

## 苏州大学

### 2011 年硕士研究生入学考试初试试题 ( B 卷 )

科目代码: 610 科目名称: 新闻传播基础 满分: 150 分

注意: ①认真阅读答题纸上的注意事项; ②所有答案必须写在答题纸上, 写在本试题纸或草稿纸上均无效; ③本试题纸须随答题纸一起装入试题袋中交回!

#### 一、名词解释 (20 分, 每题 5 分)

- 1、软新闻
- 2、社会责任论
- 3、文化规范论
- 4、调查性新闻

#### 二、简答题 (30 分, 每题 10 分)

- 1、简述新闻他律的主要形式。
- 2、简述梅罗维茨的“情境论”。
- 3、议题设置需要具备哪些条件。

#### 三、论述题 (40 分, 每题 20 分, 3 题选 2 题)

- 1、“犀利哥”作为网络事件, 反映了什么样的文化现象? 试运用相关传播学理论加以分析。
- 2、如何看待新闻传播实践中的“媒介审判”现象?
- 3、结合我国实际论述涵化理论的主要内容。

#### 四、实践题 (60 分)

阅读后面的材料, 解答下面的问题

- (1) 写一则消息稿, 其中应含新闻标题 (10 分)、导语 (15 分)、主体 (10 分)。
- (2) 写一则 500 字的编者按语 (25 分)

持续两个多月的 3Q 大战终于宣告终结。11 月 20 日, 工信部责令腾讯和 360 向用户公开道歉, 并立刻停止相互攻击。当晚, 腾讯门户和 360 安全卫士首页挂出了“道歉信”。

但互联网暗战仍不知终点。

“今天开车走到公园附近, 突然感慨起来, 周鸿祎还是挺牛的, 想想, 在他公司干的人, 跟着他的人, 现在出来打江山的, 千万富翁不少。”

如此个人化的表述, 却重复出现在几十个不同账号的微博中。这被有心人发现, 视为 360 雇用水军

的最直接的证据, “开车走到公园附近”迅速在网络上成为流行语, 并变换出各种不同的版本。

360 公司迅速针对这起“公园门”事件回应称, 这是新编的“传说”, 并建议“编造者”今后要用更专业的人员、更创新的手法, 以增加可信度。

像王海这样的老水军是不会犯这样的低级错误的。他给下线派任务时, 有一套放之四海的规则: 发帖时, 同一内容的一个论坛最多发一篇; 回帖时, 同一 ID 至少隔 50 个回复才能再次出现。无论发帖还是回帖, IP 地址都要不停地换。

这是征战多年的经验教训。2007 年时, 曾有公关公司受雇在各大数码论坛里发广告帖刷屏, 个个论坛都连发上百帖。删帖删到手疼的版主们, 愤怒之下, 组成了抵制该品牌的联盟。

“现在不仅仅是刷屏了, 还能做到有针对有选择地发。”知名论坛凯迪社区副主编李婉莉很感慨如今水军的专业化。

小月月起于天涯; 贾君鹏的主阵地是百度贴吧; “人肉搜索”虐猫女全程都在猫扑上进行; 而在凯迪社区, 国美股权之争、达能娃哈哈之战背后聚集着大批水军。

身在美国的著名网络推手“浪兄”认为, 判断水军是否存在的依据是背后有无利益。“和商业无关的热帖, 都是没有水军的。民工没有工资拿谁会去干。”

“犀利哥会拿一分钱给你吗? 一个 10 万的量, 4 到 5 毛一个帖子, 就意味着要花四五万。赚不到钱, 谁会做!”他说。但是, 和商业有没有关系, 有怎样的关系, 却是五花八门。如果不是事后曝光, 谁也想不到贾君鹏是为魔兽世界量身打造; 虐猫女是为猫扑造人气; 国美股权、达能娃哈哈、3Q 大战, 水军们奉命要拿下的, 则是一个个舆论制高点。甚至弱势群体们也会雇水军干活。

记者潜入一个水军群后, 接到的第一个任务, 竟然是将天涯上一条“福彩中心员工集体投诉被失业后没有得到妥善安置”的帖子顶到 1000 楼。新势整合传播机构互动营销部客户总监高胜宁在接受媒体采访时, 也曾提到其通过帮一群广东的拆迁户在天涯上策划发帖, 挣到人生第一桶金。

