

從報紙內容與版面分析研究 市民讀報率之關聯性

——以台北市景美區為例

溫煜國 著

5
5

五鼎出版社 出版

從報紙內容與版面分析研究 市民讀報率之關聯性

——以台北市景美區爲例

溫煜國 著

五鼎出版 五鼎

從報紙內容與版面分析研究
市民讀報率之關聯性
——以臺北市景美區為例

作 者：溫 煜 國
發行人：溫 煜 國

出 版 者：九鼎出版社
臺北市羅斯福路三段325號九樓之九
電 話：(02)3925198・3518156

印 刷 者：南亞彩色印製有限公司

出版日期：中華民國74年6月初版

定 價：90元

郵政劃撥帳戶：0508999-9號

新聞局登記證局版臺業字第2364號

• 版權所有 •

(本書如有缺頁或破損請寄回更換)



金銘圖書有限公司

台北市10663安和路151號3樓C座
Tel: (02) 7079234・7079232
郵政劃撥帳號：0501466—9

研究摘要

本研究共訪問 453 位居住在台北市景美地區中央日報、聯合報、中國時報十八歲以上的讀者，實得有效問卷 299 份，全部訪問工作係於民國 73 年 8 月 20、21、22 日三天進行完成。

研究重點在探討讀者的讀報率，以 t 測驗、單因子變異數分析、及簡單相關分析，探求人口學變項、傳播行為和各版面、各新聞類別、副刊版、綜藝版、生活版的讀報率的關係，並比較三家報紙讀報率的差異，以及分析生活方式和讀報率的關聯性。選定的人口學變項有性別、年齡、教育程度、職業、及社會經濟地位等五項。

研究結果發現：

1. 在所有人口學變項中，以「職業類別」一項，造成各類讀報率的差異最大。

2. 教育程度、社經地位較高的讀者，在「知識性」新聞方面的讀報率較高；教育程度、社經地位較低的讀者，在「娛樂性」新聞方面的讀報率較高。

3. 三家報紙在「文教」、「體育」、「社會」、「犯罪與災禍」、以及「娛樂性」新聞方面的讀報率上，有顯著差異。

4.在傳播行為方面，看電視、看雜誌習慣、以及看報紙份數不同的讀者，其讀報率有顯著差異；愈常看電視的讀者，其讀報率愈低；愈常看雜誌的讀者，其讀報率愈高；看報份數不同的讀者，以每天看一份報紙的讀報率較高。

5.在生活方式方面，「參加社團」、「拜訪親友」、「幫忙家務」等三項指數與讀報率呈正相關，且均達顯著水準。

從報紙內容與版面分析研究 市民讀報率之關聯性

——以台北市景美區為例

目 錄

第一章 緒論	1
第一節 引言	1
第二節 理論基礎與相關研究	2
第三節 研究目的與架構	9
第二章 研究方法	11
第一節 抽樣方法與樣本檢定	11
第二節 變項測量與問卷設計	15
第三節 資料蒐集的步驟	23
第四節 統計分析的方法	24
第三章 結果與分析	27
第一節 基本資料分析	27
第二節 人口學變項與讀報率的關係	38
第三節 三家報紙的讀報率差異比較分析	78
第四節 傳播行為與讀報率	85
第五節 生活方式與讀報率的關聯性分析	88

第四章 討論	91
第一節 讀報率的新探索.....	91
第二節 讀報率在報業經營上的意義.....	93
第三節 研究上的補遺.....	94
附錄一 報紙內容分類編碼	97
附錄二 調查問卷	107
附錄三 參考書目	115
附錄四 編輯實務與新聞資料分類簡表	128

第一章 緒 論

第一章 引 言

根據資料估計（台北市新聞記者公會，民70），目前台灣報紙總銷數約為三百五十萬份，平均每五人有一份報紙。根據國立政治大學新聞研究所發表的三個實徵性的傳播研究報告（徐佳士等，民64.a、民64.b、民65.）指出，台灣地區民衆大部分皆以報紙及電視作為他們經常接觸的媒介。民衆接觸報紙的頻率為：

	時常看	每天看	(表內(1)(2)(3)係指三次研究的順序)
(1)	9.7 %	31.4 %	
(2)	4.5 %	36.9 %	
(3)	6.6 %	38.5 %	

由以上這些數字，我們可以瞭解我國多數人擁有報紙，而多數人又有閱讀的習慣。因此民衆每天打開報紙，究竟看了那些內容，這是報業界與學術界都非常重視的問題。

在大眾傳播中，傳播者與閱聽人屬於互不見面的「神交」，閱聽人對傳播者極少直接送出回饋。因此，大眾傳播組織，得靠「閱聽人研究」才能知道它所發出的音訊是否受到對方的注意，

