

中南财经政法大学

2010 年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题

专业名称：新闻学

科目名称：新闻学基础

科目代码：607

一、名词解释（每题 5 分，共 40 分）

1. 新闻学
2. 舆论
3. 电视
4. 消息
5. 含义论
6. 宣传价值
7. 软新闻
8. 知情权

二、简答题（每题 10 分，共 60 分）

1. 信息的特点。
2. 决定宣传效益的因素。
3. 决定舆论质量的因素。
4. 报纸的特点。
5. 新闻媒体的一般功能。
6. 议程设置理论的主要观点。

三、论述题（每题 25 分，共 50 分）

1. 结合新闻传播实践，试述新闻舆论监督的特点。
2. 结合具体的新闻报道实例，论述新闻价值的素质要素。

中南财经政法大学

2010 年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题

专业名称：新闻学

科目名称：新闻学基础

科目代码：607

一、名词解释（每题 5 分，共 40 分）

1. 新闻学

答：新闻学是研究新闻传播活动和新闻事业客观规律的一门学科。它是以人类社会客观存在的新闻传播现象作为自己的研究对象，研究的重点是新闻传播活动的基本规律以及新闻传播事业与人类社会的关系，探索新闻事业的产生和发展的特殊规律、新闻事业的性质、任务、特征、作用以及新闻工作的原则和方法。新闻学有广义和狭义之分。广义的新闻学包含三方面内容：①历史新闻学，主要研究新闻活动、新闻事业和新闻思想发展的历史。②理论新闻学，主要研究新闻学的原理。③应用新闻学，主要研究新闻业务活动的原理和技巧。狭义的新闻学指的则是理论新闻学。

2. 舆论

答：舆论作为一种公开表达的社会评价，作为社会公众共同的意见和态度，传达着多数人的信念、意志和要求。从词义的角度看，无论中外，“舆论”一词都由“公众”和“意见”复合而成。舆论的基本要素包括：主体——公众；客体——某个特定的涉及公众切身利益的社会公共事务；本体——人们大致相同的意见或态度的总和；载体（渠道）——公开的传播活动。舆论具有公开性、公共性、急迫性、广泛性和评价性的特点。

3. 电视

答：电视是指运用电子技术传送声音、图像的一种新闻传媒。1936 年 8 月，英国广播公司在亚历山大宫建立电视台，同年 11 月 2 日正式播出电视节目，此为世界电视事业的开端。20 世纪 50 年代，黑白电视在各国广为发展。彩色电视广播于 1954 年在美国首先问世。中国大陆的电视业诞生于 1958 年，1973 年 5 月 1 日首播彩色电视节目。

电视片由画面（图像）和声音两部分构成。画面包括现场景物、活动图像以及照片、图片、文字等。声音包括有声语言、音乐、音响等。电视节目通过演播室、控制室、中央机房和发射机房播出，播出方式分为演播室直播、录像播放、现场直播等几种。

4. 消息

答：消息是指报道事情的概貌而不讲述详细的经过和细节，以简明的语言文字迅速传播新近事实的新闻体裁，也是最广泛、最经常采用的新闻基本体裁。真实性是消息最基本的特征；消息必须迅速及时地把最新的事实报告给读者，延误了的信息就失去了新闻价值；消息要用较小的篇幅，简练的文字来叙述事实、传达信息，要求内容集中，言简意丰。

5. 含义论

答：含义论是从社会学角度提出的理论之一。含义论把行为当作内心理解的产物，也就是说，个人行为是个人对我们文化具有共同解释的符号、形象或事件的意义理解的产物。含义论倡导者认为有三种“世界真实”：客观世界真实；媒介通过连续不断报道而呈现的世界真实；受众内心存在的世界真实。受众的行为是从其内心对世

界的理解出发，而受众内心存在的世界其实一方面来自对客观世界的亲身感受，另一方面则深深受到媒介的影响。不少研究者认为，在现代社会中，大众传播媒介在社会人员集体确定对社会现实的解释中发挥了主要作用，即媒介对现实的描绘在含义的确定、延伸、替换和稳定这四个方面发挥了主导效应。

6. 宣传价值

答：宣传价值是指新闻事实本身所包含的有利于传播者，并且能够体现传播者的主观意图（思想、观点、主张）的素质。包括与媒介所持政治主张和价值标准的一致性、典型性、普遍性、针对性、时宜性这五个因素，合称宣传“五性”。新闻宣传价值是新闻选择标准之一。新闻宣传是事实本身所包含的有利于传播者的，能够证明或说明传播者主张的素质。

7. 软新闻

答：软新闻是指富有人情味、纯知识、纯趣味的新闻。它和人们的切身利益并无直接关系；向受众提供娱乐，开阔眼界，增长见识，陶冶情操，或作为人们茶余饭后的谈资。软新闻的发生往往没有明确的时间界限，多数属延缓性新闻；软新闻的公开发表也没有时间的紧迫性，耐“压”，早一天迟一天往往无碍大局。但软新闻很讲究写作技巧，须用生动活泼的文笔来写，写出情趣来，即人们常说的“散文笔法”。不同的新闻媒介对新闻有不同需要。一般说来，严肃的高级报纸（在中国以党报为代表）以刊登硬新闻为主；大众化通俗报纸（在中国以晚报为代表）有更多的软新闻。

8. 知情权

答：知情权又称获知权、知晓权、了解权、知的权利，是指公民拥有获取有关社会公共领域信息以及本人相关信息的权利，尤其是指公民能够通过公开的渠道公平地获取他们需要的信息的权利。对于任何公民来说，与新闻自由关联最密切的是公民的知情权问题。知情权是新闻自由的应有之义。知情权的本质是信息的公开和信息的自由流动。在现代社会，知情权所以重要，就在于知情权是公民实现其他权利的前提，是现代国家民主宪政的前提，是人民当家做主，对政府、社会实施监督的前提。

二、简答题（每题 10 分，共 60 分）

1. 信息的特点。

答：在新闻学里，信息这一概念是指消除受信者随机不确定性的东西。因此，信息必然包含着新的情况、新的知识、新的内容。这是信息最基本的特点。除此之外，信息还具备以下特点：

(1) 共享性或称使用不灭性。这是信息和物质的显著区别。单一的物质无法共享和同时占有。我给你一个苹果，你给我一个苹果，我们两人各只有一个苹果。但是，你给我一条信息，我给你一条信息，我们两个各拥有两个信息。信息的共享性使信息得以传播。

(2) 扩缩性。信息在传播过程中可以压缩也可以扩展。信息的扩缩性特点决定信息开发的多层次性。任何一个新闻题材，可以写成简讯、短消息、短通讯、长通讯乃至几万字的报告文学。这都取决于信息传播者的愿望和需要。因此，新闻体裁和篇幅并不是由新闻内容决定的，而是依据新闻报告者所需要达到的信息层次决定的。

(3) 组合性。两个及两个以上的信息的有机组合，可以产生出新的信息来。对信息进行组合的能力，反映出每一位记者的水平。只有真实地反映一个事物和另一个事物的联系，我们才能揭示出新闻背后的新闻。一条信息和其他什么信息组合起来，是揭示新闻背后新闻的关键所在。

(4) 信息运用的多角度性。人们对信息的认识，当然有正确与错误、深刻与肤浅之分，但还可以从不同侧面、不同角度来认识。信息像一面多棱镜，从不同侧面可以看出不同的色彩，得到不同的认识。

(5) 相对性。信息的相对性是和人们对外界信息的选择性注意密切相关的，这一特点要求我们新闻工作者了解、熟悉受众的需要。不同的媒介有不同的受众；不同的受众对信息有各种特殊的需要。尤其随着信息化时代的到来，受众细分为各种群体，小群化趋势日渐明晰，受众对信息的需求更趋多样。

2. 决定宣传效益的因素。

答：任何宣传都是为了达到预定的宣传目标即争取良好的宣传效益，宣传的七个环节是决定宣传效益的七个因素：

(1) 宣传者——谁来宣传(who)

这不但指某一个人，也包括一个团体或宣传机构（例如报社、电台、电视台）。宣传者不但是宣传活动的组织者，是一切宣传的信源，而且宣传者的自身形象是决定宣传成败的重要因素，在有些情况下，是决定性因素。

(2) 宣传对象——向谁做宣传(whom)

在整个宣传过程中，宣传对象是积极的参与者，以各种方式影响宣传过程。宣传对象是一批人，他们有自己的利益，有自己的认知结构，有自己的记忆和思想。对于一切宣传，他们会作出能动的反应。宣传对象是宣传效果的承担者，也是宣传效果的最后鉴定者。

(3) 宣传内容——宣传什么(what)

在宣传效益中，起最后决定性作用的是宣传内容。这包括：宣传者是宣传真理还是宣传谬误；宣传者是提供真实材料、向受众讲真话还是弄虚作假；宣传内容是维护人民利益还是损害人民利益。

