

# 從語料分析探究有機食物之媒體 再現：三十年之意義與轉變\*

紀慧君\*\*

## 摘要

本研究探討有機食物相關之新聞報導。從 1987 至 2016 年，以語料庫分析方式，探究新聞中如何使用字彙，又如何形成論述，以探究有機食物如何隨著時代的轉移，而有不同的意義。

研究發現，在有機食物開拓期，「農業」可視為新聞對有機食物報導之重點；中期，從農業活動轉向商業主題，意味焦點從生產轉移至消費面向。近年來，報導出現與小農相關的詞彙，象徵新聞對有機食物的報導，側重在描述生產者、農作物以及土地之關係與倫理。

**關鍵字：**有機食物、風險、健康、語料分析

\* 本文為作者科技部計畫「當健康成為自我治理—剖析食物、身體、權力的關係」（NSC 97-2410-H-032-015-MY2）之部分研究結果。作者感謝匿名評審與編委會提供的修正意見，以及研究計畫助理陳碧芳。

\*\* 紀慧君為淡江大學大眾傳播學系副教授，E-mail: 098302@mail.tku.edu.tw。  
投稿日期：2018/01/24；通過日期：2018/08/02

## 壹、研究目的與動機

本研究探討有機食物相關議題之新聞報導，以語料庫分析的方式，探究三十年報導主題，以掌握有機食物議題之變化。我們從 1987 至 2016 年，分析新聞對有機食物相關詞彙與主題之報導，以探究有機食物的意義如何隨著時代的轉移，而有不同的意義。

有機食物的意義，一直因為時代的變遷而有變化。新聞報導的再現方式既反映了這種變遷，也是塑造人們感知有機食物的重要方式。新聞報導通過特定的用詞、主題，以及敘事方式，有機議題可以再現為反對工業化的運動、或是與環境永續發展相關的栽種方式、或者是做為與健康構連的消費方式、或者是做為量產之後之商業模式，又或者是做為一種建構自我認同之生活方式。以上各種對有機議題之報導模式，似乎都呼應社會當時對有機食物之分類和意義賦予，另一方面，亦建構出人們對有機食物不同的認知。各種角度對有機食物之再現，顯示人類與食物之間，可以發展出不同的關係。我們認為，這正顯現出食物意義之多樣性，而探究食物意義之最終目的在探究人與食物之間的關係。

有機食物源自於反省科學化與工業化所產生之弊端，同時省思人與環境之間的關係。隨著傳統信任力量的式微，食品工業化造成食物系統的改變 (Jacobsen, 2004: 73)。二十世紀的後半期，將工業上大量生產的方式，運用到農業與食品上。當農業被等同於工業，重視的焦點即為如何提升單位面積之生產量，它的特徵即是高度的不確定性和矛盾性 (Lupton, 1999: 11)。工業食品的全球化帶給人們許多外來的食物，也導致人們對食物風險的憂慮 (Ashley, 2004: 196)。人們無時無刻都處於食品添加物、化學藥品的風險之中。食物導致的風險巨大莫測，因為它會直接進入人的身體，風險變得更大、更無法預測。由於食品的工業化，形成高度不確定性與反常性，有機農業便在這個時候興起，被視為能夠促進環境永續以及食品安全的另類農業 (Rigby & Cáccres, 2001 ; Vogt, 2007)。

對化學藥品、環境以及食品安全，所造成的影響感到憂心，農民開始轉種有機 (Lockeretz, 2007: 5)。近年來，隨著對食品安全問題、環境以及小農處境之關注，這些變化，都使得有機農業對公眾產生更大的吸引力。根據瑞士有機農業研究機構 (Research Institute of

Organic Agriculture, FiBL) 2017 年發表的數據指出，截至 2015 年底，全球以有機方式經營的農地面積為 5,090 萬公頃，較 1999 年成長了 362% (Willer & Lernoud, 2017: 39)。英國有機監控公司 (Organic Monitor) 亦表示，有機食物的銷售額在 2015 年達 816 億美元 (約新台幣 2.4 兆元)，較 2000 年成長了 356% (Sahota, 2017: 140)。

至於臺灣有機食物發展，無論是在生產或是消費的範疇，在過去的十多年內也有大幅的成長。商業發展研究院研究發現，臺灣連鎖型有機專賣店近三年店家從 496 家快速展店至 605 家，臺灣健康有機市場產值每年逾百億 (葉卉軒, 2016.11.18)。2017 年，行政院農業委員會指出，國內有機農業驗證面積已達 7,200 餘公頃，佔總耕地面積的 0.8%，較 2007 年成長 3.5 倍 (行政院農業委員會農糧署, 2017.07.27)。

本研究以語料庫分析之方式，從 1987 至 2016 年，分析有關有機食物之新聞報導方式與轉折，我們認為，關於有機食物之新聞報導，背後蘊藏對食物、健康以及環境的想像，以下說明。

## 貳、文獻檢閱

### 一、有機食物之意涵

有機食品的快速成長，與公眾對工業食品業者的顧慮密切相關 (Pollan, 2006 / 蕭秀珊、黎敏中譯, 2008: 164)。有機農業的概念，發展於十九世紀末至二十世紀初，東西方不約而同的提倡替代工業化農業的農耕方式。除了對農業行為之反省，有機農業也被視為一種對當代社會生活型態、社會文化檢討下的產物，如同 Guthman (2004) 將有機農業的發展，歸為社會運動的討論範疇。

食物與其他物品最大的不同，在於它是能進入我們身體的東西，這是最自我本位 (egotistical) 的事情 (Beardsworth & Keil, 1997: 152)，食物導致的風險巨大莫測，因為它會直接進入人的身體。當今社會的風險，根據 Beck (1992: 21) 所指，是「工業化下的總和產物」。工業化造成的後果，使人們在日常生活，面臨各式各樣與無法預測的風險。在違背自然的情況下，工業破壞了生態與自然基礎，一種史無前例，完全無法掌握的社會與政治發展力量被釋放了出來，它的發展結果，也促使我們必須去重新思考自然與社會的關係

(Giddens, 1990 ; Beck, 1992) 。

幾個世紀以來，「風險」這個概念，已經改變了意涵。早期，風險是指一個自然危險，不可抗力的可能性。諸如狂風暴雨、洪水或是傳染病，這些屬於非人為的自然事件。現代化以前的風險，多來自與自然災害或流行傳染病相關的事件，是屬自然形成，而非人為主導 (Lupton, 1999: 5) 。

然而，現代的風險，是屬於人為的事件 (Beck, 1992: 5) 。自十九世紀後，都市化的過程，使得人口過度集中，食物生產日漸集約，食品加工業愈來愈配合耐久性消費品產業所設立的模式，供給變得機械化，配銷經過重組 (Fernández-Armesto, 2001 / 韓良憶譯, 2012 : 290-299) 。這些工業化食品的特色在於採用機械化的生產線，製造標準化產品，也提高個人在日常生活中的風險。工業化農業、大型農場以及農業企業化都是使土壤退化，水源污染和減少農業生物多樣性的最大因素，這也是有機農業興起的重要原因 (Rehber, 2012: 361) 。有機農業的發展，除了對農業行為的反省外，也被視為一種對當代社會生活型態、社會文化檢討下的產物。例如，另類農業生產技術、健康純淨飲食、反文化運動以及當代環境主義等。

根據「國際有機農業運動聯盟」(The International Federation of Organic Agriculture Movements, IFOAM) 的界定，有機農業是一種能維持土壤、生態系和人類三者的生產體系，依賴的是當地的生產過程、生物多樣性和自然循環。有機農業乃結合傳統、創新與科學，有利於共用的環境，並提升自然界的公平關係及良好的生活品質 (賴朝明, 2011 : 3-4) 。有機農業不只是一種對工業化農業發展困境的解決方案，亦是一種有別於現代化生活方式的指涉，是一種在生活、飲食等面向上強調回歸自然、降低人為壓迫的改革運動。因此，有機農業對工業化的當代社會而言，是一種另類的生活選擇 (陳玠廷、黃慧瑜, 2016 ; Tovey, 1997 ; Murdoch & Miele, 1999 ; Vogt, 2007) 。

## 二、慣行化有機

整體而言，有機農業的起源主要因為工業化農業之危機 (Vogt, 2007: 9-10) 。對環境保護之重視，以及發生在世界各地的食品安全事件，都提高了消費者的健康意識，使有機食品成為公眾關注的焦點，促使許多學者進行研究 (Hsu, Chang, & Lin, 2016: 200) 。

然而，當有機食物開始受到社會關注時，因為需求日增，有機食物開始量產。有機產業逐漸成為農業生產之主流。此時，有機農業已轉變為一種食品工業，也就是進入「慣行化有機」（conventional organic）階段。Guthman（2004）在《農業之夢》（*Agrarian Dreams*）中描述加州地區有機農業的發展時指出，只問結果不顧過程的有機農業，已由社會運動轉變為一種食品工業。因此，「慣行化有機」描述的是追求單一栽培以及工業化經營的有機農業，有機農業已經成了一種工業（Patel, 2009: 377）。有機農業已經被資本主義、工業主義所滲透，這意味著有機食物雖然源自於對工業化之反省，然而，有機食物在逐漸成長後，卻出現了有機食物工業化的情況（Pollan, 2006／蕭秀珊、黎敏中譯，2008：149-150）。有機食品開始量產，成為一種商品，生產者在追求利益極大化的情形下，出現與當初不同的理念轉變，這樣的有機農業型態，被認為有違有機農業所重視的初衷，因而備受爭議。

因此，1990 年開始，為了對抗全球化造成的大型有機農業現象，開始推動「在地食物運動」（local food movement），強調不應只關注嚴格的有機認證或食物的安全，反而應投入更多心力重建地方經濟文化、社會正義、維護環境與生態，建立「在地化的食與農」（栢瀉俊子，2014／蕭志強、鍾怡婷、林朝成與王偉綱譯，2016：208）。也就是說，由於農村貧困和邊緣化日益嚴重，以及對少數民族和土著居民的日益壓迫，破壞了農業的公平性。因此，後期有機運動提倡尊重食物「提供者」的價值。有機運動開始支持那些培育、種植、收穫以及加工食品的婦女和男子，農民和小規模家庭農民、牧民、手工業者等農業和漁業工人。這裡的重點在於使得處於經營劣勢的小農，得以投入有機農業的產銷行列（Rehber, 2012）。

近期，有機農業訴求的，不只是不用化學肥料或農藥，更重要的在於建立生產者、消費者與銷售者，以及人、農作物與土地環境的關係（Tovey, 1997；Jarosz, 2000）。也就是主張在食物系統的核心是生產者、分配者、消費者的期望和需求，而不是市場和財團的要求（Clendenning, Dressler, & Richards, 2016: 169）。

### 三、有機食品相關研究

有關有機食物的研究，大致可以分為如下面向：在有機食物「生

產」方面之研究，多注重在農業經濟、農業推廣與食品科學等幾個領域（陳嘉尚，1993；游仲恆，1999；鍾瑞貞，2004），或者從有機勞動者之勞動參與，描繪有機農民的勞動形象（傅晴華，2006）。

從「銷售」方面之研究，多從商業面向討論有機議題，或探究有機店鋪經營模式，又或者將重點放在有機食物的品牌形象、行銷與通路策略。例如吳品賢（2005）從風險角度出發，探究有機究竟是「商機」還是「生機」，文中指出有機食物運用信仰、環保與健康等論述建構文化價值以及意識型態。銷售者將有機食物納入醫療脈絡，使得有機與健康、無污染畫上等號，使得購買有機食物更具有消費意義。也有研究指出，在當代社會，有機食物賦予了宗教、環保或是健康等論述，讓有機食物成為一個具有價值的符號（溫惠貞，2007；陳憲佑，2011；韓宜靜，2011；邱元儂，2013；陳彥孜，2013；黃郁婷，2015；陳叙蓓，2016）。

在有機「消費」層面，研究者主要調查消費者在有機消費時的購買意願、購買動機以及購買行為（黃湘瑜，2007；賴振聲，2008；譚振中，2012；巫惠卿，2014；陳靜雯，2016）。或從身體切入，探討個人或社群如何建構此一特定的食物範疇之價值與文化意義，並經由身體的實踐，而成為個人或社群建構自我認同的一種展現形式（林淑蓉，2008）。

