

## 第三章 研究方法

經過以上各節文獻整理的探討後，研究者試圖針對本研究的目的擬定出適合的研究方法並據此作為往後資料蒐集與分析工作的架構與依據。因此，本研究擬採用個案研究方法，透過參與觀察的方式取得相關資料作研究分析。在參與過程中透過次級資料分析作脈絡性的內容歸納，並透過深度訪談了解本案主辦單位策略面的思考。

### 第一節 個案研究法與個案說明

#### 壹、個案研究法

個案研究法是一種普遍科學研究方法，是充分使用資料來源以系統化地調查個人、團體、組織或某一事件的方法，對研究者在了解或解釋一個現象時有相當大的助益（Wimmer & Dominick, 1994）。個案研究的目的就是對當代社會中，一個特定單位的背景及經驗，其發展狀況及環境的互動關係所進行的研究，亦是強調對特定單位的背景、經驗及其和環境互動脈絡的研究（Issac & Michael, 1983）。

Merriam 提出個案研究的四個特性（Wimmer & Dominick, 1994）：

- 一、**特殊性**：個案研究著重於一種特定的情況、事件、節目或現象，使它成為研究現實問題的好方法。
- 二、**描述性**：其最終成果是一份關於研究課題的詳細描述報告。
- 三、**啓發**：個案研究可幫助人們了解研究的主題是什麼。包括提出新的解釋、新的意義，和新的見識。
- 四、**歸納**：多數個案研究依賴歸納的推理過程，原理和普遍性原則由資料的檢視中形成。許多個案研究的目標在於發現新的關聯，而不是證明現存的假設。

個案研究材料的來源分為直接來源與間接來源兩種途徑（鄭貞銘，1999）：

## 一、直接來源

直接來源是個案編寫者的直接經驗作為基礎，其素材取自於編寫者的個人經歷，不論是成功或失敗的教訓，都是第一手的、直接的，不但對情況瞭如指掌，而且深刻體會。

## 二、間接來源

包括幾種間接來源：第一種是文獻，包括信件、備忘錄、會議記錄、記事簿、歷史記載、小冊子、標語等形式；第二個資料來源是訪問包括問卷調查以及深度訪談，最後一種則是實物，如一件工具、一套設備，或是一份電腦輸出資料。

個案研究法的資料蒐集方式很多，常見的有參與觀察法、次級資料分析法...等（Anderson,1992）。本研究將透過參與觀察法、次級資料分析，以及深度訪談呈現本個案研究的資料來源，其分析方法概述於本章二、三、四節。

## 貳、個案說明

彰化縣的田尾鄉及永靖鄉是台灣最早種植花卉的地區，在淳樸花農們的戮力耕耘下，早已因應市場需求而突破傳統花卉基礎，轉型成更具經濟產值的新興花卉與苗圃類經營型態。加上國內生活水準日增，在追求綠色、生態與美麗的生活願景中，花卉結合造園景觀設計，更深切地融入國人的生活中，創造出產業新契機。整體產業在先期耕耘者的帶動下，目前更擴大至溪州、北斗地區，為彰化奠定廣大花卉生產基礎及豐富的生產內涵（花博會網站 [www.2004FlowerExpo.com](http://www.2004FlowerExpo.com)）。

根據統計，彰化縣的花卉種植面積在全國堪稱一支獨秀，近五千多公頃的種植地，約佔全國的百分之四十六以上，已形成生產區位的比較利益。此外，花卉批發市場的共同運銷量也佔全國交易總量的百分之四十三，在花卉產業的行銷與通路基礎已漸趨健全，建置國家花卉園區的優勢先天條件儼然成型（花博會網站 [www.2004FlowerExpo.com](http://www.2004FlowerExpo.com)）。而彰化位於台灣中部，所佔據的交通地利之便，

