

第三章 研究方法

本研究採用「個案研究法」，探討二地媒體報導呈現出的風險認知、杜邦採取的危機溝通策略、風險認知和危機溝通策略間的關聯，以下將介紹本研究所採取的研究方法和研究設計。

第一節 個案研究法

研究方法的適用性與選擇，應以下三種情況而定（張紹勳，2004）：1.研究問題的形式，2.對行為事件的控制程度，3.研究焦點是「當代」或「歷史」事件。各種研究法適用情況的摘要如表 3-1 所示：

表 3-1 不同研究方法的適用情境

研究策略	研究問題類型	控制程度	當代事件或歷史事件
個案法	how, why	不控制	當代事件
實驗法	how, why	可控制	當代事件
調查法	who, what, where, how many, how much	不控制	當代事件
文獻/檔案分析法	who, what, where, how many, how much	不控制	當代事件/歷史事件
歷史法	how, why	不控制	歷史事件

資料來源：Yin, 1994

個案研究法是一種在自然環境(natural setting)中從事當代事件(contemporary event)研究的策略，盡可能地使用多種資料收集方法，收集的對象（分析單位）可能是一個（單一個案）或多個（多個案）實體，深入瞭解其複雜性，研究當前現象、真實情境，解決當前的問題（張紹勳，2004），其目的不在創見新理論，而在檢測、延伸及修正既有理論，藉此一作法將理論體系向前推進（Yin, 1994），在個案研究法進行過程間，理論主張主要用以協助資料的蒐集和分析。

本研究盱衡研究旨趣和研究背景，採用個案研究法，主要原因有三：

一、就三種研究方法適用情況觀之，本研究問題形式為「how」、研究者對事件的發展沒有控制力、且研究焦點又為「當代」現象，大致符合個案研究法的適用情境。

二、危機研究邁向理論建構階段，吳宜蓁（2000）認為，個案研究設計的全

方位分析(global analysis)途徑，能夠檢視危機個案所具有的情境與影響變項，藉此建立推展相關理論的命題架構。

三、誠如前述文獻指出，風險認知研究應放置在實際的社會文化情境下，來做詮釋。個案研究法強調自然環境，應當最能貼近不同地區民眾的生活面貌，反映出風險認知行為依存的社會網絡。

第一節 研究設計

壹、 資料蒐集途徑

Yin (1981) 曾澄清，許多人誤認個案研究是一種質化資料的蒐集技術，如訪談或觀察等方式，事實上，個案研究是一種研究策略，使用的資料類型可以是質化或量化的資料，Yin (1994) 進一步指出，個案研究法大致可採用六種資料收集方法，訪談（開放式或封閉式問卷）、親身參與觀察、觀察法、書面文件（正式報告、公文、剪報資料）、檔案資料、實體成品。每一種方法都有其優缺點，為了突破各種方法的限制和盲點，Yin 進一步主張多重資料蒐集法最適用於個案研究，意即盡可能地採用多種資料來源，以驗證所得資訊正確與否，此舉旨在取各種方法之長，避免偏重任一來源而可能產生的謬誤，多重資料蒐集法運用得當，將有助於建立個案研究的信度和效度，以下就本研究資料蒐集途徑作一簡介：

一、 媒體報導內容分析

本研究蒐集二地新聞媒體（主要為報紙）對「杜邦鐵氟龍事件」的報導，並進行內容分析，以利了解中、台二地媒體報導風險認知上呈現出的差異、杜邦的危機溝通策略、與杜邦的形象報導。

二、 組織機構資料內容分析

本研究蒐集二地杜邦官方網站上，針對「鐵氟龍事件」在所發佈的新聞稿與聲明稿等組織資料，研究將以內容分析法分析杜邦的新聞稿和聲明稿，以瞭解杜邦在二地所採取的危機溝通策略。

三、 相關調查報告、文獻的文件分析

本研究蒐集二地新聞報導、政府機關調查報告、以及「杜邦鐵氟龍事件」的相關文獻進行文件分析，以作為個案背景分析的基礎。

貳、 資料蒐集範圍

本研究的資料蒐集範圍為 2004 年 7 月 8 日（美國環保署指控杜邦之事見諸報端）為始，至 2005 年 12 月 21 日為止（杜邦於 2005 年 12 月 10 日和美國環保署達成和解），台灣以及中國大陸二地的相關報導與文件。

