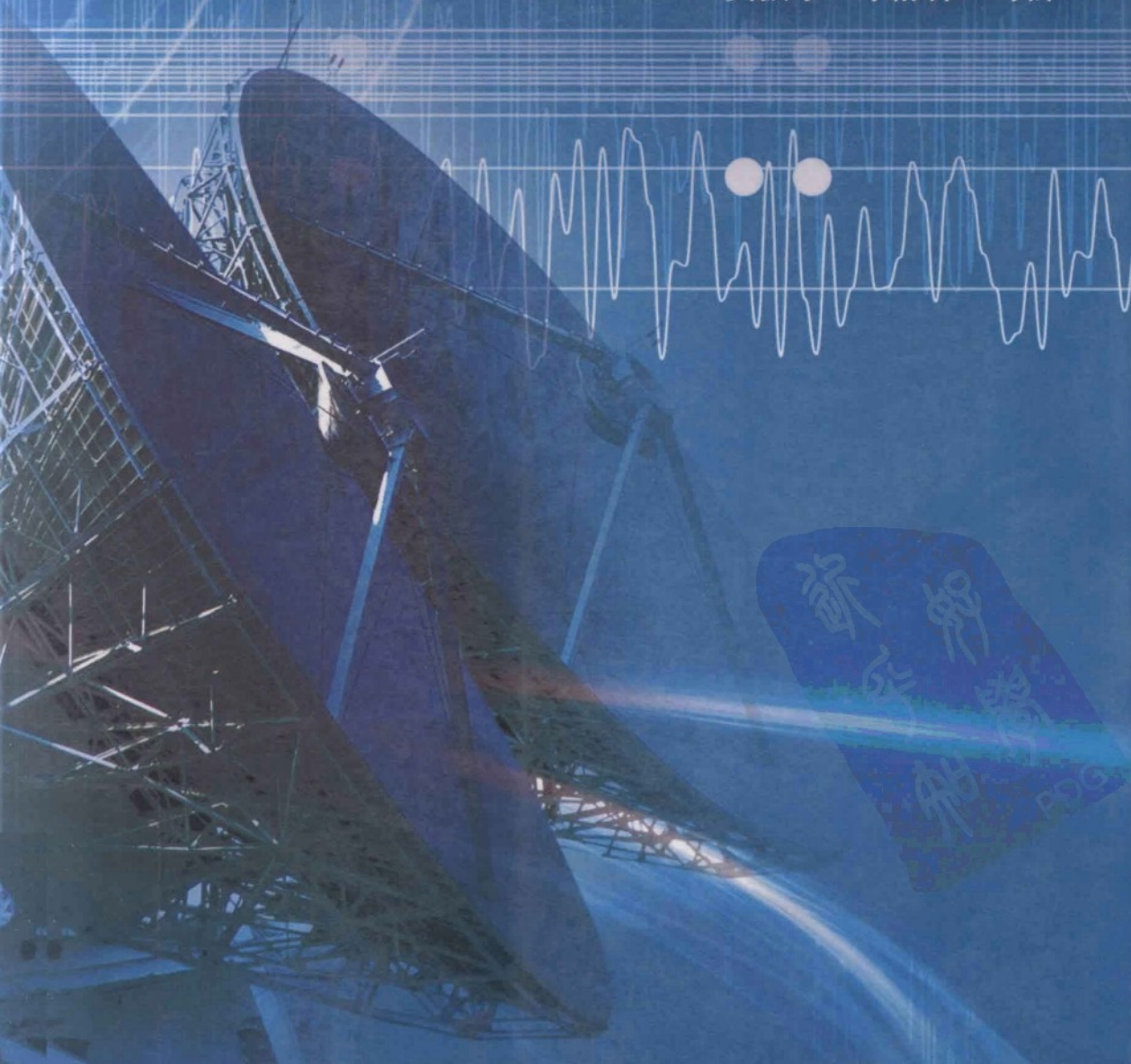


大眾媒體研究導論

**Mass Media Research:
An Introduction, 8th edition**

Roger D. Wimmer · Joseph R. Dominick 著

黃振家 · 宗靜萍 等譯



本書作者Wimmer與Dominick因學術訓練紮實與實務經驗豐厚，並相當熟稔當代媒體專業人員的研究技術，使得本書成為傳播研究方法領域當中最暢銷書。

延續2002年版本的架構，本書涵蓋質化、內容分析、調查、縱斷式分析與實驗法等主要研究取向。並且為了更符合讀者需求做了大幅調整：

- 合併章節：將原本研究程序章節，併入科學與研究章節中。
- 擴展章節：將原本廣告與公共關係研究，各自分立成為專章。
- 刪減章節：將原本媒介效果研究章節刪除。
- 簡化附錄：將原本附錄中豐富多樣的研究程序說明全數刪除，只保留供查詢統計表格。
- 更新內容：將章節內容相關案例與數據大幅更新，以因應時代需求。

本書是一本好的教科書及工具書，是許多傳播科系研究方法相關課程的指定用書，本書中譯本在臺灣發行，相信能降低學生受限於語言的閱讀障礙，增進學習效率，提高研究興趣。



學富文化事業有限公司

地址：北市大安區新生南路三段60巷9號

電話：02-2362-0918 傳真：02-2362-2701

THOMSON
★

For your learning solutions:
www.thomsonlearningasia.com

ISBN 978-986-6775-10-9



9 789866 775109

大眾媒體研究導論

Mass Media Research: An Introduction, 8th edition

Roger D. Wimmer • Joseph R. Dominick 著

黃振家 • 宗靜萍 等譯

THOMSON
TM

大眾媒體研究導論 / Roger D. Wimmer, Joseph
R. Dominick 著 ; 黃振家譯. -- 初版. -- 臺
北市 : 湯姆生, 2007.09
面 ; 公分
譯自 : Mass Media Research : An Introduction, 8th ed.
ISBN 978-986-6775-10-9 (平裝)

1. 大眾傳播 2. 媒體 3. 研究方法

541.83031

96014188

大眾媒體研究導論

©2008 年, 新加坡商亞洲湯姆生國際出版有限公司版權所有。本書所有內容,
