


21 世纪传播学系列教材

大众传播学 研究方法导论

陈 阳 / 著

 中国人民大学出版社

21 世纪传播学系列教材

大众传播学研究方法导论

陈 阳 著

中国人民大学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

大众传播学研究方法导论/陈阳著.

北京: 中国人民大学出版社, 2007

(21世纪传播学系列教材)

ISBN 978-7-300-08336-0

I. 大…

II. 陈…

III. 大众传播-传播学-研究方法-教材

IV. G206.3-3

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2007) 第 113602 号

21 世纪传播学系列教材

大众传播学研究方法导论

陈 阳 著

出版发行 中国人民大学出版社

社 址 北京中关村大街 31 号

邮政编码 100080

电 话 010-62511242 (总编室)

010-62511398 (质管部)

010-82501766 (邮购部)

010-62514148 (门市部)

010-62515195 (发行公司)

010-62515275 (盗版举报)

网 址 <http://www.crup.com.cn>

<http://www.ttrnet.com>(人大教研网)

经 销 新华书店

印 刷 北京易丰印刷有限责任公司

规 格 170 mm×228 mm 16 开本

版 次 2007 年 9 月第 1 版

印 张 23.5

印 次 2007 年 9 月第 1 次印刷

字 数 418 000

定 价 47.00 元

版权所有 侵权必究 印装差错 负责调换

总序

如果把 1982 年北京第一次传播学研讨会看成是传播学正式引进中国的话，到今年正好 25 年。如果把 1997 年传播学和新闻学一起被教育部列为国家一级学科看成是传播学的重要性被正式承认的标志的话，到今年正好是 10 年。在很短的时间里，传播学在中国从无到有，由弱到强，成为国内近年来发展相当快的学科。在这样一个历史时刻，正是我们盘点和思考中国传播学发展的良机。

从教材建设方面看，传播学的引进，有赖国外（主要是美国）教材的移译。大量具有一定学术品牌的外国传播学教材的译介对促进中国传播学教学和研究功不可没，可是另一方面，中国传播学研究和教学面临的问题和环境有一定特殊性，国外成果的引进不能代替我们自己的课程和教学体系的建设。20 世纪 80 年代初传播学重新引进至今的这 20 多年中，国内的传播学教材出版从无到有，从 1983 年一本薄薄的《传播学（简介）》到现在书店里满满几书架的传播学教材，在教材建设上取得了巨大的进步。但是我们也要清醒地看到，在传播学教材建设的表面繁荣

之下，也存在着一些泡沫的成分。国内不少传播学教材存在内容重复，观点陈旧，结构体例单一，缺乏系统性等问题。因此在经过了自发的、初级的引介和吸收阶段之后，我们有理由期待中国的传播学更上一层楼，进入一个系统深化的研究与创新阶段。

中国人民大学出版社现在出版的这一套“21世纪传播学系列教材”，就是力图在有中国特色的传播课程和教材体系建设上做一些尝试。这套教材第一批书目包括《传播学纲要》、《传播研究方法》、《大众传播理论》、《组织传播》、《人际传播》、《跨文化传播》、《网络传播》、《视觉传播》等。今后本教材系列还将继续加入其他具有前沿性的、具有现实意义的传播学课程的教材，将涉及政治传播、宣传传播、广告传播、公关传播、影像传播、全球传播、文化研究、修辞与演讲、女性与传播等更具有专业性、前沿性的题目。

担任本系列教材第一批教材写作的，主要是中国人民大学新闻学院长期从事以上课程教学和科研的中青年教师，同时我们也期待着其他新闻传播院系和研究机构的学者加入到本系列教材的编撰工作之中。

这套教材的编撰，主要有以下几个目标：一是扩大目前传播学教学的视野，除了传统的大众传播理论外，增加研究方法、人际传播、组织传播、跨文化传播、网络传播、视觉传播等分册，力求使传播专业的学生能够适应多样的社会需求。

