

環境變遷與報紙轉型--市場模式之探討

Environmental Changes and Their Effects on Transformation of Newspapers

主持人：國立政治大學新聞學系副教授蘇蘅

研究助理：牛隆光、黃美燕、趙曉南

執行機構：國立政治大學新聞系

計畫編號：NSC 88-2412-H-004-015

執行期限：民國 88 年 8 月 1 日至民國 90 年 3 月 31 日

中文摘要

台灣報紙在報禁開放十年以來變化快速，截至民國 86 年底的統計，台灣報紙家數已由解嚴前的 31 家成長一倍以上。受到市場強大壓力影響，追求利潤變成報紙第一要務。有關報紙新聞市場導向的問題，贊成和反對派都各提論點。本文提出市場導向對新聞事業可能產生的相互矛盾的影響，並以市場模式探討台灣報紙走向市場的環境、產生的現象及問題。結果發現，台灣報紙出現和國外報紙類似的發展：1. 廣告與新聞比率改變，廣告比率明顯增加；2. 報紙增張擴版、篇幅增加，但主要為副刊版面或軟性版面的增加。3. 新聞主題和內容的改變：報紙前三版以政治新聞掛帥的現象十年來產生改變，經濟新聞和社會新聞的重要性增加。4. 報紙出現類似國外的「新長度新聞」現象，也就是新聞篇幅愈來愈長，也出現更多分析稿，報導涵蓋區域更廣，更重視「現在」以外的時間面向，引用消息來源更多，也常訪問未必捲入新聞事件的其他消息來源等。這種新聞報導方式在適應報紙市場商業化走向，由於讀者只選擇看一家報紙，報紙通常一次提供完整而權威的報導。

本研究另外發現，報紙在市場導向運作下，產生三種矛盾的命題：1. 商業邏輯與新聞邏輯的矛盾。2. 選擇新聞資訊或娛樂的矛盾。3. 視讀者為公民或是消費者的矛盾。

根據深度訪談結果，報紙主管認為報紙市場導向是適應當下報紙產業結構變化不得不然的作法，有些報紙仍相當堅持專業第一的報紙政策，有些報紙則表示為了適應大環境的變化，已採取多角經營方式，追求綜效，把報紙變成主業之一，但已

跨足到其他產業的經營。這種作法，將對報紙內容產生深遠影響。

關鍵字：報紙、市場新聞學、市場模式、報紙內容、報禁

英文摘要

Since the lift of ban on Taiwanese newspapers in 1988, evidence has been accumulating that journalism is undergoing a critical transformation—a move away from reliance on professional norms defining what is newsworthy and how to report, toward a journalism based on observing the marketplace. A market-based model of news production argues that primary news decisions—about how to learn what is going on from the outside environment—are quite complex.

This research uses a market-based model of news production to analyze the changing editorial policies and format of major newspapers in Taiwan from 1988 to 1999. Taken together, news selecting and decision-making take place both in a specific organizational context, combining some mixture of a competitive market-based environment.

The current analysis finds out there are many content adjustments and newsroom management policies changing in response to the changing relationship between the economic order of the market and the newspaper industry. Thus news becomes a commodity shaped by a collection of markets, an elaborate compromise.

Keywords: newspaper, news content, market-driven model, reader-oriented

壹、計畫緣由與目的

報紙正面臨嚴峻的挑戰。對所有電子媒介、網際網路而言，報紙屬於傳統媒體，但隨著市場競爭加劇，報紙產業也面臨急速的改變，不僅對於新聞價值出現新的判斷，對於新聞內容、包裝和規劃也無一不以「給讀者想要」的為目標。更精確的說，報紙會根據市場法則、讀者調查來規劃新聞內容，甚至連報社組織也因應新的需求增減部門、改變組織。甚至可說，報紙對市場的承諾，和堅守新聞專業的信念之間，已經愈來愈模糊了(Underwood, 1995)。

