

【目錄】

【目錄】	i
【圖目錄】	iii
【表目錄】	vi
壹、計畫概述	1
一、計畫緣起	1
二、工作期程與階段執行項目	3
貳、計畫目標與執行成果	5
一、計畫目標	5
二、執行成果	6
參、計畫執行說明	12
一、業者專業素養培訓	12
(一) 執行說明	18
(二) 場地與布置與餐點	27
(三) 宣傳管道	29
(四) 執行成果	36
二、徵選競賽作品活動(公民培力)	175
(一) 比賽辦理情形說明	175
(二) 徵件辦法	177
(三) 宣傳說明及效益一覽表	187
(四) 人氣獎票選	192
(五) 實體宣傳方式執行及說明	193
(七) 徵件狀況分析	206
(八) 徵件執行挑戰,建議方向	208
(九) 徵件比賽工作期程表	210
(十) 得獎作品	211
(十一) 推廣作品	261
三、文宣品製作(公民培力)	263
(一) 文宣品規劃製作	263
(二) 實際驗收及份數	265
四、保單與說明	266
(一) 保單說明	266
五、增值服務	267
(一) 架設主題網頁	267
(二) 增值動畫	273

肆、 結語與建議 -----	- 279 -
一、 執行的挑戰與回饋建議 -----	- 279 -
(一) 執行面的挑戰 -----	- 279 -
(二) 回饋建議 -----	- 280 -
二、 結語－優化媒體素養環境 -----	- 281 -

【圖目錄】

圖 1 工作期程甘特圖.....	- 3 -
圖 2 宣傳觸及九百萬人次圓餅圖.....	- 8 -
圖 3 專業素養培訓課程分析-全 10 場.....	- 15 -
圖 4 專業素養培訓課程分析-三大主題.....	- 17 -
圖 5 實踐主題探討的象限.....	- 19 -
圖 6 綜觀全球、內觀臺灣.....	- 19 -
圖 7 輸出物及場地布置記錄(圖組).....	- 28 -
圖 8 「真相誠可貴、錯假不可推」主題網頁.....	- 29 -
圖 9 各堂課搭配教案重點摘要、讓更多網路使用者可參照使用.....	- 30 -
圖 10 網頁下方有精選手冊電子檔下載連結.....	- 30 -
圖 11 ACCUPASS 活動通網頁資訊截圖.....	- 31 -
圖 12 泛科技新聞網粉絲專頁.....	- 32 -
圖 13 聯播網露出：關鍵評論網.....	- 32 -
圖 14 聯播網露出：UDN 聯合新聞網.....	- 33 -
圖 15 聯播網露出：Yahoo! 新聞.....	- 33 -
圖 16 泛科學-媒體識讀專區之專文發布.....	- 34 -
圖 17 課程宣傳效益圓餅圖.....	- 35 -
圖 18 全案課程精華紀錄(圖組).....	- 107 -
圖 19 對於講師分享內容之滿意度.....	- 115 -
圖 20 對於與談貴賓分享內容之滿意度.....	- 115 -
圖 21 對於主持人的引導與分享之滿意度.....	- 116 -
圖 22 對於課程內容之滿意度.....	- 116 -
圖 23 對於課程實用性和幫助之滿意度.....	- 117 -
圖 24 對於講座時間安排的滿意度.....	- 117 -
圖 25 對於舉辦場地選擇的滿意度.....	- 118 -
圖 26 對於講座流程的滿意度.....	- 118 -
圖 27 對於本次課程之滿意度.....	- 119 -
圖 28 如何得知本次課程訊息.....	- 120 -
圖 29 是否為廣電媒體從業人員.....	- 121 -
圖 30 從事廣電媒體工作之年資.....	- 122 -
圖 31 是否為主管職.....	- 123 -
圖 32 課程中出席者(有回饋問卷)性別比例.....	- 124 -
圖 33●電視產業第 1/7 場分析圖.....	- 128 -
圖 34●電視產業第 2/7 場分析圖表.....	- 132 -
圖 35●電視產業第 3/7 場分析圖.....	- 136 -
圖 36●電視產業第 4/7 場分析圖.....	- 140 -

圖 37●電視產業第 5/7 場分析圖	- 144 -
圖 38●電視產業第 6/7 場分析圖	- 148 -
圖 39●電視產業第 7/7 場分析圖	- 152 -
圖 40◇廣播產業第 1/3 場	- 156 -
圖 41◇廣播產業第 2/3 場	- 160 -
圖 42◇廣播產業第 3/3 場	- 164 -
圖 43 全 10 場統計分析.....	- 165 -
圖 44【落實事實查證及公平原則】主題-問卷回收分析	- 167 -
圖 45【性別平權】主題-問卷回收分析	- 169 -
圖 46【健康傳播】主題-問卷回收分析	- 171 -
圖 47 徵件比賽海報 (截止時間已勘正為 11/08).....	- 176 -
圖 48 入口網站及平面報章觸及人數參考數據來源.....	- 187 -
圖 49 得獎作品線上推播觸及數分析.....	- 187 -
圖 50 工商時報新聞版-得獎訊息公告及宣傳假訊息的「三不策略」	- 189 -
圖 51 獎金獵人文章頁面截圖.....	- 190 -
圖 52 NCC 臉書文章頁面截圖	- 190 -
圖 53 臉書-泛科學新聞網, 得獎作品推播	- 190 -
圖 54 入口網站曝光得獎公告(圖組).....	- 190 -
圖 55 廣告宣傳效益分析雷達圖.....	- 191 -
圖 56 臉書問答抽獎-流程圖	- 192 -
圖 57 公車車體廣告設計圖.....	- 193 -
圖 58 公車廣告實體圖組.....	- 194 -
圖 59 車體廣告刊登觸及率.....	- 195 -
圖 60 雙北地區公車數據出處網站截圖.....	- 195 -
圖 61 臺鐵車廂廣告設計圖.....	- 196 -
圖 62 臺鐵車廂廣告實體照.....	- 197 -
圖 63 車廂廣告刊登觸及率.....	- 197 -
圖 64 臺南公車亭張貼海報圖組.....	- 198 -
圖 65 大臺南地區公車數據出處網站截圖.....	- 199 -
圖 66 臺灣藝術大學廣電系—第一場校園說明會 (圖組)	- 201 -
圖 67 臺灣藝術大學廣電系—第二場校園說明會 (圖組)	- 201 -
圖 68 臺北商業大學商業設計系—校園說明會(圖組).....	- 202 -
圖 69「假新聞」議題國外研究專文分享.....	- 203 -
圖 70 泛科技新聞網-臉書文章頁面截圖	- 204 -
圖 71 泛科技臉書觸及率圖.....	- 204 -
圖 72 臺灣媒體觀察基金會-官網文章頁面截圖(1).....	- 205 -
圖 73 臺灣媒體觀察基金會-官網文章頁面截圖(2).....	- 205 -
圖 74 臺灣媒體觀察基金會-臉書文章頁面截圖	- 205 -

圖 75 台灣媒體觀察基金會臉書觸及率.....	- 206 -
圖 76 徵件分析圖組.....	- 208 -
圖 77 主題網頁公告得獎訊息(圖組).....	- 211 -
圖 78 獎狀樣式.....	- 259 -
圖 79 網站架構圖.....	- 267 -
圖 80 網頁說明圖(1).....	- 268 -
圖 81 網頁說明圖(2).....	- 268 -
圖 82 網頁說明圖(3).....	- 269 -
圖 83 課程資訊-網頁內容說明圖組	- 270 -
圖 84 徵件比賽-網頁內容說明圖組	- 271 -
圖 85 為【新聞小學堂】動畫畫面截圖.....	- 278 -

【表目錄】

表 1 階段執行計畫項目表	- 3 -
表 2 宣傳觸及人次表	- 7 -
表 3 查核點	- 9 -
表 4 系列培訓課程資訊	- 21 -
表 5 課程執行流程表	- 26 -
表 6 各場次參與人員分析與滿意度總表	- 111 -
表 7 108 年度專業素養培訓課程各場次簽到出席人數	- 114 -
表 8 回饋意見表	- 172 -
表 9 宣傳效益一覽表	- 188 -
表 10 海報寄件統計表	- 200 -
表 11 校園說明會場次表	- 200 -
表 12 徵件比賽工作期程表	- 210 -
表 13 製作聯繫總表	- 273 -
表 14 動畫—大綱-第一版	- 274 -

【附錄】

附件一、海報寄件公文與名單.....	
附件二、廣電業者專業素養培訓課程-簽到單.....	
附件三、分組討論回饋單.....	
附件四、投保公共意外責任險(業者培訓課程).....	
附件五、文宣品驗收單.....	
附件六、文宣品-精選手冊.....	

壹、計畫概述

一、計畫緣起

在數位匯流的時代，各種訊息快速傳遞，媒體素養成為辨識與對抗不實訊息、保護自己的最佳利器。依據歐盟執委會高階專家工作小組（high-level group of experts, HLEG）所做成的獨立報告認為，對抗不實訊息應採取強化事實查核機制、鼓勵優質新聞媒體、利用科技與技術掌握不實訊息傳播，以及強化媒體素養等長短兼具、多管齊下的政策措施。

我國各部會亦針對其權責對象施予補助或以專業領域進行媒體素養的培育，諸如衛生福利部針對醫療、健康或食安等議題，有常態性的補助推行宣導；文化部以常態性補助方式，辦理平面媒體及出版品分級制度等媒體素養宣導；內政部則辦理資訊設備及縮小新住民數位落差的工作；而氣象科普教育的宣導，交通部氣象局亦以專業領域常年推廣。

依據《通訊傳播基本法》及《國家通訊傳播委員會組織法》等法律授權，負有促進通訊傳播健全發展、維護媒體專業自主及促進多元文化均衡發展等職責，在推動媒體素養的核心對象應是「廣電事業本身」。國家通訊傳播委員會藉由提升廣電從業人員素質，達成相關領域專業素養，其中包括落實事實查證及公平原則、尊重兒少、性別平等或身障者權益等議題，同時強化廣電媒體事業的內控與自律機制。其次，再藉由提升廣電事業從業人員專業素養，製播優質節目，透過產製端與閱聽眾端之連結來影響閱聽人，廣布群眾對訊息正確的認識，擴大推動成效。

因此，本計畫以廣電從業人員專業訓練為核心，以「事實查核與公平查證」、「性別平權」、「健康傳播」等三大面向，規劃具有學習互動效果之十場工作坊，強化參與者事實查核之專業意識與技能、公平原則、性別平權或其他相關法令智能，期促成製播優質節目，傳播正面價值。

為強化民眾媒體素養，觀察歐美先進國家，如英國、美國，為讓社會大眾能認識媒體、解讀媒體，進而思辨訊息真偽，乃透過國民義

務教育來培養國人媒體素養能力。我國教育部於 91 年發布媒體素養教育政策白皮書，視媒體素養教育為終身學習；自 99 學年度起，已將媒體素養列為高中公民課綱，並自 108 學年度起，在全面實施 12 年國民教育課程綱要中，將媒體素養列為引導中小學各領域共同核心的素養項目。

對於年輕世代，聯合國 David Kaye 與 Elizabeth Thorossell 在直播對談中呼籲以教育或娛樂內容等多元方式，提升年輕世代對於資訊辨識的能力，同時也提醒際遇過程中，需配合現有的資訊傳播環境趨勢—「碎裂、片段、強烈影音圖像¹」；而在國內，根據財團法人台灣網路資訊中心 2019 年報告指出，2018 年全國 12 歲以上上網人數達 1,738 萬人，而行動上網率在 2018 年首度突破七成，就網路服務應用部分，網民於內容媒體、社群媒體的使用率最高，皆超過八成²。綜上，從教育、網路兩大管道提升公民媒體素養，已是國內外趨勢，本計畫透過「徵件比賽」的方式，徵選平面設計與教案，達成公民媒體素養培力之目的。

¹ David Kaye & Elizabeth Throssell, 「Fake News, a Human Rights Challenge? 」 United Nations Human Rights 直播影片 (2017.06.14)

https://www.facebook.com/unitednationshumanrights/videos/1814013165282149/?_xts=%5B0%5D%3D%3D68.ARB0M864GFrP8BdxpxGZEnp-tUMqg1XAlzIOQofV5txm_L86e6y79F9Mg88wigGUFr7V8b6-T1WutSsPb2-pN8GcFGJFrAkqWwQU4fgK1nZy375oSmz0NGmqvTa03JK_j-SAI0TgNVPrCOFdPkUsIKwfc-XdD57kJY29Kfupo8gsAAq_IkV427tRUWBLa9sUx4H7mzJPcEfHLwQFrAZfPQtEkE5RN467QardgoWOHeOWr_TM7nAsl44YRPNH11L9zN0NNi-6rkgdahOe_LbVvqz3qW-s7pxV4wirikRp6H6qSVAiXrTTVPXJRwrEtb9oQHC6rvKG9E4Vxgd91vu7mP0ZHIIMm86kaYs&_tn=-R

²財團法人台灣網路資訊中心，2018 台灣網路報告，<https://report.twinc.tw/2018/>

二、工作期程與階段執行項目

圖 1 工作期程甘特圖

月份	6 月	7 月	8 月	9 月	10 月	11 月	12 月	109 年 1 月
工作項目								
提案簡報								
專業訓練培訓課程 (10 場)								
教案及教材設計規劃								
期中報告								
推廣徵件競賽 (2 場)								
文宣品規劃及製作								
廣宣及推廣								
主題網頁建置								
期末報告								

表 1 階段執行計畫項目表

次	預計完成大項	已執行細項	備註
期中	01 業者專業培訓課程	(1)已完成 9 場北、中部場次。 (2)宣傳手冊已進行講座講師邀稿。	
	02 徵件比賽	(1)展延至 11/08 截稿 (2)截至繳交期中報告前已徵件 89 件,目標為 100 件,達成率 89%。	
	03 文宣品製作	完成海報、拉紙筆、牛皮紙筆記本 驗收。	驗收日: 09/06
	04 廣告宣傳	公車亭、公車車體、臺鐵車廂、海報寄送、校園說明會;泛科技網頁、媒觀臉書及官網、Google 廣告。	
次	預計完成大項	預計完成期程	備註
期末	01 文宣品-宣傳手冊	完成印製、驗收,共計印刷紙本 800 份,並寄送 318 間媒體。	驗收日: 12/16

02	業者專業培訓課程	11/28 於台南成功大學完成第 10 場講座。 全部 10 場目標至少 400 人次參與，最後總計共有 441 人次，達成率 110%。	
03	徵件比賽	11/08 -23:59 截止徵件。目標為 100 件，總計徵得 215 件，達成率 215%。 11/15-21 辦理網路人氣獎投票 11/22 徵件比賽決選會議 12/12 活動官網公告得獎 12/30 完成獎金撥付	
04	增值服務- 動畫一支	11/15 完成動畫初剪、期中報告審查會議後全新重製。 12/31 提交第二支動畫	
05	活動官網營運	至結案日 109 年 01 月 06 日；但實際將視本案驗收情形調整。原則上已完成驗收後，再行結束營運。(延長營運為執行團隊自主增值服務)	

貳、計畫目標與執行成果

一、計畫目標

執行團隊透過【業者專業素養培訓課程】以及【徵件比賽—公民培力】兩大項活動規劃，無論是提供資訊的【廣電媒體業者】產製端或是【公民閱聽受眾】端，皆納入旨揭計畫的推廣範籌之中，全民共同協助促進通訊傳播健全發展、維護媒體專業自主及促進多元文化均衡發展。

藉由【業者專業素養培訓課程】提升廣電從業人員素質，達成相關領域專業素養，其中包括落實事實查證及公平原則、尊重兒少、性別平等或身障者權益等議題，同時強化廣電媒體事業的內控與自律機制、製播優質節目，透過連結來影響閱聽人，廣布群眾對訊息正確的認識，擴大推動成效。

而在考量親民性，期以寓教於樂之方式，拉近旨揭計畫之議題與大眾間的距離，因此運用徵選優良作品（包括平面設計及教案兩類）方式來進行推廣，提醒民眾面對各種訊息應具「懷疑、翻查、明辨」三要領，達成公民培力之目的。

二、 執行成果

執行團隊在履約期限內完成各工作項目量化指標。而為使本案各項工作內容的效益最大化，亦以「資源最大化、多層次擴散、注重社群傳播」為原則，歸納出三大質性執行成果。

成果一、資源最大化：專業培力課程內容邀專家導讀並彙編成冊，提供可免費下載版本。

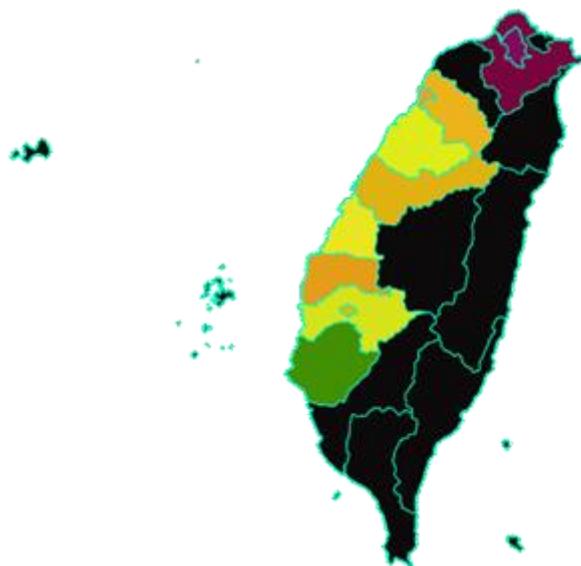
執行團隊泛科知識，運用自身新媒體分析專業，及徵詢議題顧問夥伴，共同規劃廣電業者專業培訓課程，統整已完成之 10 場專業素養培訓課程，問卷各項調查總體平均滿意度高達 95.1%，顯示透過課程推廣旨揭計畫之精神核心：**【落實查證與公平原則、性別平權、健康傳播】**，有效推及廣電業者。

而在延續效益部分，本案將系列課程以「教案」方式彙編為手冊，不僅方便參與課程學員多次閱讀獲得相關知識，並邀請國內媒體素養重要學者羅世宏教授就「事實查核與公平原則」、「性別平權」、「健康傳播」等三大面向分別撰寫導讀文章，大幅提升手冊的可讀性。在擴散效益部分，實體印刷 800 本，已函送 NCC 相關廣電業者；另亦提供可免費下載的 PDF 一式，上傳至以 18~34 歲使用者為主的泛科學頻道「媒體素養」特輯頁面，可觸及更多青年族群。

成果二、多層次擴散：大眾運輸工具網、宣傳超過全臺 16 縣市

公民培力之徵件比賽，規劃實體文宣品(宣傳手冊、拉紙筆、海報、筆記本等等)，加上新媒體擅長的社群語言，針對社群使用者，宣傳媒體素養概念。為擴大宣傳效益，執行團隊透過不同的大眾運輸工具—公車、公車亭、電聯車車廂，網狀曝光徵件內容廣告，包括：行經雙北路線的公車車體廣告、臺南市公車站張貼海報、行經新竹-嘉義對開的電聯車車廂等，增加國人接觸徵件活動訊息的次數，有效形成活動記憶點。而在網路行銷部分，執行團隊透過本身新媒體專業，分別採用 Google 廣告、ACCUPASS

活動通、獎金獵人等不同類型的網站，多波觸及不同的使用族群。多重宣傳管道，總計達到超過九百萬人次的廣宣效果。(詳見表 2 及圖 2)



全臺 16 縣市分布圖：觸及超過九百萬人次包含雙北市、桃園市及新竹～嘉義之間各縣市。

表 2 宣傳觸及人次表

宣傳項目	宣傳管道	觸及數 (萬)	小計
課程宣傳	活動官網	150 萬	265 萬人次 (30%)
	台灣媒體觀察教育基金會	8 萬	
	泛科學媒體識讀專區	90 萬	
	臉書推播貼文	25 萬	
徵件比賽 宣傳	公車車體	99 萬	254 萬人次 (28%)
	電聯車車廂	38.4 萬	
	公車候車亭	18 萬	
	大學說明會	0.01 萬	
	海報寄送	22.5 萬	
成果推廣	入口網站	350 萬	381 萬人次 (42%)
	報章媒體	31 萬	
總計			900 萬人次 (100%)

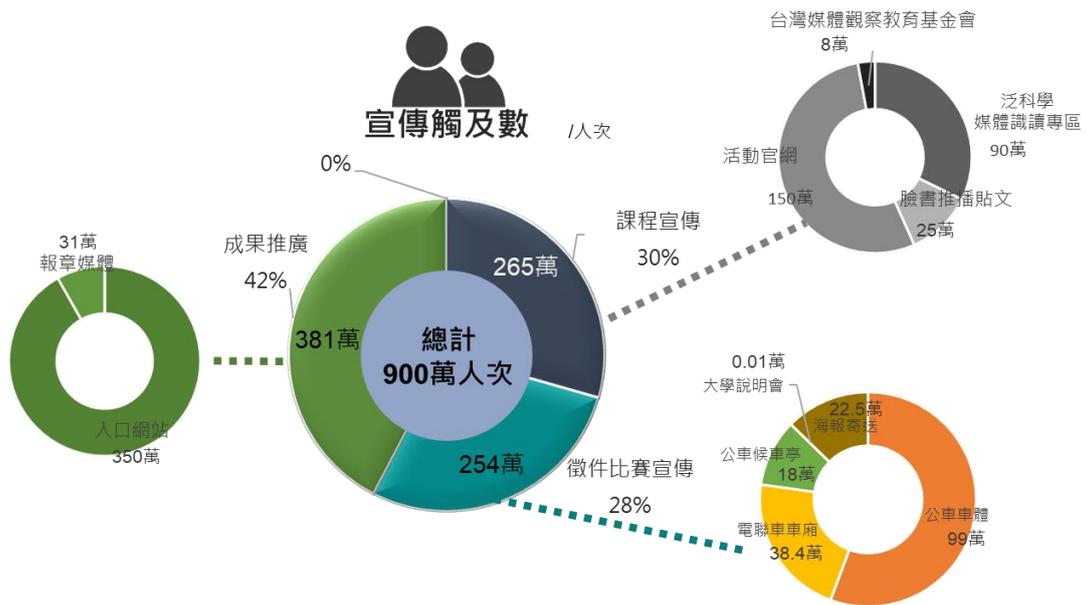


圖 2 宣傳觸及九百萬人次圓餅圖

成果三、提供社群傳播素材：加值提供社群接受度高的手繪風動畫。

執行團隊經營之 Youtube 頻道，目前已有超過 400 部科普或議題拆解型的動畫影片。以「新聞小學堂」為主題，為本案提供加值動畫一支，以國際間流行用來講解公共議題的手繪風呈現，破題時以三則不易在第一時間辨別真偽的訊息，吸引觀眾共同思考；全片共 1 分 56 秒，節奏輕快，可提供機關在各式宣傳場合使用。

表 3 查核點

	查核點概述	查核點執行情形	查核點達成情形	
1.	業者專業訓練	針對廣電業者訓練及相關人員培育，至少 10 場，參加人數總計至少 400 人次以上；會後進行滿意度調查問卷。製作並提供業者專業訓練專用教案與教材，其形式以數位形式為佳，並公開刊載提供免費運用。應於契約生效次工作日起 120 天內完成至少 2 場。	9/5~11/28 已辦理完畢 10 場課程，分別就【落實查證與公平原則】、【健康傳播】、【性別平權】等三大議題規劃。並蒐集課程 PPT，編撰宣傳手冊與數位教材。	參與者達 441 人次，回收問卷 375 份，問卷回收率達 85%，10 場課程回饋各項調查總體平均滿意度達 95.1%。 電視業者課程已辦理 7 場完畢；廣播業者辦理 3 場完畢。
2.	徵選作品	徵選優良作品及辦理人氣獎項，並進行推廣活動。評審及得獎作品發布應於契約生效次工作日起	自 9 月起開始徵件，原計 10 月 14 日截稿，但因民眾反映熱烈，經考量後展延至 11 月 8 日。	截至 11 月 8 日，最後投稿有效件數 206 件(平面設計類 191 件及教案設計類 15 件合併計

	查核點概述	查核點執行情形	查核點達成情形
活動 公民培力	150 天內完成，得獎作品並經本會審核同意後開始傳布。	<p>經確認展延後始寄發公文通知各大專院校、高中職等，並隨附勘正貼紙一張。展延通知亦公告於活動官網及各宣傳管道。(如獎金獵人、臉書專頁等)</p> <p>辦理校園說明會三場鼓勵學生參加，成效顯著。</p> <p>辦理增值服務-車體廣告、公車站、台鐵車廂廣告，廣宣效果提升。</p> <p>以上宣傳達 254 萬觸及人次。</p> <p>徵件比賽後續辦理情形：</p> <p>11/08 至 23:59 截止徵件。目標為 100 件，總計徵得 215 件，扣除重複投稿為 9 件，有效件數為 206 件。</p> <p>11/15-21 辦理網路人氣獎投票。</p> <p>11/22 徵件比賽決選會議。</p> <p>12/12 活動官網公告得獎。</p> <p>12/30 完成獎金撥付</p>	算)，達成率 206%。

	查核點概述	查核點執行情形	查核點達成情形
3.文 宣 品 製 作	設計製作應具有實用性及創意，以及各活動、場次人數統計，至少 2,000 份。內容經同意，並於契應於契約生效次工作日起 120 天內完成。	文宣品製作品項暨數量： 捲紙筆 1,500 枝、牛皮紙筆記本 6,00 本、海報 146 張，以上於 9/6 已印刷完成，並隨之發送。比賽展延勘正貼紙 146 張，並隨公文寄發通知。 課程精選手冊紙本印刷 800 份已印刷完成並於 12 月完成寄發 318 家廣電媒體業者。	目前總計 2,246 份。 9/6 已完成海報、捲紙筆、牛皮紙筆記本驗收。 12/16 已完成課程精選手冊、抽獎獎品電風扇驗收。

參、計畫執行說明

一、業者專業素養培訓

本年度系列培訓課程執行成效顯著，規劃共計 10 場，已全數辦理完畢，完成率達 100%。而參與人次 10 場目標需達 400 人次以上，執行成果總累計 441 人次(廣電業者：341 人次、其他公民團體或個人：100 人次)，達成率 110%。

電視業者場：以「落實事實查證及公平原則」議題辦理 4 場、「性別平權」議題辦理 3 場，並視主要目標族群產業所在地分布規劃舉辦地點。廣播業者場：分北部、中部及南部，各 1 場，以性別平權及健康傳播、跨議題探討為主。課程相關紀錄可見【附件二、簽到表】及【附件三、分組討論】。後續針對執行團隊辦理「業者專業素養培訓」課程過程，就前置作業「課程與師資企劃」、「場地及時間」、「內容設計」等進行「執行說明」。

緊接著呈現第二階段——活動執行中宣傳、互動交流「宣傳執行」內容，以「公文」函件極力邀請核心培訓對象-「廣播」、「電視」產業從業人員外，尚透過媒觀官方網站、臉書粉絲專業張貼訊息，鎖定重點 TA、廣為宣傳；另為廣邀關注議題的公民團體(或個人)、非廣電業從業者、相關系所學生能夠共襄盛舉，於新興電子平台「ACCUPASS 活動通」、「泛科技」臉書粉絲專頁等刊登課程報名資訊，利用該平台觸及多元群眾之特性達到廣宣、形象經營之多重效益。且於公益團體「NPOst 公益交流站」官網張貼公告，促使原關注議題的公民團體或個人獲得訊息。

除多元的網路資源宣傳外，執行單位亦就過往活動累計之資料庫分析，針對可能有興趣之會員以電子郵件之方式，轉知相關課程資訊。

因應旨揭計畫的專業培訓課程和公民培力徵件比賽，執行團隊提出【官方網站】的加值服務，除可視為最佳訊息宣傳的效能外，尚整合了課程報名連結功能，使閱聽人參閱網站揭露之資訊後可以連結報名端。本次系列課程採取線上報名表單及 ACCUPASS 活動通報名，具備即時性、效能加成，符合學員報名之需求及便利性考量。

搭配整體課程設計問卷，在每堂課前簽到時發放，最後近課程尾聲時鼓勵與會者踴躍填寫回饋，由工作人員於出入口處回收，確保問卷回收率以利後續分析時獲得最佳數據值，作為日後活動規劃的參考資料。

最後第三階段展現「執行成果」，如課程教案、各講座活動結束後進行滿意度調查進行說明。

全10場分析														
執行概要		課程資訊		全10場課程分析										
●場次序：第一場 ●區域：北區 ●主題：落實事實查證及公平原則(1/4) ●產業：電視(1/7)	課程日期	9/5	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	69.4%
	課程時段	08:30-12:30			女	66.7%	是	38.9%	是	25.0%	1年以下		0.0%	
	課程名稱	落實事實查證			男	33.3%	否	61.1%	否	75.0%	1-10年		13.9%	
	主講者	林照真			其他	0.0%					11-20年		13.9%	
	與談人	黃兆徽									21年以上		2.8%	
●場次序：第二場 ●區域：北區 ●主題：性別平權(1/3) ●產業：電視(2/7)	課程日期	9/12	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	15.4%
	課程時段	08:30-12:30			女	61.5%	是	64.1%	是	30.8%	1年以下		2.6%	
	課程名稱	從消除對婦女一切形式歧視公約-談避免媒體性別歧視的落實			男	38.5%	否	35.9%	否	69.2%	1-10年		53.8%	
	主講者	方念萱			其他	0.0%					11-20年		10.3%	
	與談人	葉大華									21年以上		17.9%	
●場次序：第三場 ●區域：北區 ●主題：落實事實查證及公平原則(2/4) ●產業：電視(3/7)	課程日期	9/12	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	26.3%
	課程時段	13:30~17:30			女	52.6%	是	63.2%	是	23.7%	1年以下		0.0%	
	課程名稱	AI時代的輿論操作			男	47.4%	否	36.8%	否	76.3%	1-10年		42.1%	
	主講者	Charles			其他	0.0%					11-20年		18.4%	
	與談人	李比鄰									21年以上		13.2%	
●場次序：第四場 ●區域：北區 ●主題：落實事實查證及公平原則(3/4) ●產業：電視(4/7)	課程日期	9/16	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	47.1%
	課程時段	08:30-12:30			女	64.7%	是	58.8%	是	29.4%	1年以下		5.9%	
	課程名稱	偵查不公開與報導查證			男	35.3%	否	41.2%	否	70.6%	1-10年		23.5%	
	主講者	張安婷			其他	0.0%					11-20年		11.8%	
	與談人	王昱浩									21年以上		11.8%	
●場次序：第五場 ●區域：北區 ●主題：性別平權(2/3) ●產業：電視(5/7)	課程日期	9/16	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	13.8%
	課程時段	13:30-17:30			女	69.0%	是	93.1%	是	27.6%	1年以下		0.0%	
	課程名稱	新聞專業與新聞中的性別再現：以選舉新聞中的女性政治人物再現為例			男	31.0%	否	6.9%	否	72.4%	1-10年		62.1%	
	主講者	蕭 蘋			其他	0.0%					11-20年		17.2%	
	與談人	鄭國威									21年以上		6.9%	
◇場次序：第六場 ◇區域：北區 ◇主題：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ◇產業：廣播(1/3)	課程日期	9/23	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	11.1%
	課程時段	08:30-12:30			女	44.4%	是	92.6%	是	38.9%	1年以下		5.6%	
	課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播			男	55.6%	否	7.4%	否	61.1%	1-10年		53.7%	
	主講者	黃兆徽			其他	0.0%					11-20年		7.4%	
	與談人	Charles									21年以上		22.2%	
●場次序：第七場 ●區域：北區 ●主題：性別平權(3/3) ●產業：電視(6/7)	課程日期	9/23	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者 年資	無	26.5%
	課程時段	13:30-17:30			女	58.3%	是	72.2%	是	25.0%	1年以下		2.9%	
	課程名稱	性剝削與性侵事件報導處理			男	41.7%	否	27.8%	否	75.0%	1-10年		50.0%	
	主講者	蕭 蘋			其他	0.0%					11-20年		11.8%	
	與談人	紀惠容									21年以上		8.8%	
◇場次序：第八場 ◇區域：中區	課程日期	9/24	參與人數	經調查滿意度	其中性別比例			其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者	無	5.7%
	課程時段	13:30-17:30			女	75.7%	是	100.0%	是	40.5%	1年以下		0.0%	

◇主題：性別平權 ◇產業：廣播 (2/3)	課程名稱	性別平權的落實	44	86.8%	男	24.3%	否	0.0%	否	59.5%	年資	1-10年	54.3%	
	主講者	陳韻如			其他	0.0%							11-20年	20.0%
	與談人	季潔											21年以上	20.0%
●場次序：第九場 ●區域：北區 ●主題：落實事實查證及公平原則(4/4) ●產業：電視 (7/7)	課程日期	9/27	34	98.4%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	42.9%	
	課程時段	13:30~17:30			女	67.9%	是	75.0%	是	28.6%		1年以下	0.0%	
	課程名稱	假新聞治理與民主的維護			男	32.1%	否	25.0%	否	71.4%		1-10年	17.9%	
	主講者	羅世宏			其他	0.0%						11-20年	21.4%	
	與談人	劉蕙苓										21年以上	17.9%	
◇場次序：第十場 ◇區域：南區 ◇主題：健康傳播 ◇產業：廣播 (3/3)	課程日期	11/28	68	96.1%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	8.2%	
	課程時段	13:30~17:30			女	67.2%	是	100.0%	是	47.5%		1年以下	3.3%	
	課程名稱	健康傳播			男	32.8%	否	0.0%	否	52.5%		1-10年	42.6%	
	主講者	吳文琪			其他	0.0%						11-20年	27.9%	
	與談人	劉玉嬌										21年以上	18.0%	
全10場統計分析	總平均		441	95.1%	女	61.9%	是	78.7%	是	33.3%	從業者年資	無	24.3%	
					男	38.1%	否	21.3%	否	66.7%		1年以下	2.1%	
					其他	0.0%						1-10年	42.7%	
												11-20年	16.3%	
									21年以上	14.7%				

圖 3 專業素養培訓課程分析-全 10 場

課程主題：落實事實查證及公平原則													
執行概要		課程資訊		【落實事實查證及公平原則】問卷分析									
●區域：北區 ●主題別：落實事實查證及公平原則 ●產業類：電視	課程日期	9/5	42	96.0%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	69.4%
	課程時段	08:30-12:30			女	66.7%	是	38.9%	是	25.0%		1年以下	0.0%
	課程名稱	落實事實查證			男	33.3%	否	61.1%	否	75.0%		1-10年	13.9%
	主講者	林照真	其他	0.0%					11-20年	13.9%			
	與談人	黃兆徽							21年以上	2.8%			
	課程日期	9/12	42	95.7%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	26.3%
	課程時段	13:30~17:30			女	52.6%	是	63.2%	是	23.7%		1年以下	0.0%
	課程名稱	AI時代的輿論操作			男	47.4%	否	36.8%	否	76.3%		1-10年	42.1%
	主講者	Charles	其他	0.0%					11-20年	18.4%			
	與談人	李比鄰							21年以上	13.2%			
	課程日期	9/16	21	98.5%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	47.1%
	課程時段	08:30-12:30			女	64.7%	是	58.8%	是	29.4%		1年以下	5.9%
課程名稱	偵查不公開與報導查證	男			35.3%	否	41.2%	否	70.6%	1-10年		23.5%	
主講者	張安婷	其他	0.0%					11-20年	11.8%				
與談人	王昱浩							21年以上	11.8%				
◇區域：北區 ◇主題別：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	9/23	67	94.1%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	11.1%
課程時段	08:30-12:30	女			44.4%	是	92.6%	是	38.9%	1年以下		5.6%	
課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播	男			55.6%	否	7.4%	否	61.1%	1-10年		53.7%	
主講者	黃兆徽	其他	0.0%					11-20年	7.4%				
與談人	Charles							21年以上	22.2%				
●區域：北區 ●主題別：落實事實查證及公平原則 ●產業類：電視	課程日期	9/27	34	98.4%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	42.9%
課程時段	13:30~17:30	女			67.9%	是	75.0%	是	28.6%	1年以下		0.0%	
課程名稱	假新聞治理與民主的維護	男			32.1%	否	25.0%	否	71.4%	1-10年		17.9%	
主講者	羅世宏	其他	0.0%					11-20年	21.4%				
與談人	劉蕙苓							21年以上	17.9%				
【落實事實查證及公平原則】共5場統計	總平均		206	96.6%	女	56.6%	是	68.8%	是	30.1%	從業者年資	無	35.3%
					男	43.4%	否	31.2%	否	69.9%		1年以下	2.3%
					其他	0.0%						1-10年	34.1%
												11-20年	13.9%
												21年以上	14.5%
課程主題：性別平權													
執行概要		課程資訊		【性別平權】問卷分析									
●區域：北區 ●主題別：性別平權 ●產業類：電視	課程日期	9/12	45	94.2%	其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無	15.4%
	課程時段	08:30-12:30			女	61.5%	是	64.1%	是	30.8%		1年以下	2.6%
	課程名稱	從消除對婦女一切形式歧視公約-談避免媒體性別歧視的落實			男	38.5%	否	35.9%	否	69.2%		1-10年	53.8%
	主講者	方念萱	其他	0.0%					11-20年	10.3%			
	與談人	葉大華							21年以上	17.9%			
	課程日期	9/16	13:30-17:30			其中性別比例		其中從業人員參與比例		其中主管職參與比例		從業者年資	無
課程時段	13:30-17:30	女				69.0%	是	93.1%	是	27.6%	1年以下		0.0%