当然, 删除赤裸裸的小广告帖仍是李婉莉和同事每天必不可少的工作, “每天至少 1000 帖, 有增无减。”同现实社会一样, 在这个水军泛滥的网络世界里, 有在媒体上造星的, 也有造势的; 有街边散发的传单, 也有精心策划的事件营销。

根据中国公共关系网 (17PR.com) 总经理银小冬的了解, 一家公司只要有公关业务的需求, 十之八九都会用到网络公关。传统公关公司五年前就开始顺势而变, 如今几乎都已配备网络部或网络公关人才。

“水军已经成为常态, 不用反而奇怪了。”一家门户网站的品牌总监说。

就水军的功能而言, 催生了“捧人”的水军, 就市场的竞争而言, 催生了“打手”水军。这些新生事物, 都是网络时代独特现象, 它将对我们的社会产生什么样的影响, 值得人们关注和思考。

## 苏州大学

### 2011 年硕士研究生入学考试初试试题 (B 卷)

科目代码: 610 科目名称: 新闻传播基础 满分: 150 分

注意: ①认真阅读答题纸上的注意事项; ②所有答案必须写在答题纸上, 写在本试题纸或草稿纸上均无效; ③本试题纸须随答题纸一起装入试题袋中交回!

#### 一、名词解释 (20 分, 每题 5 分)

1. 软新闻
2. 社会责任论
3. 文化规范论
4. 调查性新闻

#### 二、简答题 (30 分, 每题 10 分)

1. 简述新闻他律的主要形式。
2. 简述梅罗维茨的“情境论”。
3. 议题设置需要具备哪些条件。

#### 三、论述题 (40 分, 每题 20 分, 3 题选 2 题)

1. “犀利哥”作为网络事件, 反映了什么样的文化现象? 试运用相关传播学理论加以分析。
2. 如何看待新闻传播实践中的“媒介审判”现象?
3. 结合我国实际论述涵化理论的主要内容。

#### 四、实践题 (60 分)

阅读后面的材料, 解答下面的问题

- (1) 写一则消息稿, 其中应含新闻标题 (10 分)、导语 (15 分)、主体 (10 分)。
- (2) 写一则 500 字的编者按语 (25 分)

持续两个多月的 3Q 大战终于宣告终结。11 月 20 日, 工信部责令腾讯和 360 向用户公开道歉, 并立刻停止相互攻击。当晚, 腾讯门户和 360 安全卫士首页挂出了“道歉信”。

但互联网暗战仍不知终点。

“今天开车走到公园附近, 突然感慨起来, 周鸿祎还是挺牛的, 想想, 在他公司干的人, 跟着他的人, 现在出来打江山的, 千万富翁不少。”

如此个人化的表述, 却重复出现在几十个不同账号的微博中。这被有心人发现, 视为 360 雇用水军

的最直接的证据, “开车走到公园附近”迅速在网络上成为流行语, 并变换出各种不同的版本。

360 公司迅速针对这起“公园门”事件回应称, 这是新编的“传说”, 并建议“编造者”今后要用更专业的人员、更创新的手法, 以增加可信度。

像王海这样的老水军是不会犯这样的低级错误的。他给下线派任务时, 有一套放之四海的规则: 发帖时, 同一内容的一个论坛最多发一篇; 回帖时, 同一 ID 至少隔 50 个回复才能再次出现。无论发帖还是回帖, IP 地址都要不停地换。

这是征战多年的经验教训。2007 年时, 曾有公关公司受雇在各大数码论坛里发广告帖刷屏, 个个论坛都连发上百帖。删帖删到手疼的版主们, 愤怒之下, 组成了抵制该品牌的联盟。

“现在不仅仅是刷屏了, 还能做到有针对有选择地发。”知名论坛凯迪社区副主编李婉莉很感慨如今水军的专业化。

小月月起于天涯; 贾君鹏的主阵地是百度贴吧; “人肉搜索”虐猫女全程都在猫扑上进行; 而在凯迪社区, 国美股权之争、达能娃哈哈之战背后聚集着大批水军。

身在美国的著名网络推手“浪兄”认为, 判断水军是否存在的依据是背后有无利益。“和商业无关的热帖, 都是没有水军的。民工没有工资拿谁会去干。”

