

## 第三章 研究設計與實施

本章針對第一章之研究問題，提出相應的研究設計與實施方法，茲將本研究之研究架構、研究方法、研究工具與研究流程分四節進行說明。

### 第一節 研究架構

本研究係針對網路影音分享平台之使用行為，以便利取樣所得之使用者作為研究對象，進行問卷調查研究，再將收集到資料進行分析、歸納以得研究結果。研究架構如下頁圖 3-1 所示。

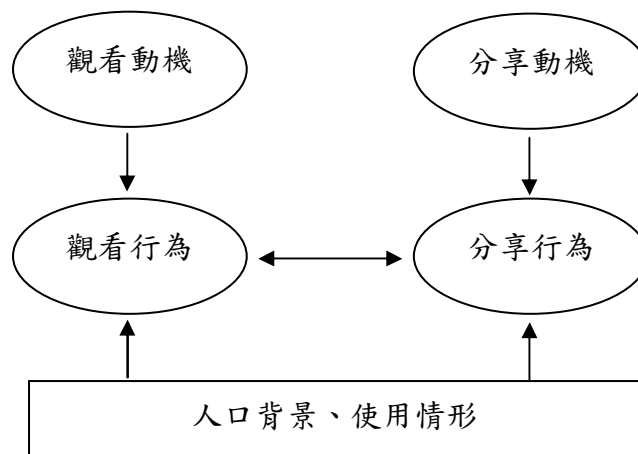


圖 3-1 研究架構

## 第一節 研究方法

針對本研究之研究問題，研究者採用內容分析法及問卷調查法來進行研究，分別說明如下：

### 一、內容分析法

本研究由於欲瞭解目前國內外熱門網路影音分享平台之功能、內容與其差異，因此針對七大平台進行觀察、分析與歸納，分析結果於文獻分析章節中詳細描述。觀察分析時間至 2007 年 12 月初為止，由於網路影音分享平台之相關功能與提供之資訊會不斷更新，因此所彙整之結果有時間上的限制。

### 二、問卷調查法

本研究從相關文獻中，如使用者之使用行為、觀看動機、分享行為及分享動機等方面之文獻內容進行分析與歸納，最後歸納製成本研究之研究問卷。問卷內容主要分為六部分：使用現況、觀看影音動機、觀看影音類別、主要使用功能、參與分享行為與基本資料共六大部分。

本研究之問卷以邀請專家檢測，及進行前測方式來提高問卷之信效度。專家效度部分以二位分別為資訊工程與使用者領域背景之專家，在設計好之問卷初稿進行檢測，勾選問卷題項適切與否與提供需要修改之處。修改後之問卷再經由立意抽樣 25 位使用者，填寫問卷作為前測，而後根據前測者所提供的意見，對問卷的內容與語意不適當處進行修改。最後成為本研究之正式問卷，如附錄二。並採用下列方式對使用者傳達問卷訊息：

(一) 於電子佈告欄(BBS)發佈問卷訊息：如 PTT、臺灣師大精靈之城相關類別群張貼問卷調查訊息。

(二) 同學間傳送問卷網址進行滾雪球模式，作為找尋與累積調查樣本的方式。

## 第二節 研究工具

本研究所使用的研究工具，為研究者自行設計之「網路影音分享平台之使用行為調查問卷」。問卷內容包含以下六部分：使用現況、觀看影音動機、觀看影音類別、主要使用功能、參與分享行為與基本資料共六大部分。

### 一、使用現況

瞭解使用者最常使用之平台、使用平台之經驗（包含使用平台已有多久、使用平台之頻率、每次使用平台時間、在哪種場合使用平台、在哪些時段使用平台、使用該平台之網路頻寬）、透過何種管道得知平台、最常透過何種管道觀看影音內容資料、是否因為使用平台而減少觀看其他管道影音內容資料及其因素為何。由網路媒體具不同傳統大眾媒體的多項特性中歸納出五大特性：互動性、內容多元性、閱聽方便性，閱聽自主性、其餘網路影音相關特性，除了由網路媒體與傳統大眾媒體多項不同特性中歸納外，亦參考了一些如線上廣播取代傳統廣播、或網路電視取代傳統電視的相關文獻。對應因素之題項如表 3-1 所示：

