

/ 第二版 /

传播学研究方法

——讨论与评价

[美]董庆文 主编

赵树旺

栗文达

译



南京大学出版社

本书获得
河北大学“中西部大学综合实力提升计划工程”专项基金
资助

/ 第二版 /

传播学研究方法

——讨论与评价

〔美〕董庆文 主编

赵树旺 译
栗文达



南京大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学研究方法:讨论与评价 / (美)董庆文主编;
赵树旺,栗文达译. —南京:南京大学出版社,
2015.12

书名原文:Reading in Communication Research
Methods:Articles for Discussion and Evaluation
(second edition)

ISBN 978-7-305-16304-3

I. ①传… II. ①董…②赵…③栗… III. ①传播学
—研究方法—文集 IV. ①G206-3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 314038 号

出版发行 南京大学出版社
社 址 南京市汉口路 22 号 邮 编 210093
出 版 人 金鑫荣

书 名 传播学研究方法——讨论与评价
主 编 [美]董庆文
译 者 赵树旺 栗文达
责任编辑 卢文婷 田 雁

照 排 南京紫藤制版印务中心
印 刷 江苏凤凰通达印刷有限公司
开 本 787×960 1/16 印张 25 字数 396 千
版 次 2015 年 12 月第 1 版 2015 年 12 月第 1 次印刷
ISBN 978-7-305-16304-3
定 价 70.00 元

网 址: <http://www.njupco.com>
官方微博: <http://weibo.com/njupco>
官方微信: njupress
销售咨询热线: 025-83594756

* 版权所有,侵权必究

* 凡购买南大版图书,如有印装质量问题,请与所购
图书销售部门联系调换

前言

董庆文

本论文集用于帮助学习者通过完成习题、评价和批评传播学研究论文来进一步锻炼研究技能。本书用 20 篇传播学研究论文为这一领域的学习者、研究者和实证研究写作者提供了更多的学习材料。

如何使用本书

这 20 篇论文包括传播学研究的 11 个主题。要求学习者在每次相关课程后阅读相应的文章,完成所有的练习,并在下一次课堂上进行讨论。学习者在学习过程中应更多地关注研究的合理性、文献综述、研究问题的理论框架和假设以及实证研究报告的组织。这些论文有助于学习者有效理解研究概念并完成自己的研究项目。

如何回答各章问题

每篇文章后都附有三类问题。第一类是与研究主题及文章内容相关的具体问题。回答了这些问题,学习者能够更好地理解该篇论文及研究概念。

第二类问题集中在讨论问题。这些问题有助于学习者通过小组讨论学习关键的研究概念。回答这些问题能使学习者更好地理解研究概念并将这些概念应用于不同的研究语境中。

第三类问题是对文章的评价和解释。要求学习者对评价陈述进行同意度的选择来对研究进行评估。此外学习者还需要对选择进行解释。回答这些问题能帮助学习者形成对传播学实证研究的评价进行批评的能力。

另外,每项练习都有一到两个题目要学习者来完成。学习者需要通过经验

学习来习得研究概念,掌握研究技能。学习者应当遵从教师的要求和建议来完成各项练习。

致 谢

首先要感谢过去这些年选修了传播学研究方法课程的传播学的学生们。正是这些学生激励我寻求途径,使得课程能够贴合他们的兴趣和热情,同时又能在教学中达到较高的学术水平。

还要感谢大学读物出版社在出版本书的过程中给予我很多想法和帮助,特别要感谢梅丽莎·阿科内罗、杰西卡·诺特和莫妮卡·隋对我的耐心建议和帮助。没有他们的努力和支持就不会有本书的问世。

目 录

第一单元 传播学研究中的概念 / 001

- 1 MySpace 环境中情商、自尊和自我形象对情感传播的影响
董庆文, 马克·尤里斯塔, 杜安·A. 刚德拉姆 003

第二单元 传播学理论与研究 / 009

- 2 青少年社会化中的价值接受: 认知功能理论视阈下电视影响力的测试
亚历克斯·谭, 雷·纳尔逊, 董庆文, 葛顿·谭 011
- 3 个体的在线自我形象: 预期互动、自我展示与预期成功在网络约会中的作用
詹妮弗·L. 吉布斯, 尼古拉·B. 艾利森, 蕊贝卡·D. 海诺 035

第三单元 传播学中的文献综述 / 069

- 4 全球公关面临的机遇与挑战
卡罗尔·安·哈克利, 董庆文, 蒂莫西·L. 霍华德 071
- 5 个人主义/集体主义与高/低语言环境的关系分析
董庆文, 肯尼斯·D. 戴 087

