

第四章 研究方法與研究設計

第一節 研究性質

本論文的研究核心為「全球化下中央通訊社經營角色轉變之研究」，由於這個問題過去並未曾被有系統地討論，因此本研究在性質上，並非意圖去描述（description）或解釋（explanation）社會事物或現象，而是為探索一個研究主題，並提供對該主題的初步認識，以作為未來進一步研究的參考與建議，是屬於探索性（exploration）研究。

探索性研究在社會科學研究中有其基本的價值，尤其當研究者想要開發新的研究領域時，往往需要藉由探索性研究產生新觀點。因此，Babbie（1991）指出，探索性研究通常可以滿足三種研究目的：（一）滿足研究者的好奇以及對事物更加了解的慾望；（二）測試對某主題做更仔細研究的可行性；（三）發展可以更仔細研究的方法。另一方面，由於探索性研究本身的特性，並不在於找出具體、量化與代表性的結論，亦無意於檢證現象間的因果關係，而是儘可能廣泛而深入地觀察與了解研究主題可能的變數，以利在未來的研究中，發現可能的關鍵焦點。因此，在探索性研究的初期，蒐集資料的方式以質化為主，目的就是試圖在最大範圍中，吸收最廣泛而多元的意見與觀察。由此，已指出本研究適合的研究方法，茲說明如下。

第二節 研究方法

為了能深入瞭解中央通訊社的經營角色，是否因時代的變遷而有所調整，尤其是面臨全球化的時代，經營型態勢必要做大幅度的調整。因此，本研究採取三種研究方法，分別為文獻回顧、深入訪談、參與觀察等方式進行研究。茲將各種研究方法敘述如下：

一、文獻回顧法

文獻資料分析是一種間接研究方法，在社會研究中被廣為運用。因為在某些限度之內，它可以幫助我們瞭解過去、重建過去，解釋現在，以及推測將來。

另外，Cooper (1988) 也指出，文獻回顧可以有許多不同焦點、目的、觀點、涵蓋的策略。它能將焦點放在研究結果、研究方法、理論和應用上，也能夠整合其他研究的所做和所說、批評以前的學術研究、建立相關領域之間的橋樑以及確認在某一領域中的中心議題。另外在理論的回顧上，一般也包含對已經進行或建議的重要實驗之描述，有時候將不同理論的抽象概念重組或整合。

本研究所回顧之文獻，除了相關領域之理論、學術論述、著作外，亦參考各傳播機構之網路訊息、年報、相關記錄文件、作業規範以及行政院新聞局之國外傳媒機構考察報告等，藉此對各機構之運作與規劃等能有更清楚之概念並據以分析。理論方面則是分別從傳播與企業管理的雙重角度出發，從傳播的宣傳與依賴理論，企業管理的合併與組織變革理論看台灣國際傳媒的現在與未來。

二、個案研究法

Bonoma (1995) 及 Yin (1989) 將個案研究法歸納出以下重要特性：

- (一) 研究環境是屬於天然且無法操控的環境。
- (二) 研究的對象可為企業、團體或個人，且其研究樣本無數量之限制。
- (三) 分別就每位研究對象深入瞭解其複雜性。
- (四) 個案研究較適合運用於探索性階段的相關問題，換言之，即未
有其他研究可依循，或仍處於假設階段的問題稱之。
- (五) 研究過程無設置操控變數
- (六) 研究重點為當前較熱門之問題
- (七) 個案研究法較適用於為什麼及如何做等問題之研究，因其可作
為追蹤未來相關研究變數之基礎。

黃俊英(2001)認為個案研究法係以歸納方式，將個案資料進行分析，並從中取得一般性法則。就其研究過程來看，個案研究屬非結構化形式，即是從整體環境及實體研究中，獲得所需資料。然而，結構化形式是僅以單一或若干層面進行研究，而且是對一真實事件或情境的敘述，至於統計研究只是真實情境的抽象概念。吳萬益、林清河(2001)亦認為，個案研究法是一種探索性研究的技術，深入且透徹的調查一家公司或機構之詳細資料，且該資料與研究主題相關，其主要優點在於對單一組織或實體公司，能進行深入調查，並針對研究問題的細節進行嚴密的觀察。

三、深入訪談法

深入訪問 (intensive interview)，或深度訪談 (in-depth interview) 實質上是調查法中一對一個人訪談法的形式變化。Herbert & Rubin (1995) 曾指出質化訪談的設計是反覆、彈性的，並且也可以持續地在研究過程中一再修正問題的形式。此外，所謂質化訪談，是在訪談者與受訪者之間對研究的概略計畫互動，而不是一組特定的問題，必須使用一定的字眼和順序來詢問的方式。簡單的說，質化訪談就是在本質上由訪談者建立對話的方向，再針對由受訪者所提出的若干特殊主題加以追問。

由於深度訪談法是藉由談話的過程來了解某些人在某些事、行動上的態度和判斷過程的一種方法，也是質化研究中最常用來蒐集資料的方法。訪談即是一種有目的的談話。Misher (1986) 認為，訪談是一種交談的行動，是受訪者與訪談者共同建構意義的過程。受訪者並不是將已經存在腦海中的記憶如實的呈現，而是用一種他認為訪員可以理解的、述說故事的方式，去重構他的經驗和歷史。所以訪談並不是將在訪談之前就已經存在的客觀事實挖掘出來，而是不斷在互動過程中創造新的意義。