二是拉开本科和研究生教学的层次。本套教材中既有针对大一新生的《传播学纲要》，也有针对本科高年级或研究生阶段的研究方法和各个不同领域的传播理论。每个领域独立成书后，使得教学的内容更加充实，同时深度上也有明显增加，力求培养学生的独立思考与科研能力，适应目前不断发展的传播学硕士培养阶段的教学要求。

三是更强调系统性。目前的本科阶段，许多学校仅开设传播理论概论一门传播学课程，研究生阶段的课程也不系统。本系列教材既可作为本科高年级的课外阅读或选修教材，也可作为研究生低年级的必修教材，帮助学生系统地掌握传播学各领域的主要内容。

四是突出研究能力的培养。目前的传播学教材比较简略，多停留在知识传授上。本系列教材力求在介绍理论的同时，突出研究方法的讨论，同时对许多前沿问题和有争议的问题也力求能够做全面客观的介绍，让学生及时抓住学科发展的脉络，引导他们对前沿问题展开自己的思考。

本系列丛书虽然以教材的形式出现，但是由于国内可以参照的现成教材不

多，写作者基本都是把它当成专著来创作的。他们不仅对国内外有关领域的文献进行了整理，而且结合教学 and 实际中的问题，有针对性地对那些与我国当前实际最贴近的理论问题进行介绍和讨论，在表述上也更贴近中国使用者的习惯，这一优势是国外翻译的教材所不具有的。

我们是第一次编撰这样大型的传播学系列教材，在选题和具体内容上肯定还存在着不足，希望社会各界在使用过程中，及时地提出批评意见，有利于我们将来的修订。本系列教材在撰写过程中，得到了中国人民大学新闻学院“985”项目的资助和中国人民大学出版社的支持，特此表示感谢！

希望这套“21世纪传播学系列教材”的出版，能够为我国21世纪传播学的学科建设添砖加瓦！

郭庆光

2007年6月

目 录

CONTENTS

第一部分 大众传播研究的原理与过程

3	第一章 导论
3	第一节 为什么要学习研究方法
5	第二节 大众传播研究的历史发展
14	第三节 大众传播研究中的困难
16	第四节 思辨研究、规范研究和实证研究
17	第五节 理论研究和应用研究
19	第六节 全书结构
23	第二章 研究的基础
23	第一节 科学及其相关概念
34	第二节 科学的发展逻辑
37	第三节 理论及其相关概念

43	第三章 研究的过程
43	第一节 研究的过程
67	第二节 定量与定性研究方法
73	第四章 测量
73	第一节 测量的级别
81	第二节 指数和量表
91	第三节 测量的信度和效度
107	第五章 抽样
107	第一节 抽样的基本概念
115	第二节 非概率抽样
119	第三节 概率抽样
	第二部分 定量研究方法 with 大众传播研究
129	第六章 调查法
129	第一节 大众传播研究里调查法的应用
136	第二节 调查法的特点和类型
143	第三节 问卷设计
158	第四节 调查的步骤和误差
165	第七章 实验法
165	第一节 大众传播研究里实验法的应用
168	第二节 实验法的特点和类型
176	第三节 实验设计
186	第四节 实验法的实施
191	第八章 内容分析法
191	第一节 内容分析法在大众传播研究中的应用
194	第二节 内容分析法的特点
198	第三节 内容分析法的过程

211	第九章 分析和解释定量数据
212	第一节 整理和录入数据
214	第二节 单变量统计分析
225	第三节 双变量统计分析
232	第四节 多变量统计分析

第三部分 定性研究方法 with 大众传播研究

241	第十章 定性田野研究
242	第一节 定性田野研究在大众传播研究中的应用
250	第二节 定性田野研究的传统
265	第三节 定性田野研究的过程和特征
282	第四节 访谈与观察

293	第十一章 文本分析法
293	第一节 文本分析法在大众传播研究中的应用
294	第二节 文本分析法的特点
299	第三节 符号学
307	第四节 精神分析
313	第五节 框架分析 (frame analysis)
320	第六节 话语分析 (discourse analysis)

