

电子科技大学
2016 年攻读硕士学位研究生入学试题
考试科目：623 新闻传播理论

一、名词解释(每题 5 分，共 30 分)

1、新闻体制

新闻体制指的是新闻事业的所有制性质、决策机构的构成、新闻事业的结构和国家社会对新闻事业的制约机制等等。不同的新闻体制是由不同的政治、经济体制决定的。

2、信息主权

诺顿斯登和席勒在《国家主权和国际传播》(1979)中提出的概念。即一个国家对本国的信息传播系统进行自主管理的权利，这是信息时代国家主权的重要组成部分。包括三个方面的内容：(1)对本国信息资源进行保护、开发和利用的权利；(2)不受外部干涉，自主确立本国的信息生产、加工、储存、流通和传播体制的权利；(3)对本国信息的输出和外国信息的输入进行管理和监控的权利。

3、党报理论

新闻学主导理论之一，最早起源于苏联，后来在各社会主义国家以及部分发展中国家流行。其核心是：新闻媒介是党和政府的喉舌即宣传工具，必须无条件地宣传党和政府的方针、政策、法规、条令。

4、能指

索绪尔在《普通语言学教程》中首次提出的概念，也叫意符，通常表现为声音或图像，能够引发人们对特定对象食物的概念联想。

5、软实力

1990年，美国哈佛大学教授约瑟夫·奈首先提出“软实力”。“软实力”是构成国家综合国力不可或缺的组成部分。一般是指一个国家依靠政治制度的吸引力、文化价值的感召力和国民形象的亲和力释放出来的对世界的无形影响力。软实力的核心是文化，其中传媒业处于“软实力”的核心地位。

6、认知基模

基模是瑞士心理学家皮亚杰在研究儿童成长和认知发展过程之际提出的一个概念。认知基模指的是人的认知行为的基本模式，或者叫心智结构、认知结构或者认知导引结

构。当我们接触到一个新信息或新事物、遇到一个新事件或者进入一个新的场所的时候，我们过去相关的经验和知识会导引我们迅速地对新的状况做出认识、推理和判断，并及时地做出态度或行为反应。

二、简答题（每题9分，共45分）

1、简述媒体公信力应包含的基本内容

媒体公信力就是公众对于一家媒体的信任度和忠诚度。媒体公信力的基本内容包括：

- (1) 新闻真实、及时
- (2) 新闻有吸引力，满足受众的需要
- (3) 说真话，反映公众的要求、愿望
- (4) 敢担当，勇于揭露损害国家、公众利益的不良行为和不法之徒；
- (5) 有责任心，对受众服务到位。

2、简述学者铃木裕久有关传播学调查研究类型的分类

在传播学研究中，调查的应用范围涵盖了传播者分析、内容分析、媒介分析、受众分析和效果分析的所有领域。包括：

- (1) 基于调查对象的分类——内容分析、传播者调查、受传者调查。
- (2) 基于调查对象选定方法的分类——全员调查、抽样调查。
- (3) 基于数据收集方式的分类——文献调查、观察（自然观察和实验观察）、个别面访调查、集体调查、留置调查、邮寄调查、电话调查等。
- (4) 基于实施顺序和性质的分类——预备调查、正式调查。
- (5) 基于调查空间范围的分类——国际调查、全国调查、地区调查。
- (6) 基于调查时期的分类——事前调查、事后调查、追踪调查。
- (7) 基于调查次数的分类——单次调查、时系列调查。
- (8) 基于有无控制条件的分类——实验室调查（控制实验）、实地调查。
- (9) 基于对象数或有无量化操作的分类——事例研究、统计调查。
- (10) 基于调查或测试工具的分类——自然观察、实验、问卷、心理测试。
- (11) 基于面接深度的分类——指示性面接、详询面访、自由访谈。
- (12) 基于媒体类型的分类——报纸、杂志、电视、广播、电影、新媒体调查等。
- (13) 基于传播过程的调查——媒体接触调查、知觉实验、认知调查、行动调查、信息或影响的“流程”调查等。
- (14) 基于内容类型及其要素的调查——广告调查、节目（或栏目）调查、明星调查等。