(4) 宣传场合——在什么样的社会环境、什么地方做宣传(when)

从宏观的社会背景来说，有封闭环境和开放环境。在封闭的环境下，信息渠道单一，外界的干扰小，没有竞争性的或敌对性的信息、观点，宣传就容易取得预期的效果。在开放的环境下，信息渠道多样，各种各样竞争性的或敌对性的信息、观点都没法争取受众，受众的思想比较复杂，宣传要取得预期的效果就比较困难。从微观来看，在不同的场合下，有不同的宣传气氛，受众就会产生不同的心情和心理定势，同一内容的宣传所取得的效果也大相径庭。善于组织和选择具体的宣传场合是取得预期效益的重要一环。

(5) 宣传时机——在什么样的时机做宣传(when)

在不同的历史时期，人们对宣传需求是不同的，宣传效益也不同。对每个人来说，在不同时机每个个体的心理状况也不同。宣传需要针对各个个体在不同时机的不同心理状态，才能取得预期效益。

(6) 宣传动机——为什么要宣传，要达到什么样的预期目的(why)

宣传的动机不同，选择的宣传内容也必然不同。宣传要取得成功，宣传要取得成功，动机必须纯正，那就是要为人民利益而宣传。为小团体的利益而损害广大群众利益，或为个人自私的目的而进行宣传，那必然口是心非，这样的宣传终究要失败。

(7) 宣传方法——怎样宣传(how)

这包括所采用的媒介、途径和宣传的手段、技巧。任何宣传都必须借助于一定的媒介、途径，采用一定的手段、技巧。问题在于宣传者是否运用得当、巧妙。各种媒介、途径各有特点，宣传的手段、技巧也多种多样。

宣传的成败是上述七种因素共同作用的结果。在一次成功的宣传中，可能有其中的两种因素起突出的作用，但并不等于其他因素不起作用。

3. 决定舆论质量的因素。

答：舆论的作用是正负双向的，它的质量并不是恒定不变的，而是存在高低之分，好坏之别。衡量舆论质量的标准是舆论作用于社会实践的后果，包括直接与间接、长期与短期结果等。而决定舆论质量的因素主要取决于：

(1) 公众的认识水平、道德水平、受教育程度等主观条件。它决定人们感知外界信息并进行分析、判断能力的高低，相应地，也就决定了最终形成的舆论意见的质量。

(2) 公众获取信息的真实、全面和充分程度。信息是舆论形成的前提和基本构成材料，在舆论产生并最终形成的过程中，公众能否及时地、准确地、充分地了解到有关公众事务的全面的、客观的信息，对人们能否进行正确、客观的分析、判断，从而形成正确的意见是至关重要的。因此，加大信息特别是重要公共事务的信息透明度，让公众有充分了解、认识的机会和渠道，即扩大公众的知晓权，对提高舆论质量至关重要。

(3) 公众自由表达意见的可能性和充分性。高质量的、代表社会前进的舆论意见，其形成必须经过充分的社会讨论过程，也就是公众能有自由表达意见的权利和充分发表见解的机会。在这个意义上，维护公众表达权，

也是提高舆论质量，促进舆论发挥积极作用的举措。

总之，舆论作为普遍的、强大的社会制约力量，虽有正、负两面作用，但从历史长期性和社会发展整体进程出发，舆论毕竟代表了人民的意愿，具有潜在的、永恒的正义性。而对处于不同历史阶段的社会来说，要使舆论尽可能沿着正确的方向行使其强大的监督、促进功能，就要努力提高舆论质量，同时还有必要强化正确舆论引导，培育良好舆论环境，也正是在这个意义上，现代新闻媒介起到了越来越重要的作用。

4. 报纸的特点。

答：现代报纸是以刊载新闻和新闻评论为主、面向广大群众并连续发行的印刷媒介。一般情况下，它以数页形式公开发行，并具有以下特点：

(1) 出版周期短。报纸周期短的每日出版，甚至一日数刊，周期长的有周刊及七日以上的报纸，但总的趋势是向着日刊与一周数刊等短刊发展。

(2) 出版迅速。报纸要分秒必争地报道刚刚发生的新闻，因此，一张日报从采写到出版，不到 24 小时。

(3) 提供新闻的量多，人们能够从报纸获知大量的新闻。

马克思和恩格斯在《(新莱茵报·政治经济评论)出版启事》中指出：“报纸最大的好处，就是它每日都能干预运动，能够成为运动的喉舌，能够反映出当前的整个局势，能够使人民和人民的日刊发生不断的、生动活泼的联系。”

5. 新闻媒体的一般功能。

答：新闻媒体的根本特性决定了新闻媒体对社会所能发挥的作用，具体而言，新闻媒体的一般功能有以下几个方面：

(1) 沟通情况，提供信息

人们接触新闻媒体，第一个目的是为获得有用的信息，了解客观世界的变动。新闻媒介如果不提供人们需要的信息，或者没有足够的信息量，就不可能受到人们的欢迎。从这一点上来说，新闻媒体是依赖“沟通情况，提供信息”而生存的。

(2) 进行宣传，整合社会

新闻媒介可以发挥、承担的宣传功能是多方面的，而且可以对现代社会产生巨大的影响力。新闻媒体强大的宣传作用是通过反映、影响、引导社会舆论来实施的，新闻媒体的宣传通过社会舆论获取力量，又通过宣传来形成新的社会舆论，从而来影响、控制人们的思想和行为。

(3) 实施舆论监督

中国的新闻舆论既然是党和人民的耳目喉舌，那么，它们理应代表国家和人民利益来实施舆论监督。舆论监督的范围是广泛的，包括监督国家法令和政府纲领的执行、实施；监督国家所有公务员遵纪守法、勤政廉政；监督市场运行的公开、公正、公平等。

(4) 传播知识，提供娱乐

新闻媒体所传播的知识，主要是和人们当前的生活、生产、工作有密切关系的，以及科学技术上的新发现、新创造，社会科学的新探索、新观点、新材料，从而使人们不断了解人类社会文化的发展。新闻媒介还传播许多奇闻异事、各地风土人情、文娱节目等趣味性内容，让人们在紧张工作后得到有高尚情趣的享受。

(5) 作为企业，赢得利润

追逐利润是新闻媒介的基本宗旨和终极目标。新闻媒介具有商品性，同一般企业一样，需要自负盈亏。在发行、广告等方面，新闻媒介创造了不少的利润，为促进社会经济发展做出了积极贡献。

6. 议程设置理论的主要观点。

答：议题设置是指新闻媒介选择并突出报道某些内容，从而使这些内容引起公众的注意和重视，其主要观点有三个：

(1) 在当代社会，大众传播媒介参与了“社会现实的构建”，影响了人们头脑中对社会现实的构想。

(2) 大众传播媒介从每日每时所发生的客观事实中挑选出极少数加以广泛传播，从而影响到受众对社会事务轻重缓急的考虑。

(3) 事件在大众传媒中出现的频率，是受众赖以判断该事件重要性的主要依据。

三、论述题（每题 25 分，共 50 分）

1. 结合新闻传播实践，试述新闻舆论监督的特点。

答：舆论监督的范围是广泛的。它监督法律条文的制订和政府重大决策的民主化、科学化，使其符合法定的程序；监督国家法令和政府纲领的执行、实施；监督国家所有公务员遵纪守法、勤政廉政；监督市场运行的公开、公正、公平。同时，它也监督社会的正常秩序，扶正祛邪，惩恶扬善。当然，不同国家由于国情不同，舆论监督具体实行的重点也是不同的。

一般说来，新闻舆论监督具有以下几个特点：

(1) 尖锐性。新闻舆论监督通常是面向全社会公开发表，通过报纸、杂志、广播、电视等新闻传媒进行的，因而它的第一个特征是具有极大的尖锐性。例如，当事人某一方面的缺点和错误，一个单位在某个问题上的失误或不足，一经公开发表，立即会形成一种社会舆论，变成全社会的公开谴责和批评，其压力之大，远非小范围的内部批评、文件通报所能比拟。尤其是那些指名道姓的批评，更给当事人巨大的压力以至巨大的杀伤力。所以，有些当事人“不怕上告，就怕上报”。

(2) 广泛性。社会各个团体、各个阶层的人物，都能够参与新闻舆论监督活动。新闻舆论监督的对象有党政机关和全体官员干部，也有一般的人民群众，既包括党和政府的政务活动和党风政风，又包括普通百姓的社会行为和社会风气。新闻舆论监督不仅使当事人受到批评和监督，也使广大受众通过监督批评而受到教育。从这个意义上看，新闻舆论监督是一所社会正义的学校。

(3) 及时性。新闻传媒能够以最快的速度对新闻事实进行曝光，迅速地将当事人及其错误缺点传播到全国各地和社会各界。因此，新闻舆论监督比其他监督形式能更直接、更迅速地达到批评监督的目的，取得更好的社会效益。同时，新闻舆论监督由于常常会考虑监督批评的普遍教育效果而精心选择有代表性的监督对象和事实，因而更能迅速地达到推动全局工作的目的。

