

媒體集團化與其內容多元之關聯性研究¹

陳炳宏*

投稿日期：2009年6月23日；通過日期：2010年3月30日。

* 作者陳炳宏為台灣師範大學大眾傳播研究所教授。e-mail: pxc24@ntnu.edu.tw。

《摘要》

當媒體集團化與媒體產權集中成為傳播產業發展趨勢後，傳播學術研究領域愈發重視媒體產權集中對媒體產製內容多元性的影響。近年來台灣無法自外於全球傳播產業匯流趨勢，不僅媒體集團持續擴張，產權集中情形亦益發明顯，從東森媒體集團到中時媒體集團，各媒體集團透過市場的垂直與水平整合，逐步發展成跨媒體的集團巨獸。本研究透過內容分析法，檢視中時集團併購中天電視，以及東森集團併購民眾日報前後各一年，中國時報對中天電視節目，以及民眾日報對東森電視節目等相關報導，其「量」與「質」的變化是否達顯著的差異。研究結果發現，當中天電視成為中時集團成員，以及民眾日報成為東森媒體集團成員後，中國時報對中天電視，以及民眾日報對東森電視等相關報導的「量」與「質」都有顯著的增加，相對而言則使非集團媒體企業相關的報導大大的減少，顯示出媒體集團化與產權集中確實對媒體內容多元化有顯著的影響。

關鍵詞：內容多元、媒體產權、產權集中、跨媒體集團

壹、研究背景與目的

多元 (diversity) 向來被視為是西方現代社會發展的基本價值，甚至被視為是歐洲文明的表徵 (Fossum, 1999)。原先多元只是政治理論的一個辭彙，通常在討論民主社會理論時會被論及，但時至今日，多元不僅已經成為經濟自由化與政治多樣化的表現準則，媒體多元 (media diversity) 所強調的保障公共利益，更是評價媒體表現的基準，也被視為是民主政治發展的根基 (McQuail, 1992, 2001; Horwitz, 2005)。其次在研究政治民主與現代社會發展的思潮中，多元亦是重要的理論概念與實踐指標。另外在傳播領域方面，由於自由開放的媒體環境被視為是民主政治發展的基石，因此多元自然也成為研究傳播媒體的重要概念，亦即多元理論是當代討論大眾媒體與民主政治最重要的理念之一 (陳一香, 2000; 張錦華, 1997)。

據此，當前研究媒體多元學者關注的焦點在於，雖然媒體多元是自由民主社會的重要基礎，但大眾媒體的發展卻因不符合社會多元的要求，而屢遭無法扮演維護文化多元的角色的批評 (Glasser, Allen, & Blanks, 1989)。例如有學者即指出，長期以來美國大眾媒體內容無法真實反映出族群的多元性，以及滿足各種族群的媒體需求，這已經成為各界關心的議題 (Chisman, 1998: 1)。由此可見，媒體多元與現代社會發展有著相當密切的關係。

至於當前媒體產權議題為何對台灣的媒體結構多元發展日形重要的主要原因是，台灣媒體產業在解嚴後日趨自由化與市場化，在此同時，媒體產業也日益財團化，市場逐漸遭少數集團所壟斷，導致媒體所有權的集中程度成為眾所關注的議題，而這也使得原本期待台灣媒體能藉由

政策的開放而成爲更多元的公共領域的理想遭到嚴重的質疑與挑戰（陳一香，2000: 8）。其次，台灣媒體產業在解嚴後，媒體集團化成爲主流趨勢，不僅在有線電視開放初期即有東森媒體集團、和信媒體集團的成形，近年來則有中時媒體集團的迅速擴張，陸續併購中天電視、中國電視公司、中國廣播公司，儼然已成爲台灣新的媒體集團龍頭。

1996 年美國國會通過電訊傳播法案（Telecommunications Act）後，美國聯邦傳播委員會（FCC）每兩年要檢視其媒體產權規範法規是否合宜，而其中最重要的合宜與否的標準是媒體的兩項表現指標：多元化與地方性，顯見多元的媒體表現是評估媒體產權規範適當與否的重要指標（Howley, 2003）。在台灣，2009 年 5 月 8 日國家通訊傳播委員會（NCC）針對旺旺集團併購中時媒體集團案召開台灣史上首次媒體併購公聽會，相當受到各界矚目，而 NCC 認爲「觀察中時、中視、中天等三家媒體事業結合後的這段時間以來，在跨媒體廣告活動、跨媒體有利於關係企業產品的資訊，以及進行言論上的互相宣傳等事項，已顯現出明顯加乘複合的媒體效應，對於媒體內容與言論意見的多元和多樣呈現，恐有不力發展之虞」，因此對三中（中時、中視、中天）的經營者提出問題，包括「目前中視、中天公司同一節目或同一評論、同一報導的重複播放比例爲何？同一新聞節目議題在中時、中視、中天等媒體相互討論與播出的情形如何？當事人和擬任負責人該如何確保觀眾的收視權益，提供多元節目內容與訊息？當事人和擬任負責人該如何從經營面與組織面架構上維持三家媒體事業新聞與節目內容製播中立與獨立之運作，而不至於發生有過度的內容互相留用與宣傳的情形？」等（國家通訊傳播委員會，2009 年 5 月 8 日），顯示內容多元已成爲媒體產權集中的關鍵議題。

整體而言，當前「多元化」概念的核心意涵正受到來自政治、經

濟、科技、文化與社會變遷的挑戰與影響，除產業市場型態或產權結構等媒體企業本身的因素外，甚至全球化發展趨勢（如跨國媒體集團的興起）亦會對媒體多元產生深遠的影響（Lamphere, 2001: 460）。因此，當媒體多元意涵伴隨著媒體科技不斷發展，以及媒體產業匯流發展等趨勢影響，受到質疑與挑戰，而有必要重新檢視時，本研究即有意從探討跨媒體產權與媒體內容多元的關連性著手，檢視媒體匯流時代的媒體多元的意涵，除可以藉此了解台灣跨媒體產權發展與集團化趨勢對媒體內容多元化的關連與影響外，也期待能提供更多探討媒體產權與內容多元的實證研究資料，作為未來落實媒體多元以建構民主社會基礎的立論依據。

貳、相關理論與文獻探討

諸多傳播研究指出，掌控媒體的企業對民眾新聞資訊的取得、公共輿論的模塑、通俗文化的成形，以及民主政治的發展，有著相當重要的影響（Bagdikian, 1997; Gershon, 1997）。而從當前媒體產業發展趨勢來看，跨媒體產權與產權轉移是媒體集團面對市場競爭與擴張市場佔有率與影響力的重要策略，不過那都是從經營者的經濟觀點出發，而關心媒體多元者必須體認的是，關注媒體產業發展不必只有業者或經濟的觀點，而更應該從閱聽眾的角度來觀察，媒體產權轉移或跨媒體產權對閱聽眾接收資訊的多元化、媒體近用權，以及公共利益等的影響為何？閱聽眾的利益何在？這才是檢視媒體多元的重要角度（Meier & Trappel, 1998: 57）。以下將分媒體多元理論與研究意涵，以及媒體產權與媒體內容關聯性兩部分來探討。