使得不論是中山高、北二高、省道或是未來的高鐵，均為其帶來極為方便的交通網路。

在現今講求城市行銷的重要趨勢中，彰化縣翁縣長努力以「花田城市」的願景，讓花卉產業的重要附加價值創造彰化縣城市美麗的景緻與色彩。彰化縣 2004 台灣花卉博覽會，即是企圖將地方特色產業文化與觀光結合，帶動城市的發展與進步。在花博會中，將台灣原生樹種與各式各樣的在地花卉為題材，結合交通、生活、農特產、飲食主題館，並加入環保、科技、生態、能源等觀念為原則，整體結合人文生活與創意，將彰化花田城市之美、國際花卉園區的特色廣為宣傳，不但行銷花卉、行銷彰化。

從實質經濟效益來說，此次 2004 花博會創造 157 萬人次的參觀規模，不但荷蘭、美國等農業發展單位前來參觀，更獲得一致的好評，有效促成國內外花卉產業經驗交流，一舉提高台灣花卉的知名度。同時展現彰化縣「台灣花卉代言人」實力，挑戰 2008 年國家花卉園區。並且本行銷案也獲得「2004 年中華民國行銷傳播卓越金獎」以及「2004 年國際行銷傳播卓越銅獎」，本案在各面向都獲得相當的效益。

傳媒的威力在 2004 花博會上立竿見影，縣長翁金珠謙稱「定位正確」是花博成功主因；但是與電視及平面媒體合作的模式，也是各界認為 2004 花博會吸引人潮的主要原因（林韋萱，2004）。本研究將深究其行銷及傳播手法，期對於各地方日益蓬勃的觀光節慶行銷活動，能提供實質面操作手法的參考。

## 第二節 參與觀察法

參與觀察法 (participant observation) 一詞源自於 Lindeann (李瑋聆, 1003), Lindeann 認為傳統文化研究中的訪談法, 研究者往往需要扮演客觀外來者與觀察者的角色, 但事實上, 應該深入研究對象的生活世界, 才能了解現象與行動的真實意義。參與觀察法事由人類學者發展出來的一種資料蒐集方法, 最早是由英國文化人類學者 Bronislaw Malinowski 於 1914 年到 1921 年間, 研究太平洋 Trobriand Islands, 調查當地土著而發展出來的研究方法。之後便廣為人類學及社會科學常採用的質化分析方法 (胡幼慧, 1996)。

參與觀察法, 即是研究者進入研究對象的環境中, 與研究對象發生面對面的互動, 經過一段期間, 以漸進、有系統的方式蒐集資料之科學調查方法 (黃新生, 1987)。其目的是從每日真實活動中, 發覺人類生活在實質上和理論上的真相。由於參與觀察法是在自然的情境中, 對研究對象或行為進行觀察, 所以研究者不僅能夠對於研究現象的文化脈絡, 有較為具體、清楚的認識, 更可以深入了解被研究者或研究現象的內在文化, 及其對行為或現象意義的詮釋 (陳向明, 2002)。Jorgensen 認為參與觀察法包括以下七個基本特點 (轉引自王昭正、朱瑞淵譯, 1999) :

- 一、側重由局內人或特定情境成員的角度來看人類活動的意義與交互影響。
- 二、以此時此地的每日生活情境為調查和研究方法的基礎。
- 三、一種著重解釋和了解人類生活的理論和理論化的形式。
- 四、一種開放式的、靈活的、適時的研究邏輯和程序, 要求根據從情境中所蒐集到的事實, 隨時重新界定其研究問題。
- 五、深入、質化、個案研究取向和設計。
- 六、扮演的角色涉及研究者及研究情境成員關係的建立和經營。
- 七、使用直接觀察和其他方法來蒐集資料。

參與觀察的研究者不只是被動的觀察者, 反而可以在個案研究的情境中扮演某種角色, 並且真正參與正在研究的事件之中。參與觀察提供了蒐集個案研究資

料某些特殊的機會，特別是研究者透過其他調查方法，所無法觸及的事件或是團體，也就是說，對某些研究主題，除了參與觀察之外沒有其他蒐集資料的方法。同時，由於在活動進行的自然狀態下研究，故能獲致豐富詳盡的資料，並且對所研究的社會團體或情境能作更深入的研究。

