

## 研究的起點

### 本章概述

7

本章是為引導學生瞭解發展一項研究計畫的初步階段而設計，範圍從設計出一個研究問題到提出研究計畫。本章從如何確立主題的討論開始，鼓勵學生在訂立研究範圍之前，先思考這個研究領域，以及自己的興趣與知識網絡。本章討論可能的研究主題範圍，並對如何提出特定的主題，提供一些小技巧。

研究問題的設計與發展在規劃任何研究計畫中，是具有關鍵性的一個階段。關於如何透過思考分析對象，和你希望在研究中討論、發展的理論性典範，而發展出可行的研究問題，我們將在此章中給予一些建議和概念。最重要的是，思考如何為你的研究興趣找出適當的研究方法。我們討論到媒介、文化與電影研究中主要的典範，也討論適用於分析文本、產業和閱聽人的方法。當然，結合不同研究方法是有可能的，但是你必須小心，可能因此將研究計畫一分為二，因此這裡我們要檢視在什麼情況下，結合不同研究方法才是適當的。以言詞表達你的研究問題，在研究計畫中也是非常重要的一部分，我們提供一些例子，告訴你如何敘述你的研究問題。表 1.1 列出本章將要討論的，設計一個研究計畫的主要步驟。

還沒確定能夠取得必備的資料就開始實施你的研究計劃時，你必須謹慎注意。此章節也包括確認資料來源、回顧先前文獻資料的部分，我們也討論到如何設計你的研究計畫、做筆記，以及如何根據大綱或計畫來進行研究工作。

8 表 1.1：設計研究計畫的步驟

1	思考到目前為止的學習中，你最感興趣的是什麼。
2	思考在媒介或文化研究中，你對哪些領域最感興趣。
3	閱讀(或是回顧)和你感興趣領域相關的文獻資料。
4	決定一個主題範圍。
5	和同學、教授討論這個主題。
6	界定出你的研究對象。
7	設計你的研究問題。

## 壹、緒言

大多數課程都要求學生在其大學期間，必須從事獨立的研究。儘管許多人對這項計畫所提供的機會躍躍欲試，卻也有另一些人望之生怯。本章將幫助你決定研究的主題，並引導你瞭解設計一個研究計畫必經的步驟，一直到最後研究計畫寫作的部分。

## 貳、決定研究主題

媒介、電影與文化研究的領域看似非常地廣泛，因此有時在決定研究項目的工作，就可能讓人精疲力竭。你或許會想：「在文化的各個領域看似都可以研究的情況之下，什麼是適合進行學術研究的主題？」請記得，總是有人投入別人認為沒有學術價值的領域，我們現在的研究領域中，有許多都是由他們開拓出來的。如果過去人們沒有冒險挑戰「什麼是合適研究」的傳統觀念，媒介與文化在學術研究中，就不

會成為一個單獨的領域。所以不必擔心你想做的研究是否具正當性，基本上它只要和媒介、文化相關，就可能是好的選擇。在選擇主題時，最重要的因素是，找一個一直到研究結束都能讓你持續保持興趣的題材。設定一個主題範圍是你在設計研究計畫時，最重要的一個決定。因此花些時間仔細思考你想做什麼，將會是值得的。

總之，研究計畫會將學術和你個人的研究興趣結合在一起，你可以嘗試將個人的經驗融入研究中。你必須思考什麼會引起你的興趣，這必須建立在你既有的知識上，例如在此領域中，前人有什麼成果，什麼研究對你而言是合適可行的。

### 一、思考你的興趣所在

9

一個思索研究主題的良好開始是：想想在這個領域中，你本身興趣的所在。問問自己在文化、媒介研究中，哪個領域最能吸引你。思考你個人對媒介的使用情形，例如：你會花過多的時間看電視、聽音樂或是閱讀書籍嗎？哪一種媒體是你最喜歡的，為什麼？你可以將自己當作任何特定媒介形式、文類的愛好者或行家嗎？許多傑出的研究計畫都出自於學生，研究主題是他們喜愛的電視節目、電影或音樂。如果你是某個次文化，或是某特定環境的一份子，或許你也可以研究群體中其他成員的態度和行為。如果你是某個愛好俱樂部的成員，你的同伴們將會是非常好的資訊來源，畢竟他們和你享有同樣的熱情，可能也非常熱衷於討論相同的興趣。或許你有在媒體工作的經驗，或是你曾經接觸過媒體從業人員，而他們又願意接受訪談。從事原始研究時，你所擁有的知識、經驗、人際交往和興趣等，都將會是非常珍貴的資源。如果你想更加瞭解媒介與文化的某些方面，這是一個很好的

表 1.2：訂立研究主題之前應該問自己的問題

<p>關於你自己：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■我最喜歡使用哪種媒介？</li> <li>■我屬於某種我能夠研究的文化群體嗎？</li> <li>■是什麼驅使我進行媒體或文化研究？</li> <li>■我的家人或朋友可能成為令人感興趣的研究主題嗎？</li> </ul>
<p>關於你的研究：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■我特別喜歡學習哪些主題領域？</li> <li>■有哪位研究者的研究成果是我特別欣賞的嗎？我喜歡他研究的哪個部分？</li> <li>■有哪個特定的演講或是研討會特別吸引我嗎？</li> <li>■先前曾修過的課程當中，哪項作業是最喜歡的？</li> <li>■在曾經學習的領域之中，哪個部分是我想更深入探究的？</li> </ul>
<p>關於主題：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■在媒介科技、產業或文化的近期發展中，我有發現特別感興趣的地方嗎？</li> <li>■在該領域的發展歷史中，是否有某個重要的事件是我想發掘更多的？</li> <li>■我是否曾接觸某個組織機構(透過工作經驗或是個人人際網絡)，對進行研究有所幫助？</li> </ul>

起點。在紙上列出你所感興趣的主題領域，將會幫助你鑑別出你可能涉足的領域範圍。表 1.2 提供一些概念，可幫助你開始這項工作。

## 10 二、回想你的研究

目前為止，你可能已經學習過這個知識領域中的幾個單元。對你來說，這個研究計畫將是一個非常好的機會，讓你去追求你感興趣，但在過去課程中卻沒時間接觸的領域。透過閱讀筆記，可以思考在課程或講座中你特別感興趣的部分。花些時間在課程單元和學習指南上，使自己回想過去曾經學習的內容。當你重新閱讀這些文件時，你可能會對到目前

為止曾學習過的廣大範圍感到驚訝。在這之中，你應該會發現某些感興趣的地方，足以提供你一些研究計畫上的主意。

### 三、將研究計畫建立於你曾經閱讀的文獻上

一個非常好的研究起點是詢問自己在課堂中曾經閱讀過的研究裡，什麼令你最感興趣。多數的研究是在新的情勢之下，為了檢驗過去學者提出的理論而產生：在其中，有任何一個你曾經閱讀過的研究成果，可用來建構你自己的研究嗎？例如，摩利(Morley David)的著作《家庭電視》(*Family Television*)研究人們看電視的方式如何反映出家庭結構(Morley, 1986)。其中一個重要的研究結論是，父權結構被反映在電視收視習慣上。但摩利承認，在他的研究中仍有限制因素：主要由白人、中產階級家庭所構成範圍狹小的人口統計。摩利的研究可能驅使你想問，其他人口統計的群體成員，是否有不一樣的電視收視習慣？例如，你的家庭背景可能與摩利所研究的對象，有著不一樣而有趣的差異。例如，大家庭或單親家庭收看電視的選擇過程，就可能與摩利的研究成果形成有趣的對比。你可以選擇性的問：在一個不是以親屬關係為基礎，而是學生宿舍或是朋友團體同居的家庭中，誰控制了電視的收視？是電視的所有者嗎？電視收視的決策是掌握在群體中最像家長(patriarch)的人(可能是收入最多的人)手上嗎？或者這類的事情是由決定看電視最多的人來決定？你可以和摩利使用相同的方法，但將他的概念應用於不同的情況之下，因此而可以提出一些不同的方式，來思考我們如何收看電視。

另一個建構於摩利所得成果的研究方式，是對群體進行訪談，以瞭解他們共同的媒介使用習慣，就像摩利所做的，但將這樣的方法運用在其他媒介使用的領域。例如，你可以

- 11 對一群經常交際的朋友進行訪談，詢問他們在選擇看什麼影片時的決策過程。

你可能藉著瞭解決定閒暇時間要做什麼所牽涉的團體動力學，而在媒介使用的研究上有更多發現。或者你可以像摩利一樣，以家庭為單位，但你可以調查家庭如何在付費電視服務中，選擇收看哪一個頻道。摩利的研究聚焦於媒體收視決策中的團體動力，提供了非常豐富的新概念。這裡有很多你可以運用的方法，是先前學者用來研究新情境或新媒體的方法。從溫習你所發現特別有趣的研究開始，這次要付出更多注意力在研究方法的使用上，並且思考這位研究者的研究取徑，如何運用於新的情況或環境中。

