

2023 年 4 月高等教育自学考试

新闻采访写作试题

课程代码:00654

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。

选择题部分

注意事项:

每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题:本大题共 24 小题,每小题 1 分,共 24 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 下列属于报社创办的媒体网站是

- A. 人民网 B. 搜狐网 C. 央视网 D. 新华网

2. 新闻传播者应该“换位思考”,旨在强调

- A. 重视新闻编辑 B. 贴近新闻受众
C. 深入社会生活 D. 理论联系实际

3. 下列媒体拥有独立采访权的是

- A. 腾讯网 B. 今日头条 C. 央广网 D. 梨视频

4. 记者报道地震发生的经纬度,这是交代

- A. 何时要素 B. 何事要素 C. 如何要素 D. 何地要素

5. 记者为采访既定的重大活动而提前准备的报道是

- A. 互动性新闻 B. 突发性新闻 C. 解释性报道 D. 可预知性新闻

6. 中共一大会址纪念馆落成,该事件首先具有

- A. 重要性 B. 显著性 C. 趣味性 D. 客观性

7. 强调比喻性,激发受众产生联想,更形象地凸显新闻价值的行文方式,属于

- A. 平行式组接 B. 平行交叉式组接
C. 对比式组接 D. 隐喻式组接

8. 将新闻事实按进展排序或按性质分类, 并加上小标题的网络消息结构是
A. 进行式 B. 并列式 C. 分块式 D. 递进式
9. 不属于精确新闻采访的方法是
A. 现场观察 B. 问卷调查 C. 抽样调查 D. 分析统计
10. 记者想要挖掘新闻“富矿”, 就需要在职业理念驱使下不断培养
A. 新闻写作能力 B. 新闻判断力
C. 新闻价值力 D. 新闻敏感
11. 独家新闻的特点在于报道内容是独家事实、独家分析或
A. 独家人物 B. 独家媒体 C. 独家角度 D. 独家选题
12. 判断记者的立意, 除了新闻报道的基本倾向, 还包括
A. 结构安排 B. 事实选择 C. 语言风格 D. 写作文体
13. 当受访者天马行空时, 记者为了回归主题, 应该
A. 直截了当地打断对方 B. 在受访者说话间隙适时插话
C. 强行插话 D. 暂停采访
14. 同时针对多条新闻线索采访, 这种采访方法是
A. 交叉采访 B. 蹲点采访 C. 易地采访 D. 巡回采访
15. 用手机在新闻现场采访, 并通过网络同步直播, 这种采访形式是
A. 现场直播 B. 网络直播采访
C. 实时报道 D. 滚动报道
16. 发现、挖掘和展现新闻事实的着眼点被称为
A. 新闻选材 B. 新闻结构 C. 新闻角度 D. 新闻主题
17. “74%的受访者”, 这一表述体现的新闻语言特征是
A. 客观 B. 通俗 C. 简练 D. 生动
18. 再现新闻事实的生动情节和典型细节的消息类型是
A. 纯新闻 B. 描述性消息 C. 动态消息 D. 解释性报道
19. 按照受众关心程度依次递减的顺序, 安排新闻事实内容的消息结构是
A. 倒金字塔结构 B. 金字塔结构
C. 并列式结构 D. 顺序结构
20. 通讯中直接呈现作者情感的表达方式是
A. 叙述 B. 描写 C. 抒情 D. 夹叙夹议

21. 能够直接干预生活、介绍经验和做法的通讯体裁是
A. 人物通讯 B. 事件通讯 C. 风貌通讯 D. 工作通讯
22. 全文记录受访者口述内容的专访形式是
A. 散文式 B. 问答交谈式 C. 人物自述式 D. 评述式
23. 网络新闻同传统新闻的区别之一是
A. 可设置小标题 B. 可用多种字体与颜色突出关键词
C. 可提供参考链接 D. 注明稿件来源
24. 要特别注重自身形象与角色气质的记者是
A. 文字记者 B. 摄影记者 C. 广播记者 D. 电视记者

