

研究論文

大陸、香港、台灣電視新聞主播可信度的比較研究

羅文輝、孔艷穎、黃素軒、劉暢、高鹿洋子、樊菲菲

摘要

本文的主要研究目的在比較大陸、香港和台灣電視新聞主播的可信度，並探討影響三地主播可信度的因素。本研究採用問卷調查法，在上海、香港和台北共訪問了537位新聞傳播專業的大學生。調查結果發現，大陸、香港、台灣的新聞傳播專業學生對主播可信度的評價

本文投稿與接受期間，由陳韜文教授擔任主編，羅文輝並未參與本文的審查與編輯作業。

羅文輝，香港中文大學新聞與傳播學院教授。研究興趣：新聞分析、政治傳播及媒介效果。電郵：loven@cuhk.edu.hk

孔艷穎，施耐德電氣內部溝通專員。研究興趣：跨文化交際、企業傳播、內部溝通。電郵：kong.yanying@hotmail.com

黃素軒，環球危機與風險管理公司分析員。研究興趣：媒體的公信力和大眾文化研究、跨文化溝通、性別與溝通。電郵：iris_wong123@hotmail.com

劉暢，北京服裝學院教師。研究興趣：語言和傳播。電郵：liuchang.sophia@gmail.com

高鹿洋子，興業銀行金融產品經理。研究興趣：金融。電郵：gaoluyangzi@gmail.com

樊菲菲，中國日報記者。研究興趣：新聞及報道。電郵：fan.feifei@yahoo.com.cn

論文投稿日期：2011年7月4日。論文接受日期：2011年11月9日。

有顯著差異。香港主播的可信度最高，大陸次之，台灣最低。在預測主播的可信度方面，本研究發現無論是大陸、香港或台灣，電視新聞可信度都是預測主播可信度的最顯著變項。此外，媒介使用和對政府的支持度對香港及大陸主播的可信度沒有預測力，但對台灣主播卻有顯著的預測力。本研究的這些發現有助於瞭解不同地區影響主播可信度的因素，對擴展新聞及可信度理論有所貢獻。

關鍵詞：電視新聞主播、新聞可信度、電視新聞、媒介使用、對政府的支持度

Research Article

A Comparative Study of Television News Anchors' Credibility in China, Hong Kong and Taiwan

Ven-Hwei LO, Yanying KONG, Iris WONG,
Sophia LIU, Luyangzi GAO, Feifei FAN

Abstract

This study examines the credibility of TV news anchors in China, Hong Kong, and Taiwan and explores factors influencing their credibility. Three parallel surveys of 537 college students in Shanghai, Hong Kong, and Taipei show that anchors in Hong Kong have the highest credibility, followed by those in mainland China and Taiwan. The results of this study indicate that TV news credibility is the best predictor of the credibility of news anchors. Both media use and support for government are not significantly related to the credibility of anchors in mainland China and Hong Kong, but these two variables are significant predictors

Ven-Hwei LO (Professor). School of Journalism and Communication, The Chinese University of Hong Kong. Research interests: news analysis, political communication and media effects

Yanying KONG (Internal Communication Specialist). Schneider Electric. Research interests: Intercultural Communication, Corporate Communication, Internal marketing & people communication

Iris WONG (Analyst). Global crisis and risk management company. Research interests: media credibility and popular culture studies, cross-cultural communication, gender and communication

Sophia LIU (Teacher). Beijing institute of Fashion and Technology. Research Interest : Language & Communication

Luyangzi GAO (Financial Product Manager). Industrial Bank. Research Interest : Finance

Feifei FAN (Reporter). China Daily. Research interest: Journalism & reporting

Communication & Society, 24 (2013)

of the credibility of anchors in Taiwan. These findings help us understand how different factors affect the credibility of anchors in different regions, thus contributing to the research on media credibility in the contemporary media environment.

Keywords: television news anchor, news credibility, television news, media use, support for government

Citation of this article: Lo, V. H., Kong, Y. Y., Wong, I., Liu, S., Gao, L. Y. Z., Fan, F. F. (2013). A comparative study of television news anchors' credibility in China, Hong Kong and Taiwan. *Communication & Society*, 24, 93–118.

研究動機

主播是電視台的門面，也是電視新聞的核心人物（羅文輝、蘇蘅、林書煒、呂惠敏、高明慧、盧聖芬，2009）。主播（anchor）一詞的英文原意是船錨，代表可靠、穩定的力量，用來比喻可以依靠、給人安全感的人或事物。最早的主播可能是美國哥倫比亞廣播公司（CBS）的 Edward Murrow（Alan, 2003）。他的個人特質、對新聞的信念、出色的文字功底、以及觀眾對他的信任，使他成為美國當時最出色的廣播新聞主播（Alan, 2003）。CBS 的 Walter Cronkite 則是美國早期最權威的電視新聞主播。由於他的出色表現，CBS 在相當長一段時間內一直保持美國全國電視收視率第一的位置。美國其他廣播公司受 Walter Cronkite 的影響，也開始聘用主播來播報晚間新聞（張勤，1983）。因為 Cronkite 把主播的角色發揚光大，使美國新聞界開始重視主播，並用主播（anchor）來稱呼新聞播報人員，以表示對電視新聞播報的尊重（羅文輝等，2009）。

近年來，隨著電視新聞的蓬勃發展，新聞主播通常需要扮演多重角色。他們不僅要播報新聞，遇到重大新聞，主播還要到新聞現場，擔任採訪記者，把電視新聞流暢地呈現在觀眾面前。因此，新聞主播是最重要的守門人，對電視新聞的品質及觀眾反應有極大的影響力（羅文輝等，2009）。

主播是電視台形象的化身，也是影響電視新聞收視率的關鍵人物（黃新生，1994）。觀眾對新聞主播的評價與信賴可能直接或間接地影響到電視新聞的可信度與收視率，因此電視新聞主播的可信度極為重要。本研究的主要目的之一，即在探討電視新聞主播的可信度。

可信度又稱公信力（credibility），是最早的傳播概念之一。可信度相關研究可溯源至 Charnley（1936）對報紙精確性調查以及 Hovland 等人在 1950 年代進行的消息來源可信度調查（Hovland & Weiss, 1951; Hovland, Janis & Kelly, 1953; Hovland & Mandell, 1952）。可信度研究是新聞研究的重要領域（Self, 2009），半個多世紀以來，西方學界關於媒介可信度的研究主要探討下列四個方向：（1）可信度的內涵及其面向（dimension）；（2）影響可信度的相關因素；（3）不同媒介可信度的高