#### 四、考慮當前發展

你的研究應該具有創新性，如要確保避開那些已經被詳盡研究的領域，最好的方法就是研讀此領域的最新發展，可能是以下這些方面：

- 技術性方面(technological)：查看最新媒介科技的應用。
- 規範方面(regulatory)：查看近期政府可能影響媒體系統的法令或決策(例如：BBC 新頻道營業執照的核准)。
- 社會方面(social)：檢視新的文化現象如何形成。

上述的每個方面都在不停的變化中，我們的研究領域時常站在探討新科技衝擊的最前線。不要因為一項新科技「沒有任何相關文獻被寫出」的事實而感到退縮。關於新科技的衝擊，有著大量的文獻資料，可提供你運用在研究計畫中。同樣地，不斷變化的政治、經濟環境也有一些要點，可以讓你與過

去事件進行比較。思考這些新的變化, 將會如何對已經擁有完整文獻資料的產業或機構造成衝擊。商業、產業出版品和網際網路都及時追蹤著當前的事件, 只要你的背景資料和理論方法是立基於學術研究之上, 就不用害怕使用多種的資料來源。

## 五、運用你的關係網絡

如果你在某個產業中擁有自己的關係網絡——這也許是透過工作經驗, 或個人的人際關係網絡——你能將研究立基於此嗎? 雇主可能會很樂意, 允許你運用工作場所作為你研究的焦點。你可能獲准旁聽各種決策會議(在你自己的時間裡!), 或直接觀察在各種不同的面向上, 企業如何經營運作。第四章將提供運用工作經驗的更多討論(參見中譯本第 頁)。家庭和友誼關係也很有幫助; 例如, 在招募調查研究所需的訪談者或實驗對象時, 他們會給予很多幫助(參見第五章)。

仔細思索你過去的學習、興趣和關係網絡, 或許可以想出幾個能夠選擇來作研究的主題。再看一次表 1.2, 然後寫下你對這些問題的回答。

## 六、學生研究計畫的主題範圍

表 1.3 列出一些我的學生曾經用於研究計畫的主題領域。如同你所見, 這裡的主題範圍相當廣, 而我確信你能夠從中想出一些合適的計畫。請注意, 這裡所列出的並非問題(questions), 而是**主題領域**(subject areas); 這兩者之間巨大的差異性, 將在「發展你的研究問題」這個部分討論。你也許會想在確立一個研究計畫之前, 閱讀本書其餘的章節。當你

表 1.3：研究計畫主題領域的範例

1	好萊塢電影中的非裔美國男性
2	披頭四樂團的迷文化
3	班尼頓(Benetton)廣告
4	英國黑人文化
5	男孩樂團
6	當代英國電影
7	《柯夢波丹》雜誌
8	媒體所呈現的殘疾人士
9	昆丁塔倫提諾(Quentin Tarantino)的電影
10	英國報紙的橄欖球報導
11	遊戲節目
12	家庭改良電視
13	印度電影
14	網路購物
15	男性雜誌
16	出版業的新技術
17	辛蒂娃娃(Sindy doll)的行銷
18	青少年雜誌
19	電視廣告
20	網路雜誌(webzines)

想好大概的主題領域時，應該先讀過此章剩餘的部分，以便將你的主題磨練成一個可研究的問題。

## 七、腦力激盪

- 13 **腦力激盪**(brainstorming)是一個產生構想的好方法，同時也是一種技巧，能幫助你考慮你真正想做的事。當你思考過表 1.2 提出的這些問題之後，你可以將自己沉浸在腦力激盪會議(brainstorming session)中。你可以獨自進行，或是在讀書會、課堂中進行。首先，準備一大張紙，和一些用來做記號的筆。給



自己一段規定好的時間：約十到十五分鐘，可視會議有多少人參與而定。接著在這段時間內將紙寫滿，寫下每一個你可以(could)、願意(would)或可能(might)研究的主題。不要編輯你的想法，幾乎是無意識、自然地將每個想法寫下來。在這段時間內，確保你不停斷，而且盡你所能快速地寫。當時間到了，去喝杯茶或是散散步，十分鐘以後再回來看這張紙。現在，思考這些剛才寫下的想法，你能夠在它們之間作出什麼樣的聯結。拿一支不同顏色的筆，在相似的想法間畫線連結，並嘗試將你寫下的這些想法歸類，你可以發現有相同的主題嗎？在這其中是否存有一個想法，似乎在所有想法中佔有優勢？你是否有幾個與眾不同的想法？首先重溫這張紙，並且重新修改之後，將所有可能的研究主題列表，接著思索如何將這些主題，依照你感興趣的程度排序。在這些主題中，有沒有某一個明顯比其他主題更具有吸引力的主題？在這個階段，你可能有多種不同的想法，或許你仍然沒有進展。但是不必擔心，你可以和課堂上的其他同學或是導師，談談你所關心的這些事。在腦力激盪時間的尾聲，你應該至少要有兩個值得進行更深層研究的點子，而你也要更深入思索「什麼使你感興趣，為什麼」。

## 八、你的水平有多高？

關於「知識份子」(highbrow)和「大眾」(popular)文化的爭論，在其他文獻中已經詳述，不再加入此書中討論(例如參見 Storey, 1993, 1994; Inglis, 1990, 1993; Turner, 1996)。在學術和大眾的爭論中，大致承認了媒介與文化之間的差別，但在本書中，是將它們視為兩個平等且同樣值得研究的領域。為了現在的目標，我們必須區分出兩者的差異性，但並非將不同的文化形式劃分出高低，而是區別為媒介和文化兩種不同

的研究取徑。然而,即便研究柯芬園歌劇( Covent Garden opera)和研究卡爾頓電視頻道(Carlton television)所使用的方法,可能不會有差異,但是選擇研究歌劇或是電視,本身來說就可能具有14 很高的政治性決策。在計畫研究時,你應該能夠平等地享有研究所謂「菁英」(elite)或「大眾」形式的權利,在文化形式和觀點上,它們全部都平等地在市場上流通。

### 參、善加利用你的指導老師

在設計研究過程的早期,你就應該和你的教師或指導教授談談,以得到指導,知道你該如何研究所選擇的主題領域。每一間大學都有自己預期的前景和準則:你的導師將可以在這些方面給予指導。他也會知道在當地是否有和你研究主題相關的特殊資料來源,而能夠運用在研究中。及早的討論可以使你避免走入錯誤的路徑,因此一旦你有了想法,就儘早和你的指導老師會面,定期預約和老師見面的時間並固定赴約。定期和導師討論研究計畫的學生,在最後的評估成果中,總是比其他不定期會面的學生來的好。導師提供你有用的資源,請善加利用他們!

### 肆、發展你的研究問題

一旦你決定了一個主題範圍,就要和你的導師討論,接著你必須開始發展**研究問題**(research question)。謹慎的定義研

研究問題是非常重要的，因為研究問題將會支配你的研究計畫。要發展研究問題，可以從思考「你自己對這個主題的哪個部分最感興趣」開始。盡你所能的閱讀在這個領域中，與主題相關、先前已經被完成的研究文獻。思考「理論」，你如何能夠將特定理論家的發現，應用在你的興趣之上？

### 一、定義你的分析對象

設計研究計畫的下一個步驟，就是確實地定義出你想研究分析的對象：也就是在這個主題中，接下來你將細讀的方面。分析對象詳細指出你將調查的、明確的一系列現象，也是對你所研究特定領域的描述。對於一九九年代的英國電影、遊戲節目、數位音樂，你想研究些什麼？盡可能描述的更精確。將你的研究主題範圍縮小至單一的面向，或是一個具有關鍵性的關係上。你的分析對象應該是要容易處理的 (manageable)：它足以讓你保持忙碌，卻又不至於太廣而難以應付。同時它也必須是容易取得的 (accessible)：例如，假使在研究影片時，你無法取得影片的拷貝，那麼就是在浪費時間。

假如你的研究主題領域是表 1.3 的其中一項，拿當代英國電影來說，在這底下就有好幾個範圍較小，你可以選擇作研究的領域。如何選擇更精確的領域，則依照你的興趣來決定。表 1.4 提供一些關於如何更進一步縮小主題範圍的概念。

如果你想探究有關英國電影中再現的議題，你可以選擇研究某種類的系列影片中，一個特定的社會群體如何被描寫。讓我們以 東方就是東方 (East is East)、沙灘上的巴哈吉 (Bhaji on the Beach)、我愛貝克漢 (Bend it Like Beckham) 這幾部電影對亞洲社群的再現為例。這些片中對英國亞洲人文化的再現，提供我們明確的分析對象。另一個在當代英國電影

16 表 1.4：從研究主題範圍到分析對象的發展

主題領域	分析焦點	潛在分析對象的舉例
當代英國電影	文本	沙灘上的巴哈吉 (Bhaji on the Beach)、東方就是東方 (East is East)、我愛貝克漢 (Bend it Like Beckham)等片中，對英國亞洲人文化的再現。 倫敦東區是匪盜電影拍攝的所在地。 舞動人生 (Billy Elliot)為英國歌舞劇。
	產業	一九九〇年代開始，英國電影的興盛。 多路傳輸技術對英國電影票房的影響。
	閱聽人	為什麼人們喜歡看電影。
男性雜誌	文本	分析男性雜誌中，對女性的再現。 比較男性與女性雜誌中，對產品的評價。
	產業	《少年家雜誌》(lads' mag)的興衰：《Loaded雜誌》(Loaded)個案研究。
	閱聽人	讀者和非讀者如何看待男性雜誌：一個焦點團體的研究。
電視廣告	文本	廣告與地點的再現：風景在電視廣告中作為一種符徵。
	產業	商業電視台擴張對電視廣告的影響：當代與一九五〇年代的比較。
	閱聽人	廣告的召喚與影響力。什麼樣的廣告能使人們記憶，它對購買行為能產生影響嗎？

