

(2014)

COMMUNICATION



新闻传播学考研

核心热点专题 80 讲

XINWEN CHUANBOXUE KAOYAN

把握规律性·富于变化性

注重技巧性·掌握主动性

孙祥飞 著

人民日报出版社

(2014)

COMMUNICATION



新闻传播学考研

核心热点专题 80 讲

XINWEN CHUANBOXUE KAOYAN

孙祥飞 著

人民日报出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻传播学考研核心热点专题 80 讲 / 孙祥飞编著 . — 北京 : 人民日报出版社 , 2013.11
ISBN 978-7-5115-2239-9

I . ①新… II . ①孙… III . ①新闻学—传播学—研究生—入学考试—自学参考资料
IV . ① G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2013) 第 271356 号

书 名: 新闻传播学考研核心热点专题 80 讲
编 著: 孙祥飞

出 版 人: 董 伟
责任编辑: 林 薇 张炜煜 刘晴晴
封面设计: 春天书装工作室

出版发行: 人民日报出版社
社 址: 北京金台西路 2 号
邮政编码: 100733
发行热线: (010) 65369527 65369509 65369510 65369846
邮购热线: (010) 65369530 65363527
编辑热线: (010) 65369526 65369514 65363105
网 址: www.peopledaily.com.cn
经 销: 新华书店
印 刷: 北京中新伟业印刷有限公司

开 本: 787mm × 1092mm 1/16
字 数: 329 千
印 张: 20
印 次: 2013 年 11 月第 1 版 2013 年 11 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5115-2239-9
定 价: 48.00 元

序

(一)

为学之道，必有四维，余概之为“器术学道”。一为习器，“器”为方法工具，是善事之径；二为工术，“术”是技巧谋略，是善事之用；三为究学，“学”乃规律法则，是善事之理；四为悟道，“道”即本原大义，是建极之法。器术见长，可兹远路，可剑万人之敌；学道以达，可察世理，可胜千里之外。

以天下之学观之，学器术易，追本源难；或有玄通之理，虽登堂入室而曲高和寡。故，绝学弃术，哗之宠也；尚术弃学，虫之雕也。又闻之，七略浩繁，四库塞屋，载以大道，载以博识，载以器术。然今之学人或东鳞西爪，逞得一时；或广猎百家，又无所长。夫通达四维者，若不知为何而学，可否立于岱宗？又或不知学而何用，可否凌于北斗？是故，由器入道，学之理也；由道入器，思之径也，唯有知其径理，守其虚静，方能临泰立伟。

或曰，工欲善其事，必先利其器。学欲大成，则必循序渐进，先利其器，后入其室，方至大成。大成者，谓至道之宗，则秉文金科；小成者，曰强弩之末，则拾之鳞爪。大成之法，须彰善瘅恶，汲彼所长，厚实根基，以图远达；学不分南北，术无分东西。吾辈所由，探本识末。莘莘学子，各怀远志，砥砺心志，明其正道，厚实根基，万道之宗也。

(二)

考研如同战斗，考场如同战场，是适者生存的逻辑使然。在长达近九年的考研辅导中，有数万名新闻传播学子皆与我有过直接或间接的互动，从选择学校到购买教材，从收集资料到真题解答，从应试技巧到复试准备……每年在硕士及博士研究

生入学考试之前，我都会收到若干考研友人的邮件，少则数百封，多则数千封，难以在很短的时间内一一回复，于是将这些年来一直免费辅导的心得、经验、体会、资料、方法、技巧统统做了认真梳理，以公开出版的方式与各位见面，希望能够通过一种更为直接高效的渠道与大家交流。

全国有一百多所招收新闻传播学硕士研究生的高校、院所，它们的命题风格各有特色，知识侧重不尽相同，学校教材又是版本万千，加上每年不断涌现的各类新闻传播现象，需要查文献、提炼观点、补充所需书本，而汗牛充栋的学术论著往往又让备考的研友们手忙脚乱。本书的出炉即为删繁就简的新闻传播学的核心知识点，并以年度最新的热点话题、传媒事件、传播现象为统领，以历年不同学校的命题风格和命题思路为指导，以新闻传播学的核心知识框架为基础进行提纲挈领的复习指导。

