

绝密 ★ 考试结束前

全国 2018 年 4 月高等教育自学考试

## 新闻评论写作试题

课程代码:00658

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

### 选择题部分

注意事项:

1. 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。

2. 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 20 小题,每小题 1 分,共 20 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. 下面属于署名电视新闻评论的是

- A. 本台评论
- B. 本台评论员
- C. 编后话
- D. 电视新闻述评

2. 在国内众多报纸的论坛型专栏评论当中,最具代表性的是

- A. 《人民日报·人民论坛》
- B. 《文汇报·文汇论坛》
- C. 《新华日报·新华论坛》
- D. 《解放日报·解放论坛》

3. 绝大多数短评是以下列一种方式发表的

- A. 围绕人们的议论
- B. 根据上级指示
- C. 配合大型评论
- D. 配合新闻报道

4. 针对实际工作中的新情况、新经验、新问题所进行的报道和评述,我们将其称之为

- A. 形势述评
- B. 事件述评
- C. 思想述评
- D. 工作述评

5. 附于新闻报道或文稿之后,是编者依托报道有感而发的一种抒情、联想和议论性文字,我们将其称之为

- A. 文前按语
- B. 文中按语
- C. 注释按语
- D. 编后

6. 新闻评论想要说服受众,主要靠
- A. 语言的魅力  
B. 生动的形象  
C. 合理的结构  
D. 逻辑的力量
7. 由实况音响与解说共同构成的音响报道是广播新闻的主要报道形式之一。而广播评论中常见的音响报道是
- A. 广播述评  
B. 主持人点评  
C. 本台短评  
D. 记者连线
8. 以下不属于评论论据中的理论性论据是
- A. 公认的道德规范  
B. 古今中外的格言、谚语  
C. 历史资料、统计数据  
D. 科学的定理和法则
9. 家常式的电视评论节目最典型的是
- A. 《央视论坛》  
B. 《新闻周刊》  
C. 《新闻 1+1》  
D. 《锵锵三人行》
10. 报刊、通讯社、广播电台常用的中型重头评论是
- A. 时评  
B. 社论  
C. 专栏评论  
D. 评论员文章
11. 论辩的原则和要求用一句话来概括,就是
- A. 尖锐泼辣、盛气凌人  
B. 侧重以情动人  
C. 以诚相见,以理服人  
D. 避免正面交锋
12. 直接关系到新闻评论成败的关键性写作步骤是
- A. 论述  
B. 选题  
C. 说理  
D. 论据
13. 现代社会的新闻传播活动中有两类基本信息:一类是新的事实信息,另一类是
- A. 旧的历史信息  
B. 旧的意见信息  
C. 新的网络信息  
D. 新的意见信息
14. 小言论写作时需注意:平民化、微型化和
- A. 情感化  
B. 理性化  
C. 形象化  
D. 诙谐化
15. 一般情况下,新闻评论标题经常出现在正文前后的媒介是
- A. 报纸  
B. 杂志  
C. 广播  
D. 电视
16. 在电视评论的同期声中,具有强烈客观性的是
- A. 访谈的同期声  
B. 评论主体的同期声  
C. 伴随事物发展的同期声  
D. 插入式的说明解释同期声

17. 新闻评论是在客观事实的基础上,通过分析说理直接表明
- A. 群众的思想观点  
B. 作者的思想观点  
C. 读者的思想观点  
D. 领导的思想观点
18. 《穷吃,吃穷》这则标题采用的修辞手法是
- A. 对照法  
B. 回环法  
C. 比拟法  
D. 借代法
19. 短评在发表时
- A. 不署名  
B. 必须署名  
C. 必须集体署名  
D. 可署名也可不署名
20. 司马迁在《史记》中所写的“太史公曰”与下列一种新闻评论体裁相类似的是
- A. 短评  
B. 专栏评论  
C. 编者按语  
D. 述评

二、多项选择题:本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的,请将其选出,错选、多选或少选均无分。