中經常出現的主題是倫敦東區的反派角色。你可以拿影片如兩根槍管 (Lock, Stock and Two Smoking Barrels)作為你的分析對象，在這部片中引用了倫敦東區惡棍的迷思為主題，影片建構在將此社群描述為罪惡且危險的刻板印象之上。假如你受 舞動人生 (Billy Elliot)這部片的感動，並認為它具有典型歌舞劇應有的特色，同時也是英國的經典電影之一，那麼你可以先研究英國歌舞劇的歷史背景，再決定這部影片在何種程度上會被劃分入同一類型。

以上所有的例子都密切關注於文本。如果以電影產業的機能狀態作為分析對象，那麼你可以將當代英國電影的研究範圍縮小，聚焦於某個產業的研究。如此，你可以從《浮華世界》(Variety)、《銀幕財務》(Screen Finance)這類的商業期刊中，挑選出電影產業財務健全的相關資訊。在此，你所初步研究分析的並非電影，而是有關於公司報告、產業資訊的新聞稿和財經報導。在這類研究之下，可能作為研究的題目有「一九九〇年代開始，英國電影產業的興盛」或「多路傳輸技術對英國電影票房的影響」等。

或者，你的研究分析對象可能傾向於觀看電影的社會功能。在這樣的研究裡，你感到有興趣的或許是人們在觀看電影中獲得些什麼，而希望將研究聚焦於閱聽人。假如你要探究人們在看了一整晚電影之後得到什麼，你可以訪談你的朋友和大學同學，為你這項關於電影社會功能的有趣調查奠定基礎。這裡你可能會將看電影視為一種社會現象，而從社會方面的觀點來研究人們從電影中獲得的樂趣。若從文本本身的內容或是生產文本的產業來研究，則是非常不恰當的。

在表 1.4 中的例子，包括表 1.3 所提供的，其他研究主題的多種方法取徑：男性雜誌和電視廣告。任何研究的分析對象都可以藉由決定分析焦點來縮小範圍。上述兩個廣泛的主題領域本身都提供研究者多種潛在的分析對象，這要取決於研究者將他們的主要興趣初步界定為**文本**、**產業**或是**閱聽人**。表 1.4 提供每一個類別之下，一些分析對象的範例。

當你要縮小你的研究主題範圍，成為一個能夠進行研究 17 的分析對象時，考慮哪些是你最感興趣的領域，可能會很有用。當你決定分析對象是**文本**本身、**文本**產生的方式、或是**閱聽人**理解與接收**文本**的方式時，你就可以繼續往發展研究問題的方向走。**文本**、**產業**和**閱聽人**這些類別，將會在本書

往後的章節中繼續使用。

## 二、環繞你的主題領域進行閱讀

當確定你的研究分析對象後，你應該開始盡全力地閱讀相關文獻。不僅要閱讀關鍵性的文獻，也要環繞(around)著你的主題領域進行閱讀，研究相關的領域或相似的主題，找出理論取徑和研究分析方法的相關概念。研究計畫提供你擴展原有知識的機會，但是你要先完全瞭解，在你的研究領域中有哪些是已經被知道、被寫過的，否則你還不能進行這項步驟(參見第二章：研究資料和資源)。如果你發現有上百本關於你研究對象的書籍和文章，這或許是因為你並未有效地縮小研究範圍。閱讀關於此主題最常被引用，或是最新的書籍和文章，找出最主要的爭論領域。在其中你可以發現些什麼嗎？有哪一個領域是被已往文獻所忽略的？或者有一個還未被研究者探索的新現象？然而，假使你發現在這個領域中沒有任何文獻被寫出，那或許是你沒有在對的位置檢視，或是你的主題太特別了。重新定義研究中的專有名詞、術語後再試一次。當你閱讀時，請留意在你有興趣的研究領域中，有哪些研究已經被完成，研究者又是誰。當你著手寫文獻探討時，你將會需要這些資訊(參見第六章，**中譯本第 頁**)。

## 三、思索理論

當你確定好研究分析對象，下一個步驟就是思考你**為什麼**要進行這項研究。「為什麼要研究」揭示了一個重要的議題：**理論**。理論的重要性在於它作為一項工具，能幫助我們思考那些不能被過分高估，也不可被忽略的問題。在這個程

度上,我們進行創新性研究時,不太可能發展出新的理論模式,或是提出引人注目的深刻理論見解。我們對於理論的使用,是完全出自於實用主義的:理論提供我們許多思考分析對象的方法,其目標就是在於幫助我們。

在界定你的分析對象時,請思考在研究領域中,什麼是真正使你感興趣的,藉此將研究分析範圍縮小。在界定理論時,你就是在思索「為什麼」你對這個分析對象感興趣。你所選擇的主題中,你發現哪方面是有趣的?什麼理論取徑可以被引用 18  
至你的研究調查中?這項工作或許非常平淡無奇,或許異常困難,而這要取決於研究問題確實的本質。花些時間深入思考你為什麼對這個主題感興趣,這將會導引出你研究的關鍵。你也必須利用現存的文獻資料,來思索在這個領域中,先前的學者如何辯證他們的研究。什麼樣的理論方法取徑已經使用於你的分析目標上?先前的學者如何解釋他們為什麼對這個主題感興趣?他們的解釋對於此領域中你感興趣的部分是否有共鳴?什麼樣的取徑方法不曾被使用?你能在分析對象和理論之間找出一個新的連結,是過去學者不曾嘗試研究的嗎?理論的基礎或許可以向這個領域中的重要作家借鏡,像是霍爾(Hall, Stuart)或摩利(Morley, David)。或者你可以選擇使用哈伯瑪斯(Habermas, Jurgen)、傅柯(Foucault, Michel)等傑出知識份子所發展的理論。理論的典範提供你研究的基本原理(rationale),它可以幫助你辨證所選擇的主題和研究分析方法,也將幫助你解釋為什麼你要進行這項研究計畫。

#### 四、選擇適當的方法

我們已經討論過要研究什麼,以及為什麼要進行這項研究計畫,接下來的步驟便是思考你將如何進行你的研究。假

使你花費與確立研究主題相同的時間，來思考如何進行研究主題，那麼你研究工作的整體品質將會提高。你將採納的研究方法，主要取決於研究分析對象和即將使用的理論取徑(也就是什麼和為什麼)。但在你決定使用何種方法之前，你必須留意媒介與文化研究的多重典範。

在序論中我們簡短的討論過，研究方法典範通常被區分為**量化方法**和**質性方法**兩種(參見中譯本第 3-5 頁)。兩者字面上的定義很簡單：量化方法是指任何一種使用數據資料的調查，像是統計研究、某些類型的調查研究或任何產生數據的方法。這些研究方法主要不過就是一種進行測量的方法。相反地，質性方法是根據哲學的概念，來解釋這個世界，而典型的質性方法並不使用數據資料。例如俗民方法論(ethnomethodology)，或是某些類型的訪談法。這些方法被視為是闡釋性的(參見表 0.1，中譯本第 4 頁的討論)。在社會科學中，研究者進行量化或質性的研究，逐漸成為一個受重視的議題，而這兩種研究方法典範之間呈現出典型的區別和  
19 差異(參見 Burns, 2000)。量化和質性研究方法之間的差別或許非常大，但兩者提出的問題類型差異卻不大：瞭解在媒介與文化研究中，多數主題都會牽涉到一些測量和分析是非常重要的，因此量化和質性研究方法並非各自獨立存在。詹森(Klaus Bruhn Jensen)主張：「為了發展理論，也為了應用媒介研究，研究者評估不同方法論的適宜性是非常重要的，而這必須參考研究目的和分析對象，要先問什麼和為什麼，接著才探索該如何進行研究」(Jensen, 1991a: 6)。

雖然本書主要聚焦於如何進行你的研究計畫，但實質上，在你選擇你所要研究的主題，以及你為什麼要研究它時，已經可以預知你將使用的研究方法。分析對象和理論取徑應該是研究方法的主要決定因素。在接下來的章節中，我