一、 二地的媒體報導

由於研究只希望瞭解媒體對杜邦鐵氟龍事件的報導與評價，以及二地媒體所呈現的社會風險認知，不在於比較不同報紙間呈現方式的差異，因此不選擇特定報紙，而以研究期間，線上報紙資料庫所提供的相關新聞報導作為研究樣本。在台灣部分，蒐集「聯合知識庫」、「中央社 CNA 新聞檢索系統」、「自由時報電子新聞網」、「中時電子報」的相關新聞報導，中國大陸方面，由於幅員遼闊，若依研究者主觀選擇任一媒體的線上新聞資料庫、偏重任一區樣本，皆可能破壞代表性，所以本研究採取「中國重要報紙全文資料庫」作為樣本蒐集的依據；使用的關鍵字包括「杜邦」與「鐵氟龍」（在中國大陸則改為「特富龍」），接著根據研究目的，捨去對於不沾鍋市場分析、其他上下游廠商危機處理評論和應變之道等報導，並裁汰重複的樣本後，總計蒐集到台灣報導 84 則、中國大陸報導 88 則。

二、 組織機構資料

本研究至二地的杜邦官方網站，蒐集杜邦對於「杜邦鐵氟龍事件」所做出的新聞稿與聲明稿，在中國杜邦官方網站有 8 則，台灣杜邦官方網站 5 則，總計 13 則，但二地有 4 則新聞稿是一樣的。新聞稿發佈日期與標題請參見表 3-2。

表 3-2 杜邦在二地發佈的新聞稿之日期與標題

中國大陸	台灣
2004/07/08 杜邦公司回應美環保署，否認其指摘就 PFOA 問題，杜邦公司已遵循所有的法規要求，將採取積極行動維護其立場	2004/07/12 杜邦公司回應美環保署，否認其指摘就 PFOA 問題，杜邦公司已遵循所有的法規要求，將採取積極行動維護其立場
	2004/07/28 杜邦公司關於鐵氟龍R 不沾塗料的聲明
2004/09/09 杜邦公司與 C-8 集體訴訟團體達成和解協議	
2004/10/14 杜邦公司歡迎中國不沾炊具全氟辛酸鈹殘留檢測結果 檢測結果確認採用鐵氟龍®不沾塗層的不沾炊具的安全性	2004/10/14 中國不沾炊具全氟辛酸鈹殘留檢測結果，確認採用鐵氟龍®不沾塗層的不沾炊具的安全性
2004/12/6 杜邦公司回應美國國家環保署有關全氟辛酸鈹資料匯報的指摘的聲明	
2005/04/20 綜合科學研究證實採用杜邦材料的消費品是安全的	2005/05/06 綜合科學研究證實採用杜邦材料的消費品是安全的
2005/07/06 杜邦公司向美國國家環保署科學顧問委員會提供有關 PFOA 的最新人體健康研究數據	
2005/11/17 杜邦公司聲明 有關 EWG (環境工作小?) 新聞發佈會	
2005/12/15 杜邦公司就全氟辛酸及其鹽類 (PFOA) 技術報告事項與美國環保署達成和解	2005/12/15 杜邦公司就全氟辛酸及其鹽類 (PFOA) 技術報告事項與美國環保署達成和解

資料來源：本研究整理

參、 資料分析與信度檢測

本研究採以內容分析法進行二地媒體報導、杜邦組織檔案的資料分析，探討二地公眾的風險認知及杜邦的危機溝通策略。採用內容分析法主要係因現實層面的考量，由於研究範圍涵蓋二地，訪談、親身參與、觀察等研究方法，確有實行上的困難；採用內容分析法，優勢在於可行性高，並以不干擾（unobtrusive）研究對象的方式，掌握相關群體對事件的反應和認知。

Kerlinger(1986)將內容分析法定義為一種系統、客觀、定量的研究分析方法，目的在於測量某些傳播中可測的變數。以下將就中、台相關新聞媒體報導、及杜邦新聞稿進行內容分析，以下將本研究內容分析的操作，作一介紹：