概而言之，本书的特点有四：第一，以历年各个学校的真题为线索，将核心的知识点予以提炼，做到重点突出，简明扼要，以最简捷的方式掌握核心知识。第二，以年度热点新闻现象为线索，将其中所体现的新闻传播学知识予以深入解读，力求寻找其中的规律性。第三，对学术界一年来的研究成果进行了全景式的扫描，查阅了学界对较为关注的热点话题的基本观点，并对其进行了提纲挈领的整理，以期能够把握学术界最新的动向，掌握更多的主动。第四，以往年的真题为线索，注重知识的实用性，通过真题的解析、答题方法的训练提高应试能力，并在历年真题研究的基础上，整理出 2014 年考研重点方向，以期能够尽量全面、深入地把握考试重点及方向。

最后送给大家一首诗，与各位考研的朋友共勉：

风雨考研路，廿年苦练成。
不鸣则已矣，一鸣破长空。
而今尚砥砺，补天业未成。
及至秋风劲，大纛在云行。

传播小王子

2013 年 10 月于上海

目 录

序 / 1

第一篇 新闻传播学基础专题 / 1

专题 01	考研复习的方法	2
专题 02	传播学知识地图	4
专题 03	传播学知识口诀	5
专题 04	传播学基础专题	8
专题 05	传播学研究方法	12
专题 06	传播者相关专题	15
专题 07	传播模式论专题	20
专题 08	传播信息论专题	24
专题 09	传播媒介论专题	28
专题 10	传播受众论专题	32
专题 11	传播学效果研究	37
专题 12	传播学核心人物	43
专题 13	传播学核心学派	46
专题 14	新闻学基础理论	52

第二篇 核心理论及应用专题 / 57

专题 15	社会责任	58
专题 16	拟态环境	60
专题 17	议程设置	62
专题 18	刻板印象	64
专题 19	媒介霸权	65
专题 20	公共领域	66
专题 21	舆论领袖	68
专题 22	沉默的螺旋	73
专题 23	第三人效果	75
专题 24	知识沟假设	76

第三篇 系列重点专题梳理 / 77

专题 25	大众媒介	78
专题 26	微博专题	82
专题 27	传媒法制	87
专题 28	传媒伦理	92
专题 29	传媒素养	95
专题 30	风险社会	97
专题 31	国家形象	102
专题 32	三网融合	108
专题 33	网络问政	109
专题 34	媒介融合	113
专题 35	媒介文化	115
专题 36	娱乐文化	118
专题 37	网络推手	125
专题 38	谣言传播	128
专题 39	健康传播	135
专题 40	公益传播	138
专题 41	媒介事件	142
专题 42	“大数据”	145
专题 43	微信专题	149
专题 44	集合行动	150
专题 45	公民新闻	154
专题 46	公共舆论	158
专题 47	网络专题	162
专题 48	体验报道	166
专题 49	新闻宣传	168

第四篇 重点热点事件专题 / 175

- 专题 50 “棱镜门”与信息安全 176
- 专题 51 “中国梦”专题解读 178
- 专题 52 马克思主义新闻观 181
- 专题 53 网络诽谤司法解释 184
- 专题 54 “抗日神剧”的热议 189
- 专题 55 纸媒遭遇生存危机 190
- 专题 56 微博直播薄熙来案 194
- 专题 57 张家川“造谣”事件 196
- 专题 58 “李某某”涉案事件 199
- 专题 59 《中国好声音》专题 202
- 专题 60 网络新潮用词题解读 205
- 专题 61 网络反腐专题解读 211
- 专题 62 《新闻联播》专题 214
- 专题 63 人民日报官方微博 217
- 专题 64 《舌尖上的中国》 223
- 专题 65 BBC 性侵丑闻专题 225

