

第三章 研究方法

第一節 研究對象

本研究在資料分析上共分為兩個部份。第一個部份採用量化的內容分析法來分析台視、中視、華視、民視新聞台(以下簡稱民視)、TVBS-N(以下簡稱 TVBS)以及中天新聞台(以下簡稱中天)如何報導 2008 年的總統選舉,探討此六家電視台在報導數量、報導時間、選舉聲刺、引用的消息來源及新聞給人的整體印象上是否呈現出偏差。選擇這六家電視台的原因,在於民視、TVBS 以及中天是專業的新聞頻道,擁有廣大的收視群,其所報導的新聞內容具有一定的影響力。而台視、中視、華視三家電視台則是台灣最早的三家無線電視台,三台原本由政府控制,但近年來三家電視台因為政府的改革措施,所有權型態歷經了重大的變更,而此種所有權的改變對於三家無線台的新聞內容會有什麼樣的影響令人關注。因此本研究亦選擇此三家無線電視台做為研究對象。

在內容分析的抽樣上,本研究採取隨機抽樣法,在選舉前三個月的電視新聞中,隨機抽取二十五天的整節晚間新聞作為樣本進行分析。在本研究中,晚間新聞指晚間 6:00-7:00 播出的新聞。所抽選出的二十五天分別是:一月十五日、十七日、十八日、二十一日、二十二日、二十四日、二十七日、二十八日、三十日、三十一日、二月四日、十三日、十五日、二十二日、二十三日、二十八日、三月二日、五日、六日、七日、九日、十一日、十三日、十七日、十八日。

本研究第二個部份則採取個案分析法,選取 2008 年總統選舉中重要的新聞事件作為分析的樣本,以質化的個案分析方式深入探討六家電視台對於個別事件的呈現,檢視其中是否存在著政治偏差。本研究在此一部份所選取的個案為馬英九綠卡事件以及謝長廷的調查局線民事件。

第二節 六家電視台簡介

一、台視

台灣電視公司是我國第一家電視公司。台視的創設可回溯至 1960 年，當時國民黨中央指示「中國廣播公司」負責籌辦電視，但因中國廣播公司無力承擔，便將此一任務交由台灣省政府負責（溫世光，1983）。1961 年，「台灣電視廣播事業籌備委員會」成立，同時與四家日本廠商合作，共同創辦台灣電視公司。1962 年 4 月 28 日，台視正式誕生，並於同年 10 月 10 日正式播出電視節目（石世豪，2001）。

台視開辦之初，資本額只有三千萬元，且收視範圍僅限於苗栗及宜蘭以北地區（王天濱，2002）。之後，台視陸續增資，並於 1965 年完成中南部轉播網的建立，1969、1971 年則分別成立花蓮、台東的轉播站，自此台視的涵蓋率遍於全台（台視四十年，2002）。

在中視、華視成立之前，台視為台灣電視媒體市場的獨占者。而 1969 年、1971 年中視、華視相繼開播，台視喪失了獨占的優勢地位，也為其營運帶來衝擊。例如在 1972 年，台視就曾因華視的開播，導致當年營運呈現虧損狀態，後因採取節目外包政策，業務才又持續成長（石世豪，2001）。

到了 1993 年，由於有線電視頻道陸續開放，台視再度遭遇衝擊。在有線電視合法化後，有線頻道的發展日漸蓬勃，分食了傳統無線三台的觀眾及廣告，導致無線三台的收視率日益下滑，台視自然也不能倖免，營運逐漸陷入困境（台視四十年，2002）。為了解決此種困境，台視在 2000 年召開股東會，選出賴國洲為董事長、胡元輝為總經理，並著手進行改革。他們以「多頻道、多通路、多媒體的視訊集團」為目標，成立跨部門的改革小組，以期引領台視成為一個多角化經營的企業體（黃河，2002）。2001 年，台視舉行「2001 台視起飛」宣示活動，以台視成為「數位時代最具競爭力的媒體產業」為企業願景。2004 年，台視由類比自動播控系統轉換成數位多頻道的自動播控系統，正式邁入數位播映的新紀元。（台視全球資訊網，2008）。

