

新闻学真题 及强化习题详解

KUAKAO EDUCATION

www.kuakao.com Born to win

跨考教育教研中心 ◎ 编著

新闻学真题及强化习题详解

编 著：跨考教育教研中心

编委会成员：张爱志 张文平 赵鑫全
曹先仲 薛思科 邝金武
计湘婷 邓利军 杨国蓉
张珍珍 康国英 王保丽
王 伟 毛 盾 王好强
鲁宇姣

版权专有 侵权必究

图书在版编目 (CIP) 数据

新闻学真题及强化习题详解 / 跨考教育教研中心编著. —北京: 北京理工大学出版社, 2011.9

ISBN 978-7-5640-4983-6

I. ①新… II. ①跨… III. ①新闻学-研究生-入学考试-题解 IV. ①G210-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2011) 第 164434 号

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010) 68914775 (办公室) 68944990 (批销中心) 68911084 (读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 三河市文阁印刷厂

开 本 / 787 毫米×1092 毫米 1/16

印 张 / 17.5

字 数 / 347 千字

版 次 / 2011 年 9 月第 1 版 2011 年 9 月第 1 次印刷 责任校对 / 周瑞红

定 价 / 49.80 元 责任印制 / 边心超

如有印装质量问题, 请与北京理工大学出版社发行部联系

前 言

为帮助考生全面、系统、有针对性地复习新闻学这门专业课，提高备考的效率，增强通过考试的把握性，我们精心编写了《新闻学真题及强化习题详解》这本书。该书包括了全国 24 所高校，尤其是以新闻为特色的重点院校近几年的真题。

目前有关新闻学的入学考试书很多，但是大多是对书本体例的详细解释，尽管对考生也有很大帮助，但是从研究生考试针对性强、各院校自主命题的特点来看，要想取得更好的成绩，真题的研究更是必不可少，本书正是适应这一需求而编写的。

本书具有如下特点：

(1) 本书以各大院校的真题为依据，对每一个考题进行详解，并结合强化习题进行延伸和拓展，力求将知识点讲透，帮助考生领会知识的实质，掌握应试技巧。

(2) 选题新颖。本书精选新闻学专业近几年的真题，内容新颖，能够让考生以最快的速度将全国一些重点院校新闻学专业的出题特点及规律进行全面的了解，针对考生自身的特点选择合适的学校并进行全面系统、有针对性的学习。

(3) 编写团队密切配合，群策群力，追求编写质量。本书的编写团队由多年从事新闻专业入学考试命题研究、考试辅导与教学的专家组成，了解考生复习、备考的感受与需要，编写的《新闻学真题及强化习题详解》具有很强的权威性和实战性。

本书严谨的体例、详尽的解释一定是您开启成功大门的一把钥匙，定能帮助您跨越考试，成就梦想！

跨考教育教研中心

2011.9

目录

中国人民大学

2008 年新闻传播史论真题	1
2009 年新闻传播史论真题	1
2010 年新闻传播史论真题	2
2009 年传媒经济实务真题	2

★ 答案与解析 /

2008 年新闻传播史论真题解析	3
2009 年新闻传播史论真题解析	6
2010 年新闻传播史论真题解析	9
2009 年传媒经济实务真题解析	12

北京大学

2009 年新闻史论真题	16
--------------------	----

★ 答案与解析 /

2009 年新闻史论真题解析	16
----------------------	----

中国传媒大学

2008 年新闻学基础真题	20
2009 年新闻学基础真题	21
2009 年新闻理论真题	23
2009 年新闻史真题	23

★ 答案与解析 /

2008 年新闻学基础真题解析	23
2009 年新闻学基础真题解析	32
2009 年新闻理论真题解析	41
2009 年新闻史真题解析	45

 复旦大学

2008 年新闻传播学基础真题	49
2009 年新闻实务真题	49
2009 年新闻基础理论真题	50
2009 年新闻传播实务真题	50

 答案与解析 /

2008 年新闻传播学基础真题解析	51
2009 年新闻实务真题解析	56
2009 年新闻基础理论真题解析	61
2009 年新闻传播实务真题解析	66

 北京师范大学

2008 年传播学概论真题	76
2008 年新闻与传播学综合真题	76

 答案与解析 /

2008 年传播学概论真题解析	77
2008 年新闻与传播学综合真题解析	81

 南京师范大学

2008 年新闻与传播学理论真题	92
2009 年新闻与传播学理论真题	92
2008 年新闻与传播学史真题	93
2009 年新闻与传播学史真题	94

 答案与解析 /

2008 年新闻与传播学理论真题解析	96
2009 年新闻与传播学理论真题解析	102
2008 年新闻与传播学史真题解析	106
2009 年新闻与传播学史真题解析	107