執行概要	課程資訊		【健康傳播】問卷分析							從業者年資		
	課程日期	課程時段	參與人數	經調查滿意度	1.參與者性別比例	2.從業人員參與比例	3.主管職參與比例	無	1-10年	11-20年	21年以上	
◇區域：北區 ◇主題別：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	9/23	35	94.1%	女	31.0%	否	6.9%	否	72.4%	1-10年	62.1%
	主講者	蕭 蘋			男	31.0%	否	6.9%	否	72.4%	11-20年	17.2%
	與談人	鄭國威			其他	0.0%					21年以上	6.9%
	課程名稱	新聞專業與新聞中的性別再現：以選舉新聞中的女性政治人物再現為例										
	課程時段	08:30-12:30										
◇區域：北區 ◇主題別：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	9/23	67	94.1%	女	44.4%	是	92.6%	是	38.9%	無	11.1%
	主講者	黃兆徽			男	55.6%	否	7.4%	否	61.1%	1年以下	5.6%
	與談人	Charles			其他	0.0%					1-10年	53.7%
	課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播									11-20年	7.4%
	課程時段	13:30-17:30									21年以上	22.2%
●區域：北區 ●主題別：性別平權 ●產業類：電視	課程日期	9/23	43	96.7%	女	58.3%	是	72.2%	是	25.0%	無	26.5%
	主講者	蕭 蘋			男	41.7%	否	27.8%	否	75.0%	1年以下	2.9%
	與談人	紀惠容			其他	0.0%					1-10年	50.0%
	課程名稱	性別剝削與性侵害事件報導處理									11-20年	11.8%
	課程時段	13:30-17:30									21年以上	8.8%
◇區域：中區 ◇主題別：性別平權 ◇產業類：廣播	課程日期	9/24	44	86.8%	女	75.7%	是	100.0%	是	40.5%	無	5.7%
	主講者	陳韻如			男	24.3%	否	0.0%	否	59.5%	1年以下	0.0%
	與談人	季 潔			其他	0.0%					1-10年	54.3%
	課程名稱	性別平權的落實									11-20年	20.0%
	課程時段	13:30-17:30									21年以上	20.0%
【性別平權】 共5場統計	總平均		234	93.2%	女	60.0%	是	84.6%	是	33.3%	無	15.9%
					男	40.0%	否	15.4%	否	66.7%	1年以下	2.6%
					其他	0.0%					1-10年	53.3%
											11-20年	12.3%
											21年以上	15.9%
課程主題：健康傳播												
◇區域：北區 ◇主題別：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	9/23	67	94.1%	女	44.4%	是	92.6%	是	38.9%	無	11.1%
	主講者	黃兆徽			男	55.6%	否	7.4%	否	61.1%	1年以下	5.6%
	與談人	Charles			其他	0.0%					1-10年	53.7%
	課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播									11-20年	7.4%
	課程時段	08:30-12:30									21年以上	22.2%
◇區域：北區 ◇主題別：健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	11/28	68	96.1%	女	0.0%	是	0.0%	是	0.0%	無	0.0%
	主講者	吳文琪			男	0.0%	否	0.0%	否	0.0%	1年以下	0.0%
	與談人	劉玉嬌			其他	0.0%					1-10年	0.0%
	課程名稱	健康傳播									11-20年	0.0%
	課程時段	13:30~17:30									21年以上	0.0%
【健康傳播】 共2場統計	總平均		135	95.1%	女	44.4%	是	92.6%	是	38.9%	無	11.1%
					男	55.6%	否	7.4%	否	61.1%	1年以下	5.6%
					其他	0.0%					1-10年	53.7%
											11-20年	7.4%
											21年以上	22.2%

圖 4 專業素養培訓課程分析-三大主題

(一) 執行說明

1. 課程與師資企劃

綜觀計畫之精神，寄以透過課程再次傳達與深植「落實事實查證及公平原則」、「性別平權」及「健康傳播」之理念核心，面對面、垂直溝通的方式，更能進一步瞭解媒體工作現場所遭遇的問題、目前的環境、模糊地帶等，於彙整後可作為未來政策走向之重要參考。

基於「落實事實查證及公平原則」、「性別平權」及「健康傳播」等三大方向做為課程內容之主軸，我們邀請臺灣在大眾傳播、媒體等領域深耕多年的台灣媒體觀察教育基金會（以下稱作：媒觀）作為計畫顧問，借重媒觀的豐富資歷，共同協作課程企劃；雙方進行資料蒐集與課程內容建議、師資等激盪，同時間也請教其他專家學者、或從事相關產業之業者關注之重點及提問等，視情況納入探討內容，促使整體內容更為切入需求、符合效益。

全系列共計十堂課程試圖透過「理論」、「實務」、「法律」以及「社福團體」四大定位出發作為規劃象限的四點座標，謹慎審視各堂內容與觸及的議題，進而邀請領域專家或跨領域工作者之觀察、經驗並且綜觀全球潮流或現況，向內觀察臺灣脈絡而有雙向溝通。

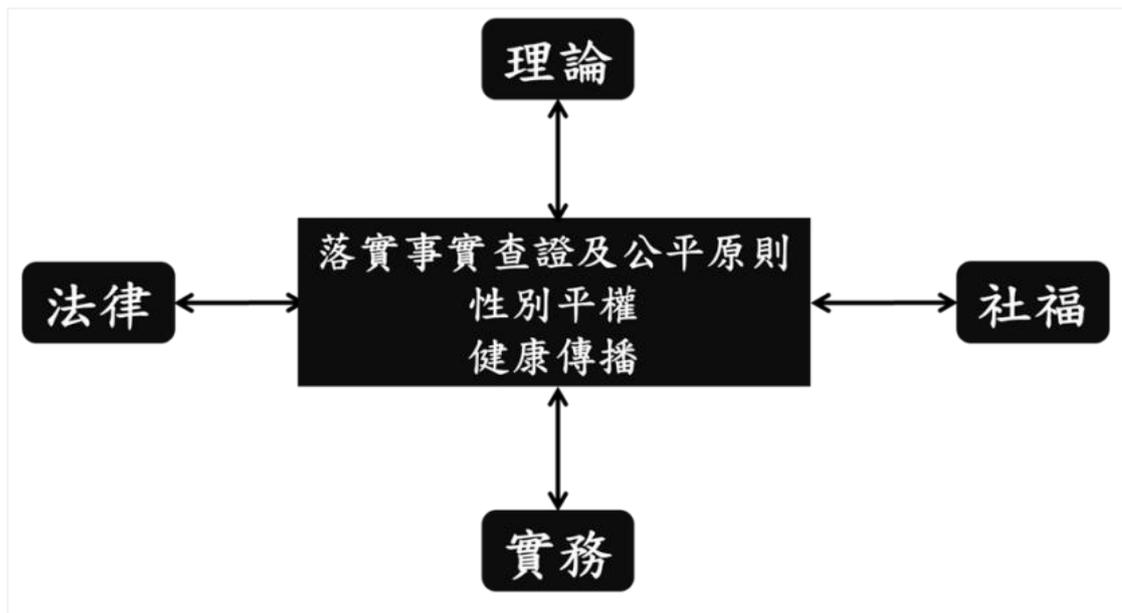


圖 5 實踐主題探討的象限



圖 6 綜觀全球、內觀臺灣

例如，全球熱論的 AI 輿論操作、臺灣未止爭論的偵查暨報導界線等，皆是現今媒體工作者經常觸碰或遭遇的問題，據此，執行團隊透過觀察與顧問夥伴媒觀著手納入此類與其息息相關之議題規劃，企圖提升「媒體業者」自主參與之意願。

欲增進參與度，在師資籌組上亦多有著墨，由媒觀就課程方向與專業領域媒合提供適才名單，執行團隊逐一進行邀約；本次師資遍及學界名師、相關業界資深工作者以及社福團體工作者，近 20 位客座講師組成，是為執行成效亮點之一。

其中【理論】層面，邀請全臺知名學府的大眾傳播科系或研究所教授，有：中正大學傳播學系羅世宏教授、中山大學行銷傳播管理研究所蕭蘋教授、北藝大文資所兼任政大大傳劉蕙苓教授、政大大眾傳播學院方念萱教授、師大健康促進與衛生教育學系吳文琪助理教授、臺大新聞系林照真教授、靜宜大學大眾傳播學系陳韻如助理教授等(以上按學校之筆畫排序)。

除了代入學院角度，另邀請業界致力於格新氣象的資深工作者或專家，就【實務】上的觀察、建議以及珍貴的經驗分享，進行多向對談，寄以達成全面性的、並且由外往內聚焦課程。電視產業請到華視新聞部經理同時亦是「台灣事實查核中心」前總編審黃兆徽，廣播產業則有國立教育廣播電台主持人季潔、廣播金鐘獎主持人劉玉嬌；另外還有網路知名事實查核網站 - 「MyGoPen—這是假消息」網站負責人 Charles、「Cofacts 真的假的」共同創辦人李比鄰；而【法律】面則是由民間司法改革基金會偵查不公開專案小組律師張安婷、台灣警察工作權益推動協會北區聯絡人王昱浩出席客座講者，特別針對「落實事實查證及公平原則」探討。最後【社福團體】邀請社團法人台灣少年權益與福利促進聯盟秘書長葉大華、勵馨基金會執行者紀惠容，則就「性別平權」一項與談。

表 4 系列培訓課程資訊

以【●電視】及【◇廣播】分類，再依各類別中場次舉辦先後作為排序。

編	課程資訊	課程名稱	地點	主講者	與談人
	類別：●電視 日期：09/05 時段：08:30~12:30 地區：北區(1/8) 主題：落實事實查證 及公平原則(1/4)	落實事實查證	臺大醫院國際會議中心 205 廳(臺北市中正區徐州路 2 號 2F)	國立臺灣大學新聞研究所教授 林照真	華視新聞部經理 黃兆徽
	類別：●電視 日期：09/12 時段：08:30~12:30 地區：北區(2/8) 主題：性別平權(1/3)	從消除對婦女一切形式歧視公約談避免媒體性別歧視的落實	集思交通部國際會議中心 202 會議室(臺北市中正區杭州南路一段 24 號 2F)	國立政治大學傳播學院副教授 方念萱	社團法人台灣少年福利促進聯盟秘書長 葉大華
	類別：●電視 日期：09/12 時段：13:30~17:30 地區：北區(3/8) 主題：落實事實查證 及公平原則(2/4)	AI 時代的輿論操作	集思交通部國際會議中心 202 會議室(臺北市中正區杭州南路一段 24 號 2F)	「MyGoP en——這是假消息」網站負責人 Charles	Cofacts 真的假的共同創辦人 李比鄰

(續下頁)

編	課程資訊	課程名稱	地點	主講者	與談人
	類別：●電視 日期：09/16 時段：08:30~12:30 地區：北區(4/8) 主題：落實事實查證 及公平原則(3/4)	偵查不公開和報導查證	2F) 臺大醫院國際會議中心 203 廳(臺北市中正區徐州路 2 號	民間司法 改革基金 會偵查不 公開專案 小組律師 張安婷	台灣警察 工作權益 推動協會 北區聯絡 人 王昱浩
	類別：●電視 日期：09/16 時段：13:30~17:30 地區：北區(5/8) 主題：性別平權(2/3)	別再現 新聞專業與新聞中的性	2F) 臺大醫院國際會議中心 203 廳(臺北市中正區徐州路 2 號	國立中山 大學行銷 傳播管理 研究所教 授 蕭蘋	泛科知識 股份有限公司 知識 長 鄭國威
	類別：●電視 日期：09/23 時段：13:30~17:30 地區：北區(6/8) 主題：性別平權(3/3)	性剝削與性侵事件報導處理	州 201 集思交通部國際會議中心 會路議室(臺北市中正區杭 南一段 24 號 2F)	國立中山 大學行銷 傳播管理 研究所教 授 蕭蘋	勵馨基金 會執行長 紀惠容
	類別：●電視 日期：09/27 時段：13:30~17:30 地區：北區(7/8) 主題：落實事實查證 及公平原則(4/4)	假新聞治理與民主的維護	州 202 集思交通部國際會議中心 會路議室(臺北市中正區杭 南一段 24 號 2F)	國立中正 大學傳播 學系教授 羅世宏	臺北藝術 大學藝術 行政與管 理研究所 副教授 劉蕙苓

(續下頁)

編	課程資訊	課程名稱	地點	主講者	與談人
	類別：◇廣播 日期：09/23 時段：08:30~12:30 地區：廣播(1/3)臺北 主題：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播	別平權及健康傳播 以事實查證方式分析性	集思交通部國際會議中心 202 會議室(臺北市中正區杭州南路一段24號2F)	華視新聞部經理 黃兆徽	「MyGoPen——這是假消息」網站負責人 Charles
	類別：◇廣播 日期：09/24 時段：13:30~17:30 地區：廣播(2/3)臺中 主題：性別平權	性別平權落實	台灣文創訓練中心台中文創館 1301 教室(臺中市西區台灣大道2段2號13F-1)	靜宜大學大眾傳播學系助理教授 陳韻如	國立教育廣播電台主持人 季潔
	類別：◇廣播 日期：11/28 時段：13:30~17:30 地區：廣播(3/3)臺南 主題：健康傳播	健康傳播(健康訊息之真偽)	國立成功大學光復校區國際會議廳(臺南市東區大學路1號)	國立臺灣師範大學健康促進與衛生教育學系助理教授 吳文琪	廣播金鐘獎主持人 劉玉嬌

備註：以主題類別分析課程舉辦場次數，【落實事實查證及公平原則】共為電視業者舉辦4場、廣播業者則是1場，共計5場；【性別平權】則為電視業者舉辦3場，廣播業者2場，共計5場；【健康傳播】為廣播業舉辦2場課程，共計2場課程。

2. 場地及縣市分布

執行團隊於前期企劃時，多考量媒體業者分布以及其發展地域性和人文背景等而擇定縣市及其場地。系列課程有 7 場以電視業者作為主要對象，4 場辦理「落實事實查證及公平原則」議題，另有 3 場則是「推動性別平權」探討。惟經彙整電視從業人員分布情形，多數集中於北部，基於地域便利性的考量，此 7 場皆於北部區域辦理而廣播媒體業者之課程則選定於臺北、臺中及臺南。

場地挑選以交通便利、專業會議室設備、整體空間規劃、是否有開放式接待聯誼空間等優先考量，惟使參與培訓者享有舒適空間密度；且於各場中場休息時間，準備精緻的餐點，營造會中及會後多方人員交流的輕鬆氛圍，讓課程的探討精神延續。

3. 時間選擇

課程時段上，利用週間時段分作上下午兩區段之規劃，甚至在於同日同一場地辦理上、下午兩場課程為非縣市在地業者、遠道而來的參與者省去交通上不便捷之困擾，同時避免選擇週末或假日時間使參與者額外撥出時間、增加其負擔；期以提升培訓參與意願進而增進成效。

4. 參與者及所屬性質

透過報名資料與問卷回饋中呈現，參與者多為廣電媒體業者，約佔總體 77%；其中居主管職者約佔 33%，此顯示參與者多為第一線基層員工，若欲針對媒體環境的政策由上向下地

推動，或有其滯礙所在。另有約 25% 的參與者來自大眾，如相關學系在學生、公民團體、其他領域但與媒體經營有交集的從業者...等；此一現象顯示，大眾對於媒體產業的關注程度，以及觸及產業的主動性。

5. 課程執行方式

報名規則與課堂流程，於下方列點彙整：

◎場數：共 10 場。

（廣播業者 3 場及電視業者 7 場。）

◎參與訓練人員：「廣電事業」從業人員優先報名。

其他新聞從業、電視公協會、關心本議題
公民團體等人員亦可報名。

◎課程規劃包含：講者分享、分組研討、分組發表交流研討
結果、課程結語以 NCC 相關政策，加強業
者之專業媒體素養。

◎活動規模：每場次培訓時間長度為 4 小時，活動規模
預計 40~50 人。

◎活動報名方式：(1).點選活動官網課程頁面下方之【我要報
名】連結，至專屬的 Google 表單提交報名
資料

(2).透過 ACCUPASS 活動通報名

◎活動報名流程表：(見下一頁)

表 5 課程執行流程表

【上午場次】					
時間	時長	活動內容	進行方式	主要執行	
08:30-09:00	30mins	報到	簽到及資料發送	泛科知識	
09:00-09:05	5mins	主持人開場	介紹講者、與談人、NCC 長官	主持人-鄭國威	
09:05-09:20	15mins	NCC 長官致詞	簡要說明政府立場與施政方向	NCC 長官	
09:20-10:05	45mins	專題分享 (主講)	請主講者講述當前趨勢、重要執行原則及核心價值，分享常見爭議類型	主講人	
10:05-10:15	10mins	中場休息			
10:15-11:00	45mins	專題分享 (與談)	主持人與與談人提問互動，分享實務界觀點及針對常見爭議討論	主持人與談人	
11:00-11:10	10mins	中場休息			
11:10-11:40	30mins	分組討論	現場學員每 5-6 人一組，分 6-8 組，每組按照主持人規劃主題討論，並利用海報紙列出 10 項想法	主持人	
11:40-12:00	20mins	分組報告	每組派代表上台分享，每位 3-5 分鐘	主持人與談人	
12:00-12:30	30mins	綜合 Q & A			主持人與談人
12:30		離場，問卷回收			泛科知識

【下午場次】				
時間	時長	活動內容	進行方式	主要執行
13:30-14:00	30mins	報到	簽到及資料發送	泛科知識
14:00-14:05	5mins	主持人開場	介紹講者、與談人、NCC 長官	主持人-鄭國威
14:05-14:20	15mins	NCC 長官致詞	簡要說明政府立場與施政方向	NCC 長官
14:20-15:05	45mins	專題分享 (主講)	請主講者講述當前趨勢、重要執行原則及核心價值，分享常見爭議類型	主講人
15:05-15:15	10mins	中場休息		
15:15-	45mins	專題分享	主持人與與談人提問互動，分享實務	主持人

16:00		(與談)	界觀點及針對常見爭議討論	與談人	
16:00-16:10	10mins	中場休息			
16:10-16:40	30mins	分組討論	現場學員每 5-6 人一組，分 6-8 組，每組按照主持人規劃主題討論，並利用海報紙列出 10 項想法	主持人	
16:40-17:00	20mins	分組報告	每組派代表上台分享，每位 3-5 分鐘	主持人 與談人	
17:00-17:30	30mins	綜合 Q & A			主持人 與談人
17:30		離場，問卷回收			泛科知識

(二) 場地與布置與餐點

輸出物：布條(PVC)*2 條、海報架 4 組

輸出物與場地布置	
	
【場內】入場課程視覺投影、講臺前設置一組海報架。	【場內】布條(PVC)張貼*2 條
	
【場外】入口處置放海報架	【場外】簽到桌，發送問卷及小禮品、研習證明



圖 7 輸出物及場地布置記錄(圖組)

(三) 宣傳管道

1. 網頁架設：

為整合本案相關媒體素養培訓事項及競賽詳細資訊，特建置本案專題網頁。

(1) 網址：

<https://nofake2019.tw/>(見圖 8)

(2) 網頁宣傳效益：

便利網路使用者更容易找到本案活動資訊、以教案方式收攏各培力課程教材。(見圖 9)

並於全 10 場課程結束後，進行彙整精選手冊，於 12 月起開放電子檔下載。(見圖 10)



圖 8 「真相誠可貴、錯假不可推」主題網頁

<p>9/5 (四)</p> <p>早上 08:30</p> <p>↓</p> <p>下午 12:30</p> <p>已結束</p>	<p>的日常。但面對現實的總總困難，許多狀況下，卻成了難以達成的理想。在這場工作坊，我們希望從新聞工作的本身著力，匯聚對於「假新聞」議題的研究分析，以及實務工作的分享交流，討論如何應對不實資訊和假新聞問題。也期待從參與者自身經驗出發，一起腦力激盪出改善的方法，和實踐的可能。</p>
	<p>議 程</p>
	<p>08:30-09:00 報到</p>
	<p>09:00-09:15 主持人開場</p> <p>搭配教案 > 課程主持人介紹當天課程大綱及進行方式</p>
	<p>09:15-09:20 長官致詞</p>
	<p>09:20-10:05 專題主講</p> <p>搭配教案 > 林照真教授講述假新聞定義、全球趨勢與發生情境，並以美國、印度、俄國、伊斯蘭及台灣假新聞事件作為案例，並進行剖析，同時點出媒體業者進行事實查證時應注意的要點與自我提醒。</p>
	<p>10:05-10:15 中場休息</p>
	<p>10:15-11:00 實務與談</p> <p>搭配教案 > 黃兆徵經理以自身豐富的實務經驗與媒體主管經歷，分享媒體業者每日都需面臨的查證困境與抉擇，以及帶領華視團隊落實事實查證，逐步改善播報品質與抱持善意報導的媒體責任，勉勵媒體同業共同努力。</p>
	<p>11:00-11:10 中場休息</p>

圖 9 各堂課搭配教案重點摘要、讓更多網路使用者可參照使用

The screenshot shows the NCC course website interface. On the left, there is a sidebar with a date filter set to '9/5 (四)'. The main content area displays a list of courses. The course '時代的輿論操作' (Operation of Public Opinion in the Era) is highlighted with a red box. Below the course title, there is a '下載簡章手冊' (Download Handbook) button. The page also includes a header with 'NCC 課程資訊' and '課程資訊' tabs.

圖 10 網頁下方有精選手冊電子檔下載連結

2. 寄送公文：

於 8 月 30 日，向 318 家廣電業者、21 個相關部會及相關公民團體發送課程公告之公文。

3. 網路社群宣傳：

(1) ACCUPASS 活動通：

提供多元報名管道，增加參與者報名的方便性。同時還可曝光本次課程，讓除了廣電業者以外，對媒體素養培訓有興趣的民眾參與。



圖 11 ACCUPASS 活動通網頁資訊截圖

(2) 泛科技：

透過泛科技粉專貼文分享課程資訊，透過廣告推播，貼文觸及多元族群，至少觸及 20 萬人次。



圖 12 泛科技新聞網粉絲專頁

(3) 聯播網廣告：

透過廣告聯播網擴大宣傳，包括：關鍵評論網、聯合新聞網、Yahoo!新聞三大平台。

(見圖 13-圖 15)



圖 13 聯播網露出：關鍵評論網

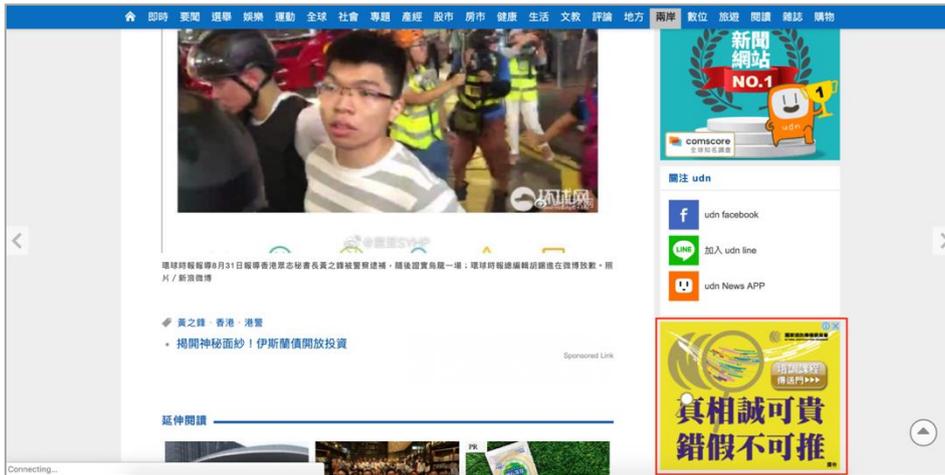


圖 14 聯播網露出：UDN 聯合新聞網



圖 15 聯播網露出：Yahoo! 新聞

4. 泛科學建立媒體識讀專區：

執行團隊於自有的垂直媒體－【泛科學】網站建立媒體識讀專區，並不定期發表相關文章。其中，配合本次專案計畫發布一篇「【特輯】你，讀對了嗎？關於媒體識讀該知道的幾件事」，以利計畫核心之廣宣目標。



圖 16 泛科學-媒體識讀專區之專文發布

5. 課程宣傳效益：

培訓課程宣傳透過上述管道、顧問單位台灣媒體觀察教育基金會之網站、本次執行單位主動規劃之主題活動頁面(即指活動官網)等等，觸及達到 273 萬人次。即便受限原案緊湊期程，仍盡力達到一定廣宣效益。下列針對宣傳管道及效益作一列表彙整：

宣傳管道	觸及人次	占比例	說明
活動官網	150 萬	55%	
台灣媒體觀察教育基金會	8 萬	3%	
泛科學媒體識讀專區	90 萬	33%	
臉書推播貼文	25 萬	9%	包含【泛科技】
總計	273 萬	100%	

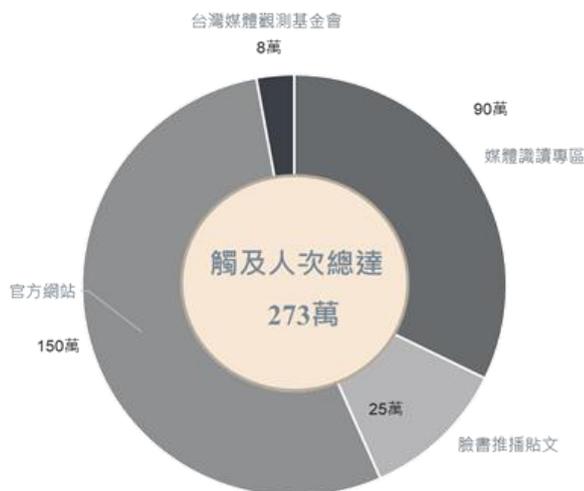


圖 17 課程宣傳效益圓餅圖

活動網站



媒觀

網頁	網頁瀏覽量	不重複網頁瀏覽量	平均網頁停留時間	入站	跳出率	離開百分比
	80,031 % 總計: 75.04% (43,052)	20,305 % 總計: 64.53% (21,863)	00:01:05 資料檢視平均值: 00:01:46 (8.84%)	60,583 % 總計: 75.70% (16,289)	52.78% 資料檢視平均值: 40.26% (2.43%)	50.98% 資料檢視平均值: 37.84% (5.20%)
1. / contest	80,031 (100.00%)	20,305 (100.00%)	00:01:05	60,583 (100.00%)	52.78%	50.98%

泛科學媒體識讀專區

網頁	網頁瀏覽量	不重複網頁瀏覽量	平均網頁停留時間	入站	跳出率	離開百分比
	992,002 % 總計: 0.00% (7,513,183)	700,200 % 總計: 0.00% (4,178,371)	00:04:36 資料檢視平均值: 00:01:05 (57.25%)	245,390 % 總計: 0.00% (3,407,291)	20.96% 資料檢視平均值: 24.97% (163.49%)	20.96% 資料檢視平均值: 45.35% (38.35%)
1. /archives/issues/test	992,002 (100.00%)	700,200 (100.00%)	00:04:36	245,390 (100.00%)	20.96%	20.96%

臉書貼文（泛科技）



(四) 執行成果

1. 課程主題教案

共有 10 篇教案搭配本次系列課程進行，主題聚焦「落實事實查證及公平原則」、「性別平權」、「健康傳播」，其中 1 堂課程基於上述三大論點作一跨主題探討。

此教案搭配之教材為課程精選手冊以及課堂中講師自備之 PPT。

廣電媒體專業素養培訓與公民培力推廣計畫-主題課程教案 1.

課程名稱	性別平權落實		
教學目標	1.協助學員深度瞭解性別議題的學術探討、心理層面及實務問題。 2.觸發媒體專業從業人員自律強化媒體專業素養，激盪出良性媒體環境。 3.維護言論自由之前提下，協助業者提升製播節目的優質內容。		
適用教學對象	1. 從事廣電媒體產業之人員 2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	運用 PBL 教學法的原則，循序漸進引導思考以期學員運用省思、求知、溝通、合作的能力；搭配「教學簡報」、「實體案例」以及「業界資深工作者與談」等等教學設計能達到使學員從中理解並落實以下具體目標 1. 能認知性別不平等現象背後的社會脈絡。 2. 能從生活細節中覺察到性別不平等現象(性別歧視、物化、偏見) 3. 能理解性別平權對每一個人的重要性。 4. 能思考並嘗試落實性別平權的方法。		
教學活動設計	課前準備與說明	本教案的教學重點，如下： 1. 性別角色的起源與對社會的影響。 2. 性別刻板印象與生活中的性別歧視、偏見、性別物化。 3. 社會結構與性別不平等的相互關係。 4. 性別平權的對社會與個人的正面價值。 5. 媒體對性別議題的影響力。 6. 如何改善性別不平等現象與落實性別平權的方法。 課前器材準備與教具、空間配置說明： 1. 利用多媒媒體方式呈現，需有電腦、投影設備等。 2. 現場備有海報、紙筆，進行分組討論時，學員可以即時記錄討論成果。 3. 教學空間建議備有可移動式桌椅，方便分組討論。 4. 教學案例可由授課講師因時制宜、摘錄時事案例，但所有案例講師進行採用前都應自行查核，確認來源或避免資訊不全。	
	節次	主題	課程進行內容

一	課程 導聆	<ol style="list-style-type: none"> 1.預告今日主題探討的重點以及學習方式。 2.預告今日學習歷程與學習目標。 3.鼓勵成員於課堂中積極參與。
二	性別 不平 等的 起源 與現 象	<p>一、引起動機</p> <p>一個男孩和父親碰到一場嚴重的車禍，父親喪生，男孩受到重傷被送到附近的醫院急救。當一位傑出的外科醫生被通知前來進行緊急手術時，卻表示：無法替這男孩動手術，他是我的兒子。這究竟是怎麼回事？以此案例引出一般大眾對於專業高的職位持有的性別刻板印象。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)何謂性別 ppt3</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.生理性別 2.社會性別 <p>(二)性別角色的起源與演進</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.生理性別的影響 2.社會化的影響 3.女權主義的興起 4.同志權利運動 <p>(三)性別角色對社會的影響。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.有利說 2.不利說 3.在生活中隨處可見的性別角色 <p>(四)性別刻板印象的形成</p> <p>(五)日常生活中隱性的性別歧視、偏見、物化</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.性別歧視 2.性別偏見 3.性別物化 <p>(六)社會結構下的仇女與厭女</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.仇女 2.厭女 3.性別刻板印象與仇女厭女的矛盾 <p>三、發展活動</p>

		<p>(一) 請各組就家庭、工作、日常生活層面舉一個性別偏見或歧視的例子。</p> <p>(二) 講師試時間請各組發表或自行將例子收回整理發表。</p> <p>四、總結</p> <p>性別偏見、歧視的現象充斥在我們的生活中，鼓勵大家多從生活中覺察。</p>
三	性別平等現象的覺察	<p>一、引起動機</p> <p>講師承接上堂課的脈絡，鼓勵學員去覺察生活中的性別不平等現象。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)將學員分組，每組給一份報紙、大張海報紙、剪刀、膠水</p> <p>(二)在大張海報紙上，依序劃分性別刻板印象、性別偏見、性別物化、性別歧視四格。</p> <p>(三)請學員依照該堂課所學，將報紙相關文字、圖片剪下。依序貼入相關格子中。</p> <p>(四)將每組海報展示在黑板上，輪流發表。</p> <p>(五)鼓勵大家利用休息時間上前欣賞、討論交流。</p> <p>三、總結</p> <p>性別不平等的現象在生活中隨處可見，除了意識到單一的行為外，更要試著去體會行為背後架構的社會脈絡及對社會造成的影響，如此才能從根本改善性別不平等的現象。</p>
四	性別平權的落實	<p>一、引起動機</p> <p>(一)以日本新聞為例，闡述日本對男性的高度期待，形成 的特殊現象，如怕太早回家被太太瞧不起、雖然失業依舊西裝筆地出門。</p> <p>(二)以世界上自殺率男性為女性的兩倍的數據為例，點出男性因性別背負著功成名就的期待卻又不可表現出絲毫軟弱的多重壓力，讓許多男性有苦說不出。</p> <p>(三)講師點出僵化的性別的刻板印象造成了男性與女性的壓力、也限縮了他們的發展空間。引導性別平權對任何性別皆具有重要影響。</p> <p>二、主要活動</p>

		<p>(一)為何要落實性別平權 ppt5-9 以案例說明性別平權在各個角度的重要性。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 個人 2. 家庭 3. 社會 <p>(二)媒體在性別議題上的負面影響--實例探討 ppt4、10-21</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.郭董發飆。 2.誰比較漂亮？ 3.蔡依林的芭達雅慶生 4.別管脫歐這檔事 5.拜託你 man 一點 <p>(三)全世界性別平權的現況</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.各國案例 2.聯合國數據 <p>(四)如何落實性別平權 ppt22</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.性別平權相關法規 2.性別平權與媒體相關法規 3.性別平權意識的自我省視 <p>(五)發展活動</p> <p>(一)就「媒體如何發揮影響力推動性別平權」為題，請一半的學員在便條紙上寫下 1-2 項你認為可行的方法。另一半的學員寫下 1-2 項可能遇到的問題與困境。</p> <p>(二)將便條紙回收，集合貼在黑板上，鼓勵學員利用休息時間參觀。</p> <p>四、總結</p> <p>性別平權並非是不同性別間爭權奪利的批鬥行為，而是對基本人權、發展權一視同仁的保障。</p>
五	活動	<p>一、引起動機</p> <p>複習上一堂課的內容，講師提示性別平權落實需要大家一起覺察、思考解決方式、實際行動才有效。</p> <p>二、主要活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.講師將前一堂課學員所提的問題與方法邊發表邊

			<p>進行對照與整理。</p> <p>2. 講師針對討論內容進行回饋。</p> <p>三、發展活動</p> <p>請學員針對整個主題的課程進行後設思考(宏觀、第三者的角度)，與自己在這堂課的收穫，並鼓勵分享想法與心得。</p> <p>四、總結</p> <p>講師針對學員的整體學習情形進行回饋，並鼓勵大家將性別平權的精神落實在工作、生活的每一個細節中。</p>
--	--	--	--

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 2.

課程名稱	性剝削與性侵事件的報導處理		
教學目標	1.協助學員深度瞭解性別議題的學術探討、心理層面及實務問題。 2.觸發媒體專業從業人員自律強化媒體專業素養，激盪出良性媒體環境。 3.維護言論自由之前提下，協助業者提升製播節目的優質內容。 4.協助媒體瞭解自身的影響力與社會責任。 5.釐清媒體環境的現況與矛盾，促使業者思考未來規劃優質節目與營運管理的平衡。 6.協助運用所學知識，扭轉既定的工作模式與概念，加以實踐到現實中。		
適用教學對象	1. 從事廣電媒體產業之人員 2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	運用 PBL 教學法的原則，循序漸進引導思考以期學員運用省思、求知、溝通、合作的能力；搭配「教學簡報」、「實體案例」以及「業界資深工作者與談」等等教學設計能達到使學員從中理解並落實以下具體目標： 1. 認知性剝削與性侵害所隱含的社會結構脈絡 2. 了解社會對性剝削與性侵害的反應呈現與原因 3. 了解性剝削與性侵害在傳播媒介上的呈現方式 4. 自我檢視性剝削與性侵害相關議題的立場與觀點。 5. 認知媒體在性剝削與性侵害報導上的社會責任。 6. 基於媒體公益性，增進媒體在性剝削與性侵害報導的處理方式。		
教學活動設計	本教案的教學重點，如下： 課前準備與說明 1. 性剝削與性侵害所隱含的社會結構脈絡 2. 社會對性剝削與性侵害的反應與原因 3. 性剝削與性侵害在傳播媒介上的呈現方式 4. 如何自我檢視性剝削與性侵害相關議題的立場與觀點。 5. 媒體在性剝削與性侵害報導上的社會責任。 6. 基於媒體公益性，媒體在性剝削與性侵害報導的處理方式。 課前器材準備與教具、空間配置說明：		

		<p>1. 用多媒媒體方式呈現，需有電腦、投影設備等。</p> <p>2. 現場備有海報、紙筆，進行分組討論時，學員可以即時記錄討論成果。</p> <p>3. 教學空間建議備有可移動式桌椅，方便分組討論。</p> <p>4. 例可由授課講師因時制宜、摘錄時事案例，但所有案例講師進行採用前都應自行查核，確認來源或避免資訊不全。</p>
節次	主題	課程進行內容
一	課程導聆	<p>(一)告今日主題探討的重點以及學習方式。</p> <p>(二)告今日學習歷程與學習目標。</p> <p>(三)勵成員於課堂中積極參與。</p>
二	性剝削與性侵害的社會脈絡	<p>一、引起動機</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 聯合國統計數據講述各國性剝削與性侵害的比例與現況。 ◆ 講師須注意舉例時不僅是針對女性、男性的性侵害案也需一併舉。 ◆ 引申出性剝削與性侵害是嚴重的暴力行為，只是以性的形式表現出來。 <p>二、主要活動</p> <p>(一)性剝削</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 定義 2. 法規 <p>(二)性侵害</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 定義 2. 法規 <p>(三) 性剝削與性侵害的社會脈絡</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 性別偏見 2. 性別歧視 3. 物化 ppt3-4 4. 厭女 ppt3-4 <p>(四) 性剝削與性侵害是對於弱勢團體的暴力行為與階級宰制，與性別無關。可舉例男子監獄的性暴力比例依然居高不下。</p> <p>(五) 多數人對於性剝削與性侵害的反應 ppt11</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 合理化 2. 檢討受害者

		<p>3.公正世界偏見</p> <p>(六) 案例探討(鈕承澤)</p> <p>(七) 該如何停止？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.了解社會結構與脈絡演進 2.正視嚴重性與影響性 3.提升議題敏感度 <p>三、發展活動 ppt12-19</p> <p>案例探討：mee too 運動</p> <p>你認為 mee too 運動中這些加害者為何可以為非作歹多年？這些受害者出來發聲可能面臨的阻力是什麼？</p> <p>四、總結</p> <p>性剝削與性侵害是嚴重的暴力行為，再與社會結構的階級、族群、權力等利益關係結合，以性的形式表現出來。</p>
<p>三</p>		<p>一、引起動機 ppt4</p> <p>以「分手索錢，惡男握不雅照恐嚇前女友，公開給男生看。」新聞帶出在傳播媒體盛行之下，性剝削／性侵害／性騷擾也越來越常在媒介上呈現。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一) 媒介與性的關係 ppt5-11</p> <ul style="list-style-type: none"> ◆ 數位性別 ◆ 高科技的性 ◆ 報復式色情 <p>(二) 新聞報導與性剝削/性侵害相關法條</p> <p>(三) 新聞報導對社會的影響</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.犯罪情節 2.暴力渲染 3.性別歧視的深化 <p>(四) 新聞自律與約束機關</p> <p>(五) 性剝削/性侵害報導的自我檢驗：</p> <p>3NOT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.不必要的情節 2.不合理的比例 3.不恰當的描述 <p>5WHO</p>

		<p>助長了誰</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 嚇阻了誰 2. 傷害了誰 3. 得利了誰 4. 影響了誰 <p>(六) 我們戴了誰的眼鏡？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 被凝視的客體(人？物品？何種階級？) 2. 凝視的主體(隸屬的團體？階層？) <p>三、 總結</p> <p>在傳播媒介盛行之下，原有的性侵害、性騷擾、性剝削以更隱晦的方式呈現在傳播媒體上。若我們沒有足夠的覺察力，也會成為再製深化這種社會結構的一份子。</p>
四		<p>一、 引起動機</p> <p>講師複習前兩堂課的重點，承接上一堂課內容，講師期許學員運用所學熱烈參與討論。</p> <p>二、 主要活動</p> <p>(一) 講師每組發一篇相關新聞與一張海報紙，請學員就以下內容整理在海報紙上。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 列出 3NOT、5WHO 2. 指出當中性別歧視、性別偏見、物化的內容 3. 你認為這篇報導者是戴上了誰的眼鏡？ 4. 若是你，你會怎麼報導？ <p>(二) 每組輪流發表</p> <p>(三) 講師將海報貼在黑板上、鼓勵學員利用休息時間上前欣賞、互相交流。</p> <p>三、 總結</p> <p>透過對類似案例的練習，期望學員更能提升性別意識，用更高角度省視自己的立場。</p>
五	活動	<p>一、 引起動機</p> <p>講師承接上一堂課討論氣氛，講師期許學員運用所學熱烈參與討論。</p> <p>二、 主要活動</p>

			<ol style="list-style-type: none">1. 一半的學員就「性剝削與性侵害的報導處理」為題，提出在處理報導時可能會遇到的困難。2. 一半的學員就「性剝削與性侵害的報導處理」為題，提出在處理報導時需要注意的部分與細節。3. 講師將便條紙整理、貼在黑板上並相互對照。4. 講師就內容進行回饋。 <p>三、發展活動</p> <ol style="list-style-type: none">1. 請學員就前兩堂課的所學內容與前一堂討論過程進行後設思考(試著從更宏觀、第三者的角度)2. 講師再請大家省視是否有未考慮到的角度3. 鼓勵學員將想法輪流發表分享。 <p>四、總結</p> <p>考量到媒體的公益性質，期許同學透過這幾堂課所學，將認知化為行動，發揮媒體正面影響力。</p>
--	--	--	---

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 3.