低；(4)可信度可能產生的影響(廖聖清、李曉靜、張國良，2005)。

近年來，媒介可信度研究仍受學界重視，而且研究範疇也擴展到網路及其它新興媒體上。但針對電視新聞主播可信度進行的研究非常少，對不同地區新聞主播進行的可信度比較研究則更為罕見。本文的主要研究目的，在比較大陸、香港與台灣電視新聞主播的可信度，並探討影響三地主播可信度的因素。這樣的研究可以填補目前相關研究的不足，並將有助於瞭解不同地區影響主播可信度的因素，研究成果在擴展新聞及可信度理論方面會有所貢獻。

相關文獻

消息來源可信度

在過去的研究中，可信度被視為是相信度(believability)、信任(trust)、認知的可信賴度(perceived reliability)與多種其他概念(Self, 2009)。學者對可信度的界定方式也有很多種，其中一種界定方式是吧可信度定義為一種消息來源的屬性(Gunther, 1992)。不少研究者採用內容分析方法，探討媒介內容的偏頗程度，藉以評估媒介內容是否可信(羅文輝，2004)。另外一種界定方式，是將可信度看作一種認知狀態(O'keefe, 1990)。在這種定義下，可信度是接收資訊的人對傳播者可信任程度的評估(Meizger, Flanagan, Eyal, Lemus, & McCann, 2003；羅文輝，2004)。

依據Self(2009)的分析，可信度研究在1930年代就已出現。早期研究可信度最重要的學者是Hovland與他的同事(Hovland, Janis, & Kelley, 1953)，他們對可信度進行系列研究，並依據研究結果指出可信度具有專業知識(expertise)與信任(trustworthiness)兩個面向。

後續研究追隨Hovland等人的研究，探討可信度的面向(Berlo, Lement, & Mertz, 1970; Singletary, 1976)。到了1980年代中期，美國進行了幾項全國性的媒介可信度研究，這些研究對可信度研究有非常重要的影響。其中最重要的研究是美國報業編輯人協會(The American Society of Newspaper Editors，簡稱ASNE)，在1984年至1985年進行的

美國全國性研究。該研究用電話調查訪問了1,600位美國成年人。在測量媒介可信度方面，該研究共用了16個題項來測量報紙的可信度 (ASNE, 1985)。Gaziano與McGrath (1986)的分析發現，這些題項呈現出了兩個面向：報導可信 (credibility) 和社會關懷 (social concern)。換言之，ASNE的研究顯示，報紙可信度呈現「報導可信」與「社會關懷」兩個面向。隨後，Meyer (1988)利用實驗法重新分析ASNE的測量題項，對構成「報導可信」(Credibility) 這個面向的各個題項進行信度與效度分析。他的研究發現，測量新聞可信度只需要使用下列五個題項：公平 (fairness)、不偏頗 (unbiased)、報道完整 (telling the whole story)、正確 (accuracy) 和可信任 (trustworthiness) 就足以測量新聞可信度。Meyer所提出的這五個題項指標，對後續研究具有重要的參考價值，也被認為是衡量新聞媒體可信度的有效指標 (West, 1994)。

可信度的層次

Schweiger (2000)的媒介可信度研究，將可信度分為六個層次。一是呈現者 (presenter) 可信度，包括新聞主播、評論員、記者等新聞呈現者的可信度；二是消息來源 (source) 可信度，如學者專家，政治人物等新聞來源人物的可信度；三是編輯單位 (editorial units) 可信度，包括某一節目、文章的可信度；四是媒介產品 (media product) 的可信度，如時代週刊、華爾街日報等媒介產品可信度；五是媒介類型的子系統 (subsystem of media type) 可信度，如公共電視、通俗報紙的可信度；六是媒介類型 (media type) 可信度，包括電視、報紙、網路等媒介的可信度。

本研究依據schweiger (2000)的分類方式，在媒介可信度的六個層次中，主要關注媒介可信度第一個層次的呈現者，並以電視新聞主播為分析對象。此外，本研究也認為可信度是一種「認知可信度」，是受訪者對媒介或傳播者可信度的認知，因此本研究探討的是受訪者對電視新聞主播可信度的認知。在測量題項方面，本研究則借鑒Meyer (1988)所提出的五個題項指標對主播可信度進行測量，這五個題項指標分別為：值得信賴、不偏頗、詳細完整、正確、公正。

兩岸三地可信度的研究

中港台三地也進行了不少關於可信度或公信力的研究。大陸地區對於可信度的研究起步較晚，直到九十年代以後，媒介可信度問題才在大陸學術界逐漸引起重視，以可信度為題材的文章開始出現，但數量遠比不上國外。最早的相關論文，可能是黃曉芳在1999年發表的〈公信力與媒介的權威性〉論文。她認為就媒介整體而言，衡量媒介可信度主要應該從真實、敏銳的洞察力以及濃厚的人文關懷等方面進行評估。

在大陸，2004年前出現的關於可信度的研究，大都以黃曉芳(1999)提出的概念為基礎，進行修正或補充。但大陸學界對可信度的研究偏重於從新聞學角度進行闡釋，量化研究相對不足。2004年之後，研究可信度的文章數量明顯增加，但多數研究仍然以探討可信度的概念為主。例如，喻國明(2005)的論文認為應該將媒介可信度視為兩個部分，一是媒介自身的一種屬性，另一種是媒介與受眾之間的一種關係。他認為唯有這樣，可信度的研究的範圍才能拓展，不僅關注媒介本身，也關注受眾。但到目前為止，用實證方法(empirical methods)進行的可信度相關研究仍然很少。

相比內地，香港地區幾乎沒有探討可信度概念的研究，但香港學者對媒介可信度的實證研究數量較多。每年香港中文大學和香港大學都會進行「市民對傳媒的公信力調查」，這兩所大學的調查，和其他學者的研究(Li, 2011)顯示，香港媒體的可信度有下跌的趨勢(傳播研究中心, 2010; HKUPOP, 2010)。例如，蘇鑰機與陳韜文(2011)的研究就發現，香港傳媒的可信度從2001年起，逐年下降。在2001年時，香港電子傳媒的平均可信度分數是7.0分，到2006年時為6.82分，2009年為6.86分，但到2010年，電子傳媒的可信度平均分數已下降為6.29分。報紙可信度在2001年平均分數為6.27分，到2006年為6.41分，2009年為6.46分，但到2010年則降至4.99分。他們的這項研究也發現，男性、45歲或以上，學歷較低、家庭收入較低的人對新聞媒介可信度的評價也較低。此外，Guo、Huang、To和Chan(2010)在香港用電話調查訪問2,025位市民發現，明報是香港可信度最高的報紙，教育