在電視新聞方面，台視在成立之時，並沒有獨立的新聞部。直到 1966 年，才將原屬於節目部的新聞組升格為新聞部。其後，台視便以「新聞王國」自居，強調以公正、翔實的報導態度，將訊息提供給民眾（台視四十年，2002）。儘管台視將公正客觀的新聞報導奉為圭臬，但外界對於其新聞報導不公的指責仍時有所聞。1988 年，民進黨立委朱高正指責台視對當時在內湖發生的警民衝突事件報導不公，此一批評還引起民眾包圍台視抗議（聯合報，1988/4/5/02 版）。2000 年總統大選時，總統候選人宋楚瑜也批評台視在總統大選中的報導並不公正（聯合報，2000/3/7/2 版）。而過去的學術研究顯示，在政黨輪替前，台視在選舉新聞的報導上較偏袒國民黨的候選人（Lo, King, Chen, & Huang, 1996；Lo, Neilan, & King, 1998）。但在政黨輪替後的 2004 年總統選舉中，台視的新聞報導主要以泛綠陣營人士為主要消息來源，且民進黨候選人陳呂獲得較多的報導數量，報導時間及選舉聲刺。而在新聞給人的整體印象上，台視的報導對民進黨候選人陳呂最為有利，對國民黨候選人連宋的報導則相當不利（羅文輝等，2004）。

二、中視

中國電視事業股份有限公司成立於 1968 年 9 月 3 日，並於 1969 年 10 月 9 日開始試播，10 月 31 日由當時的副總統嚴家淦主持按鈕儀式，正式開播，為我國第二家電視公司（王天濱，2002），同時也是第一家由國人獨資經營，且沒有任何公股投入的電視公司（石世豪，2001）。然而，仔細檢視中視的資本，可以發現，中視成立之初，最大的股東為中國廣播公司，而中國廣播公司最主要的出資者為華夏投資公司，華夏投資公司背後的唯一股東則為中國國民黨。因此，其所謂「沒有公股介入的純民營公司」，係指「無政府資本」介入而言（張禮智，2005）。

中視剛成立時，其涵蓋率也非遍佈全台。1970 年，中視完成中、南部兩座發射台的裝設，並同時開始營運。1974 年，台東發射台成立並啓用；1975 年，

宜蘭、花蓮轉播站亦相繼完成，自此中視也成爲擁有全國電視網的電視公司（中視十五年，1984）。1986年，中視因國內電視節目競爭日趨激烈，原位於仁愛路舊址的大樓空間不敷使用，因而將電視台遷移至南港現址，並將其定位爲具有前瞻性、永久性、專業性，且完全獨立的現代化電視製播中心。（中視全球資訊網，1998）。

中視的出現，對於台灣的電視媒體產業具有重要的意義。王天濱（2002:303）便指出，「中視的誕生，轉變了台視 8 年來獨家經營的局面，相對的產生了競爭的形勢，加速了電視事業的成長與進步」。其中，中視率先發展彩色電視，催生了我國彩色電視的發展；而中視與台視兩台在業務上的競爭，也刺激了廣告市場的蓬勃發展。此外，中視的出現也引發了電視新聞的強烈競爭（王天濱，2002）。

1999年，中視股票公開上市，爲國內第一家股票上市的媒體，並進行了一連串的改革，包括組織重整、健全財務、擴大轉投資等改造工作，並以「五大事業群」—內容事業群、頻道事業群、傳輸工程技術服務事業群、網路及電子商務事業群以及休娛樂事業群等，對中視的經營與運作重新進行調整與定位。此外，中視也相當重視「數位化」，企圖轉型成所謂的「中視媒體集團」，以多元化的方式經營綜合頻道、新聞專業頻道與付費頻道等（黃河，2002）。

