



普通高等教育“十一五”国家级规划教材

新闻与传播学系列教材 / 新世纪版

博學



传播学研究 理论与方法

戴元光 著

(第二版)

复旦博学·复旦博学·复旦博学

复旦大学出版社



新闻与传播学系列教材 / 新世纪版



博學

传播学研究理论与方法

(第二版)

戴元光 著

JC

复旦大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学研究理论与方法/戴元光著. —2版. —上海:复旦大学出版社, 2008. 8
(复旦博学·新闻与传播学系列教材)

ISBN 978-7-309-06211-3

I. 传… II. 戴… III. 传播学-高等学校-教材 IV. G206

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2008)第 114458 号

传播学研究理论与方法(第二版)

戴元光 著

出版发行 复旦大学出版社 上海市国权路 579 号 邮编 200433
86-21-65642857(门市零售)
86-21-65100562(团体订购) 86-21-65109143(外埠邮购)
fupnet@fudanpress.com <http://www.fudanpress.com>

责任编辑 章永宏

出品人 贺圣遂

印刷 同济大学印刷厂
开本 787 × 960 1/16
印张 22.25
字数 352 千
版次 2008 年 8 月第二版第一次印刷
印数 1—4 100

书号 ISBN 978-7-309-06211-3/G · 776

定价 32.00 元

如有印装质量问题, 请向复旦大学出版社发行部调换。

版权所有 侵权必究

作者简介

戴元光，上海大学影视学院副院长，教授、博士生导师。兼任中国传播学会副会长，教育部新闻学科教学指导委员会委员，中国传播学会副会长，上海市高等教育教学名师。

1952年出生于江苏，先后在兰州大学、复旦大学、美国夏威夷大学学习，美国EWC访问学者。先后主持国家重点社科项目、国家教委社科项目、省市社科项目13项，出版专著（主编）14部，发表论文（含译文）60余篇。曾获国家教委人文社科奖、省优秀园丁奖、上海市育才奖、省优秀图书奖、国家优秀教材奖等10余项。主要研究领域包括传播学理论、文化传播、传播学研究方法。

内 容 提 要

“传播学是一门旨在研究人类如何创制、交换和解读信息的社会科学，因此，传播学研究需要将科学与人文研究结合起来。”这是著名传播学者史蒂芬·小约翰在其名作《人类传播理论》中提出的极其重要的观点。

从传播研究的历史看，欧洲学者的批判学派和美国学者的经验学派恰恰对应了这两种不同的研究方法——质化研究方法和量化研究方法，各自取得了极其丰富的成果。基于这样的考虑，《传播学研究理论与方法》（第二版）从一开始就将二者紧密结合，旨在提供全面、系统的传播学研究方法，这也是本书的最大特色。

本书共分14章两大部分。第1-2章对传播学的基本理论和主要流派作了精炼扼要的论述，为传播学研究者提供了简明的理论分析框架。第3-14章则对传播学实证研究方法细致阐发，从流程和类别两个角度提供了量化研究的完整图景，具体包括：程序与设计、实地调查、内容分析、控制实验、个案研究等等。

新版调整了部分内容，特别强化了案例分析，并配备了教学光盘。本书适用于高校新闻传播学、广告学、广播电视学本科基础课程使用。

再版自序

从事研究工作,首先要学会或掌握研究方法,这是毋庸置疑的。因此研究方法与研究息息相关,也因此,只要想做研究或想跨入研究行列,第一要紧的是学习和掌握研究方法。

我是上世纪八十年代初加入传播学研究队伍的,二十多年来经历和经验告诉我,研究方法对于学者来说至关重要。至今,我仍在学习和钻研研究方法。

1985—1987年我在复旦大学新闻系学习时,首次听祝建华老师讲传播学定量研究方法,我就有浓厚兴趣。1989—1990年,我在美国学习,也把研究方法的学习作为主要内容。1991年,美国EWC的朱谦教授又邀请我去专门学习研究方法。即便这样,我还是深感不足。

应该说,传播学定量研究方法是传播学众多研究方法的一种,它较多地吸收了社会学的研究方法,是社会学研究方法在传播学中的应用和移植,是传播学的重要研究方法,但不是传播学的唯一研究方法。由于传播学的学科性质、特点和传播的实践性,使得传播学研究方法具有实践性、交叉性、即时性特点。它和社会学的不同点在于,社会学更多的关注社会和组织,而传播学更多的关注人和人的沟通。