至於在討論有機食物與媒體再現的研究，陳玠廷（2013）分析《中國時報》、《聯合報》、《自由日報》、《蘋果日報》以及《工商日報》從1988到2010年，共609篇的新聞標題，分析不同發展階段臺灣有機農業的媒體再現，及所呈現之風險、信任機制等反身現代特徵。此論文依臺灣有機農業發展歷程，分為「有機萌芽期」、「概念模糊期」及「立法規範期」等三階段，探討媒體報導對有機農業的論述型態與再現內涵。研究顯示，在「有機萌芽期」，媒體報導注重在對環境及健康有益的農業形式，「概念模糊期」強調對健康的益處，以及有別於其他產品的品質。在「立法規範期」，焦點在立法明訂需通過有機驗證，以及開始重視非生產面向的價值。此研究之主要目的，在建議農政部門應正視不同型態友善環境之耕作行為，透過相關促進性質法規的立法，保障非資本密集小農的生存空間，以實踐有機農業關於永續發展的願景。

陳琪惠（2006）以內容分析與框架分析，探究《中國時報》、

《聯合報》以及《民生報》之報導，從 1995-2006 年，這 11 年間，媒體在有機興起過程中扮演的角色。在新聞框架上面，她參考 Lockie (2006)、Thogerson (2006) 等人對食品領域之框架研究，以「個人身心價值」、「風險論述」、「非科學 vs. 科學論述」以及「利他主義」作為新聞的分析框架，發現有機食品報導以「吃有機食品相當於健康與環保」之「個人身心價值」為最主要的新聞框架。

Lockie (2006) 在分析關於「有機食品」的相關新聞發現，有機新聞報導具有如下特性。首先，有機新聞常常以他們「不是什麼」的概念再現在新聞之中，例如，有機食品不會污染環境，有機食品不使用化肥。其次，媒體強調的是有機食品與傳統農業的不同性質，忽略有機食品的其他面向，諸如科學以及農業產製等面向。最後，新聞報導運用特定的框架，建構有機食物意義，把有機食品再現為安全、自然以及營養的同義詞，也就是面對食品風險或化學污染的解決之道。Meyers & Abrams (2010) 分析五家全國性的報紙，如何框架與報導有機食物。他們進行歷時 18 個月的分析，結果顯示，有機食物的媒體報導中，出現「倫理」、「健康」、「農產品」以及「工業化」等框架，他們發現出現最多的框架是「倫理框架」，有機食物被建構為對環境以及農民友善的倫理框架。此外，新聞報導亦建構出有機食物較高的品質：諸如有機食物較為安全與營養，這些都會影響人們對有機食物的認知，並影響他們的購買意願。最後，Meyers & Abrams (2010) 建議，應對有機食品與媒體再現等相關問題，做更長時間的研究，以觀察媒體報導有機食物之變化。

媒體如何報導與再現有機食物，會建構人們對有機食物之認知。學者指出，多數人們對農業以及食物的栽種，並無親身以及直接的接觸經驗，因此，新聞媒體是人們感知食物議題最主要的來源，諸如食物的風險，食物的種類以及食物的安全，人們會依賴媒介提供的訊息 (Zimelman, Wilson, Bennett, & Curtis, 1995: 154; Frewer, Howard, Hedderley, & Shepherd, 1996)。因此，分析新聞媒體如何再現農業的主題，便有其重要意義。在過往，媒體與有機食物的相關研究中，研究者多以內容分析或是文本分析探究媒體與有機食物之關連，較無法處理長時間以及大量的新聞報導。基本而言，內容分析是依據研究者目的設定編碼，並設定分析單位。語料庫分析則與其不同，語料庫分析是以詞彙做為分析單位，同時，語料庫分析方法可以進行更龐大資

料的分析，並且找出語言論述的潛在規則或模式（郭文平，2015）。

## 參、研究方法

本研究之目的在探究自有機農業之始至今（1986年1月1日至2016年12月31日），三十年來有關有機食物之新聞報導。因應為期三十年新聞報導之大量資料，本研究使用語料庫分析之研究取徑進行分析。語料庫分析以大量電子化文本資料為基礎，目的在找出語言運用規則及模式，分析文本中字彙如何使用、又如何形成論述。

通過分析詞彙的相對頻率及其使用方式，語料庫分析可以探究文本中特定的語法和詞彙選擇的規律，有效減少研究者將直覺做為唯一判斷的闕漏（Hyland, 2009b: 127）。語料庫分析可以提供量化的數字資料，有助於為論述分析提供研究基礎，將語言出現的模式帶入論述分析中（Hyland, 2009a: 29；2009b: 110）。我們將語料庫的分析時間，設定為臺灣有機農業開始的1986年。1986年，農委會邀請專家學者評估實行「有機農業」的可行性，開始在農業改良場進行田間試做，輔導農民轉種有機作物，被視為有機農業之起點。

### 一、語料庫分析

為建構本研究所需之語料庫，研究者自「聯合知識庫」中搜尋《聯合報》自1986年1月1日至2016年12月31日有機食物的新聞報導。臺灣四大報當中，鑒於《中國時報》與《自由時報》數位化較晚，《蘋果日報》於2003年5月才開始在臺灣發行，為了呈現有機食物的完整脈絡，本研究選擇以資料庫最完整的《聯合報》為分析對象。

資料蒐集採取關鍵字搜尋法，本研究先以「有機」為關鍵字進行搜尋，再透過縮小搜索範圍的方式將「有機會」、「有機器」等非關鍵字串排除，接著再篩去「有機」這詞彙在全文僅出現一次，主題並非與有機食物有關的新聞文本。經搜索後發現1986年並無與有機議題相關的新聞，因此將分析範圍調整為1987年1月1日至2016年12月31日，取得7,839篇，共2,251,529字，報導有機議題的新聞作為本研究的語料資料庫，詳細的資料見下表1。



表 1：有機食物新聞語料資料篇數統計表

年份	篇數	年份	篇數	年份	篇數	年份	篇數	年份	篇數
1987	2	1993	7	1999	168	2005	415	2011	373
1988	9	1994	15	2000	455	2006	425	2012	540
1989	5	1995	8	2001	304	2007	421	2013	611
1990	4	1996	39	2002	376	2008	475	2014	543
1991	2	1997	61	2003	349	2009	348	2015	683
1992	5	1998	49	2004	389	2010	309	2016	449

資料來源：本研究整理

在進行有機食物新聞語料庫分析前，需先採取「中文斷詞」步驟，將中文文本詞彙斷開，才能辨識中文語料。這是因為中文字彙之間並無間隔，軟體程式無法判定具意義詞彙所組成之字數，研究者需先將中文句子中的字詞分開，語料庫分析軟體方能進行辨識分析（郭文平，2015：106）。本研究採用的是中央研究院中文詞知識庫小組開發的 CKIP 中文斷詞系統，該系統專門針對中文語言分析而設計，可將中文依詞彙意義斷開，並標示詞類，正確率達 95%-96%。

## 二、分析工具與方法

本研究以 WordSmith Tools 7.0，此一詞彙分析軟體，分析 7,839 篇有機食物的新聞報導。WordSmith Tools 主要功能是研究「文本中的單詞行為」（Sardinha, 1996, Overview），協助大型語料庫進行文本分析的綜合程式。Hyland（2009a: 28）表示，語料庫研究以詞頻（frequency）和關聯性（association）的證據作為解釋的起點。本研究採取分析方法包括詞頻統計列表（frequency list）、併置詞分析（collocation）及共詞分析（concordance），其分析方法意義及內涵說明如下：

- （一）詞頻統計分析：統計文本中各詞彙出現頻率，探究新聞媒體在報導有機議題時之語言使用規則。詞頻統計是指羅列出語料庫中所有詞彙，並顯示出現次數的列表（Hunston, 2002: 67）。詞頻是語料研究中的一個重要概念，如果某個字，字串或語法

模式經常出現，那該字彙就被認為是有重大的意義（Hyland, 2009a: 28；Hyland, 2015: 300）。

- (二) 併置詞分析：找尋有機議題的新聞報導中，特定詞彙跟哪些詞彙在新聞文本中經常伴隨出現，以獲取特定詞彙在新聞文本中作為主要用語的線索（Hunston, 2002: 77）。併置詞以  $T$  值（ $T$ -score）方式進行檢測，若  $T$  值達顯著水準，則可證明在整體語料庫中，兩個字彙相連的情況比起其餘的字彙更顯著。本研究將  $T$  值顯著水準設為 99.99% ( $p < 0.001$ )，達到此一顯著程度詞彙才會被列出討論（同上引：71-73）。
- (三) 共詞句分析：檢視有機議題的新聞文本中，關鍵詞在文本出現的意義（Hunston, 2002: 39）。共詞句分析將觀察字彙置於文本的脈絡中心，探詢其意義，又稱為「脈絡中的關鍵字彙」（key word in context），是語料分析中作為論述分析方法的基礎（郭文平，2017：43）。

### 三、分析架構與步驟

- (一) 進行字義歸類（semantic category）：自 1987 年起至 2016 年，以詞頻統計 7,839 篇新聞報導，得出前 100 個高頻率出現詞彙，進行字義歸類，建立主題類別，以探查「有機食品」相關的新聞報導之整體特徵。詞頻統計通常會獲得龐大數量的詞彙結果，本研究參考郭文平（2017）、Bevitori（2010）以及 McEnergy & Hardie（2011）之作法，選擇前 100 個高頻詞彙討論。
- (二) 分析變化趨勢：在研究步驟的開始，以五年區分為一個階段，做資料的初步整理與分析。用以比較新聞對有機食物報導的主題類別，在不同階段之數量以及相對比例，並探討變化的趨勢，找出有意義之轉折以及變化之時間點，據以劃分有機食物發展的階段，以說明三十年之變化。
- (三) 說明有機食物之意義與三十年轉變：根據上述劃定之時間階

段，找出與詞彙搭配之確定性與強度都達顯著標準的連用詞彙，進行併置詞與共詞分析，探究有機食物之意義與變化。

## 肆、研究發現

### 一、字義歸類與變化趨勢

在分析部分，本研究首先進行字義歸類，建立主題類別。

#### (一) 字義歸類

字彙頻率統計呈現出新聞報導中「經常出現」或「常被運用」的字彙，詞頻也代表特定新聞議題分布趨向，頻繁出現字彙反映媒體關切議題焦點，研究者根據高頻率出現字彙可進行「字義歸類」，查探新聞報導特徵（郭文平，2017：43-45）。

我們將 1987 至 2016 年，共 7,839 篇新聞報導，以詞頻統計得出前 100 個高頻詞彙，如附錄 A 所示。前 100 大詞頻字彙選擇作為後續分析標準是：出現頻率較高且跟有機食物相關的主題字彙；第二，與本研究問題相關之字彙，例如食品安全、風險等；最後，依據過去研究文獻討論，擷取相關字彙作為分析主題之依據。<sup>[1]</sup>我們將 1987-2016 年有機食物新聞，詞頻統計結果後的前一百大字彙，歸納為如下主題類別：

1. 與農業活動有關的詞彙，像是「種植」、「生產」、「栽培」等農業生產過程中的行為，或「肥料」、「公頃」等與農用資材，農地大小有關的詞彙，又或者是「蔬菜」、「蔬果」、「米」等表示作物種類的詞彙。
2. 與環境意識有關，反映出環境風險、環保行為，環境教育等的詞彙，如引發環境危害問題的「使用」、「農藥」、「廚餘」等，或是傳達環境永續價值觀或理念的「環保」、「自然」及「生態」等。
3. 表示行為者和引述意見用字的個人，社會機構和政府單位，可顯現有機食物與人之間關係的詞彙。如「他」、「農民」、「農會」、

「說」、「表示」等。

4. 與商業行為有關的詞彙，如「推廣」、「產品」、「消費者」等。
5. 與個人身心價值有關，可展現個人信仰、理念和日常生活實踐，表達個人「自我」意識的詞彙，像是與身體健康有關的「健康」，以及如「吃」、「活動」、「生活」等與日常生活實踐相關的詞彙。
6. 句子結構中的構成詞彙，不搭配其他字彙幾乎無法單獨產生意義的功能用字，像是「的」、「在」、「是」、「有」等，基於對新聞文本分析的整體意義不大（Bevitori, 2010，轉引自郭文平，2015：112），還有如「昨天」、「今年」等新聞的時間用字，因與研究問題無關，故在本研究中不予以討論。