第五篇 应试策略及提升指南 / 227

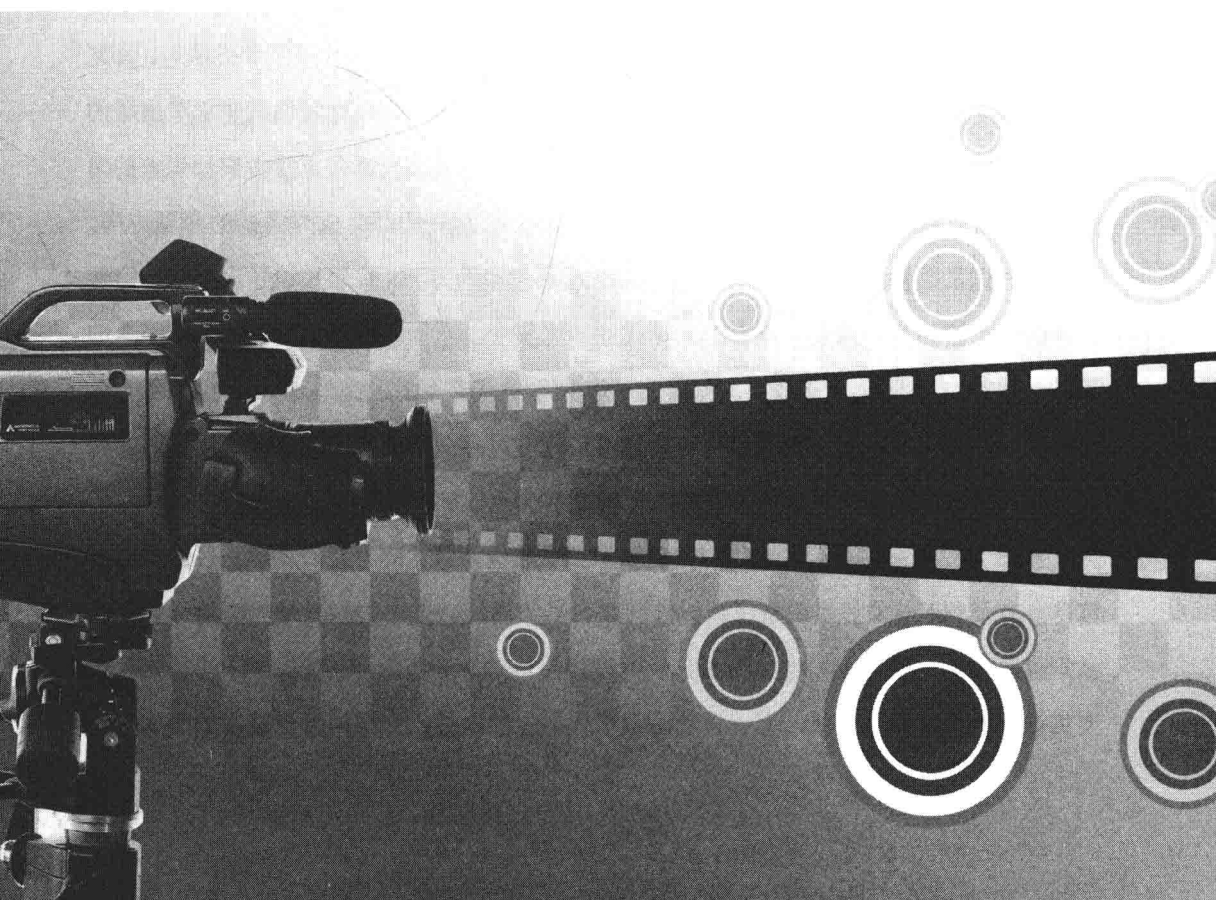
- 专题 66 高频术语解读 228
- 专题 67 答题常用框架 230
- 专题 68 答题技巧专题 234
- 专题 69 名词解释专题 235
- 专题 70 简答题型专题 238
- 专题 71 论述题型专题 242
- 专题 72 新闻业务专题 256
- 专题 73 新闻评论专题 259
- 专题 74 答题模板专题 268
- 专题 75 答题提升专题 274
- 专题 76 陌生题目应对 278
- 专题 77 答题常用引言 281
- 专题 78 研友练笔点评 286
- 专题 79 考前练笔 20 题 294
- 专题 80 考场答论十策 300

附录 / 302

第一篇

新闻传播学基础专题

专题 01	考研复习的方法
专题 02	传播学知识地图
专题 03	传播学知识口诀
专题 04	传播学基础专题
专题 05	传播学研究方法
专题 06	传播者相关专题
专题 07	传播模式论专题
专题 08	传播信息论专题
专题 09	传播媒介论专题
专题 10	传播受众论专题
专题 11	传播学效果研究
专题 12	传播学核心人物
专题 13	传播学核心学派
专题 14	新闻学基础理论



