

第三章 研究方法

本論文旨在探討台灣出版結合文化創意產業有何優勢、機會點，政府、各產業之間需建立何種共識與基準點，輔助設置與基礎建設、軟硬體的配合，藉此研究台灣出版與文化創意產業未來的方針與走向。以下針對研究問題與研究對象逐一探討，並以文字敘述作本研究方法之介紹。

第一節 研究架構

從上述文獻與相關案例描述與分析，可大致瞭解文化創意產業歷史流變與各國發展政策，國外／國內因有不同國情與文化背景，所產生之效果與影響自然也有所不同。

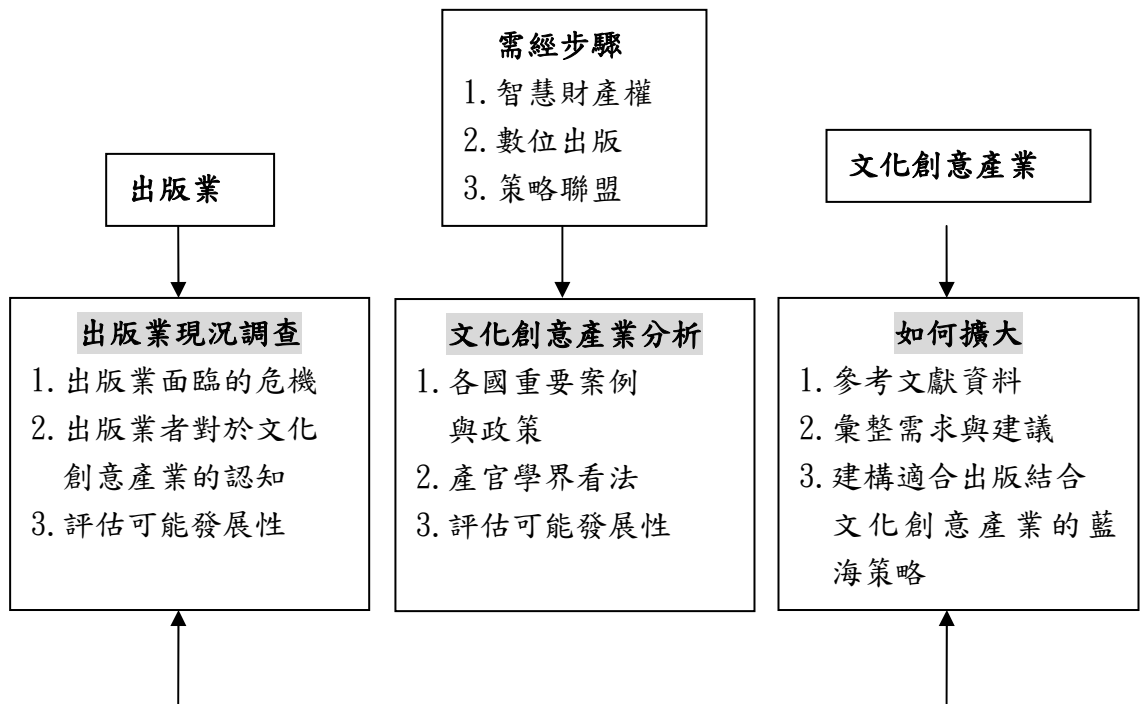


圖 3-1-1 本研究架構圖

本研究架構圖（如圖 3-1-1），出版業要結合文化創意產業，必須經過文獻探討中提及的三個重要步驟，在智慧財產權合理保障與授權下，經由數位出版的模式，在藉由各業界的策略聯盟與擴大發展，才能將文化創意產業發展與擴大，開拓出版業的藍海。故本研究首先針對台灣出版業現況、所面對的問題著手。

推究目前台灣出版界所面臨之困境主要為下列幾點：

- （一）民粹政治操縱意識形態 政治環境不穩
- （二）政府聚焦高科技 忽視文化產業
- （三）產業鏈結構的不平衡
- （四）缺乏大型跨國出版集團進駐
- （五）創作人才的青黃不接
- （六）高水準翻譯人才的短缺
- （七）盜版風氣猖獗
- （八）數位出版接受度不一

進而探討各國文化創意產業，如：各國重要案例與政策、產官學界對於文化創意的看法與見解，以及評估台灣發展文化創意產業的可能性，最後藉由策略聯盟建構出出版業可實際運用之 Know-how 與藍海策略發展模式，以完成本研究之目的。