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。

二、名词解释题: 本大题共 4 小题, 每小题 3 分, 共 12 分。

25. 机动记者
26. 个别访问
27. 风貌通讯
28. 信息缺失

三、简答题: 本大题共 4 小题, 每小题 6 分, 共 24 分。

29. 简述新闻记者的职业道德。
30. 简述提升新闻发现力的途径。
31. 简述报告文学的写作要求。
32. 简述救活“迟到新闻”的主要方法。

四、简单应用题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

33. “滴滴出行” APP 因存在严重违法违规收集使用个人信息问题，国家互联网信息办公室依据《中华人民共和国网络安全法》相关规定，通知应用商店下架“滴滴出行” APP，要求滴滴出行科技有限公司严格按照法律要求，参照国家有关标准，认真整改存在的问题，切实保障广大用户个人信息安全。据此，你作为记者就政府保护用户个人信息安全进行采访，请列出采访提纲。

34. 请指出下列消息的背景材料（至少指出 4 处），并简要分析。

百年来首件！山西天龙山石窟被盗佛首从日本回到中国

2021 年 2 月 12 日 中新社 作者：应妮

流失海外近一个世纪的山西天龙山石窟第 8 窟北壁主尊佛首，以出其不意的方式现身——11 日晚，佛首在除夕之夜亮相 2021 年春节联欢晚会。这也是近百年来第一件从日本回到中国的天龙山石窟流失佛雕。

山西太原天龙山石窟为中国全国重点文物保护单位，开凿于北朝晚期至隋唐时期，是中原地区代表性佛教石窟，在中国石窟雕塑发展艺术史上具有重要地位。

上世纪 20 年代，在日本古董商“山中商会”驱动下，天龙山石窟遭到大规模盗凿，超过 240 尊雕像被盗，几乎所有造像头部，甚至造像全身被盗运境外，现收藏于日本、欧美博物馆以及私人手中，破坏程度在中国石窟寺中最为惨烈。

此次回归的佛首于 2020 年 9 月出现在日本东瀛国际拍卖株式会社（以下称拍卖行）。中国国家文物局发现后，随即启动追索机制，确定“叫停拍卖、争取回归”的工作目标。拍卖行积极配合并决定撤拍。国家文物局与拍卖行董事长张荣（旅日华侨，浙江杭州人）联系后，鼓励其促成文物回归。随后，张荣与日籍文物持有人谈判完成洽购，并决定将佛首捐献中国政府。

经实物鉴定、科技检测并与历史照片比对，专家一致认为，该佛首源自天龙山第 8 窟北壁佛龕内佛像，应为 1924 年前后被盗。第八窟为天龙山石窟唯一有明确开凿纪年（隋开皇四年，公元 584 年）且规模最大的石窟，该尊佛首肉髻低平，脸庞圆润，露出笑容，雕刻技术娴熟、表现手法细腻、时代特征鲜明，具备北朝晚期至隋初的显著特征，是研究天龙山石窟乃至中国古代石窟艺术的珍贵实物标本，具有重要的历史、艺术和科学价值，暂定为国家一级文物。

记者获悉，国家文物局将践行流失文物回归原属地的国际共识，在具备安全条件前提下，将佛首送回天龙山石窟，在太原市天龙山石窟博物馆收藏展示。

据悉，佛首在春节联欢晚会上亮相后，将于2月12日（大年初一）起，在北京鲁迅博物馆“咸同斯福——天龙山石窟国宝回归暨数字复原特展”中展览展示。特展将持续至3月14日。