雖然歷史悠久的報紙，在新聞傳播事業中仍扮演居龍頭老大的角色，但報紙的

黑暗面也愈見明顯。例如過去一、二十年來，報業最擔心讀者受新興電子媒體吸引，日報閱讀率降低；報業併購和財團報的出現，使報紙更重視利潤和發行人；新科技如衛星電視、錄影機、電腦的普及，也使報紙重新思考是否要納入多新科技於報紙之中。

市場問題當然用市場手段來解決。台灣報紙也逐漸採取許多市場手法和策略，例如在頭版出現新聞提要、組合式新聞報導、更多軟性新聞、具視覺吸引力的編排形式，「讀者導向」或「消費者導向」的報紙乃不斷向讀者傾斜，更多服務類資訊、更快速的導讀設計、摘要指引，都因應這種新的需要而生。

台灣報紙在解嚴十年以來變化快速，截至民國 86 年底，台灣報紙家數已由解嚴前的 31 家變成 344 家(中華民國八十七年出版年鑑，民 87)，受到市場強大壓力影響，追求利潤變成報紙第一要務，讀者逐漸變成報紙的「顧客」，有些學者及業者對此現象不以為然，堅持報紙商業考量不應影響新聞事業追求獨立、完整的專業標準；但也有人否認商業概念和技巧能幫報業起死回生，兩者可以相輔相成(Denton & Kurtz, 1993:37)。本研究探討那些因素影響解嚴後的報紙新聞走向？並經由內容分析了解商業邏輯滲透台灣報紙的新聞室後，對新聞內容產生什麼變化？研究問題如下：

- (一)市場邏輯若對新聞呈現產生影響，應該如何界定報紙新聞的商品化、或新聞商業化的概念？
- (二)市場導向是否壓縮報紙硬性新聞的空間？如何影響報紙的公共服務功能？
- (三)報紙組織如何調和商業常規和新聞常規之間的矛盾衝突？那些是報紙適應環境變化而強調的結果？
- (四)這種調和或轉變對報社來說有多重要？
- (五)報紙實際呈現那些新聞？在消息來源、主題選擇及新聞敘事又有什麼轉變？不同報紙之間有差異嗎？

貳、研究方法

本文採用文獻研究、深度訪談和內容分析等研究方法，文獻法將爬梳相關資料，探討報紙產業結構的實質變化。

本研究以「市場模式」為觀察上述現象的切入點，以三種研究方法分析檢討此一現象，三種方法為文獻研究、深度訪談和內容分析等研究方法，文獻法將爬梳相關資料，探討報紙產業結構的實質變化。由於「報紙新聞商品化」不是獨自成立的概念，而是媒介環境進入消費社會趨勢下因應而生的概念，因此研究報紙轉型，必須在「環境變遷」或「市場」概念下探討才具意義。本研究第一階段除了蒐集國內

外有關台灣報業轉變、商業化、和新聞商品化的相關文獻，歸納文獻共同使用的概念作相近或相關的定義，並以台灣報紙實際特質的交互參照比較之。

第二階段採內容分析，比較民國 77 年(即報禁開放前)和民國 87 年的中國時報、聯合報、自由時報、自立早報、中央日報、台灣日報、民眾日報等七家報紙的新聞轉變和表現，並藉由一個歷史面的比較，得知媒介環境的改變對新聞主題選擇、新聞釋義、呈現方式等，產生那些影響。

報紙內容分析完成後，則進行七家報社編輯採訪部門主管的深度訪談，以了解組織決策者、閱聽人和廣告三者，在實作上如何影響報紙表現，訪問所得是歷史動態分析的素材，更可彌補內容分析的不足，提出研究發現的進一步解釋。

