

國立臺灣師範大學社會教育研究所碩士論文

指導教授：林東泰博士

國內財經工商雜誌有關環境問題報導之內容分析

擬定題目：林美霞

中華民國 七十八 年 七 月

保護環境與改善環境乃是全世界人類共同的期望。筆者針對國內財經工商雜誌有關環境問題報導的研究，或將有助於我國推展環境教育。

本研究採用內容分析法。從國內雜誌中，選取十一種財經工商雜誌做為研究對象；取樣的範圍自民國七十年一月至民國七十七年十二月止，就其間有關環境問題報導的文章，共 2156 篇為本研究的樣本。

本研究有以下發現：

(一)報導的主題以「自然資源和生態關係」最多，其次是「人口問題與環境衛生」，「能源」居三；土壤污染、噪音等公害問題是較少報導的主題。

(二)報導的態度傾向於以維護環境為主，其中屬於認知層面的環境知識佔大多數。報導的文體以雜文和論述的方式為主。

(三)每本雜誌的報導平均篇數為 2.64 篇，平均篇幅是 8.7 頁，數量不多。

(四)歷年來，報導數量和我國國民所得的增加沒有顯着關聯。

本研究就以上發現提出三點建議：

(一)建立環保公權力，並切實執行法令。

(二)財經工商雜誌宜增加環保報導數量，強化報導內容，並提醒企業界重視環保。

(三)鼓勵從事各種大眾傳播媒體有關環境資訊內容之研究，以作為規劃環境教育的參考。

目 錄

論文提要

表圖目錄

壹、緒論..... 1

一、研究動機與目的..... 1

貳、文獻探討..... 4

一、大眾傳播的特性與媒體的效果..... 4

二、雜誌的社會教育功能..... 9

三、環境問題概觀..... 14

四、相關研究的探討..... 25

參、研究的設計與實施..... 32

一、時間的選定..... 32

二、分析單位與分析類目..... 34

三、樣本的選取..... 41

四、資料的搜集和處理..... 43

肆、資料的分析與解釋..... 46

一、有關環境問題報導的主題..... 46

二、對環境問題的關切程度..... 48

三、有關環境問題報導的變化..... 61

伍、結論與建議.....	73
參考書目.....	78
附錄一.....	87

表目錄

表 2- 1	民國七十六年雜誌分類與期別統計表	11
表 2- 2	過去三年雜誌類別新增加家數前十名排行榜	12
表 2- 3	財經工商雜誌之歷年家數及所占總雜誌家數百分比	13
表 2- 4	環境影響評估類目	15
表 2- 5	環境教育的定義	23
表 2- 6	行政院環境保護署法規委員會已完成法規制修總覽表	31
表 3- 1	環境問題對照表	37
表 3- 2	本研究之母群體分布概況	41
表 3- 3	樣本的來源	42
表 3- 4	評分員相互同意度	44
表 3- 5	樣本概況	45
表 4- 1	環境問題出現的次數、百分比	46
表 4- 2	雜誌有關環境問題報導的數量	48
表 4- 3	有關環境問題報導的定向次數、百分比	51
表 4- 4	雜誌報導環境問題的定向篇幅分布情形	53
表 4- 5	雜誌報導環境問題的策略類目次數	54
表 4- 6	雜誌報導環境問題的文體形式	56
表 4- 7	曾獲得「金鼎獎」的雜誌及坊間暢銷雜誌報導量之比較	57
表 4- 8	曾獲得「金鼎獎」的雜誌及坊間暢銷雜誌報導定向次數 之比較	58
表 4- 9	曾獲得「金鼎獎」的雜誌及坊間暢銷雜誌報導定向篇幅 之比較	58

