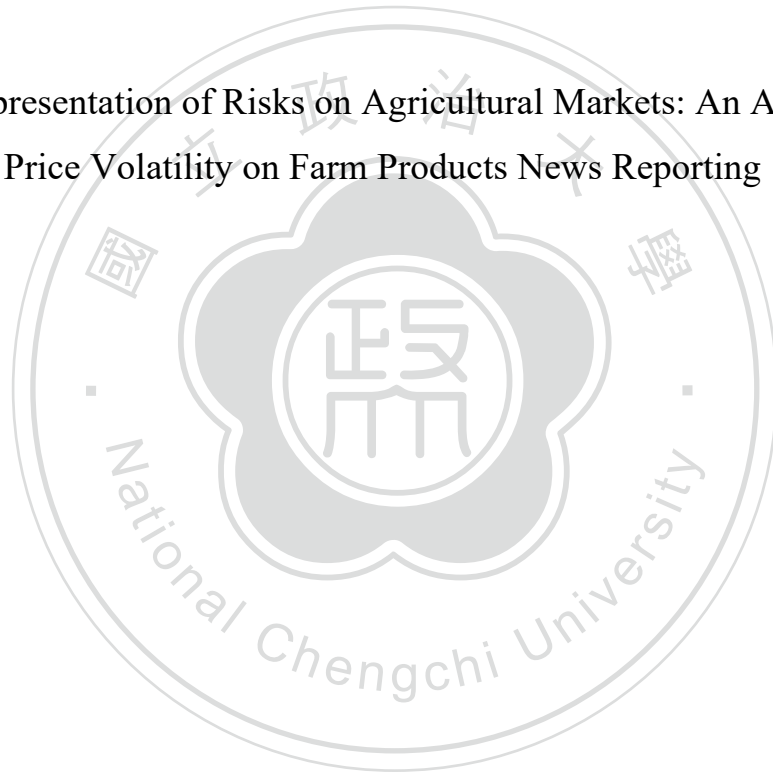


國立政治大學  
傳播學院傳播碩士學位學程  
碩士論文

農業產銷失衡風險的媒體再現：以價格崩盤新聞為例

Media Representation of Risks on Agricultural Markets: An Analysis of  
Price Volatility on Farm Products News Reporting



指導教授：鄭宇君 博士

研究生：張芳瑋 撰

中華民國一一〇年七月

## 〈致謝〉

研究歷程中，我無不對自己堅持結合傳播與農業經驗的決定感到擔憂，著實感謝遇到的老師提升我的視野，感謝百齡老師總是可以點出議題核心，啟發我對於題目更深一層的思路。我的指導教授鄭宇君老師很能將我抽象又模糊的想法聚焦，並聯連貫所有概念將之架構化，謝謝義無反顧加入口試委員會的江淑琳老師，有幸認識您真是太好了。透過老師們的帶領我反覆確認問題意識，幫助我後面的研究更能抓著邏輯並盡可能增加研究的紮實度。

謝謝蜂巢數據科技團隊的阿龜們，受惠於團隊我才有機會貼近田野、進入到蔬菜水果的產地，直到發展出這篇農業議題的題目，以及研究方法的硬技能支援，由衷感謝你們。

感謝一路以來相處的傳播所同學，難以一一敘明名字道謝，但是你們的主動幫忙讓我知道我們的交集有多重要，了解彼此正在進行的研究，並透過討論刺激研究想法對研究生活很有幫助，謝謝你們在課堂、題目靈感與資料上的資訊交流，與同為研究生的心靈溫暖打氣。

感謝時任《新聞學研究》期刊主編的王淑美老師，嚴格培育我對工作的要求與謹慎，待在期刊的日子也幫助我有更多機會認識優質的文章，還可以知道引用英文文獻的門路。

進入政大是一個很幸運的機會，也希望將這份幸運傳遞給正在閱讀的研究者，祝福研究順利，希望也能排除萬難達到階段性任務，往更好的未來前進。

## 〈摘要〉

近年臺灣農產品產銷失衡成為傳統主流報紙與農業網路媒體關注的議題，主流媒體的報導往往無法涵蓋農業生產與銷售的關鍵風險，易引發社會對價格的預期心理，甚至是恐慌。

本文採取混合研究方法，針對主流媒體 2016 到 2020 年的線上新聞資料，進行量化的內容分析與質性論述分析，以政治立場傾向國民黨的《中時新聞網》與政治立場傾向民進黨的《自由電子報》這兩家新聞媒體為分析樣本的來源。研究發現，農產品價格崩盤新聞中最常見的三個框架是「政府措施」、「公益善事」和「風險訊息」，但《中時新聞網》與《自由電子報》兩報的對立政治立場則是大量反映於消息來源的選擇與政治人物發言策略，尤其民代的論述模式主要呈現為「積極發聲」、候選人的論述模式呈現為「消極解釋」，記者會則是暗示政黨長期角力的問題。

就消息來源的分析發現，農經專家的比例極少，有些專家同時具備專業權威和政府官方權威雙重身份的特殊現象，為一種特殊的缺陷模式。此外，媒體的採訪策略暴露出不夠重視農民及中間商的意見觀點，並大幅引述自各類網友的內容轉變。總結而言，農業經濟在媒體上缺乏根本探討，農產品價格崩盤事件成為政治人物的口水戰新聞。

**關鍵字：**農產品市場、風險傳播、農業新聞、框架分析、媒體再現

## ABSTRACT

In recent years, price volatility issues on farm products news reporting in Taiwan have come to mainstream newspapers and online agricultural media's attention. Still, reports often fail to cover critical risks and complex stakeholders' relations in the agricultural supply chain.

This study adopts a mixed research method to conduct quantitative content analysis and qualitative discourse analysis on the online news of the mainstream media *Chinatimes* and *The Liberty Times*. According to the results, the top three frameworks are "Government Measures," "Public Welfare," and "Risk Messages." The opposite position of these two media is reflected in the sources of the news and the speech strategies of politicians. In particular, the politicians' narrative mainly present "active voices" and the candidates' narrative mainly present "negative explanations".

Unlike other research results on risk communication, some experts have the professional and official government authority phenomenon in this study. *Chinatimes* prefers to cite a single source, and the distinction between re quoting and rewriting is no longer clear. The agricultural economy lacks fundamental discussion in the media, and the media seems to have become a sharp weapon in the war of words.

Keywords: agricultural markets, risk communication, agricultural news, frame analysis, media representation

## 〈目錄〉

壹、	緒論.....	7
一、	研究背景：為什麼農產品價格崩盤新聞頻傳？.....	7
二、	研究動機：複雜的農業風險在報導中缺席.....	11
三、	研究問題.....	14
貳、	文獻探討.....	18
一、	國際貿易與風險社會.....	18
二、	臺灣農業的風險傳播.....	26
三、	新聞媒體與議題框架.....	28
四、	小結與研究問題.....	33
參、	研究設計.....	38
一、	研究流程.....	38
二、	樣本選擇.....	39
三、	內容分析的樣本搜集.....	50
四、	內容分析方法設計.....	53
五、	論述分析.....	61
肆、	資料分析.....	62
一、	報導型態：版面、作物週期性與框架分析.....	62
二、	媒體差異對報導框架產生的影響.....	75
三、	農業報導之消息來源分佈探討.....	78
四、	小結.....	82
伍、	文本分析.....	86
一、	崩盤新聞的框架分析.....	86
二、	利害關係人作為消息來源.....	91
陸、	結論.....	104
一、	研究發現與討論.....	104
二、	研究限制.....	108
參考文獻、	.....	111
附錄、	.....	117

〈圖目錄〉

圖 1：五年以來農產品價格每月趨勢圖.....	8
圖 2：產銷失衡風險四環節.....	34
圖 3：四類利害關係人與產銷失衡風險因素.....	35
圖 4：研究流程圖.....	39
圖 5：報導週期性：作物次數分佈.....	64

〈表目錄〉

表 1：崩盤作物事件簿.....	42
表 2：作物曾出現崩盤新聞之年份.....	43
表 3：2020 年香蕉產量排序.....	47
表 4：2020 年鳳梨產量排序.....	50
表 5：新聞字數分佈表.....	56
表 6：框架類目試編結果.....	58
表 7：10 個新聞框架類目.....	60
表 8：統計方法.....	61
表 9：2016 至 2020 年兩報版面分佈（生活、政治、地方與其他版）.....	63
表 10：作物篇數分佈.....	68
表 11：各作物與框架交叉分析表.....	69
表 12：歷年「香蕉與鳳梨」框架次數分佈.....	74
表 13：《中時》與《自由》框架分佈.....	75
表 14：2016 至 2020 年框架分佈.....	77
表 15：消息來源總表.....	79
表 16：2018 年 5 到 7 月價格崩盤相關記者會.....	92

## 壹、 緒論

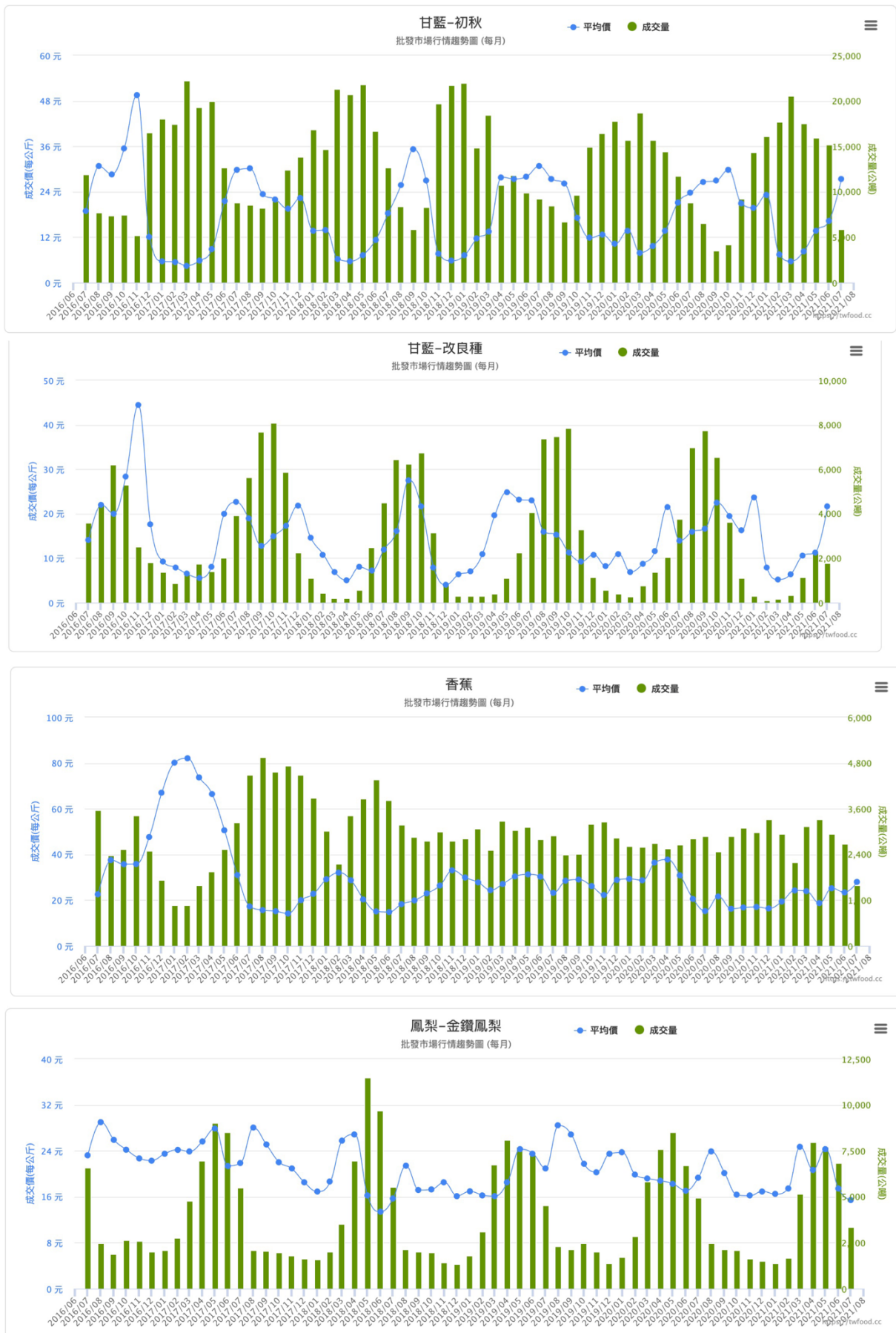
### 一、 研究背景：為什麼農產品價格崩盤新聞頻傳？

隨著現代貿易全球化，臺灣農業開放進出口農產品，歷久的產銷失衡問題逐漸浮上檯面，從香蕉失去獨佔日本市場的冠冕、鳳梨罐頭加工產業沒落、高麗菜供育苗「紫爆」的示警，政府預告採收量過高的可能，以及 2014 年進口與本土的「蒜價大戰」，乃至 2019 年進口傳言引發的「花生之亂」，觀察落花生與蒜頭的問題，兩者發生模式如出一轍，舉蒜頭為例：當年天氣冷涼適合蒜頭生長，因此產量比往年多，再加上國際蒜頭的配給進口量，則導致供過於求大幅超出國人需求量，雲林各產地平均收購價跌到只剩成本的一半，導致蒜頭農血本無歸，而政府仰賴外銷補助、促銷和收購加工試圖挽救農民的損失（林慧貞，2014 年 5 月 16 日）。

下頁圖 1 為各作物近五年內台灣平均批發價格（以品種別區分），為初秋與改良種兩個品種的甘藍，批發價格每公斤最底是低於 5 元、最高近 50 元，冬夏季的價差可至十倍，價格波動比香蕉和鳳梨都大。香蕉僅有 2017 年 2 月特別高，可能受 2016 年受颱風災損欠收影響，其他時間的均價落在 10 到 30 元之間，2017、2018 和 2020 年夏季皆跌至谷底。金鑽鳳梨的均價 10 到 30 元之間，2018 年有明顯的低價。



圖 1：五年以來農產品價格每月趨勢圖





政府重視市場遠過防範風險的政策，使得深陷價格戰場的農民感到忐忑不安，擔心其收成能否平衡收支；另一方面，傳出地方民代與農民質疑政府端不出解決價格失衡的政策牛肉。國際間農產品進出口的錯綜複雜，社會衍生出對農民生產者的保護立場，引發社會各界質疑農委會面對失衡風險的應變能力，管理單位是否能讓農產品價格在市場機制間更有效達到均衡，政府所形成和農業相關的政策，能否有效建立起穩定國內農產品的保護線？在自由貿易競爭之下，強化對他國的自我抵禦能力，同時開創屬於小國的經濟模式，是本文認為值得思考的一門社會課題。

在臺灣產銷失衡風險並不是新的議題，卻是直到近幾年才受到媒體關注，當我們在電視新聞、報章雜誌看到各種對崩盤新聞，以及農民、民意代表甚至網路上的意見時，即是透過媒體去檢視農產品供應鏈是否出現問題的方式，以及政策措施是否漏洞百出。產銷失衡議題的媒體熱度增加，研究者統計慧科大中華新聞網，以關鍵字「農業與產銷失衡」檢索臺灣的報導，在 2013 年至 2017 年的報導量，每年落在 300 到 600 則間，2018 至 2020 三年間共約 5,800 篇相關新聞，光是 2018 年就超過 3,200 篇。此外，專業媒體《上下游新聞市集》與《農傳媒》從過去新聞每年不到 5 篇，到 2018 年一舉貢獻近 40 篇，農業界與社會同樣對產銷失衡議題表現出興趣。

此外，農業網路電子媒體《上下游新聞市集》針對牽涉進口爭議的作物和大宗農產品，製作一系列的深度報導（劉怡馨、林珮君，2019 年 7 月 31 日；林珮君，2019 年 11 月 22 日），新聞揭示產季將近時，因民代與政府官員引起紊亂的價格風波。產銷失衡風險所致的價格危機，主要由供過於求與供不應求兩種市場狀態影響，綜合主流新聞媒體與農業網路媒體特別透露出對崩盤的擔憂。

臺灣的農業問題與國際情勢、農業保護政策、政府對工業的管理（如：工業發展的農地工廠和污染問題等）有一定程度關聯，加上政府政策、經濟貿易與大眾媒體相互牽連，且隨著不同時代精神下的發展而形成獨立的臺灣脈絡，使得農產品貿易比傳統更為複雜。以物易物來換取生存必需品是人類歷史中的

社會基礎，但是要像今日的全球貿易如此生氣蓬勃，仰賴著運輸工業的發達。尤其臺灣的地理位置屬交通往來便利的副熱帶海島，本身物產豐隆且和全球食品貿易接軌，因此國際間貿易的問題勢必會擴散到我們的社會，政府也一直主張讓本土農產品與國際市場接軌。在多次的進口爭議與產銷問題中，政府一方面強調保護本土農業的說法，另一方面期望簽訂貿易協定換取經濟獲利與國際支持，所以，農業經濟議題從來就不是單純的供需與定價問題，是跨越農業、政治、國家發展等領域的議題。

舉 2018 年蒜價大戰為例，具有全臺最大產量的雲林縣準備採收蒜頭，因為沒有受到氣候因素過多干擾，農委會預估本土蒜頭產量將增加。國內蒜頭的特殊之處是許多大盤商不只是進口商，也是本土農作物的收購商，因此實際上本土蒜價會跟著國際蒜價滾動，以下報導說明中間商如何兩手同時操作：

「簡單來說，國際蒜價就是台灣蒜價的天花板。」A 蒜商解釋，本土蒜頭產季在四月開始，此時產地價通常是低點，中間商就收購本土蒜頭來做加工處理和販售；過了產期之後，國內乾蒜價逐漸攀升，將一路來到一公斤 55、60 元以上，此時國外的阿根廷、印度等蒜頭就有機可乘，即便加上高額關稅和倉儲、船運、包裝等成本，最低每公斤也能在 50 元上下，比本土蒜頭便宜。（蔡佳珊，2018 年 3 月 31 日）

俗話說「菜土菜金」指的是價格看俏時像金子般珍貴，慘跌後如一堆土在路邊也沒人要，產銷失衡的結果反映在價格波動程度過大的情況，果菜價可以連續攀升也會出現很慘的價格，讓原本可以一車又一車進市場的高麗菜、香蕉和柚子丟棄在田裡，成為產銷爭議之主因。

然而，直到同為政府官方的行政院監察院持相反的立場，監察院（2018）調查指出，雖然農委會每年訂定農業年度生產目標，但長期以來未落實執行、績效不彰，造成部分大宗蔬菜或敏感性作物之生產目標面積、目標產量與實際的結果之間存有極大差異和巨幅波動。雖然農糧署早於 2004 年即建立預警預測機制，惟該超產預警僅止於提醒性質，管制與預警不具強制效果。農委會應積

極研擬遵循預警之誘因，以提高農民配合意願，從源頭有效管控產量，真正發揮預警機制的功能。

但筆者看完這些報導之後，除了肯定想為農業貢獻的熱情，似乎很難認同大眾能從相關報導得到完整的事件因果，且報導並未有機會讓大眾更認識與貼近產地，往往對農民、消費者對於農產品價格只有更多不確定性與焦慮，諸如對未來的不安、對務農的無力感、對專家的不信任與懷疑，皆為風險社會中的常見現象。一旦大眾媒體沒有說明清楚相關概念，報導層次停留在事件表面，甚至進一步強化特定的不確定因素，都可能成為引發社會不安定的導火線。

## 二、研究動機：複雜的農業風險在報導中缺席

### （一）、農業風險及複雜性日益升高

臺灣農業歷久以來低調又盤根錯節的特質，隨著社會的轉型與風險意識抬頭，國際貿易的利益與媒體發達的傳播力已勢不可擋，臺灣面臨全球經濟體制下的農業產銷壓力，還有現代化農業本身的產銷結構亦複雜、繁瑣。農業供應鏈為農產品從生產到銷售兩端之間的過程，世界銀行農業與鄉村發展部所定義的農業供應鏈是：「農業供應鏈涵蓋產地到餐桌（Farm-To-Table）、生產到消費，從原料供給、生產、採收後處理、倉儲、加工、行銷與經銷、餐飲服務以及消費等環節」（Jaffee, Siegel, & Andrews, 2010）。市場因為產地的不穩定、進出口的政策風向、作物不同的專業知識，以及源頭到銷售過程裡的資訊不對稱，加上品質變化、化學農藥使用量、動物用藥檢驗等，都會累積成終端消費者的不信任感。

臺灣在全球化的影響下成為依賴國際貿易的島國，以「臺灣、澎湖、金門、馬祖個別關稅領域」名義，於 2002 年元月正式加入國際貿易組織（簡稱 WTO），2010 年簽署海峽兩岸經濟合作架構協議（簡稱 ECFA）等，在整體經濟嵌入世界經貿體系的架構下，農業受到影響亦深，如今年（2021 年）總統蔡英文針對美國豬肉進口議題，放寬瘦肉精安全容許值上限，並同時開放美國牛

肉，除了引起國民食品安全的擔憂外，更對國內畜牧業拋下震撼彈。為了減少農產品價格競爭的傷害，臺灣禁止 830 項農產品自中國進口，並防制其從越南轉口輸入（廖春梅，2011）。國內農產品面臨低價替代品的巨大壓力，凸顯自由貿易化的進出口隱憂。對此，政府為穩定國內農業市場的發展，設定目標四成的糧食自給率（蔡佳珊，2016 年 10 月 20 日；蔡佳珊，2019 年 10 月 02 日），但就行政院農業委員會的資料顯示，糧食自給率<sup>1</sup>由民國 87 年 36.7% 下降至 107 年 34.6%。同時務農人口也逐年下降，據主計總處農林漁牧業普查<sup>2</sup>，全國農牧戶從民國 94 年 72.9 萬戶減少至 104 年 72.1 萬戶，使達到自給四成的目標漸趨漸遠。對於臺灣要進入國際市場前的貿易政策思慮不周，沒有考慮到利益和風險分配，人民的恐慌不僅來自農業體質的脆弱，還受到對外貿易的條件不公平的壓迫，致引起某些利益損害者對進口的反感與反彈，國內卻一直以來只進行有限度的溝通。

在複雜的產銷過程和龐大的全球農產體系裡，社會漸漸注意到資訊不對稱容易造成農民的預期心理，使中間商（包括農會、產銷合作社，或是大型合作農場）等有機會進行操作，例如：試圖以農作收成後容易腐敗之特性為誘因，使農民求避免損失而在短時間內賤價求售；或是中間商隱瞞資訊、放出假消息誘使農民大量拋售，進而利用囤貨優勢從中獲取大量利潤。不正常的農業市場運作，可能影響農民的預期和心態，溝通不良的限制下，容易因為風險認知不足而放大成恐慌，使農民生計受到影響。

## （二）、新聞媒體對農業風險的報導匱乏

當產銷失衡問題出現時，政府試圖以收購或補助來彌平爭端，透過官僚式的媒體鋪張宣導，在社會出現反彈聲浪時，未即時將多元觀點納入考量，卻不見得有效地幫助社會降低不確定性，甚至可能忽略較低聲量的關鍵意見，顯示政府面臨風險的反應遲滯。官員與專家等以單向式地監督與教育方法，加上媒

---

<sup>1</sup> 行政院農業委員會網站的農業統計資料查詢，見 <https://agrstat.coa.gov.tw/sdweb/public/inquiry/InquireAdvance.aspx>

<sup>2</sup> 農林漁牧業普查，見中華民國統計資訊網之主計總處統計專區 <https://www.stat.gov.tw/ct.asp?xItem=43918&ctNode=6231&mp=4>



體報導的消息來源與呈現訊息的方式都偏向組織或政府，這樣的報導中缺少民眾的觀點，讀者感受上出現價值相似性的落差，對媒體的信任將會逐漸流失（陳光璞，2009）。

臺灣農業產銷發展過程中的諸多議題，最常被媒體報導或大眾熟知的是有關食品安全衛生的議題，由於當前社會民眾獲取農產品，不單純是傳統時逛菜市場到自己習慣的攤位，跟熟悉的農人購買產品的那種體驗，更多來自廣告行銷或複雜的商業體系運作下所生產的食物。若某國家覺得自己的產品沒有問題，並試圖打進我們的市場，只要過海關、進市場，就可以直達消費者的餐桌。然而，今日農產品隱含的各種風險疑慮已不是單一國家能夠掌控，不僅牽涉到許多地區的原料生產、加工製造，而各地對於環境的治理、食品安全的法規和人員的配置，乃至人文氣候地理位置，都可能影響最終的產品。學者、政府或企業則須提出如何降低風險的措施，必須有第四方（媒體）深入了解各方的立場的和民眾（農民）的擔憂，試圖帶臺灣社會突破農民生計與國際貿易對立的假象，走向透明政府決策和社會多元參與，讓人民享受自由的同時也可以安心與穩定，傳播媒體無疑是溝通的重要橋樑。

媒體作為幫助農民累積風險認知，減緩無常與不確定性帶來的衝擊有很大的作用，就研究者對於風險相關文獻之耙梳，過去風險傳播的研究集中於天災、人禍、科技危害的風險和傳染疾病，如：火山爆發、地震、水災及森林大火等（Riad & Norris, 1998; Messner & Meyer, 2006; Smith, Taylor, & Thompson, 2015; Westcott, Ronan, Bambrick, & Taylor, 2017），其中僅側面提及對農業的影響。

與農產品風險相關的研究，多半涉及到基改作物、食安與農產品進口之議題，較少見對於農產品市場風險傳播之研究（謝君蔚、徐美苓，2011；邱柏勝、谷玲玲，2017；陳憶寧，2018），凸顯本文欲研究的經濟類型風險與健康風險範疇之差距。

產銷失衡是農業長年以來舊有的經濟議題，指當農產品價格呈現巨幅波動，當產地價格趨近或是低於直接生產成本，經評估研判有產銷失衡、有損產

值之虞（謝廉一、王鎬杰、林美瑄，2011），尚未發生但是預估有價格飆漲或崩盤之風險，其對象農民有直接影響，長期下來不利於農業穩定發展或轉型。政策制度的不健全和市場的不正常運作，風險傳播至特定經濟面向，使原本目光集中於個人健康的風險傳播，不得不轉移至農民的影響，所以農業經濟的風險是當前傳播學界必須探討的課題。

長期以來社會中存在著高度複雜的風險，已經不是透過官員和專家就足以掌握，需要納入多元意見和新型態的策略、擴展風險知識的深度與廣度，才有可能完善風險治理到可以被人們接受的狀態。由於各方立場的參與討論是溝通本質所在，慨乎現今議題利害關係人的陳述，以及產銷新聞報導研究未盡之處使人民霧裡看花，因此本研究好奇：若將新聞中關係人的觀點細緻檢視，媒體是否重視農民的觀點？媒體是否盡責且妥善地轉譯事件與風險，促進農業從業者、官員、專家和民代之間實質的對話，或者即使是具有建設性的策略卻被淹沒在政治口水戰之中？媒體是否成功扮演風險社會中認定的媒體角色？上述皆為本文發展思考的重要方向。

### 三、研究問題

產銷失衡是農業舊有的經濟問題，自臺灣省政府時代便發現國內產銷問題，受到天候影響有間歇性且難掌握之供需失衡，產地價格突然地大起大落、農產品或採收等級不佳或儲存過程中損壞，種種不確定性因素引發成為各類風險。而後政府據此建立農產品的產銷預警制度，尤其選擇重要農產品與具進口價格敏感性產品，優先建立產銷預警制度。針對易發生產銷失衡、生產面積與數量較多、具有地區敏感性的農產作物有：香蕉、柳橙、鳳梨、洋蔥、大蒜、木瓜、落花生、檸檬、甘藍、紅龍果、番石榴、文旦柚及柑橘類等，進行計畫生產與面積查報。（行政院農業委員會〔農委會〕，1995；謝廉一、王鎬杰、林美瑄，2011；農委會，2017；行政院農委會農糧署〔農糧署〕，2018年7月4日）。

臺灣農業相關單位多次對前述作物警示，加上天候佳適合這些作物生長而盛產，以及機關的政策改變或開放進口，各類民生經濟作物曝光於大眾媒體上

的頻率也日益增加。近年常見農業產銷失衡議題的新聞，多以農產品價格崩跌問題，咎責政府官員缺乏良好的治理，讓農民無法享受豐收的美好。政府對超量的蔬果處理手法相當粗糙，舉香蕉為例，政府的做法用低價收購，然後去化將大量的香蕉銷毀，都是以「體恤及保障蕉農收益」為名，將低價傾銷當做應急的特效藥。2007年僅以每公斤五元收購 9,100 公噸，而 2010 年更甚至收購達 16,800 公噸，到了 2015 年還沒有辦法做到事前控管，資料顯示香蕉實際種植面積為較預定的生產目標多達 3,093 公頃（28.1%）。到了 2020 年 5 月份面臨產地收購價格從每公斤 40 多元跌至 15 元的窘境，讓農民苦不堪言。（行政院監察院，2018；李慧宜，2018 年 7 月 17 日；林怡均，2020 年 5 月 19 日）。

由上述可知，政府處理農產品盛產造成價崩的方式十多年來都沒有改進，一連串有傷農業經濟平衡的作為，近年才在媒體上受到檢討與大眾注意。這種產銷失衡的報導模式，是市場行情的波動情形透過媒體傳達給大眾與農民，再透過媒體將各種抱怨咎責於政府應變不及的緣故，但實際上市場行情的波動形成怎樣的不確定性，是尚未被媒體精準涵蓋的現象。

儘管發生過多起農業產銷價崩事件（例如：2018 鳳梨、2019 年甘藍／高麗菜、2019 年蒜頭、2020 年香蕉），多數人們對此議題無親身經歷，缺乏對作物的背景知識，造成鮮少人理解農產品市場及價格的不確定性，加上議題的成因盤根錯節，需要媒體報導專業的背景知識並轉譯給一般大眾，讓讀者對可能的後果產生同理與共鳴，對農產品市場有更務實的想像。尤其當對象是農業相關工作者，報導農業新聞的媒體更為關鍵，它不僅是各方角色的傳聲筒，也是社會和農民間的溝通橋梁，我們期待媒體生產好的內容，對農業與農民才不僅是抱持著憐憫，更需要了解國際市場與國內政策是怎麼運作，以致於造成農產品的價格不確定性。是故，本文以開展媒體再現產銷失衡為緣由，以風險切入臺灣的崩盤事件，幫助社會防範未來再度重演，而非事後諸葛。

有鑒於缺乏農產品風險傳播研究，雖然臺灣傳播調查資料庫有「風險與災害傳播」調查，鎖定個人健康、環境、天然災害與生活中的風險（空氣污染與食品安全）四個議題（江靜之，2019）。臺灣傳播領域碩博論文的風險研究，



