

用“心”对话：深度访谈研究 方法之道

李月琳（博士、教授、博导、代理系主任）



概 览

- 1 现有利用访谈研究存在的问题
- 2 深度访谈法（特点、类型、步骤、过程、编码）
- 3 研究案例1
- 4 研究案例2
- 5 基于访谈研究的论文写作



1 存在的问题

- (1) 利用不频繁

5% (15/319)

- 利用不频繁，很少

53% (8/15)

- 作为问卷调查的前期辅助工具，很少作为主要的研究方法



2010-2013 (4) 《中国图书馆学报》

1 存在的问题

- (2) 操作不规范

忽略严谨的研究设计

不注重数据的保真

数据的提炼过程粗糙

论文写作中，对访谈方法描述粗糙

允公允能

日新月异



2 深度访谈：特点

- 田野研究与深度访谈
- 结构化、半结构化、非结构化深度访谈
- 常用：半结构化深度访谈(semi structured in-depth interview)
- 半结构深度访谈的重要的特征：
 - 事先准备访谈大纲，访谈过程中基于访谈的内容、进展，追问。
 - 深入事实内部，获得丰富的细节知识及其与事实之间的意义关联。



2 深度访谈：类型

访谈对象数量

- 个别访谈
- 集体访谈

人员接触情况

- 直接访谈（face to face）
- 间接访谈（电话、网络）

访谈次数

- 横向访谈（一次性访谈）
- 纵向访谈（重复性访谈）

访谈方式

- 漏斗式访谈（宏观到具体）
- 倒漏斗式访谈

2 深度访谈：步骤

访谈准备

- 研究设计、概念和定义
- 有无理论框架？
- 访谈目标
- 访谈提纲
- 访谈组织（人员、分工、时间、地点、礼品、设备）
- 信息搜集
- 访谈对象

访谈实施

- 访谈
- 记录
- 录音

访谈结果

- 转换
- 分析
- 研究报告



2 深度访谈：过程

- 心灵沟通
- 隐私及个人信息保护的保证
- 信任的构建
 - 之初：不信任、排斥
 - “热身”：问候、关切
 - 相互熟悉
 - 信任及真诚的合作
- 访谈者的角色认知
 - 优秀的听众和“挖掘机”



2 深度访谈：过程



- 注意事项
 - 肢体语言
 - 眼神交流
 - 节奏控制
 - 语言应用
 - 理解和宽容
- 结束语

允公允能
日新月异



2 深度访谈：编码与萃取

- 定性数据分析

- 开放式编码（**open coding**）

- 应用：初次对定性资料进行分析，发现并创造各式各样的主题。

- 轴心编码（**axial coding**）

- 应用：从一组初定的主题开始，发现并建立各主题之间的关系。

- 选择性编码（**selective coding**）

- 应用：在确定主要主题的前提下，寻找与主要主题相关的资料。



2 深度访谈：编码与萃取

- 定量数据分析
 - 编码
 - 各种统计分析方法
 - （1）描述统计：数据整理、归类、简化或绘制成图表，以此描述数据的特征及变量之间的关系。最常用的指标有平均数、标准差、相关系数等。
 - （2）推断统计：检验数据之间是否存在某种关系及用样本值推测总体特征。最常用的方法有Z检验、T检验、卡方检验等。



3 案例1: 工作任务与搜索任务的关系研究

Li, Y. (2009). Exploring the relationships between work task and search task in information search. Journal of the American Society for Information Science and Technology, 60(2), 275-291.



3 案例1：工作任务与搜索任务的关系研究

- 研究问题
 - 就任务维度而言，工作任务和搜索任务有何关联性？
 - 工作任务维度和搜索任务维度，各自的内在关联是什么？
- 研究设计
 - 采用何种方法收集数据？方法的有效性、可靠性？
 - 访谈谁？
 - 如何访谈？



允
新
月
昇
能

3 案例1：工作任务与搜索任务的关系研究

- 访谈大纲设计

- 理论框架
- 基于分面分类的任务分类法
 - 面、分面、值、操作化定义

- ✿ 来源

- ✿ 任务承担人

- ✿ 时间

- ✿ 产品

- ✿ 过程

- ✿ 目标

- ✿ 任务特征

- ✿ 用户的任务感知



允公允能
日新月异

TABLE 1. A faceted classification of task.

