

研究論文

## 新聞內容之建構與表現測量—— 香港案例研究

黃煜、郭中實、杜耀明、陳芳怡

### 摘要

新聞報道是一種以事實為基礎的社會建構，報章宣稱為大眾提供最新資訊、為大眾服務，但市民往往認為報章渲染暴力、過分煽情，因此，如何測量新聞的表現成為一個重要的學術課題。為瞭解香港新聞媒介表現，本研究採用六個兩維結構量度表(包括資訊/娛樂化、事實/解釋性、本土/國際視野、集中/多元化、監督/正面維護，以及倡導/專業式報道等六個層面)，考察和分析了當前香港十四份銷售報章對各類新聞報道的內容建構。研究共對27,797篇報道進行了內容分析，結果發現(1)香港報章的新聞報道在題材、手法、風格、功能方面雖有其基本特色及格局，亦不乏類同之處；(2)大部份報章的標題均帶有主觀性判斷，而報道亦趨向表達單一觀點/角度，這並不只限於市場大眾化報紙，亦包括精英類及親建制報章；(3)報章通過新聞報道提高公眾知情權，從而監察權力機構的力度，並不如想像中強大。研究結果有助探討在回歸後多重變遷湧現加上激烈競爭下，本港傳媒內容的特色，亦可作為解讀香港新聞媒介整體表現的參照數據。

關鍵詞：香港報章、新聞媒介、媒介表現、內容分析

黃煜，香港浸會大學傳理學院新聞系教授及系主任，主要研究及教學範圍包括中國大陸和香港大眾傳媒、傳媒再現、傳媒建構、社會關係、傳媒政治經濟學、新聞傳媒與社會發展等。電郵：s03033@hkbu.edu.hk

郭中實，香港浸會大學傳理學院新聞系副教授，主要研究及教學興趣為大眾媒體、大眾新聞傳媒的政治影響、媒介效果及媒介生產等。電郵：guo@hkbu.edu.hk

杜耀明，香港浸會大學傳理學院新聞系助理教授，主要研究範圍包括新聞倫理與法規、政治傳播及新聞史。電郵：s60675@hkbu.edu.hk

陳芳怡，香港浸會大學傳理學院新聞與社會研究所高級主任，研究興趣包括廣告效益、市場營銷、新聞傳播及書法心理學等。電郵：fongyee@graduate.hku.hk

## **Measuring News Content and Press Performance: The Case of Hong Kong**

HUANG Yu

Steve Guo

To Yiuming

Fanny CHAN

---

### **Abstract**

The salience of press performance as a communication concept has gained ascendancy in recent years because of its increasing centrality in shaping socio-political reality. In Hong Kong, a major source of public concern comes from the conflict between press claims of service to public interest and readers' perception of the contrary. This research measures local press performance in terms of practice and functions by employing six bipolar dimensional scales: 1) informing-entertaining; 2) factual-interpretive; 3) local-cosmopolitan; 4) focused-diversified; 5) watchdog-boosterism; and 6) advocacy-professionalism. A large-scale content analysis of all 14 newspapers currently in circulation in Hong Kong was conducted and 27,797 news stories were content analyzed. Findings show that: 1) local newspapers differ in topics covered, approaches and styles in reporting; 2) presence of subjective wordings in news headlines is common in all newspapers; and 3) the general belief that news helps to inform the public and monitor power is not clearly evident in the analysis. The research findings reveal some major characteristics of news coverage in Hong Kong after the handover.

**Keywords:** community newspaper, news media, media performance, content analysis

## 研究背景

九七回歸後，香港傳媒在「一國兩制」、「港人治港」的大前提下，繼續享有高度新聞自由及言論自由，甚至有人認為香港是目前華人社會中言論最開放、新聞自由度最高的地區之一。港人的言論及新聞自由受到一定的憲政保障，而在專業操守、道德規範等行規的保護下，本地傳媒仍有足夠的空間去抵禦政治干擾，以維護採編自主 (Ma, 2007)。但隨着中國大陸國勢增強，香港經濟較以往更倚賴內地，中港兩地政治、經濟及文化交流日益加強，港人對中國的認同感逐步上升 (Lee & Chan, 2005)。結果是，本地傳媒不免被政治吸納，進而產生文化共向等情況 (李立峯, 2007；蘇鑰機, 2007)。在內外環境轉變之中，本地傳媒處理新聞報道時，難免對既有的工作觀念和方法進行不同方面的調整。例如香港與大陸的交流與合作日漸增加，使香港人對中國在情感上由對立漸漸趨向共融，中國人身份重新被強化 (梁麗娟, 2006；馬傑偉、馮應謙, 2007)，香港傳媒的對立情緒因而得到緩和，但跟內地關係較前密切，卻又衝擊着香港傳媒原有的立場和報道策略，促使香港傳媒對內地進行着更深入的再認識，有研究甚至提出，越來越多的新聞媒介正在淡化或摒棄原有的對立態度和立場 (李宣良, 1997；李立峯, 2007)。

另一方面，市場主導的報業經營策略亦一再左右新聞報道的取向。七十年代，香港報業興旺，迎合市民需要的商業報紙與宣示黨派立場的政治報紙並存共榮。之後報紙逐步走向企業化、多元化經營，九十年代後，商業報紙的競爭更加白熱化，市場導向的報紙成為香港報業的主流 (施清彬, 2006)。無疑報紙是一門生意，市場運作使本地報業以利潤作為組織運作的基本驅動力，以吸引受眾及追求發行量為主要考量，市場成為報紙生存及發展的經濟命脈。市場經濟保障了報紙經營的多元化，也為報業的自主運作提供獨立的經濟基礎，但市場主導的話語霸權及利益驅動的商業競爭卻又導致報章對「煽情、血腥、暴力」的過分渲染。基於商業考慮，報章甚至會把一些未經證實的傳聞，例如「黎明自殺」、「李嘉誠結婚」等，以大字標題刊登在新聞版 (施清彬, 2006)。香港媒體側重及時、快速的報道，報紙經營人在揣摩並

迎合讀者興趣時，不理會所得的消息是否真確，為求把讀者感興趣的報道儘快「推出市場」，形成市場出現不正當的競爭行為，一些媒體報道趨於庸俗化及意見壟斷，公眾知情權被削弱，這種種的矛盾及挑戰對香港新聞媒介的表現不無重大影響。

回歸後由政治到文化的變遷，以至激烈競爭的報業營運環境，正揉合為規範甚至局限本港新聞工作的制度條件，間接地影響新聞報道的取材取向、手法格調以至角色功能。過往有不少文獻綜論社會政治環境變遷對本港傳媒的影響(陳韜文、李立峯，2007；李立峯，2007)，又或者從個別方面或因素(如文化認同或傳媒擁有權)解釋傳媒現象及相關問題(馬傑偉、馮應謙，2007；Fung, 2007)，而本文的焦點則放在新聞內容的建構及形態，以期透過系統的內容分析，瞭解本地新聞報道的特色和功能，從而探討社會變化，特別是本港獨特的政治環境和經營環境，對新聞內容建構及新聞媒介報道表現的影響。