也多數落在健康、科學與環境範疇，風險的地域性與流通性皆屬於全國層面，將全民視為傳播探討對象，食安危機與風險研究強調健康風險如何影響大眾，故以一般消費者為主要關懷群眾。

再者，雖然食品安全議題涉及農業領域，研究包括基改作物／食品、問題澱粉、混充油與進口含瘦肉精美牛事件等等，可惜風險傳播投注過多於大眾健康的層次，所以鮮少能夠在風險傳播文獻找到農民之身影，更別提農業市場中的利害關係人以及他們面臨的風險。因此本文自我定位為先探性研究，希望藉由探討臺灣產銷失衡風險的報導，瞭解媒體報導農業議題新聞的樣態。

以風險傳播的視角來看，報導理應能夠拉近產地與大眾的距離，並且透過傳播研究開啟對農業更多的認識，幫助社會突破國際貿易與本地經濟對立的假象。並以此討論媒體風險溝通以改善國貿、產業與農經與政府政策四個面向的溝通，能夠為傳播研究開啟新的、在地化的範疇。

本研究選擇探討農產品市場失衡與價格崩盤，主要原因是近幾年與農業政策與進出口有關的事件眾多，受影響的潛在農民層面範圍廣大，跨越地理區域限制皆受波及。其次，市場中的風險是否直接造成農戶生計危害有爭議、影響程度未知，風險與其實際損害的因果關係無法於短期間內證實。加上媒體不停地大量報導資訊，農民各種害怕、恐慌、責難或尋求幫助情緒的反應，很可能來自於控制風險的渴望。

本文認為論及農業風險傳播的未來，更應即刻討論農產品風險傳播的不確定性，並以瞭解媒體報導產銷失衡風險新聞為研究母題，以下為三個研究子題：

研究問題一：透過文獻耙梳找出關鍵的農產品風險類型有哪些？

研究問題二：透過分析新聞報導，了解產銷失衡風險的樣貌與意涵為何？

研究問題三：新聞報導產銷失衡風險相關者的位置與立場，媒體如何再現社會中的政府代表、生產農民、專家、銷售業者等的論述？

社會中的政府官員、民意代表、農業工作者、消費者等，圍繞著產銷議題

的團體與個人對整體制度、知識、應用與觀點都發揮著影響力，包括從農產品風險、經濟風險到政治風險的控管、態度和方案，媒體可以搭起深入了解各方立場的橋樑。本文接下來先以文獻進行歸納農業產銷失衡風險因素、爬梳風險社會背景與媒體作為傳播工具之理論回顧。



## 貳、 文獻探討

### 一、 國際貿易與風險社會

#### (一)、 全球化貿易市場與臺灣農業治理

食物是我們日常生活中再平凡不過的事物，卻也是不可或缺的。近年對食品態度的轉變，是從過去食品供應的安全（Security）到今日食品衛生的安心（Safety）。現在的消費體驗和傳統大不同，蔬果販售的便利性提升，現在超商就是一個小型國際食品展，因為受全球貿易大勢影響及本地原料和食品供應不足，國內有不少的食品是透過外國進口來補充（周桂田、徐健銘，2015）。

許文富（2018）指出農產品生產數量不足的國家，可能會偏向貿易壁壘或保護主義，透過關稅配額數量管制、加徵關稅等措施，用增加進口成本達到保護國產農產品的功能。沈勳（2003）指出，關稅配額措施雖可提供若干程度之保護，但國內仍會因為國外狹帶價格優勢而受到衝擊。像落花生原是管制進口的農產品，臺灣加入WTO後採關稅配額開放進口，2002年進口配額數量以莢果計算為2,618公噸，至2004年增為5,235公噸，在配額內的數量為低關稅（25%），超過配額以外的進口數量為高關稅，稅率又於2004年自每公斤49元降為42元。但實際觀察國內落花生產地的行情<sup>3</sup>，1997年均價每公斤44.05元，廿年後，2017年達72.48元歷史新高。雖然有學者認為關稅配額以外則因高關稅的保護不可能進口，本土農產品售價不僅敵不過低廉的進口品，還可能擾亂國內盛產時節的批發市場價格。也就是說，政府加入國際貿易協定又同時冀望能保護本國生產者，權衡多方的利益之下，生產者面對的不確定性變得更複雜，政策的風險也變得更為細緻。

正常的農產品市場機制，其實合乎金融市場裡市場預期假說（The Market Expectation Hypothesis），此假設相信在一個成熟的金融市場中，資產價格足以

---

<sup>3</sup> 農糧署的農產品產地價格查報系統，有雲林各地農會 20 年來的落花生價格，時間單位分為年、月、旬。<https://apis.afa.gov.tw/pagepub/AppInquiryPage.aspx>。

反映資產內在所有的資訊與價值，所以在市場投資人為理性的前提下，投資人會根據市場資訊不斷調整預期心理（Wang et al., 2019）。預期心理影響市場行情之驗證，多從股票市場的研究中得出，股市投資者渴求更完整的資訊，若有傳聞出現，投資者會試圖預測目標公司的未來股價（Siganos & Papa, 2015）。Betton, Davis, & Walker（2018）證實併購傳聞的合理性會影響公司的股價，大眾媒體發佈的消息，帶有市場動態資訊，現今高頻率的新聞對塑造市場反應方面產生作用。

Jia, Ruan, & Zhang（2017）則研究中國的網路新聞《網易財經》，從網路新聞創造特定股票暫時性買壓與異常收益，短時間內回跌至基本價格的現象，推估雜訊的低資訊量對於投資決策沒有實質益處，因此價格隨著資訊擴散反轉回正常的價格水準。上述驗證預期心理確實會在市場起作用，資訊量越高會幫助不確定性愈趨降低，呼應 Wang et al.（2019）資訊的透明程度直接決定風險程度的論點。

大眾對菜價的預期心理如同投資人對市場的期待，許文富（2013）認為颱風天過後菜價連日盤旋上升，與媒體過度渲染的操作影響消費者之心理有關。媒體擴大報導讓社會人心惶惶，因為預感菜價可能會變得更貴，使得消費者搶購、市場上的需求增加，更刺激菜價的上漲。換句話說，菜價的穩定和媒體報導有關，新聞報導出消費者渴望的更多資訊。

據農產運銷學者簡立賢（2018）產銷失衡的定義是，當生產的供給數量與需求量兩邊不對等，進而導致在量過多時價格偏低、在量過少時價格走高，產銷失去平衡的現象。由於價格是農民、販運商與消費者決定數量的主要參考，因此影響農產品價格的主要因素，例如：生產種植面積、存貨、貿易、替代品、通路、預期心理、自然災害、政府政策等，都有可能導致價格短期內的明顯波動，波動可能反映出產銷不確定性造成的預期心理，實際上對農業因素缺乏更具體的掌握和有效的因應方式。

在產銷失衡不確定性的機率實際發生時，極端性的風險實現於價格暴跌，本文定義此市場現象為價格崩盤。對內，對農戶生計有衝擊性的影響，也進而

導致國內農業經濟負循環、連帶影響國內物價指數；對外，臺灣身處全球貿易建置下的個體弱勢，需要有自給自足的實力，所以監察院令農業主管機關改善產銷失衡，乃因農糧署無法完整掌握農作物種植變化情形（面積及產量資訊）並提供即時性預測資料，以為產銷預警及調節之依據（簡立賢，2018；監察院，2018；鄭尚騏，2020）。

## （二）、 風險社會與農產品風險類型

違背自然的情況下，工業隨意破壞了生命攸關的生態與自然基礎，一種史無前例且至今依舊完全無法掌握的社會與政治發展動能被釋放了出來，它的發展結果也促使我們必須進一步去重新思考自然與社會的關係（Beck, 1992 / 汪浩譯，2004）。

德國社會學家Beck點出，農業在高度現代化發展的影響下，在當代社會所呈現的意義已迥異於過去，不再單純扮演糧食供應角色，原因乃自在於追求現代化價值過程中，人與自然關係的改變（陳玠廷，2014）。因為經過傳統到後傳統的社會轉型，過程伴隨著科學發展、工業化擴張，全球在1960、70年代面臨的風險，全然異於16世紀航海時代個人的死亡風險，風險社會催生新的科學論述與新的社會性、政治性思考或行動，複雜的不確定性動搖了科學論述，致使無法完整地捕捉風險的全貌（轉引自吳培禎，2019；Beck，1992／汪浩譯，2004）。也就是說，後傳統社會的風險不再只是自然事件起始，而是政治與經濟下，集體意識與無意識之決定誘發出來的結果。雖然農業不是貝克著重論述的核心，但他也提到高度發展的社會動能衍生出諸多不確定性，且風險的全貌無法完全捕捉。

回顧臺灣工業的發展，相較於農業主要指標的下降，戰後勞力密集的輕工業發展成技術密集且高經濟價值，並且能帶來出口收益的高科技產業。根據經濟部統計處數據顯示<sup>4</sup>，2012年國內名目生產毛額工業佔30.7%，2019年工業更是上漲至35.8%、服務業佔62.4%，而農業僅佔1.8%。隨現代化、工作沈重、

<sup>4</sup> 見經濟部統計處國內生產毛額（名目金額）之構成比-按行業分  
<https://dmz26.moea.gov.tw/GMWeb/common/CommonQuery.aspx>



衛生安全的考量，傳統市場的溫暖情懷日漸冷卻為都市的日常距離。現今的農產品與食品生產變成一件極為複雜的事情，在講求效率的壓力下，整齊、乾淨和便宜變成最大的需求，人們不見得知道原物料原本的形狀，更不認識產地的樣貌，很少人真正瞭解這片土地正歷經什麼轉變或什麼正在發生。生產者再也不是只需要單純地耕種，土地從一種孕育供養生命的角色，轉向為社會結構中的不確定性著力之處（周桂田、徐健銘，2015）。

試以「從產地到餐桌」想像只要農產品經過的產銷環節，事實上，農業生產在投入成本、產出、金融、物流和市場，基本上整個農業供應鏈都會受到影響，尤其市場為買賣的機制發生之處（也可能是實質的場所），市場相關風險可能對單個生長季節或整個生長週期產生影響，進而使末端價格波動，顯示因為價格的不確定性而改變農企業的選擇和投資決策（Jaffee et al., 2010; Zulfiqar, Ullah, Abid, & Hussain, 2016），故面對不確定性，農業工作者需要足夠的資訊來估計風險，做出新的風險管理策略（Ifthikhar, Khan, & Hussain, 2019）。

辨識和分類農業供應鏈中的風險來源很重要，農民若了解風險種類，對其風險管理行為有極大影響（Tang & Musa, 2011; Alam, 2018）。農業中的風險來源因從業內容而異，例如：孟加拉漁民認為魚類的疾病、魚價格波動、低品質的飼料與魚種、信用貸款限制皆為重要的風險來源（Alam, 2018）。在內蒙古與河北的酪農認為牧場的風險分為：生產風險、機構風險、動物疾病、投入與輸出市場風險等（Zhou, Nanseki, & Takeuchi, 2012）。研究巴基斯坦旁遮普省的302名棉花農民時發現，農民風險認知、生產管理技術、資訊獲取、信貸獲取、教育、耕種經驗、土地所有權皆為策略中重要的因素（Zulfiqar, Ullah, Abid, & Hussain, 2016）。農民也深刻注重到充分的資金來源、提升養殖品質以及作物保險較能減輕風險（Zhou et al., 2012; Alam, 2018）。

根據前述的討論，農業面對的四種關鍵風險類型為天候風險、品質風險、政策與機構風險、市場風險，以下對風險進行更具體之說明：

## 1. 天候風險

指農作物生長期間遇到的氣候與環境條件不利於收穫，產品受天候因素不確定性影響甚鉅，困難在於無法完全消除生產量之不確定性。農業領域有家畜與氣候變遷的研究，西孟加拉當地農民最認同氣候變遷造成的後果是「產量減少」，其次「日夜溫度都上升」是因為大多數人缺乏有關氣候變化的詳細資訊。學者認為要解決氣候變遷所造成的問題，必須使用大眾媒體宣傳，再配合受過培訓的推廣人員進行個體接觸的方法，來建立人們之間的風險意識（Sarkar & Padaria, 2016）。

## 2. 品質風險

Jaffee et al. (2010) 指出影響品質的關鍵因素是農作物或農產品固有的「易腐性」特質，最大的受限為保存具時效性不持久放，尤其易受氣候與時節變化，外在因素還有價格中介、是否及時交付、投入物的可用性，以及有關種植、收穫後與加工方式的影響。農產品與一般日用品最大的不同在於農產品需要妥善保存，否則易腐性可能導致市場和物流額外的成本，如：運銷、儲藏或特殊處理設備費用，使得價格敏感性較日常用品高。許文富（2013）也提出商品本身的風險，如農產品運銷過程中作物腐爛、家畜死亡、遭遇火災或海事危險等。

## 3. 市場風險

市場風險指農產品在運銷過程中受的損失，包含從投入和產出價格的波動，和實體的交易場所本身的風險，風險可能直接反映於農產品價值與價格。在完全競爭市場中，農產品市場分類為三級：產地市場、批發市場及零售市場，理論上，價格以零售階段最高，批發階段居中，產地價最低（許文富，2013）。例如：牛奶價格波動可能來自飼料的波動為投入成本的市場風險，致使利潤的變動（Zhou, Nanseki, & Takeuchi, 2012）。

確實前兩個品質與天候條件的自然干擾是重要風險因素，但我們還要意識到，價格是受下游消費端的原始需求驅動，消費者願意付出的價格扣除所有運銷費用，才是生產者所得的價格，所以實際上農產品價格非決定於產地市場，



生產者或農民轉為農產品價格的接受者，可見各級市場的變化影響生產者對價格預測的誤差，因此對產地價格影響更劇（許文富，2013；戴孟宜，2020）。

#### 4. 政策機構風險

Jaffee et al. (2010) 指出，政策和機構風險包括：公私部門或政策本身的變化影響機構的運作，包括：法規和法律是否有效與透明公正地執行，貨幣、稅務或財務相關政策的不確定，例如：市場、土地、貪污腐敗與弱勢監管機構等。政策風險可能在某些情況下產生共變性的供應鏈風險（Covariate Supply Chain Risks），導致供應鏈中複雜的風險為產地帶來多重影響，中斷了商品、服務、資訊和現金流。舉花生為例：某些地區普遍會發生季節性降雨，而導致落花生產地淹水，中間商可能難以進入產區，導致加工者無法及時獲得作物。又潮濕的氣候環境可能會導致儲存不當，使產品不符合購買者的要求（含水量不足、真菌或細菌污染），外國的監管機構便有理由拒絕進口。

再舉進口含瘦肉精美國豬肉牛肉為例，國內出現受霸權經貿而衍生的問題：縱然美國牛隻出現過狂牛症之先例，以及豬肉牛隻殘留瘦肉精，仍然輸出疾病疑慮和瘦肉精肉品到世界各地，臺灣亦因當中涉及與美國的經貿合作的經濟利益，而未有作出明確有關規管或監控。政府讓人民看見的是不斷讓步，在面對經濟利益時，人民健康就被政府放上談判桌作交易（周桂田、徐健銘，2015）。

一般具有易腐性較高、加工程度高、體積龐大但價值低的產品，以及具明顯生產季節（會耗費較高的運銷成本）的四種特質，會使商品市場加強注重農產品的天候與品質風險，還有透過降低風險，例如：加強選別與分級、改善運輸與儲藏設備、廣泛收集市場情報或者投保保險等方式，金融市場中的期貨也是農業避險工具之一，因為農產品屬性不同於一般金融商品期貨，大宗的農產品更需要避險（巫春洲、劉炳麟、楊奕農，2009；許文富，2013）。

生產與銷售兩端存在長久以來的難題，農業既存的不確定因素構成農業產銷失衡風險，而綜合經濟學文獻指出的具體風險因素，本文歸納出產銷失衡風險中，包含以下四種更細緻的關鍵風險類型：

- (1) 天候風險：農作物生長期間遇到的氣候與環境條件不利於收穫；
- (2) 品質風險：農產品本身的易腐性致不耐儲存，連帶影響品質的風險；
- (3) 市場風險：農產品運銷中的產地、批發、零售過程的風險；
- (4) 政策與機構風險：農業相關政策與機構之間衍生的不確定性。

過去封閉且傳統的農業與政府體制和政策管束脫離不了關係，而光復後的農業發展歷程，呈現了複雜的交織現象（陳玠廷，2014）。近年來，全球經濟的自由化以及東南亞國家的崛起，區域間之貿易競爭愈演愈烈，臺灣出口農產品賺取外匯的好景不再（許文富，2013）。從媒體的推波助瀾中可見，政府一直主張接軌國際市場，但是在產銷議題中扮演何種角色，以及政府如何論述其立場？崩盤事件屢屢發生不見根除，政府需克服政策和機構依循舊有慣例的特性，並認知到利益分配與風險分配，否則不容易百分百凝聚的解決共識。

綜合本文對農業風險之整理，我們必須先認知到風險社會的成因本來就具複雜性，關鍵風險在現代產銷結構中相當重要，風險議題更存在潛在危機與不可見性，並非一時能解之問題。與風險相干的直接或間接參與者，期待透過公共行政層面扭轉風險發生的可能性，故應在傳播的過程中能夠見到各方相關的建議與討論。

### （三）、 農業風險的利害關係人

Freeman（1984）提出的利害關係人理論（Stakeholder Theory），認為利害關係人是會影響組織目標或被組織影響的團體或個人，包含 7 種類別：政府、競爭者、顧客、員工、市民團體、供應商和股東。核心精神從企業出發，是企業必須兼顧並同時管理不同利害關係人。實務上，利害關係人的認定容易出現混淆，因為個人可能同時間屬於不同利害關係團體（如：個人同時是消費性商品的顧客與員工）；再者，不同層級之間可能會相互影響，例如：政府受到消費者運動的影響，或者供應商受到政府法令的影響，拒絕提供原料給沒有使用許可的廠商等。從商業轉向至公共行政領域，行政部門內的合議制組織——委員會，其決策模式為邀請利益團體、倡議組織、學者專家，及相關行政人員等

進入政策程序並共同協商，是基於對公共事務的利害關係人的管理（羅凱凌，2017）。

綜和上述利害關係人理論，將企業的風險管理提升到公共行政層級，符合陳光璞（2009）說明當組織層次推廣到國家時，國家層級之風險治理概念成為風險社會中欠缺的對應與設防的重要觀念，且每個環節變得與政治密不可分，因此不再只是上對下的管理，強調公民社會是透過群體觀點，以相互對話的互動方式來凝聚共識，不再停留於企業的成本與利益之層面，是社會多元價值的相互融合與並存。

根據本章前述臺灣農業與政府政策關係緊密，足以將產銷問題提升至國家公共的層級。本研究使用利害關係人一詞，並非狹義是某個人受金額實際損益的牽連，而是更包含個人或群體，也涉及權利與經濟損益的層面，因為產銷失衡受到農業經濟的制度沿革、由組織主導。也因為農業研究中並無利害關係人的具體定義，本文參考韓宜與楊明憲（2014）以雲嘉南縣市為主體的質性訪談研究，其研究的訪談對象篩選機制，乃針對雲嘉南縣市產銷班、合作社、農會、農民組織、協會、物流中心、批發市場與具知名度之農漁牧企業（超市、生技公司）。因此，本研究定義利害關係人為政府單位、農政單位與其周邊連結的、各層級的農業參與者。

本文除列舉利害關係人之外，了解利害關係人如何與產銷議題形成連結？以風險傳播的角度切入，是否針對議題的溝通來降低風險對彼此的影響，或各自承受哪些風險？

價格風險與農作物生產者和消費者切身相關，價格的變動往往是大眾的焦點，生產者與企業為減少價格波動與損失而執行避險策略（許文富，2013）。但是，新聞中常參考批發價作為標準，批發價比外銷價格波動劇烈，民眾或農民不一定明白新聞中的批發價不足以代表市場全貌，實際上相對於消費價格，農民更關心產地價格（戴孟宜，2020）。

生產者農民是產銷失衡風險的重要利害關係人，農民所得的價格是賣出自己收穫農作物之所得，理應擁有價格的決定權；實務上，農產品價格並不決定於產地市場，農產品最終交由零售端販售農產品與作物，生產者或農民成了價格接受者。另外，有些農民選擇不進入拍賣市場，例如雲林縣的蒜農最多有75%交貨給當地的盤商，僅4.6%寄到批發市場出售。因為中間商業者通常掌握多數的市場資訊，若中間商囤貨與哄抬價格，將擾亂市場機制，可能影響一般民眾的預期心理和消費權益，農業主管機關要避免中間商壟斷、囤貨與哄抬價格，擾亂市場機制，加上受政治因素影響利益分配（黃惠琳、陳萬福，2000）。

負責產地收購的中間商、果菜交易業者等中間商，有部分農會有辦理蒜頭共同運銷、收購或輔導加工生產。特別的是，農會作為官方政策的執行機構，總幹事如同地方官員，須經中央後審視主管機關審核通過。農民在各方面對農會仰賴甚深，雖然為農民組成的團體，但理監事由會員代表選出而非農民會員之間選出，加上實際運作中，用水、水權等靠攏工商，因此出現雖然屬於農業發展的基層組織，卻與農民的利害關係矛盾之角色關係，造成中間商容易成為臺灣社會咎責對象原因（吳音寧，2007）。

許文富（2013）指出，政府之中與農產運銷相關的機構，可分為行政及業務機構兩類：我國政府的農產運銷行政單位，農糧署下設有農產運銷加工課，各縣政府下均設有農產運銷相關單位，形成一個農產運銷的行政管理系統；國外運銷業務常設有重要農產品之內銷及外貿單位，如美國的商品信用公司（Commodity Credit Corporation），而過去臺灣參與糧食收購、加工、儲藏及出口業務的是省政府糧食局，中央從事農產品進出口業務者有中央信託局。

## 二、臺灣農業的風險傳播

江靜之（2019）指出，風險傳播與危機傳播是經常一起被探討的範疇，但之間仍有許多重要差異。危機傳播關注事件一旦發生時，媒體在散播相關訊息時所扮演的角色；風險傳播則關注平日人們如何透過媒介接收各項議題的資訊，瞭解自身的風險與可能的預防方式，常以人們的身心健康為標的，關心人們如



何透過媒介獲得健康議題相關資訊，目的是為了瞭解各項風險與預防方式，其訊息經常帶有說服的色彩，例如：強調吸菸風險的訊息。

除了健康風險以外，Beck (David, D., 2005／呂奕欣、鄭佩嵐譯，2009) 認為金融風暴、房地產泡沫化同屬於社會追求高度現代化發展後的風險，因為經濟風險與人們的生計息息相關，卻難以被察覺和策略性地防範。

若政府的管制文化依舊維持遲滯和隱匿的風格，加上企業不願承擔社會責任，那麼風險只是在社會中埋下一顆顆未爆彈，擴散到所有個體形成風險個人化。個人與政府之間往往存在制度上、知識上與資訊流通的不對等，這種不對等關係轉化成溝通上的鴻溝，尤其當代社會的主流思想一方面要求民眾自我實現、自我成長與自我判斷，另一方面逼迫個體選擇與承受制度性無知與忽略的風險判斷，一旦事件爆發時便化做楚河漢界、彼此指責，缺乏信賴與合作的關係凸顯其中的矛盾，導致個人對政府信賴感越來越低，進而成為臺灣風險治理的難題（廖春梅，2011；周桂田、徐健銘，2015）。

傳統的風險傳播著重在兩個面向，第一：風險傳播被視為是一種宣傳工具，用以維護本身的形象與利益，著重於語藝修辭。第二：風險傳播是單向的宣傳與告知，由上對下、資訊富者對資訊貧者、專家對無知民眾的傳播，風險溝通偏重在科學不確定性的說服（Hilgarter, 1990；轉引自黃浩榮，2003；陳光璞，2009）。據 National Research Council (1989) 對風險溝通的定義，風險溝通是在個人、團體、機構間交換資訊和意見的互動過程。與風險本身相關之外，還包涵風險的性質、影響、處理方式，以及對風險訊息與風險管理的憂慮與意見等（轉引自胡逸翻、岳修平，2019）。

周桂田、徐健銘（2015）提到，風險溝通企業、政府、專家之間最重要的管道即為媒體，傳統將大眾視為無知者，相信風險溝通的功能是單向、上對下的教育與監督，加上沒有落實資訊溝通和執行風險管制的責任，反而讓有心人士有機可乘。現今的風險溝通不僅是複雜的網絡，也是一場在爭議中呈現證據分析、官方與專業判斷、社會價值、常民知識的論述爭霸戰。他也認為風險社會中的媒體是論述的主要戰場，雖然媒體會左右論述傾向和論戰的曝光率，加

劇問題的複雜性和不確定性，但現今已經不可能不仰賴媒體做為風險溝通的一環，在媒體過少報導和探討的情況下，可能導致重要議題被忽視；但是媒體過度報導會導致風險在大眾的觀感中被強力放大，進而形成渲染故事、販賣風險恐懼的傳播方式。

由於媒體是閱聽眾了解風險的重要管道之一，閱聽眾也容易因為媒體的言語而受其影響，人們處理風險資訊的方式會進一步影響對風險的感知（Oh, Lee, & Han, 2020）。臺灣農業消息傳播管道的研究中，最早收錄於期刊的是《新聞學研究》的〈各類傳播對台灣農民採納新事物之影響〉，研究發現農業社會裡人際傳播管道在採納的階段最重要，人際傳播效在消息、資料、意見及影響力的傳遞方面所發揮的功能較大眾媒體佳（如：電視、廣播、報紙、雜誌）。其中，早期的農業出版品如《豐年》和《農友》，這典型的政府農業推廣雜誌，可能因為種類選擇不多、發放數量少、易得性低，加上內容深奧導致農民不易閱讀領悟，故透過紙本雜誌推廣新知的效果有限。另外，鄭卓英（1974）統計新北市板橋有七成的農民具小學程度，加上報紙易得性高，故成為印刷媒介中重要的消息傳播管道。

綜合文獻，現今各種議題傳播方式中，依照農業議題的性質選擇最為適合的媒介，除了人際關係管道，仍非新聞媒體莫屬，因為在風險傳播裡知識是關鍵的核心，一目瞭然與知識參考性兼具的媒介，既符合農民在接收訊息時的期待，也與其它吸引注意的傳播工具搭配，使得農民願意接收風險議題的相關知識，故本文認為新聞仍是傳播產銷失衡風險議題最適合的媒介。

### 三、新聞媒體與議題框架

#### （一）、風險社會下的媒體：風險的社會擴大效應

黃浩榮（2003）認為，大眾媒體在風險社會中扮演重要的資訊或知識傳遞角色，將風險知識及日常生活資訊傳送給公民大眾作為其生活參考導引，但無論是 Giddens 或 Beck 則似乎都未明確地將媒體列為專家系統之中是「準專家機

制」，媒體固有一套運作的規範來產製新聞產品，但是就某種意義而言，媒體所為者乃是一種專家知識的加工，對公眾而言，他們的安全感與生活指引直接來自媒體。

本文於前述提到傳統的風險傳播的專家對非專家的傳播，具有資訊富者對資訊貧者、由上而下的宣導教育性質。黃浩榮（2003）指出通常政府機構、學術單位、企業公司等被視為擁有資訊的行動主體，將公眾視為被動無知的行動客體，因此這種傳播行為本質上乃是一種單向的、權威式的公共宣導活動。在區域農業推動機制上，政府在農業的角色是資訊提供者，卻期望由下而上之外，也能有其他利害關係人由上而下的雙向推動機制（韓宜、楊明憲，2014）。部分學者即批評這種風險傳播模式是「充滿缺陷的模式」（Deficit Model）（Hilgartner, 1990；轉引自 Frewer, 2004）。

謝君蔚、徐美苓（2011）發現基改食品新聞的論述獨具風險社會的特色，採用恐懼訴求以增加風險的矚目度，往往未充分說明基改食品的風險面向，僅將基改食品誇大描述為可怕的食物。該研究指出過分利用恐懼訴求而扭曲風險的本質，反而無助於提升公眾的科技風險意識，甚至可能加深一般人對科學的鴻溝，致使得風險的論述空間則被壓縮，這也是風險往往難以被傳遞與溝通的困境根源。因為只要危險或傷害未發生，不論是科學研究、官方政策研擬施行、新聞報導等的資訊就不會受到質疑。然而，部分記者可能認為若不強調風險的恐怖與傷害面，將使得民眾低估風險的危害，甚至認為風險沒有殺傷力，最後受害的還是民眾。但是，媒體固然要強調風險帶來傷害的可能性，目的是刺激社會的警覺意識，但也不應一味走向極端，以極度驚聳的文字或圖片刺激閱聽大眾的感官神經（黃浩榮，2003）。

學者提出風險的社會擴大效應（Social Amplification of Risk）（Kasperson et al., 1998；轉引自 Oh et al., 2020）。Chung（2011）也指出人民越感到陌生的危機，對其危機的風險感知越容易受媒體強化。Carretta, Farina, Martelli, Fiordelisi, & Schwizer（2011）研究義大利主流財經報紙《Il Sole 24 Ore》，他們認為新聞



引擎具有過濾雜訊和噪音的可能性，新聞報導可以促進投資者期望的形成。因此，媒體有擴大或過濾社會大眾所認識的風險之功能。

以下觀察主流報紙的媒體報導農業相關議題時，傳統新聞產製的思維介入傳達風險的過程，如何放大風險可能帶來的危害。邱柏勝、谷玲玲（2017）針對發現瘦肉精爭議新聞，從相當程度經濟與政治層面切入，媒體場域中出現強勢的框架論述，搭配記者使用特定人士的發言，藏在新聞文本中的權力互動並不平等，媒體框架再現過程中，在揭露、定義並詮釋風險時仍會受到外部影響。再者，陳憶寧（2018）研究檢驗臺灣全國性食安危機傳播中的現象，發現主流傳統報紙以催生商業價值與銷量為目的，短暫但強力且密集的新聞強化大眾的危機感，但新聞產量隨著案情的激化程度而大起，失去新鮮度後的新聞立即被捨棄，不難反映出傳統媒體對臺灣社會風險感知的影響力。

黃瓊慧（2013）研究臺灣農地政策的再現時，分析主流媒體《自由時報》及《聯合報》1996至2010年間對條例修訂過程的報導發現，主流媒體過度依賴官方消息來源，因此報導焦點尾隨政府所設定的議題，致使它們難以自主追蹤並批判重要議題，從而無法彰顯出農地政策與真實農業問題之間存在的重要落差，暴露主流媒體的報導缺失。自2004年誕生的《小地方新聞網》網站作為分水嶺，其後有關農村再生條例的再現質量明顯改變，攸關農地政策的發展主義邏輯、生態維護、農業價值等等問題，獲得更多思辨空間。這類文章通常由地方相關人士作為來源為農業發聲，一般公眾可能成為另類專家，專家體系本身亦可能成為門外漢，翻轉過去對資訊富者的認知。