过去曾有人说,定量研究方法就靠几个数据说话,未免简单。殊不知获得这几个数据的代价或成本是很高的。因为定量研究是程序化、科学化和客观性很强的研究,它用调查、内容分析、实验等方法收集资料,然后用计算机进行统计分析,研究人员再根据计算机提供的数据进行分析,解释、证实或否定研究假设,提出新的假设。定量研究对研究者有很高的要求,包括严肃的学术态度,较高的数学基础和外语基础。

了解了研究方法,不用也不行。我1992—1996年受美国学者的委托,在国内作传媒方面的量化研究,尝到不少甜头,但那时的研究还比较初步,主要是描述性研究。1996年以后,就慢慢深入了。我的直接体会是,作了田野研究,说什么心里踏实;好长时间不作田野研究,写文

章时心里会犯嘀咕。

本书写作的背景在于,当代传媒发展速度和媒介生态的变化令传播者和传播研究者困惑不已,研究人员越来越难以把握自己的研究,不确定性越来越多,人们的研究能力受到很大限制,人们不得不投入大量的人力资源去关注昨天还比较容易把握而今天却很难有作为的研究领域。本书旨在向传播研究者提供一本便利的关于方法的教材。

本书凡十四章,前三章主要是从理论层面提出传播学研究中的各种关系,介绍传播学研究方法的成长和发展,中间八章主要介绍传播学定量研究方法技术特点与研究设计,是研究如何收集资料的,后三章是介绍数据分析方法,是研究如何将数据变成有说服力的“后果”。我还想增加一个光盘,直观地介绍 SPSS 使用。

本书力求用最通俗的文字去叙述,可还是有点力不从心,因为研究对象本身比较拗口。而且,严谨的传播学研究方法,需要一定的数学基础,所以对一些同学来说,是有些难度的。

2008 年 7 月于上海家中

目 录

第一章 引论	1
第一节 媒介与传播学研究	1
第二节 科学方法与学科方法	4
第三节 传播学研究的交叉性	9
第四节 “三论”与传播学研究	13
第二章 传播效果研究理论	22
第一节 传播效果研究的学术传统	22
第二节 传播效果研究轨迹	26
第三节 传播效果研究的经典成果	34
第四节 态度改变理论——学习论	60
第五节 态度改变理论——一致论	68
第六节 态度改变理论之深入研究	72
第三章 传播学定量研究理论	77
第一节 定量研究的特点	78
第二节 经验社会学与定量研究	80
第三节 定量研究中的统计数学	86
第四节 心理学对定量研究的渗透	88
第五节 计算机在定量研究中的应用	90
第四章 程序与设计	92
第一节 定量研究的基本步骤	92
第二节 课题选择与假设	94

第三节	研究设计	99
第四节	资料分析与解释	101
第五节	工作定义	102
第五章	实地调查	109
第一节	概述	109
第二节	问题设计	111
第三节	抽样设计	113
第四节	实地访问	115
第五节	实地观察	117
第六节	统计分析	119
第六章	内容分析法	123
第一节	奈斯比特的内容分析	123
第二节	贝雷尔森和梅里尔的研究	125
第三节	内容分析的特点	126
第四节	内容分析的运用	127
第五节	内容分析的步骤	128
第七章	控制实验	134
第一节	实验的目的	135
第二节	实验的特征与控制	136
第三节	实验的实施	137
第四节	实验的设计	141
第八章	个案研究	146
第一节	个案研究的意义	146
第二节	个案研究的特点	147
第三节	个案研究的实施	149
第四节	撰写研究报告	150

第九章 抽样设计与实施	151
第一节 概述	151
第二节 随机和非随机抽样	153
第三节 样本数量、抽样误差和抽样加权	157
第十章 问卷设计与可行性分析	160
第一节 概述	160
第二节 问卷的类型	165
第三节 问卷的结构	170
第四节 问卷的制作	187
第五节 问卷的效度与信度	192
第十一章 描述性统计分析	205
第一节 概述	205
第二节 主要功能	206
第三节 常态曲线	211
第四节 样本分析	212
第十二章 推断性统计分析	215
第一节 非参数统计	215
第二节 回归分析	224
第十三章 SPSS 系统在传播学研究中的应用	228
第一节 SPSS 系统的基本情况	228
第二节 SPSS 系统的运行管理	234
第三节 SPSS 统计分析系统	242
第十四章 研究案例	254
第一节 “知沟”研究——社会结构与媒介知识差异研究	254
第二节 文化传播研究——文化观念变革的传播学分析	261