## （二）主題變化趨勢

本研究以每五年作為一個階段，區分不同階段，統計各個階段前100個高頻詞彙的頻率，以比較新聞對有機議題報導的關鍵詞與主題，在不同階段之數量以及相對比例，以呈現三十年之變化趨勢，如表2與圖1。

表 2：歷年有機食物新聞用語類別與頻率百分比

年度	農業活動	環境意識	行為者	商業行為	身心價值	合計
1987-1991	56.94%	21.76%	16.95%	3.37%	0.99%	100%
1992-1996	28.40%	25.16%	20.91%	9.55%	15.98%	100%
1997-2001	33.20%	21.75%	22.59%	8.82%	13.65%	100%
2002-2006	32.67%	15.12%	25.76%	13.05%	13.40%	100%
2007-2011	29.13%	10.16%	30.83%	16.14%	13.75%	100%
2012-2016	26.21%	10.22%	30.99%	14.02%	18.56%	100%

資料來源：本研究整理

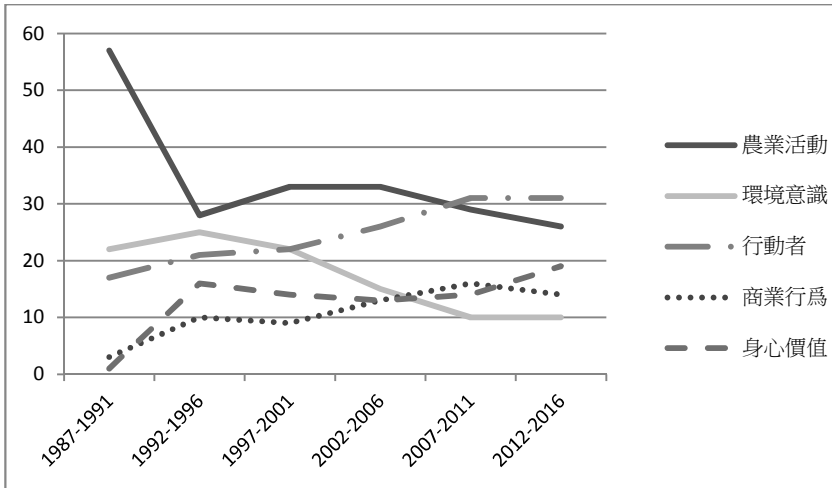


圖 1：有機食物新聞報導類別相對百分比變化

註：本研究繪製

依據表 2 與圖 1，說明報導主題之變化趨勢如下：

首先是農業活動。反映出在 1987-2006 年，有機農法屬於新興的農耕方式，因此，新聞媒體著重的是技術以及反對工業化的層面。之後雖然有下降趨勢，但相較於其他主題，僅在 2007 年以後，次於行為者，仍然佔據第二位，可看出新聞報導主要在透過農業活動之不同施做方式，說明有機農業活動與慣行農業之不同。

其次是環境意識。1987-1996 年，環境意識主題僅次於農業活動，佔據第二。與環境意識有關詞彙的多次出現，讓我們看到有機食物興起背後的环境意識。反映了有機食物的崛起，與關注工業化農業所造成的環境威脅有關，是一種對飲食工業化的反動。

第三是行為者。行為者主題逐年上揚，到 2007-2011 年，位居第一。早年的行為者侷限在兩大面向，首先是政府輔導面向，其次是農民施做的面向。晚期行為者主題的上揚，說明行為者從政府以及農民擴展至一般大眾，亦出現小農等詞彙，說明農民市集和學校菜園皆開始在各地崛起。

第四是商業行為。商業行為主題的逐年上揚，反映出有機產業逐漸步上軌道後，轉從效率、經濟產值等觀點思考這個產業的發展，因此，2007-2011 年，商業活動相關詞彙排名第三。意味著此時的有機

農產品受到市場機制影響，量產式、大規模的有機農場，逐漸成為當代有機產業生產單位的主流。

最後是身心價值。「健康」、「天然」、「養生」等與個人身心價值相關的詞彙，呈現出在重視個人身心健康時代，有機食物因其天然、不受化學農藥和肥料污染的形象，成為健康安全食物的代名詞。此外，「觀光」、「購買」與「體驗」等與生活方式相關的詞彙，說明有機食物從食物消費成為一種生活方式的實踐。

另一方面，從時間階段來看，前四個階段（1987-1991，1992-1996，1997-2001，2002-2006年），在100個詞頻列表上，呈現較高度的同質性，與2007-2011年，以及2012-2016年之使用詞彙有所差異。1987-1991，1992-1996，1997-2001，2002-2006，這四個階段在身心價值、農業活動和商業活動相關的詞彙，反映了臺灣自引入有機理念初期，逐漸開拓至穩定的成長；至於2007-2011年農業活動和商業行為相關的詞彙，顯示有機食物邁入產業化和國際化，意味著邁入慣行化有機階段；最後，2012-2016年，出現行為者、身心價值等相關詞彙，可以看到近期有機活動訴求和地方產生連結，友善對待大地以及和人們建立良好關係的發展。

## 二、有機食物之意義與三十年轉變

1987-2006 這四個階段，共有 2662 篇新聞，2007-2011 年有 1978 則新聞，至於 2012-2016 有 3119 則新聞，在考量詞頻列表之同質性以及新聞則數之均衡上面，本研究在進行分析時，將分析階段分為 1987-2006，2007-2011，2012-2016 三個階段，以比較三十年之變化趨勢。我們分別以附錄 B、C、D 列出 1987-2006 年、2007-2011 年和 2012-2016 年三個階段，新聞前 100 個高頻詞彙列表。

### （一）消費議題下的有機食物：從技術到商品

#### 1. 與農業活動的相關用語

在 1987-2006 年的「有機食品」相關的新聞報導，前 100 個高頻詞彙當中，農業活動相關的詞彙共有 32 個，佔前 100 個高頻詞彙總詞頻 31.80%。其中可以看到「農業」、「栽培」、「生產」、「種植」等詞彙都位居詞頻列表的前 20 名當中。因此，「農業」可視為

當時媒體對有機食物報導的主要焦點。

另外，「堆肥」、「輔導」、「製作」、「採」、「技術」、「補助」及「過程」都是只有在這個階段才出現的詞彙。本研究以併置詞分析上述詞彙和哪些詞彙連用，發現多數詞彙都與農作的方法或技術有關，例如，和「技術」連用的詞彙有「栽培」（ $n = 72, t = 3.46, p < 0.001$ ）、「生物」（ $n = 24, t = 2.20, p < 0.001$ ）等；「過程」的連用詞彙則有「生產」（ $n = 74, t = 3.62, p < 0.001$ ）、「肥料」（ $n = 61, t = 3.11, p < 0.001$ ）、「化學」（ $n = 50, t = 3.00, p < 0.001$ ）等。例如以下共詞句子（粗體字部分為關鍵詞彙，為研究者標示強調，非原文格式，以下共詞句做法相同）：

以有機肥料代替化學肥料，並以非農藥的防治**技術**清除病蟲害，改善土壤的汙染（黃政雄，1990.02.18）。

所謂有機食品，強調遵循自然法則，種植**過程**不加化學肥料、農藥、殺蟲劑等對人體有害的化學物質（林珍良，1996.11.02）。

這主要是由於有機農業作為對慣行農法的反省，報導因而強調化學農藥和肥料對人體和環境的危害，藉以突顯有機與以往耕種方式不同。另外，「輔導」、「補助」及「技術」這些詞彙的高頻出現，表示政府在推廣有機農業上的高度介入，像是透過技術支援、輔導和提供補助等方案鼓勵農民轉種有機作物。我們發現，和「輔導」連用的詞彙有「農會」（ $n = 91, t = 3.55, p < 0.001$ ）、「技術」（ $n = 28, t = 2.06, p < 0.001$ ）、「認證」（ $n = 33, t = 2.01, p < 0.001$ ）等；和「補助」連用的詞彙有「農民」（ $n = 152, t = 5.23, p < 0.001$ ）、「農委會」（ $n = 87, t = 4.01, p < 0.001$ ）、「肥料」（ $n = 70, t = 3.40, p < 0.001$ ）等。以下共詞句說明，臺灣有機理念初期之發展，是農政單位提供各種技術輔導，是一種引入後，自上而下的推動。

復興有機米產銷班最早是由農友白坤山試種，從七十八年接受台中農改場的技術**輔導**（紀文禮，1999.09.03）。

農委會補助全省各鄉鎮農會輔導農民成立有機米產銷班，生產有機米已多年（郭金潤，2000.12.27）。

在 1987-2006 年以 31.80% 獨佔鰲頭的農業活動相關詞彙，到了 2012 年只剩下 26%，意味著媒體在報導有機食物相關的新聞時主題偏好的轉移，以下說明。

## 2.與商業行為的相關用語

1987-2006 年，有機食物仍屬新興商品，有機食物新聞前 100 個高頻詞彙當中，商業行為相關的詞彙僅有 16 個，佔前 100 個高頻詞彙總詞頻 12.36%，是所有類別當中最低的。

2007-2011 年，商業行為相關的詞彙增至 22 個，佔前 100 個高頻詞彙總詞頻 16.14%，成為第三高的類別。到了 2012-2016 年，商業行為相關的詞彙略降至 19 個。2007 年，開始出現「品牌」、「市集」、「商品」、「產業」、「行銷」、「國際」、「合作」等詞彙。我們以併置詞分析上述詞彙和哪些詞彙連用，發現多數詞彙都與有機食物擴大發展版圖有關，像是和「行銷」連用的有「品牌」（ $n = 20, t = 2.33, p < 0.001$ ）、「網路」（ $n = 19, t = 2.4, p < 0.001$ ）、「國際」（ $n = 16, t = 2.15, p < 0.001$ ）等，象徵著有機食物的商業化日益蓬勃，並且朝國際邁進，如下列共詞句：

繼續爭取溫室設施補助，穩定農民收益，開拓有機米市場，  
建立品牌行銷國外，擴大栽培面積（魯永明，  
2009.03.22）。

媒體從農業活動的主題，轉向商業主題的報導，也意味著媒體的報導從生產面向轉移至消費面向。例如，和「品牌」連用的「商品」（ $n = 33, t = 2.49, p < 0.001$ ）、「環保」（ $n = 35, t = 2.42, p < 0.001$ ）、「保養」（ $n = 32, t = 2.41, p < 0.001$ ）等詞彙反映從 2007 年開始，報導的重點轉移至消費、品牌等面向，例如以下共詞句：

使用種植過程中儘量不噴灑農藥的有機棉，是許多品牌開發  
環保材質第一步，Nike、FILA、Signature 等品牌都有有機



棉商品（李思嫻，2008.06.02）。

預計明年一期作收割後擴大種植，在美華等里成立三個產銷班，推廣有機耕耘並建立行銷通路，讓穀寶米成為全國知名**品牌**（劉愛生，2008.12.12）。

另外，有機農業能夠在市場上成為一種具有發展力的產業，和有機食物的健康訴求有密不可分的關係。接下來，我們要進一步討論，挪用社會環境中健康概念，有機飲食成為個人健康以及規避風險的選擇。

## （二）健康議題下的有機食物：從健康到生活方式

### 1. 有機食物與健康

1987-2006 年，有機食物新聞前 100 個高頻詞彙當中，與個人身心價值相關的詞彙僅有 13 個，佔前 100 個高頻詞彙總詞頻 12.99%。2007-2011 年，相關詞彙維持在 13 個，但總詞頻比率提升至 13.74%。到了 2012-2016 年，相關詞彙增加至 19 個，佔比進一步提升至 18.56%。其中，1987-2006 年出現「生機」、「飲食」等詞彙，我們以併置詞分析查探上述詞彙和哪些詞彙連用，發現有機食物、生機飲食和健康幾乎是密不可分的概念，例如「飲食」的連用詞彙為「生機」（ $n = 349, t = 6.48, p < 0.001$ ）、「健康」（ $n = 249, t = 5.15, p < 0.001$ ）、「自然」（ $n = 113, t = 3.46, p < 0.001$ ）等。共詞句如下例：

近年來吃素的民眾日多，並將吃素和環保觀念結合，除了倡導不殺生外，也不用農藥和化學肥料種植果蔬，不使用味精烹調，稱為自然**飲食**（李漢昌，1993.06.27）。

