第三章　研究方法

第一節 質性研究取向

質性研究是在現象學的基本取向下所以衍生的研究方法，而「現象學的目的在於研究經驗(expericnce)，從而揭露經驗的本質(essences)，以及隱藏在經驗裡面的理性(reason)」（Pivcevic, 1986，轉引自廖仁義，1986，頁 1），因此質性研究也非常注意由經驗而來的本質和理性。

在質性研究中，問問題時搜集的回答是句子不是數字，搜集的資料是故事不是數據，研究進行所觀察記錄的是筆記式的事件描述，而非單純的行為反應。質性研究者所重視的是掌握並設法理解當事者主觀的意義及其建構，且認為任何社會真實的追求皆須奠基於生活其中的人們之主觀經驗。以下將簡述質性研究所具備的基本特性（Neuman, 1997, p.331-335，轉引自潘淑滿，2003，頁 21-24）：

一、　重視社會脈絡：所謂社會脈絡是指那些包圍著質性研究者研究焦點的情境，質性研究強調從社會脈絡來瞭解社會世界的重要性，認為任何社會行動都必須被擺在其生活情境脈絡中解讀，才能瞭解其真正的社會意義。

二、　個案研究的價值：個案不一定指的是單一個案，而是指少數

具有特殊性或代表性之個案，質性研究善用個案研究的方式進行多元、豐富、廣泛的資料收集。

三、 研究者的誠實、正直：量化研究常質疑質性研究的客觀性與公正性，不過對質性研究來而言，在研究過程，研究者本身就會有很多機會會影響研究結果，因此研究者本身的正直性往往會影響到研究之結果。

四、 以建構理論為目標：質性研究是運用歸納邏輯的觀點於研究過程中，質性研究針對研究現象進行深入的資料收集，再經由資料詮釋過程讓資料與理論進行對話關係，研究者以開放、無預設立場，深入解讀資料背後所隱含的意義，而理論就是在資料分析的過程中，透過歸納、比較、對照與分類過程被建構出來的。

五、 過程和時間順序：時間的流轉必須被整合為質性研究的一部份，質性研究者重視事件發生的先後順序，從事件發生的先後順序，偵測行為發生之過程與行為之先後關係。

六、 意義的詮釋：研究者對於資料的詮釋是站在被研究者的立場，瞭解被研究者如何看待世界、如何界定現象與情境、情境或事件對被研究者的意義為何；藉由被研究對象主觀的意識、價值，賦予研究資料意義。

質性研究認為真實是完整且不可分割的，其中的各部分環環相扣，互相影響，尤其是現象中的各個部分皆為不可分割，在進行研究時，必須將整體情境脈絡列入考慮，才能充分瞭解完整且複雜的真實，且進一步認為研究者與被研究者或現象之間是互相影響且密不可分的，研究者的角色必然會影響雙方的關係與互動模式，進而影響被研究者提供資料之意願，與研究者進行詮釋及瞭解的程度，也就是說研究者在整個研究過程中，包括了研究主題、理論觀點、典範架構、甚至於搜集、分析資料的方式都不可能是價值中立的。

在資料類推方面，與量化研究取向有著不同目的，質性研究並不企圖發展可超越時空情境因素之類推通則，而強調的是情境之特殊性，研究者的詮釋是獨特而受限於特定之情境，也就是說研究結果無法通則化、不做過份的類推，最後在因果關係的推論上質性研究假設個體或部分之間的關係是互動的，也就是說彼此互為因果同時存在且互相影響，所以研究者甚難斷定何者為因、何者為果，因此質性研究是強調對互動過程之描述與瞭解，而非試圖說明某現象之原因。

從上述的論述中可以知道，根據本研究目的，想要瞭解喜愛 Chrome hearts 的消費者，以及從其眼中所看到的世界和意義，故採取質性研究是較為合適且能符合研究目的之方式。

第二節 研究設計

壹、研究取向

一般來說質性研究的研究設計類型有三：互動取向、批判取向、建構取向。

一、互動取向

互動取向的研究設計內涵必須重視互動的概念，所謂的互動不只是意味著研究過程的互動，同時也意味著研究者與研究場域及研究問題的互動，就是將研究設計過程中的各個要素做彈性的安排，整個研究過程包括五個要素，分別是目的、概念性情境、研究問題、方法、效度。

