

● 新闻学、传播学系列丛书 ●

传播学

chuan bo xue
yan jiu
fang fa

研究方法

王锡苓 著



兰州大学出版社

G206-3

G206-3

1

传播学研究方法

王锡苓 著

兰州大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

传播学研究方法/王锡苓编著. —兰州:兰州大学出版社,2002

ISBN 7-311-02084-0

I. 传... II. 王... III. 传播学—研究方法—高等学校—教材 IV. G206-3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2002)第 099998 号

传播学研究方法

王锡苓 著

兰州大学出版社出版发行

兰州市天水路 308 号 电话:8617156 邮编:730000

E-mail:press@onbook.com.cn

http://www.onbook.com.cn

天水日报社印刷厂印刷

开本:850×1168 1/32

印张:12.25

2002 年 12 月第 1 版

2002 年 12 月第 1 次印刷

字数:296 千字

印数:1~1000 册

ISBN7-311-02084-0

定价:18.50 元

工欲善其事，必先利其器(序)

段京肃

进入20世纪90年代以后传播学在中国获得了出人意料的生存空间和社会地位。从不被承认的歪门邪说到进入国家科学研究管理部门的视野,从二级学科到一级学科,其社会影响力不断增加,其社会价值被人们不断认可。目前在全国二百多个新闻传播类专业教学点和其他一些相关专业的教学点上,研究、学习传播学的队伍已经十分有规模了。几所闻名中外的重点综合大学争先恐后地挂出了“新闻传播学院”的牌子,没有传播学专业似乎成了许多大学的缺陷与遗憾,甚至在工科、农林、矿业类院校中也出现了兴办新闻传播类专业的热潮。每年都有数以百计的学生获得传播学硕士学位,数以百计的学生获得博士学位,至于每年出版、发表的传播学著作、教材和论文也已经令人目不暇接,传播学成了我国社会科学研究领域的“显学”。传播学的核心概念之一的“大众媒介”已经被从上到下的各类社会成员所认可,并开始频频出现在国家的正式文件和领导人的正式讲话中。在社会政治、经济、文化等各个生产、生活领域中,传播学的基本理论被逐步接纳、渗透并开始发挥实质性的作用。传播学研究同国外的交流日益频繁,在国际传播学研究领域中中国学者、华人学者崭露头角,中国传统文化中传播理论和传播实践的成果正在被越来越多的人所知晓。

但是在一片大好形势的背后,我们不能不看到我国传播学研究存在的种种问题,研究方法的落后、随意便是基本问题之一。同传统的人文、社会科学相比,传播学在研究方法方面有自己独特的东西,其学科的交叉性、边缘性极强。在形成过程中它广泛吸收了

自然科学、技术科学的研究成果,自然也多方面地使用了原来只在自然科学、技术科学领域中使用的方法。由于历史和现实的种种原因,我国早期的传播学研究者对传播学独特的一些研究方法虽然有所了解但却疏于应用。经验学派与实证学派、传统学派与批判学派、定量分析与定性分析、量化研究与质化研究等等的概念经常出现在传播学的课堂和研究成果中,给传播学的初学者徒增了几分的神秘和困惑。可是真正能自如地运用传播学研究这两大经典方法的人并不是很多,于是我国传播学研究成果中符合学术“规范”或国际学术“惯例”的东西显得很少。如果长期以不规范的方法进行传播学的研究,不仅影响我国传播学研究水平和地位的提高,也将给后来的研究者留下灾难性的后果。所幸这一问题已经引起了国内传播学界的高度重视,在美国、欧洲、日本等地方学成回国的传播学的“名门正派”的学者和近年来频频来访的外国学者们也通过自己的成果和直接的呼吁为中国传播学研究的规范化作出了积极努力。国内学者中已经有人选定传播学研究方法作为自己今后的研究方向,并取得了初步的成果。王锡苓的这本《传播学研究方法》便是其中之一。

王锡苓是目前国内传播学研究领域一名年轻的学者。她从事传播学的学习、研究也已有十余年的历史。她有工科的背景(工学学士),又接受了传播学的正规训练(传播学硕士),并立志长期从事传播学研究方法的研究(已经考取著名传播研究方法专家柯惠新教授的博士研究生)。这本书正是她前十几年研究成果的集中总结。我想在今后更加专门化的研究中她在这一领域将取得更加令人信服的成果。本来以我的学力尚无为本书写序的资格,但王锡苓说我们同事一场,如今分手在即(她要去北京读博士,我则已调往南京大学工作),希望写几句话作为“临别赠言”。盛情难却,只好勉为其难了。