們根據主要分析對象來檢視學生可運用的分析方法，並試著避免讓「量化」、「質性」方法這樣不健全的區分方式繼續延續。

## 五、媒體、文化和電影研究的驗證規則

不論是在自然、社會科學或人類學中，每一個研究調查的領域都有自己的**驗證規則**(rules of evidence)，這是指形成論點和蒐集證據的方法。驗證規則背後所隱含的意識形態，有時涉及了**知識論**(epistemology)：也就是有關知識的研究。我們該如何認識事物，此外，我們要如何證明已知的事物，這些都是在任何學術規範中的基本問題。例如，在一個典型的科學模式中，知識是透過反覆實驗後的觀察而建構。「科學方法」已經被應用於社會科學的某些領域之中，但是驗證規則卻絕不會被固定。在媒介與文化這塊研究領域中，學者對於驗證規則應該如何並沒有共識：有些人(主要是受過大眾傳播訓練者)傾向於使用社會科學家推論出的模式，對量化和質性方法的使用相當謹慎。有些具有人類學背景的文化研究傳統學者，較可能使用在文學分析中被慣用的詮釋學研究方法。不論背景如何，我們都盡力在研究中證明一點：我們要言之有物，運用媒介、文化的分析來支持我們提出的假設。我們必須以這樣的方式來呈現成果，因為任何理性的讀者，皆會以我們所呈現的證據為基礎，進而認同研究的結論。我們談到，假使一份研究計畫設計完善，且達成研究者預設的目標，它才會是**有效的**(valid)。沙伯福特(Sapsford, Roger)如此巧妙地說到：

要知道一項研究是否能令人信服，或是它有效的程度

20

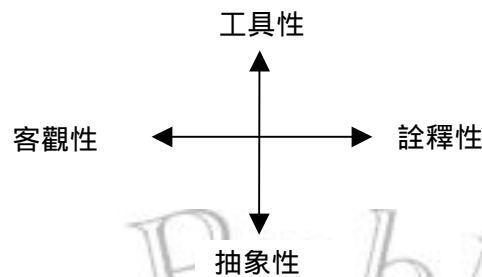
(extent), 就要詢問研究證據的狀態。我們要問, 被當作證據呈現出的事物, 是否足以支持從它們本身獲得的結論; 或者研究中是否有邏輯上的缺陷(在測量、抽樣、比對方面), 使得結論令人懷疑, 或是降低我們對此研究的信任(Sapsford, 1999: 9)。

一項有效的研究成果, 應該要說明分析對象和研究方法之間的關係。研究者必須指出, 其所選擇的研究方法是正確的、能夠如其所願證明某個研究論點的方法。不論研究成果被歸類為以上所討論的量化或質性研究(參見中譯本第 3-5 頁以及第 24-25 頁), 都應該要是**有效(valid)且可信的(reliable)**。可信度(reliability)是指評估研究實際上充分完成的程度, 以及研究結果一致性的方法。當一項研究精確而適當地被進行時, 則可說它是具有信度的研究。

## 伍、媒介、文化和電影研究的典範

雖然量化和質性的分類對於跨學科領域(像是我們研究的範圍)可能不大有用, 但是我們的確需要一種界定不同研究的方法。根據兩個不同的研究面向, 來思考我們所使用的各種研究方法是有益處的。我將這兩種維度稱作**客觀性(objective)/詮釋性(interpretive)**和**工具性(instrumental)/抽象性(abstract)**。圖 1.1 列出這兩種研究面向的概略性大綱, 一項研究可以根據其在這些維度特徵上各具多大程度, 而在這張圖中被定位。

我們從**客觀性/詮釋性**面向開始, 這個面向和量化/質性



21

圖 1.1：媒介與文化研究典範的面向

的區別有些相關。根據研究者自己提出的研究類別來思考研究是有益處的。有些研究者認為他們的研究成果是完全客觀，而不可能存有自己的詮釋。他們將研究結論建構在與研究設計相關的，得到科學辯論的基礎之上：研究者的結論是研究方法的產物，以及他們自己的意見或詮釋與研究結果沒有太大的關聯性。研究成果是根據研究問題的**效度**(validity)指標、研究中的**信度**(reliability)，以及作為一個**公正**(impartial)研究者所應具備的**誠信**(integrity)來評斷。在我們的研究領域當中，這類研究聚焦在有事實根據的資料上，並且傾向以描述為主。例如「客觀性」研究，即包括大量的統計數據分析，像是用來累積收視率的閱聽人數。

然而，許多研究者所進行的研究，在本質上是詮釋性的(interpretive)，在這類研究中，學者們承認他們的研究發現是依據研究者自己對研究成果的詮釋得來的。其他埋首於客觀性研究的社會科學研究者，則認為這樣的研究並不確實地具有效度。詮釋性研究者承認其調查研究的限制性，但他們也不渴望無所不知(那些追求更高客觀性的研究者，有時會提出這樣的批評)。詮釋性學者依靠的是他們自己的見解和判斷。一項詮釋性研究的說服力建立於修辭的能力，例如聚焦於節目主題和人物描寫的電視節目分析。「詮釋性」研究較不根

據事實, 而且比「客觀性」研究更著重於分析。

實際上, 這樣的區分是非常粗略的。多數的研究同時含有兩者元素, 即使是最典型的詮釋性研究中, 也包含客觀性真實的事實陳述。近幾年, 詮釋性研究的使用已被認為是一種作業標準, 例如焦點團體法, 已成為市場研究者最重要的研究利器。

將詮釋性、客觀性研究作更深一層區分是必要的, 我將這樣的區分稱作**工具性/抽象性**(參見表 1.1)。為了我們所需, 將研究區分為完全為了商業或政治目的而進行, 稱為**工具性的研究**, 其目標只在於抽象性知識探索的研究。事實上, 這些面向的區分是可笑的, 因為大多數的研究都具有實用的、政治上的目的, 即使只是為了要擴展研究者的經歷。但也有高理論性、沒有特殊商業用途的研究。批判性研究(指政治交戰的)和實驗性研究(研究數據、統計資料)之間不一定會存有差異。格拉斯哥媒體集團(The Glasgow Media Group)有段時期從事的就是費洛(Greg Philo)所稱的「批判的媒介研究」(Philo, 1999)。根據費洛, 他們的研究是「以經驗主義為基礎, 而且具有批判性」的研究(Philo, 1999: ix)。

由於媒介和文化研究是以分析某個主題為目標, 在此你沒有任何研究方法可使用。舉例來說, 在自然科學中, 許多學門都有一個優先被使用的方法, 而每個接受專業學科訓練的人, 都必須學習一些被奉為經典的教科書, 這些是一門學科中的規定。媒介或文化研究都不是自然科學中的學門, 我們研究領域的規則是: 可以使用任何一種方法來研究。然而, 所選擇的方法必須適合特定領域中的主題。例如, 假設

22 你想研究肥皂劇中同性戀者的**再現**(representation), 你所使用的方法就必須是以剖析女、男同性戀者在特定肥皂劇中形象為主的**文本分析**(textual analysis)。如果想瞭解男、女同性戀

如何看待他們在肥皂劇中的再現，你的研究必須根基於**調查法**(surveys)和(或是)**訪談法**(interviews)。使用訪談法來分析文本，或以文本分析法來研究態度和意見，都是不恰當的。你用來分析的研究方法，主要是取決於你的研究分析對象。在分析任何類型的節目(或影片、書籍、其他形式的文本)中對任何群體成員的描述時，你應該使用適合研究文本的方法。要瞭解某些事物被再現的頻率，最好的方法就是**內容分析法**(content analysis)，當研究問題在於這些再現代表什麼意義時，可使用**符號分析**(semiotic analysis)得到更直接的解答。如果你對男同性戀者對電視所呈現出他們所屬社群的再現，有什麼態度傾向和意見，你最需要關注的並非文本本身，而是文本的閱聽人。如果你想進行這項研究，你可以選擇**焦點團體法**或是**訪談法**。然而，假設你認為媒介某特定主管被指派為該部門的責任編輯導致政策轉變，而影響對男同性戀者的再現，那麼你應該選擇適合研究產業的方法。

媒介和文化研究可被分為三個廣泛的領域：**文本**(texts)、**產業**(industries)和**閱聽人**(audiences)，而每個領域都有自己優先使用的研究典範。在每一個領域中，理論上可以使用人類學或社會科學中的所有研究方法，但在實際的常規上，這三個領域各自與一套不同的研究方法結合(參見表 1.6、表 1.7、表 1.8)。使用某特定方法來研究一個特殊的現象，有時完全是取決於知識論，而有時只是依照常規。

## 一、研究媒介文本

假如你主要是對特定電影、電視節目、音樂或博物館展覽的研究有興趣，這些都可以考慮作為我們目前意圖研究的文本。經常使用於分析文本的典範最初源自於文學研究，雖

23 表 1.6：研究文本的方法

分析目標	方法	範例
在一組文本中, 某事物出現的頻率	內容分析 (Content analysis)	格拉斯哥媒體集團(Glasgow University Media Group 1976, 1980, 1982), 《新聞》( <i>News</i> )研究; 費洛(Philo, 1996, 1999); 史托克斯(Stokes, 1999a), 《女郎》( <i>Girls</i> )雜誌。
單一文本或一組文本的意義	符號學 (Semiotics)	羅蘭巴特(Roland Bathes, 1990), 《時尚》( <i>Fashion</i> ); 威廉森(Williamson, 1978), 《解讀廣告》( <i>Decoding Advertisement</i> )。
單一文本或一組文本的敘事結構	敘事分析 (Narrative analysis)	普洛普(Propp, 1968); 伯格(Berger, 1982), 《囚犯》( <i>The Prisoner</i> )分析。
一組同性質或同類型的文本	類型研究 (Genre study)	費爾(Feuer, Jane, 1982), 《好萊塢歌舞劇》( <i>The Hollywood Musical</i> ); 萊特(Wright, 1979), 《六支槍與社會》( <i>Six-Guns and Society</i> )。
一組相同「作者」所創作的文本	導演風格研究 (Auteur study)	佛利特曼(Friedman, 1999)對史柯西斯(Scorcese, Martin)的研究。
一組由相同表演者所演出的文本	明星研究 (Star study)	戴爾(Dyer, 1982), 《明星》( <i>Star</i> ); 《天體》( <i>Heavenly Bodies</i> ); 賀莫斯(Holmes, 2001)對克勞馥(Crawford, Joan)的研究。