未經本公司事前書面授權, 不得以任何方式 (包括儲存於資料庫或任何存取系
統內) 作全部或局部之翻印、仿製或轉載。

Original: Mass Media Research : An Introduction, 8th ed.

By Wimmer, Roger D. · Dominick, Joseph R.

ISBN: 9780534647186

Copyright ©2006 by Wadsworth, a division of Thomson Learning, Inc.

The Thomson Learning TM is a trademark used herein under license.

All rights reserved.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 PHW 2 0 0 9 8 7

出 版 商 新加坡商湯姆生亞洲私人有限公司台灣分公司
10349 臺北市鄭州路 87 號 9 樓之 1
<http://www.thomsonlearning.com.tw>
電話 : (02)2558-0569 傳真 : (02)2558-0360

原 著 Roger D. Wimmer · Joseph R. Dominick

譯 者 黃振家 · 宗靜萍 等

企劃編輯 邱筱薇

執行編輯 吳曉芳

編務管理 謝惠婷

總 經 銷 學富文化事業有限公司
北市大安區 106 新生南路三段 60 巷 9 號
電話 : 02-2362-0918
傳真 : 02-2362-2701
e-mail : proedp@ms34.hinet.net

定 價 630 元

出版日期 西元 2007 年 9 月 初版一刷

ISBN 978-986-6775-10-9

譯序

.....

就一般研究方法的思考，抽象的規則通常都是沒什麼用的。需要告訴年輕人：腦子要活，意志要堅定！

——Santiago Ramón y Cajal

現代解剖學與神經生理學之父

一本好書，往往從作者本身的學經歷，就可以看出內容的深度與廣度。

Roger D. Wimmer (Bowling Green State University博士)，是Wimmer研究公司（位居Colorado州Denver市的綜合媒體研究公司）的創辦人；Joseph R. Dominick (Michigan State University博士)，現今是Georgia大學新聞與大眾傳播學院教授，其著作甚多並且發表許多文章在傳播、媒體、廣告與研究等期刊上。