程度高、家庭收入較高、較年輕的民眾較傾向認為菁英報紙的可信度較高。

在台灣地區，過去關於媒介可信度的研究較多，大多數研究探討媒介可信度的面向、影響媒介可信度的因素、可信度對公眾社會認知的影響，以及媒介表現與可信度之間的聯繫(王旭、莫季雍、湯允之，1999；羅文輝，2004)。此外，也有不少研究分析比較各種媒介可信度，以及政黨偏差和媒介可信度的關係(羅文輝、林文琪、牛隆光、蔡卓芳，2003；羅文輝，2004)。例如，羅文輝(2004)的研究對315位受訪者進行panel問卷調查，研究結果發現，無論在1992年與2002年，電視新聞的可信度都比報紙高。此外，他的研究結果也發現，無論在1992年或2002年，政黨支持都是預測受訪者最常看及最相信的報紙與電視新聞的顯著變項，受訪者最常使用的報紙與電視新聞均是預測他們最相信的報紙與電視新聞的最顯著變項。他因此認為可信度是一種「選擇可信度」，閱聽人會選擇使用和他們思想、信念較接近的新聞媒介，並且認為他們選擇使用的這些新聞媒介較為可信。

雖然兩岸三地在可信度方面的研究數量不少，但針對新聞主播可信度進行的研究很少。大陸地區對節目主持人進行的研究較多，如魏勝利(2006)的研究分析節目主持人公信力，他認為節目主持人的特徵及表現直接影響到受眾對其個人的評價，並影響到媒介公信力。香港地區沒有針對新聞主播進行的可信度研究。台灣地區則有不少有關主播的研究，但多數研究分析電視主播的日常工作及主播面臨的挑戰及工作壓力(羅文輝等，2009)，也有一些研究探討主播的形象及影響主播形象的因素(蘇瑞仁，1988；薛宇珊，2004)。例如，薛宇珊(2004)的研究發現，主播的形象可分為「新聞專業表現」、「外在條件」、「播報技巧」、「播報姿態」與「身心狀況」等五大面向；影響主播形象的變項包括性別、科系、省籍、政黨傾向、報紙使用、電視使用、電視新聞使用等，其中又以電視新聞可信度對主播形象的預測力最高。她的研究發現，電視主播形象與電視新聞可信度之間具有顯著的相關。

整體而言，在大中華地區進行的可信度相關研究，多數研究探討單一地區的媒介可信度，幾乎沒有比較兩個或兩個以上地區的媒介可信度研究。此外，過去的相關研究大多比較不同媒介的可信度或分析

影響媒介可信度的因素，探討電視主播可信度的研究很少，更沒有任何研究比較不同地區電視主播的可信度。因此，本研究首先探討兩岸三地的電視新聞主播的可信度，我們希望回答下列研究問題：

研究問題一：大陸、香港和台灣受訪者對電視新聞主播可信度的評價是否有所不同？

媒介使用和可信度

在過去的可信度相關文獻中，最常被用來預測媒介可信度的變項是媒介使用。有些研究發現，媒介使用時間和媒介可信度呈正相關(ASNE, 1985; Carter & Greenberg, 1965; Westley & Severin, 1964; 羅文輝, 2004; 王正祥, 2010)。這些研究顯示，人們使用某種媒介的時間越長，越傾向認為該媒介的可信度較高(Cobbey, 1980; Greenberg, 1966; Shaw, 1973; Whitney, 1986)。例如，Mishra (1970) 在新德里進行的研究發現，受訪者較常收聽廣播和閱讀報紙，因而認為廣播和報紙的可信度最高。羅文輝和陳世敏(1993) 在台灣進行的研究也發現，閱讀報紙和收看電視新聞頻率越高的受訪者，越認為這兩種媒體的可信度較高。此外，羅文輝(2004) 與Guo等人(2010) 的研究也發現，受訪者最常使用的媒介，也就是他們最相信的媒介。

但也有學者認為媒介使用和可信度的關係不顯著。例如，Rimmer & Weaver (1987) 就曾對ASNE (1985) 的全國性研究進行二手分析，他們的研究發現媒介使用頻率與可信度的關係並不明顯。讀報的頻率與報紙可信度的相關程度並不顯著，收看地方電視及電視網的電視新聞與電視新聞可信度的相關程度也不顯著；只有看電視的天數與電視新聞的可信度呈顯著相關。Kioussis (2001) 的研究發現，報紙與網路新聞的使用頻率和報紙與網路新聞的可信度呈現顯著相關。但他的研究同時發現，地方電視新聞和全國性電視新聞收視頻率則和地方與全國電視新聞可信度沒有關係。換言之，雖然過去的研究大多發現媒介使用和媒介可信度呈正相關；也有部分研究顯示，媒介使用和媒介可信度的相關程度在統計上並不顯著。由於過去的研究發現對媒介使用與媒介可信度的關係並無一致的結論，因此，我們提出的第二個研究問題

如下：

研究問題二：大陸、香港和台灣受訪者收看新聞媒介的時間是否會影響他們對主播可信度的評價？

對政府的支持和可信度

在以往的相關研究中，政黨認同是預測媒介可信度的變項之一。西方學界在很早就進行過政黨認同與媒介可信度的相關研究。例如，Westley 和 Severin (1964) 發現獨立人士、政黨認同度較低的受眾，較為相信報紙；而共和黨與民主黨人士對媒介的信任程度並無差異。Peterson、Kozmetsky 和 Cunningham (1982) 發現，共和黨及保守分子認為新聞媒介對商界的報導不公正。

政黨認同會影響媒介可信度，主要是因為媒介的報導呈現政治偏差 (political bias)。例如，Lichter (2001) 發現，在 1992、1996 及 2000 年三屆美國總統大選期間，電視總統選舉新聞明顯偏袒民主黨候選人。媒介的政治偏差現象在台灣則更為嚴重，過去的研究顯示，台灣報紙與電視的選舉新聞具有明顯的政治偏差 (羅文輝、黃葳威，2000；羅文輝、黃怡嘉，2010)。因此，在台灣進行的可信度研究均發現政黨認同是預測媒介可信度的顯著變項 (王旭、莫季雍、湯允一，1999；羅文輝，2004)。例如，羅文輝與陳世敏 (1993) 的研究發現，較支持國民黨的人，對報紙和電視新聞的可信度評價較高。此外，羅文輝 (2004) 的 panel 調查也發現，無論在 1992 年或 2002 年，政黨支持都是預測受訪者最相信報紙與電視新聞的顯著變項。因此，政黨認同可能影響媒介可信度。

大陸和香港的政治體制和台灣不同，大陸並無反對黨，香港的政黨政治也在起步階段，因此政黨認同可能不是同時預測三地媒介可信度的適當變項。在本研究中，我們採用「對政府的支持」來預測電視主播的可信度。大陸一黨專政，以黨領政是中國政治的特色，而且大陸所有的電視台均為國營，因此對政府的支持，很可能影響媒介可信度與主播可信度。台灣在解嚴以前也有政黨不分的現象，經過兩次政黨輪替，兩黨政治已經成形，但是媒介內容仍然充滿政治偏差，政黨認

