

研究論文

國際新聞中的「中國形象」：與中國相關的民意調查的新聞報導

溫乃楠、郝曉鳴、魏然

摘要

近年來，中國已躍至世界舞台的中心位置，國際媒體中所呈現的中國形象也因此顯得尤為重要。然而，長久以來，中國在國際新聞報導中呈現出的國家形象一直很模糊。民意調查報導是國際新聞報導中的一種特殊形式，為我們釐清一國的國家形象提供了豐富而客觀的信息。本研究對1979年至2009年間國際新聞中有關中國的民意調查報導進行了內容分析，以期從一個側面觀察中國形象。我們發現，在過去的三十年間，國際媒體對於中國相關的民意調查的報導持續增長，報導主題和報導論調都發生了改變，不同來源的媒體關注的焦點和報導

溫乃楠，南京大學新聞傳播學院副教授。研究興趣：健康、科學、政治等相關內容的媒介效果研究、青少年研究。電郵：wennainan@gmail.com

郝曉鳴，新加坡南洋理工大學黃金輝傳播與信息學院教授。研究興趣：國際傳播、媒介系統比較、新傳媒技術對社會的影響、受眾研究及媒介效果研究。電郵：txmhao@ntu.edu.sg

魏然，天津師範大學新聞與傳播學院特聘教授、天津「千人計劃」學者及美國南卡羅那大學新聞與大眾傳播學院講座教授。研究興趣：新媒體、傳媒效果、移動媒體以及國際廣告。電郵：wei2@mailbox.sc.edu

論文投稿日期：2013年5月21日。論文接受日期：2014年6月6日。

《傳播與社會學刊》，(總)第30期(2014)

論調也有所不同。與台灣和其他亞洲媒體相比，港澳和西方媒體更關注中國的內部事務。與外國媒體(主要為台灣、日本、馬來西亞及西方媒體)相比，港澳媒體的報導論調更積極。另外，在報導中，港澳媒體比西方媒體提供了更多的有關民調方法方面的信息。最後，本文對以上發現的意義進行了深入探討。

關鍵詞：中國、民意調查、國家形象、國際新聞

Research Article

China's Image: International News Coverage of China-Related Opinion Polls

Nainan WEN, Xiaoming HAO, Ran WEI

Abstract

In recent years, China has stepped onto the center stage of the world arena and drawn international attention. Thus, studying China's national image as reported by international media becomes particularly important. For a long time, China's image has been no more than lucid. Opinion polling is a special form of international news reporting that provides rich and objective information for us to examine a country's national image. We analyzed the content of international media coverage of public opinion polls about China from 1979 to 2009. Results show that news coverage of polls about China increased over the past 30 years. Our analysis also finds that the topics and

Nainan WEN (Associate Professor). School of Journalism and Communication, Nanjing University, China. Research interests: effects of media use, particularly regarding health, science, and public affairs issues and youth studies.

Xiaoming HAO (Professor). Wee Kim Wee School of Communication and Information, Nanyang Technological University of Singapore. Research interests: international communication, comparative media systems, social impact of new communication technologies, audience studies and media effects.

Ran WEI (Distinguished Guest Professor). School of Journalism and Communication, Tianjin Normal University, China. (Chair Professor). School of Journalism and Mass Communications, University of South Carolina, USA. Ran WEI is also a recipient of Tianjin Qianren program. Research interests: new media, media effects, mobile media, and international advertising.

tones of news coverage of polls about China changed over this period. Media from different areas tended to focus on different aspects of polls about China and employed different tones in reporting polls about China. Media from Hong Kong and Macau and the Western media were more interested in China's internal issues than media in other areas. Media from Hong Kong and Macau were also more likely to employ favorable tones toward China than media from other areas. In addition, media from Hong Kong and Macau were more likely to include methodological information of polls in the coverage of poll stories about China than media from other areas. Implications were also discussed.

Keywords: China, public opinion poll, national image, international news

Citation of this article: Wen, N., Hao, X., & Wei, R. (2014). China's image: International news coverage of China-related opinion polls. *Communication & Society*, 30, 71–95.

引言

在當今經濟全球化的浪潮下，國家形象已成為國家軟實力競爭的重要組成部分，也是影響國際關係的重要因素。現階段，一個國家的形象不僅來源於他國民眾對該國的個別、直接和感性的認識，而且在很大程度上受到大眾傳媒的影響。然而，改革以來，中國的國家形象一直是國際媒體報導中一個頗有爭議的話題。一方面，東方文明一直吸引着西方世界，他們對這個神秘古國的興趣與探索從未停止過。三十餘年的改革開放也使中國成為經濟發展最快的發展中國家，在國際事務中發揮着舉足輕重的作用。另一方面，中國在共產黨領導之下所堅持的社會主義政治體制與西方國家所推崇的民主政治大相徑庭，使一些西方國家認為中國的迅速崛起會對其自身發展和國際環境構成潛在威脅 (Broomfield, 2003; Huntington, 1991)。無論如何，中國已躍至世界舞台的中心位置，引起了全球的關注，國際媒體中所呈現的中國形象也因此顯得尤為重要，可以直接影響其他國家如何制定對華政治、經濟、外交政策，進而影響中國的國際關係。

在展現國家形象方面，民意調查報導為我們呈現了一個新穎、獨特的媒介視角。一般來說，「民意」基本上指大多數人共同持有的態度或信念 (Price, 1992)。針對政治、經濟、國際關係等各方面公眾感興趣的話題，政府、研究機構、媒體或商業民調公司會對廣大民眾進行問卷調查，其目的是考察公眾對這些問題的態度與看法。圍繞這些民意問卷調查所展開的相關新聞報導可統稱為「民調報導」。從某種角度來看，民意調查是當代新聞報導的重心 (MacLaury, 1992)。過去的研究顯示，新聞媒體對民意調查的報導呈持續增長的態勢 (Marton & Stephens, 2001)。民意調查報導有別於其他一般新聞報導，這主要體現在兩方面。首先，民調結果反映的是一種大多數人的、集體的態度，而當受眾通過新聞得知這種集體的態度後，會以此為依據來調整自己的個人認知，並改變相關的決策行為 (Banning, 2007; Golan, Banning, & Lundy, 2008)。另外，民意調查本身的客觀性和科學性也使得民調報導具有一般新聞報導所不具備的獨特新聞價值。不論是那些作為報導核心的民意調查結果，還是那些被巧妙融入新聞之中的、充當輔助材料的民調