专题 01 考研复习的方法

世界上最快乐的事情有两件：一是考研的思想，二是考研的行动。以笔者的亲身经历以及对数以千百计的考研、考博成功者的访谈来看，有以下几条值得分享的经验 and 技巧。

第一，删繁就简，判断重点。虽然不少学校推荐了五六本甚至十来本参考教材，但并非每一本书都需重点复习。面对庞大的复习资料，第一步是删繁就简，迅速判断重点、次重点以及非重点的书目。判断的原则及方法是：真题导向原则——看看这些题目较为集中出现在哪些书目中；名师导向原则——看看这些学的参考书哪些是本校的名师撰写或参与撰写的；科目导向原则——一般的考试分为“基础理论+史论+业务”三部分，因而导论、概论相关的教程，新闻史、传播史相关的教程，采写编评相关的教程往往是重点。

第二，重点导向，把握核心。如何判断一本书的复习重点？其原则和方法有：真题导向原则——将往年真题作为参考，在书的目录上勾勾画画，你会发现某些章节出题的频率极高，这意味着这些章节就是复习的重点，而且各大高校都有重复考察知识点的习惯；热点导向原则——年度热点的新闻事件、历史纪念活动都会成为考试的命题方向，而与之相关的理论支撑必然是简答或论述题重点考察的方向；常用知识导向——新闻传播学的理论中核心的人物、核心的理论往往较为集中，新闻传播学本身能够堪称经典的理论，比如议程设置、守门人、沉默的螺旋等几乎就那么多，必然是经常考察的对象；学科建设导向——各个学校往往都有自己不同的侧重点，如有的学校注重文化研究，有的学校注重法兰克福学派，有的学校注重研究方法。

第三，提纲挈领，简化工作。相关知识点采用极为简化的方式来梳理，目的是将书读薄，方便记忆；尤其是在整理笔记的时候也尽量简化，理想的境界是能够将一本书的知识点总结到一张纸上，考试前五分钟内能够将这些知识点快速浏览一遍；答题的时候要将课本上的知识点还原，万一答题时记不住书上的原话，则根据自己整理的简化的笔

记条目，用自己的语言陈述条目中的内容。

第四，自己动手，整理笔记。笔记要至少有三个版本：第一个版本是超详细版的；第二个版本是提纲挈领的，要简化，纲举目张；第三个版本是超简单版的，最好用几个词语来概括一个名词、简答甚至是论述，一两页纸涵盖一本书所有的考点，能让你在五分钟内就能将所有的考点在脑子里过滤一遍；然后，你只要狂背笔记即可，先背诵第三个版本，然后是背诵第二个版本，进而背诵第一个版本，最后再回归到第三个版本上。

第五，扩充知识，广泛阅读。考研与平时自己学习不同，考研的精力有限，不可能追本溯源阅读经典文本，因此，笔者推荐两种扩充阅读面的方式：一是经典的评述性文章，比如你读伯明翰学派的著作，人物、脉络非常复杂，两个月能读完汤普森的一本专著就不错了；所以，建议搜一下以“伯明翰”和“传播”同时作为关键词的三五篇论文，一个下午足以看完。二是优秀的期刊，以《新闻传播研究》、《国际新闻界》、《新闻记者》等优秀的期刊为标准，在精不在多，提纲挈领，寻章摘句地记下来，丰富你的知识面，扩大你思考问题的视角。

第六，本校为本，其他为辅。不少同学问我是否需要读一些其他学校的参考书，个人认为，本校的参考书是最为根本的，只有在彻底读懂并掌握的基础上才可考虑读一些指定教材之外的复习资料。因不同的作者对不同的概念有不同的理解侧重点，故读书时若发现知识点的冲突应以自身报考学校的参考书为第一线索，其他参考书只能是锦上添花的补充。此外，读别的学校的参考书价值在于扩充你所用的参考书中某些重要知识点的遗漏，在于辅助了解你所用的参考书语焉不详的地方。

第七，方法得当，事半功倍。关于年度的新闻传播学领域的热点话题，可以采用以下入戏步骤：第一步：梳理全年热点→发现热点事件的规律→总结出可能出现的考点→结合教材上的理论→保证基础分拿到；第二步：参考其他教材→补充重要理论→拓宽知识面→搜集热点研究→整理精华知识点→确保答题有含金量；第三步：锻炼答题技巧，确保自己答案的每一句都紧扣题目且语言逻辑清晰，论证有力。