“犀利哥会拿一分钱给你吗? 一个 10 万的量, 4 到 5 毛一个帖子, 就意味着要花四五万。赚不到钱, 谁会做!”他说。但是, 和商业有没有关系, 有怎样的关系, 却是五花八门。如果不是事后曝光, 谁也想不到贾君鹏是为魔兽世界量身打造; 虐猫女是为猫扑造人气; 国美股权、达能娃哈哈、3Q 大战, 水军们奉命要拿下的, 则是一个个舆论制高点。甚至弱势群体们也会雇水军干活。

记者潜入一个水军群后, 接到的第一个任务, 竟然是将天涯上一条“福彩中心员工集体投诉被失业后没有得到妥善安置”的帖子顶到 1000 楼。新势整合传播机构互动营销部客户总监高胜宁在接受媒体采访时, 也曾提到其通过帮一群广东的拆迁户在天涯上策划发帖, 挣到人生第一桶金。

当然, 删除赤裸裸的小广告帖仍是李婉莉和同事每天必不可少的工作, “每天至少 1000 帖, 有增无减。”同现实社会一样, 在这个水军泛滥的网络世界里, 有在媒体上造星的, 也有造势的; 有街边散发的传单, 也有精心策划的事件营销。

根据中国公共关系网 (17PR.com) 总经理银小冬的了解, 一家公司只要有公关业务的需求, 十之八九都会用到网络公关。传统公关公司五年前就开始顺势而变, 如今几乎都已配备网络部或网络公关人才。

“水军已经成为常态, 不用反而奇怪了。”一家门户网站的品牌总监说。

就水军的功能而言, 催生了“捧人”的水军, 就市场的竞争而言, 催生了“打手”水军。这些新生事物, 都是网络时代独特现象, 它将对我们的社会产生什么样的影响, 值得人们关注和思考。

## 苏州大学

### 2011 年硕士研究生入学考试初试试题 (B 卷)

科目代码: 610 科目名称: 新闻传播基础 满分: 150 分

注意: ①认真阅读答题纸上的注意事项; ②所有答案必须写在答题纸上, 写在本试题纸或草稿纸上均无效; ③本试题纸须随答题纸一起装入试题袋中交回!

#### 一、名词解释 (20 分, 每题 5 分)

- 1、软新闻
- 2、社会责任论
- 3、文化规范论
- 4、调查性新闻

#### 二、简答题 (30 分, 每题 10 分)

- 1、简述新闻他律的主要形式。
- 2、简述梅罗维茨的“情境论”。
- 3、议题设置需要具备哪些条件。

#### 三、论述题 (40 分, 每题 20 分, 3 题选 2 题)

- 1、“犀利哥”作为网络事件, 反映了什么样的文化现象? 试运用相关传播学理论加以分析。
- 2、如何看待新闻传播实践中的“媒介审判”现象?
- 3、结合我国实际论述涵化理论的主要内容。

#### 四、实践题 (60 分)

阅读后面的材料, 解答下面的问题

- (1) 写一则消息稿, 其中应含新闻标题 (10 分)、导语 (15 分)、主体 (10 分)。
- (2) 写一则 500 字的编者按语 (25 分)

持续两个多月的 3Q 大战终于宣告终结。11 月 20 日, 工信部责令腾讯和 360 向用户公开道歉, 并立刻停止相互攻击。当晚, 腾讯门户和 360 安全卫士首页挂出了“道歉信”。

但互联网暗战仍不知终点。

“今天开车走到公园附近, 突然感慨起来, 周鸿祎还是挺牛的, 想想, 在他公司干的人, 跟着他的人, 现在出来打江山的, 千万富翁不少。”

