

衡阳师范学院研究生入学考试

新闻与传播专业综合能力考试大纲

科目名称：新闻与传播专业综合能力

使用学科（类别）专业（领域）：055200 新闻与传播硕士

一、考查目标

新闻与传播硕士入学《新闻与传播专业综合能力》考试要求考生系统掌握新闻采访与写作、新闻评论、广告学的基本理论、基本知识、基本方法，并能够运用所学的基本理论、基本知识和基本方法，分析、解决相关的理论问题和现实问题。

二、考试形式和试卷结构

1. 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。

2. 答题方式

答题方式为闭卷、笔试。

3. 试卷内容

新闻采访与写作相关知识

4. 试卷题型

简答题，论述题，材料分析题，实务题。

三、考查内容

《新闻采访与写作》

第一部分 绪论

1. 新闻采写在新闻传播活动中的作用
2. 当代新闻采写面临的挑战
3. 学习新闻采写的意义与方法

第二部分 新闻采访与写作原理

1. 新闻采写的特征与原理，包括：新闻采写的主要特征、基本原理。

2. 新闻采写的主体——记者，包括：记者的角色与职责、记者的修养与职业道德、记者的主体意识。

3. 新闻采写的客体——新闻事实，包括：新闻事实的含义与特性、新闻事实的识别、新闻事实的选择依据。

4. 新闻采写的成果——新闻报道，包括：新闻报道的主要特点、新闻报道的构成要件、新闻报道的文体类型。

第三部分 新闻采访

1. 新闻发现，包括：新闻发现的意义、新闻发现的目标与依据、新闻发现的动态过程、新闻发现的方法。

2. 新闻选题与采访策划，包括：新闻选题与采访策划内涵及其作用、新闻选题的确定、采访策划的原则与方法。

3. 新闻采访的类型，包括：访问、观察、文献采集、其他采访。

4. 新闻采访的准备，包括：新闻线索的寻找、采访对象的约定、新闻背景的准备、采访计划的拟订、采访的其他准备等。

5. 新闻采访的实施——访问，包括：访问的特质、访问的氛围、提问的类型和方法。

6. 新闻采访的实施——现场观察，包括：现场观察的作用和内容、现场观察的方法和技巧、现场观察力的培养。

7. 新闻采访的实施——记录与核实，包括：采访记录的作用与内容、采访记录的方式与技巧、采访记录的整理与核实。

第四部分 新闻写作

1. 消息写作，包括：消息的特点与类型、消息的构成、导语的写作、背景的写作、主体的写作。

2. 通讯写作，包括：通讯的特点、通讯的类型和结构、通讯的主题与表达。

3. 特写写作，包括：特写的特点、特写的类型、特写的写作技巧。

4. 其他报道样式写作，包括：调查性报道写作、解释性报道写作、预测性报道写作、突发性事件报道写作、专题报道写作、系列报道写作等。

5. 广播电视新闻写作，包括：广播新闻的特点、广播新闻写作的结构与语言、电视新闻的特点、电视新闻写作的特点与要求等。

6. 网络新闻写作，包括：网络新闻的类型、网络新闻的文本结构、网络新闻的叙述语言。

7. 融合报道，包括：融合报道概述、融合报道的呈现方式、融合报道的样态类型、融合报道的制作。

《新闻评论教程》

1. 新闻评论的特点：定义；新闻评论与新闻报道比较；新闻评论的根本特征
2. 新闻评论的分类
3. 新闻评论的价值：根本任务；具体作用
4. 新闻评论的嬗变
5. 无产阶级报刊新闻评论的传统
6. 社会主义新闻评论的党性原则：把握正确的舆论导向；坚持党的实事求是的思想路线；贯彻全党办报、群众办报的方针

7. 评论工作者的基本素质

8. 选题：如何选题；什么是好的论题

9. 立意：主攻目标；思维方法

10. 论证：立论与驳论；几种常见的推理形式

11. 谋篇：标题制作；引论写作；正论与结论写作

12. 文采：叙议结合；情理交融；起承转合；言之有文

13. 社论与编辑部文章：性质与功能；写作要求

14. “评论”、本报评论员与特约评论员文章：特点及其应用

15. 短评、编者按与“配”评论：特点与写作要求

16. 新闻述评：特点与写作要求

17. 专栏评论：新闻时评、思想评论、微型评论

18. 广播新闻评论：特点与写作要求

19. 电视新闻评论：特点与写作要求

20. 网络新闻评论：特点与优势；网络新闻评论的拓展

21. 杂文：杂文与评论；杂文的主要特征；杂文写作要求

《广告学概论》

(一) 广告概论

1. 广告的概念
2. 广告的分类
3. 广告学的研究对象及研究方法
- (二) 广告的起源与发展
 1. 广告的起源——古代广告
 2. 世界近现代广告的发展
 3. 中国近现代广告的发展
- (三) 现代广告业
 1. 现代广告业的性质与任务
 2. 广告在现代社会中的功能与作用
 3. 现代广告对社会的影响
- (四) 广告基本原理
 1. 广告定位理论
 2. USP理论与整合营销传播
 3. 4P组合与4C组合
 4. 5W理论与广告传播
 5. 6W+6O理论与消费者行为研究
 6. 认知理论与广告心理研究
- (五) 广告运作规律
 1. 广告活动的一般规律
 2. 广告公司的运作规律
 3. 广告策划的主要内容和程序
- (六) 广告主体
 1. 广告组织
 2. 广告代理制度
 3. 中国广告人才的教育与培养
- (七) 广告信息
 1. 广告信息的构成与传播
 2. 广告主题

- 3. 广告创意
- 4. 广告创意实施
 - (八) 广告媒体
 - 1. 广告媒体概述
 - 2. 媒体计划
 - (九) 广告客体
 - 1. 广告客体概述
 - 2. 广告与消费者行为
 - 3. 广告与网络时代的受众行为
 - (十) 广告效果的测定
 - 1. 广告效果概述
 - 2. 广告效果测定的基本方法
 - 3. 网络广告效果的测定
 - (十一) 广告管理
 - 1. 广告管理概述
 - 2. 广告管理的内容
 - 3. 广告传播的社会责任

四、参考书目

- 1. 《新闻采访与写作》编写组. 新闻采访与写作[M]. 高等教育出版社, 2019.
- 2. 丁法章. 新闻评论教程(第四版)[M]. 复旦大学出版社, 2008.
- 3. 陈培爱. 广告学概论(第三版)[M]. 高等教育出版社, 2014.