「健康」在有機食物新聞當中出現的次數一直很多，1987-2006 年其佔比有 0.22%，排在第 9 位，2007-2011 年也有 0.23%，排在第 8 位，到了 2012-2016 年雖然略下跌至 0.20%，但仍居於第 11 位。這說明標榜著自然與健康的有機食品，以較高的價格與健康概念等意象上市，似乎成為人們關注健康的一種選擇。食品安全的問題，讓在臺灣

推行已有一段時間的有機食物，再度引起媒體的熱烈討論。有機認證成為消費者規避食安風險的選擇，共詞句如下：

近期毒食品新聞不斷、食品**安全**衛生屢被質疑，有機食品逐漸受到消費者的青睞，有機栽植農產品也越來越受到重視（徐天財，2013.07.17）。

在有機食物新聞當中，「食品」與「安全」常被連用，顯示人們在風險社會中，選擇有機食物來趨避風險。人們無時無刻都處於食品添加物以及化學藥品的風險之中。在工業化的風險社會，食物變得越來越去個人化（impersonal），人們對食物越來越沒有把握（Lappé, 2003，轉引自張雅蘭，2011：199-200），有機農業便被視為能夠促進環境永續以及安全的農業（Rigby & Caccres, 2001；Lockeretz, 2007: 5；Vogt, 2007）。如以下共詞句：

雲林縣農民范秀蘭之前使用慣性農法，去年到農民大學上課，又遇上食品**安全**危機後，決定採用有機方式管理作物，她認為讓消費者能吃得安心又健康，這是生產者的良心與責任（姜宜菁，2015.02.09）。

由於國人對於食品**安全**需求日趨重視，有機黃豆在國內市場的需求量大，花蓮區農改場為配合活化休耕農地（邱立雅，2015.04.25）。

在我們的語料庫分析中，「安全」一詞在 1987-2006 年的佔比僅 0.04%，到了 2007-2011 年也只有 0.05%，然而來到 2012-2016 年，0.09% 的佔比不僅擠進了前 100 個高頻詞彙列表，更位居 49；而「安心」一詞在 1987-2011 年期間的佔比都只有 0.03%，到了 2012-2016 年則提升至 0.06%，因而在前 100 個高頻詞彙列表位列 90。在食品的安全疑慮下，人們會選擇有機食物規避風險，因此在食安風暴期間「安全」和「安心」二詞大幅上升。

2012-2016 年，「安全」的連用詞彙為「食品」（ $n = 115, t = 3.57, p < 0.001$ ）、「健康」（ $n = 110, t = 3.31, p < 0.001$ ）等；「安

心」的連用詞彙則有「吃」（ $n = 134, t = 4.74, p < 0.001$ ）、「健康」（ $n = 52, t = 2.82, p < 0.001$ ）、「安全」（ $n = 29, t = 2.01, p < 0.001$ ）等。這說明從 2012 年開始，有機食品的選擇與規避風險高度相關。有機食物與健康產生構連關係，特別是在食品安全問題的風險社會中，為了自我的健康，人們要注意與管理自己的日常飲食（Lupton, 1996, 1999, 2000；Akins & Bowler, 2001；Ashley, 2004）。因此，在風險社會，由於食品安全重創人民對「吃」的信心，也讓訴求天然、健康的有機蔬食市場日益熱絡，創造一年四十億商機（林哲良，2013.08.25）。如以下共詞句：

許多食品使用大量的農藥、化肥、人工添加物，形成對人體**健康**的威脅，也因此，選擇自然農耕有機栽培的有機蔬菜、水果，就成了不少追求健康飲食人士的新方向（曹韻怡，1997.03.02）。

瘦肉精、禽流感、不當添加物等**黑心食品**泛濫，因而強調環保、天然的有機農夫市集水漲船高，吸引不少民眾的青睞（楊秋蓮，2012.04.15）。

健康的選擇是食物的選擇，也就是一種消費者的選擇（Lupton, 1999；Tulloch & Lupton, 2003）。在這樣的概念下，人們必須避免有問題的食物，為自己的健康負起責任，只有做好食物的管理，才有健康的身體。健康是一種需要不斷地自我控管、注意以及改善的長期事業，健康成為一種「自助式」（self-help health practice）的健康，食物與人們的關係成為一種「治理技術」的實踐（Halkier, 2004: 29）。

## 2.從飲食擴展至休閒生活

有機的起源，與生活改革有關（Vogt, 2007: 9-10）。有機農業早期的發展，除了是對農業行為的反省外，也被視為一種對當代社會生活型態、社會文化檢討下的產物。有機農業除了是一種對慣行農業發展困境的解決方案，亦成為一種有別於現代化生活方式的指涉，是一種在生活、飲食等面向上強調回歸自然的改革運動（reform movement）（陳玠廷，2013：167-168）。因此，在有關「身心價

值」的分類主題中，除了與身體健康有關的詞彙，我們還要探究有機食物如何展現個人信仰、理念和日常生活實踐，表達個人「自我」意識的詞彙。

1986-2006年，和「休閒」連用的詞彙包括「農園」（ $n = 94, t = 2.88, p < 0.001$ ）、「遊客」（ $n = 77, t = 2.53, p < 0.001$ ）、「旅遊」（ $n = 45, t = 2.12, p < 0.001$ ）等，2007-2011年，「休閒」的連用詞彙增加了「生態」（ $n = 27, t = 3.07, p < 0.001$ ）、「活動」（ $n = 21, t = 2.73, p < 0.001$ ）、「經營」（ $n = 16, t = 2.36, p < 0.001$ ）等，共詞句如下：

健康意識在旅遊界頗為盛行，有機水果成為休閒農場的王牌  
（林秀芳，1996.11.24）。

太康有機農業專區結合休閒農業與生態教育活動，不僅可以行銷專區生產的農產品，也讓遊客來此觀光、休閒、體驗學習有機農作物的栽培，帶動有機農業理念（劉金清，2010.04.29）。

事實上，有機運動從一開始就訴諸是一種生活改革，因此，與生活相關的詞彙，如「休閒」、「旅遊」、「活動」經常在有機食物新聞中出現。2012-2016年，和「休閒」連用的詞彙與2007-2011年的完全一致，意味著有機不僅是一種飲食，亦是一種生活方式的展現，這也說明，有機被建構成展現個人信仰、理念和日常生活實踐，食物的消費是生活方式的一種表徵（Lupton, 1996；Warde, 1997）。

### （三）環境議題下的有機食物：從環境永續到環境教育

有機食物標榜的天然種植跟養育，也在提醒人們反省對環境的危​​害，強調回歸自然以及自然和諧相處。因此，有機食物不只是屬於食物、個人層次的消費，與環境相關的詞彙也顯示出，有機食物與環境議題的關係。

#### 1.與環境議題的相關用語

1987-2006年，有機食物新聞前100個高頻詞彙當中，環境意識

相關的詞彙有 17 個，佔前 100 個高頻詞彙總詞頻 18.21%，是分類當中佔比第三高的詞彙。其中，「回收」、「處理」、「垃圾」、「汙染」、「資源」是只有在這個階段出現的詞彙。有機議題新聞當中與環境意識有關的用語呈現減少趨勢，到了 2007 年總詞頻比率只剩下原來的約一半（10.16%），相關詞彙剩 14 個。2012-2016 年相關詞彙剩 13 個，總詞頻比率維持在 10.22%。

我們以併置詞查探上述詞彙和哪些詞彙連用，發現如余宛如（2014）所述，當代農業被工業化的農業思維主導，過度強調產出與效率造成化學肥料的過度使用與農藥的濫用，例如「汙染」的連用詞彙有「環境」（ $n = 84, t = 3.58, p < 0.001$ ）、「肥料」（ $n = 70, t = 3.05, p < 0.001$ ）、「農藥」（ $n = 66, t = 2.98, p < 0.001$ ）、「土壤」（ $n = 35, t = 2.22, p < 0.001$ ）等。與環境意識有關詞彙的高頻率的出現，讓我們看到有機食物的崛起，與關注工業化農業所造成的環境威脅有關，反映出有機食物在臺灣發展的社會脈絡近似其他國家，與環境的永續發展有莫大的關聯。如下列共詞句：

先進國家及臺灣，皆警覺大量施用化學肥料將加速土壤酸化，並汙染地下水，為了改善施用化肥的這些弊端，目前已鼓吹大量用綠肥等有機肥料，而少用化肥（陳承中，1988.12.02）。

## 2.環境與教育

與環境意識有關的新聞用語從 2012 年開始，出現「教育」、「綠色」等詞彙，象徵著環境意識已融入校園，成為環境教育的一環，像是〈高雄市農業局為市民耕耘出綠色其跡，從學校紮根，辦講座，結合綠色友善餐廳，再來一趟深根食遊小旅行〉（張世雅，2012.11.29）、〈富里推食農教育，小學生插秧，營養午餐自己種〉（邱立雅，2015.07.25）。

從 2012 年開始，「化學」、「環保」等詞彙消失在前 100 個高頻詞彙列表中，取而代之的是「教育」、「營養」、「午餐」等詞彙。「教育」一詞在 1986-2006 年所佔比例只有 0.04%，到了 2007-2011 年也只是 0.03%，但在 2012-2016 年提高至 0.08%，並且排在前 100 個高頻詞彙列表中的第 68 位。此時，有機理念帶入校園，學校規

劃「環境生態教育課程」，教導學生「堆肥及有機肥料製造」（吳淑玲，2012.11.16）。另外，也開始辦理有機營養午餐，希望讓有機觀念深入學校。共詞句如下例：

新北市推廣有機蔬菜餐，學子品嚐、接觸有機食物，間接讓有機概念深入這群「最有意義的消費者」，也希望帶動其他縣市試辦有機**營養午餐**（祁容玉，2013.08.14）。

新北市府為避免學童**營養午餐**受黑心食品影響，3月起在50所國中小學自立中央廚房推動「每周一餐有機蔬菜」計畫（孟祥傑，2012.04.06）。

另外，「學生」一詞比例的上揚，也說明環境與教育之間產生了緊密的連結，1987-2006年，「學生」一詞的佔比僅0.05%，到了2007-2011年，上升至0.08%，2012-2016年更進一步上升至0.12%。和「學生」連用的詞彙有「課程」（ $n = 20, t = 2.17, p < 0.001$ ）、「老師」（ $n = 21, t = 2.15, p < 0.001$ ）、「體驗」（ $n = 22, t = 2.07, p < 0.001$ ）等。如下列共詞句：

校園裡有塊有機菜園，童鳳嬌說，家長務農比率甚高，規畫課程時兼顧地方特色，讓**學生**能關懷家鄉，親身體驗農夫種菜辛勞，才會珍惜三餐品嚐到的蔬果（王慧瑛，2010.09.27）。

#### （四）有機議題中的行為者：從農民到一般大眾

##### 1. 行為者詞彙之轉變

1987-2006年，有機食物新聞前100個高頻詞彙當中，與行為者相關的詞彙有22個，佔前100個高頻詞彙總詞頻24.62%，是分類當中次多的詞彙類別。到了2007-2011年，行為者相關的詞彙增至25個，總詞頻增至30.83%，超越農業活動相關詞彙，成為佔比最高的類別。2012-2016年，行為者相關的詞彙數量維持在25個，總詞頻略增至30.99%。

1987-2006年，出現頻率較高的行為者是「他」、「農民」、

「農會」，皆位居詞頻列表的前 10 名當中，意味著有機農業在臺灣，主要是由政府從上至下推動，並且只是農業工作者或特定消費族群關注的議題，與社會大眾關聯不大。但是，自 2007 年，行為者開始轉向社會大眾，語料庫中出現了「我」、「我們」、「大家」等詞彙。代表農民的「產銷班」一詞，佔比在 1987-2006 年是 0.06%，到了 2007-2011 年降至 0.04%，到 2012-2016 年只剩 0.03%。

行為者的轉變，象徵著有機從農地轉向日常生活。例如，在 1987-2006 年，「廚餘」是由企業進行回收，製成的有機肥用於農業，此時，「廚餘」的連用詞彙為「回收」（ $n = 1,281, t = 6.48, p < 0.001$ ）、「台塑」（ $n = 248, t = 2.82, p < 0.001$ ）、「清潔隊」（ $n = 155, t = 2.19, p < 0.001$ ）等，如下列共詞句：

