

# 第參章 研究方法

## 第一節 研究架構

依據模組化生產理論，廣播節目屬於資訊產品，資訊產品模組化生產流程可統整為四階段，分別是「架構設計」、「模組設計與開發」、「儲存與資料庫管理」以及「產品組裝與傳送」。一開始先須依據市場分析和顧客需求，規劃模組架構，決定模組種類、功能與規格，接著製作各種模組，再將模組分類定義儲存進入不同的資料庫，並設計完善的搜尋檢索介面，最後依顧客需求組裝模組成為各式各樣的產品。

對照廣播節目產製理論，模組化產製模式須先進行市場分析與電台定位，做節目規劃，搭配類型轉輪(Format wheel)或標準鐘(Hot clock)的設計，製作各種內容元素(模組單元)，接著儲存進入資料庫，最後是由 DJ 組裝播出。此模式與流程可統整為「節目規劃」、「元素製作」、「儲存管理」、「組裝播出」四個部分，亦呼應了資訊產品模組化生產的四階段：「架構設計」、「模組設計與開發」、「儲存與資料庫管理」以及「產品組裝與傳送」。雖然節目產製必然與市場分析、電台定位、節目策略相關，但市場分析、電台定位屬於電台設立之初的策略性考量，而由電台定位引導的節目策略，通常和節目產製相提並論，不過亦非研究者關注的焦點。本研究探討的部分聚焦於「節目規劃」--包括模組架構規劃及模組種類、功能、規格制定；「元素製作」--模組的製作；「儲存管理」--模組儲存與資料庫管理；「組裝播出」--模組的組裝四個部分。研究架構如下圖所示：

