

 **学府考研**
十年专注·只做考研


理工社®

新闻与传播专业硕士

《334专业综合能力》专题精析

◎ 主编 汤军军

策划 新闻传播学考研命题研究组



提炼考研重点 聚焦社会热点
剖析考试难点 解惑复习盲点

 **北京理工大学出版社**
BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

 **学府考研**
十年专注·只做考研


理工社®

新闻与传播专业硕士

《334专业综合能力》专题精析

◎ 主编 汤军军

策划 新闻传播学考研命题研究组



北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

图书在版编目(CIP)数据

新闻与传播专业硕士《334 专业综合能力》专题精析 / 汤军军主编. —北京: 北京理工大学出版社, 2018. 1

(学府考研专业课新闻传播学系列丛书)

ISBN 978-7-5682-5107-5

I. ①新… II. ①汤… III. ①新闻学-传播学-研究生-入学考试-自学参考资料 IV. ①G210

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2017)第 327972 号

出版发行 / 北京理工大学出版社有限责任公司

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(总编室)

(010)82562903(教材售后服务热线)

(010)68948351(其他图书服务热线)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 陕西思维印务有限公司

开 本 / 787 毫米 × 1092 毫米 1/16

印 张 / 16

字 数 / 389 千字

版 次 / 2018 年 1 月第 1 版 2018 年 1 月第 1 次印刷

定 价 / 49.80 元

责任编辑 / 刘永兵

文案编辑 / 刘永兵

责任校对 / 周瑞红

责任印制 / 边心超

图书出现印装质量问题, 请拨打售后服务热线, 本社负责调换

风雨考研路 学府伴你行

“学府考研”是学府教育旗下专业从事考研辅导的品牌!

“学府考研”是一个为实现人生价值和理想而欢聚一堂的团队。2006 年从 30 平方米的办公室起步,历经十年,打造了一个考研培训行业的领军品牌。如今学府考研已发展成为集考研培训、图书编辑、在线教育为一体的综合性教育机构,扎根陕西,服务全国。

学府考研的辅导体系满足了考研学子不同层面的需求,主要以小班面授教学、全日制考研辅导、网络小班课为核心,兼顾大班教学、专业课一对一辅导等多层次辅导。学府考研在教学中的“讲、练、测、评、答”辅导体系,解决了考研辅导“只管教,不管学”的问题,保证学员在课堂上听得懂,课下会做题。通过定期测试,掌握学员的学习进度,安排专职教师答疑,保证学习效果。总结多年教学实践经验,学府考研逐渐形成了稳定的辅导教学体系,尽量做到一个学员一套学习计划、一套辅导方案,大大降低了学员考取目标院校的难度。在公共课教学方面,实现零基础教学;在专业课方面,建立了遍及全国各大高校的研究生专业信息资源库,解决考生跨院校、跨专业造成的信息不对称、复习资料缺乏等难题。

“学府考研”的使命是帮助每一个信任学府的学员都能考上理想院校。

学府文化的核心是“专注文化”。

“十年专注,只做考研。”因为专业,所以深受万千考研学子信赖!

“让每一个来这里的考研学子都成为成功者。”正是这种责任,让学府考研快速成为考生心目中当仁不让的必选品牌。

人生能有几回搏,30 年太长,只争朝夕!

同学们,春华秋实,为了实现理想,努力吧!

学府考研 | 全国统一客服电话 400-090-8961 |
总 部 | 陕西·西安市长安区韦郭路智慧国际12层

学府官方微博



学府官方微信



致学府图书用户

亲爱的学府图书用户：

您好！欢迎您选择学府图书，感谢您信任学府！

“学府图书”是学府考研旗下专业从事考研教辅图书研发的图书公司！

为了更好地为您提供“优质教学、始终如一”的服务，对于您所提出的宝贵意见与建议，我们向您深表感谢！

若我们的图书质量或服务未达到您的期望，敬请您通过以下联系方式告知我们。我们珍视并诚挚地感谢您的反馈，谢谢您！

在此祝您学习愉快！

学府图书全国统一客服电话：400-090-8961

学府图书质量及服务监督电话：15829918816

学府图书总经理投诉电话：张城 18681885291 投诉必复！

您也可将信件投入此邮箱：34456215@qq.com 来信必回！

图书微博



图书微信



图书微店



P 前言

Preface

考研的过程,犹如翻越一座大山。

北宋政治家、思想家王安石在追忆自己游览褒禅山时,说道:“世之奇伟、瑰怪、非常之观,常在于险远,而人之所罕至焉,故非有志者不能至也。”