21. 述评的类型有
- A. 工作述评  
B. 形势述评  
C. 事件述评  
D. 思想述评  
E. 一般述评
22. 新闻评论的开头形式有
- A. 寓有深意,耐人寻味  
B. 巧设问句,商榷反诘  
C. 开门见山,引出论题  
D. 开宗明义,亮出论点  
E. 凸显矛盾,切入主题
23. 新闻评论标题的基本要求是
- A. 题文一致  
B. 多用复题  
C. 意向鲜明  
D. 言简意赅  
E. 生动引人
24. 按照编者按语的性质和内容分类,大致可分为
- A. 说明性按语  
B. 政论性按语  
C. 注释性按语  
D. 补充性按语  
E. 演绎性按语
25. 自 20 世纪 90 年代起,更具电视评论自身特点的创新型评论节目陆续出现,譬如
- A. 电视述评  
B. 访谈式评论  
C. 论坛式评论  
D. 电视谈话节目  
E. 读报式电视评论节目

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。

三、名词解释题:本大题共4小题,每小题3分,共12分。

26. “画外音”评论

27. 微博

28. 归纳式结构

29. 《人民日报·今日谈》

四、简答题:本大题共4小题,每小题6分,共24分。

30. 简答短评(时评)写作的基本要求。

31. 从表现形式上简答国内新闻评论发展变化的新趋势。

32. 如何才能避免写出枯燥乏味、让人不忍卒读的结尾?

33. 电视评论的基本特点和优势是什么?

五、实践题:本大题共2小题,第34小题14分,第35小题20分,共34分。

34. 根据新闻评论写作原理,分析下面作品的写作特点。(字数400左右)(14分)

#### 限制“公款消费”本质是制约权力寻租

经济学家弗里德曼曾提出过一个“花钱矩阵理论”:花自己的钱办自己的事,既讲节约,又讲效果;花自己的钱,办人家的事,只讲节约,不讲效果;花人家的钱,办自己的事,只讲效果,不讲节约;花人家的钱办人家的事,既不讲效果,又不讲节约。

“公款消费”就属于后两种情况。在讲究“面子”文化的国度里,“外国有个加拿大,中国有个大家拿”成为很多国人的常识。但十八大后,从“空谈误国,实干兴邦”到“改进工作作风、密切联系群众的八项规定”,从“坚决刹住中秋国庆期间公款送礼等不正之风”到“严禁公款购买印制寄送贺年卡等物品”,领导层已下决心治理此顽疾。

遏制“公款消费”看似只是“反腐败”的措施,其实这还蕴含着深刻的“经济学”语义。

一方面,在支出不是来源于个人收入,而是由“公家报销”的情况下,“支出预算约束会软化”和“花钱的人未必追求最大效用”这两种情况必然会出现,那么“公家报销”将会扭曲商品相对价格,而且引起物价总水平的上涨。(用公款买的东西,普遍比市场平均价格高)同时,无论价格结构的扭曲还是物价总水平的上升,都会引起收入的再分配,而这个收入分配显然是不公平的。

另一方面,“公款消费”大行其道实质就是权力与利益交易的市场选择。权力腐败始于交易,而交易需要场合。“吃什么无所谓,关键是和谁吃”、“喝多少不重要,重要的是让关键的人喝满意”、“接待上级不敢怠慢”,不管是中秋送月饼还是国庆送礼物,打的都是“人情”幌子,然而多数都是“暗渡陈仓”,行的是权力寻租或利益交换之实。因此,反对公权力公款

吃喝、铺张浪费,其本质是制约权力而不是抑制消费。

更重要的是,由于市场化的不彻底,许多重要的资源分配权仍掌握在地方政府手中,这为寻租活动创造了巨大的空间,“看不见的手”异化为“到处乱摸的手”。当决定着资源分配的不是法律和规范,而是官员个人的偏好之时,官员大笔一挥就是数千万上亿的项目资金,随便一个眼色就能让一个企业消失或让一个企业日进斗金,权力自然就已经成为众星捧月、众相取悦的“爷”,一切都会围着权力转。

如果消费经济必须靠公款来拉动,那只能说明这个“经济质量”有待改善。在当前的社会经济领域中,“倚公”、“傍官”现象甚为突出,一些企业在找资源找销路的时候,首先想到的并不是如何服务于市场大众,而是怎样才能搭上政府这条线,他们无不希望通过官员客户等资源,为自己争取更大的“垄断”利益。市场领域中的“倚公”、“傍官”本身就不健康,以此制造经济繁荣、拉动消费,只能是饮鸩止渴。