然在近代, 我們將英國文學這門學科視為文本分析最直接的前身, 但其實詮釋學是經典先驅。許多媒介與文化產品的取徑, 和小說以及其他形式文學作品的研究方法非常相似。例如, 自從二十世紀初以來, 英國文學發展出的文本分析幾乎不曾發生變化, 因為分析文本主題、情節、人物塑造的方法, 都是源自於小說或詩歌的研究。自一九六 年代開始, 文本

分析受到電影研究的巨大影響，可使用於文本分析的研究方法才得以擴展。

表 1.6 列出第三章即將討論到的研究方法。在文本分析方法之討論中，**內容分析**(content analysis)是我們所考慮使用的方法裡，最具有經驗主義色彩的：因為內容分析法依賴被測文本的數據資料蒐集。在表 1.5 中，內容分析法應該會座落於客觀性/詮釋性這個面向中「客觀性」的這一端，雖然在第三章中我們將看見，內容分析法在許多方面也具有詮釋性。如果你對單一文本或一組文本中，某事物發生的頻率(how much)有興趣，那麼你就應該選擇使用此方法。每當你需要文本中特定現象發生的相關量化數據，內容分析將會是最好的選擇。假使你的分析對象是某種性質的文本，而你的理論問題又與數量相關，就應該使用內容分析法。格拉斯哥媒體集團(Glasgow University Media Group)廣泛地運用內容分析法，研究哪些種類的議題得到多少新聞報導，此集團可能是內容分析法大量的使用者(Eldridge, 1993; Glasgow University Media Group, 1976, 1980, 1982; Philo, 1996, 1999)。

然而，假如你主要的研究興趣在於文本或形象的**意義**，24  
那麼**符號學**(semiotics)較能符合你的需求。此方法藉著將文本分解成意義的構成單位或是**最小單位**(semes)，使你能夠發展出自己對於分析對象的詮釋。符號學通常會與內容分析結合使用，以得到一組文本的多面向分析：內容分析可提供某事物發生頻率的數據，而符號學則提供對於這些事件的詮釋。例如，我們假設男性雜誌中關於體育的報導比新聞雜誌少，而且資訊也不比新聞雜誌流通，我們對陽剛特質(masculinity)的理論感興趣，而且認為在這兩種媒介中，所呈現出的男性運動員形象大相逕庭。以內容分析法比較運動報導分別在男性雜誌、新聞雜誌的出現頻率，將可以提供事實根據，來支持你比

較這兩種出版品體育報導的論點。你可以使用內容分析,在某程度上將不同類型的男性再現分類。使用符號學來對報導性質、傳達的形象種類、以及這些形象所支撐的新聞專欄和報導類型進行分析,你將得到關於運動英雄再現的有趣研究。

如果你的興趣在於各類型出版品中關於運動員的報導本質,敘事分析(narrative analysis)是一個很好的研究方法。這個方法包括了一系列檢視任何媒介敘事結構的方法:它可運用在電影、電視、歌曲、廣告,任何描述故事的媒介。假使你主要對情節、故事結構有興趣,例如在一組特定文本中,「男孩如何遇見女孩」,你就應該選擇使用敘事分析。在第三章「類型學研究法」標題底下所討論的一組研究方法,都是源自於電影研究,它們提供其他媒介一些有價值的見解。這些方法包括類型(genre)、導演風格(auteur)和明星研究(star studies)。表 1.6 提供了各種運用主要文本研究方法的範例。

## 二、研究文化產業

媒體產業為媒介社會學、經濟學和批判學者提供了研究的對象。這裡有好幾百種研究媒體產業的方法,它們的來源幾乎每一門學科都有。在這裡,我將重點放在學生們最有可能用到的幾種方法上,表 1.7 列出這些方法的大綱。

其中最典型的方法為檔案研究法(archive research),它用來調查文化產業當前和歷史的狀態。如果你對某個特定公司或產業的歷史有興趣,文獻研究將可能是你主要使用的研究方法。和你所研究組織相關的文件,或是被此組織製造出的文件構成你主要的資料來源。

然而,假如你所感興趣的是閱聽人對產業歷史的觀點,你將進行社會歷史研究(social history)。在這種情況下,產業



表 1.7：研究媒體產業的方法

25

分析對象	方法	例子
某特定機構的歷史；媒介技術的歷史；過去政策的討論；法規的歷史	檔案研究法 (Archival research)	布里格斯(Briggs, 1961-1995), 《英國廣播史》( <i>History of Broadcasting in the United Kingdom</i> )
廣播史；媒介的社會影響力	社會歷史研究 (Social history)	史坎內爾和卡迪夫(Scannell and Cardiff, 1991), 《廣播社會史》( <i>A Social History of Broadcasting</i> )；寇納(Corner, 1991), 《英國大眾電視》( <i>Popular Television in British</i> )
產業工作者的意見和態度	訪談法 (Interview)	漢德生(Henderson, 1999), 《產製大量的肥皂劇》( <i>Producing serious soaps</i> )；麥克柳(McLeod, 1999), 《嘻哈的真實性》( <i>Authenticity in hip-hop</i> )
某公司或組織的實際運作；從業者在產業中的行為	參與觀察法 (Participant observation)	史列辛格(Schlesinger, 1987), 《建構真實》( <i>Putting Reality Together</i> )；哈里遜(Harrison, 2000), 《英國地面電視新聞》( <i>Terrestrial TV News in British</i> )

如何被更廣泛的社會所理解的相關文件，也包括在你主要的資料來源中，這些文件可能是當代的雜誌和新聞報導。這裡所要討論的社會研究法範例，是史坎內爾和卡迪夫(Scannell and Cardiff, 1991)將廣播視為一種社會現象的研究。大部分使用檔案研究法的學術研究都具有相當的詮釋性：研究者必須判斷文件中的調查發現代表什麼意義。

產業研究不僅是透過文獻研究來進行，產業的從業人員通常也是獲取產業相關資料非常好的來源。如果你能對產業

從業人員進行關於工作的訪談(interview), 他們通常能針對文化產業, 提供有趣而重要的見解, 就像漢德生(Henderson, 1999)所進行的肥皂劇工作者研究, 或是麥克柳(McLeod, 1999)對嘻哈產業工作者的研究。訪談法是一種非常好的方法, 可以獲取人們對其正在從事之工作的觀點, 可以藉此得知人們對於自己工作的態度傾向和意見。你主要的興趣或許在於實際上發生了什麼事, 而不是人們告訴你什麼, 在這樣的情況之下, 你應該考慮使用參與觀察法(participant observation)。一般而言, 參與觀察法是一個比訪談法更精深的研究法, 因為你可以自己接近工作場所, 觀察人們的日常工作。參與觀察法

26 被運用在史列辛格(Schlesinger, 1987)對英國廣播公司新聞室工作人員的經典研究:《建構真實》(*Putting Reality Together*), 以及哈里遜(Harrison, 2000)自己的研究中。

大多數的研究計畫都能夠透過瞭解文化產業的經濟實況而從中獲益, 第四章包括一些有關資訊類型的討論, 可供本領域研究者使用。學術研究通常是基於研究者自己對知識的興趣而完成的, 但對於大部分從事文化產業研究的人來說, 情況並非如此。多數研究者所分析的文件, 只是公司或組織單純為了工具性因素, 希望在市場上獲取策略利益而寫的。雖然我們不需要因文件的工具性而降低其可信度, 但在研究這些資料時, 你必須注意它們被蒐集的原因, 以減少任何潛在的偏誤。

### 三、研究閱聽人

閱聽人研究是我們研究主題之下的另一個領域, 文化產業為了自身工具性的因素, 大量地進行這方面的研究。的確, 大多數閱聽人研究的動機並非基於學術, 而是基於商業考量。電視公司需要瞭解哪一個節目有多少觀眾收看, 為產