考研之路也是一样:首先,想要成功者,必须先“有志”,即明确目标,下定决心。相信此刻正在阅读此书的你,已经有了一个明确的目标了,恭喜你!可是,“力不足者,亦不能至也”。自身“有力”,“至于幽暗昏惑而无物以相之,亦不能至也”!可见,成功之人除了要拥有坚定的毅力和持久的耐力,还必须“善假于物也”。成功的路上,如果能有一位良师益友指引你,就如同登山时,拄了一根登山杖,能事半功倍!

经过多年来的不懈努力,学府考研新闻传播学考研命题研究组为大家精心研发、编辑的新闻传播专业研究生入学考试辅导丛书终于面世了。命题组为大家设计研发了《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉考点精讲》《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉专题精析》《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉名校真题精解》《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉考点精讲》《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉专题精析》《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉名校真题精解》《新闻传播学考研必读书目精选》《新闻传播学考研经典案例精析》《新闻传播学考研核心概念精讲》共 9 本组合复习指导书,我们称之为“6+3”系列,其中 6 本为主干辅导书,内容权威、全面、系统、翔实,另有 3 本为知识深化性图书,用于补充新的知识,力求帮助大家一考必胜,一考必中,一考必上。这套组合复习辅导图书的结构如下:

第一轮辅导用书是《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉考点精讲》和《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉考点精讲》,特点是拉大网、全覆盖,追求“基础知识无盲点,考点全覆盖”,解决广大考生在考试复习过程中知识结构的“宽度”问题。第二轮辅导用书是《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉专题精析》和《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉专题精析》,特点是浓缩重点,聚焦热点,解剖难点,以专题讲解、讨论、案例等方式深入复习重要的理论和热点问题,挖掘知识储备的“深度”。第三轮辅导用书是《新闻与传播专业硕士〈334 专业综合能力〉名校真题精解》和《新闻与传播专业硕士〈440 专业基础〉名校真题精解》,特点是以真题的形式将 2010—2017 年全国各名校和重点院校的考研真题深入解析,提供一个标准的解题方法,锤炼广大考生知识的应用能力和得分能力。

有了以上三轮的复习,应该说就可以练就扎实的理论与业务的基本功了。但这仍然不是获得高分的

充分条件。命题组老师根据多年的阅卷经验认为,那些基本功深厚、有丰富课外阅读经验和能全面解析新闻传播案例的同学会得到阅卷老师的垂青。命题组研发的另外3本辅导用书《新闻传播学考研必读书目精选》《新闻传播学考研经典案例精析》《新闻传播学考研核心概念精讲》则能帮助同学们拓展知识的广度和深度。前6本书是框架性的理论知识,是“骨”,考试的时候即便全部答对也不会得高分。要得高分必须有“肉”,即对知识的深刻理解并熟悉新鲜的相关案例。前6本书提供的是“常识”,后3本书提供的是“见地”。命题组倾注多年的心血编纂的这套辅导丛书,其目的就是帮助广大考生抓住复习要点,提高分数,一考必中。

《新闻与传播专业(334专业综合能力)专题精析》一书有以下几个特点:

1. “全”:内容全——命题组精选出了100个考研专题,助你拥有“一览众山小”的全局视野,准确把握考研脉搏,串点成线,提高考研的复习效率。
2. “新”:理念新——我们绕开了传统的“地毯式”的复习思路,以“专题”作为主线,将考研重点有序地“串”起来,让考生复习时能“举一反三”,做到“有的放矢”。
3. “广”:视野广——考研范围极广,要求考生具有广泛的专业视野。因此,本书在结合考研重点考查内容的基础上,特别注重专题观点和内容的“广泛性”,让你通过本书可以对所涉及的整个专业领域有一个较为全面的、科学的认识。
4. “用”:重应用——考研试题越来越贴近实际,考查方式也越来越灵活,要求考生对所学知识的实际应用能力越来越强。因此,本书的编者特别注重专题内容和实际问题的结合,让你能够“学以致用”,避免“读死书、死读书”。

从某种意义上来说,考研是个体力活,不仅是考生的智慧、能力,更多的是考考生准备的程度、付出的努力和坚定的毅力。考研不仅是考智商,更是考情商、考激情、考投入。考研考的是破釜沉舟、心无旁骛和孤注一掷,所以绝不能三心二意、犹豫不决、有心无力!诗人汪国真说过,既然选择了远方,便只顾风雨兼程。好在这条风雨路并不长,祝广大考生尽快地走过它、穿越它,在理想的彼岸会合。

由于命题组成员水平有限,在编写的过程中难免会有一些疏漏,欢迎广大读者批评指正!最后,祝使用本书的你考研成功!