課程名稱	從《消除對婦女一切形式歧視公約》談避免媒體性別歧視的落實		
教學目標	1.協助學員深度瞭解性別議題的學術探討、心理層面及實務問題。 2.觸發媒體專業從業人員自律強化媒體專業素養，激盪出良性媒體環境。 3.維護言論自由之前提下，協助業者提升製播節目的優質內容。		
適用教學對象	1. 從事廣電媒體產業之人員 2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	運用 PBL 教學法的原則，循序漸進引導思考以期學員運用省思、求知、溝通、合作的能力；搭配「教學簡報」、「實體案例」以及「業界資深工作者與談」等等教學設計能達到使學員從中理解並落實以下具體目標： <ol style="list-style-type: none"> 1. 了解性別歧視的現況與社會脈絡。 2. 了解《消除對婦女一切形式歧視公約》的重要意旨。 3. 了解臺灣在各方面性別歧視的現況調查與改善建議 4. 認知為了達成實質的性別平等，可以作為的積極性政策。 5. 思考如何運用媒體影響力，破除性別歧視的現象。 6. 協助運用所學知識，扭轉既定的工作模式與概念，加以實踐到現實中。 		
教學活動設計	課前準備與說明 本教案的教學重點，如下： <ol style="list-style-type: none"> 1. 《消除對婦女一切形式歧視公約》重要意旨。 2. CEDAW 對臺灣各方面性別歧視的現況調查與建議。 3. 了達成實質的性別平等，可以作為的積極性政策。 4. 探討如何透過媒體，落實性別平權、減少性別歧視的現象。 課前器材準備與教具、空間配置說明： <ol style="list-style-type: none"> 1. 用多媒媒體方式呈現，需有電腦、投影設備等。 2. 現場備有海報、紙筆，進行分組討論時，學員可以即時記錄討論成果。 3. 教學空間建議備有可移動式桌椅，方便分組討論。 4. 例可由授課講師因時制宜、摘錄時事案例，但所有案例講師進行採用前都應自行查核，確認來源或避免資訊不全。 		
節	主題	課程進行內容	

	次	
一	課程 導聆	<p>(一)預告今日主題探討的重點以及學習方式。</p> <p>(二)預告今日學習歷程與學習目標。</p> <p>(三)鼓勵成員於課堂中積極參與。</p>
二		<p>一、引起動機</p> <p>(一) 以《棕色女孩性別指南》影片欣賞為例。影片中主角侃侃而談印度的性別歧視、錯誤印象。以此案例引出社會錯縱複雜的結構所產生的性別歧視問題。</p> <p>(二) 以聯合國數據闡述全世界性別不平等的現象。</p> <p>二、主要活動 (ppt 3-25 頁)</p> <p>(一)《消除對婦女一切形式歧視公約》主旨介紹</p> <p>(二)直接歧視與間接歧視</p> <p>(三)CEDAW 三核心概念</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.禁止歧視原則 2.實質平等 <ol style="list-style-type: none"> (1)從形式平等到實質平等之落實 (2)矯正式平等 3.國家義務 <p>(四)CEDAW 國家報告--臺灣現況</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.針對臺灣的問題清單 <ol style="list-style-type: none"> (1)在文化、生活中的性別刻板印象 (2)提出全面性的政策以改變女性的從屬地位 (3)針對傳播媒體提出積極改善作為及監督方式 (4)如何降低對女性與女童各方面的暴力行為 2.政府回覆後，審查委員會的意見： <ol style="list-style-type: none"> (1)臺灣針對各方面交叉歧視的性平綜合法制，尚未實現。 (2)政府在打破性別刻板印象的缺乏系統的計畫 (3)在教育選擇/家庭與家務分工/媒體中依然存有性別刻板印象。 3. 政府回覆後，審查委員會的建議： <ol style="list-style-type: none"> (1)執行全面並有協調性的政策 (2)推動相關人員參與並運用其他創新措施 (3)提升網路暴力的認知並對仇恨言論進行管制 <p>(五)案例探討</p> <p>三、發展活動</p>

		<p>(一)請每組就自己經驗，針對家務分工/教育選擇/職業選擇思考並在便條紙上寫下過矯正式平等達到實質平等的方式(1-3 項)。</p> <p>(二)講師收下便條紙，將其貼在黑板上，鼓勵同學利用下課時間參觀</p> <p>四、總結 臺灣在性別平等議題上已經努力推動多年，除了法制的修改外，也需要透過每個人在生活中努力落實，才能達到性別上真正的實質平等。</p>
<p>三</p>		<p>一、引起動機 ppt30-31 以倫敦女同志在公車上被要求親吻拒絕而遭人毆打的新聞為例，引導到對於性暴力的迷思。</p> <p>二、主要活動 ppt26-32 (一)與性暴力有關的迷思 (二)案例探討 蕩婦羞辱-羞辱經濟、可見度經濟 (三)性別刻板印象與性暴力的關係</p> <p>三、發展活動 ● 討論性別刻板印象對男性/女性/跨性別者/同性戀者的影響(正面與負面)講師須特別注平衡舉例，如討論男性被性剝削或性暴力的案例。 ● 各組輪流發表。 ● 引申出性別刻板印象與性暴力其實不分性別，皆是一種對人權的侵害，只是以與性有關的方式表達出來。</p> <p>四、主要活動 ppt33-59 (一)多元性別-同志可以結婚，就已經平等了嗎？ 1.倫敦 LGBT 性別暴力案件 2.美國的同志驕傲與異性戀驕傲 (二)在同志婚姻上的媒體表現 1.Will&Grace-第一部同志為主角的喜劇 2.拍給誰看？主要觀點是誰？輿論反映？ 3.美國媒體對同志態度的演變 (三)國外在反對與改善性別刻板印象的努力 1.英國</p>

		<p>2.美國 3.我國</p> <p>五、總結</p> <p>講師總結刻板印象、歧視與暴力跟性別結合，在社會中以更隱晦不明的方式顯現，無形中強化了偏差的觀念，讓性別刻板印象不只限制了女生，限制了所有人的發展與可能。</p>
四		<p>一、引起動機</p> <p>(一)講師重複《消除對婦女一切形式歧視公約》的重要精神。引導到根據此公約，我國行政院發布《性別平等政策綱領》，試圖針對性別歧視做出全面且具有協調性的積極引導政策。身為媒體工作者，對我國相關政策的通盤了解是避免媒體性別歧視的基礎能力。</p> <p>(二)講師導讀《性別平等政策綱領》宗旨與發展方向。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)每七人一組，就行政院《性別平等政策綱領》七大領域進行專家式閱讀。每一位學員負責一個領域，閱讀後輪流將七大領域內容(包含現況、政策)導讀給其他同學。七大領域分別為：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 權力、決策與影響力 2. 就業、經濟與福利 3. 人口、婚姻與家庭 4. 教育、文化與媒體 5. 人身安全與司法 6. 健康、醫療與照顧 7. 環境、能源與科技 <p>(二)小組專家導讀完畢後，小組選擇一個領域，針對該領域，討論”在此政策之下，如何搭配媒體影響力消除性別歧視”。提出可能遇到的困難與解決的方法。並寫在海報紙上。</p> <p>(三)講師將海報紙貼在黑板上，鼓勵學員利用休息時間參觀。</p>

		<p>三、 總結 講師延續討論氣氛、讚許學員的努力參與。並預告下堂課的相關內容。</p>
五	活動	<p>一、 引起動機 承接上一堂課的討論氣氛，講師讚許學員在討論過程的努力，並鼓勵他們在接下來的過程積極參與。</p> <p>二、 主要活動 (一)每一組將前一堂討論內容輪流發表內容(包含在該領域，避免媒體性別歧視可能遇到的困難、解決方法、心得)進行回饋。 (二)講師針對發表內容進行回饋。</p> <p>三、發展活動 請學員針對整個主題的課程進行後設思考(宏觀、第三者的角度)，與自己在這堂課的收穫，並鼓勵分享想法與心得。</p> <p>四、總結 (一)講師針對學員的整體學習情形進行回饋。 (二)嘉勉學員在媒體業的付出與努力，期望透過整體過程的討論，讓大家對媒體工作有更深刻的省思與社會責任的體認，並鼓勵大家將今日所學付諸於現實中，一起改善性別歧視的現象。</p>

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 4.

課程名稱	新聞專業與新聞中的性別再現		
教學目標	1.協助學員深度瞭解性別議題的學術探討、心理層面及實務問題。 2.觸發媒體專業從業人員自律強化媒體專業素養，激盪出良性媒體環境。 3.維護言論自由之前提下，協助業者提升製播節目的優質內容。 4.協助媒體在性別再現的議題下，瞭解自身的影響力與社會責任。 5.釐清媒體環境的現況與矛盾，促使業者思考未來規劃優質節目與營運管理的平衡。 6.協助運用所學知識，扭轉既定的工作模式與概念，加以實踐到現實中。		
適用教學對象	1. 從事廣電媒體產業之人員 2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	運用 PBL 教學法的原則，循序漸進引導思考以期學員運用省思、求知、溝通、合作的能力；搭配「教學簡報」、「實體案例」以及「業界資深工作者與談」等等教學設計能達到使學員從中理解並落實以下具體目標： <ol style="list-style-type: none"> 1. 認知社會中性別脈絡背後的權力結構關係。 2. 了解新聞中性別再現的形式。 3. 提升媒體工作者對性別再現的覺察能力。 4. 體會媒體對性別再現的所扮演的角色與影響力。 5. 增加媒體在報導上面對性別再現的實務運用。 		
教學活動設計	課前準備與說明 本教案的教學重點，如下： <ol style="list-style-type: none"> 1. 《消除對婦女一切形式歧視公約》重要意旨。 2. CEDAW 對臺灣各方面性別歧視的現況調查與建議。 3. 了達成實質的性別平等，可以作為的積極性政策。 4. 探討如何透過媒體，落實性別平權、減少性別歧視的現象。 課前器材準備與教具、空間配置說明： <ol style="list-style-type: none"> 1. 用多媒媒體方式呈現，需有電腦、投影設備等。 2. 現場備有海報、紙筆，進行分組討論時，學員可以即時記錄討論成果。 3. 教學空間建議備有可移動式桌椅，方便分組討論。 		

		4. 例可由授課講師因時制宜、摘錄時事案例，但所有案例講師進行採用前都應自行查核，確認來源或避免資訊不全。
節次	主題	課程進行內容
一	課程導聆	1.預告今日主題探討的重點以及學習方式。 2.預告今日學習歷程與學習目標。 3.鼓勵成員於課堂中積極參與。
二	新聞中的性別再現	<p>一、引起動機</p> <p>(一)以字典女部之漢字為例，帶領學員看漢字，如嫩、嬌、嬈、婉、嫵，並解釋其中意涵。引導出文化中對女性期待的形象。</p> <p>(二)再舉例一些負面用字，如奸、姦、嫌、妒、婪、婬、妓，點出文化中對女性的歧視。</p> <p>(三)透過以上被歧視或期待的客體，推導出凝視的主體，引導到父權文化的社會結構。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)性別文化的脈絡</p> <p>1.從古到今</p> <p>2.在倫理、常規、風俗、社會結構下的呈現</p> <p>(二)媒體中的性別再現</p> <p>1.媒介的作用 ppt18</p> <p>(1)反映現況</p> <p>(2)加強者</p> <p>(3)改變者</p> <p>2.再現的表現系統</p> <p>(1)符號</p> <p>(2)語言</p> <p>3.媒體影像中的性別再現</p> <p>4.媒體文本中的性別再現</p> <p>5.性別再現的觀察指標</p> <p>(1)頻率</p> <p>(2)功能與價值</p> <p>(3)特質</p>

		<p>(4)關係 (5)象徵符號的使用 (6)場景與情境 (7)差異性 6. 案例探討 ppt 4-17 (1)以政治人物為例 I. 厭女政治(隱私窺探、雙重約制、雙重標準) II. 去女性化、超女性化、少女化、老女人化 (2)以外籍新娘為例 I 厭女與仇女 II 汙名與仇化 8. 媒體再現的微型世界-性別與階級、權力的相互作用與強化再製。</p> <p>三、發展活動 講師以幾張圖片或影片為例，請學生指出背後的性別意涵。</p> <p>四、總結 身為媒體工作者，瞭解性別文化的形成脈絡，並對性別相關意涵的符號、語言有所認知後，對於性別的再現才能更加敏銳。</p>
三		<p>一、引起動機 承接上一堂課的討論氣氛，講師讚許學員在討論過程的努力，並鼓勵他們在接下來的過程積極參與。</p> <p>二、主要活動 (一)講師發給每組成員一篇長篇的新聞專題，請他們就上堂所學討論文字、圖片背後的性別意涵， (二)思考這些性別意涵的再現與社會的整體的性別脈絡是否吻合？符合之處有哪些？不合之處有哪些？ (三)每組輪流發表 5 分鐘。 (四)講師回饋。</p> <p>三、總結 (一)講師概略複述前堂討論的內容，並揭示前堂課的活動就是在進行雙重閱讀(表面意義與隱藏意</p>

四		<p>義)。</p> <p>(二)對於隱藏意義的閱讀能力就是打破媒體性別再現、進而改變現有性別文化脈絡的第一步。</p>
		<p>一、引起動機</p> <p>以日本記者伊藤詩織寫書揭發自己被電視新聞人藉由工作機會性侵，引發社會輿論為例，舉出她打破沉默的行為甚至遭來日本社會的譴責與威脅。引出媒體工作者在道德責任、性別角色、權力結構多重壓力下所面臨的難題。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一) 新聞專業</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.態度與職業信念 ptt20 2.核心理念 ptt21-22 <ol style="list-style-type: none"> (1)客觀性 (2)公共利益 (3)社會責任 3.核心理念與普世價值 <p>(二) 新聞專業在性別議題的可能性</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.負面-性別階級的再製、宰制 2.正面-多元呈現、平衡報導 <p>(三) 如何應用新聞專業改善性別再現</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.了解性別文化的脈絡 2.提升性別意識的敏感度 3.質疑、解構、重建 <p>(四) 新聞專業在性別議題上的展望</p> <p>三、發展活動</p> <p>(一)請各組就上一堂課所拿到的新聞專題，就前幾堂課所學內容，修正專題中的性別刻板印象、歧視、偏見、物化的用字與表達方式，進行新聞的改寫。</p> <p>(二)講師將改寫內容收齊，張貼在黑板上，並鼓勵大家利用休息時間上前欣賞、相互交流。</p> <p>四、總結</p> <p>期許同學透過這幾堂課所學，將認知化為行動，落實</p>

			在媒體工作中，發揮對社會的正面影響力。
	五	活動	<p>一、引起動機 承接上一堂課的討論氣氛，講師讚許學員在討論過程的努力，並鼓勵他們在接下來的過程積極參與。</p> <p>二、主要活動 (一)輪流將前一堂新聞專題改寫的內容發表，並說明如此改寫的考量因素為何？認為如此改寫的後續影響為何？(正面與負面？) (二)講師針對發表內容進行回饋。</p> <p>三、發展活動 請學員針對整個主題的課程進行後設思考(宏觀、第三者的角度)，與自己在這堂課的收穫，並鼓勵分享想法與心得。</p> <p>四、總結 (一)講師針對學員的整體學習情形進行回饋。 (二)嘉勉學員在媒體業的付出與努力，透過整體過程的討論，讓大家對媒體工作有更深刻的省思與社會責任的體認，並鼓勵大家將今日所學付諸於現實中，一起讓媒體環境更好。</p>

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 5.

課程名稱	健康訊息之真偽		
教學目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 協助媒體專業從業人員強化媒體專業素養。 2. 透過互動交流，思考激盪培養良性媒體環境的方法。 3. 在維護言論自由前提下，促使業者提升製播專業及自律性。 		
適用教學對象	<ol style="list-style-type: none"> 1. 從事廣電媒體產業之人員 2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生 	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	<p>運用 PBL 教學法的原則，循序漸進引導思考以期學員運用省思、求知、溝通、合作的能力；搭配「教學簡報」、「實體案例」以及「業界資深工作者與談」等等教學設計能達到使學員從中理解並落實以下具體目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 協助媒體瞭解自身的影響力與社會責任。 2. 釐清媒體環境的現況與矛盾，促使業者思考未來規劃優質節目與營運管理的平衡。 3. 針對現在媒體製造過程中遇到的道德兩難，找出對應的方法。 4. 協助運用所學知識，扭轉既定的工作模式與概念，加以實踐到現實中。 		
教學活動設計	<p>本教案的教學重點，如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 媒體提供不全訊息造成的落差，使閱聽人形成錯誤認知，而衍生的社會恐慌對社會造成的負面影響。 2. 媒體本身應有的覺察能力、查證能力。 3. 媒體肩負正確訊息傳達的社會責任。 <p>課前器材準備與教具、空間配置說明：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 用多媒媒體方式呈現，需有電腦、投影設備等。 2. 現場備有海報、紙筆，進行分組討論時，學員可以即時記錄討論成果。 3. 教學空間建議備有可移動式桌椅，方便分組討論。 4. 例可由授課講師因時制宜、摘錄時事案例，但所有案例講師進行採用前都應自行查核，確認來源或避免資訊不全。 		
	節次	主題	課程進行內容
	一	課程	1.預告今日主題探討的重點以及學習方式。

		導聆	<p>2.預告今日學習歷程與學習目標。</p> <p>3.鼓勵成員於課堂中積極參與。</p>
二	假訊息的影響與媒體的角色		<p>一、引起動機</p> <p>以 WHO 於 2019 年的報告顯示全球麻疹通報病例大幅成長，扣除動亂貧窮無法接種外，其中很大原因跟網路社群媒體宣傳的反疫苗假消息有關。以此案例來引導媒體與公益之關係。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)自由的起源與界限</p> <p>以社會學家 Herber 對自由的闡釋：each has freedom to do all that he wills provided that he infringes not the equal freedom of any other. 解釋自由須以自律為基礎，而此基礎通常都不偏離社會的普世價值與道德責任。引出媒體的自由並非無限上綱。</p> <p>(二)媒體自由的起源</p> <p>媒體自由的起源是為了守護民主社會的價值。</p> <p>(三)媒體自律與專業</p> <p>(四)媒體所遇到的多方拉扯</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 對自我的責任 2. 對閱聽人的責任 3. 對雇主或組織的責任 4. 對專業領域中同事的責任 5. 對廣告主的責任 <p>三、發展活動</p> <p>(一)請學員就媒體遇到的多方拉扯進行排序。1.工作場合的排序。2.個人價值的排序。3.這樣排序各會造成何種結果？實際經驗是？(講師可視情況邀請學員分享)</p> <p>(二)講師試著舉例各種排序可能造成的結果：如專業道德凌駕在個人道德上，可能...；工作倫理凌駕在社會道德上，可能...。</p> <p>(三)講師可進一步解釋每個人的排序都不一樣，而排順序是在面臨兩難抉擇時，能夠成為自己判斷的依據。除了這些順序外，有一些價值是無法排序的，如對閱聽人的責任(知的權利)與隱私權，再次強調自由的範圍。</p>

		<p>四、總結</p> <p>相較於其他產業，媒體因影響力廣泛，具備的社會責任更高。鼓勵大家一起努力思考，讓媒體發揮更好的社會價值。</p>
三		<p>一、引起動機 ppt2-8</p> <p>何謂正確資訊？--以圖片提問，帶出客觀事實、符號真實與主觀真實間的落差，引出媒體在傳遞過程中完整傳遞的不易。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)案例分享 ppt9-37</p> <p>以案例分享媒介工作者未謹慎查證傳播錯誤資訊對社會造成的負面影響。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 訊息不全 2. 社會恐慌 3. 新名詞 <p>(二)求證-二問二動 ppt38-39</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 一問：自問來源是否可信。 2. 二問：自問在多重管道中，此訊息是否有相同結果 3. 一動：主動詢問專家學者、了解充分資訊 4. 二動：隨著時代脈動，更新最新資訊。 <p>三、總結-媒體人對未來的展望 ppt40-41</p> <ol style="list-style-type: none"> (一)以高標準檢視自己傳遞的訊息 (二)不傳遞自己不相信的資訊 (三)求證後的資訊勇於傳遞 (四)傳遞時力求中立、不誘導閱聽人
四		<p>一、引起動機</p> <p>承接前兩堂課的脈絡，點出媒介工作者從專業、道德、倫理的起始點出發，在傳遞過程面臨各方面的課題和矛盾，鼓勵大家一起集思廣益，參與討論並提出解決辦法。</p> <p>二、主要活動</p> <p>就「傳遞真實之健康訊息如何應用在媒體工作</p>

		<p>現場」為題，做滾雪球式的討論。</p> <p>(一)一對一就此題目寫下自己的看法(正反面均可)、並與旁邊的同學交流，時間為五分鐘。就彼此的相同處、相異處、衝突處、爭議點進行交流，也可提出改善或緩解的方式、如何應用在真實情況中。(此時其中一人將討論重點整理在一張紙上。)</p> <p>(二)此二人小組再與另二人小組，就之前討論內容進行交流(時間為五分鐘)，同樣針對相同處、相異處、衝突處、爭議點討論，提出改善或緩解的方式及如何應用於真實情況中。(此時其中一人將討論重點整理在一張紙上。)</p> <p>(三)此四人小組再與另四人小組重複以上過程。</p> <p>(四)此八人小組再與另八人小組重複以上過程。 (若時間允許，最大可容納 32 人討論；講師可看現場狀況、彈性調整每輪討論時間)</p> <p>三、總結</p> <p>將以上整理的結果依討論的先後順序張貼在黑板上，講師鼓勵大家上前欣賞、彼此交流。</p>
五	活動	<p>一、引起動機</p> <p>承接上一堂課的討論氣氛，講師讚許學員在討論過程的努力。</p> <p>二、主要活動</p> <p>(一)請學員就前兩堂課的所學內容與前一堂討論過程進行後設思考(試著從更宏觀、第三者的角度)</p> <p>(二)講師再次請大家省視是否有未考慮到的角度(或講師補充提示。)</p> <p>(三)鼓勵學員將想法輪流發表分享。</p> <p>三、總結</p> <p>(一)講師針對學員的分享進行回饋，也可就上堂課的討論結果提出專業見解。</p> <p>(二)最後嘉勉學員在媒體業的付出與努力，透過整</p>

			<p>體過程的討論，讓大家對媒體工作有更深刻的省思與社會責任的體認，並鼓勵大家將今日所學付諸於現實中，一起讓媒體環境更好。</p>
--	--	--	---

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 6.

課程名稱	假新聞媒體專業素養		
教學目標	<p>1. 讓連結實際社會生活情境，進而瞭解假訊息、媒體產製的基本概念與影響。</p> <p>2. 能透過實作體驗體認媒體素養對於社會環境穩定的重要性。</p> <p>3. 建立思考的基本態度，注重與實踐各種媒體素養教育概念的理解與應用。</p> <p>4. 透過課程設計帶入「落實事實查證及公平原則」的精神核心，期廣電業者製播訊息、訊息得以此為前提。</p>		
適用教學對象	<p>1. 從事廣電媒體產業之人員</p> <p>2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生</p>	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	<p>期以「落實事實查證及公平原則」為主軸，以「理論」及「實務」兩面向進行。透過國內、外重要案例進行研討分析，期提升媒體從業人員專業素養，並透過同業交流，激盪出良性媒體環境。</p> <p>以當前政策、執行原則及核心價值進行分享，瞭解各項訊息接收之落差所造成長遠效應。透過講者-學員間、學員-學員間的交流、提問、協助、良性影響，逐步導入落實查證的思辨與公平原則的認定。</p>		
教學活動	<p>課前準備與說明</p> <p>1. 建議基本配備需有電腦、投影設備、海報紙筆等，以利多元呈現各類媒體素養的現況與實際案例的說明。</p> <p>2. 建議教室桌椅可搬動，方便採用分組教學（4~5 人一組）為佳。</p> <p>3. 課程中的案例建議選擇以該案例已完結者為主（可參考台灣事實查核中心、mygopen 等網頁案例），不建議使用尚未確認消息來源或結果的案例，以免資訊不全造成誤導。</p>		
活動設計	節次	主題	課程進行內容
	一	假新聞與媒體亂象	<p>一、 引起動機：(8 分鐘)</p> <p>1. 引用時事新聞，關注日常生活假新聞的議題，並帶出假新聞不僅是資訊錯誤的問題，嚴重者可能因此侵害他人權利或造成社會不安。（先看左圖，再看右圖，</p>

後閱讀文章)

▪【他靠假新聞，拿下第一名】英國作家把「不存在的餐廳」，從 TripAdvisor 排名墊底洗到「第一」



(資料來源

<https://buzzorange.com/2019/09/06/oobah-butlers-fake-restaurant-became-1-on-tripadvisor/>)

2. 全球關注假新聞

全球關注假新聞

- 假新聞 (fake news) 指的是所有的資訊
- 包含欺騙、不真實的元素
- 以訛傳訛
- 自古即有假新聞，卻從未像數位時代，傳播速度如此之快，範圍如此之廣
- 假新聞可能來自新聞媒體，也可能來自社群網站
- 也可能是主流媒體+社群媒體
- 會發生在各個領域，政治領域更受人注意
- 影響之大，甚至可能影響政權

二、 教學活動：

(一) 教師講解：(40分鐘)

1. 什麼是假新聞？

(1) 教師講授假新聞的定義，並說明產生的情境因素。
(投映片編號2~4)

(2) 播放短片：藉由前導片的案例，讓參與者瞭解鏡頭操作下可能產生的問題，同時也可帶入思考媒體報導的本質是什麼？為什麼會出現這些假訊息呢？

A. 神秘男孩之死 (1:49)

<https://www.youtube.com/watch?v=5xXQudcR8n0>

B. 謊言拍立得 (2:00)

https://www.youtube.com/watch?v=j_yvhMZJyHM

(3) 藉以部分案例 (美國、印度、俄羅斯等) 說明假新聞造成的問題與困擾。(投映片編碼5~10)

(4) 透過右圖的雜誌封面，請學員先針對封面照分享自己的看法，看到什麼？

(5) 下一步對照當時的新聞報導，可



		<p>以讓人知道假訊息對於社會影響的重大。 (https://www.storm.mg/article/452767)</p> <p>2. 我國的假新聞</p> <p>(1) 先看以下黑白照片，並詢問學員：誰在裝甲車上？ 照片為你說了什麼故事？</p> <p>(2) 再看彩色照片：請問到底是誰對誰微笑？</p> <p>(3) 暫且不論當時災民感受，單從兩張照片，可以成就出不同的事實，而在經過人為的轉播或部分事實的轉述，對於社會可能產生什麼影響呢？</p> <div data-bbox="461 696 1369 1200" data-label="Image"> </div> <p>(圖片來源： https://theme.udn.com/theme/story/6773/4080214)</p> <p>(4) 接續透過投影片編碼12~18的各項案例，說明與分享我國假新聞的案例。</p> <p>(5) 播放新聞短片 (00:49公視新聞)： https://www.youtube.com/watch?v=FghXIKJ3IP0</p> <p>(6) 接續播放投影片編碼19，引導新聞產製可能出現的問題。</p> <p>三、 結語：(2分鐘)</p> <p>本節帶著學員認識什麼是假新聞，並透過不同的照片、短片與案例等，實際歸納與整理生活當中出現的假新聞，並希望藉此培養對於假新聞的敏感度。而透過這些案例，也會發現蠻多都與政治情勢有關，為何有此現象呢？留待下一節課繼續討論。</p>
二	誰說的是	<p>一、 引起動機：(8分鐘)</p> <p>(一) 陳其邁到底有沒有戴耳機？ (2:12)https://www.youtube.com/watch?v=yp3Fu8eT</p>

真的？

[CwU](#)

(二) 假消息變教材 (1:51)

https://www.youtube.com/watch?v=VCMo_MUulOk



(三) 這個案例是不是讓人訝異呢？一個現場直播的節目，一個正式的候選人辯論轉播，事後因為影片的轉貼與截圖引起軒然大波，有沒有想過：當下怎麼沒人發現？沒人檢查嗎？

二、 教學活動：

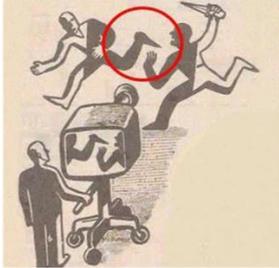
(一) 教師講解 (25 分鐘)

1. 除了上述的案例，以下列出幾個選舉假新聞。
(投影片編碼20~31)
2. 播放影片公視新聞實驗室「記者真心話：你也被媒體帶風向了嗎？」(8:56)
<https://www.youtube.com/watch?v=0JoMqP5UwQ8&t=2s>
3. 請學員分享在影片中看到了什麼？
4. 上述影片以香港反送中事件與中國的媒體環境為例，說明媒體對於社會觀感的影響，也可見政治勢力的影響對於新聞報導自由與事實陳述之間的影響。
5. 透過這些案例，也讓學員與民眾知曉，散佈假訊息也有法律責任的問題。因此，看到比較誇大的訊息時，多思考一步、驗證及持保留態度吧！

(二) 簡易實作：記者的那枝筆 (15 分鐘)

你/妳有沒有發現新聞標題平時使用哪些不當言語呢？請當小尖兵把它抓出來吧！

請現在搜尋一則新聞，並把新聞標題抄錄後，

		<p><u>請標示出哪裡的用詞你覺得不恰當？並說明原因。</u></p> <p><u>假設我們都是一名謹遵新聞倫理的媒體工作者，.....如果你/妳是報導該篇消息 記者，針對上一題的標題，你/妳會怎麼下標題？</u></p> <p>實作及撰寫 10 分鐘，完成後請幾位學員分享。</p> <p>三、 結語：(2 分鐘)</p> <p>希望透過最後一個小活動，讓各位學員有簡單的體驗，了解到報導文字下筆的影響力以及產生的蝴蝶效應。本節主要將假新聞的議題聚焦在政治類的新聞事件，政治議題影響到日場生活許多層面，也涉及到意識形態的問題，對於社會氛圍而言，必須小心面對與處理。</p>
<p>三</p> <p>不同的媒體傳播媒介</p>		<p>一、 引起動機：(5 分鐘)</p> <p>什麼？威廉王子公然比中指？</p>  <p>對照另外一個角度？</p>   <p>這張應該是各位學員很熟悉的圖片，有沒有發現角度的可怕？鏡頭擷取的威力？</p> <p>二、 教學活動</p> <p>(一) 教師講解 (一)：沒圖沒真相？(15分鐘)</p> <p>1. 我們知道文字可以造假，所以改為訴求「沒圖沒真相」，但有圖有真相嗎？我們看看以下案例：</p>

(以下圖片來源為
<https://www.feja.org.tw/42043>)



「官方或機構等被採訪對象提供的影像，很容易獲得記者信任，因而疏忽查證工作！」加拿大卡加利市政府也曾提供錯誤的南亞海嘯照片給媒體，後來被發現其實是錢塘江大潮的畫面。



洛杉磯時報攝影記者，利用三張照片的各元素合成一張完美的伊拉克戰場照片

2. 接著延續上週的主題，我們回來看看我國真假圖文傳播的狀況（投影片編碼32~38）。
3. 透過上述案例，讓人該擔憂的是圖像化後，沒有聲音、沒有不同角度，只有一張圖片，或者傳遞圖片者的一句話，若沒人傳給你第二張，你會不會相信威廉王子比中指？

(二) 教師講述：新聞與查證（25分鐘）

1. 教師講述投影片編碼39~43的內容，說明新聞查證的原則及注意事項，如時間查核、位置查核、消

		<p>息來源查核等5W1H 原則。</p> <p>2. 教師實作示範：以時間查核、圖片查核為例。我們如何知道這是假照片呢？該如何驗證呢？Google 以圖找圖、如何知道 po 文時間等。</p>  <p>（資料參考自 https://newslab.pts.org.tw/news/81）</p> <p>三、 結語：(5 分鐘)</p> <p>第一線採訪人員無法紀錄到每一個事實，而後續編輯、美編也可能對於事實的不了解而產生失誤，但不能因此就合理化錯誤訊息或假新聞造成的問題與侵害。透過上述案例的說明，除了讓學員瞭解在方便的數位媒體資訊中，圖像化的訊息便於閱讀、快速掌握事件核心等優勢，但也因此容易導致無法了解細節、不知道前因後果等問題。透過查核的心法與具體實例，希望學員能具備這些能力，並嘗試運用於工作場域之中。下一堂課，透過實際案例，我們一起進行實務操作吧！</p>
四	實作	<p>一、 引起動機：(15 分鐘)</p> <p>請先閱讀本篇新聞報導，並依據 5W1H 的原則，請列出學員所認為的疑點。(投影片編碼 44)</p> <p>https://www.guancha.cn/internation/2018_09_05_470949.shtml</p> <p>二、 教學活動：</p> <p>(一) 教師播放投影片編碼45，和學員之間相互檢驗該新聞可能出現的問題。(5分鐘)</p> <p>(二) 說明與瀏覽台灣事實查核中心的報導 (https://tfc-taiwan.org.tw/articles/150?fbclid=IwAR1AIdBP4B0S2xt8ws7qYf25-QG9qZ93vo2--1xcHG52Fel1MUAKMrEM-Mo)，解釋與說明各項目的爭議點。</p>

			<p>並從文中所檢附的各項媒體報導截圖，引導學員思考：為什麼會出現這項現象？記者們當下不會懷疑嗎？當時訊息那麼亂，沒查證就報導了嗎？(10分鐘)</p> <p>(三) 播放及講解投影片編碼46~52。(10分鐘)</p> <p>(四) 播放影片公視新聞實驗室：「台灣媒體是怎麼爛掉的？七分鐘看懂媒體亂象五大關鍵」(7:36)。播放完畢後，搭配投影片編碼53，簡易說明台灣媒體所面對的挑戰與環境，(13分鐘)</p> <p>三、 結語：(2分鐘)</p> <p>希望透過這四節課程，讓學員知悉什麼是假新聞？如何辨識假新聞？更希望透過具體的實作和網頁介紹等，讓學員具備基本的辨識能力，並能將此資訊散播到所屬群體中。</p>
--	--	--	--

參考
資料

影片類

台灣媒體是怎麼爛掉的？七分鐘看懂媒體亂象五大關鍵！【記者真心話】 Vol.1 <https://www.youtube.com/watch?v=-JNeBKlG0cI&t=22s>

你也被媒體帶風向了嗎？ft.回覆酸民留言與頭版質疑【記者真心話】 Vol.3 | 懶人包 | 媒體識讀

<https://www.youtube.com/watch?v=0JoMqP5UwQ8&t=2s>

「文旦倒水庫」報導未查證 NCC 罰中天百萬 20190410 公視晚間新聞 <https://www.youtube.com/watch?v=FghXlKJ3IP0>

陳其邁遭抹黑戴耳機假消息變教材 | 華視新聞

20181112 https://www.youtube.com/watch?v=VCMo_MUulOk

報導與網站

【社群內容打假術】Google 教你深度事實查核，人人都是數位打假王 <https://newslab.pts.org.tw/news/81>

事實查核報告：【錯誤】媒體報導：日本關西機場因燕子颱風重創而關閉後，中國優先派巴士前往關西機場營救受困之中國旅客？

<https://tfc-taiwan.org.tw/articles/150?fbclid=IwAR1AIdBP4B0S2xt8ws7qYf25-QG9qZ93vo2--1xcHG52Fel1MUAkMrEM-Mo>

【他靠假新聞，拿下第一名】英國作家把「不存在的餐廳」，從 TripAdvisor 排名墊底洗到「第一」

<https://buzzorange.com/2019/09/06/oobah-butlers-fake-restaurant-became-1-on-tripadvisor/>

一張令世界心碎，影響川普移民苛政的女童哭泣照攝影記者親揭拍攝歷程 <https://www.storm.mg/article/452767>

新聞影像的真實與偽假 <https://www.feja.org.tw/42043>

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 7.