## （二）、 框架理論與風險報導

框架的概念源於 Goffman（1974）對社會真實建構的討論，Gitlin（1980；轉引自謝君蔚、徐美苓，2011）將框架的功能定義為幫助人們將日常生活經驗分類、組織、詮釋並賦予意義。新聞媒體產製對事實進行框架的過程，導致內容並非客觀全面地反映出社會真實，而是成為社會建構的產物。那是由於真實社會的各種事件本身就包含多種面向，但是新聞媒體限於版面或截稿時間，所以即便新聞報導確實討論該社會事件，也僅選取多個面向中的部分做描述，既

呈現了初始真實的一些面向，但又無涵蓋所有真實面貌。如果媒體與大眾有社會共識，在文中提供某些情境下大眾接受的行為指標與標準，便得以轉換為大眾從新聞媒體理解的真實（臧國仁，1998）。從框架實證研究中發現，媒體再現事件時，即便報導的議題相同，也可能以具有差異的框架處理，站在不同的切入點、對立的立場，傳遞給讀者各種訊息（謝君蔚、徐美苓，2011；林立婉，2013；柯妮廷，2016；邱柏勝、谷玲玲，2017）。

林立婉（2013）研究報導電磁波新聞，比較各報媒體框架之差異，發現不同家媒體的報導也可能看得見區別，《自由時報》的內容更偏向電磁波的問題，《蘋果日報》在「產品情報介紹」明顯高過《聯合報》、《自由時報》與《中國時報》。陳憶寧（2018）研究臺灣餿水油食安危機，因為重視社會大眾對該議題的危機感受，發現在傳統報紙社會類最多數的「公眾反應與看法」框架僅佔（6.2%），與政府處理措施（43.3%）差距甚大。總結以上，框架是記者建構社會真實的方式，透過內容編排、明顯或暗示的描述來傳達給大眾，從不同面向對事件或現象傳播再現的影響力。

媒體扮演的角色是作為各種論述競爭的場域，人們透過各種論述競爭去界定風險及危險（邱柏勝、谷玲玲，2017）。媒體供給在科學報紙上，風險報導顯然重要，1978至1986年間的科學週刊快速增加，原因是科學與科技對於人們的生活影響日增，市民缺少這方面的知識而顯得不安，所以希望報紙多刊登此類消息（Bader，1990；轉引自馮建三，1995）。但是即使是人們熟知的議題上，理解的風險也不易完整，因為媒體選材的準則不一而有不同的報導內容。在以電磁波為例的科技風險呈現上，四家報紙都有提到電磁波的高風險，《聯合報》具體描述電磁波的影響，但《中國時報》容易留給閱聽人想像的空間，《蘋果日報》和《自由時報》則是凸顯電磁波的問題與危險（林立婉，2013）。

邱柏勝、谷玲玲（2017）研究進口含瘦肉精美國牛肉報導，發現新聞分成四個主要框架包裹：經濟利益、食品安全爭議、責任歸屬以及政治工具。其中，經濟利益包裹中發現，「經貿發展」框架為主政者強調豬牛肉品是臺美貿易協定的關鍵，「產業衝擊」框架和「商業私利」框架分為本土畜牧業者與跨國瘦

肉精藥廠，是兩方各自的利益考量。責任歸屬包裹中發現，開不開放進口並非討論核心，「政府責任」框架在於管制是否得當才是要點。

研究者認為過去風險傳播的方向過於集中與狹隘，雖然在農業領域與商管領域能夠找到許多對農業風險的定義，但是因為傳播文獻中的經濟風險缺乏，尚未有文獻將農業產銷議題與風險社會理論結合，以及新聞媒體用哪些框架再現農產品價格的失衡。

### （三）、 農業訊息的消息來源

本研究檢視議題背後新聞框架的建構之外，媒體再現還有另一個關鍵要素是消息來源，哪些利害關係人會被媒體運用作為消息來源？

由於臧國仁（1998）強調，記者在選擇消息來源時，系統性的偏袒特定人士，容易影響閱聽眾觀看事件時的角度與立場，新聞記者與消息來源的互動，對媒介真實的再現過程具影響力。記者選擇特定消息來源，並且有系統性地偏袒某些人物，如：政府官員、男性、主管、團體或組織、菁英階級，是新聞框架的一種表現方式。柯妮廷（2016）的實證研究也指出特定框架會出現上述情形，生物科技與基因科技研究大多與「經濟發展」、「科技進步」框架有關，且著重報導科技的利益層面，忽略可能產生的風險。

因為新聞產製者及消息來源本身皆可能帶有預設框架，相互影響彼此選擇或排除的作用（邱柏勝、谷玲玲，2017）。具權威性的利害關係人容易成為主要的引述來源，可能凸顯某些身份之觀點（徐美苓，2005；謝君蔚、徐美苓，2011；郭柏傑，2018）。以醫療新聞為例，徐美苓（2005）發現相關報導中，若消息來源為醫療機構，即使醫療資訊的品質不佳，仍有四分之三的記者選擇採用醫師的說詞，醫學中心、西醫體系兩者經常是新聞記者青睞的報導來源。又以基改食品相關新聞為例，前兩名的消息來源為科學領域專家、政府官員，所佔比例已超過該領域新聞的一半，嚴重壓縮其它立場人士的發言空間，基層農民的比例即不到一成（謝君蔚、徐美苓，2011）。根據韓宜與楊明憲之研究調查（2014）也證實，政府單位在農業的角色是資訊提供者，一向是傳遞風險

訊息的重要角色，是回應農民在資訊提供方面，包括消費市場、技術和價格的資訊的角色。

Gregory & Miller (1998) 認為，這種傾向政府官員、專家等消息來源的選擇方式，顯現記者認為民眾缺乏知識，在面臨風險相關議題時，以知識不對等的前提，轉達所謂知識定義者認知的事件樣貌，某種程度上的確加強了新聞的可信度，但過度依賴政府與專家卻也造成新聞說法單一，形成由上而下解釋權力宰制而忽略其它觀點。政府的新聞稿和政策宣布也是記者的重要新聞來源，記者會消息成為時間緊湊的記者應付截稿時間的選擇，鞏固了官方聲音的權力 (Hughes, Kitzinger, & Murdock, 2006)。

加上在公民意識抬頭的風潮之下，專家的角色在風險社會下變得微妙，大眾對專家半信半疑，從過去仰賴專家預測複雜風險的能力，轉變對其失準顯露不信任與集體焦慮 (David, D., 2005 / 呂奕欣、鄭佩嵐譯，2009)。周桂田、徐健銘 (2015) 在食安事件中發現，專家、官員和大眾在風險感知上有極大的落差，缺乏耐心的討論下就會發生彼此對立、攻訐的情況，大眾常將專家的說法視為風涼話，沒有考慮到長期食用、不同族群 (幼兒、癌症患者等)，認為專家與官員自恃專業，而忽視大眾對於食品安全的期待和不同族群的風險感知。

綜合以上，新聞寫作受到記者採信來源的偏好與截稿時等限制，雖然農產品風險有諸多的利害關係人，然而，並非所有的相關團體或個人都會成為新聞的消息來源，有哪些是新聞常見甚至偏好的消息來源，而哪些不是？是本文想探討的研究問題。

#### 四、小結與研究問題

##### (一)、產銷失衡風險、利害關係人與新聞傳播

臺灣農業在全球貿易的架構下，在產業升級、農業經濟和國際貿易強權的三角關係間糾結，往往重視工業發展而忽視農業，更加重農產品產銷的複雜性，農產品產銷失衡風險分配的議題，極具有風險社會的特色。



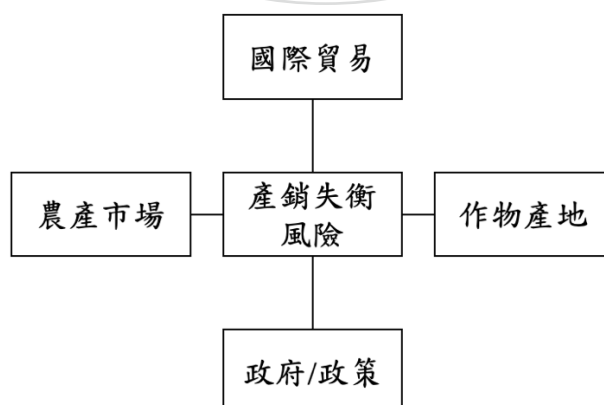
本章融合農產運銷學和風險傳播的觀點定義，產銷失衡風險指在農產品生產到銷售的供應鏈，所有環節的投入與產出都有其風險，造成發生價格與產量失去平衡之情況，若失衡反映在價格暴跌的極端現象稱為價格崩盤。產銷失衡風險的範疇中涵蓋更細緻的類型，包括：天候、品質、市場、政策與機構四種關鍵風險，發生其中一種風險，都可能因共變性的特質而導致產銷失衡的結果。

監察院（2018）的調查報告直指產銷議題的核心，也就是近年頻傳價格崩盤的問題，今年 2018 上半年氣候平順，蔬果豐產，大蒜、洋蔥、高麗菜、香蕉、鳳梨等相繼發生產銷失衡、價格暴跌之情形，農委會一再以外銷、購貯、加工和促銷來因應，僅這四種傳統措施顯欠積極。且農委會並應落實產銷穩定措施（出口競爭力提升、進口關稅配額制度調整、運用民間資源建立農糧產品產銷穩定機制、蔬果產銷資訊整合查詢平臺建置等），但是配套不完善值得改善。

臺灣農業經濟專家焦鈞（2019）指出，農產品出口明顯沒有分散市場風險及政策與機構風險，因為尤其鳳梨和釋迦有 95%以上的出口市場都在中國，對中國市場依賴度確實太高。出口生意裡的潛藏風險在於農民面臨資訊不通透的窘境，不知道自己的產品怎麼賣以及賣給誰，政府應建立可長可久的常態性貿易訂單。

綜合上述，本文的農產品產銷失衡風險來自四個面向，請見下圖 2：

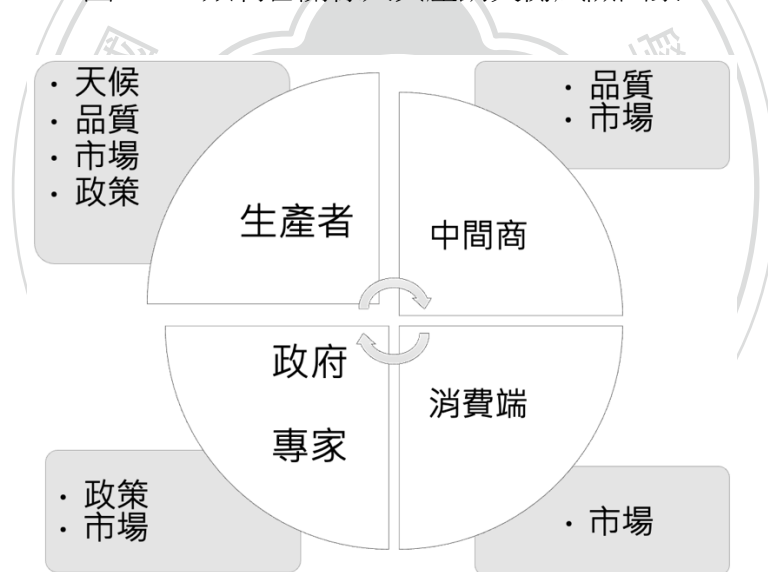
圖 2：產銷失衡風險四環節





接著，此部分梳理利害關係人與產銷失衡風險的關係：中央的、地方的和官方農業機構包含專家等政府單位，負責制定和執行政策，因此專家和政府是政策與機構風險的重要角色；專精在其工作崗位的業界人士眾多，大致列出的中間商包含，原物料供應商、廠商、物流、批發市場、農漁牧企業（超市、生技公司）、員工和股東等，這些角色位於農產市場機制中，不同階段的銷售市場反映風險於價格上；種植農作物的人是農民及其組織、產銷班、合作社、農會、協會等，他們在生產端面臨到品質和天候的風險，若前期氣候不佳導致收成時量少價好，種植意願便提升過後成了量多價跌，且久放的風險越高，即使有相關的儲藏設備，面對滯銷的可能還是會心急，而產生預期價跌的心態；還有終端消費者，面對零售市場的價格波動，所以市場風險的利害關係人。下圖 3 歸納四類利害關係人，以及他們常面對的農業關鍵風險：

圖 3：四類利害關係人與產銷失衡風險因素



## （二）、 研究問題

由於各種天候條件與品質，還有政經條件不斷變化，不確定性使得風險流轉有更多延遲的時間與詮釋的空間。周桂田與徐健銘（2015）認為，政府長期以來採取兵來將擋、水來土淹的管制方式，隱匿資訊與反應遲滯倒成政府的盾牌。政府為穩定市場價格而伸出「看得見的手」，或許暫時能為經濟帶來更多利基，相對襯托出社會期盼著有一種立即性的解決方法，但如本章一再重述，

事前忽略風險溝通與政府反應遲滯，容易引起社會緊張與預期心理，媒體作為政策與社會橋樑，有責任如實傳遞資訊。

而新聞作為利害關係人角力的場域，是溝通產銷風險議題最好的管道。可惜媒體對銷量與商業利益的追逐，出現媒體新聞各家競演的作風，加上官員民代、專家與中間商等缺陷的傳播模式，在資訊未充分揭露與說明的情形下，產生風險的社會強化作用、含有風險的訊息過濾掉，或擴大失衡的不確定性因素，使社會產生恐懼與擔憂、使得讀者危機感升起，將造成風險認知上不必要的偏誤，使原本單純的農業產銷失衡風險議題也形成政治議題。

承上，筆者認為新聞應該用社會科學檢視產銷風險失衡發生的狀況，透過新聞框架與論述研究進行分析，希望觀察出風險議題的媒體報導中著重與缺乏的元素，像是報導中以什麼樣的例子與角度，以及報導的份量與呈現方式等。

對本研究而言，各層級的農業參與者皆為利害關係人，所以事實上產銷過程有很多角色，他們也應該有發聲的機會並透過媒體被看見。有鑑於媒體傳達風險時可能有不平衡的現象，而社會大眾需要瞭解國內農產品產銷失衡的原因（簡立賢，2018），本研究想檢視臺灣的農業產銷失衡風險的傳播脈絡，了解媒體是否有充分反映出利害關係人的想法？同時，有必要補足除健康風險之外，其它範疇的風險傳播研究，尤其迫切需要建立農業產銷失衡風險傳播研究。

本章已透過文獻耙梳回答研究問題一：產銷失衡風險下，影響農產品產銷的關鍵風險類型。接下來本文欲釐清農產品市場中各個利害關係人的立場，及他們面對風險時的觀點，並深究各種風險如何在不同媒體立場之間被再現？並分析目前臺灣崩盤新聞報導之風險描述方式，報導是否有風險強化、如何強化，以及在媒體在選擇消息來源時是否為多元立場發聲，故以下將提出本研究的分析架構與問題，檢視媒體如何報導產銷失衡風險？

研究問題二：新聞報導產銷失衡風險的樣貌與意涵為何？

研究問題三：新聞報導產銷失衡風險相關者的位置與立場，媒體如何再現社會中的政府代表、生產農民、專家、銷售業者等的論述？

學術上對產銷失衡的定義是，當生產的供給數量與需求量兩邊不對等，進而導致在量過多時價格偏低、在量過少時價格走高，產銷失去平衡的現象。因此價格飆漲或價格崩盤都屬於產銷失衡的風險，而後者對於農民的損害更大，因為價格崩盤是當價格快速崩跌的極致狀態，是風險發生過渡到危機的表現。也是過去研究中最關心對利害關係人的影響，因為一但發生崩盤，對各方都有損失，尤其是與農作物最接近的生產者，故本研究主要關注的是農產品價格崩盤的媒體再現。



## 參、 研究設計

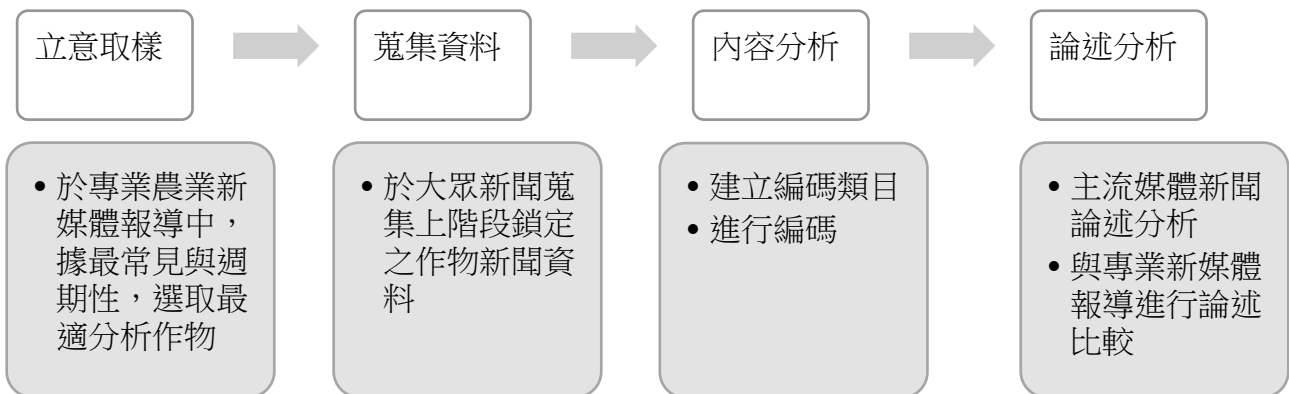
本文的研究設計從混合方法論出發，有別於早期對單一研究方法「非量及質」的迷思，同時結合質化與量化之資料，在研究過程的不同階段對現象進行主客觀分析（謝志偉，2007）。Denzin（1978）使用三角校正（Methodological Triangulation）利用多元的方法來研究單一問題。為了增加研究效度，對 Tashakkori 與 Teddlie（1998）提出的混合方法研究其中一種的型態——連續性研究，先蒐集量化資料分析後，再蒐集質性的資料加以解釋、驗證，本研究亦遵循此先量後質的方式，以文獻分析的方式擬定編碼欄位的操作型定義，透過立意取樣與自動化程式工具建立新聞資料集，以鉅觀的框架分析與消息來源分析大致將整體資料集新聞分類為十個框架，並用內容分析進行量化觀察，再對文本的質性內容以微觀視角加以詮釋。

### 一、 研究流程

前文探討農業產銷失衡風險在產地、市場、消費端與政府／政策四個環節之間的流轉（圖 3），根據風險社會、新聞框架與消息來源的相關理論，將於第三章透過研究設計將概念操作化，以回答本文研究問題二：新聞報導產銷失衡風險的樣貌與意涵為何？以及研究問題三：新聞報導產銷失衡風險相關者的位置與立場，媒體如何再現利害關係人的論述？

本章內容分為五小節，第一節介紹研究流程的設計（圖 4）。第二節會從專業農業新媒體選擇出適合作為分析個案的農作物／農產品，並闡述作物的本質，並觀察報導是否具有週期性。第三節說明研究的時間區間與樣本搜集過程，本文取得的主流媒體資料，及如何利用關鍵字搜集資料、篩選資料的標準與取得樣本概況。第四節設計內容分析的步驟，並根據研究問題與前測結果建立內容分析的編碼表。第五節說明為何本文需要質性論述分析，並為本章作小結。

圖 4：研究流程圖



主流新聞如何再現農業產銷失衡的風險？要回答這個問題，首先需要關注農林漁牧中的「農」之中，因為蔬果為臺灣重要的作物<sup>5</sup>，也是民生關心的種類，相較於漁牧產品，農作物的自然本質與季節性，更適合本文對產銷失衡中的農業關鍵風險做為分析對象。再者，根據研究文獻與問題，作物個案必須達到社會一定的關注程度，並有豐富可得的主流新聞材料。

## 二、樣本選擇

研究設計首先藉由觀察農業專業媒體，歸類崩盤報導中頻繁提及的農作物，以有專題報導與報導次數高的作物為新聞搜集對象，進行立意取樣。農產品崩盤事件非為每月均勻分配，因為隨著節氣變化，農作物的種類隨之更替，加上崩盤的原因隨著農作物不同而異，為符合此自然特質，本研究選擇兩階段的抽樣方法。首先，非隨機的抽樣方法——立意抽樣（**Purposive sampling**），其內涵為依據研究者自己的判斷或主觀，設定或篩選一群特定的調查對象，選擇最能符合研究的目標為對象所選取的樣本。雖然在統計上的意義無法代表母體，但因為使用此方法的目的不在其代表性，故實務上仍常被使用（陳國明等，2014）。

<sup>5</sup> 農委會（2012年3月）。〈農業100年精華－臺灣農業科技政策百年發展重點及成果〉，第237期，取自 <https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2445339>。



新媒體之力逐漸顯露其對臺灣的社會影響力，新媒體科技帶來對記者工作型態與新聞生產位置的改變，新聞報業所做的調整與回應，可從臺灣主要新聞獎之一的卓越新聞獎見到，2008年開始在平面類獎項開始接受「只刊登於專業新聞網站（無紙本發行）」之作品參賽，從獲獎紀錄肯定了新媒體作品的表現，其中《上下游新聞》最具代表性，獲得獎項包括：2013年「揭開假米粉真相系列調查報導」獲調查報導獎、2018年「北農休市系列報導」獲即時新聞獎、2020年「光電侵農大調查：直擊數百案場，揭發四大亂象」又獲調查報導獎。陳順孝（2016）指出，這類的新媒體關懷並正視某些大眾目光不及之處，展現其社會影響力。

主流媒體與新媒體在形塑議題上有不同的表現，網路原生媒體性質上跟主流媒體不一樣有獨立特質，Kellner（2005）觀察自2000年911事件後，美國主流媒體因為漸轉向仰賴大量影像符號、馬戲團式的「媒體景觀」（media spectacle）報導，使得傳統新聞學具注重公共事務本質的調查功能被另類媒體和網路取代。2011年成立的《上下游新聞市集》也正是這樣的角色，他們用專業的新聞團隊製作農業與食物的日常新聞與專題報導，透過建立一個網站來關注農業、食物與環境議題，強調產銷公平並兼具網路農產品交易平臺功能，以活絡小農經濟，希望從改變消費文化與消費行為，進而成為促成相關制度結構改變的力量<sup>6</sup>。臺灣新媒體在農業相關議題上的表現還有《農傳媒》，根據媒體的網站，曾推出一系列關於農業職災的專題，以及社會大眾關注的「食農教育」，使農民和被忽略的議題受到重視<sup>7</sup>。

有鑒於崩盤消息可能在不同的作物出現，透過主流媒體的經常性報導，大眾對此類題材雖然不陌生，但深入度不如農業專業媒體聚焦，因此以前述《農傳媒》與《上下游》兩個農業網路媒體為依據，統整近年來報導的價格崩盤事件來篩選作物成為研究個案。

#### （一）、 研究作物

---

<sup>6</sup> 關於「上下游新聞市集」之介紹，請見其網站 <https://www.newsmarket.com.tw/aboutus/>

<sup>7</sup> 關於「農傳媒」之介紹，請見其網站 <https://www.agriharvest.tw/about>

特別是有關於農產品價格崩盤的新聞，由於面臨產銷失衡風險的農產品種類眾多，研究者主要以《上下游新聞》之專題報導為初步挑選的依據，自上下游新聞市集開站以來報導過的系列議題，並重複確認在《農傳媒》中是否有該事件報導，若兩報皆有提及則列入價格崩盤事件。作為本文整理自 2016 至 2020 年崩盤作物事件簿，請見下頁表 1：



表 1：崩盤作物事件簿

時間	作物	新聞標題	報導媒體
2016/12	高麗菜	農委會放話帶風向 高麗菜提前價崩 菜農怨過度干預	上下游
2017/05	香蕉	農糧署預估香蕉價格大跌，農民反彈「政府唱衰」產銷如何調節？	上下游
2018/03	大蒜	*蒜價大戰提前開打！進口蒜頭惹禍或產地中間商壟斷？農民如何突圍？	上下游
2018/04	洋蔥	洋蔥價格大起大落，產銷倉儲調控失靈？如何掌握通路、種苗數量穩定市場？	上下游
2018/05	香蕉	5 大措施穩定香蕉價格 鳳梨外銷量比去年增加 9%	農傳媒
2018/07	鳳梨	鳳梨到底誰跌價？豪雨後肉聲果次級品大增，每公斤 8 元收購	上下游
2018/09	文旦	文旦最冷中秋！中間商趁亂大砍價，拍賣價跌破成本，如何突破中秋魔咒？	上下游
2018/12	高麗菜	徹底解決高麗菜價崩危機！農民團體與農委會共識，推登記管控，沒登記就自負盈虧	上下游
2019/03	鳳梨	【嘉義鳳梨價跌】加強採後處理 陳吉仲：外銷、加工、內銷同步啟動	農傳媒
2019/09	高麗菜	高麗菜再爆搶種潮，比警戒值高出 3 成「紫爆」，專業農：11 月恐崩盤	上下游
2019/11	花生	*花生之亂 01》有心人挑起花生之亂，產地價雪崩，農委會每公斤 67 元保價收購，呼籲農民勿拋售	上下游
2020/05	香蕉	香蕉產地價格突暴跌，與市場末端價差 4—5 倍！農民呼籲政府應介入調查	上下游
2020/09	高麗菜	高麗菜供苗量亮紅燈！高山高麗菜越種越多，與平地產期重疊恐成崩盤導火線	上下游
2020/09	香蕉	南部蕉爆量後中部蕉價探底，蕉農懇求政府不能只收購高屏蕉，崩盤戲碼恐歹戲拖棚	上下游
2020/02	鳳梨	武漢肺炎衝擊 0201》台灣農產品銷中受巨大衝擊，鳳梨釋迦出口受挫價跌，鳳梨、石斑「挫咧等」	上下游

資料來源：上下游與農傳媒網站

註：以專題報導者，標題標註\*

## (二)、 選擇具代表性的個案

綜合初步觀察上下游與農傳媒的新聞，盤點其常見的價格崩農作物，涵括：香蕉、高麗菜、鳳梨、大蒜、花生、洋蔥、文旦、豬以及芭樂等，由於豬價議題面臨的風險與作物有本質上的不同，加上過去有豬瘟、口蹄疫與新冠肺炎等重大國際疫情，致使新聞資料混雜非屬本文關懷核心。而文旦與洋蔥非新聞報導之重點作物，故刪除。上述暫時得出農業專業新聞媒體關注的作物有：香蕉、高麗菜、鳳梨、大蒜與花生五樣。接著以 2016 至 2020 年「報導是否具週期性」作為篩選分析作物之標準，歸納結果請見下表 2：

表 2：作物曾出現崩盤新聞之年份

作物崩盤新聞與報導年份					
報導年份	高麗菜	鳳梨	香蕉	大蒜	花生
2016	V				
2017			V		
2018	V	V	V	V	
2019	V	V			V
2020	V	V	V		

上表 2 整理自 2016 至 2020 年作物價格崩盤見於報導的週期性，發現有三樣作物符合篩選標準，分別是：高麗菜年年因為超量種植而導致年底到年初間市場過多的採收量；香蕉近年除了 2019 的災損外，氣候溫暖適宜而產量大；鳳梨於中南部產地廣闊，近三年更有不少外銷議題的爭辯。

然而，雲林常見的農產品大蒜與花生，因為多為與政治作為相關的討論，且報導未有週期性，為降低新聞資料混雜且缺失的程度，因此將大蒜與花生排除於本次研究之外。

將表 2 結果與表 1 的報導做對照，發現高麗菜崩盤幾乎每年重複發生盛產滯銷的現象；全臺香蕉園因為 2016 年颱風肆虐，預估復耕數量多而價格崩跌，2018 和 2019 年氣候適宜而量多；鳳梨部分，2018 採收前的豪雨與 2019 年暖冬的氣候因素，加上臺灣出口至中國的鳳梨佔外銷之九成，但長期受兩岸政治交

流頻緩，而導致政治影響外銷之惡性循環結果，所以值得分析新聞如何轉譯複雜的產銷失衡風險。

本文選取近年來最具代表性的香蕉、高麗菜以及鳳梨作為研究對象。以下介紹其種植與採收與經濟價值等知識，整理自農業網站資料與專業新聞做綜合介紹，以利後續進行內容分析與文本分析時，能更與作物背景融合與到位。

### (三)、 個案介紹

#### 1. 高麗菜

高麗菜在植物學稱結球甘藍<sup>8</sup>，屬十字花科，不耐旱、不耐水且怕病蟲。臺灣重要大宗蔬菜之一，產量大多集中於冬春季節，高溫季節產量較少。查詢農糧署農情報告資源網，2020 年全臺種植面積以宜蘭縣 1,302 公頃、雲林縣 1,821 公頃、南投縣 1,138 公頃和彰化縣 776 公頃為主要生產地，共佔 64.2%，宜蘭縣屬高冷地和其他三個縣的條件不同。產量易受種植甘藍品種、土壤性質、栽培技術、病蟲害、及成長期間之氣候等因素影響，加上種高麗菜的優點是取得成本低、栽種門檻低、單位面積產量又特別大，且採收後無需加工處理，平均 70 天就能採收，故易產生供需失調，也就衍伸出媒體頻頻報導的價格崩盤事件。

臺中區農業改良場蕭政弘副研究員<sup>9</sup>指出，整體甘藍產業包含七大區塊：種子商、育苗商、種植者（高產量且追求價差）、盤商（或契作商，利潤需扣除給種植者和運輸、採收、紙箱，再依市價賣出）、貯藏商（低價貯貨然後彈性調整出貨）、進口商（計畫性進口時以加工用為主、鮮售為輔；依市場需求預測隨機性進口）、出口商（計畫生產並避開國內甘藍盛產期）。

---

<sup>8</sup> 〈青花菜和花椰菜不一樣？甘藍不是高麗菜？〉（2018/12/09），取自《自由時報》<https://food.ltn.com.tw/article/8365>。

<sup>9</sup> 〈甘藍產業與前景〉（2014 年 9 月），取自臺大開放式課程 [http://ocw.aca.ntu.edu.tw/ocw\\_files/103S119/103S119\\_CT33L01.pdf](http://ocw.aca.ntu.edu.tw/ocw_files/103S119/103S119_CT33L01.pdf)



從農產市場角度切入了解，批發市場甘藍流通量約佔總生產量的 77.21% (Yang, 2015)。據農產品批發市場交易行情站<sup>10</sup>，分別有初秋和改良種兩個品種的價格，初秋均價 3 至 65 元，11 到隔年 5 月易出現低價；改良種均價 2 至 54 元，11 到隔年 5 月易出現低價。