编者

2017.06



目 录

Contents

第一部分 新闻采访	1
专题1 新闻采访前期活动	1
专题2 采访权	3
专题3 隐性采访	5
专题4 新闻采访要领	7
专题5 新闻线索与新闻来源	11
专题6 人物专访	13
专题7 战地记者	15
专题8 公民记者	18
第二部分 新闻写作	21
专题9 新闻标题	21
专题10 导语	23
专题11 新闻背景	26
专题12 新闻“跳笔”	28
专题13 新闻角度	31
专题14 消息写作	32
专题15 通讯	35
专题16 新闻特写	38
专题17 调查性报道	41
专题18 连续性报道	43
专题19 系列报道	46
专题20 新闻专题策划	48
专题21 突发公共事件新闻报道	50
专题22 案件新闻报道	52
专题23 网络新闻写作	54
专题24 财经新闻	56

第三部分 新闻编辑	61
专题 25 编辑加工的方法	61
专题 26 版面设计与编排	64
专题 27 新闻图片的运用	68
专题 28 稿件压缩	70
专题 29 编辑方针	73
专题 30 “走转改”	75
第四部分 新闻评论	77
专题 31 编后语	77
专题 32 编者按	79
专题 33 新闻评论写作	80
专题 34 时评	86
专题 35 新闻述评	89
专题 36 新闻短评	92
专题 37 网络新闻评论	94
第五部分 新媒体	97
专题 38 新媒体	97
专题 39 媒介融合	98
专题 40 融合新闻	101
专题 41 手机媒体	103
专题 42 网络电视	105
专题 43 三网融合	107
专题 44 社交媒体	108
专题 45 网络民意	111
专题 46 “网络水军”	115
专题 47 报业数字化	117
专题 48 富媒体广告	120
专题 49 网络传播	121
专题 50 网络舆论监督	123
专题 51 微博	125
第六部分 媒介经营管理	129
专题 52 媒介经营管理	129

专题 53	媒介定位	133
专题 54	受众调查	137
专题 55	品牌营销	141
专题 56	媒介恐慌	144
专题 57	微博营销	146
专题 58	传统媒体发展出路	149
专题 59	把关人	151
第七部分 新闻道德与法规		153
专题 60	新闻道德	153
专题 61	新闻法制与伦理	155
专题 62	新闻侵权	159
专题 63	虚假新闻	160
专题 64	媒体公信力	162
专题 65	媒介批评	164
专题 66	媒介素养	165
专题 67	媒介事件与媒介假事件	167
专题 68	新闻寻租	169
专题 69	媒介审判	170
专题 70	网络谣言	172
专题 71	新闻专业主义	174
专题 72	新闻真实性	177
专题 73	新闻敲诈	179
专题 74	传媒歧视	181
专题 75	网络暴力	183
第八部分 公共关系		185
专题 76	公共关系	185
专题 77	企业公关	188
专题 78	危机公关	191
专题 79	政府信息公开	196
专题 80	重大突发公共事件中的微博舆论	200
第九部分 广告		203
专题 81	公益广告	203

专题 82	广告策划	206
专题 83	广告创意	208
专题 84	广告文案	211
专题 85	广告媒体的选择	214
专题 86	广告目标	218
专题 87	广告主题	221
专题 88	广告经典理论与应用	223
专题 89	广告代理制	227
第十部分	广播电视节目制作	231
专题 90	电视新闻稿写作	231
专题 91	现场报道	232
专题 92	频道专业化	234
专题 93	收视率	236
专题 94	珠江模式	239

第一部分

新闻采访

专题1 新闻采访前期活动

News

专题概述

凡事预则立，不预则废。做好准备工作，是成功的前提和基础。新闻采访也是如此，要想使采访获得成功，绝不能打“无准备之仗”。记者要在短时间内认识采访对象并非一件易事，新闻事件和新闻人物丰富而复杂，记者采写新闻，既要客观、真实、准确，又要透过现象看本质，没有事先的充分准备，在短时间内要想达到采访目的是很难的。总的来说，进行采访前的准备是为了增强对所报道对象的认知和了解，在最短的时间内获得尽可能丰富、详细、有价值的材料，以使采访获得成功。