表 4-10	曾獲得「金鼎獎」的雜誌及坊間暢銷雜誌策略類目次數 之比較.....	59
表 4-11	曾獲得「金鼎獎」的雜誌及坊間暢銷雜誌報導文體次數 之比較.....	60
表 4-12	歷年雜誌有關環境問題報導的篇數.....	61
表 4-13	歷年雜誌有關環境問題報導的篇幅.....	63
表 4-14	歷年雜誌的平均報導篇數、平均報導篇幅與國民生產毛額...	65
表 4-15	歷年雜誌有關環境問題報導的主題次數.....	66
表 4-16	歷年雜誌有關環境問題報導的定向次數.....	68
表 4-17	歷年雜誌有關環境問題報導的定向篇幅.....	69
表 4-18	歷年雜誌有關環境問題報導的策略類目次數.....	70
表 4-19	歷年雜誌有關環境問題報導的文體次數.....	71

圖目錄

圖 2-1 Shaw建構的議題設定效果過程.....	7
圖 4-1 雜誌有關環境問題報導的數量.....	49
圖 4-2 有關環境問題報導定向次數、百分比扇形圖.....	49
圖 4-3 雜誌報導環境問題的定向篇幅扇形圖.....	53
圖 4-4 歷年雜誌有關環境問題報導的平均篇數.....	62
圖 4-5 雜誌的年平均報導篇幅長條圖.....	63
圖 4-6 歷年雜誌的報導數量趨勢.....	64
圖 4-7 人口與環境衛生、自然資源和生態關係之報導趨勢.....	67

壹、緒論

一、研究動機與目的

1972年，聯合國鑑於維護人類環境的迫切需要，發表人類環境宣言。我國政府也於民國76年 8月，成立環境保護署，積極推動國內的各項環境保護工作計畫。民國76年10月，行政院核頒「現階段環境保護政策綱領」（註1），希望以「終身環境教育」為理念，兼顧整體性、計畫性、長期性來推動環境保護的工作。環境保護工作大要者三：環境教育、環境管理、環境工程（註2）。其中，環境教育乃崇實務本之計，可說是「環境建設」的「心理建設」。

余興全（民73年：217）在「國民中學學生對環境問題的知識與態度之研究」及高翠霞（民76年：336）的「臺灣地區中等學校教師環境保護意識調查研究」，均發現受測者的環境保護資訊，主要來自大眾傳播媒體，而大眾傳播媒體所提供的環境保護資訊為何，是一個頗值深究的問題，但國內鮮有這方面的研究。大眾傳播媒體包括報紙、雜誌、廣播、電視、電影、書籍等等，種類繁多，其中的雜誌可謂得天獨厚，兼有書籍與報紙的長處，其價值早受重視，故了解國內雜誌歷年來有關環境問題方面的報導，探討它對環境保護工作所發揮的社會教育作用是本研究的動機。

饒連財指出「長期處於開發中國家的貧窮心態，……是導致環境污染最大的原因」（註3）。楊萬發（民72年）也指出：目前台灣的經濟發展，事實上是犧牲環境所換來的。臺灣今天公害問題這麼嚴重，最根本原因還是由於一種經濟過度發展的心態與事實造成的，只求經濟成長，工商業產量增加，一般消費者又不知道節制地拼命消費，三十年來，人們生長於工商業發展所帶來的物質文明裡，對環境的感情已經淡漠疏離，以致恣意糟蹋環境，終於使得環境耗損匱竭。

平撫環境的傷痕，穩定人類自己的生存空間，做為大眾傳播媒體之一的「財經工商雜誌」，在以財經工商為導向的社會下，實有責任針對廣大的財經工商業者及讀者，實施充分正確的環境教育；尤其今日，政界及社會精英頗多財經工商界人士，往往具有主導社會之力量，「財經工商雜誌」有關環境問題的報導，更是發揮傳播媒體教育功能的有力途徑。

依據中華民國出版年鑑的統計，截至民國76年12月底止，我國現有登記的雜誌，共有3177家（註4）。「財經工商」雜誌歷年來，不但家數排名第一，而且近幾年的雜誌成長狀況也是以「財經工商雜誌」增加最快，故本研究的目的在