(4) 巨大的杀伤力。新闻舆论监督面向全社会公开进行，当事人的“一切熟人——他的上级下级、亲朋好友、邻里故旧，顷刻之间都会知晓。他过去所扮演的一切角色——领导一部、先进模范、廉政典型等，都立即显出它们的尴尬。他曾经千方百计塑造的人生形象——廉洁奉公、朴素勤勉、积极向上等，也会随着批评报道的见报而悉数改变。因此，新闻舆论监督对当事人来说，无不具有极大的杀伤力。对于罪大恶极的腐败分子等，应该竭力把这种杀伤力发挥到极致；而对于一般当事人的普通的缺点错误，则要“手下留情”，不必把火力用足用够。因此，对于当事人什么时候点名、什么时候不点名，安排在什么时候发表，在哪块版面或哪档节目刊登，都要慎之又慎，反复斟酌推敲。

(5) 权威性。新闻报道以事实为根据，新闻舆论监督以可靠的事实为立足之本，因而具有不可摇撼的权威性。它是言之有据，持之有“事”的，尤其是中国新闻传媒所进行的舆论监督，报纸相当部分是党政机关报，其余报纸的主管部门或出版单位也是党政机关或社会团体，广播电台和电视台全由政府主管。在普通群众看来，这些新闻传媒所发表的舆论监督的稿件，不仅经过记者编辑调查核实，而且也征得了干部主管部门的批准同意，因而这些监督稿件的可靠性和权威性是无可怀疑的。正由于这样，中国的干部和群众对于新闻传媒所开展的舆论监督，也就看得更为严肃、更为严重。

新闻舆论监督的上述五个特征表明，中国新闻传媒的舆论监督，是威力强大的政治武器，是社会整合的有力手段，是新闻传媒参与国家和社会管理的重要渠道。

2. 结合具体的新闻报道实例，论述新闻价值的素质要素。

答：新闻受传者总是出于特定的社会需求去获知新闻，新闻也只有能够满足特定的社会需求才能实现它的价值。所谓新闻价值，是指新闻事实满足社会需求的特殊要素的总和。在长期的新闻实践中，新闻传播者发现，受传者主要的需求是求新、求知、求近，于是新闻价值要素也就被集中概括为以下五种要素：

(1) 时新性。新闻事实越新，越能满足受传者的需求，越能吸引他们的注意。时新性表现在两个方面：

①新闻事实在时间上是新近发生的。事实发生的时刻与新闻见报（广播）的时刻之间的差距称作时距，时距越小，新闻价值越大。

②新闻事实是人们求知的，单位受众中事先对新闻事实无感知人数同总人数之比为求知度，求知度越大，新闻价值也越大。

(2) 重要性。新闻事实所包含的社会意义也即新闻事实同新闻受传者的利害关系称为重要性。凡同多数人利害相关，为多数人所关注的事实，被认为有社会意义，也就有重要性。事实越重要，越有社会意义，报道该事实的新闻也就越有价值。这种重要性要素，是由受传者的求近（利益接近）需求心理决定的。

(3) 显著性。新闻事实的知名度，或新闻事实的显著度，称为显著性。新闻中所涉及的人物、地点、事件、时间（如节日）等因素具有一定的知名度，这类新闻的价值也较大。或者新闻事实显著、突出，因而这些事实的发生、进展、结局、后果等都引人注目，于是报道该事实的新闻，也吸引人们的注意力，显示出一定的价值。

(4) 接近性。新闻事实同接收该事实信息的受传者在地理上和心理上的接近程度为接近性。地理上的接近性主要是由利害关系决定的，接近性越大（即地距小），新闻价值越大，即地距同新闻价值两者成反比。心理上的接近性主要是由新闻受传者的求知欲和好奇心所致，接近性越大（即心理距离小），新闻价值也越大，即心理距离同新闻价值两者也成反比。

(5) 趣味性。新闻事实所具有的调动新闻受传者共同兴趣从而引起注意的有趣程度称为趣味性。趣味性越大，新闻价值也越大。新闻事实的趣味性表现为三个方面：

①新闻事实新鲜奇特，不可多见，激起人们的好奇心和新闻欲；

②新闻事实充满情趣，令人激动、感奋、伤感、可笑；

③新闻事实富有人情味，调动人们的同情心、爱憎感，抨击庸俗情趣，推崇高尚情操。

以上五种价值要素，各种事实含量不一，有的有，有的无；有的多，有的少；有的含一种，有的含多种。一般说，含量大，含多种要素的事实，报道此类事实的新闻，其新闻价值也大。

2009 年中南财经政法大学 607 新闻学基础考研真题

中南财经政法大学

2009 年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题 A 卷

专业名称：新闻学

科目名称：新闻学基础

科目代码：607

一、名词解释(每小题 10 分，共 40 分)

1. 新闻学
2. 报纸
3. 通讯
4. 新闻自由

二、简述题(每小题 10 分，共 60 分)

1. 舆论的定义及其特点。
2. 广播的特点。
3. 我国新闻媒介的双重属性及其具体体现。
4. 新闻媒介的一般功能。
5. 受众对于新闻媒介决定性影响的主要表现。
6. 客观主义理论的内涵。

三、论述题(每小题 25 分，共 50 分)

1. 结合当前我国新闻传播的现状，试述坚持新闻真实性的极端重要性。
2. 结合新闻业的发展，试述我国新闻传媒业的基本性质和特点。

www.docin.com

中南财经政法大学

2009 年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题 A 卷

专业名称：新闻学

科目名称：新闻学基础

科目代码：607

一、名词解释题(每小题 10 分，共 40 分)

1. 新闻学

答：新闻学是研究新闻传播活动和新闻事业客观规律的一门学科。它是以人类社会客观存在的新闻传播现象作为自己的研究对象，研究的重点是新闻传播活动的基本规律以及新闻传播事业与人类社会的关系，探索新闻事业的产生和发展的特殊规律、新闻事业的性质、任务、特征、作用以及新闻工作的原则和方法。新闻学分为广义新闻学和狭义新闻学。广义的新闻学包含三方面内容：①历史新闻学，主要研究新闻活动、新闻事业和新闻思想发展的历史。②理论新闻学，主要研究新闻学的原理。③应用新闻学，主要研究新闻业务活动的原理和技巧。狭义的新闻学指的则是理论新闻学。

2. 报纸

答：报纸是以版面空间的形式向读者展示新闻内容的一种传统的视觉媒介，其传播手段包括：版面部分(包括标题、栏目等)、图片部分和文字部分(包括各种文体)。报纸的种类可以进行多种划分，主要有以下几种分类方法：①按办报方针分为政治性报纸、商业性报纸和政商合一报纸；②按报纸内容分为综合性报纸、专业性报纸；③按影响范围分为世界性报纸、全国性报纸和地方性报纸；④按出版时间分为日报、晨报、午报、晚报和周报等；⑤按所用文字分为外文报纸和中文报纸；⑥按资本来源和所有制分为官方报纸、半官方报纸、民间组织报纸和宗教机构报纸等。报纸具有保存性强、选择性强、适合传达深度信息等优点，同时又有一定的局限性，比如，报纸的时效性差，且借文字传播要求读者有文化，限制了读者范围，同时报纸的感染力也较弱。

3. 通讯

答：通讯是一种详细、生动的新闻报道体裁。它是我国新闻报道中的常见文体。目前我们所称的“通讯”其实已经逐步演变为一种集合概念，一种广义的名称，是指报纸、刊物中运用的除消息以外包括各类通讯、特写、专访等所有详报型(或曰深度型)新闻体裁的总称。

通讯作为新闻报道有其内在的规定性：第一要真实；第二要有时效性；第三，所报道的事实必须具有新闻价值。

4. 新闻自由

答：新闻自由实质上是一种政治自由或政治权利，它主要指人们搜集、发布、传送和收受新闻的自由。新闻自由是人们知情权、参政议政实现的重要通道，是其他具体民主权利能否有效实现的基础。

新闻自由政治性的深层意义在于新闻自由与政治制度的统一性。可以说，有什么样的政治制度，就有什么样的新闻自由。这是新闻自由政治性的实质，也就是新闻自由的阶级性。这也意味着，新闻自由实质上只能是统治阶级的自由，被统治阶级不可能享受到与统治者相同的自由。从直接的现实性上看，新闻自由是一种法律自由，一种受限制和控制的自由，即新闻自由是一种相对自由。

二、简答题(每小题 10 分，共 60 分)