表 3-1

使用網路影音分享平台而減少觀看其他管道影音資料之構面與題項

| 主要原因題項               | 特性         |
|----------------------|------------|
| 可以給予評價、留言或討論等與其他網友互動 | 互動性        |
| 網路提供的影音較豐富多元         | 內容多元性      |
| 網路較能提供特殊影音           | 內容多元性      |
| 網路較不受觀看時間的限制         | 閱聽方便性      |
| 網路較不受觀看地點的限制         | 閱聽方便性      |
| 網路較不需其他觀看設備          | 閱聽方便性      |
| 網路影音較容易取得            | 閱聽方便性      |
| 網路較能自行掌控想觀看的內容       | 閱聽自主性      |
| 可連結觀看相關影音            | 其餘網路影音相關特性 |
| 網路較無廣告干擾             | 其餘網路影音相關特性 |
| 網路提供免費影音             | 其餘網路影音相關特性 |

## 二、觀看影音動機

瞭解使用者上傳影音之動機，參考文獻歸納整理後，將網路影音分享平台之觀看動機分為五大動機因素，分別為社交性、娛樂性、學習性、自我抒發性、資訊需求性。對應因素之題項如表 3-2 所示。

表 3-2

觀看影音之動機構面與題項

| 觀看影音動機題項             | 動機因素 |
|----------------------|------|
| 我會因為休閒娛樂而使用該平台       | 娛樂   |
| 我會因為打發時間而使用該平台       | 娛樂   |
| 我會因為能找到與他人閒聊話題而使用該平台 | 社交   |
| 我會因為親朋好友使用而使用該平台     | 社交   |
| 我會因為想滿足創作慾望而使用該平台    | 自我抒發 |
| 我會因為好奇或好玩而使用該平台      | 資訊需求 |
| 我會因為想紅或想獲得網友回應而使用該平台 | 自我抒發 |
| 我會因為想學習新知而使用該平台      | 學習   |
| 我會因為想瞭解流行或熱門話題而使用該平台 | 學習   |
| 我會因為課業或工作所需而使用該平台    | 資訊需求 |
| 我會因為個人興趣而使用該平台       | 娛樂   |

### 三、觀看影音類別

以文獻分析中提及分析歸納之七大網路影音分享平台之類別，詢問使用者之觀看頻率，以「未曾觀看」、「很少觀看」、「偶爾觀看」與「經常觀看」四等量表供回答。類別如下：新聞、政治、幽默/搞笑、影視娛樂/電視電影、音樂影音、體育/運動、廣告、卡通、教育/學習、個人/生活、旅遊/休閒、動物/寵物、汽車/交通工具、電腦/網路科技/電玩、超自然/驚悚、情色共十六大類。

另外，以不同語言類別為題項，詢問使用者觀看過的語言類型影音。語言類別為：華文（中文、閩南語、客語或粵語）、英文、日文、韓文、德文、法文、西班牙文共七大類。

### 四、主要使用功能

以文獻分析中提及分析歸納之七大網路影音分享平台提供之功能，詢問使用者之主要使用功能之頻率，以「未曾使用」、「很少使用」、「偶爾使用」與「經常使用」四等量表供回答。功能類別如下：關鍵字查詢功能、其他進階查詢功能（如布林邏輯、限制條件）、主題類別影音瀏覽功能、熱門影音瀏覽功能（如點選次數高）、個人影音管理功能（如上傳、編輯影音）、社群互動功能（如留言、評分、或參與影音群組）與其他共六大類。

另外，詢問使用者查詢所需影音之方法，方法經研究者觀察歸納如下：利用該平台的關鍵字檢索功能、利用該平台的瀏覽功能、瀏覽其它網站或部落格（Blog）、利用搜尋引擎，由查詢結果連結到該平台的影音資料、由新聞或媒體報導得知、他人轉寄相關影音訊息或連結共六類選項。