資料，都會影響整篇報導的論調 (Frankovic, 1998; Hickman, 1991)。當國際媒體報導有關一國的民調數據時，呈現的是針對該國的一種集體的態度，並且這種集體態度因為有了數字與數據做包裝而看上去更加客觀、真實，媒介展現出的這種國家形象也更容易被他國民眾接受，進入他們的日程，並影響他們形成對該國的感知形象及其他態度、行為。

迄今為止，一些研究考察了一般媒體是如何刻畫中國形象的(如 Peng, 2004; Stone & Xiao, 2007等)，但根據我們的不完全統計，尚無實證研究具體考察民意調查報導作為一種特殊的報導形式是如何反映中國形象的。如上所述，鑒於民意調查報導的特殊性及在新聞報導中的重要價值，我們認為有必要通過實證研究來重點考察中國民調報導所反映出的中國國家形象問題，主要有以下三方面：第一，中國相關的民調報導的主題有哪些；第二，中國相關的民調報導的論調是怎樣的；第三，中國相關的民調報導是否包含了充分的民調方法方面的信息。我們希望通過對以上三個方面的研究來了解民意調查報導所呈現的中國形象是怎樣的，是否與一般媒體展示的中國形象一致？可以說，民意調查報導給我們提供了一個新穎、獨特的視角，研究結果將豐富我們對國際媒體中的中國形象的認識。

國際媒體中的中國形象

在過去的三十多年時間裏，中國經濟發展迅速，國際影響力不斷提高，越來越多地受到國際媒體的關注。如 Peng (2004) 對 1992 至 2001 年間的《洛杉磯時報》和《紐約時報》進行了內容分析，他發現有關中國的報導增長顯著。Stone 和 Xiao (2007) 也發現，自蘇聯 1991 年解體之後，美國《時代週刊》、《新聞週刊》、《美國新聞與世界報導》對於中國的報導增長明顯。

儘管國際新聞界對中國的報導在數量上有所增加，這些報導集中在中國的政治、人權問題及危機事件上，並在一定程度上帶有偏見。比如，Akhavan-Majid 和 Ramaprasad (2000) 的研究顯示，美國媒體報導在中國召開的「聯合國世界婦女大會暨非政府組織論壇」時，經常

把中國定義為與美利堅原則、價值觀背道而馳的「共產主義他者」(Communist other)。Stone和Xiao(2007)的研究表明，隨着蘇聯解體，美國失去了冷戰時期的主要對手，中國由此成為美國最主要的政治經濟勁敵，美國三大主流新聞雜誌將中國描畫成對內壓迫、對外關係緊張的負面角色。Moyo(2010)的研究發現，在報導2008年的西藏示威遊行時，CNN一直使用諸如「中國侵犯人權」一類的話語(discourse)，強調中國政府的做法剝奪了人的基本尊嚴。Wu(2006)發現，在報導中國的愛滋病問題時，美聯社的報導大多比較負面，批評中國政府無能、不講誠信、濫用人權、實行打壓政策。Sparks(2010)發現，儘管2008年英國媒體對中國問題的關注度有所增加，但暢銷的國家級日報(如*Daily Express*和*Daily Mail*)對中國的報導卻比較消極，主要集中在四川大地震等災難性事件上。Zhang(2009)的研究也表明，以政治、商業精英為讀者群的香港《南華早報》在處理中國報導時，持有的論調也十分負面。Luther和Zhou(2004)的研究發現，美國和中國報紙在報導非典(SARS)事件時採用了截然不同的策略，美國報紙採用衝突框架，強調SARS給中國經濟發展所帶來的消極影響，並將SARS擴散的責任推給中國政府，而中國報紙為了維護中國政府的形象，始終強調政府在防治SARS和消除其經濟影響方面所做的努力。

然而，隨着中國在全球經濟舞台上的作用日益重要，一些國際媒體開始關注中國的經濟發展，並給予了較為正面的報導。比如，Su(2004)對《紐約時報》在2002年至2003年期間發表的文章進行了話語分析，發現有關中國經濟發展和社會生活的報導一般較為正面，而對於中國人權問題的報導則比較負面。該研究展示了國際媒體報導中國問題時採用的一個核心框架——中國正在迅速崛起並與世界經濟體系逐漸融合，這一發展趨勢不僅有益於亞洲，而且有益於美國乃至全世界。另一篇論文(Peng, 2004)對《紐約時報》和《洛杉磯時報》在1992年至2002年期間刊登的圖片進行了內容分析，結果表明有關中國經濟和社會發展的正面報導遠遠超過了對暴力、災難和社會衝突的負面報導。

另外，中國報導在不同主題上的分配尚處於不均衡狀態，大多新聞報導集中在政治壓迫、人權、經濟貿易等方面，對中國國內的社會

問題關注較少。比如，Willnat和Luo(2011)對十五個國家和地區的有關中國的電視新聞進行了系統的內容分析，他們發現報導主題主要集中在內政、外交、經濟問題上，但對中國的文化和社會問題關注則較少，例如教育和住房。

民意調查報導

在展現國家形象方面，民意調查報導為我們呈現了一個獨特的媒介視角。理論上來看，媒體應是信息的傳送帶，將內容和觀點完整、如實地傳達給公眾(Schoenbach & Becker, 1995)。民意調查報導更應如此，媒體將通過科學方法得出的民意調查結果報導出來，可以最大限度地代表公眾輿論及體現民主(Lavrakas & Traugott, 2000)。早期研究關注媒體中的民調報導是否提供了基本的方法信息，以利讀者解讀民調資料。這些研究發現，媒體報導在此方面表現不足。大多媒體在報導中經常省略「誤差範圍」(margin of error)、「回應率」(response rate)及「問題措辭」(question wording)等方面的細節，甚至連「樣本量」(sample size)、「採訪方法」(interview methods)、「訪問日期」(fieldwork dates)等最基本的信息也在不同程度上被媒體省略了(Andersen, 2000; Brettschneider, 1997; Hardmeier, 1999; Marton & Stephens, 2001; Weaver & Kim, 2002; Welch, 2002)。除此之外，民調報導的品質也無保障，Larson(2003)指出，即使美國媒體在民調報導中提及誤差範圍，但往往誤解了它的含義，這將影響讀者對民調結果做出準確判斷。