2002年7月27日于兰州大学

前 言

对一门学科而言,其研究方法与理论部分应置于同样重要的位置,科学的研究方法是认识、发掘、提炼理论的有效工具。美国社会学家艾尔·巴比说过:“社会科学研究方法的特殊价值就在于提供探究事物的合乎逻辑和利于观察的方法。社会科学研究方法可以帮助我们超越个人的偏见,超过个人的眼光来看世界。”从这个意义来说,掌握了科学的研究方法,也就找到了解决诸多社会问题的一把金钥匙。

《传播学研究方法》是在笔者数年教学讲稿基础上总结出来的。在过去的教学中,教师和学生均苦于没有一部合适的教材,由于研究方法不易教,不易学,因此,研究方法的讲授与学习对教师和学生来说都比较困难。在教学过程中,学生常常问我的一个问题便是:我应该看哪些书?为了满足学生系统学习这门课的需求,教师往往要写大量板书、复印许多相关资料,既影响了教学进度,同时,学生仍然认为这门课学得不扎实。在这种情况下,系主任段京肃教授亲自安排写作计划,使该书的完稿及顺利出版得以实现,也解决了学生没有教材上课的燃眉之急。

当然,本人深深知道,许多前辈、师长辛勤耕耘于传播学领域,并已取得骄人成绩。相比之下,本人才疏学浅,恐怕要取笑于行家。不管怎样,先有后精,是我完成本书的初衷。敬请各位学人不吝赐教,点拨指正。

该书是一本适用于新闻传播专业本科及硕士研究生学习的教材,同时也适用于相关专业的教学与科研。在介绍了有关研究方法的基本知识后,统计分析部分应用了大量的案例,一些是作者本人近年来的一些科研项目,另一些是国内外学者成熟的研究课题。这些案例的引入,有利于学生更好地理解统计知识,为他们今后实际操作或研究奠定基础。全书共分十三章,其内容与章节安排如下:第一章至第三章:研究方法的基本概念和基本的研究程序,主要介绍了研究方法的术语、概念界定以及科学研究的程度步骤;第四章至第九章:介绍各种具体的研究方法,包括问卷调查法、控制实验法、内容分析法以及人文主义的方法范式;从第十章起,用三章篇幅介绍了统计分析的相关知识,主要包括:描述分析、推论统计分析以及简单直线回归分析等。这一部分知识的学习结合上机实习进行,要求学生在设计问卷、实施的基础上,运用 SPSS 程序建立数据库,进行资料的统计处理;最后一章,介绍研究报告的撰写方法。

在计算机时代,这本书的学习是紧紧结合电脑完成的,已有教学经验表明,让学生在计算机上实际操作研究题目,会更具有刺激性和成就感,其教学效果非常明显,这也是该书在第十章简单介绍了 SPSS 操作方法的原因。

目 录

工欲善其事,必先利其器(序)	(1)
前言	(1)
第一章 总论	
第一节 传播学研究及其范式	(1)
一 传播学的历史演变	(1)
二 实证主义范式	(3)
三 人文思辨范式	(7)
第二节 传播学研究方法与其他学科的影响	(9)
一 行为科学与传播学研究	(10)
二 其他学科研究方法	(12)
第二章 传播学实证研究的基本程序	
第一节 实证研究的基本概念	(18)
一 变量语言	(19)
二 理论的构建	(23)
三 用两种逻辑体系构建理论	(25)
第二节 实证研究的基本程序	(27)
一 研究类型	(28)
二 研究的时间尺度	(29)
三 实证研究程序	(31)
第三章 概念的定义与测量	
第一节 概念化	(37)
一 概念化遵循的规则	(37)

二	概念的操作化	(39)
三	测量的信度与效度	(40)
第二节	测量层次	(45)
一	定类测量	(45)
二	定序测量	(46)
三	定距测量	(46)
四	定比测量	(47)
五	测量层次的含义	(47)
第四章	问卷设计	
第一节	问卷的类型与结构	(49)
一	问卷及其类型	(49)
二	问卷的一般结构	(50)
第二节	问卷设计	(55)
一	问卷设计的基本原则	(55)
二	问句设计	(56)
三	答案格式	(60)
四	问卷问题的数量、顺序及其试用	(64)
五	如何提高问卷设计的质量	(65)
第三节	量表	(66)
一	李克特态度量表	(67)
二	语意差异量表	(69)
三	量表的信度与效度	(71)
第五章	抽样	
第一节	抽样的基本概念	(86)
一	抽样的历史	(86)
二	抽样的基本类型	(87)
三	抽样的基本概念	(88)