1. 舆论的定义及其特点。

答：(1) 舆论的定义

舆论是指在特定的空间里，公众对特定的社会公共事务公开表达的基本一致的意见或态度。它是社会评价的一种，是社会心理的反映，它以公众的利益为基础，以公共事务为指向。

(2) 舆论的特点

舆论的特点主要包括以下五个方面：

①公开性。从分散的个人意见到成为群体性的公众意见必须经过公开的社会讨论和交流，而已经形成的公众意见要发挥意见影响力，必须面向社会公开传播，作为民意的显示，实现舆论对于社会公共生活的直接或间接干预。也可以说，舆论在公开讨论中形成，又公开表达以实施干预，而且舆论始终是在社会公共领域内产生并发挥作用的。

②公共性。公共性的具体体现是舆论指向的公共性和作用目标的公共性。要经过广泛的社会讨论最终整合形成一致意见，这一意见指向的事物必须具备公共性，即利益上对公众而言的切近性，或者涉及公共利益，并契合了公众关心公共事务的内在心理。

③急迫性。舆论涉及的都是近在眼前而且迫切需要解决的问题，这就是舆论的急迫性。指向与目标的现实迫切感决定了舆论的社会急迫性。公众形成舆论的目的就在于让问题得以解决，事件的进展能尽量、尽快顺乎公众的共同意愿，合乎公众利益。

④广泛性。舆论的广泛性是指舆论存在范围的广泛性和影响范围的广泛性。其存在和影响的广泛性，原因主要在于舆论主体——公众——聚合的随机性和多元舆论，以及意见指向的涵盖范围的广阔。

⑤评价性。舆论是一种意见，它不是一般的客观陈述，而是对事物(包括社会人物、事件、问题等)做出的判断，带有明显的主观倾向，即具备了一种评价性。

2. 广播的特点。

答：广播是通过无线电波或导线传送声音的新闻媒介。广播既有其轻便灵活、感染力较强的优点，又存在保存性差的不足，具体而言，广播有以下三个特点：

(1)广播媒介发挥设备的轻便性，用无线电波以最快的速度把新闻信息传送到四面八方；听众也可以以任何姿态、在任何情况下收听，且收音机价格低廉、收听广播无需付费。

(2)广播通过声音的音量、音调、音色等，可以充分展示广播新闻的个性色彩，而广播对自身非语言符号音响、音乐和其他声音的实时应用，更能显现新闻的真实性，增强新闻的感染力和可受性，它甚至可以通过听众的想象和推理塑造出“在场”的感觉。

(3)广播声音符号随时即逝，不易留存，对收听的时间有着客观的限制；同时声音语言的口头化也使它难以像文字符号那样很好地进行深度报道。

3. 我国新闻媒介的双重属性及其具体体现。

答：(1) 作为反映意识形态的精神产品的生产者，新闻媒介从属于上层建筑范畴，同时作为经济实体又属于信息产业的重要组成部分。这就形成了我国新闻媒介的双重属性：意识形态特殊性和一般行业属性，简言之，就是政治属性和商品属性。

①新闻媒介的政治属性

新闻媒介作为精神产品的生产机构和立法、司法、行政机构一样，同属于上层建筑，在社会上具有强大的影响力。新闻媒介的政治属性要求我国社会主义新闻媒介坚持党性原则：政治家办报是党对所有的新闻媒介提出的政治要求，要求新闻媒介生产的精神产品必须坚持正确的政治方向，以正确的舆论引导人。

②新闻媒介的商品属性

新闻作品在流通过程中，又是一种特殊的商品，具有商品属性，新闻媒介实行“独立核算、自负盈亏、照章纳税”的企业化管理形式，所以新闻媒介又具有一般行业的属性，需要加强新闻事业的经营管理。

(2) 我国新闻媒介的双重属性具体表现为:

“事业性质, 企业管理”是上述双重属性在当前我国新闻事业中的外在表现形式。这意味着, 新闻事业既要服从党和政府的领导, 又可以在经营管理上采用企业方法。确立新闻媒介的双重属性, 极大地解放了新闻媒介的生产力, 使新闻媒介积极改进传播内容和形式来吸引受众, 更加注重受众的反馈, 更加重视自身管理。但同时, 也带来了新闻媒介产品品位下降的问题。

4. 新闻媒介的一般功能。

答: 新闻媒介的一般功能, 归纳起来共有五种:

(1) 沟通情况, 提供信息

人们接触新闻媒介, 第一个目的是为获得有用的信息, 了解客观世界的变动。任何一种新闻媒介, 如果不提供人们需要的信息, 或者没有足够的信息量, 充塞着老话、套话、空话、大话, 那就不可能受到人们的欢迎。从这一点上来说, 新闻媒介是依赖“沟通情况, 提供信息”而生存的。

(2) 进行宣传, 整合社会

新闻媒介可以发挥、承担的宣传功能是多方面的, 而且可以对现代社会产生巨大的影响力。新闻媒介强大的宣传作用是通过反映、影响、引导社会舆论来实施的。新闻事业的宣传通过社会舆论获取力量, 又通过宣传来形成新的社会舆论, 从而来影响、控制人们的思想和行为。

(3) 实施舆论监督

中国的新闻舆论既然是党和人民的耳目喉舌, 那么, 它们理应代表国家和人民利益来实施舆论监督。舆论监督的范围是广泛的, 包括监督国家法令和政府纲领的执行、实施; 监督国家所有公务员遵纪守法、勤政廉政; 监督市场运行的公开、公正、公平等。

(4) 传播知识, 提供娱乐

新闻媒体所传播的知识, 主要是和人们当前的生活、生产、工作有密切关系的, 以及科学技术上的新发现、新创造, 社会科学的新探索、新观点、新材料, 从而使人们不断了解人类社会文化的发展。新闻媒介还传播许多奇闻异事、各地风土人情、文娱节目等趣味性内容, 让人们在紧张工作后得到有高尚情趣的享受。

(5) 作为企业, 赢得利润

追逐利润是新闻媒介的基本宗旨和终极目标。新闻媒介具有商品性, 同一般企业一样, 需要自负盈亏。在发行、广告等方面, 新闻媒介创造了不少的利润, 为促进社会经济发展做出了积极贡献。

5. 受众对于新闻媒介决定性影响的主要表现。

答: 受众是新闻传播活动积极的参与者, 甚至是整个新闻传播活动最活跃的决定性因素。在新闻传播活动的各个环节, 受众都在或明或暗、或强或弱地起着各种制约作用。

受众对于新闻媒介的决定性影响主要表现在四个方面:

(1) 决定着新闻媒介内容的取舍

从表面上看, 新闻媒介内容的取舍是由媒介的记者、编辑决定。但从长远看, 新闻媒介内容的最后取舍权属于受众。任何信息的发布必须从满足受众实际需要出发, 任何宣传同样必须从顾及受众所能接受的实际程度出发, 否则就真的成了“对牛弹琴”。

(2) 决定着新闻媒介的风格定位

新闻媒介风格的定位看似新闻从业人员长年累月探索、实践的结晶, 而实际上, 正是新闻从业者从不同地域读者的心理定势和阅读习惯的实际出发的经验总结。受众的文化底蕴决定了新闻媒介的风格。

(3) 决定着新闻媒介变革的方向和进程

不停的变革是新闻媒介的一个特点, 无论报纸的版面安排、专栏设置还是电台、电视台的栏目更换, 可以说, 一年一个样, 三年大变样。变革的依据归根到底在于新闻媒介不断追逐受众的新需求, 是受众迫使新闻媒介不断变更, 并按照受众的需要进行变革。

(4) 受众是传媒财富之源，传媒权力之源

从表面上看，广告是媒体主要的收入来源。然而，广告客户愿意付出大笔广告费并不意在媒体本身，而在于媒体所拥有的受众。所以，对于媒体来说，谁拥有受众，谁就拥有广告，谁就拥有利润。媒体获取利润的全部秘密就在于：它向广告客户出售受众——卖出受众，收入广告。

6. 客观主义理论的内涵。

答：新闻传播中所讲的客观主义理论，是指相对传播主体而言的客观，即存在于传播主体之外的一切事物对于传播主体都是客观的。所谓客观主义理论，就是指传播主体在报道自身之外的对象时，不能用自己的意识、意志、情感等改变对象的本来面目，即不改变对象自身的内容。

客观主义理论的具体内涵包括两个大的方面：

(1) 作为新闻精神的客观理念，也可以称之为客观精神。客观精神要求传播主体报道新闻事实时，一定要超越自己的爱好和兴趣，特别是要超越自己的利益需要，将新闻事实的实际面目反映出来。

(2) 作为新闻报道操作规范的客观方法。在操作层次上，客观原则的核心是把事实与意见分开。其最典型的特征是以一种公正、超然以及不含成见的态度来报道新闻，反对在新闻中夹叙夹议，不能参与个人见解，只要把事实发生的时间、地点、人物、情况，原因交代清楚即可。

综上，客观主义理论强调新闻传播的客观性，即新闻按照事物的本来面目如实报道的特性，包括内容与形式两个方面。内容上的“客观”，指新闻所报道的事实是一种客观存在的事物、人物或事件；形式上的“客观”，指新闻所显示的倾向性，是通过其所报道的事实的逻辑力量实现的，作者采用的是“客观陈述”的方法。

