

<<大众传播学研究方法导论>>

图书基本信息

书名：<<大众传播学研究方法导论>>

13位ISBN编号：9787300083360

10位ISBN编号：7300083366

出版时间：2007-9

出版时间：中国人民大学出版社

作者：陈阳

页数：366

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<大众传播学研究方法导论>>

内容概要

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。

<<大众传播学研究方法导论>>

书籍目录

第一部分 大众传播研究的原理与过程 第一章 导论 第一节 为什么要学习研究方法 第二节 大众传播研究的历史发展 第三节 大众传播研究中的困难 第四节 思辨研究、规范研究和实证研究 第五节 理论研究和应用研究 第六节 全书结构 第二章 研究的基础 第一节 科学及其相关概念 第二节 科学的发展逻辑 第三节 理论及其相关概念 第三章 研究的过程 第一节 研究的过程 第二节 定量与定性研究方法 第四章 测量 第一节 测量的级别 第二节 指数和量表 第三节 测量的信度和效度 第五章 抽样 第一节 抽样的基本概念 第二节 非概率抽样 第三节 概率抽样 第二部分 定量研究方法 with 大众传播研究 第六章 调查法 第一节 大众传播研究里调查法的应用 第二节 调查法的特点和类型 第三节 问卷设计 第四节 调查的步骤和误差 第七章 实验法 第一节 大众传播研究里实验法的应用 第二节 实验法的特点和类型 第三节 实验设计 第四节 实验法的实施 第八章 内容分析法 第一节 内容分析法在大众传播研究中的应用 第二节 内容分析法的特点 第三节 内容分析的过程 第九章 分析和解释定量数据 第三部分 定性研究方法 with 大众传播研究 第十章 定性田野研究 第十一章 文本分析法 第十二章 整理和分析定性研究资料 第四部分 大众传播研究的其他问题 第十三章 现存资料分析 第十四章 研究报告的写作

<<大众传播学研究方法导论>>

编辑推荐

《大众传播学研究方法导论》在编写过程中：1.尽量吸收国内外新闻传播学的新成果，通过教材把学生带到学科的最前沿。

2.保持原教材便于自学的特点，概念清楚，知识点清晰，论述简洁明了。

本套丛书不仅可以作为新闻专业自考教材，同时适用于普通高校新闻专业学生以及新闻传播系统从业人员学习。

<<大众传播学研究方法导论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>