

<<内容分析法>>

图书基本信息

书名：<<内容分析法>>

13位ISBN编号：9787302238393

10位ISBN编号：7302238391

出版时间：2010-10

出版时间：清华大学

作者：(美)丹尼尔·里夫//斯蒂文·赖斯//弗雷德里克·G.菲克|译者:嵇美云

页数：248

译者：嵇美云

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>

<<内容分析法>>

内容概要

内容分析是媒介以及媒介经济研究中一种非常重要的方法，是一种对传播内容进行客观、系统和定量描述的研究方法，具有客观、方便、经济等优点。

本书是继1981年Krippendorff的经典专著《内容分析》之后又一本关于内容分析的书。

该书提供了系统全面的内容分析研究的操作指南，深入分析了内容分析中的各种常见问题，如测量、抽样、信度、效度和数据分析中的各种技术，并附以大量案例，方便初学者学习和运用。

本书逻辑清晰，言简意赅，按照内容分析的步骤顺次介绍，操作性强，具有很强的实际应用价值。

本书可以作为了解内容分析法的首选读物，是传播学、政治学和其他社会科学、行为科学研究中不可缺少的参考资料。

<<内容分析法>>

作者简介

丹尼尔·里夫，博士，美国俄亥俄大学新闻系教授，新闻与传播领域具有影响力的学者，曾连续三年担任美国新闻与传播教育协会主席，发表论文60余篇，出版著作2部。

<<内容分析法>>

书籍目录

第1章 导论

大众传播研究概要

内容分析法与大众传播效果研究

内容分析法与内容产品的语境

内容处于传播过程的“中心”

描述是内容分析法的目标之一

研究应用：内容分析法与其他方法的联合

内容分析法在其他领域中的应用

小结

第2章 内容分析法是一种社会科学工具

对各种定义的评述

量化内容分析法的定义

内容分析法作为一种研究技术的若干问题

对显性内容进行量化分析的优点

小结

第3章 内容分析的研究设计

内容分析中的概念化、目的和研究设计

好的设计与差的设计

研究设计的要素

通用的内容分析法模型

小结

第4章 测量

传播内容的形式

用单位来测量内容

将信息单位与数字联系起来

测量的步骤

小结

第5章 抽样

抽样时段

抽样技术

对媒介进行分层抽样

关于媒介抽样的一般问题

对互联网抽样

对个体传播抽样

小结

第6章 信度

信度：基本概念

概念定义与类目建构

内容分析协议

编码员的训练

编码员信度的评估

类目信度的检验

小结

第7章 效度

对效度的概念化

<<内容分析法>>

测量的信度与效度问题

测量效度的检验

外部效度与内容分析中的意义

小结

第8章 数据分析

内容分析法的入门知识

内容分析法的基本原理

描述与概括研究发现

变量之间的关系

统计的假定

小结

第9章 计算机使用

运用计算机找到并接近内容

计算机内容分析

小结

参考文献

<<内容分析法>>

章节摘录

第2章 内容分析法是一种社会科学工具 上一章, 为了对内容分析法的重要意义, 及其在各种大众传播研究应用中的具体用途进行回顾, 我们对量化内容分析下了一个初步的定义: 按照一定的规则, 将传播媒体的内容系统地分配到各个类目中, 并使用统计工具对包含在这些类目中的关系进行分析。

现在, 可以提出一个更专业的定义了。

在先前的定义中, 我们将传播内容置于中心地位。

而在一个完整的定义中, 我们还要阐述内容分析法的目的和步骤, 同时也要讨论它的构成要素。

对各种定义的评述 斯坦培 (StemPel, 2003) 对内容分析法提出了一种宽泛的见解, 他称之为“对于我们经常用的非正式性事物, 将其正式化并系统化, 这是从内容观察法中得出的结论” (P.209)。

与非正式的处理过程相比, 是什么使得量化内容分析变得更正式了呢?

韦伯的定义 (1990) 仅特别提到了“内容分析法是一种研究方法, 该方法使用一整套程序, 从而在文本中得出有效推论” (P.9)。

克里彭多夫 (KriPendorff, 1980) 在他的著作初版中, 强调了信度和效度: “内容分析法是一种研究技术, 以便从数据及其背景中得出可重复的有效推论” (P.21)。

对数据的重视度提醒读者, 量化内容分析是简化主义的, 通过抽样以及操作化程序或测量程序的实施, 将传播现象简化为便于处理的数据 (例如数字), 从中得出对传播现象的推论。

霍尔蒂 (Holsti, 1969) 在评述了6种前人的定义之后, 最终提出了一个颇具包容性的定义: “内容分析法是通过客观而系统的方法, 确定信息的特定特征, 从而能够得出推论的任意一种技巧。” (P.14)

贝雷尔森的定义 (Berelson, 1952) 是, “内容分析法是客观系统并量化地描述显性的传播内容一种研究方法” (P.18)。

该定义经常被人们引用, 它概括了这一处理过程中要客观并系统化, 以及要聚焦于内容的显性 (或外延的, 或共享的) 意义 (其反面是隐含的或潜在的“字里行间”意义) 的重要规范。

克林格的定义 (1973) 是, “内容分析法是一种研究方法, 用一种系统的、客观的、量化的方式测量变量, 对传播内容做出分析。”

不过, 克林格的定义提醒研究者们, 即便聚焦于显性的内容, 也并不意味着他们可以不需要仔细地阐述内容与内容背后的抽象理论概念之间的关系。

这是因为, 比较而言, 大多数内容分析, 仅仅简单地用于“测定各种传播现象的相对重点或出现频数” (Kerlinger.1973, P.525), 而没有推导出重要的理论概念。

克林格 (1973) 认为, 内容分析法在概念上类似于态度测量中使用“纸和铅笔”的量表, 这种类比与我们在本书第1章中强调的将传播内容看作是一个非干扰性和非反应性的指示器是一致的。

根据克林格 (1973) 的说法, 内容分析法应当被视为“一种观察法”, 近似于观察人们的行为或“要求他们填答量表”, 不同点在于调查者“要向传播内容提出问题” (P.525)。

.....

<<内容分析法>>

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>