# 第三章 研究方法

經過以上各章節的文獻整理分析與相關理論探討後,研究者試圖針對本研究 之目的擬定適當的研究方法,並據此作為往後資料蒐集與分析工作的架構與依 據。以下僅就研究方法理論、研究架構、研究工具及資料蒐集等面向做一詳細說 明。

## 第一節 研究方法理論

本研究為深入瞭解國內電視台的收視率使用情形,尤其是組織各部門對於收 視率之運用與決策參考之普遍狀況,並冀以透過收視調查資料之分析,協助電視 台瞭解觀眾輪廓及掌握利基市場,據以作為節目規劃之依據,建構出符合國內電 視頻道經營需求的收視調查運用模式。本研究採取以解決方案為目標的行動研究 (action research)為研究方法。

『行動研究』這個名詞自 1944 年在學術界被正式使用以來,曾經沈寂過一陣子。不過,近年來行動研究在社會科學研究中,逐漸受到重視,其理念也開始被許多應用領域所採用。主要原因在於一般實證研究的結果對於社會問題之解決不甚有用,往往造成理論與效用間之差異。與之相反地,行動研究者起緣於關心問題情境,針對目前處於問題情境中的缺失或弊病等實際問題,進行問題解決導向之研究,最終目的在改善環境條件或提供實踐方法(鄭易丹,1989; Susman & Evered,1978,轉引自賴秀芬&郭淑珍,1996)。

根據學者 Hart & Bond (1995) 的看法,行動研究的基本概念是一方面整合理論與實證研究,另一方面直接運用研究發現;也就是將行動研究視為理性的社會管理(rational social management)。所謂理性的社會管理包括一連串的規劃、行動、行動結果的事實發現,是一個螺旋狀的循環過程(Hart & Bond,1995)。行動研究最重要的關鍵在於可以處理人們實際所關注的問題,適於組織的需要;讓組織更適應其環境或減緩問題,並產生與系統相關的新知識(胡幼慧,1996)。

學者 Gelia (1972,轉引自鄭易丹,1989) 定義所謂的行動研究是指針對一個實際發生的問題,在一個特定或廣泛的區域內,使行動與研究串連起來,成為

一種整體性、系統性的結構。此一結構能夠使行動或各種推行的措施,配合著研究的結果,推動實際的行動,並且從實際行動的回饋,修正研究的方向與貢獻。總而言之,整個行動研究是一個循環過程—根據研究問題,擬定研究方案,依照行動結果回頭修正研究方向。所以說,行動研究是一種切合現實,能夠處理人們實際所關注的問題,並且聯繫研究和實際行動之系統研究法。

因此在進行行動研究時,首先需要從實務中找到一個起始點為開端,透過各種資料蒐集的方法,整理得到的相關資料;之後針對資料內容進行分析,進一步釐清情境,並由此研發適合的改善方法或策略,透過這樣的行動方案,化理論為實踐。根據 Altrichter 等教育研究學者之分析(夏林清,1997),行動研究的階段可分成四個階段(圖參-1-1):

找出起始點 釐清情境 發展行動策略 分析與理論類化

圖參-1-1:行動研究四階段

資料來源:夏林清,1997。

對於行動研究方法本身具備之特性,學者們的看法如下:

Holter & Schwartz-Barcott (1993) 認為行動研究有四個特性:

- 一、研究者與參與者的合作;
- 二、實際問題的解決方法;
- 三、改變實際狀況;
- 四、發展理論。

陳伯璋(1988)則認為行動研究方法具有以下特點:

一、以「問題解決」為導向: 行動研究最大的特性是針對實際情境中所發

生的問題,企圖在研究中,將可能之解決方案作為變項,然後從研究 過程中來檢證這些問題解決的情形。所以行動研究是以「問題解決」 為導向,是一種實用性的考慮(鄭易丹,1989)。