台東縣議員昨天紛紛要求縣府響應台塑回收廚餘生產有機肥計畫，在台東縣推廣有機蔬菜、有機茶（周全剛，2000.05.05）。

2007-2011 年，「廚餘」的連用字彙從「企業」，轉向「社區」：鼓勵民衆用廚餘自製堆肥供自家種花種菜，共同解決環境問題，這意味著有機轉換成一種民衆共同參與的活動。例如，此時「廚餘」的連用詞彙為「堆肥」（ $n = 100, t = 5.36, p < 0.001$ ）、「社區」（ $n = 38, t = 3.21, p < 0.001$ ）、「民衆」（ $n = 31, t = 2.86, p < 0.001$ ）等，如以下共詞句：

環保局推廣社區大樓以廚餘製作液態有機肥，用來種植香草植物，成果大豐收（鄭文正，2007.03.15）。

使用廚餘堆肥方式製作有機肥料，使市民農園呈現田園溫馨景色，成為社區居民每天早晨和黃昏聚會、聊天、親子活動場所（黃宣翰，2008.05.07）。

## 2. 「小農」相關詞彙數量的上揚

小農相關詞彙數量的上揚，意味有機農業不只是一種別於工業化農業的耕種方式，更是在反思工業化的發展困境，建立生產者、農作

物與土地的關係，並以此帶動鄉村地區的永續發展（Tovey, 1997；Jarosz, 2000）。所以，有機農業發展時，有學者將有機農業視為公民農業（civic agriculture）之範疇，認為有機農業應與在地生活有所聯繫，給予生產者合理的報酬，也就是被視為是一種培植地方小農、支持地方產業與活化鄉村的行為（董時叡，2010；Lyson & Guptill, 2004）。

2012 年開始，「農委會」出現的比例從 1987-2006 年的 0.09% 降至 0.04%，語料分析顯示，出現較多與農人有關的詞彙，像是「小農」、「農友」等。「小農」一詞在 1987-2006 年僅出現 10 次，佔比低於 0.01%，然而，2012-2016 年驟升至 0.09%，在前 100 個高頻詞彙列表當中排在第 51 位。透過併置詞與共詞分析查探，發現「小農」一詞的連用似乎有些轉變，1987-2006 年，此階段的小農似乎是缺乏競爭力的農人，如下列共詞句：

臺灣土地面積狹小，大部分都是小農，造成先天條件不足，無法與先進國家大農競爭，因此產業組織相當重要；組織結構健全，小農也可以成為大農（林如森，1999.05.17）。

但 2012-2016 階段的小農是另外一種類型，是一群以有機方式耕作，但無意進有機認證體制的農人；於是繼共同購買的分銷制度後，又出現了一種新的分銷制度——小農市集。2012-2016 年，「小農」的連用詞彙有「市集」（ $n = 91, t = 3.18, p < 0.001$ ）、「在地」（ $n = 83, t = 3.07, p < 0.001$ ）、「友善」（ $n = 58, t = 2.63, p < 0.001$ ）等；「農友」的連用詞彙有「市集」（ $n = 47, t = 2.33, p < 0.001$ ）。如下共詞句：

市府積極推展友善農業，成立多處提供在地安全、有機農產品的農夫市集，不僅讓民眾透過與在地小農對話過程產生信任感，也讓友善耕作的辛勤小農獲得市民支持（連珮宇，2016.05.21）。

上述共詞句說明有機食物源自於對工業化以及生活方式之反省，然而食品區域分銷系統並不適用於小農場的運作，以工業化經營有機



農場的方式，可能對環境造成不良影響。在經歷有機農業大型化後，後期提倡在地生產，在地消費的概念。因此，在語料庫中，「友善」、「在地」等詞彙使用率上升，「友善」從 1987-2006 年的 0%，到 2007-2011 年有 0.01%，2012-2016 年有 0.07%；至於「在地」從 1987-2006 年的 0%，到 2007-2011 年有 0.03%，2012-2016 年提升至 0.11%。如以下共詞句：

有機小農都是小面積種植，在通路上常常遇到瓶頸，另外考慮到**在地**生產、**在地**消費，募集大北港地區 15 名農民參與，每人每天提供不同的蔬菜或是有機商品（姜宜菁，2015.01.05）。

## 伍、結論

本研究搜尋《聯合報》自 1987 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，7,839 篇之有機食物的新聞報導，作為本研究的語料庫。我們的目的是探究新聞對有機食物之報導，如何呈現臺灣社會對有機議題的認知歷程？新聞對有機食物之報導，如何建構臺灣社會有機食物的意義，其間又有何種轉變？以下，討論語料庫之分析運用以及論文之主要發現。

### 一、語料庫分析

因應為期三十年新聞報導之大量資料，本研究使用語料庫分析方式，找尋新聞報導中的語言模式。通過新聞中使用詞彙的頻率以及意義，語料庫的分析為新聞研究帶來新的視野，此取徑可以顯示特定語法與詞彙使用的規律，具有更多的資料作為依據，是一種排除個人偏好的研究取徑。

我們的目的，是去探究新聞媒體如何建構出有機食物在當代社會的意義。如同 Ewald (1991: 199) 強調「沒有什麼事物在本質上是風險，在現實中根本沒有風險，但是從另一方面講，任何事物都可能是風險，這取決於人如何分析危險、考慮事件」。因此，意義從來都不是客觀存在的，我們所認識的風險與意義，都是通過預先存在的知識和論述而形成的。社會上存有的風險與意義，是因為在其間，人們將

其定義為損害或者危險，在一個歷史或文化背景被看做危險或者有損害的，在另一不同的背景不一定是如此（Fox, 1999）。任何事物都可能成為風險，因此，風險的定義過程十分重要。在定義與建構食物風險的過程中，媒體扮演重要角色（邱玉蟬、游絲涵，2016；楊意菁，2017；Cottle, 1998；Lundgren & McMakin, 2009），新聞報導透過語言或符號，再現出有機食物做為當代社會規避風險的治理策略。

以往，媒體與有機食物的相關研究中，研究者多以內容分析或是文本分析探究媒體與有機食物之關連，無法處理較長時間以及大量的新聞報導。語料庫分析是一適合探索大量文本資料之研究方式，大量語料有助研究者加強論證的強度與解釋力量，並注意到之前被忽視的面貌，擴展理論建構（Hyland, Chau, & Handford, 2013: 3）。

近年來，傳播學界愈來愈重視以文字探勘的方法處理大量資料，語料分析可以挖掘潛藏的意義（Schreibman, Siemens, & Unsworth, 2016）。此種「向運算轉」（computational turn）的研究趨勢，也逐漸的影響了人文社會研究領域（鄭宇君，2014；郭文平，2015，2017；Berry, 2011；boyd & Crawford, 2012；Giles, 2012）。本研究即運用語料庫分析之特性，進行長時間研究，探尋新聞媒體建構有機食物之意義與轉變。我們的目的在針對同一主題——有機食物之新聞報導，進行時間序列對比，比較有機食物之新聞報導，在不同時間之字彙與主題運用情況，探尋何以在這個階段，某些字彙與主題經常出現，而另一個階段卻會出現不同的字彙與主題，以探究新聞報導如何建構有機食物之意義與其轉變。

## 二、有機食品媒體再現

為了探究新聞媒體如何再現三十年之有機食物的意義與其轉變，本研究首先進行字義歸類，以詞頻統計得出前 100 個高頻率出現詞彙，以初步探查「有機食品」相關的新聞報導之特徵，並歸納出農業活動、環境意識、行為者、商業行為、身心價值以及功能與時間用字等六個主題類別。其次，以五年為一個階段，比較新聞對有機議題報導之主題類別，在不同階段之數量以及相對比例，以找出有意義的轉折點，劃定分析時間階段。我們將三十年劃分成 1987-2006，2007-2011，2012-2016 三個階段，分析這三個階段中前 100 個高頻詞彙，進行併置詞與共詞分析。我們進行時間序列對比，比較有機議題在不

同時間之字彙與主題之運用。最後，我們以「消費議題下的有機食物」、「健康議題下的有機食物」、「環境議題下的有機食物」以及「有機議題下的行為者」四個項目的演變過程，探尋三十年之變化。

在早期，有機食物做為一種新興的農業方式，是由技術層面主導。在此，有機食物與「耕種技術」等詞彙相關，與「行為者」相關的主要是耕種的農夫以及輔導的政府。因此，在 1987-2006 年的「有機食品」相關的新聞報導，「農業」可視為當時媒體對有機食物報導的主要焦點，多數詞彙都與農作的方法或技術有關，這說明在有機理念初期之發展，是由農政單位提供各種輔導，是一種自上而下的推動。在 1987-2006 年以 31.80% 位居第一的農業活動相關詞彙，自 2007 年開始被行為者相關詞彙超越。

在 1987-2006 年，出現頻率較高的行為者是「他」、「農民」、「農會」，意味著有機食物只是農業工作者，或特定族群關注的議題。但自 2007 年，行為者開始轉向「我」、「我們」、「大家」、「學生」、「大學」等詞彙。這說明有機食物與人產生了親密性，有機食物從耕地的作物，從技術的層次，轉變到與人的健康、生活方式息息相關。事實上，有機農業能夠在市場上成為一種商品，和有機食物中的健康訴求有密不可分的关系。1987-2006 年，有機食物新聞前 100 個高頻詞彙當中，與個人身心價值相關的詞彙僅有 13 個，到了 2012-2016 年，相關詞彙增加至 19 個。「健康」在「有機食品」相關的新聞當中出現的次數一直相當高，這說明有機食品似乎成為關注健康的選擇。

食品安全的問題，讓在臺灣推行已有一段時間的有機食物，再度引起媒體的熱烈討論。在我們的分析中，2012-2016 年「安全」、「安心」，躍居前 100 個高頻詞彙，分居 49 以及 90 名。這說明人們會選擇有機食物規避風險，因此在食安風暴期間「安全」和「安心」二詞大幅上升，人們更謹慎的管理自己的飲食。

由於傳統力量的瓦解，食物的產製已經不再經由傳統的方式，受到工業化以及全球化的影響，食物的種類和來源不再有地域、傳統以及季節的限制，這使得人們無法再依靠傳統習俗來建立對食物的信任。換言之，傳統家庭和社群網絡的弱化、文化的真空、季節和地方不再受限，使得食物失序，增加了當代人們對於食物安全的焦慮（Fischler, 1988；Beardsworth & Keil, 1997: 158）。在此脈絡下，

Lupton (1999: 44) 認為，當代看待食物的方式，是視食物為一種風險。由於食品工業中的高度不確定性、反常性造成了人們對於食物的焦慮，食物被視為某種「風險」與「威脅」。

此時，人們的飲食逐漸被建構成為自己的問題，食物與人們的關係成為一種「治理技術」的實踐 (Halkier, 2004: 29)。人們生活在食品安全的風險之中，有機食物被視為規避風險之治理策略。與健康產生構連以及有機議題從食物擴展至休閒生活，都使得新聞對有機議題的報導，從早期關注農耕的技術層面，轉向有機食物的商品面向。在我們的分析中，從 1987 至 2016 年，商業行為此一主題呈現不小的變化。1987-2006 年，有機食物仍屬新興商品，有機食物新聞前 100 個高頻詞彙當中，商業行為相關的詞彙僅有 16 個，是所有類別當中最低的。2007-2011 年，商業行為相關的詞彙增至 22 個，到了 2012-2016 年，商業行為相關的詞彙略降至 19 個。

有機食物成為一種具發展力的商品，有機食物開始量產，有機農業已由社會運動轉變為一種食品工業，也就是進入慣行化有機階段。為了反思此種現象，人們開始反省食物與人類、環境以及土地的關係，與環境相關的詞彙，正顯示出環境與有機議題的關係。1987-2006 年，有機食物新聞前 100 個高頻詞彙當中，環境意識相關的詞彙有 17 個，佔前 100 個高頻詞彙總詞頻 18.21%，是分類當中佔比第三高的詞彙。從 2012 年開始，與環境意識有關的新聞用語出現「教育」、「綠色」等詞彙，象徵著環境意識已融入校園，成為環境教育的一環。「教育」從 1986-2006 的 0.04%，一路攀升，至 2012-2016 年提高至 0.08%，並且排在前 100 個高頻詞彙列表中的第 68 位。這象徵著有機概念已走入校園，學校規劃生態教育課程，也開始辦理有機營養午餐。