在民調報導中，媒體不僅沒有嚴格遵守「美國民意研究學會」¹的標準，而且會對調查資料及結果進行一定程度的處理與加工。比如，媒體機構會選取或強調某些他們認為有發佈價值的民調，而直接忽略另一些民調；利用視覺化手段展示資料；對民調資料進行個人化解讀；將民調結果與實事新聞相結合；將民調結果與之前的發現進行對比。這樣一來，即便是同一份民意調查，在不同媒體機構的新聞報導中也會呈現出不同程度的重要性和獨特的意涵。例如，在媒體彙報有關總統競選的民意調查資料時，當一名候選人的支持率略高於另一候選人時，若兩人的差距是在抽樣誤差之內，「國家民意調查委員會」²規定應

彙報有關兩人的民意調查結果為「相近」或「平局」。但《今日美國》卻在報導中強調其中的一位候選人「領先」於另一候選人，儘管同時也承認這一差距其實是小於抽樣誤差的。一些學者（如Larson, 2000; Lee, 2006）認為媒體機構這種對於科學民調進行再加工的報導模式是其商業價值（business values）、編輯政策（editorial policy）及新聞典範（journalistic paradigms）共同作用的結果。

作為一種獨特而又重要的新聞報導形式，民意調查報導不僅左右個人層面的公眾認知及政治參與（Wei, Lo, & Lu, 2011），而且影響國家層面的決策制定。民調資料為政策制定劃定了疆界（Bardes & Oldendick, 2012），政府通常以這些民調報導為依據去推測公眾輿論，進而為內政、外交等政策的制定提供事實依據及準繩（Canes-Wrone, 2006; Foyle, 2004; Jacobs & Shapiro, 2000），以確保出台的法案政策是符合大多數人的意願的，而對於那些大多數人反對的條款，則應予以摒棄（Bardes & Oldendick, 2012）。Kusnitz（1984）發現在1949年毛澤東政府成立之後的三十年時間裏，民調報導展示的美國公眾意願與美國在此期間的對華政策具有高度的一致性。Monroe（1979）分析了1960至1974年間的222例個案，發現在三分之二的個案中公眾意見與政策結果完全一致，而在具體的外交政策問題上，這種一致性竟高達92%。Graham（1989）提供了比上述相關性研究更為有力的因果證據，他分析了500多個民意調查，發現公眾意見對決策過程的各個階段——從議題進入日程開始，到談判、獲批，直至最後階段的執行——都發揮着決定作用，他認為民調展示的民意與政策決定之間的關係是一個因果關係，並非假性關聯。正如美國「消費者產品安全委員會」前主席曾指出，「民調提示我們應如何處理某一議題，換個角度來看，民調至少可以警告我們不應如何處理某一議題」（Cantril, 1980, p. 138）。可見，民意調查報導中呈現出的中國國家形象直接關係到其他國家政府及人民是如何感知認識中國、並對中國採取相應外交策略的，因此，這個話題十分值得我們研究。

綜上所述，目前為止外國媒體報導中所呈現的中國形象仍是錯綜複雜的——在政治及意識形態方面偏負面，但在經濟形勢方面則較正面，而對國內的社會文化問題則基本忽略了。那麼，當媒體將那些以

科學性、客觀性著稱的民調資料搜集起來進行中國問題的相關報導時，是否也展示了與上述情況類似的、有分歧的中國形象呢？目前尚無實證報告從民調報導的角度研究中國國家形象，這正是本研究想要彌補的一點不足之處。在過去的研究基礎之上，本研究側重探討以下幾個問題：

RQ1：三十年間，關於中國的民調報導的主題有何變化？

RQ2：三十年間，關於中國的民調報導的論調有何變化？

此外，我們也十分關心來自不同地區的媒體在報導中國民調新聞時所關注的主題與採用的論調有哪些差異。「地理臨近性」(geographic proximity)和「文化親和力」(cultural affinity)是影響國際新聞報導的兩個重要因素(Adams, 1986; Chang, Shoemaker, & Brendlinger, 1987; Johnson, 1997; Kim & Barnett, 1996; Swain, 2003)。「地理臨近性」描述的是報導國家與被報導國家之間的感覺距離(Chang et al., 1987)，國際新聞研究領域一般用傳統的地理區劃來描述地理臨近性，如按照大陸板塊劃分等(Kim & Barnett, 1996; Meyer, 1989)。「文化親和力」描述的是兩國之間的文化相似性。研究表明兩國間的地理距離越近，報導國越感覺被報導國的事件與自己切身相關；兩國間的文化越相近(如使用相同的語言，同族同源，或同為某國的殖民地)，受眾和把關人越能夠對對方國家的事件感同身受(Hester, 1973)。綜上考量，因不同國家或地區與中國的地理距離和文化差距不同，例如，香港和澳門是中國的特別行政區，相比世界其他地區，與中國大陸的地理距離及文化差異都相對較小。所以，在報導中國民調新聞時，不同報導來源的媒體會關注不同的主題，並且有可能採取截然不同的論調。據此，我們提出如下三個研究問題：

RQ3：不同報導來源的中國民調報導其主題有哪些不同？

RQ4：不同報導來源的中國民調報導其報導論調有哪些不同？

RQ5：媒體報導不同主題的民調新聞時，論調有哪些不同？

最後，我們關心不同來源的媒體在提供民調方法信息方面是否有差異，由此提出最後一個研究問題：

RQ6：在報導中國民調相關內容時，不同來源的媒體提供的民調方法方面的信息有哪些不同？

研究方法

本研究採用了內容分析法。內容分析法被廣泛應用於新聞報導研究，它不僅可以客觀地、系統地、量化地描述傳播內容 (Berelson, 1952)，還可以幫助我們了解受眾的態度和偏見等主題 (Rubin & Piele, 1986)。在本研究中，我們將「民意」(public opinions) 定義為「公眾表達出來的有關中國或中國人民的態度和信念」，將「有關中國的民意調查報導」定義為「有關中國或中國人民的民意調查的報導」。樣本包括兩種類型的文章，一類文章是以有關中國的民意調查為核心而展開的，而另一類文章只是簡單提到了有關中國的民意調查，民調並非報導的中心，民調資料只被用以佐證其他論點。文章中涉及的民調既涵蓋了在中國大陸進行的民調，也涵蓋了在海外進行的民調。

