

# 沈阳体育学院新闻与传播专业学位研究生考试 考试大纲

考试科目一：新闻与传播专业综合能力

## 第一章 新闻采访与写作概论

第一节 采访写作在新闻业务中的地位

- 一、新闻采访：新闻传播活动的基础
- 二、新闻写作：为新闻传播提供文本
- 三、采访写作是记者工作的重要内容

第二节 新闻采访与新闻写作的关系

- 一、新闻采访和新闻写作在认识论方面的一致性
- 二、新闻采访对新闻写作的制约作用
- 三、新闻写作是对新闻采访的升华

第三节 新闻采访与写作对记者素质的要求

- 一、敏于发现：具有察觉异常的能力
- 二、勤于思考：具有创新思维的能力

三、长于沟通：具有与人交流的能力

四、精于表达：具有驾驭语言的能力

五、不畏艰辛：具有战胜困难的能力

## 第二章 新闻采访准备与方法

### 第一节 新闻线索与报道策划

一、获得线索：采访的起点

二、新闻敏感与新闻线索

三、采访与新闻报道策划

### 第二节 新闻采访前的资料准备

一、采访前资料准备工作

二、分析采访对象的心理特点

三、拟定切实可行的采访计划

### 第三节 新闻采访的一般方法

一、新闻采访中的提问方法

二、新闻采访中的倾听方法

三、新闻采访中的观察方法

### 第四节 新闻采访的特殊方法

一、新闻记者的隐性采访

二、利用网络作在线采访

### 第三章 因媒体而异的新闻写作

#### 第一节 新闻写作的共同规律

一、严格遵守新闻真实性原则

二、注重发挥事实本身的作用

三、在真实的前提下追求时效

#### 第二节 因媒体而异的新闻写作

一、报纸媒体：拥有图文符号的优势

二、广播电视：彰显声画的感染力

三、互联网：包容诸多优点的新媒体

### 第四章 新闻体裁的写作

#### 第一节 正确处理写作中的几组关系

一、尊重事实与精选角度的关系

二、语言精确与语言生动的关系

三、用事实说话与发议论的关系

#### 第二节 消息文体的写作

一、消息文体的分类和结构

二、消息文本标题的撰制

三、消息文本导语的写作

四、消息文本主体的写作

五、消息文本背景的写作

六、消息文本结尾的写作

### 第三节 新闻评论的写作

一、新闻评论的特点及分类新闻评论文体的含义

二、新闻评论的选题

三、新闻评论的立论

四、新闻评论的结构

五、新闻评论中的论证

六、新闻评论的行文

## 第五章 新闻写作的创新

### 第一节 新闻文体的创新

一、新闻报道和新闻评论

二、新闻文体的演变发展

### 三、新闻文体的创新实践

## 第二节 新闻写作方法的创新

### 一、新闻写作方法创新的意义

### 二、新闻写作方法创新的表现

### 三、新闻写作方法创新的原则

## 第三节 新闻写作思维的创新

### 一、新闻写作思维的特征

### 二、新闻写作思维的创新

## 第六章 新闻编辑概论

### 第一节 新闻编辑概论

#### 一、新闻编辑工作与媒介形态变化

#### 二、新闻编辑部与编辑工作内容

#### 三、新闻编辑工作特点

#### 四、新闻编辑人才

### 第二节 新闻媒介定位与新闻产品设计

#### 一、新闻媒介定位

#### 二、编辑方针

#### 三、新闻产品设计

## 第七章 新闻报道的策划与组织

### 第一节 新闻报道策划及其主要类型

第二节 新闻报道策划的选题决策

第三节 新闻报道方案设计

第四节 新闻报道的实施与调控

## 第八章 新闻稿件处理

第一节 新闻稿件的分析与选择

一、分析与选择新闻稿件的意义与方法

二、新闻价值分析

三、社会效果分析

四、媒介适宜性分析

五、分析与选择新闻稿件应注意的问题及“更正”的处理

第二节 新闻稿件的修改

一、新闻事实的核实与订正

二、新闻稿件中立场观点的修正

三、修改新闻稿件的具体方法

四、修改新闻稿件应注意的问题

第三节 新闻标题的制作

一、新闻标题及其主要功能

二、新闻标题的种类

三、新闻标题的结构

四、新闻标题的制作方法

第四节 新闻稿件配置

一、稿件配置的意义

二、 稿件组合

三、 稿件发展

## 考试科目二：新闻与传播专业基础

### 第一章 新闻

#### 第一节 新闻概论

一、新闻的基本特点

二、两种新闻定义

三、新闻本源

四、新闻要素

五、新闻类别

#### 第二节 新闻与信息、宣传、舆论

一、新闻与信息

二、新闻与宣传

三、新闻与舆论

### 第二章 互联网与新媒体

#### 第一节 互联网与新媒体的兴起

## 第二节 互联网与新媒体引发新问题

### 第三节 微博、微信和新闻客户端等新媒体传播

## 第三章 新闻事业的功能与效果

### 第一节 新闻事业的一般功能

### 第二节 新闻媒介的正效应与负效应

### 第三节 新闻媒介的功能定位

### 第四节 新闻媒介的传播效果

## 第四章 新闻自由和社会控制

### 第一节 新闻自由的定义

### 第二节 新闻自由是伟大的口号

### 第三节 新闻自由属于人民

### 第四节 新闻法规

## 第五章 新闻媒介的受众

### 第一节 受众的特点

### 第二节 受众的细分

### 第三节 新闻媒介的受众定位

### 第四节 受众的权利



## 第五节 受众地位的新变化

# 第六章 新闻从业人员的专业理念、职业道德和修养

## 第一节 新闻专业理念

## 第二节 新闻工作者的职业道德

## 第三节 中国新闻事业对新闻工作者的基本要求

# 第七章 传播概论

## 第一节 传播的定义与基本特征

### 一、传播的定义

### 二、传播的基本特征

## 第二节 传播的结构与功能

### 一、传播的结构

### 二、传播的社会功能

# 第八章 大众传播与社会控制

## 第一节 大众传播的定义、特点与社会影响

## 第二节 大众传播的社会控制——把关人理论

# 第九章 传播效果研究

## 第一节 枪弹论

第二节 两级传播理论

第三节 使用与满足理论

第二节 “议程设置功能”理论

第三节 “培养分析”理论

第五节 新闻框架理论

## 第十章 传播学调查研究方法

第一节 抽样调查法

第二节 内容分析法