第八，经典阅读，适度拓展。个人比较喜欢麦奎尔的《大众传播理论》、斯坦利·巴兰的《大众传播理论：基础、争鸣与未来》、赛弗林等的《传播学理论：起源、方法与应用》、李特约翰的《人类传播理论》。这几本书都是经典的译本教材，涉及“大传播”的若干层面，并各有自己的风格和特色，如果有精力可以放在案头闲时细读，如果没有精力，也可以网络检索其笔记查阅参考。

专题 02

传播学知识地图

传播学基础	学科发展	起源背景	政治选举；商业竞争；学科基础；三论保障；战争助推；教育催化；受众发展
		中国发展	引进西方成果；召开学术会议；开设专业课程；本土化进程加快；分支研究繁盛
		五大人物	政治学家拉斯韦尔、社会心理学家卢因、社会学家拉扎斯菲尔德、心理学家霍夫兰、集大成者施拉姆
		方法学派	方法：定量研究、定性研究。学派：经验学派、批判学派（法兰克福学派、政治经济学派、文化研究学派）
	控制研究	媒介内部	把关人（卢因）、潜网（布理德）、媒介制度、新闻审查；新闻专业主义；自律及社会责任
		四种理论	威权（集权）主义、自由主义、社会责任、社会主义（苏联共产主义）
		外部控制	政治（法制、行政）、经济（所有制、市场、广告）、社会（传统文化、伦理观念、信仰宗教）、公众
	内容研究	体制制度	体制（商业经济型、政治宣传型、公共传播型）；制度（私营、公营、国营）；模式（市场、国家、进展）
		信息论	符号；信息；讯息；意义；意义空间；编码；解码；能指；所指；冗余；熵
		信息生态	拟态环境；信息过载（匮乏/失真/污染/爆炸/安全/主权）；渠道容量；地球村；信息高速公路
		信息使用	刻板偏见；选择性机制；大数据；知识沟、信息沟；或然率；易读性；注意力
	媒介研究	传播机制	谣言/流言；假新闻；黄色新闻；市场新闻；传阅率、点击率（网页）、收听（视）率、转评率（微博）
		媒介演进	口语→印刷→电报→广播→便士报→电视→网络→移动互联网→大数据、云计算……
		媒介理论	媒介环境/地理/生态学、媒介决定/游戏/恐慌/认同/政治/参与/仪式/道德/公平/正义/进化/融合……论
		媒介功能	四功能（拉斯韦尔3功能+赖特负功能）；媒介依存（沙发人、土豆人、电视人、微博人）
	受众研究	媒介属性	政治属性；经济属性；阶级属性；历史属性；公共属性；价值属性
		受众类型	现实受众-潜在受众；大众-小众-分众；积极受众-消极受众；核心受众-边缘受众；消费者-使用者-生产者
		受众心理	使用与满足；选择性心理；认知（不）和谐心理；社会顺从心理；沉默的螺旋；身份认同
		受众分析	受众权利；个体差异论；文化规范论；社会参与论；社会分化论；受众主体/动性论
	效果研究	媒介素养	接近；辨别；筛选；使用；抵抗；批判；言说。受众变化：大众→听众→读者→观众→消费者→网民→用户
		三大阶段	超强效果理论→有限效果理论→回归强效果理论
		超强效果	魔弹论（行为主义、精神分析）；火星人入侵地球、拉斯韦尔的宣传研究
		有限效果	霍夫兰劝服研究；纽科姆与费斯廷格的认知和谐/一致论；卡茨的功能论
	传播类型	回归强效果	“沉默的螺旋”；“第三人效果”；议程设置与议程建构；框架理论；涵化与电视暴力
		自我传播	主我与客我；认知与态度；选择性注意、理解……
		人际传播	强关系；弱关系；人机互动；“镜中我”；人的社会化
		组织传播	分享、交流、维系；关系的纽带、组织的建构、共同体的维系
		大众传播	功能（3个正面+1个负面）、种类（报纸、广播……），基于5W框架的研究
		国际传播	媒介帝国主义；霸权；文化维模；东方学（自我和他者）；文化认同；传播秩序；软实力；信息主权

专题 03 传播学知识口诀

做读书笔记的方法多种多样，知识树、专题梳理、5W 框架、口诀记忆等都是非常有效的方法，这篇《传播学知识口诀》是笔者以董璐老师的《传播学核心理论与概念》以及坦卡德的《传播学理论：起源、方法与应用》为底本，兼以其他版本的教材为补充，花了 3～4 小时完成。口诀的形式虽然有些哗众取宠，但提炼关键词、串联知识点、撰写打油诗却是一个极富含金量的过程，整篇文章写完后，基本上能够将上述两本书复述下来。