一、媒體多元的理論與研究意涵

社會學者分析多元化的社會學意義時認為，多元化是一組複雜的社會變遷現象的組合，它包括特殊化、聚合化、理性化、平權化，及世俗化等五大特質，而社會多元化正是這組五項基本特質互相作用，相互激盪的結果，因此多元化已成為觀察台灣社會發展的重要指標（瞿海源，1984）。最早在傳播研究領域對多元社會做觀察研究的是 Harold Lasswell，他與諸多傳播學者根據媒體功能論指出，大眾媒體若要能肩負傳遞文化的功能，那麼在面對多元社會中多元價值的需求時，單一的媒體型態勢必不能符合此需求，因此多元媒體變成為多元社會之前提，媒體多元也必然成為社會多元化發展的前導趨勢，因此，大眾媒體自應負擔起維護多元言論市場的責任，進而貫徹民主社會賦予媒體言論自由的使命（吳翠萍，1995: 64；游晴惠、謝佳雯、張雅雯，1991），而這其中所指涉的媒體多元包括媒體數量、媒體類型、媒體產權，以及媒體內容的多元等。

簡單來說，媒體多元的研究議題可分成內容多元與結構多元兩大類，其中內容多元議題包括近用多元、意見多元，以及產品多元，結構多元則分組織資源、法規，以及政策等三面向來討論（陳一香，1999）。以前述研究架構為例，過去媒體多元的相關研究，多數集中在內容的分析，還有少數探討市場競爭與內容多元的關連性問題，而針對產業結構的多元議題進行研究則較少見，因此從產權結構的角度去研究媒體多元化，不僅可以對產製內容與市場競爭對媒體多元的影響研究，提供另一研究面向的思考，也可以建構多面向的媒體多元研究議題，進而建構完整的媒體多元理論與實證的研究基礎，因此相當值得關心媒體

多元議題的傳播研究者加以探究。

不過雖說媒體多元對於民主社會有著重要的影響，但是傳統上，探討媒體多元議題的論述，大多停留在理論與哲理層次的討論，很少有實證研究的出現，即使有也極其有限（McCombs, 1987）。即便這些年來陸續有相關實證研究出現，但值得深入探究的是，不少研究結論都未必支持媒體多元理論的論述，即研究發現媒體市場的多元化未必帶來媒體內容的多元，甚至據此質疑媒體政策中反托拉斯條款的適用性，因為既然市場多元未必與內容多元有正相關，那又何必運用反托拉斯條款來規範媒體企業（例如產權轉移或跨媒體產權）呢（McCombs, 1988）？

但另有研究指出，媒體產權管制的放鬆將引導市場產生產權轉移現象，進而強化媒體集團的影響力，而其中最被詬病的影響即是媒體集團對意見自由市場的控制以致資訊內容單一化與意見多樣性的減少，導致民主政治所仰賴的新聞自由流通與多元資訊管道的發展基礎陷入危機中（Albarran & Dimmick, 1996; Bagdikain, 2000）。也就是說，傳播產業產權的集中與市場整合併購等經營策略，對媒體內容勢必產生重大影響，即使制訂有反托拉斯法的規範，但基於科技的發展過快與媒體產業的政治特質，其預期的規範效果可能不高（Ozanich & Wirth, 1998）。

其次，也有一種論調指稱，新傳播媒體出現所帶來的多媒體環境，通常會產生媒體多元的效果，並呈現出表現多元文化的媒體內容（Kerr, 2000）。如果新媒體的出現真可產生前述的效果，那只要傳播科技不斷創新，使新媒體不斷的出現後，媒體多元自然可以水到渠成，自不必特別的關注與保護。這種論調其實與前述由媒體數量的角度來評量媒體「多元」意涵的論述，頗有異曲同工之妙。

若先不論前述實證研究與理論論述的合理性與真實性，近年來媒體產業的快速變遷已讓媒體多元再度成爲重要課題。根源於傳播科技的發

展，媒體產業的數位傳輸、產業匯流，以及跨業經營與整合的潮流趨勢，已經使得傳統媒體的界線日趨模糊（交通部電信總局，2002），這也就是說，既有的電信事業、廣播電視、網際網路、有線電視，甚至衛星電視等結合，都已經改變傳統認知的媒體服務概念，因此媒體多元的檢驗觀點不再只侷限於單一類媒體，或單一媒體市場，因為媒體的跨業整合與跨業服務機制使得媒體多元的意涵在此產業匯流的時代變得更複雜，亦使得媒體多元的意涵有重新檢驗與審視的必要性。

換句話說，當媒體產業在數位化與寬頻化科技發展下，日趨因媒體匯流而產生跨媒體整合時，跨媒體產權對媒體多元化的影響，不管是對媒體內容影響的問題、市場競爭的問題，還是產權結構的問題，可能要比過去研究媒體多元化的問題要來得複雜得多，因此實有必要加以關注與解讀。

但如前所述，許多著力於媒體市場型態與內容產製多元性間關係的研究皆指出，市場競爭與否應與媒體產製內容是否多元並未有直接的相關，甚至還呈現負相關的情形，因此諸多相關研究結論認為，傳統理論上認定市場競爭必帶來媒體內容多元的理論基礎應該調整（McCombs, 1987; McCombs, 1988; Busterna, 1988; Voaker, Kapfer, Kurpius, & Chern, 1996）。但是值得探究的問題是，為何市場型態與內容多元的實證研究的結果，會與理論的基本假設有此差異呢？解答這疑問，似乎可以從Jacklin（1978）對多元意涵的分析得到些啟發。他強調如果數量上多元的媒體環境，但其產權結構卻呈現單一化，則數量的多元並不能保障言論市場的多元，亦即媒體數量的多元並不能保障其呈現出來意見或內容的多元，因此媒體產權類型的多元遠比數量的多元要來得重要。

不過以媒體產權來說，雖然產權類型的多元（diversity in kind），亦即媒體產權類型具有數量多元的特性（例如各個媒體企業屬於各個不

同媒體集團所擁有），這要比數量多元來得有意義些，不過 Jacklin 還是強調，媒體產權的多元還不能說是媒體多元的具體表徵，因為媒體多元指的不只是產權類型的多元，不是有各種類型的產權型態即可，他更強調媒體產權代表性的多元（representative diversity）的重要意義，亦即各種具代表性的產權類型都能同時存在媒體市場中，例如弱勢族群媒體、非營利組織媒體，以及公共媒體等型態都存在，這才是媒體產權多元的理想狀態。

雖然前述的說法並不是要提供相關研究與理論互為矛盾的解答，但或許可以提供探究媒體市場競爭與內容多元間關聯性的研究者些許新的省思角度；也就是說，或許媒體多元的意涵不應只關注在市場競爭，即表象上競爭者數量的問題，而是要深究產業結構的根源，也就是產權結構層次的問題。