- 二、以「共同合作」的方式來進行:行動研究不像以往學術研究純粹以學者 為導向,它是以執行者與研究者的共同合作為主。在這樣的合作關係 下,雙方能相互學習、指導,獲得更多的研究經驗。
- 三、促進研究和行動不斷循環的驗證:行動研究除了問題的診斷外,也重視 治療的嘗試,因此不像傳統研究容易造成診斷與治療間之落差。換言 之,從問題的形成、對問題的診斷,一直到治療方法提出、治療結果, 最後到問題解決或是問題的再形成,這一連串的步驟是循環且交互影 響、作用的過程。
- 四、研究是一團體互動歷程:由於行動研究是一種共同合作的研究,所以在 過程中,團體中的個人,其觀念 價值觀、態度或行為都可能因互動 而產生改變。
- 五、研究是在特定情境中來進行:行動研究關切的的實際問題,有其特定之 研究對象,而非大樣本之研究。
- 六、研究結果的一時性:因為行動研究關切的是特定對象、特定問題之解決, 因此它的外在效度和類推性不高。也就是說,行動研究不強調可以將 研究結果類推至其他研究對象,而著重在此時此地能夠解決當下面臨 之實際問題。

Hart 和 Bond (1995) 整理相關文獻,訂出七條行動研究之準則:

- 一、以教育為基礎:行動研究早期在美國是以理性社會管理、再教育、增加參與者自尊的形式出現。隨著時代轉換,行動研究以喚起自覺和意識取代教育。
- 二、視個體為社會團體之成員:對行動研究者而言,接近團體是相當重要的。尤其對居於組織型態的外在研究者而言,往往必須獲得強勢團體之 贊助才能進入組織。不過值得注意的是,行動研究者真正應該關心的應

是「研究過程」,而不僅是「工作導向」(task-orientated),或只著重達成個人之學術目的。

- 三、以問題為焦點:在行動研究中,問題的存在代表著改變的需要。行動研究要感應到問題所在,以問題為焦點。研究者應以立即、直接的方式參與問題情境,吸引參與者發現問題,促進他們主動參與解決問題,努力讓未來的真實狀況更趨近於理想情境。
- 四、包含改變的介入(change intervention):從團體動態的實驗中發現,個人若欠缺外在介入,將很難產生改變。而 Lathlean(1994)則認為行動研究與其他研究的區別在於行動研究將行動帶入真實世界中,並密切檢證所採取行動之結果。介入的型態有很多種,如:開放溝通、重組議題…等,無論如何,這些介入能夠改變所關注之問題,並可能引發其他之改變。
- 五、目的在於改進(improvement)與參與(involvement):行動研究的目標在於讓使用者參與改變的過程。至於改進,雖然成功定義因人而異,但其重點不在於散布研究成果,而是改進的方向和改進的意義。也就是說,改進的價值與目的,在於讓參與者、決策者和研究者面對「要提供哪些人哪些服務?」亦要決定「要如何提供服務,原因為何?」
- 六、研究、行動、評估相互連結,是一個循環的過程:Carr 和 Kemmis (1986) 認為行動研究是一循環的螺旋(a spiral of cycles),是動態的過程,而非一線性過程。在任何一行動研究計畫中,除了研究、行動之外,評估亦扮演著重要的角色;沒有評估,將無法衡量研究的進展或重新定義問題,甚至可能會做出錯誤的決論。因此在行動研究的過程中,研究、行動和評估是環環相扣並且交互作用的。
- 七、 建立研究的關係,參與者包含在改變的過程中:行動研究合作的原則 包含參與者與研究者的互動。

Chamberlain (1988)提出三個模式來區分不同的合作程度及參與本質:

一、合作模式(partnership model):屬於專家與非專家的合作關係,傳統

上區分為給予幫助者及接受幫助者。

- 二、支持模式(supportive model): 非專家與使用者有相同權利,專家扮演 外在角色(external roles)。
- 三、分離模式(separatist model):排除專家,由使用者彼此提供支持,直接融入一改變情境的參與。

至於行動研究之實施步驟,依照學者專家之看法,可歸納如下(賈馥茗、楊深坑,1988):

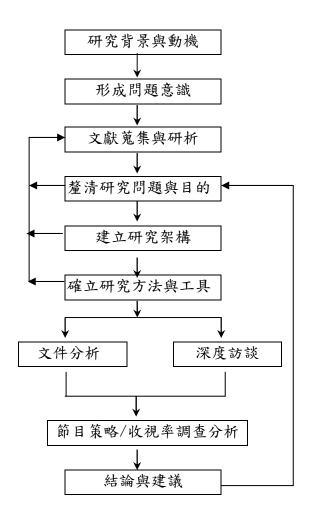
- (一)發現問題:行動研究由發現問題開始,而行動研究的問題通常就是實際工作中所遭遇的問題。
- (二)分析問題:對問題予以缜密的界定,以期對問題的本質有較明晰之認識,並診斷其原因,判定問題之範圍。
- (三)擬訂計畫:在行動研究的計畫中應包括研究的目標,研究人員的任務分配,研究的假設及蒐集資料的方法。
- (四)蒐集資料:應用參與觀察、問卷調查…等相關研究工具,有系統地蒐集研究資料。
- (五) 批判與修正:藉著情境中提供的資料,來批判修正原計畫內容之缺失
- (六)試行與考驗:著手試行,並且在試行之後仍要不斷蒐集各種資料或證據,以考驗假設,改進現況,直到能有效的消除困難或解決問題為止。
- (七)提出報告:根據研究結果提出完整的報告。不過必須注意的是,行動研究的成果往往因其研究資料的特殊性而無法類推應用到其他情境。

