

研究論文

市場競爭與媒介表現之相關性研究： 檢視台灣報紙地方新聞的多樣性

葉碧華、李秀珠

摘要

台灣由於市場較小，且近幾年來各種新興媒介不斷普及，目前地方報紙僅剩台南的《中華日報》和花蓮的《更生日報》，其餘均由三大報，《聯合報》、《中國時報》和《自由時報》，擔負起告知地方事務的功能。本文以產業經濟學的「結構—行為—績效」模式，分析不同的競爭壓力，是否會影響該地地方版報紙的表現。

本研究以立意抽樣法，選取台灣十個縣市區隔為五種市場類型，抽取三大報地方版進行內容分析，並以「新聞搭配照片的比例」、「報導方式」、「新聞主題」、「消息來源」和「一則新聞有二個消息來源以上的比例」五個指標，測量新聞的多樣性表現。

結果發現：市場結構不同，的確會影響報紙在地方版的表現；同樣媒體之間的競爭效果，比不同媒介間的競爭效果強。此外，台北縣市地方版的新聞同質性最高，除了上述因素之外，也有可能來自其他原因的影響。

關鍵詞：地方新聞、SCP理論、市場競爭、媒體表現

葉碧華，台灣交通大學傳播研究所畢業生，目前在業界擔任行銷公關的工作。
電郵：tpe106@yahoo.com.tw

李秀珠，交通大學傳播研究所教授，研究興趣為媒體組織的經營與管理、新科技採用、組織傳播、CMC及小團體決策。電郵：shuchu@mail.nctu.edu.tw

Research Article

Market Competition and Media Performance: Examining the Diversity of Local News of Taiwan's Newspapers

Pi-Hua YEH

Shu-Chu Sarrina LI

Abstract

The structure-conduct-performance (SCP) paradigm attempts to explain how firms behave under different market structures and, in turn, how that behavior affects market performance. Most media economists agree that media performance is affected by the structure of a market, but they disagree on how the market structure influences media performance. Empirical findings regarding the competition-performance relationship have tended to be mixed with most studies indicating a positive relationship between competition and performance.

Using the theoretical framework of the structure-conduct-performance model, this study examined the relationship between market competition and the local news performance of the three newspapers in Taiwan. Based on a literature review on the SCP model, the research question of this study is as follows: How does the degree of market competition affect the content diversity of local news in Taiwan's newspapers?

This study identified five types of news markets in accordance with the degree of market competition, and purposely selected ten cities and counties in Taiwan as different news markets. Using the method of content analysis, this study analyzed three-weeks of local news in the five kinds of markets.

This study found that the number of competitors in a market was the most important factor that affected the content diversity of local news in Taiwan's three major newspapers. Furthermore, the findings of this study show that the population of a market did not have any significant effect on the content diver-

sity of local news. The data analysis shows that the findings in general are congruent with the predictions of the SCP model.

Keywords: local news, SCP model, market competition, media performance

Citation of this article: Yeh, P. H., & Li, S. S. (2010). Market competition and media performance: Examining the diversity of local news of Taiwan's newspapers. *Communication & Society, 14*, 17–46.

Yeh Pi-Hua, Senior Officer, Sisley Corporation in Taiwan.

Li Shu-Chu Sarrina (Professor). The Institute of Communication Studies at National Chiao Yung University. Research interests: the management of media organizations, CMC & group decision making, upward communication in Chinese organizations

研究背景與緣起

台灣的報紙一開始並沒有地方新聞版，政府在1950年時曾頒布規定，報紙每日只能出版對開一張半，受到版面限制，全台灣各地的讀者閱讀到的新聞內容與版面完全一樣。然而，報紙會出現「地方」的概念，卻也和限張政策有關，因為報社受到發行和廣告的影響，仍想辦法開闢地方版，以滿足不同地區讀者與廣告商，對地方新聞的需要。約從1951到1970年間，台灣報紙開闢地方版，大部分是考量到可以增加發行量，且當時地方記者素質良莠不齊，新聞品質也沒有嚴格控制，地方版內容充斥犯罪、色情新聞，完全無法反映地方民情。1971年之後，隨着經濟繁榮和人民教育程度升高，地方新聞開始受到讀者喜愛和報社重視。1988年解除報禁，報社間的競爭越趨激烈，各報紛紛增加地方版，在地方新聞上不遺餘力的投注人力及物力，1994年之後，競爭從全國新聞轉向地方版的趨勢更加明顯(吳滄海，1987：5；蘇蘅，1996b：40-41；王天濱，2000：14-42；王天濱，2003：21；顏章聖，2003：41)。

報禁解除前，報紙在發行區域上受到侷限(陶芳芳，1999)，反而得以保護地方報紙的生存與發展優勢。然而，報禁解除之後，由於新聞版面需求快速增加，報社在各鄉鎮增設採訪單位(蘇蘅，2002：7)，壓縮了地方報的生存空間，再加上各種新興媒介不斷普及，許多地方報紙由於缺乏應變能力，開始逐漸消失。目前台灣尚存為綜合性報刊的地方報紙，剩下台南縣市的《中華日報》，高雄的《台灣時報》，金門的《金門日報》以及花蓮縣市的《更生日報》。不過，《台灣時報》最初是以全台灣為發行區，近幾年來銷售狀況不佳，才退居高雄，嚴格而言，不能稱為高雄的地方報紙。而台灣地方新聞的主要產製者，除了這四份報紙之外，僅剩《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》這三大全國性報紙，以分版的方式取代地方報紙擔負的角色。(蘇蘅，1995：226；嚴伯和，2003；石怡芬，2004)。

地方新聞未來勢必會越來越重要，EICP東方線上行銷資料庫由全台灣民眾隨機抽樣1344人，2004年調查結果顯示有40.2%的受訪者將地方新聞排名在五項整體常看的報紙內容之一，頭版的比例則是

45.8%。Garneau (1994: 27) 認為，地方新聞對於報紙的營運好壞有深刻的影響力，報紙如果加強地方新聞的報導，則會增加報紙的競爭力。

雖然台灣的報業是以整個台灣為最重要的市場，與美國的一城一報有別(蘇蘅，1996a)，但是台灣各個地理區域的市場結構並不相同。以三大報每個縣市地方版的發行區域來看，由於台南和花蓮尚有地方報紙，因此這兩個地區的市場賣家數目與其他地區並不相同，以其他區域來說，台灣每個地區的市場規模並不一致，如台北縣市人口合計高達約640萬，但花蓮縣人口僅約34萬左右。由於媒體產業的雙元市場特性，報社收入來自發行量和廣告，因此市場越大的地區，自然越受到廣告商的重視，願意提供更多的金錢，對報社來說更是兵家必爭之地。Lacy, Atwater 及 Qin (1989)、Powers 及 Lacy (1991) 的研究均發現，市場大小和電視台投注在地方新聞上的財政資源有正面的關係，不過 Lacy 和 Bernstein (1992) 的研究卻指出，市場大小和電視台在電視節目上投入的成本並無關係，競爭強度才與其有正面關聯。因此，市場結構中不同的賣家數目和市場大小，會影響三大報地方版的內容多樣性嗎？這是本研究主要關心的焦點。

本研究主要利用產業經濟學中的 SCP 理論，SCP 代表結構 (S) — 行為 (C) — 績效 (P)，即市場結構影響市場行為，而市場行為又影響市場績效。相關的 SCP 實證研究發現市場結構會影響媒體的表現，本研究主要採用 SCP 理論來探討市場結構與新聞內容多樣性之間的關係。過去台灣地方新聞長久以來都受到實務與學術兩方面的忽略，尤其地方新聞常常與社會新聞相提並論，而事實上國外的一些相關研究發現地方新聞在社區意識的建構上扮演相當重要的角色，藉着閱讀地方新聞可以讓地方上的社群建立社區意識，而地方新聞可以將當地民眾與地方的人、事、物連接在一起，地方新聞是社區總體營造的一個重要機制。本研究以 SCP 探討市場結構是不是會影響地方新聞的多樣性，研究結果也可以做為未來如何多樣化地方新聞，而不是將地方新聞僅僅作為社會新聞的代表(蘇蘅，1996b；嚴章聖，2003；Paek, Yoon, & Shah, 2005: 589)。

