

# 中央民族大学硕士研究生入学考试初试科目考试大纲

科目代码：820 科目名称：新闻传播实务

## I. 考查目标

新闻传播实务综合考试范围包括：新闻采访、新闻写作、新闻编辑、新闻评论、广播电视实务、新媒体与网络传播、公关与广告实务几个方面。要求考生系统掌握相关的基础知识和基本方法，能够运用所学的基本知识和基本方法分析、判断和解决实际问题。

## II. 考试形式和试卷结构

### 一、试卷满分及考试时间

本试卷满分为 150 分，考试时间为 180 分钟。

### 二、答题方式

答题方式为闭卷、笔试。

### 三、试卷内容结构

试卷各部分内容所占大致分值为：新闻采、写、编、评共计 80 分，广播电视实务 20 分，公关与广告实务 25 分，新媒体与网络传播 25 分。

## III. 考查范围

### 第一部分：新闻实务

#### 【考察目标】

1. 掌握新闻采访、写作、编辑、评论的涵义和基本要求。
2. 熟悉新闻采访、写作、编辑、评论的基本程序。
3. 独立完成新闻采访、写作、编辑、评论的能力。

#### 一、新闻采访

- (一) 新闻发现
- (二) 新闻发现力的培养
- (三) 采访准备
- (四) 现场访问
- (五) 现场观察
- (六) 体验式采访
- (七) 电话采访与网上采访
- (八) 采访方法
- (九) 采访的核实

#### 二、新闻写作

##### (一) 新闻写作的基本原理

1. 新闻报道要真实：新闻报道真实的基本内容；虚假报道出现的社会原因。
2. 新闻报道要讲时效：增强新闻报道时效的环节；网络传播对新闻时效性的影响。
3. 新闻写作要关注受众兴趣：受众兴趣的满足与引导。
4. 新闻报道与记者的倾向性：用事实说话的内容，用事实说话的方式。

## （二）新闻写作的基本程式

1. 新闻报道的基本构件：消息头的作用；导语的作用和类型；主体的类型和写作要求；结尾的形式；背景材料的作用和类型。
2. 新闻报道的基本结构形式：倒金字塔结构的意义、特点和不足；新闻报道其他结构的特点。
3. 新闻报道的基本种类：简讯的特点；动态新闻的特点和写作要求；综合新闻的特点和写作要求；述评性新闻的特点和写作要求；现场新闻的特点和写作要求；人物新闻的特点和写作要求；其他一些新闻种类的各自特点和写作要求；美国客观报道和精确报道产生的原因。

## （三）新闻写作技法

1. 发现新闻：记者的发现力表现诸方面；记者发现力决定于记者具备多方面的素质；记者发现力决定于记者具有科学的思维方式；记者选择新闻的两个标准；两个标准之间的关系。
2. 新闻主题：新闻报道主题的特征；新闻报道主题的选择和确立。
3. 理解“感觉”在报道中的重要作用；记者的感觉与受众的感觉。

## （四）新闻报道形态演变

1. 当代新闻报道形式发展变化：“新华体”的特点及变化；报道形态变化及动因。
2. 传播科技与新闻文体的关系：传播科技发展对新闻文体的影响；广播、电视、网络、手机等对新闻文体的影响。

# 三、新闻编辑

- （一）新闻编辑的特点与要求
- （二）新闻稿件的选择
- （三）新闻稿的修改
- （四）新闻标题
- （五）新闻稿的配置
- （六）版面编辑
- （七）新闻报道的策划与组织
- （八）图片编辑
- （九）专刊和副刊编辑
- （十）电视编辑

# 四、新闻评论

- （一）新闻评论面临的形势  
网络媒体的特征及挑战，中国社会转型对新闻评论的影响、认识及对策。
- （二）中国新闻评论的现状与特征  
评论分量、评论时效、评论论题、评论指向、评论监督、评论形式、评论队伍。
- （三）新闻评论的基本概念  
新闻评论的定义、新闻评论的性质和作用。
- （四）新闻评论的基本要素  
论点、论据、论证。
- （五）新闻评论的选题  
选题的概念、选题的价值、选题的来源、选题的原则、选题的标准。
- （六）新闻评论的立意

立意的要求、立意的过程。

#### (七) 新闻评论的论证

论证中存在的问题、事实论证的作用、理论论证的作用、立论和驳论。

#### (八) 新闻评论的素质要求

新闻人的特质、新闻评论者素质要求。

#### (九) 用新闻评论的基本理论和方法评点新闻事实和社会现象

## 第二部分：广播电视实务

### 【考察目标】

1. 熟悉各类广播电视专题和栏目的基本特征
2. 掌握各类广播电视专题和栏目的编排、创作原则、方式
3. 熟练掌握各类广播电视专题和栏目的评价方式

### 一、电视专题与栏目分类

- (一) 电视专题分类：电视专题的内容分类；电视专题的形式分类
- (二) 电视栏目分类：栏目表现对象；栏目表现内容；栏目表现形式

### 二、叙述型电视专题（专题片）

- (一) 专题片的类型：新闻性专题；社教性专题片；散文性专题片
- (二) 专题片的叙事：叙述者；叙述视角；叙事结构
- (三) 专题片的写作：专题片写作过程；专题片写作特性；专题片写作风格

### 三、纪实型电视专题（纪录片）

- (一) 纪录片的发展历程：纪录片的开端；纪录片的本质；纪录片的轨迹
- (二) 纪录片的创作模式：格里尔逊式；真实电影；访问式；反射式
- (三) 纪录片的摄制技巧：电视纪录片的选题、拍摄、结构
- (四) 纪录片的发展走向：纪录片选题的多元化；纪录片创作的多样化；纪录片经营的市场化；纪录片播出的栏目化

