

<<大众媒介研究导论>>

图书基本信息

书名：<<大众媒介研究导论>>

13位ISBN编号：9787302111238

10位ISBN编号：7302111235

出版时间：2005-7

出版时间：清华大学

作者：(美)罗杰·D.维曼, 约瑟夫·R.多米尼克

页数：521

译者：金兼斌等

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>

## <<大众媒介研究导论>>

### 内容概要

这是一本经典的媒介研究方法教材。

两位作者都是资深的媒介研究者，维曼博士是一家市场研究公司的总裁和创办人；多米尼克博士则是乔治亚大学新闻和大众传播学院的教授，著述甚丰。

两位精通媒介研究的作者一个侧重业界一个基于学界，共同铸就了本书鲜明独特的风格，使得本书自出版以来风行不衰，不仅为大学新闻传播类专业的师生所青睐，也受到业界人士的重视。

本书的针对性和实用性很强，适用于传媒方向的师生、研究者和希望了解大众传媒市场的人士阅读。

## <<大众媒介研究导论>>

### 作者简介

罗杰·维曼，1976年在俄亥俄州的保令格林州立大学获得大众媒介研究方向的博士学位。他曾先后担任依荷华州梅森市的KLSS / KSMN电台销售代表，威斯康星大学讲师，密西西比大学助理教授，乔治亚大学副教授，以及亚特兰大市科克斯广播台的研究经理。作为媒介研究理论与实践结合的卓越典范，罗杰有自己的媒介调查公司即维曼研究公司。此前，他曾担任多家公司的合伙人或总裁。

## <<大众媒介研究导论>>

### 书籍目录

译者前言 作者前言 第一章 科学和研究 何谓研究? 如何开始? 大众媒介研究的发展 媒介研究和科学方法 获得知识的方法 科学方法的特点 两类研究:学术研究和商业研究 研究过程 决定选题的恰当性 提出假设或研究问题 数据分析和解释 内部效度 外部效度 展示结果 研究提供者和行业服务 小结第二章 研究要素 概念 自变量与因变量 质化与量化研究 测量的本质 测量的水平 测量量表 信度和效度 小结第三章 研究伦理 伦理和研究过程 为什么要讲伦理? 一般的伦理理论 伦理原则 具体伦理问题 小结第四章 抽样 总体和样本 概率样本和非概率样本 样本大小 抽样误差 小结第五章 质化研究方法 目标和思想 质化研究中的数据分析 实地观察 焦点小组访谈 深度访谈 案例研究 撰写质化研究报告 小结第六章 内容分析 内容分析的定义 内容分析的使用 内容分析的局限 内容分析的步骤 信度 效度 内容分析的实例 内容分析与互联网 小结第七章 调查研究 描述性调查与分析性调查 调查研究的优点与缺点 构造调查问题 问卷设计 预测试 收集调查数据 获得合理的应答率 调查研究中的一般问题 小结第八章 纵向研究 发展过程 纵向研究的类型 特殊小组设计 分析小组数据中的因果关系 在纵向研究中结合使用量化数据和质化数据 互联网上的纵向研究 实验中的纵向研究 小结第九章 实验研究第十章 统计分析入门第十一章 假设检验第十二章 基本统计方法第十三章 印刷媒介研究第十四章 电子媒介研究第十五章 广告研究第十六章 公共关系研究第十七章 媒介效果研究第十八章 大众媒介研究与互联网附录 图表术语汇总

## <<大众媒介研究导论>>

### 编辑推荐

《大众媒介研究导论》(第7版)的针对性和实用性很强,适用于传媒方向的师生、研究者和希望了解大众传媒市场的人士阅读。

<<大众媒介研究导论>>

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>