此時，有機概念從農地作物，轉成一種教導方式，也從農人的種植技術轉化成為民眾共同參與的活動。行為者的主題分析彰顯了這個趨勢，在 1987-2006 年，出現頻率較高的行為者是「他」、「農民」與「農會」，意味著有機只是農業工作者或特定消費族群關注的議題。但自 2007 年，行為者開始轉向「我」、「我們」與「大家」等詞彙，意味著有機遍及到社會的其他領域。2012 年開始，出現了更多與農人有關的詞彙，像是「小農」、「農友」等。「小農」一詞在 1987-2006 年僅出現 10 次，佔比低於 0.01%，到了 2012-2016 年驟升

至 0.09%，在前 100 個高頻詞彙列表當中排名第 51 位，這顯示出小農權益理念之崛起，人們開始重新思索對環境以及農民的關係。

綜上所述，在有機食物開拓期，「農業」可視為新聞對有機食物報導之重點，此時媒體對有機食物的再現方式，著重在與農業相關之語彙，反映出自有機理念引入之初，從開拓至穩定成長之軌跡。中期，報導焦點從「農業活動」轉向「商業主題」，從生產轉移至消費面向，意味著邁入慣行化有機階段，有機農業被媒體視為一種具有發展力的產業。近年來，報導出現與小農相關的詞彙，象徵新聞對有機食物的報導，側重在描述生產者、農作物以及土地之關係與倫理。

隨著對環境、農民處境、健康以及食品安全的關注，有機食品的生產與消費在過去二十年間一路升高，成為比主流農耕制度具吸引力的替代方案。有機農業已在農業政策上發揮出超越其數據所呈現的影響力，因此，有機農業不應該被視為一種邊緣的行動，反而是一種抵抗工業化農業形態下的另類農食議題（alternative agro-food）（Page, 2002: 251）。Lockeretz（2007: 3-4）指出，有機農業的重要性和地位在這數十年間有明顯增長，然而，對「為什麼興盛」卻缺乏徹底的分析。因此，本研究自有機農業之始，分析有機食物之相關新聞報導。新聞媒體參與我們社會生活中符號建構與傳播的過程，社會與文化環境與媒介的互動，乃是漸近而長期的歷史建構過程（Couldry, 2008）。報紙歷史悠久，有助於從事歷史趨向的考察（王志弘、高郁婷與葉文琪，2017：43-85），因此，本研究選擇報紙為分析對象。

我們自「聯合知識庫」中搜尋《聯合報》自 1986 年 1 月 1 日至 2016 年 12 月 31 日，有關有機食物的新聞報導，我們的目的是分析有關有機食物新聞在不同階段之報導方式與轉折。當代社會對食物的觀點，實際上是歷史的沈澱。透過歷時性的比較，我們會更瞭解當前對食物的觀點為何如此，又從何而來。本研究認為，若要掌握飲食習慣的本質，必須研究其過往歷史並進行比較，若能把現在發生與過去已經發生的進行參照比對，我們對現在的瞭解將更為深入（Zwart, 2000: 114；Mintz, 2006: 3-4）。三十年關於有機食物之新聞報導，有各種不同形式與意義。這說明不同時代與社會建構出不同的食物觀點，而這些食物觀點，又投射當時的文化特色與價值，這顯現人們如何看待與理解食物的意義，背後藏有豐富的社會文化意涵。

## 註釋

- [1] 在進行「主題字彙」之主題類別設定時，本研究參照前述文獻檢閱部分，將過往有機食物之研究發現，納入主題類別，以呼應過去的研究發現。如文獻分析所示：陳琪惠（2006）發現有機食品報導以有機食品相當於「健康」與「環保」之「個人身心價值」為最主要的新聞框架。Lockie（2006）在分析「有機食品」相關新聞發現，新聞報導把有機食品再現為安全、自然以及營養的同義詞，有機食品被建構成人們對於食品安全、化學污染等恐慌時的解決之道。而 Meyers & Abrams（2010）之研究發現，有機食物被建構為對環境以及農民友善的倫理框架，本研究因此設定「環境意識有關詞彙」以及與「個人身心價值有關詞彙」做為分析之主題類別。另根據 Meyers & Abrams 分析結果，有機食物的媒體報導中，出現「農產品」框架。又過去研究發現，在有機「消費」層面，新聞報導會建構出有機食物較高的品質，以致於影響人們的購買意願。據此，本研究設定「與農業活動有關的詞彙」以及「與商業行為有關的詞彙」做為分析之主題類別。

## 附錄 A：1987-2016 年有機食物新聞詞頻列表

N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%
1	的	91,492	4.06	35	健康	4,837	0.21	68	再	3,168	0.14
2	#	44,504	1.98	36	要	4,815	0.21	69	最	3,140	0.14
3	有機	37,959	1.69	37	表示	4,620	0.21	70	廚餘	3,104	0.14
4	在	19,631	0.87	38	並	4,515	0.20	71	用	3,076	0.14
5	一	14,849	0.66	39	能	4,350	0.19	72	得	3,052	0.14
6	是	14,640	0.65	40	臺灣	4,322	0.19	73	使用	3,031	0.13
7	有	14,108	0.63	41	大	4,278	0.19	74	米	3,025	0.13
8	也	12,765	0.57	42	每	4,175	0.19	75	之	3,006	0.13
9	說	11,418	0.51	43	種植	4,117	0.18	76	栽培	3,001	0.13
10	與	10,161	0.45	44	來	4,019	0.18	77	今年	2,998	0.13
11	等	9,891	0.44	45	還	4,007	0.18	78	我	2,993	0.13
12	他	9,767	0.43	46	多	3,994	0.18	79	社區	2,972	0.13
13	不	8,801	0.39	47	從	3,983	0.18	80	又	2,847	0.13
14	及	8,407	0.37	48	很	3,960	0.18	81	由	2,830	0.13
15	以	7,865	0.35	49	更	3,925	0.17	82	時	2,809	0.12
16	農業	7,673	0.34	50	會	3,910	0.17	83	公頃	2,641	0.12
17	讓	7,645	0.34	51	昨天	3,893	0.17	84	兩	2,601	0.12
18	和	7,531	0.33	52	上	3,874	0.17	85	肥	2,596	0.12
19	到	7,210	0.32	53	前	3,854	0.17	86	推廣	2,581	0.11
20	可	7,072	0.31	54	農藥	3,827	0.17	87	做	2,573	0.11
21	將	6,825	0.30	55	中	3,782	0.17	88	產品	2,568	0.11
22	蔬菜	6,641	0.29	56	生產	3,688	0.16	89	自己	2,553	0.11
23	都	6,380	0.28	57	農會	3,663	0.16	90	家	2,527	0.11
24	了	6,155	0.27	58	已	3,562	0.16	91	而	2,526	0.11
25	農場	6,132	0.27	59	肥料	3,489	0.15	92	活動	2,487	0.11
26	人	6,121	0.27	60	或	3,482	0.15	93	環境	2,456	0.11
27	種	5,952	0.26	61	對	3,472	0.15	94	自然	2,456	0.11
28	為	5,946	0.26	62	可以	3,408	0.15	95	高	2,451	0.11
29	農民	5,923	0.26	63	好	3,380	0.15	96	生活	2,438	0.11
30	後	5,903	0.26	64	消費者	3,324	0.15	97	新	2,436	0.11
31	個	5,751	0.26	65	民眾	3,290	0.15	98	生態	2,436	0.11
32	就	5,576	0.25	66	蔬果	3,283	0.15	99	約	2,434	0.11
33	但	5,360	0.24	67	她	3,189	0.14	100	環保	2,425	0.11
34	吃	4,982	0.22								

資料來源：本研究整理。

註：(1) 語料庫總字數 2,251,529 字。

(2) #代表語料中的阿拉伯數字，軟體程式自動設定為同義的詞彙。

## 附錄 B：1987-2006 年有機食物新聞詞頻列表

N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%
1	說	3,756	0.45	35	她	969	0.12	68	觀光	668	0.08
2	他	3,309	0.39	36	處理	966	0.11	69	中心	667	0.08
3	蔬菜	2,918	0.35	37	產品	951	0.11	70	計畫	656	0.08
4	農業	2,748	0.33	38	活動	947	0.11	71	工作	641	0.08
5	廚餘	2,512	0.30	39	休閒	930	0.11	72	他們	633	0.08
6	農場	2,279	0.27	40	提供	929	0.11	73	業者	630	0.07
7	農民	2,230	0.26	41	台北	925	0.11	74	政府	628	0.07
8	肥料	2,065	0.25	42	化學	890	0.11	75	公斤	626	0.07
9	健康	1,868	0.22	43	發展	855	0.1-0	76	問題	625	0.07
10	農會	1,715	0.20	44	品質	850	0.10	77	輔導	618	0.07
11	栽培	1,704	0.20	45	環境	843	0.10	78	水果	601	0.07
12	肥	1,654	0.20	46	經營	840	0.10	79	製作	601	0.07
13	生產	1,633	0.19	47	土壤	819	0.10	80	植物	600	0.07
14	表示	1,615	0.19	48	飲食	818	0.10	81	單位	592	0.07
15	農藥	1,602	0.19	49	推出	808	0.10	82	汙染	588	0.07
16	吃	1,598	0.19	50	農園	805	0.10	83	資源	575	0.07
17	回收	1,588	0.19	51	指出	786	0.09	84	協會	571	0.07
18	使用	1,400	0.17	52	栽種	781	0.09	85	認為	562	0.07
19	種植	1,380	0.16	53	推動	779	0.09	86	採	560	0.07
20	社區	1,324	0.16	54	遊客	768	0.09	87	果園	558	0.07
21	消費者	1,305	0.16	55	垃圾	765	0.09	88	加入	556	0.07
22	環保	1,280	0.15	56	農產品	759	0.09	89	生機	549	0.07
23	蔬果	1,260	0.15	57	堆肥	750	0.09	90	日本	546	0.06
24	民眾	1,226	0.15	58	農委會	746	0.09	91	天然	545	0.06
25	米	1,192	0.14	59	地區	740	0.09	92	產銷班	537	0.06
26	推廣	1,179	0.14	60	公司	733	0.09	93	第一	527	0.06
27	公頃	1,129	0.13	61	方式	733	0.09	94	技術	522	0.06
28	臺灣	1,122	0.13	62	自己	730	0.09	95	發現	519	0.06
29	自然	1,097	0.13	63	電話	719	0.09	96	歡迎	515	0.06
30	食品	1,034	0.12	64	生活	710	0.08	97	補助	515	0.06
31	生態	991	0.12	65	價格	709	0.08	98	採收	510	0.06
32	市場	988	0.12	66	認證	694	0.08	99	傳統	506	0.06
33	高	973	0.12	67	舉辦	693	0.08	100	過程	500	0.06
34	利用	969	0.12								

資料來源：本研究整理。

註：語料庫總字數 841,755 字。



## 附錄 C：2007-2011 年有機食物新聞詞頻列表

N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%
1	說	3,065	0.56	35	推出	571	0.10	68	推動	390	0.07
2	他	2,567	0.47	36	栽培	561	0.10	69	食材	386	0.07
3	農業	1,805	0.33	37	栽種	553	0.10	70	方式	384	0.07
4	農場	1,501	0.27	38	高	546	0.10	71	食品	380	0.07
5	蔬菜	1,390	0.25	39	自然	520	0.09	72	政府	370	0.07
6	農民	1,355	0.25	40	推廣	517	0.09	73	地區	360	0.07
7	吃	1,319	0.24	41	提供	516	0.09	74	我們	360	0.07
8	健康	1,260	0.23	42	他們	512	0.09	75	買	359	0.07
9	臺灣	1,223	0.22	43	發展	500	0.09	76	利用	358	0.07
10	表示	1,062	0.19	44	肥	500	0.09	77	業者	353	0.06
11	她	933	0.17	45	環境	499	0.09	78	協會	351	0.06
12	種植	927	0.17	46	品牌	494	0.09	79	大家	350	0.06
13	我	907	0.16	47	市集	492	0.09	80	稻米	350	0.06
14	農藥	899	0.16	48	市場	490	0.09	81	農園	349	0.06
15	生產	896	0.16	49	茶	466	0.08	82	產業	348	0.06
16	米	875	0.16	50	體驗	460	0.08	83	日本	347	0.06
17	消費者	838	0.15	51	天然	455	0.08	84	中心	344	0.06
18	農會	835	0.15	52	經營	454	0.08	85	廚餘	342	0.06
19	蔬果	753	0.14	53	商品	451	0.08	86	工作	337	0.06
20	產品	701	0.13	54	賣	444	0.08	87	行銷	335	0.06
21	民眾	697	0.13	55	學生	442	0.08	88	指出	332	0.06
22	無毒	678	0.12	56	品質	441	0.08	89	電話	328	0.06
23	肥料	678	0.12	57	公司	439	0.08	90	發現	325	0.06
24	使用	659	0.12	58	咖啡	423	0.08	91	養生	319	0.06
25	環保	651	0.12	59	土地	414	0.08	92	公斤	315	0.06
26	生活	647	0.12	60	舉辦	414	0.08	93	國際	315	0.06
27	自己	645	0.12	61	台北	411	0.07	94	合作	314	0.06
28	認證	643	0.12	62	第一	411	0.07	95	採收	313	0.06
29	農產品	641	0.12	63	農夫	411	0.07	96	水果	313	0.06
30	活動	592	0.11	64	大學	410	0.07	97	參加	312	0.06
31	生態	590	0.11	65	農委會	410	0.07	98	植物	312	0.06
32	花蓮	585	0.11	66	價格	393	0.07	99	土壤	311	0.06
33	公頃	584	0.11	67	縣府	391	0.07	100	化學	309	0.06
34	社區	583	0.11								