二、批判取向

批判取向基本上是反對價值中立(value freedom)的立場，認為既然科學是由人類心理意象建構而成，所以在研究過程中是不可能出現所謂價值中立的情形，其最大的特色莫過於強調研究者在整個過程中必須與被研究者保持密切互動與對話。

三、建構取向

建構取向相信社會事實僅僅存在人類想像建構的架構中，而理

論僅是提供窺探與理解社會事實的一扇窗而已，故建構主義關心的焦點著重於如何幫助人類維持既有的文化生活，從不斷的互動與溝通過程尋求生活的意義，既然社會事實僅能存在被研究者的心理意象之中，那麼主觀了解就變成研究者可以理解被研究者心理狀態的唯一方式了。在整個研究設計的過程中需注意四個層次的問題：一、建立研究者的角色；二、發展有用及有效的資料收集方式；三、研究者的主觀了解與客觀資料的建構；四、分析資料和發展學說。

本研究著重於了解 Chrome hearts 與消費者所建立的關係，以及 Chrome hearts 對消費者的意義為何，從以上論述中可知，建構取向欲從主觀了解來理解被研究者的心理狀態，因此本研究將採建構取向，以品牌關係理論為切入視角、現象學的哲學基礎，還原這群消費者眼中所見的 Chrome hearts，企圖去瞭解消費者與 Chrome hearts 所形成的關係其內容為何，以及關係形成的可能原因有哪些？並試圖去找出與 Chrome hearts 形成關係的過程概念表或概念圖。

貳、樣本來源

因研究者生活周遭並沒有會購買且喜愛 Chrome hearts 的受訪者，故在抽樣策略上唯有從網路上找尋訪談對象，以擁有 Chrome hearts 產品的人為訪談對象，所能接觸到的數位喜好 Chrome hearts

的網友，其工作背景都不一樣，年齡大約在 20 到 35 之間，樣本數為 5 人。

參、資料收集

一、收集方式的選擇

質性研究資料收集的方式有三：觀察、訪談、文本三種方式。資料收集的方式取決於研究目的、研究題目、研究對象、可執行研究的領域範疇等，而本研究因消費者購買 Chrome hearts 的行為頻率低、且甚難與被研究者一同生活，所以觀察法並不適用，不過在經過深度訪談之後，可與受訪者建立進一步良好的人際關係，在取得快速、方便的聯絡方式，即 MSN Messenger ID，研究者可進一步從平日的對話中瞭解在受訪者的生活中 Chrome hearts 所扮演的角色。

文本資料的分析來源有二：銀飾雜誌與網路討論區，但銀飾雜誌皆為日文，在實際分析上有文字障礙的困難，且雜誌的出版是以營利為目的，除了介紹新商品及其生產製作的源由外，雜誌大部分內容背後的目的是欲說服消費者進行購買行為，此與本研究目的欲瞭解消費者眼中所理解的 Chrome hearts 有著明顯差距，故本研究將不會對銀飾雜誌的內容進行內容分析；而在網路討論區中的資料，同一發表者所呈現的訊息不夠豐富、過於零散，而不同的發表者之間的差異更

為懸殊，且若在不瞭解發表者的背景情況下，單從隻字片語進行分析會有落入研究者主觀解讀的疑慮，因此基於以上理由，本研究將以深度訪談法作為資料收集的方式。

二、深度訪談

針對什麼是深度訪談，不同的學者有著不同的界定，例如：「訪談的功能便是解開受訪者的防衛，進而瞭解受訪者內心的觀感」（Henderson, 1990，轉引自高敬文，2002，頁 83）；另外、「深度訪談是藉由面對面的訪談，收集詳盡、豐富且以受訪者為主的資訊，特別是當研究者想要瞭解對受訪者有意義的事物時」（Kaufman, 1994，轉引自高敬文，2002，頁 83）。

一般認為深度訪談應具備下列幾項特色（潘淑滿，2003，頁 138-140）：

1. 有目的的談話：研究者根據某一特定研究目的，透過溝通過程來收集相關資料。
2. 雙向交流的過程：在訪談過程中，研究者與受訪者透過不斷的互動，共同建構出對研究現象或行動意義的詮釋。
3. 平等的互動關係：研究者並不具有決定受訪者權益的權力，所以在訪談過程中，受訪者可以根據個人意願決定接受或不接受