在電視新聞上，中視因其國民黨經營的背景，使其新聞報導的公正性備受質疑。在 2000 年總統選舉時，中視因爲對於選舉新聞報導不公，不但受外界責難，連內部員工（包括主播、記者等）也紛紛以批評或退黨等實際行動，要求中視新聞報導回復專業（黃河，2002）。羅文輝等人（2004）針對 2004 年總統選舉所做的研究也顯示，中視的新聞報導主要以泛藍陣營人士爲主要消息來源；並給予國民黨候選人連宋較多的報導數量及報導時間；在選舉聲刺上，也以連戰直接發表言論的時間最長；而在新聞給人的整體印象上，中視的報導對國民黨候選人連宋最爲有利，對民進黨候選人陳呂則最爲不利。

三、華視

華視的前身為於 1962 年創立的教育電視台。由於教育電視台僅賴教育部之預算維持，並無廣告營收，因此在經費上相當拮据。再加上其收視範圍過小，僅涵蓋北部地區，無法發揮預期的功能，因此政府決定擴建教育電視台（石世豪，2001）。教育電視台擴建的工作係由國防部及教育部合作進行，目的在推動軍中教育及社會教育（王天濱，2002）。1971 年 1 月 31 日，中華電視公司正式成立，並於同年 10 月 31 日正式開播（華視十五年，1986）。1972 年，華視正式改組為「華視文化事業股份有限公司」，由劉闊才出任董事長，劉先雲出任總經理。而在 1974 年，華視又另外成立「財團法人華視文化教育基金會」，該會的宗旨在宏揚文化、振興學術、發展社教、培養人才及資助文化事業。自此華視的業務範圍擴大為多目標經營（華視十五年，1986）。

雖然華視成立較晚，但其在開播之時即同時完成中南部聯播網，而東部聯播網也於 1974 年完成（石世豪，2001）。和台視、中視不同的是，華視在成立之時，即以推展文化、教育事業為重要目的（王天濱，2002），華視的主要經營宗旨、理念即為「宏揚中華文化、發展空中教學、擴大社會教育及提升生活品質」（華視全球資訊網，2008）。因此除了電視台的業務之外，華視也積極籌辦各類文化及教育事業。例如開辦空中教學、並和各大學簽訂學術合作計畫等（華視十五年，1986）。1999 年，華視教學部成為第一個通過 ISO 國際品保認證的無線電視公司的單位（張彥清，2004），可見其在推動文化及教育事業上頗有成效。2006 年，華視依據政府媒體公共化政策，於 2006 年 4 月 1 日加入公共廣電集團，7 月 1 日正式掛牌，自此華視轉型為以傳統媒體為基礎的新媒體事業，並以發揚公共價值及擴大公共服務為經營使命（華視全球資訊網，2007）。

在電視新聞上，原先華視在成立籌備會上並不打算設置獨立的新聞部門，但有感於新聞具有「宣導政令、反映輿論、溝通新知」等功能，且新聞節目發展快速，其內容與製播方式，又與一般娛樂及社教節目不同，因此華視在正式成立時，仍然設置了獨立的新聞部（華視十五年，1986）。在新聞公正性方面，黃河（2002）

指出，儘管觀眾對於三台新聞報導不公的批評時有所聞，但相關實證研究顯示，相較於台視、中視，華視在選舉新聞的報導上是較為中立的。羅文輝等人（2004）的研究也顯示，在 2004 年總統大選時，華視的報導和 CTN、TVBS 兩家民營有線電視台較為接近，不論是在引用消息來源、報導數量及新聞給人的整體印象上，均遠比台視、中視、民視公正。