總而言之,行動研究強調研究和行動二者之結合,在研究過程當中希冀能夠做到多元參與和共同合作,而最終的目標就是針對現實狀況中的問題,提出實際有效的解決方案。由於行動研究是一個不斷循環、正在進行之過程,同時在過程中,參與者並非以「實用」的思想來取代「理論」的思想(鄭易丹,1989),而

是要摒棄「理論」與「實用」之對立,以隨時的自我調整、修正與改善來促進理 論與實際之相互配合。因此,最終當研究完成時,不僅實際問題可以獲得解決, 參與研究者自身也能獲得學習與成長。

# 第二節 研究流程

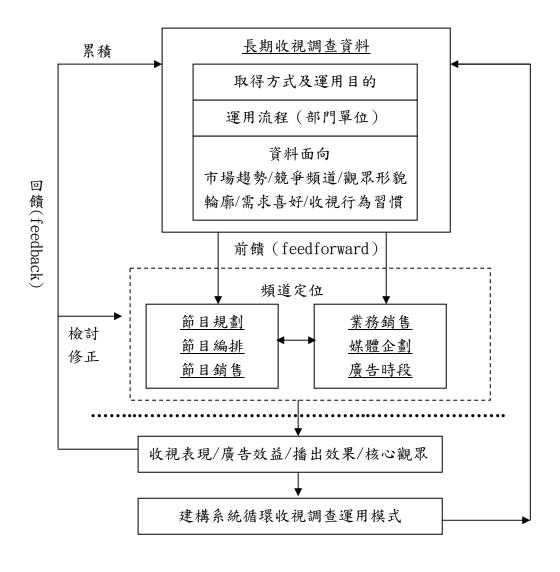
本研究之研究流程如下(圖參-2-1):研究擬定初期,依據研究背景形成問題意識,進而找出研究問題與目的。根據研究問題與目的,進行文獻與相關理論的蒐集與研析,進而建立研究架構,確立適當的研究方法與工具後,針對取樣對象進行資料蒐集與深度訪談,將所得資料與文獻分析、整理後,提出研究結論與建議。



# 第三節 研究架構

由前述的研究背景和文獻探討中得知,收視調查資料不僅是做為節目播出後 表現好壞的指標而已,更可以幫助電視台經營者及企畫人員分析及瞭解市場趨 勢、觀眾形貌輪廓、競爭頻道、收視行為等面向。

在研究問題及目的的框架下,本研究以國內電視頻道為研究對象,探討電視 台如何運用收視調查資料,作為擬定或修正節目策略、設計製作及編排的前饋依 據,因此提出研究架構如下:



## 第四節 研究工具

#### 壹、 文件分析法

為了釐清收視調查資料在電視台中扮演的角色,以及電視台使用收視調查 資料的現況,本研究針對電視台內部相關文件等資料進行分析,試圖提出運用收 視調查資料的系統循環模式及關鍵元素。

文件分析法是對文件資料作進一步的整理與分析,這種方式是從事社會研究的主要資料來源之一,范珍輝(1971)認為好的文件分析可提供下列貢獻:

- 一、提供有力的觀點,並指出「尋找研究問題」的一般方向;
- 二、提供有效的專門技術;
- 三、幫助概念的思索,並可藉以驗證推測性的假設;
- 四、使研究者避免重蹈覆轍。

大體而言,文件資料可使研究者省察過去的類似工作與思想。Kenneth(1993) 還指出文件分析的優點是可使研究者不必對研究對象作實際的物質接觸,且不會 遭受反作用力,適合長期分析,故本研究以文件資料的蒐集與分析來瞭解電視台 在收視調查資料的使用概況。

