Περιεχομενα

Προλογος xi

ΜΕΡΟΣ I **Η Διαδικασια της Ερευνας**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 **Επιστημη και Ερευνα** 3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 **Στοιχεια της Ερευνας** 53

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 **Δεοντολογια της Ερευνας** 79

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 **Δειγματοληψια** 103

ΜΕΡΟΣ II **Ερευνητικες Προσεγγισεις**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 **Ποιοτικες Μεθοδοι Ερευνας** 131

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 **Αναλυση Περιεχομενου** 173

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 **Δημοσκοπικη Ερευνα** 205

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 **Διαχρονικη Ερευνα** 241

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 **Πειραματικη Ερευνα** 263

ΜΕΡΟΣ III **Αναλυση Δεδομενων**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 **Εισαγωγη στη Στατιστικη** 293

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11 **Ελεγχος Υποθεσεων** 317

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12 **Βασικες Στατιστικες Διαδικασιες** 333

ΜΕΡΟΣ IV **Ερευνητικες Εφαρμογες**

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13 **Η Ερευνα στα Εντυπα Μεσα Μαζικης Επικοινωνιας** 361

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 14 **Η Ερευνα στα Ηλεκτρονικα Μεσα Μαζικης Επικοινωνιας** 383

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 15 **Η Ερευνα στη Διαφημιση** 415

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 16 **Η Ερευνα στις Δημοσιες Σχεσεις** 443

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 17 **Η Ερευνα στα Μεσα Μαζικης Επικοινωνιας και το Διαδικτυο** 461

Παραρτημα 479

0 i-xvi_arxika_Layout 3 9/6/15 10:07 π.μ. Page xi

Προλογος

Παρακαλούμε διαβάστε αυτό το εισαγωγικό σημείωμα. Όσα αναφέρονται εδώ θα σας βοηθήσουν να κατανοήσετε περισσότερο τις έννοιες που παρουσιάζονται στο βιβλίο.

Τα πράγματα μεταβάλλονται συνεχώς σε κάθε τομέα της ζωής και μερικές φορές είναι δύσκολο να παρακολουθήσει κανείς όλες τις αλλαγές. Στις πρώτες πέντε ή έξι εκδόσεις αυτού του βιβλίου δεν υπήρχε Διαδίκτυο. Ευτυχώς, σήμερα υπάρχει και έχει εξελιχθεί σε μία από τις καλύτερες πηγές πληροφοριών για όσους ενδιαφέρονται να μάθουν.

Ως καθηγητές και ερευνητές των μέσων μαζικής επικοινωνίας θέλουμε να σας παρέχουμε την πλέον λεπτομερή και σύγχρονη πληροφόρηση. Αυτό είναι δύσκολο όταν έχουμε να κάνουμε με ένα εγχειρίδιο, δεδομένου ότι οι αλλαγές στην έρευνα των μέσων μαζικής επικοινωνίας είναι ταχύτατες. Η καλύτερη εναλλακτική λύση είναι να σας μάθουμε πώς να βρίσκετε τις πιο πρόσφατες πληροφορίες για τα θέματα που συζητιούνται στο παρόν βιβλίο.

Γι' αυτό σε όλο το κείμενο παρέχουμε έναν μεγάλο αριθμό όρων και στοιχείων αναζήτησης προκειμένου να βρείτε στο Διαδίκτυο περισσότερες πληροφορίες για τα θέματα που εξετάζονται στο βιβλίο. Παρακαλούμε αξιοποιήστε τις προτάσεις μας. Θα δείτε ότι χρησιμοποιούμε μια συγκεκριμένη μορφή για τις αναζητήσεις. Εισαγάγετε τη λέξη-κλειδί που σημειώνουμε και, αν το επιθυμείτε, προχωρήστε περισσότερο την αναζήτησή σας.

Η μορφή με την οποία πραγματοποιούμε τις αναζητήσεις στο Διαδίκτυο (επί τη ευκαιρία, χρησιμοποιούμε το *Google*) σημειώνεται με πλάγιους χαρακτήρες. Κάθε φορά δηλαδή που προτείνουμε μια αναζήτηση στο Διαδίκτυο, αυτή εμφανίζεται με πλάγιους χαρακτήρες. Αν δείτε ότι υπάρχουν εισαγωγικά στις λέξεις, να τα συμπεριλάβετε κι αυτά επειδή είναι σημαντικά: εξειδικεύουν αυτό που αναζητάτε και εξαλείφουν τις άχρηστες πληροφορίες. Για παράδειγμα, αν σας συνιστούμε να ψάξετε στο Διαδίκτυο περισσότερες πληροφορίες σχετικά με αυτό το κείμενο και σημειώνουμε *"Mass media research" Wimmer Dominick* (*«Έρευνα στα μέσα μαζικής επικοινωνίας» Wimmer Dominick*), τότε να γράψετε ακριβώς αυτό, συμπεριλαμβανομένων των εισαγωγικών.

Εάν δεν έχετε εμπειρία στη χρήση των μηχανών αναζήτησης του Διαδικτύου, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα μας *www.wimmerdominick.com* και διαβάστε το άρθρο σχετικά με τη χρήση μηχανών αναζήτησης στην ενότητα "Readings".

0 i-xvi_arxika_Layout 3 9/6/15 10:07 π.μ. Page xii

Προσέγγιση και οργάνωση

Όπως και στις προηγούμενες επτά εκδόσεις του βιβλίου, πρόθεσή μας είναι και πάλι να σας παράσχουμε τα εργαλεία που χρειάζεστε για να πραγματοποιήσετε επαγγελματικά τις έρευνες που θέλετε μέσω απλοποιημένων επεξηγήσεων των στόχων, των διαδικασιών και των τρόπων χρήσης των πληροφοριών στην έρευνα. Θέλουμε να σας κάνουμε να αισθανθείτε άνετα με τη διεξαγωγή ερευνών και να αναγνωρίσετε την ανεκτίμητη αξία τους. Γι' αυτό χρησιμοποιούμε πολλά παραδείγματα προκειμένου να καταδείξουμε τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζεται η έρευνα στον κόσμο σήμερα.