4 传播学研究理论与方法(第二版)

第三节 大众传播媒体舆论监督研究	273
第四节 内容分析——两岸媒体“9·11”事件报道比较	285
第五节 第三道数字鸿沟：互联网上的知识沟	302
参考文献	318
附录一 关键词解释	325
附录二 t 分布	339
附录三 t 分布(常态曲线以下部分)	340
附录四 卡方分布	341
附录五 随机数表	343
附录六 标准化正态分布表	345
再版后记	346

第一章

引 论

研究方法始终是一种手段,被用于搜集信息,通过将研究结果直接用于改良社会病态或用于检验社会科学的理论问题而使社会受益。

研究传播学的研究方法,最主要的目的是使传播学研究具有科学性,并使之形成一种有系统的研究方法。其次,通过研究传播学可以求得传播学的系统知识,掌握其规律性。

传播学研究方法,可分为定性分析和定量分析两大类,前者如哲学思辨、历史求证、法律判别等,主要研究传播的社会结构与功能、传播的社会控制、传播与社会发展及变迁等,是传统的人文科学方法在传播学研究中的具体运用;后者如实地调查、控制试验、内容分析等,则属于20世纪兴起的现代科学方法对传播学研究的输入或移植。

从传播学发展的轨迹看,大部分专家认为,传播学研究有从定性分析走向定量分析,从人文科学方法转向现代科学方法,从对伟人的研究转向对过程与结构的研究,从一国的研究转向对世界性传播学体系研究的发展趋势。

第一节 媒介与传播学研究

传播学研究包含的方面很多,但重点是对媒介的研究。罗杰·韦默(Roger Wimmer)和约瑟夫·多米尼克(Joseph Dominick)在他们的《大众媒体研究导论》(Mass Media Research — An Introduction)^①中把媒介研究分为四个阶段,这四个阶段既反映了传播学研究的轨迹,也

^① *Mass Media Research — An Introduction* by wads worth, A Division of wadsh worth, Inc, 1991.

反映了传播学研究的几个层面。

第一个阶段主要是研究媒介本身,如媒介是什么?媒介如何运行,媒介之间的联系和区别是什么?媒介具何种功能?媒介如何管理?这是媒介研究的第一层面,也可以说是媒介研究的最初思考。

第二个阶段主要是研究媒介的使用。这个层面包括着媒介的使用和使用媒介的人,具体内容又包括媒介与现实生活的关系,人们使用媒介的目的,儿童与媒介,成人与媒介,新媒介在现实生活中的地位与作用,媒介的发展等。这个层面的研究重点是媒介的社会分布、社会认知、社会地位以及社会成员对媒介的认同和亲合力。

第三个阶段是研究媒介的社会效果,是传播学研究中较深层次的研究,是测度媒介对人的影响的研究,它包括人在媒介上的时间消费和经济投入,媒介在多大程度上影响了人,媒介的公信力,媒介对社会发展的推动,媒介的负面影响。这个层面的研究具有社会学、心理学性质。

第四个阶段是研究媒介的发展问题。传播对社会发展的推动是巨大的,全社会公认,但媒介也在社会发展中,特别是在科学的发展中发展自己。由于科学技术的发展,新技术和新装备不断地推动媒介的现代化,媒介会不断地提高科学技术含量。由于媒介会不断地引进新的技术,便会更多更好地满足受众的需求,不断地提高传播效果。这个层面的重点是研究媒介的发展和新的传播技术与方法。这四个阶段如图 1-1 所示。

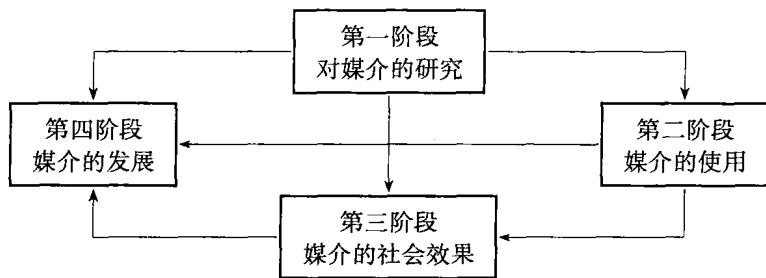


图 1-1

从图 1-1 可以看出,作为传播学研究的主要内容,媒介研究的四个层面的研究是步步深入的,从一般的研究到深层的研究。但这种研究不是因为存在四个层面而截然分开。相反,这四个层面的研究会相

