



《网络与新媒体概论》考试大纲

一、考试大纲适用对象

本大纲适用于海南专升本考试学生。

本大纲主要依据中国人民大学出版社的《新媒体概论》(第三版)(匡文波著),同时参照高等教育出版社、人民出版社出版的《新闻学概论》编写组主编的《新闻学概论》(第二版)。

二、考试基本要求

(一) 考试内容范围及分值分布

1. 基础知识的考核

基础知识包括新闻学基础知识和新媒体基础理论。分值约占 40%。

2. 新媒体类型和形态分析的考核

包括 Web1.0\2.0\3.0 的新媒体类型和形态的分析。分值约占 30%。

3. 新媒体管理能力的考核。

包括新媒体的宏观管理、微观管理和新媒体发展三方面。分值约占 30%。

(二) 试卷题型及分值分布

1. 单项选择题(设 10 小题),分值约占 10%;

2. 填空题(设 10 小题),分值约占 20%;

3. 名词解释(设 4 小题),分值约占 20%;

4. 简答及论述题,分值约占 30%;

5. 材料分析题,分值约占 20%。

(三) 考试方式

闭卷笔试。试卷满分为 150 分,考试时间为 120 分钟。

三、考试内容范围及其具体要求

(一) 新媒体基础理论知识(约占 40%)

1. 识记新闻、新媒体、网络传播、网络媒体、手机媒体、超文本、把关人、人际传播、大众传播、议程设置、互联网渗透率等概念。

2. 理解新媒体本质特征及优势;理解新媒体对新闻价值及其实现产生的影响;理解创新扩散理论模型、技术接纳模型、计划行为理论模型、新媒体时代受众理论、沉默的螺旋理论、新媒体“马太效应”;理解新媒体互动性、互联网用户发展特征及主要原因。

3. 掌握正确区分新旧媒体的方法;掌握新媒体给新闻传媒业带来的冲击、新



媒体议程设置与传统媒体议程设置的区别；掌握新媒体议程设置的手段；掌握网民心理、行为变化特征及其主要原因。

（二）新媒体的类型和形态（约占 30%）

1. 识记网络群体传播、网络组织传播、社交网站、内联网、web2.0、搜索引擎、竞价排名、门户网站、电子商务等概念；了解电子邮件的特点、网络聊天的特点、BBS 的特征；微博、信息茧房效应、僵尸粉、微信、微信公众号、意见领袖、社交网站、六度分隔理论、角色冲突、视频网站、视频分析网站、视频网站“长尾理论”、视频“内容别名化”等概念。

2. 理解电子邮件的传输原理；理解网络人际传播的特点与方式；理解搜索引擎的原理与分类；理解搜索引擎的优势与不足；理解博客、微博、微信营销、微信群、社交网站、视频网站的特点；理解微信与微博的区别；理解视频网站的媒体化路线。

3. 掌握 BBS 影响议程设置的方式；掌握网络中大众传播的发展历程；掌握互联网信息检索技巧；掌握博客、微博、社交网站、视频网站等给新闻传播理论和行业及社会带来的影响；掌握博客、微博、社交网站、视频网站等存在的各种问题。

（三）新媒体管理与发展（约占 30%）

1. 识记信息网络传播权、网络诽谤、数字鸿沟、信息爆炸、网络舆论、舆情分析、新媒体舆论、网络舆论蝴蝶效应、网络意见领袖、信息茧房、用户画像等概念。

2. 了解并理解新媒体舆论的特性、调控难度及演变过程；理解新媒体的双刃性；理解手机媒体的优势与不足、手机媒体与新闻传播的关系；理解人工智能与记者的差异。

3. 掌握互联网监管对策、新媒体舆情的应对原则与方法；掌握新媒体舆情的应对策略；新媒体的微观经营方法；新媒体中的著作权保护措施；掌握我国媒体融合发展途径；掌握个性化新闻推荐算法存在的问题。

参考教材：

1. 新媒体概论（第三版）/匡文波著，-北京：中国人民大学出版社，2019年8月
2. 新闻学概论（第二版）《新闻学概论》编写组，高等教育出版社、人民出版社，2020年8月