 清华大学

2009 年新闻传播史论真题	115
2009 年新闻与传播业务 A 卷真题	115

 答案与解析 /

2009 年新闻传播史论真题解析	116
2009 年新闻与传播业务 A 卷真题解析	120

● 厦门大学

2009 年新闻与传播实务真题	125
2009 年新闻学与传播学基础真题	126

★ 答案与解析 /

2009 年新闻与传播实务真题解析	127
2009 年新闻学与传播学基础真题解析	133

● 中南财经政法大学

2008 年新闻学基础真题	137
2010 年新闻学基础真题	137

★ 答案与解析 /

2008 年新闻学基础真题解析	138
2010 年新闻学基础真题解析	141

● 四川大学

2009 年新闻传播史论真题	145
2009 年新闻传播业务真题	145

★ 答案与解析 /

2009 年新闻传播史论真题解析	146
2009 年新闻传播业务真题解析	149

● 华中师范大学

2010 年传播学(新闻史)真题	153
------------------------	-----

★ 答案与解析 /

2010 年传播学(新闻史)真题解析	153
--------------------------	-----

● 南开大学

2008 年人文社科基础真题	158
2008 年传播学原理真题	158
2009 年传播实务真题	159

★ 答案与解析 /

2008 年人文社科基础真题解析	159
2008 年传播学原理真题解析	164
2009 年传播实务真题解析	168

南京大学

2009 年新闻传播史论真题	172
2010 年传播业务真题	172

答案与解析 /

2009 年新闻传播史论真题解析	173
2010 年传播业务真题解析	177

中山大学

2008 年传播学真题	182
2010 年传播学真题	183

答案与解析 /

2008 年传播学真题解析	183
2010 年传播学真题解析	189

上海大学

2009 年新闻传播理论真题	192
2010 年新闻传播理论真题	192
2010 年新闻传播业务真题	193

答案与解析 /

2009 年新闻传播理论真题解析	193
2010 年新闻传播理论真题解析	198
2010 年新闻传播业务真题解析	201

上海交通大学

2008 年新闻业务真题	203
2010 年新闻业务真题	203

答案与解析 /

2008 年新闻业务真题解析	204
2010 年新闻业务真题解析	205

暨南大学

2008 年传播业务真题 208

答案与解析 /

2008 年传播业务真题解析 208

湖南大学

2009 年新闻史真题 213

答案与解析 /

2009 年新闻史真题解析 213

山东大学

2008 年新闻理论真题 219

2008 年新闻史真题 219

2008 年西方新闻概论真题 220

2008 年综合考试真题 220

答案与解析 /

2008 年新闻理论真题解析 220

2008 年新闻史真题解析 222

2008 年西方新闻概论真题解析 224

2008 年综合考试真题解析 225

华南理工大学

2009 年传播学史论真题 227

2009 年传播学业务真题 227

答案与解析 /

2009 年传播学史论真题解析 228

2009 年传播学业务真题解析 232

辽宁大学

2008 年传播理论真题 237

答案与解析 /

2008 年传播理论真题解析 237

武汉理工大学

2009 年传播学原理真题 242

答案与解析 /

2009 年传播学原理真题解析 243

西安交通大学

2008 年新闻传播学基础真题 247

答案与解析 /

2008 年新闻传播学基础真题解析 248

电子科技大学

2008 年新闻传播史论真题 252

2008 年新闻传播实务真题 252

答案与解析 /

2008 年新闻传播史论真题解析 260

2008 年新闻传播实务真题解析 264

中国人民大学

2008 年



新闻传播史论真题

一、名词解释

1. 东西洋考每月统纪传
2. 中东通讯社
3. 新闻价值
4. 宣传
5. “使用与满足”理论
6. 媒介素养
7. 公共产品
8. 数据库营销

二、简答题

1. 简述中国中央电视台的发展历程。
2. 简述对马克思“人民的承认是报刊赖以生存的条件”的理解。
3. 简述信源可信性对传播效果的影响。
4. 简述传媒业的产业特征。