常常聽到政府公布的超種，是據農糧署大宗蔬菜播種量及供苗預警資訊公告每旬甘藍育苗場售出情形，當警示燈號達 540 至 600 萬株時為紅色燈號（警戒值），600 萬株以上為紫色燈號極為超種。2015 年上下游新聞報導「價高、搶種、過剩、價跌、棄種、價格又上去、農民繼續種……，同樣的戲碼幾乎年年上演」。

2016 年夏季遇到三個颱風（莫蘭蒂、馬勒卡與梅姬）連續吹襲，是造就高麗菜價居高不下原因之一（林倖妃，2016 年 11 月 21 日），由於高麗菜種植時間約兩個月，若九月發生颱風，復耕產量須遲至十二月才會出來。當農民見高價好投入種植，相當於瞬間供給增加，價格就會驟跌並出現極端低價（劉怡馨、林珮君，2019 年 7 月 31 日），今年高麗菜價格居高不下，一顆要價上百元，於此同時，農委會在昨天發出預警，10 月高麗菜耕種面積，已經超過合理規模 24%。除了農民「賭性堅強」，農委會不管農民有無登記種植面積，「人人有獎」的耕鋤補助（林慧貞，2015 年 11 月 13 日）。賭局一詞是研究員與媒體對於高麗菜產業的形容，充份展現出產銷風險失衡風險的特色。

有關 2017 年 3 月菜價低迷，西螺果菜市场人員指出，2016 年因天候不穩，蔬菜產區損失慘重，造成供應大斷層，連帶蔬菜價格屢創新高，刺激農民二期稻作收割後，增加蔬菜種植面積<sup>11</sup>。2018 年農委會農糧署表示，823 豪雨造成中南部淹水災情，短期葉菜類及瓜果類蔬菜供應量減少，導致蔬菜價格上漲；災後天氣持續晴朗，加上東北季風報到，近期夜間氣溫降低，適合蔬菜栽培，復耕蔬菜已恢復正常供應，價格趨於穩定。但根據農糧署大宗蔬菜供育苗

---

<sup>10</sup> 取自農產品批發市場交易行情站網站  
<https://amis.afa.gov.tw/veg/VegChartProdTransPriceVolumeTrend.aspx>。

<sup>11</sup> 〈菜價直直落 青椒每公斤跌至 10 元〉（2017/03/23），取自  
<http://news.ltn.com.tw/news/local/paper/1088235>。

量系統資料顯示，9月上旬高麗菜種植面積達 211 公頃，已超過合理面積 180 公頃<sup>12</sup>。

即使農糧署試圖透過供育苗的數量掌握產量，仍沒有明顯成效。礙於農委會為了穩定高麗菜價格，曾推出登記制度，農民登記種植就可獲得耕鋤補貼、肥料補助、收入保障，但 2021 年雲林縣農業處長指出實際落實很困難，沒登記的農民向民代陳情，民代又對農委會施壓，最後遊戲規則被破壞，登記制草草收場<sup>13</sup>。而在推出的幾年內，農民對於參與登記生產制的反應不佳、種苗管制不確實也成為政策實施後的重要問題。原因是種苗場想賺錢，能賣就盡量賣，調查數據就會有落差，造成農委會農情調查及判斷失誤（焦鈞，2015）。

## 2. 香蕉

香蕉為熱帶果樹，需高溫多濕，氣溫的影響大於雨量，正常發育平均氣溫需在 23 度 C 以上，以 29 至 31 度 C 生長最快，若遇到每月降雨量低於 50 公分的乾旱，或排水不良地區遇連續豪雨時（例如颱風），亦可使產期拖晚。如南部 5 月開花後 60 多日可採收。11 月開花要近 140 天才採收，尤其是冬季缺水灌溉的中部更久。雖然氣象因素難以控制種植，但可以人為調節產期，所以南部產區配合種植期、留萌期控制，並改善施肥灌溉和疏果等，除可以促進提早產期外，亦期望透過調節週年生產，達內外銷之需要（朱慶國，2003）。

本文統計農糧署農情報告資源網資料（下頁表 3），2020 年全臺種植面積共 12,192 公頃，其中以屏東縣 4,295 公頃（以高樹鄉、萬巒鄉和內埔鄉為主）、嘉義縣 2,552 公頃（竹崎鄉為主）、高雄市 2,186 公頃（旗山區為主）、南投縣 3,158 公頃（中寮鄉為主）共佔 74.3%。進一步觀察，南投縣中寮鄉佔全臺 8.5%（1,390 公頃）最大，而實際可採收量居冠者為高雄市旗山區最高，佔全臺 26,199,755 公斤的 7.3%。

---

<sup>12</sup> 〈災後高麗菜復耕超量 產期價格恐崩盤〉，《中時》游昇俯報導（2018/09/19），取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20180919003480-260405?chdtv>。

<sup>13</sup> 〈高麗菜價崩盤 農民批預警失靈〉，《聯合報》記者陳雅玲、吳淑君報導（20210314），取自 <https://udn.com/news/story/7266/5316375>。

表 3：2020 年香蕉產量排序

縣市鄉鎮	種植面積 公頃	種植面積 %	每公頃收量 公斤	收量 公斤	收量 %
屏東縣高樹鄉	579.36	3.5%	28,900	12,866,280	3.6%
屏東縣萬巒鄉	600.07	3.7%	28,542	11,380,172	3.2%
屏東縣內埔鄉	453.07	2.8%	29,700	10,822,977	3.0%
嘉義縣竹崎鄉	860.35	5.2%	24,750	20,462,063	5.7%
嘉義縣中埔鄉	682.06	4.2%	21,962	14,557,541	4.0%
高雄市旗山區	960.12	5.8%	27,288	26,199,755	7.3%
南投縣中寮鄉	1,390.73	8.5%	14,960	20,589,149	5.7%

\*實際可採收量簡稱收量

### 一九六零年代，臺灣錢還沒淹腳目，錢是香蕉的形狀

1967 年日本報紙指出臺灣香蕉外銷到日本欲六百萬簍創空前紀錄（吳音寧，2007），有個重要的合作社和人物為高雄青果合作社理事的主席吳振瑞，吳振瑞為蕉農爭取產銷的出口「五五制」（即青果社和出口商的出口配額各佔五成），更讓臺灣香蕉以超過八成的市占率獨霸日本，那個年代的香蕉與相關產業都富起來。直到 1969 年發生香蕉弊案（或稱剝蕉案、金盤金碗案），檯面上以賄絡起訴吳振瑞，背後疑政權政壇有力人士之爭及有私心之所致，此事件造成合作社與國家外匯損失超過 1,700 萬美元，恰好中南美及菲律賓香蕉趁虛而入，接著臺、菲、中南美香蕉相互角逐競爭激烈的日本市場，臺蕉在日本之優勢全無，臺灣「香蕉王國」之美譽到 1973 年消逝（莊淑姿，2011）。

直到 1978 年自立晚報「一大簍國產番茄比不上一顆日產蘋果」以及「花蓮桶柑生產過剩」的報導，臺灣各項農作物包括香蕉過剩，對比建設現代化工程加速進口農產品的輸入，凸顯生產加工罐頭的榮景不再的現實。「農民考慮種回香蕉嗎？低價一落不再起，或改種鳳梨嗎？」這是吳音寧 2007 年撰寫的《江湖在哪裡》寫到的歷史。同樣地，當時四百公斤的甘藍只夠買一張電影票，賤價已形成常態，也從那時候起農民對收成時開出的市價抱著賭一把的心態，碰到農作價好的機率比中獎還難。1982 年省農林廳推出的系列水果廣告，是政策宣傳的首例，藉影歌星宣傳水果（註腳：楊桃是楊麗花的秘密，鳳梨是鳳飛飛

的心裡，香蕉是包娜娜的誘惑）「現在吃正是時候」，便隱含著水果滯銷與賤價的事實，所以當時才需要政府廣告推廣。

2006年《聯合報報導香蕉再度慘跌》（黃國樑，2017年6月27日），這時宣傳的明星換成政治人物，行政院長蘇貞昌與民進黨人物集體在鏡頭前吃香蕉，對比於在野的國民黨與對岸中國已開啟兩岸水果的交流活動，並洽談政治採購的訂單，往後水果外銷也成為政治性的熱門議題。二十多年來仍然有失衡問題，或許缺乏規劃和執行長遠的生產政策和產銷制度，回不到歷史顛峰的外銷規模，從各國進口的農產品成本土蔬果替代品，而宣傳廣告只管促銷，無法解決滯銷的原因。

近年除了2006年蕉價慘跌之外，新聞於2017年5至7月與9至10月、2018年5至7月，以及2020年9至10月也有報導發生滯銷導致崩盤事件。特別的是，2011年臺灣香蕉暴跌，為了搶救蕉農還促成7-Eleven超商賣起香蕉（林德勝，2020年3月），經過規格化選品的香蕉更深入大家的生活日常。

綜合以上香蕉在經濟發展歷史中的特色，可知外銷的經濟價值與政策牽動，透露出產銷失衡風險的關鍵要素，本文將在後續研究中逐一分析。

### 3. 鳳梨

鳳梨別名波羅和黃梨，是世界重要的貿易水果品項，也是臺灣重要的水果之一，不論在年產量、產值、外銷量及外銷值等，均居果樹單一品項之冠。鳳梨需種植一年多，3至5月收成，栽培品種以鳳梨台農17號／金鑽為主，占總栽培面積85%。2020年，全臺採收量共計419,027公噸，栽培面積達11,746公頃。前五名以屏東縣居冠3,596公頃（以高樹鄉、萬巒鄉和內埔鄉為主）、臺南市次之1,727公頃（關廟區為主）、高雄市第三1,580公頃（大樹區為主）、嘉義縣1,539公頃（民雄鄉和大林鎮為主）、南投縣1,264公頃（名間鄉為主），共9,707公頃佔全臺82.6%。

農試所嘉義分所副研究員官青杉<sup>14</sup>指出，依臺灣的氣象特性約有 80%產量落在自然產期（也就是 6 至 8 月），但是若集中於夏季大量出產，則國內鮮食市場一時容納不下，易衍生生產過剩問題而影響市場價格。而且，夏季的氣候高溫多雨易，使肉聲果的比率上升；而肉聲果不耐貯運，易招致腐爛而不利外銷，它們時常在提及生產過剩時被媒體討論，2018 與 2020 年皆有大量的報導（官青杉，2017；焦鈞，2015）。

臺灣鳳梨的種植面積（請見下頁表 4）：1997 年種植面積在 7,000 到 8,000 公頃之間，隨鮮食品種的育成推廣日見成效，加上臺糖土地開放種植鳳梨，使種植面積呈現增加，栽培面積高峰落在 2007 年，新植面積達 12,376 公頃，然每公斤售價僅 14 元，為近十年之最低，嚴重供過於求的現象影響農友收入頗大，致栽培面積逐年減少，2011 年降為 9,030 公頃，年均價回升至 16.8 元，專家研究以此推估，9 千公頃可能是臺灣鳳梨國內鮮食市場的到貨量支撐點（官青杉，2017；焦鈞，2015）。



---

<sup>14</sup> 上下游報導臺灣目前最重要的鳳梨專家。歷經 86 年努力，培育鳳梨國家隊 18 強！鳳梨專家官青杉，揭開台灣鳳梨好吃秘密 林怡均 2020 年 06 月 29 日  
<https://www.newsmarket.com.tw/blog/133530/>



表 4：2020 年鳳梨產量排序

縣市鄉鎮	種植面積 公頃	種植面積 %	每公頃收量 公斤	收量 公斤	收量 %
南投縣名間鄉	873.94	7.4%	63,000	37,761,568	9.0%
高雄市大樹區	856.84	7.3%	54,360	33,486,848	8.0%
屏東縣高樹鄉	819.4	7.0%	54,800	29,074,140	6.9%
嘉義縣民雄鄉	785.4	6.7%	57,050	26,231,590	6.3%
屏東縣萬巒鄉	750.14	6.4%	51,000	26,730,120	6.4%
雲林縣古坑鄉	621.2	5.3%	56,000	17,457,440	4.2%
臺南市關廟區	563.25	4.8%	53,900	17,838,204	4.3%
屏東縣內埔鄉	475.83	4.1%	55,600	15,590,240	3.7%
嘉義縣大林鎮	374	3.2%	56,000	16,755,200	4.0%

### 三、內容分析的樣本搜集

#### (一)、 研究時間

雖然臺灣自加入 WTO 後農產品打進國際仍然是過於依賴中國市場，《水果政治學：兩岸農業交流十年回顧與展望》一書回顧 2005 至 2015 十年間的兩岸農業交流，存在特別的政治採購與買辦文化，2008 年政權交替後的國內農業政策轉變到 2010 年兩岸經濟合作架構協議（ECFA）簽訂後，中國幾乎每個省市的採購團都前進臺灣，購買金額約兩百億美元以上的臺灣農產品，中國資金在臺灣產業的流動現象，臺灣卻極少相關的新聞報導<sup>15</sup>。2014 年太陽花運動因批評服貿的黑箱作業而起，最關鍵的問題在於缺少公開透明的機制。抗議者高喊「國民黨不倒，臺灣不會好」，引發當時兩岸農產品貿易的敏感爭端，十年之間中國對臺灣在經濟貿易上的讓利，顯示「大陸讓利，買到水果但卻沒買到人心」，此書於 2015 年底出版，並奠定農業產銷問題的基礎。

而後 2016 年台灣遇到三個颱風（莫蘭蒂、馬勒卡與梅姬）連續吹襲，造就

<sup>15</sup> 臺大新聞所張錦華教授指出，中國資金在臺灣產業的流動現象、中共來臺灣讓利的情形很嚴重，但她分析臺灣的新聞報導，卻發現相關的報導極少，她查遍各個媒體都沒看到任何一則深入的分析，甚至簡略的分析都付之闕如，不知道後來發展的情形，也不清楚臺灣農業、水果和對岸的交流情形，請見 <https://www.feja.org.tw/38723>。

高麗菜價居高不下原因之一<sup>16</sup>，由於高麗菜種植時間約兩個月，若九月發生颱風，復耕產量須遲至十二月才會出來。當農民見高價而投入種植，相當於瞬間供給增加，價格就會驟跌並出現極端低價（劉怡馨、林珮君，2019年7月31日）。「高麗菜賭局」、「菜金菜土」一詞開始被政府與媒體使用，過去的兩岸農產品隱憂與國內蔬果崩盤，兩條主線似乎隨著政治力干擾和控制而存在太多不必要的環節，許多原本隱密的產銷過程，有機會攤在陽光下被媒體檢驗。

本研究研究日期自2016年1月1日至2020年12月31日止，針對鳳梨、高麗菜與香蕉三種作物搜集新聞樣本資料集，以下將說明搜集樣本過程。

## （二）、樣本搜集過程

樣本蒐集使用的慧科搜索提供大中華區中英文出版物資料庫。匯聚逾11,000個資訊來源，包括全香港主要中英文報章和大中華區內頂尖權威的報刊雜誌，慧科資料庫的內容每日更新具內容的深度與廣度<sup>17</sup>。

起先，本文鎖定1980年創立的臺灣本土老報《自由時報》，其發行量是四大報之首<sup>18</sup>，及1950年由余紀忠創辦並自2008年被旺旺中時集團併購的《中國時報》，與1951年由國民黨常務委員王惕吾創立的《聯合報》，後兩者則經常相爭臺灣市場佔有率的第三、四名（曾國峰，2013）。初步搜尋結果包含重複文章內容共1,577筆，慧科資料庫有出現《聯合新聞網》的新聞文章945筆，但是因為該新聞網已將869筆的新聞頁面移除，相當於下架或刪除該篇新聞，導致筆者無法取得文章內容，此為不可克服之因素，故不考慮《聯合新聞網》新聞資料。進行內容分析的材料，電子媒體比印刷媒體易取得與統計由於網路媒體盛行，讀者也多以電子媒體作為閱讀媒材，故本研究聚焦於主流媒體的電子報網站，以《中時電子報》（簡稱《中時》）與《自由時報電子報》（簡稱

<sup>16</sup>林倖妃（2016.11.21）〈史上最久的高菜價 高麗菜為何一顆300元？〉《天下雜誌》。

<sup>17</sup> 慧科搜索簡介，請見 <http://www.cckf.org/zh/sino/00247>。

<sup>18</sup> 〈台灣報紙還有未來嗎？數據與觀察〉，Dannis Tseng（20210319），  
<https://medium.com/dd-story-hub/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E5%A0%B1%E7%B4%99%E7%9A%84%E6%95%B8%E6%93%9A%E8%88%87%E8%A7%80%E5%AF%9F-96131ac4b0e2>。

《自由》），這兩家的報導內容還有一項特質是政治偏差的存在，研究證實《自由》政治立場偏向「泛綠」政黨，而《中時》政治立場偏向「泛藍」政黨（黃順星，2010；蕭怡靖，2006）。

正式資料搜集採組合關鍵詞的策略，初步列出符合本文之新聞樣本。以下為選取新聞之步驟與條件：

1. 以關鍵字（鳳梨／高麗菜／香蕉）+（崩盤/價崩/崩跌/產銷失衡）於慧科新聞知識庫（WiseNews）搜尋兩大電子報《中時電子報》以及《自由時報電子報》。
2. 確立選取當年起，自2016年1月1日至2020年12月31日止，共五年期1,283筆資料，分別是《中時》724筆、《自由》559筆。欄位包含網址、發布時間、發布版面、作者、媒體別、標題、內文。以慧科搜尋出來的資料轉為TXT網址，再用擷取網址部分，選取已知的1,283個網址，以爬蟲程式至兩家媒體網站抓取全文內容。

### （三）、新聞資料集

1. 刪除爬抓不成功的新聞，網頁顯示已下架，無效網址共59筆資料，其中1筆為《自由》、其餘為《中時》，幾乎為影音新聞與推薦總覽。
2. 排除屬於「非新聞」類文章，舉凡每日焦點事件、副刊作品、頭條要聞，和由專家學者或一般社會大眾投稿表達意見「社論、投書、民意論壇」文章<sup>19</sup>，記者署名之專題報導，以及看不出是否為記者署名的文章，明顯呈現出一種專文論述形式的「專論」<sup>20</sup>，如：《中時》：編輯室報告／新聞透視／頭條探索／言論／讀者大聲說，《自由》：財經觀測站／自由評論網／新聞分析等網站分類。

---

<sup>19</sup> 參考林立婉（2013）〈報紙新聞中的「電磁波」——科技風險取向的分析〉

<sup>20</sup> 參考劉蕙苓（2007）〈網路的新聞再現 1994vs2004 以聯合報為例〉

3. 刪除主題跟分析作物無關、篇幅或內文字數不足之資料
  - (1) 首段提及農產品價格崩跌與農業相關議題（如：生產過剩、市場行情與現況、認購／收購農產品、針對農民設立的制度或措施、外銷與國貿）。
  - (2) 整篇提到的主要農作物是鳳梨／高麗菜／香蕉三項，如果內文此外，抽樣篩選後發現高麗菜經常與葉菜類並提，因此當新聞主要討論對象為蔬菜，但是包含高麗菜時，會保留該篇新聞。
  - (3) 農產品價格崩跌議題相關之內容需達全篇報導 50%以上。
  - (4) 字數不滿 300 字即刪除。

若不符合以上其中一條件即刪除該則新聞，共刪除 592 則。

4. 共計分析 691 筆新聞資料

#### 四、內容分析方法設計

##### (一)、內容分析

本文作為內容分析樣本，內容分析再分析具代表性的作物個案，為了瞭解新聞報導哪些主題類型？又有哪些不同的面向？哪些消息來源佔有話語權？第一部分，以編碼的方式量化分析；第二部分則以較短時間且特定主題的價格崩盤新聞做質性分析。

在社會科學研究方法中，內容分析法具有定量特質的分析途徑，定量特質的分析途徑，可以從互動文本裡進行「系統性」與「客觀性」地觀察，以此建構內容分類用的類目系統。內容分析之類目具有彼此互斥、窮盡及可信賴的特性，可確認出樣本中特殊的訊息與訊息的特徵，進一步推論出結果。同時分析結果可透過數據呈現，善用數字描述讓訊息主體正確地表現，有助於提高結果精確性。研究者也能透過結果來得知文本產製者的想法和態度，並更進一步推論得知文本可能造成的影響。「系統性」意即選取樣本與分析的過程須依明確、一致性適用的規則，樣本的選擇應遵循特定程序，且每個項目接受分析的

機會相等；分析過程使用相同方法處理，編碼及分析過程中只有一套評析原則、不隨意更動。「客觀性」指研究者個人的特質及偏見不能影響結果，以一組明確的標準與程序，來充分解釋抽樣和分類方法（林立婉，2013；陳國明、彭文正、葉銀嬌、安然，2014; Wimmer & Dominick, 2013／黃振家、宗靜萍、林妙容、吳蕙芬譯，2014）。

綜合上述可知，內容分析的應用型態多元且豐富，雖然研究主題或學科範疇而異，但其內涵為一套嚴謹且具系統性的策略。本研究為瞭解農產品崩盤新聞的報導時間、框架、消息來源與作物別，結果以量化數據呈現，再輔以論述分析詮釋，深度勾勒出新聞框架主題反映的現象脈絡與社會圖像。本研究僅分析內文文字，照片及影片由於不易搜集，故不納入。

建構內容分析方法的編碼類目時，本文參考王石番（1991）所提出，分析類目大致分為「說什麼／實質」類目與「如何說／形式」類目，其中，主題類目用以探究傳播內容之類別問題，對內容的論題是最基本的類目，通常一段文字一段即知。故本文以首段也就是最精簡扼要的導言來判斷內容的框架，若難以從首段直接判斷，會再參考標題來分類，如遇同篇新聞中有多個框架，就以所佔篇幅比較多的作為該篇框架。

接續言之，另根據本研究之需要，在分析類目中加入消息來源面向以回答研究問題。「如何說」的形式類目包含辨認引自何種刊物、書籍、文章或專家學者等，當時的消息來源類目相當於權威類目（王石番，1991），但是現在的消息來源越來越多元，且新聞引述之來源或出處，因為一則新聞中的消息來源很可能超過一類，因此編碼每一個消息來源。

新聞的框架分析將以新聞標題及導言為主、新聞內文為輔。van Dijk（1993）指出標題、導言與各段落的起始句，會依主題焦點的輕重緩急、時間順序的遠近先後，採由上而下（Top-to-Bottom）的線性方式配置在新聞文本中。而關於特定新聞內容的社會文化脈絡（如意識形態等），將會主導標題的製作與導言的寫作（倪炎元，2018），故以標題及導言為主要分析框架之標的。涉及框架素材的蒐集與編碼過程，起初經由來回比對文本中的不同元素，



列出其使用的框架，以建立編碼目錄，再將所列之框架與某個核心觀點對應並建立之中的聯結，透過比對異同與升降維度，抽離出新聞中的框架，最後回頭確認使用的框架之間有互斥關係。

繼以 van Dijk (1993) 新聞文本論述分析的概念為基礎，結合在報導內容具類似價值觀與意識形態之框架主題，透過論述分析進一步拆解新聞框架主題所透露與詮釋的含義。

## (二)、內容分析的類目建構

本研究的分析單位為每「篇(則)」新聞的文字部分，而圖片及影片蒐集與儲存不易，故不納入分析類別。媒體資料除了基本資訊，包括日期、作者／記者、媒體類型、根據文獻作為發想之基礎以修訂與建構類目。若報導內容中有跨越多個選項，考量新聞報導以倒金字塔的方式撰寫，故類目為單選之題目，皆以先提到與篇幅較多的選項為主，以此做為重要性的判斷標準並進行登錄選項的選擇。內容分析之類目包括以下：

### 1. 基本資料

- (1) 文章於資料集中的編號
- (2) 報別：《自由時報電子報》／《中時電子報》
- (3) 版面
- (4) 文章日期：年月日
- (5) 字數：300 字以上，以兩百字為單位遞增：301—500 字、501—700 字、701—900 字、901 字以上在第一章篩選樣本時已剔除 300 字以下的新聞，由字數分佈表得知兩家發出的新聞字數大多落在 501-700 字（43.6%，共 301 則）。《中時》在 701 字以上的長文佔該報的 23.8%、比《自由》多，請詳見下表 5 位置：

表 5：新聞字數分佈表

	中時		自由		總計	
	篇數	%	篇數	%	篇數	%
301－500 字	122	31.3%	120	39.9%	242	35.0%
501－700 字	175	44.9%	126	41.9%	301	43.6%
701－900 字	73	18.7%	43	14.3%	116	16.8%
901 字以上	20	5.1%	12	4.0%	32	4.6%
總計	390	100%	301	100%	691	100%

## 2. 消息來源的身份

先參考鄭宇君（1999）、Hibino & Nagata（2006）將每一個消息來源都編成小單位種類，再參考李子甜和徐美苓（2020）、謝君蔚和徐美苓（2011）的劃分標準與身份定義，歸納出對應的身份大單位。

以全篇新聞為編碼單位，由於一篇新聞可能出現不只一個消息來源，故所有的消息來源出現次數都會被記錄。若該類消息來源在某則樣本中未出現，則記為 0；若該篇新聞多次引用同一來源，則記為 1 次，若出現不同消息來源屬同一類別，則分別編碼。

## 3. 作物——立意抽樣選取農業媒體常報導之代表性作物

- (1) 鳳梨
- (2) 高麗菜
- (3) 香蕉

## 4. 框架

本文統整風險傳播文獻中與農產品崩盤相近之研究主題，受以下文獻啟發，包括：基因改造食品（謝君蔚、徐美苓，2011）、參考前者研究框架的美牛進口研究（邱柏勝、谷玲玲，2017）與食品安全危機（陳憶寧，2018）等。

本文於正式編碼前觀察新聞資料集，嘗試以先探性研究提供之框架，對所有新聞議題中代表的媒體框架進行辨識。然而，由於根據文獻定義之框架仍有

所不足，無法符合所有新聞資料集，因此本文確立新增三個框架，包括：「農民自銷」、「公益善事」與「產業創新」。

「經貿發展」框架出自邱柏勝與谷玲玲（2017）的經濟利益包裹，學者認為食安議題已擴大為國際貿易與政治議題，傳達核心為國際競爭力，常為主政者所強調的框架。

「政府措施」框架啟發於邱柏勝與谷玲玲（2017）責任歸屬包裹「政府責任」框架，其論述框架為政府應積極管制並為瘦肉精管制失靈負全責，且陳憶寧（2018）的研究結果顯示，傳統媒體相當關注政府面對食安危機的處理措施（43.3%），因此，雖然在自由市場機制的精神下，產銷失衡或許不全然是政府的責任，但本文有檢視報導中政府的因應措施之必要，如：農產品行銷活動、促銷或加工處理。主要政府也會提出緊急政策，包含：對農產品的補貼、保障價格收購、去商品化或執法查驗等相關措施。

「風險訊息」與「風險管理」框架對應林照真（2013）風災報導研究之分類，分別為災難訊息與災難管理，以風險社會理論關切的風險為核心來調整類目名稱：「風險訊息」框架原指氣象、颱風動向、土石流等狀況的災難訊息，此指價格變動訊息或有數據基礎之生產資訊。「風險管理」原指災難管理（相關災難管理單位或中央部會），融合陳憶寧（2018）政治類的臺灣政府的危機管理評估與食品安全議題上應學得之教訓（通常訪問專家）兩個框架，以及謝君蔚、徐美苓（2011）的「妥善管理」框架通常政策實質內容的說明、宣導中央部會的制度與對法規政策的呼籲有關，常見於政策宣導與監測的新聞。本文定義「風險管理」為，報導關切面對風險事件時建議的處理方式、風險管理或習得的教訓以避免風險，或制定政策進行產銷風險管理，並可能帶有監督語氣。

「民生相關」框架源自林照真（2013）於與民生有關的災難報導（停水停電、交通狀況、菜價），因此價格崩盤與家庭民生需求相關報導，如提及消費之果菜零售價格即為此類。

「利益受損」框架表達農業損失或農民負面心聲，常為農民是利益受到損害者的主張與敘述。源自林照真（2013）的災民新聞框架，報導可憐的、眼淚的、過生日、自力救濟，有具體的當事人與家屬的，融合陳憶寧（2018）經濟類的臺灣食品業者自認為是受害者的主張與敘述。

## 5. 前測結果

由於原新聞資料集 1,283 筆資料按照標準篩選後僅 691 筆資料需進行編碼，故本文僅由研究者一名編碼員進行內容分析的編碼，因此不檢視編碼員間的信度分析。

進入正式分析之前，本研究取全部新聞樣本的 10%，對其作物、框架、消息來源進行編碼，在新聞資料與現有類目中不斷來回校正，以利建構完整的內容分析編碼表。

表 6：框架類目試編結果

框架	篇數	框架	篇數
公益善事	17	產業創新	5
風險訊息	13	風險管理	5
政府措施	10	其他	3
農民自銷	9	避險建議	2
經貿發展	8	民生相關	2
農民弱勢	5	總計	79

原「農民弱勢」框架修正名稱為「利益受損」；將「避險建議」併到「政府措施」，因為只是從旁角度對政府行為的建議，報導仍關注政府措施；最後無法分類至上述者，歸為「其他」之原因為，導言提及農產品價格崩跌與農業相關議題，但以農糧署與農民隔空對話、蕉農抗議事件與選舉相關話題、澄清進口核災區爭議澄清、社會版新聞事件（香蕉價格漲而受人盜採、盤商間暴力恐嚇事件等）、九合一選前造勢活動與參選人口水戰，以及資訊真偽之爭議（檢舉作假帳內容、自稱菜農的身份、網友爆料發起人背景）。

上述新聞的導言提及資料篩選的文字條件，故雖然內文不完全報導價格崩盤事件，不過符合標準而故未刪除該則新聞，被分類為「其他」框架。本文最終建立 10 個框架類目進入正式編碼，框架的核心定義請見下頁表 7：





表 7：10 個新聞框架類目

內容框架	核心定義	出處
風險訊息	事件相關的風險動向，包括天候、品質、市場與政策（或機構）等關鍵訊息。	林照真（2013）
風險管理	面對風險時建議的處理方式、風險管理或習得的教訓以避免風險，或制定政策進行產銷風險管理，並可能帶有監督語氣。	林照真（2013） 陳憶寧（2018） 謝君蔚、徐美苓（2011）
經貿發展	因應失衡提供國際貿易繼續發展的契機，具體提及開放外銷、出口銷售與出口貿易等。	邱柏勝、谷玲玲（2017 年 9 月） 謝君蔚、徐美苓（2011） 李子甜、徐美苓（2020）
民生相關	與家庭民生需求相關，如終端消費之果菜零售價格	林照真（2013）
農民自銷	農場主／農民因應作法，自銷或低價拋售其農產品	本研究新增
政府措施	因應措施，如：農產品行銷活動、促銷或加工處理。主要政府也會提出緊急政策，包含：對農產品的補貼、收購、去化或執法查驗等相關措施。	邱柏勝、谷玲玲（2017 年 9 月） 陳憶寧（2018）
公益善事	具公益慈善性質的行動，如：團購、愛心認購，常由民間力量或企業發起。	本研究新增
利益受損	反映農業損失或困境，導致生產者權益受損。	林照真（2013） 陳憶寧（2018）
產業創新	報導凸顯市場獨特性，農夫種植少見品種、研發新的農產品、開發新通路等。	本研究新增
其他	無法歸類至上述框架者	

