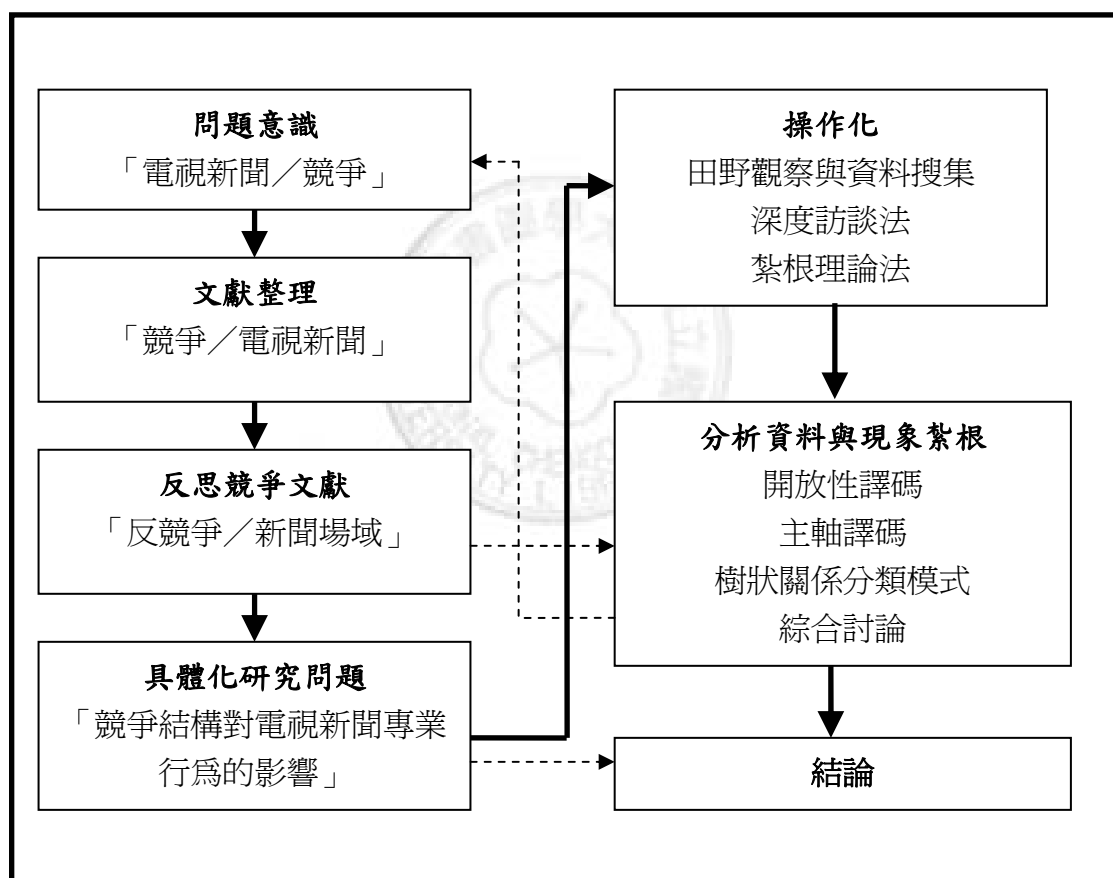


# 第三章 研究方法

過去以競爭為主的相關研究，大多透過產業經濟學及數理分析探討競合過程與報酬。而本研究立旨於解構電視新聞產製過程中非理性的競爭行為、無意義的競爭目的，以及品質不佳的競爭結果，故採不同於以往的批判分析取徑，以及迴遞式的質性分析方法進行研究，並透過田野觀察、深度訪談取得研究資料，了解電視新聞工作者與電視新聞組織於新聞產製過程中的競爭與合作，最後將文獻及實證資料進行紮根性實驗，具體化研究成果及研究問題，認知電視新聞生產結構與現象，以提供理論解釋與建議，研究流程如圖3-1所示：



圖：3-1 研究流程圖 本研究繪製

在本研究中，為了找尋最底層的聲音自下紮根而上，因此第一步向目前正處於第一線的有線電視新聞記者，以半結構式的深入訪談進行訪談（訪談大綱請參考附件），尋得電視新工作經驗資料，於訪談過程中全程錄音，再透過聲音轉譯為逐字稿。其次，除了在具體而微的工作層面中進行訪談外，研究者為與當前收視率所的層面進行初步了解，因此進一步與AGB Nielsen公司進行訪談，取得過去一年中（2005）有線電視新聞收視指數概況，與電視新聞工作進行數字與文字