文獻回顧

一、SCP理論

本研究主要利用產業經濟學中的SCP理論，探討市場結構與新聞內容多樣性之間的關係。產業組織的概念由Mason於1939年提出，後來經過許多經濟學者增補，其中Bain(1951)從Mason的理論中，發展出「結構(S)—行為(C)—績效(P)」的產業組織模式，SCP產業組織模式70年代自開始受到學者很大的重視，不少研究競相採用此一模式來進行產業分析，而同時其理論模式也遭受不少的批評，這些批評主要集中在兩個層面上，首先，新產業組織學者認為，結構、行為及績效三者並非線性關係，而是三者是互相影響，行為和績效也會反過來影響結構；第二個批評則認為，市場結構並不是唯一的決定市場表現的因素，市場行為是重要的媒介，在分析產業結構與市場績效間的問題時，必須討論相關的市場行為。因此，修正過後的產業組織理論認為，市場行為會影響市場結構，市場行為亦會受到績效、消費者和廣告商的影響(Young, 2000; Albarran, 2002: 29-41; Van der Wurff, 2002; Fu, 2003)。

雖然市場結構與媒體表現的關係受到質疑，不少媒體經濟學家仍然認為，市場結構對媒體表現仍然扮演着一個相當重要的角色，Gomery(1993)指出，若要研究媒體對社會的影響，應將市場結構作為研究的核心，因為市場結構的分析結果能使大家對市場特性更為瞭解。Young(2000: 30-31)也認為，媒體分析仍應該繼續將市場結構視為重要的因素，理由包括：第一，公司對於敵手策略的猜測會跟市場結構有關係，第二，從實證的觀點來說，公司層次的行為包括低價策略，產品差異化策略，策略聯盟或聯合杯葛策略等行為是較多變且複雜的，相反的，集中程度跟產業績效之間有較簡單的關係，較易於研究。

I. 市場結構與媒體表現

市場集中度、產品差異化和進入障礙這三個變項，是學者一致認為在市場結構中重要的因素(Wirth & Bloch, 1995: 16-17; Albarran,

2002)，其中又以市場集中度受到最多研究者關心。市場集中度主要是在描述市場中廠商的規模分佈 (size distribution)，包括廠商數目和規模的不均度。在經濟用語上，集中指的是「在產業中最大的公司控制市場的程度」，藉由觀察特定市場中，最前面的幾間公司 (top companies) 總銷售或資產跟產業整體銷售或資產的比例，來計算集中程度，經常使用的測量方式包括加總市場中前4或前8家公司的發行和廣告，計算出這些公司發行量和廣告營收佔該產業的百分比 (Picard, 1988: 62)，此種方法也被稱為集中率指標 (concentration rate)，集中度越高，表示最大幾家公司控制市場的力量越大，越趨向壟斷 (張清溪等，2000)。在 Lacy 和 Vermeer (1995: 52-57) 的研究中，則提出了幾種測量競爭的方法，包括最簡單的名目變項，競爭的有無，或是計算市場中的媒體通路數量，區間變項的測量方法則包括 HHI、公司敵手的市佔率、CI (competitive index，將領先報紙之市佔率減去第二名報紙的市佔率) 等三種方法。

媒體表現或績效是市場行為的結果，不同策略的結合會產生不同種類的市場表現 (Wurff, 2003: 122)，Wirth 和 Bloch (1995: 17) 認為關鍵的市場績效變項包括：市場利潤、生產和分配效率、公司帶來穩定雇用機會和意見多樣性的程度。對於學者而言，不僅僅從經濟層面衡量績效，也會關心市場績效在社會層面的表現 (Gomery, 1989; Hendriks, 1995; Albarran, 2002)，例如 Busterna (1988: 40) 即認為若只考慮報紙績效的技術和配置效率層面，會錯失報紙的品質面向，而在諸多的衡量指標中，又以多元/多樣性，受到最多傳播學者的注意 (Park, 2005: 40)。

II. 多樣性作為市場績效評估之適切性

Fu (2003) 曾對傳播研究使用原本來自經濟學的 SCP 模式架構研究假設提出質疑，他認為，一般而言經濟學中的績效是指市場營運可以達到生產和分配效率的程度，一旦將其用在社會層次上的規範，例如多樣性，這是否誤用了 SCP 理論？他也提出：一般產業研究中的績效，如效率、進步與創新，都是消費者所期待的，但多樣性不見得是觀眾所渴望的；其次，媒體會自發的在多樣性程度上調整，以最大化其競爭優勢嗎？

以上想法，確實值得利用SCP理論分析媒體多樣性表現的研究者思考，然而本研究認為正因為多元/多樣性是值得媒體追求，政策作為立法參考的方向，因此它適合作為媒介的績效評估，而不只是單單以市場行為視之。若欲以研究對傳播環境和政策做出貢獻，僅僅得知新聞有發生改變是不足的，必須了解這樣的改變是否往更好的方向前進，才是最終目的。事實上，Fu (2003) 也認為傳播產業的SCP研究，不是不能以多樣性作為測量媒體績效的指標，只要將多樣性視為媒體差異化策略市場行為的結果，再進一步研究競爭的市場結構是否導致差異化的行為，進而促成多樣的媒體表現，如此較符合經濟學原理。

III. 媒介多樣性

多元化是傳播政策的基本原則之一，也是被拿來評估大眾媒體表現的一項標準和目標 (Napoli, 1999: 7)，許多學者都主張用多元化的原則來評估媒體表現，例如鄭瑞城 (1993: 17) 即指出，雖然其他文獻曾論及如品質、文化認同、效率、公平、秩序等概念，但似乎不及多元化概念來的重要，因為媒介一旦多元，其他問題或多或少可以淡化或解決。McQuail (1986) 也認為分析媒介表現的核心概念即為多元化，透過評估媒介的結構或是內容的多樣性，可以評斷媒介對公共領域的貢獻。

根據學者 Iosifides (1999: 153-154)，媒介多元化是個很廣的概念，包括的面向有：內容眾多 (plurality of content)、近用不同觀點 (access to different points of view)、提供許多選擇、地理的多樣性等。Cuilenburg (1999: 189-197) 則更簡潔的指出，多元的兩個面向就是反映 (reflection) 和開放 (openness)，前者是指媒體內容以不偏不倚的方式，反映社會的狀況；後者則是媒體給予社會上所有的人，一樣注意和近用的機會。

多樣性應用到傳播領域相關研究上常有用詞分歧的狀況發生，若研究焦點在於競爭因素是否提供閱聽人更多的選擇，對於 diversity 一詞多以「多樣性」稱之，因此多樣性主要指稱的僅在媒介提供的內容部分 (陳一香，1999: 3-4)。本研究因為僅探討報紙媒體在產品的供給面，不觸及閱聽人近用媒介之議題，因此採用「多樣性」一詞。

將產業組織理論和多樣的概念結合在一起，可以發現主要議題就是市場集中度或是競爭的有無此種市場結構的問題，會不會影響到媒介內容多樣性。Iosifides (1999: 157-158) 整理出集中保護多樣性和集中威脅多樣性兩種看法，前者認為媒體所有權集中，未必會威脅到提供資訊的多樣性；集中可以確保出現在財政上有足夠力量的公司，保護國內市場不被外國媒體掌控，此外，媒體集中也有可能保護編輯的自主性。不過認為集中威脅多樣性的學者卻指出，事實是媒體的集中並未帶來服務公共利益的媒體，集中使媒體更注重大眾 (mass audience) 的需求，而消費者只能被動的接受。因此，許多媒介多樣性研究的核心均在於：媒介增加是否確實增加了閱聽人對內容的選擇，而不僅僅是同質內容媒介的重複。

二、報業競爭對報紙內容及外觀影響之實證研究

I. 競爭影響報紙內容之研究

市場競爭與媒介內容的相關研究，最早即始於報業市場。早在1948年，Bigman就提出競爭的兩家報紙，在內容上應不會有明顯差異，因為報紙競爭的是同一群讀者，採訪新聞的方式也差不多，他的研究證實了此一觀點。Willoughby (1955) 將Washington兩家發行量相當的報紙做比較，發現不僅在內容方面差異不大，就連版面特徵亦相當雷同。Borstel (1956) 探討報社所有權差異和競爭的有無對小型城市報紙的影響，結果發現有競爭和沒競爭的情況下，報紙在內容上並無差異，沒有競爭的報紙甚至有比較高的地方新聞比例。Nixon和Jones (1956) 研究結果支持在人口少於40萬的城市中，競爭性和非競爭性的報紙在新聞內容上並無顯著差異。Rarick和Hartman (1966) 研究洛杉磯Herald日報，發現強烈競爭時非廣告的新聞篇幅比例較高，會增加本地新聞，以及即時報酬 (immediate-reward, 在該研究中意為可以帶給讀者立即的經驗和樂趣的新聞，使讀者如獲得獎賞般) 性質的新聞。

