

绝密★启用前

2011年同等学力人员申请硕士学位
学科综合水平全国统一考试

新闻传播学试卷

I. 新闻学

II. 传播学

考生须知

1. 本试卷满分为100分，包括新闻学和传播学两部分，考生选择所学专业的试题作答，所答题目与所选专业不符者不予计分。
2. 请考生务必将本人考号最后两位数字填写在本页右上角方框内。
3. 考生一律用蓝色或黑色墨水笔在答题纸指定位置上按规定要求作答，未做在指定位置上的答案一律无效。
4. 监考员收卷时，考生须配合监考员验收，并请监考员在准考证上签字（作为考生交卷的凭据），否则，若发生答卷遗失，责任由考生自负。

1. 新闻学

一、名词解释（每小题 3 分，共 30 分）

1. 《大清报律》
2. 《向导》周报
3. 斯克里普斯报团
4. 新闻本源
5. 新闻敏感
6. 版面空间
7. 周期性报道策划
8. 立论
9. 广播消息
10. 电视新闻性访谈节目

二、简答题（每小题 5 分，共 20 分）

1. 简述新闻价值及其构成要素。
2. 采访方案的设计包括哪几个方面？
3. 数字化时代新闻标题有哪些作用？
4. 简述电视新闻评论的作用。

三、分析论述题（每小题 10 分，共 20 分）

1. 分析廉价报纸产生的社会历史条件及其特征。
2. 联系我国报纸历史阐述新闻事业产生发展的一般规律。

四、实务操作题（30 分）

1. 根据以下材料写作两条不同角度的导语，每条导语（含标点）不得超过 80 个字。（8 分）
2. 根据其中一条导语撰写一篇 500 字左右的消息。（4 分）
3. 制作一则复合型标题。（5 分）
4. 为所写消息配发一篇 400 字以内的编后。（13 分，其中标题 3 分）

新浪“嘉州微博”，腾讯“微嘉州”，是乐山市市中区政府新闻办官方微博。2011 年 4 月 18 日下午，两个微博发布了第一道菜谱“魔芋烧鹌鹑”。从原料准备到制作流程，菜谱图文并茂做了详细介绍。19 日上午和 20 日上午，微博又发布了“炒豆渣”“瓢儿菠煮腊肉”两道菜谱。两个微博均表示，此后还将陆续推出“嘉州乡厨·全福”食谱。全福是该区的一个镇，以特色餐饮见长。到 4 月 19 日下午，两个微博共拥有粉丝约 1.5 万人。菜谱发出后，随即引来粉丝围观、评论和转发。“原来豆渣还可以这样做啊，以后不用倒掉了。”看到图片就流口水了，好想去尝尝啊。”粉丝中的“好吃嘴”们，纷纷送上“鲜花”，鼓励再接再厉。还有粉丝建议，应该专门开一个乐山美食微博。但也有网友“拍砖”，认为政府官方微博应较为正式，应该多发布一些政策性、服务性内容，发菜谱显得不够严肃，有“不务正业”和免费为餐馆打广告的嫌疑。

“并非不务正业，宣传乐山美食也是我们工作的一部分。”19 日下午，乐山市市中区政府新闻办相关负责人认为，发菜谱能向外地人展示乐山的美食文化，能向本地人提供服务信息，

也能展示政府温和的一面，还能让官方微博聚集人气，“是一举多得的好事情”。特别是有了人气后，官方微博才能更好地发挥作用。

乐山市市中区政府新闻办相关负责人说：“比如前段时间的‘抢盐’风波，我们第一时间通过微博发布信息，呼吁网友和市民正确对待。”该负责人表示，官方微博还有发布政策、转载新闻、解答疑问等功能。

目前，四川省各市州政府中，绝大多数都开通了官方微博。而县一级政府中，也有许多开通了官方微博。四川大学教授张小元认为：“政府开微博，拉近了和老百姓的距离，是放下架子的一种表现，这一现象值得肯定。”但张小元同时认为，政府官方微博不够活跃，是目前省内一些官方微博的通病。“调查数据显示，一个微博一天要发 10 次言，才能保证它的热度。”张小元说，许多官方微博都达不到这个标准，有的甚至长时间不发言，成为“僵尸微博”。而官方微博的发言内容，也主要集中在 6 个方面：政府公示、公告等公文的发布；重大性或贴近性新闻的转发；地方风土人情的展示；服务性信息的提供；突发性事件的应对；质疑性问题的解释。“政府管的事情多，但也应该有所侧重，以有利于老百姓为标准。”张小元表示，不管以什么形式、发布什么内容，要得到老百姓认可才算成功，而微博的粉丝数、评论率、转帖率就是检验其是否成功的风向标。

“微博世界，人人平等。”市中区政府新闻办相关负责人说，官方微博应该有严肃的一面，但同时也应该有随和的一面。把姿态放低，网友更能接受，“以前的发言很硬，评论率和转发率都不高，而现在适当加入一些柔和元素，效果就好了许多。”

除市中区外，乐山市其余 10 个县（市、区）也全部开通了官方微博。“发布内容各有侧重、各有特色。”乐山市政府新闻办相关负责人说，一般包括官方信息发布、地方风光和特产展示等。对于市中区官方微博发菜谱，该负责人认为“这种尝试值得肯定”，“既然是微博，就不应该太古板”。该负责人认为，作为政府官方微博，最重要的是确保在发布内容上权威准确、在价值取向上积极向上。

