

自考新闻专业：传播学概论复习指导之七 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E8_87_AA_E8_80_83_E6_96_B0_E9_c67_153293.htm

第七章 内容分析和信息交流学习指导：本章在全书不算重要，主要掌握一些基本概念，如信息、符号、信息过载等第一节 内容分析和被分析的内容概念：内容分析和内容（或文本）研究的区别内容分析法是一种研究方法。贝雷尔森定义为“对于传播内容进行客观、系统和定量的分析与描述的一种方法。”它不研究内容分析在传播过程中的地位和意义，传播内容（信息）的实质和分类，信息符号的区别及其内在的关联性等基本问题。

内容分析就是研究被分析的内容。“内容”是社会上传播和各种各样的信息。传播内容是一个主要因素，体现和表达传播者的意图与愿望。

问答：1.内容分析可以从哪几个方面着手进行 分析传播内容短期或中长期的发展趋势。 就各种传媒对同一问题、同一事件的报道，或就不同国家的同一类传媒的内容进行比较分析。 研究传播内容是否符合有关法规和政策；研究传媒借助传播内容实现的宣传策略、宣传方法以及某一方使用的宣传战术。 了解和解决科技、文化等特殊信息在传播中的问题和困难，兼及受传者的类型和数量等。

2.早期内容分析得出了哪些结论 大众传播所传递的内容，只是从它所得到的大量信息中经高度筛选的抽样，而不是全盘照搬。 大众传媒所传播的内容，相当大量的娱乐性的，不是消息性的，因而更多是分散而不是集中受众对社会、经济、政治等重要问题的注意力。 大众传媒为了力求吸引更多的受众，大多在内容上力求平易，在形式上力求简

洁、明快、通俗、易懂、有趣、吸引人。 大众传媒为了力求吸引更多的受众，大多在内容上力求平易，在形式上力求简

单，倾向于少登意思抽象深邃、内容不易理解的复杂材料。早期的内容分析只是研究“讯息”的内容及其传递与交流，并未涉及讯息的本质和实质问题。

第二节 信息的分类及新闻与信息概念

信息（或信息的特性）：

信息的共享性：有两层意思：一是信息的交换的双方，即传播者和接受者都可以享有被交换的同一信息；二是信息在交换或交流过程中，可以同时为众多的接受者所接收和利用。

信息的扩散性：信息富于渗透力，力图冲破保密的非自然束缚。

信息的传递性：信息要通过一定的物质载体才能得到传递。

信息的扩充性：信息可以随着时间的推移和实际应用而不断得到扩充、积累和增长。

信息的浓缩性：信息可以被集中处理，即通过归纳、概括和综合，使之系统化、抽象化、规律化。

信息的替代性：在一定的条件下，信息可以发展和延伸物质资源，也可以取代资本，因而信息的开发和利用具有战略意义。

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com