五、综合应用题：本题 20 分。

35. 根据下列新闻素材，写作一篇 700 字左右的新华社电讯（时间点：2023 年 2 月 4 日）。

随着在新能源车电池、电机、电控系统及智能驾驶相关领域逐步建立起竞争优势，国产汽车品牌的国际竞争力持续提升，汽车出口市场近两年展现出超强增长势头。数据显示，去年我国汽车出口总量突破 300 万辆，超过德国的 261 万辆，成为仅次于日本的世界第二大乘用车出口国，中国汽车品牌在国际市场上也实现了量价齐升。在全球减碳大背景下，汽车产业的电动化趋势不可逆转，中国汽车产业有机会借此时机实现“弯道超车”。新能源车成为出口增长点。自 8 月以来月均出口量全部超 30 万辆、全年出口量突破 300 万辆、赶超德国直追日本……2022 年，中国汽车出口再次实现跨越式增长，交出一份亮眼的成绩单。中汽协最新统计数据显示，2022 年中国汽车出口达 311.1 万辆，同比增长 54.4%。其中，新能源汽车成为新的增长点。数据显示，新能源车去年出口总量达 67.9 万辆，同比大增 1.2 倍；去年 11 月，新能源汽车出口 15.3 万辆，创下单月出口量新高。中汽协常务副会长付炳锋分析，中国汽车出口快速增长，除了得益于疫情之下海外供给不足，更重要的是近年来自主品牌在技术和智能驾驶领域建立起的竞争优势。2018 年至 2020 年间，中国汽车出口一直在 100 万辆左右徘徊。近几年，在电动化和智能化浪潮带动之下，中国汽车出口实现跨越式增长，2021 年首次突破 200 万辆，2022 年突破 300 万辆，跻身世界第二大乘用车出口国。在整车企业出口量榜单中，上汽集团、奇瑞和特斯拉分别以 90.6 万辆、45.2 万辆和 27.1 万辆的成绩位列前三。其中上汽集团独占近 3 成，出口量同比大增 51.48%，创下历史新高；特斯拉品牌因上海超级工厂而具有“中国制造”属性，去年全年交付超 71 万辆，同比增 48%；奇瑞集团出口量达 45.2 万辆，同比增长 67.7%；长安、东风、吉利等车企出口量也取得同比超 50% 的大幅增长。中汽协数据显示，全球新能源汽车销量排名前十的企业集团中，我国自主品牌占据三席。持续性突破欧洲市场。一系列销量数据的背后，既是我国自主品牌的崛起，也体现出全球市场对新能源汽车的普遍认可。在全球减碳大背景下，中国汽车产业正借助电动化的

大趋势实现“弯道超车”。近年来，比亚迪、奇瑞、长城、吉利等自主车企持续加速海外扩张步伐。去年下半年，比亚迪接连登陆日本、东南亚、欧洲等市场，并获得德国租车公司 10 万辆新能源车的大订单。吉利汽车与塔维尔汽车集团签约正式开拓阿曼市场，并大手笔入股雷诺韩国，进军韩国市场。领克品牌也通过向亚奥理事会完成交付，再次强化亚太战略。与此同时，国产汽车出口市场也逐步扩张。“2020 年以前，沙特、孟加拉国、埃及等是中国汽车出口的主要海外市场。2021 年汽车出口结构优化，海外市场主要集中在比利时、智利、沙特等国家。随着新能源车大踏步走出国门，去年以来，欧洲和北美正成为中国汽车出口的两大增量市场。”乘联会秘书长崔东树介绍。乘联会统计数据显示，我国前三大汽车出口市场分别是墨西哥、沙特和比利时，出口量均突破 20 万辆；紧随其后的英国、智利和澳大利亚，也逐渐成为我国汽车出口的主要目标市场。在欧洲和北美市场取得持续性突破，使得我国汽车产业在国际市场的地位进一步得到巩固。电动化智能化更具竞争力。在中汽协副总工程师许海东看来，汽车出口强势增长的关键在于中国汽车产品竞争力的大幅提升。“在质量、外观、操控性、可靠性等方面，自主品牌的产品都不比合资企业差，在电动化和智能网联配置方面甚至更具竞争力。”许海东说。随着海外扩张步伐加速，自主品牌的整体车辆质量标准也在与世界接轨。去年以来，蔚来 ES8、比亚迪 Atto、WEY 品牌 Coffee 01 等多款中国电动车获得“欧洲新车评估计划 (NCAP)”五星级评级。获得这项评级要求测试车辆配备远远超出法律基本要求的主动和被动安全功能，包括额外的安全气囊及驾驶辅助、驾驶监测等系统。越来越多的国产新能源车获得认可，体现出产品竞争力的不断提升。数据显示，2022 年以来中国汽车出口量均价达 1.89 万美元，其中纯电动车均价为 2.58 万美元。据法国汽车咨询公司 Inovev 预计，到 2030 年，电动汽车将占欧洲新车销量的 40%，中国品牌将占全电动汽车市场的 12.5%至 20%，销量会在 72.5 万辆至 116 万辆之间。业内分析认为，随着产品竞争力逐渐提升，中国汽车出口已经步入新阶段。