根據 Patton (1990) 對開放性訪談的質化研究有三種形式的分類：一是非正式的，對話式的訪談，稱為「非正式會談晤談」(informal conversational interview)；二是一種訪談具有引導性的取向，稱為「一般性訪談引導法」(general interview guide approach)；三是一種標準的開放式訪談，稱為「標準開放式晤談」(standardized open-ended interview)。本研究即採用一般性訪談引導法，在訪談前先列出所要訪談的題綱，並以此作為訪談的基本依據，以確保相關的主題包含其中。在實際進行中，將會視情況與受訪者，適時調整問題順序、用詞、語氣。

根據 Wimmer and Dominick (1991) 在 Mass Media Research 一書中所

提，深入訪問（intensive interviews）或深度訪問（in-depth interview）的研究方式，能獲得受訪者的意見、價值、動力、回憶、表情與感覺等詳細資料。主要形式就是研究者親自至個案現場進行訪問。而本研究為求對分析之個案能有更深入之瞭解，取得更完整、全面性看法，特別設計深入訪談為研究方法之一。

為配合研究目的所需，在針對同為國際傳播媒體的題目設計上，採開放性回答方式之深度訪談。在深入訪談對象方面，包括中央通訊社負責業務與行政管理之相關主管，方式則有面訪、電話訪問及電子郵件等。另外亦配合各傳播機構所提供之書面資料進行分析。

四、參與觀察法

參與觀察（Participant Observation）就是參與到當地的社會裡去，並以當地人的立場與看法來說明問題。對小型社群能做到深入而完整的研究，原本多用於人類學研究，近年也廣泛被其他社會科學所援用。Becker 認為，參與觀察是所有研究策略型態中，最綜合性的一種。能使研究者充分瞭解一項方案或處境，對前置和後續事件的觀察，以及在事件發生之前、之間和之後，參與者和旁觀者對其意義的解釋，是僅從事訪談方式所無法做到的。

Wimmer and Dominick（1991）認為實地觀察在收集資料、提出假設和理論等方面頗有助益。其優點為：有助於研究者確定建構假設所需要的基本背景資料，並有助於區分自變數和因變數；實地觀察能夠接近某些研究方法難以觀察和調查的群體；第三，蒐集到的是第一手資料，被觀察者的能力和意願不影響觀察的進行。研究者的觀察工作包括誰（who）、什麼（what）、何時（when）、何地（where）、為什麼（why）、以及如何（how）等六大要件，勾繪參與觀察者每天的工作概要。

因研究者本身參與傳播媒體工作多年，故鎖定中央通訊社為實際觀察對象，主要以觀察中央通訊社自改制為財團法人型態以來，內部之運作、成員認知、組織認同與營運策略方向為基礎。

第三節 研究設計

進行深度訪談的步驟與調查訪談大同小異，即確定問題、徵募受訪者、蒐集資料與分析資料。除了在實行的細節須視研究進行情況稍作修正，本研究大致依據上述步驟進行，研究設計如下：

一、訪談問題設計

本研究的訪談對象屬專業人士與實務工作者，因此本研究選擇一般性訪談引導法，配合事先設計的訪談大綱，對受訪者進行深度訪談。所謂一般性訪談引導法是指依研究目的的需要，事先設計訪談主題與題目，題型以適合充分討論為要點，避免是非題式的問題，不但可以確保訪談品質，避免漫無目的的詢答，而且可節省訪談時間。但為保持質化研究的彈性與深度，在訪談過程中，還是可以根據事前擬好的大綱，臨時決定發問的順序以及用字遣詞，亦可視情況補充提問，以作更深一層的探究。

本研究希望藉由分析中央社的現況，探討未來中央社的發展與前景，因此發問的問題主要可分為以下五點：

問題一：中央社於 1996 年正式改制「財團法人中央通訊社」，拋卻中國國民黨黨營事業色彩，請問在面臨全球化浪潮下，中央通訊社的經營角色如何轉型與因應？

問題二：中央社目前面臨環境遽變、財務短絀的挑戰，政府補助因財政困窘已有逐年減少之趨勢，自籌款項亦因景氣低迷而有向下萎縮之態，該如何因應？

問題三：身為國家通訊社，中央社服務的對象已不只是政府，尚包括社會公眾，請問目前的業務經營策略為何？困難點為何？

問題四：中央社相較於世界其他國際通訊社的經營轉型，例如美聯社、法新、路透、新華社等，有無異同點？

問題五：請簡單形容中央社所給予您的感想？以及您對中央社未來的經營方向有何期待？

二、訪談對象

本研究中所選擇的訪談對象，主要包含現任中央社董事長、社長、副社長、資訊業務部總監、綜企中心主任，以及中央社前社長與前管理部總監等共八位進行深度訪談。

表 2：訪談對象一覽表

訪談對象	職 稱
蘇正平	中央社董事長
劉志聰	中央社社長
黃東烈	中央社副社長
胡元輝	中央社前社長、公視總經理
汪萬里	中央社前社長
袁宗哲	中央社資訊業務部總監
李清田	中央社前管理部總監
曹立明	中央社綜企中心主任

三、訪談進行

每一位訪談對象至少訪談一次，訪談前會以電話預先通知，並寄發訪談問題大綱，使訪談對象有充分的時間對問題進行思索，以及準備研究需要的書面資料；此外，事先詢問受訪者有無禁忌事項：如錄音、拍照、錄影等。訪談進行時須注意與受訪者的互動關係，仔細傾聽受訪者的回答，尤其要留意蒐集受訪者的非語言資料，有必要會在得到受訪者同意下以錄

影方式進行。訪談後，會與受訪者保持聯絡，並會依照研究的需要對於遺漏或有疑問的資料，再度訪談受訪者，但若無法完成當面訪談，則改以書面訪談替代。