	Facets	Sub-facets	Values	Operational definitions
Generic facet of task	Source of task	Task doer	Internal generated	A task motivated by the task doer. It is a self-motivated task.
			Collaboration	A task motivated through discussion of a group of people.
	External assigned		A task assigned by task setters based on their individual purpose.	
	Individual		A task conducted by one task doer.	
	Individual in a group		A task assigned and completed separately by different group members, though they are in a group.	
	Time	Frequency	Group	A task conducted by a group of people (at least two people).
			Unique	A task conducted at the first time.
			Intermittent	A task conducted more than one time but assessed by the task doer as not frequently conducted.
		Length	Routine	A task assessed by the task doer as frequently conducted.
			Short term	A task that could be finished within a short time period (e.g., less than one month).
			Long term	A task that has to be finished within a long time period (e.g., more than one month).
	Product	Stage	Beginning	A task that just launched.
			Middle	A task that has been running for a while and in the middle way.
			Final	A task that is almost done or has been completed.
			Physical (for WT)	A task that produces a physical product.
			Intellectual (for WT and ST)	A task that produces new ideas or findings.
			Decision/solution (for WT)	A task that involves decision making or problem solving.
			Factual information (for ST)	A task locating facts, data, or other similar information items in information systems.
			Image (for ST)	A task locating images in information systems.
			Mix product (for ST)	A task locating different types of information items in information systems.
	Process		One-time task	A task accomplished through one process without repeated procedures.
			Multi-time task	A task accomplished through repeatedly engaging in the same or similar process.
	Goal	Quality	Specific goal	A task with explicit or concrete goals.
			Amorphous goal	A task with abstract goals.
			Mixed goal	A task with both concrete and abstract goals.
		Quantity	Multi-goal	A task with two or more goals.
			Single-goal	A task with only one goal.
			High complexity	A task that involves significantly more paths during engaging in the task.
Common attributes of task	Task characteristics	Objective task complexity	Moderate	A task that may involve a few paths but not significantly more during engaging in the task.
			Low complexity	A task that involves a single path during engaging in the task.
			High interdependence	A task conducted through collaboration of a group of people (at least two people).

3 案例1：工作任务与搜索任务的关系研究

- 访谈设计

- 取样：对12名人员进行了深度访谈
- 访谈主要围绕他们各自最近开展的两项工作任务及其相关搜索任务进行
- 访谈时间为2006/12/17—2007/1/24
- 每次访谈持续约1小时



3 案例1：工作任务与搜索任务的关系研究

TABLE 2. Subjects recruited.

Interviewees' categories		Major	Title
Undergraduate students	Non-majored	No	
	Majored	Exercise science and sports studies/Chinese (Minor)	
Master students	Non-thesis required	Education	
	Thesis required	Environmental science	
Ph.D. students	Pre-qualified	Library and information science	
	Post-qualified	Environmental science	
Faculty	Faculty with administration	Library and information Science	
	Faculty without administration	Statistics	
Support staff	Administrator		Career management specialist
	Secretary		Administrative assistant
	IT service		IT manager
	Librarian		Reference librarian

3 案例1：工作任务与搜索任务的关系研究

- 访谈结果分析：开放编码

Work Task Dimension	Operationalization and measurement
Time Length	short-term tasks within or equal to one month; long-term tasks longer than one month.
complexity	high-, moderate-, and low-objective complexity involved searching at least three information systems, two information systems, and one information system, respectively.
Sub-tasks	five sub-tasks, at least three but less than five sub-tasks, and less than three sub-tasks
.....	