如此个人化的表述, 却重复出现在几十个不同账号的微博中。这被有心人发现, 视为 360 雇用水军

的最直接的证据, “开车走到公园附近”迅速在网络上成为流行语, 并变换出各种不同的版本。

360 公司迅速针对这起“公园门”事件回应称, 这是新编的“传说”, 并建议“编造者”今后要用更专业的人员、更创新的手法, 以增加可信度。

像王海这样的老水军是不会犯这样的低级错误的。他给下线派任务时, 有一套放之四海的规则: 发帖时, 同一内容的一个论坛最多发一篇; 回帖时, 同一 ID 至少隔 50 个回复才能再次出现。无论发帖还是回帖, IP 地址都要不停地换。

这是征战多年的经验教训。2007 年时, 曾有公关公司受雇在各大数码论坛里发广告帖刷屏, 个个论坛都连发上百帖。删帖删到手疼的版主们, 愤怒之下, 组成了抵制该品牌的联盟。

“现在不仅仅是刷屏了, 还能做到有针对有选择地发。”知名论坛凯迪社区副主编李婉莉很感慨如今水军的专业化。

小月月起于天涯; 贾君鹏的主阵地是百度贴吧; “人肉搜索”虐猫女全程都在猫扑上进行; 而在凯迪社区, 国美股权之争、达能娃哈哈之战背后聚集着大批水军。

身在美国的著名网络推手“浪兄”认为, 判断水军是否存在的依据是背后有无利益。“和商业无关的热帖, 都是没有水军的。民工没有工资拿谁会去干。”

“犀利哥会拿一分钱给你吗? 一个 10 万的量, 4 到 5 毛一个帖子, 就意味着要花四五万。赚不到钱, 谁会做!”他说。但是, 和商业有没有关系, 有怎样的关系, 却是五花八门。如果不是事后曝光, 谁也想不到贾君鹏是为魔兽世界量身打造; 虐猫女是为猫扑造人气; 国美股权、达能娃哈哈、3Q 大战, 水军们奉命要拿下的, 则是一个个舆论制高点。甚至弱势群体们也会雇水军干活。

记者潜入一个水军群后, 接到的第一个任务, 竟然是将天涯上一条“福彩中心员工集体投诉被失业后没有得到妥善安置”的帖子顶到 1000 楼。新势整合传播机构互动营销部客户总监高胜宁在接受媒体采访时, 也曾提到其通过帮一群广东的拆迁户在天涯上策划发帖, 挣到人生第一桶金。

当然, 删除赤裸裸的小广告帖仍是李婉莉和同事每天必不可少的工作, “每天至少 1000 帖, 有增无减。”同现实社会一样, 在这个水军泛滥的网络世界里, 有在媒体上造星的, 也有造势的; 有街边散发的传单, 也有精心策划的事件营销。

根据中国公共关系网 (17PR.com) 总经理银小冬的了解, 一家公司只要有公关业务的需求, 十之八九都会用到网络公关。传统公关公司五年前就开始顺势而变, 如今几乎都已配备网络部或网络公关人才。

“水军已经成为常态, 不用反而奇怪了。”一家门户网站的品牌总监说。

就水军的功能而言, 催生了“捧人”的水军, 就市场的竞争而言, 催生了“打手”水军。这些新生事物, 都是网络时代独特现象, 它将对我们的社会产生什么样的影响, 值得人们关注和思考。

2011 年硕士研究生入学考试初试试题 ( B 卷 )

科目代码: 610 科目名称: 新闻传播基础 满分: 150 分

注意: ①认真阅读答题纸上的注意事项; ②所有答案必须写在答题纸上, 写在本试题纸或草稿纸上均无效; ③本试题纸须随答题纸一起装入试题袋中交回!

一、名词解释 (20 分, 每题 5 分)

- 1、软新闻
- 2、社会责任论
- 3、文化规范论
- 4、调查性新闻

二、简答题 (30 分, 每题 10 分)

- 1、简述新闻他律的主要形式。
- 2、简述梅罗维茨的“情境论”。
- 3、议题设置需要具备哪些条件。

三、论述题 (40 分, 每题 20 分, 3 题选 2 题)

- 1、“犀利哥”作为网络事件, 反映了什么样的文化现象? 试运用相关传播学理论加以分析。
- 2、如何看待新闻传播实践中的“媒介审判”现象?
- 3、结合我国实际论述涵化理论的主要内容。