Weaver和Mullins (1975) 探討1973年時美國23個有兩家競爭報紙的城市，共46份報紙，仍舊發現發行量領先 (leading) 或落後的 (trailing) 報紙在各種新聞種類分配上並沒有顯著的不同。Schwertzer和Goldman

(1975) 針對美國印第安那州Bloomington的報紙*Daily Herald-Telephone* 進行研究，結果也發現不同競爭強度時期之間的内容是很類似的，甚至在競爭敵手停止發行後，該報肩負起只剩一家報紙的責任，在社論比例上反而明顯上升。Trim、Gary和Yaraskavitch (1983) 研究加拿大報紙對地方政府的報導，發現在沒有競爭的時候，報紙新聞篇幅和對地方政府事物的報導均較少，也較為依賴政府機構作為消息來源。Entman (1985) 針對91家報紙進行研究，結果發現獨佔和有面臨競爭的報紙，只有在全國/國際新聞的指標上才有差異，其他指標的差異均非常小。Litman和Bridges (1986) 以101份全國日報為樣本，發現競爭的報紙跟非競爭的相比，會訂閱較多的通訊社服務和有較多的新聞線(lines of news)。

McCombs (1987) 研究美國Cleveland報紙*Plain Dealer*，比較強烈競爭跟競爭消失後的不同，發現在新聞的數目、報導方式、報導地區跟消息來源，都沒有顯著差異。McCombs在1988年時再以加拿大Montreal和Winnipeg兩地的報紙做為研究對象，發現這兩個地方在競爭的報紙消失之後，新聞在各類目上改變的幅度都並不大，因此他認為新聞記者的專業素養跟報社的要求，會造成新聞内容的同質化。不過，在收錄McCombs這篇研究的同一本書中，Candussi和Winter (1988) 針對加拿大Winnipeg該地的*Free Press*作分析，結果發現該報在變成獨佔報紙之後，的確全國和國際新聞的數量比例有下降，顯示獨佔帶來不好的影響，不過也發現獨佔之後，*Free Press*地方新聞的比例微幅上升。

Lacy (1990) 的研究則發現競爭的強度，跟報紙使用的通訊社服務(wire service)有正相關。Wanta和Johnson (1994) 以美國聖路易市的報紙為研究對象，探討競爭減弱到無競爭、無競爭又到競爭加強時的内容變化，結果發現新聞的社會學理論和財政承諾理論都只能解釋一部分研究結果。

II. 國外針對競爭影響報紙外觀之研究

研究發現在看報紙時，看照片會比讀文本多，且有照片的文章閱讀率會比沒有照片的文章高(Kenney & Lacy, 1987: 34)。Utt和Pasternack (1984) 研究發現，報紙編輯幾乎都一致同意報紙的外觀在競

爭的報紙市場中是一重要因素，Fitzgerald (1985) 也發現有顏色和圖片的報紙可以增加發行量和廣告收入，因此，在一競爭的報業市場中，報紙外觀上應該會有所變化。

早期關於報紙版面及圖像使用的比較指標以照片、字體、版型等為主，例如 Bigman (1948) 發現兩家相互競爭的報紙在廣告、新聞、編輯等空間的運用上相當類似；Willoughby (1955) 研究發現互相競爭之報紙在外觀、印刷上相似。Weaver 和 Mullins (1975) 的研究發現，在發行量上落後的報紙會採用較大的照片，他們認為是因為報紙外觀的差異比較容易被讀者注意到。而前述 Schwartz 和 Goldman (1975) 的研究，雖然整體結果是發現競爭對於報紙內容並無顯著影響，也發現在強烈競爭時期 *Daily Herald-Telephone* 使用照片的比例上升。Utt 和 Pasternack (1985) 曾以美國 10 個主要城市中 20 份成對競爭的報紙為研究樣本，比較這些報紙採用圖像元素的情形，結果發現彼此之間競爭較激烈的報紙，在使用圖像元素的情況較為相似。Kenney 和 Lacy (1987) 的研究發現，報紙使用圖片和顏色的數量，會因為報紙在市場中直接競爭的強度而增加。

相對於競爭與新聞內容不容易有一致性的結論，整體來說，關於競爭狀況和現代式的版型設計、圖像元素使用的關連性研究大多支持彼此有正相關的關係。

III. 台灣相關研究

台灣由於幅員較為狹小，報業的生態相對較穩定，因此，關於競爭和新聞表現的研究較國外為少。王石番 (1972) 研究發現《大華晚報》和《民族晚報》在競爭時進行改版，競爭前後的版面和內容都發生轉變。蘇蘅 (1997) 探討高雄市四家競爭報紙，《中國時報》、《聯合報》、《民眾日報》及《台灣時報》的地方版，結果發現四報的新聞報導方式和新聞主題有趨同現象。楊惠萍 (1996) 也以相同的四家日報做為研究對象，發現不同所有權的報紙在競爭情況下，呈現的內容多樣化程度有差異。而蘇蘅 (1998) 再以《中國時報》、《聯合報》、《更生日報》、《聯統日報》、《台灣時報》和《民眾時報》的東部版作為研究對象，結果發現六家報紙在新聞的取捨上有明顯差異，在地報會在新聞主題上和全國報區分。

李貞怡、李秀珠(2006)分析1992到2003年間，《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》和《蘋果日報》頭版新聞，發現有線電視和《蘋果日報》的出現造成多樣性上升。白師瑜(2005)抽樣1998年三大報頭版，和2003年《蘋果日報》進入台灣之後的頭版進行內容分析，結果發現競爭和報紙內容多樣性呈現正面的關係。針對競爭對外觀的改變，周世豐(2004)曾探討在《蘋果日報》創刊前後，國內三大報在頭版版面上的圖像差異，其研究發現三大報早在《蘋果日報》出刊前，就已在版面上放大照片、標題等，《蘋果日報》出刊後，《中國時報》和《聯合報》在照片處理上已漸回復過去水準，但《自由時報》仍持續加大照片和標題。Lee(2007)分析《蘋果日報》進入台灣市場前後各一年的三大報頭版作分析，分析結果發現，《蘋果日報》的競爭確實造成三大報內容的改變，《蘋果日報》進來之後，三大報頭版的字體變大，新聞內容涵蓋較多生活相關的新聞，然而多樣性並沒有增加。

總結以上的文獻檢閱可以發現，國外研究競爭對報紙內容是否改變的結果是分歧的，許多的研究結果也並不支持SCP理論，只有在新聞外觀的改變上，結果是較為一致的。而在國內針對報業的研究上，SCP理論得到的支持就一致多了，李貞怡、李秀珠(2006)、白師瑜(2005)和周世豐(2004)的研究，都可說是支持了SCP理論的觀點。

三、地方新聞

在地方新聞的定義上，國外學者Franklin和Murphy(1991: 60)認為，地方新聞是「在當地發行的報紙上，所刊登以該區域為觀點的事件」，意即他們認為，針對當地發生的新聞事件，以地方民眾的立場報導的新聞，就是地方新聞。他們進一步的將地方新聞界定為兩個特徵：其一是依新聞事件的發生地點，其次是從全國和國際性新聞是否有地方角度來看。因為新聞並非真正事件的結果，而是新聞人員依照產製過程和工作慣例，而突顯事件地方角度的結果。Morton和Warren(1992: 1023-1025)則認為，從新聞題材的結構上來說，地方新聞至少包括兩項主要因素，一為地理距離(geographic distance)，一為地方化(localization)，前者指新聞機構會以新聞來源距離遠近來決定要不要刊

登新聞，後者則是指新聞報導是否有地方角度。

在台灣，一談到地方新聞，很自然地會被認為是全國依早期新聞界的習慣，或是吳滄海(1987)、陳世敏(1996)等人研究中的地方新聞定義，都是將發生在台北市以外的新聞視為地方新聞。但事實上，「地方」本身就是一種社會建構(social construct)的概念(蘇蘅，1996：40)，因此，現在一般研究者認為，是否為地方新聞必須視該事件重要性與放置的版面而定，即所謂的「發生地主義」和「刊登版面主義」，而非發生在台北市以外的新聞就是地方新聞。「發生地主義」指每條新聞都有發生的地方，不可能憑空存在，例如台灣發生921大地震，雖是台灣驚人的國際新聞，但它也是南投的地方新聞。而「刊登版面主義」，則是就新聞的重要性考量，當一個新聞事件與全國人民沒有重大關連，但是對當地民眾仍具價值，因此刊登在地方版上，就是地方新聞，相反的，如果新聞在國際間都受到重視，就會成為國際新聞(王天濱，2000：5-6)。

