

637

华南理工大学  
2018 年攻读硕士学位研究生入学考试试卷

(试卷上做答无效, 请在答题纸上做答, 试后本卷必须与答题纸一同交回)

科目名称: 影视、新媒体与品牌传播综合

适用专业: 新闻传播学

共 3 页

一、名词解释题 (每题 5 分, 共 30 分)

- 1、VR 摄影
- 2、场面调度
- 3、群体极化
- 4、人机交互
- 5、舒尔茨整合营销传播
- 6、RTB 实时竞价

二、简答题 (每题 10 分, 共 60 分)

- 1、简述文字符号在电视真人秀节目中的传播价值。
- 2、什么是平行蒙太奇和交叉蒙太奇? 二者有何区别? 请举例说明。
- 3、尼葛洛庞帝在《数字化生存》中提出一个命题“计算不再只是和计算有关, 它决定我们的生存”, 请结合现实加以阐释。
- 4、请从群体协作和共创、共享的角度分析维基平台的优势和前景。
- 5、请简述品牌接触点管理应遵循的三个原则, 并举例说明。
- 6、请简述品牌内部传播中非正式传播的特点及其存在的必要性。

三、论述题 (每题 20 分, 共 60 分)

(一) 材料一: 2015 年 9 月 24 日, 首届中国网络文学论坛在上海举行。会上公布的数据显示, 2014 年共有 114 部网络小说被改编成影视剧, 其中 90 部拍成电视剧, 24

部拍成电影。2015~2016年，IP剧在省级卫视黄金TOP50剧目中所占比例明显提升，涨幅近一倍。2017年五大卫视的备播剧目中，IP剧依然处于绝对优势地位。

材料二：2017年8月11日，首届中国“网络文学+”大会在北京亦创国际会展中心举行，由凤凰互娱承办的IP交易大会是本次会议的重要环节。与以往PPT展示IP作品的方式不同，本次交易大会首次在现场采用视频方式，对IP作品从故事梗概、故事人设、故事亮点、书迷观点、文学网站改变意见、影视受众观点等多个角度进行展示。同时现场邀请《天龙八部》编剧孙铎、《大话西游3》监制陈亮等四位明星导师，对16部IP作品进行专业点评。共有18家影视公司参与了本次IP作品的争夺。

材料三：据首届中国“网络文学+”大会发布的数据，截至2016年，中国网络文学用户的规模达到了3.33亿，日均更新文字量逾1.5亿字，年上线作品超过100万种，国内网站签约作者约250万人，另有超过2000万人在网上不定期创作，市场规模达到了90亿元。《花千骨》、《甄嬛传》、《琅琊榜》、《盗墓笔记》等多部网络文学IP转化的影视作品在国内屡创收视奇迹。其中，《甄嬛传》还远播日韩、美国；《盗墓笔记》累积点击率超过24亿。

- 1、根据上述材料论述IP剧兴起的原因，并分析其存在的问题。
- 2、互联网作为推动当今社会发展变化的因素之一，对影视传媒产业产生了何种影响？

（二）谷歌公司在2004年开始了谷歌数字图书馆计划，其通过与各大图书馆的合作，扫描成千上万的图书并使其数字化。这些数字化的图书存放在谷歌公司的服务器上，供网络用户通过检索来发现所需要的相关图书，并提供片段阅读。2005年10月，美国作家协会与3名图书的著作权人将谷歌诉至法院，他们主张各个未经许可为图书数字化而实施的扫描及提供搜索的行为，构成了著作权侵权。2013年11月，地区法院作出判决，判定谷歌图书构成合理使用。2015年10月16日，美国第二巡回上诉法庭维持了谷歌图书不侵犯版权的判决。2016年4月18日，美国联邦最高法院不予受理美国作家协会诉谷歌公司案，这意味着谷歌数字图书馆的著作权纠纷尘埃落定。

请结合著作权相关知识分析这一案例。

(三) 2017年10月12日,“中国之造(China Made)”正式启动。“中国之造”是商务部外贸发展局以党中央、国务院关于品牌工作的总体要求为指导,切实落实“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”的重要指示,为扩大中国品牌在全球市场知名度与美誉度,助力中国企业产品和服务品质创新提升,引导中国品牌自觉承担更多企业社会责任,实现对外贸易转型升级目标而提出的一项品牌工作计划。其宣传口号是“我爱中国之造、让世界拥抱中国之造”。苏芒、刘雯、鹿晗担任官方公益形象大使。

“中国之造”涵盖品牌建设和宣传推广、企业社会责任提升、文明发展成果和中国生活方式分享等内容。“中国之造”强调中国产品和服务的国家特色,反映中国品牌在满足全球消费者需求和不断提升品质过程中所凝聚的中华智慧、创新动力、文明贡献等文化附加值,突出中国品牌对全球消费者负责任的态度,对生态环境的友好、对人类发展的贡献,蕴含中国品牌可持续发展、高度社会认可、国际竞争力的正面评价,表达中国品牌集合华夏文明精华所倡导的现代生活模式,表现最新科技文化发展成果所追求的价值取向与审美喜好。

“中国之造 China Made”品牌工作计划官方视频中,飞亚达、万事利丝绸、长城汽车、360公司、同仁堂、大董烤鸭店、海航集团、飞跃球鞋、飞鸽、海尔集团、小米、中粮、青岛啤酒、京东、万达等中国品牌入选。

请根据上述资料,回答以下两个问题:

1、你是如何看待从“中国制造”到“中国质造”再到“中国之造”的概念提出的?

2、请您选择“中国之造”品牌工作计划官方视频中的任意一家企业,为其规划一场大型整合品牌传播方案。