在整理媒體多元相關研究後，鄭瑞城（1993）指出，媒體多元議題可以分成上下兩層結構來探討，上層結構包括如內容與文化等，而下層結構如媒體產業結構與所有權，但是因為下層結構會影響上層結構，因此下層結構的探討對媒體多元更形重要。因此為達成媒體多元的目標，最重要且最有效的方法便是從產權著手，將產權結構與予分化，才能保障媒體多元的發展（鄭瑞城，1993: 61）。其次相關研究亦指出，媒體多元的民主意義在於滿足民主社會的多元需求，因此成為媒體產製內容與品質的重要原則，但是隨著廣電媒體的解管制，以及管制的基本精神愈趨市場經濟理論，主張開放媒體市場以因應媒體多元的需求，這時媒體多元的實質意涵與關注面向即從媒體內容轉向市場與產業結構的角度，探究如何維持健全與多元的媒體經營環境著手（石世豪，1997）。

綜合上述討論，本研究即有意將媒體多元議題從探討市場競爭與媒體內容的關係，轉向探究媒體產權結構與其內容的關聯性問題，冀望提

供媒體多元議題更廣泛的研究角度。

二、媒體產權與內容多元之關聯性

美國對媒體企業間的併購向來非常關注，因此常透過反托拉斯法與其他相關法規來保證媒體內容的多元（Horwitz, 2005）。在針對影響媒體產製內容的因素進行分析後，Shoemaker 與 Reese（1996）提出影響媒體內容因素理論（theories of influences on mass media content），試圖解構影響媒體產製內容的因素。他們認為影響媒體產製內容的因素可分五個層次來說明：第一是個人層次（individual level）；二是媒體產製慣例層次（media routines level）；三是組織層次（organization level）；四是媒體外部層次（extramedia level）；第五則是意識形態層次（ideological level）等，其中組織層次因素即包括媒體擁有者對媒體內容的影響，意指媒體產權對媒體內容是有影響力的。

Bagdikian（1989, 1997, 2000）長期以來即相當關注媒體產權對媒體內容的影響，他曾在美國國會的「媒體產權：多元與集中」公聽會上強調，媒體產權轉移趨勢將嚴重影響媒體內容的多元性，不僅影響人民知的權利，可能更進而控制人民知的自由。基於相同的理念，Iosifides（1997: 659）建議媒體產權應該受到限制，媒體產權轉移的議題不應只關注在擁有媒體者能擁有多少數量的媒體，或者是總營業額、總廣告營收，還是收視率或閱報率等等，其實更應該關注的是媒體產權結構的問題，因為基於媒體的影響力，其產權轉移程度應該是要受到限制的。

若提及以媒體產權為研究主軸，研究其與其他媒體面向之關係的學者，Grotta（1971）被視為是最早期且最深入針對產權結構影響媒體內容進行研究的學者。他曾針對不同的可能影響因素，包括廣告價格與內

容品質，來比較在 1950 年到 1968 年間，產權結構由獨立報社變成報業集團的 40 家報紙，以及保持原有產權形態的 114 家報紙，不同產權結構的媒體間，其廣告售價、員工人數、新聞版面大小、地方新聞比例，以及言論版面大小等等的差異，結果發現產權轉換與否對前述各個檢驗指標都沒有顯著的關聯性，亦即產權結構對媒體內容沒有顯著的影響。

Hale (1988) 同樣利用媒體產權為變項，以報紙評論版面數、地方與全國事務評論數、廣告版面數等 16 項指標，來檢驗 28 份分屬報業集團與獨立報社的報紙在內容多元性方面是否有顯著差異。他的研究結果顯示，在內容多元性上，集團與獨立報紙幾乎沒有差異，這也與傳統認為獨立報比集團報更重視地方新聞與地方事務評論的想法有所不同；也就是說，媒體產權結構對內容多元與否沒有顯著的關連性。Limor, Gabel 與 Oren (2003) 以色列兩個最大的電視集團與音樂集團作為研究對象，來分析媒體產權對媒體內容的影響。研究結果顯示，他們的研究發現與傳統的想法有所不同；也就是說，以色列的研究案例也發現，媒體產權與媒體內容沒有顯著的影響存在。

不過，有些檢驗不同影響變項的研究則有不同於 Grotta (1971) 與 Hale (1988) 的發現。例如 Wackman, Gilmore, Graziano 與 Dennis (1975) 分析從 1960 年到 1972 年獨立報紙與集團報紙對四任總統選舉候選人報導的偏愛差異，研究發現，集團報紙比獨立報紙更偏好公開推薦候選人 (endorsement)，集團報紙內容也比獨立報紙更容易偏袒集團所有人偏愛的候選人，同一集團的報紙報導內容幾乎都偏向同一位候選人，在報導內容上同質性更高。因此 Wackman (1975) 等人的研究結論強調，媒體產權的差異會影響媒體內容的多元性。

楊蕙萍 (1996: 131-133) 根據多元化觀點探討報系與非報系報紙地方版新聞的多元化差異，利用新聞外觀 (新聞面積、標題面積、照片面

積)以及新聞內容(報導方式、新聞產製來源、涵蓋地區、新聞主題、消息來源)等分析類目,來檢視報紙新聞多元化的情形與差異。研究結果發現,在新聞外觀與新聞內容兩方面,報系與非報系的報紙都有差異,其中非報系報紙(民眾日報與台灣時報)的新聞面積與照片面積所占的篇幅,遠超過報系的報紙(中國時報與聯合報);另外在新聞內容方面,報系的報紙比非報系的報紙更重視特寫、專訪,以及讀者投書等內容的比重。這項研究結論強調,報系報紙的新聞比較符合多元化的概念,新聞類目的範圍較廣泛,非報系報紙可能受限於報社資源、記者數量及素質等條件限制,因此在新聞多元化上表現較為不理想。

陳炳宏(2002)以台灣電視公司等四家無線電視台,在1999年4月間報導公投新聞為例,比較分析民視產權對媒體內容的影響後發現,就各台報導公投新聞的數量來比較,四台公投新聞總報導則數是51則,其中以民視播報33則為最多,占總數的64.7%;其餘依序是中視8則(15.7%)、華視6則(11.8%),最後是台視4則(7.8%),而以報導總則數來看,民視的總報導量約是其他三台總和的1.8倍。其次,若以報導長度來比較,四台公投新聞報導總長度是101分32秒,其中民視報導總長度是83分3秒,占四台公投新聞總長度的81.8%,居四台之冠;其餘依序是中視的7分34秒(7.5%)、華視的5分47秒(5.6%),以及台視的5分8秒(5.1%)。以公投新聞為例,民視產權嚴重影響其對公投新聞的選擇與重視程度,亦證實媒體產權對媒體多元的影響。

其次,王尹軒(2002: 170-171)從產業結構面,以股權再管制的角度,來剖析商營無線電視台所有權及其經營問題。她的研究建議,在現行的商營體制下,強制電視公司股票公開發行上市,輔以電視台董監事會之外部監察人等組織形成公司內部監控,並在商營體制與公共體制