由於學術訓練紮實與實務經驗豐厚，Wimmer與Dominick相當熟稔當代媒體專業人員的研究技術，因此，也使得本書成為傳播研究領域當中，研究方法之最暢銷書。從Wimmer與Dominick以科學與研究、研究倫理作為本書的開始，即可見兩位作者的功力，再加上他們嘗試以具實用性的概要與最少的技術名詞，將統計與研究方法說清楚講明白，使得本書相當適合作為研究方法的教學題材；同時在屬於2006年第八版的本書當中，則延續2002年第七版的架構，涵蓋質化、內容分析、調查、縱斷式分析與實驗法等每個主要研究取向。

另一方面，在本書第三部分資料分析等章節當中，清楚地描述基本統計程式，此外，Wimmer與Dominick在本書當中，也特別安排五個應用性質章節，希冀讀者能夠將學習成果有效地應用技術在印刷媒介、電子媒介、廣告研究與公共關係研究上，並且鼓勵讀者使用網際網路進行研究。



有別於2002年第七版，本書內容已做大幅調整：

- 合併章節：將原本研究程序章節，併入科學與研究章節中。
- 擴展章節：將原本廣告與公共關係研究，各自分立成為專章。
- 刪減章節：將原本媒介效果研究章節刪除。
- 簡化附錄：將原本附錄中豐富多樣的研究程序說明全數刪除，只保留供查詢統計表格。
- 更新內容：將章節內容相關案例與數據大幅更新，以因應時代需求。

《大眾媒體研究導論》是一本好的教科書，也是一本好的工具書。而關於這樣的一本書，其實早已經是臺灣地區許多傳播科系研究方法相關課程的指定用書，而本書能夠以中譯本在臺灣發行，相信更能降低學生受限於語言的閱讀障礙，增進學習效率，提高研究興趣。

本書中譯本初稿，主要由幾位對研究方法充滿熱情且學有專精的譯者所共同完成，為突顯他們對本書的貢獻，特在此陳述初始各自翻譯的篇幅，本書的第一章至第七章主要由宗靜萍所負責；第九章、第十三章、第十四章、第十五章、第十六章由林妙容所負責；第十二章則由吳蕙芬所負責；第十七章由錢俊豪所負責；至於第八章、第十章、第十一章則由本人所負責；由於本書版本一再更新，且許多章節大幅更動，相關內容艱辛的增刪、案例的更新與論述用語等統整工作則由本人完成。

本書得以出版必須感謝曾姿綺、林婉菁、李筱慧、徐雅慧等淡江大學大眾傳播學系碩士班研究生協助進行相關初稿資料整理與案例更新，魏芷玲、陳珮嘉兩位小姐協助進行校閱工作。也必須感謝Thomson公司的邱筱薇小姐對此譯作的包容，吳曉芳小姐在編務上的認真與用心，相信我們的努力，你們會看見！

黃振家

於淡江大學文學館

原序

請參閱此原序中的資訊，能幫你們從本書中獲得更有效益的知識。

生活中的事物變化無常，我們很難保存住每一次的改變。當我們撰寫此書的第五或六版時，網際網路尚未出現；而現今網際網路已經成為所有人學習任何事物時最好的資訊來源。

身為大眾媒介的教師與專業的研究者，我們希望盡可能提供你們最詳盡且最符合當代情況的資訊，但是由於大眾媒體研究瞬息萬變，我們的希望成了相當困難的任務，所以我們就盡可能的找出和本書議題相關的最新資訊。

因此，我們在本書中提供許多網站的搜尋來幫助你們找到更多與書中議題相關的資訊，當你們使用這些網站時，會發現我們建議搜尋的事物有經過特殊的安排，當我們提到請搜尋某事物時，若按照建議就會得到很多有益的資訊，但若跳過建議搜尋的部分也無妨。

書中網路搜尋的部分（我們以Google進行搜尋）以斜體字呈現，當我們建議搜尋時，斜體字呈現的就是需搜尋的部分，若是搜尋字句有加上引號，請搜尋時也附上引號，能幫助刪除不必要的搜尋結果。例如我們建議你搜尋與本書相關的資訊時請輸入「大眾媒體研究」Wimmer Dominick（“*Mass media research*” Wimmer Dominick），則請你上網搜尋時輸入建議中包括引號的關鍵詞。