### 四、政论型电视专题（政论片）

- (一) 历史政论片
- (二) 事件政论片
- (三) 政治理论片

### 五、调查型电视专题（调查报告）

- (一) 电视调查报告的界定：调查报告的界定；调查报告的发展
- (二) 电视调查报告的分类：调查内容分类；调查目的分类；调查模式分类
- (三) 电视调查报告的方式：调查方式；结构方式；调查技巧

### 六、新闻型电视栏目创作

- (一) 电视新闻栏目化：电视新闻栏目化的意义；电视新闻栏目的形态
- (二) 集纳型新闻栏目：集纳性新闻栏目的编排；集纳型新闻栏目的个性化
- (三) 杂志型新闻栏目：事件组合式；栏目组合式
- (四) 专题型新闻栏目：题材的选择；叙事的技巧；专题型新闻栏目的发展趋势

## 七、社教型电视栏目创作

(一) 社教节目的地位

(二) 社教栏目的类别：节目题材分类；受众对象分类；节目样式分类

(三) 公共型社教栏目的创作：社政类节目创作；经济类节目创作；文化类节目创作；科技类节目创作

(四) 对象型社教栏目的创作：年龄层次的栏目分析；性别层次的栏目分析；职业层次的栏目分析

(五) 服务型社教栏目的创作：生活服务栏目的发展；生活服务栏目的制作

## 八、娱乐型电视栏目创作

(一) 电视娱乐节目的基本类型：电视娱乐节目的基本样式；电视娱乐节目的特征

(二) 电视娱乐节目的消费语境：消费文化的滥觞；电视娱乐节目热；娱乐节目的接受心理

(三) 电视娱乐节目的文化批评

(四) 电视娱乐节目的发展策略：电视娱乐节目的市场化细分；电视娱乐节目的规则化控制；电视娱乐节目的个性化经营

## 九、谈话型电视栏目创作：

(一) 电视谈话节目的发展历程：电视谈话节目的发展背景、发展历程

(二) 电视谈话节目的基本类型：节目内容分类；结构形式分类

(三) 电视谈话节目的创作要素：话题；谈话人；谈话方式

(四) 电视谈话节目的拓展空间：谈话节目的交流特质；谈话节目的时空跨越；谈话节目的改进策略

## 十、常规型电视栏目编排

(一) 编排的基本原则：编排基本要素；编排时段划分；编排基本原则

(二) 编排的竞争策略：栏目编排的策略；节目编排的策略；成功编排的经验

## 第三部分：新媒体与网络传播

### 【考察目标】

1. 熟悉新闻传播技术发展的历史
2. 熟悉互联网传播技术的主要特点
3. 理解数字新媒体传播的主要特点
4. 理解网络新闻传播的主要特点

### 一、互联网之前的新闻传播技术

(一) 新闻传媒技术概述：概念、特征、发展阶段

(二) 报业新闻综合业务处理系统：概念、组成、功能应用以及网络环境

(三) 广播电视技术及其数字化

(四) 新闻通信技术及应用：电报、电话、通信网，通信新业务、通信新网络

### 二、互联网传播技术与第四媒体

(一) 多媒体电脑与多媒体电脑网络：概念、特征、发展、应用、影响

(二) 第四媒体(互联网): 互联网传播、多感觉、信息冗余、超媒体、超文本, 第四媒体(互联网)的传播类型及其特点

### 三、网络传播的媒介分析

- (一) 网络媒介与传统媒介的比较: 媒介性质、媒介特征、传播特征、媒介功能
- (二) 网络媒介对传统媒介的影响: 网络媒介对传统媒介的挑战; 网络媒介与传统媒介的共存、双赢战略
- (三) 网络媒介的文化分析: 媒介与文化、网络文化空间、网络空间文化的特征

### 四、网络传播的受众分析

- (一) 网民: 概念、特征、结构
- (二) 网民行为: 行为方式、行为特征、网民语言

### 五、网络传播的效果分析

- (一) 网络传播效果分析的特殊意义
- (二) 网络传播过程效果分析
- (三) 网络传播社会效果分析
- (四) 网络传播对传统效果理论的更新

### 六、网络新闻传播

- (一) 网络新闻传播的概念及特点
- (二) 传统新闻媒体的网上新闻传播
- (三) 商业性 ICP 网站的网络新闻传播

### 七、网络传播伦理与法制

- (一) 互联网背景下的伦理问题与犯罪问题
- (二) 网络传播道德规范及法制建设

## 第四部分: 公关与广告实务

### 【考察目标】

1. 掌握广告与公共关系的基本概念。
2. 掌握广告策划与创意的基本理论、思维方法和一般技巧。

### 一、公共关系

- (一) 公共关系基础原理  
公共关系基本原理; 危机公关处理原则与处理程序; 公共关系策划书的撰写
- (二) 整合营销传播的基本原理
- (三) 新媒体环境下的广告与公关

### 二、广告实务

- (一) 广告调查与市场分析  
广告调查的内容和方法; 市场分析的内容和分析方法
- (二) 广告战略、策略制定  
广告战略与策略的关系。广告策略的不同类型

(三) 广告创意与文案写作

广告创意与文案写作的策略思考、基本要求、方法与技巧

(四) 广告媒介与广告媒介策划

广告媒介基础知识；广告媒介策划的步骤与内容

(五) 广告策划书的撰写

广告策划书的基本内容和结构框架