## 五、參與分享行為

瞭解使用者是否為平台註冊會員？是否曾經上傳影音？上傳影音的主要類別為何？以文獻分析中提及分析歸納之七大網路影音分享平台之類別，供填答題項。

亦瞭解使用者上傳影音之動機，參考文獻歸納整理後，將網路影音分享平台之分享動機分為六大因素，分別為互惠性、自我滿足性、發揮影響力性、群體互賴性、宣傳介紹性、資訊管理性。對應因素題項如表 3-3 所示。

表 3-3  
分享影音之動機構面與題項

| 分享動機題項           | 六大因素  |
|------------------|-------|
| 想滿足創作慾望          | 自我滿足  |
| 想宣傳或介紹某些特定資訊     | 宣傳介紹  |
| 想用平台做為儲存空間       | 資訊管理  |
| 喜歡與他人互動，產生交流     | 群體互賴  |
| 想用影音漸漸影響他人       | 發揮影響力 |
| 曾經從別人的影音中獲益良多    | 互惠    |
| 因為之前曾有分享文字或照片的經驗 | 相似經驗  |

另外，瞭解使用者轉寄平台影音訊息或連結給他人、在平台提供影音評論、留言及評分與將平台影音嵌入網站或部落格 (Blog) 之頻率，以「未曾」、「偶爾」與「經常」三等量表供回答。

並且瞭解使用者對平台滿意的程度，以及認為平台有哪些需要改善與加強的部份。滿意程度以五等量表：「非常不滿意」、「不滿意」、「普通」、「滿意」、「非常滿意」供回答。而平台需加強改善的部份，則藉由研究者觀察平台使用與瞭解身旁使用者之使用習慣，作為勾選之題項，分為以下選項：關鍵字檢索功能、進階檢索功能、改善影音分類瀏覽功能、介面易用性、影音檢索結果排序、影音播

放順暢度、系統頻寬、上傳影音的方便性、個人影音管理相關功能、社群互動功能、影音數量、影音品質、影音合法性及個人隱私。最後則瞭解使用者是否會推薦他人使用該平台。

## 六、基本資料

詢問使用者之性別、年齡、居住地區、教育程度、職業、使用網路經驗（包含使用網路有多久？每天平均上網時間、最常使用的搜尋引擎，與曾使用之 Web2.0 網站）

其中問卷題項中之 Web2.0 網站，經研究者參考了台灣票選十大與全球十大/百大 Web 2.0 網站排行榜及相關討論整理而得，供填答者勾選，彙整之網站如下：PTT、無名小站、Yahoo！知識+、維基百科（Wikipedia）、Yahoo！交友、UrMap、愛評網（iPeen）、愛情公寓（i-Part）、黑米共享書籤（HEMiDEMi）、DinBenDon（訂便當管理系統）、MyShare 網路書籤、MyMap（yam 天空-我的地圖）、推推王（funP）、快樂網聚（HappyWeb）、Knews、羽毛（Yumau）、Flickr、del.icio.us、Digg、CiteULike、Last.fm、LibraryThing、MySpace、Facebook、24SevenOffice、43things、Revver、MetaCafe、Newsvine、Netvibes、TechCrunch’。

如表 3-4 所示問卷設計結構彙整表包含六大層面，及其對應之題項與參考來源。其中之相關文獻，研究者參酌後依平日對網路影音分享平台之觀察與使用，自行擬定題項。

表 3-4

## 問卷設計結構

| 層面                 | 包含之題項   | 參考來源   |
|--------------------|---|--|
| 第一部份<br>使用現況       | 1. 最常使用的網路影音分享平台<br>2. 使用該平台有多久<br>3. 透過何種管道得知該平台<br>4. 使用該平台的頻率<br>5. 每次平均花多少時間使用該平台<br>6. 主要在何處使用該平台<br>7. 主要在哪個時段使用該平台<br>8. 使用該平台時的頻寬<br>9. 最常透過何種管道觀看影音<br>10. 是否會因為使用該平台，而減少觀看電視或其他管道影音的次數<br>11. 延續上題，減少的原因有哪些 | 楊志弘 (2000)<br>蔡清嵐、周宣光 (2003)<br>王柏鈞 (2006)<br>馮文清 (2006)<br>高妮露 (2007)<br>Martin & Mark (2007) |
| 第二部份<br>觀看影音<br>動機 | 12. 觀看影音的動機為何   | Sheizaf (1986)<br>Kaya (1998)<br>Korgaonkar & Wolin (1999)<br>高妮露 (2007)<br>蔡佩融等 (2007)        |
| 第三部份<br>觀看影音<br>類別 | 13. 曾觀看影音的類別為何<br>14. 曾觀看的語文類別影音為何  | 本研究之分析歸納而得，詳述於文獻分析章節   |
| 第四部份<br>主要使用<br>功能 | 15. 使用平台主要功能之頻率<br>16. 通常如何查詢到所需影音  | 本研究之觀察、分析歸納而得，詳述於文獻分析章節  |