從上述特性來看，參與觀察法也是本篇論文在蒐集資料上最主要的方法，主要是因為本案傳播工具面向廣，若非實地參與，其資料蒐集不易；同時因為節慶活動的特性，花博團隊因應不同的變化，每天的突發狀況處理，若非參與觀察，則無法掌握及時決策的策略運用。更重要的是，許多文件資料牽涉公司內部機密，並非靠著對外資料蒐集或深度訪談即可獲知。由於研究者本身即為花博團隊的一員，因此藉由親身參與觀察，並不會造成主辦單位的防禦，即可藉此蒐集更多翔實的資料。不過也有學者提出，參與觀察的缺點在於參與程度越高，主觀成分越大，這也是研究者在蒐集資料時所應避免的。

根據 Jorgensen 的研究，使用參與觀察法大致依八個步驟進行（轉引自王昭正、朱瑞淵譯，1999）：

## 一、界定問題

當研究者帶著研究主題的概念進入研究環境時，必須對可能發生的變化有相當的心理準備，這些可能的變化甚至包括研究者發現原有的概念完全不適用或錯誤。研究者必須對研究對象有基本的了解，對可能的結果也要有粗略的概念。在本案中，研究者對花博會的整體狀況已有概括的了解，同時針對不同過程的變化修正研究的問題。

## 二、進入觀察環境

研究者進入環境的策略，包括公開的以及隱密的兩種。研究者的研究興趣或目的，若全然公開，不加隱瞞，稱為「公開的研究者」(overt researcher)，反之則稱為「隱密的研究者」(covert researcher)。公開的研究者行動自由，隨意進行觀察、提出問題，但為進行客觀觀察，常採取若即若離的態度，因此常引起「邊際性」(既是局內人又是局外人)的狀況。隱密的研究者則因應聘的方式，得以進入機構中，從事觀察活動，此種方式在道德上有天人交戰之慮，不過從利處著

眼，由於深入了解，使資料更加充實，而且許多組織排外性甚強，唯有身份隱密才能如願作研究。本案研究者的角色是「隱密的研究者」，為克服道德上的考量，在蒐集資料及分析時，是以學理基礎為根據，作有效的分析及歸納，無意義的商業機密資料則不會表現在本論文中。

### 三、在每天的生活中觀察

觀察者的角色包括四種：局外觀察者（complete observer）、觀察者的參與（observer-as-participant）、參與者的觀察（participant-as-observer）、完全參與者（complete participant）。在研究過程中，不斷地在這四種角色中作調整，這也符合社會觀察的本質，即是研究者盡可能地接近他人的日常生活，但同時要過自己的生活，而且還要將觀察所得報導出來。如何使這幾個角色保持協調及均衡正是社會學的核心問題，也是社會科學的核心問題。在本案中，透過這四種角色的轉換，亦可避免研究者過度主觀而造成研究結果的偏失。

### 四、發展與維持關係

研究者使用參與觀察法，必須先經過機構守門人（即有權決定的人）的同意進入機構，並與機構成員建立有好關係，觀察、參與成員之工作、蒐集資料、進行分析。在研究中，研究者需找出「主要的資料提供者」（key informants）建立友誼，藉以獲取所需資料。由於研究者本身即是花博團隊的一員，在資料蒐集與主要的資料提供者的掌握上，都有相當的助力。

### 五、觀察並蒐集資料

參與觀察法的資料蒐集方式包括：在參與中觀察、次級資料分析、深度訪談、研究者親身體驗等四大類，這些技術通常依照研究者所擬重點和策略的需要，而作不同的組合運用：

#### （一）在參與中觀察

在進入研究對象的環境初期，先作較廣泛而非集中式的觀察，然後逐漸縮

小範圍，集中到與研究主題密切相關的事務上。當研究者不斷地探討及重新定義研究問題時，要不斷地重複「觀察 → 分析觀察結果 → 集中焦點 → 再觀察」的程序。同時，必須同時紀錄及選擇可能與研究主題有關的重要事實。