間，引進較溫和的漸進的組織改革方式，讓現行商營體制下的無線電視公司，形成一套準公共的商營電視制度配套機制，在達到商營無線電視股權多元化之外，亦可善盡媒體的社會責任。這項研究建議亦突顯出媒體產權與媒體多元的問題，因為這不單單是企業經營的問題，應該還與媒體的本質及其社會角色與功能相關，因為多元媒體反映多元思想，以服務多元社會，媒體產權政策必須善加規劃，並防止產權轉移，如此才有展現社會多元的機會。

另外，針對自立晚報在產權轉移後，其選舉新聞報導內容的變化情形，廖敏如（1997: 147）研究發現，自立晚報在產權轉移前後選舉新聞報導的變化，並不反映在報導數量上，只要反映在其對政黨及候選人評價與形象，以及重大議題意義詮釋等報社觀點上。例如，研究發現，自立晚報在產權轉移前，其選舉新聞的內容對國民黨或其候選人的評價及整體印象多呈現不利或負面的情形，但在產權轉移後，報導則明顯變得較為正面或有利，使評價多變成較中立；也就是說，自立晚報產權轉移對期許選舉新聞報導內容的影響研究發現，報紙觀點確實會隨產權的轉移而有明顯的變化。

因此綜合媒體產權與媒體集團化對媒體內容多元的影響等研究，鄭瑞城（1993: 64）建議，為促進媒體多元化目標，政府應以媒體產權結構為重點，制定反托拉斯基本法，或媒體集中規範，以減緩媒體集團的壟斷資源與言論市場。以有線廣播電視法修法為例，陳炳宏（2001）探討媒體角色與媒體產權規範關係後亦建議，政府應該以維護媒體產權多元化發展為前提，在完全不限制有線電視系統股權持有比例後，應正視媒體產業集中化的趨勢，對媒體產權訂定更嚴謹的反集中規範，而不該放任大集團蠶食鯨吞媒體產業，妨礙媒體產權多元化與媒體多元化發展。羅世宏（2003）研究則指出，諸多研究發現，媒體產權的解管制已

嚴重侵害媒體多元化發展，因此他建議，政府應該對媒體產業產權進行再管制，以落實公器公用精神，並充分保障產權多元、內容多樣的媒體生態，進而維護民主社會公民的傳播權益。

媒體產權規範對媒體多元的重要性可以用 Petros Iosifidis 的論點作總結，鑽研競爭政策的學者 Iosifidis (2002) 針對規範媒體市場的競爭政策提出重要觀點，就是競爭政策對規範媒體市場是有限的，也就是說不足的意思。他認為競爭與併購規範完全無法保證媒體內容的多元性，以及閱聽眾的多元選擇，因此針對媒體產業而言，更進一步的規範政策必須被提出與執行，其中最應被考慮的就是媒體與跨媒體產權規範、內容規範，以及公共廣播電視制度的保障等措施 (Iosifidis, 2002: 25)，也就是說，規範媒體產權是保障媒體多元的重要主張。

綜合以上研究文獻與論述，本研究將以台灣媒體併購案為研究對象，探討媒體集團化後，其內容的變化情形，希望能了解媒體集團化對內容多元的影響。亦即，本研究基於過去文獻的研究結果，以及實地以台灣媒體產權變遷對媒體內容影響的概要觀察，本研究決定分析中國時報及民眾日報影劇版的娛樂新聞報導，在產權轉換前後各一年間，中國時報對中天電視三頻道，以及民眾日報對東森集團所屬頻道的報導數量（版面與則數）與報導內容等的變化，來檢驗媒體產權與媒體內容多元的影響關係。

因此針對媒體產權轉移與內容多元關聯性的研究問題，本研究擇定併購中天電視台的中國時報，以及遭東森集團併購的民眾日報的報紙內容，以這兩報的影視娛樂版的新聞作為分析對象。也就是說，為解答本研究問題，本研究分析中國時報在併購中天電視台，以及東森媒體集團併購民眾日報後，兩大報影視娛樂版的報導內容是否與其母集團媒體（中天電視與東森電視）節目內容有所關聯，亦即媒體產權轉移化影響媒

體內容的情形。主要研究問題陳述如下：

- (一) 中國時報集團併購中天電視前後，中國時報影視娛樂版報導中天電視節目相關報導的變化情形為何？
- (二) 東森媒體集團併購民眾日報後，民眾日報影視娛樂版報導東森電視節目相關報導的變化情形為何？
- (三) 媒體集團化與媒體內容多元化的關連性及其政策意涵為何？

參、研究方法

本研究運用內容分析法 (content analysis) 來解答前述研究問題，藉由內容分析法，探究被東森媒體集團併購的民眾日報，以及被中時報系併購的中天新聞台，這兩個媒體在轉換產權，形成媒體產權益趨集中的媒體集團後，其產製內容的變化情形。

根據研究問題，本研究決定選擇影視娛樂版新聞作為內容分析的對象，來研究媒體產權與內容多元的關係。選擇影視娛樂新聞的主要原因有三：一是根據文獻顯示，媒體多元議題分析的媒體內容，大多專注於各類型新聞報導比例的變化，來檢視不同產權（或產權轉移）與媒體內容多元的關連性。不過對此，相關文獻並沒有明確的研究定論（Grotta, 1971; Wackman, Gilmor, Graziano, & Dennis, 1975; Hale, 1988；陳炳宏，2002; Bishop & Hakanen, 2002; Limor, Gabel, & Oren, 2003），因此本研究希望可以跳脫過去相關研究聚焦在分析與統計報紙各種類型新聞的總量變化，能從媒體產權本身的特性，尋求較適切與相關的新聞報導類型作為研究兩者間關連性的分析對象，期待能更具解釋力與說服力。

其二是，本研究研究旨趣在從產業變遷的角度，來看產權對媒體內容多元的影響，因此若能直接選擇與媒體母集團跨媒體經營特性相關的

報導內容來分析，應較為合適。以併購中天電視的中國時報，以及被東森集團併購的民眾日報為研究對象，一般認為兩家媒體此舉都是著眼於跨媒體經營的綜效策略，因此如果要選擇兩家媒體產權變遷最直接影響的相關內容，那應該就是兩報的影視娛樂新聞報導。

其三是根據本研究在進行正式研究前，簡略對兩報相關版面新聞的分析與觀察後發現，以民眾日報為例，雖然民眾日報長期以來都有影劇版，但是在 2000 年 2 月年被東森集團併購後，²同年 3 月 1 日起，原本的影劇版即從半版的黑白版面，變成三個版的彩色版面，而且根據概略觀察所得，民眾日報變成每天都有關於東森電視台的報導出現，算是極為明顯的內容變化。