- （一）探討國內財經工商雜誌有關環境問題報導之主題為何；
- （二）探討國內財經工商雜誌對各種環境問題的關切程度；
- （三）探討國內財經工商雜誌歷年來有關環境問題報導之變化；
- （四）綜合研究發現，提出建議，期能提供我國推展環境保護工作之參考。

二、名詞界定與詮釋

- （一）雜誌：定期發行之出版物，用一定名稱，刊期在七日以上，三個月以下，通常以紙面裝禱，型態上包容有許多作者之評論、短文、小說、詩歌等，亦往往配有圖片與插畫，常就一特定之事物或範圍出版特輯。
- （二）財經工商雜誌：依民國七十七年出版年鑑內之出版品分類，其中的第三篇為雜誌出版業；凡雜誌出版業中，「種類」欄項下標示「財經工商」者，即是「財經工商雜誌」。
- （三）環境：係指人類棲息之所，有關人類的文化體系及當地的自然環

境的描述（註5）。本研究所指係針對影響人類生活品質的各項因素而言，包括污染、有毒物質、自然資源、人口、能源、廢物處理、居住環境、自然生態等。

（四）環境教育：環境教育是認知價值和澄清概念的過程，藉以發展瞭解和讚賞介於人類、他的文化和他的生物物理環境間相互關係所必需的技能和態度。環境教育也需要用在有關環境品質問題的下決定及自我定位的行為規範。（註6）

附註：

註 1：現階段環境保護政策綱領，行政院 76.10.2.壹(76)衛字第22472號函核定。

註 2：見環境保護年鑑，中華民國七十四年版，頁 2。

註 3：中國時報，民國72年 7月11日，第 3版。

註 4：見中華民國七十七年出版年鑑，頁883。

註 5：見雲五社會科學大辭典第十一冊（地理學）中，有關「環境」一詞的說明。

註 6：國際自然資源保育聯盟（International Union for Conservation of Nature and Natural Resources）所下的定義，為美國的全國環境教育協會（National Association of Environmental Education）及英國的環境教育學會（Society for Environmental Education）所採用。

貳、文獻探討

本研究的題目是「國內財經工商雜誌有關環境問題報導之內容分析」，故擬先就大眾傳播的特性與媒體的效果、雜誌的社會教育功能、環境問題概觀、相關研究的探討五方面，分別說明。

一、大眾傳播的特性與媒體的效果

所謂「大眾傳播」乃「若干人經由報紙、廣播、電視、電影等對廣大的民眾傳送消息或智能內容的過程」，這個過程包括以下五個要素：傳播人、傳播工具（傳播媒體）、收受人、內容及效果（註1）。茲參酌社會學家 Wright 的定義說明「大眾傳播」的具體特徵：（李金銓，民70年：9-12）

- （一）接受資訊的對象，人數眾多，背景分歧，但彼此隱名埋姓，互不相識。
- （二）大眾傳播的資訊活動是公開的、快速的，也是短暫的。
- （三）傳播者通常是一個傳播組織或經過組織化的個人。
- （四）受眾對於傳播組織所發出的訊息，通常沒有什麼反應；即使有，也是很慢的，不直接的，缺乏效率的。

大眾傳播是一種社會行為，在任何形式的社會，傳播的情形和產生的效果，雖因社會組織不同而各異，但其功能則相同。它所扮演的角色極為重要，在它潛移默化的思想滲透下，極易造成閱聽人態度的突轉（attitude conversion），以及整個的社會定向（social orientation），如同傳播先驅 Lasswell 所言，大眾傳播具有「觀察環境、調和反應和經驗相習的作用」。（鄭貞銘，民73年：315-316）。

各國致力於現代化過程中，大眾傳播乃是促進社會變遷不可或缺的因素，Schramm（1963）指出：促進社會文化變遷的力量有三：一是自然的

演變，二是專制者的武力干預，三是大眾傳播的促成。其中的第一種失之遲緩，第二種失之過猛，只有第三種的大眾傳播才是最理想而無形的力量。

大眾傳播逐漸發展到今天的局面，這是一段非常漫長的歷程，它隨著歷史發展和社會變遷，亦受到歷史和社會影響，形成對社會多項的功能，一般而言，大眾傳播具有傳播消息、溝通意見、教育大眾、提供娛樂的功能。(劉建順，民61年:21-24)