我們使用了關鍵字——「public opinion polls about China」(即「有關中國的民意調查」)，對LexisNexis³裏1979年7月至2009年7月發表的相關文章進行了檢索。分析單位是每篇有關中國的民意調查報導文章。我們的樣本中包含了海外(即中國大陸以外的地區)主要英文報紙和通訊社的文章，如「英國廣播公司世界廣播摘要」⁴(BBC Summary of World Broadcasts)、美國「聯合通訊社」(Associated Press)、加拿大《多倫多太陽報》(*Toronto Sun*)、香港《南華早報》(*South China Morning Post*)、新加坡《海峽時報》(*Straits Times*)、《日本時報》(*Japan Times*)等。因本研究的重點考察對象為國際新聞報導，所以中國大陸的英文報紙(如*China Daily*)不包含在樣本中。我們對以下變量進行了編碼：

一、年代

我們將文章按發表年份分為三個年代，即1979年–1989年，1990年–1999年，2000年–2009年。

二、報導來源

考慮到媒體總部所在地距離中國的地理距離和該地區與中國的文化相近性，我們將報導來源排序，分為四個等級——港澳媒體、台灣媒體、亞洲媒體(如日本和馬來西亞)、西方媒體(如美國、英國、俄羅斯、加拿大等)。

三、報導主題

新聞研究領域一般將新聞報導劃分為「國際新聞」與「國內新聞」兩類(如Atkin & Gaudino, 1984; Tewksbury & Althaus, 2000)，依此慣例，我們將樣本文章的報導主題劃分為兩大類：一、中國的對外關係，包括中國與其他國家的國際關係、大陸與港澳台關係等，還包括中國的美譽度，即其他國家或地區將中國視作朋友還是敵人；二、中國的內部事務，包括政治(如政府、人權、民主)、經濟(如住房、物價、通脹、稅收)、法律(如司法、警務)、社會生活(如婚姻與家庭、教育、醫療、環境)等。

四、報導論調

「報導論調」描述的是有關民調的報導文章是「有利於中國的」(+1)、「不利於中國的」(-1)，或是「中立/混合的」(0)。在進行報導論調判斷的時候，我們主要通過兩個方面考察一篇文章的中心思想。首先，如標題、引言和結論中的觀點展現了中國的積極側面或是有利於中國的方面，我們認為該文章是「有利於中國的」；如標題、引言和結論中的觀點展現了中國的消極側面或是不利於中國的方面，我們將該文章劃分為「不利於中國的」；如展現的方面是中立的或毀譽參半，我們認為該文章是「中立/混合的」。其次，如通過標題、引言或結論很難判斷文章的中心思想，則以文章的大部分篇幅為依據進行判斷，如文章中有60%以上的篇幅是刻畫中國的積極方面的或是有利於中國的方面的，我們認為該文章是「有利於中國的」；如有60%以上的篇幅是關於中國的消極方面的或是不利於中國的方面的，我們認為該文章是「不利於中國的」，其餘的歸入「中立/混合的」一項。如BBC在2009年5月26日發表題為「多數人對中台關係前景表示樂觀」的文章，鑒於標題所代表的文章中心思想反映的是台灣與中國大陸關係的積極方面，我們認為這篇文章採用的是「有利於中國」的論調。《多倫多太陽報》在2001

年7月17日發表文章：「民調顯示北京將發生示威遊行活動」，導語中明確指出「近期一項民調結果顯示，出於人權問題，一些美國人正在考慮對北京2008年奧運會舉行示威遊行」，我們認為這篇報導反映了中國人權方面的不良記錄，是有關中國的負面信息，因此認為這篇文章採用的是「不利於中國」的論調。BBC在2001年7月26日發表的文章「民調表明俄羅斯人民對中國持矛盾態度」，全文主要探討俄羅斯民眾在中國問題上產生的意見分歧——一部分人認為中國是俄羅斯的夥伴和同盟，而另一部分則認為中國是一個危險的競爭對手，我們將這篇文章歸類為「中立/混合的」論調。

五、民調方法信息

我們對樣本文章中所提供的民調方法信息進行了編碼，主要包括七個方面：民調執行者、樣本量、母體、抽樣誤差、回覆率、採訪方法、採訪時間。在上述七個方面，提供了相關信息得1分，未提供得0分。最後，我們將這七項得分相加後獲得「民調方法信息」這一變量的得分。

作者之一與另一名研究生共同完成了編碼，兩人均熟練掌握中英文雙語。我們隨機抽取了34篇文章（約佔文章總數的10%），對編碼表進行了測試。兩名編碼員進行了獨立編碼。我們使用了Holsti (1969)的公式計算編碼的可信度，各變量系數如下：年代，1.0；報導來源，1.0；報導主題，0.83；報導論調，0.90。

分析結果

1979年7月至2009年7月期間，國際英文新聞媒體共刊登了336篇有關中國的民意調查報導，其中84.7%是新聞報導，15.3%是專欄或評論等。57.9%來自報紙自己的編輯記者，其餘的來自通訊社或自由撰稿人等。161篇文章圍繞民調展開（47.9%），即民調是文章的核心，在其餘的175篇文章中（52.1%），民調不是文章中心，僅屬輔助內容。在三十年時間裏，有關中國的民調報導的數量呈持續增長態勢。在第一個十年中（1979–1989），國際媒體共發表了21篇有關中國的民調報導。在第二個十年階段（1990–1999），中國相關的民調報導增長到了104

篇。在第三個十年階段(2000–2009)，此類報導繼續增長，達到211篇。另外，在以民調為核心的161篇文章中，民調方法信息得分的平均值為1.89(SD=1.32)。在這161篇文章中，提供了民調執行者的文章佔75.8%，提供了樣本量的文章佔55.3%，提供了採訪日期的文章佔32.9%，提供了採訪方法的文章佔13%，提供了抽樣誤差的文章佔9.9%，提供了回覆率的文章佔2.5%，提供了母體信息的文章佔0%。

第一個研究問題考察民調報導主題在過去三十年時間裏的變化情況。我們進行了一個列聯分析，結果(見表一)顯示年代與民調報導主題顯著相關， $\chi^2(2, 336)=29.13, p < .001$ 。後續分析結果進一步表明79至89年階段國際媒體着重關注中國的內部事務，而在90至99年階段和00至09年階段國際媒體則更關注中國的對外關係($p < .001$)。