## (二) 次級資料分析

採行參與觀察法的研究者，通常廣泛地採用各類文獻，這些文獻可用來作為觀察與訪問結果的有利論據和例證。文獻類別包括文件檔案、報紙、錄影帶、錄音帶等多元工具。本案在次級資料分析上包括機關內部計畫、文件、文宣品、剪報、刊物、紀念品等，在下一節中並有完整的介紹。

## (三) 訪談

當研究者的問逐漸清晰且定義明確時，就可進行訪談。訪談包括非正式訪談、正式訪談、深度訪談。非正式訪談類似閒聊，適用於辨別各局內人所持觀點的差異；正式訪談則使用一系列規格化的問題，透過規格化的問題，訪談不同的對象得到不同層面的想法；深度訪談，則是試圖在詳述和綜合細節時，探討一個特定問題。當研究者已知某個特定對象對此特定問題極為了解時，對此人進行深訪特別有效。本案在研究初期是以非正式訪談的方式，接觸花博團隊中不同小組的成員，逐漸建構本案的研究主題，之後則以深度訪談的方式，請教該團隊重要幹部，針對針對敏感性問題以及策略性的問題，作深度的分析。

## (四) 研究者親身體驗

直接體驗及觀察是參與觀察法的骨幹。研究者直接參與局內人世界所得的經驗，是具有絕對價值的研究資料，尤其是研究者若扮演局內人成員的角色並和局內人經歷同樣生活時，所得經驗特別有價值。不過，研究者除了成為局內人一員而取得局內人經驗外，做為研究者也必須以批判性態度，適當地檢驗自己的個人經驗，而且因為那是研究者的個人經驗，因此必須面對比其他更嚴苛的檢驗及批判。

## 六、筆記、記錄和檔案

田野筆記（field notes）即是經參與觀察所獲得的資料，資料是研究者的假設與主題的來源，也是分析團體與成員行為模式的基礎。田野筆記的過程包括下列各項：

### （一）心記（mental notes）

在參與觀察之際，或恐使事件之進行中斷，或怕引人猜疑，不便當場錄音或作筆記，便需在心中默記事物或行動。包括：誰參與其中？人數多少？地點特徵？事件的本質或特色等。

### （二）摘記（jotted notes）

在不妨礙觀察時，趁他人不注意時，於僻靜無人之處，對默記於心的事物，以關鍵字、片語、引語的方式，記載卡片上，不需完整，只供隨後藉以回憶、便於整理。

### （三）完整的摘記（fuller jotting）

研究者將摘記詳加整理，成為田野筆記，其內容必須鉅細靡遺，包括環境與活動的描述，人物、行動觀點的描述，以及疑惑不解的事物與研究者的評語等記錄。

## 七、分析與理論架構

當研究者在研究環境中選取資訊，並考慮此資訊在其研究的歸類問題時，即開始分析的工作。所謂分析，即是研究者就田野筆記進行登陸及分類，進而揀選、整理、調動、建構、重構參與觀察的原始素材。分析的策略包括找出資料的基本特徵、模型、關係、過程、前後順序、比較和對照，以及將資料的種類系統化。當研究者在理解資料時，也在進行理論化的工作。因為理論正是「在解釋的框架中，事實的排列」。

## 八、離開研究環境並討論結果

參與觀察研究通常沒有真正的結束，研究者離開研究環境後，隨即展開一連串揀選資料、建檔、分析、通則化、理論化和撰寫研究初稿的工作。研究者雖離開研究環境，卻仍與研究環境有廣泛的感情連結。就本案來說，在花博活動結束後，研究者在資料整理過程中，仍時時注意相關的訊息內容，包括其後續的傳播行銷獎得獎結果，以及該團隊與主辦單位（彰化縣政府）的後續互動，以及隔年的花博會傳播情況，這些都是本研究持續蒐集的資料。