如果你是使用網路搜尋引擎的新手，請上本書網站www.wimmerdominick.com中參閱“Readings”，此項目中有介紹搜尋引擎使用相關的文章。

研究與組織

如同先前的七個版本，我們的目標是對從事專業大眾媒體研究的目標、步驟及有益資訊進行概述，另外我們也運用許多實際的例子，希望幫助你們不畏研究並理解其所具的無限價值。

本書分為四個部分，第一部分我們以大眾傳播研究概述作為開端，講解要素、道德與抽樣等。第二部分則探討研究領域的主要典範如質化研究、內容分析、調查研究、縱貫研究與實驗研究。第三部分我們則進行資料分析的部分，對統計與假設驗證進行討論。第四部分則是研究應用的例子，包括印刷媒介、電子媒介、廣告、公關、媒介效果、大眾傳播研究與網路的應用。

特色

我們很高興能收到數以百計的授課教授回應，希望你們會發現此版本是我們持續改善先前版本缺點後最好的教學材料，本書提供了許多補充資訊並增進了觀念的理解與學習。

此版本新增處

我們依照許多使用過本書的老師、學生與媒介專業人員的建議修改後產生本版本，所有的章節都進行過更新，有些章節也照一些使用者建議重新編排；此外，此書中刪除先前版本的「媒介效果研究」，本書將其內容更新後放在本書網站上。

補充資訊

我們成立本書的網站（www.wimmerdominick.com），幫助你們能持續接觸大眾媒介研究的改變。使用者在網站中能發現補充的參考資料、與書中議題相關的文章，與操作錯誤的抽樣等。我們會時時更新最新資訊，所以請常常瀏覽本書網站，若你們對於本站的補充資訊有任何建議，請與我們聯絡。

另外也請上Book Companion Site（<http://communication.wadsworth.com>）來查詢名詞解釋、教學閃視卡片、連結文字（字謎遊戲）、網路行為和InfoTrac®學院版本的問題。

讀者回應

如同在先前七個版本中所陳述：如果你發現本書內文或網站內容有嚴重的問題，請與我們其中一人聯繫，我們將會為此問題踏實地互相責難，並且樂於提供給你對方家裡的電話號碼（或是e-mail）。希望你能從本書及網路找到樂趣，大眾媒體研究領域仍舊是個美好的居所！

Roger Wimmer

Denver, Colorado

roger@rogerwimmer.com

www.rogerwimmer.com

Joseph Dominick

Athens, Georgia

joedom@uga.edu

歡迎
光臨
PDE

目錄

譯序 i

原序 iii

第一部分 研究程序

第一章 科學與研究 1

介紹 2

什麼是研究 3

著手進行 7

大眾媒介研究的發展 9

媒介研究與科學方法 12

認識方法 13

科學方法的特色 14

兩種研究部門：學術的與商業的 19

研究步驟 21

決定相關主題 28

陳述假設或研究問題 33

資料分析與解釋 34

內在效度 35

外在效度 40

結果呈現 41

調查代理機構與外勤服務機構 42

摘要 47

網路資訊 49

思考題 49

參考文獻與建議讀物 50

第二章 研究要素 53

概念與構念 54

自變數與應變數	55
質化研究與量化研究	60
測量的本質	62
測量尺度	63
量表	67
信度與效度	72
摘要	77
網路資訊	78
思考題	78
參考文獻與建議讀物	79

第三章	研究道德	81
	道德與研究過程	82
	為何需要道德	83
	一般的道德理論	83
	道德準則	85
	特殊的道德問題	87
	道德與網路線上研究	99
	摘要	103
	網路資訊	103
	思考題	104
	參考文獻與建議讀物	104

第四章	抽樣	106
	母體與樣本	107
	機率與非機率樣本	109
	樣本數量	121
	抽樣誤差	123
	摘要	132
	網路資訊	132
	思考題	133
	參考文獻與建議讀物	133

第二部分 研究方法

- 第五章 質化研究方法 134**
- 目標與哲學 135
 - 質化研究的資料分析 139
 - 實地觀察法 144
 - 焦點團體法 154
 - 深度訪談法 161
 - 個案研究 163
 - 民族誌法 168
 - 質化研究報告寫作 172
 - 摘要 174
 - 網路資訊 175
 - 思考題 175
 - 參考文獻與建議讀物 176