第二個研究問題考察的是報導論調在過去三十年間的變化情況。我們進行了一個列聯分析，結果(見表二)顯示年代與民調報導論調顯著相關， $\chi^2(4, 336)=10.72, p < .05$ 。後續分析結果進一步顯示，第一個十年階段國際媒體正面報導比負面報導多，與此相比，第二階段負面報導增加，超過正面報導($p < .05$)；與第二階段相比，第三階段負面報導有所減少，正面報導比重有所增長($p < .05$)。

第三個研究問題考察的是報導來源與報導主題之間的關係。我們進行了一個列聯分析，結果(見表三)表明報導來源與民調報導主題顯著相關， $\chi^2(3, 336)=15.15, p < .01$ 。後續分析發現，港澳和西方媒體比台灣和其他亞洲媒體更關注中國的內部事務($p < .05$)。

第四個研究問題考察報導來源與報導論調間的關係。我們進行了一個列聯分析，結果(見表四)表明報導來源與報導論調間無顯著關係， $\chi^2(6, 336)=10.00, p > .05$ 。然而，當我們把台灣、亞洲及西方媒體合並為「外國媒體」後進行了一個獨立樣本t檢驗，以比較港澳媒體和外國媒體在報導中國民調新聞時論調的差異。結果表明港澳媒體(M=.21, SD=.86)比外國媒體(M=-.16, SD=.91)的論調更有利於中國， $t(334)=2.52, p < .05$ 。

第五個研究問題考察的是報導主題與報導論調之間的關係。我們進行了一個列聯分析，結果(見表五)表明報導主題與報導論調之間沒有顯著關係， $\chi^2(2, 336)=3.38, p > .05$ 。

最後一個研究問題考察報導來源與民調方法信息間的關係。我們對以民調為核心的161篇文章進行了一個方差分析(ANOVA)，結果顯示報導來源與民調方法信息顯著相關 $F(3, 151)=3.94, p < .01$ 。後續分析結果顯示港澳媒體報導的民調方法信息($M=2.54, SD=1.09$)顯著多於西方媒體($M=1.71, SD=1.36, p < .01$)。

討論

本研究結果表明，1979至2009年間國際媒體對於中國相關的民意調查的報導持續增長，反映了中國的綜合國力不斷增強，中國與世界其它地區的外交、經濟關係日益緊密。這些民調報導所關注的焦點從中國的內務問題向對外關係問題轉變，其中，港澳和西方媒體比台灣和其他亞洲媒體更關注中國內務方面的民意調查。這三十年間，國際媒體報導中國民調時的論調也發生了變化，第一個十年階段正面報導為主，第二個十年階段負面報導增加，到了第三個十年階段，負面報導逐漸減少、正面報導增加。與外國媒體相比，港澳媒體在報導中國民調時採用的論調更偏向於中國。另外，整體看來，國際媒體在報導中國民調時引用的民調方法方面的信息較少，但在這方面，港澳媒體的表現要好於西方媒體。根據研究結果，我們進行了如下探討：

第一，本研究表明，在過去的三十年裏，國際新聞媒體在報導中國相關的民調話題時，關注的熱點從中國的內務問題向中國的對外關係問題逐漸發生轉變，這與一般國際新聞報導中展現的中國形象基本一致，都缺少對中國內部發展問題的關注。回顧歷史，我們發現國際媒體對中國對外關係問題的關注主要圍繞兩件歷史事件——香港主權移交和大陸與台灣的統一之爭。上世紀八十年代以來，這兩件大事被逐步納入中國的歷史進程，中國政府在處理這些問題的過程中表現出了積極主動的一面，國際媒體的視角也隨之轉向中國大陸與港澳台的關係問題。通過進一步的資料分析我們發現對於大陸與港澳台的關係問題，英國和香港媒體的報導最多，這一結果印證了國際新聞報導中的相關性原則(relevance)——事件與報導地區越相關，關於該事件的報導就越多(Chang & Lee, 1992; Chang et al., 1987; Golan, 2008)。另

外，由於台灣問題一直是中美關係的核心(Fairbank, 1983)，美國在大陸與台灣關係問題中一直發揮着舉足輕重的作用，因此美國媒體也報導了較多此類題材的民意調查。此外，國際媒體關注熱點的上述轉變進一步顯示，儘管近年來中國內部所做的民意調查越來越多，但國際媒體對中國內部問題的民意調查報導卻相對較少。這是因為這類調查結果對國外讀者可能意義不大，缺少關聯性。換言之，國際媒體對中國在國際事務中的重視程度遠遠高於對中國內部發展的關注，國際新聞報導中展現的中國形象是片面的，而當我們將視角集中到民調報導這一角度時，這種片面的中國形象仍然存在。

第二，我們也發現報導主題與報導來源有關，港澳和西方媒體比台灣和其他亞洲媒體更關注中國的內部事務。港澳毗鄰大陸，在文化方面與大陸最接近，因此比其他各地更關注中國內部事務，這進一步印證了國際新聞報導中的相關性原則(relevance)。而本研究發現西方媒體比台灣和其他亞洲地區媒體更關注中國的內務問題，這是因為，一方面，近年來中國與西方各國在經濟、貿易方面往來頻繁，中國的穩定發展與西方世界息息相關，因此，西方媒體也將注意力集中在中國的內務問題上；而另一方面，台灣所亟待解決的是與大陸的兩岸關係問題，那麼對於台灣媒體來說，兩岸關係問題才是關注的焦點，而中國大陸的內部發展很難進入媒介議程。

第三，對於報導論調的分析結果表明，國際媒體在報導中國相關的民意調查時，論調曾發生過兩次重要轉變。以本文所劃分的時間段來看，1979至1989年期間國際媒體的論調以正面報導為主，然而1990年至1999年國際媒體的負面論調增加、正面論調減少，到了2000年至2009年，這種以負面報導為主的趨勢有所好轉，正面報導開始增加。我們猜測第二個十年階段負面論調增長與此階段的中國與港台的雙邊關係有關。針對此階段的香港主權移交問題，國際媒體態度有很大分歧——有人支持，但更多人持觀望、懷疑甚至反對的態度。比如，《紐約時報》1991年11月13日發表標題為「衰退的香港民主」的文章，指出過去四年中的六個民意調查顯示，只有15%–23%的香港人願意回歸中國政府的統治。《渥太華公民報》在1993年12月9日發表文章「香港的過渡階段」，引用上周《南華早報》的一項民意調查結果，指出在中英就