資料來源：本研究整理。

註：語料庫總字數 550,181 字。

## 附錄 D：2012-2016 年有機食物新聞詞頻列表

N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%	N	Word	Freq.	%
1	說	4,597	0.53	35	農產品	920	0.11	68	合作	649	0.08
2	他	3,891	0.45	36	產品	916	0.11	69	業者	638	0.07
3	農業	3,120	0.36	37	栽種	911	0.11	70	友善	634	0.07
4	農場	2,352	0.27	38	花蓮	907	0.11	71	國小	631	0.07
5	農民	2,338	0.27	39	發展	899	0.10	72	縣府	631	0.07
6	蔬菜	2,333	0.27	40	推廣	885	0.10	73	餐廳	626	0.07
7	吃	2,065	0.24	41	提供	883	0.10	74	政府	606	0.07
8	臺灣	1,977	0.23	42	推動	869	0.10	75	他們	600	0.07
9	表示	1,943	0.23	43	生態	855	0.10	76	產業	592	0.07
10	種植	1,810	0.21	44	農夫	846	0.10	77	第一	591	0.07
11	健康	1,709	0.20	45	自然	839	0.10	78	協助	590	0.07
12	我	1,599	0.19	46	無毒	837	0.10	79	天然	589	0.07
13	民眾	1,367	0.16	47	市場	832	0.10	80	料理	564	0.07
14	農藥	1,326	0.15	48	土地	823	0.10	81	品質	561	0.07
15	她	1,287	0.15	49	安全	804	0.09	82	賣	559	0.07
16	蔬果	1,270	0.15	50	推出	789	0.09	83	價格	558	0.06
17	消費者	1,181	0.14	51	小農	757	0.09	84	買	557	0.06
18	自己	1,178	0.14	52	肥料	746	0.09	85	行銷	554	0.06
19	生產	1,159	0.13	53	食物	744	0.09	86	我們	551	0.06
20	食材	1,140	0.13	54	栽培	736	0.09	87	經營	551	0.06
21	環境	1,114	0.13	55	咖啡	728	0.08	88	遊客	550	0.06
22	農會	1,113	0.13	56	大學	723	0.08	89	綠色	548	0.06
23	市集	1,109	0.13	57	營養	722	0.08	90	安心	545	0.06
24	生活	1,081	0.13	58	方式	721	0.08	91	茶	545	0.06
25	社區	1,065	0.12	59	學校	713	0.08	92	作物	540	0.06
26	學生	1,023	0.12	60	舉辦	685	0.08	93	菜	537	0.06
27	體驗	987	0.11	61	午餐	684	0.08	94	特色	535	0.06
28	使用	972	0.11	62	問題	680	0.08	95	公司	532	0.06
29	米	958	0.11	63	台北	678	0.08	96	新北市	532	0.06
30	認證	955	0.11	64	食品	669	0.08	97	休閒	527	0.06
31	活動	948	0.11	65	教育	662	0.08	98	加入	525	0.06
32	在地	933	0.11	66	農友	652	0.08	99	大家	522	0.06
33	高	932	0.11	67	宜蘭	650	0.08	100	計畫	522	0.06
34	公頃	928	0.11								

資料來源：本研究整理。

註：語料庫總字數 859,593 字。

## 參考書目

- 王志弘、高郁婷、葉文琪（2017）。〈從牲畜到毛孩子：臺灣報紙動物再現的劃界敘事與情感化〉，《新聞學研究》，133：43-85。
- 王慧瑛（2010.09.27）。〈田園樂，精華國中，寓教學於種菜〉，《聯合報》，R04 版。
- 行政院農業委員會農糧署（2017.07.27）。〈行政院通過有機農業促進法草案 專法確保有機農業永續發展〉，《新聞與公報》，上網日期：2017 年 12 月 28 日，取自 [https://www.coa.gov.tw/theme\\_data.php?theme=news&sub\\_theme=agri&id=7017&RWD\\_mode=N](https://www.coa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=agri&id=7017&RWD_mode=N)
- 余宛如（2014）。《明日的餐桌：世界正在吃什麼？面對食安危機，我們需要美味的倫理與食物的正義》。臺北市：果力文化出版。
- 吳品賢（2005）。《有機，是生機或是商機？三個新竹組織化有機消費場域的分析》。交通大學社會與文化研究所碩士論文。
- 吳淑玲（2012.11.16）。〈落葉變堆肥，左鎮國中種有機菜，惱人落葉變教材，環境生態教育闢堆肥區、網室蔬菜，學生不僅能加菜，還可觀賞獨角仙生態〉，《聯合報》，B2 版。
- 巫惠卿（2014）。《食安風暴下消費者對安全食品購買意圖之研究：以有機醬油、有機食用油、有機米為例》。明新科技大學管理研究所碩士在職專班碩士論文。
- 李思嫻（2008.06.02）。〈消費不浪費，綠衣裳紅不讓〉，《聯合報》，D8 版。
- 李漢昌（1993.06.27）。〈新自然飲食展，教你吃出健康〉，《聯合報》，16 版。
- 周全剛（2000.05.05）。〈台東議員要求縣府推廣有機蔬菜〉，《聯合報》，17 版。
- 孟祥傑（2012.04.06）。〈50 國中小每周 1 天有機午餐，新北力推，菜甜米香小朋友吃光光，市長讚，計畫年底前擴大至百校，明年全面實施〉，《聯合報》，B2 版。
- 林如森（1999.05.17）。〈農會不重視農業推廣教育，反成了爭權奪利半官僚機構，團結對外，小農可組產銷策略聯盟〉，《聯合報》，8 版。

- 林秀芳 (1996.11.24)。〈採果之旅也強調健康意識，有機水果是觀光果園新王牌〉，《聯合報》，40 版。
- 林珍良 (1996.11.02)。〈有機食品買得安心吃得放心，從產品認證標誌來辨別，開封後要冷藏〉，《聯合報》，34 版。
- 林哲良 (2013.08.25)。〈太平洋建設跨足，看好 40 億商機，強調天然無添加主打千種有機蔬食，freshONE 超市開幕〉，《聯合報》，A3 版。
- 林淑蓉 (2008)。〈身體、實踐與自我修養：以有機食物的生產為例〉，《有機食品與自我修養：身體、消費與生活風格》。(國科會專題研究計畫成果報告，NSC 95-2412-H-007-006-MY2)。新竹：清華大學人類學研究所。
- 祁容玉 (2013.08.14)。〈以消費支持有機，新北有機午餐，280 中小學 9 月上菜〉，《聯合報》，A6 版。
- 邱元儂 (2013)。《飲食革命正流行——大王菜舖子的認同實踐與文化生產》。淡江大學大眾傳播學系碩士班學位論文。
- 邱玉蟬、游絲涵 (2016)。〈食品安全事件的風險建構與溝通：新聞媒體 VS. 政府〉，《中華傳播學刊》，30：179-220。
- 邱立雅 (2015.04.25)。〈顏色有黑、褐、灰及黃色，黃豆黑點是種臍，與基改無關啦〉，《聯合報》，第 B2 版。
- 邱立雅 (2015.07.25)。〈富里推食農教育，小學生插秧，營養午餐自己種〉，《聯合報》，B4 版。
- 姜宜菁 (2015.01.05)。〈走入菜市場 15 小農賣有機作物，元旦起試營運，自產自銷比通路便宜，推廣有機無毒農作，讓消費者吃得安心〉，《聯合報》，B2 版。
- 姜宜菁 (2015.02.09)。〈「瘋了嗎？」，她捨慣性農法種有機〉，《聯合報》，第 B2 版。
- 紀文禮 (1999.09.03)。〈復興有機米，北伐成功〉，《聯合報》，18 版。
- 徐天財 (2013.07.17)。〈歐盟／奧地利有機雙重認證，奧地利施蒂利亞有機南瓜籽油〉，《聯合報》，A16 版。
- 柊瀉俊子 (2016)。〈食農在地化〉，蕭志強、鍾怡婷、林朝成、王偉綱 (譯)《食農社會學：從生命與地方的角度出發》，頁 205-230。臺北：開學文化。(原書 柊瀉俊子、立川雅司、谷口吉光

- 編著 [2014]。《食と農の社會學：生命と地域の視點から》。日本京都：Minerva Shobu。）
- 張世雅（2012.11.29）。〈高雄市農業局為市民耕耘出綠色其跡，從學校紮根，辦講座，結合綠色友善餐廳，再來一趟深根食遊小旅行〉，《聯合報》，A15 版。
- 張雅蘭（2011）。〈綠化日常：論芭芭拉·金索夫在《自耕自食·奇蹟的一年》中的生態實踐與永續安居〉，《英美文學評論》，18：195-225。
- 曹韵怡（1997.03.02）。〈家庭主婦有機主義，吃青菜不青青菜菜〉，《聯合報》，41 版。
- 連珮宇（2016.05.21）。〈北海岸農法友善，生物活躍多樣性，鳥窩、螢火蟲和樹蛙常現身農場，無毒蔬菜更供應國中小營養午餐，明生物多樣性日，農友辦小農市集〉，《聯合報》，B2 版。
- 郭文平（2015）。〈字彙實踐及媒介再現：語料庫分析方法在總體經濟新聞文本分析運用研究〉，《新聞學研究》，125：95-142。
- 郭文平（2017）。〈緩慢開展的危害再現：媒介報導中的旱災、風險及氣候變遷論述之語料分析〉，《傳播研究與實踐》，7(1)：37-70。
- 郭金潤（2000.12.27）。〈大甲有機米全省第一，評比獲首獎，農委會輔導擴大栽培〉，《聯合報》，17 版。
- 陳承中（1988.12.02）。〈《新聞辭典》綠肥〉，《聯合報》，5 版。
- 陳玠廷（2013）。《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系博士論文。
- 陳玠廷、黃慧瑜（2016）。〈有機 3.0 的倡議與實踐：兼談臺灣有機農業立法〉，《農業推廣文彙》，61：145-156。
- 陳叙蓓（2016）。《有機食品包裝之幸福感視覺設計要素分析——以中高齡者為例》。雲林科技大學設計學研究所碩士論文。
- 陳彥孜（2013）。《探討影響消費者有機商品支付價格幅度之因素——以有機食品為例》。中央大學企業管理學系碩士論文。
- 陳琪惠（2006）。《有機食品的媒體再現——以〈中國時報〉、〈聯合報〉以及〈民生報〉的報導為例（1995-2006 年）》。政治大學新聞研究所碩士論文。

