

內容分析法

陳玉玲

1104343109

一、內容分析法學術文獻的資料蒐集、彙整與分析過程

(一)議題：以「內容分析法」分析觀光行銷策略

(二)學術文獻舉例

Vitouladiti, O. (2014). Content analysis as a research tool for marketing, management and development strategies in tourism. *Procedia Economics and Finance*, 9, 278-287. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00029-X

Yousuf, M., & Backer, E. (2015). A content analysis of Visiting Friends and Relatives (VFR) travel research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 25, 1-10. Retrieved from ScienceDirect Online.

(三)資料蒐集、彙整與分析過程(500字以上)

以 Yousuf 和 Backer(2015)的研究為例，其資料蒐集、彙整與分析過程敘述如下：

1. 決定目標

(1)形成主題：Yousuf 和 Backer(2015)先確定主題(themes)，幫助自己組織大量的描述性資訊且產生意義。例如，Yousuf 和 Backer 一開始先定義「訪問親友」(Visiting Friends and Relatives，簡稱為 VRF)是一種旅行型式，因為訪問親友會涉及到「旅行目的」與「住宿型式」。當研究者確定有興趣的主題之後，便可以進行下一個步驟。

(2)探討其他的研究發現：探討其他的研究發現來驗證本研究的內容分析。例如，Yousuf 和 Backer(2015)提到 Meis, Joyal, 和 Trites(1995)的研究發現「訪問親友」是市場重要的區隔變項，因為「訪問親友」的旅行者通常會在某個地方停留更多的時間，且重複多次地重遊特定的旅行地，在旅遊中的花費比一生一

次到此地旅遊者的費用更多。這樣反而更能促進當地的經濟發展。

2. 界定名詞

研究者在事前或研究過程中必須清楚地界定名詞。例如，Yousuf 和 Backer(2015)說明「訪問親友」不只是訪問親戚和朋友，且會使用和一般遊客所使用的設備和服務，且旅行決策會受親戚朋友的影響，如停留時間的長短，消費的多寡等。

3. 詳細說明分析單位

研究者開始進行研究之前，應該詳細說明用來引導以及報告分析結果的單位。例如，Yousuf 和 Backer(2015, p. 3)說明「訪問親友」學術文獻的分析單位(unit of analysis)是「論文(theses)、整本書籍、章節、會議論文或報告、期刊文章」等。

4. 尋找有關資料

一旦研究者對於研究目標與分析單位清楚之後，就必須尋找和目標有關，且可進行分析的資料。被分析的資料和研究目標之間的關係應該清楚。例如，Yousuf 和 Backer(2015)說明本研究使用「Google Scholar、ProQuest」的資料庫蒐集有關「訪問親友」的學術文獻；此外，使用常用的「VFR tourism」為主要的搜尋關鍵字，以確保有最大的搜尋結果。本研究使用 Google Scholar 搜尋 1990 到 2015 期間的學術文獻，結果共有 3450 篇，包括量與質的研究。

5. 發展理論依據

研究者需要一個概念的連結，以解釋這些資料和研究目標之間的關聯性。一般而言，研究問題與內容之間的連結是相當明顯的。例如，Yousuf 和 Backer(2015)想要針對「訪問親友」的旅遊文獻進行內容分析，所以使用 Google Scholar 蒐集相關實證研究文獻作為內容分析的理論依據。

6. 發展抽樣計畫

上述步驟完成之後，研究者就要發展抽樣計畫。例如，使用隨機抽樣、分層抽樣、叢集抽樣等。或者訂定抽樣的標準，例如，Yousuf 和 Backer(2015)說明本研究使用 Google Scholar 搜尋 1990 到 2015 期間的學術文獻，結果共有 3450 篇。然後以下列標準來進行篩選，選出本研究所要探討的研究樣本：

- (1)「訪問親友」(VFR)是該研究的主要焦點，如果研究只是在文獻探討中提及 VFR，或只是將 VFR 列為分析的變項之一，就不列入內容分析的樣本。
- (2)期刊論文、會議論文或報告、整本書籍、書籍章節皆須要具有全文、同儕審閱，且具有標準的研究格式方列為研究樣本。
- (3)出版物必須是線上可以取得的。
- (4)出版物的語言必須是使用英文撰寫的。
- (5)期刊論文必須是觀光領域的期刊，在醫藥、經濟和地理類等的期刊論文皆剔除在研究樣本之外。

7. 形成編碼項目

內容分析法是將出版的資訊加以編碼，然後依據是先選擇的標準，將出版資訊分類到不同的組別(Guthrie, Petty, Yongvanich, & Ricceri, 2004)。例如，Yousuf 和 Backer(2015)說明編碼項目，包括研究方法、研究領域、作者身份(authorships)、跨級不同出版物類別的貢獻、出版年代。如此一來，可確保「內容分析」的研究結果的一致性。

8. 分析資料

計算是內容分析的重要特徵，而發現在有關的類目單位中美一個出現的次數，稱為「計數」。因此，在編碼過程中的最後結果必須是數字，在計算的時候，記錄的基礎或參考點也很重要。例如，Yousuf 和 Backer(2015)使用 MS Excel 2000 軟體來輸入資料和進行計算。計算的編碼類目數量，包括研究方法、研究領域、作者身份(authorships)、跨級不同出版物類別的貢獻、出