因為透過大眾傳播媒體的普及性，可以助長文化的推展；也因為文化活動的頻繁，內容的充實，又充分發揮了大眾傳播的內涵及功能，「大眾傳播」與「文化」可說是相輔相成，相得益彰。

大眾傳播媒體將訊息運送給無數眾多的對象，有賴媒體的輸導，大眾傳播之普遍化以及其活躍情形是現代社會的特色之一，綜合所有媒體的特色，我們可以發現媒體著實有令人驚異的力量。(鄭貞銘，民73年：367-368)

在大眾傳播中，媒體本身是立於超然的立場，它沒有意識行為，只是被人用來運送訊息的孔道，通常媒體所接觸的人就是它的控制者（傳播者）和閱聽人（支持者）。閱聽人對傳播的訊息內容有選擇的餘地，收受率可以代表閱聽人對媒體的收受情形，如果對於訊息內容不能接受或不滿意，於是有各種抵制行動出現，這種大眾的「回饋」（feedback）將提醒傳播者對內容選擇更加謹慎。

傳播者是傳播決定的因素，他能夠決定訊息的來源，訊息的整理和訊息的發訊方式，為了善盡「發訊主體」的職責，他們必須

- (一)瞭解大眾傳播的過程和群眾的反應；
- (二)注意大眾傳播媒體的影響力；
- (三)講求大眾傳播的技巧。

當然媒體的擁有者更會掌握媒體，將媒體的消息來源加以控制。不可否認的是傳播的對象、方式、目的各異，但是所具有的暗示作用和加強作用，必然有它的效果。

Katz 在政治大學新聞研究所演講時，曾指出：傳播理論一直環繞著兩個效果假定間循環，一是強有力的效果(powerful media)，另一個則是弱小的效果(minimal media)。近年來，美國傳播研究回復到大眾媒體強有力效果的方向，稱之為「議題設定」(agenda setting)。(郭陽道，民 68 年：153)。

所謂「議題設定」功能是指新聞媒體在社會系統中擔任社會化的一個角色，以其本身所具有的守門作用，促使系統中的成員認知整體環境的重要問題，形成共識(consensus)，以維持社會持續與發展。

最早用「議題設定」這個名詞的是 Cohen (1963)。他在研究新聞與外交政策關係結論時說：「新聞媒體或許不能有效地告訴人『思考什麼』(What to think)，但是卻可以有效地告訴大家去『想那些問題』(What to think about)。」思考問題是指主體的思考過程，也就是認知活動，所謂的主體當然是媒體的使用者，至於去想那些問題則是主體認知的對象，也就是閱聽人對環境的認知。

1922年，Lippmann 在 Public Opinion 一書中談到大眾傳播媒體可塑造我們腦中的圖書，在受眾對公共事務形成認知及了解個人經驗以外的外在世界時，具有重要性。

Weiss 也強調：媒體是經由選擇、強調與解釋等過程，來建構社會真實(social reality)，因此媒體所建構出的社會真實影響受眾對其的看法，造成認知不同的結果。(熊傳慧，民74年：2)

大眾媒體延伸了我們的耳目，大部分的人對於世界和社會環境所發生的事，有許多是透過大眾媒體來了解，個人所接觸的大多是二手資料，並

非事實的本身，即使傳播技術日新月異，終究還是經過處理的二手真實（secondary reality），形成所謂的「準環境」（pseudo environment）（郭陽道，民68年：162）。換言之，透過大眾傳播媒體的守門作用，以選擇的方式將外在世界的部分，加以報導，為人類建構其心中的世界。