三、论述题(每小题 25 分，共 50 分)

1. 结合当前我国新闻传播的现状，试述坚持新闻真实性的极端重要性。

答：新闻真实性指的是在新闻报道中的每一个具体事实必须合乎客观实际，即表现在新闻报道中的时间、地点、人物、事情、原因和经过都经得起核对。我国新闻事业之所以要特别强调新闻的真实性的极端重要性，是出于对党和人民事业高度负责的崇高责任感。坚持新闻真实性的极端重要性主要体现在以下五个方面：

(1) 坚持真实，才有助于党和人民正确认识客观世界，更好地改造客观世界。

一切正确的判断和决策都建立在真实的、全面的情况之上。大众新闻媒介是人们获得国内外所发生的重大事件信息的主要渠道之一，它对于人们的思想、行动，不论是领导机关的重大决策，或是企业单位的生产安排，人们的日常生活，都有巨大的影响。

搞假报道，对我国的政治、经济所造成的严重恶果，最明显的例子莫过于 1958—1960 年报纸上的浮夸风和十年内乱时期的“造谣新闻”。这两次性质不一样，但对政治、经济所造成的破坏力都是很大的。新闻的真实性直接关系到我国的政治、经济、军事、文化工作和人们的思想、日常生活。这就需要新闻工作者以高度的责任感来维护新闻真实性，细心谨慎地对待每一个事实。

(2) 只有坚持真实，才能坚持真理，我们的宣传报道才会有力量，人民才会跟着共产党走。

无产阶级新闻事业的全部历史证明了这一点。在革命战争年代，尽管我们党的新闻事业的物质条件极差，规模也很小，但它却能赢得人心，并击败国民党的谣言攻击，一是靠我们的新闻事业为人民说话，二是靠真实取信于民。而报纸上只要有一个事实失实，人们就会怀疑九十九个事实的准确性，一旦人们对报纸心存戒意，将信将疑，“假作真时真亦假，真作假时假亦真”，报纸的宣传作用就将大大降低，甚至完全丧失。

(3) 只有坚持真实，才能切实加强党和人民的联系，才能使人民和党心连心。

党的方针、政策，总是根据现实的变动，考虑到全面的情况来制定的。要使党的方针、政策为群众所理解、所接受，不但要讲清道理，还需要把现实情况真实地全面地告诉人民，让人民和党一起来思考，人民才能正确理解它，自觉地去执行。一旦真实性原则受到动摇，党和人民相互联系的桥梁也将动摇。

(4) 只有坚持真实，才能使我们的新闻事业取信于民，赢得人民的尊敬和信任。

宣传要使人民信服，最重要的因素是宣传者在受众心目中的信任度。一旦受众怀疑宣传者的诚实，那么宣传者即使讲真话也一时难以使受众信服。在当前开放的环境中，新闻媒介在受众心目中的信任度显得更加重要。现

在，国外电台、电视台、报纸、杂志通过各种手段瞄准中国，和我们的新闻媒介激烈地争夺受众。在此格局下，谁在受众的心目中信任度高，谁就能争取到受众；同一事件，不同的说法，哪家新闻媒介的信任度高，受众就相信哪一家的说法。

(5) 只有坚持真实，才能“让中国了解世界，让世界了解中国”，营造有利于中国发展的良好国际氛围。

当前，经济全球化不可阻挡，尤其是中国在 2001 年正式加入 WTO 以后，中国经济加速和国际接轨，中国公众通过媒介来了解世界，世界各国公众同样通过媒体了解中国。新闻报道的真实性直接关系到中国对世界事务的判断，世界各国对中国事务的判断。

2. 结合新闻业的发展，试述我国新闻传媒业的基本性质和特点。

答：新闻业的性质，是由一定社会的经济基础性质决定的。社会主义的经济基础和资本主义根本不同，决定了我国新闻业和资本主义新闻业有着完全不同的性质。

(1) 我国新闻传媒业的基本性质是社会主义新闻业，具体表现在以下两个方面：

①就所有制而言，社会主义的各种新闻媒介机构，尽管经营的方式各种各样，但它们都属于人民所有。在社会主义社会，人民是国家的主人，他们掌握着社会的物质生产资料，同时也掌握着精神生产资料。报刊社的厂房、机器、纸张，电台和电视台的节目制作和播出设备等，都属于人民所有，由国家根据人民的意志和市场经济的需求配置使用。

②就运行和操作而言，社会主义新闻业由国家根据法律统一管理，服从执政党的领导，具有共同的政治方向。社会主义新闻业既有鲜明的个性，又有明确的社会主义大方向，同党中央保持政治上的一致。社会主义新闻业既要实行企业化的经营管理方针，又不能惟利是图，必须把社会效益放在第一位，要以正确的思想和舆论引导群众，把群众的思想、情趣和注意力引导到更符合群众自己根本利益的方向上来，引导到适应社会主义前进的轨道上来。

(2) 社会主义新闻业有三个重要的特点：

①社会主义新闻业是党的事业的一部分

社会主义新闻业是党统一领导的事业，是社会主义事业的齿轮和螺丝钉；它们有共同的利益，共同的政治方向，共同的纪律。在坚持为人民服务、为社会主义服务的总方针下，社会主义新闻业有多种形式和多种风格，通过不同的渠道传播各种信息，多方面地反映群众的生活。

在我国，中国共产党处于政权的领导地位，新闻业成为国家的事业，成为社会主义上层建筑的一部分，担负着传播信息，推动社会主义物质文明和精神文明建设，为社会进步提供决策参考、舆论支持和精神动力的任务。社会主义新闻业无论在数量、规模、品种、内容、形式以及读者对象等方面都较过去革命时期的无产阶级新闻业有很大的发展。它们有不同的层次和种类，分别侧重联系一定范围的群众，有各自的特色和风格，形成以国家所有的通讯社、广播电台、电视台和中国共产党各级机关报为主体的多种类、多层次的新闻事业结构体系。

②社会主义新闻业是联系党和人民的纽带

社会主义新闻业继承无产阶级新闻业的革命传统，在新的历史时期有着新的内容和新的形式。社会主义社会建立以后，无产阶级成为社会的领导阶级，无产阶级政党处于政权领导者地位，担负了领导国家、管理社会、引导人民前进的任务。社会主义新闻业，既是党的喉舌又是人民的表舌，是党联系人民群众的一条重要纽带。为人民服务是社会主义新闻业的根本方针。倾听人民的意见，反映人民的愿望，贯彻代表人民利益的纲领路线和方针政策，在党和人民之间架起一座联系的桥梁，既是我国新闻业的使命，也是其重要的特征。

③社会主义新闻业的基本指导思想是马克思主义

无产阶级政党的指导思想是马克思主义。以马克思主义作为新闻宣传的指针，按照党的指导思想“立言”，这是社会主义新闻业在指导思想上的根本要求，也是其基本特征。

建设以马克思主义为指导的社会主义精神文明是社会主义新闻业的长期的基本使命。通过日常的宣传报道，不断向人民传播各方面的知识，提高人民的科学文化水平；向人民进行理想、道德和纪律的教育，提倡社会主义道德风尚和劳动态度，建立高尚的情操、生活方式和审美观念，抵制损人利己、享乐腐化等剥削阶级的思想影响，是社会主义新闻业一项长期的任务。

中南财经政法大学

2008 年招收攻读硕士学位研究生入学考试试题 A 卷

专业名称：新闻学

科目名称：新闻学基础

方向名新闻史论、新闻实务、影视传播

科目代码：608

注：所有试题答案均须写清试题序号做在答题纸上，凡在试题纸上答题，
答案一律无效。

一、名词解释（每小题 5 分，共 40 分）：

1. 新闻要素；
2. 宣传者；
3. 舆论；
4. 受众；
5. 新闻媒介的传播效果；
6. 新闻真实性；
7. 新闻载体；
8. 新华社；

二、简答题（每小题 10 分，共 60 分）

1. 简述信息概念向新闻工作者提出的一系列要求。
2. 简述人们获取新闻、交流信息的不同渠道。
3. 简述新闻的本源与来源的区别。
4. 简述舆论的形成过程。
5. 简述打造媒体公信力的关键要素。
6. 简述以中国为代表的社会主义制度国家新闻体制的基本内涵。

三、论述题（每小题 25 分，共 50 分）

1. 结合当前我国新闻传播实践的现状，试述如何营造良好的舆论环境。
2. 结合新闻传播业的发展，试述新闻媒体的一般功能。

2007 年中南财经政法大学 617 新闻学基础考研真题

中南财经政法大学

2007 年攻读硕士学位研究生入学考试

新闻学基础试题 A 卷

一、名词解释（每小题 8 分，共 40 分）

1. 新闻
2. 宣传
3. 消息
4. 新闻体制
5. 新闻真实性

二、简答题（每小题 10 分，共 60 分）

1. 决定宣传效益的因素有哪些？
2. 新闻的价值要素有哪些？
3. 决定新闻信息量大小的主要因素是什么？
4. 简述舆论的特点。
5. 简述新闻事业发展的基本规律。
6. 新闻工作者的职业道德包括哪些方面？