三、论述题

1. 论述欧洲广播电视业公营、民营体制的形成过程及欧洲公营体制的特点。
2. 联系 2003 年繁峙矿难，记者收受贿赂，讨论新闻伦理与新闻职业道德建设的意义和要求。

2009 年



新闻传播史论真题

一、名词解释

1. 公民新闻
2. 邸报
3. 新闻法治
4. 巴西环球集团
5. 时代华纳
6. 创新扩散理论
7. 传媒价值链

8. 史量才
9. 注意力经济
10. 拟态环境

二、简答题

1. 受众意识的基本内涵。
2. “文化大革命”对中国新闻业的破坏与影响。
3. 画出循环传播模式图,并简要叙述主要内容(画1950年施拉姆的双向传播模式并分析)。
4. 传媒产业上市的利益与风险(机遇与挑战)。

三、论述题

传媒间合作与竞争的现状与趋势。

 2010 年

 新闻传播史论真题

一、名词解释

1. 印度报业托拉斯
2. 广州日报报业集团
3. 媒介审判
4. 大众传播的“麻醉作用”
5. 微内容

二、简答题

1. 简述世界范围内互联网传播的发展历程。
2. 简述新闻客观性原则在新闻操作过程中的要求。
3. 简述“第三人效果”理论。
4. 简述受众碎化的影响因素。

三、论述题

1. 新闻记者如何通过合法途径获得新闻素材?
2. 运用“议程设置”理论,分析网络意见的形成与扩散。
3. 论述新闻植入式营销。

 2009 年

 传媒经济实务真题

一、名词解释

1. 网络民意
2. 文化折扣
3. 千人成本
4. 合竞时代

5. 边际成本

二、简答题

1. 传媒产业公共性与产业性的关系。
2. 简述传媒产品的需求价格弹性影响的主要因素。
3. 中国传媒产业未来的发展重心正在从规模经济转为范围经济，为什么？

三、分析题

房地产新闻、房地产资讯与房地产广告的区别。

四、论述题

预测与分析 2009 年传媒的产业发展趋势，并说明理由。



答案与解析

2008 年新闻传播史论真题解析

一、名词解释

1. **东西洋考每月统纪传**：1833 年 8 月，由德国传教士郭士立创于广州，是第一份在中国内地出版的中文近代月刊。雕版印刷，中国书式，内容由宗教、伦理道德和科学知识三方面组成，着重介绍西方实用科技和人文史地，鼓吹中外友好，设新闻言论专栏；1835 年 2 月转由广州外国人联合组织的“对华实用知识传播会”接办，同年 7 月随该机构迁往新加坡。

2. **中东通讯社**：埃及唯一的国家通讯社，于 1956 年由埃及两家日报和两家出版社筹资建成，1960 年收归国有。主要是宣传国家政策，以阿拉伯、英、法语发稿，着重报道埃及和不结盟国家事务。在国内有 26 个分社，与世界大通讯社有接受新闻协定。

3. **新闻价值**：所谓新闻价值是新闻事实本身所包含的满足社会需求的素质的总和。新闻价值要素包括真实性、时新性等不变要素和重要性、显著性、接近性、趣味性等可变要素。新闻事实所包含的价值要素越丰富，级数越高，新闻价值就越大。

4. **宣传**：宣传是一种劝服活动，直接目的在于通过一定的方式影响他人的意识、使其接受宣传者的某种观念，最终目的是期望接受宣传的人能够以宣传者期望的方式进行某种活动。

5. **“使用与满足”理论**：适度效果理论的经典模式之一。卡茨在其研究中首先主张不但要关注媒介对人们做了什么，还要关注人们用媒介做了什么。早期的相关分析认为，人们使用大众媒介主要是为了加强原有态度。1969 年麦奎尔等人对英国大选的研究结论对此观点提出了质疑。后来卡茨于 1974 年提出了理论假设，认为受众具有社会和心理根源的需求，引起对大众媒介或其他信源的期望，导致媒介披露的不同形式，最后导致需求的满足以及其他无意义的效果。卡茨总结了使用与满足理论的要素，包括：