第二節 研究工具

本研究已於先期做過若干法規與案例上的文獻分析，並據以撰寫研究問題的

背景與源起等計畫書內容。針對上述研究問題，本研究案採用官方之調查及統計方法分析資料。

為蒐集更多元廣泛資訊，本研究針對研究主題目的進行深度訪談，訪談人員以出版界、版權專家、國內創意人才與設計團隊為主，訪談名單如表 3-2-1 所示。

本研究雖以質化方法進行，但研究中參考文獻與相關數據均以官方、民間具有公信力之機構所普查之數據為依循參考指標，並隨著研究進行多次更新。深度訪談以半結構方式進行，除詢問出版界、文化界、產業學者代表之看法藉以進行較為客觀之分析，最後進行論文撰寫，提供政府決策及未來圖書出版事業發展之參考。

壹、研究方法

一、文獻分析法

在進行任何一項研究前，必須要收集相關文獻資料，以作為歸納研究觀點的佐證資料，進一步對文獻作有系統且客觀的分析，轉化為初步的理論和背景知識。文獻分析的資料來源有兩種，分別為初級(primary resource)資料和次級(secondary resource)資料。初級資料是指關於某事件的第一手資料，如信件、組織內部規劃、會議記錄等；而次級資料(又稱二手資料)是指利用早期研究人員蒐集的資料，來分析近來的研究(Wimmer & Dominick, 1983)。

次級資料分析法的優點為，研究者能輕易的由專家來源快速又便利的獲取大量資料，節省研究的金錢與時間；缺點則為其所反映的是較早的社會現實而非目前的實際狀況，而且資料容易產生誤差，所以不能相信單方面的資料來源，必須

輔以其他的研究方法以及多方蒐集各類資料，增強資料的正確性
(Babbie ,1992)。

針對本研究問題，出版如何藉由文化創意產業擴大與整合，由於國內尚未有類似研究，退而求其次，從相關資料庫與文獻中探討國外類似研究與案例，從歷史沿革脈絡中剖析，國內文建會相關報告與研究、華文出版市場發展策略與當代經濟、管理顯學參照相呼應。

二、深度訪談法

深度訪談法是指由受訪者與施測者就工作所需知能、工作職責、工作條件……等進行面對面溝通討論的一種方法，以廣泛的蒐集所需要的資料。通常使用此法時，施測者會儘可能使用最少的提示與引導問題，而是鼓勵受訪者在一個沒有限制的環境裡，就主題自由的談論自己的意見(Nachmias, 1992)。因此深度訪談法除了可增加資料蒐集的多元性外，更能藉此瞭解受訪者對問題的想法與態度。深度訪談法亦強調透過施測者與受訪者的互動過程，對問題重新加以釐清，以確認受訪者內心的真實感受與行為認知。

深度訪談法和集體訪談的目的相同，想讓受訪者無拘無束暢所欲言，以發覺人們內心的情緒、態度或動機（黃俊英，1979）。行政院經濟建設委員會健全經社法規工作小組（1988）認為深度訪談法是一種訪談者藉由雙向溝通，從受測中獲取資料的方式。由訪談者控制訪談的主題以及討論的形式。藍忠孚（2001）則認為是一種訪問者與被訪問者間面對面的接觸，透過有目的的談話，以尋求研究資料的方法。所以深度訪談法是一種透過雙方溝通，擷取個人較為內隱性知識的一種方法，如個人的經驗、觀念等，這類的知識與訣竅存在於腦海中的知識（Badaracco, 1991）、實證知識、高級技能（Quinn, 1996）、私有知識（Matusik &

Hill, 1998)，這些經由長期工作所累積的經驗知識。

第三節 研究對象

本論文研究訪談進行時間為 2006 年 8 月至 2006 年 9 月間，每次訪談時間約為 1~2 小時左右。針對訪談對象屬性的不同（設計、創意、版權），以及重要出版業者代表與政府官方代表（新聞局出版處）進行訪談，針對研究問題、研究目的初步規劃下列訪談名單如下（表 3-2-1）分別發問不同的專業問題，由於時間限制，部分問題未請訪談對象回答，而針對當前重要議題讓其發表與建議，做為本研究重要參考依據。

