第5版）	彭兰	中国人民大学出版社	2023年（第5版）
4	媒体创意与策划（第4版）	陈勤	中国传媒大学出版社	2022年（第4版）

（一）《新闻采访与写作》

本教材坚持马克思主义新闻观，既强调了马克思主义新闻观对学习新闻采访与写作的指导意义，同时在新闻采访原则、记者职责与修养、新闻事实的选择、新闻写作原则等方面，也强调了马克思主义新闻观的重要作用，比较充分地体现了“马工程”教材的特点。

教材层次清晰，内容丰富充实，案例鲜活有代表性，全面系

统地展示了新闻采访与写作的特点及规律，既注重宏观的指导性和科学性，也注重微观的实用性和技巧性。教材面对媒介融合的趋势，与时俱进，注重与当今新闻界的实际接轨，具有鲜明的时代特征。

除了详细介绍传统媒体的新闻采写方法外，还专门介绍了当今最流行的网络新闻写作和融合报道，以及国外最前沿的新闻报道生产机制与形态，让读者有耳目一新之感。

（二）《新闻编辑》（第 2 版）

本教材是修订版。全书以马克思主义新闻观和习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，紧密结合新闻工作实践，不仅系统地论述了新闻编辑的历史发展、新闻编辑工作的性质和内容，而且对媒介定位、编辑方针、新闻编辑人员的专业素养和能力、新闻报道的策划与组织、新闻稿件的选择和编辑、标题制作、图片编辑、版面设计等新闻编辑业务内容进行了全面而翔实的阐述。教材还积极吸收媒介融合的最新发展成果，对多媒体新闻编辑与互动管理进行了较为深入的探索。本书逻辑结构清晰，论述严谨，资料丰富，文字精炼，具有较强的现实针对性、理论指导性、可读性和操作性。

（三）《网络传播概论》（第 5 版）

《网络传播概论》是国内出版较早且影响力较大的网络传播方面的教材之一，推动了国内新闻院系的网络传播教学。第 5 版立足智能化媒体时代，密切关注智能时代、算法社会，分析网络传播的内在规律，研究网络传播的各种潜在影响，对网络传播中的新现象、新手段与新思维进行了介绍与分析，重点补充了“网

络传播与网络空间中的人”“网络时代的传媒生态”“网络重塑的文化”以及“网络时代新的社会特征”等新内容。与前四版相比，第 5 版在结构上有很大调整，理论与实务问题相互融合，在结构上去除了界限。全书不再以传统的传播理论为基本框架，而是沿着“媒介—传播—人—关系—社会”这样的线索构架全篇，这也是作者认为的网络技术对现实产生作用的基本线索之一。

（四）《媒体创意与策划》（第 4 版）

本书在论述创意、策划、媒体创意与策划相关内容的基础上，分别论述了图书、报刊、广播、电视、网站、手机媒体、流媒体、户外媒体、自媒体、社交媒体等传统媒体与新媒体的创意与策划。教材附有丰富详实的案例，具有较强的针对性、实用性。梳理了当下社交媒体的类型，分析其特点和优劣势，从而总结社交媒体创意策划的要点，以适应当今媒体的发展现状。