四、民視

1993 年 8 月，由民進黨人所創辦的「民間傳播公司」成立，此間公司成立的目的，為向政府爭取設立第四家無線電視台。1994 年，新聞局宣布該年 6 月 1 日至 30 日為申請第四家無線電視台的登記日期，「民間傳播公司」遂與「全民電通投資公司」合作，成立「民間全民電視公司」，向新聞局申請設台許可。1995 年 6 月，民視獲得執照，便開始籌備設台事宜。1996 年，民視正式成立董事會，並推舉蔡同榮為董事長，張俊宏為副董事長，同時積極網羅各界人才，聘請當時的華視節目部經理陳剛信為執行常董，TVBS 副總經理李光輝為總經理，共同籌備建台事宜。此外，為了另外成立民視新聞台，於 1996 年 12 月成立「民視文化公司」，以其名義經營民視新聞台。1997 年 5 月 5 日，民視新聞台開播，同年 6 月 11 日，民視無線台開播（蔡同榮，2003）。

民視成立後，標榜「來自民間，服務全民」的宗旨，並揭櫫三項經營原則：

1. 尊重專業經營，所有權與經營權徹底分開。
2. 股權大眾化，防止大財團壟斷。
3. 強調媒體自主精神，注重新聞平衡報導原則。（王天濱，2002：603）

民視開播初期，面對的是競爭激烈的電視環境，因此在經營上面臨嚴峻挑戰。到了 1999 年，民視經營漸入佳境，不僅收視率提升，廣告量也有所成長，2000 年民視更加快速成長，在電視媒體業界佔有一席之地（石世豪，2001）。

在經營上，民視和傳統的無線三台有所不同。王天濱（2002：603-604）便

指出，民視以和國際傳播事業、國內廣告公司、製作公司建立「事業共同體」為其經營構想，並積極引進傳播科技，同時提升自製節目的品質。而在閱聽眾的經營規劃上，民視深入分析觀眾的收視行為，以「分眾傳播」的方式，依不同特性的閱聽眾設計不同的節目及播出時段。此外，民視也標榜「本土化」，除了積極推動台語新聞外，民視的台語節目也遠遠超過其他無線台（蔡同榮，2003）。民視此種經營方式的確有所成效，民視在創台幾年後收視率逐漸攀升，同時也在各項調查中受到肯定（蔡同榮，2003）。

在電視新聞上，民視新聞強調尊重專業自主，並建立全球採訪網，培養並建立台灣新聞報導的國際觀（賴國洲，1997）。此外，為了強化南部新聞報導、反映南部民情，民視於 2000 年將南部新聞中心升格為南部中心，並朝利潤中心制規劃，除維持原有的新聞中心編制外，另外增設節目製播組及業務組，積極地開發南部業務，以落實南北均衡（王天濱，2002：604）。雖然民視新聞強調尊重專業及平衡報導，但其成立背景和民進黨密切相關，仍不免讓人質疑民視的新聞報導，尤其是和政治、選舉相關的報導，是否存在著特定的意識形態，導致報導有所偏頗或不公正。事實上，根據過往研究顯示，民視在選舉新聞的報導上，明顯偏向民進黨的候選人。不只是在引用消息來源上以泛綠陣營人士為主，且給予民進黨候選人較多的報導數量、報導時間及發表言論時間，在新聞給人的整體印象上，也對民進黨候選人較為有利（羅文輝等，2004）。

五、TVBS

TVBS 成立於 1993 年 9 月，是由香港 TVB、福隆傳播以及年代影視公司共同合作創設的衛星頻道。雖然 TVBS 在資本結構上為港台合資，且港股佔 70%，台灣只佔了 30% 的股份，但其以「經營大台灣」為目標，強調落實本土化，是一以台灣本土為目標的電視台（葉俊傑，1996）。

TVBS 創設後不久，即因在 1993 年 10 月獨家現場直播中華職棒四年的總冠

軍賽而聲名大噪；同年 11 月，「無線晚報」正式於香港中心開播；而在同年 12 月，TVBS 又因獨家轉播該年金馬獎的頒獎典禮而備受關注。儘管是在創立首年，TVBS 即迅速打響名氣，且創下了約三千萬元的廣告業績（葉俊傑，1996）。1995 年，TVBS 當選商業週刊年度十大風雲產品，且連續獲選為大傳相關科系學生最想進入的公司（陳貞夙，2005）。由此可見 TVBS 的品牌知名度，而其對台灣媒體市場的影響也不容小覷。