表 3-3-1 深度訪談名單

深度訪談小組	與會專家、學者名單
出版業者	王榮文（遠流出版公司董事長） 郝廣才（格林文化總編輯兼城邦出版集團副董事長） 林訓民（青林文化總經理）
國內創意學者、專家	李天鐸（崑山傳播系教授） 李明璁（台大社會系助理教授兼《大聲誌》顧問）
新聞局出版處官方 代表政府代表	呂科長（新聞局出版處第四科 科長）
數位出版專家	周曄達（聯合線上 UDN 數位閱讀網總監） 薛良凱（博庫數碼科技總經理）
版權、著作權專家	葉茂林（勳業聯合法律事務所律師）

第四節 研究設計

在訪談大綱擬定方面，根據之前本研究所提出之研究架構，訪談重點在瞭解目前台灣出版的現況、專家學者對於國內／外文化創意產業的看法，就其專業與經驗探討文化創意產業可對出版產業有所提升與擴大，其中並涉及版權、數位出版，以及政府公部門單位意見做為輔佐，就其相關意見彙整做為未來可實際執行之藍海策略，因此本研究之問卷大綱包含主題如下，詳細的訪談大綱及訪談內容見附錄一及附錄二。

一、 共通問題（出版業者、版權、創意學者）

共通問題為三種屬性訪談者皆會詢問的重要問題。

（一）文化如何產業化？以出版業而言，其問題點或機會點為何？

本題主要詢問受訪者對「文化」如何「產業化」作一分析與剖述，並針對台灣出版業現況分析，從其問題點延伸至未來機會。

（二）台灣出版業競逐「華文出版市場」有無可能性與優勢，您的看法為何？

由於華文是目前全球最多人使用的語言，加上中國市場逐步朝向資本主義開放，因而如何成為「華文出版市場」的龍頭與領導指標成為各出版業競逐的目標，從第一題問題延伸至台灣出版業是否有競逐華文出版市場的可能性與優勢，作一分析與探討。

（三）在產業化的過程中，文字的本質（例如：原創性、獨特性）會消失嗎？要如何避免？

本題針對出版如要藉由文化創意產業開拓與延伸，勢必經過文字改編、轉換，如：改編成影視作品，或是未來數位出版越趨成熟後，文字的

開拓性無限擴大。就受訪者看法，文字的本質與原創性是否會以另一形式呈現，又有何看法？

(四) 出版文化創意產業由新聞局出版處負責規劃和執行，您認為目前推動的成效如何？

(五) 您認為文化創意產業發展計畫的推動，應由民間或政府主導？或應如何分階段進行？

上述兩題主要就受訪者參與政府計畫或研討會的體會，並對於政府部門近年來對於文化創意產業的規劃與執行效果與政策，作一客觀分析與探討。

(六) 就您個人認知而言，可否舉例出版藉由文化創意產業成功案例（國外、國內類舉其一），並針對其成功因素作簡單分析。

本題就訪談者個人認知與研究，說明一國內、一國外，由出版延伸至文化創意產業的成功之例。

二、針對出版業者

(一) 您認為台灣出版界目前還有哪些優勢？

就出版業者對於台灣出版界的優勢作一詳述分析。

(二) 您認為台灣出版業朝集團化發展有助於文化創意產業發展嗎？

由於台灣出版社多以中小型居多（除城邦為大型出版集團），而國外知名出版集團多跨足出版、影視媒體、網路科技…等。由於規模經濟效應，大者衝大，此商業模式是否可應用至台灣未來出版社，就其經驗與產業解瞭解作一分析。