本研究內容分析之來源係以媒體產權轉移之前後一年為範圍，其中中國時報內容分析係以其於 2002 年 6 月 1 日併購中天電視前後一年，時間為併購前 2001 年 6 月 1 日至 2002 年 5 月 31 日，以及併購後 2002 年 6 月 1 日至 2003 年 5 月 31 日止；在抽樣天數方面，週一至週五抽取三天，週末抽取一天，一週共四天，共抽取 416 天的新聞。其次民眾日報內容分析抽樣期間係以 2000 年 2 月 1 日東森集團併購民眾日報前後各一年，時間為併購前 1999 年 2 月 1 日至 2000 年 1 月 31 日，以及併購後 2000 年 2 月 1 日至 2001 年 1 月 31 日止；在抽樣天數方面，週一至週五抽取三天，週末抽取一天，一週共四天，共抽取 416 天的新聞。

除相關報導總量的統計外，在報導內容的分析項目方面，共計分為「內容指標」與「版面指標」兩大項，其中內容指標包括相關報導之內容面積、標題面積、照片張數、照片面積，以及平均總面積等五項；而版面指標則包括版面（影視頭版 / 非頭版）、版位（頭條 / 非頭條）、標題處理（標題是否出現集團企業名稱，如中時的報導出現「中天」二字，或民眾的報導出現「東森」二字），以及版面是否為彩色版等四

項，共計 9 項指標，分以卡方檢定及 t 檢定統計檢驗方式檢視其報導之變化。

肆、媒體產權與內容多元之關連性

本節關聯性探討分成兩部份，第一部分先討論中國時報在併購中天電視前後，其報導中天電視相關節目內容的改變；第二部分檢視民眾日報在遭東森電視併購前後，其報導東森電視節目相關內容的改變。

一、產權轉移前後中國時報報導中天電視內容之分析

中國時報抽樣時間為中國時報併購中天電視（2002 年 6 月 1 日）前後各一年，時間為 2001 年 6 月 1 日至 2002 年 5 月 31 日以及 2002 年 6 月 1 日至 2003 年 5 月 31 日。在抽樣天數方面，週一至週五抽取三天，週末抽取一天，一週共抽四天，前後一年共計各抽取 208 天，兩年共抽取 416 天的影視版新聞作為本研究分析樣本。在上述抽樣時間範圍內，經統計結果，併購前一年中國時報分析樣本中有 38 天出現與中天相關的新聞共計 45 則，併購後一年樣本中有 78 天出現與中天相關的新聞共 92 則，報導天數與新聞報導量都增加超過一倍。

首先在「內容指標」方面，中天電視產權轉移前，中國時報平均每則有關中天電視報導的總面積（包含內文、標題及照片面積相加）為 72.8 平方公分，產權轉移後為 148.5 平方公分，總面積增加一倍有餘，經統計檢驗其間差異達極顯著（ $p < .001^{***}$ ）。而在內文面積部分，所有權轉移前內文面積為 48.1 平方公分，在轉移後增加為 76.8 平方公分，內文面積亦增加近一倍，經統計檢驗，其間差異達非常顯著（

$p < .01^{**}$)。另外在標題面積部分，在轉移前平均每則有關中天電視的標題面積為 12.8 平方公分，轉移後增加為 32.2 平方公分，前後標題增為二點五倍以上，可知轉移後標題顯著變大，經統計檢驗，其間差異達非常顯著 ($p < .01^{**}$)。最後在照片面積部分，在產權轉移前，平均每則有關中天的照片面積為 11.9 平方公分，在轉移後增加為 39.6 平方公分，變為原先的 3.3 倍，經統計檢驗，顯示在產權轉移後，有關中天新聞的照片顯著放大 ($p < .01^{**}$)；且在照片張數的運用上，在產權轉移前後，使用照片的張數明顯增加約六倍，平均每則新聞在產權轉移前有 0.2 張照片，轉移後增為 0.6 張，經統計檢驗，其間差異達非常顯著 ($p < .01^{**}$)。有關「內容指標」分析及統計檢驗結果如下表：

表一：中國時報報導中天電視之「內容指標」變化分析

面積單位：平方公分

所有權轉移前後		平均數	t 值	自由度	顯著性
總面積	併購前	72.8	-4.376	129.565	$p < .001^{***}$
	併購後	148.5			
內文面積	併購前	48.1	-2.995	135	$p < .01^{**}$
	併購後	76.8			
標題面積	併購前	12.8	-3.405	122.298	$p < .01^{**}$
	併購後	32.2			
照片面積	併購前	11.9	-3.432	131.601	$p < .01^{**}$
	併購後	39.6			
照片張數	併購前	0.2	-3.361	134.542	$p < .01^{**}$
	併購後	0.6			

* $p < 0.05$ ，** $p < 0.01$ ，*** $p < 0.001$

其次由「版面指標」來看中天產權轉移前後中時相關報導的變化，在相關報導的「版面順序」方面，產權轉移前沒有任何一則新聞放在影視頭版，但產權轉移後則有 9 則中天相關新聞出現在影視新聞頭版，經

統計檢驗，其間的差異達顯著水準（ $\chi^2=4.712$, $df=1$, $p<.05^*$ ），亦即產權轉移後，中天相關新聞出現在中時影視頭版的比例增加。其次在「版面位置」上，產權轉移前只有出現一則中天相關的頭條新聞，但在產權轉移後，位在影視版頭條的新聞則多達 12 則，經統計檢驗，顯示在產權轉移前後中國時報對中天新聞版面位置的處理有顯著差異（ $\chi^2=4.120$, $df=1$, $p<.05^*$ ），亦即產權轉移後，中天新聞位在版面頭條的比例已明顯增加。另外在「標題處理」上是否出現『中天』二字，產權轉移前中天作為標題共出現 28 則，產權轉移後則出現 39 則，經統計檢驗，在產權轉移前後其差異達到顯著差異（ $\chi^2=4.756$, $df=1$, $p<.05^*$ ）。最後，中天相關新聞出現在「色彩版面」的數量也由產權轉移前的 22 則增加為 71 則，經統計檢驗結果顯示，產權轉移前後的差異達非常顯著（ $\chi^2=11.089$, $df=1$, $p<.01^{**}$ ）。有關「版面指標」分析及統計檢驗結果如下表：

表二：中國時報報導中天電視新聞「版面指標」之變化

單位：則

分析項目		產權轉移前	產權轉移後	卡方值	顯著程度
版面	頭版	0	9	4.712	$p<.05^*$
	非頭版	45	83		
版位	頭條	1	12	4.120	$p<.05^*$
	非頭條	44	80		
標題處理（含「中天」二字）	有	28	39	4.756	$p<.05^*$
	無	17	53		
版面色彩	彩色	22	71	11.089	$p<.01^{**}$
	黑白	23	21		

註 1：* $p<0.05$ ，** $p<0.01$ ，*** $p<0.001$

註 2：本表的版面指影視該落的影視版

二、產權轉移前後民眾日報報導東森電視內容之分析

民眾日報抽樣時間為東森集團併購民眾日報（2000 年 2 月 1 日）前後各一年，因此分析期間為 1999 年 2 月 1 日至 2000 年 1 月 31 日以及 2000 年 2 月 1 日至 2001 年 1 月 31 日止。在抽樣天數方面，週一至週五抽取三天，週末抽取一天，一週共四天，共抽取 416 天的新聞。本研究在上述時間範圍內，東森集團併購民眾日報前一年 208 天當中，有 24 天出現與東森相關的新聞共計 25 則，併購後一年 208 天當中，有 132 天出現與東森相關的新聞共計 189 則，前後各一年相關新聞報導的天數增加五倍以上，相關新聞報導的則數則增加七倍以上。