四、研究問題

本研究將採用產業組織理論中的SCP模式作為理論架構，探討台灣地方新聞的多樣性與市場結構的相關性。根據文獻探討，市場競爭與媒體多樣性的關係還沒有一致的結果，因此，本研究以研究問題的方式來探討此一議題：

台灣不同結構的市場，對台灣三大報地方版新聞內容多樣性的影響為何？

研究方法

一、變項的操作化

本研究在選擇比較台灣不同競爭強度的地理區域時，最理想的方法是利用發行量選擇計算HHI指數或集中率指標，但由於目前報紙確切的發行量均屬機密。因此，本研究先以賣方數量找出市場結構明顯不同的地方，即為台南和花蓮。而市場大小一般也是被學者認為可能

會影響報紙資源的變項之一，例如Entman (1985: 158) 即認為市場的大小對能提供的資源有影響，Litman和Bridges (1986: 16) 也曾指出人口多的地區應該會有更多的新聞，對於多樣化新聞的需求也會更高，在較大型地區運作的報紙，應該會投注更多的財政資源，因此除了競爭家數不同的地區之外，其他地區本研究以市場大小區分之。

報紙的營運與規模經濟具高度相關性，具有起碼的規模經濟是報紙能夠繼續生存的基本條件，因此，本研究以各縣市的人口數作為分類的標準，將台灣分為四種規模經濟區，根據2008年度內政部統計各縣市人口數資料，台灣各縣市人口差異頗大，分配不平均，唯一人口數超過500萬人以上的是台北縣市，其人口數高達約640萬，且為台灣的首善之區，本研究界定為「極高度規模經濟區」；次之是縣市人口數約200萬至250萬人左右的縣市，有高雄縣市與台中縣市，本研究定義為「高度規模經濟區」；依序下來則有人口數不到200萬人的縣市，包括桃園縣、新竹縣市、彰化縣、台南縣市，本研究定義為「中度規模經濟區」；最後，則是較為偏僻的小縣市，其人口數都是100萬以下的規模，本研究定義為「低度規模經濟區」，包括宜蘭縣、苗栗縣、南投縣、雲林縣、屏東縣、台東縣、花蓮縣、澎湖縣、基隆市、嘉義縣市。

除了台北縣市，其他地區縣市三大報有獨立分版的只有台中、台南和高雄，考量到競爭的測量中也有賣家的觀點(Lacy & Vermeer, 1995)，對於三大報社來說，這些地方也都可能是競爭較強烈地區，才需要縣市區隔分版，且台南縣市的市場競爭家數與其他地區不同，因此本研究決定將這三個地方都作為研究範圍。除了台南之外，台灣目前另一個市場中有第四家報紙的就是花蓮地區，與花蓮一樣屬低度規模經濟區，但市場競爭家數不同的地方，則選擇南投。在納入這些地方之後，本研究在台灣目前三大報20個地方分版中，涵蓋了10個地區。

二、內容分析

I. 抽樣設計

在分析範圍上，《聯合報》、《中國時報》、《自由時報》、《蘋果日報》是目前台灣發行量最大，也是較具影響力的報紙，而由於《蘋果日報》

將自身定義為都會報紙，並沒有刊登地方版，因此蘋果日報並不在本研究的範圍之中。在抽樣日期方面，《中國時報》在2007年的8月21日改版，改版之前《中國時報》每天報紙只有一個版面有不同的地方版內容，在改版之後才跟其他兩報一樣，每天有兩個版面是地方版，因此，本研究決定從2007年的8月21日開始抽樣，八月抽樣該月的最後一個星期之後，再由9月和10月各隨機抽出一個星期，因此抽樣的日期分別是8月21日到25日、9月11日到15日、10月23日到27日。必須一提的是，9月13日《自由時報》並沒有刊登台北版，因此當天台北地方版的內容從缺。

此外，三大報均是在每個星期的星期二到星期六才會依照不同行政區，有獨立的地方版，星期一和星期日刊登的則依每家報紙不同，為區域性的地方分版，例如《聯合報》刊登的是北基、桃竹苗宜花、中部雲嘉、南部等四種版本。因此，本研究將抽樣星期二到星期六，不抽樣星期一和星期日。

II. 類目建構

本研究的分析單位是「每一則新聞」，以署名 (byline) 做為計算依據，而有例如「本報訊」或「台北訊」者，也算一則新聞。

(一) 分析類目：由文獻回顧，本研究已歸納出過去研究常觀察之多樣性指標，包括新聞版面面積 (newshole)、報導方式、新聞主題、新聞涵蓋的地理範圍、消息來源、新聞外觀等六項。由於三報每天的地方版整體版面面積幾乎均是固定的；而新聞涵蓋的地理範圍在國外研究中是指國際、全國、州以及地方的新聞比例，本研究的對象均是地方新聞，如果以新聞發生地作為編碼依據，可能會受到某些鄉鎮由於是市政中心，本來發生新聞次數就會比較頻繁的偏差所影響，因此新聞的版面面積和涵蓋的地理範圍並不適合作為本研究的編碼類目。

此外，本研究類目的建構也一併參考蘇蘅 (1997、1998)、楊蕙萍 (1996)、Beam (2003)、李貞怡及李秀珠 (2006) 研究的編碼類目，這五個研究都是針對報紙所進行，前兩者均是以地方報紙或全國性報紙的地方版做為研究對象，由以上歸納出編碼的五個類目：

1、新聞搭配照片比例：根據文獻回顧指出，報紙在競爭狀態下，

會增強外觀的吸引力，由於目前報紙編輯方式相差不大，因此本研究以測量新聞搭配照片的比例做為比較基準。

2、報導類型/方式：本研究根據參考的研究，還有三報地方版實際的狀況，將報導方式分為八種，包括：(1)一般新聞(2)特寫/專訪/調查報導(3)專欄/時事評論(4)圖文(以照片為主、文字為輔的組合，圖說本身獨立，且字數通常在一百字以內，並沒有搭配其他新聞)(5)圖像、資訊圖表(6)專題/調查報導(7)讀者投書/諮詢(8)其他。

3、新聞主題：分為16個類目，包括：(1)政府與政治新聞(2)社會/災禍新聞(3)財經、金融、產業新聞(4)消費生活旅遊新聞(5)醫藥衛生(6)教育行政(7)人情趣味(8)體育新聞(9)文化建設/民俗/藝文(10)環保/能源/自然資源(11)勞工農漁牧礦林新聞(12)服務新聞(13)國防軍事新聞(14)交通新聞(15)科技新聞(16)其他。

4、主要消息來源：主要消息來源的判斷方法是在新聞篇幅佔最多者，若無法判斷或沒有顯著差異，則以最早出現者作為主要消息來源，且在新聞中有出現「說、表示、認為、指出」的對象。分為17項：(1)中央政府機構、官員(2)立法委員(3)縣市政府機構、官員(4)縣市政府民意代表(5)直轄市政府、官員/民意代表(6)其他各級政府、官員/民意代表(7)司法警察機構(包括各級法院/法官/警察/軍人)(8)政黨、政治人物(9)私營工商企業團體、企業人士(10)民間團體/人士(財團法人、基金會等)(11)勞工團體/人士(工會/農漁會、漁民/農民等)(12)教育機構(包括教授、老師、學生等)(13)名人(14)一般民眾(15)醫師、律師(16)沒有消息來源(17)其他。

5、消息來源數目：指一則新聞裏有幾個消息來源，並計算一則新聞中平均有幾個消息來源，藉以檢測不同報業結構是否會影響新聞引用消息來源的多寡。

III. 信度檢驗

本研究在進行正式樣本的內容分析前，共實施兩次前測。第一次前測是研究者和編碼員依照初步的類目，檢測是否能夠妥切的編碼，並針對定義不佳的類目進行修正。第二次前測則正式實施編碼員訓練，並隨機抽取2007年9月6號的報紙進行編碼練習。在確定所有的新

聞均可編碼，以及類目確立之後，依照 Wimmer 和 Dominick (2002) 的建議，抽取 10% 的樣本，即 527 則新聞，進行編碼員間的信度檢驗。在新聞外觀上有完全一致的相互同意度，因此， π 值達到 1，而在報導方式、新聞主題、主要消息來源、消息來源個數（藉以計算每則新聞消息來源比例）上， π 值分別為 0.9、0.875、0.93、0.92 (Wimmer & Dominick, 2005)。