- 第六章 內容分析 179**
- 內容分析的定義 180
 - 內容分析的使用 182
 - 內容分析的限制 184
 - 內容分析的步驟 185
 - 信度 199
 - 效度 205
 - 內容分析的例子 206
 - 內容分析與網路 206
 - 摘要 208
 - 網路資訊 208
 - 思考題 209
 - 參考文獻與建議讀物 209

第七章	調查研究	213
	描述性與分析性調查	214
	調查研究的優點與缺點	215
	建構問卷	216
	問卷設計	228
	前測	235
	蒐集調查資料	236
	達到合理的回收率	250
	調查研究的一般性問題	251
	摘要	253
	網路資訊	254
	思考題	254
	參考文獻與建議讀物	255

第八章	縱貫研究	257
	發展	258
	縱貫研究的類型	259
	固定連續樣本研究	266
	特殊固定連續樣本研究設計	271
	分析固定連續樣本研究資料中的因果關係	273
	在縱貫研究中結合量化與質化資料	275
	網際網路上的縱貫研究	276
	縱貫實驗設計	277
	摘要	278
	網路資訊	278
	思考題	278
	參考文獻與建議讀物	279

第九章	實驗研究	282
	實驗室研究的優點與缺點	283
	執行實驗研究	285

控制混淆變數	288
實驗設計	291
實地實驗	300
線上實驗	307
摘要	309
網路資訊	310
思考題	310
參考文獻與建議讀物	311

第三部分 資料分析

第十章 統計導論	313
描述性統計	314
樣本分布	332
資料轉換	338
摘要	339
網路資訊	339
思考題	340
參考文獻與建議讀物	341

第十一章 假設驗證	342
研究問題與假設	343
為統計顯著性檢驗假設	348
摘要	357
網路資訊	358
思考題	358
參考文獻與建議讀物	359

第十二章 基本統計程序	360
小樣本統計的歷史	361
非參數統計	362

- 參數統計 369
- 摘要 392
- 網路資訊 392
- 思考題 392
- 參考文獻與建議讀物 393

第四部分 應用研究

- 第十三章 印刷媒介研究 395**
 - 背景 396
 - 印刷媒介研究的類型 398
 - 印刷媒介研究與網路 413
 - 摘要 414
 - 網路資訊 415
 - 思考題 415
 - 參考文獻與建議讀物 415

- 第十四章 電子媒介研究 420**
 - 背景 421
 - 收視／聽率研究 422
 - 非收視／聽率研究 445
 - 摘要 456
 - 網路資訊 456
 - 思考題 457
 - 參考文獻與建議讀物 458

- 第十五章 廣告研究 459**
 - 廣告文案測試 460
 - 媒體研究 471
 - 廣告活動評估研究 481
 - 廣告活動質化研究技巧 483

- 摘要 488
- 網路資訊 488
- 思考題 489
- 參考文獻與建議讀物 489

第十六章 公共關係研究 491

- 公共關係研究的類型 492
- 公共關係研究的過程 493
- 摘要 506
- 網路資訊 507
- 思考題 507
- 參考文獻與建議讀物 507

第十七章 大眾傳播研究和網際網路 510

- 網際網路簡史 512
- 研究與網際網路的背景 513
- 網路資料蒐集的方法 514
- 常見問題 516
- 網路研究的優點 522
- 網路研究的缺點 524
- 網路研究的實際與道德考量 526
- 網路研究的願景 527
- 網路研究公司 528
- 摘要 530
- 網路資訊 530
- 思考題 530
- 參考文獻與建議讀物 531

附錄 統計表 532

名詞解釋 546

科學與研究

- 介紹
- 什麼是研究
- 著手進行
- 大眾媒介研究的發展
- 媒介研究與科學方法
- 認識方法
- 科學方法的特色
- 兩種研究部門：學術的與商業的
- 研究步驟
- 決定相關主題
- 陳述假設或研究問題
- 資料分析與解釋
- 內在效度
- 外在效度
- 結果呈現
- 調查代理機構與外勤服務機構
- 摘要
- 網路資訊
- 思考題
- 參考文獻與建議讀物