第四单元 概念与使用 / 105

- 6 美国青少年形成对西班牙裔美国人固有印象过程中电视的影响
董庆文, 阿瑟·菲利普·牟利罗 107

- 7 跨文化传播敏感性与多元文化主义下的种族主义消除
董庆文,肯尼斯·D.戴,克莉丝廷·M.克拉克 122

第五单元 研究设计 / 135

- 8 美国电视和电影在中国的社会化影响
董庆文,亚历克斯·谭,曹小兵 137
- 9 社会资本、自尊与在线社交网站的使用:纵向分析
查尔斯·斯坦菲尔德,尼古拉·B.艾利森,克里夫·兰普 152

第六单元 抽样研究 / 181

- 10 美国媒体接触与自尊对中国城市青少年消费行为的影响
董庆文,曹小兵 183
- 11 社会认知视阈下家庭传播模式与危险行为感知的影响
董庆文 198

第七单元 调查研究 / 211

- 12 二元文化身份对美国移民社会化影响中的电视角色分析
董庆文,迪安·菲利普·冈拉克,约翰·C.菲利普 213
- 13 社会智力、自尊与跨文化传播敏感性
董庆文,兰德尔·J.科佩尔,克莉丝廷·M.克拉克 229

第八单元 实验 / 243

- 14 情感激励与情感效价对电视受众认知能力与记忆的影响
安妮·兰,库尔金德·德黑兰,董庆文 245

- 15 对判断新闻可信度的影响:新闻来源 vs.新闻内容
艾丽卡·温特劳布·奥斯汀,董庆文 265

第九单元 定性研究 / 281

- 16 空乘人员的困境:飞行突发事件的传播行为与意义建构分析
亚历山德拉·G.墨菲 283
- 17 信息共鸣与新媒体的力量:奥巴马的总统竞选活动分析
董庆文,肯尼斯·D.戴,拉曼·多尔 315

第十单元 定量分析 / 335

- 18 使用与满足理论视阈下青少年使用 MySpace 和 Facebook 之原因分析
马克·A.厄瑞斯塔,董庆文,肯尼斯·D.戴 337
- 19 传播学的关系取向:起源、基础与理论家
董庆文,肯尼斯·D.戴 357

第十一单元 非介入性研究 / 371

- 20 媒介效果文献的内容分析
W.詹姆斯·波特,卡林·里德尔 373

第一单元

传播学研究中的概念

1 MySpace 环境中情商、自尊和自我形象对情感传播的影响^①

董庆文, 马克·尤里斯塔, 杜安·A. 刚德拉姆

摘要:一项基于对 240 名 MySpace 个人用户的调查发现:缺乏自尊的年轻人更易进行情感传播(如与异性亲密交流或寻找恋人),而情商较高者则不擅于此。结果还表明,那些自我形象更佳与自我感觉良好者往往乐于参与情感传播。本文亦探讨了此研究的局限性及对未来研究的建议。

引言

MySpace 是一个广受年轻人欢迎的在线社交网站,其用户可以创建一个“主页”,其中可以包括他们最喜欢的图片、音乐、电视节目和图书。MySpace 已成为一个全球性的、主要的在线社交网站,目前拥有一亿多名会员,其中大部分都是青少年和年轻人。

情感传播是年轻人使用 MySpace 最重要的一个原因(Parks & Roberts, 1998)。情感传播可以界定为一种能够建立活跃的人际关系的传播方式(Branden, 1980)。Bradley、Prentice 和 Briggs(1990)提出了一个关于情感传播的具有可操作性的界定,这个界定关注了行为语境的三个组件:诸如爱情留言之类的情感手势、性活动以及获得情感意义的日常行为。在目前的研究中,情感传播关注于通过寻找约会机会和恋人来建立亲密关系。

目前的研究主要集中在影响情感传播的三个关键因素上。情商(EI)是指个人理解、规范自身和他人情感反应的能力(Mayer & Salovey, 1993)。和情

^① 董庆文, 马克·尤里斯塔, 杜安·A. 刚德拉姆:“MySpace 环境中情商、自尊和自我形象对情感传播的影响”,《网络心理与行为》,2008 年 10 月,11(5):577—578。再版已获得作者授权。

商较低的人相比,情商较高的人在沟通过程中能更有效地传播他们的目的、思想和意图。Goleman、Boyatzis 和 McKee(2002)指出,情商高的人更容易被信任、被倾听,因此通常能发展出更有意义的和令人满意的关系。

