

二〇〇七年招收硕士研究生

入学考试自命题试题

考试科目: 新闻传播实务

适用专业: 新闻学、传播学

(除画图题外, 所有答案都必须写在答题纸上, 写在试题纸上及草稿纸上无效, 考完后试题随答题纸交回)

新闻业务试题

一、 简答题 (每题 6 分, 共 30 分)

- 1、什么是专业性采访, 它有哪些特点?
- 2、什么是“抢新闻”, 在写作时要注意什么?
- 3、版面在报纸中有什么作用?
- 4、谈谈你对报纸版面中出现的大标题、大图片的看法, 举例说明。
- 5、新闻评论有哪些特性, 举例说明其中一个特性。

二、实践题: (每题 20 分, 共 60 分)

- 1、周六晚, 市防汛指挥部急报: 市郊水库因地震原因出现裂口。此时, 负责该项报道任务的农村部全体采编人员出外旅游。作为新闻热线的值班记者该如何处理这一情况? (8 分) 请拟定一个采访报道方案。(12 分)

2、根据下面给出的材料写一篇 600 字消息 (12 分), 拟定标题 (8 分)

身着吕潍平原农村寻常可见的白衬衣黑裤子, 黝黑的脸上透着山东大汉标志性的忠厚。眼前这位农民, 就是被誉为“冬暖式大棚蔬菜之父”的全国优秀共产党员王乐义。

2005 年 4 月 7 日下午, 正在先进性教育联系点山东省寿光市考察的胡锦涛总书记来到三元朱村。在一间蔬菜大棚里, 听完菜农王友德讲述村党支部书记王乐义带领群众种大棚“发人财”的经过后, 总书记说: “王乐义这个头带得好!” “农村基层党组织和党员的先进性就是要体现在带领农民致富上。”

“王乐义引发了蔬菜生产的‘白色革命’, 进而引发了餐桌上的‘绿色革命’。他是蔬菜界的袁隆平!” 刘良琪, 寿光市农业局蔬菜站站长说起“菜王”王乐义, 像在讲述一个传奇。情牵蔬菜, 缘自王乐义对知识的渴求和带领群众致富的强烈使命感。早在 1978 年, 王乐义刚担任村支书, 就“冒冒失失”闯进山东农学院请来园艺专家李正之教授, 将 400 亩荒岭改造成了“花果山”, 村民们从此吃上了饱饭, 有了点闲钱。可王乐义不知足, 一直在找一个土里刨金的好法子。当地有种菜的传统, 也有不少农户用塑料大棚反季节种菜, 但老式的大棚保温效果差, 一冬烧五六吨煤加温也只能出些叶菜。王乐义不信邪, 上北京, 跑周边, 大大小小的菜棚、温室看了无数个, 笔记记了几十万字。

一个偶然的机会, 王乐义打听到辽宁瓦房店农民韩永山的大棚大冬天能出黄瓜。大棚依山向阳, 保温好, 不用烧煤。1989 年大年初六, 王乐义就奔赴瓦房店。韩永山的家, 他三进三出, 撵走了再回去。终于, 王乐义为百姓谋富路的真诚感动了韩永山, 把“姐夫来了也没教”的技术传给了他。后来韩永山干脆“移民”寿光, 和王乐义一起研究推广冬暖式大棚。