訪談，同時也可以根據自由意願決定表露的程度。

4. 彈性的原則：強調研究者在訪談過程中，必須根據訪談的實際狀況，對訪糖的問題、形式或地點做彈性調整。

5. 積極的傾聽：傾聽是指研究者積極融入受訪者的經驗中，感同身受地同理受訪者的感覺，在訪談過程中，傾聽比提問題來的更為重要。

簡而言之，深度訪談是以受訪者為中心，進行詳盡、豐富想法及其觀點的資料收集方式，此方法的特性與本研究欲探究的問題不謀而合，故本研究將採取深度訪談的方式進行資料收集。

三、實際執行

訪談地點以安靜、不易受到干擾、可暢所欲言的咖啡廳為主，訪談方式以非結構的方式進行，盡可能地引導受訪者以說故事的方式進行表達，此方法不但在質化研究取向中常被採用，且有量化研究指出以敘說的方式進行表達，可以提高消費者與品牌之間的關連性（Escalas, 2004），不過研究者在訪談前依舊會先準備訪談大綱，訪談內容主要是以生活經驗開始出發，包括了如何認識 Chrome hearts 的、以何種管道購得、對生活帶來的改變以及最為重要的 Chrome hearts 所代表的意義為何，訪談大綱的詳細內容可見附錄二。

肆、資料分析過程

一、資料分析程序

「現象學還原的方法乃是一種從我們和世界之間的認知關係中，勘查出其基架與本質的手段。」（Pivcevic, 1986，轉引自廖仁義，1986，頁 101），而現象學實際上常採用的方式，就是反覆仔細地閱讀逐字稿，找出與研究問題相關且有意義的陳述，再從這些陳述中找出其隱含的意義。重複上述步驟，最後將這些隱含的意義歸納成主題群，從主題群中抽取抽象的觀念，最後試圖建立抽象觀念間的關係（高敬文，2002）。

進一步更詳細的分析程序可分為四個階段：資料沈浸、資料轉化、資料命題、資料書寫。

在資料沈浸階段，研究者需埋首閱讀研究資料，能對資料產生完形（gestalt）的視野，找出資料的必要特性，並對資料進行初步解釋。

緊接資料轉化階段，在不損及原意下，將述說資料中脫離主題的、話題突然轉換的、贅語或口頭禪等文本加以刪除，並將與研究議題高度相關的、重要的、類似的話語，逐字逐句閱讀後，予以組織編

輯起來。

爾後來回閱讀比較分析資料後，開始針對研究問題意識，建構相關概念或主題，同時將具備某類主題意義的述說段落加以整合歸類，形成統合式的組織脈絡。

最後屢屢回頭反思比較各項田野資料、觀察記錄和資料分析的結果，並將各式資料統整匯合，進行研究報告的書寫與再書寫過程。（Cohen, Kahu & Steeves, 2000，轉引自林耀盛、吳英璋，2004，頁 11-12）。

二、本研究資料分析程序

在資料分析上，首先得將訪談資料轉譯成逐字稿，待一切備妥之後方可開始進行分析動作，在轉譯成逐字稿的過程中，研究者需保持澄靜的心態，盡可能地從訪談經驗與逐字稿內容還原受訪者所欲表達的個人觀點與意義。

經過在不同情境中數次的逐字稿閱讀，搭配平日透過網路與受訪者的互動歷程中，逐漸形成 Chrome hearts 對這些消費者來說的意義為何，其受訪者之間異同之處，在有個模糊不清、但依稀可見的輪

廓出現之後，研究者將針對逐字稿的內容進行概念命名動作，分析的單位以句子或段落為單位，例如：『在不突出的狀況下，又有不一樣』、『你不講也不會有人知道，只有我自己知道就好』，這兩句話可被概念化為〝個人風格〞，在概念命名完成之後，若發現有與本研究相關性甚低的對話或段落，可將其刪除，以避免研究失去焦點。