- (1) 受众是主动的，对于大众媒介的使用是有目标的。

(2) 受众需要的满足和对媒介的选择之间的联系中,受众拥有主动权。

(3) 媒介相互竞争以满足受众需要。

卡茨将大众媒介视为个人用以联系他人的工具,认为媒介可以满足使用者的认知、情感、个人和社会整合、缓解压力等方面的需要。

6. **媒介素养**: 所谓媒介素养就是指正确地、建设性地享用大众传播资源的能力,能够充分利用媒介资源完善自我,参与社会进步。主要包括受众利用媒介资源的动机、使用媒介资源的方式、方法与态度、利用媒介资源的有效程度以及对传媒的批判能力等。

7. **公共产品**: 公共产品是私人产品的对称,亦称“公共财货”“公共物品”,西方经济学用语,指能为绝大多数人共同消费或享用的产品或服务,如国防、公安、司法等方面所具有的财物和劳务,以及义务教育、公共福利事业等。特点是一些人对这一产品的消费不会影响另一些人对它的消费,具有非竞争性;某些人对这一产品的利用,不会排斥另一些人对它的利用,具有非排他性。一般由政府或社会团体提供。几种重要的公共产品,如国防、秩序、环保、科技、教育、文化等。

8. **数据库营销**: 所谓数据库营销就是企业通过收集和积累消费者的大量信息,经过处理后预测消费者有多大可能去购买某种产品,以及利用这些信息给产品以精确定位,有针对性地制作营销信息,以达到说服消费者去购买产品的目的。数据库营销在欧美已经得到了广泛的应用。在中国内地,也开始呈现“星星之火,快速燎原”之势头。包括 DM (Direct Mail, 定向直邮), EDM (E-mail DM, 电子邮件营销), E-Fax (网络传真营销) 和 SMS (Short Message Server, 短消息服务) 等在内的多种形式的数据库营销手段,得到了越来越多的中国企业的青睐。

二、简答题

1. **【答案】**中国中央电视台是中华人民共和国国家电视台,1958年5月1日试播,9月2日正式播出。其前身为北京电视台,1978年5月1日更名为中央电视台。如今已形成电视、电影、动画制作、网络、报刊、图文数字电视相互配合的多媒体宣传、广告经营和产业拓展的多元化经营格局。

中央电视台是中国重要的新闻舆论机构,是党、政府和人民的重要喉舌,是中国重要的思想文化阵地,发挥着传播新闻、社会教育、文化娱乐、信息服务等多种功能,是全国公众获取信息的主要渠道,也是中国了解世界、世界了解中国的重要窗口。

改革开放以来,中央电视台发展迅猛,日新月异。目前共开办16套电视节目,分别为综合频道、新闻频道、经济频道、综艺频道、中文国际频道、体育频道、电影频道、农业·军事频道、电视剧频道、英语国际频道、科教频道、戏曲频道、社会与法频道、少儿频道、音乐频道、西法语频道,内容几乎涵盖社会生活的各个领域。同时,还开办了9个数字电视付费频道,2个网络电视频道和1个高清电视播出频道。目前全台栏目总数近400个,日播出量达631小时,其中自制节目量约占总播出量的73.9%,使用中、英、法、西4种语言和粤语、闽南话等方言向国内外播出。全国人口覆盖率达90%,观众超过11亿人。第4套节目(中文国际频道)、第9套节目(英语频道)

通过卫星传送覆盖全球，西法语频道也已覆盖欧洲与南美多个西法语系国家。

中央电视台拥有相当规模的、具有世界先进水平的技术设备和设施，其中移动地面卫星系统（DSNG）可随时随地对重大新闻事件进行现场直播。节目制作、播出传输、卫星转发、新闻回传全面实现数字化；多媒体互联网系统部分实现资源共享，初步形成办公自动化和智能化的管理体系。

2. 【答案】这句话主要是指群众性是所有新闻业的普遍属性，实质上就是新闻业的社会性。同时，坚持新闻工作的群众性原则，是无产阶级新闻业、社会主义新闻业的传统，它是党性原则的内在要求。

马克思主义的历史观认为，人民群众是历史发展的主体、是历史发展的根本动力，这就决定了以马克思主义理论作为基本指导思想的无产阶级新闻业、社会主义新闻业，必然要把群众性原则作为自己的基本原则。