### (三)、 統計方法

本研究針對研究樣本進行次數分配統計、交叉分析，請見下表 8：

表 8：統計方法

研究問題	統計方法
新聞報導的作物	次數分配
新聞報導的版面	次數分配
新聞報導的消息來源身份	次數分配
新聞報導的框架	次數分配
新聞報導的框架與作物	交叉表
跨報別的各類比較	交叉表

### 五、 論述分析

本文先參照 van Dijk (1998) 的論述方法論尋找隱藏在文本中不同的意識形態，以意識形態方陣的概念辨識語意，是本文進行論述分析的後設方法，目的在尋不同的意識形態：

1. 表達強調有利於我們的正面資訊
2. 表達強調不利於他們的負面資訊
3. 壓制淡化有利於他們的正面資訊
4. 壓制淡化不利於我們的負面資訊

研究參考四類分辨方針，運用於解讀文本中的意涵。接著，透過關聯理論去拆解產銷失衡下各種意識形態如何協商，論述是以陳述為單位，數個陳述組成一個論述，意識形態透過不同論述元素接合，元素之間建立關係的時間，不同主體間也會接合，透過敵我建構打造認同，常用於分析政治與社會運動 (Laclau & Mouffee, 1985；轉引自倪炎元，2018)。

## 肆、 資料分析

本章前段將以兩大報提到的價格崩盤新聞，進行整體與跨報紙的內容分析比較，以了解農產品價格崩盤在新聞報導中的輪廓。本章後段也會對特殊框架進行論述分析，並適量將常見之新聞話題提出討論。

本研究選擇範圍為 2016 年 1 月 1 日至 2020 年 12 月 31 日共計五年之間，以農業產銷失衡風險議題的新聞為分析對象，針對樣本資料集內《中時》390 篇、《自由》301 篇報導，對框架、消息來源的身份、作物等進行次數與比例的統計與類目之間的交叉分析。

### 一、報導型態：版面、作物週期性與框架分析

#### (一)、 媒體報導版面

2016 至 2020 年共 691 篇崩盤新聞版面（表 9），生活版最高兩報的共 47.8%（330 篇），政治版為第二高，共計 17.9%（124 篇）。2018 年生活版面（171 篇）最多，不過兩報篇數相近，故看不出差異，表示媒體認為農產品崩盤與民眾生活最相關、比較軟性的新聞。反觀篇數第二高的政治版面（90 篇），《中時》66 篇高於《自由》的 24 篇，可見當年《中時》多從政治相關角度切入報導，每五篇價格崩盤新聞就有一篇報導政治範疇的話題。可能是因為 2018 年 11 月 24 日地方公職人員選舉綁公投（又稱九合一選舉）。本文將繼續深入分析是否與當年的選舉有特殊脈絡。第三多的地方版面，是《自由》30 篇遠多於《中時》2 篇，前者可能因為地理環境條件不同而有地域性，不同縣市地區種植的作物有別；有別於前者，後者將地方新聞都歸於紙本版的中國時報版面與其他特有版面。

表 9：2016 至 2020 年兩報版面分佈（生活、政治、地方與其他版）

	生活版			政治版			地方版			其他版		
	中時	自由	合計	中時	自由	合計	中時	自由	合計	中時	自由	合計
2016	6	10	16	1	0	1	0	7	7	11	60	71
2017	23	48	71	4	7	11	0	19	19	43	3	46
<b>2018</b>	<b>88</b>	<b>83</b>	<b>171</b>	<b>66</b>	<b>24</b>	<b>90</b>	<b>2</b>	<b>30</b>	<b>32</b>	<b>74</b>	<b>4</b>	<b>78</b>
2019	23	30	53	8	4	12	3	9	12	8	4	12
2020	9	10	19	8	2	10	4	4	8	9	2	11
總計	149	181	<b>330</b>	87	37	<b>124</b>	9	69	78	145	14	159

單位：篇

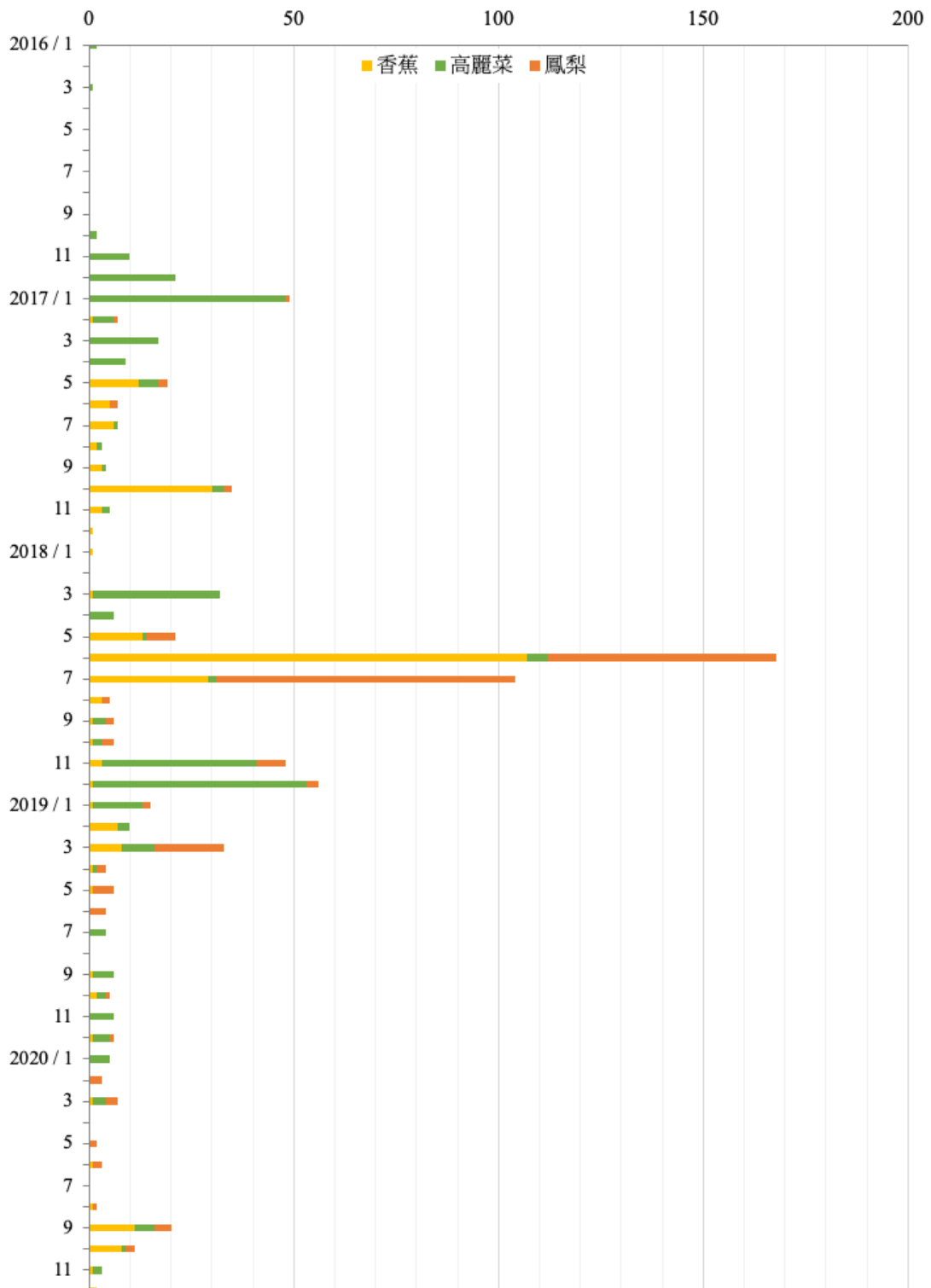
本文在前一章研究方法已採用立意抽樣，歸納農業專業媒體最常報導的價崩事件，且有報導週期性的三種作物作為研究個案。接著搜集主流新聞資料時，用包含鳳梨、高麗菜與香蕉的三個關鍵字得到分析資料集，以研究者自行編碼觀察眾多的報導之中提及哪幾樣作物。

## （二）、作物週期性：產季與報導內容分布之共時性

觀察價格崩盤新聞是否具有週期性，每種作物又分別好發於每年的哪些月份？歷年新聞再現的變化為何？

請見下圖 5 報導中出現作物次數的週期性分析：

圖 5：報導週期性：作物次數分佈



註：記錄每篇樣本中每一作物的出現次數，故作物總數超過總新聞量 691 篇。



根據上頁圖 5 的 2016 年至 2020 年五年間的作物次數分佈，以下本文的發現，證實作物產季與報導內容分布之共時性：

### 1、高麗菜

2016 年 11 月到隔年 1 月的 78 篇高麗菜價格崩盤新聞，風險訊息框架 17 篇，例如：「天氣晴朗，蔬菜生長情形極好，盛產導致量多價崩，大宗蔬菜高麗菜爆量上市。」點出天候條件佳導致菜生長良好，而過剩也成為天候風險。

2017 年 3 至 4 月採收潮的 26 篇新聞中，公益善事框架最多，兩報佔比各半，共 15 篇，藉由讚揚或宣傳企業或民眾熱心公益的報導，試圖協助農產品的銷售，降低因為農產品賤價而影響農民生計的結果。臺中市議會國民黨團認購梨山高麗菜高達七篇，但是其中《自由》（李忠憲、黃鐘山、許國楨、張菁雅、吳欣恬，2017 年 03 月 25 日）報導：「網友及梨山菜農舉出多項疑點，質疑那些高麗菜根本不是梨山的。對此國民黨團以『失焦』回應。」類似的報導有三篇，也因此成為資料亮點，報導解釋因為有梨山農民指出，當地高山高麗菜早採收完畢，政治人物對於農產品來源不熟悉，卻想透過公益獲取媒體曝光，反而弄巧成拙，也凸顯出媒體未經查證的報導，可能混淆社會民眾對產銷失衡風險真偽之判斷。

2018 年的 3 至 4 月年後的高麗菜產季價崩報導共 37 篇，與「北農休市風波」相關的有 21 篇，由於全臺最大果菜批發市場——臺北農產運銷公司（簡稱北農）連續兩週休市三日，據《自由》（廖淑玲，2018 年 3 月 2 日）報導輿論指向：「蔬菜沒市場可賣，甚至爆量淪為殘貨，價格崩盤，全國產地農民手忙腳亂，各鄉鎮農會共同運銷作業大受衝擊。」但是《自由》（編輯部，2018 年 3 月 8 日）引述臉書貼文指出：「去年政府便曾提出菜價跌價預警，強調休市 3 天根本不是主因，『產量失序』才是菜價暴跌的罪魁禍首。」據《自由》（葉冠好，2018 年 3 月 4 日）報導：「新北市果菜運銷公司業務經理郭榮瑞指出，今年春節期間氣候穩定，高麗菜、白菜等時令蔬菜的產量暴增。」

研究者認為，報導再現北農休市風波對應到文獻中的市場風險，是產銷過程對於量的管控失衡，反映在高麗菜價格的崩跌之中。雖然表面上解釋是因為休市大量果菜無處批售，但是更根本的原因仍在於短時間內高麗菜數量供過於求。臺北市政府計是北農的大股東持有 22.76% 股份<sup>21</sup>，作為政府委託營運的批發市場，如果遵循行事曆遇到連休是難以避免的事實，那麼面對天候風險的不可掌握性，有關產量的控制和調節等措施，還是需要由政策制度來掌控，才能有計畫性、系統性地解決產銷失衡問題。其義務還包括協調從全臺各地載運蔬果的盤商與批發的承銷商，媒體不應該將報導重點放在抨擊在位者與中央單位，23 篇政府措施框架的報導內容，更應該著重於面對產銷失衡風險時，批發市場或是相關執政單位如何搭起買賣雙方的橋樑，以彌補高麗菜滯銷的事實。

## 2、香蕉

在 2017 年 5 至 7 月多在香蕉產銷現況描述，由於去年颱風災後的超量種植，可見天候風險與對政府作為的期盼是常見的描述。2017 年 9 至 10 月對中央和地方政府的預警與救急措施的期盼加深，也招來社會對政策的質疑，形成社會普遍對政府反應遲鈍與不接地氣的不滿。

至 2018 年 5 至 7 月新聞量大增，此時也是框架最豐富的時節，「經貿發展」框架往往牽涉外銷的經驗、以及和日本中國貿易之教訓，來凸顯臺灣本身的貿易限制與劣勢。其中一派說立場是藉回味外銷日本的黃金歲月，檢討臺灣失去出口日本優勢的原因，另一派立場則持民進黨執政以來兩岸交流降至冰點，導致兩岸貿易不熱絡的論點。僅一篇報導強調現在臺灣的國貿弱點，不侷限於狹隘的臺日關係與兩岸交流，而是將格局提升說明至熱帶國家出口香蕉的現況。社會雖然對於外銷有諸多意見反應，臺灣卻缺乏務實的規劃與執行。

---

<sup>21</sup> 臺北市產業發展局新聞稿（2020 年 6 月 22 日）。〈臺北農產公司第 13 屆董監事選舉、順利完成〉，取自 [https://www.doed.gov.taipei/News\\_Content.aspx?n=F28B775DFA6D1A44&sms=72544237BBE4C5F6&s=A9A04EC7DCF1A5EA](https://www.doed.gov.taipei/News_Content.aspx?n=F28B775DFA6D1A44&sms=72544237BBE4C5F6&s=A9A04EC7DCF1A5EA)

再談到民生相關的框架，時任行政院長的賴清德提出「香蕉帶皮水煮吃法」，在社群媒體引發的風波，造成新聞對立的報導，有報導節目實際試吃並批評的、有反諷賴清德的新聞，另一些報導則是納入不同的說法，並引用本文的澄清，保留一些解釋空間。臺灣人對做公益的偏好也在此時從民眾對弱勢農民的救助，到了企業成為展現回饋社會的宣傳利器。

2020年9至10月，有別於批評中央政府反應遲鈍，發現地方政府主動爭取媒體聲量，表示有做相關措施來預防及減輕價格風險的發生。

### 3、鳳梨

2018年5至7月74篇報導中，政府措施框架最多共27篇，利益受損框架比起2018年其他時段增加為18篇，7月4日發生中部鳳梨農民北上抗議事件，由於當時多篇新聞指出農民因為鳳梨滯銷致收入銳減，而引發上街抗議，用產銷失衡風險造成的利益損害框架報導。

2019年3至6月26篇新聞中，有近半數報導崩盤的說法是「謠言」、「假消息」，「有媒體報導鳳梨價格崩盤、中央政府未有穩定價格措施一事不符事實」<sup>22</sup>，形成一個事實模糊的風波，因此為了澄清謠言，政府頻開記者會澄清，變成14篇政府措施著重於政府將鳳梨賤價傳聞定調為假消息的作為。2020年全年10篇不用分析且無特殊事件。

以上統整依照不同作物其產季、重大議題發生的時段，對照該時段媒體報導的數量，以及著重報導的項目等，本研究印證媒體報導會隨著經濟作物產期而有所變化的預設。

---

<sup>22</sup> 自由時報（2019年6月3日），〈駁無完善鳳梨產銷政策 農糧署：外銷創歷史新高、同比增78%〉，請見 <https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/2810997>

前面討論作物與週期性已經帶到一些部分的框架分佈，此節我們要更全面地觀察，媒體選擇用什麼框架再現某部分的真實，在報導作物崩盤新聞時最頻繁使用哪些框架？兩家媒體使用框架的報導策略有何差異？

### (三)、作物次數分佈

欲了解在 691 篇新聞中作物次數如何分佈，請見下表 10 分為：

1. 該篇新聞僅提及單樣作物：高麗菜、香蕉、鳳梨
2. 同時提及兩樣作物：香蕉與鳳梨、香蕉與高麗菜、鳳梨與高麗菜
3. 該篇文中三種作物全都有提及：全都有

表 10：作物篇數分佈

作物	篇數	%
高麗菜	297	43.0%
香蕉	169	24.5%
鳳梨	122	17.7%
香蕉與鳳梨	71	10.3%
香蕉與高麗菜	15	2.2%
全都有	15	2.2%
鳳梨與高麗菜	2	0.3%
總計	691	100%

根據上表 10，高麗菜 297 篇（43%）、香蕉 169 篇（24.5%）與鳳梨 122 篇（17.7%），共 8.5 成以上的新聞僅提及單樣作物，大多數報導以單樣作物作為報導報導題材。近半數以高麗菜討論價格崩盤風險，雖然主要不在於討論高麗菜，而是其他品項的蔬果，但因為同屬於蔬菜類，所以高麗菜經常與其他品項帶狀出現。如：「彰化果菜市場蘿蔔的拍賣平均價格，每公斤才只有 5.7 公斤、包心白菜 6.7 元、都已經跌破 10 元關卡，高麗菜也才 11 元。」

691 篇新聞中共 88 篇（12.7%）提及兩樣作物，以「香蕉與鳳梨」71 篇（10.3%）為多，其中 52 篇集中於 2018 年 6 到 7 月，兩者的產期都是接近年中夏季時陸續開始，林郁庭（2018 年 7 月 9 日）：「今年入夏以來因水果豐收，從香蕉、鳳梨、木瓜及火龍果無不價跌成災，價賤傷農。」

「香蕉與高麗菜」共 15 篇（2.2%），兩者的共通點是超種而供過於求，但是因為兩者的產季有一段差距，香蕉是主要在夏季，而高麗菜於 11 月到隔年 5 月。所以文中通常是講某一樣，再以另一樣的過去例證或解決措施，作為比較對象，如：「一銀多次在香蕉、柳丁價格暴跌時大量購入……高麗菜面臨盛產價崩慘況，一銀就立即採購。」僅有 2 篇的「鳳梨與高麗菜」和前述作輔助與補充的功能同，也都屬於公益善事框架。

「全都有」是 3 種作物全部都有提到，14 篇中 2018 年 6 月即佔 5 篇。記者常以盤點作物的形式帶過，不會在文中分別描述每項作物和賤價的脈絡，多半著重於檢討與質疑執政黨與政策制度，實際上並未有助於大眾了解失衡風險形成的原因，反倒可能因為通篇點到多項作物發生崩盤，而加強大眾對產銷失衡風險嚴重性之印象，如《中時》報導（2018 年 11 月 30 日）：「從年初的鳳梨、香蕉、木瓜、短期葉菜，一直到年底的柑橘類、高麗菜、大白菜、蘿蔔、青花椰菜，若問題出在沒有聰明種，全島的農民豈不都是笨蛋？」

#### （四）、作物與框架交叉分析

為了觀察研究作物的新聞框架分佈，下表 11 交叉分析各作物與框架佔各框架之比例。

表 11：各作物與框架交叉分析表

	高麗菜	香蕉	鳳梨	香蕉與鳳梨	香蕉與高麗菜	全都有	鳳梨與高麗菜	總計
農民自銷	<b>93.1%</b>	0.0%	6.9%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
公益善事	<b>63.9%</b>	17.6%	3.7%	5.6%	6.5%	0.9%	1.9%	100.0%
風險管理	52.9%	19.1%	10.3%	10.3%	4.4%	2.9%	0.0%	100.0%
風險訊息	51.2%	14.0%	23.3%	10.5%	0.0%	1.2%	0.0%	100.0%
其他	37.5%	25.0%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
政府措施	34.0%	28.7%	17.9%	<b>14.9%</b>	1.1%	3.4%	0.0%	100.0%
民生相關	27.8%	<b>55.6%</b>	5.6%	0.0%	5.6%	5.6%	0.0%	100.0%
利益受損	25.0%	25.0%	43.8%	4.2%	0.0%	2.1%	0.0%	100.0%
產業創新	23.1%	<b>46.2%</b>	15.4%	11.5%	3.8%	0.0%	0.0%	100.0%
經貿發展	4.2%	41.7%	45.8%	8.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
總計	43.0%	24.5%	17.7%	10.3%	2.2%	2.2%	0.3%	100.0%



## 1. 農民自銷框架，高麗菜農與風險抗衡

農民自銷幾乎指高麗菜，因為許多菜農開放高麗菜田讓民眾以「一顆十元」便宜採收。民生相關 66.7%（12 篇），社會上下響應全民吃香蕉的行動，藉提高消費量回到均衡價格。

此框架除了農民自力更生、試圖和風險抗衡來承受損失的方式，無法平衡收支的報導，還透露許多產地供貨的困境，例如：原物料成本（紙箱）、採收工錢、種子成本、運費、地租等，在產銷失衡時對農民都是負擔，反映出田間管理與市場風險之間的關聯。也顯露出雖然短期低價開放採收可行，但是考量其他包括天候與品質的風險，對長期的發展非治本之道，最佳的風險準備方式是完善規劃從產地到消費的策略。

## 2. 公益善事框架，認購高麗菜回饋社會

公益善事最常提及高麗菜，企業和政治人物拋磚引玉來鼓吹消費，以幫助農民、回饋社會為訴求，形成冬天買甘藍、夏季買香蕉的媒體現象。此框架也是難得與民眾連結性較強，以及活動趣味性較高的一類，例如報導幼兒園將高麗菜搭建成「可以吃的聖誕樹」。

本研究發現發起公益活動的是社會各界人士，包括企業公司、社區里民、民間組織、通路業者、政治人物、政府單位（含國營事業），而非僅是一般熱心民眾。公司企業認購農產品成為常見的回饋社會的做法，社區里民、民間組織發揮群眾力量也是正向的發展，但是通路業者和政治人物（不少立委議員展現關切崩盤也大器認購），但是其中也不乏出現刻意的舉動，例如：身為新北市議員為何選擇採購雲林的農產品。或者，政客購買不明產地的貨源後發放給該區選民，可能是看準民眾撿便宜的心態，試圖以價格崩盤帶來的低成本，與媒體高度關注的時機，藉由提升自身對公益的參與程度以利累積政治資本。此外，政治人物的作為也引發網友的質疑，發生台中市議會國民黨團的烏龍事件，「網友及梨山菜農舉出多項疑點，質疑那些高麗菜根本不是梨山的。對此國民黨團以『失焦』回應，稱台中市蔬果供需失衡、高麗菜價格崩」。

雖然「公益善事」是表達社會各界對農業貢獻的一個框架，但政府與政治人物在政治責任與私領域的行善界線變得模糊，甚至將行公益善事作為政績。此外，印證了政客為爭取媒體報導，讓公益淪替自身加分的工具，而媒體也忽略應公正報導的監督責任，且變相鼓勵政府單位總以促銷和贈送，作為宣傳農產品的特效藥，可能無助於長期穩定的行銷政策推動。

### 3. 民生相關框架，香蕉吃法引負評

2018年6月中，發生的事件「行政院長賴清德日前在臉書 PO 文說『生香蕉可帶皮水煮，並可搭配醬油、大蒜，養生又美味』」引發討論，對於香蕉的皮能否食用、參選人陣營直播和政論節目實際試吃、香蕉皮營養價值、古早飲食習慣，貼文的大部分網友以負面、質疑其發言不妥為多的留言為主，「你當行政院長能不能做點正事？整天發這種幹文廢文」，表示不認同該身份的作為。留言也出現討論可食用性的層次，網友語帶諷刺地說是「暗黑料理？」，還有網友發表不願領情的感受「這個很不知道怎麼形容」。

### 4. 利益受損框架中的媒體立場鮮明

「利益受損」框架最關注於鳳梨，受訪主角鳳梨伯感嘆，執政黨的替換導致鳳梨銷中國的行情不好。另外，半數新聞是報導發生於2018年7月4日的鳳梨農抗議事件，政黨意識形態偏向藍營的《中時》，試圖在新聞標題和引言中咎責，將當時鳳梨價格慘跌原因導向執政的民進黨，對政府機關及官員作為有責怪和抨擊的論述，擷取「蔡英文總統關切下一個出問題的水果是什麼？」、農委會主委疑似不滿抗議的反應，且在標題之處使用「嗆」字，營造主管機關與社會民生的對立情境，農委會主委林聰賢、行政院長賴清德、蔡英文總統「林聰賢嗆『嫌太高價嗎』」、「果農嘆：票投民進黨打爆自己的頭！」、「農民有人支持抗爭，強調對民進黨已經死心」、將說錯話「行政院長賴清德『務實台獨工作者』一句話，台獨變成『台灣農產品有毒』」，欲凸顯出將台灣與中國的貿易往來受政治意識型態干預，也因為報導當年有九合一選舉，加上該事件多見於政治版，所以可能成為兩報在選舉時的政治操作議題。

《中時》將農業經濟問題和兩岸關係綁在一起，因此新聞容易將兩岸現況與農產品價格建立起含有政治因素的微妙關聯，容易塑造民眾的政黨支持度影響農產品產銷，甚至直指官員發言為假新聞「副署長蘇茂祥甚至表示農民已接受政府建議」，刻意將過去農業議題中的假新聞安插於抗議事件的報導中，強化上位官員與基層農民的溝通誤差，進而塑造政府的負面形象。

偏向綠營的《自由》以民進黨立委質疑抗議動機，以及國民黨對這場抗議活動的支援是選舉考量，該報引用民進黨政府的官員，包括行政院經濟能源農業處參議何忠昇出面接受陳情書，和農糧署的政策回應。

兩報皆有立委參選人發聲，試圖透過記者會、節目等時機運用政治語言「政治動員」、「民代威脅利誘」、「國民黨立委帶領」、「票投民進黨」、「只顧政權」，將嚴肅的抗爭事件演變成選舉造勢活動，藉機獲得媒體聲量受選民關注，形成藍綠兩方政治力量的作秀策略。

其它報導提倡吃香蕉促進夫妻感情強調食用的好處，另一篇則是強調總統蔡英文視察產地時失言，網友認為總統不知道香蕉滯銷的根本原因，記者僅節錄 Facebook 粉絲專頁的帶刺留言，是偏向攻擊民進黨與總統思維的譏笑話語。

「民生相關」框架報導關心社會大眾與作物的連結，以價格崩盤開題，但不著重於價格變化本身，而是強調不利於政治領導者行動的資訊，引發不同層面的意見，新聞過濾出的這些網路民眾意見，似乎也暗示出網民不同身份的重複性，網路民眾既以選民看待官員言論，也將自己帶入農產品消費者的身份來評價該作物，因此該框架展示文獻中對台灣農業與政治關係密切的這點。

##### 5. 產業創新框架，助香蕉品牌轉型

「產業創新」框架中有 46.2%提到香蕉，舉凡農民種植技術革新與試種特殊品種，到合作社加工製出創新食材，還有以組織企業的規模進行異業結合推出新食品，以行銷大眾為目標，像是產地以「旗山的一位型男農民」作為活招

牌，以及農會與雲林北港朝天宮推出媽祖聯名的「平安蕉」禮，或研發香蕉料理，都是「產業創新」框架的一種嘗試。

但是，農委會行銷農產品有運用政治力量推廣的痕跡，特別在食品公司與旗山型農合作推出香蕉米乖乖，報導試圖以「總統蔡英文」的名聲作為產品正面宣傳的亮點，強調對產地有利的資訊吸引潛在購買者。在該框架的各種面向中，多篇新聞凸顯農委會與當地農會官方推廣地方農產品品牌的色彩，內容提到過去台灣香蕉的外銷好成績，目前行銷方向轉型為自有農產品品牌，做為特色農產品的宣傳。由於農會掌握地方農業資源並與政治人物關係緊密，因此在宣傳的過程中不免有地方官員或民代的身影，及其它帶有政治色彩的言論。

#### 6. 經貿發展框架，缺乏長遠規劃

經貿發展框架中鳳梨佔 45.8%、香蕉 41.7%，兩作物有許多共通點：同是在中南部夏季重要的水果，曾在臺灣農業貿易史上具有輝煌的出口表現，根據吳音寧（2007）：「據聯合國統計台灣的香蕉、鳳梨和柑橘等佔輸出總值第一名賺入最多的外匯（1965 年）」，成為某些年代的共同記憶，卻容易停留於緬懷過去成就，強調政府致力於建立國際新訂單，政策缺乏實質的長遠規劃。

然而從個案整理與該框架發現高麗菜僅佔 4.2%，因為產量不穩定，主要並不是供貨給國外，甚至需要計畫性進口，所以該框架討論國際貿易與進出口發展時，僅一筆談及高麗菜的新聞，用「前一陣子的高麗菜因盛產而價格崩盤，農民心裡在淌血」附和對執政黨的批評。

比起外銷重要作物與經濟貿易政策的關聯，價格起伏大的「菜王」高麗菜在「農民自銷」與「公益善事」框架更被注意到，展現不同的銷貨方式，可能因為高麗菜的種植目標不是外銷，所以當供過於求時，與國內消費相關的框架才著重報導於這兩個框架。

## 7. 「香蕉與鳳梨」歷年框架

因為「香蕉與鳳梨」多達 71 篇，所以檢視其框架分佈，請見下表 12：

表 12：歷年「香蕉與鳳梨」框架次數分佈

框架／年	2017	2018	2019	2020	總計
<b>政府措施</b>	<b>3</b>	<b>32</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>40</b>
風險訊息	1	8	0	0	9
風險管理	1	5	0	1	7
公益善事	0	6	0	0	6
產業創新	0	3	0	0	3
利益受損	0	2	0	0	2
其他或無	0	2	0	0	2
經貿發展	0	2	0	0	2
總計	5	60	1	5	71

根據上表 12，「香蕉與鳳梨」新聞每年都有「政府措施」框架，總計 40 篇，報導著重於即時降低市場流通量的措施以及中央政府的反應。多是在野者認為農委會主委要負政治責任，農委會則提出行銷方法與建置更完善的資訊系統以等產銷措施。其中歷經許多事件涵括：農委會輔導成立的臺農發公司與農民爭利（搶生意）、主委切腹的政治口水戰等。

數量次高的「風險訊息」框架集中在 2018 年 6 到 7 月，雖有助於事前防範卻僅 9 篇，此類框架會只舉例鳳梨或香蕉的價格或產量作為說明，但是篇數差不多。內容多以傳播的不實資訊議題為主軸，針對價格與產量的現況進行澄清，並宣導行銷與去化措施。