“微博是个新事物，官方微博怎样发、发什么，这还需要进一步探索。”张小元认为，官方微博发布的形式与内容，与其自身功能定位、粉丝构成等密切相关。总体而言，官方微博发布的内容，最好还是紧扣单位职能。北京市公安局官方微博“平安北京”就是好的范例。该微博经常发布与警务工作有关的防范提示、服务性信息，及时对网民关注度高的案件、事件进行跟进发布，并对网民提出的问题一一进行解答。截至 4 月 19 日，该微博粉丝数已超过 104 万。

II. 传播学

一、名词解释（每小题 3 分，共 30 分）

1. 《大清报律》
2. 《向导》周报
3. 斯克里普斯报团
4. 流言
5. 集合行为
6. 拟态环境
7. 中华广告公会
8. 广告战略调查
9. 公共关系要素
10. 积极型公共关系状态

二、简答题（每小题 5 分，共 20 分）

1. 简述“文化帝国主义”。
2. 如何看待大众传媒的公共性与公益性。
3. 简述广告与市场营销的关系。
4. 简述公共关系传播的原则。

三、分析论述题（每小题 10 分，共 20 分）

1. 分析廉价报纸产生的社会历史条件及其特征。
2. 从提升中国国际传播力的角度阐述“信息主权”问题。

四、实务操作题（30 分）

1. 阅读案例材料，并回答下列问题：
 - (1) 分析并评价凡客诚品的品牌定位策略。（5 分）
 - (2) 分析新的媒体环境对广告活动的影响。（5 分）
 - (3) 分析社会文化环境对广告活动的影响。（5 分）

2007 年 10 月网上服装品牌凡客诚品上线销售。早期，凡客的品牌推广活动主要在互联网上展开，网络广告费采取按照销售业绩分成的方式支付给网站。这种按效果付费的方式，不但大大降低了凡客广告费支出的压力，而且可以监测消费者的行为模式。2008 年，凡客用不足 2000 万的广告费获得了 2.78 亿元的销售收入。

2010 年凡客加大了广告投入 5 月到 7 月间由韩寒和王珞丹代言的凡客广告出现在全国多个城市的公交站、地铁站上。韩寒和王珞丹年轻靓丽又富有个性的身影，配上照片旁简洁精准的个性定位语言，让人眼前一亮。“爱网络，爱自由，爱晚起，爱夜间大排档，爱赛车，也爱 29 块的 T 恤，我不是什么旗手，不是谁的代言，我是韩寒，我只代表我自己。我和你一样，我是凡客。”这种“爱……，不爱……，是……，不是……，我是……”的叙述方式被称为“凡客体”。后来网络上出现了大批恶搞凡客体的帖子，代言人也掉包成小沈阳、凤姐、郭德纲、陈冠希等名人，引发了网民的广泛参与。2010 年凡客广告投放费用 2 亿元，销售收入 20 亿元左右。

2010 年 6 月份，凡客诚品 CEO 陈年去浙江拜访供应商，在一个为凡客做鞋的工厂里，

陈年发现流水线上员工都穿着凡客的鞋子和T恤。陈年做了一下调查，当他知道这些不是工厂发的，而是他们下班后自己上网买的，他备感惊讶。灵光一闪，脑袋里浮现出“人民时尚”这个概念。为了配合这种定位，新广告中出现了韩寒在街头喝完馄饨汤用手擦嘴的场景。陈年说，“我就是想表达意见领袖日常生活的一面”。“凡客诚品的使命就是平价快时尚，是人民时尚，坚持高性价比的平民路线，并以此传达真实表达自我的时尚观念，倡导健康的消费观，不媚俗，不盲目崇尚大牌。这种定位，吻合了目前用户的消费心理和时代文化。”

2. 阅读案例材料，并回答下列问题：

(1) 对“网络公关”的特征进行分析。(5分)

(2) 结合此案例谈谈中央外宣办等四部门联合开展整治非法网络公关行为专项行动的必要性。(10分)

据媒体报道，2010年7月16日，某报刊登了一篇所谓“深海鱼油造假严重”的新闻，随即网上相继出现大量宣传“深海鱼油不如地沟油”的攻击性文章。

之后，网络攻击深海鱼油的行动有组织地向深层次发展，攻击添加深海鱼油的产品不能食用，最后矛头直指伊利实业集团股份有限公司生产的“QQ星儿童奶”，煽动消费者抵制加入了深海鱼油的伊利“QQ星儿童奶”。

随后，相关文章纷纷出现在我国大型门户网站论坛、个人博客和百度等主流网站的问答栏目。

伊利集团公司迅速向呼和浩特市公安局经济技术开发区分局报案，呼和浩特市警方随即立案侦查。

警方经过为期两个多月的缜密侦查发现，这起看似商战的事件，实为“一网络公关公司受人雇佣，有组织、有预谋、有目的、有计划，以牟利为目的实施的”损害企业商业信誉案。

警方证实：2010年7月14日，蒙牛“未来星”品牌经理安勇与北京博思智奇公关顾问有限公司共同商讨炒作打击竞争对手——伊利“QQ星儿童奶”的相关事宜，并制定网络攻击方案。

据警方介绍，这些网络攻击手段包括：寻找网络写手撰写攻击帖子，并在近百个论坛上发帖炒作，煽动网民情绪；联系点击量较高的个人博客博主撰写文章发表在博客上，并“推荐到门户网站首页”、“置顶”、“加精”等操作，以提高影响力；以儿童家长、孕妇等身份拟定问答稿件，“控诉”伊利乳业公司，总计涉及费用约28万元。网络炒作历时一个月，其中点击量最高的一个帖子点击数达20余万人次。

警方表示，这起案件目前已告破，涉案人员已被刑拘。