課程名稱	AI 時代的輿論操作		
教學目標	<p>1. 讓連結實際社會生活情境，進而瞭解假訊息、媒體產製的基本概念與影響。</p> <p>2. 能透過實作體驗體認媒體素養對於社會環境穩定的重要性。透過課程設計，帶領學員認識線上查證網站並實際操作，逐步建立且深植落實查證及公平原則的核心精神。</p> <p>3. 初步瞭解 AI 智慧於現今社會之運用甚廣，促使學員思考如何取得「懷疑」及「接收」兩者界線的平衡。經由建立思考的基本態度，注重與實踐各種媒體素養教育概念的理解與應用。</p>		
適用教學對象	<p>1. 從事廣電媒體產業之人員</p> <p>2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生</p>	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	<p>期以「落實事實查證及公平原則」為主軸，以「理論」及「實務」兩面向進行。透過國內、外重要案例進行研討分析，期提升媒體從業人員專業素養，並透過同業交流，激盪出良性媒體環境。</p> <p>以當前政策、執行原則及核心價值進行分享，瞭解各項訊息接收之落差所造成長遠效應。透過講者-學員間、學員-學員間的交流、提問、協助、良性影響，逐步導入落實查證的思辨與公平原則的認定。</p>		
教學活動設計	課前準備與說明	<p>1. 建議基本配備需有電腦、投影設備、海報紙筆等，以利多元呈現各類媒體素養的現況與實際案例的說明。</p> <p>2. 建議教室桌椅可搬動，方便採用分組教學（4~5 人一組）為佳。</p> <p>3. 課程中的案例建議選擇以該案例已完結者為主（可參考台灣事實查核中心、mygopen 等網頁案例），不建議使用尚未確認消息來源或結果的案例，以免資訊不全造成誤導。</p>	
	節次	主題	課程進行內容
	一	網站平台簡介	<p>一、 引起動機：（10 分鐘）</p> <p>（一）播放在 line 群組曾風行的健康訊息影片「被痛風糾纏30年的婆婆，一碗湯，讓她的痛風直接斷根！！轉發出去給更多需要的人知道！ - 健康好生活」（資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=97dYZgNJKo&fe</p>

[ature=youtu.be](#)) (全長7:20, 只需播放大約1分鐘)

(二) 詢問2~3位學員相信嗎? 相信的話, 原因是什麼? 不相信的話, 原因又是什麼? (儘量找到兩個不同立場為佳)

(三) 教師可刻意引導詢問:「它有個明確的帳號建立播放清單喔! 它有31.9萬訂閱者! 它被看了多少次...」最後可自嘲:「老師自己可能也在傳遞錯誤訊息。」

觀看次數: 369,935次 · 2019年10月16日



健康 好生活

31.9萬位訂閱者

(四) 點入連結

(<https://www.mygopen.com/2019/12/Green-Papaya.html>), 經過 MyGoPen 網站查證, 證實該影片內容所說是錯誤的。

(五) 反思及導言: 現今網路傳播媒介多元, 許多訊息是透過通訊媒體快速散步, 但也因其特性, 通訊軟體的消息之間總在所謂「同溫層」之間流傳, 更不易查證與辨識。在現在這樣的時代背景之下, 我們該如何面對呢? 讓我們開始進入主題吧。

二、 教學活動

(一) MyGoPen 怎麼來的? (投影片編碼1~6)(5分鐘)
配合投影片內容說明網站的起源、理念與網站功能等。



(二) 網站介面簡介: (10分鐘)

1. 以網頁介面為主, 另有臉書專頁、Line 帳號。

2. 介紹網頁目錄的內容有哪些？

建議每一個選項都點入且則依案例網頁觀看等。並配合說明除了謠言澄清、詐騙破解之外，了解真實、透露真實訊息也是重要的。



並可從其關鍵字分類的，如假影片、假新聞、假圖片等知道錯誤訊息的類型外，也可關注其依照 Facebook、Line 等進行分類，帶入投影片的內容。



(三) 細部介紹網站運作模式 (投影片編碼7~14) (10分鐘)

(四) 影片觀賞與分享 (10分鐘)

1. 播放短片：「不想被假消息騙快加5大 LINE 好友」(1:39) (資料來源：
https://www.youtube.com/watch?v=9u7285hS_eg)
，讓學員知道還有其他的管道可供查證使用。
2. 最後以「熱線追蹤 - 假訊息四竄警嚴防」(6:30) (資料來源：
<https://www.youtube.com/watch?v=cTTyL7fjyLY>)
作為本節收尾，熟悉假訊息可能產生的社會與法律問題。

三、 結語：(5分鐘)

		<p>(配合投影片編碼 15) 本節帶著學員認識 MyGoPen 的誕生與網路介面，並透過網站導覽、其他案例的輔助等，建立對於 AI 世代下，各種通訊軟硬體、資訊的真假傳遞等，輿論操作可能產生的影響。不僅僅只是在政治、經濟策略、國際議題等，日常生活的飲食、健康、醫學訊息等都可能被影響。下一節課就介紹四個大方向，讓學員認識謠言前線戰場的狀況。</p>
二	謠言訊息造成的傷害	<p>一、 引起動機：(10 分鐘)</p> <p>(一) 播放影片：「這個假的新聞你敢信」(7:24)(資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=Dw_3uis1IaM&t=228s)</p> <p>(二) 透過觀看，讓學員大致了解為什麼會出現這麼多誇大、偏頗、扯翻天的新聞。</p> <p>(三) 並請學員紀錄影片中所提及的幾個關鍵點，可配合以下課程內容與案例，將會更為深刻。</p> <p>二、 教學活動：</p> <p>(一) 教師講解</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 透過具體實例，讓學員知道謠言對於人體造成的損害。(投影片頁碼16~20)(3分鐘) 2. 穿插介紹什麼是內容農場？誰是「假新聞清潔劑」？(12分鐘) <ol style="list-style-type: none"> (1) 配合宣導短劇觀看(6:53)(資料來源： https://www.youtube.com/watch?time_continue=338&v=WiNc32xmnxg&feature=emb_title) (2) 內容農場：是指圖謀網路廣告等商業利益，以取得網路流量為主要目標，而以各種合法、非法手段大量、快速生產品質不穩定網路文章的網站或企業。 (3) 常見的內容農場網站「台灣一體教學，農場文？內容農場 Content Farm」 https://twno1state.wordpress.com/2018/04/28/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E4%B8%80%E9%AB%94%E6%95%99%E5%AD%B8%EF%BC%8C%E8%BE%B2%E5%A0%B4%E6%96%87%E5%85%A7%E5%AE%B9%E8%B

			<p>E%B2%E5%A0%B4-content-farm/ (4) 假新聞清潔劑：這是由台中豐原一小撮公民發起的街頭行動，希望透過面對面、實際產生接觸的互動方式，培養民眾更良好的媒體閱聽習慣。(資料來源： https://www.facebook.com/fakenewscleaner/)</p> <p>3. 繼續介紹其他案例 (投影片編碼21~33) (20分鐘)</p> <p>三、 結語：(5分鐘)</p> <p>(一) 播放影片完全破解假訊息！#媒體素養、#數位思辨力 這樣學 親子天下 (2:52) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=7726K6Xh7xk)</p> <p>(二) 本節透過許多具體案例說明謠言對人或社會造成的具體傷害，不僅是類型多元，從健康食品、醫療行為、買賣商品等，也讓學員瞭解影響的層級甚至是到國家層面，亦可能對於當事人人格造成侵權等，不得不加以重視。</p>
<p>三</p>	<p>假消息與它的產地</p>		<p>一、 引起動機：(8分鐘)</p> <p>(一) 宣導短劇「假消息」(5:54) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=5E_y8iWJ8TA)</p> <p>(二) 透過影片的故事，主角身為採訪者的角色，面有難堪卻還是創造出來了一則假消息。雖然情節有些誇大，但可以大致瞭解假消息如何被生產出來，以及最後吃虧的到底是誰呢？</p> <p>二、 教學活動</p> <p>(一) 教師講解：</p> <p>1. 迴聲室效應是什麼？(投影片編碼35~36)(15分鐘)</p> <p>(1) 影片：TVBS 新聞報導走不出「同溫層」專家警告有副作用！(4:03) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=GgyY1d1sd3k)</p> <p>(2) 影片：TVBS 新聞報導選後你也崩潰嗎？臉書「同溫層」害誤判情勢(2:38) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=TKueUhAi7hY)</p> <p>(3) 說明講解：在一個相對封閉的環境上，一些意見相</p>

		<p>近的聲音不斷重複，並以誇張或其他扭曲形式重複，令大多數人認為這些扭曲的故事就是事實的全部。社群媒體更加劇此現象，因為演算法會根據用戶喜好提供內容，讓民眾接觸到的訊息同質性越來越高、越來越單一化。</p> <p>(4) 閱讀文章「是臉書決定動態牆內容，還是我們自己？——《科學月刊》」(資料來源：https://pansci.asia/archives/85603)，認識迴聲室效應與過濾泡泡的概念。思考究竟是個人選擇的問題？還是系統演算法的問題呢？</p> <p>(5) 透過上述兩則選舉議題的新聞和說明，其實可以多加思考，不管是哪一個概念，並沒有要評斷立場對錯的問題，而是專注於如何蒐集到不同的觀點，讓自己的判斷更為周全。</p> <p>2. 說明常見的 Line 不實訊息 (投影片編碼37~49) (15分鐘)</p> <p>(一) 課堂問答：面對同溫層越來越厚，該怎麼辦呢？(5分鐘)</p> <p>可請幾位學員針對過去所學，提出如何取得不同管道的訊息，進行簡易的分享與討論。</p> <p>三、 結語：(7分鐘)</p> <p>1. 青春發言人「突破同溫層可能嗎？看看這群彰化青年怎麼做！」(3:59)(資料來源：https://www.youtube.com/watch?v=gL0eOe5ZupU)</p> <p>2. 透過上述影片，或許可以給各位學員一點想法與刺激，也許他們的效果有限，但至少是一項突破。對於不同的議題，我想更需要的是周全的了解後做出判斷，這樣對於社會發展將更有意義。</p>
四	如何回應與瓦解？	<p>一、 引起動機：(10分鐘)</p> <p>2018年G7高峰會的照片怎麼不一樣？</p>



德國版



法國版



加拿大版 1



加拿大版 2

(照片來源：<https://dq.yam.com/post.php?id=9433>)

請學員分享：

1. 各國的照片想要呈現什麼故事？
2. 各國的官方照片為什麼要選這一張？
3. 藉此回顧前幾節課提到的訊息，不論是同溫層、假訊息、輿論傳播等，更重要的關鍵點是如何掌握最周全的訊息。

二、教學活動：

(一) 教師播放投影片編碼50~60，透過 MyGoPan 的 Line 群組截圖，說明可以嘗試的做法，以及面對的挑戰。(10分鐘)

(二) 教師播放投影片編碼61~63，講解哪些關鍵的詞彙與畫面出現時就要有警覺心。(5分鐘)

(三) 活動：(5分鐘)

1. 先看以下黑白照片，並詢問學員：誰在裝甲車上？照片為你說了什麼故事？
2. 再看彩色照片：請問到底是誰對誰微笑？



暫且不論當時災民感受，單從兩張照片，可以成就出不同的事實，而在經過人為的轉播或部分事實的轉述，對於社會可能產生什麼影響呢？

(四) 有哪些管道可以查詢呢？(投影片編碼65~72)(7分鐘)

(五) 教師實作示範：我們如何知道這是假照片呢？該如何驗證呢？Google 以圖找圖、如何知道 po 文時間等。(5分鐘)



蔡英文 Tsai Ing-wen

9小時 · 🌐

在知本的 [2019/8/3 下午11:35] 內各地的朋友，近距離感受到熱氣球光雕的美麗。連續第九年舉辦的臺灣熱氣球嘉年華-Taiwan Balloon Festival，真的是夏天來台東一定要打卡朝聖的慶典！



蔡英文 Tsai Ing-wen @iingwen · 8月2日

Three years of economic reforms helped 下午8:53 · 2019年8月2日 by over 2.4% in 2019 Q2, highest among the 4 Asian Tigers. Economic restructuring, industrial innovation, & investments by returning local firms have given Taiwan a leg up in the regional economic race.

			<p>(六) 其他管道：可參考此專題網頁，作為日後持續參與與瞭解的管道來源。當中有介紹各國案例、並提供具體的作法、平台與管道等，共同為資訊紛亂的世界，嘗試做一點事改變它。 (https://watchout.tw/projects/info-warfare/) (5分鐘)</p> <p>三、 結語：(3分鐘)</p> <p>希望透過這四節課程，讓學員知悉在 AI 社會中，科技傳播對於社會有利，但也可能不利。好比同溫層、過濾泡泡等，看似節省對話及搜尋的時間成本，但是否也放棄了解真相的機會成本呢？許多的輿論都是這樣被製造出來，不得不停下來想一想、看一看，讓自己從氾濫的言論中被拉出來吧！</p>
參考資料	MyGoPen 網站- https://www.mygopen.com/2019/12/Green-Papaya.html 台灣事實查核中心 https://tfc-taiwan.org.tw/		

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 8.

課程名稱	媒體自律在「偵查不公開原則」之落實		
教學目標	1. 瞭解偵查不公開原則的法治概念與其意義。 2. 掌握媒體自律的理念、原則與「落實事實查證及公平原則」之方式。 3. 促使學員進一步思考報導、言論自由與法律間的平衡；經建立思考的基本態度，注重與實踐各種媒體素養教育概念的理解與應用。		
適用教學對象	1. 從事廣電媒體產業之人員 2. 關注相關議題之公民團隊、 相關科系之學生	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	期以「落實事實查證及公平原則」為主軸，以「理論」及「實務」兩面向進行。透過國內、外重要案例進行研討分析，期提升媒體從業人員專業素養，並透過同業交流，激盪出良性媒體環境。 以當前政策、執行原則及核心價值進行分享，瞭解各項訊息接收之落差所造成長遠效應。透過講者-學員間、學員-學員間的交流、提問、協助、良性影響，逐步導入落實查證的思辨與公平原則的認定。		
教學活動設計	課前準備與說明	1. 建議基本配備需有電腦、投影設備、海報紙筆等，以利多元呈現各類媒體素養的現況與實際案例的說明。 2. 建議教室桌椅可搬動，方便採用分組教學（4~5 人一組）為佳。 3. 課程中的案例建議選擇以該案例已完結者為主（可參考台灣事實查核中心、mygopen 等網頁案例），不建議使用尚未確認消息來源或結果的案例，以免資訊不全造成誤導。	
	節次	主題	課程進行內容
	一	案件發生時的媒體角色	一、 引起動機：（20 分鐘） 1. 播放媽媽嘴命案相關新聞報導短片(影片可由教師任選，以下2則新聞影片僅為舉例) (1) 媽媽嘴附近涵管疑第一藏屍點－民視新聞（2:38） https://www.youtube.com/watch?v=npP0i1SHT3U (2) 【關鍵時刻2200】恐怖媽媽嘴咖啡八里雙屍案竟是龍門客棧現代版（7:39） https://www.youtube.com/watch?v=EKHAVH9VDEw

- 看完之後請紀錄看到哪些訊息？
- 僅透過影片訊息，請問學員認為兇手是誰？為什麼？
- 後來事件的發展是什麼？

2. 影片民間司法改革基金會「落實偵查不公開救救標籤犯 (1:37) (資料來源：

<https://www.facebook.com/jrf.tw/videos/10155120785559077/?v=10155120785559077>)

3. 以媽媽嘴事件為主，簡介可參考民間司法改革基金會網頁 <https://www.jrf.org.tw/articles/1413#1>)，並引用公開資料「呂炳宏的奇幻旅程」說明之。

媽媽嘴案的偵查不公開?!
我的奇幻之旅

關鍵字: 媽媽嘴
期間: 3/1~4/13
自由時報 90篇
蘋果日報 100篇
東森新聞雲 223篇

名嘴們說:
誰少電筒筒嘴 疑因罪多且長被釋放

2013/3/16	呂炳宏
2013/3/17	呂炳宏
2013/3/18	呂炳宏
2013/3/19	呂炳宏
2013/3/20	呂炳宏
2013/3/21	呂炳宏
2013/3/22	呂炳宏
2013/3/23	呂炳宏
2013/3/24	呂炳宏
2013/3/25	呂炳宏
2013/3/26	呂炳宏
2013/3/27	呂炳宏
2013/3/28	呂炳宏
2013/3/29	呂炳宏
2013/3/30	呂炳宏
2013/3/31	呂炳宏
2013/4/1	呂炳宏
2013/4/2	呂炳宏
2013/4/3	呂炳宏
2013/4/4	呂炳宏
2013/4/5	呂炳宏
2013/4/6	呂炳宏
2013/4/7	呂炳宏
2013/4/8	呂炳宏
2013/4/9	呂炳宏
2013/4/10	呂炳宏
2013/4/11	呂炳宏
2013/4/12	呂炳宏
2013/4/13	呂炳宏

媽媽嘴案偵查不公開?!
我的奇幻之旅

4. 影片蘋果新聞網「呂炳宏「最恐怖的不是謝依涵」而是」(2:11) (資料來源：

<https://www.youtube.com/watch?v=p8s2uHUKpts>)

5. 違反偵查不公開案件事例舉例：八里雙屍案、烏龍共謀案、南港女模命案。透過上述案例，掌握偵查不公開原則和媒體素養之間的關聯性，開始本門課程。

二、教學活動

		<ol style="list-style-type: none"> 1. 說明本次四節課程預計討論的主題（投影片編碼2）（3分鐘） 2. 問題意識：以各式案例為例，提出投影片中可能有什麼問題，請學員回答（投影片編碼3~7）（7分鐘） <ol style="list-style-type: none"> （1）觀看宜蘭普悠瑪翻覆影片（00:34），思考這段影片有什麼問題呢？ （2）報導的照片有什麼問題？ （3）是賣咖啡還是賣毒品？ （4）到底怎麼殺人？ （5）到底誰是兇手？ 3. 與惡的距離片段（焦點放在媒體揭露訊息的界限3:06，資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=3lhZRNLwWNE&t=93s） 4. 總結：檢警與媒體的關係（5分鐘）（投影片編碼8） <p>三、 結語：（10分鐘）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MV 兇手不只一個（4:53）（資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=f1DAIpfC4Gg） 2. 透過以上案例，讓學員瞭解偵查不公開原則與媒體之間的關聯性是重要的，也引入網路媒體霸凌的議題，讓學員認知到不只是專注在法律層面的正確與否，也應在意媒體本身的社會角色。
二	偵查不公開與刑事訴訟	<p>一、 引起動機：（10分鐘）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放民間司改會影片：「2019偵查不公開專案」（4:02）（資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=Cnc83m5Vq94） 2. 影片說明： <ol style="list-style-type: none"> （1）「在一個沒有確定的情況下，難道現在的執法都是這樣嗎？」「網路的留言到事後，我才提起勇氣去看...都罵得很難聽」—受害者／何先生、何太太就算得到無罪判決，當事人的影片仍然可以在網路上被找到... #已經獲

得的進展是什麼？偵查程序中偵查資訊的不當公開或揭露，所帶來最直接的惡果，就是被告遭到污名化及輿論公審。

(2) 近年警方高層因為公關需要，或者為了追求曝光營造「辦大案」的形象，要求轄下警員提供具有「新聞點」的值勤畫面，將執法所得的密錄器影像、行車紀錄器畫面及路口監視器畫面等作為題材，搭配警方點評而製作成影片，並公布在警局臉書粉絲專頁，公然帶頭違反偵查不公開，侵害無罪推定及隱私權保障！#然而徒有新法，就能防止無辜的「標籤犯」嗎？

二、 教學活動：

1. 說明偵查不公開原則的意義。(投影片頁碼9-14)(10分鐘)
2. 配合下方圖表，將概念推廣至三個層面角色。(5分鐘)



- (1) 參與偵查工作的人員，就偵查中執行職務所知事項，應嚴守秘密，避免犯罪嫌疑人的名譽信用因偵查過程公開而受到影響。
 - (2) 犯罪嫌疑人的名譽信用因偵查過程公開而受到影響。
 - (3) 刑訴§245：檢察官、檢察事務官、司法警察官、司法警察、辯護人、告訴代理人或其他於偵查程序依法執行職務之人員，除依法令或為維護公共利益或保護合法權益有必要者外，不得公開揭露偵查中因執行職務知悉之事項。
3. 繼續說明非刑事的法律規範 (投影片編碼15~23)(23分鐘)

三、 結語：(2分鐘)

			<p>本節主要說明偵查不公開原則的法律規範，並進而討論偵查不公開與媒體採訪之間如何衡平，掌握基本概念。</p> <p>一、 引起動機：（10 分鐘）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 影片民視「第三隻眼」「假新聞」（5:11）（資料來源：https://www.youtube.com/watch?v=N1Y1GN-xvyo） 2. 當案件還沒有一個結果時，當社會大眾急需真相時，透過媒體的渲染，偵查還能堅守不公開嗎？媒體所揭露的訊息如洋蔥般一層一層揭露，但這些線索拼湊出來的等同事實嗎？ <p>二、 教學活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師說明偵查不公開與採訪行為之間的關係。（投影片編碼24~26）（5分鐘） 2. 教師說明：新聞自由與偵查不公開原則之調和（10分鐘） <ol style="list-style-type: none"> （1）. 播放蘋果日報跟追案之釋憲簡要說明。（2:48）（資料來源：https://www.youtube.com/watch?v=kA0iBBStWzM） （2）. 說明偵查不公開原則與表現自由（新聞自由與知的權利）的關係（投影片編碼27~33） 3. 偵查過度公開的案例（10分鐘） <ol style="list-style-type: none"> （1）. 以真實案例「高雄冰屍案大驚奇」說明之。可觀看影片，後閱讀文章分析，瞭解偵查不公開原則和媒體報導之間若無取得平衡，將可能產生許多謬誤。 （2）. 影片「鏡週刊時事焦點》母教唆子殺父高雄冰屍案大驚奇」（4:14）（資料來源：https://www.youtube.com/watch?v=u3tQnRz9D4I） （3）. 文章分析：司法流言終結者「冰屍案連三變：失控的偵查一路大公開」（資料來源：https://opinion.udn.com/opinion/story/12322/3363617） 4. 教師說明：偵查不公開作業辦法？（投影片編碼34）（10分鐘） <ol style="list-style-type: none"> （1）. 閱讀文章「違反新聞自由？偵查不公開，媒體到底怕什麼？」（資料來源：https://opinion.udn.com/opinion/story/12322/3878926） （2）. 落實偵查不公開限制更嚴格違者懲處、法辦20190122 公視晚間新聞（1:58）（資料來源：
--	--	--	---

三

偵查不
公開與
新聞採
訪

			<p>https://www.youtube.com/watch?v=KZzGE9waZYE)</p> <p>(3). 將焦點置於該作業辦法第八條的內容，可套用文章中的案例，掌握該條文所述的情境。</p> <p>三、 結語：(5 分鐘)</p> <p>本節主要透過法條、釋憲文、重大案件等方式，帶著學員瞭解其關連性，並最後帶入現行法律規範，嘗試以專文、案例的方式，希望能幫助瞭解及掌握法條所描述的精神。</p>
四	新聞媒體報導中的偵查原則		<p>一、 引起動機：(10 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀賞法律吧第一季『國王的新衣 - 言論自由可以罵人嗎?』(6:30)(資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=W55cNVRE9Ek) 2. 影片主題主要說明「網路上評論公眾人物是言論自由嗎？法律應該以刑法或民法規範言論自由呢？言論自由公開發言跟誹謗的界線在那裡？」同時將此概念延伸到針對偵查中的案件，若侵害到當事人的名譽權、隱私權保障的議題時，應該如何避免呢？ <p>二、 教學活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 影片「柯 P 害慘台大醫院！律師：無故洩林志玲懷孕恐面臨刑責」(1:44)(資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=o8hRQUZ9iAU) 2. 藉由上述案例，可讓學員反思：「懷孕這件事情，因為是林志玲，所以需要給大家知道嗎？我們需要知道嗎？」又或者現在許多新聞依靠的是行車記錄器、路口監視器，生活中還有隱私嗎？當事人的名譽保障呢？(2分鐘) 3. 教師說明：名譽權？(投影片編碼35~43)(12分鐘) 新聞媒體報導偵查中案件，雖不受「偵查不公開原則」之規範，但若有損特定人之「名譽權」的疑慮，該如何處理？ 4. 教師說明：隱私權？(投影片編碼44~47)(10分鐘) 再接回頭投影資料，引述大法官釋憲文的案例，再次去思考什麼是公共利益？怎麼定義與界定公共利益？新聞媒體報導偵查中案件，雖不受「偵查不公開原則」之規範，但若有損特定人之「隱私權」的疑慮，該如何

處理？

5. 延伸討論：(10分鐘)

(1). 「在監視下失去隱私權的人民」(3:18)(資料來源：<https://www.youtube.com/watch?v=S3IekdLJn4s>)

(2). 「隱私權與資訊公開網路時代充滿爭議」(2:31)
(資料來源：

<https://www.youtube.com/watch?v=-0qcMg23SZA>)

(3). 新聞報導的採訪來源、資訊獲取工具越來越多樣，除了偵查不公開原則與媒體自律之間的關係透過前述課程內容探討外，也因為科技的發達，資料的留存、傳播影響擴大，甚至是跨國界的。對此，名譽權及隱私權的議題可以再多加討論之。

三、 結語：(5分鐘) (投影片編碼 49~50)

希望透過這四節課程，讓學員瞭解刑事訴訟過程中，偵查不公開原則對於人權保障的基本精神及其必要性。並藉由媒體和偵查之間的互動關係，討論到對於事件當事人雙方的影響之外，也必須認知到媒體力量的龐大，揭露訊息雖然是媒體的基本義務與功能，但也須確立訊息是否為正確的訊息？否則，現今科技的發達，事後即使有更正、修改、刪除資料等，抹滅不了事已經對當事人產生烙印了！

本次課程也透過我國曾發生過的事件，說明偵查不公開原則被破壞時所造成的影響。也應證了這些資料仍舊存在，若無法掌握與辨別訊息，在正確與錯誤訊息同時並存的頁面裡，如何辯證變成新課題！

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 9.

課程名稱	假新聞治理與民主的維護		
教學目標	<p>1. 讓連結實際社會生活情境，進而瞭解假訊息、媒體產製的基本概念與影響。</p> <p>2. 能透過實作體驗體認媒體素養對社會環境、民主社會的重要性。</p> <p>3. 由國際間各國對於假訊息、新聞報導的反思和法規制定等深入探討，帶領學員進一步建立起「落實事實查證及公平原則」思考的脈絡和基本態度等，並援引為製播新聞、訊息傳播時的重要專業素養依據，注重與實踐各種媒體素養教育概念的理解與應用。</p>		
適用教學對象	<p>1. 從事廣電媒體產業之人員</p> <p>2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生</p>	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	<p>期以「落實事實查證及公平原則」為主軸，以「理論」及「實務」兩面向進行。透過國內、外重要案例進行研討分析，期提升媒體從業人員專業素養，並透過同業交流，激盪出良性媒體環境。</p> <p>以當前政策、執行原則及核心價值進行分享，瞭解各項訊息接收之落差所造成長遠效應。透過講者-學員間、學員-學員間的交流、提問、協助、良性影響，逐步導入落實查證的思辨與公平原則的認定。</p>		
教學活動設計	課前準備與說明	<p>1. 建議基本配備需有電腦、投影設備、海報紙筆等，以利多元呈現各類媒體素養的現況與實際案例的說明。</p> <p>2. 建議教室桌椅可搬動，方便採用分組教學(4~5 人一組)為佳。</p> <p>3. 課程中的案例建議選擇以該案例已完結者為主(可參考台灣事實查核中心、mygopen 等網頁案例)，不建議使用尚未確認消息來源或結果的案例，以免資訊不全造成誤導。</p>	
節次	主題	課程進行內容	

		假新聞的影響	<p>一、 引起動機：（10分鐘）</p> <p>1. 播放影片片段（1:00）（資料來源： https://www.mygopen.com/2019/11/presidential-palace.html</p> <p>主要流傳這段影片：</p> <ul style="list-style-type: none">■ 詢問學員影片呈現什麼了訊息？■ 可能在抗議什麼？■ 能判斷人事時地物嗎？ <p>2. 播放影片片段（2:50）（資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=X6tNHKwaFic&feature=emb_title）</p> <p>3. 點入連結 （https://www.mygopen.com/2019/11/presidential-palace.html，經過 MyGoPen 網站查證，證實該影片內容所說是錯誤的。</p> <p></p> <p>4. 反思及導言：現今網路傳播媒介多元，許多訊息是透過通訊媒體快速散步，但也因其特性，通訊軟體的消息之間總在所謂「同溫層」之間流傳，更不易查證與辨識。在現在這樣的時代背景之下，我們該如何面對呢？讓我們開始進入主題吧。</p> <p>二、 教學活動</p> <p>1. 什麼是假新聞？（15分鐘）</p> <p>（1）公共電視台「青春發言人」（片段00:40~11:20）的影片，讓學生觀賞並同時需擷取影片重點，藉此讓學員瞭解常見的假新聞類型、媒體應該有的角色等。</p>
--	--	--------	---

(2) 教師講解：錯誤訊息不等同於假新聞。假新聞= 具有惡意+內容出錯+虛擬。

假新聞：惡意、虛構、不實



(3) 透過臺灣社會具體發生的時事案例，說明假新聞對社會產生的負面影響，如香蕉滯銷、婚姻平權等假新聞案例（案例可因時事發展與教師需求更換）。

這麼假的新聞你敢信？

• 虛構的不實訊息，可能是正經八百的嚴肅新聞



2. 抗擊虛假訊息傳播的五個提問（投影片編碼3~6）（5分鐘）

3. 播放網路媒體平台四星入『這麼假的新聞你敢信！？』（片長7分25秒）（資料來源：

https://www.youtube.com/watch?v=Dw_3uis1IaM）

掌握影片關鍵字：預設立場、資訊扭曲、假新聞、長輩圖、閱聽人、素養、考證、斷章取義、逐字轉述、一面之詞、辨別能力、媒體亂象。（10分鐘）

4. 介紹媒體倫理準則與國內相關單位的努力。（投映片編碼7~8）

可點入網站頁面，簡易介紹介面操作。（8分鐘）

		 <p>The image shows two screenshots. The top one is the Taiwan FactCheck Center website, featuring a navigation menu with '事實查核報告', '申訴專區', '相關資訊', '聯絡我們', and 'ABOUT US'. Below the navigation is a banner with the text '看見真實 才能打造美好台灣！ 台灣事實查核中心'. The bottom screenshot is a social media post from '新聞小幫手' (News Helper) with the title '新聞小幫手 揪出問題新聞、守護您的網路閱聽品質'. The post includes a red ribbon graphic and the text '17th 編輯小聚 愛滋慢性病 謠言害人命'. It also features a warning about a news scam: '注意！您可能是問題新聞的受害者 來自中國假新聞, 沒有原文報導'.</p>
	<p>二 社群平台如何被問責？</p>	<p>三、 結語：（2 分鐘）</p> <p>本節先說明什麼是假新聞，再透過影片與案例輔助等，讓各位學員瞭解，並以投影片內容說明假新聞帶來的危機與影響，雖然已有查核機制，但仍需要許多人民的支持，才能遏制歪風。</p> <p>一、 引起動機：（15 分鐘）</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀賞影片「台灣媒體怎麼爛掉的？」(7:36) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=-JNeBKlG0cI&t=296s) 2. 說明影片重點：市場小頻道多，媒體惡性競爭搶眼球、商業模式崩壞！傳統媒體成夕陽產業、新聞置入「怎麼賣」？、勞動條件與社會觀感不佳，記者出走！、閱聽人胃口大，愛看又愛罵～、財團把持媒體，公器

		<p>私用。</p> <p>3. 可請學員分享個人經歷，畢竟身處影片所說的媒體環境裡，到底是真的如此嗎？還是心有戚戚焉？</p> <p>4. 進而由教師引導學員思考：「對於假新聞的出現，身為閱聽人可以怎麼做？」、「媒體會出現這些問題，我們有沒有責任？」、「媒體面對什麼挑戰呢？」</p> <p>二、 教學活動：</p> <p>1. 教師講解</p> <p>(1) 透過具體實例，讓學員知道謠言對於民主政治環境造成的損害。(投影片頁碼9~11)(3分鐘)</p> <p>(2) 觀看影片【資訊戰然後呢 EP6】網紅、內容農場：中國對台灣資訊戰的空中攻擊！(7:21)(資料來源：https://www.youtube.com/watch?v=gapG03yxIjI&list=TLPQMTIxMjIwMTmkmjGsPKr1Bg&index=1)</p> <p>(3) 教師說明：還記得關西機場事件嗎？這就是一起中國成功的資訊戰攻擊台灣事件。關西機場是從中國網紅的微博「洪水猛獸 baby」開始的假訊息，並在各種內容農場裡傳播，最後影響輿論。你以為沒有人看內容農場嗎？事實上台灣可能有許多人天天都在看那些內容農場，包含密訊、怒吼、江湖百曉生等等，這也是台灣社會越來越紛亂的原因之一。影片中也揭露：假訊息傳播路徑：微博 → 中國內容農場「觀察者網」 → 台灣各種內容農場「密訊、怒吼、讚新聞」 → 台灣媒體新聞、政論節目炒作、PTT 輿論 → 你手機裡的各個群組。(5分鐘)</p> <p>(4) 另一種戰爭已經悄悄開打(投影片編碼12~15)(3分鐘)</p> <p>(5) 他國的法律規範(投影片編碼16~19)(5分鐘)</p> <p>(6) 社群媒體怎麼做？(投影片編碼20~22)(5分鐘)</p> <p>三、 結語：(2分鐘)</p> <p>藉由本節課程，逐漸將議題帶到假訊息對於一個國家、社會可能產生的負面影響，並援引其他國家的制度、社群媒體的規範等加以認識。下一節接續將要討論那我國呢？</p>
三	誰在洗	一、 引起動機：(15分鐘)

		<p>腦語帶風向？</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 觀賞「台灣觀眾如何被媒體出賣？」(9:04) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=mVEItYOsXjM&t=419s) 2. 教師講解：「台灣觀眾是怎麼被媒體出賣的？」看似很重、很偏頗的話語，其實是希望帶著學員瞭解媒體所面對的挑戰，不能否認因為外在環境的因素，導致觀眾被犧牲了， 3. 媒體被控制，倒大楣其實是老百姓，但財團不想告訴你！ 4. 反觀自身過去的台灣社會有官方媒體，現在或許開放市場競爭，但不可忘記媒體是營利事業，這是不可否認的事實。 5. 假新聞不只是訊息的錯誤，更要留意的是其可能帶來的蝴蝶效應。 <p>二、 教學活動</p> <p>(一) 教師講解：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 假訊息誰製造的？(投影片編碼23~25)(5分鐘) <ol style="list-style-type: none"> (1) 觀看「網傳跳樓輕生假消息韓國瑜籲適可而止 20190901 公視晚間新聞」(2:04) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=rGY-thjGfR0) (2) 配合投影片提問，並回想上一節課討論到資訊站的議題，思考為什麼要這樣做？目的是什麼？可能是誰製造的？ 2. 真實訊息太少？(投影片編碼26~30)(20分鐘) <ol style="list-style-type: none"> (1) 觀看「你也被媒體帶風向了嗎？」(8:56) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=0JoMqP5UwQ8&t=24s) (2) 影片以香港反送中事件為例，說明「媒體帶風向，自保三步驟」： 1. 媒體說了什麼？沒說什麼？ 2. 媒體服務了誰？傷害了誰？ 3. 新聞事實優先或是立場搶先？ (3) 說明投影片之內容。
--	--	--

		<p>(4) 透過新聞時事案例 (如川普說了什麼? 政大學生說了什麼?), 從媒體的標題、效應到發現真相並非如媒體所說的過程, 讓學生思考: 「在這求新求快的世界, 尤其是網路媒體的發達, 對於言論、訊息、新聞, 我們該怎麼辦?」。(案例可因時事發展與教師需求更換)</p> <p>■ 政大新生訓練學生會長致詞諷刺韓國瑜引熱議 (2:08) (資料來源: https://www.youtube.com/watch?v=JjCKFzLGT-M)</p>  <p>三、 結語: (10 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 影片: TVBS 新聞報導選後你也崩潰嗎? 臉書「同溫層」害誤判情勢 (2:38) (資料來源: https://www.youtube.com/watch?v=TKueUhAi7hY) 2. 說明講解: 在一個相對封閉的環境上, 一些意見相近的聲音不斷重複, 並以誇張或其他扭曲形式重複, 令大多數人認為這些扭曲的故事就是事實的全部。社群媒體更加劇此現象, 因為演算法會根據用戶喜好提供內容, 讓民眾接觸到的訊息同質性越來越高、越來越單一化。 3. 青春發言人「突破同溫層可能嗎? 看看這群彰化青年怎麼做!」(3:59) (資料來源: https://www.youtube.com/watch?v=gL0eOe5ZupU) 4. 透過上述影片, 或許可以給各位學員一點想法與刺激, 也許他們的效果有限, 但至少是一項突破。對於不同的議題, 我想更需要的是周全的了解後做出判斷, 這樣對於社會發展將更有意義。
四	反虛假訊息的	<p>一、 引起動機: (8 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 影片民間司法改革基金會「落實偵查不公開救救標籤

政府立法與措施

犯」(1:37) (資料來源：

<https://www.facebook.com/jrf.tw/videos/10155120785559077/?v=10155120785559077>)

- 以媽媽嘴事件為主，簡介可參考民間司法改革基金會網頁 <https://www.jrf.org.tw/articles/1413#1>)，並引用公開資料「呂炳宏的奇幻旅程」說明之。

媽媽嘴案的偵查不公開?!!
我的奇幻之旅



關鍵字: 媽媽嘴
期間: 3/1~4/13
自由時報 90篇
蘋果日報 100篇
東森新聞雲 223篇

呂說: 檢警說「兄弟是行家」分2元案罰管轄大廳

名嘴們說

是誰亂說

名嘴還是說

媽媽嘴案的偵查不公開?!!
我的奇幻之旅

This block contains a collage of news articles and social media posts related to the 'Mommy Mouth Case' (媽媽嘴案). It includes a list of keywords and dates, several newspaper clippings with headlines like '呂說: 檢警說「兄弟是行家」分2元案罰管轄大廳', '名嘴們說', '是誰亂說', and '名嘴還是說', and a small video frame at the bottom right with the text '媽媽嘴案的偵查不公開?!! 我的奇幻之旅'.

- 影片蘋果新聞網「呂炳宏」最恐怖的不是謝依涵」而是」(2:11) (資料來源：

<https://www.youtube.com/watch?v=p8s2uHUkpts>)

- 透過上述案例，讓學員清楚了解反虛假訊息的必要性。

二、 教學活動：

- 教師說明國際法律規定概況。(投影片編碼31~39)(10

		<p>分鐘)</p> <p>2. 教師說明目前國內概況：(12分鐘)</p> <p>(1) 大法官解釋文播放蘋果日報跟追案之釋憲簡要說明。(2:48) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=kA0iBBStWzM) 了解媒體自由與公共利益之間的界線。</p> <p>(2) 偵查不公開作業辦法</p> <ul style="list-style-type: none">● 閱讀文章「違反新聞自由？偵查不公開，媒體到底怕什麼？」(資料來源： https://opinion.udn.com/opinion/story/12322/3878926)● 落實偵查不公開限制更嚴格違者懲處、法辦 20190122 公視晚間新聞 (1:58) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=KZzGE9waZYE)● 將焦點置於該作業辦法第八條的內容，可套用文章中的案例，掌握該條文所述的情境。 <p>3. 說明其他管制方案：(投影片編碼40~56) (15分鐘)</p> <p>三、 結語：(5分鐘)</p> <p>1. 播放<u>公共電視</u>新聞報導短片「假新聞難認定過度管制限縮言論自由」(片長2分12秒)。</p> <p>2. 教師說明：新聞真假如何分辨？有媒體人認為，隨著科技發達，透過社群平台發出的假消息，傳播的速度比新聞媒體傳播更快。有民間團體則是擔心，如果政府管制新聞，恐怕反而讓媒體成為政府傳聲的工具。</p> <p>3. 不要忘記媒體的第四權角色、以及注意手段的比例原則。</p>
--	--	---

廣電媒體專業素養培訓與公民培力-主題課程教案 10.