自尊是指个体对自我的感知。有较高自尊心的人更有可能去尊重自己,而缺乏自尊的人会感受到自我厌弃、自我不满和自我轻视(Rosenberg, 1990)。此外, Gecas 和 Burke 表示,自尊与个人成功等正面效果高度相关。在这项研究中,自我形象是指个体如何认知他们的外在形象。这些自我形象包括吸引力、美、健康状况和对自己外在的满意程度。本研究将验证两个假设:情商高的人不太可能使用 MySpace 进行情感传播(假设 1);缺乏自尊的人更有可能使用 MySpace 进行情感传播(假设 2)。本研究提出了一个问题:“自我形象在多大程度上会对个体使用 MySpace 进行情感传播产生影响?”

方法

样本

该项研究的初始样本是北加利福尼亚一所大学的 328 名本科生。有效样本 240 名(70 名男性和 140 女性),均为 MySpace 用户,平均年龄为 20 岁。在这 240 例受调查者中,81 人为大三学生,76 人为大四学生,其余为大一和大二学生。

测量方法

此研究使用了多个量表来测量关键的变量。自尊是指个体对于自身的认知,研究用包含 11 对意义截然相反的形容词的语义差异量表来衡量自尊(阿尔法系数=0.83),诸如强大与无力、诚实与不诚实等(Gecas, 1971)。情感传播是指寻觅约会对象和建立亲密关系,研究用包含 7 个陈述句的李克特氏量表来衡量情感传播(阿尔法系数=0.88),如“我在 MySpace 上的大多数交谈是亲密的”“我用 MySpace 来寻找一个谈情说爱的伙伴”“我会与在 MySpace 里遇见的人约会”等。情商是指个人理解、规范自身和他人情感反应的能力(Goleman, 1998)。高尔曼把情商定义为自我意识、自我规范、动机、同情心和

社交技巧等五个元素(Goleman, 1998)。五元素的李克特氏量表(阿尔法系数 $=0.88$)包括 20 个陈述句(Dong & Howard, 2006),如“我非常了解自己”“我是一个目标性很强的人”“我是一个很好的听众”等。自我形象是指对自身公共形象的自我认知。含有 10 个陈述句的李克特氏量表(阿尔法系数 $=0.82$)包括:“我相信别人认为我有吸引力”“我相信别人认为我身体健康”“我对我的外貌感到很满意”等。

数据分析

本文对与量表变量有关的数据进行了分析,首先进行了描述性分析,然后用关联分析和回归分析方法对假设进行了验证。

结果

情商与自尊($r=0.50, p<0.01$)及自我形象($r=0.25, p<0.01$)呈正相关,但和情感传播呈负相关($r=0.19, p<0.01$)。自尊与情感传播呈负相关,但是这个结果并不是很明显。自我形象和情感传播呈正相关($r=0.12, p<0.05$)。

本文把情感传播作为因变量,情商、自尊与自我形象作为自变量,运用多元回归方法来验证这些假设。假设 1 预测,情商高的人不太可能使用 MySpace 进行情感传播。回归分析方法验证了这个假设($\text{Beta} = -0.16, t = 2.4, p < 0.05$),说明情商并非有助于年轻人参与情感传播。假设 2 预测,缺乏自尊的人更有可能利用 MySpace 进行情感传播。回归分析方法验证了这个假设($\text{Beta} = -0.18, t = -0.27, p < 0.05$),说明缺乏自尊是促使个体使用 MySpace 进行情感传播的一种强烈因素。本文所要研究的问题是“自我形象在多大程度上会对个体通过 MySpace 进行情感传播产生影响”。回归分析表明,自我形象可能促使大学生进行情感传播($\text{Beta} = 0.24, t = 3.9, p < 0.01$),那些认为自己有魅力和外表美丽的学生更倾向于利用 MySpace 进行情感传播。

讨论

本研究发现,情商有助于理解为什么有些年轻人不使用 MySpace 进行情

感传播,而缺乏自尊的人更倾向于使用 MySpace 寻找情感伴侣和建立新的亲密关系。这项研究结果有望帮助研究人员、父母和个人认识到情感传播和这些变量之间的关系。

这项研究也存在一定的局限性。情感传播是人际传播的一个临界区域,但这项研究只关注寻找亲密伴侣和建立亲密关系的行为。其次,研究发现,自我形象会引导人们进行情感传播,但是还需要进行更多的研究来探索自我形象的其他方面,而不仅仅是外貌。再次,样本的规模可能会限制此研究的普遍性。未来的研究应努力探索多样化的研究方法,来更好地理解青少年和年轻人在虚拟社区中的情感传播。