若以五項「內容指標」檢視民眾日報在被東森媒體集團併購前後，其對東森媒體節目報導內容的變化時可以發現，單則新聞的面積從 112.1 平方公分增加為 239.7 平方公分，增加一倍多，經統計檢驗結果發現，其間差異達極顯著水準（ $p < .001^{***}$ ）。其次內文面積則變化較小，從 61.2 平方公分變成 64.4 平方公分，經統計檢驗未達顯著水準。但其標題面積則由 36.6 平方公分增加為 70 平方公分，增加近一倍，經統計檢驗結果發現，其間差異達非常顯著水準（ $p < .01^{**}$ ）。另外在照片處理方面，照片張數增加驚人，從併購前的 4 張，增加成併購後的 146 張，增加超過 36 倍，經統計檢驗結果發現，其間差異達極顯著水準（ $p < .001^{***}$ ），而照片面積同樣也是大幅成長，從 14.3 平方公分增加為 105.4 平方公分，增為 8 倍，經統計檢驗結果發現，其間差異達極顯著水準（ $p < .001^{***}$ ）。整體研究結果顯示，東森集團併購民眾日報前後，民眾日報報導東森媒體集團相關新聞的量的變化非常明顯。有關「內容指標」分析及統計檢驗結果如下表：

表三：民眾日報報導東森電視之「內容指標」變化分析

面積單位：平方公分

所有權轉移前後		平均數	t 值	自由度	顯著性
總面積	併購前	112.1	-7.277	42.337	p<.001***
	併購後	239.7			
內文面積	併購前	61.2	-.543	27.476	p>.05 n.s.
	併購後	64.4			
標題面積	併購前	36.6	-3.281	212	p<.01**
	併購後	70			
照片面積	併購前	14.3	-9.819	68.459	p<.001***
	併購後	105.4			
照片張數	併購前	0.2	-7.358	36.479	p<.001***
	併購後	0.8			

註 1：*p<0.05，**p<0.01，***p<0.001

其次由「版面指標」來看產權轉移前後民眾對東森媒體相關報導的變化後發現，在相關報導的「版面順序」方面，產權轉移前有 17 則相關新聞放在影視頭版，產權轉移後則有 24 則相關新聞出現在影視新聞頭版，經統計檢驗，其間的差異達顯著水準（ $\chi^2=43.597$, $df=1$, $p<.001***$ ），亦即產權轉移後，東森相關新聞出現在民眾影視頭版的比例增加。其次在「版面位置」上，產權轉移前只有出現四則東森相關的頭條新聞，但在產權轉移後，位在影視版頭條的新聞則多達 64 則，但經統計檢驗，顯示在產權轉移前後民眾日報對東森新聞版面位置的處理沒有顯著差異（ $\chi^2=3.250$, $df=1$, $p>.05$ ）。另外在「標題處理」上是否出現「東森」二字，產權轉移前東森作為標題共出現 18 則，產權轉移後則出現 123 則，但經統計檢驗，在產權轉移前後其差異亦未達到顯著差異（ $\chi^2=.471$, $df=1$, $p>.05$ ）。最後，中天相關新聞出現在「彩色版面」的數量也由產權轉移前的 10 則增加為 51 則，不過經統計檢驗結果

顯示，產權轉移前後未達顯著的差異 ($\chi^2=1.835$, $df=1$, $p>.05$)。有關「版面指標」分析及統計檢驗結果如下表：

表四：民眾日報報導東森媒體新聞「版面指標」之變化

單位：則

分析項目		所有權轉移前	所有權轉移後	卡方值	顯著程度
版位順序	頭版	17	24	43.597	p<.001***
	非頭版	8	165		
新聞位置	頭條	4	64	3.250	p>.05 n.s.
	非頭條	21	125		
出現「東森」二字	有出現	18	123	.471	p>.05 n.s.
	無出現	7	66		
版面色彩	黑白	15	138	1.835	p>.05 n.s.
	彩色	10	51		

註：*p<0.05，**p<0.01，***p<0.001

伍、結論與建議

從研究結果來看，中國時報併購中天電視前後一年間，中國時報影視版出現有關中天的新聞總則數與新聞平均面積都增加超過一倍。其次，內文面積雖沒有加倍成長，但標題大小卻增加一倍半以上。另外在照片方面，照片總張數大幅增加為五倍多，照片面積則增大超過三倍，真可說是相當醒目，這些都是中天電視產權轉移後，中國時報相關報導非常顯著的變化與差異。此外，在版位處理上，中天電視成為中國時報影視新聞落頭版新聞的機會也增多，不僅出現在中國時報影視新聞落頭版的新聞大量增加，而成為各影視新聞版的頭條新聞的數量也同樣大幅增加。至於標題中出現中天字眼的量則小幅提升，但在黑白或彩色版面

的變化差異則亦非常明顯。因此整體來說，中國時報併購中天電視台後，在內容上除「量」的增加外，在相關新聞處理上也藉由版面與版位等呈現方式「質」的改變看得出其差異。

其次，在民眾日報方面，民眾日報產權轉移給東森媒體集團前後一年間，民眾日報出現東森相關新聞的天數增為五倍以上，報導則數則增為七倍以上。其次，內文面積也比以往增加，不過沒有明顯差異；另外，標題面積也增為兩倍；而有關東森的照片前後增加 36 倍，平均面積則增為 8 倍，變化都極為顯著。換句話說，東森集團在併購民眾日報後，民眾日報對東森電視節目內容的報導數量有明顯增加，且在單則新聞版面呈現上，也較併購前顯著，雖然在幾項的版面位置指標的差異不大顯著，但整體來看各項指標在數量比例上還是有明顯的差異。此外，在版位順序、新聞位置、東森一詞作為標題，以及版面色彩等各項版面指標上，相對於內容指標而言，除版位順序外，其餘在併購前後一年間的差異比較不是那麼顯著。因此整體來說，東森集團併購民眾日報後，民眾日報對東森電視相關報導在「量」的增加上比「質」的改變要來得大許多。

本研究研究中國時報併購中天電視成為其中時集團旗下成員，以及東森集團併購民眾日報使其成為集團成員後，相關報導的量與質的變化後發現，媒體併購行為的發生使其成為同一媒體集團旗下的成員後，確實對媒體內容的產製量與報導質都會有顯著的影響，因為相對而言，中國時報與民眾日報對其他媒體的報導量皆大幅減少，顯示本研究結果媒體集團化會影響媒體內容多元性的發現，與國內外相關研究文獻的結論有相當的一致性。至於在研究結果與政策建議之關連性方面，本研究結論也正呼應中外學者所主張政府應儘速制定反媒體產權集中（集團化）法規，或推動媒體產權再管制政策的呼籲（羅世宏，2003；Iosifidis,