三、论述题（每小题 25 分，共 50 分）

1. 论新闻选择的过程。
2. 联系新闻传播的实际，谈谈你对新闻媒介正负效应的看法。

www.docin.com

中南财经政法大学

2007 年攻读硕士学位研究生入学考试

新闻学基础试题 A 卷

一、名词解释（每小题 8 分，共 40 分）

1. 新闻

答：新闻是指新近发生的事实的报道。新闻的基本职能是告知人们所需要的信息。新闻的特征有：①陈述事实；②具有新意；③报道及时；④公开传播。新闻的五要素包括：发生新闻的主角（谁）、发生的事情（什么）、发生的时间、发生的地点、发生的原因。

2. 宣传

答：宣传是指运用各种有意义的符号传播一定的观念，以影响人们的思想，引导人们的行动的一种社会行为，它的基本职能是传播一种观念（理论、方针、政策、伦理道德、立场态度）。宣传的出发点是出于宣传者自身的需要，把一定的观念传播出去，让受众了解、理解、接受，从而争取受众的信任和支持。宣传还要求观点的正确、鲜明以及材料的真实、典型。

3. 消息

答：消息是指报道事情的概貌而不讲述详细的经过和细节，以简明的语言文字迅速传播新近事实的新闻体裁，也是最广泛、最经常采用的新闻基本体裁。真实性是消息最基本的特征；消息必须迅速及时地把最新的事实报告给读者，延误了的信息就失去了新闻价值；消息要用较小的篇幅，简练的文字来叙述事实、传达信息，要求内容集中，言简意丰。

4. 新闻体制

答：新闻体制是指新闻事业的所有制性质、决策机构的构成、新闻事业的结构和国家社会对新闻事业的制约机制等等。不同的新闻体制是由不同的政治、经济体制决定的。新闻媒介的所有制基本上包括：①私营媒介——完全由私人独资或集股兴办（股份制），以美国最具代表性；②公营媒介——以英国广播公司、日本放送协会和德国广播联盟为代表；③国营媒介——除了一批社会主义国家的新闻媒介都属国营外，西方发达国家也有一批国营的新闻媒介，其中以法国在 20 世纪 80 年代中期以前的电视一台、二台、三台，以及意大利国家电视台最具代表性。

5. 新闻真实性

答：新闻真实性指的是在新闻报道中的每一个具体事实必须合乎客观实际，即表现在新闻报道中的时间（when）、地点（where）、人物（who）、事情（what）、原因（why）和经过（how）都经得起核对。真实是新闻的生命，坚持新闻真实性是新闻工作的起码要求，也是最高要求，新闻必须真实，是新闻工作的第一信条。

二、简答题（每小题 10 分，共 60 分）

1. 决定宣传效益的因素有哪些？

答：任何宣传都是为了达到预定的宣传目标即争取良好的宣传效益，宣传的七个环节是决定宣传效益的七个因素：

(1) 宣传者——谁来宣传（who）

这不但指某一个人，也包括一个团体或宣传机构（例如报社、电台、电视台）。宣传者不但是宣传活动的组织者，是一切宣传的信源，而且宣传者的自身形象是决定宣传成败的重要因素，在有些情况下，是决定性因素。

(2) 宣传对象——向谁作宣传 (whom)

在整个宣传过程中，宣传对象是积极的参与者，以各种方式影响宣传过程。宣传对象是一批人，他们有自己的利益，有自己的认知结构，有自己的记忆和思想。对于一切宣传，他们会作出能动的反应。宣传对象是宣传效果的承担者，也是宣传效果的最后鉴定者。

(3) 宣传内容——宣传什么 (what)

在宣传效益中，起最后决定作用的是宣传内容。这包括：宣传者是宣传真理还是宣传谬误？宣传者是提供真实材料、向受众讲真话，还是弄虚作假？宣传内容是维护人民利益还是损害人民利益？

(4) 宣传场合——在什么样的社会环境、什么样的地方作宣传 (where)

①从宏观的社会背景来说，有封闭环境和开放环境。在封闭的环境下，信息渠道单一，外界的干扰小，没有竞争性的或敌对性的信息、观点，宣传就容易取得预期的效果。在开放的环境下，信息渠道多样，各种各样竞争性的或敌对性的信息、观点都设法争取受众，受众的思想比较复杂，宣传要取得预期的效果就比较困难。

②从微观来看，在不同的场合下，有不同的宣传气氛，受众就会产生不同的心情和心理定势，同一内容的宣传所取得的效果也大相径庭。

善于组织和选择具体的宣传场合是取得预期效益的重要一环。

(5) 宣传时机——在什么情况下，选择什么时机作宣传 (when)

在不同的历史时期，人们对宣传的需求是不同的，宣传效益也不同。对每个人来说，在不同时机每个个体的心理状况也不同。宣传需要针对各个个体在不同时机的不同心理状态，才能取得预期效益。

(6) 宣传动机——为什么要宣传、要达到什么样的预期目的 (why)

宣传的动机不同，选择的宣传内容也必然不同。宣传要取得成功，动机必须纯正，就是要为人民利益而宣传。为小团体的利益而损害广大群众利益，或为个人自私的目的而进行宣传，那必然口是心非，这样的宣传终究要失败。

(7) 宣传方法——怎样宣传 (how)

宣传方法包括所采用的媒介、途径和宣传的手段、技巧。任何宣传都必须借助于一定的媒介、途径，采用一定的手段、技巧。问题在于宣传者是否运用得当、巧妙。各种媒介、途径各有特点，宣传的手段、技巧也多种多样。

2. 新闻的价值要素有哪些？

答：新闻的价值要素包括以下五种：

(1) 时新性。新闻事实越新，越能满足受传者的需求，越能吸引他们的注意。时新性表现在两个方面：

①新闻事实在时间上是新近发生的。刚刚发生的事实立即予以报道，正在发生的事实同步报道，这种新闻的价值也大。事实发生的时刻与新闻见报（广播）的时刻之间的差距称做时距，时距越小，新闻价值越大。

②新闻事实是人们求知的。单位受众中事先对新闻事实无感知人数同总人数之比为求知度，求知度越大，新闻价值也越大。

(2) 重要性。新闻事实所包含的社会意义也即新闻事实同新闻受传者的利害关系称为重要性。凡同多数人利害相关，为多数人所关注的事实，被认为有社会意义，也就有重要性。事实越重要，越有社会意义，报道该事实的新闻也就越有价值。这种重要性要素，是由受传者的求近（利益接近）需求心理决定的。

(3) 显著性。新闻事实的知名度，或新闻事实的显著度，称为显著性。新闻中所涉及的人物、地点、事件、时间（如节日）等因素具有一定的知名度，这类新闻的价值也较大。或者新闻事实显著、突出，因而这些事实的发生、进展、结局、后果等都引人注目，于是报道该事实的新闻，也吸引人们的注意力，显示出一定的价值。

(4) 接近性。新闻事实同接收该事实信息的受传者在地理上和心理上的接近程度为接近性。地理上的接近性主要是由利害关系决定的，接近性越大（即地距小），新闻价值越大，即地距同新闻价值两者成反比。心理上

的接近性主要是由新闻受传者的求知欲和好奇心理所致，接近性越大（即心理距离小），新闻价值也越大，即心理距离同新闻价值两者也成反比。

（5）趣味性。新闻事实所具有的调动新闻受传者共同兴趣从而引起注意的有趣程度称为趣味性。趣味性越大，新闻价值也越大。新闻事实的趣味性表现为三个方面：

- ①新闻事实新鲜奇特，不可多见，激起人们的好奇心和新闻欲；
- ②新闻事实充满情趣，令人激动、感奋、伤感、可笑；
- ③新闻事实富有人情味，调动人们的同情心、爱憎感，抨击庸俗情趣，推崇高尚情操。

以上五种价值要素，各种事实含量不一，有的有，有的无；有的多，有的少；有的含一种，有的含多种。一般说，含量大，含多种要素的事实，报道此类事实的新闻，其新闻价值也大。

3. 决定新闻信息量大小的主要因素是什么？

答：新闻信息量即新闻信息流量，是指新闻传播过程中的新闻信息流量，指单位新闻通道中新闻信息的传输量。根据传播致效原则的要求，核计流通的信息量，一般指有效信息，不计入无效信息与虚假信息。新闻信息量是指消除了不确定性，并剔除了无用信息、虚假信息以后对于受传者有用的信息的量。新闻信息量的实质，是新闻的信息功能的度量。