課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播		
教學目標	<p>1. 讓連結實際社會生活情境，進而瞭解假訊息、媒體產製的基本概念與影響。</p> <p>2. 能透過實作體驗體認媒體素養對於社會環境、民主社會的重要性。</p> <p>3. 建立思考的基本態度，注重與實踐各種媒體素養教育概念的理解與應用。</p> <p>4. 藉由課程內容設計探討及深度思索性別平權之議題，反饋於工作業務上—例如面對綜藝及戲劇類節目等製播內容，能更為謹慎。</p> <p>5. 面對各式訊息傳布前，應用「落實事實查核及公平原則」的精神態度或方法檢核內容，尤其是性別平權與健康傳播等相關議題，都該秉持上述原則。</p> <p>6. 本教學計畫不僅是理念或觀念的論述，更因應時事、現實生活等納入探討；講解線上認證網站(如台灣事實查核中心、MyGoPen 等)之使用方式，且透過於課程中學員一同操作，使其逐步養成查證的先決慣性。</p>		
適用教學對象	<p>1. 從事廣電媒體產業之人員</p> <p>2. 關注相關議題之公民團隊、相關科系之學生</p>	教學節數	4 節(每節 50 分鐘)
設計理念	<p>期以「落實事實查證及公平原則」為主軸，以「理論」及「實務」兩面向進行。透過國內、外重要案例進行研討分析，期提升媒體從業人員專業素養，並透過同業交流，激盪出良性媒體環境。</p> <p>以當前政策、執行原則及核心價值進行分享，瞭解各項訊息接收之落差所造成長遠效應。透過講者-學員間、學員-學員間的交流、提問、協助、良性影響，逐步導入落實查證的思辨與公平原則的認定。</p>		
教學活動設計	課前準備與說明	<p>1. 建議基本配備需有電腦、投影設備、海報紙筆等，以利多元呈現各類媒體素養的現況與實際案例的說明。</p> <p>2. 建議教室桌椅可搬動，方便採用分組教學(4~5 人一組)為佳。</p> <p>3. 課程中的案例建議選擇以該案例已完結者為主(可參考台灣事實查核中心、mygopen 等網頁案例)，不建議使用尚未確認消息來源或結果的案例，以免資訊不全造成誤導。</p>	
節	主題	課程進行內容	

次		
一	看到的就事實嗎？	<p>一、 引起動機：(10 分鐘)</p> <p>1. 什麼？威廉王子公然比中指？</p>  <p>對照另外一個角度？</p> <p>2. 沒圖沒真相？</p> <p>我們知道文字可以造假，所以改為訴求「沒圖沒真相」，但有圖有真相嗎？我們看看以下案例：(以下圖片來源為 https://www.feja.org.tw/42043)</p>  <p>「官方或機構等被採訪對象提供的影像，很容易獲得記者信任，因而疏忽查證工作！」加拿大卡加利市政府也曾提供錯誤的南亞海嘯照片給媒體，後來被發現其實是錢塘江大潮的畫面。</p>



洛杉磯時報攝影記者，利用三張照片的各元素合成一張完美的伊拉克戰場照片

上述案例，讓人該擔憂的是圖像化後，沒有聲音、沒有不同角度，只有一張圖片，或者傳遞圖片者的一句話，若沒人傳給你第二張，你會不會相信威廉王子比中指？

二、 教學活動

1. 關於事實的100種說法（25分鐘）

(1) 觀看新聞「買單程機票返紐約花3萬旅客：不知華航賠多少

」(1:41) (資料來源：

https://www.youtube.com/watch?v=DLdf2LbMST8&feature=emb_title)

(2) 受訪者真正說法是

https://www.youtube.com/watch?v=pQdJZCHBxxw&fbclid=IwAR0J3Y06iyuCUboFR56Xv-Ygt8IHHu-9XDH_ZkiJc31IQN0Uz90J9RnIpDM (1:11)

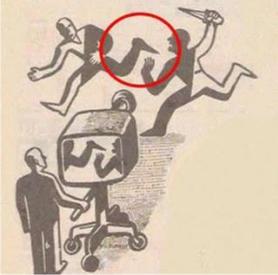
(3) 教師放出投影片編碼 3

(4) 觀看影片「關於事實的 100 種說法」(12:47) (資料來源：<https://www.youtube.com/watch?v=igENPkusPHM>)

(投影片編碼 4~5)

(5) 影片裡提醒了哪些訊息呢？

反省：你所看到的數字、你所看到的暴力、你所看到的造神、你所看到的輿論……，你以為你看到事實了

		<p>嗎？各說各話的媒體所導致的撕裂，可能是更大的暴力。 請學員分享感想。</p> <p>(6) 補充訊息：(5 分鐘)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 觀看新聞「黑衫人數少估?! 市警局：以「科學」計算方式」(3:17) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=ruNeehWX82U) ■ 遊行人數到底怎麼算? (資料來源： https://www.nytimes.com/zh-hant/interactive/2019/07/05/world/asia/hong-kong-protest-crowd-ai.html) <p>2. 新聞：報導事實? (投影片編碼6) (8分鐘)</p>  <p>(1) 這張應該是各位學員很熟悉的圖片，有沒有發現角度的可怕? 鏡頭擷取的威力?</p> <p>(2) 觀賞影片「記者的表演精神__韓劇皮諾丘」(2:43) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=Rc48vdlEeRo)</p> <p>(3) 請學員分享有無其他的印象深刻的案例。</p> <p>三、 結語：(2 分鐘)</p> <p>本節主要希望先打破學員的印象，了解「眼見不一定為憑」。以利後續討論不同的假消息議題。</p>
<p>二</p>	<p>生活中 有哪些 假訊 息?</p>	<p>一、 引起動機：(10 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放影片：「這個假的新闻你敢信」(7:24) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=Dw_3uis1IaM&t=228s) 2. 透過觀看，讓學員大致了解為什麼會出現這麼多誇大、偏頗、扯翻天的新聞。 3. 並請學員紀錄影片中所提及的幾個關鍵點，可配合以下課程內容與案例，將會更為深刻。 4. 進而由教師引導學員思考：「對於假新聞的出現，身為閱聽人可以怎麼做?」、「媒體會出現這些問題，我們

		<p>有沒有責任？」、「媒體面對什麼挑戰呢？」</p> <p>二、 教學活動：</p> <p>(一) 影片造假的問題 (15 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師舉例說明 (投影片編碼7~9) 2. 觀賞影片「人工智慧加持 "深假"比假新聞還可怕」(4:21) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=rPpC6yRXhj0&feature=youtu.be) 3. 觀賞影片「Text-based Editing of Talking-head Video」(8:49) (只有英文字幕，可觀看部分情節即可) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=0ybLCfVeFL4&feature=youtu.be) 4. 對照新聞「科技再進化...修圖軟體配合 AI 技術讓影像真假分不」(1:24) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=iWPuMWARle0) 5. 請學員思考為什麼媒體要這樣做？ <p>(二) 媒體帶風向嗎？(20 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 影片民視「第三隻眼」「假新聞」(5:11) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=N1Y1GN-xvyo) 2. 當案件還沒有一個結果時，當社會大眾急需真相時，透過媒體的渲染，偵查還能堅守不公開嗎？媒體所揭露的訊息如洋蔥般一層一層揭露，但這些線索拼湊出來的等同事實嗎？ 3. 教師說明投影片編碼11~26，透過不同的案例說明之。 <p>三、 結語：(5 分鐘)</p> <p>本節透過許多案例說明生活中的假訊息，藉此讓學員了解各種面向都有可能存在被編造出的錯誤訊息。</p>
三	誰在洗腦語帶風向？	<p>一、 引起動機：(15 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放影片公視新聞實驗室「記者真心話：你也被媒體帶風向了嗎？」(8:56) https://www.youtube.com/watch?v=0JoMqP5UwQ8&t=2s 2. 請學員分享在影片中看到了什麼？ 3. 上述影片以香港反送中事件與中國的媒體環境為例，說明媒體對於社會觀感的影響，也可見政治勢力的影

響對於新聞報導自由與事實陳述之間的影響。

4. 透過這些案例，也讓學員與民眾知曉，散佈假訊息也有法律責任的問題。因此，看到比較誇大的訊息時，多思考一步、驗證及持保留態度。

二、教學活動

1. 教師講解：(投影片編碼27~28) (3分鐘)
2. 以具體案例討論之，結合台灣事實查核系統。(5分鐘)
 - (1) 觀看「淘寶網購帶進鼠疫？疾管署緊急闢謠」(00:44) (資料來源：<https://www.youtube.com/watch?v=RoZsamlEhwg>)
 - (2) 中國爆發鼠疫甚至網路流傳，從淘寶買的衣服或是包裝的紙箱，可能有跳蚤或蟲卵傳播鼠疫進來台灣，疾管署今(23)日特別澄清，感染鼠疫的跳蚤，因為鼠疫桿菌、導致牠腸胃阻塞，會因為飢餓，需要不停尋找活體動物吸血，因此不會附著在無法被吸血的紙箱或衣服，蚤類的蟲卵、也不會帶有鼠疫桿菌。...
 - (3) 觀看台灣事實查核中心資料
<https://tfc-taiwan.org.tw/articles/1435>

事實查核報告#216



錯誤

網傳「中國的YouTuber指出她的朋友買了二手衣服，穿在身上間接得了鼠疫...衣服來源是一個在停屍間工作的警衛做的，專門把要火化的死人衣服脫下來」？

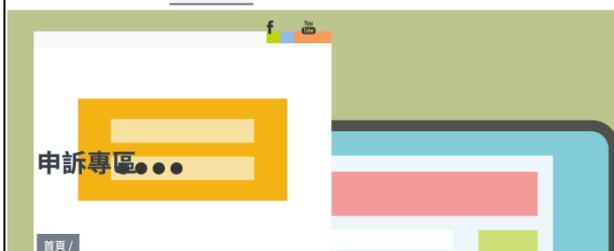
發布日期 / 2019年12月2日

3. 怎麼使用事實查核系統？(7分鐘)



台灣事實查核中心
Taiwan FactCheck Center

事實查核報告 申訴專區 相關資訊 聯絡我們 ABOUT US



排序 按申訴時間 按讚數 [我要申訴](#) [申訴Q&A](#)

我有疑問 請協助調查
 2019-12-11 0
 地方(能源、土地) 議題, 訊息有疑義請協助調查。
[閱讀更多](#)

我有疑問 內容有疑義
 2019-12-11 0
 一、社論新聞。二、敘述內容有疑義, 請事實查核中心協助調查。
[閱讀更多](#)

我有疑問 請事實查核中心協助查證
 2019-12-11 0
 內容有疑義, 請事實查核中心協助查證。
[閱讀更多](#)

4. 介紹 MyGoPen 系統操作：網站介面簡介：(10分鐘)

(1) 以網頁介面為主，另有臉書專頁、Line 帳號。



(2) 介紹網頁目錄的內容有哪些？

建議每一個選項都點入且則依案例網頁觀看等。並配合說明除了謠言澄清、詐騙破解之外，了解真實、透



並可從其關鍵字分類的，如假影片、假新聞、假圖片等知道錯誤訊息的類型外，也可關注其依照 Facebook、Line 等進行分類，帶入投影片的內容。

Facebook
【假訊息】大安區古亭國小選務人員遭撤換做手腳？中選會駁斥
 Charles Yeh 0 Nov 18, 2019
 最近 LINE 和臉書流傳「我是11/24大安區古亭國小選務人員」、「我們整批都無預警被換掉了」、「就怕鄉下地方，沒人全程監票。一轉眼整箱票權換掉」這樣的謠言內容。對此中選會表示完全沒有這樣的事，投票日「每個票所都有監察員」，除依法由政黨或候選人推薦外，其餘選務人員已於10月底完成招募，呼籲民眾勿捏... [更多內容](#)

假新聞
【假訊息】德國學生學港獨破壞地鐵？警察開槍執法影片？反恐演習
 Charles Yeh 0 Nov 17, 2019
 最近 LINE 流傳一段影片謠言訊息，描述「德國學生學港獨破壞地鐵，看看德國警察是如何處置的」、「俄國反恐怖標準，警察執法就开枪」的內容，並放上一段新聞影片報導。事實上這並不是什麼德國學生破壞地鐵的狀況，主要是一段反恐演習影片被誤導，國際事實查證單位也澄清過這樣的內容，與港獨之類訊息無關，這是德國... [更多內容](#)

LINE
【假圖片】謝長廷改國名被日本裁罰7000萬日圓？是2017謠言

			<p>三、 結語：(10 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 宣導短劇「假消息」(5:54) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=5E_y8iWJ8TA) 2. 透過影片的故事，主角身為採訪者的角色，面有難堪卻還是創造出來了一則假消息。雖然情節有些誇大，但可以大致瞭解假消息如何被生產出來，以及最後吃虧的到底是誰呢？ 3. 播放影片完全破解假訊息！#媒體素養、#數位思辨力 這樣學 親子天下 (2:52) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=7726K6Xh7xk) 4. 本節主要把焦點放在如何使用平台查證訊息，學習查證的技巧與熟悉平台，未來亦可作為推廣的成員之一。
<p>四</p>	<p>打假特攻隊</p>		<p>一、 引起動機：(10 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放影片公視新聞實驗室：「台灣媒體是怎麼爛掉的？七分鐘看懂媒體亂象五大關鍵」(7:36) (資料來源： https://www.youtube.com/watch?v=-JNeBKlG0cI&t=296s) 2. 說明影片重點：市場小頻道多，媒體惡性競爭搶眼球、商業模式崩壞！傳統媒體成夕陽產業、新聞置入「怎麼賣」？、勞動條件與社會觀感不佳，記者出走！、閱聽人胃口大，愛看又愛罵～、財團把持媒體，公器私用。 <p>二、 教學活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 介紹華視打假特攻隊網頁(投影片編碼29~31)(5分鐘)可透過些許案例了解其呈現方式。

2. 活動：(5分鐘)

(1) 先看以下照片，請問學員看到什麼？



(2) 再看以下新聞報導：

- 新聞一：又傳造謠!!韓粉 PO 雨天"國旗山"照誣小英丟國旗竟是"15年前舊照" | (1:39) (資料來源 <https://www.youtube.com/watch?v=OcdWqWEfSaM>)
- 新聞二：烏龍！國旗遭拔丟路邊？ 養工處布置用！ (1:17) (資料來源：https://www.youtube.com/watch?v=CuiAGDue_EM)

(3) 透過上述案例，為了搶快、為了搶收視率，常可見類似上述問題發生，其中部分刑事案件等，還可看見媒體辦案的問題，對此我們應該如何面對呢？

3. 其他查詢方式介紹：以時間查核、圖片查核為例。(10分鐘)

我們如何知道這是假照片呢？該如何驗證呢？Google 以圖找圖、如何知道 po 文時間等。



(資料參考自 <https://newslab.pts.org.tw/news/81>)

4. 觀賞「台灣觀眾如何被媒體出賣？」(9:04) (資料來源：

<https://www.youtube.com/watch?v=mVEItYOsXjM&t=419s>)

5. 教師講解：「台灣觀眾是怎麼被媒體出賣的？」看似很

重、很偏頗的話語，其實是希望帶著學員瞭解媒體所面對的挑戰，不能否認因為外在環境的因素，導致觀眾被犧牲了，媒體被控制，倒大楣其實是老百姓，但財團不想告訴你！反觀自身過去的台灣社會有官方媒體，現在或許開放市場競爭，但不可忘記媒體是營利事業，這是不可否認的事實。假新聞不只是訊息的錯誤，更要留意的是其可能帶來的蝴蝶效應。(6分鐘)

三、 結語：(4分鐘)

1. 播放公共電視新聞報導短片「假新聞難認定過度管制限縮言論自由」(片長2分12秒)。
2. 教師說明：新聞真假如何分辨？有媒體人認為，隨著科技發達，透過社群平台發出的假消息，傳播的速度比新聞媒體傳播更快。有民間團體則是擔心，如果政府管制新聞，恐怕反而讓媒體成為政府傳聲的工具。
3. 不要忘記媒體的第四權角色、以及注意手段的比例原則。

2. 互動方式說明

規劃課程中展現之亮點在於執行團隊參考源自杜威 (John Dewey) 之教學法則--「PBL 原則」(Problem-Based Learning)，試圖透過問題或情境建立引發思考，並且建立起目標，促使其自我敦促增進新知或修正舊有之知識、概念等等。以此為基準設計流程，達到不同以往僅限於「你說我聽」的單向回饋，多元、活絡、具有參考價值的雙向反饋。

其執行方式誠如下述，每堂課分成四節進行並由一位主持人引導師生互動和重點彙整，第一、二節禮聘學術界或業界專家做深度導聆、議題探討等；第三節則是透過主持人分組，每組約由 6~8 位學員隨機組成，而主持人彙整前兩節課程脈絡提出擬定之論題，並偕同當日之講師和與談人親自與各組學員進行桌邊論壇鼓勵學員踴躍發言、思考、延伸交流。第四節延續上一節之分組討論精神，邀請各組推派學員發表討論結果，除展現出學員的學習意識，其反映出學員(即媒體業者)所面臨的環境、真實問題等，擴大課堂中交流的集合；最終不僅個體培訓成效提升，相較於主辦方更有機會多方匯集未來政策擬定之發現或懸而未解之解決之道。(見圖 18，即有現場實記照片參閱)



圖 18 全案課程精華紀錄(圖組)

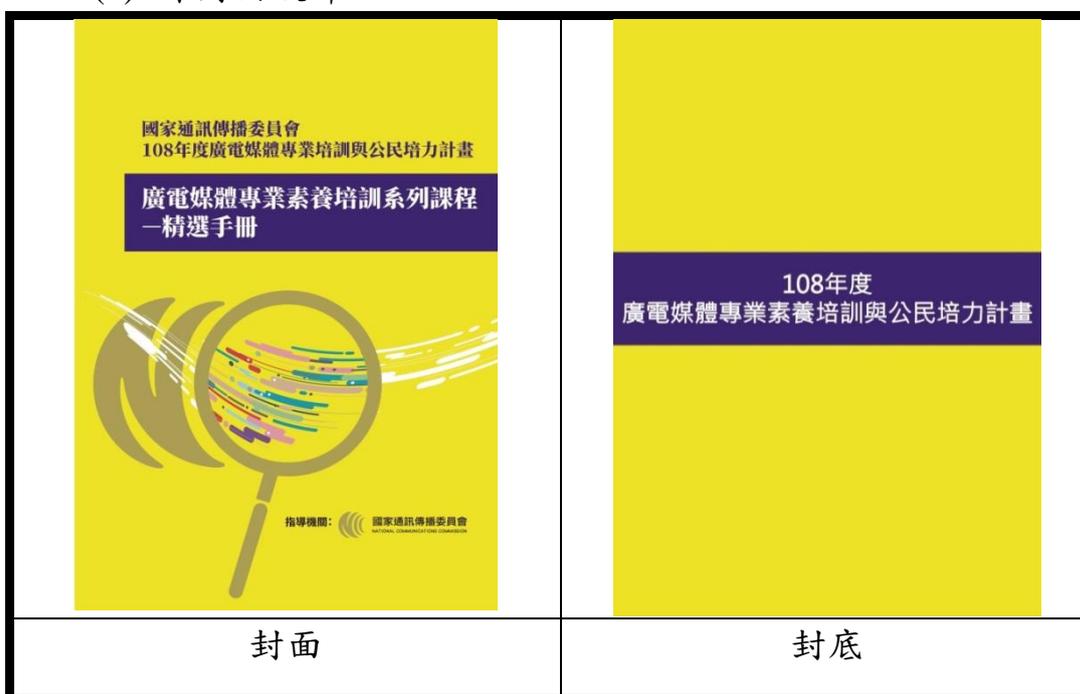
3. 系列課程內容之精選手冊

本精選手冊擷取全 10 堂系列課程之課程 PPT，並由中正大學傳播學系羅世宏教授為手冊的前言與主題導讀撰文，並與執行團隊擔任共同編輯。精選手冊之全文請詳見附件六、。

(1). 手冊規格

品項	規格
尺寸	A4
頁數	37 頁
翻頁方式	橫書左翻
裝訂	騎馬釘
材質	道林紙 70g
主編	財團法人台灣媒體觀察教育基金會 泛科知識股份有限公司

(2). 外封面設計



(3). 編輯大綱暨目錄

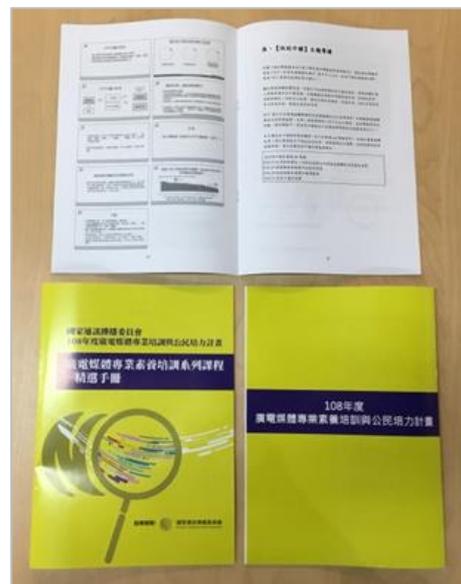
頁碼	頁數	章節	單元
封面			標題、指導機關、主辦單位
	1	目錄	
	1	課程 時間軸	
P1-2	2	前言	羅世宏教授撰文
P3-5	3	壹、打擊假 訊息:國際 作法	國際趨勢、臺灣公民倡議
P6-18	1	貳、落實事 實查證及 公平原則 治理	P6 主題導讀
	2		P7-8(一) 落實事實查證
	2		P9-10(二)-1AI 時代的輿論操作
	2		P11-12(二)-2 AI 時代的輿論操作
	2		P13-14(三) 偵查不公開和報導查證
	2		P15-16(四)-1 假新聞治理與民主的 維護
	2		P17-18(四)-2 假新聞治理與民主的 維護
P19-31	1	參、性別平 權	P19 主題導讀
	2		P20-21(一)-1 從消除對婦女一切形 式歧視公約談避免媒體性別歧視的落 實
	2		P22-23(一)-2 從消除對婦女一切形 式歧視公約談避免媒體性別歧視的落 實
	2		P24-25(二) 新聞專業與新聞中的性 別再現
	2		P26-27(三)-1 性剝削與性侵事件報 導處理
	2		P28-29(三)-2 性剝削與性侵事件報 導處理
	2		P30-31(四) 性別平權落實

頁碼	頁數	章節	單元
P32-34	1	肆、健康傳播	P32 主題導讀
	2		P33-34 健康傳播-健康訊息之真偽
P35-37	1	伍、跨主題綜合討論	P35 主題導讀
	2		P36-37 以事實查證方式分析性別平權及健康傳播

(4). 發送對象：

以廣播媒體業者為主要發送對象，並採用郵寄的方式寄送紙本手冊，共計寄送全台 318 家廣電媒體業者。

(5). 手冊實體照(共印製 800 份紙本)：



4. 問卷分析:

全 10 場課堂簽到人數共有 441 人次，回收問卷有 375 份，回收率達 85%；而計 10 場各項調查平均滿意度為 95.1%。（見下列表 6）

表 6 各場次參與人員分析與滿意度總表

編	日期 時段	類別	課程名稱	從業 人員	非從 業者	總 計	總體 滿意度
1	9/05 8:30~12:30	● 電視	落實事實查證	15	27	42	96.0%
2	9/12 8:30~12:30	● 電視	從消除對婦女一切形式歧視公約談避免媒體性別歧視的落實	34	8	42	94.2%
	9/12 13:30~17:30	● 電視	AI 時代的輿論操作	36	9	45	(續下頁) 95.7%
4	9/16 08:30~12:30	● 電視	偵查不公開和報導查證	14	7	21	98.5%
5	9/16 13:30~17:30	● 電視	新聞專業與新聞中的性別再現	26	9	35	94.1%
6	9/23 13:30~17:30	● 電視	性剝削與性侵事見報導處理	29	14	43	96.7%
7	9/27 13:30~17:30	● 電視	假新聞治理與民主的維護	23	11	34	98.4%
8	9/23 08:30~12:30	◇ 廣播	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播	50	4	54	96.7%

編	日期 時段	類別	課程名稱	從業 人員	非從 業者	總 計	總體 滿意度
9	9/24 13:30~17:30	◇ 廣播	性別平權落實	37	0	44	86.8%
10	11/28 13:30~17:30	◇ 廣播	健康訊息之真偽	61	0	61	96.1%
總平均滿意度							95.1%

自回收的 375 份問卷中分析，總體有 93.6% 覺得課程符合期待及需求，其中 90.4% 亦認為課程具有其實用性，對於職務亦有幫助。而學員針對課堂中對於講師分享內容之總體滿意度達 98.1%，對與談貴賓之分享的滿意度則有 98.2%。

就本次系列課程整體規劃，關於時間安排的滿意度調查顯示有 92%，以及場地的選擇達 97.1% 的滿意度，最後對於講座的流程安排則有 96.7% 的滿意度。

詳見下述(1)全 10 場綜合分析，針對問卷中各題目進行數據統計並以圓餅圖展示：

(1) 全 10 場綜合分析

10 場參與人數為 441 人次，滿意度調查問卷回收累計 375 份，總體滿意度達 95.1%，且不滿意人次為 0。

執行團隊就每場參與者進行滿意度調查，期待透過蒐集來自現場第一手回饋的意見，掌握廣電從業者實際的需求或面臨的困境、提問等，藉以作為日後更臻完善規畫之依據。問卷題型分作【基本資料】、【課程內容】、【課程整體規劃】、【其他綜合建議】等四大項，其中各自針對活動內容完整性、需求符合度、實用成效、整體滿意度以及資訊來源... 等等進行細項評量，獲得之結果即為活動成效之彰顯，提供主管機關未來業務規劃的參考基礎。

調查之滿意度項目包含課程內容是否滿意、與職務切合的實用性、課程場地的舒適性，以及整體課程規劃安排的滿意度；另外提供開放式填答欄位，參與者可就課程內容、相關法規疑問、有興趣的議題及改善建議和鼓勵... 等等，自由選填。

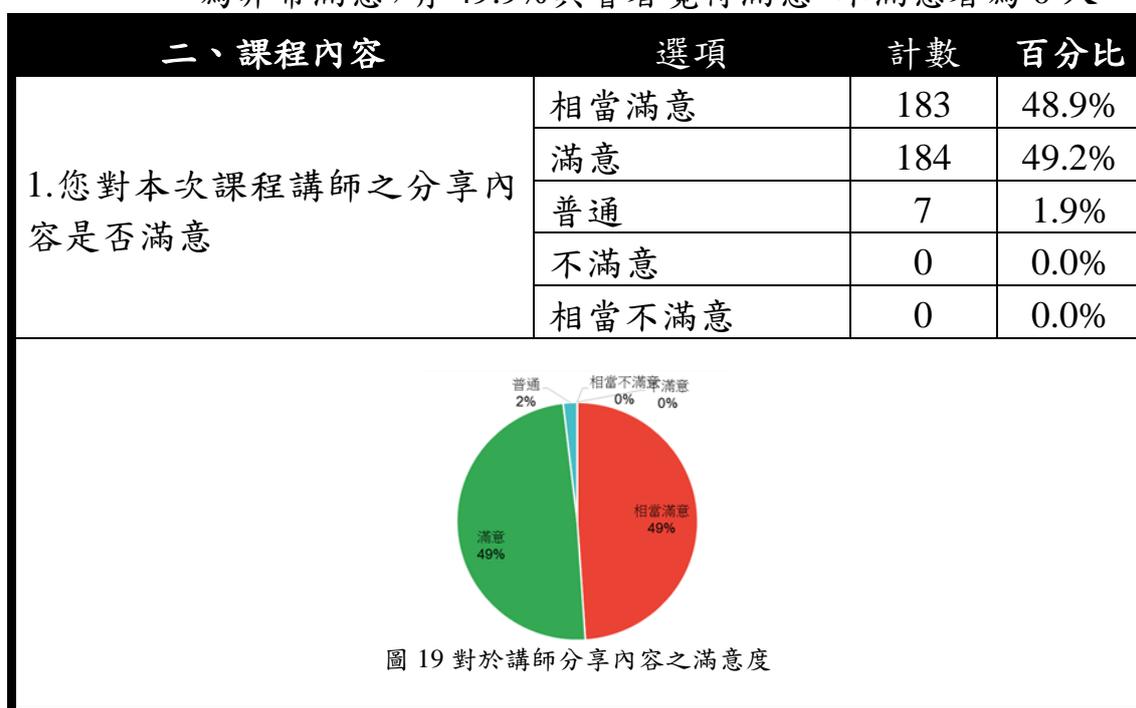
參閱下方問卷細項分析呈現：

表 7 108 年度專業素養培訓課程各場次簽到出席人數

108 年度專業素養培訓課程各場次出席人數(簽到)						總人數	廣電業者	其他
						441	341	100
序	日期	時段	類別	課程名稱	總人數	廣電業者	其他	
1	9/5	8:30~12:30	電視	落實事實查證	42	15	27	
2	9/12	8:30~12:30	電視	從消除對婦女一切形式歧視公約談避免媒體性別歧視的落實	42	34	8	
3	9/12	13:30~17:30	電視	AI 時代的輿論操作	45	36	9	
4	9/16	8:30~12:30	電視	偵查不公開和報導查證	21	14	7	
5	9/16	13:30~17:30	電視	新聞專業與新聞中的性別再現	35	26	9	
6	9/23	13:30~17:30	電視	性剝削與性侵事見報導處理	43	29	14	
7	9/27	13:30~17:30	電視	假新聞治理與民主的維護	34	23	11	
8	9/23	8:30~12:30	廣播	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播	67	58	9	
9	9/24	13:30~17:30	廣播	性別平權落實	44	38	6	
10	11/28	13:30~17:30	廣播	健康傳播	68	68	0	

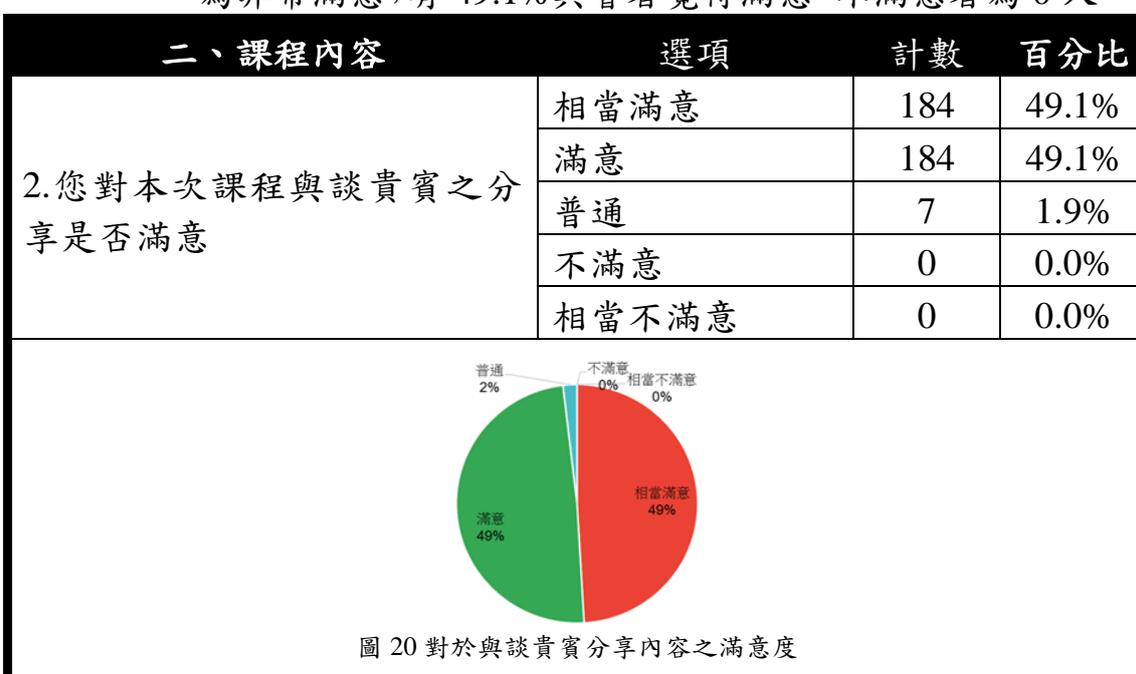
(1)-1 【對講師的滿意度】

98.1%的與會者滿意本次課程講師之內容分享，其中 48.2% 為非常滿意；有 49.9% 與會者覺得滿意。不滿意者為 0 人。



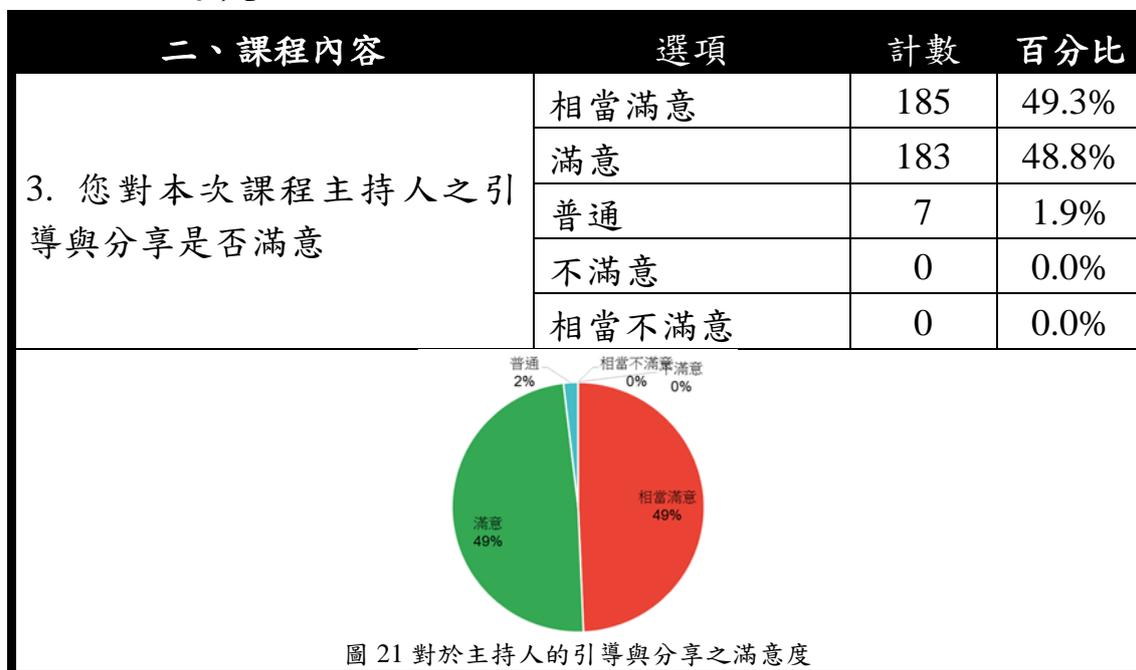
(1)-2 【對與會貴賓的滿意度】

98.2%的與會者滿意本次課程與談貴賓之分享，其中 49.1% 為非常滿意；有 49.1% 與會者覺得滿意。不滿意者為 0 人。



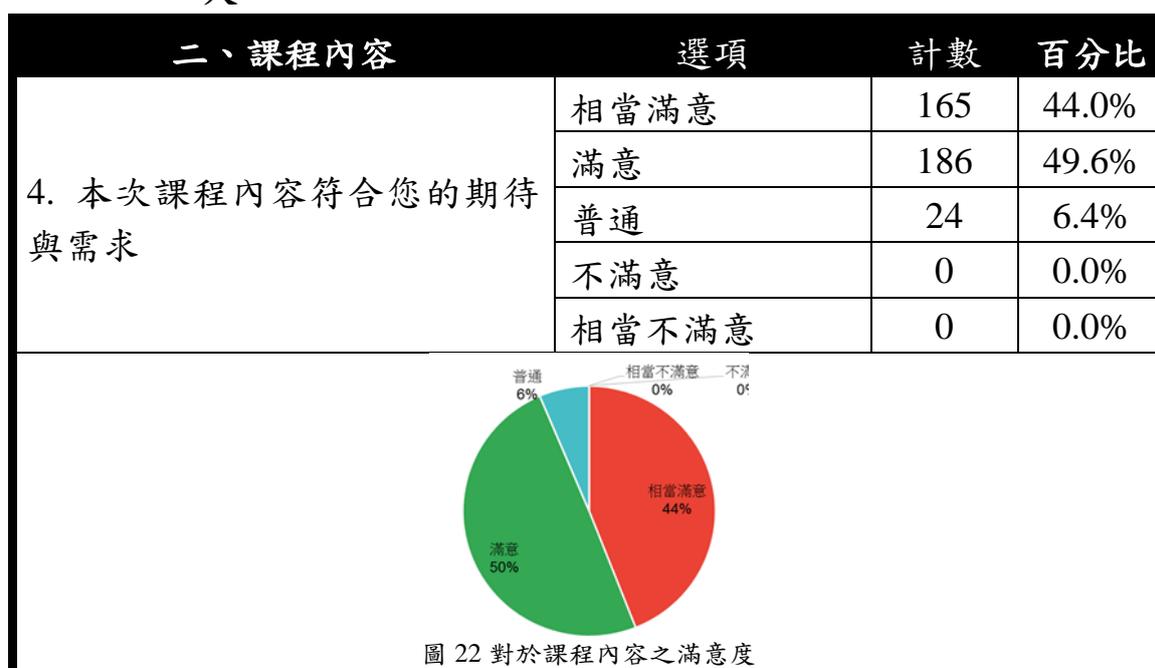
(1)-3 【對課程主持人的滿意度】

98.1%的與會者滿意本次課程主持人的引導與分享，其中49.3%為非常滿意；有48.8%與會者覺得滿意。不滿意者為0人。



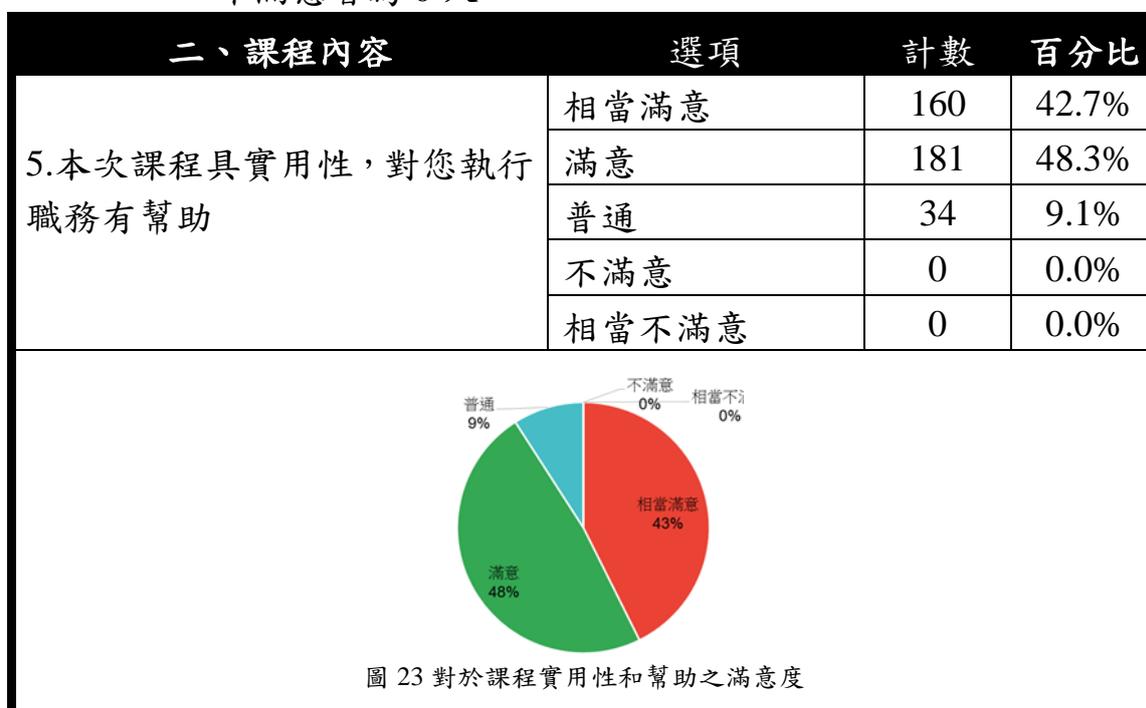
(1)-4 【對課程內容的滿意度】

93.6%的與會者滿意本次課程內容符合期待與需求，其中44%為非常滿意；有49.6%與會者覺得滿意。不滿意者為0人。

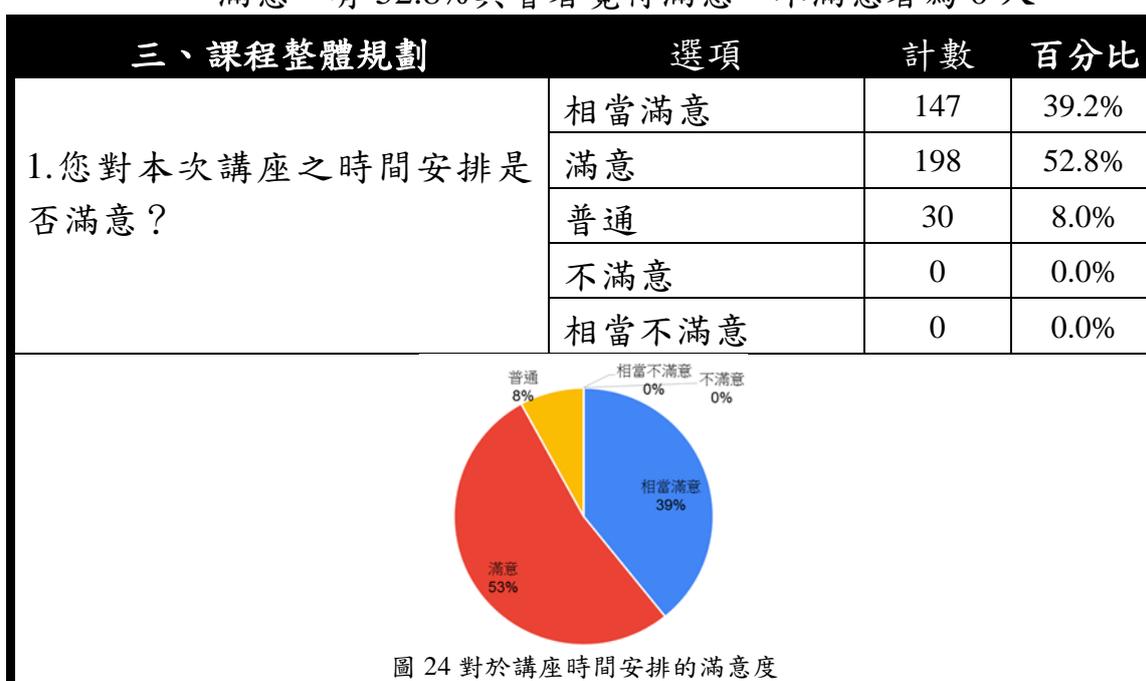


(1)-5 【對課程實用性的滿意度】

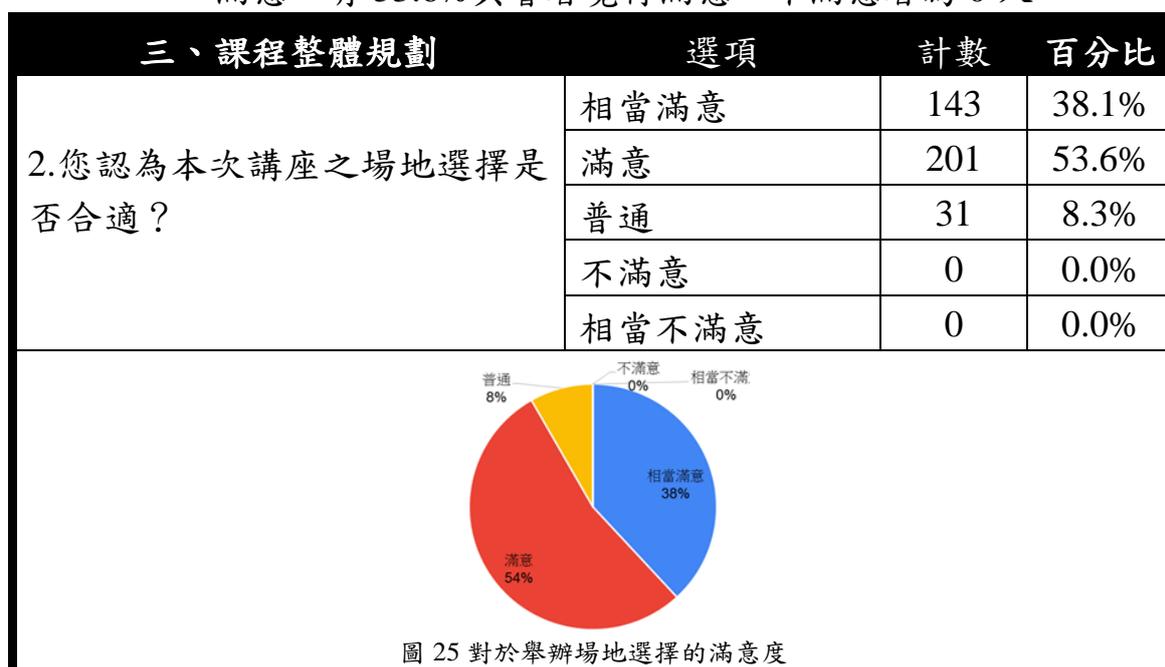
91%的與會者滿意本次課程具實用性，對於執行職務有幫助；其中有 42.7%為非常滿意，有 48.3%與會者覺得滿意。不滿意者為 0 人。