在收集相當多概念化的字詞後，研究者則欲發展類別，也就是將可叢集於同一類別的概念化字詞置於相同主題之下，例如：『想要擁有的衝動』、『吸引』、『購買行為』等概念化名詞可至於同一主題之下：〝購買行為〞，而不同的受訪者極有可能出現不同的主題，即便在相同主題之下，受訪者之間不一定會呈現相同的意義和概念。因此在資料呈現時，本研究將先坦露出被解析出最多次數的主題，在其中各受訪者之間不同的主觀意念反應，爾後方呈現出對某些特定受訪者來說意義重大的主題，以期可以勾勒出對喜愛 Chrome hearts 的消費者來說較為完整的意義圖像脈絡。

伍、研究結果可靠性的檢驗

在資料分析的可信度方面，此乃是質性研究最常被質疑之處，易被批評不夠客觀，對此有學者使用了量化研究取向內的詞彙：信度與效度進行回應，以下將先敘述信度部分，爾後將闡述質性研究的效

度部分。

從量化研究的角度來說，所謂的信度就是指可被複製的程度或測量程序的可重複性，而對於質性研究來說，有學者提出信度可分為外在信度和內在信度兩種，其中外在信度指的是在研究過程中如何透過對研究者地位的澄清、受訪者的選擇、情境的深入分析、概念與前提的澄清與確認及收集與分析資料的方法等做妥善的處理；而內在信度指的是研究者在研究過程同時運用數位觀察員，對同一現象或行為進行觀察，然後，再從觀察結果的一致程度，說明研究值得信賴的程度（高敬文，2002）。

有學者提出不一樣的分類方法，認為質性研究的信度可區分為三種：狂想信度(quixotic reliability)、歷史信度(diachronic reliability)、同步信度(synchronic reliability)，「狂想信度是指對不同研究對象，持續採取同一種方式來進行回應，以避免不同回應可能會影響到研究結果；歷史信度是指在不同時間點所測得的結果之間的相似性；同步信度則是同一時間內產生相似的研究結果稱之」（Kirk & Miller, 1988，轉引自潘淑滿，2003，頁 89）。

從量化研究的角度來說，所謂的效度是指研究工具可以測量到

正確答案之程度，或是測量工具本身是否可以正確的反應研究者所要探討的概念之真實意義，而對於質性研究來說，正確的答案就是指研究者所設想、精鍊、或測試的命題，都能夠吻合日常生活的情境，有學者根據紮根理論的觀點，提出了效度包含了兩個意涵：內在效度與外在效度，內在效度乃指稱研究者在研究過程所收集到的資料之真實程度，及研究者真正觀察到所希望觀察的；而外在效度指的是研究者可以有效的描述研究對象所表達的感受與經驗，並轉譯成文本資料，然後透過厚實描述(thick description)與詮釋過程，將被研究對象的感受與經驗，透過文字、圖表與意義的交互運用過程達到再現的目標（潘淑滿，2003）。

有學者提出不一樣的分類方法，認為質性研究的效度可區分為三種：明顯效度(apparent validity)、工具效度(instrumental validity)、理論效度(theoretical validity)，「明顯效度是指研究的測量工具與觀察的現象非常吻合，並能夠提供有效的資料，而工具效度指的是運用研究測量工具所獲得的資料，與某一項被證實有效的工具所測量的結果相同，最後、理論效度是指研究所收集的資料能與研究所運用的理論架構相呼應。」（Kirk & Miller, 1988，轉引自潘淑滿，2003，頁 95）。

從上述可知，在質性研究中，在研究者本身即為工具的情況下，

並沒有數據來說明研究結果的可複製程度，且有效地將研究對象所欲表達出來的意義中實地呈現一不是件容易的工作，不過可以約略看出研究者自身謹慎、開放與反思能力是相當重要的，此乃質性研究中不可或缺的部分。在實際執行的作法如下所述：

一、盡可能地持續與喜愛 Chrome hearts 的消費者保持密切的聯繫，以期可以更為融入並且瞭解其生活周遭可能會造成此種品牌關係的因素，如此一來方可更能確定在資料解讀上並非流於研究者自身的投射。

二、研究者本身的謹慎態度、反思能力是資料解讀正確與否相當重要的因素，唯有在文本資料中反覆沈浸，並隨時記下靈光一現的想法，持續不斷地進行比較，方有機會可瞭解受訪者眼中真正的意義。

三、在研究結果呈現前，先讓受訪者先行閱讀研究報告，進行討論，已釐清研究結果報告之內容與現實感受的差距。