在經營管理上，TVBS 爲了滿足不同觀眾的需求，以分眾收視的概念，建立 TVBS 家族，旗下分別開闢了 TVBS 綜合台、TVBS-G 娛樂台以及 TVBS-N 新聞台（李秀珠，1996）。TVBS 綜合台於 1993 年 9 月成立，內容除了新聞外，還包括了戲劇節目、休閒節目及談話性節目等，其中 1994 年 8 月開播的「2100 全民開講」，其以電話 call-in 的方式和觀眾產生互動，因此廣受歡迎。TVBS-G 娛樂台於 1994 年 9 月開播，爲台灣第一個全娛樂綜藝頻道，其節目內容包含了音樂、流行、戲劇、卡通等，提供閱聽眾多元而全面的娛樂訊息。TVBS-N 則成立於 1995 年 10 月，爲台灣第一個 24 小時全天候新聞頻道，提供民眾最新的新聞訊息，而此舉也造成其他頻道紛紛跟進，造成目前新聞頻道百家爭鳴的狀況（張清清，2004）。此外，TVBS 爲了走向國際，於 1997 年 6 月成立 TVBS Asia 頻道，將節目傳送至新加坡、馬來西亞、印尼、日本、澳洲及北美等地。TVBS 在經營上也相當多元。1996 年 2 月，TVBS 成立了台灣電子媒體第一個民意調查中心；1997 年 11 月，TVBS 週刊創刊，TVBS 正式跨足平面媒體，擴大了其經營版圖（陳貞夙，2005）。

在電視新聞方面，TVBS 成立之時，即相當重視新聞節目的經營及拓展。在 TVBS 初創之期，即投資了許多時間及資金於新聞製作上，並且以新聞節目作爲挑戰傳統無線三台的重點（葉俊傑，1996）。而時任 TVBS 副總經理的李光輝認爲，在瞬息萬變的新聞戰中，爲了避免機動性及現場直播影響到 TVBS 固定的節目，因此開闢一個專屬的新聞頻道實屬必要。1995 年 10 月 2 日，全天候的新聞專業頻道 TVBS-N 正式開播。TVBS 在新聞的經營上，除了挖角無線三台的明星

主播、製造話題外，也相當重視新聞的包裝。例如，其每則新聞皆以對聯式標題及寬螢幕的電視牆加以搭配，帶給觀眾耳目一新的感受。而 TVBS 在新聞報導角度及取材上也和三台有所不同。此外，TVBS 也給予當時除了國民黨以外不同立場的政黨更多發聲的機會，挑戰以往三台新聞報導只呈現出單一觀點的「一言堂」的情形。此種做法給予閱聽眾專業、公正的印象，更塑造了 TVBS 的品牌形象。而以往的研究亦顯示，在選舉新聞的報導上，TVBS 等民營有線電視台的報導，無論在引用消息來源、報導數量及新聞給人的整體印象上，均較無線三台來的公正(Lo, King, Chen, & Huang, 1996; Lo, Neilan, & King, 1998; 羅文輝等, 2004)。

六、中天

中天電視台於 1994 年創立，最初由港商傳訊電視握有經營權，後經營權歷經幾次轉手，先後由和信集團及象山集團加以經營。2002 年 6 月，中天由中時集團正式接手經營（劉德蕙，2004）。

1994 年，傳訊電視推出「中天」及「大地」兩個衛星頻道，並於 1995 年正式開播。1996 年，中國電視股份有限公司成立了中視二台，此即中天娛樂台之前身。到了 1997 年 6 月，「中天」及「大地」兩個頻道由和信集團接手。2000 年，象山集團開始經營中視二台，並於 2001 年接手經營「中天」和「大地」兩個頻道，並將「中天」更名爲「中天新聞台」；「大地」更名爲「中天資訊台」；「中視二台」則更名爲「中天娛樂台」。2002 年 6 月中天電視台改由中時集團接手加以經營，正式成爲跨平面、網路及電視的媒體集團。2004 年，「中天資訊台」轉型成爲訴求全家收視的優質頻道，正式更名爲「中天綜合台」（中天電視網站，2007a）。