329	第十二章 整理和分析定性研究资料
329	第一节 定性研究资料的分析思路和特点
332	第二节 整理定性研究资料
335	第三节 分析定性研究资料

第四部分 大众传播研究的其他问题

343	第十三章 现存资料分析
343	第一节 文献资料研究
347	第二节 二手资料分析

348	第三节 历史研究
353	第十四章 研究报告的写作
353	第一节 研究报告
364	第二节 研究计划书



第一部分

大众传播研究的原理与过程



第一章

导论

C H A P T E R 1

章

任何一门学科的发展,都离不开研究方法的支持,传播学也是如此。在学习一门新课程之前,我们需要了解它的意义:学习传播学研究方法究竟有什么用处?研究方法的基本内容都有哪些?经历了哪些发展?怎样才能学好研究方法?本章的主要目的就是回答这些问题,同时作为全书的导论,将介绍全书结构并提示本书后面章节的内容。

第一节 为什么要学习研究方法

研究方法是获得知识的途径,是进行研究时所用到的工具、策略和手段,也是架通理论和现实之间的桥梁。研究方法是传播学专业的一门重要基础课程,为验证传播理论的成立提供经验证据。它不仅是传播学研究人员所必须掌握的基本功课,同时在政府部门政策研究、媒体单位实务研究、商业调查组织的实用研究中也得到了越来越广泛的应用。学习和掌握传播学研究方法,将有助于我们深入理解传播学理论的基本内容及意义,同时也有助于我们解答复杂的传播现象和传播问题。

对于学生而言,研究方法课是在校时的必修课,获得这门课的学分才能顺利毕业,因此学习研究方法是一个很现实的任务。但是,研究方法的意义不止于此,在传播实

务界，懂得研究方法将有利于提高工作效率、获得工作成就。比如，报社社长想提高报纸发行量、制片人想提高节目的收视率、广告主想提高广告的到达率和说服力、电影导演想提高影片的票房，为了实现这些实用性目标，我们需要掌握科学的研究方法，借此来提供科学的答案。适当的研究方法将告诉我们：影响报纸发行量的因素有哪些、哪些环节出了问题才导致发行量停滞、高发行量报纸都有哪些共同因素、我们应该怎样改进报纸内容和发行手段，等等。因此，掌握研究方法有助于获得商业上的成功。

对大多数普通人来说，研究方法可以帮助我们理解传播现象，提高自己的生活质量。日常生活中我们每个人无时无刻不在进行着传播活动，我们需要多快好省地传递信息，接收更多的有用信息；需要更好地与他人沟通，减少人际摩擦；需要通过媒体来促进自己所在单位和社区的整合；需要通过传播渠道来促进整个社会的进步和发展。比如，电视节目中的暴力内容对我们的危害究竟有多大？做父母的应该在何种程度上限制自己的孩子接触某些负面的信息？我们怎样才能理解广告的隐含意义？我们怎样才能认识媒体背后的控制权力和机制？当我们在BBS和博客上发言时，我们的语言风格和传播活动发生了哪些变化？理解这些问题都需要掌握研究方法。

有时候，面对媒体或其他公共渠道发布的信息，不能盲目迷信，掌握了研究方法，我们也能做出独立而适当的判断。最近，青少年上网成瘾现象成为媒体报道的热门话题，有些机构和学者发布《中国青少年网瘾报告》，认为“北京九成青少年犯罪与网瘾有关”^①，根据这个报告，青少年上网不仅导致学习成绩下降，还导致违法犯罪活动。如果相信这份报告的结论，那么就应当限制青少年接触互联网的机会。但是实际情况又如何呢？学习了研究方法，我们就可以判断这份研究报告的方法是否科学，其结论是否成立。只需将互联网出现之前和之后的情况做一个简单对比，就可以看出这份报告的问题所在：在互联网出现之前就已经存在着青少年犯罪现象，那时引起犯罪的原因可能是家庭和社会因素造成的，在互联网兴起之后，这些旧原因怎么一下子都消失了？为什么印刷媒体和电子媒体的兴起都没有导致这些原因消失？难道限制青少年上网就可以减少犯罪事件的发生吗？