的對話，並了解收視率對電視新聞工作型態、品質與競爭的關係，作為找出競爭生態導火線的初步探討。

最後，從產製過程到產經結構，微觀理解到鉅觀思考，目前國內有關電視新聞產業的分析工具與分析角度，大多仍以產業經濟學的方法進行切入，儘管如此，國內電視新聞產業的產經數據，仍受限於許多外在政治、經濟及社會條件的限制，有線電視的先天及後天都並未受到良好的供輸關係培植，除了市場結構的官方資料以外，研究者較難以取得可靠的民間企業資料，進行競爭與反競爭分析。首先，就本研究中所使用的概念及操作過程茲分述如下。

## 一、 概念界定

本研究主要概念包括「競爭」、「合作」以及「電視新聞」等，在一般常識及其他研究中眾說紛云，皆有不一而足的定義與內涵。茲就本研究需要及可操作範圍，將其定義如下：

### (一) 「競爭」(competition)與「反競爭」(no competition)

本研究分別借「社會關係」、「具體行為」及「報酬分配」三個層面來定義「競爭」。就「社會關係」而言，競爭是指兩個以上存在衝突關係的參與者，在爭奪過程中，雙方或多方並不進行資源分享，在溝通上受到限制，不與對手進行直接交涉，是一種零合性的關係組成。其次，在「具體行為」方面，競爭是指為了特定目的（酬賞）而進行的間接式、結構化、制度化活動，這種活動將會產生種種策略，意圖將對手打敗，並且形成競爭結構的存在。最後，在「報酬分配」方面，競爭是以各自利益極大化為目的，酬賞是以「勝者全拿」的方式分配。

相對而言，本研究使用到「反競爭」(no-competition)一詞，該詞一般意旨相對於競爭，反對競爭的內在意圖或外在結構。然而，「反競爭」概念之下，有兩種不同的內在意涵，第一種是指個人以利益極大化為目的，進而採取反對市場中競爭效應而應用壟斷性手段，因此於本文中以壟斷性「無競爭」(non-competition)稱之；第二種是指以持「反對競爭」(anti-competition)反思立場，例如Kohn、Bourdieu等，旨在反省、批判競爭在當代社會中所造成的影響。

### (二) 合作(cooperation)

合作與競爭並非二元對立的關係，其概念雖然相對於競爭，是競爭之外的另一種互動關係組成。就合作的社會關係而言，合作是指兩個存在「互利」、「利他」或「親密」關係的參與者，他們互動的目的並非完全在追求酬賞，而是關係的本身，或是情感聯結與價值內化。

### (三) 電視新聞

本研究中所界定電視新聞是指以無線、衛星或有線電波為載具，全進行播送新聞性內容的頻道，包括全時段播送新聞性節目頻道（如民視新聞、東森新聞等），綜合性播送新聞的頻道（如台視、中視等）。但為符合研究需要，於本研究中特別指涉**取得新聞內容類型播送執照的境內有線衛星頻道經營者而言**<sup>1</sup>，包括了東森、年代、中天、民視、TVBS-N、三立、非凡等七家。因為有線電視新聞頻道較符合競爭市場結構，取得新聞頻道播送內容頻道又有別於一般性頻道，在播送內容及收視結構中可以進行完整的電視新聞收視分析（如表：3-1所示）。

表：3-1 境內有線電視新聞頻道

東森電視事業股份有限公司	東森新聞台
年代網際事業股份有限公司	era news 年代新聞
中天電視股份有限公司	中天新聞台
民間全民電視股份有限公司	民視新聞台
聯意製作股份有限公司	TVBS-N
三立電視股份有限公司	三立新聞台
非凡電視股份有限分司	非凡新聞台

### (四) 電視新聞工作者

一般而言電視新聞工作者係指從業於電視新聞組織，進行新聞內容產製的工作者。但本研究為研究限制與需要，特別侷限於從業於**有線電視新聞業中的「記者」**，其工作內容以採訪、寫作及播送新聞稿的新聞工作者為主，排除行政管理、新聞編輯、新聞攝影、載具技術等相關從業人員，但為了獲得不同於第一線記者的聲音，研究者也嘗試由訪談電視新聞製作人及收視率調查公司，從不同的層面探討新聞組織文化與互動關係，以利於描繪問題與現象（如表：3-2所示）。

表：3-2 受訪者電視新聞相關工作經歷

受訪者編號	主要新聞工作經歷	新聞工作年資
01	TVBS 財經記者 (曾任廣播電台編播)	二年
02	民視新聞台 財經記者 (曾任非凡、台視新聞記者)	八年
03	非凡新聞台 財經記者	八年
04	東森新聞台 製作人	十餘年

<sup>1</sup>根據新聞區（2005）衛星廣播電視事業換照報告書統計。東森新聞 S 台被撤照後，目前國內合法播送的有線電視頻道約有 125 個，其中有 10 家（8%）是新聞類型。