參、結果與討論

首先，本研究爬梳了新聞市場導向的各家概念或定義，發現受訪報紙主管和報紙實際內容的呈現，大抵上趨近國外報紙類似的市場導向，各報主管認為是勢所必然，但影響為何，則意見不一。他們大約從幾個方向觀察：新聞特色、新聞形塑、促銷方式等來探討這種變法。如美國學者 Bogart 即說，雖然他自承無法預測新聞經濟結構的未來發展或內容必然走向，但已經可以看出新聞實務工作者和新聞機構有能力、也實際應讀者選擇的需要，加入更多商業文化的包裝。

從文獻分析來看，台灣報紙十年來的環境變化包括：

- 一、新報設立家數激增，報業市場結構改變。報禁開放十年來，相較於報系報紙的穩定生存，新報則面臨激烈競爭，多的是開辦不久的新報就結束營運。
- 二、財團辦報蔚為風氣，市場競爭激烈。目前除了中國時報和聯合報仍屬報團經營，自由時報、台灣日報、自立晚報、勁報都屬於財團經營。而自由時報的商業促銷手法，更迫使報團經營的報紙不得不採取商業促銷手法，產品和促銷都用短線經營方式。
- 三、報系報的廣告營收仍占優勢，但大報營收比率下跌，出現危機意識。

為因應外在環境變化，報紙也採取增張改版策略，嘗試各種變革：

- 一、報紙增張改版，擴增新聞與非新聞版面，以吸引更多讀者。
- 二、重視視覺效果，重新設計版面。
- 三、各報改版亦步亦趨，彼此模仿移植。

內容分析方面，報紙出現類似美國的新長度新聞報導方向，報紙使用更多照片、更大標題，人物照片和特寫、中景照片增多，都力求增加視覺吸引力。以抽樣分析的七家報紙而言，民國八十七年的新聞報導字數明顯增加，新聞套稿和話題新聞

組合方式也與十年前不同，新聞多會配合相關新聞、照片和圖表一起出現，提供讀者一次即了解新聞多面向的閱讀便利性。此外，新聞主題也與過去不同，政治新聞中，議會、黨政新聞比率增加，經濟新聞以工商產業新聞增加較多，司法、警政、犯罪新聞已比過去為多，因此可知報紙新聞的量與質皆出現明顯變化。各報的編輯政策不盡相同，使不同報紙內容出現一些差異，但商品文化包裝的現象則為報紙共同變化的方向。

深度訪談結果發現，報紙主管皆認為市場變化帶給報紙許多新挑戰，一方面增加了報紙新聞的創意，但也必須在新聞和娛樂之間取得妥協。其中最複雜的層面即在如何維持新聞專業形象和可讀、易讀之間取得平衡，但也有些主管非常強調報紙商業化是必然趨勢，而報紙競爭不過電子媒體也是事實；如此，新聞決策者對於新聞的定義出現更多異質的看法，各報為了市場區隔、掌握的資源、報紙的市場定位，主管仍對新聞類屬和內容各有其特定看法，不同報紙之間有很大差異。另外，發展電子報則是共同趨勢。

研究者最後比較十年來的變化，並提出建議：

一、有遠見的新聞工作者必須關心大環境的變化，及市場力量帶給報紙的衝擊。台灣的媒體環境複雜多變，除了經濟力量外，還有政治力的介入運作，就報紙而言，多數主管體認新聞實際走向仍以公共議題為最重要的目標，但從長遠來看，報紙也須注意市場變化使得報紙新聞品質逐漸惡化的過程。短期看來似不嚴重，但由於內容和管理目標的改變，這種變化應在媒體之間產生辯論討論，以時時體認診斷或防範未然。

二、產業力量的集中，帶給報紙更多經營的便利和效率，但是對於報紙最重要的維繫民主政治表意自由、品味，提升社會生活等目標，不能因此受到動搖。這類複雜問題沒有簡單的答案，既有體系是否要改變？如何變？都需要相當的想像和彈性，但維持既有現狀則不能帶來這種改變。