| 層面                 | 包含之題項   | 參考來源   |
|--------------------|---|--|
| 第五部份<br>參與分享<br>行為 | 17. 是否註冊為該平台會員<br>18. 是否曾上傳影音至該平台<br>19. 延續上題，上傳影音的主要類別為何<br>20. 延續上題，上傳影音的主要動機為何<br>21. 是否曾轉寄該平台影音訊息或連結給他人<br>22. 是否曾在該平台提供影音評論或留言<br>23. 是否曾在該平台提供影音評分<br>24. 是否將在該平台影音嵌入網站或部落格 (Blog)<br>25. 對該平台的滿意程度為何<br>26. 覺得該平台最需要改善或加強的項目為何<br>27. 是否會推薦他人使用該平台 | 黃浩傑 (2002)<br>戈立秀 (2007)<br>簡志峰 (2003)<br>王鈺勻 (2006)<br>Digital Media Association (2007) |
| 第六部份<br>基本資料       | 28. 性別<br>29. 年齡<br>30. 居住地區<br>31. 教育程度<br>32. 職業<br>33. 使用網路經驗 (包含使用網路有多久? 每天平均上網時間、最常使用的搜尋引擎與曾使用過哪些 Web 2.0 網站)  | 上述五層面之參考來源、蕃薯藤網路大調查 (2005)、台灣十大、全球百大/十大之 Web2.0 網站排行及相關討論                                |

## 第三節 資料分析方法

本研究使用 SPSS 12.0 統計軟體進行統計分析，而資料分析方法包含：敘述統計、卡方統計、交叉分析及因素分析。

### 一、敘述統計

以次數統計、百分比描述分析填答者人口特性及其使用行為。

### 二、因素分析

因素分析為一證實研究設計之測驗確實有某潛在特質，並釐清其內在結構，將有共同特性之測量分數，抽離出背後概念之統計分析技術。其能將複雜的共變結構予以簡化，使得許多有相似概念的變項，透過數學關係的轉換，簡化成幾個特定的同性質類別（邱皓政，2003）。本研究利用主成分分析法（Principal Component Analysis）進行「觀看影音動機」因素分析，並以最大變異法(Varimax)進行轉軸，萃取因素以瞭解使用者觀看影音動機。

