

自考新闻专业：传播学概论复习指导之九 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\\_153297.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/153/2021_2022__E8_87_AA_E8_80_83_E6_96_B0_E9_c67_153297.htm)

第九章 受传者研究学习指导：本章是五个W中间仅次于效果研究的部分，也是研究成果非常丰富的部分。需要对各种理论有较深的理解，特别是受众的选择性因素、使用与满足理论应该重点加以掌握。

第一节 受传者和受众概念：受传者和受众的相同之处和区别受传者指传播过程中的信息接受者。传播学中的受众是社会信息传播的接受者群体的总称。大众传播的受众，则指报刊读者、广播听众和电视观众，是通称这些信息接受者的集合名称。

问答：1.受众在大众传播中有何重要作用？ 受众不但是大众传播信息到达的目的地，而且也是媒介信息的积极主动的“寻觅者”。 在大众传播中，受众是否接触某一媒介传递的信息，得凭受众自愿，传播者无法也无权强迫受众接受媒介传递的信息。

2.大众传播中受众的主要特征是什么？ 广泛性。大众传播是面向全社会公众的传播活动。 混杂性。大众传播的受众是混杂的，由特点各异的受众成员组成。 分散性。大众传播过程中受众与传播者没有直接的接触，他们在时间上和空间上都是分隔开的，无法展开当场的对话交流。

3.受众接受信息的动机有哪些？（联系“使用与满足”） 消遣娱乐。广大受众使用大众传播媒介的基本动机之一。受众往往首先视它为消遣、娱乐的工具。 满足信息需求和心理需要。了解国内外大事，获取市场、商品、文化等信息。 获取知识，提高文化水平。“空中学校”广播电视大学、中专等，极大的延伸了学校的课堂。 人们相

互交往的需要。它们把受众成员同周围的世界联系在一起。

第二节 关于受众的理论概念：1.枪弹论（魔弹论、子弹理论、皮下注射论）：大众传播的受众是被动的、相对而言无自卫能力的“靶子”，很容易被大众传播媒介射出的“子弹”信息所击倒。但后来的实证研究发现，有时，受众受众似乎是“中弹”了，但却“拒不倒下”。2.受众的个人差异论：以“刺激反应论”的心理学模式为基础，从行为主义的角度描述受众，认为不同的受众成员对大众传播信息的不同的接收行为，取决于个人特性的千差万别。美国传播学者德福勒归纳了主要观点：各人心理结构是千差万别的。个人之间差异的形成，主要由于后天习得的不同。在不同的环境下成长的人们接触到大相径庭的观点，他们从环境中习得一系列看法、态度、价值观和信念，这些构成他们的心理结构，并使他们每个人都与他人不同。人们由于后天习得的不同，导致他们在感知理解客观事物时各自带有自身的倾向性；各人的心理差异影响他们对信息刺激物的挑选，也制约他们对信息刺激物意义的解释。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](http://www.100test.com)