**(1)-6 【對講座時間安排的滿意度】**

92%的與會者滿意本次之時間安排，其中有 39.2%為非常滿意，有 52.8%與會者覺得滿意。不滿意者為 0 人。

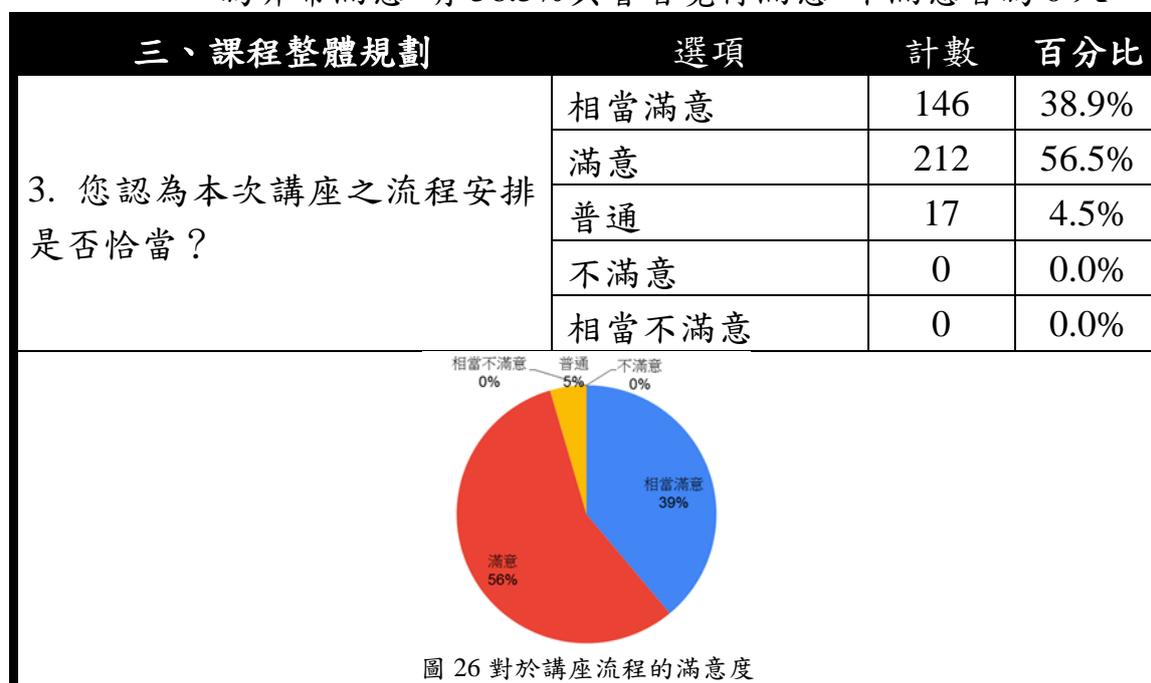
**(1)-7 【對場地選擇的滿意度】**

91.7%的與會者滿意本次場地之選擇，其中有 38.1% 為非常滿意，有 53.6% 與會者覺得滿意。不滿意者為 0 人。



(1)-8 【對講座流程安排的滿意度】

95.4%的與會者滿意本次講座的流程安排，其中有 38.9% 為非常滿意，有 56.5% 與會者覺得滿意。不滿意者為 0 人。



(1)-9 【對於整體課程的滿意度】

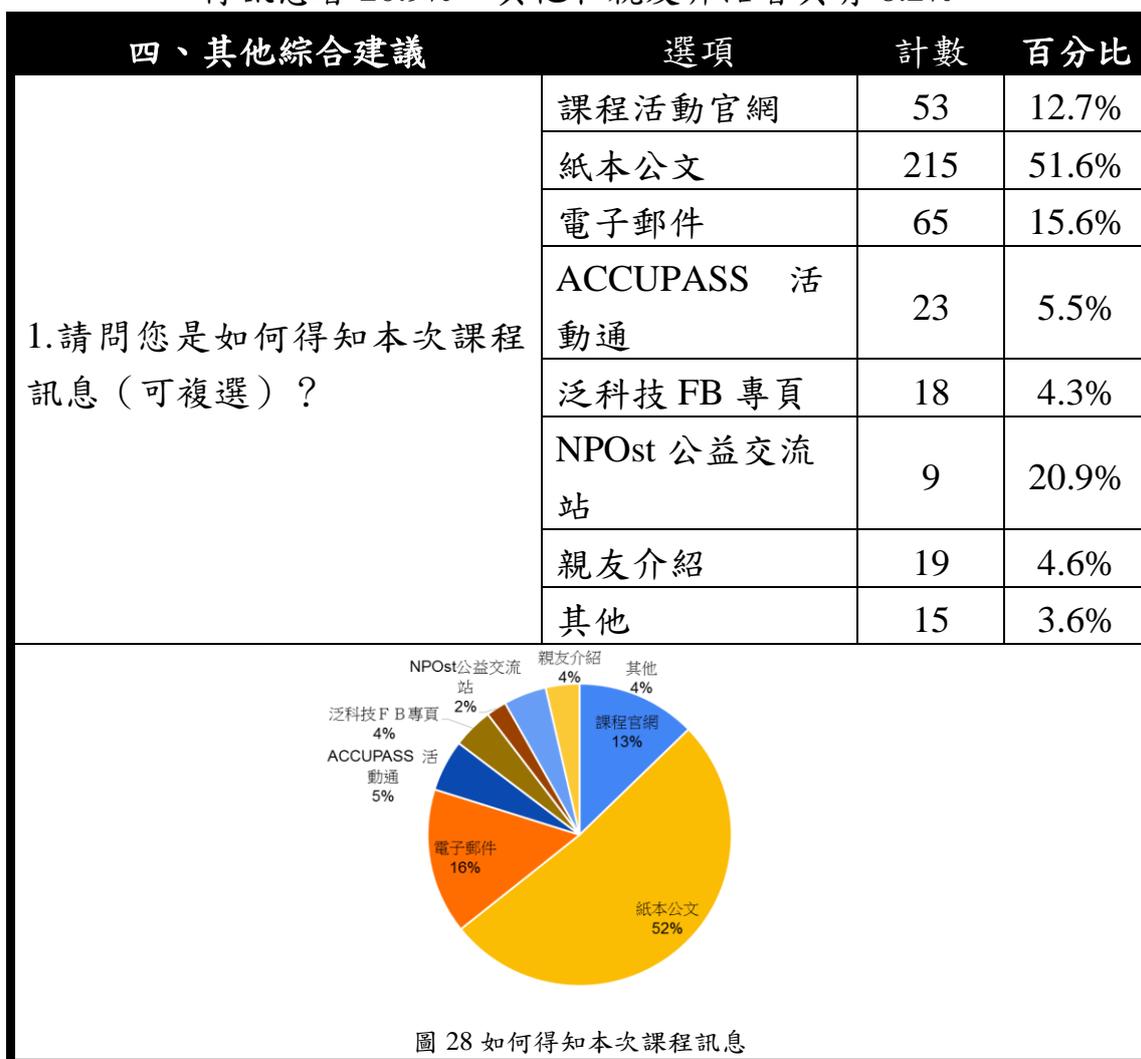
%的與會者就整體而言對於本次課程感到滿意，其中有%
為非常滿意，有%與會者覺得滿意。不滿意者為0人。

三、課程整體規劃		選項	計數	百分比
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？		相當滿意	145	38.7%
		滿意	216	57.6%
		普通	14	3.7%
		不滿意	0	0.0%
		相當不滿意	0	0.0%

圖 27 對於本次課程之滿意度

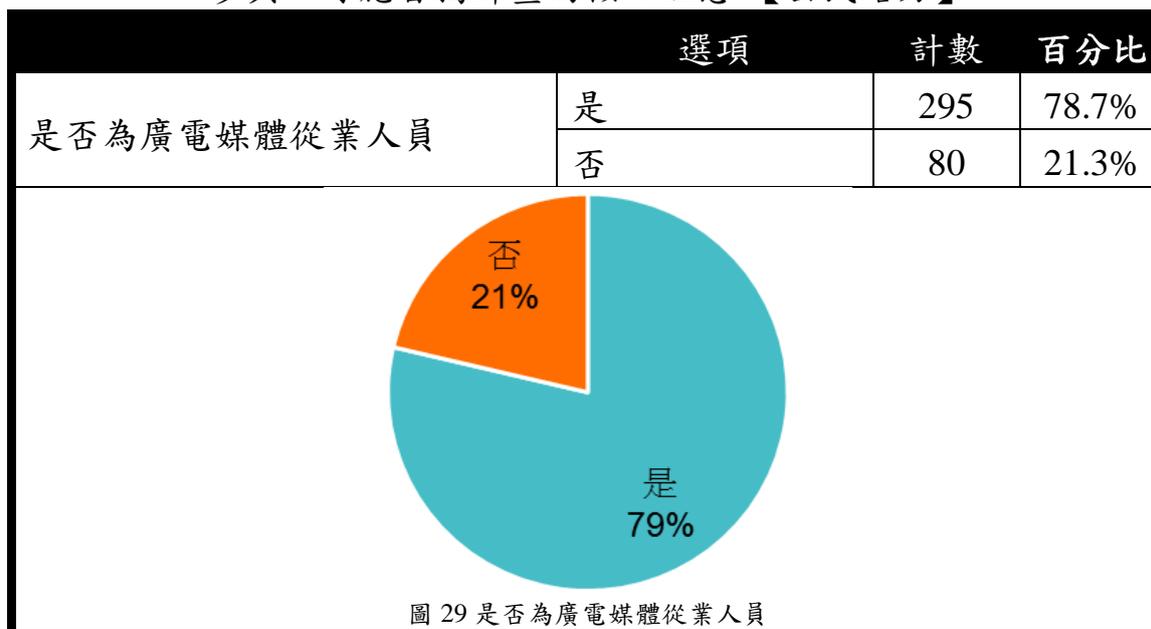
(1) -10 【宣傳管道分析】

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 51.6%，由活動官網接收者 12.7%，接收電子郵件訊息者占 15.6%，在活動通上看到訊息者有 5.5%，由泛科技 FB 接收訊息者 4.3%。透過公益交流站獲得訊息者 20.9%，其他和親友介紹者共有 8.2%。



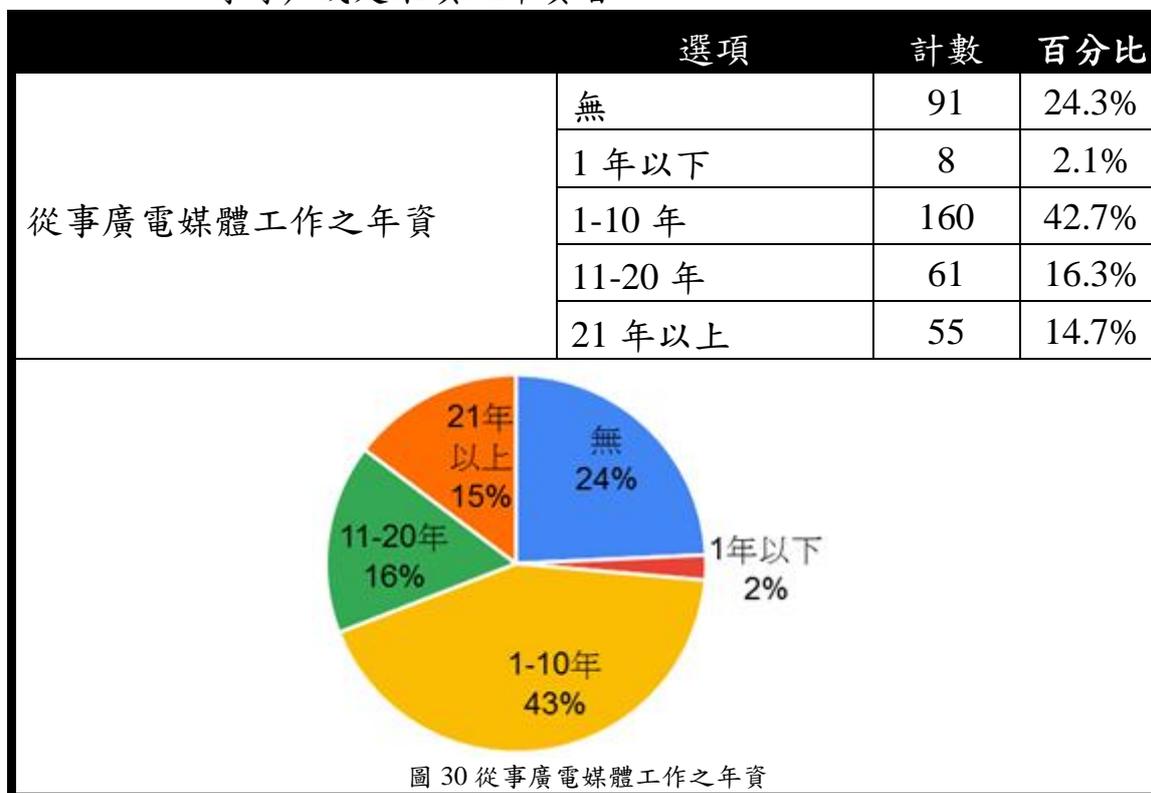
(1) -11 【參與者職業別】分析

參與者當中為從業人員者占 79%，非從業人員則占 21%。本案所舉辦【電視課程】、【廣播課程】以相關從事人員作為主要培力對象，同時透過多元管道宣傳如：ACCUPASS、Npost 公益交流站、泛科技粉絲專頁等，吸引到非廣電產業從業者但正就讀相關學系、公關、企劃等不同族群報名參與，呼應旨揭計畫的核心理念-【公民培力】。



(1)-12 【廣電業者工作年資】分析

本項分析指回收問卷中選填顯示為從業人員之「媒體工作年資」；其中「無」的選項是指：非廣電從業人員（如：相關學系之學生、研究生，公關、業務、企劃、專案人員…等等）或是未填入年資者。



(1)-13 【主管職比例】

回饋問卷中，共有 33.3% 擔任主管職，其餘 73.3% 則為非主管職的基層員工。顯示本次課程企劃未能切入媒體業者核心，進而造就由上向下垂直推廣的高能效益。

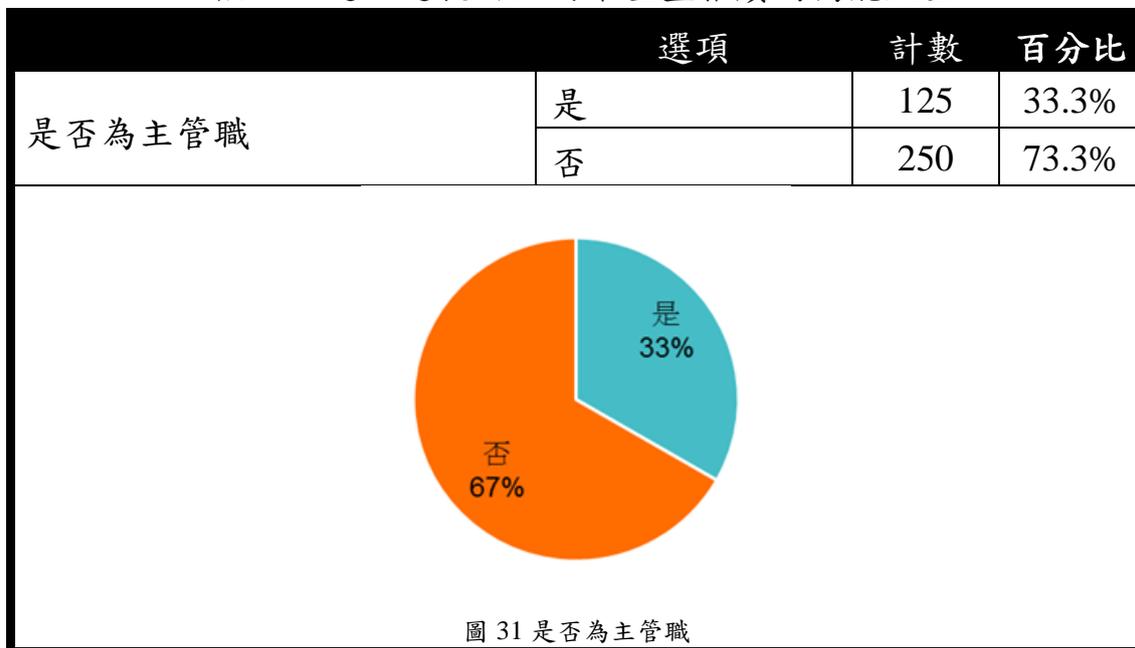


圖 31 是否為主管職

(1)-14 【性別比例】分析

回饋問卷中，出席課程的女性有 232 人、占 61.9%，男性 143 人、占 32.6%。總體而言，女性出席率高出男性約 1.6 倍。

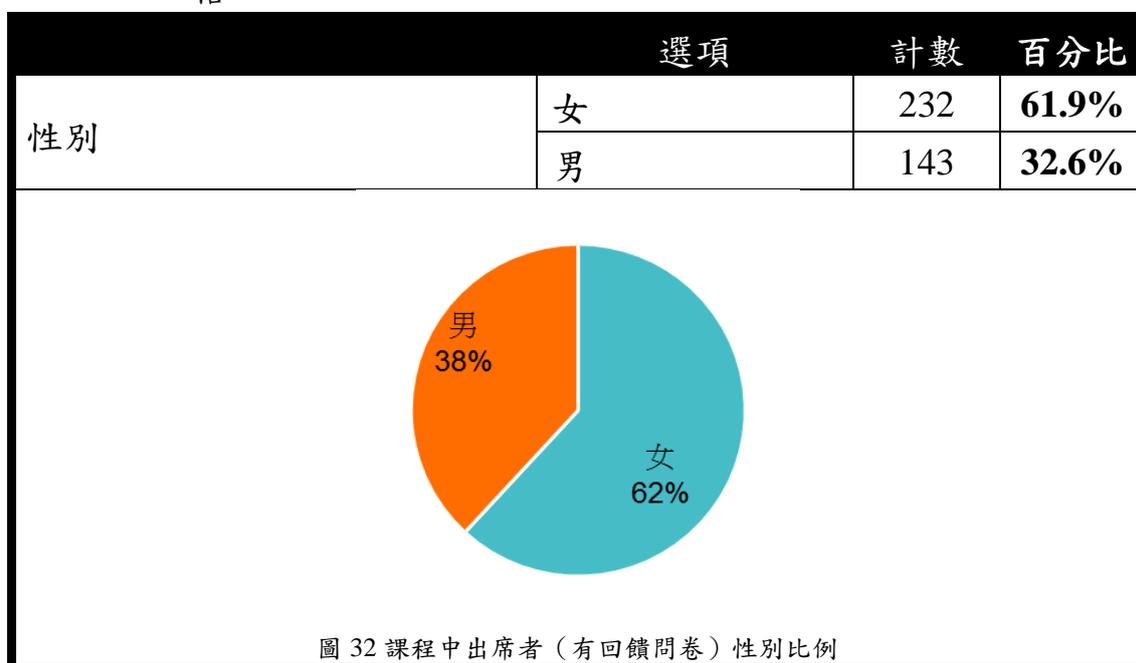


圖 32 課程中出席者（有回饋問卷）性別比例

(2) 針對每堂課程個別分析

本次系列課程共計 10 堂，在各別課程中，透過回饋問卷之數據，洞察有效的宣傳管道，亦可見課程主題之下參與者組成(是否為從業者、性別)，作為日後相關課程的推廣策略擬定、主題選擇或是廣宣參考。

(2)-1 本場次平均滿意度為 96%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 67% 男性則占 33%；有 39% 為從業人員，其中 25% 為主管職。而媒體工作年資，滿 1 年以上~10 年者占 14%，11~20 年者占 14%，21 年以上者占 3%。

場次序	●電視產業第 1/7 場		實簽／收卷	42 人／36 份
日期	108.09.05		時段	08:30~12:30
課程名稱	落實事實查證			
授課講師	林照真		與談講者	黃兆徽
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	24	67%	
	男	12	33%	
2. 是否為從業人員	是	14	39%	
	否	22	61%	
3. 是否為主管職	是	9	25%	
	否	27	75%	
4. 年資	無	25	69%	
	1 年以下	0	0	
	1-10 年	5	14%	
	11-20 年	5	14%	
	21 年以上	1	3%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	21	58%	<p>普通 3% 不滿意 0% 相當不滿意 0% 滿意 39% 相當滿意 58%</p>
	滿意	14	39%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	21	58%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 3% 滿意 39% 相當滿意 58%</p>
	滿意	14	39%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	24	67%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 3% 滿意 30% 相當滿意 67%</p>
	滿意	11	30%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	21	58%	<p>不滿意 0% 普通 6% 相當不滿意 0% 滿意 36% 相當滿意 58%</p>
	滿意	13	36%	
	普通	2	6%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5. 本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	16	45%	<p>不滿意 0% 普通 8% 相當不滿意 0% 滿意 47% 相當滿意 45%</p>
	滿意	17	47%	
	普通	3	8%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	17	47%	<p>不滿意 0% 普通 8% 相當不滿意 0% 滿意 45% 相當滿意 47%</p>
	滿意	16	45%	
	普通	3	8%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	20	55%	<p>不滿意 0% 普通 3% 相當不滿意 0% 滿意 42% 相當滿意 55%</p>
	滿意	15	42%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	19	53%	<p>普通 0% 不滿意 0% 相當不滿意 0% 滿意 47% 相當滿意 53%</p>
	滿意	17	47%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	19	53%	<p>不滿意 0% 普通 3% 相當不滿意 0% 滿意 44% 相當滿意 53%</p>
	滿意	16	44%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

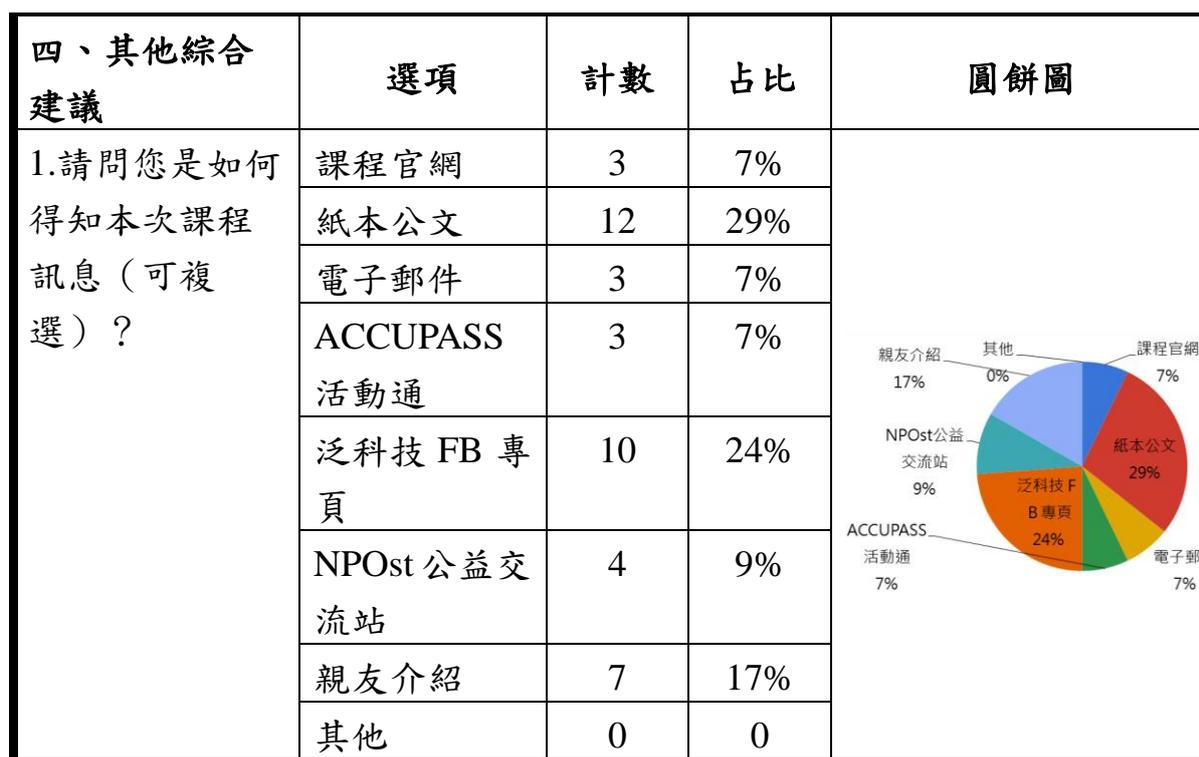


圖 33●電視產業第 1/7 場分析圖

由林照真、黃兆徽共同授課與談之【落實事實查證】，出席人數共有 42 人，回收 36 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 95%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

而【課程整體規劃】上，整體滿意度達 97%，0 人不滿意。參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，表示滿意。就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 29%，由活動官網接收者 7%，接收電子郵件訊息者占 7%，在活動通上看到訊息者有 7%，由泛科技 FB 接收訊息者 24%。透過公益交流站獲得訊息者 9%，其他和親友介紹者共有 17%。

(2)-2 本場次平均滿意度為 96%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 62% 男性則占 38%；有 64% 為從業人員，其中 31% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 3%，滿 1 年以上~10 年者占 54%，11~20 年者占 10%，21 年以上者則占 10%。

場次序	●電視產業第 2/7 場		實簽／收卷	45 人／39 份	
日期	108.09.12		時段	08:30~12:30	
課程名稱	從消除對婦女一切形式歧視公約談避免媒體性別歧視的落實				
授課講師	方念萱		與談講者	葉大華	
一、基本資料		選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	24	62%		
	男	15	38%		
2. 是否為從業人員	是	25	64%		
	否	14	36%		
3. 是否為主管職	是	12	31%		
	否	27	69%		
4. 年資	無	6	15%		
	1 年以下	1	3%		
	1-10 年	21	54%		
	11-20 年	4	10%		
	21 年	7	18%		
二、課程內容		選項	計數	占比	圓餅圖

1. 您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	24	62%	
	滿意	15	38%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	23	59%	
	滿意	16	41%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	19	49%	
	滿意	19	49%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	23	59%	
	滿意	12	31%	
	普通	4	10%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5. 本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	19	49%	
	滿意	15	38%	
	普通	5	13%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
三、課程整體規	選項	計數	占比	圓餅圖

劃				
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	11	28%	
	滿意	21	54%	
	普通	7	18%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	15	38%	
	滿意	23	59%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	14	36%	
	滿意	24	61%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	13	33%	
	滿意	25	64%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
四、其他綜合建	選項	計數	占比	圓餅圖

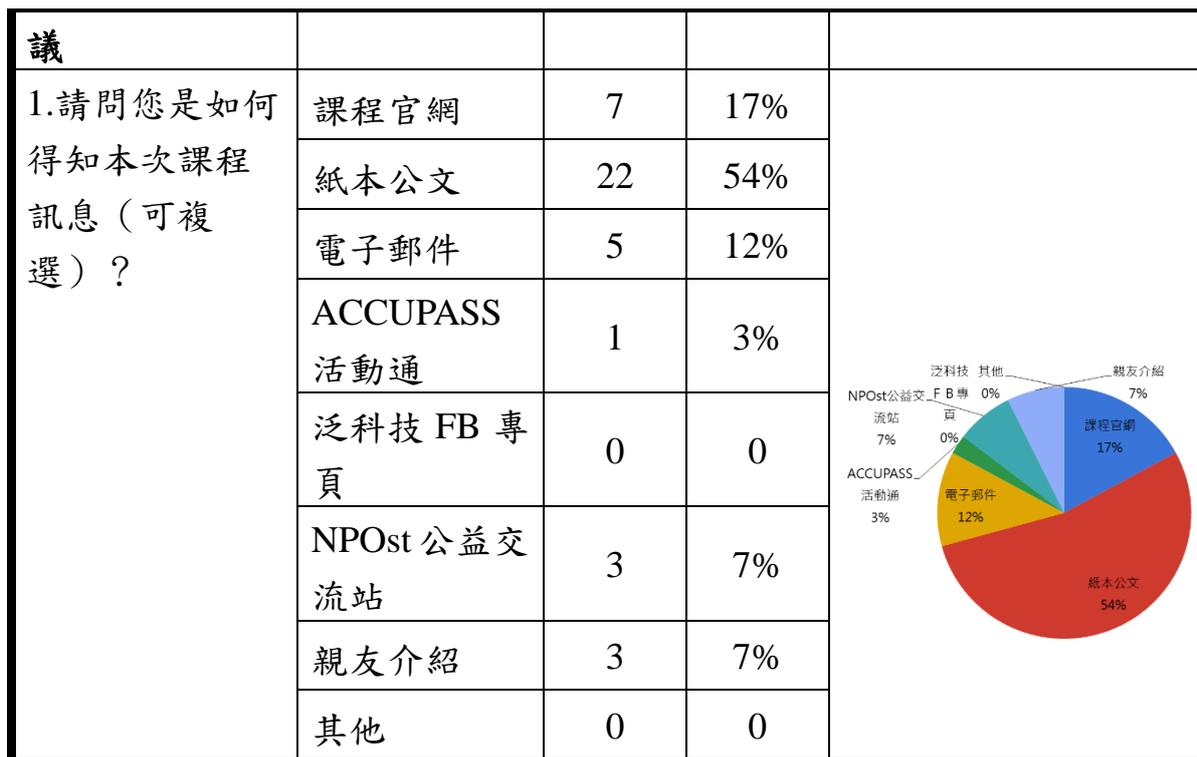


圖 34●電視產業第 2/7 場分析圖表

由方念萱、葉大華共同授課與談之【從消除對婦女一切形式歧視公約談避免媒體性別歧視的落實】，出席人數共有 42 人，回收 39 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 95%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

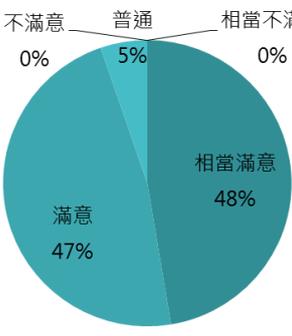
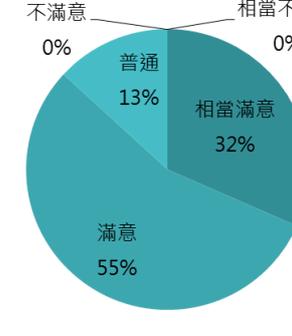
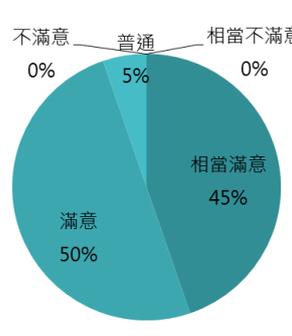
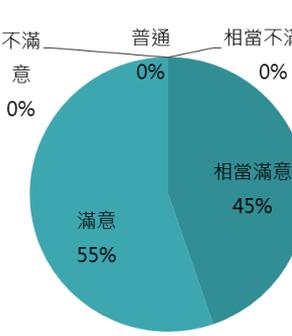
而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 94%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 54%，由活動官網接收者 17%，接收電子郵件訊息者占 12%，在活動通上看到訊息者有 3%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 7%，其他和親友介紹者共有 7%。

(2)-3 本場次平均滿意度為 95.7%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 53% 男性則占 47%；有 63% 為從業人員，其中 24% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 3%，滿 1 年以上~10 年者占 42%，11~20 年者占 19%，21 年以上者則占 13%。

場次序	●電視產業第 3/7 場		實簽／收卷	45 人／38 份
日期	108.09.12		時段	13:30~17:30
課程名稱	AI 時代的輿論操作			
授課講師	Charles		與談講者	李比鄰
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	20	53%	
	男	18	47%	
2. 是否為從業人員	是	24	63%	
	否	14	37%	
3. 是否為主管職	是	9	24%	
	否	29	76%	
4. 年資	無	10	26%	
	1 年以下	0	0	
	1-10 年	16	42%	
	11-20 年	7	19%	
	21 年以上	5	13%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1.您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	23	61%	<p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 39%</p> <p>相當滿意 61%</p>
	滿意	15	39%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2.您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	23	61%	<p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 39%</p> <p>相當滿意 61%</p>
	滿意	15	39%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	24	63%	<p>不滿意 0% 普通 3% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 34%</p> <p>相當滿意 63%</p>
	滿意	13	34%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	21	55%	<p>不滿意 0% 普通 3% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 42%</p> <p>相當滿意 55%</p>
	滿意	16	42%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5.本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	22	58%	<p>不滿意 0% 普通 8% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 34%</p> <p>相當滿意 58%</p>
	滿意	13	34%	
	普通	3	8%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	18	48%	 <p>不滿意 0% 普通 5% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 47% 相當滿意 48%</p>
	滿意	18	47%	
	普通	2	5%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	12	32%	 <p>不滿意 0% 普通 13% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 55% 相當滿意 32%</p>
	滿意	21	55%	
	普通	5	13%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	17	45%	 <p>不滿意 0% 普通 5% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 50% 相當滿意 45%</p>
	滿意	19	50%	
	普通	2	5%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	17	45%	 <p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 55% 相當滿意 45%</p>
	滿意	21	55%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