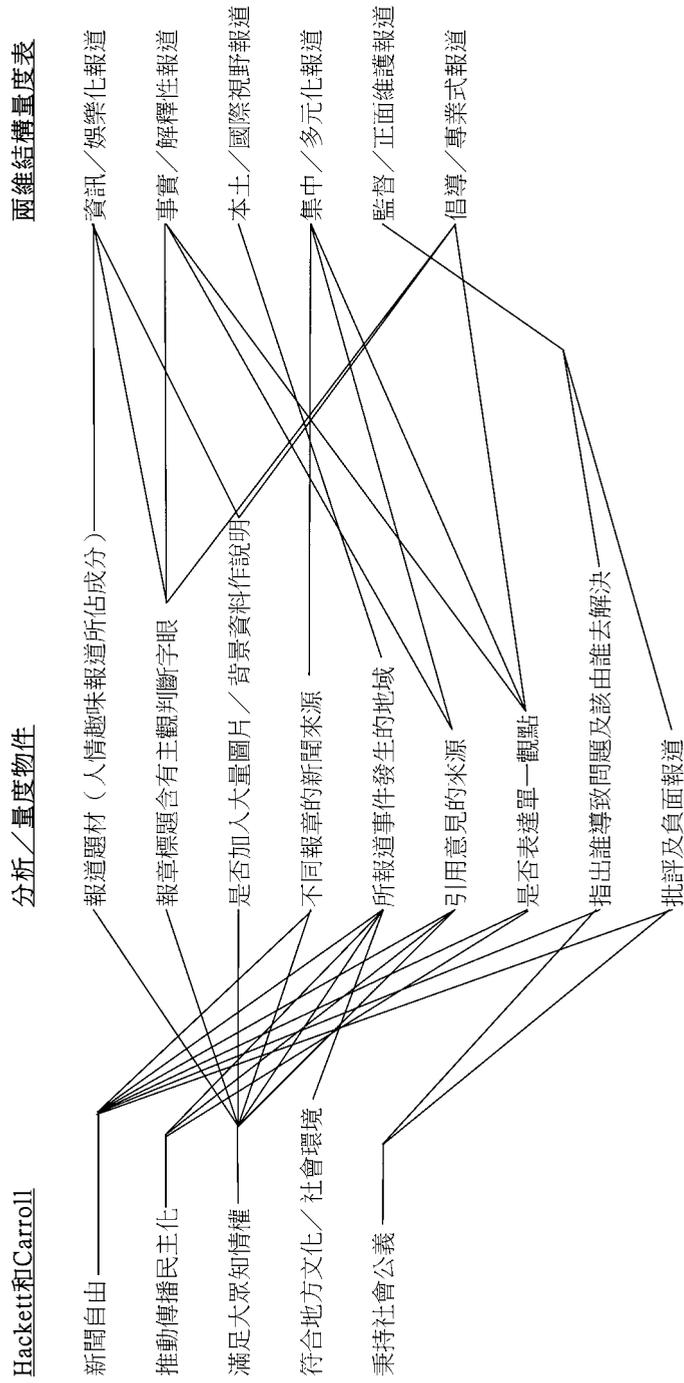
## 文獻綜述

新聞內容是一種以事實為基礎的社會建構文本，其特徵可以通過不同分類方法加以分析和測量。Lewis、Cushion及Thomas(2005)以新聞形式為標準，如記者現場即時報道、記者現場錄影報道、主播員報道新聞、報道是否包含背景資料或其他根據、訪問討論環節等，分析24小時電視新聞頻道的特色，探討其社會功能。但形式分類法並未涉及新聞的具體內容，對認知新聞內涵及其社會角色實有不足。另一方面，Tsftati、Meyers及Peri(2006)按照新聞工作的理念界定新聞報道的實質標準，如保持中立、報道屬實、包含正反觀點、涉及公眾利益等，再提出一些具體要求，由受訪的新聞工作者及公眾人士評價傳媒的表現。Kunelius(2006)亦採取類似的方法，從「好新聞」的基本含義出發，探討新聞除了要報道客觀事實之外，還需具備的特徵，如觀點多元、探討新聞事件的後果、態度樂觀、有實用價值等等。不過，上述實質分類法並未見運用於新聞內容分類，而且即使進行了這種分類工作，由於欠缺分析框架及系統整理，所得資料亦難以展示新聞報道所發揮的社會功能。

有別於上述方法，Hackett和Carroll(2006)把內容分類與公眾利益結合，歸納了五個不同框架，以描述媒體的特徵，包括新聞自由，推動傳播民主化，滿足大眾知情權，符合地方的文化及社會環境，以及秉持社會公義的角色(Cyril, 2005)；整體而言，該理論框架主要探討的是傳媒與(民主)政治社會的關係。根據這五個不同框架指引並結合香港社會情境，本研究擬定了六個兩維結構量度表，包括資訊/娛樂化報道(informing-entertaining)，事實/解釋性報道(factual-interpretive)，本土/國際視野化報道(local-cosmopolitan)，集中/多元化報道(focused-diversified)，監督/正面維護報道(watchdog-boosterism)，以及倡導/專業式報道(advocacy-professionalism)，作為量度本地報章的基本指標。這六個兩維結構量度表並非從Hackett和Carroll(2006)的五維框架直接「轉換」過來，它們之間也不存在直接對應的關係，二者的分析關係，乃透過量度一些共通的傳媒內容建立起來的(見圖1)。

傳媒在香港回歸後由於權力中心轉移、文化趨同、市場競爭等，產生了一定的變化，這六個兩維結構量度表，有助探討社會轉型與本港傳媒的關係。如前文所述，本港報業發展有其獨特處境亦有具體規限，本港報章曾經歷巨變，由文字為主、圖片為副的報道方式轉為(一些報章)大量採用設計圖片及加上主觀煽情的標題用語等，倡導/專業式報道指標有助正向反映一些報章新聞偏離專業式報道的程度。除此以外，港人看重言論自由和政府問責，指標的確立可反映報章對政府的批評或褒揚，有助瞭解本港傳媒的監察力度，及解釋香港政府近年為何不斷面對沉重的輿論壓力。六個兩維結構量度表參考Hackett和Carroll(2006)的做法，嘗試將內容分類與社會分析結合，通過量度傳媒內容的某些表現，如引用意見的來源，是否表達單一觀點/角度，新聞來源種類等等，構成一個維度，來反映報章容納不同意見的集中/多元維度。以此類推，確定這六種測量指標，以下對六個兩維量度表之內涵分別逐一解釋。

圖1：Hackett和Carroll的五維框架與本文擬定的六個兩維結構量度表的關連指向圖



「資訊/娛樂化」指標量度報章關注報道新聞事件的角度，會否把新聞事件娛樂化或以人情趣味導向報道等。雖然一個新聞故事可以既富資訊性同時亦帶有娛樂性，但很多時候，不同的報章會採取不同的角度報道事件，從而出現不同版本的描述，有些明顯地是以迎合滿足普羅大眾的口味出發，而記者和編輯是事先察覺的。本來新聞與娛樂這兩樣風馬牛不相及的東西，理應不能混在一起，前者講求的是客觀、公正、準確，後者則是為了消閒趣味，但隨着市場的競爭越趨激烈，越來越多的報章以娛樂的手法寫新聞，新聞走向娛樂化的道路顯然是可預見的。事實上，過往研究亦指出市場化報紙在報道時事政治新聞時傾向於使用「人情趣味框架」而非「議題框架」(董天策、徐寧，2005)。