本研究在文件資料蒐集方面是以個案為對象,先蒐集報紙、雜誌、期刊等對 收視調查的相關報導,了解相關產業對收視率的看法、運用方式及範圍,進一步 蒐集電視台從業人員運用收視調查資料的相關書面文件。

#### 貳、深度訪談法(In-depth Interview)

所謂深度訪談法(intensive interview; in-depth interview),旨在透過與研究主題切身相關的受訪者,以較深入的訪談來獲得非常詳細的資訊,這些資訊包括受訪者的意見、價值、情感、表情與感覺等詳細闡述的資料;其目的就是發現受訪者的觀點、蒐集特定事件的論調,並可以隨著訪談對象或臨場情境而彈性調整訪談內容,以獲取更多資訊(李天任、藍莘譯,1995:206~208)。

深度訪談法的應用在於對特定主題的描述、解釋與討論。特別的是,研究內

容屬不易從外界觀察,或牽涉人數較少、時間較長、相關概念數目較多的問題(鍾倫納,1993)。

深度訪談是質性研究中一種蒐集資料的方法,不像量化研究所強調的驗證假設、找出因果關係以及建立通則,而是希望在實際的場域中去發現事實的真相。深度訪談可以在短期內取得大量且符合研究者需求的資料,同時也能針對較具敏感性的議題進行深入追問,具有適應性及完全性的優點;在實際執行時,也能機動性的調整問題內容,享有較大的彈性(Babbie,李美華等譯,1998)。

綜此, Wimmer & Dominick 認為 (李天任、藍莘譯,1995:206), 深度訪談有六項特徵,分述如下:

- 一、概括而言,樣本數目較少。
- 二、受訪者可以針對問題提供較為詳細且豐富的資料。
- 三、訪談者可以觀察受訪者的非語文反應。
- 四、所花費的時間比一般親身訪談較長,可能長達數個小時。
- 五、可以針對每一個受訪者的特質擬出較適合的問卷。
- 六、訪談者與受訪者之間的互動情形,可能影響訪談的結果。

在深度訪談的程序上, Cooper & Emory (1996) 將之分成四個步驟:

- 一、取樣:依據研究目的、性質及所需資金,選擇最適當的回答者。
- 二、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與瞭解。研究者本身也要對受訪者的基本 資料要有所認識。
- 三、邀請與訪談:先讓受訪者瞭解研究者的需求,訪問前必須先進行練習,加 強訪談技巧。
- 四、紀錄與整理:記錄應力求完整性、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。

誠如上述所提及,訪問者與受訪者之間的互動情形,可能影響訪談的結果, 因此深度訪談的技巧十分重要。黃俊英(1999)主張,深度訪談有七大技巧,分述如下:

- 一、先設計好訪問架構,依照此架構來引導受訪者回答問題,並保持彈性,避免 把深度訪談變成一問一答的形式。
- 二、開始訪談前,應先使受訪者放輕鬆,訪談過程維持和諧融洽的氣氛,這將有助於訪談者蒐集到更多的資料。
- 三、詢問對方是否可利用錄音器材,以確保紀錄之完整性。
- 四、訪談者所提出的第一個問題,應是一般性的問題,或是能引起受訪者回答 興趣的問題,並鼓勵受訪者自由充分地表達各個人意見與看法。
- 五、訪談過程中盡量不要打擾受訪者的思路,除非是為了澄清問題來導正受訪 者的回答、詢問受訪者提出某些意見的理由,或是為了結束受訪者冗長的 回答以便進行下一個問題…等特殊情況。
- 六、訪問者要有自信和追根究底的勇氣,以進一步獲得更深入的資料。
- 七、深度訪談最好是單獨進行,並選擇能讓受訪者暢所欲言的場所。

基於研究方向與主題涉及抽象的概念,難以藉由傳統問卷調查,在標準化的問答過程中取得資料,故本研究將依據上述學者專家所提出的深度訪談程序、技巧,進行半結構式的訪談,以蒐集研究所需的資料。

半結構式訪談(semi-structured interview)是質化研究中訪談方式之一,是以訪談大綱來輔助,訪問者向受訪者針對特定議題發問一系列結構性問題,然而為深入起見,採用開放性問題,以期獲得更完整資料(胡幼慧、姚美華,1996:150~151)。所謂的訪談大綱,是指依研究目的需要而事先設計出研究主題與題目,主要以適當充分討論的題型為主,盡量避免是非題式的問題,其目的在確保訪談的品質,避免漫無目的的詢答,更可節省訪談時間。研究者在訪談過程中,可以自行依據事先擬定好的訪談大綱,臨時決定問題的順序、詢問與否及用字遣詞,據以符合受訪者立場及當時環境的考量(高世威,2000:85);或者為了促使受訪者的答案更加精確問詳,研究者也可視情況適度地提加或補充問題,以做