同仍是影響媒介可信度的因素，對政府的支持是否會影響媒介可信度值得探討。香港新聞自由程度很高，媒介的政治立場多元，香港政府對媒介的限制很少，媒介對香港特區政府持「支持」、「批判」或「中立」立場的都有，因此對政府的支持是否會影響香港主播的可信度也是值得觀察的問題。有鑒於此，我們提出的第三個研究問題如下：

研究問題三：對政府的支持度是否會影響大陸、香港和台灣電視新聞主播的可信度？

電視新聞的可信度和新聞主播可信度

主播是電視新聞的主要呈現者，也是電視新聞形象的化身，因此主播的可信度和電視新聞可信度有著密不可分的關係。Schweiger (2000) 提出可信度的六個層次，他認為每個層次的可信度都會相互影響，甚至某一層次的可信度是以另一個層次可信度為基礎。換言之，第四個層次的媒介產品可信度或第六層次的媒介類型可信度都可能影響第一層次的呈現者可信度。電視新聞主播可信度屬於第一層次的呈現者可信度，可以說，主播的可信度可能影響電視新聞可信度，也可能受電視新聞可信度的影響。羅文輝與陳世敏 (1993) 的研究就發現，受訪者對報紙記者的信賴程度是預測報紙可信度最有力的變項；而受訪者對電視記者的信賴程度，也是預測電視新聞可信度最有力的變項。薛宇珊 (2004) 的研究甚至發現，電視新聞可信度是預測電視新聞主播形象的最有力變項。因此，在本研究中我們提出下列假設：

假設一：無論在大陸、香港或台灣，受訪者對電視新聞可信度的評價越高，對主播可信度的評價也就越高。

研究方法

抽樣方法

本研究以大陸、香港和台灣的新聞傳播專業大學生為研究對象，抽樣方法採取目的抽樣 (purposive sampling)，我們在上海、香港和台北

各選取兩所大學，分別為上海復旦大學和上海交通大學，香港中文大學和香港城市大學，台北的國立政治大學和世新大學。我們取得這六所大學的新聞傳播系課程時間表後，隨機抽選兩個班級，然後在班上分發問卷。選擇新聞傳播系的學生為研究對象，原因是他們對新聞有更深入和廣泛的瞭解，因此比較有能力對新聞主播的可信度做出評估。此外，新聞傳播系學生將來成為主播的機會較其他專業的學生高，所以這項研究也跟他們切身相關，他們對主播可信度的看法對新聞實務界更具參考價值。

問卷調查進行的時間為間2011年3月31日至4月20日。一共在三地派發了593份問卷，收回的有效問卷為537份，訪問完成率為90.6%。其中上海受訪者有180人，佔33.3%；香港受訪者有185人，佔34.2%；台北受訪者有176人，佔32.5%。

研究變項

I. 電視新聞主播可信度。

測量主播可信度的題項是參照Meyer (1988) 以及羅文輝 (2004) 的研究，用五個題項來請受訪者對所在地區的新聞主播可信度加以評估。這五個題項包括「新聞主播通常是值得信賴的」(平均值=3.17, 標準差=.77)、「新聞主播的報導通常是不偏頗的」(平均值=2.87, 標準差=.82)、「新聞主播的報導通常是詳細完整的」(平均值=2.88, 標準差=.84)、「新聞主播的報導通常是正確的」(平均值=3.02, 標準差=.83)，以及「新聞主播的報導通常是公正的」(平均值=2.90, 標準差=.79)。受訪者回答方式是從五點量表中加以選擇，其中1代表非常不同意，5代表非常同意。主成分因素分析顯示，這五個題項呈現一個面向(因素)，測量相同的概念，這個因素可以解釋63.6%的變異量。因此，我們把受訪者在這五個題項上的得分加起來，並除以五，進而建構測量「電視新聞主播可信度」的指標(平均數=2.96, 標準差=.65, Cronbach's alpha=.86)。

II. 電視新聞可信度

測量電視新聞可信度的方法，與新聞主播可信度的測量方式相同，亦採用五個題項分別詢問受訪者：電視新聞是否值得信賴？是否不偏頗？是否詳細完整？是否正確？是否公正？受訪者回答方式採取五點量表，1代表非常不同意，5代表非常同意。主成分因素分析顯示，這五個題項也呈現一個因素，共可解釋70.49%的變異量。因此，我們把這五個題項加起來除以五，組成測量「電視新聞可信度」的指標(平均數=2.88，標準差=.72，Cronbach's alpha=.90)。

III. 對政府的支持度

本研究測量對政府的支持度，是用一個題項詢問受訪者對政府的支持態度。回答方式用五點量表，選項從1(非常不支持)至5(非常支持)，受訪者得分越高，表示對政府的支持度越高(平均數=3.10，標準差=.76)。

控制變項

I. 人口變項

人口變項包括受訪者的性別和年齡。在性別方面，男性有146人(佔27.2%)，女性有391人(佔72.8)。年齡方面，受訪者年齡介於18歲至25歲之間，超過25歲的只有3人，平均年齡為20.88歲。¹

II. 媒介使用

此部分共有三個問題，分別詢問受訪者平均每天看報紙、收看電視新聞和使用互聯網新聞的時間。受訪者回答這三個問題的方式，均是從下列選項中擇一回答：① 幾乎不看，② 10分鐘內以下，③ 11-20分鐘，④ 21-30分鐘，⑤ 31-40分鐘，⑥ 41-50分鐘，⑦ 51-60分鐘，⑧ 60分鐘以上。

本研究把人口變項和媒介使用列為迴歸分析的控制變項，是因為過去的研究顯示，這些變項可能影響媒介可信度(羅文輝，2004)。

資料分析

本研究一共提出了四個研究問題和一個假設，接下來的資料分析將逐步回答研究問題，並進行假設驗證。

研究問題一

本研究的第一個研究問題探討兩岸三地的新聞傳播專業學生對主播可信度的評價是否有所不同？為了回答這個研究問題，本研究進行了一系列單向變異數分析(One-way Analysis of Variance)。變異數分析的結果顯示，兩岸三地的新聞傳播專業學生對主播可信度的評價呈現顯著的差異($f=46.12, p<.001$)。如表一所示，整體而言，香港受訪者對主播可信度的評價最高(平均數=3.29，標準差=.59)，大陸次之(平均數=2.90，標準差=.65)，台灣最低(平均數=2.70，標準差=.54)。雪費氏分析(Scheffe test)顯示，大陸和香港受訪學生對主播可信度的評價有顯著的差異(平均差異=-.39，標準差=.06， $p<.001$)；香港和台灣受訪學生對主播可信度的評價也有顯著的差異(平均差異=.59，標準差=.06， $p<.001$)；而大陸和台灣受訪學生對兩地主播可信度評價的差異也達到統計上的顯著水平(平均差異=.20，標準差=.06， $p<.01$)。

