

第四章 研究方法

本研究依據主題和假設，擬採用內容分析法(content analysis)為研究方法，理由在於內容分析法能夠幫助探究內容表達形式、驗證傳播內容的效果等，將內容利用系統、客觀與量化的方式加以歸類統計，並根據這些類別的統計數字作敘述性的解說，並且將以應用統計來描述、分析資料，以獲知兩位候選人王金平與馬英九各自的長期性媒體形象與短期性媒體形象之樣貌。在得知兩位候選人王金平與馬英九各自的長期性媒體形象與短期性媒體形象之樣貌後，擬以統計方法 T 檢定(T-test)和斯皮爾曼等級相關(Spearman rank-order correlation)檢驗王金平和馬英九兩位候選人的形象一致性，最後將檢定結果與反映選民偏好程度變化的公開民調和得票數據作對照，以得知本研究的問題、假設是否成立。

一、本研究之樣本選取

本研究選取「平面報紙」的報導為研究文本，而捨電視、廣播等形式的報導，理由如下：一、根據 Choi & Becker 的研究結果顯示，閱讀報紙較能使選民具備「區辨候選人議題立場與形象特質」的能力，並增加投票信心(Choi & Becker, 1987。轉引自李郁青, 1996: 32)，換句話說，報紙報導對選民的形象塑造效果較強；二、平面報紙報導的資訊呈現，較電子媒體完整且不受畫面構圖、秒數等其他因素的影響，易參雜主觀性的因素而影響資料的分析。

兩位候選人長期性媒體形象的研究文本，擬採用國內三大民營報紙：《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》於 2005 年國民黨黨主席選舉之前一年期間，描繪王金平、馬英九兩人之形象的新聞報導為文本；樣本選取起訖時間自 2005 年國民黨黨主席選舉登記參選截止日(2005 年 6 月 8 日)之前往前推算一年，也就是自 2004 年 6 月 8 日至 2005 年 6 月 7 日為止，研究範圍共計 365 天。樣本選取標準為三報的新聞報導包括標題與內文，且符合下列三項條件：1.與王金平或馬英九有關；2.報導內容以王金平或馬英九個人為主；3.與王金平、馬英九的形象觀感有關。共計選取 2049 則新聞。

短期性媒體形象的研究文本，擬選取兩部分：第一，王金平、馬英九兩陣營，於此次競選期間刊登於平面報紙上的廣告文宣，由此能明確了解兩位候選人所主動、意願藉由文宣所傳達的形象訊息；第二，國內三大民營報紙：《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》於此次競選期間，自 2005 年國民黨黨主席選舉登記參選截止日(2005 年 6 月 8 日)至投票當日(2005 年 7 月 16 日)為止，對於兩人以國民黨黨主席候選人的身分，涉及描繪形象的新聞報導，研究範圍共計 39 天。樣本選取標準為三報的新聞報導包括標題和內文，且符合下列三項條件：1.與 2005 年國民黨黨主席選舉有關；2.與以黨主席候選人身分的王金平、馬英九有關；3.與王金平、馬英九的形象觀感有關。共計選取 736 則新聞加上 12 則文宣。

表 4-1 文本說明

	文本來源	時間 (年/月/日)	則數(篇)	合計(篇)
長期性 媒體形象	聯合報	2004/06/08 ~ 2005/06/07	820	2049
	中國時報	2004/06/08 ~ 2005/06/07	940	
	自由時報	2004/06/08 ~ 2005/06/07	289	
短期性 媒體形象	聯合報	2005/06/08 ~ 2005/07/16	324	748
	中國時報	2005/06/08 ~ 2005/07/16	289	
	自由時報	2005/06/08 ~ 2005/07/16	123	
	廣告文宣	2005/06/08 ~ 2005/07/16	12	

二、內容分析登錄表之設計及定義

分析類目是內容歸類的標準，根據本研究需要，本研究之內容分析登錄表之設計共分兩大部分：

1. 報導及文宣的基本資料：包括報別、報導時間、報導人物、文本類型、版面。
2. 文本內容(形象屬性與評估)：包括與政治相關或無關的形象類目及評價。本研究擬依據前述第二章文獻檢閱所整理的形象類目，建構八大類目以分析各則報導的內容，計分為：「編碼者、報別(文本來源)、報導時間、報導人物(候

選人)、文本類型、版面、形象屬性(文本內容)、評價」等八項，解釋如下¹。

1. 類目一：編碼者— 研究者、研究生 A。
2. 類目二：文本來源— 《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》、廣告文宣。
3. 類目三：報導時間— 長期性(2004/06/08 ~ 2005/06/07)或短期性(2005/06/08 ~ 2005/07/16)的範圍內，實際以報導日期編碼。
4. 類目四：報導人物— 馬英九和王金平。
5. 類目五：文本類型— 純新聞、新聞評論、人物專訪、廣告文宣、其他。
6. 類目六：版面— 新聞報導或是廣告刊登於何版。
7. 類目七：形象屬性— 分為十九類目。