实际上,自新一届领导层组成以来,就把转变职能作为第一件大事,紧紧抓住不放。目前已取消下放 334 项行政审批等事项,简政放权成为深化改革的“马前卒”和宏观调控的“当头炮”。行政审批的削减下放和行政改革的深入,改变了政府运作模式和官员的行为方式,也将极大缩减官员的权力寻租空间。

毋庸置疑,“公款消费”的代价是巨大的,作为花钱的一种办法,尽量少用。对每一个公民来说,只要自己能直接花的钱,就不要让别人代替自己花;对政府来讲,要尽量把“花钱矩阵理论”中的第三、四种花钱转变为第一、二种花钱,这样于国于民都有利。当然核心问题就是要坚持三中全会公报中提出的“处理好政府与市场的关系,使市场在资源配置中起决定性的作用和更好发挥政府的作用。”(中国经济网评论员 子房先生)

<http://views.ce.cn/view/ent/201311/15/t20131115-1754632.shtml>

### 35. 就下面报道写一篇短评,题目自拟。(字数 800 左右)(20 分)

12 月 18 日上午 9 时正,随着天猫商城鼠标点击,拥有地理标志认证和溯源认证的内蒙古苏尼特左旗羊肉,创造了在 48 小时之内摆上全国各地消费者餐桌的奇迹。

世代代逐水草而居、祖祖辈辈在草原天然牧场放牧的苏尼特左旗赛汗戈壁苏木乌日根呼格吉乐嘎查牧民道·巴特尔,坐在自家电脑前时刻关注着开业情况。当他了解到,消费者当天就在北京火锅店品尝到他家牧场苏尼特羊新鲜肉时,他兴奋不已地对记者说:“我们家羊肉营养丰富、口感柔滑、无膻味、味美多汁,一定会受到首都人民青睐。”

羊肉销路越广,卖得越多,牧民的收入就越高,牧民都知道这个理儿。在网上买卖东西,道·巴特尔以前只是听说。他从没想到,这么好的事儿竟然和牧民及他们的苏尼特羊肉扯上关系。“天猫商城销售的苏尼特羊肉产品,必须具备地理标志认证和溯源认证,两者缺一不可。”参与推进网络销售平台建设的苏尼特左旗财政局副局长陈晓刚说。

今年春天,在苏尼特左旗,有 15 万只小羊羔出生 1 个月就被打上了耳标,有了可追溯身

份证,约占苏尼特左旗羊总出栏数的五分之一。羊戴上耳标,其产品就拥有了溯源认证。“品名:手工肉馅;重量:2.5kg;养殖户:格·孟克;品种:苏尼特羊;地理标志:锡林郭勒盟苏尼特左旗;水质:河流2条,大小湖泊1363个,其中淡水湖672个;饲草种类:饲用植物671种……”在满都拉肉食品有限公司,记者拿起一袋冷冻饺子馅,用手机扫描一下二维码,产品的信息便一览无余。

独特的地理环境,赋予了苏尼特羊肉“肉中人参”的美誉。“全国羊肉看内蒙古,内蒙古羊肉看锡盟,锡盟羊肉数苏尼特。”在苏尼特左旗,每个牧民对自己的羊肉都有这样的自信。道·巴特尔说:“咱们苏尼特羊是幸福的,从小就有了身份证,每天在辽阔的草原上散步。它们的身价也比普通羊高。”打了耳标的苏尼特羊肉,在品种、产地等各方面都有了保障,企业收购时每公斤比市场价高出2元。今年,道·巴特尔卖了400只羔羊,在羊肉价格整体下跌的形势下,他却得到了不少补偿。他说:“一只羊能多卖二三十块钱,这样过冬的草料钱就基本解决了。”

目前,该旗已与顺丰速运公司达成合作协议,天猫商城销售的羊肉产品,在苏尼特左旗、锡林浩特、呼和浩特、北京、上海、成都等地区实现同城配送,外地48小时内到货。

12月18日上午9点,苏尼特羊肉在天猫商城的“放心食品专营店”刚一亮相,就引起不少网民关注,截至当天17点,点击量达到1800多人次。

来源:《内蒙古日报·蒙文版》2014年12月22日