IV. 資料分析方法

本研究尚利用 Simpson's D 公式（詳細計算方式詳見附錄）來計算各類目的多樣性。目前計算多樣性的公式很多，McDonald 和 Dimmick (2003) 曾以美國 1927 至 1956 年電視台黃金時段的節目作為分析基礎，比較 12 種多樣性公式的優劣，結果發現不管利用哪一個公式都得到相似的結果，且這些公式之間的相關性也很高，Simpson's D 為其研究中推薦的兩個公式其中之一，其好處是能把許多的百分比數值化成單一數字以便比較。

研究發現

一、新聞搭配照片的比例

結果發現，中度規模經濟地區是搭配照片比率最高的地區，有 58.3% 比例的新聞搭配一張或一張以上的照片，比例最低的是極高度地區，只有 39.6% 的新聞有一張以上的照片。

表一：不同地區新聞搭配照片的百分比

	新聞有一張照片以上的比例
極高度規模經濟區	39.6%
高度規模經濟區	48.8%
中度規模經濟區(台南縣市)	58.3%
低度規模經濟區(花蓮)	56.5%
低度規模經濟區(南投)	57.4%

二、報導方式

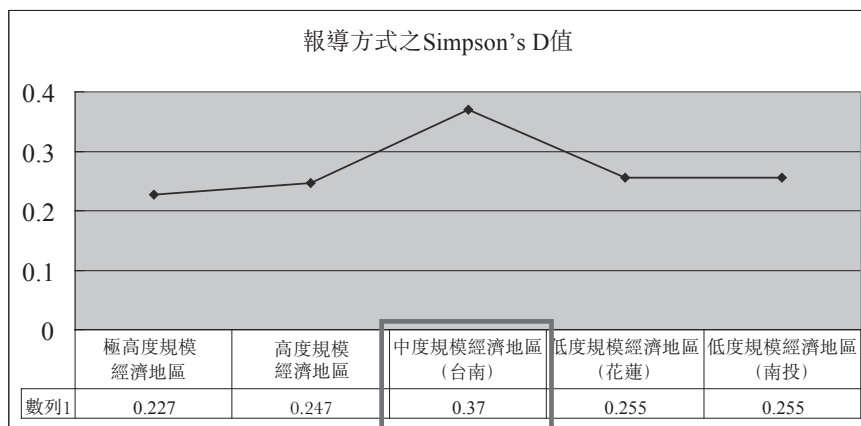
表二：不同地區報導方式之分佈比例

	極高度規模 經濟區	高度規模 經濟區	中度規模 經濟區 (台南)	低度規模 經濟區 (花蓮)	低度規模 經濟區 (南投)
一般新聞	87.5%	86.3%	78.1%	85.6%	85.9%
特寫/專訪	0.2%	0.1%	0.6%	0.2%	0.4%
專欄/時事評論	2.5%	2.0%	2.6%	1.6%	1.7%
專題/調查報導	0.4%	0.2%	1.2%	0%	1%
圖文	7.8%	8.7%	14.3%	10.7%	8.1%
圖像、資訊圖表	1.1%	0.8%	0.5%	0%	1.4%
讀者投書/諮詢	0.6%	1.8%	2.7%	1.9%	1.5%

五種地區的報導方式都是以「一般新聞」為最多，但比例以極高度規模經濟地區為最高，中度地區較低，比例第二高的是「圖文」，再次之的是「專欄/時事評論」，比例第四高的是「讀者投書/諮詢」，其餘「專題/調查報導」的報導方式在中度規模經濟區有1.2%，「圖像、資訊圖表」的報導方式在極高度規模經濟區有1.1%，剩下的報導方式均不到1%。

報導方式經過Simpson's D值計算之後，發現其中多樣性最高的是中度規模經濟區，最低的是極高度規模經濟地區。

圖一：五個地區報導方式之Simpson's D值



三、新聞主題

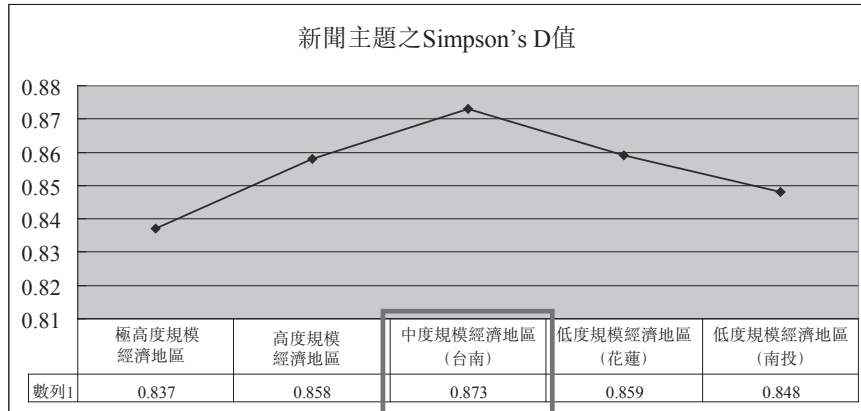
五個地區的新聞主題均以「政府/政治新聞」、「社會/災禍新聞」最多，此外，極高度規模經濟地區在這兩個新聞主題上，明顯比起其他地區更集中，尤其是在「社會/災禍新聞」的主題上。地方版第三大的主題則是「人情趣味新聞」，排名第四、第五、第六名主題的則是「文化建設/民俗/藝文」、「教育新聞」和「消費生活/旅遊觀光新聞」。

新聞主題的多樣性，經過計算後發現，仍以中度規模經濟區最為多樣，低度地區比高度地區略高一些，排名第二，極高度規模經濟區的台北縣市，地方版內容主題是最不多樣的。

表三：不同地區新聞主題之分佈比例

	極高度規模經濟區	高度規模經濟區	中度規模經濟區 (台南)	低度規模經濟區 (花蓮)	低度規模經濟區 (南投)
政府/政治新聞	23.3%	20.6%	19.4%	16.3%	20.3%
社會/災禍新聞	26.9%	21.1%	14.3%	14.2%	16.1%
財經、金融、產業新聞	1.6%	3.3%	2.8%	1.25%	1.7%
消費生活/旅遊觀光新聞	6.0%	6.4%	7.7%	9.3%	8.9%
醫藥衛生	4.9%	3.9%	6.0%	2.6%	4.4%
教育	8.1%	8.4%	9.9%	8.1%	6.6%
人情趣味	8.1%	18.4%	18.8%	20.9%	25.0%
體育新聞	1.0%	3.6%	3.2%	3.0%	1.7%
文化建設/民俗/藝文	11.8%	6.9%	10.1%	8.6%	6.6%
環保/能源/自然資源	1.0%	1.6%	1.9%	2.1%	1.4%
勞工/農漁牧礦林新聞	0.8%	3.1%	3.9%	10.0%	4.8%
服務新聞	3.5%	0.9%	1.0%	0.5%	0%
國防軍事新聞	0.3%	0%	0.4%	0.7%	0%
交通新聞	2.4%	0.9%	0.4%	2.1%	1.5%
科技新聞	0.2%	0%	0.4%	0%	0%
其他	0.2%	1.0%	0.3%	0.5%	1%

圖二：不同地區新聞主題之Simpson's D值



表四：不同地區消息來源之分佈比例

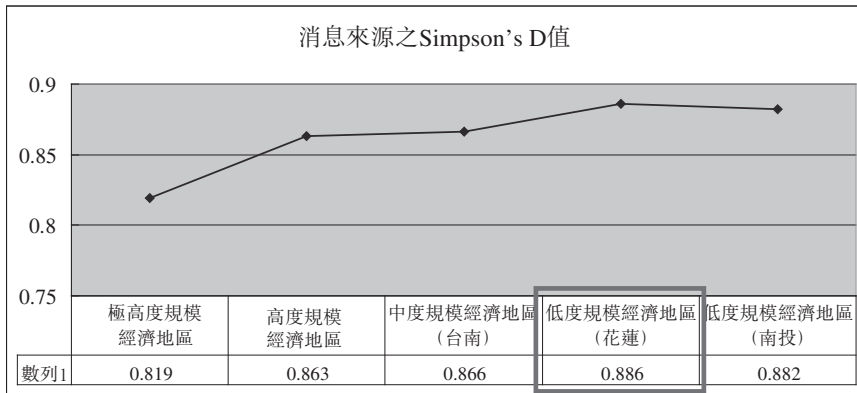
	極高度規模經濟區	高度規模經濟地區	中度規模經濟區 (台南)	低度規模經濟區 (花蓮)	低度規模經濟區 (南投)
中央政府機構、官員	1.3%	3.1%	3.9%	6.5%	6.6%
立法委員	0.5%	0.3%	0.8%	2.3%	0.2%
該縣市政府機構、官員	25.8%	19.7%	17.4%	18.4%	19.7%
該縣市政府民意代表	7.9%	3.9%	4.4%	2.3%	5.4%
司法警察機構	7.2%	6.2%	4.5%	6.0%	8.5%
政黨、政治人物	0.4%	2.1%	1.9%	0.7%	0.2%
私營工商企業團體、商家/人士	5.8%	5.5%	5.6%	7.7%	7.0%
民間團體/人士	4.6%	7.7%	8.8%	10.9%	8.3%
勞工團體/人士	0.5%	2.1%	3.6%	7.9%	2.5%
教育機構	4.8%	7.5%	9.8%	7.0%	10.1%
名人	0.2%	0.4%	0.2%	0.2%	0.2%
一般民眾	9.1%	14.5%	13.0%	10.2%	12.2%
沒有消息來源	29.4%	23.4%	24.0%	17.7%	16.4%
醫師、律師	1.8%	2.4%	2.1%	1.6%	1.7%
其他各級政府、官員/民意代表	0.6%	0.5%	3.9%	0.2%	0.2%
專家、研究人員	0.1%	0.3%	0.8%	0.2%	0.2%
其他	0.1%	0.3%	0.2%	0%	0.6%