	(曾任勁報、中天記者)	
05	非凡新聞台 財經記者	一年
06	TVBS 國會記者 (層任年代記者)	三年
07	中天電視台 社會記者	四年
08	年代電視台 政治記者	三年
09	AGB Nielsen 公關	
10	AGB Nielsen 研究副總監	

## 二、 操作方法

### (一) 交互主體性對話：深度訪談

由於本研究旨在探新聞工作中的競爭與合作，因此除了社會文化、媒介生態與客觀數據外，在地觀點與經驗，仍需借助研究對象本人陳述，方能從適切觀點切入理解。訪談本身即是參與雙方共同建構社會真實的一個事件，訪談者提問與受訪者的回答，是提供建構意義的契機以及對事實與意義進行重構。

因此，本研究主要針對新聞媒體從業人員進行深度訪談（請參見圖表3-3），他們分別是國內有線電視新聞台記者（東森、TVBS、中天、民視、非凡、年代），為研究者人際網絡間接或直接認識的人，均符合本研究效標與關注範疇，可以有效突顯新聞室內、外的衝突與合作，此外，本研究亦與研究相關之特定人員訪談，如有線電視台新聞部製作人與AGB Nielsen公司，研究者使用電子郵件與電話聯絡受訪者，告知訪談來意，經對方同意後約定訪談地點。訪談時間約一小時至二小時不等，地點在公共空間，如：咖啡店、教室；事前告知受訪者全程錄音的需求並獲其同意才開始進行訪談。訪談採非結構式問卷的訪談大綱（請參見附件一），訪談從填寫基本資料開始，再就客觀條件、主觀感受兩大部分的順序進行，然而若受訪者自動進入相關話題，或提出新話題，也重視受訪者陳述其經驗或看法的彈性。觀察對方談論時所採取之語氣、態度，以及是否迴避某類問題，以了解其真實觀感與態度，這些觀察所得均記錄在訪談筆記中。

### (二) 深入田野：資料蒐集與新聞場域觀察

本研究首先採取進入田野的方式，為非參與型觀察法，目的在研究初期對新聞工作場域建立基本而客觀的認識。研究者所進入的田野為二十四小時播出的有線電視新聞台，在台灣算是主流有線電視新聞頻道之一，觀察時段為下午五點到六點，為該記者於後製與值班時間。在參與觀察中著重研究對象與場域間互動，包括與新聞組織中其他人員的互動、一般工作流程、突發事件等等應對方式。新

聞的組織文化，可從制度、場地規劃、微妙的人際互動嗅出端倪，觀察法亦幫助研究者暫離原本對新聞工作場域的想像框架，進行多方面、開放吸收，也有助於加深之後進入深度訪談階段時，研究者和受訪者之間的互動層次與同理感受。

### （三）在地性研究：紮根理論

本文採取以原始資料為根基的紮根理論法，透過新聞工作者對於工作場域的種種陳述與結構互動過程的自我理解，探尋其生命歷程在新聞工作這部分的軌跡。因此研究者起初並沒有預先構想好的理論，僅從原始資料開始比較分析，以開放心態發展多元可能分類(multiple possible classification)，將受訪者的行動提升至更高的抽象概念層次，而漸漸形成理論框架，最後產生實質理論。目的是深入理解新聞工作環境以及新聞工作者之個人心態、價值、行為的雙重社會現象；在資料的引領下，經過不斷組裝、打散再重組的抽譯、歸納，建構出理論。理論將可用在解釋身處結構（新聞場域）當中的個人，如何從中走出自己個別的適應歷程，並發展出將來可再被驗證、改進的理論來。

### （四）質性輔助軟體應用(NUD\*IST)

此外，本研究操作方法與分析層次，大致可歸納為以下三點：首先是最基層的深訪，其次是現象的紮根，最後是和客觀環境進行對話。在這三方面中，研究者主要所採取的立場是由客觀現象的理解，再透過主觀「反競爭」的立場進行詮釋，試圖在本研究中突顯競爭的客觀存在，與化解的可能。研究者在進行觀察、記錄與分析過程中，也將盡量避免既有立場，保持資料分析的高度謹慎。最後透過質性研究輔助分析軟體Nud\*ist<sup>2</sup>，第一步先將訪談資料轉譯成逐字稿，進行「開放性譯碼」(open coding)，依資料的豐富程度逐句（或段）建立「標記」(node)，待標記完成後，再透過「主軸譯碼」(axial coding)，將標記綜合歸納，建構出樹狀主軸概念，探討研究對象之行動歷程與外在結構互動之關聯性。

---

<sup>2</sup> NUD\*IST NVIVO 2.0 主要可提供非結構性之質性資料進行分析，並運用文本搜尋方式建構出具有階層關係的結構索引資料庫及分析資料。