「事實/解釋性」指標量度報章在報道新聞事件時是否根據事實，還是加上解釋或個人揣測，借題發揮等。除了社論、讀者投稿及新聞分析等外，報章有既定的版面報道新聞事件，報章在報道新聞事件及某些社會現象時，會否強加一些個人闡釋推斷，則因記者而異。本地報業競爭激烈，不同報章在新聞採編的處理上通常有不同的方針和觀點，大同小異的版面未能引起普通讀者的興趣，故有些報章會出現主觀歪曲的新聞報道，或過分渲染政治事件的情況。

「本土/國際視野」指標量度報章有多注重報道本地發生的事件及本地以外的報道，這一指標和傳媒自由和其文化環境息息相關，一方面既顯示媒體如何主動拓展採訪範圍(由本地至國外)以及如何將選材本地化(從全世界推向本土)，另一方面亦反映不同報章在採訪不同地域的新聞事件時的資源調配(陳韜文等，2002)。

「集中/多元化」指標量度報章對不同新聞題材的報道數量，顯示報章容納不同意見的程度。特別關注的是報章能否反映社會架構存在的真正差異，是否能容納一些次文化、被社會邊緣化的議題得到表述，讓市民能夠聽到另類聲音，甚或反對的意見。雖然報章在某程度上有責任這樣做，但觀察檢驗不同報章在這一指標的表現，有助我們瞭解媒體能否擔任秉持社會公義及滿足大眾知情權的角色。新聞傳播的角色甚為重要，如果媒體視讀者為公民，新聞會報道各種議題，反映各方訴求意見(McManus, 1994)。相反，如果媒

體視讀者為消費者，報紙則只會盲目追求讀者的喜好，重視有賣點的內容以及如何吸引讀者，而非呈現多元觀點(蘇蘅等，1999)。

「監督/正面維護」指標量度報章是否注重監督社會權貴，捍衛新聞媒體自由，抑或只著重附從或正面維護某些團體。報章基於不同的考慮，無可否認地會出現兩方面的表現，但相信某些報章會較側重於擔當監督的角色，以促進新聞自由和傳播的民主化(Newman & Scott, 2005)，而另一些報章則可能會較偏向維護建制立場。報章是香港社會資訊傳播的其中一項重要工具，承擔着傳遞訊息、意識形態的重任，新聞媒介與市民息息相關，對社會生活有着重大的影響。報章的角色非常重要且呈多元化，既為讀者提供發布資訊，讓讀者瞭解不同新聞事件，亦有助開拓讀者的國際視野。新聞媒體作為社會的第四權，讀者自然有合理的期望，希望報章通過新聞報道，能提高公眾知情權，協助監察權力機構，發揮社會功能。

「倡導/專業式」指標量度報章是否堅持公平公正、平衡報道此一原則，或者提倡某類主張，持有特定立場報道新聞。誠然，倡導式和專業式的報道在傳播媒介中各自找到不同的空間表述(Heaney, 2007)，所以不同的報章在這一指標上出現差異通常是基於程度上，而非性質上的。香港報章在過去經歷了巨大的變化，由以往傳統排版、溫和客觀，以文字為主、圖片為副的做法倒過來。現今的報章以彩色新聞圖片和大字標題為主要內容，大量的設計圖片美其名為讓讀者親歷其境，感受新聞事件發生的過程，其實有時候是在掩飾對「血腥」、「色情」、「煽情」的過分渲染。此外，這一指標亦包括報章能否平衡各方面題材的報道，會否經常帶有主觀批判字眼及有否表達多元觀點等等。

## 研究問題

以往對香港報業的研究都是比較宏觀的，例如以「報業運作」、「報紙廣告收益」、「新聞監管」、「讀者群研究」、「公信力研究」等為主題，或以比較「報章報道用字」、「版面分配」等為著眼點，較少探討或比較報章內容方面的研究。承上所言，傳媒在香港主權回歸後，報業生態發生着微妙的變化，而報章一方面受制於社會責任和服務公眾的新聞

規範，另一方面亦受制於市場需求和商業利益的考慮，這幾股力量同時並存，互相左右報業的發展。究竟這些變化如何影響傳媒的報道表現及其社會功能，實有需要系統地考察新聞報道的內容特徵。本研究透過分析香港 14 份報章對不同主題的報道內容，從多個不同方面評估本地報章的表現，研究結果亦可作為解讀回歸後香港新聞媒介整體表現的參照數據。

本研究主要探討兩個議題：

其一，透過上述六個兩維結構量度表分析報章內容，以所得的數據客觀反映本地新聞媒介表現的整體趨向和個別差異。兩維結構量度表本身是價值中立的，考察的重點是報章在報道新聞時的側重面及集中度，而非評價個別報章的優劣。這部份的數據較為描述性，以期展示各報章的內容特徵及形態。

其二，探討香港報章在報道新聞事件上的一些規律取向，這部分是對內容進行比較分析，從而得出不同類型報章在內容建構方面的基本模式及格局。香港報章大致可劃分為三大類：第一類為以中產階層為受眾的精英報，包括一些財經報章和英文報章，報紙風格呈媒體專業主義導向，他們包括《信報》、《南華早報》、《香港虎報》、《香港經濟日報》、《星島日報》及《明報》等；第二類為受眾以基層為主的大眾報，走通俗路線，比較多人情趣味性的報道，符合大眾口味，包括《蘋果日報》、《東方日報》、《太陽報》、《成報》及《新報》等；這兩類報章政治立場各異，有支持民主派，也有親建制力量的，更有秉持專業主義導向的中立報章；第三類為接受中國內地提供資金的報章，政治立場以中國政府為依歸，支持本地建制力量，包括《大公報》、《文匯報》及《香港商報》，這類報紙的報道取向及其秉持的立場與其資金來源有關。通過分析同類型和不同類型報章之間的異同，有助瞭解個別類型報章的特徵及社會功能，和不同類型報章讀者可有的選擇。

## 研究方法

研究以2007年香港的14份銷售報章作為分析對象，分別為《蘋果日報》、《東方日報》、《太陽報》、《大公報》、《文匯報》、《信報》、《星島日報》、《成報》、《香港商報》、《南華早報》、《香港虎報》(此報後來轉為免費報紙)、《香港經濟日報》、《新報》及《明報》。<sup>1</sup>是項研究採用系統抽樣的方法——建構式星期 (constructed week) 抽樣法，抽取2007年全年報紙進行內容分析，基於報道數量龐大的考慮，我們每隔兩個星期抽取一天的報道，合共25天的報道作為樣本。<sup>2</sup>內容分析的單元為每篇有獨立標題的新聞報道，內容涵蓋本地新聞、內地新聞、兩岸新聞及國際新聞，但並不包括在財經版、體育版、娛樂版、賽馬版等的資訊。<sup>3</sup>

表1：編碼員之間的信度係數 (N = 27,797)

變項	同意度	信度係數
報道主題	0.88	0.935
附以圖片/背景資料闡釋	0.95	0.968
標題含有主觀判斷字眼	0.94	0.961
新聞事件發生的地方	0.96	0.976
報道消息來源	0.96	0.977
報道引述政府官員	0.83	0.883
報道引述商界人士	0.91	0.936
報道引述專家學者	0.93	0.950
報道引述非政府組織	0.97	0.977
報道引述平民百姓	0.89	0.921
問題製造者	0.79	0.879
問題解決者	0.77	0.862
多元意見及觀點	0.92	0.918
批評報道	0.90	0.943
正面維護報道	0.93	0.960

注：Perreault and Leigh (1989)

$(Ir = \{[(FO/N) - (1/k)] [k / (k-1)]\}^{1/2}$  for  $FO/N > 1/k$ , where  $FO$  = observed frequency of agreement between judges,  $N$  = total number of judgments,  $k$  = number of categories).