表一：大陸、香港、台灣新聞傳播專業學生對電視新聞主播可信度的評價

題項	全體	大陸	香港	台灣	F 值
值得信賴	3.17(.77)	3.09(.85)	3.44(.71)	2.96(.65)	20.83***
不偏頗	2.87(.82)	2.75(.82)	3.26(.79)	2.57(.69)	38.64***
報導完整	2.88(.84)	2.82(.85)	3.15(.85)	2.65(.75)	17.03***
報導正確	3.02(.83)	2.97(.84)	3.40(.78)	2.68(.70)	39.83***
報導公正	2.90(.80)	2.84(.80)	3.21(.74)	2.64(.73)	26.01***
合併指數	2.97(.64)	2.90(.65)	3.29(.59)	2.70(.54)	46.12***
說明：表中的數位為平均數，括弧內數位為標準差；*** $p<.001$					

研究問題二

本研究的第二個研究問題探討兩岸三地的新聞傳播專業學生收看新聞媒介的時間對主播的可信度評價的影響。

首先，我們分析受訪者收看各種新聞媒介的情況。資料分析顯示，受訪者收看各種新聞媒介的頻率有所不同。受訪者看網路新聞時間最長(平均數=24.82，標準差=18.50)，看電視新聞時間次之(平均數=16.15，標準差=17.95)，看報紙時間最少(平均數=14.89，標準差=15.68)。

為了回答這個研究問題，我們採用了四次階層複迴歸分析，分別以全部受訪者、大陸受訪者、香港受訪者和台灣受訪者為分析對象。表二顯示迴歸分析的結果，階層迴歸分析的第一階層輸入性別和年齡；第二階層輸入新聞媒介使用變項，包括報紙、電視新聞、網路新聞；第三階層輸入對政府的支持度；第四階層輸入電視新聞可信度。迴歸分析的結果發現，從全部樣本來看(表二，第一欄)，新聞媒介使用並無法顯著預測電視主播的可信度。無論報紙(Beta=-.02, $p>.05$)、電視新聞(Beta=.05, $p>.05$)或網路新聞(Beta=-.04, $p>.05$)，均無法預測主播可信度。

表二：人口變項、新聞媒介使用、對政府的支持、電視新聞可信度對主播可信度預測力的階層迴歸分析

變項	全部樣本	大陸	香港	台灣
第一階層：人口變項				
性別	-.01	-.06	.03	.01
年齡	-.02	-.04	-.11*	.06
Adjusted R2	.00	-.01	.01	.01
第二階層：媒介使用				
報紙	-.02	.03	.02	-.16*
電視新聞	.05	.04	-.04	.13*
網路新聞	-.04	.02	-.05	-.04
Adjusted R2 增加	.00	.00	.00	.03
第三階層：對政府的支持				
支持政府	.03	.01	.01	.13*
Adjusted R2 增加	.02	.14	.00	.01

第四階層：電視新聞可信度				
電視新聞可信度	.78***	.85***	.71***	.62***
Adjusted R2 增加	.59	.68	.49	.38
全部 Adjusted R2	.62	.73	.51	.43
樣本數	530	172	182	176
說明：				
1. 表內數字為標準化的迴歸係數 (Betas)				
2. 變項編碼方式：性別 (1=男；0=女)				
3. * $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$				

從三個地區分別做複迴歸分析之後可以看出：在大陸，收看新聞媒介和電視主播可信度並不相關 (Beta 值介於 .02 至 .04 之間， $p>.05$)；在香港，收看新聞媒介和電視主播可信度也不相關 (Beta 值介於 -.05 至 .02 之間， $p>.05$)；但在台灣，收看報紙 (Beta=-.16， $p<.05$) 和電視新聞 (Beta=.13， $p<.05$) 可以顯著預測電視主播可信度，但收看網路新聞 (Beta=-.04， $p>.05$) 無法顯著預測電視主播的可信度。

研究問題三

本研究的第三個研究問題探討兩岸三地的新聞傳播學生對政府的支持度對主播可信度的影響。

根據表二 (第一欄)，從三個地區整體來看，在控制性別、年齡、新聞媒介使用與電視新聞可信度等變項後，階層迴歸分析的結果顯示，對政府的支持度不能顯著預測電視主播的可信度 (Beta=0.03， $p>0.05$)。

但將三個地區分別做階層複迴歸分析之後可以看出，在大陸和香港地區，對政府支持的度不能有效預測電視主播的可信度 (大陸：Beta=0.01， $p>0.05$ ；香港：Beta=0.01， $p>0.05$)。但在台灣地區，對政府的支持度能有效預測電視主播的可信度 (Beta=0.13， $p<0.05$)，且該地區的受訪者對政府的支持度越高，其對電視主播可信度的評價也就越高。

假設驗證

本研究的研究假設預測，兩岸三地的新聞傳播學生對電視新聞可信度的評價越高，對主播可信度的評價也就越高。

表二顯示，從三個地區整體來看，在控制性別、年齡、新聞媒介使用與對政府的支持度等變項後，電視新聞可信度和電視主播可信度呈顯著正相關，電視新聞可信度能顯著預測電視主播的可信度 ($Beta=.78, p<.001$)。

將三個地區分別做迴歸分析之後可以看出，大陸地區的電視新聞可信度可以顯著預測該地區的電視主播可信度 ($Beta=.85, p<.001$)；香港地區的電視新聞可信度也可以顯著預測該地區的電視主播可信度 ($Beta=.71, p<.001$)；台灣地區的電視新聞可信度同樣可以顯著預測該地區的主播可信度 ($Beta=.62, p<.001$)。資料分析結果顯示，三地新聞傳播專業學生對電視新聞可信度的評價越高，對主播可信度的評價也越高。無論是全部樣本，還是三地獨立樣本，本研究的這項假設均獲得支持。

結論和建議

本研究主要探討大陸、香港、台灣三地的新聞傳播專業學生對電視新聞主播可信度的認知，並分析影響三地主播可信度的因素。問卷調查結果發現，大陸、香港、台灣的新聞傳播專業學生對主播的可信度的評價有顯著差異。香港新聞傳播專業學生對主播可信度的評價最高，大陸次之，台灣最低。三地對主播可信度評價不同的原因很多，其中政治社會體制差異與媒介環境不同可能是主要的原因。

香港地區的主播可信度得分最高，可能因為香港電視台一直為民營機構，政府與政黨的干預很少，新聞人員自主權相當高(蘇鑰機、陳韜文，2011)，新聞報導也比較公正；此外，香港電視台數量不多，主播人數相對較少，電視台得以挑選素質以及外型較佳，專業能力較強的主播，因此香港新聞傳播專業學生對主播可信度的評價較高。