参考文献

- [1] Branden, N. (1980). *The psychology of romantic love*. Los Angeles: J.P. Tarcher.
- [2] Bradley, D. W., Prentice, D. S. & Briggs, N. E. (1990). Assessing two domains for communicating romance: Behavioral context and mode of interaction. *Communication Research Report*, 7 (2), 94 - 99.
- [3] Dong, Q. & Howard, T. (2006). Emotional intel-ligence, trust and job satisfaction. *Competition Forum*.
- [4] Gecas, V. (1971). Parental behavior and dimensions of adolescent self-evaluation. *Sociometry*, 34, 466 - 482.
- [5] Gecas, V. & Burke, P. (1995). Self and identity. In K. Cook, G. Fine and J. House (Eds), *Sociological Perspectives on Social Psychology*. Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.
- [6] Goleman, D. (1998). *Working with Emotional Intelligence*. New York: Bantam Books.
- [7] Goleman, D., Boyatzis, R. & McKee, A. (2002). *Primal Leadership: Learning to Lead with Emotional Intelligence*. Boston: Harvard Business School Press.
- [8] Mayer, J.D. & Salovey, P. (1993). The intelligence of emotional intelligence. *Intelligence*, 17, 433 - 442.
- [9] Parks, M. & Roberts, L. (1998). "Making MOOsic": The Development of Personal Relationships on Line and a Comparison to their Off-Line Counterparts. *Journal of Social & Personal Relationships*, 15(4), 517 - 538.
- [10] Rosenberg, M. (1990). The self-concept: Social product and social force. *Journal of Social Psychology: Sociological Perspectives*, 1, 593.

习题

概念与问题

1. 界定社交网络。你是否同意作者的观点：“MySpace 已成为一个全球性的主要的在线社交网站。”说说你的理由。

2. 用自己的语言界定一下情感传播。本文中情感传播是如何界定的？界定的焦点是什么（认知焦点、感情焦点及行为焦点）？

3. 用自己的语言界定情商。本文中情商是如何界定的？根据本文，具备高情商的人会发展出更有意义、更令人满意的人际关系吗？说说你的理由。

4. 用自己的语言界定自尊。你是否同意缺乏自尊的人会出现自我厌弃、自我不满和自我轻视的情感？说说你的理由。

5. 用自己的语言界定自我形象。你是如何理解自我形象对个体行为的影响的？

6. 在本研究中情感传播是如何测量的？高尔曼是如何界定情商的？

7. 本研究的主要结论是什么？在 MySpace 环境中情商对情感传播有什么影响？

8. 本研究的意义是什么？有什么局限性？

讨论题

1. 作者是如何证明本研究的？作者是如何解释本研究的目的的？举例说明。

2. 本调查是如何运用研究方法的？举例说明。

3. 调查结果是如何解答两个假设的？举例说明。

作业

1. 通过在线搜索工具找一篇有关情感传播的论文。就本研究的主要结论写一段话。与同学讨论一下情感传播的定义及相关因素。

2. 假定你想研究影响情感传播的因素。你将如何为你的调查研究进行设

计? 谁将成为你的研究对象? 为什么? 你预计你的研究结论会是什么?

质量评估及讨论

说明:请从数字 1(非常不同意)到数字 5(非常同意)中圈出一个来说明你的看法。另附纸写下你每个选择的理由(SA 指非常同意,SD 指非常不同意)。

a. 介绍部分说明了为什么本研究是一个重要的调查。

SA 5 4 3 2 1 SD

b. 文献综述为本调查提供了语境。

SA 5 4 3 2 1 SD

c. 研究问题或假设都做了恰当陈述。

SA 5 4 3 2 1 SD

d. 研究方法选择恰当。

SA 5 4 3 2 1 SD

e. 对变量进行了充分而良好地测量。

SA 5 4 3 2 1 SD

f. 结果得到清楚地呈现。

SA 5 4 3 2 1 SD

g. 本研究的内涵得以清晰地阐述。

SA 5 4 3 2 1 SD

h. 讨论得以充分恰当地展示。

SA 5 4 3 2 1 SD

i. 本研究对建立传播领域内的知识体有所贡献。

SA 5 4 3 2 1 SD

第二单元

传播学理论与研究