第二节	概率抽样	(90)
一	概率抽样的基本原理	(90)
二	抽样过程的分布	(92)
三	概率抽样的置信水平、置信区间与样本容量	(98)
第三节	概率抽样的方法	(100)
一	简单随机抽样	(100)
二	系统抽样	(102)
三	分层抽样	(104)
四	多级抽样	(105)
五	整群抽样	(108)
六	概率抽样方法的比较	(109)
七	非比例抽样和加权	(109)
第四节	非概率抽样的方法	(110)
一	方便抽样	(111)
二	判断抽样	(111)
三	配额抽样	(112)
四	滚雪球抽样	(114)
第六章	控制实验法	
第一节	控制实验及其实质	(115)
一	控制实验的定义	(116)
二	控制实验的实质	(117)
三	控制实验的特点	(117)
第二节	控制实验的构成	(119)
一	控制实验的变量	(119)
二	控制实验的推论	(120)
第三节	控制实验的逻辑	(121)
一	古典控制实验	(122)
二	实验对象的选择	(124)

三	实验设计中的问题·····	(126)
第四节	控制实验的类型与数据分析·····	(130)
一	控制实验的类型·····	(130)
二	数据分析·····	(132)
三	实验方法的得失评价·····	(133)
第五节	传播学控制实验的研究特征·····	(134)
一	传播学控制实验研究以微观效果分析为主题·····	(134)
二	传播学五大领域研究主题的不平衡·····	(135)
三	明确的自变量与因变量·····	(136)
第七章	调查研究——问卷和访问方法	
第一节	自填式问卷调查·····	(137)
一	邮寄问卷的方法·····	(138)
二	邮寄催复信·····	(139)
三	可接受的回收率·····	(140)
四	对未回答和无效回答的处理·····	(141)
五	对邮寄问卷方法的评价·····	(142)
第二节	亲身访问调查·····	(144)
一	访员的作用·····	(144)
二	访员遵行的一般规则·····	(145)
三	对亲身访问方法的评价·····	(150)
四	访员的挑选与培训·····	(151)
第三节	电话访问·····	(152)
一	电话访问的实施·····	(153)
二	电话访问的抽样·····	(154)
三	如何选择受访者·····	(156)
四	对电话访问方法的评价·····	(161)
第八章	内容分析方法	
第一节	内容分析的定义·····	(162)

一	内容分析的历史演变	(163)
二	内容分析的定义	(164)
三	内容分析的价值	(165)
第二节	内容分析的研究程序	(168)
一	选择研究题目	(169)
二	内容分析的抽样	(171)
三	构建类目	(174)
四	编码与分析单位	(176)
五	挑选及训练编码员	(178)
第三节	信度与效度分析	(178)
一	信度分析	(179)
二	效度分析	(182)
三	内容分析的优缺点	(182)
第四节	传播学内容分析研究	(183)
一	符号化研究方法	(184)
二	批判性内容研究	(186)
第九章	定性研究方法	
第一节	定性研究方法的哲学思想	(188)
一	定量研究与定性研究的方法论	(188)
二	定性研究方法的历史起源	(190)
三	定性研究方法的逻辑	(193)
第二节	定性研究方法的研究传统	(194)
一	符号互动研究	(194)
二	批判研究	(197)
第三节	研究过程与方法	(203)
一	研究过程的不同阶段	(203)
二	参与观察法	(205)
三	深度访谈法	(207)

四	历史文献分析法	(209)
五	资料分析法	(211)
六	撰写报告	(213)
第十章 资料的整理与预处理		
第一节	整理问卷与编码	(214)
一	问卷的初步整理	(214)
二	对不合格问卷的处理	(215)
三	编码	(216)
第二节	数据录入	(223)
一	SPSS 统计软件概述	(224)
二	SPSS for windows 对环境的要求	(225)
三	软件安装方法	(225)
四	建立数据文件	(227)
第三节	数据库数据的清理	(231)
一	有效范围的清理	(232)
二	逻辑一致性清理	(234)
三	数据质量抽查	(237)
第十一章 初级统计分析		
第一节	数据简化	(238)
一	频数、频率分析	(238)
二	统计表	(240)
三	统计图	(246)
第二节	单变量描述分析	(249)
一	集中趋势测量	(250)
二	离散趋势测量	(256)
三	众数、中位数和平均数的比较	(265)
四	标准差、四分位差、极差的比较	(266)