(三) 您個人認為出版（書籍）還有哪些發展與延伸的空間？

就出版業者針對目前出版社未來發展模式或現況作一剖析。

(四) 您認為目前台灣出版界若朝向文化創意產業有哪些不足或需要改進之處？

就訪談者個人經驗說明台灣出版界拓展至文化創意產業還有哪些不足或需要改進之處，提供建議與參考。

(五) 目前大陸也積極發展文化創意產業，您認為這有利於台灣發展文化創意產業，還是另一種的威脅？

由於目前大陸在產官學界一致認知下，大力發展文化創意產業，就其訪談者在業界的熟悉與瞭解，探究這對於台灣出版界是機會還是威脅點。

三、針對創意學者與專家

(一) 您認為台灣創意界目前還有哪些優勢？

就訪談者其個人經驗與當今創意界的研究探討，針對台灣創意優勢作一剖析。

(二) 您認為創意人才的教育與發掘，民間業者、政府有那些需加強的策略？

創意最重要的核心來源來自人才，就此點政府、業界與教育界對創意人才的挖掘與培養有何看法與規劃。

四、針對版權與數位出版業者

(一) 您認為目前台灣數位出版的優勢有哪些？

就受訪者在數位出版與版權的專業上，分析其對台灣目前數位出版的優勢，是否有助於出版業跨足文化創意產業的規劃與發展。

(二) 您認為智慧財產權與數位出版的政策與實施，民間業者、政府需有那些需加強的方面？

智慧財產權的落實與推動，需要從政府、業界推廣落實到各使用者。然目前唱片業由於網路下載便利，盜版橫行導致唱片界萎縮與邊緣化。就此點議題陳述智慧財產權與未來數位出版可能發生的問題，政府與業者有何因應之道。

第五節 研究步驟

本研究於訪談前先向受訪者說明研究目的與主要研究內容，確定受訪者接受訪談意願後，再寄出訪談大綱，並與受訪者約定時間，訪談開始前再次向受訪者解釋研究內容，並在受訪者同意的情況下，以錄音器材紀錄訪談過程，並以手寫方式紀錄重點。訪談結束之後向受訪者說明如有更改或是補充可以隨時與訪談聯絡，並詢問受訪者是否願意以電話方式接受遺漏的訪問。

第六節 資料分析方法

本節主要是介紹本研究所使用的分析方法，本研究是使用深度訪談和文獻分析做為研究方法，均屬於質化研究。由於質化研究是以文字描述性資料，這些文字含有多重的意義，研究者在分析資料中的某個字句、某段話時，必須前前後後的檢視這個字句或話語在文字脈絡中的意義，研究者必須用敏感的直覺和多重的思考才能勝任此項工作(Babbie, 1998)。有關質化研究的資料分析，並無一定標準程序，但本著歸納、分析的要旨，持續發現、持續紀錄並排序。研究者在完成訪談工作後，即開始密集資料分析資料，因其間等越久如果想回去請受訪者檢核資料中的要點，將會越困難。本研究訪談所得資料分析步驟如下：

壹、資料分析步驟

以下為本研究資料分析步驟，資料來源有文獻探討與訪談，從中彙整與分析。

一、閱讀資料

在本研究中所蒐集到的訪談資料與文件或觀察得來資料，仔細閱讀其中重點與精髓，以期將能補助研究者回憶所呈現的經驗或事件。

二、選擇資料

將所有蒐集來的資料依研究主題指標來區分，將相同之資料彙整、再將價值不高或離題的部分剔除。

三、反覆比對

將蒐集來的訪談資料加以比對驗證，並將受訪者同意的錄音資料，重複聽取內容相互比對，以獲得受訪者真正表達的意涵。

四、補充整理

對於資料不全或語意不明的資料再去確認一次重新整理補充。

五、呈現資料

將整理好的資料依問題次序加以呈現出來。

六、資料解釋與命題

將呈現出的資料加以詮釋並予以命題，以符合所要研究的情境

貳、研究信度與效度

研究信度與效度方面，由上述得知，資料的分析是有系統搜尋和組織研究中所蒐集的訪談稿、實地紀錄及其他資料的過程，以增加研究者對資料的理解。而就控制質化研究信度與效度上，Weis & Fine(2004)的研究中指出有下列的方式：確實性 (credibility) 即內在效度，是指質化研究資料真實的程度，研究者真正觀察到所希望觀察的。可轉換性 (transferability)，即為外部效度，是指研究者能將受訪者所陳述的感受與經驗，有效地做資料性的描述與轉換成文字陳述。可靠性 (dependability) 及內在效度，是指個人經驗的重要性與唯一性，即如何取得可靠性的資料。

所以本研究在經受訪者同意下，進行錄音並用兩天時間內儘速完成逐字稿文字，因為受訪者在訪談過程中的言語聲調、肢體表現都是最佳觀察所得，必須憑在記憶最短時間內紀錄下來，以求外部效度的準確，再將逐字稿內容分析比較。為求評量者的一致性，也將訪談時所做的筆記，與指導教授討論修正，彙整、歸納資料至相關主題中，依循文獻整理所得的理論架構來設定選樣的標準，不斷的探詢與修正，期望獲得增加研究的內在信度與外部效度。