作为中国新闻业的一条基本工作原则，群众性原则是指：依靠人民群众的力量兴办、支持和发展新闻业，通过新闻传播来满足人民群众的信息需求、特别是新闻信息的需求。

3. 【答案】对信源的可信性与说服效果的关系进行实证考察的是霍夫兰，他提出了“可信性效果”的概念：一般来说，信源的可信度越高，其说服效果越大；可信度越低，说服效果越小。“可信性效果”的概念说明，对传播者来说，树立良好的形象、争取受众的信任是改进传播效果的前提条件。

但是，由可信性带来的说服效果并不是一成不变的。霍夫兰等人在上述两次实验中都发现，随着时间的推移，高可信度信源的说服效果会出现衰退，而低可信度信源的说服效果则有上升的趋势。这说明一个重要道理，信源的可信性对信息的短期效果具有极为重要的影响，但从长期效果来说，最终起决定性作用的是内容本身的说服力。

4. 【答案】第一，在双重基本属性中运行。所谓双重基本属性，是指新闻业既有意识形态属性，又有一般产业的属性。从理论上说，意识形态属性从本源上受制于产业属性，经济是命脉、传播是表现，新闻业发展的根本动力来自新闻市场，来自人们的信息需求。但意识形态是方向盘，把握它的是政治权力。

第二，在两种主要功能中传播。作为党、政府和人民喉舌的中国新闻业，其宣传功能一直占据着核心地位。进入新时期以来，新闻业的功能开始多样化，新闻功能得到了前所未有的强化和提升。

第三，在多重制约力量中发展。中国传媒业的特有性质与地位，以及它在改革开放中所处的新境遇，使它必须在多重制约力量中求得发展。

三、论述题

1. 【答案】本题作为论述题，主要考察的是考生能否综合世界新闻史中的史料，并在熟悉史实的基础上把握历史规律。具体的答题思路可参照如下：

A. 举英国一例，从广播、电视分别讲该国的公营建立，又分别在 1954 年和 1972 年允许开办商业电视和广播，改组相应的管理机构名称。

B. 将法国、俄国、德国等欧洲其他国家一笔带过，说明他们的公营与私营并行的

形成与英国大同小异。

C. 从政治经济学角度阐释。西方国家政府不能直接从事生产积累,对传播行业的规范一方面来自产业方面,一方面来自国家政府。所以国家一般通过自由化、私有化、商业化等过程来调整,慢慢就形成了公私并营的体制。

D. 概述欧洲公营体制的特点,从管理人员的来源、经费的来源,如不登广告等方面来答。

2. 【答案】这道题,联系了2003年的一件轰动全社会的媒体事件。这就体现了人大新闻学院对学生的一个隐性要求:不仅要掌握书本上的知识,作为新闻传播专业的学生一定要关注新闻、关注新闻业界、学界的最新动向。

2003年繁峙矿难事件简介:2002年6月22日,山西省繁峙县义兴寨发生金矿爆炸特大伤亡事故,当地政府部门个别负责人和金矿矿主为隐瞒真相,分别给前往采访事故的《山西经济日报》《山西法制报》和《生活晨报》3家新闻单位的7名记者送去现金45 000元人民币。其中,《山西经济日报》记者苏某收受8 000元,《山西法制报》驻忻州记者站站长刘某收受8 000元,《山西法制报》驻忻州记者站记者白某、阎某各收受7 000元,《生活晨报》记者魏某、樊某、郭某3名记者分别收受5 000元。

新闻伦理和新闻职业道德建设的意义和要求一般可从以下几个方面着手思考:

(1) 为什么要进行新闻伦理与新闻职业道德建设。新闻业的意识形态属性、新闻作为社会监视器的作用。

(2) 新闻伦理与新闻职业道德建设的紧迫性。现阶段我国新闻职业道德缺失现象严重,有损新闻媒体的公信力和新闻价值的实现。新闻官司不断涌现等。

(3) 如何加强新闻伦理与新闻职业道德建设。

2009年新闻传播史论真题解析

一、名词解释

1. 公民新闻:公民新闻是20世纪80年代以来在美国提出的一种新闻观念,进行的一种新闻实践。目前仍在争议中实践和演变。最早提出此新闻理论的学者是美国的罗森教授,他认为,新闻记者不应该仅仅是报道新闻,新闻记者的工作还应该包括这样一些内容:致力于提高社会公众在获得新闻信息基础上的行动能力,关注公众之间对话和交流的质量,帮助人们积极地寻求解决问题的途径,告诉社会公众如何应对社会问题。他还指出,新闻业是健康的公共生活中的重要组成部分,新闻媒介应该担当起更积极的角色,去加强公民的职责和权益保护,推动公共讨论和复兴公共生活。