McCombs 和 Shaw（1972）認為這正是大眾媒體議題設定的功能，它建構一個「看不見的環境」（the unseen environment）。Shaw（1977）更指出，如果媒體確實是公眾每天想什麼及討論什麼的重要來源，並且有影響力，大眾傳播媒體便透過每天的新聞選擇、處理與表達，無形中將公眾的注意力集中於某些論題上，以致於閱聽人在使用傳播媒體時，不僅從媒體學習到論題的內容，更影響個人的認知。

由於議題設定理論假設大眾傳播媒體所強調的論題，閱聽人也認為重要，媒體和閱聽人之間的關係必然有一個模式可循。Shaw（1977）即建構了一個議題設定效果的過程，顯示這個理論的相關因素（見圖2-1）。

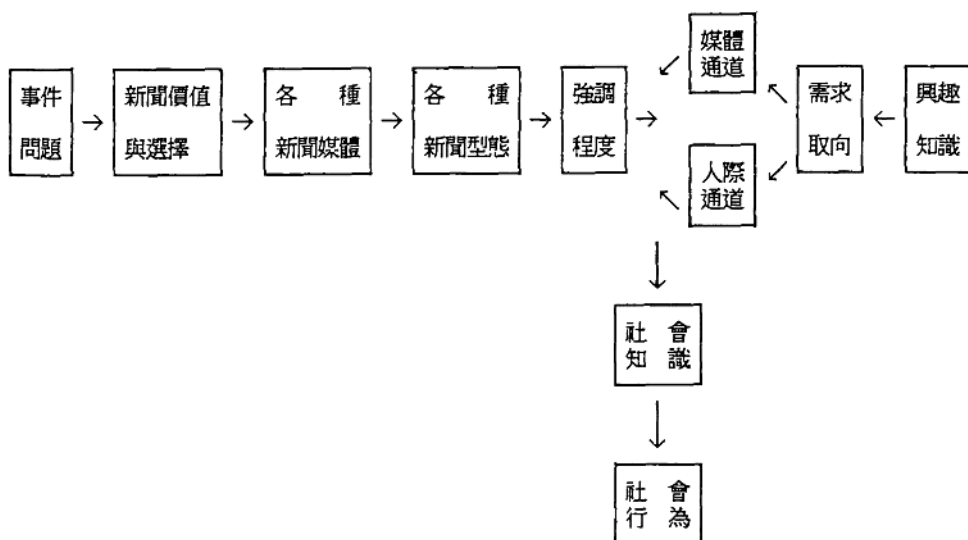


圖 2-1 Shaw 建構的議題設定效果過程

從圖 2-1可以看出議題設定理論的一些重要變項。基本上，不同的事件與問題依其不同的新聞價值被選擇，發表在各種新聞媒體上，以不同的報導型態與強調程度創造出「真實」，大眾傳播媒體的守門作用在此充分發揮；從公眾的角度來看，公眾對外在世界的事物感興趣，或想獲得有關的知識，產生了不同的需求取向，透過媒體通道或人際通道去尋找他所需要的真實。這兩項「真實」結合，構成公眾對社會系統了解的知識，並影響其行為。由於「社會知識」與「社會行為」這兩個層次的互動，大眾傳播媒體每天呈現出的許多事件，便在公眾心目中有了重要性的差別，除此之外，媒體更協助公眾分辨事件與問題的特性及重要性。

在理論上，「議題設定」研究個人認知與媒體的關係，由於這種關係而有態度或行為的後果變化，媒體效果的層面不限於態度和行為的改變。它幫助我們更清楚媒體的直接效果不在於改變態度和行為，而是「設定」(set)我們對環境的認知和注意力，經過時間累積或社會化才有其後的態度和行為改變。故媒體的報導型態、強調程度、時間因素的變化等變項，是本研究的相關變項。

二、雜誌的社會教育功能

雜誌是定期發行的出版物，在圖書分類上是屬於「期刊」的一種，介於報紙和書籍之間。一本雜誌往往收集了許多性質不同的文章，內容廣博，無所不包，頁碼通常多於報紙而少於書籍。