四、实践题 (60 分)

阅读后面的材料, 解答下面的问题

- (1) 写一则消息稿, 其中应含新闻标题 (10 分)、导语 (15 分)、主体 (10 分)。
- (2) 写一则 500 字的编者按语 (25 分)

持续两个多月的 3Q 大战终于宣告终结。11 月 20 日, 工信部责令腾讯和 360 向用户公开道歉, 并立刻停止相互攻击。当晚, 腾讯门户和 360 安全卫士首页挂出了“道歉信”。

但互联网暗战仍不知终点。

“今天开车走到公园附近, 突然感慨起来, 周鸿祎还是挺牛的, 想想, 在他公司干的人, 跟着他的人, 现在出来打江山的, 千万富翁不少。”

如此个人化的表述, 却重复出现在几十个不同账号的微博中。这被有心人发现, 视为 360 雇用水军

的最直接的证据, “开车走到公园附近”迅速在网络上成为流行语, 并变换出各种不同的版本。

360 公司迅速针对这起“公园门”事件回应称, 这是新编的“传说”, 并建议“编造者”今后要用更专业的人员、更创新的手法, 以增加可信度。

像王海这样的老水军是不会犯这样的低级错误的。他给下线派任务时, 有一套放之四海的规则: 发帖时, 同一内容的一个论坛最多发一篇; 回帖时, 同一 ID 至少隔 50 个回复才能再次出现。无论发帖还是回帖, IP 地址都要不停地换。

这是征战多年的经验教训。2007 年时, 曾有公关公司受雇在各大数码论坛里发广告帖刷屏, 个个论坛都连发上百帖。删帖删到手疼的版主们, 愤怒之下, 组成了抵制该品牌的联盟。

“现在不仅仅是刷屏了, 还能做到有针对有选择地发。”知名论坛凯迪社区副主编李婉莉很感慨如今水军的专业化。

小月月起于天涯; 贾君鹏的主阵地是百度贴吧; “人肉搜索”虐猫女全程都在猫扑上进行; 而在凯迪社区, 国美股权之争、达能娃哈哈之战背后聚集着大批水军。

身在美国的著名网络推手“浪兄”认为, 判断水军是否存在的依据是背后有无利益。“和商业无关的热帖, 都是没有水军的。民工没有工资拿谁会去干。”

“犀利哥会拿一分钱给你吗? 一个 10 万的量, 4 到 5 毛一个帖子, 就意味着要花四五万。赚不到钱, 谁会做!”他说。但是, 和商业有没有关系, 有怎样的关系, 却是五花八门。如果不是事后曝光, 谁也想不到贾君鹏是为魔兽世界量身打造; 虐猫女是为猫扑造人气; 国美股权、达能娃哈哈、3Q 大战, 水军们奉命要拿下的, 则是一个个舆论制高点。甚至弱势群体们也会雇水军干活。

记者潜入一个水军群后, 接到的第一个任务, 竟然是将天涯上一条“福彩中心员工集体投诉被失业后没有得到妥善安置”的帖子顶到 1000 楼。新势整合传播机构互动营销部客户总监高胜宁在接受媒体采访时, 也曾提到其通过帮一群广东的拆迁户在天涯上策划发帖, 挣到人生第一桶金。

当然, 删除赤裸裸的小广告帖仍是李婉莉和同事每天必不可少的工作, “每天至少 1000 帖, 有增无减。”同现实社会一样, 在这个水军泛滥的网络世界里, 有在媒体上造星的, 也有造势的; 有街边散发的传单, 也有精心策划的事件营销。

根据中国公共关系网 (17PR.com) 总经理银小冬的了解, 一家公司只要有公关业务的需求, 十之八九都会用到网络公关。传统公关公司五年前就开始顺势而变, 如今几乎都已配备网络部或网络公关人才。

“水军已经成为常态, 不用反而奇怪了。”一家门户网站的品牌总监说。

就水军的功能而言, 催生了“捧人”的水军, 就市场的竞争而言, 催生了“打手”水军。这些新生事物, 都是网络时代独特现象, 它将对我们的社会产生什么样的影响, 值得人们关注和思考。