2. 邸报:邸报出现于宋朝,是在封建政府中枢部门统一管理下发行的官报,发行机构是进奏院。邸报完全从官文书中脱离出来,成为官方的新闻传播工具,信息量加大,时效性增强,能够定期连续发行,读者不再限于少数藩镇长官,扩大到了中央和地方各级官员和士大夫知识分子。形式上没有报头,内容主要包括皇帝的诏旨、起居,官吏的任免,臣僚的奏章、战报和刑罚。稿件一般由进奏官从门下省的阁门司抄录而来,有所取舍后传之四方,在社会上公开发售,邸报的一部分为雕版印刷。

3. **新闻法治**：用法律来规范新闻传播活动。具体来说，就是通过制定新闻法等相关法律，一方面对新闻出版自由进行法律保障，同时，也确保新闻传播活动不能侵犯别人的自由权利。

新闻法的内容很多，其中比较重要的有：

- (1) 公众对权力组织的“知晓权”。
- (2) 维护公民的“隐私权”。
- (3) 为新闻来源保密的“隐匿权”。
- (4) “更正与答辩权”。

4. **巴西环球集团**：巴西最大的传媒集团，拥有环球电视网，从 90 年代初期成为世界第四大电视网，环球台也是巴西最大的电视台。

5. **时代华纳**：时代华纳（Time Warner Inc.，2000—2003 年称为美国在线时代华纳）是美国的一家大型媒体公司，在 2000 年，美国在线（美国当时最大的因特网服务提供商）与原先的时代华纳（Time Warner，一家传统的媒体巨擘，横跨出版、电影与电视产业）合并而成。AOL 时代华纳公司拥有一系列极具价值的品牌，包括 CNN、Netscape、HBO、《时代》杂志、时代华纳电缆公司和华纳兄弟公司。

6. **创新扩散理论**：1962 年，美国新墨西哥大学埃弗雷特·罗杰斯（Everett M. Rogers）教授研究了多个有关创新扩散的案例，出版了《创新扩散》（Diffusion of Innovations）（第一版）一书，他考察了创新扩散的进程和各种影响因素，总结出创新事物在一个社会系统中扩散的基本规律，提出了著名的创新扩散 S—曲线理论。

创新的扩散，总是一开始比较慢，然后当采用者达到一定数量（即“临界数量”）后，扩散过程突然加快（即起飞阶段 take-off），这个过程一直延续，直到系统中有可能采纳创新的人大部分都已采纳创新，到达饱和点，扩散速度又逐渐放慢，采纳创新者的数量随时间而呈现出 S 形的变化轨迹。罗杰斯把创新的采用者分为革新者、早期采纳者、早期追随者、晚期追随者和滞后者等几个发展阶段。

创新事物具有 5 个基本特征：相对优越性、兼容性、复杂性、可实验性、可观察性。

创新推广过程包括 5 个阶段：获知、说服、决策、实施、确认。

7. **传媒价值链**：它表现在购买、转换、管理、营销和销售等环节中增加到新闻产品或服务中的价值。价值链概念强调产业所提供的产品或服务对消费者的价值。

8. **史量才**：1908 年，任《时报》主笔，1912 年接办《申报》，任总经理。从此，倾毕生精力，锐意经营，使《申报》成为当时中国最为成功的商业报纸。因与国民党当局抗争，1934 年 11 月 13 日，史量才与妻儿等人由杭州回沪，在行驶至海宁附近翁家埠达闸口时，遭国民党特务枪击。

9. **注意力经济**：最早正式提出“注意力经济”这一概念的是美国的迈克尔·戈德海伯（Michael H. Goldhaber），1997 年他在美国发表了一篇题为《注意力购买者》的文章。他认为，当今社会是一个信息极大丰富甚至泛滥的社会，而互联网的出现，加快了这一进程，信息非但不是稀缺资源，相反是过剩的。而相对于过剩的信息，只有