依據研究的理論框架，我們設計了一份內容分析編碼表，總共有25個變量，包括報道主題、報道標題、事件背景資料、新聞事件發生地點、新聞來源、報道引用不同團體的頻數、多元意見、報道有否批評或維護某些團體等等，這些細項是根據上述六個兩維報道指標設置，有助反映各報章在六個層面的報道取向。為提高編碼員對編碼表的理解，使不同編碼員之間的主觀差異降到最低，在正式進行編碼前，編碼員先獨立分析10篇報道，並由研究員進行講解。經過培訓後，14名編碼員正式進行獨立編碼，最後確定樣本總量為27,797篇報道。為檢驗編碼員之間的信度 (inter-coder reliability)，我們隨機抽取了百分之十的樣本，由另外四名經過培訓的編碼員重新進行編碼，結果顯示編碼員間的信度系數相當高，所有變量的信度系數都超過85% (見表一)，屬於可以接受的範圍 (Kassarjian, 1977)。

## 研究結果

這次研究總共對27,797篇報道進行了內容閱讀與編碼，主題分析共有14個類別，包括政治、經濟、體育、罪案、教育、社會/文化 (由於社會與文化息息相關，故分類時，我們把二者放在一起)、個人專訪、醫療健康、科學、環境、災難/悲劇、時裝、人情趣味<sup>4</sup>及其他。由於部份類別只有極少量的報道 (少於1%)，例如「體育」及「時裝」等，有見及此，我們把某些相近的類別合併，表2列出較常出現及讀者較感興趣的幾個類別。政治及經濟乃香港社會最重要的兩大塊，甚或可說是其命脈，亦是新聞報道的主要成分，編碼分析發現很多政治議題都涉及到經濟，而經濟政策很多時又與政治有極大關聯，難於區分出「純經濟」或「純政治」的報道，故此本文把二者合併。

系統的主題分析發現，本地大部份新聞報道都是圍繞着政治經濟這一範疇，其次是罪案及災難的報道，約佔四分之一，有關社會文化的報道 (18%) 則相對較少 (見表2)。其中《信報》、《香港商報》、《香港虎報》及《南華早報》等特別關注政治經濟主題，差不多四成以上的報道都是與政治經濟有關，《信報》有關政治經濟的報道更超過八成。而《新報》、《星島日報》、《成報》及《太陽報》則出現較多罪案及災難的報道。

《蘋果日報》及《東方日報》有較多人情趣味報道在新聞版出現，分別為14%及11%，例如《蘋果日報》在新聞版出現這樣的報道：「警員女友慘度情人節」、「妖怪汁夠膽就飲」等(《蘋果日報》，2007年2月15日)；《東方日報》有關人情趣味的報道亦頗多，例如「膠樽建屋」、「肥仔張唔戒口 一日五餐」等(《東方日報》，2007年8月29日)。

表2：資訊/娛樂化報道：報道主題分類(%) (N = 27,797)

報紙名稱	分析報道	政治經濟	罪案/災難	社會文化	人情趣味	其他
信報	1293	83.4	5.3	5.4	0.8	5.2
香港商報	1317	46.2	19.1	15.2	2.6	16.9
香港虎報	812	42.9	16.4	18.8	2.7	19.2
南華早報	1389	42.5	22	21	1.4	13.2
文匯報	2542	39.5	20.8	19	3.5	17.2
香港經濟日報	948	38.9	23.5	15.4	1.9	20.3
大公報	3055	38.9	18.0	27.7	3.0	12.4
星島日報	2489	32.5	34.9	10.6	8.6	13.5
明報	2201	28.0	32.0	15.7	6.7	17.6
新報	1724	27.9	38.1	17.6	4.5	11.9
東方日報	3657	27.1	26.8	21.7	10.6	13.9
成報	1409	26.3	34.6	20.2	1.2	17.7
蘋果日報	2562	23.4	29.1	18.5	14.2	14.7
太陽報	2399	21.4	32.9	18.4	8.3	18.9
總數	27797	34.4	26.2	18.3	6.1	14.9
卡方檢驗	$\chi^2(52, N = 27795) = 3410.75, p < 0.001$					

編碼員對每篇報道的標題進行分析，發現大約三成的報章標題含有主觀判斷字眼<sup>5</sup>(見表3)，其中《星島日報》、《香港經濟日報》及《新報》的報道，超過三成的標題曾使用主觀判斷字眼，而《東方日報》更有接近五成的標題帶有主觀性判斷。這包括出現主觀性形容詞或動詞，例如《東方日報》的新聞報道中出現：「政府出賣半山」、「青年吊頸死控社署冷漠死撐」等標題(《東方日報》，2007年8月29、12月12日)；或

出現人物代號，例如《東方日報》有「煲吹自爆施政閉門造車」、「李漢奸面皮厚 死撐無賣國」等標題（《東方日報》，2007年1月4日、10月28日）。卡方檢驗發現三類報章在事實/解釋性報道方面存在顯著性差異（ $\chi^2 = 234.61, p < 0.001$ ），其中市場大眾化類報章較常出現主觀判斷性的標題。

表3：事實/解釋性報道：標題中含有主觀判斷字眼比例(%)

報紙類別	有	無
市場大眾化報章	<b>34</b>	<b>66</b>
東方日報	49.2	50.8
蘋果日報	29.2	70.8
太陽報	28.9	71.1
新報	31.9	68.1
成報	14.2	85.8
精英類報章	<b>27.7</b>	<b>72.3</b>
星島日報	35.2	64.8
香港經濟日報	33.6	66.4
信報	28.3	71.7
明報	28.1	71.9
南華早報	22.1	77.9
香港虎報	5.0	95.0
親建制報章	<b>23.8</b>	<b>76.2</b>
文匯報	25.8	74.2
大公報	23.1	76.9
香港商報	21.7	78.3
總數	<b>29.4</b>	<b>70.6</b>
卡方檢驗	$\chi^2(2, N = 27795) = 234.61, p < 0.001$	

在分析的總樣本中，大約五成報道的事件發生在香港，兩成發生在大陸，約三成則為其他地方，包括歐美及其他亞洲城市（見表4）。大部份的報章都傾向報道鄰近地區發生的事件，其中以《星島

日報》、《香港經濟日報》及《新報》尤甚，差不多七成報道的事件是發生在香港的。而《大公報》、《文匯報》及《香港商報》則顯著地有較多關於中國大陸的報道 ( $\chi^2 = 1268.52, p < 0.001$ )，超過三成報道的事件發生在中國大陸。報章對歐美地區的報道相對較少。

表4：本土/國際視野報道：事件發生地點比例(%)