四、主要消息來源

三報的地方版有相當高比例的新聞，都沒有明確的新聞消息來源，其中尤以極高度規模經濟地區的台北縣市地方版的比例最高。若排除沒有消息來源的新聞，「該縣市政府機構/官員」，則可說是三報地方版排名第一的消息來源，排名第二的則是「一般民眾」，「教育機構、學校」的消息來源比率為第三。

在消息來源的多樣性上，以低度規模經濟地區的花蓮 Simpson's D 值為最高，也就是花蓮地區地方版新聞消息來源是最多樣的，極高度地區的消息來源是最不多樣的。

圖三：不同地區消息來源之 Simpson's D 值



五、每則新聞有二個消息來源以上的比例

一則新聞若有二個以上的消息來源，較易做到對新聞事件正反面意見的陳述，對議題的多樣性會有幫助。此數值最高的是低度規模經濟地區，最低的是極高度地區。

表五：不同地區一則新聞有二個消息來源以上之比例

	一則新聞有2個消息來源以上的比例
極高度規模經濟地區	31.3%
高度規模經濟區	32.8%
中度規模經濟區(台南)	31.8%
低度規模經濟區(花蓮)	31.9%
低度規模經濟區(南投)	33.7%

結論與討論

本研究採用SCP的理論探討報業的地方新聞市場結構對內容多樣性的影響，選擇台灣六個報業市場，包括台北縣市、台中縣市、高雄縣市、台南縣市、花蓮縣及南投縣，作為分析對象。本研究以三個指標來分析地方新聞的多樣性，這三個指標分別是報導方式、新聞主題、消息來源。而市場結構則是依據SCP的觀點以競爭者數目作為市場結構的差異，因而在這六個報業市場中，僅有花蓮縣及台南縣市有四家報紙，其餘四個報業市場都只有三個報紙(即台灣三家主要的報紙)。此外，除了競爭者數目之外，本研究也依據Picard(2002)的觀點將人口數列為市場競爭大小的指標之一，將這六個報業市場分為極高度規模經濟區、高度規模經濟區、中度規模經濟區、低度規模經濟區等四種不同的報業市場。

本研究發現在六個報業市場中報導方式的多樣性，以中度規模經濟地區為最高，其次為低度規模經濟地區，接下來為高度規模經濟地區，多樣性最低的則為極高度規模經濟地區，換言之，本研究發現台南縣市及花蓮地區為報導方式多樣性最高的兩個地區。就新聞主題的多樣性而言，其發現類似報導方式的發現，本研究也是發現中度規模經濟地區的新聞主題多樣性最高，接下來為低度規模經濟地區(花蓮)及高度規模經濟地區，多樣性最差的仍然是極高度規模經濟地區。最後一個指標為消息來源的多樣性，本研究發現兩個低度規模經濟區其消息來源的多樣性最高，接下來為中度規模經濟地區，多樣性最低者

還是極高度規模經濟地區，詳細的資料請看圖一至圖三。整體而言，這些發現與SCP理論的觀點相符，SCP的觀點以為市場結構、市場行為及市場表現彼此會相互影響，雖然有些學者以為市場行為的影響力更大，但是部分學者還是認為市場結構扮演一個相當重要的角色，而SCP的實證研究也發現雖然構成市場結構的因素有不少，但其中最重要的因素為競爭者的數目(Wirth & Bloch, 1995; Yang, 2000)，本研究發現在這六個報業市場中，只有台南縣市及花蓮縣報業競爭者的數目為四個，其他四個報業市場其競爭者都只有三個，本研究也發現這兩個地區，台南縣市及花蓮縣，在這三個多樣性指標上，都是表現比較好的。因而，本研究與SCP的實證研究相符，發現競爭者數目確實扮演一個相當重要的角色，而以競爭者數目來定義市場結構，確實能夠預測出市場表現。此外，本研究也依Picard (2002)的觀點將市場人口數列為市場指標之一，Picard (2002)認為市場中的經營者數目，是決定競爭強度大小的主要因素，而其他如人口、競爭對手數目、廣告商數目，以及市場領導者所擁有的市場力量，都是相當重要關鍵的影響因素。然而，在本研究的研究結果發現，人口數並沒有辦法影響地方新聞的多樣性，從圖一至圖三的資料可以發現，極高度規模經濟地區及高度規模經濟地區，其三個地方新聞的多樣性指標都低於中度、低度規模經濟地區。

此外，本研究在所有的多樣性指標中都發現，極高度規模經濟地區(即台北縣市)其多樣性都是最低的，台北縣市為台灣的首善之區，人口也是台灣所有地區中最多的，其各樣媒體相當的蓬勃發展，因而本研究發現其在報紙地方新聞的多樣性指標上，竟然都是最低的，最可能的原因是發生在台北的新聞很容易就會登上全國版面，地方版反而受到忽視，因此，造成台北縣市新聞照片比例較低，新聞同質性也較高的狀況。事實上過去台灣的媒體一直被批評重北輕南，而媒體的分佈也是集中在大台北地區，因而發生在大台北地區的任何新聞可能都是全國新聞(蘇蘅，1996b；顏章聖，2003)。這樣的可能性可以從本研究的研究結果部分證實，本研究發現台北縣市的地方新聞集中在某幾個類別上，而其他縣市的地方新聞其類別分佈的比較平均，因為其他縣市的地方新聞都比較不可能成為全國新聞，而台北縣市在某些類

別上很容易就上全國版新聞，舉例而言，本研究的結果發現，台北縣市的地方版，除了報導方式為「一般新聞」的比例最多、新聞主題在「社會/災禍」主題的比例比其他四地更為偏重之外，消息來源也更加倚賴「該縣市的政府機構、官員」，沒有明確消息來源的新聞比例最高。台北縣市地方版的新聞主題分佈比例，跟其他地區的新聞主題分佈相差頗大，「政府/政治新聞」和「社會/災禍新聞」都明顯較多，而人情趣味新聞則顯著較少，而其他四個地區，在各個新聞主題上的比例分佈是較為類似的。

本研究的限制之一，在於無法得知每個地區確切的報紙發行量，因此無法進行市場集中度或HHI的計算，只能以競爭家數作為市場結構的觀察變項。由於一般在統計學上，尺度(ratio)會比區間(interval)變項來的更為精準，若能計算市場集中度或HHI數值，則可更精確的抓出市場競爭強度和內容多樣性表現之間的關係。雖然Lacy和Vermeer(1995)已證明，競爭的有無、報紙的競爭家數、HHI、CI等四種計算競爭的方法之間有關聯性存在，然而他們也提出，所有對於競爭的測量，都不是可以互相交換的。因此，建議三大報應盡快透明化發行量數字，必能藉由產學之間的交流，帶給報社實務界更多的學術報告和經營建議。而本研究限於人力、物力，對於三報目前20個地方分版只能選擇10個地方，在時間上也只能隨機抽樣三個禮拜，無法進行更長期的觀察，此為研究限制之二，建議未來也對地方新聞多樣性有興趣的研究者，可以更長期的觀察地方新聞之表現，以補本研究不足之處。

附錄

Simpson's D數值詳細的計算方法為，假設有5個類目，每一個類目都具有20%的百分比，那麼Simpson's $D = 1 - [(0.2)^2 + (0.2)^2 + (0.2)^2 + (0.2)^2 + (0.2)^2] = 0.8$ ，又假設這5個分類中有某一分類佔有100%的極端比例，其他類目的比例皆為0，那麼Simpson's $D = 1 - [(1)^2 + (0)^2 + (0)^2 + (0)^2 + (0)^2] = 0$ 。因此Simpson's D的計算，最後會產生一個正向、介於0到1之間的數值，假若得到的值為0時，