对于传播学学科来说，理论和研究方法是两门最基础的课程，就好像是一个人的两条腿，相互联系，缺一不可。如果只掌握了传播理论而不知道它是如何被

^① 《中国青少年网瘾报告》，全文参见 <http://game.people.com.cn/GB/48644/48662/3885549.html>；相关媒体报道参见《北京九成青少年犯罪与网瘾有关》，载《北京晚报》，2005-11-22。

推导出来、证明出来的，那么对理论的掌握其实并不全面，很多理论的缺陷和不足都跟验证理论时所使用的有关。以“议程设置”理论为例，该理论是众多传播理论中为数很少的、由传播学院的学者提出来的理论，在传播效果研究方面具有重大意义。在该理论的发展历史中，两位提出者的第一篇论文曾被严格的刊物匿名评审退回来，主要原因就在于他们只能证明媒体议程和受众议程之间存在着相关关系，这个结论并不足以说明大众媒体对于受众就一定产生了影响，只有证明了二者间存在因果关系，该理论才能得到证明。为了证明存在着因果关系，两位提出者修正了研究设计。

更形象地说，研究者是侦探，而研究方法就是他们的工具。传播学研究者尝试着了解那些自己不熟悉或不知道的传播现象和关系，而研究方法就是用来解决疑惑、搜集证据、建立解释的工具。

第二节 大众传播研究的历史发展

一、传播研究中的分歧

1941年，拉扎斯菲尔德在《评行政和批判传播研究》一文中提出了传播学“行政研究”（administrative research）和“批判研究”（critical research）的划分。^① 行政研究指受到商业公司和公共机构赞助所进行的经验性研究，其目的在于解决一些实际问题；而批判研究则对现代资本主义社会持批判态度，认为大众媒体强化了现存社会制度，是为统治阶级服务的意识形态工具。批判研究致力于对社会整体进行研究，并且将行政研究最关注的媒介效果问题置于历史道德问题之中；而行政研究认同和肯定现存社会制度，强调研究者的客观和中立，不寻求变革，只试图解决更具体、更实用的研究问题，例如，它对媒介效果的考察往往关注媒介到底有没有产生效果。作为行政研究的代表性学者，拉扎斯菲尔德看到了这两类研究的差异，认识到了批判研究能够提升经验性研究工作的成果，他尝试着建立架通两类研究的学术桥梁，希望它们能够被一起统合在美国传播研究之中。

可惜他的尝试后来被证明失败了。这两类研究以后发展成为不同的学派，简

^① See Lazarsfeld, Paul F., "Remarks on Administrative and Critical Communications Research." In *Studies in Philosophy and Social Science*, 9 (1): pp. 2-16, 1941.

单地说，即经验学派（行政学派）和批判学派。1977年，英国学者库瑞（James Curran）在《大众传播和社会》一书中正式提出，经验学派和批判学派分别根植于多元主义和马克思主义社会观，它们在方法论、认识论、本体论和价值论这些传播“元理论”上尖锐对立，几乎是不兼容的。其差异性主要体现在：

（1）从方法论上来说，经验学派倾向于使用定量方法测量短期的、个人的、可测量的变量；而批判学派则更多地使用哲学式思辨和论证，对准确的数值缺乏兴趣。

（2）就认识论来看，经验学派认为客观世界等着训练有素的学者去认识，总有一些“可靠的”经验能够帮助我们认识传播现实，研究目的在于准确描述传播现实和通过经验来揭示普遍性的传播规律；而批判学派则强调从个人主观因素来理解和把握传播现象，社会情境在生产知识的过程里起到了很重要的作用，因而研究者要认识到谁在进行传播控制、控制维护了谁的利益，等等。

（3）从本体论来看，经验学派认为个体的行为基本上可以通过环境因素和生理特征来了解，因此个体行为是稳定的、能够运用经验性方法来准确预测的，它对历史条件无动于衷；而批判学派则认为对个体的理解要置于更广泛的社会文化历史情境之中，个体行为的复杂意义不能简化为可测量的数值。

（4）就价值论而言，经验学派主张研究者应当客观中立、研究过程中不应当包含价值判断；而批判学派则认为研究应该促进社会变革、挑战现存统治秩序，研究者是传播现实的参与者和推动者，而非仅仅是观察者或中立者。