表 1.8：研究閱聽人的方法

分析對象	方法	例子
環境下人們的行為	觀察法 (Observation)	魯爾(Lull, 1990),《家庭電視觀看的內涵》(Inside Family Viewing); 李比斯和凱茲(Liebes and Katz, 1990)對電視劇 朱門恩怨 (Dallas)觀眾的研究。
人們對問題的反應	調查法 (Survey)	康柏拜區(Cumberbatch, 2000),《電視：公眾觀點》(Television: The Public's View)。
閱聽人的行為報告	訪談法 (Interview)	摩利(Morley, 1986),《家庭電視》(Family Television)。
團體的態度、意見和行為	焦點團體法 (Focus group)	瓦斯科等人(Wasko et al, 2001), 哈格雷夫(Hargrave, 2000)的《全球迪士尼閱聽人研究計畫》(The Global Disney Audience Project),《刪除穢語》(Delete Expletives)。
過去行為和態度的記憶	口述歷史 (Oral history)	蘇利文(O'Sullivan, 1991),《電視記憶》(Television memories)。

品做廣告的公司也需要知道哪一種雜誌是他們的潛在客戶可能會閱讀的。表 1.8 列出各類閱聽人使用媒介、文化產品的研究。

許多學術研究關心媒介對使用者的影響，包括使用者從媒介得到的意義、詮釋的影響力，媒介學者從事閱聽人研究時，參與觀察法是被採用的研究方法之一。與研究產業相同，閱聽人研究涉及了自然環境之下人們的行為。在這種情況下，通常是在他們自己的家中。魯爾(Lull, 1990)專注在閱聽人收看電視節目的觀察上，他使用源自於民族誌的研究方法。這個非常耗費心力的方法，只適用於你的研究問題是希望精確地得知人們如何使用媒介時，而它也只能應用在某些種類的媒介使用研究上。調查研究(Survey research)是一個

更適合用來研究閱聽人的方法,雖然它必須依賴研究對象對於行為、態度和意見的自我報告。調查研究也廣泛地被運用於產業研究,而本章中所用到的個案研究是由康柏拜區(Cumberbath, Guy)受獨立電視委員會(Independent Television Commission, ITC)委託的研究(Cumberbath, 2000)。在媒介與文化研究中,一種研究閱聽人更典型的方法是訪談法(interview),摩利(Morley, 1986)的研究成果提供了幾個範例,說明這個研究方法如何對媒介閱聽人研究提供有趣的見解。近來,焦點團體法(focus group)因其在研究尺度上,是位於工具性和抽象性的一端而備受研究者注目,焦點團體已廣為產業和學術界使用。哈格雷夫(Hargrave, 2000)的研究成果提供我們一個例子,其研究使用的方法包括了焦點團體法。閱聽人研究通常聚焦於人們對於媒介、文化產品使用的趨勢,但沒有理由說明為何該是如此:透過口述歷史(oral history)的方法,已經產生一些其他關於閱聽人歷史的有趣研究。假如你對人們過去使用媒介或文化產品的記憶有興趣,這就是一個理想的研究方法(這裡所指的過去不一定是遙遠的過去。例如,你可以對同學進行訪談,詢問他們在求學時期對於電視的記憶)。

那麼,你的研究分析方法將會根據你分析對象的性質而有所改變,如果你是對人們的觀點和意見有興趣,那麼你所使用的方法,將會不同於你的興趣是在人們行為的狀況下。本書只包括那些適合大四學生使用的方法,並未涵蓋所有的研究典範

## 陸、結合不同的研究方法

藉著使用兩個或兩個以上的方法進行研究,你通常能夠

對分析對象有更深入的了解。**三角交叉驗證法**(triangulation)指的是以某一種研究法來證實或加強另一種研究方法的概念。例如,在閱讀檔案中產生懷疑時,訪談法就可以提供補強作用。在此,我們檢視結合多種研究方法來分析文本、產業和閱聽人的方式,並從過去已經使用多種研究方法的文獻中找出一些範例來討論。 28

有時當你想結合閱聽人的研究方法,以獲得某一個現象更細微的描述,許多研究者會使用調查法,接著再使用深度訪談。調查法能夠產生大範圍的數據,但缺乏現象的背景資料。在調查法後,對原始樣本進行小範圍的訪談,可以得到更多有關背景脈絡的詳細資料。例如哈格雷夫研究人們對攻擊性言語的態度時,就同時使用調查法和訪談法(Hargrave, 2000)。在研究的最初階段,調查法有助於發現人們如何評價特定的言詞,之後再使用焦點團體法,以釐清人們為什麼認為某些言詞具有攻擊性,而其它言詞卻不具有攻擊性。在研究閱聽人時,結合某一個廣泛的方法(例如問卷調查法)與另一個更細微的方法(如焦點團體法或開放式訪談法)是很常見的。

以下這種狀況是很常見的:你的分析對象並不能被劃分進本書中所使用的三個研究分析範疇:「文本」、「閱聽人」或「產業」的其中一種。有時你會對文本和讀者、或是文本生產者和閱聽人之間的關係有興趣,在這樣的情況下,有時使用不同的方法來進行兩個個別的研究,然後再比較兩者的發現會比較適當。

在第四章裡,我們將討論到訪談產業中從業人員的方法,第五章則是閱聽人訪談的討論。有時,對同一個文本的生產者和接收者進行訪談,將會很有價值,例如霍布森(Hobson)關於英國肥皂劇 十字路口 (Crossroad, 1982)研究。為了研究這個受歡迎、卻也遭受批評的電視連續劇,她對產

製 十字路口 的英國聯合電視公司(ATV)全體員工, 包括演員、導演和製作人進行訪談, 此外也訪談節目的閱聽人。但霍布森比本書多數的讀者擁有更多時間、資料來源和管道。

結合不同研究方法的關鍵在於瞭解為什麼你要這麼做。不要將方法是否容易接近使用, 當作你唯一的評斷標準, 因為你總是會找到一個很好的理由, 來解釋為什麼要結合某兩種研究方法, 同時你也要思考這麼做對你的研究有何幫助。

然而這裡還是有一句提醒的話, 一般的原則是: 將一件事做好, 好過於粗製濫造很多件事。我並非「機關槍式」研究法的擁護者, 此方法主張如果你儘可能從更多角度來檢視研究, 你將得到更完整的成果。更實際的做法應該是: 確實地界定出你想研究的範圍, 並謹慎思考你正在進行什麼樣的研究, 以及為什麼要這樣做。這個思考的階段可能會花些時間, 但是這樣的成本不僅便宜, 而且不會有任何損害! 當你的時間和資料來源有限, 就像本書多數的讀者一樣時, 最好花些時間建構出一個設計完善且關於媒介、文化某一面向的研究。

## 柒、描述你的研究問題

- 29 你的研究問題應該要明確指出分析對象、理論背景和將要使用的研究方法, 而上述這些元素應該要相輔相成。你的研究問題應該要對這三個領域涉及哪些內容提供一些明確的指示描述。圖 1.2 呈現出這三個元素如何與你的研究問題產生關聯的概括流程。

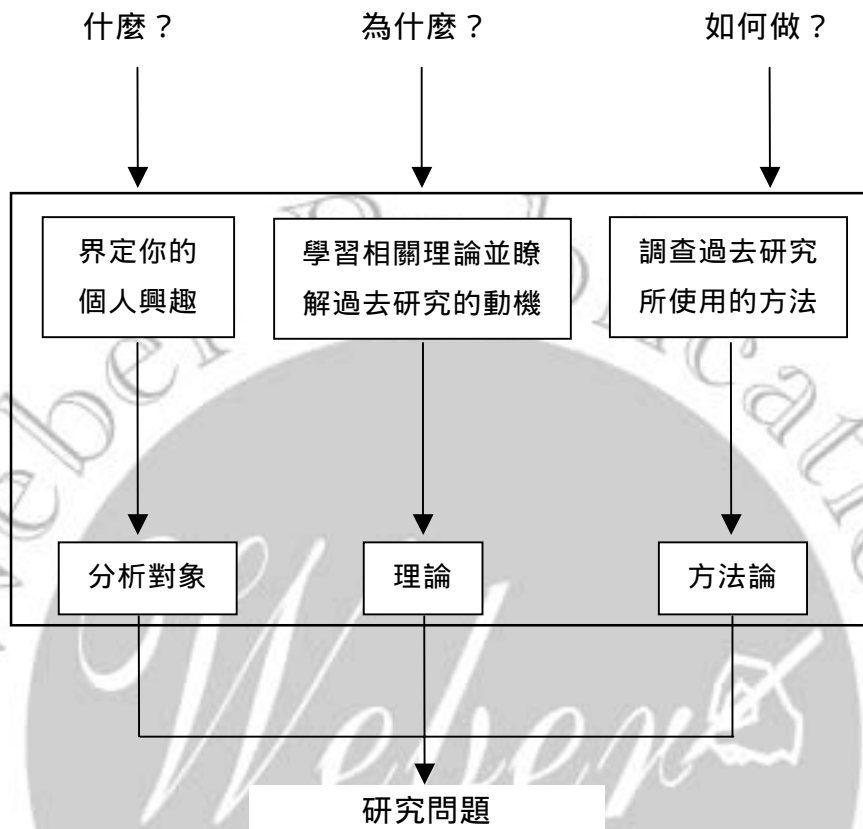


圖 1.2：設計一個研究問題

在你確定研究問題的描述時，要確認你是否能夠回答下列三個問題：

1. 你要研究什麼？
2. 為什麼這是一個有趣的主題？
3. 你將如何進行你的研究？

研究問題不一定會是整個研究計畫的標題，你或許會想為研究計畫下一個更吸引人、更容易記住的標題。如果你的

研究問題並非研究計畫的標題，那麼研究問題必須要被明確地放置在第一段，並以一句話簡明表示。在整個研究過程中，你的研究問題必須是你在研究期間會不斷保持興趣的主題。不要選擇你知道自己將會感到厭倦的主題，要確認這個主題是你保證可以一直進行下去的。