如前文所述，本論文以參與觀察法作為蒐集資料的主要方法，是因為參與觀察法具有相當的彈性，適合從事探索性及描述性的研究，同時本研究資料無法以其他研究方法取得，藉由研究者的親身參與，方能蒐集最翔實的資料。此外，本研究涉及的時間跨度長、變數關係多，適合用參與觀察法。在資料蒐集時，研究者為保持更客觀的態度，蒐集更全面的資料，輔以「次級資料分析」以及「深度訪談」。以下就針對這兩種研究方法作介紹。

### 第三節 次級資料分析

從事社會科學研究，除了從社會調查實驗法、觀察法等研究設計獲得一手資料外，也可從既有文獻或二手資料得到與研究主題相關的資料。文獻的利用能提供研究者初期構想的參考價值，有時也能成為研究者驗證假設的實際資料，或供探索性研究之用（韓培爾，1998）。次級資料分析的優點是比一手資料調查便宜且快速、可看出事件在時間序列上的長期發展；其缺點是既有資料不夠翔實，可能效度不夠反應事實。

應用次級資料分析法分析的研究範圍包括以下幾項（宇若霏，2004）：

#### （一）歷史性的問題

研究者如果想研究過去的台灣經濟發展模式，過去的歷史情境根本無法再次復現，因此解決的途徑便是從政府機關歷年累積下來的經濟統計資料找尋相關的研究資料。

#### （二）難以實驗的問題

某些研究命題，研究者雖然可能在實驗室或實際生活場域中佈置出其感興趣的問題情境，以檢視一組自變項對研究對象可能產生的效果，但此種研究計畫之執行倘若違反了社會規範或導致不良結果，則計畫將顯得窒礙難行。許多與人相關的疾病研究，較好的方式便是由院方的留存記錄找出個案，再依研究命題作相關研究探討。

#### （三）實用的問題

社會及行為科學工作者若想運用研究結果解決社會問題，則其撰寫研究報告時，必須對該一社會問題提供翔實可靠的背景資料，而資料最大的來源自然是現成的既有文獻。

本研究中，有關 2004 花博會的資料蒐集便是前述歸納中的「實用的問題」，次級資料蒐集內容包括機關內部計畫、文件、文宣品、剪報、刊物、紀念品等，

涵蓋五大傳播工具的呈現內容、置入性行銷的媒體表現等。根據個案的文件資料的整理與分析，可清楚表達本案之研究內容。

除了次級資料的分析外，主辦單位在策略面的運用及規劃，也是本研究亟欲了解的，因此本研究亦搭配參與觀察及深度訪談，希望更深入探究其中的策略安排，同時從不同角度檢視事件的樣貌、針對敏感性問題得到精確的解答。在下節中，即就「深度訪談」作一介紹。

## 第四節 深度訪談

### 壹、深度訪談法

深度訪談 (in-depth interview) 是一種較不具結構，而讓受訪者有更大的自由，可以引導訪問方向的訪談方式 (李美華等譯，1998)。企圖在訪問過程中，了解研究對象的主觀觀點及其內心世界，使研究者得以進入他們的經驗並了解真相，最大的優點是可以提供豐富詳盡的資料 (李天任等譯，1995)。

Wallendorf & Belk (1989) 認為，受訪者對研究主題現象的描述，可以提供研究者自另一個角度研究該主題，而跨出原來的思考方向 (轉引自邵正宏，2001)。透過深度訪談法探究問題，將使研究者較能掌握問題的焦點所在，另外也可經由受訪者豐富的回答內容，推測其邏輯和背後的語言或行動的意義，並可直接判斷其談話的可靠性 (轉引自吳振宇，1998)。

在深度訪談方面，本研究採取半結構式訪談，先以電話聯繫聯絡方式取得受訪者的同意，並於事前擬好一份訪談大綱，在訪談過程中，根據此份問題大綱及受訪者的回答延續問題作深入的探討，這種方式可結合結構式訪談與非結構式訪談的優點，使受訪的過程更具彈性。實際進行訪談時並不一定按訪談大綱順序進行，而視現場訪談實際需要調整或補充問題，除了在訪談時紀錄外，也採用錄音方式進行。