## 二、媒體差異對報導框架產生的影響

### (一)、報導框架之比較

下表整理《中時》與《自由》兩家媒體的框架數量與比例分佈，並且觀察相同框架下，內容是否有相異之立場，請見下表 13：

表 13：《中時》與《自由》框架分佈

	中時		自由		總計	
	篇數	%	篇數	%	篇數	%
政府措施	150	38.5%	118	39.2%	268	38.8%
公益善事	55	14.1%	53	17.6%	108	15.6%
風險訊息	42	10.8%	44	14.6%	86	12.4%
風險管理	41	10.5%	27	9.0%	68	9.8%
利益受損	32	8.2%	16	5.3%	48	6.9%
農民自銷	10	2.6%	19	6.3%	29	4.2%
產業創新	13	3.3%	13	4.3%	26	3.8%
經貿發展	21	5.4%	3	1.0%	24	3.5%
民生相關	16	4.1%	2	0.7%	18	2.6%
其他或無	10	2.6%	6	2.0%	16	2.3%
總計	390	100%	301	100%	691	100%

根據上表 13，將《中時》和《自由》分開觀察，發現前三名框架（政府措施、公益善事和風險訊息）兩報的佔比相近。佔最多的政府措施框架中 38.8%（268 篇），《中時》藉由多方引述國民黨政治人物或是親藍的言論，對於政府單位解決產銷失衡的規劃和執行方法，表達出擔心無法照顧農民和質疑政策成效的態度，對於執政黨確實較具有攻擊性，例如：2018 年 3 月發生，官股批發市場北農的休市風波，針對時任北農總經理的吳音寧有「高級實習生」的反諷。《中時》將一件價格崩盤相關的非核心題材，使用立場相近的引述發布多篇著重於個人行為的新聞，反而失去深入挖掘供應鏈的市場風險，與帶讀者認識批發市場對農業重要程度的機會。反觀《自由》在政府措施，通常以價崩事件為起頭，設定特定的措施（如：收購截止、紓困、耕鋤、外銷或加工等等），或是不實資訊澄清以及搶救等積極行動，通常會配合政府及農業單位的說明和釋疑，保留很大的空間為執政黨所解釋。以上兩報雖然同為政府措施框架，但是立場明顯不同。

公益善事框架次多 15.6%（108 篇）；風險訊息框架佔 12.4%（86 篇）；風險管理框架和利益損害框架分別有 9.8%和 6.9%，剩下的五個框架都低於 5%，每個都少於 30 篇。

以下為本研究發現兩報框架的差異：「風險訊息」框架在《中時》佔 10.8%（42 篇），在《自由》有 14.6%（44 篇）。「風險管理」在《中時》佔 10.5%（41 篇），在《自由》佔 9%（27 篇）；48 篇「利益損害」裡，《中時》32 篇是《自由》16 篇的兩倍；24 篇「經貿發展」框架中，《中時》21 篇是《自由》3 篇的七倍；18 篇「民生相關」框架中，《中時》16 篇是《自由》2 篇的八倍。

「政府措施」框架皆有約 39%，是兩報最常見的取材類型。「公益善事」框架總計得 15.6%為框架第二高，兩報都是五十多篇數量非常相近，顯示兩報都對社會大眾對崩盤議題所付出的行動感到有興趣。



## (二)、 框架的時序分析

本研究觀察從 2016 至 2020 年間，不同年份的各框架數量消漲的情形，前三名的框架（政府措施、公益善事和風險訊息）是否有集中在某幾年的現象？請見下表 14：

表 14：2016 至 2020 年框架分佈

	公益善事	民生相關	其他或無	政府措施	風險訊息	風險管理	產業創新	經貿發展	農民自銷	利益受損	總計
2016	1 0.1%	2 0.3%	0 0%	13 1.9%	14 2.0%	4 0.6%	0 0%	0 0%	1 0.1%	1 0.1%	36 5.2%
2017	44 6.4%	1 0.1%	1 0.1%	45 6.5%	14 2.0%	9 1.3%	10 1.4%	2 0.3%	15 2.2%	6 0.9%	147 21.3%
2018	54 7.8%	13 1.9%	12 1.7%	157 22.7%	36 5.2%	22 3.2%	12 1.7%	19 2.7%	11 1.6%	35 5.1%	371 53.7%
2019	3 0.4%	2 0.3%	2 0.3%	28 4.1%	15 2.2%	28 4.1%	2 0.3%	3 0.4%	2 0.3%	4 0.6%	89 12.9%
2020	6 0.9%	0 0%	1 0.1%	25 3.6%	7 1.0%	5 0.7%	2 0.3%	0 0%	0 0%	2 0.3%	48 6.9%
總計	108 15.6%	18 2.6%	16 2.3%	268 38.8%	86 12.4%	68 9.8%	26 3.8%	24 3.5%	29 4.2%	48 6.9%	691 100%

根據上表 14，發現「政府措施」框架維持很高的比例，除 2016 年略低於「風險訊息」框架外，其他四年皆佔總體最高比例。進一步聚焦於 2018 年，「政府措施」框架高達 22.7%，中央與地方政府，以及所屬農委會和農業局處官員，經歷北農休市風波、中部鳳梨農民北上抗議事件、穩定產地價格計畫等，加上九合一地方選舉，媒體再現出中央與地方的多種對話形式，從立院質詢、農委會與黨部組織舉辦地方記者會，和農產品銷售活動的行銷策略，乃至於雲林、高雄、嘉義和屏東等農業縣市中，地方政治人物在許多實體的場合發言（農產品銷售記者會、議會質詢、抗議現場），還有使用社群媒體、自媒體評論時事的人，因此「政府措施」框架最多，「利益受損」框架在 2018 年也特別突出。

觀察自 2016 年起四年間，「風險管理」框架佔所有新聞量的比例逐年增加（0.6%、1.3%、3.2%、4.1%），但是到 2020 年銳減為 0.7%（5 篇），內容關

於產地價格、批發價格等，幾乎來自農產單位農糧署官方說法、果菜批發市場的主管對外說明，或是網站行情即時資料。2019 年即使總新聞量大減，其篇數仍然增多，分佈在 3 月底鳳梨與年末高麗菜的產季時，媒體仍持續追蹤風險發生的可能性。利益受損僅 2018 年因抗議事件遽增至 5.1%，相較其他四年皆不到 1%。

### 三、農業報導之消息來源分佈探討

消息來源有可以歸類的身份類別，想知道各類身份被媒體引用的次數和比例、哪些身份最常被引述，而哪些被引述的頻率相對來說較低？本文將消息來源的身份分為大單位與小單位兩個層次，同時融入兩報數據差異的觀察。因為一篇新聞裡不只有一個消息來源，所以單篇以複數計算後的總數大於篇數，表 15 消息來源總表，揭示每種消息來源身份數量佔總數的比例：



表 15：消息來源總表

	中時		自由		總計	
<b>政府機關</b>	<b>405</b>	<b>24.6%</b>	<b>129</b>	<b>7.8%</b>	<b>534</b>	<b>32.5%</b>
中央政府（副）首長	17	1.0%	0	0.0%	17	1.0%
中央政府官員	14	0.9%	4	0.2%	18	1.1%
地方政府（副）首長	45	2.7%	34	2.1%	79	4.8%
地方政府官員	11	0.7%	5	0.3%	16	1.0%
地方農業局處及其官員	66	4.0%	46	2.8%	112	6.8%
其他政府機關及其官員	12	0.7%	9	0.5%	21	1.3%
農委會直屬單位及其官員	113	6.9%	27	1.6%	140	8.5%
農委會與（副）首長	127	7.7%	4	0.2%	131	8.0%
<b>農產單位</b>	<b>277</b>	<b>16.8%</b>	<b>202</b>	<b>12.3%</b>	<b>479</b>	<b>29.1%</b>
其他農業相關來源	9	0.5%	6	0.4%	15	0.9%
果菜批發市場	3	0.2%	24	1.5%	27	1.6%
政府農業網站	7	0.4%	9	0.5%	16	1.0%
進出口貿易商	8	0.5%	1	0.1%	9	0.5%
集貨場（大盤）	2	0.1%	3	0.2%	5	0.3%
農民	160	9.7%	97	5.9%	257	15.6%
農產運銷公司	20	1.2%	6	0.4%	26	1.6%
農會	44	2.7%	35	2.1%	79	4.8%
農業合作社	21	1.3%	20	1.2%	41	2.5%
盤商（販運商）	3	0.2%	1	0.1%	4	0.2%
<b>政治人物</b>	<b>197</b>	<b>12.0%</b>	<b>93</b>	<b>5.7%</b>	<b>290</b>	<b>17.6%</b>
中央首長候選人	2	0.1%	2	0.1%	4	0.2%
立法委員	65	4.0%	33	2.0%	98	6.0%
立法委員候選人	3	0.2%	1	0.1%	4	0.2%
地方首長候選人	36	2.2%	12	0.7%	48	2.9%
其他政治人物	34	2.1%	4	0.2%	38	2.3%
議員民代	52	3.2%	40	2.4%	92	5.6%
議員民代候選人	5	0.3%	1	0.1%	6	0.4%
<b>民間單位或個人</b>	<b>139</b>	<b>8.4%</b>	<b>66</b>	<b>4.0%</b>	<b>205</b>	<b>12.5%</b>
一般企業	25	1.5%	16	1.0%	41	2.5%
民眾	26	1.6%	23	1.4%	49	3.0%
名人	3	0.2%	0	0.0%	3	0.2%
其他機構	1	0.1%	5	0.3%	6	0.4%
基金會	2	0.1%	0	0.0%	2	0.1%
組織團體	22	1.3%	12	0.7%	34	2.1%
農業網路意見領袖	13	0.8%	1	0.1%	14	0.9%
網友	47	2.9%	9	0.5%	56	3.4%
<b>傳播媒體</b>	<b>47</b>	<b>2.9%</b>	<b>9</b>	<b>0.5%</b>	<b>56</b>	<b>3.4%</b>
媒體從業者	7	0.4%	1	0.1%	8	0.5%
新聞媒體	40	2.4%	8	0.5%	48	2.9%
<b>專家學者</b>	<b>19</b>	<b>1.2%</b>	<b>12</b>	<b>0.7%</b>	<b>31</b>	<b>1.9%</b>
非農業學者專家	12	0.7%	5	0.3%	17	1.0%
農業研究機構	2	0.1%	1	0.1%	3	0.2%
農業學者專家	5	0.3%	6	0.4%	11	0.7%
<b>不明或無</b>	<b>19</b>	<b>1.2%</b>	<b>10</b>	<b>0.6%</b>	<b>29</b>	<b>1.8%</b>
身份不明	11	0.7%	10	0.6%	21	1.3%
無	8	0.5%	0	0.0%	8	0.5%
<b>販售業者</b>	<b>7</b>	<b>0.4%</b>	<b>14</b>	<b>0.9%</b>	<b>21</b>	<b>1.3%</b>
其他業者	2	0.1%	0	0.0%	2	0.1%
店家菜販	1	0.1%	8	0.5%	9	0.5%
通路業者及其供應商	4	0.2%	6	0.4%	10	0.6%
<b>總計</b>	<b>1,110</b>	<b>67.5%</b>	<b>535</b>	<b>32.5%</b>	<b>1,645</b>	<b>100%</b>



本文欲知政府單位對農業的主張、主管機關的產銷政策與產銷失衡風險有關，報導中常見源自政府機關的消息來源有哪些？

從編碼統計表的結果發現，消息來源身份佔比最高的大單位是政府機關，共計 534 個（佔總體 32.5%），包含中央與地方首長與官員，以及農業主管機關。合計農委會與（副）首長與直屬單位及其官員（如各區的農糧署與本署）兩類小單位身份達 16.5%，約佔政府機關的半數。再者，以地方農業局處及其官員 6.8%、地方政府（副）首長 4.8%加上地方政府官員 1%，相較於中央，地方政府身份者共佔 12.6%。

承上，地方農業局處及其官員 112 個（佔總體 6.8%），農委會直屬單位及其官員 140 個（8.5%）《中時》佔 113 個、農委會與（副）首長 131 個（8%）《中時》就佔 127 個，雖然這兩個小單位的來源種眾多，相比之下卻是《中時》貢獻的居多，兩報使用的比例有明顯差距。

消息來源排名次高的大單位身份是農產單位共 479 個（佔總體 29.1%），指專職於農業生產與運銷的單位。由於臺灣產銷失衡風險常發生於生產端，所以記者加入農產單位的說法或回應，從生產端了解價格崩盤的風險，顯示農產單位排名第二屬於合理的結果。

承上，小單位又以農民身份最多佔整體 15.6%（257 個），利益受損框架有 35.7%來自農民（126 個, 45 個），該框架反映農業損失或困境，導致農民權益因為風險發生而遭到損害。

本文曾說明產銷中間環節很重要卻也最不被了解，盤商作為中間商的一環，農產單位的大盤商 5 個和中盤商 4 個是當中最少被引述的。根據統計，盤商在媒體的隱沒與忽略下，社會對於盤商的想像總會蒙上一層神秘面紗，更何況是能夠分辨大盤商與中盤商在產銷環節的分工與差異。

消息來源排名第三的大單位身份是政治人物 290 個（佔總體 17.6%），《中時》197 個（12%）和《自由》93 個（5.7%），《中時》引用政治人物明顯高

於《自由》。小單位身份之中，以立委為最高與議員民代合計共 190 個（11.6%），顯示發生崩盤事件時，兩報偏好選擇引述具民意代表身份的政治人物，無論是代表中央縣市的立委或地方議員或鄉鎮市民代表；除了中央首長候選人在兩報同樣是引用 2 個之外，其他政治人物都是《中時》多於《自由》。候選人身份之中，對比少數的中央首長候選人、立法委員候選人和議員民代候選人三類，地方首長的候選人有 48 個（2.9%）是相對多數。

大單位身份「民間單位或個人」之中，網友高達 56 個（佔總體 3.4%）略高於「民眾」49 個（3%），《中時》的網友佔多數（47 個），而農業網路意見領袖（0.9%）的比例低，且絕大多數（13 個）出現於該報，揭示《中時》偏好引述網路上的網友及網路意見領袖。雖然名人（藝人明星與知名人士）和基金會已極少使用，都是《中時》採用。其他機構來自學校師生和醫院兩類專業機構，僅《自由》5 個，此類專業機構在價崩風險議題上並非採訪的重心。然而，許多探討消息來源的研究發現，提到專家學者比例偏少，引述自專家學者的比例僅有 1.9%，兩報引述自農業專家的比例差不多，推測權威性可能從專家學者，轉移至網路意見領袖。

關於大單位身份「販售業者」，產銷鏈的概念由源頭生產到終端銷售，提供農產品貨源的供應商，及零售貨量販的業者（包含通路商和小型店家菜販），直接向終端的民眾消費者反映出價格。本研究發現，雖然販售業者是產業循環經濟中重要的一環，但比例卻是最低的。而且「不明或無」的消息來源 1.8%，還比採訪「販售業者」1.3%多一些，是媒體在選擇消息來源的不合理之處。

消息來源的傳播媒體佔總體 3.4%（56 個），可分為引述自媒體從業者的觀點，以及取自同業新聞媒體，為轉引的方式作為消息來源的一種。發現《中時》引用新聞媒體的比例（2.4%）明顯高於《自由》（0.5%）為特別的現象，這部分將於文本分析中詳細說明。

#### 四、小結

##### (一)、新聞框架以政府措施最多

本文整理資料指出產銷失衡風險在產地、市場、國際貿易與政府政策的四個面向，體現於鳳梨、香蕉和高麗菜個案中，並且對三種作物價格崩盤的報導進行框架化分析。本文整理的 11 個框架中，每一個都有一定比例的報導篇幅，證明報導可能以具有差異的框架處理，站在不同的切入點傳遞給讀者各種訊息，此部分與文獻相符。

雖然重視大眾對該議題的風險感受，結果表明政策措施框架 38.8%和民生相關和利益受損兩個框架的差距頗大。民生相關框架僅佔 2.6%，即便輿論朝向要關心農民風險；利益受損框架也僅佔 6.9%，題材偏好於農民的悲苦，反倒無法將視野觸及整個農業面臨的困境。而且在《自由》和《中時》兩家媒體，政策措施框架比例相近，在三種作物的比例分佈也相對其他框架平均。

事實上，本文發現某一年產銷失衡風險報導特別熱絡，53.7%的新聞數量集中在 2018 年，一整年臺灣經歷北農休市風波、中部鳳梨農民北上抗議事件、穩定產地價格計畫，加上 11 月底九合一選舉等。媒體透過許多產銷事件，有更多中央與地方政府的題材可以發揮。藉此，本文認為「政府措施」框架不在於反映出政府對於風險事件發生的溝通，媒體關注是政府是否負起責任、如何負起責任，以及管制是否得當能夠掌控事件的發展。

既然產銷失衡風險的核心為風險，談論天候、品質、市場與政策等關鍵訊息與管理為重要的事前防範，結果卻發現，風險訊息和風險管理框架相加為 22.2%，低於政策措施框架，證實媒體有偏好的框架，沒有辦法涵蓋到事實的每個層面，但對風險的理解也不容易透過報導完整呈現。

## （二）、 利害關係人作為消息來源

本研究以農業經濟風險出發，但市場預期損失或收益的可能性不在研究範圍內，風險傳播關心的是媒體在散播訊息時所扮演的角色、如何散播訊息，以及利害關係人在事件脈絡中的位置，和他們面對風險時直接或間接的影響。

本研究將消息來源整理為八個大單位身份之後，包括政府機關、農產單位、政治人物、民間單位或個人、傳播媒體、專家學者、販售業者，還有不明或匿名的身份，發現所有小單位的消息來源比四類利害關係人豐富，顯示媒體不只引述風險的利害關係人，也採訪價格崩盤事件的周邊人士，例如：名人、非農業學者專家、其他基金會組織團體外，出現網友與網路意見領袖，發現《中時》引用新聞媒體的比例明顯高於《自由》特殊之處，這部分將於文本分析中做比較轉引的文字相似程度。

接續上述，本文發現報導大量引用議員與立委的言論，議員與立委所屬的政治人物類佔所有消息來源 17.6%，政治人物類消息來源的論述模式主要呈現為「積極發聲／消極解釋」兩類方向，前者側重描述某些政府措施並未思慮周全，甚至不採取因應措施，他們指出政府的消極被動與不作為，新聞中透過列舉出執政單位在面對崩盤的各種反應與作法，作為價格失衡之警示，甚至形塑執政失責，以反證過去在野黨有良好的表現，希望事件能夠盡快落幕或下次改進；後者「消極解釋」則是先引政府農產單位說法，使贊同立場的政治人物有所迴響和解說，透過呼應的方式以示支持相關作為，也會間接透過選舉活動宣傳放送。不過這些候選人看似並不因為崩盤有實際損失，卻選擇為產銷失衡而發聲，這樣的現象並不分中央和地方，是臺灣農業產銷的治理特殊之處。

消息來源最多的政府機關佔總體比例 32.5%（534 個），包含中央與地方首長與官員，以及農業主管機關。雖然過去研究發現記者偏好引述專家的言論，但是本文卻發現崩盤事件中，農委會（副）主委、農糧署（副）署長、總統、地方縣市長和農業局處等人，不但具有權威也被記者視為擁有豐富資訊的行動主體。政府單位或許能夠回應農民風險資訊的需求，但是農業專家隱身在政府



機關之後，政府有意無意地排擠到專家的媒體話語權，在傳播的形態上也造就一種特殊的缺陷模式。

此缺陷模式可溯至臺灣農業發展仰賴主政者的政策方針，並由行政院農委會轄下完整的農業行政體系執掌與推動，並且各地設立農改場與試驗所等技術研究單位，許多專家同時具備專業和政府官方雙重權威身份，負責參與政策的形成與制定，因此專家被視為和政府同為管理與政策制定者的角色，對政策與機構風險有一定程度的參與和影響力。

網友的來源多為臉書、批踢踢以及其他論壇，比較特殊的是，媒體採用政論節目的臉書粉絲專頁貼文作為新聞題材，並且挑選數個留言為新聞做評論，這樣的產製模式是藉社群平臺的言論公開性與互動行為，塑造出議題討論的公共性，記者挑選留言似乎隱藏規則，容易以類似態度的發言作為支持，達到網友即民眾的共同體想像；反之，記者透過編排對立的内容，營造兩派網友敵對辯論感覺。

農產單位中以農民最多，農民的來源相對來說比較模糊，通常頭銜有特定的格式像：種植某種作物的農民、某某地方的農民等，只要透過自述種植作物和所處地方，就能到代表一位農民的身份，如果有不僅放大隨機個人作為消息來源的正當性，同時忽略其有多重身份的可能性，例如：一個農民可能管理自己的農產公司或為農會幹事，或是也向別人收購作為盤商或集貨場的主理人。其實整個農產單位中，有適量的報導提及農會、合作社、盤商還有貿易商等，雖然缺乏原物料供應商、物流、農企業員工和股東，或農民為主體的協會等，但這部分能肯定一些主流媒體記者能夠跳脫報導慣習，懂得掌握其他重要消息來源。

整體而言，根據消息來源總表結果，發現本研究提出的四類利害關係人分佈於各大單位中，作其中一種小單位身份，以下指認所有消息來源屬於哪個利害關係人：中間商包含進出口貿易商、集貨場、盤商、農業合作社、運銷公司、果菜批發市場、超市、通路業者及其供應商等；政府／專家包含前述政府機關與政治人物，以及（非）農業學者專家與研究機構；消費端包含店家菜販、民



間單位或個人；生產者是農民及其組織、產銷班、合作社、農會、協會等。最後發現其他類為傳播媒體與不明或無。

本文對消息來源身份初步做數量分佈後，有許多延伸問題值得做更細緻的探討，了解媒體用什麼框架再現利害關係人及他們與風險的關係，因此接著要探討報導中媒體如何再現利害關係人與產銷失衡風險之間的關係。例如：作物與框架的關係中，新聞如何報導以農民自銷框架報導高麗菜等，將藉由剖析文本進行更深入的質性分析。



## 伍、 文本分析

農作物的生產到銷售的過程，細看有與農作物至關重要的天候、品質、市場與政策機構風險，基於這四大風險因素所導致的結果，也透露產銷失衡風險有複雜的成因，在國際貿易、機構與政策、產地、市場四方互相影響牽連之下，衍生出數個此影響和現象的社會議題，特別是價格崩盤風險事件。

由於傳播媒體再現研究中缺乏農業經濟與產銷的研究，加上本文觀察發現鳳梨、高麗菜和香蕉，這三樣農作物在報導中可見週期性，故本文對 2016 年至 2020 年間在此三類作物發生的崩盤事件進行新聞文本分析：

### 一、崩盤新聞的框架分析

#### (一)、新聞報導農民如何面對價格崩盤

研究者關心農民對於產地價格的想法，「利益受損」框架引用最多農民言論作為消息來源，由下方農民的論述檢視此框架的報導重點方式，呈現出農民面對哪些風險，以及農民遇到價格崩盤的形容和描述為何？

據《中評社》報導，有名蕉農舉著海報，並寫著「蕉價如土、蕉農救苦」，……「流血價」形容，他（蕉農陳隆吉）說政府去化 1 公斤收 5 元，都是賠錢的，他是請工人來種，若 1 公斤沒有 15 元很難回本，農民這樣該怎麼生活？……若政府不去調整種植面積，從源頭管制種的量，問題都無法解決！只要任何一種水果產量過剩，農民都是哀鴻遍野（中時新聞網，2020 年 9 月 17 日）。

此框架報導方式在強調某一位農民明顯處於弱勢的遭遇，運用農民為自己發聲的行動來凸顯受害者的主動性。報導以「蕉價如土、蕉農救苦、流血價、農民該怎麼生活，以及農民哀鴻遍野」等文字元素，堆疊出一篇悲情的人物故事，並呈現農民面對價格崩盤時的心聲。此框架針對政策與農民有不同的意涵。

「利益受損」框架將產銷失衡的責任歸咎於政策，認定政策執行的無效性，以及反映出經濟管制手段是長年的習慣，目的只在作為應急實行。「利益受損」框架的重點不在於分析市場失衡的成因與理性地盤點損害，而是強調農民處在產銷失衡風險中的可憐與悲情，在供過於求的市場中，政府單位應該受到警惕並從源頭規劃處理，根本性地免除農民的收入損失。除此，農民雖是崩盤的受害者，也是作物的生產者，就此框架的咎責感而言，忽略了農民對市場供過於求的風險意識，媒體卻僅以為訴求的農民新聞，來報導面對的隱憂。

在指控政策不周對農民是一受害原因的前提下，「利益受損」框架的主體為農民，農民之所以不願意接受去化，是因「次級品」名義和極低的公定價賣給政府安排的收購單位，算不上生產者正常的收益管道。因此，此框架也暗示當前的因應措施看似幫助農民，卻是用農民生計損失換市場短期回穩。

「利益受損」框架中，針對制定者反應遲滯、思慮不周的批評，對產銷問題提出解決方案的角色，通常為農產單位農委會或農糧署的首長，作為處理者承擔政策運作的穩定，減少進入批發市場的量來校正批發價格以達供需價格平衡；另一方面，政治人物民意代表職責於監督政策是否完善與有益於農民。

本文前一章內容分析發現「利益受損」框架最關注於鳳梨，其中又有半數報導發生於 2018 年 7 月 4 日的鳳梨農抗議事件。當年 6 月下旬開始出現鳳梨供過於求的情況，媒體報導中部種植鳳梨的農民醞釀集體北上抗議，所以事前有零星報導，且抗議當天即有 13 篇新聞。由於該事件有一定曝光度，也是在過去五年之中罕見向中央政府集體行動的示威，並且由農委會主委、行政院和國民黨立委對質，一場區域性發起者為主體的全國性行動，本研究藉此事件了解媒體如何再現生產端的訴求。

……沒有外銷通路，政府又拉不下面子跟大陸低頭，這樣只會害死農民。嘉義縣某合作社表示，昨天次級果的收購價為 1 台斤 2 元，距離啟動採購加工措施已過 3 天，昨天才首次有政府人員及加工廠到場媒合。……過熟或損壞的鳳梨就只能製成酵素或丟掉。簡姓鳳梨農……希望政府對先前損失慘重的部分能有所作為。

在高市大樹區種植4、50甲鳳梨園的「鳳梨伯」……林益兒子林郁修說，政府補助達不到治本效果。……政府一點決策都沒有，民進黨不要整天只顧著政權，再不替農民想一想辦法，明年就算沒天災地變，問題依舊存在（中時電子報，2018年7月4日）。

因此本文認為報導方式應以有別於報導個別農民心聲，而是思考農民集體性的利益受損，應該要進一步去關心當風險發生時，媒體如何報導事件起因以及政府反應措施，「利益受損」框架本意在說明在產銷失衡下農民被動等待政府積極作為的情形，農民被弱化的形象與積極抗爭的行動成對比。

## （二）、新聞再現農民面對產銷失衡風險的困境

有別於文獻提出的框架，「農民自銷」框架為產銷失衡風險特有，報導農民自銷的因應方法。高麗菜在該框架佔93.1%，即媒體報導農民自行賤賣蔬果時，最常以高麗菜為題、菜農為主角。

冷氣團南下，台南市今天清晨明顯寒意，新市區大營里的產業道路卻湧進逾百輛汽車，……。有些人家把採高麗菜當成親子活動，1名父親說，難得有這樣的機會，特地帶小孩子來體驗。另有家庭主婦說，準備送給親朋好友。

（農民）陳朝坤說，高麗菜價格崩盤，盤商不願意收購，若當肥料犁掉，又有點可惜，才決定開放讓民眾自備工具採收，但他沒想到反應這麼熱烈，單是事前詢問電話就接到手軟（中央社，2017年1月14日）。

從前面的發現我們知道媒體偏好以農民作為消息來源，加上行動本身自帶報導亮點，而且許多情景描述適合加入報導，例如：當日冷氣團南下、產業道路的車潮、民眾在田間採收的實際情況，而且透過民眾的受訪，「難得有這樣的機會，特地帶小孩子來體驗」，這樣的回應更能為崩盤事件新聞製造特別的素材，有別於農民悲情的故事，輕鬆溫馨的氛圍更能貼近讀者。特別是有些農民是自

已公告開放低價採收，消息快速傳播之下，記者也能收到這個消息，當時間、地點與人物的素材備齊，生成一篇採訪新聞便不是難事。

「農民自銷」框架主要指農民因應對市場風險的自救販售方式，藉由農民為消息來源指出，政府在解決產銷管控危機的失責以及政策成效不彰。其核心意涵是基於農民對農作物滯銷的無奈，自行面對風險失衡結果的一種方式，暗示農民已經難以安穩地實踐自食其力的經濟模式，並且在面對風險時沒有足夠的防護網。新聞文本的描述多涉及農民銷售的實際因應行動，大眾響應此事件的參與過程，但是話鋒轉為強調政府失責與政策不周，有延續「利益受損」框架的核心意涵。

農民表示，政府沒有控管、政策也有問題，加上天氣好、沒天災，產量一下子暴增，青花菜產地一顆成本就要 10 元，讓民眾自採剛剛好打平，如果賣到市場，採收、包裝加上運銷後，價格肯定不如產地（中時新聞網，2018 年 11 月 30 日）。

以上舉青花菜的報導，因為青花菜處境與雷同，會被媒體與高麗菜並提。農民認為高麗菜因為產量沒有受到良好的管控，導致賣到市場價格不漂亮，沒有政府的幫忙降低市場風險，開放民眾自採至少還能回本不會賠錢，故做出個人有限能力範圍內的因應措施。

為什麼新聞中最常見農民自銷的是高麗菜呢？《上下游》（劉怡馨、林珮君，2019 年 7 月 31 日）報導：「每到八、九月夏末，多數農民早已向育苗場預訂好種苗數量，就等著種下菜苗後，收割冬季裡的第一份「『年終獎金』。」本文在個案介紹提過，高麗菜種苗成本低，可大量採收後且不太需要加工。許多農民認為冬季遇上價格好獲得高報酬。

現實上，前述個案介紹提過，種植高麗菜在氣候條件上害怕在夏季遇到颱風也怕病蟲，媒體報導高麗菜這場賭局中，此框架指出菜農沒有天候風險與品質風險，卻遇上了供過於求的市場風險，回頭怪罪政策不力，如果問題真的在於政策，報導卻未詳述政策的措施與規劃存在的局限與不足之處，致使報導在



產銷失衡的因果層面缺乏可信的說明，也可能營造出農民找到新的好方式，能夠自行消化滯銷的作物，因為消費者能低價買到，也能體驗農家樂，降低民眾認知風險嚴重度的可能性。

不過除了農民對政策的說法，「農民自銷」框架中，唯一採用農業經濟學者的新聞，從農經教授的建議呼應前一則新聞的農民說法，針對產量控制的政策效果和政策執行者提出質疑，是此框架極少數點出政策不力之處的新聞。如下：

台灣大學農經系教授雷立芬指出，……農委會對高麗菜種苗的銷售情況應掌握相關資料，可以進一步控制產量。農委會總是說，農民須登記種植高麗菜的面積，但超過需求量時，卻不見積極作為。她埋怨，產地高麗菜價格再怎樣低廉，台北也買不到十元的高麗菜，便當店的高麗菜份量也不會變多，高麗菜從產地到消費端仍有問題。（自由電子報，2017年4月22日）

