

2010年新闻传播学考研辅导笔记八考研 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/584/2021_2022_2010_E5_B9_B4_E6_96_B0_c73_584226.htm 第八章 传播效果论 第一节 传播效果的认识历程 早期认识 1、枪弹论 枪弹论（即子弹论，施拉姆，1971），也叫“皮下注射”论（伯罗），1950）或“刺激-反应”论（德弗勒，1970），是盛行于本世纪20至40年代的一种媒介威力强大的理论。枪弹论认为，软弱的受众象射击场的靶子，无法抗拒子弹的射击。受众消极被动的等待和接受媒介所灌输的各种思想、感情、知识或动机。大众传媒有着不可抗拒的巨大力量，受众对大众传媒的信息产生大致相同的反应。“刺激-反应”机制和媒介效力强大的信念是该理论形成的基础。枪弹论将传播效果绝对化，将传媒作用不分时间、地点、对象、环境的扩大化。40年代以后，枪弹论逐渐被抛弃，“被代之以更多的考虑到传播的人类特性而更少归因于这一过程的物质资产的力量理论”（威尔伯施拉姆，《传播学概论》，1984年，新华出版社）传播 传播就是信息的流动过程。传播学 传播学就是研究人类传播活动及其发展规律的一门科学。法兰克福学派 这个学派是指以法兰克福大学社会学研究所为主的一个学术派别。这一学派主张从哲学、社会学的角度研究和批判现代资本主义社会，对欧洲的学者影响很大。法兰克福学派批判理论的代表人物有霍克海默、阿多诺、马尔库塞等。这一学派的学者对资本主义的文化危机及现代西方文明进行批判。该派主要观点集中于对资本主义社会商业化体制下文化工业及大众文化的批评上，剖析和批判西方传播媒介的垄断和“霸权主义”本质。信

息 信息是人的精神产物，它是用于减少或消除不确定性的任何事物。符号 符号就是用来指称或用来代表其他事物的象征物。最新热点快报2009年研招调剂系统15日关闭考生及时填报志愿把百考试题考研站设为首页2009年考研最新查分复试调剂信息专题2009年各地考研成绩查询信息汇总专题考研辅导资料特别推荐2010年复习宝典之考研名词解释汇总2010年考研新闻理论各章重点知识汇总2010年中医综合研究生考试笔记汇总2010考研复习考研西医外科学辅导汇总2009年考研数学\政治\英语冲刺复习资料汇总2009年全国研究生考试复试资料大汇总更多优质资料尽在百考试题论坛 百考试题在线题库把百考试题考研加入收藏 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