報紙類別	香港	大陸	其他亞洲地區	歐美	其他地區
精英類報章	<b>56.6</b>	<b>19.7</b>	<b>10.4</b>	<b>11.8</b>	<b>1.4</b>
星島日報	70.3	12.4	6.5	10.2	0.5
香港經濟日報	69.3	18.6	5.7	6.3	0.2
明報	62.9	15.9	8.5	12.1	0.6
信報	46.6	28.1	9.1	14.1	2.1
香港虎報	37.8	24.8	23.5	11.3	2.6
南華早報	33.9	28.5	17.5	16.3	3.8
市場大眾化報章	<b>59</b>	<b>14</b>	<b>10.7</b>	<b>14.2</b>	<b>2.1</b>
新報	68.7	12.1	9.1	9.3	0.9
成報	64.2	17.8	9.5	7.9	0.6
太陽報	60.3	13.9	11.0	13.7	1.0
蘋果日報	56.4	14.1	9.9	18.6	1.0
東方日報	53.4	13.5	12.4	16.1	4.6
親建制報章	<b>40.4</b>	<b>33.6</b>	<b>14.4</b>	<b>10.2</b>	<b>1.4</b>
文匯報	41.5	33.8	13.0	10.0	1.7
香港商報	41.5	32.5	18.4	6.5	1.1
大公報	39.0	34.0	13.9	12.0	1.1
總數	<b>53.6</b>	<b>20.7</b>	<b>11.5</b>	<b>12.4</b>	<b>1.8</b>
卡方檢驗	$\chi^2(8, N = 27794) = 1268.52, p < 0.001$				

分析顯示，香港報紙的大部份報道(80%)均只表達單一的視角或意見，只有兩成報道曾出現兩個或以上的觀點意見<sup>6</sup>(見表5)。《東方日報》、《大公報》及《文匯報》更有超過九成的報道只表達單一觀點或視角，但《信報》及《南華早報》的報道則較常出現兩個或以上的觀點，大約佔五成。《香港虎報》為意見較多元化的一份報紙，超過八成的報道曾出現不同方面的視角及意見。卡方檢驗分析發現精英類報章顯然載有較多不同觀點及意見的報道( $\chi^2 = 2004.12, p < 0.001$ )，約為三成多，而親建制報章則只有少於一成的報道曾出現兩個或以上的觀點。

此外，不同報章的新聞來源亦有顯著的差別，大部份報章的新聞來源為該報記者(沒有署名)，來自新聞通訊社、專欄/投稿及其他媒體的新聞則屬少數，例如《太陽報》、《新報》、《明報》、《信報》、《東方日報》及《香港商報》等均有超過五成的報道是來自該報記者。英文報紙的情況則幾乎相反，分析發現《南華早報》及《香港虎報》的報道消息來源主要為署名記者及新聞通訊社。其中精英類報章較能平衡不同方面的消息來源( $\chi^2 = 1656.04, p < 0.001$ )，而市場大眾化報章及親建制報章則較多採用來自該報記者的報道。

研究亦分析了報道中引用政府官員、公司企業、學者專家及普通市民的意見的比例。結果發現，平均有四成的報道曾引用政府官員意見，引用公司企業及商界人士、專家學者、普通市民的意見的則各佔約兩成(見表5)。不同報紙在引用不同團體比例方面有顯著的差別，其中《香港虎報》、《南華早報》、《香港商報》、《文匯報》及《信報》較經常引用政府官員的意見，超過55%的報道引用了政府官員的意見。《信報》及《香港經濟日報》由於比較關注經濟問題，有較多有關經濟的報道，超過25%的報道引用了公司企業人員的意見。《香港經濟日報》、《明報》及《信報》有超過25%的報道都引用了學者專家的意見，而《蘋果日報》及《文匯報》則較經常引用普通市民的意見，見於超過三成的報道。

表5：集中/多元化報道：意見多元、報道消息來源及引用不同人士意見的比例(%)

報紙類別	意見多元	消息來源						意見引用			
	多元 觀點	本報 記者	署名 記者	新聞 通訊社	專欄/ 投稿	其他 媒體	政府 官員	公司 企業	學者 專家	普通 市民	
精英類報章	35.2	37.6	28.9	16.8	6.9	9.8	50.4	19	21.1	20.8	
市場大眾化報章	14.9	57.9	14.4	8.3	6.5	13	34.1	12.4	14	24.7	
親建制報章	9.2	41.5	31.4	12.7	6.5	7.9	51.4	19.2	17.5	21.4	
總數	20.2	47.2	23.4	12.2	6.6	10.7	43.8	16.3	17.2	22.6	
卡方檢驗	$\chi^2(2, N = 27797) = 2004.12, p < 0.001$	$\chi^2(8, N = 27796) = 1656.04, p < 0.001$						$\chi^2(2, N = 27795) = 770.57, p < 0.001$ ;	$\chi^2(2, N = 27794) = 218.1, p < 0.001$ ;	$\chi^2(2, N = 27795) = 181.84, p < 0.001$ ;	$\chi^2(2, N = 27794) = 51.23, p < 0.001$

研究亦對報章在批評報道、維護報道、問題問責及解決問責方面作探討，分析報章在報道中有否批評或正面維護某些團體及建制力量，在報道不同新聞事件上，報道傾向於認為誰導致問題產生及誰要負責解決問題。結果發現，大部份報章(81%)不會在報道中批評某一方，同樣地亦不會刻意為某一方辯護(92%) (見表6)。在批評及負面的報道中，市場大眾化報章較經常出現批評香港政府及其管治體系的報道，其中以《東方日報》、《太陽報》及《蘋果日報》尤甚，而《南華早報》、《東方日報》及《蘋果日報》則較經常出現批評大陸政府及其管治體系的報道，市場大眾化報章(《蘋果日報》及《東方日報》)亦較經常出現批評公司企業及商界人士的報道。在分析的樣本中，正面維護某些團體及建制力量的報道佔極少數，其中親建制報章相對地有較多正面維護大陸政府及其管治體系的報道。

至於問題問責及解決問責方面，大約四成的報道認為有人要為該新聞揭示的問題負上責任，兩成的報道歸咎於個人，認為事件中問題由香港政府引起的報道相對較少(佔4%)。相比其他，《香港經濟日報》、《太陽報》及《明報》有較多的報道認為導致問題產生的是香港政府。少於三成的報道認為事件應該有人負責解決，較多的報道認為香港政府應該負責解決事情，約佔一成，其中市場大眾化報章顯然對香港政府有較多的訴求( $\chi^2 = 760.19, p < 0.001$ )，更傾向於認為事件應該由香港政府負責解決，以《成報》、《新報》及《太陽報》的比例為最高。

報章為使新聞事件更加生動明晰，在報道新聞時經常加入大量圖片背景資料以作說明，研究發現大約六成的報章報道新聞時，均會附以照片或圖表，百分之六會加入標識，百分之二會把過往發生的類似事件詳細表列(見表7)。市場大眾化報章的報道顯著地運用較多的照片/圖表，其中《成報》、《蘋果日報》及《新報》的報道有超過七成附有照片/圖表，《大公報》、《信報》及《星島日報》在報道新聞事件時，則比其他報章較常列出過往發生的類似事件。

表6：監督/正面維護報道：批評報道、維護報道、問題問責及解決問責比例(%)