### 三、卡方統計及交叉分析

以卡方統計及交叉分析瞭解使用者人口特性，進而分析其使用及分享行為中差異部分。

## 第四節 研究流程

本研究共分為三個時期：研究初期、研究中期與研究後期。研究流程如圖

3-2 所示：

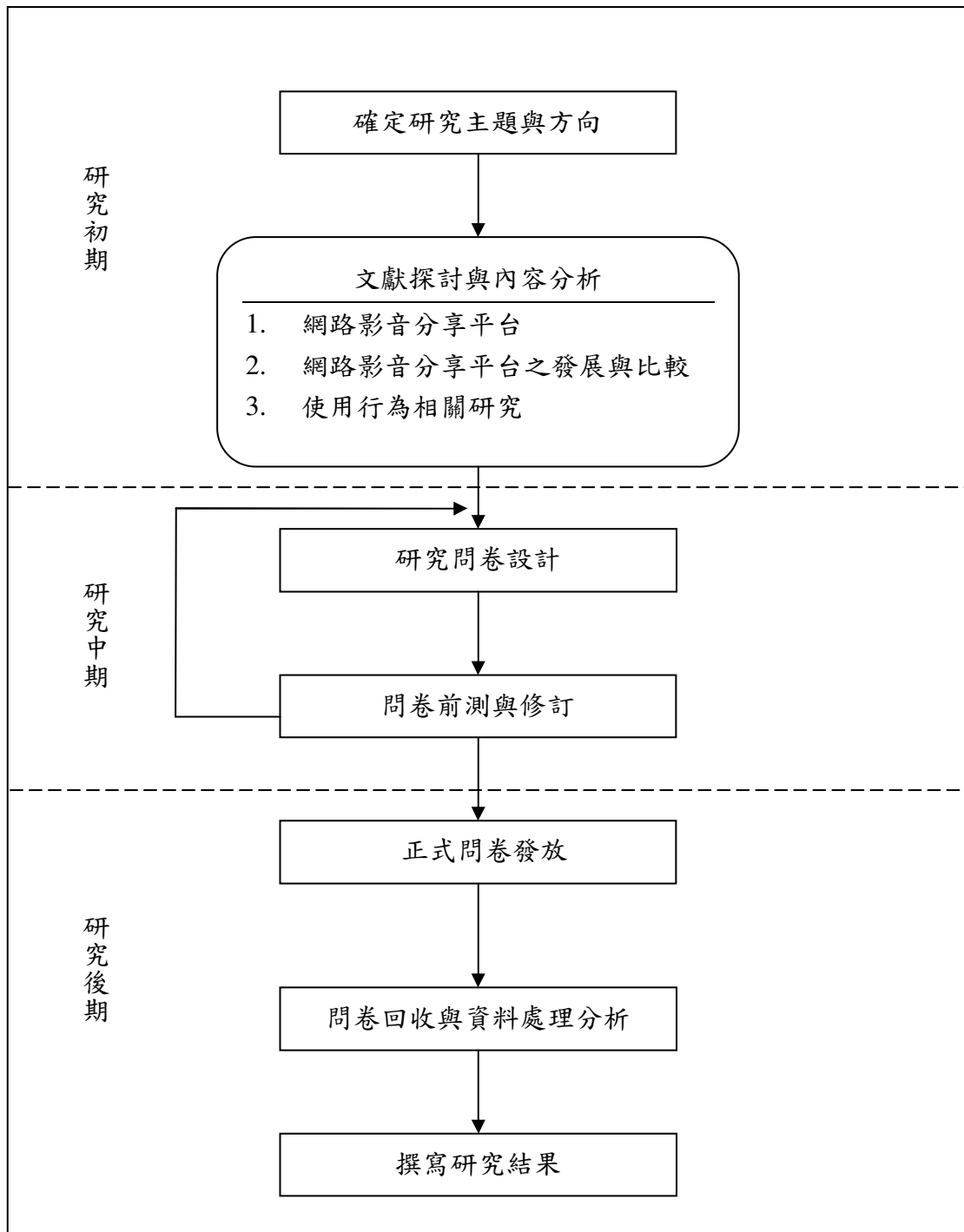


圖 3-2 研究流程

### **一、研究初期：確定研究主題、文獻探討與內容分析**

在研究初期，在透過閱讀及探討目前網路影音分享平台之相關報導後，引發研究動機，進而選定研究主題、範圍與方向。在確定研究主題後，進行相關文獻之探究，分別從「網路影音分享平台」、「網路影音分享平台之發展與比較」與「使用行為相關研究」三層面蒐集文獻並進行歸納與分析。

### **二、研究中期：研究問卷設計與修訂**

研究中期階段主要進行研究問卷的設計與修訂，問卷之設計由上一小節詳細描述，進而進行專家效度與前測，再將有缺失部份加以修正。

### **三、研究後期：正式發放問卷、問卷回收/資料處理分析與整理及撰寫研究結果**

在研究的最後階段，透過電子佈告欄(BBS)及親朋好友間滾雪球模式，向使用者發送問卷之訊息。而後將收集到之問卷資料進行統計分析處理，依據研究問題將統計資料加以歸納、分析與詮釋，並撰寫成本研究之研究結論與建議。