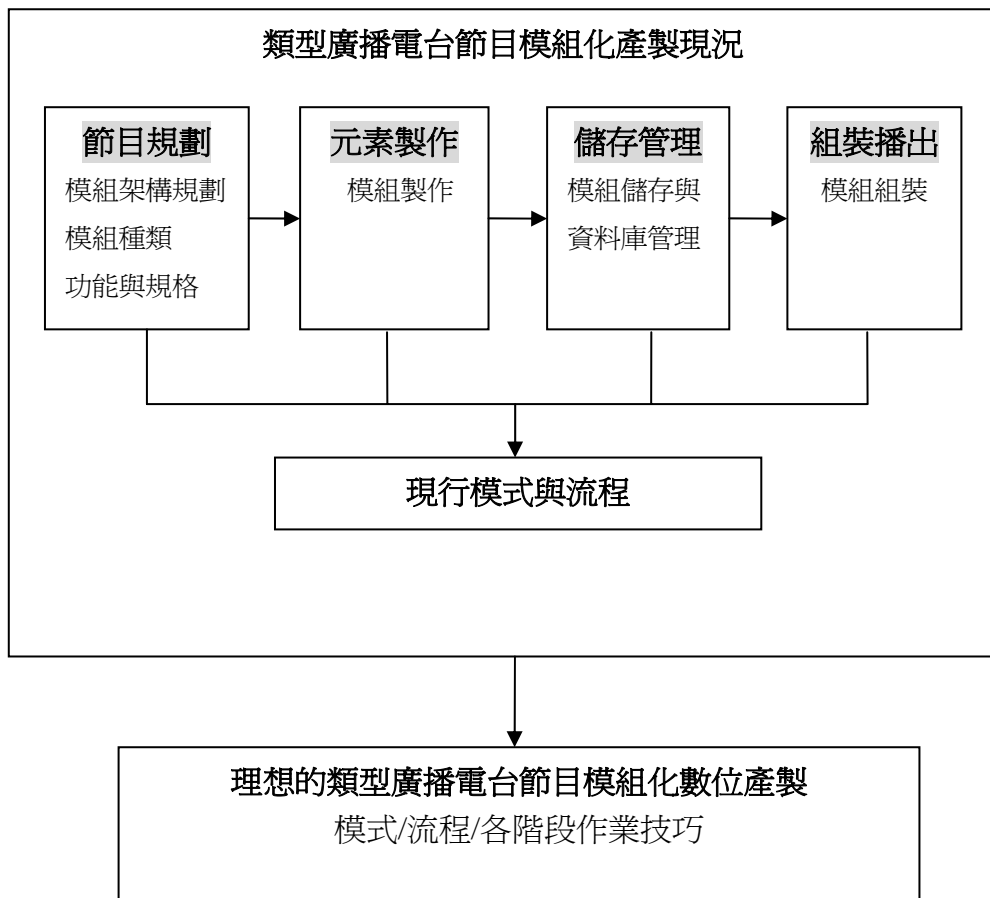


圖 3-1：研究架構圖 資料來源：本研究繪製

## 第二節 研究設計

本研究聚焦於剖析類型廣播電台節目模組化產製的現況，屬於橫斷式回溯性研究設計，從 2009 年 3 月回溯至 2008 年這段期間，透過對類型廣播電台節目產製橫切面的觀察，以獲得全面性的圖像。為解決研究問題、達成研究目的，研究方法上採用「質」(qualitative)化取向，重心在於分析、詮釋及呈現所發現之結果，希望了解業界目前的需求，並結合相關理論，研發出理想的廣播節目模組化數位產製模式與流程。

質的研究是針對某一個研究問題進行比較深入的探討，質性研究者 Patton(1990)曾提及質性研究的抽樣樣本一般都很少，但須要有深度的「立意抽樣」(胡幼慧，1996)。故研究者以立意抽樣依據研究目的選擇能夠為研究問題提供最大資訊量的研究對象。

根據文獻探討，類型廣播電台節目模組化產製必先運用數位科技進行元素製作與儲存管理，故本研究抽樣策略採用強度抽樣，選取具有較高資訊密度和強度的研究對象一共六位，他們來自類型廣播電台，在節目產製領域都具有豐富經驗，熟悉數位科技設備的使用，也建置過資料庫，能為研究問題提供較豐富的資訊，進而反映類型廣播電台節目模組化產製的普遍現況。

由於將模組化生產運用於廣播節目產製屬於較新的研究主題，且先前與此主題相關的研究甚少，故適合以探索性研究做主軸，古永嘉(1996)曾提出四種探索性研究方法：(1)文件分析(次級資料分析)(2)深度訪談法(3)焦點團體(4)兩階段設計，研究者從中選擇文件分析以及深度訪談法兩種方法，來避免單一研究工具可能產生的缺失。希望透過廣播業界專業人士的深度訪談，及次級資料的收集分析，對研究主題有更深入的了解，再結合理論和業界實務經驗，建立起一套類型廣播電台節目模組化數位產製模式與流程。

## 第三節 研究工具

本研究使用深度訪談與文件分析作為研究工具，透過訪談與次級資料的蒐集，將所得資料加以系統性地整理，交相互補驗證，強化資料之可信度，接著從內容中獲得所欲研究問題的答案。

### 一、研究工具介紹

#### (一)深度訪談

深度訪談法能夠收集較多細節資料，從中得到超越研究者預先想像或其他研究方法未發現的資料。最大的優點則是能夠提供豐富、詳盡的資料，與傳統的調查方法相比，深度訪談較能提供敏感性問題精確的回答。

Miller、Crabtree(1992)將訪談法分為非結構式、半結構式、結構式訪談。本研究將採取半結構式的訪談，也就是先擬定訪談大綱，然後以不脫離主題的原則下，依情境調整問題先後次序與增減問題。訪談題綱依循研究架構的邏輯來設計，分為節目規劃、元素製作、儲存管理、組裝播出四部分，發展一「訪談綱要」，把抽象的研究問題化為具體的訪談問題，用以指導訪談的進行。研究者可在過程中自由規劃訪談問題，訪問者針對問題有調整的彈性，希望受訪者以開放性回答獲取完整、全面性的資料。訪談問題以開放性問題為主，避免限制受訪者的思路，但為了能讓受訪者有明確的思考方向，會適時追問一些封閉性的問題。

本研究依據 Cooper&Emory (1996)所提出的程序，將深度訪談的實施分為以下四個步驟：

- 1.取樣：依據研究目的、性質及所需資金，選擇最適當的受訪者。
- 2.前置作業：邀請受訪者前，必須先準備研究的相關資料和訪問內容，使受訪者能對研究狀況有初步的認識和了解。研究者本身也要對受訪者的基本資料要有所