代表完全沒有多樣性，可能某一分類出現了極端比例的情況；數值越趨近於1，則多樣性數值越大。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- Roger D. Wimmer、Joseph R. Dominick 著 (2002)。《大眾媒體研究導論》(黃振家等譯)。台北：學富文化。
- Roger D. Wimmer & Joseph R. Dominick (2002). *Dazhong meiti yanjiu daolun* (Translated by Huang Zhenjia et al.). Taipei: Xuefu wenhua. (Original book: Wimmer, R. & Dommick, J. [1983]. *Mass media research: An introduction*. Wadsworth, Belmont: Wadsworth Publishing Company.)
- 王石番 (1972)。《「民族晚報」、「大華晚報」加強競爭前、後的內容分析》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- Wang Shifan. (1972). *Minzu Wanbao, Dahua Wanbao jiaqiang jingzheng qian hou de neirongfenxi*. Zhengzhi daxue xinwen yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 王天濱 (2000)。《台灣地方新聞理論與實務》。台北：三民書局。
- Wang Tianbin. (2000). *Taiwan difang xinwen lilun yu shiwu*. Taipei: Sanmin shuju.
- 王天濱 (2003)。《台灣報業史》。台北：亞太圖書。
- Wang Tianbin. (2003). *Taiwan baoyeshi*. Taipei: Yitai tushu.
- 石怡芬 (2004)。《地方報紙消費者購買決策因素之研究》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- Shi Yifen. (2004). *Difang baozhi xiaofeizhe goumai juece yinsu zhi yanjiu*. Zhongshan daxue chuanbo guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 白師瑜 (2004)。《市場競爭與媒介多元化之研究——以蘋果日報創刊前後三大報之頭版為例》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- Bai Shiyu (2004). *Shichang jingzheng yu meijie duoyuanhua zhi yanjiu—Yi Pinguo Ribao chuangkan qianhou san dabao zhi touban weili*. Zhongshan daxue chuanbo guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 李貞怡、李秀珠 (2006)。〈台灣媒體競爭市場之報紙內容多樣研究〉。《新聞學研究》，第88期，頁135–172。
- Li Zhenyi & Li Xiuzhu. (2006). Taiwan meiti jingzheng shichang zhi baozhi neirong duoyang yanjiu. *Xinwenxue Yanjiu*, No. 88, pp. 135–172.
- 吳滄海 (1987)。《台灣的地方新聞》。台北：瑞泰出版社。
- Wu Canghai. (1987). *Taiwan de difang xinwen*. Taipei: Ruitai chubanshe.

- 周世豐(2004)。《學甚麼?像甚麼:報紙版面設計之競爭意涵——以蘋果日報
出刊前後中時聯合自由三報為例》。中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- Zhou Shifeng. (2004). *Xue shenme? xiang shenme: Baozhi banmian sheji zhi
jingzheng yihan—yi* Pingguo Ribao chukan qianhou Zhongshi Lianhe Ziyou
san bao weili. Zhongzheng daxue dianxun chuanbo yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 張清溪等(2000)。《經濟學:理論與實際》。台北:張清溪發行。
- Zhang Qingxi et al. (2000). *Jingji xue: Lilun yu shiji*. Taipei: Zhang Qingxi Faxing.
- 陳一香(1999)。《台灣電視節目內容多元化之研究》。政治大學新聞研究所博
士論文。
- Chen Yixiang. (1999). *Taiwan dianshi jiemu neirong duoyuanhua zhi yanjiu*.
Zhengzhi daxue xinwen yanjiusuo boshi lunwen.
- 陳世敏(1996)。〈瞭解我們的社區〉。蘇蘅(編),《台灣地方新聞》(頁i-vii)。
台北:政治大學新聞系。
- Chen Shimin. (1996). *Liaojie Women De Shequ*. Su Heng (Ed.), *Taiwan difang
xinwen* (pp. i-vii). Taipei: Zhengzhi daxue xinwen xi.
- 陶芳芳(1999)。《從政治控制到市場機制:台灣報業發行之變遷》。政治大學
新聞所碩士論文。
- Tao Fangfang. (1999). *Cong zhengzhi kongzhi dao shichang jizhi: Taiwan baoye
faxing zhi bianqian*. Zhengzhi daxue xinwensuo shuoshi lunwen.
- 楊蕙萍(1996)。《報紙新聞多元化之研究——以中國時報、聯合報、民眾日
報、台灣時報高雄市版為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- Yang Huiping. (1996). *Baozhi xinwen duoyuanhua zhi yanjiu - Yi Zhongguo
Shibao, Lianhe Bao, Minzhong Ribao, Taiwan Shibao Gaoxiong shi ban weili*.
Zhengzhi daxue xinwen yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 鄭瑞城(1993)。〈頻率與頻道之管理與配用〉。鄭瑞城(編),《解構廣電媒體》
(頁1-73)。台北:澄社。
- Zheng Ruicheng. (1993). *Pinlü yu pindao zhi guanli yu peiyong*, Zheng Ruicheng
(Ed.), *Jiegou guangdian meiti* (pp. 1-73). Taipei: Chengshe.
- 顏章聖(2003)。《從新聞產製之觀點探討影響台灣電視地方新聞產製之因素》。
交通大學傳播所碩士論文。
- Yan Zhangsheng. (2003). *Cong xinwen chanzhi zhi guandian tantao yingxiang
Taiwan dianshi difang xinwen chanzhi zhi yinsu*. Jiaotong daxue chuanbosuo
shuoshi lunwen.
- 蘇蘅(1995)。〈台灣發行報紙地方版新聞的比較——以中時、聯合、台時、民
眾的北市、北縣版為例〉。翁秀琪、馮建三(編),《政大新聞教育六十年慶
論文集》(頁224-264)。台北:政治大學新聞系。

- Su Heng. (1995). Taiwan faxing baozhi difang ban xinwen de bijiao—Yi Zhongshi, Lianhe, Taishi, Minzhong de bei shi, bei xian ban wei li. Weng Xiuqi & Feng Jiansan (Eds.), *Zhengda xinwen jiaoyu liushi nian qing lunwenji* (pp. 224–264). Taipei: Zhengzhi daxue xinwen xi.
- 蘇蘅 (1996a)。〈近年來報紙版面內容的改變與讀者市場的遷移〉。聯合報系文化基金會(編),《新聞、媒體、面面觀:新聞理論與實務》(頁1–17)。台北:聯經出版公司。
- Su Heng. (1996a). Jinnian lai baozhi banmian neirong de gaibian yu duzhe shichang de qianyi. Lianhe Baoxi Wenhua Jijinhui (Ed.), *Xinwen, meiti, mian mian guan: Xinwen lilun yu shiwu* (pp. 1–17). Taipei: Lianjing Chuban Gongsi.
- 蘇蘅 (1996b)。〈地方新聞解析:談理論及實務研究整合的途徑〉。蘇蘅(編),《台灣地方新聞》(頁39–63)。台北:政治大學新聞系。
- Su Heng. (1996b). Difang xinwen jixi: Tan lilun ji shiwu yanjiu zhenghe de tujing. Su Heng (Ed.), *Taiwan difang xinwen* (pp. 39–63). Taipei: Zhengzhi daxue xinwen xi.
- 蘇蘅 (1997)。《台灣報紙報導地方新聞的比較研究——高雄市四家日報競爭與新聞多樣化的分析》。台北:行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。
- Su Heng. (1997). *Taiwan baozhi baodao difang xinwen de bijiao yanjiu—Gaoxiong shi si jia ribao jingzheng yu xinwen duoyanghua de fenxi*. Taipei: Xingzhengyuan guojia kexue weiyuanhui zhuanti yanjiu jihua chengguo baogao.
- 蘇蘅 (1998)。《台灣報紙報導地方新聞的比較研究(II)——台灣東部地區報紙競爭與新聞多元化的關聯性分析》。台北:行政院國家科學委員會專題研究計畫成果報告。
- Su Heng. (1998). *Taiwan baozhi baodao difang xinwen de bijiao yanjiu (II)—Taiwan dongbu diqu baozhi jingzheng yu xinwen duoyuanhua de guanlian xing fenxi*. Taipei: Xingzhengyuan guojia kexue weiyuanhui zhuanti yanjiu jihua chengguo baogao.
- 蘇蘅 (2002)。《競爭時代的報紙—理論與實務》。台北:時英出版社。
- Su Heng. (2002). *Jingzheng shidai de baozhi—Lilun yu shiwu*. Taipei: Shiyong chubanshe.
- 嚴伯和 (2004)。《地方媒體生存策略之研究——以中華日報、台灣新聞報個案分析比較》。中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- Yan Bohe. (2004). *Difang meiti shengcun celue zhi yanjiu—Yi Zhonghua Ribao, Taiwan Xinwen Bao ge'an fenxi bijiao*. Zhongshan daxue chuanbo guanli yanjiusuo shuoshi lunwen.