總結（一）利益受損和（二）農民自銷框架，利害關係人的主體皆為農民，前者強調經濟損失影響生計，後者強調農民試圖自行彌補損失。同樣在面臨市場風險時，將矛頭指向政府沒有積極處理政策與機構風險，強化政府農業單位失責的形象，卻忽略其他應該積極預防的天候、品質風險，凸顯產銷失衡議題新聞缺乏因果層面。

此外，在這一節崩盤新聞的框架分析中，也觀察到媒體報導中的政府與專家角色的互動，有一派是政府的萬能論，什麼都能靠措施解決，這時媒體會用專家意見來補充反對立場，指出政府措施的侷限性。另外一派同為政府單位，但是農糧署與其他單位對產銷失衡出現不一樣的論點，認為所有的不實報導是來自傳播的不確定性，而價格波動本身是正常的。

## 二、利害關係人作為消息來源

### (一)、 價格崩盤記者會成為媒體焦點

研究者想要從另一個角度探討政府機關和農產單位兩類消息來源，初步觀察到許多的記者會成為報導重點，因此研究者對文本進行關鍵字「記者會」搜尋，檢索出 52 篇內文提及記者會的新聞，皆是記者會的後續相關報導，因此就以這部分的資料繼續研究。接著將文本作媒體與時間的交叉分析，發現 2018 年 6、7 月最多，《中時》篇數為《自由》的兩倍。作物皆為鳳梨香蕉，兩個都是夏季水果也有外銷的功能。

即使記者會不算本文的一種消息來源，但是研究者發現，一場記者會的作用不僅有訂定議題主題的作用，也的確引起政府機關與政治人物的互動。然而，並非每場記者會都有記者報導，能夠引發後續曝光於報導的記者會，通常憑藉著召開者的知名度與召開目的合乎時事性。

2018 年 5 月底兩家媒體出現香蕉與鳳梨崩盤的新聞，報導模式如同該年初批評北農休市，文中劍指農委會與北農的政策錯誤，當中引用許多候選人與民意代表的不管是質詢或是臉書發文，例如：國民黨內湖、南港參選人游淑慧臉書貼文（痛批臺北農產運銷公司總經理吳音寧）、臺南市代理市李孟諺臉書貼文（指臺南鳳梨銷路不錯，外銷量增加，駁斥鳳梨滯銷的「謠言」）、泛綠嘉義縣議員何子凡臉書貼文（指執政者只關心選舉，任憑各項農產價崩）、臺北市市議員王鴻薇指（民進黨只有政治利益，不管農民死活）。

上述舉例透過新聞引述政治人物的批評與基層現況，在事件高峰的 2018 年 5 到 7 月陸續有許多人召開價格崩盤相關記者會，請見本文整理下表 16：

表 16：2018 年 5 到 7 月價格崩盤相關記者會

時間	召開者	主題	導言／摘要	其他
5/31	國民黨立院黨團	痛批政府反應、照顧農民的政策	書記長李彥秀說，民進黨成立的臺農發公司，號稱要建立更好產銷管道，結果自己種蕉用自己產銷管道，與農民爭利。	
6/5	國民黨	「搶救果農、關懷弱勢」記者會	呼籲全民及企業界多多採購水果，但在果香中卻充斥濃濃的政治味，不但扯到「九二共識」問題，也變相夾帶選舉拉票。	
6/11	農委會／副主委陳吉仲	說明上週的中常會現場	主委以農經專業跟蔡總統報告農委會如何處理香蕉問題，或許上面長官還不满意處理方式。	蔡英文「震怒」不滿事件
6/14	高市議會民進黨黨團議長康裕成		反駁鳳梨價格崩跌的消息	
6/20	農委會臨時記者會	澄清不實報導	產銷情況已穩定，要外界勿再以不實報導傷害農民，強調從 4 月起陸續啟動擴大行銷及去商品化等措施。產地青香蕉價格目前回升；鳳梨出口量較去年同期成長 16%。	
7/4	民進黨立法院黨團：幹事長何欣純、書記長許智傑及立委蔡培慧、鄭運鵬	中央「從產銷制度改革做起，顧農業、落實配套措施」	最近常有號稱是農民的人在唱衰農產品價格，在野黨不斷喊農產價格崩盤，但行銷手法上真的會「越喊越低」，今天更有農民動員北上，希望大家能夠適可而止，不要淪為口水戰跟政治操作。	嘉義鳳梨農抗議事件，幫政院會滅火
7/4	嘉義縣長張花冠在縣府舉辦記者會	嘉義鳳梨農抗議事件——嘉義地方政府	預告「水果戰爭年才正要開始」，若農政單位未妥善處理，恐引起中南部農民不滿，演變成「國安問題」，並宣傳縣府提前佈局的作法。	鳳梨農民北上抗議

7/4	國民黨臺南市市長參選人黃偉哲競選總部發言人邱莉莉及郭國文	嘉義鳳梨農抗議事件——臺南地方政府	強調外銷量較去年成長，價格維持一定水準，黃偉哲 6 月更向關廟農會訂購萬斤鳳梨贈與家扶基金會，請高思博不要為了政治利益，放假消息混淆視聽。	國民黨臺南市市長參選人高思博質疑執政黨及立委黃偉哲
7/9	義美食品	在義美南崁工廠舉辦「義美力挺台灣農民·火龍果入庫」記者會	今年香蕉、鳳梨等當季水果接連出現滯銷狀況，連連「價崩」讓農民苦不堪言。義美食品繼 6 月中旬認購 2 百噸香蕉後，宣布再出手挺小農，認購 250 噸火龍果；行政院農委會主委林聰賢出席。	
7/25	國民黨立法院黨團／書記長曾銘宗	要求主委林聰賢下臺負責	號稱「農業國家隊」的臺農發公司被揭露 6 月原本計畫外銷中東的 120 公噸香蕉，結果只出了 2 個貨櫃 23 公噸，7 月更慘只有 1 貨櫃。	6 月中南部香蕉、鳳梨等夏季水果價崩慘狀

我們可以看到媒體在約略兩個月的時間，媒體有許多素材可以報導，與藍綠兩黨連續召開記者會有關，在野的國民黨發動四場記者會，且都對執政的民進黨特別有監督意味，甚至抨擊其作為的言論，而農委會也藉記者會時機反駁在野黨說法，秀出民進黨執政的外銷政績。媒體與政治人物兩方之間彷彿相輔相成，媒體大量引述召開人的言論，有攻擊性的發言也許具有話題性，光憑如此，缺乏關注當時價崩發生的其中原因——政策機構風險，報導框架雖然以政府措施與風險管理為主，但是缺乏根本性的探討，媒體似乎成為口水戰「工具」。

另外，僅 3 篇的經貿發展框架只出現在 2018 年，兩報多針對兩岸關係「九二共識」政治立場，或是台農發公司的存在意義多方報導與爭辯。

## (二)、 媒體如何報導盤商

產地所謂的大盤商通常把蔬果不分等級規格地收購，過到負責過濾和篩選的中盤商集貨場，具大量供貨、包裝、集貨和出貨等重要功能，不符規格的退貨回大盤商。盤商（販運商）如何在新聞中被再現出來？是否提到他們在產銷環節當中的專業職能？可惜總共 480 個農產單位的消息來源裡，僅有 3 篇訪問到中盤商，以下將所有文本都列出來進行分析：

高雄市旗山區香蕉盤商水果家族負責人吳冠毅說，由於目前香蕉量不多，普遍盤商 1 天收購不到 3000 公斤，產地價格上蕉 1 公斤價格 16 元至 20 元都有，下蕉則在 8 元至 10 元左右（中時電子報，2019 年 3 月 14 日）。

上一篇新聞文末寫香蕉盤商水果家族負責人吳冠毅，文中沒有寫明該盤商負責的產銷環節是哪個部分，是中盤商還是大盤商？可見大盤和中盤之間的不同，這是很少在媒體上看到的。下一篇新聞報導中，本文假定兩報導指的是同一位大盤商：

長年在高雄經營水果大盤生意的吳姓負責人認為，政府應該試辦農民登記種植，且管控種苗量，並統一品種以利發展，如台灣每個縣市都能多幾個不故意壓低農民價格的盤商，蕉價就不會有崩盤現象（自由電子報，2018 年 6 月 10 日）。

見下一篇報導「高雄香蕉盤商吳冠毅……，抗議政府無視盤商壟斷青蕉收購價」為何本身作為盤商的吳冠毅要抗議盤商？讀者在這段可能會需要農業背景知識，了解中間商之間的區隔，進一步會感受到媒體再現中間商之間製造對立的過程，大盤商指責中盤並且站在蕉農的立場，為農民遇到價格風險發聲：

高雄香蕉盤商吳冠毅 25 日召集 200 多名蕉農於旗山香蕉集貨場，手舉旗幟及紅布條，抗議政府無視盤商壟斷青蕉收購價，導致蕉農血



本無歸。吳冠毅說，盤商 2 月 12 日後的收購價竟跌至 1 公斤僅 10 至 14 元，去年同期的收購價則是 28 元，這是 3、40 年來不曾有過的現象（中時電子報，2019 年 2 月 28 日）。

從收購香蕉的盤商受訪得知：「屏東盤商說，除非有認識或交情夠好，集貨場已有很多盤商不再收購 1 公斤 1 元的香蕉（中時電子報，2019.03.09）。」盤商因為某些因素不想要再收購香蕉，所以香蕉沒有進入到批發市場。那麼遇到滯銷的情況時，被排除在批發市場外的果品是誰買走、又流通去哪？從以下新聞得知原地棄收、進入加工廠或是去化皆為滯銷蔬果的流向之一：

關廟鳳梨中盤商盧建平說，因鳳梨價崩放棄採收農民大有人在，且因加工廠鳳梨貨源早已飽和，加上因農藥殘留標準放寬導致外銷不出去，不僅農民苦不堪言，盤商也覺得「很心痛」（中時電子報，2018 年 7 月 8 日）。

「雨天收傘，苦了鳳梨農！」一位收購鳳梨的集貨場業者得知農委會鳳梨次級品收購明天截止脫口而出，目前鳳梨產地價每台斤 9 至 10 元，優質品有到 11 元，這是政府啟動次級品每公斤 8 元收購政策的德政，也是近 3 年來鳳梨最好的價格，價格才剛平穩冒然停止次級品收購，價格下滑可預期（自由電子報，2019 年 5 月 5 日）。

上兩篇新聞而知，因為政策的實施時間與實際的產季情況不符，農民等於間接面臨政策機構風險帶來損失的可能性。因此，政府採行讓集貨場的業者大量收購的作法，讓過剩的果品能夠以別種處理方式消化。

根據下一段集貨場業者討論外銷原因，新聞暗示經過過濾和篩選，理應將鳳梨賣給其他貿易商作為出口用，但是大量果品的滯銷，使得集貨環節受到品質風險的顧慮，反映出價格損失與集貨場面臨的市場風險。

在台南關廟經營鳳梨集貨場的陳忠桀指出，台南鳳梨外銷約 9 成是銷往大陸，但今年 5 月開始，外銷出口開始出現卡卡的狀況。去年

這時，外銷的金鑽鳳梨價格還有 23 元，現在幾乎聽不到貿易商收購出口了。……一堆清晨由果農送來的鳳梨，已不耐存放，準備以每台斤 3 元的價格賣給加工廠，這樣還可以少賠一點（中時電子報，2018 年 6 月 9 日）。

### （三）、 媒體引用網友與網路意見領袖之報導現象

學者楊意菁（2013）在分析「網友說」新聞的內容，細究網路意見作為公眾意見的樣貌，發現網路意見（網友）具有四類不同的意涵：普遍化與多數公眾、對立的公眾、匿名但彰顯事實存在之符號細節公眾，以及主動公眾。本文找出對應此四類的網友說法，以及其論述建構的意涵：

媒體習慣引用網路意見領袖的方式，從有待查核的正反論述、網紅一言堂、農民的代表性問題，2014 年以前學界和國外業界就預見善用社群媒體以協作模式，不斷地、反覆的溝過程查證事實和細節，並非簡易地區分真假，透過網路互動的形成，反應遲至形成、真相、打假的特殊文化。

#### 1. 普遍化與多數公眾

使用統稱論述的方式，暗示網友們為多數公眾的意涵。以下兩篇報導，前者「網友說」選取數個類似意義的論述，似乎呈現出一群網友共同的想法；後者「我們新北市」，形容該位網友家住新北市，他說的話似乎代表整個新北市民的想法，然而，記者對於該位網友居住地以及價格真實性有待查核。

PO 文一出，網友們振奮讚賞，「陸續出貨好感動，替農民開心」、「農民不用苦等政府收購金，有尊嚴」、「除了感謝市府認真的找通路，也要佩服農民們的好技術，讓高雄水果能在地打出口碑」、「有通路銷售，外銷如火如荼熱賣中！」（中時電子報，2019 年 5 月 13 日）。

家住新北市的網友說，「我們新北市香蕉零售價是每斤 8 元，賴揆解釋看看農民能拿多少。」（中時電子報，2018 年 6 月 11 日）

## 2. 對立公眾

呈現網友裡兩類意見，一種是正面的回應，另一類則是質疑的想法，而且記者採用兩個正面回覆、選取一則較長的質疑留言，製造篇幅形式上平衡的報導，也產生楊意菁（2013）所說的使用情境：「建構了公眾是為『分類集體』的概念，進而形成對立公眾的意涵。」

農委會影片曝光後至今，官方臉書仍吸引網友正面留言回應，「好像 3A 的手遊大作廣告管理」、「有梗，這個讚哦！」，但有網友質疑，「看不懂耶！是哪招啊！可以讓消費者訂購的平台呢？果農需要的銷售平台呢？我們最不需要的就是英雄」（中時電子報，2018 年 7 月 22 日）。

## 3. 匿名但彰顯事實存在之符號細節公眾

僅引用一名網友的貼文就成為媒體觀點的代言者，即使沒有本名、沒有真實頭銜，只有掛上「知名」或是籠統的背景，就可以彰顯選取該為網友言論的重要性。部落客「漂浪島嶼--munch」和農業從事人員「Lin Bay 好油」定義上符合匿名但彰顯事實存在之符號細節公眾，公共場域中的網友藉匿名發表觀點，將事件鉅細靡遺發布出來，好像發言者講述的事件就真實發生在讀者的眼前；同時媒體藉著引用匿名網友的言論發展為一篇新聞，甚至是大篇幅的轉引方式，免除其原本應該要對意見觀點所付的責任。

長期關注台灣土地環境的知名部落客「漂浪島嶼--munch」刊文指出，去年政府便曾提出菜價跌價預警，強調休市 3 天根本不是主因，「產量失序」才是菜價暴跌的罪魁禍首（自由電子報，2018 年 3 月 8 日）。

農業從事人員「Lin Bay 好油」反諷陳吉仲是蔬果大師。……Lin bay 好油回應網友，「對啊，我們家一年最多收兩次，弱爆了，難怪沒辦法維生。」網友也痛批荒腔走板的農委會，「有這種副主委真是糟透了！」、「農業專門的，你敢嘴!!!」（中時電子報，2018 年 11 月 15 日）。

楊意菁（2013）指出「新聞論述先撰述新聞本身之觀點立場，接著輔以網友意見佐證，產生支持以及強化的論述效果」。而本文認為，這篇的前半段以記者撰寫網友消息來源的策略已經轉型，過去由先行撰述新聞本身之觀點立場，轉變為以意見領袖之觀點立場先行，再以網友的留言回覆佐證，用貼文者與網友間互動與支持的材料，產生強化的論述效果。

知名農業部落客「Lin Bay 好油」也在臉書上發文表示，鳳梨供銷絕對沒有問題，絕對沒有崩盤！賣不出去沒關係，農委會一公斤 8 元收購！絕對沒有銷不出去的鳳梨，只有不夠的補助款。他還說，今年可是大補貼元年，補 5 元不夠？那就一公斤 8 元（中時電子報，2019 年 3 月 19 日）！

網友說，「吉仲的眼裡沒有滯銷」、「原來官員只要亂花錢就好」、「完全沒有釜底抽薪的辦法，全是短期因應，這些官員怎麼了」、「收購？誰出的錢？爛政府就是一直再秀下限」（中時電子報，2019 年 3 月 19 日）。

#### 4. 主動公眾

根據楊意菁（2013）定義，主動公眾會搜集材料以強化論述，該網友給定自己農民的身份，藉以加速讀者對其言論產生信任，為了強化其言論，其「擷取去年同時期相關新聞佐證」的做法，符合主動公眾的主動特性，提出「養、套、殺」三招模式讓論述顯得更具體，不排除帶有操控真實論述之目的。

自稱小農的網友在 PTT 發文，擷取去年同時期相關新聞佐證，推導出親中統媒年年祭出的「養、套、殺」三招模式。……鄉民們紛紛推文表達無奈與認同，稱「台灣農業通路就被少數人把持養套殺」、「每次都被養套殺，每次都學不乖，台灣人」、「一直都這樣啊，可是人很好騙阿」、「中共滅農政策之一就是掌握蔬果進出口與各地農會生產，漲價跌價統媒都能操作」（自由電子報，2019 年 3 月 21 日）。

#### （四）、農民代表性的問題

這是為常見的政府措施框架中，媒體採用農民論述時，多數以抨擊或咎責於政府為目的，描述一位農民的案例情境，以該位農民的說法，進而帶出不滿意政府施政或是應該要改進之處，如：「蕉農葉順得則憤怒表示，業者聯合壟斷蕉價，無視蕉農利潤，更不管每公斤要 12 元以上的成本，怒斥農政單位的官員下台。」如此一來，媒體的觀點既有人現身說法來證實，更用真實故事來形成監督的力量，或有偏頗之嫌的媒體藉以達到抨擊當局的效果。

媒體再現農民的角色，是以一位農民的觀點表述出集體農民的意涵，下方的一段報導藉著林佳新說「我們」透露出代表身為農民，應該要為群體發聲。但是，整篇報導裡沒有定義過此處的「我們」是誰以及代表的意義，卻使讀能夠感受到農民集體的意志。

對照網友的「普遍化與多數公眾」意涵，文中林佳新說的「我們」成為「普遍化與多數農民」，而他也成為該群體的代言者，媒體甚至稱其為「農民



代表」，將他塑造成代言者，其假設背後所有農民有共同的想法，並且輔以其他網友的支持，建構實際有一個農民群體存在的樣貌，而這個群體也在網路的聲浪中形成團結的力量。

「農藝女孩看世界」粉專創立者，是一名公務員，林佳新說，被抓包是公務員在經營後，現在改為一個團隊在經營，「我們很喜歡幫政府消滅敵人」，所以是以國家級的力量，搭配網軍組織火力，攻擊小小一個青年菜農洪寶評（中時電子報，2019年1月2日）。

農糧署 5 日按鈴控告林佳新，涉犯刑法侮辱公署罪等 3 罪。林佳新對此表示，「深感痛心與憤怒」，並質疑農糧署不處理農民提出的疑慮、解決問題，反而動用國家力量「解決提出問題的人」。……網友湧入林佳新的臉書留言，「支持佳新!」、「加油~~」、「兄弟加油」、「加油，幹到底」、「有所本，就勇往直前，事實只有一個，唯真不破!」，除了加油以外，網友也打算實際出力，力挺林佳新，「需要請律師捐款我願意捐獻」、「請各位農家子弟出身的律師幫佳新組律師團，以前白米炸彈客楊儒門就有律師免費辯護」（中時電子報，2019年3月5日）。

#### （五）、 傳播媒體作為消息來源

在 1,645 個消息來源中，56 個傳播媒體作為消息來源，媒體引述新聞媒體報導和媒體從業者的言論，作為新聞出處與材料。媒體引述媒體的現象過去就存在，媒體有將各家媒體的說法製成「綜合報導」的習慣，但是本文發現，此分類的綜合報導僅《自由》2 個，其他以直接寫明來源報刊居多，像是：根據《中央社》報導、《聯合新聞網》報導等。

在研究者觀察的價格崩盤新聞中，出現一個網路蓬勃發展後特有的改寫現象，從單純的轉引轉變成用改寫後拼湊的文字工程，撰寫一篇網路電子新聞，模式如下：先引述自媒體從業人或其他傳播媒體（包含報紙和電視新聞），替

新聞事件的前因與過程做描述，而非事件當事人或相關者，然後再找到與事件（間接）相關或僅是無關聯的他人說法，見以下頁報導更能理解此模式：

《聯合報》今報導，根據農委會「農產品批發市場交易行情站」統計，6月1日至10日的香蕉拍賣均價為11.9元，是10年來同期新低，……對此，網友說，首次看到零售市場價格比批發市場拍賣價格低的農產品，家住新北市的網友說，「我們新北市香蕉零售價是每斤8元，賴揆解釋看看農民能拿多少」，另有網友說，「敝人家住在台南市東區（等同台北市的信義區），我在菜市場（崇德市場）竟可買到零售價9元，我真不知道是我老花仔目矔老花脫窗，把價格看錯，竟然和政府公佈的批發價格（11.9元）會有如此差距，我不知是我在發佈『假新聞』，還是政府在發佈『假新聞』？」（中時電子報，2018年6月11日）。

賴清德推薦民眾生香蕉帶皮水煮，搭配醬油、大蒜，養生又美味。但王世堅誤解是連皮一起吃下肚，就在中天節目《新聞深喉嚨》……黃暉瀚說「堅哥，院長是說連皮一起煮，不是連皮一起吃啦！」但勸說無效，堅哥依舊「堅忍、堅心、超堅定」地，吃下了香蕉皮。說真的，如果姚文智有這種戰力，民調應該早就突破20%惹。另外，大陸《天涯》論壇的網友也讚「這支香蕉可值錢了。這是王世堅和賴清德友誼的見證，患難之蕉哈。」（中時電子報，2018年6月14日）

上一段範例文中凸顯出互動成分的情節，製造出社會對於此事件的關心與討論，好似即使網友僅是透過閱讀新聞的方式，也能和新聞主角有真實互動。

媒體改寫以新聞寫作的手法，將出處、引述內容和回應，拼接再潤飾而成一篇改寫的文章，將原本連貫的節目畫面或是通篇文章，萃取出互動性的成分作為報導材料，將材料組合後輔以潤飾點綴的文字使故事情節順暢。在這種網路新聞時代的改寫文化下，記者成為媒體的文字改寫工程師。

承前述，在綜合報導的比例極低的情況下，採用單一個媒體為新聞來源的報導為多數，本文進而發現在轉引價格崩盤的新聞中，文章改寫的方式還有另通篇轉引的一種型態，以《中時》轉引《遠見報導》為比較的報導案例，以下報導中的粗體為筆者自行標示：

#### 《中時》－1

「台灣拿不出品質好、數量足的香蕉，論生產，比不上菲律賓、論保存運送，也比不上厄瓜多爾。」遠見雜誌報導，前青果合作社主任秘書李念宜分析，菲律賓1棵香蕉樹可生產30~35公斤香蕉，8個月能採收，反觀台灣高屏蕉要花12個月，才能採收25~27公斤，光是產量、產期，就比不上別人（中時電子報，2018年6月8日）。

#### 《遠見雜誌》－1

……台灣拿不出品質好、數量足的香蕉，論生產，比不上菲律賓、論保存運送，也比不上厄瓜多爾。

前青果合作社主任秘書李念宜分析，菲律賓的一棵香蕉樹可生產30~35公斤香蕉，八個月就能採收，台灣的高屏蕉要花12個月，才能採收25~27公斤，台中山蕉更要花18個月，採收15~20公斤，光是產量、產期，就比不上別人（遠見雜誌，2018年6月6日）。

#### 《中時》－2

「台蕉沒有國際競爭力」，農委會官員心知肚明，只是不敢講出來，也拿不出改善的辦法。於是一再重演蕉價上漲，放任農民搶種，最後崩盤、促銷等惡性循環現象（中時電子報，2018年6月8日）。

#### 《遠見雜誌》－2

台蕉沒有國際競爭力，難道農委會官員會不知道嗎？其實，他們心知肚明，只是不敢講出來，也拿不出改進措施。於是，農民看蕉價上漲，農委會任令自由搶種，沒有積極管制，排擠原有蕉農的生存空間，重演崩盤、促銷、外銷事件（遠見雜誌，2018年6月6日）。

《中時》將「臺蕉沒有國際競爭力」用引號，特意將原文這幾個字保留，並且有強調之作用，也因為新聞篇幅較雜誌文章精簡，所以將原文濃縮、重組，並符合原文文意，產出一篇同業改寫的價格崩盤新聞。

#### (六)、 媒體自身與引述來源的立場

56 個引自傳播媒體來源中，《中時》以 47 個佔大多數，然而一直以來因為所屬旺旺中時集團的併購策略以及報導親中親藍立場備受爭議<sup>23</sup>，因此本文除了檢視上述轉引與改寫的情況，也進一步了解其對於消息來源的採取策略，是否有和其立場重疊之情況。

本文發現，《中時》引用相近親藍與親中立場的來源 15 次，包含：引用同集團的《中天新聞》2 次、立場相近的媒體人的言論 3 次（趙少康、唐湘龍與吳子嘉），以及陸媒和中評社與旗下中評網報導 10 次，中國評論通訊社簡稱中評社<sup>24</sup>，又稱為親共媒體或紅色媒體<sup>25</sup>，是指立場傾向中國共產黨和中華人民共和國政府的媒體。

比較《自由》的媒體引用來源，引用 9 次其他媒體的情況，包括《中時電子報》1 次、《中國時報》1 次、《聯合新聞網》2 次、《蘋果日報》2 次，以及綜合報導 2 次。其轉引次數少，編碼結果沒有特別出現偏好引用的來源。

---

<sup>23</sup> 《中時電子報》屬於旺旺中時媒體集團，簡介其集團歷史：2002 年 6 月臺灣中時媒體集團入主中天電視公司、2008 年中視經營權移交旺旺集團，2008 年 11 月旺旺集團於入主臺灣中時媒體集團。請見 [https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10011/1686\\_10753\\_100114\\_1.pdf](https://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10011/1686_10753_100114_1.pdf)。

<sup>24</sup> <https://zh.wikipedia.org/wiki/中国评论通讯社>

<sup>25</sup> <https://zh.wikipedia.org/wiki/親中媒體>

## 陸、 結論

### 一、 研究發現與討論

#### (一) 農產品價格崩盤之新聞框架以政府措施最多

本研究透過文獻耙梳在產銷失衡風險歸納出四個關鍵風險因素：國際貿易、農產市場、作物產地、政府產地，由於產銷失衡風險反映於價格上，加上近年來台灣農產品市場中特定作物供過於求，故本文整理出 2016 至 2020 年，五年間農作物價格崩盤報導事件簿，立意選取鳳梨、香蕉和高麗菜三種蔬菜水果進行綜合比較，透過搜集《中時》和《自由》共 691 篇電子新聞資料進行內容分析，瞭解新聞媒體如何再現這三種農產品的價格崩盤新聞。

本研究發現崩盤新聞在各版面的總體佔比，最多分佈在生活版 47.8% (330 篇)，第二高為政治版，雖然價格的本質屬於經濟層面，媒體卻關注於民生生活的影響，以及政府單位與政治人物的作為，比較缺乏農業經濟的角度。

產銷失衡風險議題中不僅出現多樣且獨特的框架，報導作物的類別數會反映在報導的深度差異上。大多數報導以單樣作物為報導題材，共 8.5 成以上的新聞僅提及某一項作物，更能夠詳細解釋風險事件的來龍去脈。如果提及兩項作物通常是講某一項，再以他者過去的例證或解決措施補充說明，偏向作為兩作物相對照的作用。如果記者三樣作物全部都有提到，常以盤點作物的形式帶過，不會在文中分別描述每項作物和賤價的脈絡，稀釋其作物其的特殊現況與詳述成因的篇幅，實際上並未有助於大眾了解失衡風險形成的原因，反倒可能強化大眾對崩盤嚴重性之風險認知。

本研究將框架與兩報分佈比例進行交叉分析，發現兩報雖然資料篇數相差不多，卻有幾個框架的比例差異值得注意。48 篇「利益損害」裡，《中時》32 篇是《自由》16 篇的兩倍；24 篇「經貿發展」裡，《中時》21 篇是《自由》3 篇的七倍；18 篇「民生相關」裡，《中時》16 篇是《自由》2 篇的八倍。



框架分析方面，綜合過去基改、食安、環境風險議題之新聞框架研究，歸納出產銷失衡風險的 11 個框架，其中「農民自銷」、「公益善事」、「產業創新」為本研究提出的 3 個框架。研究發現，農產品價格崩盤新聞中最常見的三個框架是「政府措施」、「公益善事」和「風險訊息」，兩報採用的比例相近，不容易看出偏好使用的框架，需要從內容觀察相同框架下，不同論述隱含的意識形態。發現在農產品價格急劇下降時，媒體自然會基於監督政府的風險管理，關注後續政府單位與民間的互動。但本文發現媒體取材上相對依賴官方訊息來源，也反映既有的意識形態。

「風險訊息」框架是崩盤事件風險事件形成時，常見的也是最開始、最基礎的消息起源，天候、品質、市場、政策與機構風險等關鍵動向是農民必須掌握的訊息，且此需求建立於作物種植以前，但是真正有助於農民事前防範的資訊卻佔非常少數，因此反映出媒體報導沒有充分告知農民沒有被充分告知所需要的風險訊息的情況。關於價格風險，而且媒體大多採用政府定期統計與官員提出之監測行情，也顯示出新聞的風險訊息過度依賴官方統計數據，官方即時統計以監測農產品市場為基礎，對農民的田間管理策略有執行的落差。

本文首先欲指出的是媒體監督政府的角色非常重要，價格崩跌之際，媒體固然有協助主管機關宣導之責，但在強調政府作為的同時，難免變成為政府單位大力宣傳，媒體在監督政府之時，不應以崩盤事件為由，實則報導選舉活動與政治口水戰，甚至反映報社政治意識型態。尤其不同主流媒體所強調的框架論述各有重心，產銷失衡風險議題容易產生在同一種框架中競爭立場的情況，尤其在「經貿發展」和「利益受損」框架，容易與媒體本身的意識形態及政治傾向緊密相關，尤其是《中時》將農業經濟問題和兩岸關係綁在一起，因此在新聞中容易將兩岸統獨現況與農產品價格建立起含有政治因素的微妙關聯，與立場對立的《自由》之間不免出現較勁的氣氛，塑造民眾的政黨支持度影響農產品產銷的機會，非常容易演變為炒作與口水戰，在台灣特殊的選舉文化下影響選民意見。結果不僅忽略農業產銷失衡風險議題本身的重要性，也不符新聞媒體的專業倫理原則。