第三节	单变量的推论统计	(267)
一	正态分布与抽样误差	(267)
二	用样本统计值估计总体参数值	(270)
第四节	假设检验	(277)
一	假设检验的基本思想	(278)
二	假设检验的基本概念	(278)
三	总体均值的假设检验	(282)
四	总体百分比的假设检验	(284)
第十二章	中级统计分析	
第一节	相关分析	(286)
一	相关关系的类型	(287)
二	交互分类表	(291)
三	卡方分析	(293)
第二节	相关强度的测量	(304)
一	ϕ 系数	(304)
二	列联系数	(306)
三	克雷蒙 V 系数	(307)
第三节	不同层次的变量的相关性测量	(307)
一	消减误差比例 (PRE)	(307)
二	定类变量间的相关性测量	(308)
三	定序变量间的相关性测量	(310)
四	定类变量(或定序变量)与定距变量相关性分析	(315)
五	定距变量或定比变量间的相关性测量	(318)
六	点双系列相关分析	(323)
七	斯皮尔曼等级相关分析	(325)
第四节	简单回归分析	(327)
一	回归分析的条件	(328)

二 建立回归方程·····	(331)
第十三章 研究报告的撰写	
第一节 研究报告的类型 ·····	(336)
一 研究报告的三种类型·····	(336)
二 撰写定性研究的研究报告·····	(337)
第二节 学术性研究报告的撰写 ·····	(338)
一 引言部分·····	(338)
二 研究方法部分·····	(340)
三 研究结果部分·····	(340)
四 其他资料部分·····	(341)
参考书目 ·····	(342)
附录	
附录 I “大众传播与少年儿童教育”调查问卷·····	(345)
附录 II 随机数表·····	(368)
附录 III 正态曲线下的面积(Z 值表)·····	(370)
附录 IV 卡方分布表·····	(371)
附录 V F 分布表·····	(373)
附录 VI 相关系数显著性的临界值·····	(376)
附录 VII t 分布表·····	(377)
后记 ·····	(378)

第一章

总 论

任何一门成熟的学科体系,是由基本理论与研究方法组成的。发端于 20 世纪初的传播学体系亦大致如此,同样包含了基本理论与方法两大部分。研究传播学的研究方法,目的是使传播学研究具有科学性,使之成为系统的方法。

第一节 传播学研究及其范式

一、传播学研究的历史演变

传播学的诞生有其特定的社会、文化、历史背景,其中,兴起于 19 世纪末 20 世纪初的各种学科为传播学的诞生和成长提供了丰厚的土壤。根据韦弗和格雷(Weaver & Gray)的观点,传播学研究的历史可分为三个时期:

第一个时期为发展时期(19 世纪初至 1930 年)。

这一时期继承了启蒙运动的思想,反映了工业革命后期形成的对知识的渴求和对教育的广博兴趣。这一时期的学术研究包括

历史学与传记学,而有关媒体的效果研究似乎没有进行。是否这一时期的人们尚未意识到媒体的重要性呢?答案是否定的。人们已经认识到了书面文字的强大力量,这一点从当局试图对报刊进行许可证管理与禁止报刊自由出版这一侧面就可以略见一斑。除此而外,李普曼、杜威、帕克、米德及萨姆纳等人撰写的有关报刊的社会角色和新闻性质的著作影响很大。只是当时的学者们没有使用今天所说的经验主义框架进行效果研究罢了。

第二个时期为过渡时期(1931年至1950年)。

这一时期传播学研究是从人文哲学领域转入社会科学领域的转型期。一方面是研究领域的扩大,关注的不仅是传播信息,还包括与传播信息紧密联系的人的反应、行为、观念及其传播与社会的关系等问题也逐渐为研究者所重视。另一方面,研究方法不再局限于人文哲学思辨,社会科学的研究方法,如心理实验法、社会调查法、观察法逐渐用于探讨传播学领域的问题,与此相应,一批非传播学领域的科学家们开始关注传播问题,像拉斯韦尔、拉扎斯菲尔德、霍夫兰、卢因等人分别从政治学、社会学、心理学的角度出发探讨传播学的问题。正是在这一时期,美国研究体系逐渐脱离了欧洲传播学研究的方向,形成自己实证或经验主义的特征。过渡时期的标志是历史诠释学、媒体内容分析以及大众传播效果研究的出现。

第三个时期是现代时期(1951年至今)。

这一时期,定量方法普遍运用于传播学效果研究之中,像电视对攻击性行为的影响,色情内容与社会犯罪之间的关系,广告对儿童的影响,政治选举中媒体的使用与效果等。可以说,这个时期美国实证学派开始和欧洲学派分野,从人文、历史的研究方法转变成实证的社会科学的方法。

把握传播学研究的历史脉络,可以清晰地理出一条主线,即哲学思想的差异以及方法规则的不同导致了传播学研究的两大范式