Wimmer & Dominic (1995) 指出，深度訪談法具備如下特點 (轉引自邱映慈，2000)：

- 一、樣本數較小。
- 二、提供特殊回答的詳細資訊，能獲得受訪者意見、價值、動力、回憶、表情、感覺詳細闡述的資料。
- 三、可對受訪者的非語言反應進行較長時間的觀察。
- 四、訪問的時間通常很長，深入訪問可能持續幾小時，並可能進行一次以上。
- 五、可能受到訪問情境的影響。

根據本案之研究目的，訪談對象為2004花博會計畫主持人王明玉（現任民視電視公司副總經理）以及票務組組長賴乃綺（現任民視電視公司節目部活動召集人）。在深度訪談的內容部分，主要欲了解的問題包括：本案在公司內外部的分工狀況、如何選擇行銷傳播工具、如何進行媒體策略規劃與安排、企劃面及執行面的情形等，題綱如下所列。

## 貳、深度訪談題綱

- 一、針對整合行銷傳播的規劃重點，如何妥善規劃有效的媒體計畫，其中包括：
  - （一）如何有效界定目標對象，包括目標消費者及潛在消費者；
  - （二）針對目標對象的消費週期安排方式；
  - （三）針對不同目標對象，如何確定訊息、傳播工具、傳播媒體；
  - （四）根據不同週期及目標對象，其階段性任務為何；
  - （五）在兼顧傳播效益及成本的考量下，如何作媒體購買。
- 二、在五大傳播工具（廣告、公關、直效行銷、事件行銷、銷售推廣）的選擇上的使用及選擇策略，以及各工具的表現效果評估。
- 三、本案以不同型態的置入行銷模式與消費者溝通，其策略為何。
- 四、在本案中所使用的代言人及吉祥物策略，成效如何。
- 五、民視團隊在公關活動操作時，如何克服媒體排擠效應的發生。
- 六、在公司內部，如何作完善的分工，跨部門如何作溝通、協調、資源整合。
- 七、於外部團隊，如何作良好的異業結盟，形成一個完善的民視團隊。
- 八、結合聯合報系的合作模式，對花博案來說是一個成功的作法嗎？有什麼是需要注意的？電視台承接此案的利基點。
- 九、執行過程中遇到什麼樣的執行障礙外，是如何克服的。
- 十、地方性的節慶活動越來越多，以花博會執行的經驗，給予相關的建議。