在經營上，中天秉持著「中道的精神、國際的視野、關懷的態度、清新的表現」四項經營理念，並奉行「以新的思維來規劃營運體系」、「以新的視野來開發市場機會」、「以新的科技來傳遞服務品質」、「以新的績效來滿足顧客需求」等四

項經營原則（中天電視網站，2007b）。

在電視新聞上，中天新聞台的訴求為「兼具國際視野與本土關懷的專業新聞台」。而依據過往研究顯示，民營的中天新聞台在選舉新聞的報導上無論在引用消息來源、報導數量、報導時間、選舉聲刺以及新聞給人的整體印象上均較台視、中視、華視、民視公正（Lo, King, Chen, & Huang, 1996；Lo, Neilan, & King, 1998；羅文輝等，2004）。

第三節 分析單位

本研究以「一則新聞」做為內容分析的單位。所謂一則新聞，是以主播在畫面上出現做為分則的依據。

第四節 類目建構

本研究的類目建構及其操作定義如下：

一、新聞位置

共分為頭條、二條、三條以及其他共四個選項。

1. 頭條：電視新聞播出的第一則新聞為頭條新聞。
2. 二條：電視新聞播出的第二則新聞為二條。
3. 三條：電視新聞播出的第三則新聞為三條。
4. 其他：第三則以後的新聞均歸為其他類。

二、新聞長度

指整則選舉新聞的長度，以秒為計算單位，以主播開始播報開始計算。

三、總統、副總統候選人在電視上說話的時間

指各組總統、副總統候選人在電視上直接發表言論的時間，而候選人所發表的言論必須是完整的句子，並且可以理解。

四、各組總統、副總統候選人、助選員、支持者出現的時間

包括各組總統、副總統候選人在電視上說話的時間，如果同一畫面中同時出

現多組人馬，則把時間平均分配給各組。

五、新聞主要消息來源之數目

共分為只有一位主要消息來源、有多位主要消息來源以及沒有消息來源三大類。

1. 只有一位主要消息來源：如果一則新聞只有一個主要消息來源，則歸為只有一位主要消息來源。
2. 有多位主要消息來源：如果有許多消息來源，而這些消息來源被引述的言論大致相等，則歸為有多位主要消息來源。

六、新聞主要消息來源的黨派

共分為泛綠（民進黨、台聯、建國黨）、泛藍（國民黨、親民黨、新黨）、其他黨派（包括其他無黨籍人士）、各黨派都有及其他五類。如果消息來源是政府機關，消息來源的黨派歸入其他類。如果是消息來源是政黨陣營，則歸為某一政黨陣營。如果消息來源是人，若能判斷其黨派陣營，則勾選其黨派陣營；若不能判斷其黨派陣營，則歸入其他類。例：消息來源是商人，又無法判斷其黨派，則歸入為其他。

七、新聞主要引述哪一組候選人或支持者的言論

共分為泛綠（民進黨、台聯、建國黨）、泛藍（國民黨、親民黨、新黨）、其他黨派（包括其他無黨籍人士）、各黨派都有及其他五類。由編碼員看完整則新聞，判斷新聞主要引述哪一組候選人或支持者的言論。如引述各陣營的言論大致相等，則歸為「各黨派都有」。

八、新聞內容是否涉及總統及副總統候選人

共分為未涉及總統及副總統候選人、平均涉及各組總統及副總統候選人、主要涉及謝長廷 / 蘇貞昌以及主要涉及馬英九 / 蕭萬長四類。新聞內容如未涉及明確可指認的候選人，則列為未涉及總統及副總統候選人；如果新聞中指出無法指認姓名或黨派的候選人，亦歸入未涉及總統及副總統候選人。如新聞內容平均涉及兩組或兩組以上的總統、副總統候選人，則歸入平均涉及各