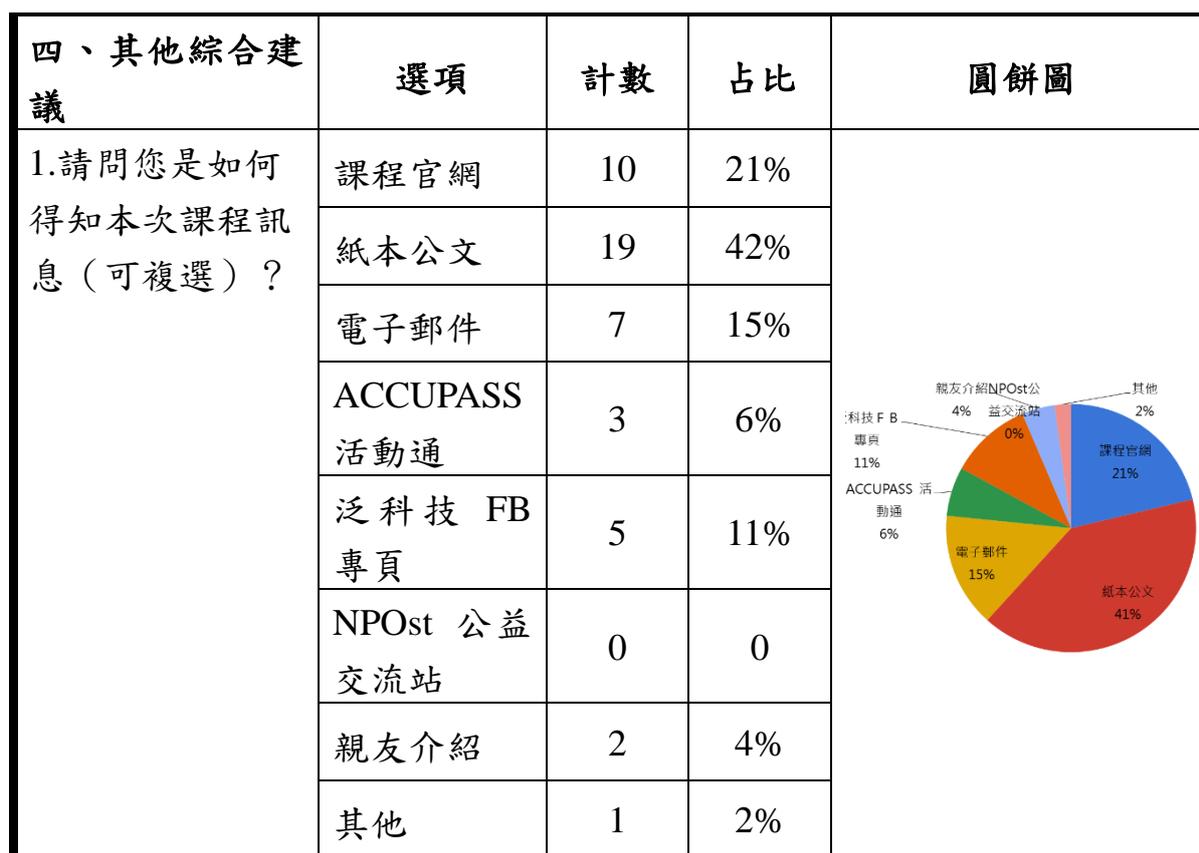


圖 35●電視產業第 3/7 場分析圖

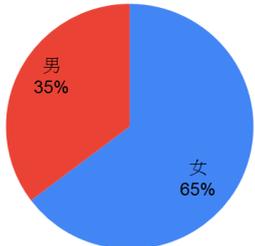
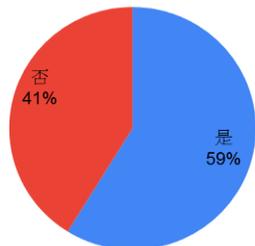
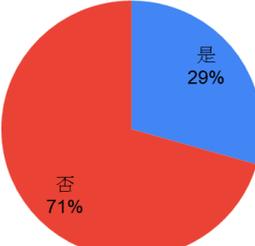
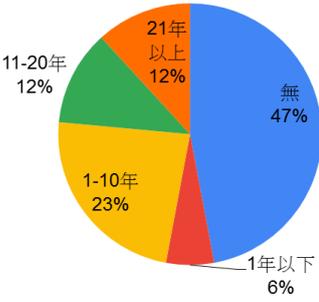
由 Charle、李比鄰共同授課與談之【AI 時代的輿論操作】，出席人數共有 45 人，回收 38 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 97%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

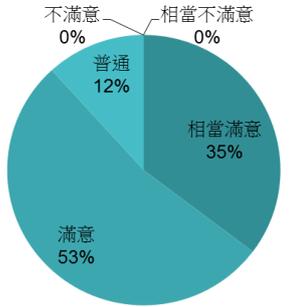
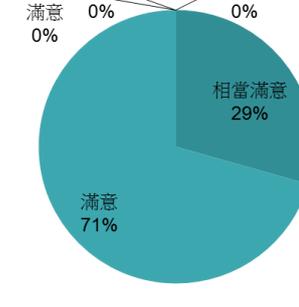
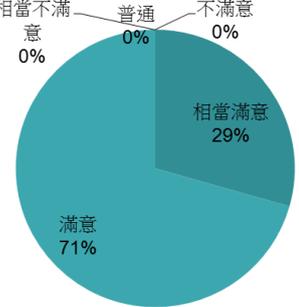
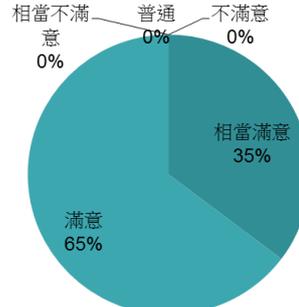
而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 94%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 41%，由活動官網接收者 21%，接收電子郵件訊息者占 15%，在活動通上看到訊息者有 6%，由泛科技 FB 接收訊息者 11%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 6%。

(2)-4 本場次平均滿意度為 98.5%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 65% 男性則占 35%；有 59% 為從業人員，其中 29% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 6%，滿 1 年以上~10 年者占 23%，11~20 年者占 12%，21 年以上者則占 12%。

場次序	●電視產業第 4/7 場		實簽／收卷	21 人／17 份
日期	108.09.16		時段	08:30~12:30
課程名稱	偵查不公開和報導查證			
授課講師	張安婷		與談講者	王昱浩
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	11	65%	
	男	6	35%	
2. 是否為從業人員	是	10	59%	
	否	7	41%	
3. 是否為主管職	是	5	29%	
	否	12	71%	
4. 年資	無	8	47%	
	1 年以下	1	6%	
	1-10 年	4	23%	
	11-20 年	2	12%	
	21 年以上	2	12%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	6	35%	<p>相當不滿意 0% 普通 0% 不滿意 0% 相當滿意 35% 滿意 65%</p>
	滿意	9	65%	
	普通	2	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	5	47%	<p>相當不滿意 0% 普通 0% 不滿意 0% 相當滿意 47% 滿意 53%</p>
	滿意	12	53%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	5	41%	<p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0% 相當滿意 41% 滿意 59%</p>
	滿意	12	59%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	6	29%	<p>相當不滿意 0% 普通 0% 不滿意 0% 相當滿意 29% 滿意 71%</p>
	滿意	11	71%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5. 本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	6	29%	<p>相當不滿意 0% 普通 0% 不滿意 0% 相當滿意 29% 滿意 71%</p>
	滿意	9	71%	
	普通	2	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1.您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	6	35%	
	滿意	9	53%	
	普通	2	12%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2.您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	5	29%	
	滿意	12	71%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	5	29%	
	滿意	12	71%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	6	35%	
	滿意	11	65%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

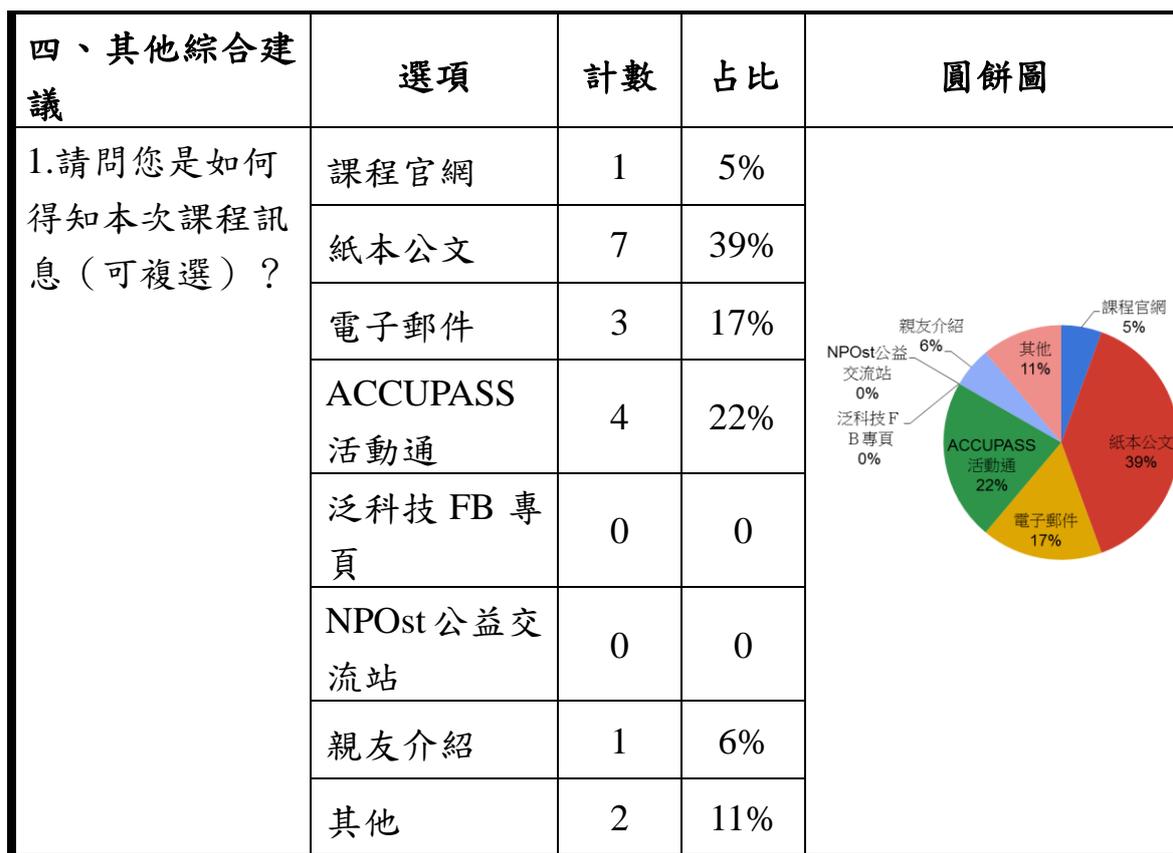


圖 36●電視產業第 4/7 場分析圖

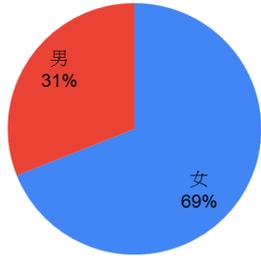
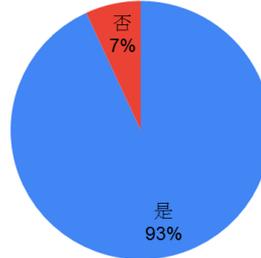
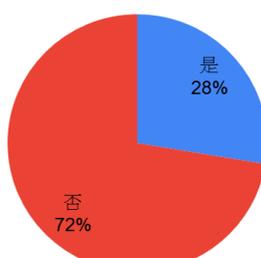
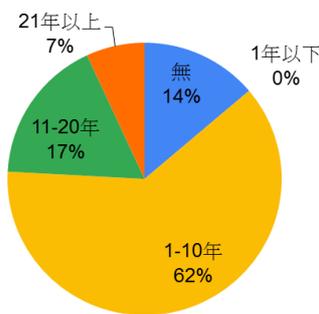
由張安婷、王昱浩共同授課與談之【偵查不公開和報導查證】，出席人數共有 21 人，回收 17 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 100%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 97%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 39%，由活動官網接收者 5%，接收電子郵件訊息者占 17%，在活動通上看到訊息者有 22%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 17%。

(2)-5 本場次平均滿意度為 94.1%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 69% 男性則占 31%；有 93% 為從業人員，其中 28% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 0%，滿 1 年以上~10 年者占 62%，11~20 年者占 17%，21 年以上者則占 7%。

場次序	●電視產業第 5/7 場		實簽／收卷	35 人／29 份
日期	108.09.16		時段	13:30~17:30
課程名稱	新聞專業與新聞中的性別再現			
授課講師	蕭蘋		與談講者	鄭國威
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	20	69%	
	男	9	31%	
2. 是否為從業人員	是	27	93%	
	否	2	7%	
3. 是否為主管職	是	8	28%	
	否	21	72%	
4. 年資	無	4	14%	
	1 年以下	0	0%	
	1-10 年	18	62%	
	11-20 年	5	17%	
	21 年以上	2	7%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1.您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	10	34%	
	滿意	19	66%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2.您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	9	31%	
	滿意	19	66%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	10	34%	
	滿意	19	66%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	10	35%	
	滿意	18	62%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5.本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	9	31%	
	滿意	16	55%	
	普通	4	14%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	6	21%	
	滿意	20	69%	
	普通	3	10%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	8	28%	
	滿意	21	72%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	7	24%	
	滿意	17	59%	
	普通	5	17%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	8	28%	
	滿意	20	69%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

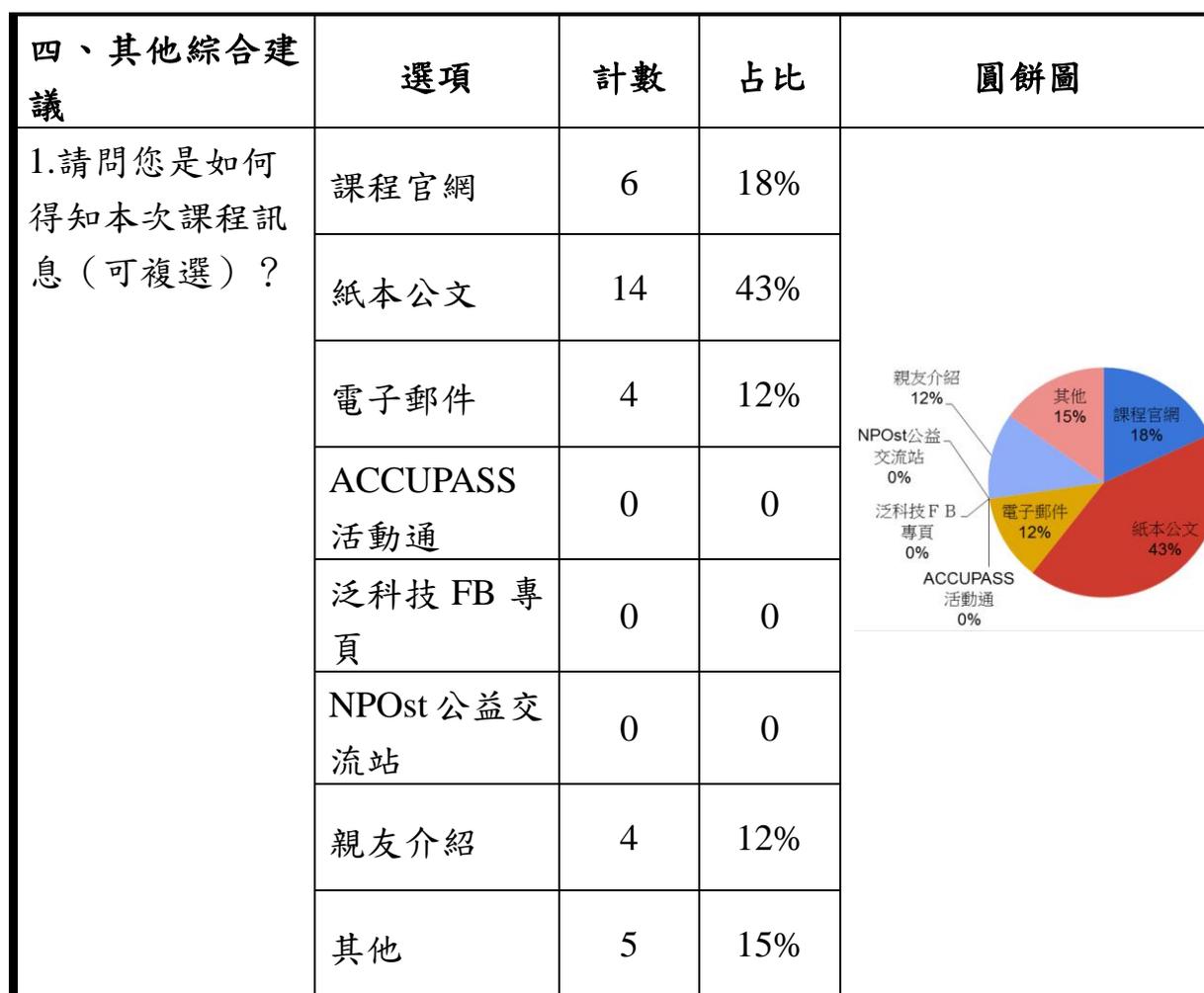


圖 37●電視產業第 5/7 場分析圖

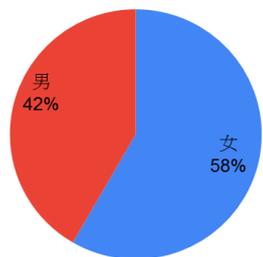
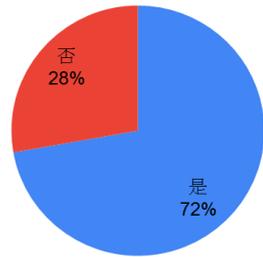
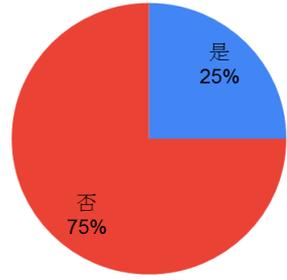
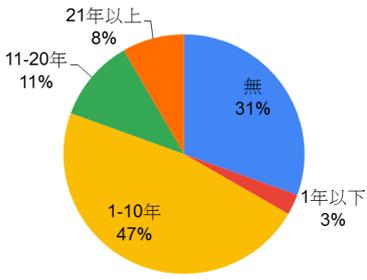
由蕭蘋、鄭國威共同授課與談之【新聞專業與新聞中的性別再現】，出席人數共有 35 人，回收 29 份問卷。

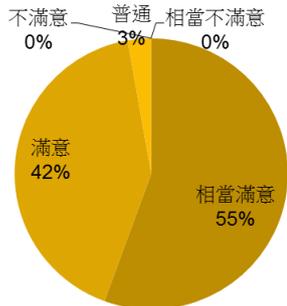
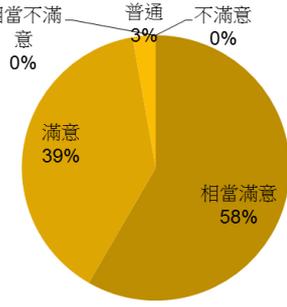
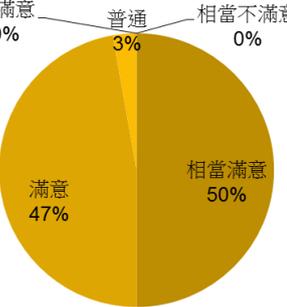
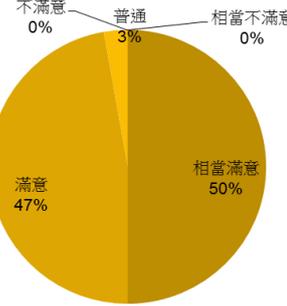
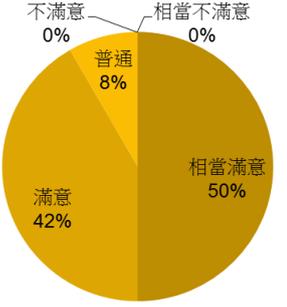
據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 96%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

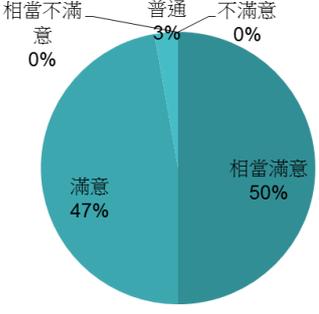
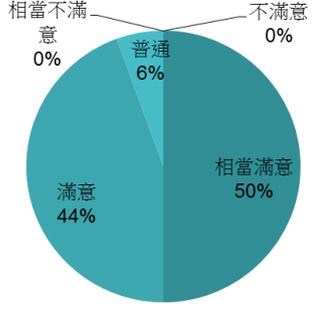
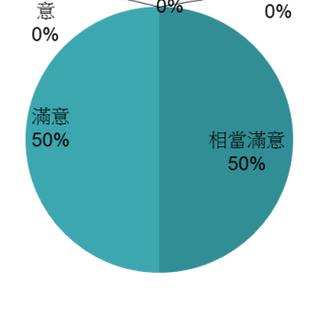
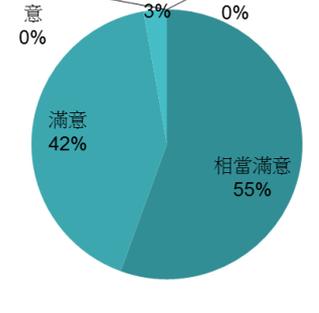
而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 92%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 43%，由活動官網接收者 18%，接收電子郵件訊息者占 12%，在活動通上看到訊息者有 0%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 27%。

(2)-6 本場次平均滿意度為 96.7%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 58% 男性則占 42%；有 72% 為從業人員，其中 25% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 0%，滿 1 年以上~10 年者占 62%，11~20 年者占 17%，21 年以上者則占 7%。

場次序	●電視產業第 6/7 場		實簽／收卷	43 人／36 份
日期	108.09.23		時段	13:30~17:30
課程名稱	性剝削與性侵事件報導處理			
授課講師	蕭蘋		與談講者	紀惠容
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	21	58%	
	男	15	42%	
2. 是否為從業人員	是	26	72%	
	否	10	28%	
3. 是否為主管職	是	9	25%	
	否	27	75%	
4. 年資	無	11	31%	
	1 年以下	1	3%	
	1-10 年	17	47%	
	11-20 年	4	11%	
	21 年以上	3	8%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1.您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	20	55%	
	滿意	15	42%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2.您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	21	58%	
	滿意	14	39%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	18	50%	
	滿意	17	47%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	18	50%	
	滿意	17	47%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5.本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	18	50%	
	滿意	15	42%	
	普通	3	8%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	18	50%	 <p>相當不滿意 0% 普通 3% 不滿意 0% 滿意 47% 相當滿意 50%</p>
	滿意	17	47%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	18	50%	 <p>相當不滿意 0% 普通 6% 不滿意 0% 滿意 44% 相當滿意 50%</p>
	滿意	16	44%	
	普通	2	6%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	18	50%	 <p>相當不滿意 0% 普通 0% 不滿意 0% 滿意 50% 相當滿意 50%</p>
	滿意	18	50%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	20	55%	 <p>相當不滿意 0% 普通 3% 不滿意 0% 滿意 42% 相當滿意 55%</p>
	滿意	15	42%	
	普通	1	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

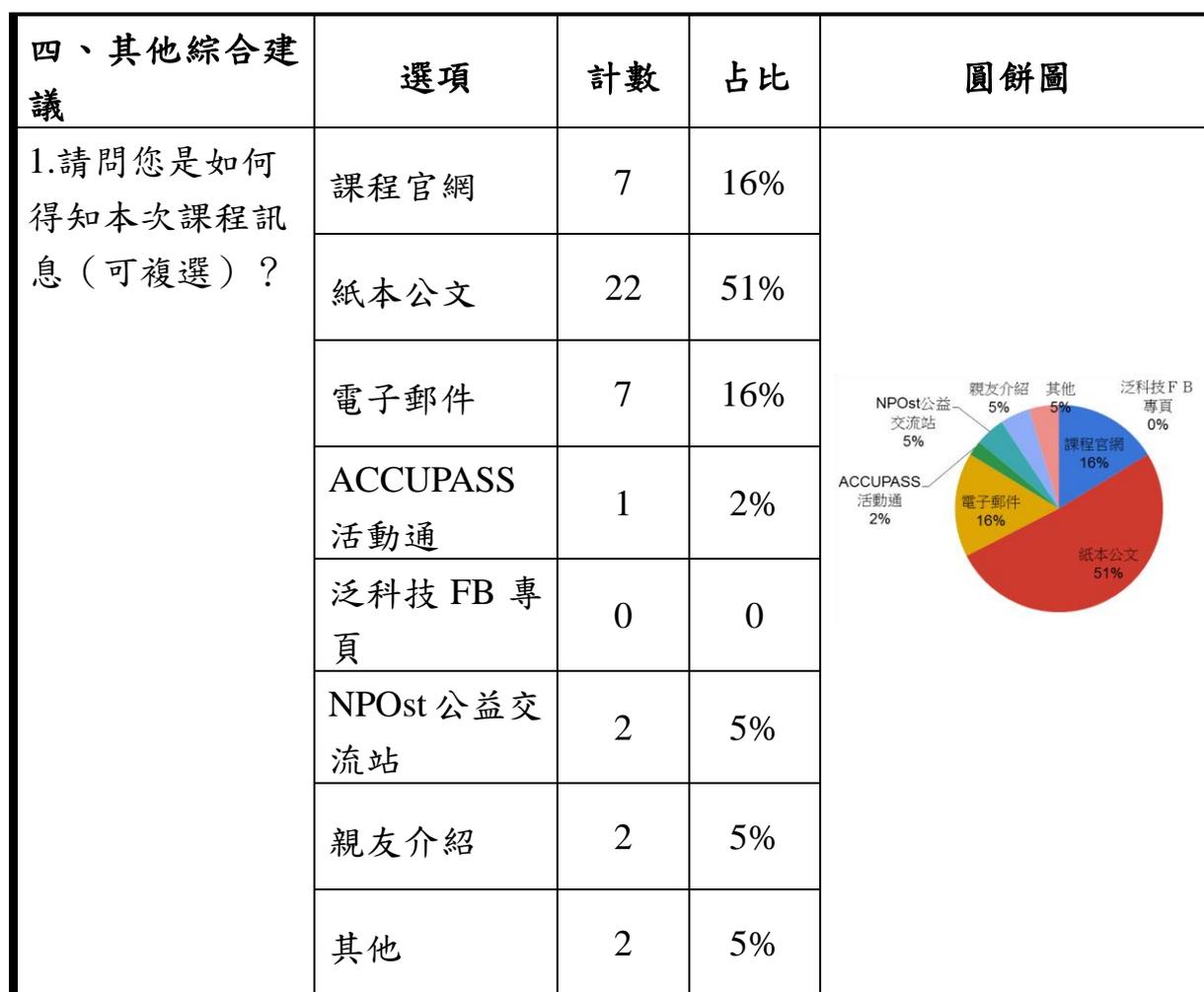


圖 38●電視產業第 6/7 場分析圖

由蕭蘋、紀惠容共同授課與談之【性剝削與性侵事件報導處理】，出席人數共有 43 人，回收 36 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 96%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

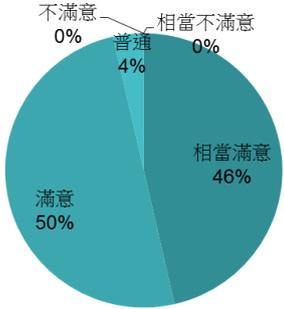
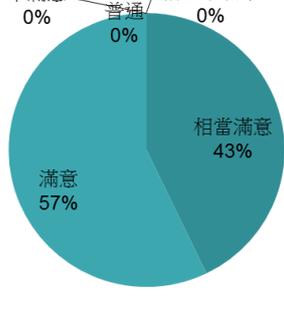
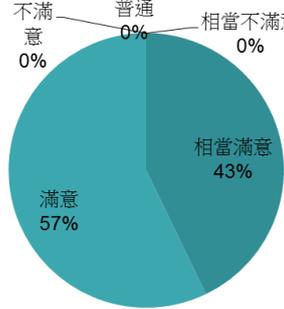
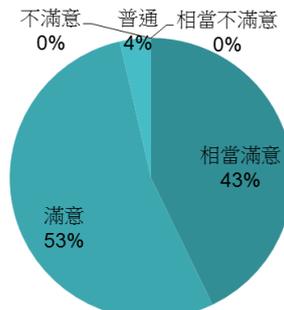
而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 97%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 51%，由活動官網接收者 16%，接收電子郵件訊息者占 16%，在活動通上看到訊息者有 2%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 5%，其他和親友介紹者共有 10%。

(2)-7 本場次平均滿意度為 98.4%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 68% 男性則占 32%；有 75% 為從業人員，其中 29% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 0%，滿 1 年以上~10 年者占 18%，11~20 年者占 21%，21 年以上者則占 18%。

場次序	●電視產業第 7/7 場		實簽／收卷	34 人／28 份
日期	108.09.27		時段	13:30~17:30
課程名稱	假新聞治理與民主的維護			
授課講師	羅世宏		與談講者	劉蕙苓
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	19	68%	
	男	9	32%	
2. 是否為從業人員	是	21	75%	
	否	7	25%	
3. 是否為主管職	是	8	29%	
	否	20	71%	
4. 年資	無	12	43%	
	1 年以下	0	0	
	1-10 年	5	18%	
	11-20 年	6	21%	
	21 年以上	5	18%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1.您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	16	57%	<p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 43%</p> <p>相當滿意 57%</p>
	滿意	12	43%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2.您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	15	54%	<p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 46%</p> <p>相當滿意 54%</p>
	滿意	13	46%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	15	54%	<p>不滿意 0% 普通 0% 相當不滿意 0%</p> <p>滿意 46%</p> <p>相當滿意 54%</p>
	滿意	13	46%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	11	39%	<p>相當不滿意 0% 普通 0% 不滿意 0%</p> <p>滿意 61%</p> <p>相當滿意 39%</p>
	滿意	17	61%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5.本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	11	39%	<p>相當不滿意 0% 普通 7%</p> <p>不滿意 0%</p> <p>滿意 54%</p> <p>相當滿意 39%</p>
	滿意	15	54%	
	普通	2	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	13	46%	
	滿意	14	50%	
	普通	1	4%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	12	43%	
	滿意	16	57%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	12	43%	
	滿意	16	57%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	12	43%	
	滿意	15	53%	
	普通	1	4%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

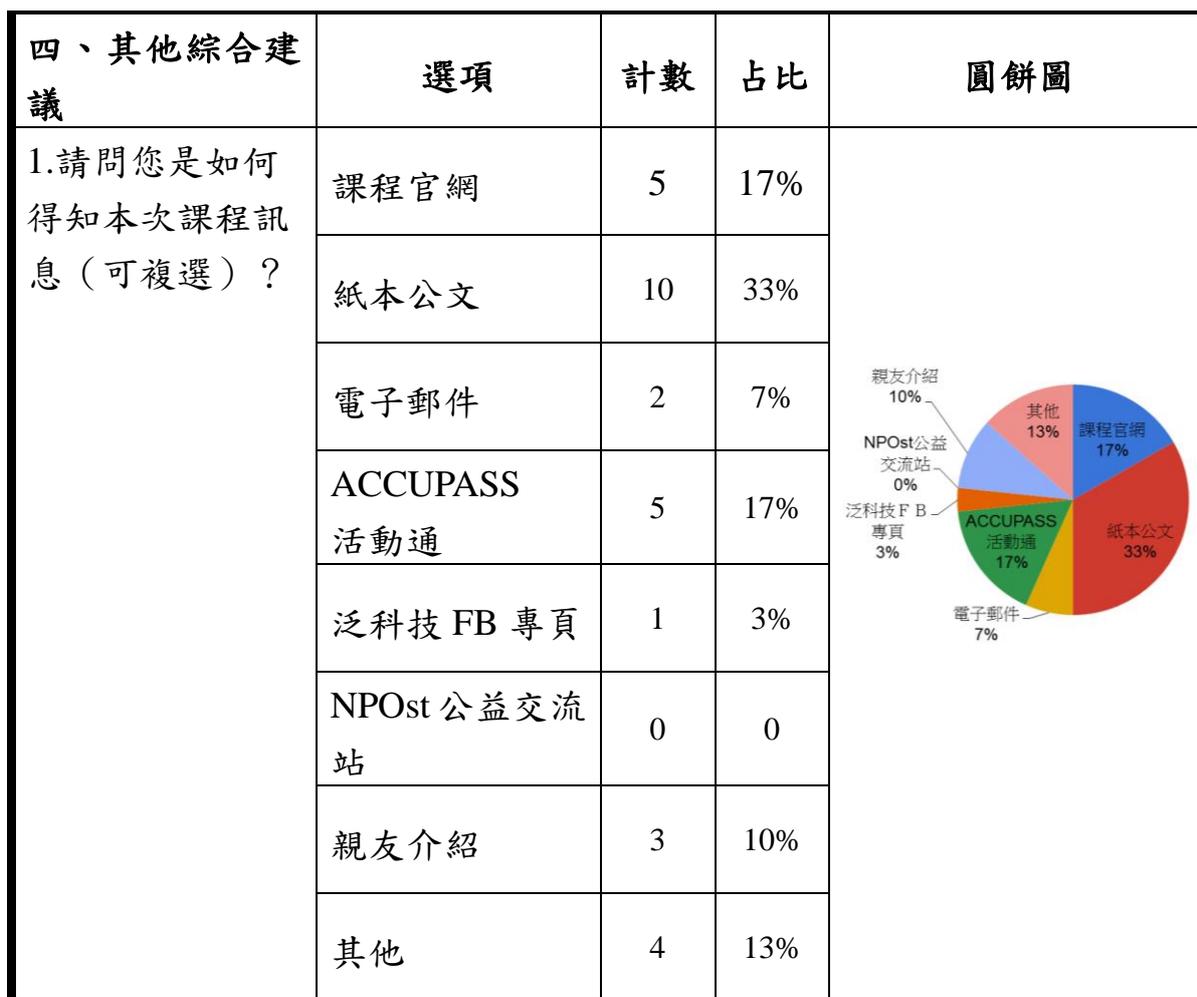


圖 39●電視產業第 7/7 場分析圖

由羅世宏、劉蕙苓共同授課與談之【假新聞治理與民主的維護】，出席人數共有 34 人，回收 28 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 99%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

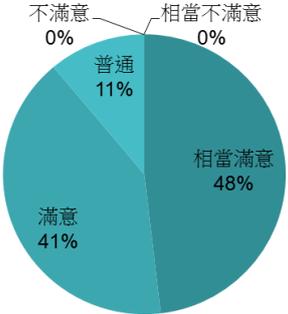
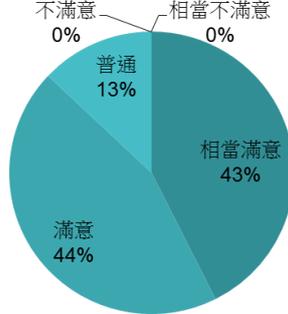
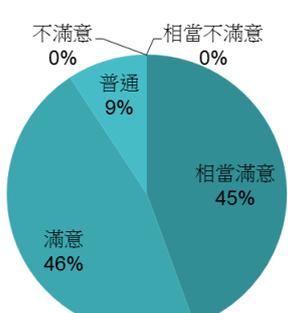
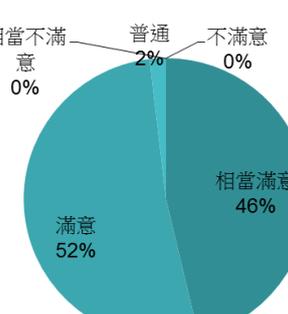
而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 98%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 33%，由活動官網接收者 17%，接收電子郵件訊息者占 7%，在活動通上看到訊息者有 17%，由泛科技 FB 接收訊息者 3%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 23%。

(2)-8 本場次平均滿意度為 94.1%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 44% 男性則占 56%；有 93% 為從業人員，其中 39% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 6%，滿 1 年以上~10 年者占 54%，11~20 年者占 7%，21 年以上者則占 22%。

場次序	◇廣播產業第 1/3 場		實簽/收卷	67 人/54 份
日期	108.09.23		時段	08:30~12:30
課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播			
授課講師	黃兆徽		與談講者	Charles
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	24	44%	
	男	30	56%	
2. 是否為從業人員	是	50	93%	
	否	4	7%	
3. 是否為主管職	是	21	39%	
	否	33	61%	
4. 年資	無	6	11%	
	1 年以下	3	6%	
	1-10 年	29	54%	
	11-20 年	4	7%	
	21 年以上	12	22%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	34	63%	<p>相當不滿意 0% 普通 2% 不滿意 0% 滿意 35% 相當滿意 63%</p>
	滿意	19	35%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	33	61%	<p>不滿意 0% 普通 2% 相當不滿意 0% 滿意 37% 相當滿意 61%</p>
	滿意	20	37%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	34	63%	<p>相當不滿意 0% 普通 2% 不滿意 0% 滿意 35% 相當滿意 63%</p>
	滿意	19	35%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	30	56%	<p>不滿意 0% 普通 5% 相當不滿意 0% 滿意 39% 相當滿意 56%</p>
	滿意	21	39%	
	普通	3	5%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5. 本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	35	65%	<p>不滿意 0% 普通 4% 相當不滿意 0% 滿意 31% 相當滿意 65%</p>
	滿意	17	31%	
	普通	2	4%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	26	48%	
	滿意	22	41%	
	普通	6	11%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	23	43%	
	滿意	24	44%	
	普通	7	13%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	24	45%	
	滿意	25	46%	
	普通	5	9%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	25	46%	
	滿意	28	52%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

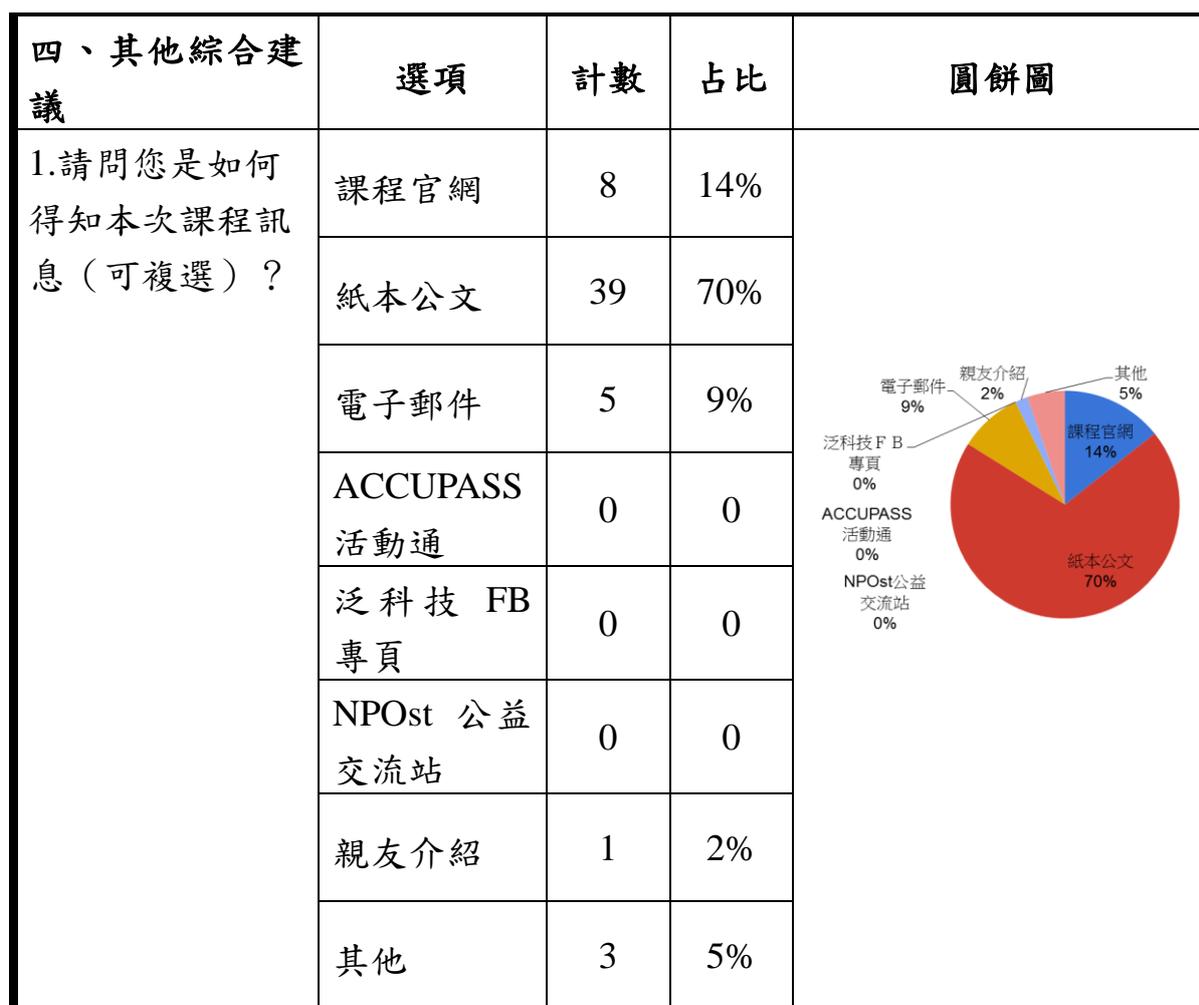


圖 40◇廣播產業第 1/3 場

由黃兆徽、Charles 共同授課與談之【以事實查證方式分析性別平權及健康傳播】，出席人數共有 67 人，回收 54 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 97%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 91%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 70%，由活動官網接收者 14%，接收電子郵件訊息者占 9%，在活動通上看到訊息者有 0%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 7%。