報紙類別	批評報道					維護報道					問題問責			解決問責		
	沒有	香港政府	大陸政府	公司企業	其他	沒有	香港政府	大陸政府	公司企業	其他	個人	香港政府	其他(包括無)	個人	香港政府	其他(包括無)
市場大眾化報章	72.9	6.9	2.1	3.4	14.7	88.4	1.6	0.8	1	8.2	30	5.1	64.9	9.0	13.6	77.4
精英類報章	88.5	3.3	1.2	2.1	5.0	96.2	0.6	0.4	0.4	2.4	17.7	3.9	78.5	6.8	6.7	86.5
親建制報章	84.8	1.9	1.2	2.4	9.7	90.8	1.5	1.8	0.8	5.1	15.6	2.4	82	3.3	5	91.7
總數	81.0	4.5	1.6	2.7	10.3	91.6	1.2	0.9	0.8	5.5	22.4	4.0	73.6	6.9	9.2	83.9
卡方檢驗	$\chi^2(8, N = 27793) = 1008.57, p < 0.001$					$\chi^2(8, N = 27795) = 509.92, p < 0.001$					$\chi^2(4, N = 27797) = 835.05, p < 0.001$			$\chi^2(4, N = 27794) = 760.19, p < 0.001$		

表7：倡導/專業式報道：附以照片、圖表或背景資料比例(%)

報紙名稱	照片/圖表	標識	過往類似事件表	沒有
市場大眾化報章	70.4	6.7	0.7	22.2
成報	79.6	1.7	0.1	18.6
蘋果日報	73.3	4.7	0.9	21.2
新報	72.3	2.4	0.6	24.7
太陽報	69.0	3.6	0.7	26.7
東方日報	65.0	13.9	0.9	20.2
精英類報章	57.2	3	1.8	38
香港經濟日報	74.5	1.7	0.4	23.4
星島日報	69.9	2.6	2.1	25.4
香港虎報	41.1	0.4	0.2	58.3
南華早報	37.6	3.7	1.8	56.9
明報	59.1	2.5	2.0	36.5
信報	48.4	6.4	2.6	42.5
親建制報章	50.7	8.3	2.3	38.7
文匯報	64.6	1.0	1.5	32.8
大公報	47	9.9	3.2	39.9
香港商報	32.6	18.5	1.8	47.1
總數	61.2	5.8	1.5	31.5
卡方檢驗	$\chi^2(6, N = 27797) = 1167.52, p < 0.001$			

## 討論及結論

新聞內容研究一向有鏡像論與建構說兩大派別 (Tuchman, 1978; 張錦華, 1994)，我們認為新聞內容是一種基於事實的社會敘述與建構，既非完全的鏡子反映論 (mirror theory)，也非無事實依據的社會建構論

(social constructionism)，所以它是可以被客觀研究及測量分析的。本研究依據Hackett和Carroll(2006)的理論指引，以六個兩維結構量度表對香港報章新聞報道表現進行系統評估。從以下分析結果可以看到，香港報章的新聞報道在題材、手法、風格、功能方面，均見其基本格局及特色。

### 資訊/娛樂化報道

整體而言，大多數報章均把報道焦點放到政治經濟，專業性較強的報紙更傾向於以政治經濟為主題，大眾化的報章則出現較多罪案及災難的報道，同時亦有較多人情趣味的報道。雖然整體報道的主要題材是政治經濟(34.4%)，人情趣味只佔少數(6%)，但若後者與罪案/災難新聞的數目合計，其總量佔全部報道約三分之一。報紙在市場導向的趨勢下，為吸引普羅大眾購買，某些報章以挖掘政治人物及社會知名人士的婚外情、出位言論行為及奇裝異服等作招徠，把報道焦點放在個人的軼事和日常生活的細節等方面，當作娛樂讀者的材料進行炒作，有時甚或出現在報章的頭版。這些報道傾向於把政治新聞娛樂化，甚至與政治經濟根本沒有甚麼關係，主要關心的是迎合市民大眾的興趣。在是次分析的樣本中，其中七份報章(《太陽報》、《蘋果日報》、《成報》、《東方日報》、《新報》、《明報》和《星島日報》)，人情趣味與罪案新聞的總數要比政治經濟新聞更多或接近相同，當中除了銷量較高的幾份市場大眾化報章，還包括兩份精英類報紙，可見題材的可讀性而非重要性，或已成為香港報紙選擇報道題材的重要考慮。

### 事實/主觀解釋性報道

分析發現接近九成報章當中，有兩成以上的新聞報道均加入帶有主觀成分的標題，整體來說，近三成報道的標題帶有主觀成分。與精英類報章相比，大眾化報章一般來說在標題上較多出現帶有主觀判斷的字眼，但幾份以中產讀者為主的報章亦難以免俗，加入主觀成分的標題所佔比例亦不輕，可見報道混入主觀判斷，已成為本港報業的主

流做法。其中親建制報章雖然主觀成分標題的比例較低，但亦超過兩成，而銷量最高的《東方日報》更有接近五成的標題帶有主觀性判斷。這不免令人擔憂，讀者經常接觸這類主觀判斷字眼，會否變得麻木？閱讀判斷力又會否受到影響？尤其是對於年輕的讀者，這是一個十分值得我們關注的情況。

### 本土／國際視野報道

相關性 (proximity) 向來是新聞報道的一大原則，大部份的報章都傾向報道鄰近地區發生的事件。本研究亦發現多數報章有過半數報道屬於本地新聞，但涉及本地以外事務的報道，數量亦十分可觀，本地題材 (54%) 與外地題材 (46%) 數量相近。其中有關大陸的報道又佔重要比例，隨着中國內地改革開放和香港的回歸，到內地採訪的記者日漸增多，反映新聞界對中港關係日形密切的關注。值得注意的是，讀者量最高的三份報章，題材的地域分佈，都是本地題材過半，但又不超過61%，而外地題材方面，大陸、其他亞洲地區、歐美三方面的比例均較為接近。可見過分側重某方面的題材，或予人內容不夠多元化的感覺，未必有利於吸引更多讀者。三個類別的報章——市場大眾化報紙、精英類報章及親建制報章——在這一報道指標並沒有明顯的分野，但親建制報章顯然有較多有關中國大陸的報道，佔三成以上。

### 集中／多元化報道

在分析的樣本中，大部份報道只表達單一觀點或視角 (80%)，其中並不限於個別黨派報章，更包括不少銷量高或被視為公信力較高的報章。有信譽或受歡迎的報章有此表現，或許和香港報業中某些報紙堅持新聞報道要有自己的立場有關。這既顯示相關報章的取向，但亦反映讀者顯然對報章的敢言、鮮明立場感興趣，並不抗拒報章的立場單一，甚至可能是他們選擇閱讀該報的原因。不過，報章有此表現究竟是由於報章政治立場壁壘分明或市場競爭壓力所致，這將有待進一

步探討。大多數專業性較強的報章報道表達的意見較多元化，大眾化報紙所載意見則趨向單元，而親建制報章亦只有大約一成的報道表達兩個或以上觀點。此外，消息來源的多樣性亦可算是報章觀點多元化的指標。但目下大部份報章的新聞來源均來自該報記者(沒有署名)，來自署名記者、新聞通訊社、專欄/投稿及其他媒體的新聞均屬少數。英文報紙的情況則剛好相反，有較多不同管道的消息來源。從另一角度看，報章會否引述不同人士的意見亦反映報章是否樂意表達不同的觀點。內容分析發現，半數報章引用政府官員意見的報道佔報道總數一半以上，而精英類報章及親建制報章引用不同人士意見的模式相類近。若大部份報章如上所述，在大多數報道中只表達單一觀點或視角，這樣不啻是說，為數不少的新聞報道或已變相成為政府宣傳政策或公關推廣的有效管道，而新聞媒介的獨立性卻可能大打折扣。這或意味着報章擔任秉持社會公義及滿足大眾知情權的角色正受到挑戰，此方面的疑慮，值得日後跟進研究。