Το βιβλίο χωρίζεται σε τέσσερα μέρη. Στο πρώτο μέρος γίνεται μια επισκόπηση των ερευνών στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, συμπεριλαμβανομένων των προβλημάτων, της δεοντολογίας και της δειγματοληψίας. Στο δεύτερο μέρος εξετάζονται οι κυριότερες ερευνητικές προσεγγίσεις, μαζί και η ποιοτική μεθοδολογία, η ανάλυση περιεχομένου, η δημοσκοπική έρευνα, η διαχρονική έρευνα και η πειραματική έρευνα. Στο τρίτο μέρος υπάρχει μια ενότητα αφιερωμένη στην ανάλυση δεδομένων, που καλύπτει επίσης τις στατιστικές μεθόδους και τον έλεγχο υποθέσεων. Το τέταρτο μέρος, με το οποίο και ολοκληρώνεται το βιβλίο, περιλαμβάνει μια μακρόπνοη ενότητα για τις εφαρμογές της έρευνας, συμπεριλαμβανομένων των ερευνών στα έντυπα μέσα, στα ηλεκτρονικά μέσα, στη διαφήμιση και στις δημόσιες σχέσεις, αλλά και της έρευνας των μέσων μαζικής ενημέρωσης και το Διαδίκτυο.

Χαρακτηριστικά

Είμαστε ευγνώμονες για την ανατροφοδότηση την οποία μας παρείχαν εκατοντάδες καθηγητές που διδάσκουν το μάθημα. Θα διαπιστώσετε ότι η έκδοση αυτή πέτυχε μια καλύτερη παρουσίαση των θεμάτων βασισμένη στις συνεχείς βελτιώσεις που έγιναν σε κάθε έκδοση. Το κείμενο περιλαμβάνει πολλές πρόσθετες πληροφορίες προκειμένου να ενισχύσει την εκμάθηση και την κατανόηση των εννοιών.

Τα νέα στοιχεία στην παρούσα έκδοση

Σε αυτή την έκδοση έχουμε κάνει πολλές αλλαγές με βάση τις παρατηρήσεις των διδασκόντων, των σπουδαστών και των επαγγελματιών των ΜΜΕ που χρησιμοποίησαν το βιβλίο μας. Όλα τα κεφάλαια έχουν εκσυγχρονιστεί και ορισμένα έχουν αναδομηθεί πλήρως προκειμένου να ανταποκριθούν στα αιτήματα των αναγνωστών. Επιπλέον, στις προηγούμενες επτά εκδόσεις περιλαμβάναμε ένα κεφάλαιο με τίτλο «Έρευνα για τις επιπτώσεις των μέσων». Αυτό το κεφάλαιο δεν υπάρχει πλέον εδώ. Αντ' αυτού, το έχουμε επικαιροποιήσει και το μεταφέραμε στην ιστοσελίδα του βιβλίου.

Πρόσθετη πληροφόρηση

Για να σας βοηθήσουμε να παρακολουθείτε τις αλλαγές που συντελούνται στην έρευνα των μέσων μαζικής επικοινωνίας, δημιουργήσαμε μια ιστοσελίδα για το βιβλίο (www.wimmerdominick.com). Σε αυτήν θα βρείτε περαιτέρω αναφορές, άρθρα που επεξεργάζονται αναλυτικότερα κάποια θέματα του βιβλίου,

0 i-xvi_arxika_Layout 3 9/6/15 10:07 π.μ. Page xiii

έναν τύπο για τον αυτόματο υπολογισμό των δειγματοληπτικών σφαλμάτων και πολλά άλλα. Ενημερώνουμε την ιστοσελίδα όποτε βρίσκουμε κάτι ενδιαφέρον για τους ερευνητές των μέσων μαζικής επικοινωνίας, γι' αυτό να την επισκέπτεστε συχνά. Αν έχετε προτάσεις για την προσθήκη και άλλου σχετικού υλικού, παρακαλούμε επικοινωνήστε με έναν από εμάς.

Αν θέλετε, επίσης, επισκεφθείτε την ιστοσελίδα *academic.cengage.com/masscomm/wimmer/massmediaresearch8e* (Book Companion), όπου θα βρείτε ευρετήριο όρων, συνοπτικές παρουσιάσεις, διαδικτυακές δραστηριότητες και θέματα που περιλαμβάνονται στο InfoTrac® College Edition.

Όπως έχουμε δηλώσει και στις προηγούμενες εκδόσεις, αν συναντήσετε κάποιο σοβαρό πρόβλημα στο κείμενο ή στην ιστοσελίδα, παρακαλούμε επικοινωνήστε με έναν από εμάς. Ο καθένας μας θα επιρρίψει αμέσως στον άλλο την ευθύνη για το πρόβλημα και θα χαρεί ιδιαίτερα να σας δώσει τον αριθμό τηλεφώνου του σπιτιού του (ή θα του προωθήσει κάθε e-mail σας)! Σας ευχόμαστε να απολαύσετε το βιβλίο και την ιστοσελίδα. Η έρευνα των μέσων μαζικής επικοινωνίας αποτελεί ένα εξαιρετικό πεδίο ενασχόλησης.

Roger Wimmer
Denver, Colorado
roger@rogerwimmer.com
www.rogerwimmer.com

Joseph Dominick
Athens, Georgia
joedom@uga.edu