学起拉斯五要素，控信受效皆兼顾。布雷多克增情动，数学噪声申韦弗。
莱温把关群动力，拉斯三功五要素。拉扎哥伦验两级，态度实验自霍夫。
集大成者施拉姆，概论四论奠基础。控制循环奥斯古，A B 对称纽科姆。
维纳创建控制论，反馈受众有参与。控制把关有怀特，议程设置麦库姆。
框架倾向建议题，文化规范定价值。集权自由责任社，阿特权力有所主。
拉斯监调传遗产，赖特娱乐毁艺术。麻醉消极低俗化，冷漠霸权无交互。
政经受兼内部约，政商传播国私属。P C 自治与社服，媒介融合三合一。
信息或然施拉姆，英尼帝国有偏倚。麦氏媒介分冷热，地球延伸即信息。
情境决定戈夫曼，杰弗逊创四权力。申农信息熵有差，符义媒介三要素。
信息量少多过载，噪声干扰必冗余。信息系统控三论，创新散布罗杰斯。
符号皮尔能所指，奥斯登画三角图。米德符号互动论，共同意义有过滤。
信息可得易读性，刻板普遍代特殊。大众文化源工业，价值流通介通娱。
谣言奥波斯特曼，信息重要又模糊。受众传媒社会化，量大分散匿异孤。
班杜拉创学习论，斯金强化效果殊。海德平衡 P O 物，纽科 A B 有态度。
认知一贯费斯廷，调和否定奥斯古。麦圭传播后注意，理解行为先臣服。
概略处理阿克塞，储存抽象做论据。受众个性很务实，求真新奇并获益。

哥伦广播肥皂剧，效果使用与满足。托尔曼定工具性，皮杰社交建联系。斯蒂芬森得快乐，麦奎转心际监视。卡茨使用有差异，人际情感认知舒。期望价值菲利普，媒介依赖桑德奇。信息娱乐获知识，接触理解再注意。差异参与有范畴，关系规范参压力。从众逆反总乌合，知情传播接隐私。媒介暴力很刺激，模仿宣泄免抑制。沙发土豆电视人，容器鼠标单向度。媒介依存引贪欲，物化异化卢卡斯。芝麻积极亲社会，消费主权不可无。媒介素养西尔弗，获取判断兼发布。知情意行四层面，影响因子五要素。公众立法传媒人，认知示范与价值。效果子弹火星星人，行为精神本能促。拉斯宣传自二战，仇恨合作斗志谊。二李辱骂泛光辉，百花转移洗证词。三色宣传黑白灰，正面谣言无正误。陆军研究霍夫兰，单双免疫以说服。预防接种示两面，观点材料加事实。理性情感兼恐惧，休眠信源可信服。卡茨态度有工具，调节知识卫价值。说服技巧必图像，幽默性感且重复。效果直接又间接，身份朋友可重塑。有限效果拉扎斯，人民领袖分两级。罗杰创新S式，多级传播种稻谷。长期涵化格伯纳，观念培养自电视。李普曼定假环境，主客符号建真实。电视共鸣主流化，相关问题得共识。纽曼螺旋因劣势，感官气候怕孤立。民意影响有参照，共鸣普遍并累积。戴维森创三者论，你我没用他有益。媒介入侵有霸权，水门事件被设置。议程偏颇有建构，迟滞铺垫很具体。知沟假说因经济，芝麻教育菲利普。技能既知社交圈，媒介差异因接触。那坛延伸信息沟，信息享用有贫富。韦尔马斯等级图，信息诉求由位置。上限效果詹姆士，万能有限转适度。新闻价值很重要，实效人情加显著。道德准则必客观，准确平衡重事实。花边娱乐皆很软，政经很硬很独立。公共新闻源美国，受众主体都参与。经济销售靠广告，公关传播管信息。炒作策划因注意，伦理道德要牢记。布理德创潜网论，勇者终究循规矩。新闻偏差贝内特，个人片段很戏剧。儿童电视小大人，互动之前看窗户。技术猛进人倒退，印刷童年已消逝。尼尔波斯娱乐死，文化垄断因技术。门德尔松娱乐论，电视娱乐很教育。受众专业始作茧，社会地位被赋予。信息主权源国权，独立监督且自主。葛兰西创霸权论，意识渗透统治力。席勒文化帝国论，经济强大是基础。电子乌托邦有道，文化商品靠复制。经验传统美实证，四五十年始成熟。