3 案例1: 工作任务与搜索任务的关系研究

- 数据分析
 - 通过使用SPSS软件, 对数据进行了如下统计分析:
 - Chi-square tests (卡方检验)
 - Fisher's exact Tests (Fisher精确检验)
 - Spearman correlation (斯皮尔曼相关分析)
 - Mann-Whitney U tests (曼-惠特尼秩和检验)
 - Kruskal-Wallis tests (Kruskal-Wallis检验)



3 案例1：工作任务与搜索任务的关系研究

- 访谈结果分析

允

TABLE 4. Possible relationships between the facets of work task and the generic facets of search task.

Work tasks	Search tasks	Tests
Time(frequency)	Time(length)	$\chi^2 (2, n = 24) = 7.75, p < .05$
Time(length)	Time(length)	Fisher's Exact Test, $p < .01$
Goal(quantity)	Time(length)	Fisher's Exact Test, $p < .05$
Objective task complexity	Time(length)	$\chi^2 (2, n = 24) = 13.76, p < .01$
Interdependence	Time(length)	$\chi^2 (2, n = 24) = 6.42, p < .05$
Difficulty	Time(length)	$\chi^2 (2, n = 24) = 7.04, p < .05$
Subjective task complexity	Time(length)	$\chi^2 (2, n = 24) = 6.52, p < .05$
Knowledge of task topic	Product	$\chi^2 (6, n = 24) = 16.44, p < .05$

4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

李月琳, 胡玲玲 (2012). 投资者信息行为分析: 信息源的选择与利用研究. 情报资料工作, 2012, (4), 90-97.



4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 研究问题

- 个体股票投资者对不同信息源的选择及利用的现状如何?
- 原因是什么?

日新月异

允公允能



4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 研究设计:
 - 采用何种方法? 为什么?
 - 如何开展?
 - 基于现有研究状况的分析
- 访谈大纲设计
 - 访谈大纲主要分为两个部分
 - 第一部分介绍研究内容、访谈目的, 并进行保密声明
 - 第二部分是访谈的主体, 包括导入问题、投资活动概况、投资知识来源、信息搜寻活动及信息网络搜索五个部分。



4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 访谈设计

- 征集受访目标

- 网络论坛、散发传单及同学、老师、朋友引荐等渠道征集了19位受访者。

- 时间

- 从2010年12月到2011年7月完成所有访谈。
 - 每次访谈时间约为40--60分钟。



4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

性别

- 男12、女7

职业

- 自由职业者1、教师2、公务员3、企业人士5、学生9

年龄

- 20-45

居住地

- 天津、广州、沈阳

4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 访谈设计
 - 需注意的问题
 - 个人、家庭隐私
 - 郑重承诺及保证
 - 预访谈(pilot study) 的结果对访谈大纲进行了修正
 - 录音笔全程记录所有访谈
 - 转换成文本数据



4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 编码
 - 开放编码
 - 两个研究者，每人两轮（背对背）
 - 讨论不一致的编码
- 定量分析
 - 描述性统计分析