通过新闻信息量的计算公式来考察决定新闻信息量大小的主要因素：

在新闻传播过程中，来自信源的原生性信息被新闻媒介内含于各种体裁的新闻信息中，这种信息量计算属于静态度量，计算起来较为方便，为：

新闻作品信息量=单元新闻信息数/信息符号之和。

实际上，新闻信息进入传播通道以后，信息量的传递处于动态的减损之中，其中的信息可分为主信息、次信息、微信息和多余信息，还有噪音（虚假信息等）的干扰。因此，有学者指出，计算新闻信息量的公式应为：

新闻信息量=主信息+次信息×等级比+微信息（信息附加值）×等级比-冗余信息×噪音干扰度

这一公式考虑到新闻传播过程中的各种新闻信息与非新闻信息的传递，其计算精确度提高了。

4. 简述舆论的特点。

答：舆论是指在特定的时间空间里，公众对于特定的社会公共事务公开表达的基本一致的意见或态度。舆论作为公众意见（公共意见）是社会评价的一种，是社会心理的反映，它以公众利益为基础，以公共事务为指向，并因此具备许多独有的个性，具体表现在以下几个方面：

（1）公开性。从分散的个人意见到成为群体性的公众意见必须经过公开的社会讨论和交流，而已经形成的公众意见要发挥意见影响力，必须面向社会公开传播，作为民意的显示，实现舆论对于社会公共生活的直接或间接干预。舆论在公开讨论中形成，又公开表达以实施干预。自始至终，它都是在公共领域内产生并发挥作用。

（2）公共性。公共性具体体现在舆论指向的公共性和作用目标的公共性。要经过广泛的社会讨论最终整合形成一致意见，这一意见指向的事物必须具备公共性，即利益上对公众而言的切近性，或者涉及公共利益，并契合了公众关心公共事务的内在心理。

（3）急迫性。舆论的急迫性是指舆论涉及的都是近在眼前而且迫切需要解决的问题。指向与目标的现实迫切感决定了舆论的社会急迫性。公众形成舆论的目的就在于让问题得以解决，事件的进展能尽量、尽快合乎公众的共同意愿，合乎公众利益。

（4）广泛性。舆论的广泛性是指舆论存在范围的广泛性和影响范围的广泛性。其存在和影响的广泛，原因主要在于舆论主体公众聚合的随机和多元舆论，以及意见指向的涵盖范围的广阔。

（5）评价性。舆论是一种意见，它不是一般的客观陈述，而是对事物（包括社会人物、事件、问题及其方方面面的社会联系等）作出的判断，带有明显的主观倾向，也就是具备了一种评价性。

5. 简述新闻事业发展的基本规律。

答：新闻事业发展的基本规律包括以下几个方面：

(1) 各国新闻体制都是从具体国情出发，由政治、经济体制决定，受文化传统影响。

从世界各匡看，新闻媒介的所有制基本上有三种：

①私营媒介——完全由私人独资或集股兴办（股份制），以美国最具代表性；

②公营媒介——以英国广播公司、日本放送协会和德国广播联盟为代表；

③国营媒介——除了一批社会主义国家的新闻媒介都属国营外，西方发达国家也有一批国营的新闻媒介，其中以法国在 20 世纪 80 年代中期以前的电视一台、二台、三台，以及意大利国家电视台最具代表性。

(2) 生产力水平高低直接影响新闻事业发展速度和规模大小。

①随着生产力水平的提高，整个社会的经济活动规模越来越大，分工日益精细，人们对政治、经济、军事、文化等各方面的信息需要日益迫切。这就大大刺激了新闻事业的发展。

②随着生产力水平的提高，整个社会受教育面扩大，文化水平不断提高，这必然使读者群越来越大。

③随着生产力水平的提高，广告越来越多，新闻事业日益成为国民经济中获利丰厚的企业，这就刺激了投资和扩大再生产。

④随着经济、科技的发展，社会为新闻事业的发展提供了日益先进的物质手段。近几十年来，科学技术加速运用到新闻事业上来，新闻手段日益现代化。

(3) 传播工具的物理性能决定传播工具的特点。每一种传播工具，每一个新闻单位为了自己求得发展，不被淘汰，需要扬长避短，尽量发挥自己优势。

(4) 不断适应读者的需要。受众的多元需要促使媒体多样化。

(5) 反映现实生活的需要决定新闻体裁的多样化。以最省的精力让读者获取最多的信息，以最容易接受的方式使读者受到最大的影响。

(6) 新闻教育适应新闻事业而产生、发展。

6. 新闻工作者的职业道德包括哪些方面？

答：新闻工作者的职业道德包括职业理念、职业态度、职业纪律、职业责任四个基本方面。对这四个方面的具体阐述如下：

(1) 职业理念

这涉及新闻工作的宗旨，“为什么”、“为谁”从事新闻工作。联合国《国际新闻道德信条》中提出为公众利益服务的理念：“职业行为的崇高标准，是要求献身于公共利益，谋求于个人便利及争取任何有违反大众福利的私利，不论所持何种理由，均与这种职业行为不相符合。”而《中国新闻工作者职业道德准则》则要求新闻工作者全心全意为人民服务。为人民服务是社会主义道德建设的核心，是社会主义道德的集中体现，也是中国新闻工作的根本宗旨。

(2) 职业态度

新闻工作必须严肃、严谨、认真、踏实。《国际新闻道德信条》中指出：“报业及所有其他新闻媒介的工作人员，应尽一切努力，确保公众所接受的消息绝对正确。他们应当尽可能查证所有的消息内容，不应任意曲解事实，也不故意删除任何重要的事实。”并且强调：“任意中伤、污蔑、诽谤和缺乏根据的指控，都是严重的职业罪恶；抄袭剽窃的行为亦然。”“对公众忠实，是优良新闻事业的基础。任何消息发表以后，如果发现严重错误，应立刻自动更正。”

(3) 职业纪律

国际新闻记者联合会通过的《记者行为原则宣言》指出两条记者必须遵守的纪律：“只用公平的方法获得新闻、照片和资料。”“对秘密获得的新闻来源，将保守职业秘密。”除此之外，世界各国的新闻职业道德准则中，规定新闻工作者“不得以任何名义索要、接受或借用采访报道对象的钱、有价证券、信用卡等；参加各种会议和活动不得索取接受任何形式的礼金”等。

(4) 职业责任

竭尽全力努力，以确保新闻的真实、全面、客观、公正。

三、论述题（每小题 25 分，共 50 分）

1. 论新闻选择的过程。

答：新闻选择的过程可以制作一张流程图，具体如图 1 所示：

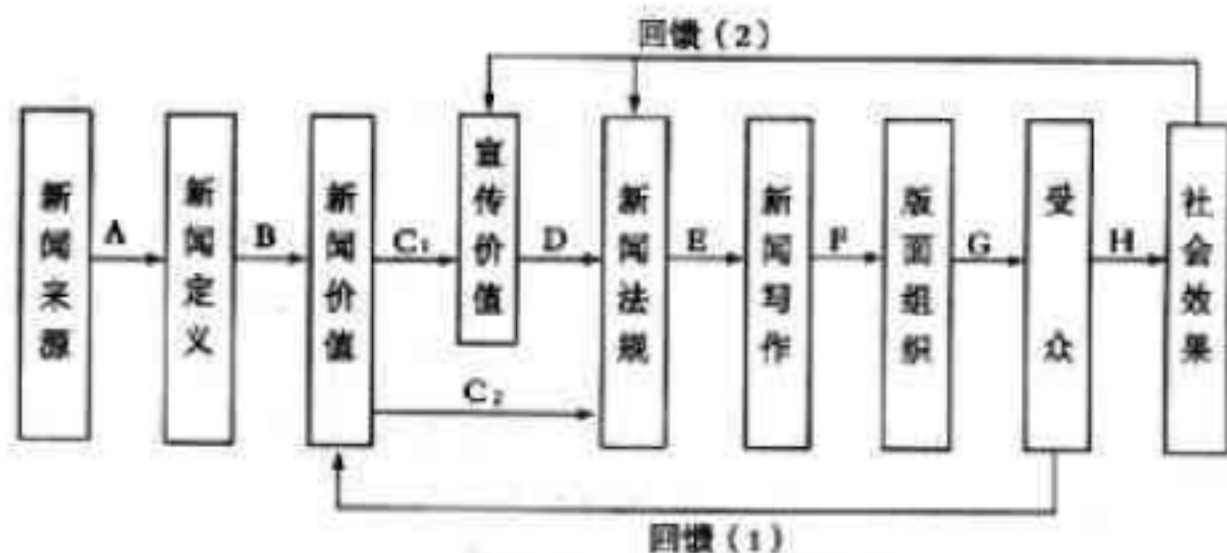


图 1 新闻选择的过程

通过对这张流程图的说明可以将新闻选择的过程解释如下：

(1) A 代表从新闻来源到新闻定义的过程。记者获得现实生活中的材料，一般有两种途径，一种是直接的，即在现场亲眼目睹的事实；一种是间接的，即当事人、目击者或有关的人、单位提供的。直接得到的第一手材料比较可靠。而间接得到的材料，由于有些人出于种种原因会向记者提供假情报或其假掺杂的情况。为了确保新闻的真实性，要求记者不要轻信盲从，强调记者多深入现场，力争得到第一手材料，对间接得到的材料加以核对。新闻选择的第一道工序就是把一切不真实的东西和陈旧过时的、人们司空见惯的材料筛选掉，使所有材料都符合新闻定义的要求。