版年代。然後，將研究結果製作成表格和圖，參見圖 1。

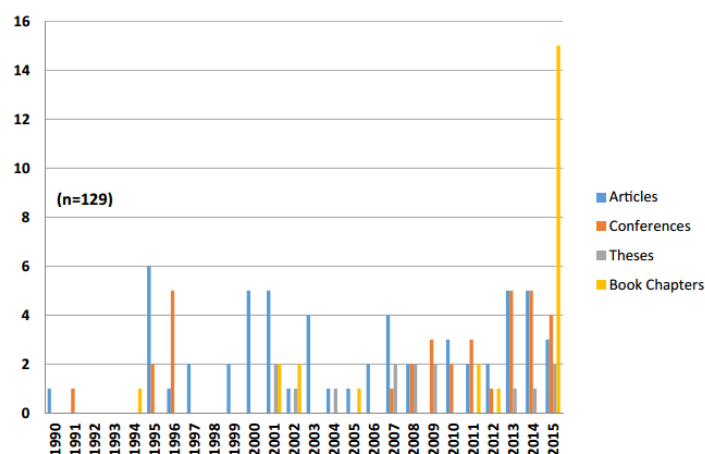


Fig. 1. VFR publications by year.

二、資料彙整與分析過程中最重要的關鍵

以 Yousuf 和 Backer(2015)的研究為例，為了達到研究目的地，其資料彙整與分析過程中最重要的關鍵有三，敘述如下：

(一)文獻透徹性

「文獻透徹性」是內容分析法的最重要關鍵。因為在進行內容分析法時，研究者需要一個概念的連結，以解釋這些資料和研究目標有何關聯。如果研究者能夠事先對研究主題的文獻進行博覽，且能了解透徹，接下來所需進行的詳細說明分析單位、發展抽樣計畫、形成編碼項目等步驟，都能夠了然於胸，進而提升該研究的信度與效度。例如，Yousuf 和 Backer(2015)會提及篩選本研究所要探討的研究樣本的標準之一，該文獻必須是將「訪問親友」(VFR)列為該研究的主要焦點，如果研究只是在文獻探討中提及 VFR，或只是將 VFR 列為分析的變項之一，就不列入內容分析的樣本；例如，醫藥、經濟和地理類等的期刊論文皆剔除在研究樣本之外。這就表示研究者已經事先了解該主題內容的文獻，並發現進行內容分析時所可能面臨的問題，先設下篩選標準，進而避免之。

(二)依據「理論基礎」和「編成類目」形成與確定編碼項目

因為內容分析法是將出版的資訊加以編碼，然後依據事先選

擇的標準，將出版資訊分類到不同的組別(Guthrie et al., 2004)。也就是將原始資料打散，再分類到不同的類別，以便於在這個出版資訊中捕獲任何重要的資訊型式(significant pattern)，且能了解特殊現象背後的實務意義和具有深刻理解(Krippendorff, 2004)。因此，理論基礎和”編成類目”(Categorisation)就顯得非常重要，依據理論基礎和編成類目來形成編碼項目，其資料編碼方具有內容效度，且能獲得一致的編碼基模，讓不同的編碼者都能獲得一致的編碼結果。例如，Yousuf 和 Backer(2015)說明編碼項目，包括研究方法、研究領域、作者身份(authorships)、跨級不同出版物類別的貢獻、出版年代。如此一來，可確保「內容分析」的研究結果的一致性。

(三)選擇與說明「分析單位」，以提升信度與效度

研究者在選擇分析單位，並進行詳細說明之後，調查研究的類別與理論基礎，也就會跟著完成；且篩選出來的樣本也會變得更加明確(Miller, McMahon, Garrett, & Ringel, 1989)。因此，研究者選擇與說明「分析單位」，就顯得格外重要，在開始進行研究之前，應該詳細說明用來引導以及報告分析結果的單位。例如，Yousuf 和 Backer(2015, p. 3)說明「訪問親友」學術文獻的分析單位(unit of analysis)是「論文(theses)、整本書籍、章節、會議論文或報告、期刊文章」等。那麼，當研究者進行分析到一半，發現還有許多額外的 VFR 出版物出現時，也會因為當初所訂定的分析單位不包括此類的出版物，而不為所動。只有符合分析單位的篩選標準才列入內容分析的行列，這樣的研究結果才能具有信度與效度。

參考文獻

- Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K., & Ricceri, F. (2004). Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 282-293.

- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: an introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage
- Miller, S. P., McMahon, M., Garrett, M. J., & Ringel, K. (1989). A content analysis of life adjustments post infarction. *Western Journal of Nursing Research*, *11*(5), 559-567.
- Vitouladiti, O. (2014). Content analysis as a research tool for marketing, management and development strategies in tourism. *Procedia Economics and Finance*, *9*, 278-287. doi: 10.1016/S2212-5671(14)00029-X
- Yousuf, M., & Backer, E. (2015). A content analysis of Visiting Friends and Relatives (VFR) travel research. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *25*, 1-10. Retrieved from ScienceDirect Online.