是否令對方發生興趣。美國的傳播組織，都很熱心從事「閱聽人調查」之類的工作，原因即在於此。

美國傳播研究先驅拉查斯斐 (Paul F. Lazarsfeld) 對媒介效果，及媒介效果對閱聽人的影響深感興趣。他認為用測驗聽眾的方法去研究媒介，是和研究聽眾一樣的容易，而且前者將更具價值。即從聽眾所選擇的節目上，除了可以明瞭節目本身的問題外，更可知道一些與觀眾有關的事情。第二步是研究他們為什麼選擇某些節目。再其次是研究他們如何運用自廣播中所獲得的知識，以及傳播媒介對他們的投票行為、社會生活等有何種影響。

上述的三個步驟，簡言之，就是指閱聽人如何使用媒介，使用動機，以及媒介效果的研究。本研究即為「閱聽人研究」領域中的基礎研究——讀者的讀報率。

第二節 理論基礎與相關研究

(一)「使用與滿足」研究

拉斯威爾給傳播下了一個定義 (Lasswell, 1948)：誰 (who)，說什麼 (Says What)，經什麼途徑 (In which Channel)，對誰說 (To Whom)，有什麼效果 (With What Effect)。

這一個簡單的定義，指引了過去數十年的傳播研究，其中「

對誰說」乃是指閱聽人的研究。

威廉斯 (Williams, 1975) 認為拉斯威爾的公式，對「何故」付之闕如。而「何故」在個人心理層次方面，指個別受眾的動機，發展為「使用與滿足」(Uses and Gratification) 的觀點。

凱茲等人 (Katz et.al., 1974) 承傳了鮑爾 (Bauer, 1964) 「頑固的受眾」的基本精神，提出「使用與滿足」研究的五個基本假設：

1. 受眾是主動的，他們使用媒介以追求特定之目的；傳播不是被動而漫無目標的。
2. 在大眾傳播的過程中，閱聽人是主動的選擇媒介來滿足他的需求。
3. 大眾傳播媒介所能滿足的需求只是人類需求的一部份；媒介在滿足這些需求上，必須和其他的滿足來源相競爭。
4. 就研究方法而言，可以從閱聽人個別提供的資料中，推斷他們使用媒介的目標何在；這是假定閱聽人充分瞭解自己的動機和興趣是什麼，並且能清楚的表達出來。
5. 對於傳播的文化意義，不下任何價值判斷。

「使用與滿足」究竟是一個理論或觀念，到目前為止仍有爭議。但欣賞這個研究角度的學者，仍努力不懈地希望建構出一個典範或模式，以確立其理論之基礎。羅森格 (Rosengren, 1974)

綜合早期的一些概念與研究，組織成「傳統研究典範」。雖然此一模式，仍不夠成熟，較諸前者也缺乏深厚的概念基礎，但應用在實證資料上，也頗具預測力與解釋力。

羅森格將該模式的各組成份子以如下的方式串聯：

- ①人類某部份的基本需求。
- ②不同的個人內、外的特質，與
- ③周遭社會（含媒介社會）的結構
共同作用，而形成了
- ④不同的個人問題，以及
- ⑤針對問題，個人理解的解決方法，
而問題與解決方法共同結合為
- ⑥尋求滿足與解決問題的行為動機，
而引致
- ⑦媒介消費的類型，
- ⑧其他行為，
這兩種行為可能產生
- ⑨滿足或不滿足，
同時，也影響到
- ⑩個人內、外在特質，
- ⑪媒介結構和社會。

雷凡（Lewen，1981）從期望—價值理論的角度出發，引出

了二級的期望模式。他認為，閱聽人選擇某一特定媒介是因為閱聽人認為該項媒介能提供某些訊息，而這個訊息能滿足對他個人而言，至為重要的價值。

「使用與滿足」在實證研究中，遭遇到研究方法上不少的難題。尤其是它所處理的命題，關係著人類最深不可測的「動機」世界，如何以社會科學的方法要受測者揭露他內心的感受，的確不是一件簡單的事情。

貝克(Becker, 1977)曾經為這項研究的測量方法做過整理、分析，最後歸納出三種常用的研究策略，分別是：

- (1)推論法：藉由一些固定變項的測量，而推論出閱聽人可能尋求何種滿足。這些變項如年齡、教育程度、社經地位等。
- (2)自我報告法：這個方法是由布藍勒(Blumler, 1969)，率先使用。他們要求閱聽人自己說出尋求怎樣的滿足。
- (3)研究設計法：由研究人員操弄特殊情境(訊息)，來探究閱聽人的需求為何。

(二)相關研究

1 蓋洛普(Gallup, 1930)的「衡量讀者興趣的科學方法」

蓋洛普首先指出報業從業人員忽視科學研究的價值，尤其在決定讀者興趣方面，許多編輯仍然堅持以「預感」和「直覺」來判斷。

蓋洛普提出的假設是，惟有瞭解讀者實際讀了些什麼，才能

測出讀者對新聞興趣的所在。因此，他採用訪問方法，訪員隨身攜帶報紙，直接訪問讀者已經閱讀了那些新聞？然後加以整理統計，以研究那一類新聞真正被讀者所喜歡閱讀。其中最重要的是，訪員必須逐條新聞訪問讀者，所需要的回答僅是「讀了」，或是「沒讀」，而不是「我通常閱讀這類新聞」、「我從來不看這一版」這類不完整的回答。

