



学科导航4.0暨统一检索解决方案研讨会

华中科技大学新闻与信息传播学院传播学系2007年硕士研究生入学考试《新闻传播实务》考试大纲

<http://www.fristlight.cn> 2007-03-21

[作者] 华中科技大学新闻与信息传播学院传播学系

[单位] 华中科技大学新闻与信息传播学院传播学系

[摘要] 华中科技大学新闻与信息传播学院传播学系2007年硕士研究生入学考试《新闻传播实务》考试大纲。

[关键词] 华中科技大学新闻与信息传播学院传播学系;2007年;硕士研究生;入学考试;《新闻传播实务》;考试大纲

第一部分 考试说明一、考试性质新闻传播实务基础是我校新闻学、传播学专业硕士生必考的专业基础科目之一。旨在检验考生新闻传播实务的基本知识和基本技能的掌握程度,以及分析问题和解决问题的能力。考试对象为参加2007年全国硕士研究生入学考试的准考生。二、考察学科范围 1. 必考范围: 新闻采访学、新闻报道写作、报纸编辑学、新闻评论 2. 选考范围: 电视实务、网络传播、广告实务(备注: 选考的三个部分中由考生任选二部分) 三、考试形式与答题时间 (一) 答卷方式: 闭卷, 笔试 (二) 答题时间: 180分钟 三、内容比例与试卷结构 (一) 必答部分包括下列内容(占总卷面分数的60%) 新闻采访 大约15% 新闻写作 大约15% 报纸编辑 大约15% 新闻评论 大约15% (二) 选答部分包括下列内容(占总卷面分数的40%) 在电视实务、网络传播、广告实务3部分内容中, 任选2部分答题, 具体比例是: 电视实务 大约20% 网络传播 大约20% 广告实务 大约20% (三) 题型比例 题型答题类别 名词与概念解释 简答题 写作题(新闻+评论) 分析论述题 操作应用题 合计必答部分 约10% 约15% 约20%+15%=35% 60% 选答部分 约10% 约15% 约15% 40% 合计 约10% 约25% 约35% 约15% 约15% 100% (四) 参考书目 采写编评部分: 申凡. 当代新闻采访学. 华中理工大学出版社, 1999年 孙发友. 新闻报道写作通论. 人民出版社, 2005年 郑兴东等. 报纸编辑学教程. 中国人民大学出版社, 2001年 赵振宇. 现代新闻评论. 武汉大学出版社, 2005年 电视实务部分: 石长顺. 当代电视实务教程, 复旦大学出版社, 2005年 网络传播部分: 屠忠俊、吴廷俊. 网络新闻传播导论. 华中科技大学出版社, 2002年 广告实务部分: 余明阳、陈先红. 广告策划创意学(第二版). 复旦大学出版社, 2003年 第二部分 考查要点一、新闻采访学 (一) 采访活动的哲学基础 1. 采访态度与唯物主义: 采访工作的出发点是搞清事实, 由感性到理性的认识程序不能颠倒与简化, 要有检验地吸收间接性材料。 2. 采访方法与辩证法: 采访方法使用的顺序与采访方法体系的排列顺序, 采访中认识事物的方法不能片面, 选择的方法不能机械呆板, 处理问题的方法不能简单化。 (二) 采访的工作路线 1. 采访中与各级机构的关系: 与自己业务分工有关的机构加强联系, 争取多参加这些部门的活动, 与政府部门有意见分歧时要坚持真理修正错误。 2. 广交朋友的群众路线: 把党的政策与群众的实际情况联系起来考虑, 以群众的“知”为新闻采访的标准, 对无意听到的群众说法、意见要分析, 注意使用群众中的新闻源、信息网。 3. 深入实际的基本功: 积极到实地去抓第一手材料, 对所报道的战线、行业情况有全面调查, 定期对重点问题做调查研究, 建立自己的采访基地。 (三) 采访的选择 1. 记者的新闻敏感: 新闻敏感的概念, 新闻敏感发生的过程, 新闻敏感的作用, 新闻敏感的培养。 2. 形势观念与报道思想: 报道思想的概念及其产生, 报道思想与采访的关系。 3. 新闻价值与题材选择: 从变动中抓新鲜事物, 从重点方面抓重要事实, 从和群众有切身关系的方面抓有接近性的事实。 4. 新闻线索及其收集: 新闻线索的概念及发现渠道。 (四) 采访收集材料的方式 1. 准备与查阅材料: 平时准备与临时准备, 采访前准备的作用, 采访前准备的内容。 2. 访问与提问: 平时的概念及搞好访问的条件, 问话的原则, 问题的种类, 按认识事物的过程展开问题, 提问角度。 3. 开座谈会: 座谈会的作用, 开好座谈会的方法。 4. 观察与现场采访: 观察及其在采访中的作用, 新闻观察的目标, 新闻观察应注意的问题, 多感官感知。 (五) 采访材料的整理与核实 1. 记录与整理材料的技术: 心记与笔记, 需要记录的内容。 2. 材料的核实: 材料核实的必要性及方法。 (六) 采访中对写作的思考把采访与写作结合起来思考的好处。 1. 从主题需要考虑采访的方向: 报道思想与主题, 对事物的认识与主题提炼, 上下结合的思考。 2. 从体裁方面调整采访视角: 采访中选择新闻体裁的根据, 采访中思考新闻体裁的条件, 采访中思考新闻体裁的时机。 3. 从使用角度考虑收集材料的标准: 材料的准确度, 材料的深刻性, 材料的全面性, 材料的细致程度。 (七) 采访活动的形式与类别 1. 机动记者与常驻记者的活动特点, 对机动记者与常驻记者的要求。 2. 专业性采访的特点: 专业采访的共同点。

技术与第四媒体 1. 多媒体电脑与多媒体电脑网络：概念、特征、发展、应用、影响 2. 第四媒体（因特网）：因特网传播（网络传播）、多感觉、信息冗余、超媒体、超文本，第四媒体（因特网）的传播类型及其特点（三）网络传播的媒介分析 1. 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 2. 网络媒介对传统媒介的影响：对传统媒介的挑战、共存、双赢战略 3. 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 1. 网民：概念、特征、结构 2. 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 1. 网络传播效果分析的特殊意义 2. 网络传播过程效果分析 3. 网络传播社会效果分析 4. 网络传播对传统效果理论的更新（六）网络新闻传播 1. 网络新闻传播的概念及特点 2. 传统新闻媒体的网上新闻传播 3. 商业性ICP网站的网络新闻传播（七）网络传播伦理与法制 1. 因特网背景下的伦理问题与犯罪问题 2. 网络传播道德规范及法制建设七、广告实务（一）广告策划报告广告策划报告的主要构成，主要包括市场分析、广告策略、广告计划、效果评估等。（二）广告市场调查的内容、范围和方法（三）产品认识、分析与定位（四）广告战略设计和广告预算（五）广告媒体特性和渠道选择的影响因素优化组合、选择方法及原则（六）广告表现策略、推进策略、实施策略（七）广告创意的基本理论、思维方法和创造技法，创意者的素质开发（八）广告文案创意的基本要求，主题创意的方法，结构创意、语言创意的基本形式、方法及技巧（九）平面广告创意概述、报纸广告创意、杂志广告创意（十）全书的策划案例赏析和创意链接

[我要入编](#) | [本站介绍](#) | [网站地图](#) | [京ICP证030426号](#) | [公司介绍](#) | [联系方式](#) | [我要投稿](#)

北京雷速科技有限公司 Copyright © 2003-2008 Email: leisun@firstlight.cn