英文部分 (English Section)

- Albarran, A. B. (2002). *Media economics: Understanding markets, industries, and concepts*. Ames, Iowa: Iowa State University.
- Beam, R. A. (2003). Content differences between daily newspapers with strong and weak market orientations. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80 (2), 368–390.
- Bigman, S. (1948). Rivals in conformity: A study of two competing dailies. *Journalism Quarterly*, 25, 127–131.
- Bogart, L. (1975). How the challenge of television news affects the prosperity of daily newspapers. *Journalism Quarterly*, 52, 403–410.
- Borstel, G. (1956). Ownership, competition and comment in 20 small dailies. *Journalism Quarterly*, 33, 220–222.
- Busterna, J. C. (1988). Concentration and industrial organization model. In R. G. Picard, J. P. Winter, M. E. McCombs, & S. Lacy, (Eds). *Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation* (pp.35–69). New Jersey: Albex.
- Candussi, D., & Winter, J. P. (1988). Monopoly and content in Winnipeg. In R. G. Picard, J. P. Winter, M. E. McCombs, & S. Lacy, (Eds). *Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation* (pp.139–145). New Jersey: Albex.
- Cuilenburg, J. V. (1999). On competition, access and diversity in media, old and new. *New media & society*, 1 (2), 183–207.
- Entman, R. M. (1985). Newspaper competition and first amendment ideals: Does monopoly matter? *Journal of communication*, 35 (3), 147–165.
- Fitzgerald, M. (1985). 12–paper test to show how color ads boost sales. *Editor and publisher*, 118 (39), 18.
- Franklin, B. & Murphy, D. (1991). *What News? The market, politics and the local press*, London: Routledge.
- Fu, W. (2003). Applying the structure-conduct-performance framework in the media industry analysis. *JMM: The International Journal on Media Management*, 5 (4), 275–284.
- Garneau, G. (1994). Stop blaming illiteracy. *Editor & Publisher*, 127 (26), 27.
- Gomery, D. (1993). The centrality of media economics. *Journal of Communication*, 43 (3), 1–9.
- Hendriks, P. (1995). Communications Policy and Industrial Dynamics in Media Markets: Toward a Theoretical Framework for Analyzing Media Industry Organization. *Journal of Media Economics*, 8 (2), 61–76.
- Iosifides, P. (1999). Diversity versus concentration in the deregulated mass media domain. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 76 (1), 152–162.
- Kenney, K., & Lacy, S. (1987). Economic forces behind newspapers' increasing use of color and graphics. *Newspaper Research Journal*, 8 (3), 33–41.

- Lacy, S. (1987a). Effect of intracity competition on daily newspaper content. *Journalism Quarterly*, 64 (2-3), 281-290.
- Lacy, S. (1987b). Effect of growth of radio on newspaper competition, 1929-1948. *Journalism Quarterly*, 65, 399-406.
- Lacy, S. (1988). Effect of intermedia competition on daily newspaper content. *Journalism Quarterly*, 65 (1), 95-99.
- Lacy, S. (1990). Newspaper competition and number of press services carried: A replication. *Journalism Quarterly*, 67 (1), 79-82.
- Lacy, S., Atwater, T., & Qin, X. (1989). Competition and the location of resources for local television news. *Journal of Media Economics*, 2, 3-13.
- Lacy, S., & Bertstein, J. M. (1992). The impact of competition and market size on the assembly cost of local television news. *Mass Communication Review*, 41-48.
- Lacy, S., & Vermeer, J. P. (1995). Theoretical and practical considerations in operationalizing newspaper and television news competition. *Journal of Media Economics*, 8 (1), 49-61.
- Lee, Y. C. (2007). Effects of market competition on Taiwan newspaper diversity. *Journal of Media Economics*, 20 (2), 139-152.
- Litman, B., & Bridges, J. (1986). An economic analysis of daily newspaper performance. *Newspaper Research Journal*, 7 (3), 9-26.
- McCombs, M. E. (1987). Effect of monopoly in Cleveland on diversity of newspaper content. *Journalism Quarterly*, 64, 740-792.
- McCombs, M. E. (1988). Concentration, monopoly, and content. In R. G. Picard, J. P. Winter, M. E. McCombs, & S. Lacy, (Eds). *Press concentration and monopoly: New perspectives on ownership and operation* (pp.129-137) . New Jersey: Albex.
- McDonald D. G., & Dimmick, J. (2003). The Conceptualization and Measurement of Diversity. *Communication Research*, 30 (1), 60-79.
- McQuail, D. (1986). From bias to objectivity and back. In T. McCormack, (Ed.). *Studies in Communications* (pp. 1-36), CT: JAI Press.
- Morton, L. P., & Warren, J. (1992). News elements and editors' choices. *Public Relations Review*, 18 (1), 47-52.
- Napoli, P. M. (1999). Deconstructing the diversity principle. *Journal of communication*, 49 (4), 7-34.
- Nixon, R. B., & Jones, R. L. (1956). The content of non-competitive vs. competitive newspapers. *Journalism Quarterly*, 33, 299-315.
- Paek, H. J., Yoon, S. H, & Shah, D. V. (2005). Local news, social integration, and community participation: Hierarchical linear modeling of contextual and cross-level effects. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82 (3), 587-606.
- Park, S. (2005). Competition's effects on programming diversity of different program types. *The International Journal on Media Management*, 7 (1,2), 39-54.

- Picard, R. G. (1988). Measures of concentration on the daily newspaper industry. *Journal of Media Economics*, 1, 61–74.
- Picard, R. G. (2002). *The economics and financing of media companies*. New York: Fordham University Press.
- Powers, A., & Lacy, S. (1991). Competition in local television news: Applying the industrial organization model. *Journal of Media Economics*, 6 (2), 37–44.
- Rarick, G., & Hartman, B. (1966). The effects of competition on one daily newspaper's content. *Journalism Quarterly*, 43, 459–462.
- Schweitzer, J. C., & Goldman, E. (1975). Does newspaper competition make a difference to readers? *Journalism Quarterly*, 52 (4), 706–710.
- Trim, K., Pizante, G., & Yaraskavitch, J. (1983). The effect of monopoly on the news: A before and after study of two Canadian one newspaper towns. *Canadian Journal of Communication*, 9 (3), 33–56.
- Utt, S. H., & Pasternack, S. (1984). Front pages of U.S. daily newspapers. *Journalism Quarterly*, 61 (4), 879–884.
- Utt, S. H., & Pasternack, S. (1985). Use of graphic devices in a competitive situation: A case study of 10 cities. *Newspaper Research Journal*, 7 (1), 7–16.
- Van der Wurff, R. (2002). The impact of electronic publishing on the performance of professional information markets in the Netherlands. *New Media and Society*, 4 (3), 307–328.
- Wanta, W., & Johnson, T. J. (1994). Content changes in the St. Louis Post-Dispatch during different market situations. *Journal of Media Economics*, 7 (1), 13–28.
- Weaver, D. H., & Mullins, L.E. (1975). Content and format characteristics of competing daily newspapers. *Journalism Quarterly*, 52 (2), 257–264.
- Willoughby, W. F. (1955). Are two competing dailies necessarily better than one? *Journalism Quarterly*, 32, 197–204.
- Wirth, M. O., & Bloch, H. (1995). Industrial organization theory and media industry analysis. *Journal of Media Economics*, 8 (2), 15–26.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2005). *Mass media research: An introduction* (8th ed.). Belmont, CA: Wadsworth Publishing Company.
- Wurff, R. (2003). Structure, conduct and performance of the agriculture trade journal market in the Netherlands. *Journal of Media Economics*, 16 (2), 121–138.
- Young David P. T. (2000). Modeling media markets: How important is market structure? *Journal of Media Economics*, 13 (1), 27–44.

本文引用格式

葉碧華、李秀珠 (2010)。〈市場競爭與媒介表現之相關性研究：檢視台灣報紙地方新聞的多樣性〉。《傳播與社會學刊》，第 14 期，頁 17–46。