相對而言，台灣的電視台較多，主播人數也較多。由於對主播的

需求量較大，不少電視台聘用年輕、口齒清晰及外貌出眾的主播，對主播的採訪經驗、資歷及專業能力不如以往重視（羅文輝等，2009）。雖然台灣新聞自由程度很高，但台灣電視新聞的政治偏差現象較為嚴重，各電視台的新聞報導往往並不公正，尤其是具有政黨色彩的電視台，其公正性更是經常受到質疑（左宗宏、李俊憲，2010）。這些因素均影響台灣電視新聞主播的可信度，也造成台灣受訪者對電視新聞主播可信度的評價較低。

大陸電視新聞主播的可信度介於香港與台灣之間，雖然大陸的電視台均為國營或共營，新聞人員自主權較低，但是主播可信度相對較高，主要原因可能是大陸電視台的新聞聯播政策。在中國大陸，每天晚上的黃金時段從七時到七時半，全國各級電視台都必須無條件的對中央電視台的《新聞聯播》節目進行轉播（譚天，2009）。因此，大陸觀眾最熟悉的主播即為《新聞聯播》的主播。這些主播經驗豐富，專業表現甚佳，形象與外貌出眾，因此大陸受訪者對主播可信度的評價較高。

本研究另一重要發現，是媒介使用對香港及大陸主播的可信度沒有預測力，但對台灣主播卻有顯著的預測力。這樣的研究發現顯示，媒介使用對主播可信度的影響可能因地區不同而有所差異。

在中國大陸，主播通常用第三人稱代表國家報導新聞（譚天，2009），媒介對主播的報導相對較少，只有在特別的情況下，如著名的資深主播羅京逝世，媒介才進行大幅報導。在香港和台灣，媒介追訪新聞主播已經蔚為風氣，對主播的報導非常熱衷。但在香港，主播甚少參與綜藝節目，有些電視台甚至嚴禁主播接受媒介採訪，藉以維護主播的專業形像（香港新聞網，2007），因此香港主播在新聞節目以外的節目上亮相的機會不多，這可能是媒介使用也無法顯著預測大陸及香港主播的可信度的原因。反觀台灣地區，主播除了參加娛樂節目，也熱衷參與一些與其專業無關的活動，媒介更熱衷報導主播的活動，尤其是報紙更把電視新聞主播視同影視明星，偏重報導主播的八卦私德、興趣嗜好與家庭生活。另一種可能的原因，是台灣電視新聞瑣碎化、娛樂化的情況嚴重。較常收看報紙的人，對電視新聞的滿意度較低，也認為電視新聞不夠完整、深入，因此可信度較低，連帶影響對電視主播可信度的評估。因此台灣受訪者收看報紙的頻率越高，對主

播可信度評價越低。但收看電視新聞頻率較高的台灣受訪者對主播新聞可信度評價較高。這項發現和過去台灣地區進行的可信度研究結果相同(羅文輝、陳世敏, 1993; 羅文輝, 2004)。

為何電視新聞使用可以預台灣主播的可信度, 卻無法預測香港與大陸主播的可信度? 造成這種現象的原因, 可能是因為台灣受訪者對電視新聞的依賴程度較高。過去的研究顯示, 媒介依賴(media reliance)對媒介可信度有顯著的預測力(Johnson & Kaye, 1998; Wanta & Hu, 1994; 羅文輝、林文琪、牛隆光、蔡卓芳, 2003), 對某種媒介的依賴程度越高, 越相信該媒介的報導。由於台灣電視新聞頻道較多, 其中不少是二十四小時報導新聞的新聞專業電視台。電視新聞的易得性較高, 使台灣民眾對電視新聞的依賴性較高, 因此收看電視新聞頻率較高的受訪者, 對主播可信度的評價也比較高。當然, 媒介依賴會影響主播可信度只是作者的推論, 兩者的關係仍有待未來的研究加以驗證。

在預測主播的可信度方面, 本研究發現無論是大陸、香港或台灣的樣本, 電視新聞可信度都是預測主播可信度的最顯著變項。受訪者對電視新聞可信度的評價越高, 對主播可信度的評價也越高。這樣的研究結果和過去的研究發現一致(薛宇珊, 2004), 也支持Schweiger不同層次可信度會相互影響的論點。Schweiger (2000)認為, 媒介可信度可分為六個層次, 每個層次的可信度都可能相互影響。本研究的這項發現顯示, 主播可信度和電視新聞可信度的關係密不可分, 主播可信度是電視新聞可信度的重要指標。要提高電視新聞的可信度, 電視台應強化主播的專業能力與形象, 以提升主播的可信度。

本研究另一個重要發現是對政府的支持度與主播可信度的關係。在香港與大陸樣本, 對政府的支持度並不能預測電視主播的可信度, 但在台灣地區的樣本, 對政府支持度是預測電視主播可信度的顯著變項。在台灣, 政府支持度可以顯著預測主播可信度, 主要原因是因為台灣實行政黨政治, 國民黨與民進黨均曾執政, 兩黨不僅競爭而且互相制衡。此外, 台灣媒體也存在較大的政治偏差, 在有限電視合法化前, 台灣的三家無線電視台均支持當時執政的國民黨。台灣立法院在2006年通過《無線電視事業公股處理條例》後, 台視與中視均已成為民營電視台, 華視也在2007年加入公廣集團成為公共電視台。雖然黨政

軍依法退出三家無線電視台的經營，但不少電視台仍舊政治色彩鮮明，支持泛藍或者偏袒泛綠的電視台所在都有，其中又以偏袒泛藍的電視台較多(張卿卿，羅文輝，2007)，因此對政府支持度可以預測主播的可信度。但是在大陸，共產黨一黨專政並無政黨差異，所有媒介均為國營或共營，其主要任務是在貫徹執行黨和政府的方針與政策，因此在大陸，政府支持度無法顯著預測電視新聞主播的可信度。在香港，大多數媒體為民營，主要目標是追求商業利潤，香港政府對香港電視新聞的影響與干預不大，因此香港受訪者對政府的支持度也無法顯著預測主播的可信度。

當然，本研究也有一定的侷限。主要的侷限在於我們採用的抽樣方法不是隨機抽樣，而是目的抽樣，目的抽樣的推論能力較差。在大陸、香港和台灣進行的調查，我們各選擇了兩所大學，但由於大陸地廣人多，新聞傳播院系較多，我們僅選擇了上海的兩所高校，與香港和台灣的抽樣人數在比例上也可能存在一定的失衡。此外，本研究鎖定的調查對象為新聞傳播學專業學生，並非一般電視觀眾，新聞傳播專業學生對電視新聞及主播較為瞭解，他們對媒體的評價以及對電視新聞主播的可信度評價能否推論到社會其他階層的人群，還有待進一步考察。未來的相關研究，應採用隨機抽樣，並以一般民眾為受訪對象，研究結果才會具有較高的推論能力。