- 30 假如你的研究問題是由假設驅策的，你必須能以「一種可以被證明的陳述」的形式來表達你的研究概念。實行研究的任務必須是應用於證明某事物，而且最好是那些不曾被證實過的事物。撰寫學術論文時，在修辭上你必須以假設的形式來陳述你想要證明的現象。這將會是你在此主題領域下，根據你至今所學習閱讀，以及自身經驗而發展出的知識產物。

媒介、文化研究中假設的使用是採用科學研究方法中的一部分。科學研究方法是一套標準化的程序，科學家用它來探求問題的解答，它基本上意味著透過反覆實驗來建構知識。一個清楚的假設將會有助於導引你的研究，而假設可能以不同的形式呈現，它們可以是比較性的，例如「人們喜歡肥皂劇勝過於劇情片」，或是「網際網路的傳布速度比電視快」。或者，假設也可以與某個規範相關，例如這項陳述：「移除英國獨立電視委員會(ITC)的新聞破壞了商業電視台的公共服務問題」。你的假設將會促使你開展一項調查模式，也會在不同程度上，證明或推翻這些陳述。

多數的研究問題或假設都是**比較性的**(comparative)：將單一文本或一組文本與某事物做比較。你可以研究一組與假設(hypothesis)相對的文本，例如測試新聞再現某特定群體的方式是否有偏誤，或是歌手阿姆(Eminem)的歌詞是否是厭惡女性的。你可以比較研究主題與一般**常規的**(normative)典型，例如在肥皂劇中社會現實的主題，是如何巧妙地對應時事議題？或是女性雜誌中應該含有性感男性的圖像嗎？



如果你將任何年齡層的人當作研究對象，要確定你不會使他們受到身心的傷害。假如你有任何疑問，請與你的導師商量並找出**人類受試者政策**(human subjects policy)或**研究倫理政策**(ethical research policy)。除非是具有豐富經驗的研究者，否則對兒童進行研究通常是不符合研究倫理的。向兒童展示平常他們無法接觸的媒介內容，不論是有關「暴力」的電視節目或是普通的廣告訊息，都有嚴重的道德倫理上的顧慮。因為兒童無法瞭解參與研究會涉入什麼，因此不具備知會同意的能力。

### 捌、確立研究資料和資料來源

你的研究計畫中決定要調查的問題，一定會被你所能夠獲得的資料影響。如果無法掌握研究分析對象的相關資料，那麼你就不可能對媒介文本的閱聽人或機構進行研究。例如，假使你的興趣在對某些不著名的影片進行文本分析，在你投入這項研究主題前，先確定你可以得到這些影片的拷貝。如果研究的對象是容易購買或租到的影片，你將可能撰寫出一份更好的研究報告，因為你不需要花太多時間在取得影片上。如果你的興趣在於閱聽人研究，為什麼不以你的朋友、鄰居和家人作為資料的來源呢？大學生也是一個很好的研究對象(因為他們容易接近，而且容易被「收買」)。你的朋友或許會對你的研究感興趣，假如你向他們尋求幫助，他們可能會感到高興而伸出援手。多數社會科學研究者都因為本身的公正性而自豪，並且認為如果受試對象是自己認識的人，那麼研究就不可能具有公正性，但是這樣的研究方法對

學生來說是不切實際的。身為學生，對於邀請陌生人來作研究的受試對象可能會有所保留，如果你不想這麼作，那就不應該強迫自己。然而，如果需要大量的問卷答覆，你的同學們通常是合適的研究對象，即使你和他們私下並不熟識。餐廳或酒吧裡的學生或許也會願意花五或十分鐘來回答你的問卷。與你興趣、生活方式相似的人，通常都會樂意幫助你進行研究，所以如果你的鄰居、教會的教友或樂迷朋友感興趣的話，你可以請他們當你的受試者。我的一位學生對同為披頭四俱樂部的成員進行調查，撰寫了一份出色的研究報告。你會發現具有相同熱忱和興趣的人們，會非常樂意討論他們所著迷的事物。在你的學術研究期間，如果你曾經成功地在一個研究小組之下進行工作，那麼你可以鼓勵研究小組在研究計畫期間保持會面，因為與其他成員討論你的想法和進展，對彼此都有助益，而且這將避免使你感到孤立。假如你的研究需要訪談對象，研究小組也是一個理想的來源。

### 一、第一手和第二手資料

你的研究資料，也就是你將要使用的研究素材(可能是人、書籍、影片或其他事物)，可以被分為兩個類別：**第一手(primary)**和**第二手(secondary)**資料。第一手資料是指那些構成分析對象的資料，包括你即將研究的事物。在規畫研究時，你將會讀到其他研究者分析他們自己的第一手資料後完成的研究成果，這些由其他研究者完成的資料，對你而言就是第二手資料。因此，假如你要撰寫關於北野武(Takeshi Kitano)導演、編劇並演出的電影 *花火* (Hana-Bi, 1997)的研究，你將會研究這部影片，然後作出自己對影片的分析，這就是第一手資料。然而在研究的另一部分，你可能會想看看別人對影

片的觀感，因此你會閱讀北野武與其電影的相關書籍、文章和文獻，這些就構成了第二手資料。同樣的資料很可能在一份報告中是第一手資料，在另一份報告中卻是第二手資料，這取決於分析對象。例如，你想要分析英國電影評論家對北野武電影的反應，你可以將電影雜誌上的評論當作研究分析對象，這時這些評論就是第一手資料。如果你研究電視如何為電影製作人建構出一個特定的形象，一部關於史蒂芬史匹柏(Steven Spielberg)的電視紀錄片就是你的第一手資料。如果你研究的是史匹柏的電影，那麼這部紀錄片就是提供你導演背景資訊的第二手資料。當分析對象是閱聽人時，你的第一手資料就是研究對象的反應。如果你的興趣在人們對服裝公司「法國聯繫」(French Connection)具爭議性的宣傳活動的反應：此公司在宣傳活動中使用「fuck」這個字眼，這時你的分析目標(以及你的第一手資料)將會是研究對象實際上對這些廣告的評論。你可以使用廣告的範例作為進行焦點團體或訪談法的提示，但是廣告本身並不構成你研究中的第一手資料。

在我們的學科領域中，要在第一手資料和第二手資料之間劃清界線有時候是困難的，因為我們在研究中使用了多種不同媒介。一般而言，你所研究的媒介提供了第一手資料，因此對「東區人」(EastEnders)和「加冕街」(Coronation Street)這兩個研究來說，肥皂劇本身就是第一手資料，而與這些肥皂劇有關的電視節目則提供了研究的第二手資料。假如你要檢視報業的小報化(tabloidization)現象，新聞報紙就是第一手資料，而討論小報化現象的書籍和文章(其中有些可能出現在報紙上)就是第二手資料。當你進行原創性的研究時，你就是在分析第一手資料。而在閱讀與研究相關的資料時，就是在進行第二手資料的分析。在討論研究方法時，你必須明確地解釋和確立你的第一手資料。如果資料很多，它們就必須被

表列在研究的附錄中(參見第六章, 中譯本第 頁)。

## 二、文獻回顧

你的研究問題應該提出一些新的東西, 透過閱讀你所能掌握的、與你的研究相關且發表過的文獻資料, 來確認你不是在做重複的研究。你可以從曾經在課堂上使用過的文件開始: 如果你上過某一堂與你興趣相關的課程, 那麼可以從檢視閱讀清單開始。接下來, 搜尋學校圖書館的目錄, 查看是否有任何與研究主題相關的書籍。從圖書館借出這些書籍來考慮你是否要投入研究。利用這些書籍的參考書目和文章, 找出更多可能與你研究相關的文獻。如果你發現自己正讀完一本又一本的書, 請停止。你必須更加小心, 只要看應該閱讀的部分。你必須更廣泛地閱讀, 並且對你所讀的內容進行大量的思考, 很少研究是必須閱讀所有文獻的。習慣於快速地決定一本書或文章是否與研究相關, 是一個很好的觀念。一開始, 你應該致力於花三到五分鐘來決定一本書或一篇文章是否對研究有任何用處。這樣的時間已足夠讓你從書籍的名稱、章名以及部分標題, 來判斷它是否與研究相關。如果是有關的, 再多花十分鐘來掃描相關章節或部分的內容: 只要檢視標題和每個段落的第一個句子。記下書名、作者以及其他細節, 然後將書籍放置一邊, 寫下此書涵蓋的主要標題, 並用一兩句話陳述這本書如何和你的研究問題相關, 接著再繼續閱讀下一本書或文章。力求用這種方法瀏覽幾本書和幾篇文章, 在清單上草列出最有用的五到十個文本。當你列出所有你確認和研究有關的書籍、文章以及網址後, 隨即評估每筆資料對你的重要性 直到(除非)經過概覽和速讀後, 確定該資料與你的主題直接相關, 否則你不該閱讀全