組總統及副總統候選人。

九、新聞給人的整體印象對下列總統 / 副總統候選人是否有利

共分為有利、中立、不利以及不適用四類。判斷的方法是由編碼員看完整則新聞後，判斷該則新聞報導的事實與意見，對每一組總統、副總統候選人是否有利，有利則歸為有利類，不利則歸為不利類；如果只報導中立的事實與意見，或是有利與不利的事實與意見並陳，而且無法分辨究竟是有利或不利時，則歸為中立類。如果該則新聞未涉及該組總統、副總統候選人，則歸為不適用類。

1. 有利：如果新聞中指某一組候選人會獲勝、選情樂觀、誠實、有能力、獲得選民支持，或讓候選人發表政見等，均視為對該組候選人有利。

例如：民視在2月13日的新聞中針對謝長廷調查局線民事件所做的一則報導。該則新聞標題為「當國民黨抓耙子？ 謝：對手選舉策略」、「謝：催生民黨和被判刑可證已清白」以及「非抓耙子 調查局無謝線民檔案」。而記者在旁白中說道：「1987年為了抗議國民黨國安法，民進黨發動群眾遊行，由謝長廷擔任總領隊。後來被判刑三年，差點喪失律師資格，也開始了謝長廷的逃亡生活，如果是當抓耙子，又怎麼會有這樣的過程」、「種種事證，謝長廷都不是週刊報導的抓耙子」。這則新聞即為對謝長廷有利的新聞。

2. 中立：指新聞陳述中立的事實與意見，未偏袒任何一組候選人；或是有利與不利的事實並陳，而且時間、數量接近，無法分辨有利或不利。

例如：華視在1月31日針對馬英九綠卡風波所做的報導。該則新聞標題為「謝公佈編號 馬出示簽證」、「質疑赴美保綠卡 謝再批馬誠信」、「馬英九仍有綠卡？ 幕僚駁斥謝說法」。而記者在旁白中指出：「問題的關鍵在於馬英九有沒有提出放棄綠卡的表格，他的綠卡是否自動失效？或仍然有效？謝長廷手中又握有多少證據？綠卡風波仍將是馬謝陣營攻防焦點」。這則新聞雙方說法並陳，為中立的新聞報導。

3. 不利：如果新聞中指某一組候選人已經出局、選情不利、A錢、貪污、涉及不法、不誠實、沒有能力、買票等，均視為對該組候選人不利。

例如：中視在2月13日的新聞中針對謝長廷調查局線民事件所做的一則報導。該則新聞標題為「諮詢委員？就是線民！」、「前調查員爆料 謝早就被吸收」、「李義雄：挑撥分化黨外 謝是線民」、「諮詢委員？調查員：就是布建線民」。而記者在旁白中指出：「有人對鏡頭作證，有人對法庭指證，布建案恐怕不是謝長廷一句選舉花招可以輕輕帶過」。這則新聞即為對謝長廷不利的新聞。

第五節 編碼及信度檢驗

本研究內容分析之編碼工作，由六位政治大學新聞系碩士班的學生擔任。所有的編碼員在正式編碼前，均接受過編碼訓練，以培養對於各類目的共識。進行編碼訓練後，再於所有總統選舉新聞中，隨機抽出 10 則電視新聞進行信度檢驗，計算編碼員在各類目上的相互同意度，各類目的信度檢驗結果如下：

表 3-1：編碼信度檢驗表

類目	編碼員平均相互同意度	信度
新聞長度	1	1
各組總統、副總統候選人、助選員、支持者出現的時間	0.74	0.94
總統、副總統候選人在電視上說話的時間	0.95	0.99
主要消息來源的數目	0.8	0.96
主要消息來源的黨派	0.83	0.97
新聞主要引述哪一組候選人或支持者的言論	0.83	0.97
新聞內容是否涉及總統及副總統候選人	0.89	0.98
新聞給人的整體印象對各組總統、副總統候選人是否有利	0.79	0.96
平均	0.85	0.97