“共产党人过去带领群众打天下, 现在最大的责任就是带领群众致富, 这个头党员干部不带头带谁带?” 徐少华, 时任三元朱村团支部书记。回忆起他们 17 名党员带头建大棚的经历, 感慨万千。从瓦房店回村, 王乐义一头钻进冬暖式大棚的研究里, 结合当地实际进行了五项技术改进。胸有成竹的他召集群众开大会, 兴冲冲地号召人家建新式大棚, 却没有一人报名。有人还编了顺口溜: “乐义傻, 乐义贱, 想带咱们去要饭……” 支部会上, 王乐义发了话: “乡亲们不愿种, 那是不认识, 咱不能怨人家。除了年岁大的、身体不好的, 党员干部都要带头建大棚!” 带这个头意味着什么, 党员们心里清楚: 建一个棚得五六千元, 一旦试种不成功, 都得成困难户。但这个头, 他们带定了! 当年 10 月, 17 个新式冬暖大棚在三元朱村建了起来, 17 名党员像照料孩子一样没白没黑粘在棚里。12 月 24 日, 第一批越冬黄瓜上市, 开秤每公斤 20 元。入夏算账, 棚均收入 2.7 万元。三元朱沸腾了, 群众眼热了, 第二年没用动员, 一下子上了 181 个, 户均 1 个多。

王乐义从未停下创新的脚步：1992年，无公害大棚蔬菜大面积试种成功，开全国先河；此后不断引进新品种，种大棚果树、花卉，搞无土栽培……去年，王乐义又与来自美国、以色列等八个国家的农业专家和科研机构达成协议，投资3000多万元建设“寿光国际农业科技培训中心”，农民不出国门就能学到国际先进技术，取得发达国家认可的技术证书。

“为推广大棚，王乐义遭的罪一点不比发明大棚少。”马金涛，寿光市委常委、秘书长，曾任三元朱村所在的孙家集镇镇长。1992年，从孙家集调到五台镇当书记的马金涛，心急火燎地请王乐义来帮着推广大棚，连续两天开了四场千人大会，讲得王乐义嗓子直冒烟。1995年，革命圣地延安要求派技术员，王乐义刚到就发起了高烧。吊瓶挂到凌晨一点多，早上吃点药他就上了讲台，一口气讲到过晌。讲完要走，却怎么也站不起来了。1978年，王乐义因患癌症做了直肠切除手术，从此腰间挂了个粪便袋。为推广大棚四处奔波，他默默承受着身体的痛苦和不便。王乐义同样也经历过心灵的煎熬。当初对外推广大棚技术，他不是没犹豫过。第一茬黄瓜刚下来，就有人找上门：“老少爷们儿可要指望它挣大钱了，你得把技术捂住！”就在这时，当时的县委书记王伯祥也来找王乐义：“我想让你把技术推广出去，一丁点儿不留，你看怎么样？”王乐义吸了口凉气，没吱声。送走王伯祥，王乐义辗转反侧：“我是三元朱的村支书不假，但我还是个共产党员，党的宗旨不就是为大多数人谋利益吗？”他拿定主意：向全县推广！

1990年，寿光县成立冬暖式大棚推广领导小组，王乐义任技术总指导，挨乡挨村跑，当年建起5130个大棚。从此一发不可收，他跑遍全省，走进全国15个省市自治区。村里的上百名技术员则像种子一样，撒往20多个省份。1993年起，王乐义用3年时间在疆内各民族同胞中推广大棚菜，结束了那里一年8个月靠外地供菜的历史。王乐义的二弟王乐泉1995年担任新疆维吾尔自治区党委书记，新疆的百姓都说：“这回可是小书记帮了大书记的忙！”

“你们我最盼乐义啥？我最盼着他快点退休，我们好一块儿在家吃顿安生饭。”如果不是亲耳听到，真不敢相信，妻子梁文荣对王乐义就这么点要求。王乐义一年有三四个月在外传技术，回到村里也是忙得团团转，家里的活指望不上他。身为“大棚书记”的妻子，梁文荣却没能亲手种过一个棚，因为乐义没工夫，她一个人忙不过来。自打王乐义当上村支书，家里人就和“好事儿”绝了缘。1979年，王乐义把公社“戴帽”分给人女儿月荣的招工指标让给了别人，16岁的女儿想不开喝了农药，没能救过来。到如今，王乐义已是64岁的老人，提起这，眼眶仍不由一红，自言自语道：“只能怪孩子不懂事啊。”其实，在王乐义的熏陶下，孩子们早就“懂事”了。老三下岗两年，卖了两年包子，没向当爹的张嘴要求安排个工作。女儿王茜、媳妇月桂都跟着娘在家种过地，育过苗。