三、報紙政策會影響產業的變化，就報紙而言，出版法廢止以後，新聞局似乎不便再干涉報紙內容，但對於廣告的規範、新聞倫理道德的亂象，應該以整體架構規約，而不是零散、片段的角度來看，也並非從個別媒體的角度論其缺失。無論報紙表現好或壞，它都是整個媒體結構的一部分，報業體系需要更好，需要在不斷的監督、評估和診斷下，讓其保持痛苦而清醒的自覺和自省。

肆、計畫成果自評

一、與原計畫相符程度：大抵相符，但對於報紙如何履行公共論壇的角色，未來還可透過個別類屬新聞的內容分析，如政治新聞、經濟新聞、社會新聞等，以個案

實例討論分析之，本研究內容分析僅限於觀察十年來較為宏觀的內容變化趨勢。

二、達成預期目標情況：本研究已達成預期目標，即從文獻、內容分析和深度訪談的資料中，發現市場導向確實使台灣報紙產生質變與量變，但也認為研究方法和發現有所不足。首先、目前研究只限於一家報紙訪問一位主要主管，無法掌握十年來不同階段中，不同報紙決策者所體認的重要轉折關鍵因素。其次、內容分析以量化為主，不能深入觀察新聞言說敘事的轉變，也未觸及報紙新聞品味變化的問題。第三、未能進行讀者調查，不知讀者對於市場導向的認知及接受情形。第四、報紙市場走向是個極為複雜的問題，研究並未探討報紙產業政策未來應該的走向，並分析其可能的影響。

三、研究成果的學術或應用價值：本研究為國內第一個以報禁開放前後十年的內容變化及其影響因素為題進行的研究，從理論和實務兩個面向一起探討產業結構、內容和決策的變化，對於學理和實務應用有相當參考作用。

四、是否適合在學術期刊發表：研究者已整理前半部分文獻探討資料，已在《新聞學研究》第 64 期刊出(民 89 年，頁 1-32)。內容分析和深度訪談資料正在整理，預備另外整理一篇在學術期刊上發表。

五、主要發現或其他有關價值：

(一)台灣報紙於報禁開放後，為適應產業結構的變化，已大幅調整版面和內容，因應讀者選擇的需要，加入更多商業文化的包裝。

(二)台灣報紙十年來的環境變化包括：1.新報設立家數激增，報業市場結構改變。2.財團辦報蔚為風氣，市場競爭激烈。報紙對於新聞本身、發行等都改採商業促銷手法，產品包裝和促銷都出現短線經營方式。3.報系報的廣告營收仍占優勢，但大報營收比率下跌，出現危機意識。

(三)內容分析方面，報紙出現類似美國的新長度新聞報導方向，報紙使用更多照片、更大標題，人物照片和特寫、中景照片增多，都力求增加視覺上的吸引力。民國八十七年的新聞報導字數明顯增加，新聞套稿和話題新聞組合方式也與十年前不同，會配合更多相關新聞、照片和圖表一起出現，提供讀者一次即了解新聞全貌的閱讀便利性。更重要的是，幾類主要新聞均展現民主政治開放的民間活力，政治新聞中，議會、黨政新聞比率增加，經濟新聞以工商產業新聞增加較多，司法、警政、犯罪新聞已比過去為多，因此可知新聞的量與質皆出現明顯變化。

(四)深訪談結果發現，報紙媒體主管皆認為市場變化帶給報紙許多新挑戰，報紙改版即代表報紙必須不斷展現創意，但也必須在新聞和娛樂之間取得妥協。部分

報紙主管新聞似乎不再堅持新聞專業形象，而更重視新聞的可讀、易讀性。為此，新聞決策者除了對時效、影響、顯著性仍保持共同看法，也各有其特定看法，不同報紙之間有很大差異。

(五)研究者最後提出三項建議：1.有遠見的新聞工作者必須關心大環境的變化，及市場力量帶給報紙的衝擊。2.報紙仍須以維民主政治表意自由、品味，提升社會生活等為最重要目標，但作法上，需要相當的想像和彈性，但不可維持現狀。3.報紙政策會影響產業的變化，就報紙而言，應該以整體架構來看，不能以個別媒體報紙表現的好壞來論，報業體系需要更好，也需要在不斷的監督、評估和診斷下，讓其保持清醒的自覺和自省。