### 監督/正面維護報道

分析的樣本中，批評報道只佔19%，但正面維護的報道也佔少數。批評香港政府及其管治體系的報道，較多出於市場大眾化報紙及精英類報章，而親建制報章只佔極少量。總的來說，有關批評香港政府及其管治體系的報道佔4.5%，而有關大陸政府及其管治體系的批評更低至1.6%，可見香港報章通過新聞報道提高公眾知情權，從而監察權力機構的力度，並不如想像中強大。不過，批評報道比例最高的三份報章——《東方日報》(9.5%)、《太陽報》(7.7%) 及《蘋果日報》(5.8%)，亦是香港目前銷量最高的三份報章，其讀者群佔大比數，而這三份報章主要的批評對象為本地政府及有關管治架構，同時亦較傾向於認為香港政府應該負責解決報道的相關問題，可見特區政府面對的政治壓力並不輕。也因此不難理解在近年一些重大新聞事件中，例如「梁錦松買車事件」、「禽流感事件」、「沙士危機」、「泰國包機事件」等等，香港傳媒仍能發揮其監察作用，有效干預政府處理事件的做法。

## 倡導／專業式報道

報章能否堅持公平公正、平衡報道此一原則，相信是很多讀者關注的問題。但分析顯示近三成的報道標題帶有主觀成分，大部份報道只表達單一觀點(80%)，主觀判斷字眼及單一觀點視角的報道，易促使某些社會精英人士或階層壟斷了意見市場。此外，分析的樣本亦充斥大量煽情、譁眾取寵的圖片，尤其是市場大眾化報紙，超過六成以上的報道均附以照片或圖表，可見部份報章的報道與專業性報道要求相比，差距較大。打着市場導向的旗幟，報章大量運用照片及圖表，在標題和內容上著重感觀刺激亦變得無可厚非。無疑，報紙版面走向彩色化及視像化之發展，是一種世界性的潮流，新聞圖片能令讀者猶如置身新聞現場，也更容易牽動讀者的情緒(施清彬，2006)。但同時值得我們反思的是刊登死者的照片，虛擬死者如何遇害的圖片，或繪聲繪影地描述事主自殺經過等，是否有助讀者更加瞭解事件真相？加深他們對社會的認識？又是否尊重被訪者隱私的表現？

上文有關集中／多元化報道的分析，發現大部份報道呈單元觀點或視角，而消息來源的多樣性亦不高，顯示一般的報章報道手法趨向集中單向。但換另一個角度看，本港報章的報道表現亦並非是鐵板一塊，香港社會的多元化、混雜與相容，其實可體現於報章報道新聞上各方面的明顯差異。例如在報道題材方面，政治經濟報道最多的報章可高達83.4% (《信報》)，最少的只有21.4% (《太陽報》)，而人情趣味報道最多的報章佔全部的14.3% (《蘋果日報》)，最少的則只有0.8% (《信報》)。在標題方面，標題帶有主觀成分的最高比例達49.2% (《東方日報》)，最低只有5% (《香港虎報》)。在報道範圍方面，報道本地事務的最高比例為70.3% (《星島日報》)，最低為33.9% (《南華早報》)。而消息來源方面，報道中引用政府官員的數量可高至64.9% (《香港虎報》)，亦可低至20.5% (《太陽報》)。在意見多元方面，報道載有兩個或以上觀點可佔總數82.6% (《香港虎報》)，亦有只佔5.1% (《東方日報》)。由此可見，香港尚屬一多元化社會，能夠容納不同類型報章及不同種類報道的存在。不過，在

市場逐漸壟斷萎縮、競爭日趨激烈下，傳媒報道的多元化表現能否持續下去，實在未許樂觀。

除此以外，互聯網、24小時電視新聞頻道與免費報紙等的出現，對傳統新聞媒體造成的衝擊也不能小覷。互聯網改變了傳統媒體的發展模式和讀者群體，受眾接收資訊的模式由單向變為雙向、由被動變為主動，這無疑對傳統新聞媒體造成一定的壓力。目前香港兩大收費電視台有線及now寬頻電視均全日提供新聞及財經資訊，隨着實施數碼電視廣播，本地兩間免費電視台(無線電視及亞洲電視)亦紛紛推出24小時新聞及財經頻道，這不免為香港報業帶來挑戰。本地三份免費報紙日發行達百萬份，流通量極高，吸引大量不願意花錢買報紙的讀者。免費報紙的篇幅比傳統報紙簡短，為讀者提供新聞內容撮要，即使仍看收費報紙的讀者群亦會閱讀免費報紙，大量數據顯示大部份讀者要的是能一口氣讀完的東西(李宏偉，2004年1月12日)，這或許是免費報紙在資訊氾濫的今天，能成功打入市場的另一主因。標榜着免費及易讀性這兩大特質，我們可預見免費報紙的衝擊仍在不斷擴大，這些都對香港傳統報業的表現構成一定程度的影響。隨着報業市場競爭主體的增多，特別是新媒體的衝擊，報業競爭的規模、形式和手法將發生變化，傳統日報在內容方面亦可能會出現某程度上的調整，日後的研究將進行這一方面的探討。

### 研究限制與未來研究方向

本研究對14份報章內容進行系統化的分析，在香港尚屬首次，由於沒有這方面的相關研究結果作參考比較，難以斷言本港傳媒表現是較前進步還是倒退。例如，報章是否比以往更能發揮輿論監督作用，還是更多地自我設限，在缺乏可比較的資料數據下，今次研究無法就這方面下結論。不過，我們希望今次的研究計劃能夠確立一個分析香港新聞的框架，為將來同類研究提供參考數據，建立標記，以便日後監察本港報業的表現和發展。誠如上述所言，報章在市場導向下的新聞報道，不免出現不同程度的商業考慮，但若商業考慮蓋過新聞規範，這無疑大大損害新聞人員的專業地位，令新聞淪為娛樂性豐富而

公信力不足的商品(馬傑偉, 1996), 這是一個需要關注及令人憂慮的情況。

由於研究目的所定及篇幅有限, 本文未能以一個後設理論(meta-theory)去證立六個兩維結構量度表的規範性。但值得注意的是, 此個兩維結構量度表並非僅僅是一個規範性的研究框架, 亦非一個純描述性框架。六個兩維結構量度表之中雖然不存在定律, 但並不表示規範缺位, 其本身沒有高低標準可言。本文的分析邏輯是研究六個維度下香港新聞的分佈狀況, 例如集中/多元化報道的維度中, 兩者之間雖然沒有絕對的黃金比率, 但如內容分析所見, 有兩個或以上觀點/角度的報道, 只佔總數兩成左右, 加上一些報章主要引用政府官員的消息意見, 讀者的知情權不免受到限制。這六個兩維結構量度表有助瞭解傳媒是否符合應有的規範, 如注重新聞資訊而非娛樂作用, 注重客觀而非主觀歪曲的報道, 珍視傳媒對不同見解的報道等等。誠然, 本土/國際視野指標只以報道事件的發生地點表示或有所不足, 在日後的研究中, 我們會嘗試以質化的方法, 探討傳媒有否把本土新聞放在國際環境中考慮, 及國際新聞的本土相關性等問題。