香港問題交涉過程中，一部分渴望民主的香港民眾認為中方應讓步，而另一方認為應同中國保持和睦關係，他們希望英方妥協。最後，文章指出，「一方面，香港人民熱切盼望1997年的回歸，但另一方面，他們又感覺對這一關乎未來的重大決定毫無掌控」。此外，針對此階段的台灣與大陸之爭，媒體在報導民調時基本持負面、否定態度。如德新社在1997年7月4日的一篇報導——「民意調查結果顯示在兩岸統一問題上台灣民眾支持獨立」中指出，有民意調查顯示43%的台灣民眾支持台灣獨立，而只有34%支持台灣與大陸統一。多項研究（如Dorogi, 2001; Emery, 1989; Goodman, 1999; Perlmutter, 1998; Wei, 1995）指出一些地區的媒體（如台灣、美國）對於其他國家的解讀通常是建立在本國發展進程和資本主義價值取向的基礎之上的，經常使用政治和意識形態框架，報導其它國家的新聞時常常帶有主觀偏見。對本研究資料的深入分析印證了上述觀點，美國和台灣這兩個地區的媒體在報導與中國相關的民意調查時，更傾向於採用消極、負面的論調，這很有可能是因為這兩個地區的媒體認為中國的民調題材違背了他們的核心意識形態，也反映了這些地區的人民可能對於中國問題的看法比較消極。

上文提到的國際媒體民調報導論調的第二次轉變發生在第三個十年階段，此時，正面論調有所增長，負面論調有所下降。1997年在完成香港主權移交後，香港媒體對中國民調的報導偏積極、正面，例如，《南華早報》在2001年12月18日發表文章稱，當年十月份由香港大學進行的一次民意調查結果顯示84%的港人對中國的未來很有信心，這一數字與同年八月的調查結果相比有所上升。同期，針對台灣問題，國際媒體態度也發生了改變，例如，台灣的《英文中國郵報》在2003年8月27日發表文章「民意調查顯示68%的台北居民支持兩岸通航」，引用台北市政府近期的一項民調資料，指出超過半數的台北市民歡迎開放松山機場，實現兩岸直航。

第四，與外國媒體相比，港澳媒體在報導中國問題民調時採用的論調更偏向於中國。這是因為香港澳門與大陸在政治、經濟、社會交往等各方面淵緣已久，三地間的緊密聯繫在主權移交後表現得更為明顯，所以在報導大陸題材時，港澳媒體可能更傾向於採用正面的、積極的論調。這也有可能反映了港澳人民對中國大陸問題態度積極、充

滿信心，在民意調查中有所展示。與港澳媒體和人民的積極態度截然相反，台灣媒體、其它亞洲媒體和西方媒體對中國民調的報導則相對消極、負面。

第五，我們對報導中的民調方法部份進行了分析。總體上來看，國際新聞在報導中國問題的民調時，提供的民調方法方面的信息非常少，在民調執行者、樣本量、抽樣誤差等七個方面，平均得分僅為1.89。只有約一半的文章彙報了樣本量，而提到採訪方法和抽樣誤差的文章就更少了，分別約為13%和9.9%，彙報了母體的文章則為0。另外，當比較不同來源的媒體在援引民調方法信息方面是否有差異時，我們發現香港媒體在這方面表現優於西方媒體。這種情況與近年來香港社會的民主政治風尚有關，輿論在公共話語體系中的重要性日益增強(Ku, 1998; Lam, 2003)。另外，香港目前已經形成一個以媒體、商業民調公司、政黨團體及大學研究機構共同組成的較為完善的民調生態系統，專業的民調機構(如成立於1995年的香港中文大學亞太研究中心)熟練並準確地運用民調方法，對公眾輿論的方方面面開展了廣泛的調研。並且，得益於香港相對自由、開放的媒介環境(Lee, Chan, & So, 2005)，這些反映公眾輿論的民調信息可以最終進入媒介日程。同時，以上研究發現也為國際媒體敲響了警鐘，應注意以何種方式將民調信息傳達給廣大受眾。

最後，過去研究發現，國際媒體中呈現的是一種「二分法」的中國形象——一個擁有着不受歡迎的政治體制、危機四伏的中國，同時也是一個經濟發展迅速、有着巨大潛能的中國，但本研究並未找到證據證實這一點。本研究發現報導主題與報導論調並無顯著關係，一方面可能是因為本次研究的樣本量不夠大，另一方面也可能是因為我們僅考察了英文國際媒體中與中國相關的民意調查的報導，其結果反映的是從民意的角度展現出的中國形象。雖然這樣的研究有助於我們了解海外媒體是如何描述、認識中國的，但從其結果中並不能得出一個有關中國形象的全景畫面。

儘管如此，這次的研究結果表明，若單從民調報導角度審視中國形象，報導主題和報導論調在很大程度上受到時代變遷和媒體來源兩大因素的影響。具體來說，國際媒體對中國民調話題的關注目前仍集

中在對外關係方面，對國內發展關注不足；另外，越近現代的報導，其論調越趨於正面；越近中國大陸的媒體，尤其是港澳媒體，其報導論調越趨於正面，也越有可能在報導中提供民調方法信息。與此同時，本次研究的結果使我們更加清醒地意識到，在國際媒體中呈現出的中國形象並不是一種自始至終、一成不變的形象，也不是一種在各個領域都千篇一律的形象。研究具體領域內（如民調報導或其他形式、其他主題的新聞報導）展現的中國形象比研究一般的、籠統的、廣義的中國形象更有針對性、更有意義。本次研究探索性地選取民調報導這個新穎視角考察中國形象，是一個良好的開端，但相關研究仍需在未來不斷完善和擴展。

註釋

- 1 American Association for Public Opinion Research, 簡稱AAPOR。
- 2 National Council on Public Polls, 簡稱NCPP。
- 3 LexisNexis是美國最大的法律、新聞資料數據庫。
- 4 英國廣播公司世界廣播摘要收錄的文章，儘管最初來自不同地區的媒體，但在本研究中其報導來源被統一編碼為「英國媒體」。英國廣播公司世界廣播摘要收錄了來自100多個國家地區的廣播報導，BBC將報導的原始文字記錄進行編輯並譯成英文，因此，最後收錄的文章中通常包含了原本消息來源所沒有提供的重要信息（ProQuest, 2011）。

參考文獻

- Adams, W. C. (1986). Whose lives count? TV coverage of natural disasters. *Journal of Communication*, 36(2), 113–122.
- Akhavan-Majid, R., & Ramaprasad, J. (2000). Framing Beijing: Dominant ideological influences on the American press coverage of the Fourth UN Conference on Women and the NGO Forum. *International Communication Gazette*, 62(1), 45–59.
- Andersen, R. (2000). Reporting public opinion polls: The media and the 1997 Canadian election. *International Journal Of Public Opinion Research*, 12(3), 285–298.
- Atkin, C. K., & Gaudino, J. (1984). The impact of polling on the mass media.