- 陳嘉尚（1993）。《臺灣有機農業發展與問題之探討》。臺灣大學農業推廣教育研究所碩士論文。
- 陳憲佑（2011）。《有機食品通路、服務品質與顧客忠誠度關聯之研究》。淡江大學管理科學研究所企業經營碩士在職專班碩士論文。
- 陳靜雯（2016）。《有機食品消費者購買意願研究》。東吳大學EMBA 高階經營碩士在職專班碩士論文。
- 傅晴華（2006）。《新選擇的可能與限制：台灣有機農業勞動者的勞動參與過程》。中正大學勞工所碩士論文。
- 游仲恆（1999）。《有機農產品認證問題分析——以消費層面分析》。臺灣大學農業推廣教育研究所碩士論文。
- 黃宣翰（2008.05.07）。〈頂庄社區環保全國特優，生態池、市民農園獲獎，市府主管參訪〉，《聯合報》，C1 版。
- 黃政雄（1990.02.18）。〈農地常年施用農藥化學肥料，農產品品質降低〉，《聯合報》，6 版。
- 黃郁婷（2015）。《產品知識、通路選擇、有機驗證標章對消費者知覺價值及購買意願之影響——以台灣有機食品為例》。成功大學企業管理學系碩士在職專班碩士論文。
- 黃湘瑜（2007）。《消費者的生活型態、購買動機與購買意圖之研究——以有機食品為例》。崑山科技大學企業管理研究所碩士論文。
- 楊秋蓮（2012.04.15）。〈黑心食品泛濫，安心有機農產受青睞〉，《大紀元新聞網》。上網日期：2017 年 12 月 16 日，取自 <http://www.epochtimes.com/b5/12/4/15/n3566370.htm>
- 楊意菁（2017）。〈風險溝通、媒體關注與框架分析：以新聞再現企業環境相關議題為例〉，《傳播研究與實踐》，7(1)：71-106。
- 溫惠貞（2007）。《風險社會中的有機消費文化：臺灣有機消費的組織研究》。南華大學社會學研究所碩士論文。
- 葉卉軒（2016.11.18）。〈搶食機！有機店暴走式展店〉，《經濟日報》。上網日期：2017 年 8 月 17 日，取自 <https://money.udn.com/money/story/5612/2114413?from=popin>
- 董時叡（2007）。《有機之談——有機農業的非技術面思考》。台中市：董時叡。

- 劉金清 (2010.04.29)。〈太康有機專區，吃到無毒美味，全國首座公家設立，結合休閒農業與生態教育，幫農民創造利潤〉，《聯合報》，B2 版。
- 劉愛生 (2008.12.12)。〈大溪穀寶米吃過都說讚，鎮所命名推廣，每公斤 70 元〉，《聯合報》，C1 版。
- 鄭文正 (2007.03.15)。〈社區廚餘「肥」了植物〉，《聯合報》，C2 版。
- 鄭宇君 (2014)。〈向運算轉：新媒體研究與資訊技術結合的契機與挑戰〉，《傳播研究與實踐》，4(1)：67-83。
- 魯永明 (2009.03.22)。〈太保農會三巨頭誕生〉，《聯合報》，C1 版。
- 蕭秀珊、黎敏中譯 (2008)。《到底要吃什麼——速食、有機和自然野生食物的真相》。臺北：久周文化。(原書 Pollan, M. [2006]. *The omnivore's dilemma: A natural history of four meals*. London: Penguin Press.)
- 賴振聲 (2008)。《台灣有機消費者的生活型態、購買動機與消費者態度之研究》。逢甲大學經營管理碩士在職專班學位論文。
- 賴朝明 (2011)。〈導讀〉，李漢庭譯，《有機神話的謊言》，頁 3-4。新北市：世潮。
- 鍾瑞貞 (2004)。《台灣有機農業發展的趨勢》。臺灣大學農業經濟學研究所碩士論文。
- 韓良憶譯 (2012)。《食物的歷史》。新北市：左岸文化。(原書 Fernández-Armesto, F. [2001]. *Food: A history*. London: Macmillan.)
- 韓宜靜 (2011)。《以敘事分析解讀有機食物在當代的意涵》。淡江大學大眾傳播學系碩士班學位論文。
- 譚振中 (2012)。《利用計畫行為理論探討台灣綠色工作者購買有機食品的意願》。中興大學科技管理研究所碩士論文。
- Akins, P. & Bowler, I. (2001). *Food in society: Economy, culture, geography*. London: Edward Arnold.
- Ashley, B. (2004). *Food and cultural studies: Studies in consumption and markets*. London: Taylor & Francis.
- Beardsworth, A., & Keil, T. (1997). *Sociology on the menu: An invitation to the study of food and society*. New York: Routledge.

- Beck, U. (1992). *Risk society: Towards a new modernity*. London: Sage.
- Berry, D. M. (2011). The computational turn: Thinking about digital humanities. *Cultural Machine*, 12, 1-22.
- Bevitori, C. (2010). *Representations of climate change: News and opinion discourse in UK and US quality press: A corpus-assisted discourse study*. Bologna, IT: Bononia University Press.
- boyd, D., & Crawford, K. (2012). Critical questions for big data: Provocations for a cultural, technological, and scholarly phenomenon. *Information, Communication, & Society*, 15, 662-679.
- Clendenning, J., Dressler, W. H., & Richards, C. (2016). Food justice or food sovereignty? Understanding the rise of urban food movements in the USA. *Agriculture and Human Values*, 33(1), 165-177.
- Cottle, S. (1998). Ulrich Beck, "risk society" and the media: A catastrophic view? *European Journal of Communication*, 13, 5-32.
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New Media & Society*, 10(3), 373-391.
- Ewald, S. (1991). Insurance and risks. In G. Burchell, C. Gordon, & P. Miller (Eds.), *The Foucault effect: Studies in governmentality* (pp. 281-289). London, UK: Harvester Wheatsheaf.
- Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2), 275-292.
- Fox, N. (1999). Postmodern reflections on risk, hazard, and life choices. In D. Lupton (Ed.), *Risk and sociocultural theory: New directions and perspectives*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Frewer, L. J., Howard, C., Hedderley, D., & Shepherd, R. (1996). What determines trust in information about food-related risks? Underlying psychological constructs. *Risk Analysis*, 16(4), 473-486.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Giles, J. (2012). Computational social science: Making the links. *Nature*, 488, 448-450.
- Guthman, J. (2004). *Agrarian dreams: The paradox of organic farming in California*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Halkier, B. (2004). Handling food-related risks: Political agency and governmentality. In M. Lien, & B. Nerlich (Eds.), *The politics of food* (pp. 21-38). Oxford, UK: Berg.



- Hsu, S. Y., Chang, C. C., & Lin, T. T. (2016). An analysis of purchase intentions toward organic food on health consciousness and food safety with/under structural equation modeling. *British Food Journal*, 118(1), 200-216.
- Hunston, S. (2002). *Corpora in applied linguistics*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hyland, K. (2009a). *Academic discourse: English in a global context*. London: Continuum.
- Hyland, K. (2009b). Corpus informed discourse analysis: The case of academic engagement. In M. Charles, D. Pecorari, & S. Hunston (Eds.), *Academic writing: At the interface of corpus and discourse* (pp. 110-128). London: Continuum.
- Hyland, K. (2015). Corpora and written academic English. In D. Biber, & R. Reppen (Eds.), *The Cambridge handbook of English corpus linguistics* (pp. 292-308). Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Hyland, K., Chau, M. H., & Handford, M. (2013). Introduction. In K. Hyland, M. H. Chau, & M. Handford (Eds.), *Corpus applications in applied linguistics* (pp. 3-9). New York: Bloomsbury.
- Jacobsen, E. (2004). The rhetoric of food: Food as nature, commodity and culture. In M. Lien, & B. Nerlich (Eds.), *The politics of food* (pp. 59-78). Oxford, UK: Berg.
- Jarosz, L. (2000). Understanding agri-food networks as social relations. *Agriculture and Human Values*, 17(3), 279-283.
- Lappé, F. (2003). *Hope's edge: The next diet for a small planet*. New York: Putnam Print.
- Lockeretz, W. (2007). What explains the rise of organic farming? In W. Lockeretz (Ed.), *Organic farming: An international history* (pp. 1-8). Oxfordshire, UK: CABI.
- Lockie, S. (2006). Capturing the sustainability agenda: Organic foods and media discourses on food scares, environment, genetic engineering and health. *Agriculture and Human Values*, 23, 313-323.
- Lundgren, R. E., & McMakin, A. H. (2009). *Risk communication: A handbook for communicating environmental, safety, and health risks*. Hoboken, NJ: Wiley
- Lupton, D. (1996). *Food, the body and the self*. London: Sage.
- Lupton, D. (1999). *Risk*. London: Routledge.

- Lupton, D. (2000). Food, risk and subjectivity. In S. J. Williams, J. Gabe, & M. Calnan (Eds.), *Health, medicine and society: Key theories, future agendas* (pp. 205-218). London: Routledge.
- Lyson, T. A., & Guptil, A. (2004). Commodity agriculture, civic agriculture and the future of farming. *Rural Sociology*, 69(3), 370-385.
- McEnery, T., & Hardie, A. (2011). *Corpus linguistics: Method, theory and practice*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Meyers, C., & Abrams, K. (2010). Feeding the debate: A qualitative framing analysis of organic food news media coverage. *Journal of Applied Communications*, 94(3), 1-15.
- Mintz, S. W. (2006). Food, history and globalization. *Journal of Chinese Dietary Culture*, 2(1), 1-22.
- Murdoch, J., & Miele, M. (1999). 'Back to nature': Changing 'worlds of production' in the food sector. *Sociologia Ruralis*, 39(4), 465-483.
- Page, B. (2002). Agriculture. In E. Sheppard, & T. J. Barnes, (Eds.), *A companion to economic geography* (pp. 242-256). Oxford, UK: Blackwell.
- Patel, R. (2009). Food sovereignty. *The Journal of Peasant Studies*, 36(3), 663-706.
- Rehber, E. (2012). Food for thought: "Four Ss with one F" Security, safety, sovereignty, and shareability of food. *British Food Journal*, 114(3), 353-371.
- Rigby, D., & Cáccres, D. (2001). Organic farming and the sustainability of agricultural systems. *Agricultural Systems*, 68, 21-40.
- Sahota, A. (2017). The global market for organic food & drink. In H. Willer, & J. Lernoud (Eds.), *The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends 2017* (pp. 138-142). Retrieved October 10, 2017, from <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/785/?ref=1>
- Sardinha, B. (1996). Review: Wordsmith tools. *Computers & Texts*, 12. Retrieved November 6, 2016, from <http://users.ox.ac.uk/~ctitext2/publish/comtxt/ct12/sardinha.html>
- Schreibman, S., Siemens, R. G., & Unsworth, J. (2016). *A new companion to digital humanities*. Chichester, UK: John Wiley & Son Inc.
- Thogerson, J. (2006). Media attention and market for "green" consumer products. *Business Strategy and the Environment*, 15, 145-156.
- Tovey, H. (1997). Food, environmentalism and rural sociology: On the

- organic farming movement in Ireland. *Sociologia Ruralis*, 37(1), 21-37.
- Tulloch, J., & Lupton, D. (2003). *Risk and everyday life*. London: Sage.
- Vogt, G. (2007). The origins of organic farming. In W. Lockeretz (Ed.), *Organic farming: An international history* (pp. 9-29), Oxfordshire, UK: CABI.
- Warde, A. (1997). *Consumption, food and taste*. London: Sage Publications.
- Willer, H., & Lernoud, J. (2017). Current statistics on organic agriculture worldwide: Area, operators, and market. In H. Willer, & J. Lernoud (Eds.), *The world of organic agriculture: Statistics and emerging trends 2017* (pp. 36-75). Retrieved October 10, 2017, from <https://shop.fibl.org/CHen/mwdownloads/download/link/id/785/?ref=1>
- Zimbelman, R. G., Wilson, L. L., Bennett, M. B., & Curtis, S. E. (1995). Public image of animal agriculture in the United States. *Livestock Production Science*, 43(2), 153-159.
- Zwart, H. (2000). A short history of food ethics. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 12(2), 113-126.

# A Corpus Analysis of Discourse on Organic Food: The Significance and Transformation of Thirty Years

Huei-Chun Chi\*

## Abstract

This article explores the representation of organic food in Taiwanese newspapers. A corpus analysis of long-term data collection focuses on how newspapers have portrayed organic food during 1987-2016.

The findings reveal that in the period of organic food development, “agriculture” can be regarded as the focus of news reports on the subject of organic food. In the medium term, shifting from agricultural activities to business themes means shifting the focus from production to consumption. In recent years, the vocabulary of farmers has been investigated, with a focus on describing the relationship and ethics of producers, crops, and land.

**Keywords:** corpus analysis, health, organic food, risk

---

\* Huei-Chun Chi is Associate Professor at Department of Mass Communication, Tamkang University, New Taipei City, Taiwan.