“以最低标准追求生活欲望，以最高标准搞好工作。共产党员如何永葆先进性，王乐义是面镜子。”寿光市委书记徐振溪对王乐义如是评价。王乐义在村里当了20多年家，三元朱从集体积累2800元的穷窝子，变成了年人均收入9000多元、集体积累180多万元的小康村。但王乐义自己并没有发财。这些年来，王乐义领过的奖金不知有多少笔，但花在家人身上的只一次。那是1990年，王乐义领了400元奖金，正准备交给集体，从不开口的老伴梁文荣发了话：“先别捐了，我想买个三轮车，从家到地里三里多地呢。”那辆三轮，梁文荣一直骑到现在。注册“乐义”牌商标后，来找王乐义合资合作的人很多，目前已甄选了6家。他立了条规矩：分红归村集体，个人一分不要。走在三元朱村里，乡亲们对王乐义的亲热劲儿让人眼热。85岁的王耀明老人扯着自己身上的衣服说：“这是老人节时乐义给做的，村里老人都有，还发钱发蛋糕呢！有了乐义，俺们活不够啊！”

告别三元朱时，王乐义告诉记者，他现在最大的心事，就是怎么完成好总书记的嘱托：把人棚蔬菜种植技术传授给更多的农民，把教育抓好。如今这事已有了眉目：由他牵头的寿光农业科技培训中心即将在新疆、贵州等地开办，西部农民不用大老远跑过来，就能学到先进、实用的蔬菜种植技术了。

3、根据下面的材料，用立论的方式写一篇600字的评论（10分），同时用驳论的方式以简要文字批驳对方的观点（5分），自拟标题（5分）。

据报载，民营东星航空公司在成都招聘空中服务小姐时，把“长相漂亮”排在首位，在将要招聘的60名空姐中，高中学历占三分之一，大专学历占三分之一，本科学历占三分之一，研究生以上学历免谈。该公司负责人说：“高学历女孩不安心、不踏实，老是觉得大材小用，跳槽的机率较大，低学历的女孩则相对稳定。”该消息披露后，引起人们的纷纷议论，有的反对，有的赞同。

电视实务、网络传播、广告实务试题（任选其中两部分）

电视实务部分（30分）

简答题

1、举例简要分析电视现场报道的特色？（10分）

2、电视镜头的无技巧转场,可采用哪些合理的过渡方法?(写出5种方法即可,10分)

3、举例分析杂志型电视新闻栏目的组合方式?(10分)

网络传播部分(30分)

一、简答题

- 1、网络新闻的界定及其主要特征(6)
- 2、网络传播的主要方式及主要特征(10)

二、论述题

- 1、网络传播面临的主要问题及其对策(14)

广告实务部分(30分)

一、简答题(10分)

不同产品生命周期的广告策略有何不同?

二、策划创意题(20分)

一直以来,宝洁公司在中国推出的飘柔洗发水广告基本是采用上世纪50年代美国电视广告的形式:以飘逸柔顺的功能为诉求点,讲述洗发水的科学功效,然后切换到拥有一头秀发、绽放出笑容的漂亮女性。

2006年,宝洁公司飘柔(Rejoice)洗发水开始推出情感诉求的广告口号“发动,心动,飘柔”,抛弃了洗发水广告一贯风格,开始用亲情和友爱来赢得消费者的好感,并试图将飘柔打造成为中国完美女性的形象缔造者。

请你根据以上个案,重新开展以下策划与创意:

- 1、分析飘柔品牌的个性特征,对其进行拟人化描述(8分)
- 2、创意一个飘柔品牌广告口号,并释义说明(7分)
- 3、以新口号为题,创意一个电视品牌广告脚本(5分)