允
公
允
能
日
新
月
异



表 2 与信息源本身相关的维度、标准及文本数据实例

维度	标准及其使用情况	文本数据实例
信息数量	全面性(79%):信息源是否提供完整、详实、综合、丰富的信息,是否是大型的信息源。	“这些网站要么是专业的财经网站,比较大型的;要么是大型的综合性门户网站,有很强大的编辑与信息来源”(P6)
内容质量	权威性(68%):是否是官方权威信息源,是否是主流媒体提供的信息源。	“中央二台信息都是准确的,国家发布的”(P12)
	准确性(68%):信息源是否提供高质量、准确的信息。	“我觉得报纸呢,就是说一些权威性的报纸,毕竟还有证监会去监督、管理,所以说,它那些信息应该还是比较准确一点”(P18)
	客观可信性(84%):信息是否客观真实、值得信赖。	“如果要验证一些信息就要去大网站,因为大网站的信息有真实性”(P9)
	内容专业性(68%):信息源提供的信息是否是专业提供,是否是真正的专家提供的信息,内容是否深入,具有启发性。	“第一财经和宁夏卫视合办的那个,就是宁夏卫视办的那些节目,嗯,有几个我还是看的比较多。就是说可能还是对那些,专业性上面,可能就是说觉得财经媒体可能比央视在某一个领域里面可能会更专业一些。”(P14)
功能设计	完善性(16%):信息源是否提供完善的功能。	“我觉得他们那个节目,主持人比较年轻时尚,适合年轻人看,消息又特别及时、准确,我是看了两三年,觉得那个节目越来越完善,内容越来越多。”(P8)
	互动性(11%):信息源提供的互动性是否满足用户需要、用户的可参与程度如何。	“东方财富网最大的优势在于它的股吧,因为股吧的参与度很高”(P15)
	可选择性(16%):用户在多大程度上可灵活使用信息源提供的各种功能。	“我觉得新浪网站是功能最全的,我就觉得它相当于一个炒股软件了,它可以咨询、排序,还可以每天进行价位分析”(P8)
	可读性(5%):信息源信息组织是否清晰、明确,具有可读性	“上网更方便,学习不枯燥。股票书籍看起来可读性差些,很难静下心来读进去”(P19)
时间因素	方便性(89%):是否可方便地随时随地利用信息源。	“我觉得网络很方便,电脑可以下载,也不用管它,然后看的话,你随时都可以看”(P16)
	实时性(53%):是否可从信息源实时获取相关信息。	“电视就是实时性很好,其实电视现在跟网络都是差不多的。电视上有的东西网络上都有”(P5)
	时效性(42%):信息源提供的信息是否具有时效性。	“股吧里不是所有信息我都看的,我都是有挑选的,比如我会看看加精的帖子,再说总有一些时效性吧,当天的帖子我会看”(P15)

4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

表 3 与投资者个体相关的信息源选择维度、标准及文本数据实例

维度	标准	文本数据实例
内在因素	习惯(63%):包括使用某种信息源的习惯及阅读习惯。	“(我)主要看报纸,因为阅读习惯的问题,不习惯看网站”(P2)
	个人兴趣(42%):是否是个人的兴趣及喜欢使用的信息源。	“比如说 QQ 群的信息,我就会看了觉得有兴趣才会去分析、判断”(P9)
	熟悉程度(5%):是否是个人的熟悉的信息源。	“我直接进网站,比如东方财富网,因为经常逛的那几个网站都比较熟了”(P8)
	满意程度(5%):是否是个人的满意的信息源。	“这些网站只是我目前知道的网站中最让我满意的,就是我能把它用起来”(P14)
外在因素	人际标准(53%):是否有亲友推荐或网络其他用户的推荐。	“最初知道《长线是金,短线是银》,是朋友推荐的。他看过,觉得不错,就推荐给我了”(P17)

4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 部分结论及结论的解释
 - 投资经验越少的用户越倾向于选择利用外在人际信息源，包括亲友及股评专家；经验越多的用户越倾向于选择自身为主要信息源。投资经验丰富的投资者在信息源的选择和利用上更显自信
 - 总的来说，投资成功的用户选择利用各类信息源的比例要高于投资不成功的用户，这意味着信息源的选择和利用与投资成功与否存在一定关系。



4 案例2: 投资者信息搜寻行为研究

- 访谈研究的优势及局限性

- 优势

- 深入探讨某一问题
 - 数据丰富，真实

- 局限性

- 任何研究都有局限性
 - 样本通常较小
 - 受访者记忆力
 - 数据分析者的理解力



允公允能
日新月异

5 基于访谈研究的论文写作

访谈过程的基本描述

访谈结果的真实再现（原话引用、转述、情境描述）

访谈结果的处理（数据统计、**文本分析**）

征求被访者对访谈结果分析的意见

三层次的文本分析：字面意思的理解、字里行间的意味、对被访者为何要做这样的叙述的主观意图的领会。（杨善华等，2005）

多谢！
问题与建议？
YUELINLI70@163.COM



允公允能
日新月异