(2) B 代表从新闻定义到新闻价值的过程。这一道工序是尽量去掉只满足个别人或少数人特殊需要的材料，选用引起社会公众共同兴趣的材料。这是去掉“杂质”的过程，淘汰不适宜于新闻事业传播的材料。

(3) 两条流程同时并行：

①C₁ 代表从新闻价值到宣传价值的过程；

②C₂ 代表从新闻价值到新闻法规的过程。

由于宣传价值的选择比较严格，具有新闻价值，甚至具有很高新闻价值的事实，不可能全部有宣传价值。为了满足受众需要，有些具有较高新闻价值的事实虽然宣传价值不高，也会刊登。而政党所办的新闻事业，对宣传价值比较讲究；商业性的新闻机构就不会那么严格。因此，经过新闻价值筛选以后的事实，到新闻法规这一工序时，有些具有宣传价值，有些并无宣传价值。

(4) D 代表从宣传价值到新闻法规的过程。这是把凡不符合新闻法规的材料都筛选掉，使所有能传播出去的事实都符合党纪国法。这是去掉“毒质”的过程，力求使传播出去的新闻不产生危及国家（政党）利益的社会效果。到新闻法规为止，新闻选择即挑选什么样的事实来供新闻事业传播的新闻这一全过程就结束了，接下去进入新闻写作阶段 E。

(5) F 代表新闻写作到版面组织的过程。当记者、通讯员把写成的稿子送到编辑手中，编辑就再经过一次新闻选择。编辑首先考虑的是新闻稿中的事实是不是符合要求；然后再考虑新闻写得是否符合要求。经过挑选，淘汰一批质量较次的稿子，留下的组织到版面上去。

(6) G 代表从版面到受众的过程。受众各自根据自己的需要和兴趣挑选新闻来看、听，凡不能符合他们兴趣的就不看、不听。

(7) H 代表从受众到社会效果的过程。受众看了、听了新闻，对他们的思想、行动产生了影响。产生社会效果的前提是受众必须看（或听）新闻。如果新闻不能引起他们的兴趣，大家不愿看、不愿听，那也就谈不上什么社会效果了。

(8) 反馈（1）过程中受众对于新闻阅读率、收视（听）率的高低，取决于新闻能否引起受众的兴趣，这就和

新闻价值直接有关。这就是说，新闻价值直接影响阅读率、收视（听）率问题。新闻工作者要通过阅读率、收视（听）率的了解，不断改进自己的工作，更好地运用新闻价值。

(9) 回馈(2)过程中新闻所产生的社会效果，有好的、有坏的，也有不好不坏即受众无动于衷或不置可否的。如果效果良好，证明新闻选择是对的，那就应该坚持和发扬。如果产生不良的社会后果，那么就根据具体情况分析新闻选择过程中的原因，或调整新闻法规，重新加以修订，或调整宣传价值，改进宣传方法。即是说，社会效果的好坏，是由新闻法规、宣传价值来制约的。而且还应该考虑到影响新闻传播的社会效果的其他因素。因此，考察社会效果要作全面的、历史的、具体的分析，力戒片面性。

从上述的分析可以看出，新闻价值和新闻法规、宣传价值之间，既有相辅相成的一面，又有相互制约的一面。新闻价值是解决阅读率、收视（听）率问题的。既然任何社会效果必须以受众愿看、愿听为前提，那么掌握新闻法规，运用宣传价值就必须考虑到新闻价值。限得过死，禁令太多，使新闻报道面过窄，许多有很高新闻价值的新闻不能上报，新闻不能满足读者需要，读者不愿看、听，那么一切良好的愿望都会落空。但新闻报道只考虑受众兴趣，不考虑受众看后、听后的社会效果，那就可能对社会产生不良后果。因此，选择新闻要两方面都考虑到。

2. 联系新闻传播的实际，谈谈你对新闻媒介正负效应的看法。

答：新闻媒介对各国的政治、经济、文化，对人们的日常生活都有着巨大的影响力。从新闻传播的实际效果看，新闻媒介的正负效应是错综复杂地交织在一起的，具体表现如下：

(1) 新闻媒介把整个世界呈现在人们眼前，但新闻失实、信息污染干扰误导受众。

报纸、广播、电视、互联网已成为人们观察世界的四大窗口。新闻媒介的传播超越时间和空间，把地球上每日每时发生的重大事件迅速地传遍世界各地；它把全球各国特有的政治、经济、文化艺术、风土人情形象逼真地显示在人们面前。人们对当今世界的了解，绝大多数来自于新闻媒介，个人的亲身经历或人们口口相传是极其有限的。但正因为人们对新闻媒介的极度依赖、信赖，往往使人们轻信新闻媒介，甚至上当受骗。

(2) 新闻媒介连接了世界，却淡化了人际关系。

新闻媒介把个人和世界联系起来，增强了各国、各地区人民的彼此了解和交流。人们常说：广播电视把诸人的地区变成了一个小小的“世界电视村”。但是，在这个“世界电视村”里，构成社会的细胞——每个家庭之间却由于广播电视而日益变得封闭起来，变得“鸡犬之声相闻，民老死不相往来”。据美国、日本近年来的调查，每人每天用于看电视、听广播的时间平均在6小时以上，中国城市居民每天看电视的时间也已达108分钟，为每天平均拥有闲暇时间183分钟的59.1%。这意味着，有许许多多的人下班回家就足不出户，关起门来不是看电视，就是听广播。人与人之间的亲身交往被人与机之间的交流所取代，人际交往日益淡漠。

(3) 丰富了知识，却降低了思考能力。

新闻媒介确实是知识的“百宝箱”，人们从中了解到许多古今中外、天上地下的知识，大大丰富了人们的见闻。但除了正规的电视教学课程外，广播电视所传播的知识毕竟是零碎而不系统、肤浅而不深刻的，加上许多哗众取宠的知识节目，给人们的往往是良莠不齐、模糊不清的陈年口货。一个电视迷的脑子里充塞着许多杂乱无章的零碎知识，他们可能无所不晓，但却一无所长。一个人每天有五六个小时被广播电视“牵着鼻子走”，根本无法独立思考，这必然使他们，尤其是青少年的思维能力降低，学业成绩大受影响。美国的许多研究报告都指出，今天的电视一代年轻人，在谈、写和想象力方面，不如过去的一代人，因为电视取代了他们童年时代传统的成长方式。电视代替甚至控制了人们的思想，这就易于使受众的思想趋于简单化。

(4) 改变了人们的时空观，却诱发了个人无限制的欲望。

新闻媒介打开了人们的视野，人们可以在同一时间作不同时空的比较，即现实的横向比较，从而从安于现状到不满现状，最后来改革现状。新闻媒介导致的人们思维方式的改变，给人类社会带来了积极的变化。它赋予人们改变现状的紧迫感、努力追赶先进的强烈愿望，从而加快了社会前进的节奏。报纸、广播、电视、互联网成了推动世界前进的一个动力源。但这既可以成为改革现状、造福社会的力量，也可以诱发个人不切实际的求名、求利、求享乐的欲望。新闻媒介的这种诱惑使一些人铤而走险，或者由于个人欲望得不到满足而发出喋喋不休的牢骚，成为社会不安定的潜在威胁。

(5) 促进了人类的文明，却污染了社会空气。

新闻媒介源源不断地向人们输送政治、经济、文化信息，沟通国内外的联系，促进了上下左右的交流，这大

大加快了社会民主化的进程，加强了经济的横向联系。新闻媒介对于社会进步和繁荣的贡献是显而易见的。同样显而易见的是，新闻媒介尤其是广播电视的不少节目污染了社会空气，这在西方社会表现得尤为明显。美国、法国、日本等国科研人员的大量调查都证明，广播电视中的黄色新闻和色情片、凶杀片泛滥成灾，直接导致了犯罪率的上升。卜卫经过长达 10 年的调查观察写成《大众传媒对儿童的影响》一书，以确凿数据显示：媒介暴力具有引发和强化儿童实施暴力行为的作用。

从上述分析分析可以看出，新闻媒介的巨大功能带给社会的实际影响是有利也有弊的。如何兴利除弊，关键在于人们怎样运用它。美国传播学家威尔伯·施拉姆说过：“电视是 20 世纪最伟大的发明，但人类是否能享受到它的好处，主要取决于人们运用它的智慧是否能与发明它的智慧并驾齐驱。”这个“运用”，既是指新闻媒介的传者，也包括新闻传媒的受者：这是家庭、个人的问题，更是一个巨大的社会问题。