文。如果你找到四到十本需要詳讀並可以使用的書籍或文章,代表在這點上你做得不錯。你的大部分閱讀材料僅可作為背景讀物之用,因此只需要掃描過即可。

在撰寫你的研究計劃時,請記得你不是從書籍中找答案,而是從你自己的研究中找答案。你閱讀的文獻通常只能充作第二手資料,你必須視你所需來使用它們。第一手資料和第二手資料都是研究計劃中重要的組成部分,因此對兩者的使用務必求取平衡。記住,評估研究計畫的關鍵標準通常是,你可以展現出你如何進行一項原創性研究。證明你的研究成果如何切合此領域通常並不重要,但記住你的閱讀應該展示你的研究成果如何切合先前的文獻。不要浪費時間閱讀無關緊要的東西(儘管它們可能是有趣的),並且確定你不會因為閱讀過於廣泛卻不必要的資料而自陷泥沼。你的時間很寶貴,當你成功畢業,你將會有很多時間做細部的閱讀。

關於如何為你的研究計劃確認資料來源及其他資源,請參見第二章,將有更多訊息。

## 玖、開始撰寫你的研究計畫

既然現在你已經讀完本章,對於如何進行研究計畫,我希望你比一開始感到更有信心。你應該為自己的研究計畫提出一個研究問題,然後開始深入探索與主題有關、可利用於研究的文獻。在本書接下來的部分,我們將檢視如何進行研究計畫的第一個重要的撰寫部分:研究提案或研究大綱。

表 1.9：一個研究提案的內容

1	你的研究問題
2	分析對象的界定
3	第一手資料的描述
4	你將要參考的第二手資料的概述
5	初步的文獻回顧, 以指出你的研究屬於此領域中的哪個位置
6	研究的時程表
7	抽樣「工具」, 像是問卷或編碼表
8	你希望發現什麼
9	參考書目和延伸閱讀的指示

### 一、設計一個研究提案

不論這是不是完成研究計畫必須的部分, 擬一份研究提案或研究大綱是被強烈建議的(參見表 1.9)。你必須在紙上寫下你的計畫實際上要做些什麼, 把它交給導師看, 聽聽他們有什麼建議。在開始研究之前, 取得關於你研究提案的回饋是必要的。

表 1.9 列出一個研究提案中的主要組成要素。你的提案應該包括研究問題: 非常明確地說明你的分析對象將會是什麼, 並指出你將如何得到它們(例如, 你是否會錄製一集電視節目、從當地的商店租借錄影帶, 或是在公共圖書館中影印報紙文章)。你的提案應該包括一個時程表, 合理估計每個步驟需要多少時間, 然後擬出一份詳細的時間表, 從論文必須提交的日期往前推算每個步驟必須完成的時間。謹慎且實際的計畫你的研究工作, 讓自己有充分的時間撰寫研究發現, 最少要有整個研究三分之一的時間。因此, 假使你有一個十二星期的學期來進行整個研究計畫, 就要確定在最後的四個星期, 你可以專注於研究成果的寫作。你應該有三分之一的時間進行初步的研究、組織, 寫研究提案和文獻回顧。

如果你的研究計畫有任何涉及到其他人的部分, 就應該儘早安排。你應該不想本來指望在三月進行訪談, 卻在那時才發現受訪者都去度年假了。在時程表中, 你應儘早確認你能夠使用任何圖書館、特殊的收藏品或需要預約的書籍。

## 二、做筆記

當你進行研究工作, 確認你有持續地作好筆記。寫下書籍、文章、報紙或網站等你曾經瀏覽過的參考文獻完整細節, 因為你永遠不知道之後是否必須回溯它們。如果你將會引用電視節目或其它非文字的資料, 確保你能夠得到完整的細節(參見第六章「參考文獻的註釋」, 中譯本第 35 頁, 該段落討論了參考書目的使用慣例)。

注意不要將你的筆記(notes)和引述(quotes)搞混了。抄襲(plagiarism)的一個常見原因就是學生們無意間將其他人的研究成果當作自己所說的話, 而沒有指明這是一段引述。蓄意的抄襲是一種欺騙行為, 通常會導致被開除學籍。即使你將某個研究當作參考, 也不應該直接複製, 除非你將它們當作引述來使用(參見第六章更深入的討論)。在你做筆記過程裡, 使用他人的言詞要特別小心。當你在筆記簿上抄寫文本或其他各種記錄時, 使用同一種顏色來抄寫文本中實際的詞句, 使用另一種顏色來寫下自己的評論。摘錄其他人的研究成果是非常好的做法, 但是請養成這樣的習慣: 沒有原作在面前的情況下, 也能夠寫下觀念與概念的摘要。事實上, 當你寫下自己的觀念和想法時, 除了空白的紙或電腦螢幕以外, 應該是沒有任何東西在你面前。在進入研究的「詳細描寫」階段, 需要再次回顧研究資料之前, 不要直接使用引述。

### 三、按照計劃大綱進行研究

小心謹慎地規劃你的研究，確保你知道自己正在做什麼，以及為什麼要這麼做！將你的研究提案視為之後研究工作的基礎，逐步描述在計畫每個部分裡，你所希望說明的是什麼。透過閱讀來填滿空白，一旦你開始研究，你就不應該再閱讀任何與「背景」相關的資料，每項閱讀都必須與研究工作直接相關。

## 拾、討論

在撰寫研究中，開始是最困難的一部分，因為你要做出一些重要的決定。你必須花時間思考這些問題：決定什麼使你感興趣、與你的研究相關。你應該選定一個在研究工作期間，你能保持興趣的研究項目。看看審核表中列出的有關研究設計的問題(參見表 1.10)，你能夠誠實且完整地回答每個問題嗎？除非你能回答審核表提出的所有要點，否則不要繼續你的研究計畫。

### 時間管理與研究計畫

學生們通常會遇到的一個問題是如何有效率地規劃他們的時間。現在的學生時常必須將研究與工作結合，許多人還有家庭的責任，因此要完全專心於研究是很困難的。有時依據時間管理來撰寫研究是另一個困難之處，多數人都會發現



表 1.10：研究設計審核表

1	你的研究問題有意義嗎？
2	你的研究計畫可行嗎？(你能否在可利用的時間內完成？)
3	你能夠獲得研究的第一手資料嗎？
4	你能否找到充足且適當的第二手資料？
5	你曾經與導師討論過你的想法嗎？
6	你的研究問題具有獨創性嗎？
7	你的研究問題是否建立在先前研究的基礎之上？

進行一項獨立的研究是一種挑戰。在進行研究計畫期間，提醒你必須實行嚴格的自我規訓，通常大學給你的截止日期就是最後的期限。距離期限的幾個月前，你有時會被別的事物吸引，而將計畫拋在腦後，這是在自找麻煩！當你進行研究工作時，你必須組織自己的時間。現在就拿出日記本，思考你什麼時候有時間進行研究。理想上，你應該嘗試每天做一點，每天空出一小時集中在研究上。你或許也要試著思考如何將你的研究融入日常生活，例如：每當你到圖書館時，就為研究找些參考資料；每次和一位你喜歡與他討論想法的朋友碰面時，就可以與他討論你的研究進展；每次拿起一本其他課程的書籍，就可以看看裡面是否有和研究相關的資訊。如果可以的話，試著每天寫下一些東西。在一星期當中，給自己安排固定的時間來進行研究，稍微固定的時間安排會使研究工作更有效率，而不是把大部分時間浪費掉，到最後可能還會遇到其他你現在無法預知的困難。學生進行獨立研究的程度，會因為所屬的機構(有時也會因指導老師的個性)而有不同。我建議你安排幾次與指導老師的會面，並與老師保持聯繫。定時會面來討論研究進行的狀況(即使它們並非進行得特別順利)是非常重要的，這能夠幫助你的研究工作切合於研究主題之上。

許多學生在畢業前的最後一年撰寫研究論文，此時還有許多其它重要的事情，會使他們分心而忘記專注於研究工作。請記住這項研究論文是少數讓你能夠進行屬於自己個人研究的機會之一。思考什麼使你感興趣，盡力而為，並從中獲得樂趣！

**\*網路試閱版聲明\***

1. 敝社目前對書籍翻譯品質管控日益嚴謹，每本書都至少經過四校的把關程序，本試閱版僅提供尚未上市的校稿版本，目的是為了方便讀者先睹為快。所以，此試閱版本不論是內容或排版，都與最後上市的版本，仍有某種程度的差異。
2. 讀者閱讀此試閱版本如果發現錯譯或不妥之處，歡迎讀者儘速透過電子郵件 (Email : weber98@ms45.hinet.net) 向敝社反映，以便在正式送印之前能做修正。
3. 如果讀者試閱此版本以後，對本書的內容有興趣，期盼各位讀者在本書正式上市後，踴躍購買。您的選購就是對本社最具體的支持，也得以讓敝社更加茁壯，出更多好書。

**\*版權所有，請勿做具商業屬性的運用\***