- Annals of the American Academy of Political and Social Sciences*, 472, 119–128.
- Banning, S. A. (2007). Third-person effects on political participation. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 83(4), 785–800.
- Bardes, B. A., & Oldendick, R. W. (2012). *Public opinion: Measuring the American mind*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield Publishers.
- Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Glencoe, IL: Free Press.
- Brettschneider, F. (1997). The press and the polls in Germany, 1980–1994 poll coverage as an essential part of election campaign reporting. *International Journal of Public Opinion Research*, 9(3), 248–265.
- Broomfield, E. V. (2003). Perceptions of danger: The China threat theory. *Journal of Contemporary China*, 12(35), 265–284.
- Canes-Wrone, B. (2006). *Who leads whom? Presidents, policy and the public*. Chicago: University of Chicago Press.
- Cantril, A. H. (1980). *Polling on the issues: A report from the Kettering Foundation*. Washington, D.C.: Seven Locks Press.
- Chang, T. K., & Lee, J. W. (1992). Factors affecting gatekeepers' selection of foreign news: A national survey of newspaper editors. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 69(3), 554–561.
- Chang, T. K., Shoemaker, P. J., & Brendlinger, N. (1987). Determinants of international news coverage in U. S. media. *Communication Research*, 14(4), 396–414.
- Dorogi, T. L. (2001). *Tainted perceptions: Liberal-democracy and American popular images of China*. Lanham, MD: University Press of American.
- Emery, M. (1989). An endangered species: The international news hole. *Freedom Forum Media Studies Journal*, 3, 151–164.
- Fairbank, J. K. (1983). *The United States and China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Foyle, D. C. (2004). Leading the public to war? The influence of American public opinion on the Bush administration's decision to go to war in Iraq. *International Journal of Public Opinion Research*, 16(3), 269–294.
- Frankovic, K. A. (1998). Public opinion and polling. In D. Graber, D. McQuail, & P. Norris (Eds.), *The politics of news: The news of politics* (pp. 150–170). Washington, D. C.: CQ Press.
- Golan, G. J. (2008). Where in the world is Africa? Predicting coverage of Africa by US television networks. *International Communication Gazette*, 70(1), 41–57.
- Golan, G., Banning, S., & Lundy, L. (2008). Likelihood to vote, candidate choice and the third-person effect: Behavioral implications of political advertising in the 2004 presidential election. *American Behavioral Scientist*, 52, 278–290.
- Goodman, R. S. (1999). Prestige press coverage of US-China policy during the Cold War's collapse and post Cold War years. *Gazette*, 61(5), 391–410.

- Graham, T. W. (1989). *The politics of failure: Strategic nuclear arms control, public opinion, and domestic politics in the United States: 1945–1980*. Ph.D. dissertation, M.I.T., Cambridge, MA.
- Hardmeier, S. (1999). Political poll reporting in Swiss print media: Analysis and suggestions for quality improvement. *International Journal of Public Opinion Research*, 11(3), 257–274.
- Hester, A. (1973). Theoretical considerations in predicting volume and direction of international information flow. *International Communication Gazette*, 19(4), 239–247.
- Hickman, H. (1991). Public polls and election participants. In P. J. Lavrakas & J. K. Holley (Eds.), *Polling and presidential election coverage*. Newbury Park, CA: Sage.
- Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social science and humanities*. Cambridge, MA: Addison-Wesley.
- Huntington, S. P. (1991). *The third wave: Democratization in the late twentieth century*. Norman, OK: University of Oklahoma Press.
- Jacobs, L. R., & Shapiro, R. Y. (2000). *Politicians don't pander: Political manipulation and the loss of Democratic responsiveness*. Chicago: University of Chicago Press.
- Johnson, M. A. (1997). Predicting news flow from Mexico. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 74(2), 315–330.
- Kim, K., & Barnett, G. A. (1996). The determinants of international news flow: A network analysis. *Communication Research*, 23(3), 323–352.
- Ku, A. S. (1998). Boundary politics in the public sphere: Openness, secrecy, and leak. *Sociological Theory*, 16(2), 172–192.
- Kusnitz, L. A. (1984). *Public opinion and foreign policy: America's China policy, 1949–1979*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Lam, W. W. L. (2003). The media in Hong Kong: On the horns of a dilemma. In G. D. Rawnsley & M. T. Rawnsley (Eds.), *Political communications in Greater China* (pp. 169–189). London: Routledge.
- Larson, S. G. (2000). Network differences in public opinion coverage during the 1996 presidential campaign. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(1), 16–26.
- Larson, S. G. (2003). Misunderstanding margin of error network news coverage of polls during the 2000 general election. *The International Journal of Press/Politics*, 8(1), 66–80.
- Lavrakas, P. J., & Traugott, M. W. (2000). *Election polls, the news media, and democracy*. New York: Chatham House Publishers.
- Lee, F. L. F. (2006). Poll reporting and journalistic paradigm: A study of popularity poll coverage in Hong Kong newspapers. *Asian Journal of Communication*, 16(2), 132–151.