这也是为什么在欧美至今有学者争辩“是否能够发展出统一的传播学”的原因^①，关于传播学的学科性质和研究范式，不同学派各有各的看法，传播研究好像是一把大伞，各种性质不同的研究在此交汇，因此传播学是多学科的研究领域，与其他学科的分界线是模糊混杂的。因此，编写一本传播学研究方法的书需要考虑不同理论范式的研究方法，这也是为什么关于传播学研究方法的书籍很难给人以整体、统一印象的原因。比如，对于媒体组织的研究，既可以使用定量的调查法，也可以使用定性的田野研究和参与观察，两类方法都产生了大量出色的研究成果，要在一本书里条理清晰地梳理这些研究范式完全不同的研究方法，实在是很有挑战性的工作。

^① 参见1983年美国《传播季刊》（*Journal of Communication*）第3期的“发酵中的领域”（*Ferment in the Field*）专集和1993年第3、4期的“领域的未来：在碎片和整合之间”（*The Future of the Field-Between Fragmentation and Cohesion*）专集；1995年美国《传播理论》（*Communication Theory*）第2期的“没有回应？传播的学科性和媒介研究”（*No Respect? The disciplinary and media studies in communication*）专题讨论。

二、美国传播研究的方法史

韦弗和格雷^①将美国大众传播研究的历史大致分为三个时期：发展时期（19世纪初至20世纪30年代）、过渡时期（20世纪30年代至50年代）、现代时期（20世纪50年代至今）。从研究方法的发展历程来看，这三个时期也各有特色。

第一个时期的主要研究成果在于描述印刷出版物的历史和重要媒介人物的生平传记，以定性分析和个案研究为主，缺少定量研究方法。早在1922年，记者出身的芝加哥学派学者帕克就研究过报纸与城市新移民的关系，采用了田野研究法和文本分析法。李普曼在《舆论学》（1922）一书中使用了个案分析和文本分析，受到心理学的启发，对“刻板成见”（stereotype）、“拟态环境”（pseudo environment）、新闻审查和报纸的功能进行了分析。这一时期，也有少量学者使用定量方法来研究媒体，具有代表性的就是拉斯威尔在《世界大战中的宣传技巧》（1927）一书中使用了内容分析法。

拉斯威尔被施拉姆奉为传播学的四大奠基人之一^②，1926年在芝加哥大学获得政治学博士学位。1929—1932年，佩恩基金会资助的儿童与电影研究主要由芝加哥大学的学者主持，帕克也参与了其中一项研究，但是这一系列研究所使用的方法主要是定量的统计分析。从芝加哥大学学者的研究轨迹中，也许能够看出传播研究方法正在从定性转向定量分析。事实上，在美国社会科学领域内，20世纪30年代之后，芝加哥学派所代表的解释性社会学传统以及它们所使用的参与观察和田野研究等定性研究方法被渐渐忽视，学者们普遍认为，以经验主义为特征的自然科学研究方法也能够应用于社会科学领域，因此，在传播研究方法的发展史中，过渡时期的重点是媒介效果研究，研究方法主要是定量研究和统计分析。

在20世纪30年代和40年代，四位传播学奠基人都在各自的领域内发展了传播研究，他们所使用的方法几乎都是定量的。拉斯威尔研究宣传，提出“5W”

^① See Weaver, David H. & Gray, Richard G. *Journalism and Mass Communication Research in the United States: Past, Present and Future*. Bloomington: School of Journalism, Indiana University, 1979. 转引自「美」迈克尔·辛格尔特里：《大众传播研究：现代方法与应用》，18页，北京，华夏出版社，2000。

^② 关于这四大奠基人的说法曾经受到过挑战，反对者认为，由于这四位学者成功地发展了复杂的定量研究方法而受到了过分重视，李普曼和芝加哥学派对定性方法在传播研究中的应用也作出了不可忽视的贡献，因此，追寻大众传播研究的起点时我们应该尊重这四位学者之前或同时代的研究成果（参见E. M. 罗杰斯：《传播学史：一种传记式的方法》，203~205页，上海，上海译文出版社，2002）。