News

要点梳理

知识点	内 容
注重日常知识积累	(1) 养成随时做笔记的好习惯。好记性不如烂笔头，日常阅读时，要带着笔和纸，随时记下自己认为有价值的内容，或是阅读引发的感悟、启示等。 (2) 日常学习要有针对性。根据自己知识的结构、层次，有计划地学习，补缺补差。 (3) 把知识分类记录。例如，把知识划分为经济、政治、文化、社会等四大类，再把每一大类划分为几个小类，按类别放在不同的文件夹中，将知识层次分明地归类，以便于写作时查询。
做好采访前的准备	一般情况下，需要准备的文字资料有直接的资料和间接的资料。 直接的资料，是由被采访者自己提供的与其有直接关系的现成文字资料，如被采访者自己写的文章等。 间接的资料，一般指的是别人的有关论述，主要是通过图书馆或互联网获得的二手材料。

续表

相关知识点	内 容
拟定采访提纲	(1) 明确目标：围绕核心问题，设置各个采访环节。 (2) 讲究逻辑：由浅入深，不断推进，环环相扣，注重挖掘细节；要善于把复杂的问题和过程“浓缩”成一个或数个简单的问题。 (3) 换位思考：问题的设置要充分考虑采访对象的感受，营造良好的采访氛围，让其想说、能说。 (4) 采访的物件准备：包括采访本、笔、包、证件等，这是采访的基本常识。 (5) 我们要考虑到意外事件的发生。做好所有采访前的准备工作，也要准备好应对采访过程中的突发事件。
提问技巧	(1) 抓住核心问题，开门见山，切中要害。 (2) 由浅入深，追问问题，发掘未知的细节。 (3) 引导性地提问，引出生动活泼、论点鲜明的谈话。 (4) 适度的沉默。

News 典型例题

简答题： 采访提问需要注意的问题。（复旦大学，2016）

参考答案 答案见“要点梳理”。注意抓住核心问题，开门见山，切中要害，由浅入深。

News 重点总结

1. 采访前的准备

采访前的准备一般分为平时准备和临时准备。平时准备不以某一次具体采访活动为目的。这种准备看似对某一次具体的采访不起直接作用，然而对一个记者来说，其作用是难以估量的。一个记者的功底是否深厚，就看其平时是否注意收集、整理各种资料，以拓宽自己的知识面。

(1) 平时准备

记者平时的准备主要包括以下两方面：

①理论的准备。系统地学习马列主义、毛泽东思想、邓小平理论、“三个代表”重要思想、科学发展观、习近平新时代中国特色社会主义思想，以及党的路线、方针、政策，特别是要学习自己分工负责的那一方面的政策，如不能深刻理解，就无法在采访中言之有据、言之有理。

②知识的准备。记者是生活信息的捕捉者，时代风云的展现者，其工作对象上至政府首脑，下至平民百姓，如果知识面窄，就难以与众多的采访对象有共同语言。记者的知识结构应力求横向扩展，文史哲经、中外古今、天文地理、风土人情都要略知一二。只有这样，才能在工作中纵横自如。这就是“杂家”的知识结构。

记者的博学多才与知识贫乏在采访中会产生截然不同的效果。“不积小流，无以成江海”，在平时一定要注重各种知识的积累。鲁迅先生“废寝忘食，锐意穷搜”，为我们记者树立了很好的榜样。

(2) 临访准备

临访准备是在明确了某项采访任务后，所做的有关本次采访的各种准备。临访准备与本次采访的成功与否有着直接的具体的关联，对采访的成败起着决定性作用。临访准备主要有以下三方面内容：采访对象的准备，报道的题目、材料及相关知识的准备，采访问题的准备。