蓋洛普將讀者按照職業分層抽樣，共分四組，計為商業與專業人員、薪水階級、技術工人、非技術工人。研究結果發現：

- ①成人平均每天閱讀連載漫畫，多過頭版大標題。
- ②都市民衆對新聞特寫的讀報率，高於新聞報導。
- ③職業不同引起興趣的差異，女性較男性顯著。
- ④男性很少閱讀連載小說，但却有 75 % 的女性定期閱讀。
- ⑤商業與財政新聞讀報率最低，男性不到 10 %，女性不到 3 %。
- ⑥醫藥、健康類的讀報率，女性為男性的 2 倍。

此研究雖然未曾指出那些人們應該閱讀的，但這種頗具價值的猜尋事實的方法，已為美國許多報紙所採用，並被證明非常有用 (Mott, 1962)

2 施蘭姆和懷特 (Schramm & White: 1949) 的「讀報的因素：年齡、教育、及經濟地位」

此研究主要目的是在給讀報型式與讀者年齡、教育及經濟地

位的關係，建立假設性的指標。

研究結果發現

- (1)年輕人讀報爲了娛樂，年長的讀者是爲了消息和公共事務的意見。
- (2)成年人對於新聞之閱讀，較年輕人爲多。年輕的讀者打開報紙後，多以圖片的內容爲引導，其後轉到犯罪與災害的新聞。
- (3)讀報爲報導而非爲娛樂，男性較女性爲顯著。
- (4)受過較高教育的讀者，讀報爲了獲得報導；教育程度愈低的讀者，愈以報紙爲娛樂目的。
- (5)當一個人教育增加的時候，讀報的時間也隨之增加。
- (6)較高經濟水準的讀者，當他經濟能力增高的時候，他對於有關公共事務新聞以及體育和社交新聞的閱讀也隨之增加；不過，他對於圖片以及漫畫的閱讀，並不隨之減少。

3 李聖文的「大學生新聞聽讀習慣研究」(民51)

該研究有關報紙內容方面的研究，係將新聞分爲十八類，以問卷調查抽樣訪問大學生，對這些類別新聞「喜歡」或是「不喜歡」(複選)。

研究結果顯示：男學生喜歡的前三類爲國內新聞佔 69.7%、新聞特寫佔 64.5%、議會新聞佔 57.7%、不喜歡的前三類爲匪情新聞佔 45.4%、經濟新聞佔 40.7%、議會新聞佔 38.8%。女學生

喜歡的前三類為新聞特寫佔 70.8%、花邊新聞佔 68.7%、影劇新聞佔 63.8%，不喜歡的前三類為黃色新聞佔 50%、經濟新聞佔 50%、匪情新聞佔 39.6%。

其中國內新聞，新聞特寫同為男、女學生喜歡，而經濟新聞、匪情新聞，同為男女學生不喜歡。而女學生喜歡議會新聞的僅佔 21.3%，男學生喜歡與不喜歡的比例均高。男學生喜歡花邊新聞的僅佔 26.3%，影劇新聞僅佔 21%。

4. 曠湘霞的「成人觀看電視與公共事務參與之關聯性研究」

(民 71)

該研究中有關報紙使用行為方面的研究，係將報紙內容分為十一類，以問卷調查抽樣訪問全省民衆「最喜歡報紙內容」、「次喜歡報紙內容」、「第三喜歡報紙內容」（均為單選）。

「最喜歡報紙內容」依次為國內外大事（24%）、社會新聞（18.7%）、副刊（7.1%）、社論短評（4.8%）、家庭生活（3.5%）、體育新聞（2.2%）、專欄（2.1%）、影劇新聞（1.7%）、財經新聞（1.2%）、地方建設（1%）、文教新聞（0.1%）未答或不適用（33.1%）。

「次喜歡報紙內容」與「第三喜歡報紙內容」比例較高的前三類依然為國內外大事、社會新聞、副刊。

以上四種均為讀報率相關研究。

第三節 研究目的與架構

就目前國內情況而言，報紙已成為一種相當普及的大眾傳播媒介。因此，對於民衆每天閱讀了那些新聞，應是學術界與報業都相當關心的問題，亦為本研究的主要目的所在。

影響讀報行為的因素很多，由第二章的敘述，可瞭解這些相關的因素可能為：

1 人口學的變項：如性別、年齡、職業、教育程度、以及社會經濟地位等。

2 讀者的傳播行為與生活方式等變項。

3 媒介內容的變項：如新聞的編排、新聞類別等變項。在新聞編排方面，由於牽涉範圍極為廣泛，本研究僅以報紙版面為研究變項。

因此，本研究所欲探討的問題為上述變項對讀者的讀報行為可能有那些影響？研究架構如下：