此外, 報章經常聲稱他們以讀者的要求為準繩, 究竟報章的內容是否反映讀者的真正所需呢? 又受眾口味、市場結構和新聞採編這三方面是有着怎樣的互動呢? 這些問題有待日後我們進行受眾調查, 從受眾的角度看本地新聞媒體的表現, 結合兩方面的數據以客觀全面地反映本地報章的表現。報章在不同時代, 報道的側重點及報道手法亦會出現變化, 所以希望在日後進行追蹤研究, 探討新聞媒介表現的走勢。這次的研究有值得改善、深化之處, 在日後的追蹤研究中, 將輔以深度訪談, 同時加入個案研究, 並把研究對象延伸至其他媒體, 從而更廣泛而深入地瞭解香港新聞媒介的表現及其受眾的看法。

## 註釋

- 1 考慮到免費報紙並沒有固定的讀者群，受眾只是出於方便此一因素，偶然閱讀，並且免費報紙的收存不易，故此是次研究沒有包括免費報紙。
- 2 我們選取2007年1月1日(星期一)為第一天，2007年1月16日(星期二)為第二天，如此類推，最後樣本總量為三個完整星期再加四天的報道(共25天)。
- 3 此研究並沒有包括財經版、體育版、娛樂版、賽馬版等資訊，主要是對其分類(如市場動態與公司業績訊息)較難形成一致的標準，某些報紙如《經濟日報》、《信報》由於版面設置不一樣，主要的版面(頭版)為財經資訊而非港聞或重大新聞；在此情況下，我們只選取港聞、兩岸消息及國際新聞等版面作分析，因此所有分析的樣本都可作分析及互相比較。
- 4 這裏人情趣味的報道指的並非單是題材方面，更是一種報道手法。新聞娛樂化是香港近年一些報章在市場競爭中背離新聞專業化處理的手法，以民粹主義加消費文化的價值取向報道新聞。「人情趣味」這一類別的報道，並非只限於一些趣味性的新聞題材，一些嚴肅議題(包括政策討、經濟、選舉、議員等等)，如果記者以輕鬆娛樂的手法報道，本研究亦把它編碼為「人情趣味」一欄，而非「政治經濟」一欄。
- 5 標題若出現一些非事實性字眼或句子，可以是誇大其詞或一些戲劇性描述，例如「恆生指數直插谷底」、「癲佬」、「狂斬」等，編碼員便會把它編碼為「主觀判斷」。為使編碼員對此一變量有一致的理解，避免因為對概念定義的理解不一樣，而出現不同的編碼，所有編碼員都經過一系列的培訓，並附以相同的指引及例子細加說明。
- 6 「多元觀點」這一變量量度新聞故事是否呈現多元視角/觀點，編碼員會直接數出每篇新聞中出現的不同觀點或視角(重覆的不計)，不同的意見觀點可以是來自同一人或不同人士。值得商榷的是，個別文章的多元性和整體報道的多元性可以不一樣，某些報紙可能會把同一主題但觀點不同的報道放在版面的不同位置，但本港報章通常除了頭版會出現這種情況外(約少於5%)，其他版面多是一篇新聞報道一個議題。

## 參考文獻

- 李立峯(2007)。〈策略互動、文化共向和九七回歸後的香港新聞自由的發展〉。  
《傳播與社會學刊》，第3期，頁31-52。
- 李宏偉(2004年1月12日)。〈報紙太厚沒人看〉。《新華澳報》，第3版。

- 李宜良 (1997)。〈論香港新聞傳媒母體意識的回歸〉。《鄭州大學學報》。第30卷第4期，頁94-97。
- 馬傑偉 (1996)。《解讀普及媒介》。香港：次文化堂。
- 馬傑偉、馮應謙 (2007)。〈香港人本土身份和國際身份的角力：1996-2006香港身份調查〉。《傳播與社會學刊》，第3期，頁115-131。
- 施清彬 (2006)。《香港報業現狀研究》。香港：香港中國新聞出版社。
- 梁麗娟 (2006)。〈香港報業邁向新年代〉。《蘋果掉下來》。香港：次文化堂。
- 張錦華 (1994)。《媒介文化、意識形態與女性：理論與實例》。台北：正中書局。
- 董天策、徐寧 (2005)。〈從「連戰訪問大陸」看市場化報紙的時政報道〉。《西南民族大學學報》，第26卷，頁232-235。
- 陳韜文、李金銓、潘忠黨、蘇鑰機 (2002)。〈國際新聞的「馴化」：香港回歸報道比較研究〉。《新聞學研究》，第73期，頁1-27。
- 陳韜文、李立峯 (2007)。〈香港回歸後的傳媒和政治〉。《傳播與社會學刊》，第3期，頁17-29。
- 蘇蘅、牛隆光、黃美燕、趙曉南 (1999)。〈台灣報紙轉型的問題與挑戰：提供讀者更好的選擇？〉。《新聞學研究》，第64期，頁1-32。
- 蘇鑰機 (2007)。〈專業主義、新聞自由與市場力量〉。《傳播與社會學刊》，第3期，頁53-71。
- Cyril, M. A. (2005). Media and marginalization. In R. McChesney, R. Newman & B. Scott (Eds.), *The future of media resistance and reform in the 21st century* (pp. 97-104). New York: Seven Stories Press.
- Fung, A. (2007). Political economy of Hong Kong media: Producing a hegemonic voice. *Asian Journal of Communication*, 17 (2), 159-171.
- Hackett, R. A., & Carroll, W. K. (2006). *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. London: Routledge
- Heaney, M. T. (2007). Identity crisis: How interest groups struggle to define themselves in 65 Washington. In A. Cigler & B. Loomis (Eds.), *Interest group politics* (7th Ed.) (pp. 279-300). Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
- Kassarjian, H. H. (1977). Content analysis in consumer research. *Journal of Consumer Research*, 4 (1), 8-18.
- Kunelius, R. (2006). Good journalism: On the evaluation criteria of some interested and experienced actors. *Journalism Studies*, 7 (5), 671-690.
- Lee, L. F., & Chan, J. M. (2005). Political attitudes, participation, and Hong Kong identities after 1997. *Issues & Studies*, 41 (2), 1-35.
- Lewis, J., Cushio, S., & Thomas, J. (2005). Immediacy, convenience or engagement? An analysis of 24-hour news channels in the UK. *Journalism Studies*, 6 (4), 461-477.

- Ma, N. (2007). State-press relationship in post-1997 Hong Kong: Constant negotiation amidst self-restraint. *The China Quarterly*, 192 (December), 949-970.
- McManus, J. H. (1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oaks: Sage.
- Newman, R., & Scott, B. (2005). The fight for the future of media. In R. McChesney, R. Newman & B. Scott (Eds.), *The future of media resistance and reform in the 21st century* (pp.21-40). New York: Seven Stories Press.
- Tuchman, G. (1978). *Making news: A study in the construction of reality*. New York: Free Press.
- Tsfati, Y., Meyers, O., & Peri, Y. (2006) What is good journalism? Comparing Israeli public and journalists' perspectives. *Journalism*, 7 (2): 152-173.

## 鳴謝

本研究獲得香港浸會大學的資助 (FRG/07-08/I-13)，謹此致謝；此外，作者要特別感謝兩位匿名評審所給予的寶貴意見。