註釋

- 1 把年齡列為控制變項的主要理由如下：1. 過去可信度相關研究顯示，年齡會影響受眾對媒介可信度的評估 (Mulder, 198; Gantz, 1981; Johnson & Kaye, 1998; 葉恒芬, 2000)；2. 雖然大學生年齡相近，對新聞傳播學系的學生而言，年級較高的學生對電視新聞及電視新聞主播的瞭解可能較為深入，對主播可信度的評估可能會和年級低學生不同。但由於年齡和年級程度高度正相關，進行複迴歸分析時，如同時輸入迴歸方程式，會產生 multicollinearity。因此，本研究的度迴歸分析未使用年級，只把年齡列為控制變項。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 王正祥 (2010)。〈媒介使用、權威資訊的可信度與民眾對傳言的信任〉。《新聞與傳播研究》，第3期，頁35–45。
- Wang Zhengxiang (2010). Meijie shiyong, quanwei zixun de kexindu yu minzhong dui chuanyan de xinren. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 3, 35–45.
- 王旭、湯允一、莫季雍 (1999年6月)。〈媒介表現：關於新聞可信度的討論與測量〉，「中華傳播者學會1999年會暨論文研討會」論文，台北。
- Wang xu, Tang Yunyi, Mo Jiyong (1999 June). *Meijie biao xian: guanyu xinwen kexindu de taolun yu celiang*, Zhonghua chuanbozhe xuehui 1999 hui ji lunwen yantao hui lunwen, Taipei.
- 左宗宏、李俊憲 (2010)。〈台灣報紙選舉新聞偏差報導現象研究—2000與2004年總統大選的比較分析〉。《傳播與社會學刊》，第11期，頁141–163。
- Zuo Zonghong, Li Junxian (2010). Taiwan baozhi xuanju xinwen piancha baodao xianxiang yanjiu—2000 yu 2004 nian zongtong daxuan de bijiao fenxi. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 11, 141–163.
- 張勤 (1983)。《電視新聞》。台北：三民書局。
- Zhang qin (1983). *Dianshi xinwen*. Taipei: Sanmin shuju.
- 傳播研究中心 (2010)。〈市民對傳媒公信力的評分〉。上網日期：2011年3月10日，取自 http://www.com.cuhk.edu.hk/cuccr/b5/results_1.htm 13。
- Chuanbo yanjiu zhongxin (2010). Shimin dui chuanmei gongxinli de pingfen. Retrieved March 10, 2011, from http://www.com.cuhk.edu.hk/cuccr/b5/results_1.htm 13.
- 黃曉芳 (1999)。〈公信力與媒介的權威性〉。《電視研究》，第11期，頁22–24。
- Huang Xiaofang (1999). Gongxin li yu meijie de quanwei xing. *Dianshi yanjiu*, 11, 22–24.
- 黃新生 (1994)。《電視新聞》。台北：流遠。
- Huang Xinsheng (1994). *Dianshi xinwen*. Taipei: Yuanliu.
- 喻國明 (2005)。〈大眾媒介公信力初探——兼論我國大眾媒介公信力的現狀與問題〉。《新聞與寫作》，第2期，頁11–12。
- Yu Guoming (2005). Dazhong meijie gongxinli chutan—jianlun woguo dazhong meijie gongxinli de xianzhuang yu wenti. *Xinwen yu xiezu*, 2, 11–12.
- 葉恆芬 (2000)。《網路媒體可信度及其影響因素初探研究——以台灣地區網路

- 使用者為例》。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- Ye Hengfen (2000). *Wanglu meiti kexindu jiqi yingxiang yinsu chutan yanjiu—yi Taiwan diqu wanglu shiyongzhe weili*. Guoli zhongzheng daxue dianxun chuanbo yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 廖聖清、李曉靜、張國良 (2005)。〈中國大陸大眾傳媒公信力的實證研究〉。《新聞大學》，第1期，頁19–27。
- Liao Shengqing, Li Xiaojing, and Zhang Guoliang (2005). Zhongguo dalu dazhong chuanmei gongxinli de shizheng yanjiu. *Xinwen daxue*, 1, 19–27.
- 薛宇珊 (2005)。《大學生對電視新聞主播形象之評估》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- Xue Yushan (2005). *Daxuesheng dui dianshi xinwen zhubo xingxiang zhi pinggu*. Guoli zhengzhi daxue xinwen yanjiusuo shuoshi lunwen
- 謝向榮 (2004)。《報紙建構電視新聞主播形象研究》。國立台灣師範大學大眾傳播研究所碩士論文。
- Xie Xiangrong (2004). *Baozhi jiangou dianshi xinwen zhubo xingxiang yanjiu*. Guoli Taiwan shifan daxue dazhong chuanbo yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 魏勝利 (2006)。〈試析節目主持人公信力的影響因素〉。《中國廣播電視學刊》，第11期，頁66–68。
- Wei Shengli (2006). Shixi jiemu zhuchiren gongxinli de yingxiang yinsu. *Zhongguo guangbo dianshi xuekan*, 11, 66–68.
- 蘇瑞仁 (1988)。《電視新聞播報人專業形象之研究》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- Su Ruiren (1988). *Dianshi xinwen bobaoren zhuan ye xingxiang zhi yanjiu*. Guoli zhengzhi daxue xinwen yanjiusuo shuoshi lunwen.
- 譚天 (2009)。《批評與建構：聚焦中國電視》。廣州：暨南大學出版社。
- Tan Tian (2009). *Piping yu jiangou: jujiao zhongguo dianshi*. Guangzhou: Jinan daxue chubanshe.
- 蘇鑰機、陳韜文 (2011)。〈傳媒公信力評分因年齡層而變化〉。《傳媒透視》，第1期，頁2–3。
- Su Yaoji, Chen Taowen (2011). Chuanmei gongxinli pingfen yin nianlingceng er bianhua. *Chuanmei toushi*, 1, 2–3.
- 羅文輝 (2004)。〈選擇可信度：1992及2002年報紙與電視新聞可信度比較研究〉。《新聞學研究》，第80期，頁1–50。
- Luo Wenhui (2004). Xuanze kexindu: 1992 ji 2002 nian baozhi yu dianshi xinwen kexindu bijiao yanjiu. *Xinwenxue yanjiu*, 80, 1–50.