表 4—2 類目七：形象屬性及說明

主要類別	次類別	說明
能力	(1) 做事能力	指公領域中有關工作方面的才能才幹
	(2) 建構政見	指擘畫政策意見的能力
	(3) 過去職務表現	專指目前或過去的職務任內的表現評價
魄力	(4) 堅持度	指對事物抱持的決心程度和堅毅的態度，包括魄力、堅持、決心、敢做敢言等特質
	(5) 改革決心	指實踐除弊或興利政策的決心和堅持
領導力	(6) 交際手腕	指政治關係上與人際、政黨、團體等的相處與組織能力
	(7) 危機處理能力	指面對突發性重大事件與變故的應對處理能力
	(8) 領袖氣質	指身為領導者應有的風範，特別是指營造組織團結合作的能力
公眾關係	(9) 議題回應能力	指針對媒體、公眾或是對手所拋出的特定議題，回應及表達的能力
	(10) 親民愛民	指貼近公眾、獻身公益、與民同在，隨和與悲憫的特質
	(11) 民意支持	指受到普遍大眾的喜愛和擁戴
	(12) 廣雇人才	指知人善任、雇納幕僚的特質
	(13) 重視溝通	指願意溝通不同意見、謙虛受教的特質
品德	(14) 誠實	指誠信實在的特質
	(15) 清廉	指清白廉潔的特質
	(16) 公正	指處事公平的特質
	(17) 守法	指尊重法規體制的特質
個人風格	(18) 智慧幽默	指睿智幽默的特質
	(19) 風度	指包容力和大家風範的特質

¹具體編碼型式(內容分析登錄表)詳見附錄一。

8. 類目八：評價— 負面、中性、正面、不適用。

形象評價的部分是指，當報導提到候選人某一形象屬性時，編碼者除了將形象屬性的類別登錄下來之外，還須對於報導內容所顯示此屬性的正負評價，進行形象評價的登錄，評價的選項為「負面評價、中性、正面評價、不適用」，以此得到報導所呈現候選人形象的正負面的差別。負面評價是表示新聞內容對於候選人的形象特質有趨於負面的形容暗示；中性是表示沒有語意的強度；正面評價是表示新聞內容對於候選人的形象特質有趨於正面的形容暗示；不適用是表示新聞內容並未十分明顯描述形象特質。以數字「1、2、3、9」代表「負面評價、中性、正面評價、不適用」，數字有強度意義，也就是評價分數愈高者，則顯示新聞內容呈現的候選人形象評價愈趨正面。

本研究乃筆者與另一位研究生共同編碼，編碼工作自 2006 年 11 月 01 日至 2006 年 12 月 31 日，共計 61 天。本研究文本共計有 2797 則，應抽出 1/10 則來作信度檢驗，比例分配如表 4-3。檢驗共進行兩次，由於第一次檢驗所得之多項信度不甚理想，因此又在進行多次的討論與修正，完成第二次的信度檢驗如表 4-3，第二次信度檢驗的結果，均已達到 80% 以上。信度檢定的公式及計算方式如下：

$$R = \frac{n \times K}{1 + (n-1) \times K}$$

R 為信度；K 為平均相互同意度

相互同意度 K 為：

$$K = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

M 為兩者都完全同意的欄目；N1 為第一評分者所分析的欄目數，N2 為第二評分者所分析的欄目數。

表 4-3 內容分析信度檢驗表

時間	報別	候選人	共計篇數 (篇)	抽樣篇數 (篇)	信度結果(%)								
					編碼員代號	報別	報導時間	報導人物	文本類型	版面	文本內容	評價	
長期	聯合報	王金平	332	33	100	100	100	100	100	100	100	82	96
		馬英九	488	49	100	100	100	100	100	100	100	86	94
	中國時報	王金平	392	39	100	100	100	100	100	100	100	86	94
		馬英九	548	55	100	100	100	100	100	100	100	84	91
	自由時報	王金平	185	19	100	100	100	100	100	100	100	88	95
		馬英九	104	10	100	100	100	100	100	100	100	82	93
短期	聯合報	王金平	153	15	100	100	100	100	100	100	100	89	92
		馬英九	171	17	100	100	100	100	100	100	100	92	94
	中國時報	王金平	136	14	100	100	100	100	100	100	100	90	92
		馬英九	153	15	100	100	100	100	100	100	100	89	90
	自由時報	王金平	70	7	100	100	100	100	100	100	100	90	93
		馬英九	53	5	100	100	100	100	100	100	100	87	92

三、統計方法

本研究採用的統計方法包括：

1. 描述性統計分析(descriptive analysis)：以描述性統計包括次數、總和、百分比等的數值分佈情形，以分析文本在各變項中的分佈情況，描述兩位候選人的媒體形象樣貌。
2. T 檢定(T-test)：用於檢測母群體中平均數的差異是否有顯著性，本研究以此探討不同的時期(長、短期)，兩位候選人之媒體形象評價平均數間的差異顯

著度，以了解兩位候選人在形象評價部分的形象一致性程度。

3. 斯皮爾曼等級相關(Spearman rank-order correlation)：用於兩個變項都是次序變項的資料時，計算兩組等級之間一致的程度。本研究以此測驗不同的時期(長、短期)，兩位候選人之整體形象類目間的一致性程度，以了解兩位候選人在形象類目部份的形象一致性程度。
4. 簡單線性迴歸分析(Simple Linear Regression Analysis)：用於探討一變數對於另一變數的影響，找出兩者的關係式，本研究的獨立變數(X)為時間；應變數(Y)為民意支持度，以蒐集到的七次民調數據為王金平、馬英九兩位候選人的已知支持度，進行預測兩人在7月16日投票當天的得票，以及競選期間過後兩人可能的民意支持度變化。