实用哲学量效用，弗兰托玛拉尔夫。自然信息量基础，多元实践重事实。
效率效果最为上，微观定量体制护。欧洲批判更宏观，政经传媒及政府。
人文价值重理性，源西马法兰克福。权利自由被剥夺，一切制度不合理。

专题 04

传播学基础专题

知识点	知识点速记
大众传播	面向大规模受众的专业传播。受众大量异质匿名；信息公开同时到；传播组织复杂，很专业。
传播学说	信息独有转共享（戈德）；仪式互动说；目的影响反映说（霍夫兰）；信息从 A 到 B 的线性传递观；信息反映社会变动说。格伯纳互动关系说。
传播的起源	政治多因总统选举；商业多是机构需要；学科奠定基础；三论提供保障；战争助推研究。
传播的特点	传播信息为共享，共通意义为空间。行为过程系统中，关系互动得体现。
传播的类型	主客之我内向传播；人人交互人际传播；组织内部成员为组织传播；专业复杂为大众传播。
传播的演进	符号信号传播→语言传播→文字时代→印刷传播→大众传播→网络传播。

1. 传播的线性观与共享观

提示：传播的线性观：主流学术界往往用线性传播观点来定义传播，沿袭拉斯韦尔的 5W 模式，认为传播就是信息从信源到信宿的传递（流通）过程，尽管受众“反馈”因素的注入强调了传播过程的可循环性，但受传双方依然处在地位不均衡的状态。这一概念较好地解释了诸如报纸、电视、广播等传统的大众媒介的传播过程，以及权威、主流的声音，如重大决策等的发布的影响力。

△特点：强调媒介、传播者对受众（大众）的控制、引导、宰制，强调传播者的主体地位和主动性，忽略或漠视受众（大众）的主动性。

△应用：强调传播者的权利、权力、地位、身份、话语、意识形态、主流价值、集体利益等。如国家形象宣传片、大部分的广告片等旨在影响目标公众态度和情感的信息

形态；再如目前的以《人民日报》、《新闻联播》为代表的主流、官方媒体的传播方式。

提示：传播的仪式观：传播的共享、分享、仪式、互动观念将传播看作是一个信息共享、观念分享的过程。这种对传播的理解强调了传播者双方的互动性，强调了双方对传播过程中的信息所承载的意义的贡献。

△特点：强调信息传播的互动、交互特性，不将受众看作被传播者设计、操纵、宰制的对象；传播者和受传者处于一种同为主体的层面（而不是传播者作为主体，受众作为客体）。

△应用：强调分享、共享和集体的创作。例如，微博的传播就是一个信息交互传播的过程和行为，它将传播者和受众之间的界限模糊化，强调了多方对信息生成、传播的共享。

2. 传播现象的发展趋势及规律

①更加强调受众（阅听→用户）的主体地位，注重用户对信息的使用，而不是强调传播者对受众的控制；②更加强调信息（价值、咨询、观念）的分享，而不是一个线性的传输过程，用户各取所需平等辩论；③更加强调信息的生产者和消费者之间身份的对等关系，而不严格区分孰为传播者以及孰为信息的受众；④更加强调成本低廉性、公众平等参与，媒介开放程度、普遍的接近使用权、人性化、个性化和专业化。

△应用：互联网体现出来的趋势；互联网发展的现状；以微博为代表的平台的特点，传统媒体的改进思路。

真题详解：大众传播与群体和人际传播之间存在什么样的关联？在这一领域有哪些重要的研究发现？今天是否仍然使用？请以互联网为平台，设计一套集大众、群体、人际传播于一身的综合传播方案，使“壹基金”所提倡的“人人参与公益”的理念得到有效的推广（深圳大学2012年论述题）。

破题思路：此道论述题实际上有两问：①三种传播之间的关联及相关发现；②设计一个传播方案。第二问很显然是承接第一问来的，即要求答题者撰写的方案必须能够综合采用这三种传播，并体现出其中的关联。

参考要点：

（一）三种传播的关联及重要发现

1. 三种传播的关联：①话题的相关性；②参与者身份的交叉性；③影响的