①新闻采访提纲没有固定的格式，只要具备以下几点即可：

a. 采访目的；b. 采访方式；c. 采访对象；d. 提问提纲；e. 采访步骤；f. 可能碰到的问题；g. 设想解决的方法；h. 采访要携带的器材。

②采访提纲的写作：

a. 通过对社会现实状态和发展变化的研究分析，找准受众普遍关注的热点、难点问题。能否准确、敏锐、富有远见地选择报道题材，直接关系到新闻报道尤其是深度报道的成功与否。这就要求记者对现实生活有敏锐的嗅觉，对社会动态有准备的把握，名记者们正是通过艰苦的调查研究才在凌乱琐碎的线索中找到适宜的报道题材的。

b. 要做好背景资料的收集和分析。新闻事件的背景大致包括：补充性的历史资料、展示事物间相互关系的资料、提供人物必要经历的资料、数据性的事实等，收集并分析这些背景资料对采访的前期准备工作非常重要，对报道的全过程起着有力的推动作用，包括帮助记者获得采访机会、迅速进入采访角色和取得采访对象的信任。同时还要通过对被采访人和采访事件的了解，整理出已经成型的一些观点，以及还未成型的观点，寻找本次采访线索，也就是突破口。

c. 采访提纲是记者逻辑思维和思考问题层次的体现，采访提纲的写作要全面、深入、思路清晰，这样才能使记者坚定信心、临阵不乱、掌握采访的主动权。

专题 2

采访权

News

专题概述

采访权是记者进行新闻采访活动不可或缺的权利，它与公众知情权、舆论监督权、表达自由等直接关联。明确采访权的含义与法律规范，既有助于对采访权的有效规制，也有助于保护和协助记者的采访活动。采访权本质上是一种公共权利，并且具有多个层面的复合特征。

News

要点梳理

知识点	内 容
定 义	采访权是新闻工作者在法律不禁止的情况下在任何公共空间搜集新闻信息并自主选择记录方式的权利，或新闻工作者有权要求法律规定有义务公布信息的采访对象提供真实、准确和全面的相关信息，不受外力非法地阻止和侵犯，媒体及记者的财产权、人格权受法律保护。
网络媒体采访权	根据 2005 年颁布的《互联网新闻信息服务管理规定》，新闻网站和商业网站都只能登载或转载时政类新闻信息，即有关政治、经济、军事、外交等社会公共事务的报道、评论，以及有关社会突发事件的报道、评论。换言之，网络媒体没有新闻采访权，不能进行直接的新闻原创。
权利特征	1. 职业性 采访权具有鲜明的职业性，采访活动不同于一般公众的信息收集。 (1) 采访权的行使并非为了自身利益。 (2) 采访活动并非人人能够完成，而是需要具备一定的职业素养。 (3) 采访权的拥有主体必须经过良好的职业训练。
	2. 公共性 (1) 行使采访权是为了公众知情权的实现，是公众监督的一种手段，就此而言，采访权的价值在于它与众多基本权利的内在关联，在于它是实现基本权利的手段性和中介性的权利。 (2) 采访权的公共性还体现在记者的采访活动不仅可以在一定程度上对公权机关进行监督，也能在一定程度上监督社会风尚与道德情绪。
	3. 复合性
	4. 进攻性 当代社会已经进入信息化时代，对信息的掌握意味着某种影响力，媒体对社会的影响也日益深入，并导致了媒体角色转换。

News

典型例题

简答题： 谈谈受众知情权与记者采访权的关系。（苏州大学，2007）

参考答案 两者的关系表面上看是矛盾的。因为受众有知情权，但却缺少采访权，所以会认为自己的知情权受到了侵犯。但事实上，受众的知情权是建立在传播的链条上的，在这个链条中，信息的采集和过滤是一个必不可少的环节。缺少这个环节，整个链条也就不存在了。因此，如果没有记者的采访权，受众的知情权也就无从谈起了。

News

重点总结

我国法律保护记者的采访权，并不是为了给予记者特殊的照顾，而是一种权利与义务规范的统一。按照宪法关于权利与义务相辅相成、对等共生的原则，采访权无论是作为权力还

是作为权利，都需受到相应的限制。这在西方国家亦是如此。如在英国，报业投诉委员会的记者行为准则对此就有一系列的规定：①摄影记者不允许用远距离镜头拍摄新闻人物在教堂、饭馆或海滨的活动；②记者不能侵扰新闻人物，特别是他们正在参加葬礼、感情悲痛或精神受到刺激的时候；③记者禁止用金钱引诱孩子接受拍摄；④报刊禁止刊登使用非法手段拍摄到的照片。而在美国，因民法规定公民有免受侵犯的权利，新闻记者若打探与公众无关的事件，会被有理性的人所厌恶，并将被指控侵权，因此媒体在大多数情况下不会发表偷拍、偷录的影像或非法获得的材料，除非是有关“公共利益”的材料。由此可见，即使在标榜新闻自由的西方国家，采访权也是受到相应限制和规范的。