互交叉,互为支持的,有时是同时进行四个层面的研究,如在一项研究中,可能会覆盖或包含四个层面的研究,即便是非常专门性的研究也可能包含着几个层面的研究,或者回答了几个层面的问题。

传播学研究中,媒介研究是重要内容。如果没有了媒介研究,传播学研究会变得十分的苍白和无力。媒介的研究又可以分为两个部分,或不外乎两个部分,一个是学术研究,也可以称为基础的研究,另一个部分是应用的研究。在西方国家,基础研究大部分集中在研究机构或大专院校,研究内容较为客观;应用研究大部分集中在民间,具有商业特点。我国的传播学研究主要集中在学校和社会研究机构,一般来讲基础研究和应用研究是结合紧密的。罗杰·韦默和约瑟夫·多米尼克认为,在媒介研究的发展中大约经历了四个时间段。这四个时间段是与媒介的发展相联系的。第一时间段的研究发生在第一次世界大战期间,研究人员主要想了解媒介对人的影响程度。那时,以拉斯韦尔为首的研究人员从刺激反应(Stimulus-response)观点出发,研究媒体影响,得出的结论是,媒体对受众影响巨大,并提出了“皮下注射论”(hypodermic needle)。这种理论认为,信息如“炸弹”,传播者只要将“信息炸弹”射向受众,就会产生预期的全部效果,并且相信所有的人在接受媒介信息(media messages)时会有相同的行为,后来人们称之为“魔弹论”。

20世纪中叶,广告业迅速发展,广告商积极发展媒介广告,以开发消费市场。广告的发展也推动了媒介研究的深入,使与广告有关的媒介研究受到激发,研究视角走向有关广告词效力、受众结构与规模、广告设计、广告播出的时机与频率、媒介选择等。这时期的研究结果表明,广告有助于开发受众的消费能力,影响受众的消费指向,但不是决定性的。就是说传播有很大的影响,但是是有限的。人们对媒介信息的选择是有区别的,是受许多因素影响的。

20世纪50年代以后,电子媒介迅速发展和普及,社会对传播媒介的影响力,特别是电视对儿童的影响日益关注。许多西方发达国家耗巨资开展关于电视节目中性情与暴力对儿童影响的研究,包括对积极影响和消极影响的两方面研究。其中对媒介中商业性内容的研究更受关注,对流行音乐,MTV等研究也都受到重视。这时候的研究与此前的研究有很大的不同,社会成员对媒介内容褒贬不一,争论不休。研究人员得出结论,人们对媒介信息的接收是根据需要而采取不同的态度,是需要选择的,而不是盲目的被动接受,这就是后来的“使用与满足”

理论。

20 世纪 80 年代末,媒介间争夺受众和争夺广告收入的竞争呈白热化,这对媒介的研究无疑是起着很大的推动作用。媒介要生存,就必须花钱去研究受众的价值观和兴趣的变化,了解人们生活水平的变化,了解一切与消费相关的信息,这时候的研究出现了新的特点,趋势研究、预测研究、形象研究、社区和群体关系研究成为主题,研究方法也更严谨,要求更高,增加了社会学、心理学等内容。

中国内地的媒介研究起于 20 世纪 80 年代中叶,当时的研究层次较浅,如局限于媒介的受众率和视听率调查,一般的民意调查,重大新闻事件传播效果调查。进入 90 年代,个别专门研究才逐步开展。目前的研究水准大致相当于西方的 60 年代初期,但研究的经费投入还相当少,只局限于少数研究机构和很小的研究范围,并且缺少比较的研究和长期跟踪研究。

第二节 科学方法与学科方法

在认识传播这个社会现象过程中,作为认识主体的人,必须与客体发生能动的反映关系。在这个过程中,人们不但要借助物质的手段,更要借助科学方法这个主观手段,来讨论传播学的本质和过程,从观察、研究和试验中获得传播学的系统认识。

科学方法是正确反映研究对象客观规律的主观手段,也是客观规律的具体应用,是哲学方法最一般规律的运用。

科学方法是实现科学认识的最有效工具。它所提供的思考步骤和操作步骤能够引导科学认识主体沿着正确的反映途径前进,并按照它提供的一定程序,去科学地认识和研究客体,有效地达到科学认识的目的。

一、科学方法论的内容和意义

科学方法论是科学研究实践经验概括的总和,是关于科学方法的理论和学说,是指导科学研究沿着正确道路前进的理论、原则和手段。从本质上说,科学方法就是认识研究对象和改造研究对象的方法。