2002)，亦即政府應以規範媒體產權結構為重點，訂定反托拉斯基本法，或反媒體集中規範，以減緩媒體集團的壟斷資源與言論市場，並落實公器公用精神，並充分保障產權多元、內容多樣的媒體生態，進而維護民主社會公民的傳播權益。另外有學者整理過去媒體併購實例後建議，如何針對每一件媒體併購案例以客製化測量媒體市場集中度以及評估媒體內容多元化的指標，用以具體保障媒體內容多元化，顯然已成為媒體產業匯流趨勢的重要議題（Natascha, 2009）。

根據全球媒體產業的發展脈絡與趨勢來看，媒體企業即經由不斷的併購形成媒體集團的現象早在 80 年代即已風起雲湧，雖然台灣基於媒體環境等主客觀因素的影響，這股風潮要比國外要來得晚些，但媒體集團化對媒體內容多元化的影響卻是中外皆然，例如歐洲學者指出，即便多元作為媒體產權規範的重要依據，但近幾年多元的界定已從其規範性及其政治性面向，轉而強調其技術性與市場性，但還是不失其成為檢視媒體產權變遷是否符合公共利益的重要依據（Karppinen, 2006）。因此這些產業發展與規範形塑值得國內關心媒體內容多元化發展者正視。

本研究之進行係基於中時集團擴展其勢力去併購中天電視，而近幾年中時集團還是不斷併購其它媒體，例如中視與中廣，使其擁有報紙、雜誌、廣播、網路、無線電視，以及衛星電視等各種主要媒體類型，甚至不僅中時集團併購媒體案例不斷，更引人注目的則是 2008 年旺旺集團買下中時集團的併購案例，這媒體併購案顯然已引起各界以及國家通訊傳播委員會的注意，這都顯示媒體集團化與媒體產權集中化對媒體內容的影響更值得關注。例如，在中時集團併購中天與中視後，中視最當紅的超級星光大道節目，不僅在中視首播，接著還可以在其集團旗下的中天電視綜合台、娛樂台等頻道重播，一個週末在集團三個頻道中共播八次，這種同集團頻道間節目重播的現象，美其名稱綜效，但除傷害內

容多元外，其餘相關影響因素議題都值得關心媒體多元發展的傳播學者深入探討與研析。也就是說，媒體集團化趨勢已對媒體內容多元有其重要影響，至於若要解答導致集團媒體內容日趨單一化的原因，亦可以本研究結論為基礎進而分析其影響因素，例如 Horwitz（2005）即指出，企業集團常以經營綜效為藉口以影響旗下媒體的內容，即是媒體集團化對內容多元化產生影響的主要因素。

至於在研究限制方面，本論文的「多元化」主要是以綜效觀點出發的「多元化」內容為分析對象，分析樣本限於同集團媒體的綜藝新聞報導為主，結論是否能推論到其他內容類型，有待未來研究進一步檢驗。其次，由於本研究主要針對集團化媒體進行內容多元的分析，但限於研究時程與研究架構的設計，選擇兩家媒體集團作完整研究，雖然可以使研究結論對台灣媒體集團化與其內容多元關連性有較完整的輪廓描繪，但未同時對其他非集團的媒體內容進行分析比較，還是有其不足之處，因此建議後續研究除對集團化與媒體內容關聯性相關議題可深入探究外，亦可考慮加入對照組媒體，以突顯集團化與非集團化媒體內容多元化的差異性，亦是一種可行的研究角度。另外，本研究僅針對綜藝新聞的報導內容做分析，並非以報導類型（例如政治取向、財經、綜藝，地方與中央比例等）為對象，因此往後研究者可考慮以報導（或節目）的類型為分析指標，如 Van Cuilenburg（2007）提出研究取向的建議，或如 Roessler（2007）提出的內容多元三層次分析原則等，而非僅針對每則報導的內容來分析，亦是未來可行的研究模式。

註釋

1 本論文係以行政院國家科學委員會專題研究計畫《媒體產業的多元意涵：產權

結構的觀點》(NSC 93-2412-H-003-004) 結案報告為初稿, 經改寫後在 2008 年 7 月於中華傳播學會年會暨論文研討會中發表, 然後投稿《新聞學研究》後再參酌評審意見修改增刪而成。作者要感謝提供研究經費補助的行政院國科會, 以及參與本研究計畫的碩士班研究助理陳蔚昌、劉尚昫、闕秋萍、許敬柔、林珍瑋, 謝謝他們在資料蒐集、研究執行, 及統計分析等工作所提供的協助; 另特別感謝《新聞學研究》匿名評審及編委會等提出的寶貴修改建議, 讓本論文增色許多。