专题 3 隐性采访

News 专题概述

隐性采访，又称秘密采访或暗访，是指新闻记者在未被采访对象感知的前提下，运用摄像机、录音机或照相机等工具，秘密采获新闻事实的方法。在诸多的新闻采访方法中，暗访与偷拍的采访方式争议较大，褒贬不一。现如今，不少电视台的栏目组也组成暗访组，专门进行暗访偷拍，以此来提高收视率。之所以这样，是因为真相往往不能直接获取，记者需要通过特殊手段，即暗访或偷拍来还原事实真相，保障受众的知情权。

News 要点梳理

知识点	内 容
隐性采访	所谓隐性采访，是指在采访对象不知情的情况下，通过偷拍、偷录等记录方式，或者隐瞒记者的身份，以体验的方式或者其他方式，不公开地猎取已发生或正在发生又未被披露的新闻素材的采访形式。一般应控制在法律和新闻道德允许的范围之内，或已经得到有关部门的授权，切勿滥用。
成立条件	1. 记者隐去了记者身份而出现在新闻事件的现场 这是一种带有主观故意的行为，和一些记者不期而遇的目击性新闻或体验式采访有所不同。
	2. 采访是在被采访者未知的情况下进行的 如果采访对象知道自己的行为是在新闻记者的注视关心之下，就会采取一些规避自己错误言行的方法，新闻记者也就无法获知真实的新闻素材，隐性采访也就成了公开采访。隐性采访能否顺利完成，与新闻记者的业务水平高低关系较大。
	3. 采访未事先征得被采访对象的同意 这一条件较多地涉及新闻职业道德和法律责任问题。隐性采访的对象一般为从事非法或非道德行为的人。事先征求被采访对象的意见，对他们所谓“声明”的尊重，实际上是对他们从事非法或非道德行为的“尊重”，这与公共利益和公共道德的要求是相悖的。

续表

知识点	内 容	
特 征	1. 新闻事实周详 通过隐性采访获得的新闻事实比较周详，舆论监督的力度也比较大。同时，周详的新闻事实也可以有效地防止新闻侵权行为的发生。	
	2. 社会参与程度较高 隐性采访的线索大多来自社会成员的举报，缺少社会成员的举报，隐性采访将失去最重要的新闻源。另一方面，隐性采访也是受众欢迎的一种采访方式，通过这种采访方式采获的新闻，会引起受众较高的兴趣。	
	3. 隐瞒身份 记者身份就其从事的具体工作而言，具有特殊性。记者们不仅要从“侃侃而谈者”那里采获新闻，还要从“无可奉告者”那里采获新闻，隐去记者身份可以更方便地采获到有价值的新闻。	
利 弊	利	(1) 揭露和体现新闻真实。 “揭露”针对批评报道而言。不是所有的批评报道都必须用隐性手段，但确实存在一些批评报道涉及的采访对象出于对自身声誉的考虑，不接受甚至用暴力抵制采访的现象。“体现”针对正面典型及先进事迹的报道而言。在正面采访时，暗访可以帮助记者了解到人物最本色、最真实的一面。 (2) 增强新闻的可信度和深刻性。 暗访增强了新闻的可信度。记者暗访使新闻变得真实可信、鲜活生动、现场感强。在记者暗访情节的调动下，受众可以顺着事件的发生、发展参与其中，与记者一起在事件的跌宕起伏中进行思考，并有充分的想象空间。 暗访增强了新闻的深刻性。暗访拓展了记者关注的社会领域，吸引了受众的眼球。
	弊	(1) 容易使记者陷入法律纠纷。 (2) 暗访使用过多，有时会助长记者追求轰动效应的心理，特别是暗访时常使用偷拍等手段，有时不可避免地会影响新闻工作者的职业形象。 (3) 暗访容易侵犯隐私权等公民权利。

News

典型例题

名词解释： 隐性采访（中央民族大学，2015；武汉大学，2014；中国传媒大学，2015；上海大学，2015；南京大学，2015；南京师范大学，2015）

【参考答案】 隐性采访，是指在采访对象不知情的情况下，通过偷拍、偷录等记录方式，或者隐瞒记者的身份，以体验的方式或者其他方式，不公开地猎取已发生或正在发生又未被披露的新闻素材的采访形式。