更深一層的事實探究(高渠,1985:18)。

本研究探討收視調查於節目策略運用的問題,因此主要設定電視媒體業者為 訪談對象。首先,在電視媒體業者訪談對象的選擇上,就頻道可分為無線電視及 有線電視頻道。無線電視選擇民視與中視,其中,民視是無線電視中經營績效最 突出的頻道。有線電視頻道部分,選擇近年營收表現出色的三立電視台及頻道類 別多元的緯來電視台、八大電視台。

類別	代號	單位名稱	所屬部門	受訪日期
電視媒體業者	A	三立電視台	業務部 媒體企劃中心	2008/12/17
	В	三立電視台	節目部	2008/12/17
	С	民視	企劃室	2008/12/18
	D	民視	節目部&業務部	2008/12/22
	E	中視	節目部企劃中心	2008/12/19
	F	八大電視台	企畫部戲劇組	2008/12/23

表參-4-1:訪談對象

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,進行訪談。訪談進行時,未避免書寫速度過慢影響過程的流暢,事先獲得受訪者同意以錄音方式進行並以匿名呈現,完成逐字稿後,將內容謄錄整理,以利事後資料分析。

另外,本研究訪談原則是保持彈性,盡量不使訪談過程淪入一問一答的緊凑 連貫步驟,以免受訪者可能因為沒有充分的時間思考,而無法給予適切的回應。 相對地,本研究希望藉由研究者和受訪者之間之互動,促使受訪者能夠做更進一 步的回想和反思;另一方面,研究者本身也可在這討論、互動的過程中,隨時增 加新問題或集中焦點進行追問,取得更深入的資料,將理論架構更細緻化。

依研究需求,本研究針對電視頻道業者就電視台使用收視調查這個主題進行 深度訪談,希冀藉由資料與資料間之分析比對,釐清收視調查資料對於引導節目 策略之意義,以及電視台應該如何有效運用收視率。 本研究訪談問題採取半結構性的開放性問題設計,其主要問題面向如下:

- 一、電視台頻道定位及節目規劃:旨在瞭解電視台的頻道定位與組織部門工作內容,並探討電視台在進行節目規劃時,運用哪些收視調查資料來分析市場變化及觀眾輪廓,從中擬定節目規劃策略。
- 二、收視調查資料之角色及功能:這類型的題目旨在探討收視調查在電視台扮演的角色及功能,是以從業人員的角度出發,說明電視台為何運用(目的)、運用的方式、用於何處以及有怎樣的幫助。
- 三、收視調查資料運用流程:探討電視台對於收視調查資料之需求,釐清電視台 內部對於資料的流傳形式及相關作為,包括哪些部門(人員)會運用收視調查 資料、運用哪些收視調查資料、對於收視調查的認知以及如何流通資料。
- 四、節目規劃與收視調查資料的關係:這部份主要是討論收視調查資料與節目規劃之間的關係,包括運用那些數據作為引導節目規劃之依據、考量的其它因素為何、透過那些數據評估節目播出後的表現。
- 五、收視調查資料運用的發展:探討電視台如何有效運用收視調查資料,包括收 視調查資料的使用評價為何、如何強化運用的面向、收視調查資料的核心價 值為何。

上述五大主軸的問卷內容主要是調查電視台使用收視率調查資料的現況和實際作為,包括了收視調查的角色、目的、功能及運用流程。除此之外,問卷中也將釐清收視調查資料可以應用於哪些層面以及實際的作法。

本研究冀望結合文件分析與深度訪談的行動研究,針對現今電台在運用收 視調查資料的過程中,因為其認知數據意義或解讀能力的不足,僅能運用資料冰 山一角的問題,提出解決之道,提出符合系統思考的收視調查運用模式,使電視 台得以有效運用收視調查資料之相關知識,進而建構核心競爭能力。

本研究因為受限於研究者個人能力、時間的限制,僅訪問上述電視頻道業者,雖然這些電視台在經營管理與節目製播的表現上,有其具體績效與代表性, 但研究結果仍不敢斷言可以完全推論至所有電視台的相關作業。