- Lee, F. L. F., Chan, J. M., & So, C. Y. K. (2005). Evaluations of media and understanding of politics: The role of education among Hong Kong citizens. *Asian Journal of Communication*, 15(1), 37–56.
- Luther, C. A., & Zhou, X. (2005). Within the boundaries of politics: News framing of SARS in China and the United States. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(4), 857–872.
- MacLaury, B. K. (1992). Foreword. In T. E. Mann & G. R. Orren (Eds.), *Media polls in American politics*. Washington, D. C.: The Brookings Institution.
- Marton, K., & Stephens, L. F. (2001). The *New York Times*' conformity to AAPOR standards of disclosure for the reporting of public opinion polls. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 78(3), 484–502.
- Meyer, W. H. (1989). Global news flows: Dependency and neoimperialism. *Comparative Political Studies*, 22(3), 243–264.
- Monroe, A. D. (1979). Consistency between public preferences and national policy decisions. *American Politics Research*, 7(1), 3–19.
- Moyo, L. (2010). The global citizen and the international media: A comparative analysis of CNN and Xinhua's coverage of the Tibetan crisis. *International Communication Gazette*, 72(2), 191–207.
- Peng, Z. (2004). Representation of China: An across time analysis of coverage in the *New York Times* and *Los Angeles Times*. *Asian Journal of Communication*, 14(1), 53–67.
- Perlmutter, D. (1998). *Photojournalism and foreign policy: Framing icons of outrage in international crisis*. Westport, CT: Greenwood.
- Price, D. K. (1992). *Communication concept 4: Public opinion*. Newbury Park, CA: Sage.
- ProQuest. (2001). The BBC Summary of World Broadcasts. Retrieved on December 30, 2011 from <http://proquest.com/en-US/catalogs/collections/detail/BBC-Summary-of-World-Broadcasts-10.shtml>.
- Rubin, R., & Piele, L. (1986). *Communication research: Strategies and sources*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Schoenbach, K., & Becker, L. B. (1995). Origins and consequences of mediated public opinion. In T. L. Glasser & C. T. Salmon (Eds.), *Public opinion and the communication of consent* (pp. 323–347). New York: Guilford Press.
- Sparks, C. (2010). Coverage of China in the UK national press. *Chinese Journal of Communication*, 3(3), 347–365.
- Stone, G. C., & Xiao, Z. (2007). Anointing a new enemy: The rise of anti-China coverage after the USSR's demise. *International Communication Gazette*, 69(1), 91–108.
- Su, W. (2004, May). *Between hope and despair: China's struggle for democracy and modernization as seen through US media—The New York Times coverage of China between 2002–2003*. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New Orleans, LA.

- Swain, K. A. (2003). Proximity and power factors in Western coverage of the Sub-Saharan AIDS crisis. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 80(1), 145–165.
- Tewksbury, D., & Althaus, S. L. (2000). Differences in knowledge acquisition among readers of the paper and online versions of a national newspaper. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(3), 457–479.
- Weaver, D., & Kim, S. T. (2002). Quality in public opinion poll reports: Issue salience, knowledge, and conformity to AAPOR/WAPOR standards. *International Journal of Public Opinion Research*, 14(2), 202–212.
- Wei, R. (1995). *China in Taiwan's press: A study of the selection of Mainland Chinese news, 1983–1993*. Unpublished PhD thesis, University of Missouri, Columbia.
- Wei, R., Lo, V., & Lu, H. (2011). Examining the perceptual gap and behavioral intention in the perceived effects of polling news in the 2008 Taiwan Presidential Election. *Communication Research*, 38(2), 206–227.
- Welch, R. L. (2002). Polls, polls, and more polls: An evaluation of how public opinion polls are reported in newspapers. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 7(1), 102–114.
- Willnat, L., & Luo, Y. (2011). Watching the dragon: Global television news about China. *Chinese Journal of Communication*, 4(3), 255–273.
- Wu, M. (2006). Framing AIDS in China: A comparative analysis of US and Chinese wire news coverage of HIV/AIDS in China. *Asian Journal of Communication*, 16(3), 251–272.
- Zhang, L. (2009, May). One game, different players: The coverage of 2008 Olympics by three Chinese newspapers. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, Chicago, IL.

附錄

表一 民調報導主題按年代劃分

	外務	內務	總計
1979–1989	4 (19.0%)	17 (81.0%)	21
1990–1999	81 (77.9%)	23 (22.1%)	104
2000–2009	150 (71.1%)	61 (28.9%)	211
總計	235 (69.9%)	101 (30.1%)	336

$\chi^2=29.13$, $df=2$, $p<.001$

表二 民調報導論調按年代劃分

	負面	中立 / 混合	正面	總計
1979-1989	6 (28.6%)	3 (14.3%)	12 (57.1%)	21
1990-1999	61 (58.7%)	16 (15.4%)	27 (26.0%)	104
2000-2009	95 (45.0%)	32 (15.2%)	84 (39.8%)	211
總計	162 (48.2%)	51 (15.2%)	123 (36.6%)	336

$\chi^2=10.72, df=4, p < .05$

表三 民調報導主題按報導來源劃分

	外務	內務	總計
港澳媒體	24 (55.8%)	19 (44.2%)	43
台灣媒體	12 (100.0%)	0 (0%)	12
亞洲媒體	37 (86.0%)	6 (14.0%)	43
西方媒體	160 (67.2%)	78 (32.8%)	238
總計	233 (69.3%)	103 (30.7%)	336

$\chi^2=15.15, df=3, p < .01$

表四 民調報導論調按報導來源劃分

	負面	中立 / 混合	正面	總計
港澳媒體	12 (27.9%)	10 (23.3%)	21 (48.8%)	43
台灣媒體	8 (66.7%)	1 (8.3%)	3 (25.0%)	12
亞洲媒體	20 (46.5%)	6 (14.0%)	17 (39.5%)	43
西方媒體	122 (51.3%)	34 (14.3%)	82 (34.5%)	238
總計	162 (48.2%)	51 (15.2%)	123 (36.6%)	336

$\chi^2=10.00, df=6, p > .05$

表五 民調報導論調按報導主題劃分

	負面	中立 / 混合	正面	總計
外務	121 (51.5%)	33 (14.0%)	81 (34.5%)	235
內務	41 (40.6%)	18 (17.8%)	42 (41.6%)	101
總計	162 (48.2%)	51 (15.2%)	123 (36.6%)	336

$\chi^2=3.38, df=2, p > .05$

本文引用格式

溫乃楠、郝曉鳴、魏然 (2014)。〈國際新聞中的「中國形象」：與中國相關的民意調查的新聞報導〉。《傳播與社會學刊》，第30期，頁71-95。