- 羅文輝、陳世敏 (1993)。《新聞媒介可信度之研究》。國科會專題研究報告。
- Luo Wenhui, Chen Shimin (1993). *Xinwen meijie kexindu zhi yanjiu*. Guokehui zhuanti yanjiu baogao.
- 羅文輝、黃怡嘉 (2010)。〈2008 年電視總統選舉新聞的政黨偏差〉。《傳播與社會學刊》，第 11 期，頁 165–189。
- Luo Wenhui, Huang Yijia (2010). 2008 nian dianshi zongtong xuanju xinwen de zhengdang piancha. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 11, 165–189.
- 羅文輝、黃葳葳 (2000)。《報紙與電視總統選舉新聞的比較研究》。聯合報系文化基金會專題研究報告。
- Luo Wenhui, Huang Weiwei (2000). *Baozhi yu dianshi zongtong xuanju xinwen de bijiao yanjiu*. Lianhe baoxi wenhua jijinhui zhuanti yanjiu baogao.
- 羅文輝、林文琪、牛隆光、蔡卓芬 (2003)。〈媒介依賴與媒介使用對選擇新聞可信度的影響：五種媒介的比較〉。《新聞學研究》，第 74 期，頁 19–44。
- Luo Wenhui, Lin Wenqi, Niu Longguang, Cai Zhuofen (2003). Meijie yilai yu meijie shiyong dui xuanze xinwen kexindu de yingxiang: wuzhong meijie de bijiao. *Xinwenxue yanjiu*, 74, 19–44.
- 羅文輝、蘇蘅、林書焯、呂惠敏、高明慧、盧聖芳 (2009)。《主播解碼——當上主播的第一本書》。台北：台灣商務印書館股份有限公司。
- Luo Wenhui, Su Wei, Lin Shuwei, Lv Huimin, Gao Minghui, Lu Shengfang (2009). *Zhubo jiema—dangshang zhubo de diyiben shu*. Taipei: Taiwan shangwu yinshuguan gufen youxian gongsi.

英文部分 (English Section)

- ASNE (1985). *Newspaper credibility: Building reader trust*. Columbia: The American Society of Newspaper Editors.
- Alan, J. (2003). *Anchoring America: The changing face of network news*. Chicago & Los Angeles: Bonus Books.
- Berlo, D. K., Lemert, J. B. & Mertz, R. (1970). Dimensions for evaluating the acceptability of message sources. *Public Opinion Quarterly*, 33(4), 563–576.
- Carter, R.F. & Greenberg, B.S. (1965). Newspapers or television: Which do you believe?. *Journalism Quarterly*, 42, 22–34.
- Charnley, M. V. (1936). Preliminary notes on a study of newspaper accuracy. *Journalism Quarterly*, 13, 394–401.
- Cobbey, R. (1980). Audience attitudes and readership. *ANPA News Research Reports*, 29, 8–9.
- Gantz, W. (1981). The influence of research methods on television and newspaper credibility evaluation. *Journal of Broadcasting*, 25, 155–169.

- Gaziano, C. & McGrath, K. (1986). Measuring the concept of credibility. *Journalism Quarterly*, 63, 451–462.
- Greenberg, B. (1966). Media use and believability, some multiple correlates. *Journalism Quarterly*, 43, 665–732.
- Gunther, A. C. (1992). Biased press or biased public? Attitudes toward media coverage of social groups. *Public Opinion Quarterly*, 56, 147–167.
- Guo, S., Yu, H., To, Y. M. & Chan, F. (2010). *Credibility, news sources and readership: The case of Hong Kong audience*. Retrieved April 18, 2011, from World Wide Web: www.hkbu.edu.hk/~lewi/WPS/95_Guo_Huang_To_Chan.pdf
- HKUPOP (2010). *Table*. Retrieved March 14, 2011, from World Wide Web: http://hkupop.hku.hk/english/popexpress/press/nm_credibility/year/datatables.html
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Keley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven: Yale University Press.
- Hovland, C. I., & Mandel, W. (1952). Experimental comparison of conclusion—drawing by the communicator and by the audience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 47, 581–588.
- Hovland, C. I., & Weiss, W. (1951). The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*, 15, 635–650.
- Johnson, T.J., & Kaye, B. K. (1998). Cruising is believing? Comparing Internet and traditional sources on media credibility measure. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 75(2), 325–340.
- Kiousis, S. (2001). Public trust or mistrust? Perceptions of media credibility in the information age. *Mass Communication and Society*, 4(4), 381–403.
- Li, Z. (2011, January 20). Hong Kong media credibility declines. *Epoch Times*. Retrieved February 24, 2011, from <http://www.theepochtimes.com/n2/china/hong-kong-medias-credibility-declines-49279.html>
- Lichter, S. R. (2001). A plague on both parties: Substance and fairness in TV election news. *The Harvard International Journal of Press/Politics*, 6(3): 8–30.
- Mishra, V. M. (1970). Mass media use patterns on the Indian slums: A study of four bastles in greater Delhi. *International Communication Gazette*, 16, 27–38.
- Metzger, M. J., Flanagin, A. J., Eyal, K., Lemus, D. R., & McCann, R. M. (2003). Credibility for the 21st century: Integrating perspectives on source, message, and media credibility in the contemporary media environment. In P. J. Kalfleisch (Ed.), *Communication yearbook (Vol. 27, pp. 293–335)*. Mahwah, NJ: Earbaum.
- Meyer, P. (1988). Defining and measuring credibility of newspapers: Developing and index. *Journalism Quarterly*, 65, 567–74.
- O’Keffe, D. J. (1990). *Persuasion: Theory and research*. Newbury Park: Sage.
- Peterson, R. A., Kozmetsky, G., & Cunningham, I. C. M. (1982). Perceptions of media bias toward business. *Journalism Quarterly*, 59(3), 461–464.
- Rimmer, T., & Weaver, D. (1987). Different questions, different answers? Media use and media credibility. *Journalism Quarterly*, 64, 28–36, 44.

- Schweiger, W. (2000). Mediai credibility-experience or image? A survey on the credibility of the World Wide Web in Germany in comparison to other media. *European Journal of Communication, 15*(1), 37-59.
- Self, C. C. (2009). Credibility. In D. W. Stacks & M. B. Salwen (Eds.), In *Integrated approach to communication theory and research* (2nd ed., pp. 435-456). New York: Routledge.
- Shaw, E. (1973). Media credibility: Taking the measure of a measure. *Journalism Quarterly, 50*, 306-311.
- Singletary, M. W. (1976). Components of credibility of a favorable news source. *Journalism Quarterly, 53*(2), 316-319.
- Wanta, W., & Hu, Y.W. (1994). The effects of credibility, reliance, and exposure on media agenda-setting: A path analysis model. *Journalism Quarterly, 71*, 90-98.
- West, M.D. (1994). Validating a scale for the measurement of credibility: A covariance structure modeling approach. *Journalism Quarterly, 71*(1), 159-168.
- Westley, B.H. and W.J. Severin (1964). Some correlates of media credibility. *Journalism Quarterly, 41*, 325-335.
- Whitney, D. C. (1986). *The media and the people: Surroundings from two communities*. New York: Gannett Center for Media Studies, Columbia University.

本文引用格式

- 羅文輝、孔艷穎、黃素軒、劉暢、高鹿洋子、樊菲菲 (2013)。〈大陸、香港、台灣電視新聞主播可信度的比較研究〉。《傳播與社會學刊》，第 24 期，頁 93-118。