认识研究对象是科学方法最基本的目的,是研究客体的直接前提和基础。认识是一种反映,是外界事物刺激人脑后产生的主观映象,这种映象最初表现为感觉、知觉和表象,高级形式就是思维,而思维过程就是人脑对感性认识材料进行加工制作形成的概念、判断、推理过程^①。

思维过程也存在科学方法问题,就是通过正确认识方法去认识客体,认识和掌握客体的特点与规律,发现新的领域,从而将现有理论和知识推向前进。

科学方法作为科学研究工作正确进行的理论、原则、方法和手段,既表现为从实践或理论上把握现实,为解决具体课题而采取的具体方法和手段,又包括表现过去活动成果的方法,即研究客体过程中所采取的具体方法和手段。

科学方法包括研究对象、物质手段、思维方法和理论工具等内容。研究对象就是研究和认识的客体,是客观存在的那一部分。例如传播,无论作为自然现象,还是作为社会现象,都是独立于主体之外而客观存在的。它的特点、本质、结构和规律在主体认识之前就存在了。主体要认识传播,首先要承认其存在,同时又要根据传播的这些特点去确立研究方法和方式。因此,客观对于主体认识客体、研究客体影响很大,客体的性质和特点制约了主体所采取的研究方法的性质和特点。换句话说,主体所采取的方法必须适应客体。在自然领域里,不同的研究客体采用不同的方法。在社会科学领域里,历史唯物主义则是最一般的方法论。传播学是自然科学和社会科学相互交叉的学科,因此就存在着适用于这两个领域的共同科学方法。

物质手段是主体在研究客体过程中使用的各种工具,是人类创造出来的、物化的智力。物质手段是主体在实践中创造出来的,是人类认识的物质成果,又制约着人类的新的研究,推动人们去获得新的成果。

传播学研究中既有精神工具,如历史唯物主义方法,又有物质工具,如实验设备。传播模式则是精神工具和物质工具的结合,人们通过模式,才能“看到”抽象的传播过程。

思维方法是思维过程中所使用的概念,而判断推理这些基本思维形式以及归纳和演绎、分析和综合、抽象和类比、假设都是基本的逻辑方法。这些方法是人脑对信号的叠加和变换,是神经的联系和中断、组

① 吴元梁:《科学方法论基础》,中国社会科学出版社 1984 年版。

合和分化这种高级神经生理过程最直接的思维表现,是人脑对材料等进行加工,从思维和理论上把握客观对象的基本形式和方法,是组成更为复杂的思维形式和方法的要素和成分。实验和归纳相结合形成了实验归纳方法;假设和演绎相结合形成了实验演绎方法;演绎、抽象相结合形成了综合为主的方法。在传播学研究中,这些方法都是经常采用的。例如,人类对传播的社会本质的认识,对传播与社会发展的关系的认识,对传播的社会结构的认识,都是经过对社会传播现象考察之后,进行思维加工后形成的。

理论工具是人类在科学研究过程中所使用的理论知识的总和,是人类认识水平的标志。理论知识高,科学研究起点也就高,科学方法也就新,就能够迅速地向未知的领域探索。因此,理论工具是对科学研究的总指导。例如,传播学研究不仅要有丰富的理论知识,如数理知识、社会学知识、传播学知识、辩证唯物主义理论水平,还必须有丰富的实践经验——不具备这些深厚的知识,开展传播学研究就是困难的。

科学方法是适用于所有科学的研究方法,即世界观意义的最一般方法,是从事所有科学认识活动的总指导。其中有适用于某个领域的方法,也有应用于某个门类的具体方法。在进行传播学研究中,科学方法对传播学研究起着指出开拓和发展方向的作用。用科学的方法研究传播学是指用客观的态度和科学的理论、原则、方法和手段探讨传播现象,而得到有系统的权威性的知识,重点在于观察与试验。通过科学的程序,收集有关传播的资料,进行综合和分析,得出结论,然后对结论加以解释。

二、科学方法的特性

科学方法之所以科学,是因为它具有某些特性。吴元梁先生在他的《科学方法论基础》中列举了科学方法的特性,对于传播学来说,这些特性就更明显更突出,也更容易理解。

(1) 规律性

科学方法的规律性首先表现在科学方法是进行有系统的研究的方法,目的是求得对某个社会现象的系统知识。所以,科学方法是程序化了的,在一定的科学发展时期有相对的稳定性,在科学认识中起作用。用科学方法研究社会现象时,讲究程序和方法。用科学方法指导传播