認識。

3.邀請與訪談：先讓受訪者了解研究者的需求，訪問前必須先進行練習，加強訪談技巧。

4.紀錄與整理：紀錄應力求完整性、正確性與系統性。為避免遺忘而喪失重要訪談內容，最好在訪談結束後立即進行紀錄與整理的工作。

由於訪問主題涉及節目產製的策略與執行面，故選擇的受訪者須符合以下標準：(1)現任或曾任職主管者(2)目前正在類型電台裡從事節目產製，熟悉數位科技設備的使用，曾建置資料庫者；或是過去對此工作範疇具有豐富經驗者。本研究一共選擇七位受訪者(受訪者介紹如下表)，來自的類型電台定位依據黃葳威(2002)的劃分，有流行音樂電台、生活資訊電台、及新聞類型電台，訪談的時間是在 2009 年 2 月及 3 月。所有受訪者均先以電話方式聯繫，詢問受訪意願，並配合受訪者時間與地點，進行深度訪談。訪談前事先經過受訪者同意，訪談過程以錄音方式進行，完成逐字稿後以匿名方式呈現，並將內容分類整理，以方便後續進行資料分析。

表 3-1：受訪者名單

姓名	所屬電台及職務
沈琬琳	中廣製播中心總監
馮小龍	中廣新聞部經理
楊川霖	台北流行音樂電台節目行銷總監
翁碧蓮	港都電台節目總監
黃中興	城市廣播電台節目部副理
陳平	歡喜之聲廣播電台台長

訪談綱要：

## 類型廣播電台節目模組化數位產製研究

### 訪問綱要

#### (一)節目規劃

- 1.如何規劃節目？節目是否能做組裝？為什麼？
- 2.節目內容元素類別包括音樂、新聞、公共事務與資訊、運動、路況與氣象、廣告、促銷與競賽、台歌台呼，哪些元素具有既定的規格，會以檔案或單元型式存入資料庫？為什麼？
- 3.各類節目內容元素在節目中的功能、角色為何？
- 4.如何制定各類節目內容元素的規格？

#### (二)元素製作

- 1.各類元素製作的方式為何？
- 2.製作各類元素時數量如何決定？
- 3.製作各類元素時須掌握哪些原則？

#### (三)儲存管理

- 1.元素製作完成後建檔儲存的作法為何？
- 2.元素建檔儲存後如何搜尋、擷取使用？是否有設計相關機制？
- 3.資料庫有哪些種類？
- 4.如何確保資料庫隨時能符合使用上的需求？

#### (四)組裝播出

- 1.如何組裝、編排各種節目內容元素？如何透過組裝讓節目更多樣化？主持人是否參與此階段的工作內容？主持人負責的部分為何？
- 2.節目內容，除了在廣播上播出以外，還有哪些傳輸通道？使用各種不同的傳輸通道目的何在？節目內容如何適應這些不同通道來傳輸？
- 3.節目內容除了傳統的播出方式外，是否有開放給聽眾使用或者做編排？是否有個人化的服務？原因為何？

## (二)文件分析

文件分析即是對文件資料作進一步的整理與分析，是從事社會研究的主要資料來源之一。文件是歷史的軌跡，從中能夠了解情境脈絡，有助於問題的重建與發現。文件資料可以使研究者省察過去的類似工作與思想，好的文件可提供有力的觀點、幫助概念的思索並藉以驗證推測性的假設(范珍輝，1968)。黃瑞琴(1991)認為文件的主要用途是檢驗和增強其他資料來源的證據，如果發現文件和觀察或訪談所得的資料互相矛盾，研究者即需進一步探究。

本研究運用文件分析法，希望透過這項研究工具來驗證訪談內容，讓研究者所得的資訊更客觀且接近真實。為了確保文件資料的有效性，所蒐集的文件以 2008 至 2009 年期間的資料為主，資料收集範圍除了盡可能取得受訪者的同意及授權，使用其任職電台內部節目產製的相關文件，另外還收集包括期刊、雜誌、書籍、網路等公開資料。進行分析時，重點依據研究架構鎖定在節目規劃、元素製作、儲存管理、組裝播出四個部分。

## 二、研究的效度檢驗

為避免效度失真，盡可能排除「效度威脅」，研究者以「三角檢驗法」來檢測，以求獲得結論的最大真實度。首先，研究工具以訪談結合收集文件資料的方式，除了從訪談收集受訪者對於進行節目模組化產製的描述，另外以文件分析作為輔助，驗證受訪者在訪談中所表達和解釋的內容。

另外，在訪談過程中，研究者會試圖在一次訪談內不同時間點，或者用不同的表達方式反覆詢問一些核心問題。也會觀察受訪者言語和表情動作是否一致，表達的內容是否有矛盾，以及不同受訪者間對同一問題的觀點是否有巨大落差。若出現矛盾、不一致、存在巨大落差的跡象，研究者會進一步再追問、確認，希望透過三角檢驗法，得到更可靠的研究結果。