3、简述“详尽分析可能性”理论的基本内容

该理论认为，每个人都会以两种不同方式处理信息，一种是以详尽的方式，用严谨的思考来处理信息，另一种是以较为简单粗略的方式来处理信息；前者沿“核心路径”（central route）处理信息，后者则是沿“边缘路径”（peripheral route）”处理信息。详尽分析发生的概率与当事人的动机和能力相关，也就是说，当个人与信息涉及的问题关系密切、有较强烈的认知需求、或较强的责任感，并且具备相应认知能力之际，人们会沿“核心路径”对该信息进行详尽处理，反之则沿“边缘路径”进行一般处理。在同一信息处理的过程中，上述两个路径也许是同时存在的。如果对信息的某些特征、环节、某个细节我们比较关注，我们会沿“核心路径”加以处理；对另一些特征、环节或细节没有兴趣或参与动机，我们则会转入沿“边缘路径”加以处理。一般认为，由“核心路径”的详尽信息处理所引起认知结构或基模的变化更深刻。

4、简述克拉帕关于大众传播效果的“五项一般定理”

1960年，克拉帕在《大众传播效果》一书中对《人民的选择》和《个人影响》以来的“传播流”研究进行了系统总结，并提出了关于大众传播效果的“五项一般定理”：

第一，大众传播通常不是效果产生的必要和充分的原因，它只不过是众多的中介因素之一，而且只有在各种中间环节的连锁关系中并且通过这种关系才能发挥作用。

第二，大众传播最明显的倾向不是引起受众态度的改变，而是对他们既有态度的强化，即便是在这种强化过程中，大众传播也并不作为唯一的因素单独起作用。

第三，大众传播对人们的态度改变产生效果需要两个条件：一是其他中介因素不再起作用；二是其他中介因素本身也在促进人们态度的改变。

第四，传播效果的产生，受到某些心理生理因素的制约。

第五，传播效果的产生，还受到媒介本身的条件（信源的性质、内容的组织）以及舆论环境等因素的影响。

克拉帕的这些观点极力强调了大众传播影响的无力性和效果的有限性，因而被称为“有限效果论”。

5、简述 30 多年来中国新闻改革的 4 次跨越

第一次跨越：高扬新闻规律的旗帜。从 1979 年到 1982 年，高扬新闻规律的旗帜，否定“阶级斗争工具论”，重新恢复报纸作为“新闻纸”的本来面目。

第二次跨越：引进信息概念。从 1983 年开始，信息概念引入新闻界，导致新闻媒介功能的重新定位，从而引发新闻媒介的媒介结构、内容构成、新闻报道样式发生巨大变化。

第三次跨越：重新认定新闻事业性质。新闻事业发展采取“事业性质，企业管理”的发展思路。1992 年以后的新闻改革，从媒介的内容和功能转移到媒体经营管理上。

第四次跨越：从单一走向多元。中国媒体改革向深层发展，通过结构调整和结构转型，中国传媒业从原先的单一结构转向多元结构，从封闭结构走向开放结构。

三、论述题（45 分）

2015 年 2 月，纪录片《穹顶之下》引发社会广泛关注，在各种新媒体传播手段的推动下，24 小时之内点击破亿次。柴静及其团队通过一部纪录片的生产和传播，撬动中国雾霾污染这个宏大议题，引发了各方的关注和讨论。试用相关的新闻传播学理论，分析《穹顶之下》产生较大社会反响的原因，并评析这一现象在当下中国新闻传播领域可能产生的影响。

四、应用题（30 分）

四川电视台某地面频道拟对其已经播出两年的一档民生新闻节目的收视情况进行调查，并以此为基础进行节目改版。请设计一个研究方案，针对不同观众（识字和基本不识字群体）设计不同的调研方案，并对调研的问题设计思路，以及拟采用的抽样方式、分析工具和统计方法的选择进行说明。