- 2 當時民眾日報是被立法委員蔡豪出資所併購, 並未顯示其與東森集團之關係, 但後來爆發台開購地案時, 蔡豪才公開其購入民眾日報的資金係來自東森集團。

參考書目

- 王尹軒(2002)。《我國商營無線電視股權多元化之研究》。國立交通大學傳播研究所碩士論文。
- 石世豪(1997)。〈廣電事業的外部生態與內部結構—多元化政策下的結構導引規範〉, 政大傳播學院研究暨發展中心與理律法律事務所(編)《廣電媒體的非常管理》, 頁 75-98。台北: 政大傳播學院研究暨發展中心。
- 交通部電信總局(2002)。《電信自由化政策白皮書》。台北: 交通部電信總局。
- 吳翠萍(1995)。〈從傳播科技發展評估—有線電視多元性功能的實踐〉, 《通訊雜誌》, 22: 64-75。
- 陳一香(2000)。《台灣電視節目內容多元化之研究》。國立政治大學新聞研究所博士論文。
- 陳一香(1999)。〈媒介多元化意涵之初探〉, 《新聞學研究》, 58: 141-169。
- 陳炳宏(2002)。《傳播產業研究(二刷)》。台北: 五南圖書公司。
- 陳炳宏(2001)。《媒體服務本質與產權規範: 從有線廣播電視法修法趨勢看傳播媒體的角色》。「中華傳播學會 2001 年會暨論文研討會」, 香港。
- 國家通訊傳播委員會(2009 年 5 月 8 日)。〈中視及中天負責人變更許可申請案聽證〉。上網時間: 2010 年 6 月 6 日, 取自 <http://www.ncc.gov.tw/default.htm>
- 張錦華(1997)。〈多元文化主義與我國廣播政策—以台灣原住民與客家族群為例〉, 《廣播與電視》, 3(1): 1-23。
- 游晴惠、謝佳雯、張雅雯(1991)。〈從意見多元化談健全報業言論市場〉, 《法律學刊》, 22: 31-52。
- 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》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 廖敏如（1997）。《所有權轉移與報紙內容關聯性之研究—以自立晚報為例》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 鄭瑞城（1993）。〈頻率與頻道資源之管理與配用〉，鄭瑞城等合著，《解構廣電媒體》，頁 1-73。台北：澄社。
- 瞿海源（1984）。〈多元社會的意義與問題〉，《財政經濟月刊》，34(5): 15-16。
- 羅世宏（2003）。〈廣電媒體產權再管制論〉，《台灣社會研究季刊》，50: 1-48。
- Albarran, A. B., & Dimmick, J. (1996). Concentration and economics of multifirmity in the communication industries. *Journal of Media Economics*, 9(4), 41-50.
- Bagdikian, B. H. (2000). *The Media monopoly (6th Ed.)*. Boston, MA: Beacon Press Books.
- Bagdikian, B. H. (1997). *The Media monopoly (5th Ed.)*. Boston, MA: Beacon Press Books.
- Bagdikian, B. H. (1989). Media ownership: Diversity and concentration. *Media ownership: diversity and concentration. Hearings before the subcommittee on Communications of the Committee on Commerce, Science and Transportation. United State Senate, One Hundred First Congress. First session on media ownership: diversity and concentration, June 14, 21, and 22, 1989* (pp. 77-80). Wahington, DC: US Government Printing Office.
- Bishop, R., & Hakanen, E. A. (2002). In the public interest? The state of local television programming fifteen years after deregulation. *Journal of Communication Inquiry*, 26(3), 261-276.
- Busterna, J. C. (1988). Trends in daily newspaper ownership. *Journalism Quarterly*, 65(winter), 831-838.
- Chisman, F. P. (1998). Delivering on diversity: Serving the media needs and interests of minorities in the twenty-first century. In A. K. Garner (Ed.). *Investing in diversity: Advancing opportunities for minorities and the media: Report of the Aspen Institute Forum on diversity and the media* (pp. 1-30). Washington, DC: The Aspen Institute.
- Fossum, J. E. (1999). Citizenship, diversity, and pluralism: The case of the European Union. In A. C. Cairns, J. C. Courtney, P. Mackinnon, H. J. Michelmann & E. D. Smith (Eds.), *Citizenship, diversity and pluralism: Canadian and comparative perspectives* (pp. 202-230). Montreal & Kingston, Canada: McGill-Queen's University Press.
- Gershon, R. A. (1997). *The transnational media corporation: Global messages and free market competition*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Glasser, T. L., Allen, D. S., & Blanks, S. E. (1989). The influence of chain ownership on news play: A case study. *Journalism Quarterly*, 66 (autumn), 607-615.

- Grotta, G. L. (1971). Consolidation of newspaper: What happens to the consumer? *Journalism Quarterly*, 48, 245-250.
- Hale, F. D. (1988). Editorial diversity and concentration. In R. G. Picard, M. E. McCombs, J. P. Winter & S. Lacy (Eds.), *Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation* (pp. 161-176). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Horwitz, R. (2005). On media concentration and the diversity question. *Information Society*, 21(3), 181-204.
- Howley, K. (2003). Diversity, localism and the public interest: The politics of assessing media performance. *International Journal of Media and Cultural Politics*, 1(1), 103-106.
- Iosifides, P. (1997). Methods of measuring media concentration. *Media, Culture & Society*, 19, 643-663.
- Iosifidis, P. (2002). The limits of competition policy. *Intermedia*, 30(2), 22-25.
- Jacklin, P. (1978). Representative diversity. *Journal of Communication*, 28(2), 85-88.
- Karppinen, K. (2006). Media diversity and the politics of criteria. *NORDICOM Review*, 27(2), 53-68.
- Kerr, A. (2000). Media diversity and cultural identities: The development of multimedia 'content' in Ireland. *New Media & Society*, 2(3), 286-312.
- Lamphere, L. (2001). Afterword: Understanding U.S. diversity – Where do we go from here? In I. Susser & T. C. Patterson (Eds.), *Cultural diversity in the United States: A critical reader* (pp. 457-464). Malden, MA: Blackwell Publishers, Inc.
- Limor, Y., Gabel, I., & Oren, R. (2003). *Cross-ownership: Does it always affect media content?* Paper presented at the annual conference of AEJMC in Kansas City, USA.
- McCombs, M. E. (1988). Concentration, monopoly, and content. In R. G. Picard, M. E. McCombs, J. P. Winter & S. Lacy (Eds.), *Press concentration and monopoly: New perspectives on newspaper ownership and operation* (pp. 129-137). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- McCombs, M. E. (1987). Effect of monopoly in Cleveland on diversity of newspaper content. *Journalism Quarterly*, 64(winter), 740-744, 792.
- McQuail, D. (2001). The consequences of European media policies and organizational structures for cultural diversity. In T. Bennett (Ed.), *Differing diversities: Transversal study on the theme of cultural policy and cultural diversity* (pp. 73-92). Cedex: Council of Europe Printing.
- McQuail, D. (1992). *Media performance: Mass Communication and the public interest*. London: SAGE.
- Meier, W. A., & Trappel, J. (1998). Media concentration and public interest. In D. McQuail & K. Siune (Eds.), *Media policy: Convergence, concentration &*

- commerce* (pp. 38-59). London: SAGE Publications Ltd.
- Natascha, J. (2009). Measuring media concentration and diversity: New approaches and instruments in Europe and the US. *Media, Culture & Society*, 31(1), 97-117.
- Ozanich, G. W., & Wirth, M. (1998). Mergers and acquisitions: A communications industry overview. In A. Alexander, J. Owers & R. Carveth (Eds.), *Media economics: Theory and practice (2nd Ed.)* (pp. 95-107). Hilldale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Roessler, P. (2007). Media content diversity: Conceptual issues and future directions for communication research. *Communication Yearbook*, 31, 464-520.
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (1996). *Mediating the message: Theories of influences on mass media content*. New York: Longman.
- Van Cuilenburg, J. (2007). Media Diversity, competition and concentration: Concepts and theories. *Changing Media, Changing Europe*, 4, 25-54.
- Voaker, P. S., Kapfer, J., Kurpius, D., & Chern, D. S. (1996). Diversity in the news: A conceptual and methodological framework. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 52, 582-593.
- Wackman, D. B., Gilmor, D. M., Graziano, C., & Dennis, E. E. (1975). Chain newspaper autonomy as reflected in presidential campaign endorsements. *Journalism Quarterly*, 52, 411-420.

Exploring Relationship between Media Conglomeration and Content Diversity

Ping-Hung Chen *

ABSTRACT

The concept of diversity has been a long term subject for exploration to various theoretical disciplines in social science. For media research, concerns on media diversity need to be reconsidered due to the world wide inevitable trend of media conglomeration and ownership concentration, as well as media convergence. This study conducted a content analysis to investigate the influence of ownership concentration on media content diversity. The China Times Group acquired CTi (a satellite television) in 2002, and EMC acquired Ming-Chung Daily in 2000. The major focus of this study was the changes and differences in terms of content quantities and qualities before and after their acquisitions. The results indicated that media ownership concentration has significantly increased the content quantity and reporting quality regarding their mother companies' media.

Keywords: diversity, media industry, media ownership concentration, cross-media ownership

* Ping-Hung Chen is a professor at the Graduate Institute of Mass Communication, National Taiwan Normal University, Taiwan.