伍、參考文獻

一、中文部分

- 刁曼蓬(1997年7月)：「第一」大報 金子打造，《天下》，頁60-70。
《中華民國新聞年鑑八十年版》(1991)：台北：台北市新聞記者公會。
《中華民國八十七年出版年鑑》(1998)：台北：行政院新聞局。
- 何琦瑜(1996年6月)：媒體新兵纏鬥老將，《天下》，頁94-96。
- 呂傑華(1998年4月)：報業發展與經濟變遷--論報禁解除十周年台灣報業生態及發展趨勢，《民意研究季刊》，204:77-99。
- 周冠印(1996年2月)：陳啟家令大成報反敗為勝的獨家兵法，《商業周刊》，430:118-119。
- 孫樸圓(1992年12月)：強勢媒體金權結構大曝光，《財訊》，頁204-210。
- 黃肇松(1995年6月)：報業的危機與轉機：傳播新科技對報紙編採和經營的影響與前瞻，海峽兩岸報業經營研討會論文，6月20日至26日。
- 張秋蓉(1994年7月)：三重幫入主自立報系秘辛，《商業周刊》，346:12-18。
- 財訊(1998年5月)：王永慶印起報紙來了！台灣日報後台老闆走上檯面，頁194:62。
- 楊喬(1999年1月)：汞污泥考驗記者專業判斷力--報紙報導「台塑汞污泥事件」的比較與省思。《新聞鏡周刊》，531:6-12。
- 蔡祐吉(1996年1月)：兩大報改版面面觀，《新聞鏡周刊》，374:10-16。
- 鄧筑方(1998年4月)：無線電視重振雄風，《廣告》雜誌，83:78。
- 賴光臨(1991)：檢驗七十年代報業的發展，《中華民國新聞年鑑八十年版》。頁63-74。台北：台北市新聞記者公會。
- 瞿海源主編(1999年2月)《台灣地區社會變遷基本調查計劃》。台北：中央研究院社會學研究所籌備處。
- 羅文輝、吳筱玫、Anna Paddon(1999年4月)：台灣報紙頭版設計的趨勢分析：1952-1996，《新聞學研究》，59:67-90。

蘇鑰機(1997)：完全市場導向新聞學：《蘋果日報》個案研究，《大眾傳播與市場經濟》，頁 215-233。香港：鑪峰學會出版。

二、英文部分

- Abercrombie, N.(1991). The privilege of the producer. In Keat, R. and Abercrombie, N.(eds), Enterprise culture. London: Routledge.
- Bagby, Mary Alice(1991). Transforming newspapers for readers. *Presstime*, April, pp.18-25.
- Bagdikian, B.(1990). The media monopoly. Boston: Beacon.
- Bagdikian, B.(1997). The media monopoly. Boston: Beacon. 5th ed.
- Barnhurst, Kevin G., and Diana Mutz(1997). American Journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47(4), Autumn, pp.27-53.
- Beam, Randal(1996 Summer). How perceived environmental uncertainty influences the marketing orientation of U.S. daily newspapers. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, Vol.73, No.2, pp.285-303.
- Berstein, C.(1992, June 21). Feeding an "idiot" culture. *San Jose Mercury News*, pp. 1c, 4c.
- Bogart, Leo(1989). Press and public: Who reads what, when, where, and why in American newspapers. 2nd Edition. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Bogart, Leo(1991). Preserving the press: How daily newspapers mobilized to keep their readers. New York: Columbia University Press.
- Bogart, Leo(1995). Commercial culture: The media system and the public interest. New York and Oxford: Oxford University Press.
- Bourdieu, P.(1998). On television and journalism. London: Pluto.
- Busterna, John C.(1988). Concentration and the industrial organization model, In Picard, R.G., Winter, J.P. McCombs, M.E., & Lacy,S.(1988) (Eds.). Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation. pp.35-69.
- Cardiff, D.(1980). The serious and the popular: Aspects of the evolution of style in radio talk, 1928-1939. *Media, Culture, and Society*, 2(1).
- Dahlgren, Peter(1995). Television and the public sphere: Citizenship, democracy and the media. London: Sage.
- Dahlgren, Peter, & Sparks, Colin(Eds.)(1992). Journalism and popular

culture. London: Sage.