## 參、深度訪談對象

- 一、王明玉，花博會計畫主持人（民國94年9月9日，訪談時間共2小時）。
- 二、賴乃綺，花博會票務組組長（民國94年9月13日，訪談時間共2小時）。

## 第五節 研究流程及資料蒐集

### 壹、研究流程

本研究重點在於對整合行銷的認知、策略及運用情形，研究架構乃根據相關文獻回顧修正得出，藉以分析觀光節慶活動運用整合行銷傳播策略、模式及所使用的傳播工具。

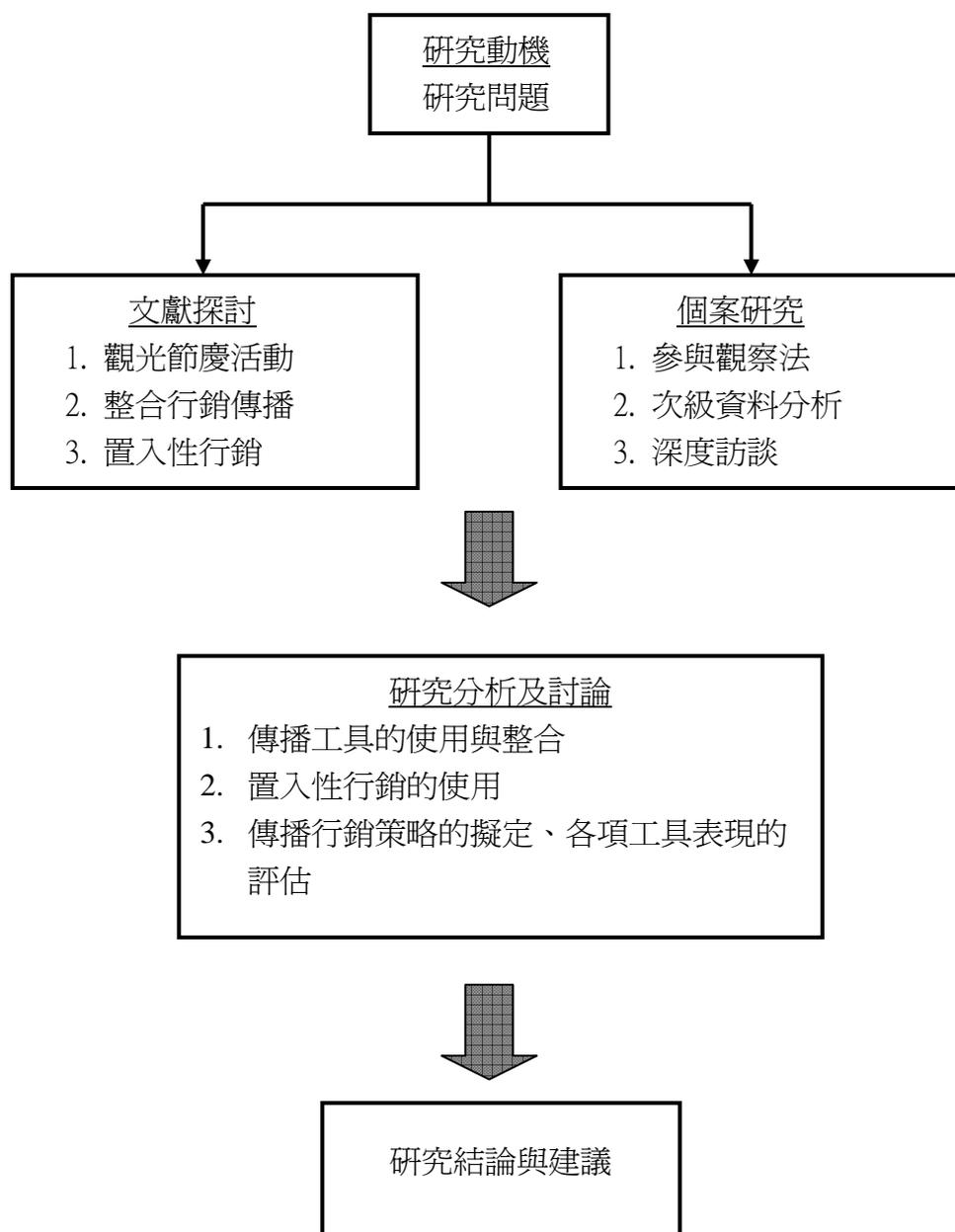


圖 3-4-1：本論文研究流程

## 貳、資料蒐集

本研究在資料蒐集的方法上，是以參與觀察法為主要資料蒐集來源，研究者自民國92年1月1日至民國94年10月31日，進行為期2年10個月的參與觀察，經歷2004花博會提案期、籌備期、執行期、結案期等，進行翔實的觀察與紀錄。由於研究者本身即是花博團隊的一員，在資料蒐集與主要資訊提供者的掌握上，都有相當的助力。

同時，本論文並以次級資料與初級資料為輔。次級資料包括機關內部計畫、文件、文宣品、剪報、刊物、紀念品等；初級資料則包括組織內部章程、會議記錄、口頭報告及文件等，而針對深度訪談時的紀錄及錄音內容轉成文字亦可視為初級資料，併同次級資料文件處理分析。

而針對個案研究法的特性，研究者並將內部資料及外部資料作交互比對，使本研究完整客觀呈現各個面向，並可避免參與觀察法中，因研究者偏見而造成的謬誤。同時，由於研究者的角色是參與觀察中「隱性的研究者」，為克服道德上的考量，在資料蒐集及分析時，將以學理基礎為根據，作有效的分析及歸納，本研究中將不會提供無意義的商業機密資料。