本文發現主流媒體報導最多的「政府措施」突顯框架的集中性，也透露出農業長期仰賴政府解決問題，加上政府與運銷市場協商的主導姿態，因此，媒體預設農業部門傾向萬能政府的思維。報導中可見政府機關試圖全部承擔起崩盤後果，更介入協調市場的盤商與批發的承銷商。可能體現於社會對於官方的習慣性依賴，社會直覺地認為產量的控制調節措施，需要由政府政策制度來掌控，才能有計畫性、系統性地解決產銷失衡問題。即便如此，報導有出現另一種聲音，部分盤商認為政府因應效率不彰、未能考量到實際供貨情況，報導卻未有更深入的追查，為可惜之處。

再者，民間發起公益善事協助農產品銷售，試圖降低農民影響生計的結果，雖然民間與政府的推波助瀾，使支持國產品的熱情高漲、推動農產品價揚，在政府的補貼措施和民間力挺之下多半會度過難關。報導內容方面，正因主流媒體為大眾民生導向，反而可能有地緣關係與呈現選舉題材的考量，而忽略農產品市場邏輯的主體性與回歸正常運作的能力。從文獻探討中得知，農產品產量的消化確實需要社會共同努力，但是媒體報導的方式，可能與崩盤事件發生時社會期望政府機構負起全責有關，故本文認為媒體應待農產品市場行情修正後，從根本上檢討新聞內容，提升主流媒體報導農業議題的專業度與品質。

與台灣貿易政策有關的「經貿發展」框架，從國際貿易現況進出口切入影響農產品的層面，但非全面性地探討國與國之間的貿易條件，而是著重於鳳梨和香蕉的出口爭議，因此不屬於外銷重點的高麗菜，明顯不在此框架的討論範圍。政府措施與公益善事對於度過崩盤的難關固然重要，長遠計劃性的貿易政策更是解決問題之道，媒體應更全面地探討農產品價格失衡與國際貿易的關係。

本研究觀察，也許是因為價格震盪屢次發生、不見有效改善，讓各方利害關係人主動或被動地找尋其它解方，像是隨著產銷的複雜度提升，農民業者為了承受風險的壓力，試圖突破生產與銷售間的現況，也使農業創新的能量逐漸發酵，在技術、品質、商業模式、銷售上發展產業創新的策略，新聞中也常見合作與結盟的案例，成為農業轉型的動能。

「農民自銷」框架則為另一種策略種植者消化過多產量的方式，自產自售或開放自採都是希望能薄利多銷，透過直接銷售與開放大眾到田裡採收，充分展現農民的積極因應行動。此經濟模式更成為新聞亮點，多半是記者透過網路社群管道獲得的訊息，將之轉化為公益性質的新聞題材，也讓該議題出現多樣化且獨特的框架。

## （二）農業新聞的消息來源偏窄

藉由消息來源分析，將本研究歸類之利害關係人對應於各消息來源類目中，以下列出所有消息來源與利害關係人的關係：中間商包含進出口貿易商、集貨場、盤商、農業合作社、運銷公司、果菜批發市場、超市、通路業者及其供應商等；政府/專家包含前述政府機關與政治人物，以及（非）農業學者專家與研究機構；消費端包含店家菜販、民間單位或個人；生產者是農民及其組織、產銷班、合作社、農會、協會等。其他類為傳播媒體與不明或無。

本文發現相較於政府農業單位而言，尤其是農經學者的專家比例極少，有別於文獻研究，農業產銷失衡風險的因應與建議角色，通常由政府單位中具農業專長的官員擔任，出現有些專家同時具備專業權威和政府官方權威雙重身份的特殊現象。所以專家隱身在政府官員之後，政策宣導系統如何運作，或許在傳播研究上可以資訊傳遞的網絡觀察，以了解農業訊息在專家與農民間如何達到傳播效果。

另外，結合文本論述分析結果，顯示報導大量引述自政治人物，此類別佔所有消息來源 17.6%，民代與候選人的論述模式主要呈現為「積極發聲/消極解釋」兩類方向，前者側重描述某些政府措施並未思慮周全，甚至不採取因應措施；後者「消極解釋」則是報導先引政府官員說法，使贊同立場者對官員有所呼應或支持。分析在文本中媒體如何再現網友的論述，發現網友來源多為臉書、批踢踢以及其他論壇，採用政論節目的臉書粉絲專頁貼文作為新聞題材，也因應了媒體聚合的趨勢。而網友身份也符合楊意菁（2013）提出的四種網路公眾型態：普遍化與多數公眾、對立的公眾、匿名但彰顯事實存在之符號細節公眾，以及主動公眾。

記者正確運用消息來源是對傳播媒體基本的要求，因此消息真偽的層次對事件考證很重要。舉台中市議會黨團事件為例，政治人物對於農產品來源不熟悉，卻想透過公益獲取媒體曝光，反而弄巧成拙。凸顯出媒體的盲目與未盡經查證義務，以致宣傳性的政治新聞佔極高比例，不僅實難獲得更多有用的資訊，可能混淆社會民眾對產銷風險真偽之判斷，這時媒體已經喪失風險傳播的功能。

正因為主流媒體其實是寫給大眾閱讀，有關民生的影響才顯得重要，不僅在零售消費物價層面，在可能成為台灣選舉文化中產生話題爭議。本研究更確定在利害關係人的論述之中，政治人物與政府單位的交鋒，一派是譴責，另一派是對立，加上農業主管機關立場令人混亂，官方詮釋影響認知，媒體即便有助於將農業議題從獨立媒體溢散至大眾視野中，卻沒辦法作為意見交換的重要工具，同時變相擠壓農民在變化萬千的市場中接收風險訊息的管道。

## 二、研究限制

本研究雖試圖對《中時》和《自由》產銷失衡議題報導進行系統性分析，仍存在一些研究限制。本研究僅從議題的新聞文本檢視框架與消息來源，故只能透過分析文本、耙梳相關文獻與整理農業資料，推斷新聞論述背後的框架，可能與真實產製中的框架形成、社會脈絡對其的影響有所落差。

本文起初欲針對產地價格來核對崩盤事件，雖然以資料完整性而言，批發市場價格是理想的選擇，但以均價結果顯示難以觀察分析，而農委會雖然有提供產地價格，來源是各鄉鎮的農會回報，礙於未納入非農會系統之產地收購價格回報，因為中盤商的收購價格為私有資料，具有商業機密性，加上資料內容不全以及網站資料非實時更新，因此在數據查證上有很大的限制。

此外，相較於醫學、科技和環境等議題的風險，農產品的特殊性使「崩盤」一詞缺乏精準的衡量標準，甚至有被主流媒體濫用疑慮。另外，實際上產銷失衡風險可為價格飛漲或驟跌等情況，而本文在挑選樣本時發現，媒體通常將價



格崩盤作為產銷失衡的代稱，讓原本每種作物發生產銷失衡的原因顯得單一化，更看不出報導事件的深度與鑑別度。

因此崩盤事件是客觀發生的事件，抑或是新聞製造出崩盤連環爆的假象，需要透過跨領域之研究才能回答。經過筆者觀察農業經濟學門中，有許多量化研究以價格預測為題，但礙於傳播研究的學科知識領域限制與篇幅，研究者審慎權衡後做出取捨，力求聚焦於框架與利害關係人作為消息來源在社會情境脈絡分析，因此，未來延伸研究建議加入產業經濟因素進行剖析。

就新聞樣本的抽樣與編碼過程而言，本研究僅分析主流新聞媒體，也受限於資料庫收錄的媒體來源完整度，本文聚焦於兩家媒體，並且觀察新聞文字，並未將影視新聞、照片圖說、互動式新聞介面等其他可能的媒材納入考量，此為研究未能觸及之部分。

其次，礙於編碼的時間人力有限，僅從經濟栽培作物<sup>26</sup>選擇三樣，包含兩樣水果、一樣蔬菜，作為研究個案，未來應該運用資料科學方法，廣納各項作物以拓展研究範圍。

由於主流報紙媒體電子化趨勢已為主流，未來研究者可以就前端產製與終端讀者雙邊拓展研究面向，探察新聞文本框架形成背後的主觀影響因素；或向閱聽眾端延伸，檢視新聞文本之框架與閱聽人所理解之框架間差異。並期未來能有研究對農業專業新媒體的報導做更深入的比較，以拓展農業領域風險傳播的研究廣度與深度，增加產銷風險議題傳播的效果與價值。

本文結語建議未來產銷失衡議題新聞研究可考慮以下幾個面向：首先，近年來臺灣農產品賤價多見於主流新聞，缺乏地方新聞的深入研究。然而，隨著科技的發展也逐年有不同的新型態傳播，對於在社交媒體發達的現在，農業協作的關係網路應有更多機會進行多重來源的諮詢、採訪與查證，但是卻鮮少看到。風險訊息透過人際與新聞交織傳遞，已經難以在兩者間劃分溝通方法，對

---

<sup>26</sup> 請見，[http://www.ncyu.edu.tw/agrext/content.aspx?site\\_content\\_sn=16709](http://www.ncyu.edu.tw/agrext/content.aspx?site_content_sn=16709)



議題的報導與探討實具比較研究之價值，故透過田野調查與深度訪談等質性研究方法，可補充媒體的報導分析，使區域性農業文化脈絡之差異更加清晰。

再者，傳統媒體紛紛開設網路與新媒體平台，在報端與社群媒體上針對相同議題的訊息傳播也有所不同，因此可推斷不同媒介平台上的關於產銷議題報導框架及其分佈勢有所區別，亦值得探究此差異以全面把握媒體對該議題的建構策略，主流媒體的議題選擇策略是以機構為核心，選擇大拼盤式的作法將所有領域的議題納入，使用固定版型、報導類型、題材，並按機構劃分路線，確實我們也透過記者會看到吐定的新聞產製模式。反觀獨立媒體以議題為核心，能挖到與大眾媒體不同的角度，所以未來亦可從獨立媒體做為研究分析主軸。



## 參考文獻

### A. 中文文獻

- 王石番 (1991)。《傳播內容分析法：理論與實證》。臺北市：幼獅。
- 朱慶國 (2003 年 2 月)。〈香蕉的產期調節〉，《果農合作》，532: 24-26。取自 <http://www.banana.org.tw/upload/2003-香蕉的產期調節.pdf>
- 江靜之 (2019)。《新聞學研究》【編輯室報告】。138: i-ii。取自 [https://mcr.nccu.edu.tw/web/backissues/backissues\\_editorial.jsp?jp\\_no=JP1559294663433](https://mcr.nccu.edu.tw/web/backissues/backissues_editorial.jsp?jp_no=JP1559294663433)
- 行政院農業委員會 (1995)。《農業政策白皮書淺說》。(編號 GPN: 025013840029)。臺北市：行政院農委會。
- 行政院農業委員會 (2017)。〈106 年年報〉【年報】。臺北市：行政院農委會。取自 <https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2508392>
- 行政院農業委員會 (2018)。〈107 年年報〉【年報】。臺北市：行政院農委會。取自 <https://www.coa.gov.tw/ws.php?id=2509380>
- 行政院監察院 (2018)。〈有關行政院農業委員會農糧署對大宗蔬菜及重要農作物種植面積及產量之預測作業、價格監控與調節釋出機制未臻妥適等情案調查報告〉(107 財調 0043)。取自 <https://www.cy.gov.tw/CyBsBoxContent.aspx?n=133&s=6212>。
- 吳音寧 (2007)。《江湖在哪裡？——台灣農業觀察》。新北市：印刻。
- 吳培禎 (2019)。《全球暖化議題的科學論述建構：從三部環保紀錄片談起》。中正大學傳播學系電訊傳播研究所碩士論文。
- 呂奕欣、鄭佩嵐譯 (2009)。《面對風險社會》。臺北市：韋伯文化。(原書 David, D. [2005], *Risk and Society*. London, UK: SAGE.)
- 巫春洲、劉炳麟、楊奕農 (2009)。〈農產品期貨動態避險策略的評價〉。《農業與經濟》，42: 39-62。
- 李子甜、徐美苓 (2020)。〈《人民日報》霧霾新聞框架建構 (2011—2017)〉，《新聞學研究》，142: 59-109。doi:10.30386/MCR.202001\_(142)
- 李旺台 (2020)。《蕉王吳振瑞》。臺北市：鏡文學。
- 汪浩譯 (2004)。《風險社會—通往另一個現代的路》。臺北市：巨流。(原書 Beck, U. [1992]. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.)
- 沈勳 (2003)。〈加入 WTO 雜糧產業 (落花生、紅豆) 因應對策〉。《試驗研究暨推廣學術研討會報告摘要》。(編號 GPN: 1009201849)。彰化縣：行政院農業委員會臺中區農業改良場。
- 周桂田 (2002)。〈在地化風險之實踐與理論缺口—遲滯型高科技風險社會〉。《台灣社會研究季刊》，45: 69-122。
- 周桂田、徐健銘 (2015)。《從土地到餐桌上的恐慌：揭露與理解我們的食品安全到底哪裡出了錯》。臺北市：商周出版。
- 官青杉、唐佳惠、李柔誼 (2017)。〈鳳梨產期調節研究發展與產業調適〉，吳庭嘉、葉文彬、陳盟松、徐錦木編《果樹產期調節研究發展與產業調

- 適研討會》(GPN:1010601284)，(頁111-127)。彰化縣：行政院農業委員會臺中區農業改良場。
- 林立婉(2013)。《報紙新聞中的「電磁波」——科技風險取向的分析》。臺灣大學生物產業傳播暨發展學研究所碩士論文。
- 邱柏勝、谷玲玲(2017)。〈風險社會中食品安全議題的媒體再現：以進口含瘦肉精美國肉品新聞報導為例〉，《臺大新聞論壇》，15: 49-88。
- 邱家宜(2014)。〈從新聞獎看臺灣新聞記者專業角色(1974-2013)〉，《傳播研究與實踐》，4(2): 117-173。doi:10.6123/JCRP.2014.013
- 柯妮廷(2016)。〈大數據媒體再現與議題框架對公眾參與之影響〉。交通大學傳播研究所碩士論文。
- 胡逸翹、岳修平(2019)。〈社群媒體之食品安全風險溝通行為研究——以新浪微博為例〉，《圖書資訊學刊》，17(1): 151-183。
- 倪炎元(2018)。《論述研究與傳播議題分析》。臺北市：五南。
- 徐美苓(2005)。〈新聞乎？廣告乎？醫療風險資訊的媒體再現與反思〉，《新聞學研究》，83: 83-125。doi:10.30386/MCR.200504(83).0003
- 莊淑姿(2011)。〈香蕉產業與旗山經濟發展〉，《高雄文獻》，1(2): 28-61。取自  
<http://www.khm.org.tw/storage/files/310/original/60933578065f48b6b62cdbf.pdf>
- 許文富(2013)。《農產運銷學》(第2版)。臺北市：正中書局。
- 郭柏傑(2018)。《台灣新聞媒體中的基改食品》。臺灣大學生物產業傳播暨發展學研究所學位論文。
- 陳光璞(2009)。《媒體報導的風險議題與風險溝通-以全球暖化議題為例》。世新大學公共關係暨廣告學研究所碩士論文。
- 陳玠廷(2014)。《臺灣有機農業反身現代現象之研究》。臺灣大學生物產業傳播暨發展學研究所學位論文。
- 陳國明、彭文正、葉銀嬌、安然(2014)。《傳播研究方法》。新北市：威仕曼文化。
- 陳順孝(2016)。《新聞創業相對論》。臺北市：優質新聞發展協會。
- 陳憶寧(2018)。〈傳統媒體與社群媒體上呈現的食安危機比較：頂新餛飩水油事件的個案研究〉，《傳播與社會學刊》，45: 47-89。
- 焦鈞(2015)。《水果政治學：：兩岸農業交流十年回顧與展望》。臺北市：巨流。
- 焦鈞(2019)。《走出島國農業困境》。臺北市：巨流。
- 馮建三(1995)。〈科技新聞是意識形態嗎？——探討科技記者與科技專家的關係兼論另類科技新聞的可能空間〉，《新聞學研究》，50: 41-60。doi:10.30386/MCR.199501(50).0003
- 黃振家、宗靜萍、林妙容、吳蕙芬譯(2014)。《大眾媒體研究導論》。臺北市：新加坡商聖智學習。(原書 Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. [2013]. *Mass media research*. Boston, Massachusetts: Cengage learning.)
- 黃浩榮(2003)。〈風險社會下的大眾媒體：公共新聞學作為重構策略〉，《國家發展研究》，3(1): 99-147。
- 黃惠琳、陳萬福(2000)。〈大蒜之產銷結構調整〉，《台灣地區重要農產品產銷研討會專集》，47: 1-10。doi:10.29563/ZHWHGX.200012.0020。

- 黃瓊慧（2013）。《批判臺灣農地政策的再現：分析自由時報和聯合報，1996-2010》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 楊長憲（2015）。《基於基因演算法預測台灣批發市場甘藍交易量》。中興大學資訊管理研究所學位論文。
- 路國林譯（2004）。《自由與資本主義：與社會學大師貝克對談》。臺北市：先覺出版社。（原書 Beck, U.、Willms, J. [2004]. *Freiheit oder Kapitalismus: Gesellschaft neu denken*. German: Suhrkamp.）
- 廖春梅（2011）。《加入 WTO 後之敏感性農產品進口分析》（農政與農情月刊第 226 期，編號 GPN：2007300013）。臺北市：行政院農委會統計室。
- 臧國仁（1998）。《新聞報導與真實建構：新聞框架的理論觀點》。臺北市：政治大學傳播學院。
- 鄭宇君（1999）。《從科學到新聞--由基因新聞看科學與新聞的差距》。政治大學新聞學系碩士論文。
- 鄭卓英（1974）。〈各類傳播對台灣農民採納新事物之影響〉，《新聞學研究》，14: 265-305。
- 鄭尚騏（2020）。《利用資訊科技輔助台灣農產品生產者調節供需之研究-以甘藍菜農為例》。政治大學經營管理碩士學程（EMBA）學位論文。  
doi:10.6814/NCCU202000436
- 戴孟宜（2020）。〈農產品收購政策與現金補貼政策對農產品產地價格的動態影響〉，《應用經濟論叢》，107: 83-127。
- 謝君蔚、徐美苓（2011）。〈媒體再現科技發展與風險的框架與演變：以基因改造食品新聞為例〉，《中華傳播學刊》，20: 143-179。  
doi:10.6195/cjcr.2011.20.07
- 謝志偉（2007）。〈教育研究典範的未來趨勢混合方法論(Mixed Methodology)介紹〉，《屏東教育大學學報》，26: 175-194。
- 謝廉一、王鎬杰、林美瑄（2011）。《中央與地方分工合作，共謀解決產銷問題》。（農政與農情月刊，編號 GPN：2007300013）。臺北市：行政院農委會農糧署。
- 韓宜、楊明憲（2014）。〈我國區域農業可行機制之研究:以雲嘉南區域為例〉，《調查研究-方法與應用》，32: 87-128。
- 簡立賢（2018）。〈農業小知識 Q&A—產銷失衡〉，《興大農業》，101: 11-11。取自 [http://nchuaec.nchu.edu.tw/docs/NO\\_101.pdf](http://nchuaec.nchu.edu.tw/docs/NO_101.pdf)
- 羅凱凌（2017）。〈誰說了算？台灣全民健康保險會利害關係人政策參與之個案研究〉，《臺灣民主季刊》，14(3): 103-145。

## B. 新聞報導

- 自由時報，〈KMT 搶救梨山高麗菜農 烏龍一場〉，取自  
<https://news.ltn.com.tw/news/life/paper/1088739>
- 行政院農業委員會（2007 年 3 月 15 日）。〈農委會籲請生產重要農產品農友，辦理生產申報〉【農業新聞】。臺北市：行政院農委會。取自  
[https://www.coa.gov.tw/theme\\_data.php?theme=news&sub\\_theme=agri&id=2847](https://www.coa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=agri&id=2847)



- 行政院農業委員會農糧署（2018年7月4日）。〈外銷、加工及直銷三箭齊發 八大產銷穩定措施保障農民收益〉【農業新聞】。臺北市：行政院農委會。取自  
[https://www.coa.gov.tw/theme\\_data.php?theme=news&sub\\_theme=agri&id=7387](https://www.coa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=agri&id=7387)
- 李忠憲、黃鐘山、許國楨、張菁雅、吳欣恬（2017年3月25日）。
- 李慧宜（2018年7月17日）。〈02種蕉如賭，產地一路輸到市場〉。《上下游新聞市集》。取自 <https://www.newsmarket.com.tw/banana-tw/ch02/>
- 周麗蘭（2018年11月30日）。〈菜王變菜土 農委會作壁上觀〉。《中時電子報》。取自 <https://www.chinatimes.com/newspapers/20181130000590-260102?chdtv>
- 林怡均（2020年5月19日）。〈香蕉產地價格突暴跌，與市場末端價差4—5倍！農民呼籲政府應介入調查〉，《上下游新聞市集》，取自  
<https://www.newsmarket.com.tw/blog/132645/>
- 林彥彤（2018年3月5日）。〈高麗菜批發價每公斤剩2元？農糧署澄清：昨天還有7元〉。取自  
<https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2355907>。
- 林珮君（2019年11月22日）。〈花生之亂01〉有心人挑起花生之亂，產地價雪崩，農委會每公斤67元保價收購，呼籲農民勿拋售〉。上下游新聞市集。<https://www.newsmarket.com.tw/blog/127092/>
- 林慧貞（2014年5月13日）。〈高麗菜價格高 農民搶種12月恐全面崩盤〉。上下游新聞市集。取自 <https://www.newsmarket.com.tw/blog/78445/>
- 林慧貞（2014年5月16日）。〈中間商聯合壓低價格 蒜價低迷 政府治標不治本〉。上下游新聞市集。取自  
<https://www.newsmarket.com.tw/blog/50824/>
- 陳頡（2018年6月8日）〈散播「香蕉遭棄置」假照 國民黨道歉被嗆翻〉。TVBS。取自 <https://news.tvbs.com.tw/politics/934671>
- 焦鈞（2019年2月18日）。〈2019農業政治貿易戰03〉台灣鳳梨出口超過九成依賴中國，銷量三倍躍升是福是禍？〉。取自  
<https://www.newsmarket.com.tw/blog/117043/>
- 黃靖貽（2020年8月28日）。〈美豬美牛進口鬆綁安全嗎？圖解、QA一次看〉。取自 <https://www.cna.com.tw/news/firstnews/202008285011.aspx>
- 葉冠好（2018年03月04日）。〈新北救菜價 產地直銷便宜賣〉。取自  
<https://news.ltn.com.tw/news/local/paper/1180799>。
- 雷立芬（2017年6月24日）。〈護蕉價 公民團體介入 遠勝過不作為〉，《聯合報》，A15。
- 廖淑玲（2018年3月2日）。〈被北農休市打趴！農民罵翻：高麗菜每公斤剩2元還無處賣〉，取自  
<http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2353973>
- 綜合報導（2018年3月8日）。〈背黑鍋？他分析：北農休市非菜價暴跌主因〉。取自 <http://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2359661>。



- 劉怡馨、林珮君 (2019 年 7 月 31 日)。〈前言：國民蔬菜成國民賭局〉。上下游新聞市集。取自 <https://www.newsmarket.com.tw/cabbage/00-cabbage-gambling-in-taiwan-introduction/>
- 蔡佳珊 (2016 年 10 月 20 日)。〈糧食自給率僅剩 31.4%，五年新低 | 蔬果肉類進口量大幅上揚 創十年新高〉，《上下游新聞市集》。取自 <https://www.newsmarket.com.tw/blog/88940/>
- 蔡佳珊 (2018 年 3 月 31 日)。〈蒜頭大中間商現身說法：進口蒜頭庫存過量是假，國際蒜價衝擊本土蒜價是主因〉，《上下游新聞市集》。取自 <https://www.newsmarket.com.tw/blog/108109/>
- 蔡佳珊 (2019 年 10 月 2 日)。〈糧食自給率創 15 年新高！107 年糧食自給率 34.6%，食米量微幅上揚，雞肉需求大增〉，《上下游新聞市集》。取自 <https://www.newsmarket.com.tw/blog/125437/>
- 鄭舫 (2018 年 9 月 6 日)。〈蔬果產銷失衡價格崩盤監委令農委會改善〉。《中時電子報》。取自 <https://www.chinatimes.com/realtimenews/20180906003190-260407?chdtv>
- 顏宏駿 (2018 年 3 月 21 日)。〈數字會說話！高麗菜今年 3 月交易均價比去年同期高 5 成〉。取自 <https://news.ltn.com.tw/news/life/breakingnews/2372412>

### C. 外文文獻

- Alam, M. A. (2018). *Aquaculture in Bangladesh: essays on production variability, consumer preferences and market integration. Unpublished doctoral dissertation*, School of Economics and Business, Faculty of Social Science, Norwegian University of Life Sciences, Norway.
- Betton, S., Davis, F., & Walker, T. (2018). Rumor rationales: The impact of message justification on article credibility. *International Review of Financial Analysis*, 58, 271-287. doi.org/10.1016/j.irfa.2018.03.013
- Carretta, A., Farina, V., Martelli, D., Fiordelisi, F., & Schwizer, P. (2011). The Impact of Corporate Governance Press News on Stock Market Returns. *European Financial Management*, 17(1), 100-119. doi:10.1111/j.1468-036X.2010.00548.x
- Chung, I. J. (2011). Social amplification of risk in the Internet environment. *Risk Analysis: An International Journal*, 31(12), 1883-1896.
- Denzin, N. K. (1978). The logic of naturalistic inquiry. In N. K. Denzin (Eds.), *Sociological methods: A sourcebook*. New York: McGraw-Hill.
- Frewer, Lynn (2004). The public and effective risk communication. *Toxicology Letters*, 149(1-3): 391-397.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. MA: Harvard University Press.
- Gregory, J., & Miller, S. (1998). *Science in public: Communication, culture, and credibility*. New York, NY: Basic Books
- Hughes, E., Kitzinger, J., & Murdock, G. (2006). The media and risk. In P. Taylor-Gooby & J. O. Zinn (Eds.), *Risk in social science* (pp. 250-270). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Iftikhar, M., Khan, G. A., & Hussain, J. (2019). Identification and prioritization of agricultural risks with special context of rice crop in the Punjab, Pakistan. *International Journal of Agricultural Extension*, 7(1), 99-105.

- Jaffee, S., Siegel, P., & Andrews, C. (2010). Rapid agricultural supply chain risk assessment: A conceptual framework. *Agriculture and rural development discussion paper*, 47(41), 41-64.
- Jia, M., Ruan, H., & Zhang, Z. (2017). How rumors fly. *Journal of Business Research*, 72, 33-45.
- Kellner, D., & Share, J. (2005). Toward critical media literacy: Core concepts, debates, organizations, and policy. *Discourse: Studies in the cultural politics of education*, 26(3), 369-386.
- Messner, F., & Meyer, V. (2006). Flood damage, vulnerability and risk perception—challenges for flood damage research. In *Flood risk management: hazards, vulnerability and mitigation measures*, 13: 149-167.
- Oh, S.-H., Lee, S. Y., & Han, C. (2020). The Effects of Social Media Use on Preventive Behaviors during Infectious Disease Outbreaks: The Mediating Role of Self-relevant Emotions and Public Risk Perception. *Health Communication*, 36(8), 972-981. doi:10.1080/10410236.2020.1724639
- Riad, J. K., & Norris, F. H. (1998). Hurricane Threat and Evacuation Intentions: An Analysis of Risk Perception, Preparedness. *Social Influence, and Resources*. Newark, DE: Disaster Research Center, University of Delaware.
- Sarkar, S., & Padaria, R. N. (2016). Farmers' awareness and risk perception about climate change in coastal ecosystem of West Bengal. *Indian research journal of extension education*, 10(2), 32-38.
- Siganos, A., & Papa, M. (2015). FT coverage and UK target price run-ups. *The European Journal of Finance*, 21(12), 1070-1089. doi:10.1080/1351847X.2014.924077
- Smith, B., Taylor, M., & Thompson, K. (2015). Risk perception, preparedness and response of livestock producers to bushfires: A South Australian case study. *The Australian Journal of Emergency Management*, 30(2), 38-42.
- Tang, O., & Musa, S. N. (2011). Identifying risk issues and research advancements in supply chain risk management. *International Journal of production economics*, 133(1), 25-34.
- Tashakkori A. & Teddlie C. (1998). *Mixed methodology: Combining qualitative and quantitative approaches*. London, UK: Sage.
- van Dijk, T. A. (1993). *Elite discourse and racism* (Vol. 6). London, UK: Sage.
- van Dijk, T. A. (1998). *Ideology: A multidisciplinary approach*. London, UK: Sage.
- Wang, J., Xie, Z., Li, Q., Tan, J., Xing, R., Chen, Y., & Wu, F. (2019). Effect of Digitalized Rumor Clarification on Stock Markets. *Emerging Markets Finance and Trade*, 55(2), 450-474. doi:10.1080/1540496X.2018.1534683
- Westcott, R. A. N., Ronan, K., Bambrick, H., & Taylor, M. (2017). "Don't Just Do something... stand There!" emergency responders' Peri-incident Perceptions of animal Owners in Bushfire. *Frontiers in veterinary science*, 4, 34.
- Zhou, H., Nanseki, T., & Takeuchi, S. (2012). Dairy farmers' risk perception and risk management in China-Evidence from Hebei province and Inner Mongolia. *Agricultural Information Research*, 21(2), 20-27.
- Zulfiqar, F., Ullah, R., Abid, M., & Hussain, A. (2016). Cotton production under risk: a simultaneous adoption of risk coping tools. *Natural Hazards*, 84(2), 959-974.
- Freeman, R. E. (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach. *Journal of Management Studies*, 29, 131-154. 10.1017/CBO9781139192675.

附錄：欄位操作表

欄位	說明	內容選項
no (編號)	每篇文章雖有原網站之專屬 id 但為亂碼，故定義樣本排序為號碼	阿拉伯數字 1.2.3……
框架	綜合文獻與自行新增，共十個	風險訊息、風險管理、經貿發展、民生相關、農民自銷、政府措施、公益善事、利益受損、產業創新、其他
作物	自農業專業媒體立意取樣	鳳梨、香蕉、高麗菜
消息來源 A		
消息來源 B		
消息來源 C	研究者先行從資料集抽取出每個	自文中擷取消息來源頭銜與名字
消息來源 D	消息來源	
消息來源 E		
消息來源 F		
消息來源 G		
身份 A		
身份 B		
身份 C	將消息來源定義為小單位後，再	
身份 D	綜合文獻定義其身份種類，向上	各單位身份請見 17 消息來源總表
身份 E	歸納而得中單位與大單位	
身份 F		
身份 G		
字數	文章內容字數	301 – 500 字、501 – 700 字、701 – 900 字、901 字以上