一、內容分析法的類目建構與說明

1. 分析單位

本研究內容分析對象為杜邦在官方網站上發佈的新聞稿，和二地的報紙報導。分析單位為報導的「則數」，圖片、照片不計，包括組織形象報導、認知風險的危險度，另外尚有以「語幹」(theme)為單位，計算一則報導中，提及風險認知各面向的發言「次數」、杜邦使用危機溝通策略的「次數」(編碼表請參見附錄一)。

2. 文本資料與類目說明¹

(1) 基本資料：

包括報導地區別、新聞編號、編碼者編號、報導日期、報紙名稱、報導方式等類目，其中，報導方式分為新聞報導（純淨新聞、專題）和評論（社論、短評、專欄、投書）兩類。

(2) 消息來源類目

媒體報導內容是本研究的主要觀察對象，每一則都需登錄其風險認知面向，消息來源類目包括消費者、政府單位、學者專家、杜邦、其他（包括利益團體、同業公會、利益團體、上下游廠商，需註明），若該消息來源在報導中有發言，無論是記者直接引述（採用引號標示出其發表的言論）或間接引述（記者間接引用該消息來源的聲明或談話，不特別以引號標示），都應根據語幹計發言次數，亦作為風險認知的觀察對象。

(3) 風險認知

本研究在建構風險認知的類目與定義時，除了判斷消息來源認知風險的程度（該風險是否危險）外，還採取 Fischhoff 等人（1978）所發展出的心理測量

¹ 各類目完整定義請參照附錄二「編碼須知」。

模式，包括熟悉/不熟悉、自願/非自願、一般的/可怖的、對於風險的知識(高/低)、後果嚴重(會致命/不會致命)、引起災變可能性(高/低)、對風險有控制權(有/沒有)、是否殃及後代(會/不會)、災害分散/集中、個人是否暴露於風險之中(是/否)、風險承擔是否公平(是/否)等十一項；另外，在這些特質之外，還增加一項「或然率」，觀察量化數據的使用情形，各個類目都細分為三項子類目，以計算方向指數，採計次方式。

除了風險屬性外，研究參照文獻，採公眾「認知危險度」作為風險認知的測量指標，同時也是各風險屬性的依變項，編碼員得依內文強調語氣計算方向與強度，以一整則報導為單位，非常危險、危險、持平、不危險、非常不危險為評分依據。

(4) 危機溝通策略

本研究主要以 Coombs 的危機溝通策略為基礎架構，並參酌黃懿慧對於形象修復策略的定義，觀察杜邦的危機溝通策略，分為攻擊、否認、藉口、合理化、討好、道歉、修正行動，和提供資訊，共計八種策略，採計次方式。

(5) 媒體報導的組織形象

本研究以企業是否道德、企業的經營管理能力、企業的信譽(可靠的/可信任的/誠實的)、企業的溝通情形(重溝通的/包容心強的/對等的)作為形象指標，再加上「整體形象」類目，編碼員依內文強調語氣計算方向與強度，以非常正面、正面、持平、負面、非常負面為得分依據。

二、母體

本研究就海峽兩岸所蒐集到的 172 則報導，進行風險認知和危機溝通策略與組織形象的登錄。另外，亦會登錄杜邦相關新聞稿(共 13 則)中危機溝通策略的運用情形。

三、前測與信度

本研究編碼員有兩位，一位是研究者本身，另一位是中央警察大學行政警察研究所的研究生，兩位皆上過研究方法的訓練課程。資料由研究者編碼後，抽取母體約十分之一進行前測與信度檢驗，研究採用傳播內容分析法編碼員間信度檢定公式，來計算信度(王石番，1989)：

1. 相互同意度： $2M/(N1+N2)$
2. 信度： $n \times (\text{平均相互同意度}) / 1 + ((n-1) \times \text{平均相互同意度})$

M = 編碼員編碼相同的數目

$N1$ =第一位編碼員編碼的數目； $N2$ = 第二位編碼員編碼的數目
 n =參與編碼的人數

前測信度檢定結果顯示，兩位編碼員的相互同意度為 0.92，信度為 0.96，信度已達楊孝嶸（1981）建議的 0.80 標準，在個別題項上，風險認知、危機溝通策略、媒體報導的組織形象的信度依序為 0.93、0.92、0.8。編碼員針對編碼相異處進行討論後，取得共識，再據此修訂編碼表，即進行正式的內容分析。