- Denton, Frank, & Howard Kurtz(1993). Reinventing the newspaper. A Twentieth Century Fund Paper.
- Eide, Martin(1997). A new kind of newspaper? Understanding a popularization process. *Media , Culture & Society*, 19:173-182.
- Fairclough, Norman(1995). *Media discourse*. London and New York: Arnold.
- Fielder, V.D., & B.A. Barnum(1987). Love us and leave us: New subscribers one year later. Report of the Readership and Research Committee, American Society of Newspaper Editors, Renton, Virginia, April.
- Gaunt, Philip(1990). *Choosing the news: The profit factor in news selection*. New York: Greenwood Press.
- Habermas, Jurgen(1989). *The structural transformation of the public Sphere* (Thomas Burger, Trans.). Cambridge, MA: The MIT Press.(Original work published 1962).
- Hale, F. Dennis(1988). Editorial diversity and concentration, In Picard, R.G., Winter, J.P. McCombs, M.E., & Lacy, S.(1988)(Eds.).*Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation*. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation. pp.161-176.
- Hallin, Daniel C.(1994). *We keep America on top of the world--Television journalism and the public sphere*. London: Routledge.
- Hume, E.(1991). *Restoring the bond: Connecting campaign coverage to voters*. Boston: Harvard University, John F. Kennedy School of Government, John Shorenstein Barone Center on the Press, Politics and Public Policy.
- Johnstone, W.C., E.J. Slawski & W.W. Bowman(1976). *The news people*. Urbana: University of Illinois. pp.86-87.
- Kotler, P.(1991). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*, 7th ed. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Litman, Barry(1988). Microeconomic foundations, In Picard, R.G., Winter, J.P. McCombs, M.E., & Lacy, S.(1988)(Eds.).*Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation*. Norwood, New Jersey: Ablex Publishing Corporation. pp.3-34.
- Main, R.S. & C.W. Baird(1981). *Elements of microeconomics*, 2nd edit. St. Paul, MN: West.
- McManus, John H.(1994). *Market-driven journalism: Let the citizen beware?* Thousand Oaks: Sage.

- McManus, John H.(1995). A market-based model of news production. *Communication Theory*, November, 318-338.
- McNair, Brian(1999). *News and journalism in the UK*. 3rd edition. London and New York: Routledge.
- Meyer, P.(1987). *Ethical journalism*. New York: Longman.
- Scannell, P.(1992). Public service broadcasting and modern public life. In Scannell, P., et al.(eds), *Culture and power*. Sage Publications.
- Shaver, M.A. & Lewis, R.L.(1997). Role of special sections and subsidiary publications in competitive environment. *Newspaper Research Journal*, 18(3-4), Summer-Fall, pp. 16-30.
- Sparks, C.(1992). 'Popular journalism: Theories and practice' in Peter Dahlgren and Colin Sparks(eds). *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Stepp, C.S.(1991, April). When reader design the news. *Washington Journalism Review*, pp. 20-25.
- Underwood, D.(1988). *When MBAs rule the newsroom*. New York: Columbia University Press.
- Underwood, D., & Keith Stamm(1992). Balancing business with journalism: Newsroom policies at 12 West Coast newspapers. *Journalism Quarterly*, 69(2), Summer, pp. 301-317.
- Weaver, D.H., & G. Cleveland Wilhoit(1986). *The American Journalist: A portrait of U.S. news people and their work*. Bloomington: Indiana University, pp. 71-77.