美國蘭燈書屋(Random House)大字典對雜誌一詞的解釋是：「為定期發行之出版物，通常以紙面裝裱，型態上包容有許多作者之小說、短文、詩歌、評論等，亦往往配有圖片與插畫，常就一特定之事物或範圍出版特輯。」（註2）我國出版法規定，雜誌要合乎三個要件：1.用一定名稱；2.刊期在七日以上，三個月以下時間；3.按期發行者。（註3）

雜誌是大眾傳播事業主要環節之一，從歷史的觀點看，早期的報紙與雜誌型式無甚分別可言，亦即任何一個國家，當有報紙這一種傳播媒體的時候，也就是有雜誌的時候。在今日，雜誌本質上還是報紙與書籍兩種媒體間的折衷物，可以同時發揮兩種媒體的優點，在傳播活動中一直扮演積極的角色。（程之行，民58年：250）

單就對事物報導的層面而言，雜誌兼有報紙與書籍的長處，雜誌所追求表現的固然講求時效，但卻不像報紙那樣只求廣面，而缺少深入的探討；比起書籍來，雜誌不像書籍那麼嚴肅專門，且更具備適於傳播的條件。雜誌的特點在於它對一件事物的報導或研究，乃集合眾多的看法和想法，再以生動的文字傳給廣大的讀者。

雜誌也者，顧名思義是「雜誌並陳，無所不誌」的意思。早時，我國另有「叢報」、「叢刊」之類的名稱，無不表示其內容帶有兼容並蓄的特色。但在外國，magazine 這一個字，原來拼作「mahazin」，源自阿拉伯；到為意大利人所採用時，又拼作「magazino」，與「arsenal」（火藥庫）同解。（Haacke, 1968:706-712）

在英國，除 magazine 一種名稱外，互相通用的又有「stockhouse」、「museum」、「depository」等字，這都說明了這一種出版物的原始功能，只不過將其在其他報刊出現的文章重行刊載。1922 年，在美國創刊的「讀者文摘」（Readers Digest），可以說是雜誌的正宗。

中國的現代雜誌事業，始於清代嘉慶年間。1815 年，英國青年傳教士 Milne 於南洋麻六甲出版「察世俗每月統計傳」（Chinese Monthly Magazine），該雜誌的內容偏重知識、科學與宗教方面，係月刊性質，每月刊行三百份，免費分發南洋華僑聚居地帶。1832 年，廣州有第一個在中國境內發行的雜誌，稱為「東西洋考每月統計傳」（Eastern Western Monthly Magazine）為荷蘭人 Gatzlaff 所編。（鄭貞銘，民53年：92）

雜誌對於中國近代革命事業也曾發生重大影響。1905 年，在日本東京創辦的「民報」，其筆力之健，影響之鉅，更非尋常。民報係月刊性質，國父孫中山先生曾在該雜誌的創刊號，正式提出民族主義、民權主義、民生主義的主張。

日人割據臺灣之後，在臺灣的殖民政府始終視雜誌為統治工具之一，拿它和當時的官方報紙搭配運用，做殖民統治的傳聲筒。根據公元 1938 年 5 月，臺灣總督府警務局的「定期出版物一覽表」記載，自日人佔領臺灣之後，先後出版的雜誌為數頗多，但除極少數的例外，絕大部分是日本人發行的；尤其是主要刊物，幾乎全操縱在官方手裡。（註4）

政府遷臺以前，雜誌發行最多的是民國 20 年，當時雜誌也不過 1796 種。遷臺以後，逐年增加，至民國 72 年底，三十四年之間，增加將近二十倍（註5）。近年來，我國復興基地的經濟發展神速，國人在追求物質享受之餘，對於「精神生活品質」的要求也日漸提高，出版事業因而成為提高生活品質，建立書香社會的主導力量。由於工商發達，社會繁榮，印刷技術的進步，使得大眾傳播活動隨著資訊設備的日新月異而加速發展。報