(2)-9 本場次平均滿意度為 86.8%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 76% 男性則占 24%；有 100% 為從業人員，其中 41% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 0%，滿 1 年以上~10 年者占 51%，11~20 年者占 19%，21 年以上者則占 19%。

場次序	◇廣播產業第 2/3 場		實簽／收卷	44 人／37 份
日期	108.09.24		時段	13:30~17:30
課程名稱	性別平權落實			
授課講師	陳韻如		與談講者	季潔
一、基本資料	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	28	76%	
	男	9	24%	
2. 是否為從業人員	是	37	100	
	否	0	0	
3. 是否為主管職	是	15	41%	
	否	22	59%	
4. 年資	無	4	11%	
	1 年以下	0	0	
	1-10 年	19	51%	
	11-20 年	7	19%	
	21 年以上	7	19%	

二、課程內容	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	12	32%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 8% 相當滿意 32% 滿意 60%</p>
	滿意	22	60%	
	普通	3	8%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	14	38%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 5% 相當滿意 38% 滿意 57%</p>
	滿意	21	57%	
	普通	2	5%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	12	33%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 5% 相當滿意 33% 滿意 62%</p>
	滿意	23	62%	
	普通	2	5%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	11	30%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 21% 相當滿意 30% 滿意 49%</p>
	滿意	18	49%	
	普通	8	21%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5. 本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	10	27%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 24% 相當滿意 27% 滿意 49%</p>
	滿意	18	49%	
	普通	9	24%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

三、課程整體規劃	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	16	43%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 8% 相當滿意 43% 滿意 49%</p>
	滿意	18	49%	
	普通	3	8%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	12	32%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 19% 相當滿意 32% 滿意 49%</p>
	滿意	18	49%	
	普通	7	19%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	14	38%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 11% 相當滿意 38% 滿意 51%</p>
	滿意	19	51%	
	普通	4	11%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	10	27%	<p>不滿意 0% 相當不滿意 0% 普通 16% 相當滿意 27% 滿意 57%</p>
	滿意	21	57%	
	普通	6	16%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	

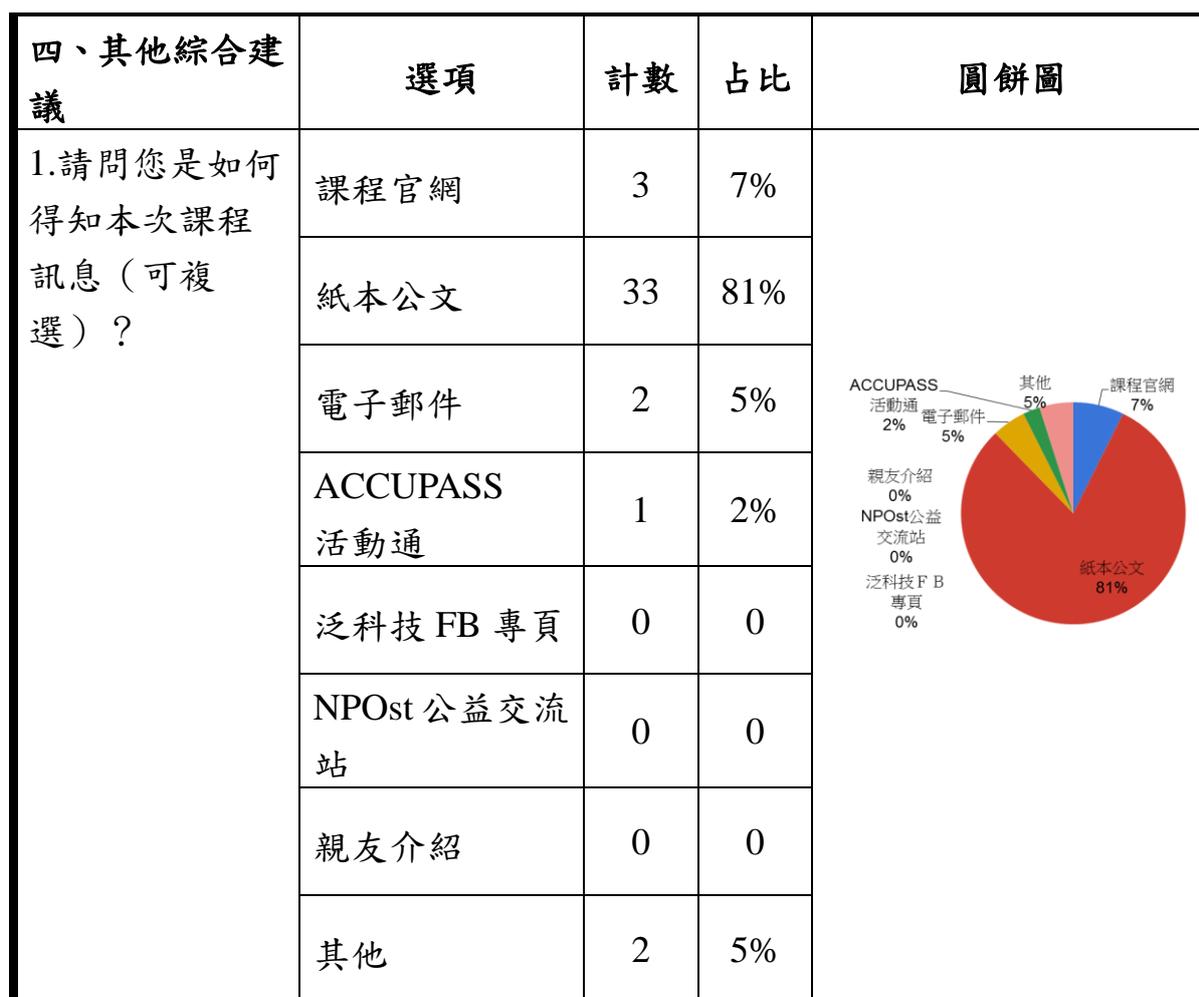


圖 41◇廣播產業第 2/3 場

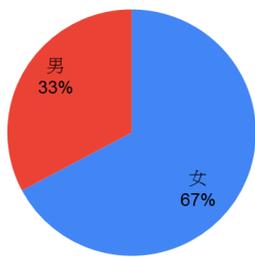
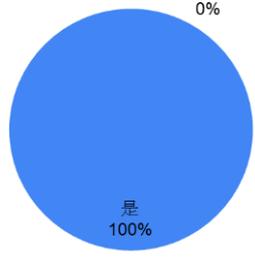
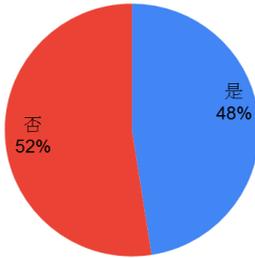
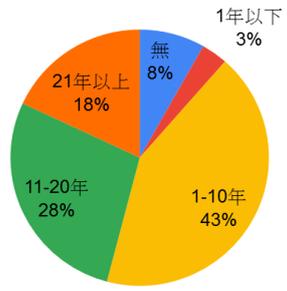
由陳韻如、季潔共同授課與談之【性別平權落實】，出席人數共有 44 人，回收 37 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 87%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 86%，0 人不滿意。

就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 81%，由活動官網接收者 7%，接收電子郵件訊息者占 5%，在活動通上看到訊息者有 2%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 5%。

(2)-10 本場次平均滿意度為 97%。以問卷回饋進行分析出席者比例，女性占 67% 男性則占 33%；有 100% 為從業人員，其中 48% 為主管職。而媒體工作年資，1 年以下者占 3%，滿 1 年以上~10 年者占 43%，11~20 年者占 28%，21 年以上者則占 18%。

場次序	◇廣播產業第 3/3 場		實簽／收卷	68 人／61 份
日期	108.11.28		時段	13:30~17:30
課程名稱	健康傳播-健康訊息之真偽			
授課講師	吳文琪		與談講者	劉玉嬌
一、基本資料				
	選項	計數	占比	圓餅圖
1. 性別	女	41	67%	
	男	20	33%	
2. 是否為從業人員	是	61	100%	
	否	0	0	
3. 是否為主管職	是	29	48%	
	否	32	52%	
4. 年資	無	5	8%	
	1 年以下	2	3%	
	1-10 年	26	43%	
	11-20 年	17	28%	
	21 年以上	11	18%	
二、課程內容				
	選項	計數	占比	圓餅圖

1. 您對本次課程講師之分享內容是否滿意	相當滿意	17	28%	
	滿意	43	70%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2. 您對本次課程與談貴賓之分享是否滿意	相當滿意	17	28%	
	滿意	43	70%	
	普通	1	2%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您對本次課程主持人之引導與分享是否滿意	相當滿意	22	36%	
	滿意	39	64%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 本次課程內容符合您的期待與需求	相當滿意	15	25%	
	滿意	42	69%	
	普通	4	6%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
5. 本次課程具實用性，對您執行職務有幫助	相當滿意	15	25%	
	滿意	43	70%	
	普通	3	5%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
三、課程整體規	選項	計數	占比	圓餅圖

劃				
1.您對本次講座之時間安排是否滿意？	相當滿意	16	26%	
	滿意	43	71%	
	普通	2	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
2.您認為本次講座之場地選擇是否合適？	相當滿意	18	30%	
	滿意	35	57%	
	普通	8	13%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
3. 您認為本次講座之流程安排是否恰當？	相當滿意	16	26%	
	滿意	45	74%	
	普通	0	0	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
4. 整體而言，您對本次課程之滿意程度如何？	相當滿意	15	25%	
	滿意	44	72%	
	普通	2	3%	
	不滿意	0	0	
	相當不滿意	0	0	
四、其他綜合建	選項	計數	占比	圓餅圖

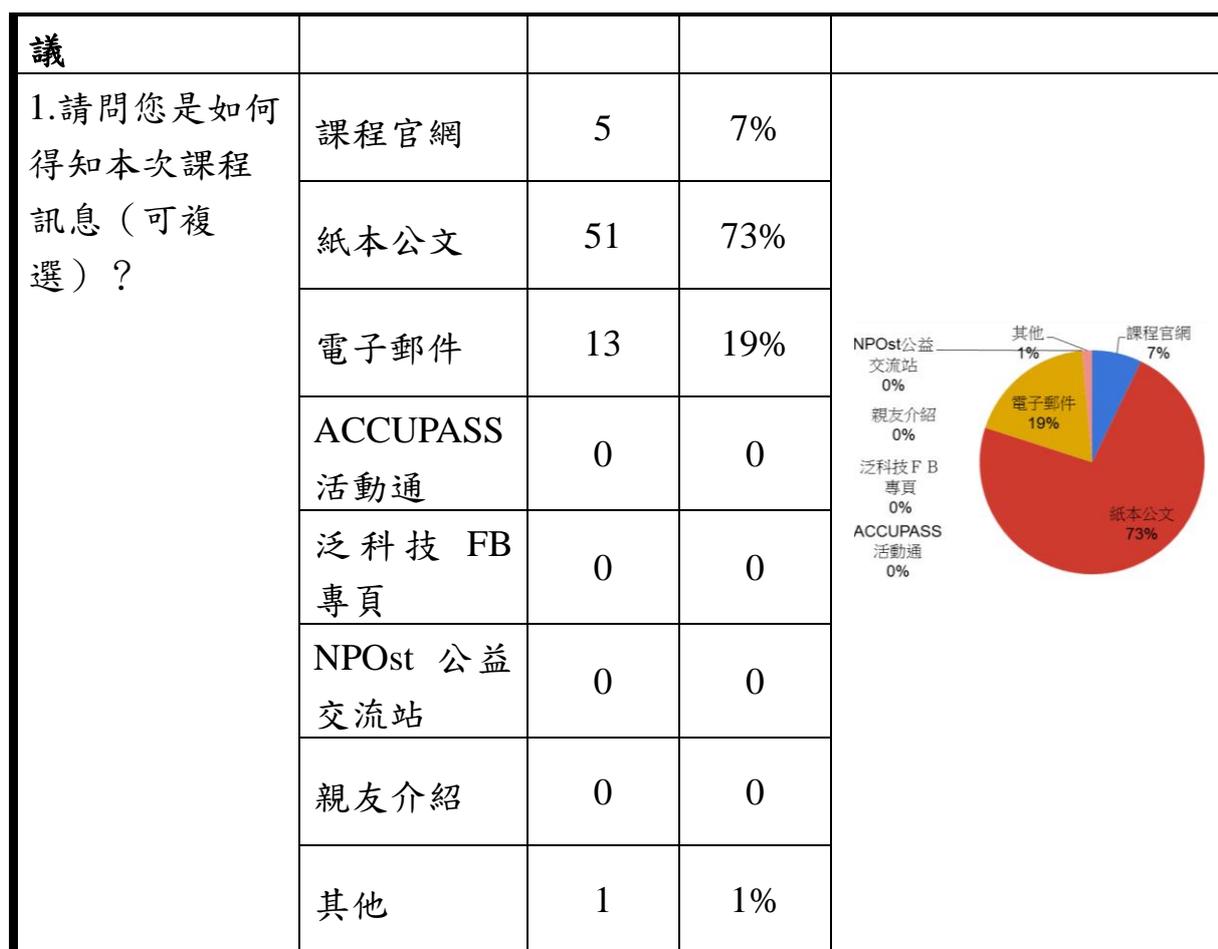


圖 42◇廣播產業第 3/3 場

由吳文琪、劉鳳嬌共同授課與談之【健康傳播-健康訊息之真偽】，出席人數共有 68 人，回收 61 份問卷。

據上述作具體分析，於【課程內容】五項調查整體滿意度達 97%，0 人不滿意。對於講師和與談貴賓之分享、主持人引導及課程內容是否具有實用性、對於執行職務的幫助等內容，總體符合參與者期待及需求。

而【課程整體規劃】上，參與者對於講座時間的安排、場地選擇、流程等，整體滿意度達 95%，0 人不滿意。就活動多元管道宣傳，透過問卷統計中展現有其成效，由紙本公文接收訊息者占 73%，由活動官網接收者 7%，接收電子郵件訊息者占 19%，在活動通上看到訊息者有 0%，由泛科技 FB 接收訊息者 0%。透過公益交流站獲得訊息者 0%，其他和親友介紹者共有 1%。

執行概要		課程資訊		全10場課程分析											
場次序	課程日期	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			年資	
●區域	●主題	●產業	●講者	●與談人	女	男	其他	是	否	其他	是	否	其他		
●場次序：第一場	課程日期：9/5 課程時段：08:30-12:30 課程名稱：落實事實查證及公平原則(1/4) 主講者：林昭真 與談人：蕭光順	42	36	96.0%	24	12	0	24	14	6	9	27	9	25	69.4%
●場次序：第二場	課程日期：9/12 課程時段：08:30-12:30 課程名稱：從消除對婦女一切形式歧視公約談避免具體性別歧視的落實 主講者：方志華 與談人：葉大華	42	39	94.2%	24	15	0	25	14	0	12	27	12	30.8%	
●場次序：第三場	課程日期：9/12 課程時段：13:30-17:30 課程名稱：AI時代的網路操作 主講者：李比福 與談人：李比福	45	38	95.7%	20	18	0	24	14	0	9	29	5	29.4%	
●場次序：第四場	課程日期：9/16 課程時段：08:30-12:30 課程名稱：偵查不公與輿論導向 主講者：王亞濤 與談人：王亞濤	21	17	98.5%	11	6	0	10	7	0	5	12	7	70.6%	
●場次序：第五場	課程日期：9/16 課程時段：13:30-17:30 課程名稱：新聞專業與新聞中的性別再現：以媒體新聞中的女性政治人物再現為例 主講者：蕭 雅 與談人：劉國威	35	29	94.1%	20	9	0	27	2	0	8	21	5	27.6%	
●場次序：第六場	課程日期：9/23 課程時段：08:30-12:30 課程名稱：以事實查證方式分析性別平等及健康傳播 主講者：蕭光順 與談人：Charles	67	54	94.1%	24	30	0	50	4	0	21	33	5	38.9%	
●場次序：第七場	課程日期：9/23 課程時段：13:30-17:30 課程名稱：性別平等事件報導 主講者：蕭 雅 與談人：紀蕙曾	43	36	96.7%	21	15	0	26	10	0	9	27	7	25.0%	
●場次序：第八場	課程日期：9/24 課程時段：13:30-17:30 課程名稱：性別平等的落實 主講者：蕭新如 與談人：李 潔	44	37	86.8%	28	9	0	37	0	0	15	22	8	40.5%	
●場次序：第九場	課程日期：9/27 課程時段：13:30-17:30 課程名稱：假新聞治理與民主的維護 主講者：羅世宏 與談人：劉嘉宏	34	28	98.4%	19	9	0	21	7	0	8	20	8	28.6%	
●場次序：第十場	課程日期：11/28 課程時段：13:30-17:30 課程名稱：健康傳播 主講者：葉文琪 與談人：劉玉娟	68	61	96.1%	41	20	0	61	0	0	29	32	5	47.5%	
全10場統計分析		總平均	441	375	95.1%	232	143	0	295	80	125	250	375	33.3%	
【區域】 進行分類分析	北部區域	總平均	329	277	96.0%	163	114	0	197	80	81	196	277	29.2%	
	中南部區域	總平均	112	98	91.4%	69	29	0	98	0	44	54	98	44.9%	
【從業類型】 進行分類分析	電視	總平均	262	223	96.2%	139	84	0	147	76	60	163	223	26.9%	
	廣播	總平均	179	152	92.3%	93	59	0	148	4	65	87	152	42.8%	

圖 43 全 10 場統計分析

(3) 針對三大主題之回饋分析

依據已辦理完畢之 10 場次，進行【性別平權】、【落實事實查證及公平原則】、【健康傳播】之三大主題分類並施以分析。

其中規劃一堂課程橫跨了三大主題探討，因此皆納入三大主題項的分析中。三大主題的課程規劃滿意度皆達 90% 以上，且 0 人不滿意。

就【落實事實查證及公平原則】主題，共舉辦 5 場課程，5 場參與人次共 209 人次、回收 173 份問卷，問卷分析顯示此 5 場的總體滿意度達 96.6%，參與者約有 56.6% 為女性，男性則占 43.4%。其中有 68.8% 的人為廣電媒體業的從業人員，在從業人員的比例中有 30.1% 的人擔任主管職。

參與者若為從業人員，其媒體工作年資為 1 年以下的占 2.3%，1~10 年者則是 34.1%，11-20 年者有 13.9%，而從事媒體業 21 年以上者 14.5%。

以從業類型進行分析，5 場課程中分作 4 場以電視業者為主要目標，另 1 場以廣播業者為主。其中，參與電視媒體專屬課程之學員的滿意度平均達到 97.2%；而廣播媒體的專屬課程之學員滿意度為 94.1%。

屬電視業者課程中，出席者中女性比例為 62.2%，男性 37.8%；其中有 58% 為廣電媒體之從業人員，而任主管職者占 26.1%。年資為 1~10 年者占 25.2%、11~20 年者占 16.8%。

屬廣播業者課程中，女性占 44.4% 而男性則為 55.6%；約有 92.6% 的參與者為廣電從業人員，38.9% 的人擔任主管職。年資為 1~10 年者占 53.7%、11~20 年者占 7.4%。

執行概要		課程資訊		【落實事實查證及公平原則】問卷分析																	
●區域：北區 ●主題別：落實事實查證及公平原則 ●產業類：電視	課程日期	9/5	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	25	69.4%			
	課程時段	08:30-12:30				42	36	96.0%	女	24	66.7%	是	14	38.9%		是	9	25.0%	1年以下	0	0.0%
	課程名稱	落實事實查證							男	12	33.3%	否	22	61.1%		否	27	75.0%	1-10年	5	13.9%
	主講者	林照真	其他	0	0.0%									11-20年	5	13.9%					
	與談人	黃兆徽													21年以上	1	2.8%				
	課程日期	9/12	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	10	26.3%			
	課程時段	13:30~17:30				42	38	95.7%	女	20	52.6%	是	24	63.2%		是	9	23.7%	1年以下	0	0.0%
	課程名稱	AI時代的輿論操作							男	18	47.4%	否	14	36.8%		否	29	76.3%	1-10年	16	42.1%
	主講者	Charles	其他	0	0.0%										11-20年	7	18.4%				
	與談人	李比鄰													21年以上	5	13.2%				
	課程日期	9/16	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	8	47.1%			
	課程時段	08:30-12:30				21	17	98.5%	女	11	64.7%	是	10	58.8%		是	5	29.4%	1年以下	1	5.9%
課程名稱	偵查不公開與報導查證	男							6	35.3%	否	7	41.2%	否		12	70.6%	1-10年	4	23.5%	
主講者	張安婷	其他	0	0.0%										11-20年	2	11.8%					
與談人	王昱浩													21年以上	2	11.8%					
課程日期	9/23	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	6	11.1%				
課程時段	08:30-12:30				67	54	94.1%	女	24	44.4%	是	50	92.6%		是	21	38.9%	1年以下	3	5.6%	
課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播							男	30	55.6%	否	4	7.4%		否	33	61.1%	1-10年	29	53.7%	
主講者	黃兆徽	其他	0	0.0%										11-20年	4	7.4%					
與談人	Charles													21年以上	12	22.2%					
課程日期	9/27	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	12	42.9%				
課程時段	13:30~17:30				34	28	98.4%	女	19	67.9%	是	21	75.0%		是	8	28.6%	1年以下	0	0.0%	
課程名稱	假新聞治理與民主的維護							男	9	32.1%	否	7	25.0%		否	20	71.4%	1-10年	5	17.9%	
主講者	羅世宏	其他	0	0.0%										11-20年	6	21.4%					
與談人	劉蕙苓													21年以上	5	17.9%					
【落實事實查證及公平原則】共5場統計		總平均	206	173	96.6%	女	98	56.6%	是	119	68.8%	是	52	30.1%	無	61	35.3%				
						男	75	43.4%	否	54	31.2%	否	121	69.9%	1年以下	4	2.3%				
						其他	0	0.0%							1-10年	59	34.1%				
						計	173		計	173		計	173		11-20年	24	13.9%				
															21年以上	25	14.5%				
															計	173					
以【區域】進行分類分析	北部區域	總平均	206	173	96.6%	女	98	56.6%	是	119	68.8%	是	52	30.1%	無	61	35.3%				
						男	75	43.4%	否	54	31.2%	否	121	69.9%	1年以下	4	2.3%				
						其他	0	0.0%							1-10年	59	34.1%				
						計	173		計	173		計	173		11-20年	24	13.9%				
															21年以上	25	14.5%				
															計	173					
以【從業類型】進行分類分析	電視	總平均	139	119	97.2%	女	74	62.2%	是	69	58.0%	是	31	26.1%	無	55	46.2%				
						男	45	37.8%	否	50	42.0%	否	88	73.9%	1年以下	1	0.8%				
					其他	0	0.0%							1-10年	30	25.2%					
					計	119		計	119		計	119			11-20年	20	16.8%				
廣播	總平均	67	54	94.1%	女	24	44.4%	是	50	92.6%	是	21	38.9%	無	6	11.1%					
					男	30	55.6%	否	4	7.4%	否	33	61.1%	1年以下	3	5.6%					
					其他	0	0.0%							1-10年	29	53.7%					
						計	54		計	54		計	54		11-20年	4	7.4%				
															21年以上	12	22.2%				
															計	54					

圖 44 【落實事實查證及公平原則】主題-問卷回收分析

就【性別平權】主題，在北部地區共舉辦 4 場課程，中南部地區則為 1 場。5 場的參與人次共 231 人次、回收問卷數為 195 份，問卷分析顯示此 5 場總體滿意度達 93.2%，參與者約有 60% 為女性，男性則占 40%。其中有 84.6% 的人為廣電媒體業的從業人員，在從業人員的比例中有 33.3% 的人擔任主管職。

參與者若為從業人員，其媒體工作年資為 1 年以下的占 2.6%，1~10 年者則是 53.3%，11~20 年者有 12.3%，而從事媒體業 21 年以上者 15.9%。

以從業類型進行分析，5 場課程中分作 3 場以電視業者為主要目標，另 2 場以廣播業者為主。其中，參與電視媒體專屬課程之學員的滿意度平均達到 95%；而廣播媒體的專屬課程之學員滿意度為 90.4%。

屬電視業者課程中，出席者中女性比例為 62.5%，男性 37.5%；其中有 75% 為廣電媒體之從業人員，而任主管職者占 27.9%。年資為 1~10 年者占 53.8%、11~20 年者占 12.5%。

屬廣播業者課程中，女性占 57.1% 而男性則為 42.9%；約有 95.6% 的參與者為廣電從業人員，39.6% 的人擔任主管職。年資為 1~10 年者占 52.7%、11~20 年者占 12.1%。

執行概要		課程資訊			【性別平權】問卷分析													
		課程日期	參與人數	回收問卷	滿意度	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例						
●區域：北區 ●主題別：性別平權 ●產業類：電視		9/12	45	39	94.2%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	6	15.4%
	課程時段	08:30-12:30				女	24	61.5%	是	25	64.1%	是	12	30.8%		1年以下	1	2.6%
	課程名稱	從消除對婦女一切形式歧視公約-談避免媒體性別歧視的落實				男	15	38.5%	否	14	35.9%	否	27	69.2%		1-10年	21	53.8%
	主講者	方念萱				其他	0	0.0%								11-20年	4	10.3%
	與談人	羅大華										21年以上	7	17.9%				
		課程日期	9/16	35	29	94.1%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	4
課程時段	13:30-17:30	女	20				69.0%	是	27	93.1%	是	8	27.6%	1年以下	0		0.0%	
課程名稱	新聞專業與新聞中的性別再現：以選舉新聞中的女性政治人物再現為例	男	9				31.0%	否	2	6.9%	否	21	72.4%	1-10年	18		62.1%	
主講者	蕭 蘋	其他	0				0.0%							11-20年	5		17.2%	
與談人	鄭國威										21年以上	2	6.9%					
○區域：北區 ○主題別：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ○產業類：廣播		9/23	67	54	94.1%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	6	11.1%
	課程時段	08:30-12:30				女	24	44.4%	是	50	92.6%	是	21	38.9%		1年以下	3	5.6%
	課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播				男	30	55.6%	否	4	7.4%	否	33	61.1%		1-10年	29	53.7%
	主講者	黃兆徵				其他	0	0.0%								11-20年	4	7.4%
	與談人	Charles										21年以上	12	22.2%				
		課程日期	9/23	43	36	96.7%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	11
課程時段	13:30-17:30	女	21				58.3%	是	26	72.2%	是	9	25.0%	1年以下	1		2.9%	
課程名稱	性別剝削與性騷擾事件報導處理	男	15				41.7%	否	10	27.8%	否	27	75.0%	1-10年	17		50.0%	
主講者	蕭 蘋	其他	0				0.0%							11-20年	4		11.8%	
與談人	紀惠容										21年以上	3	8.8%					
○區域：中區 ○主題別：性別平權 ○產業類：廣播		9/24	44	37	86.8%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例			4.年資	無	4	5.7%
	課程時段	13:30-17:30				女	28	75.7%	是	37	100.0%	是	15	40.5%		1年以下	0	0.0%
	課程名稱	性別平權的落實				男	9	24.3%	否	0	0.0%	否	22	59.5%		1-10年	19	54.3%
	主講者	陳韻如				其他	0	0.0%								11-20年	7	20.0%
	與談人	季 潔										21年以上	7	20.0%				
	【性別平權】共5場統計		總平均	234	195	93.2%	女	117	60.0%	是	165	84.6%	是	65	33.3%	年資	無	31
						男	78	40.0%	否	30	15.4%	否	130	66.7%		1年以下	5	2.6%
						其他	0	0.0%								1-10年	104	53.3%
						計	195		計	195		計	195			11-20年	24	12.3%
																21年以上	31	15.9%
																計	195	
以【區域】進行分類分析	北部區域	總平均	190	158	94.8%	女	89	56.3%	是	128	81.0%	是	50	31.6%	年資	無	27	17.1%
						男	69	43.7%	否	30	19.0%	否	108	68.4%		1年以下	5	3.2%
						其他	0	0.0%								1-10年	85	53.8%
	中南部區域	總平均	44	37	86.8%	女	28	75.7%	是	37	100.0%	是	15	40.5%	年資	無	4	10.8%
						男	9	24.3%	否	0	0.0%	否	22	59.5%		1年以下	0	0.0%
						其他	0	0.0%								1-10年	19	51.4%
						計	37		計	37		計	37			11-20年	7	18.9%
																21年以上	7	18.9%
																計	37	
業類【業類】進行分類分析		總平均	123	104	95.0%	女	65	62.5%	是	78	75.0%	是	29	27.9%	年資	無	21	20.2%
						男	39	37.5%	否	26	25.0%	否	75	72.1%		1年以下	2	1.9%
						其他	0	0.0%								1-10年	56	53.8%
	廣播	總平均	111	91	90.4%	女	52	57.1%	是	87	95.6%	是	36	39.6%	年資	無	10	11.0%
						男	39	42.9%	否	4	4.4%	否	55	60.4%		1年以下	3	3.3%
						其他	0	0.0%								1-10年	48	52.7%
						計	91		計	91		計	91			11-20年	11	12.1%
																21年以上	19	20.9%
																計	91	

圖 45 【性別平權】主題-問卷回收分析

就【健康傳播】主題，在北部地區共舉辦 1 場課程，中南部地區則為 1 場。2 場參與人次共計 135 人次、回收問卷 115 份，問卷分析顯示 2 場總滿意度為 95.1%。
以從業類型進行分析，2 場課程中皆以廣播業者為主。

參與者約有 56.5% 為女性，男性則占 43.5%。其中有 96.5% 的人為廣電媒體業的從業人員，在從業人員的比例中有 43.5% 的人擔任主管職。參與者若為從業人員，其媒體工作年資為 1 年以下的占 4.3%，1~10 年者則是 47.8%，11~20 年者有 18.3%，而從事媒體業 21 年以上者 20%。

在北部地區舉辦的 1 場課程，滿意度達 94.1%，出席的參與者中有 44.4% 為女性，另 55.6% 為男性。有 92.6% 的人為廣電業從業人員，38.9 的人為主管職。年資為 1~10 年者則是 53.7%，11~20 年者有 7.4%。

另於中南部地區辦理之 1 場，滿意度為 96.1%；回饋問卷的出席者中有 67.2% 為女性，32.8% 則是男性。100% 為廣電從業人員，其中有 47.5% 的人是主管職。年資為 1~10 年者則是 42.6%，11~20 年者有 27.9%。

執行概要		課程資訊			【健康傳播】問卷分析															
◇區域：北區 ◇主題別：落實事實查證及公平原則、性別平權、健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	9/23		67	54	94.1%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例							
	課程時段	08:30-12:30					女	24	44.4%	是	50	92.6%	是	21	38.9%	4.年資	無	6	11.1%	
	課程名稱	以事實查證方式分析性別平權及健康傳播					男	30	55.6%	否	4	7.4%	否	33	61.1%		1年以下	3	5.6%	
	主講者	黃兆徽					其他	0	0.0%								1-10年	29	53.7%	
	與談人	Charles															11-20年	4	7.4%	
21年以上	12	22.2%																		
◇區域：北區 ◇主題別：健康傳播 ◇產業類：廣播	課程日期	11/28		68	61	96.1%	1.參與者性別比例			2.從業人員參與比例			3.主管職參與比例							
	課程時段	13:30~17:30					女	41	67.2%	是	61	100.0%	是	29	47.5%	4.年資	無	5	8.2%	
	課程名稱	健康傳播					男	20	32.8%	否	0	0.0%	否	32	52.5%		1年以下	2	3.3%	
	主講者	吳文琪					其他	0	0.0%								1-10年	26	42.6%	
	與談人	劉玉嬌															11-20年	17	27.9%	
21年以上	11	18.0%																		
【健康傳播】 共2場統計	總平均			135	115	95.1%	女	65	56.5%	是	111	96.5%	是	50	43.5%	年資	無	11	9.6%	
	男	50	43.5%				否	4	3.5%	否	65	56.5%	1年以下	5	4.3%					
	其他	0	0.0%										1-10年	55	47.8%					
	計	115					計	115		計	115		11-20年	21	18.3%					
												21年以上	23	20.0%						
												計	115							
以【區域】進行分類分析	北部區域	總平均			135	115	95.1%	女	65	56.5%	是	111	96.5%	是	50	43.5%	年資	無	11	9.6%
		男	50	43.5%				否	4	3.5%	否	65	56.5%	1年以下	5	4.3%				
		其他	0	0.0%										1-10年	55	47.8%				
		計	115					計	115		計	115		11-20年	21	18.3%				
												21年以上	23	20.0%						
												計	115							
以【從業類圖 46】 【健康傳播】主題-問卷回收分析 進行分類分析							女	65	56.5%	是	111	96.5%	是	50	43.5%	年資	無	11	9.6%	
	男	50	43.5%				否	4	3.5%	否	65	56.5%	1年以下	5	4.3%					
	其他	0	0.0%										1-10年	55	47.8%					
	計	115					計	115		計	115		11-20年	21	18.3%					
												21年以上	23	20.0%						
												計	115							

(4) 【回饋意見彙整】

回饋意見彙整摘自課程中分組討論學員意見、問卷等，下列表格將進行意見內容說明，並以意見屬性，作五項分類：「產業問題反映」、「課程議題回饋」、「時程規畫建議」、「課程內容建議」、「其他」等。其中，「產業問題反映」現場第一線新聞媒體工作者踴躍反映意見，此處摘錄可供作業務單位參考。

表 8 回饋意見表

次	意見屬性	意見內容
01	產業問題反映	來源本身有錯，但提供者本身自認是無誤的。
02	產業問題反映	媒體競爭激烈，新聞產製過度追求快速與即時，查證人力及時間嚴重不足。
03	產業問題反映	假新聞的辨別，需仰賴不同領域的專業。
04	產業問題反映	媒體工作者上線前的訓練和認知落差。
05	產業問題反映	標題不聳動，無法拉抬收視率及點閱率。
06	產業問題反映	想談性別議題卻易被投訴，反倒使業者不敢碰觸。
07	產業問題反映	如果普世價值尚未轉變，新聞媒體如何能改稱？是否掉入另一種扭曲？
08	產業問題反映	即時新聞貪快，受眾接收了第一波不完整的訊息，後續有更新或追蹤但讀者不一定會知道。
09	產業問題反映	記者撰寫標題盡量避免誤導，但最後還是有可能被修改。
10	產業問題反映	查證時間遠遠不足。
11	產業問題反映	所屬單位的立場。
12	產業問題反映	全媒體時代，電視台致力於打擊假新聞，卻難對抗假訊息在網路上流竄。
13	產業問題反映	有些新聞內容(如:牛樟芝盜採)其方向在教育民眾相關知識，但也可能涉及到偵查不公開，此部分要如何權衡？

14	產業問題反映	先前有案例在嫌疑犯偵查中，新聞台節錄其他台先前的報導，卻影響觀眾的判讀，在偵查不公開之下，是否媒體在處理相關新聞是否要更為謹慎。
15	產業問題反映	很多媒體的內容會在性別或特徵上著墨，對於當事者本人並無罣礙，也有很多是當事人同意與授權，但從其它觀眾看起來會認為媒體素質不高，此部分身為媒體從業人員該如何拿捏？
16	產業問題反映	學校還是有落實性侵害教育不足的現象。
17	產業問題反映	節目製作人員或管理者對於性別平等議題熟悉度及支持度會影響節目輸出內容。
18	產業問題反映	網路上資訊辨別真偽有其困難度，期待各方專家學者站出來協助釐清。
19	產業問題反映	查證的困難度與時間的壓力。
20	產業問題反映	消息、資訊的「重要性」認定界線不明。
21	產業問題反映	法規和言論自由的交集或抵觸，主管機關的規範和支持。
22	課程議題回饋	七分真，三分假的內容最難查證。
23	課程議題回饋	平台本身所累積的可信度，也會影響受眾對訊息的信賴程度。
24	課程議題回饋	不同族群對於性別分工、性別平權議題的認知不同。
25	課程議題回饋	針對社會重大案件，媒體有權利探究事情的真相，但在偵查不公開辦法下，某些資訊無法取得，此部分有沒有明確的界線。
26	課程議題回饋	為了收視率或點閱數，媒體大多會使用強調性別特徵的標題，如：正妹科學家，小鮮肉主廚等等，這已經是主流的呈現方式，在當今社會此部分是否影響到性別過度的刻劃？
27	課程議題回饋	目前很多關於性別過度刻畫的內容大都來

		自於網路媒體或資訊，也間接影響到我們廣播與電視媒體，很都地方也無法可管，在未來有沒有方法可以改善這樣的現象？
28	課程議題回饋	平面、網路媒體對於相關報導有模糊空間，希望加強宣導及管理。
29	課程議題回饋	廣電媒體應嚴守不揭露的原則，且播報者應保持平穩語調，將情緒渲染降低。
30	課程議題回饋	討論兩性平權不應只針對女性。
31	課程議題回饋	透過廣播、電視節目因應性別平等議題製作專題性節目，且對於整體內容及話題應拿捏尺度，期許達到為閱聽者建立概念之目標。
32	課程議題回饋	資訊來源的正確性十分重要，特別是防災資訊的即時性與正確性。
33	課程議題回饋	有部分媒體以聳動標題吸引點及卻和報導內容不符，對於媒體整體形象造成傷害。
34	課程議題回饋	媒體的查證能力應不斷加強。
35	時程規劃建議	建議課程改為上午，因參加者來自全台，時間彈性上會較佳。
36	課程內容建議	如何深入淺出，傳達正確訊息給閱聽者，使閱聽者能接受。感謝！（針對特定年齡聽眾）
37	課程內容建議	媒體人經驗交流，可針對傳播主題探討分享。
38	課程內容建議	針對年紀較高的長者或聽眾，在健康訊息、真相謠言的傳播上，如何用較有說服力的資訊，給年紀較長的聽眾。
39	其他	NCC 今年規畫許多不同的報導議題、講座都相當有趣，希望未來有機會能讓參加者自由選擇議題參加。
40	其他	希望能常辦講座。

二、 徵選競賽作品活動（公民培力）

（一） 比賽辦理情形說明

執行團隊自 8 月上旬發布訊息，並自 8/12 開放報名至 11/8 截止，緊接寄送徵件比賽宣傳海報及公文至全臺相關科系之高中職、大專院校等，總計 145 份；因接獲學校及大眾致電反映期程短促，針對旨揭徵件比賽因反映熱烈，為使有意投稿之大眾製作時間更為充裕，經考量後，將徵件截止日展延至 108 年 11 月 8 日(週五)。並另行公文及製作勘正貼紙合併寄送，於 10 月初完成共 145 份，利於收件學校、科系協助宣傳。(寄件公文與名單詳見附件一、)

徵件投稿數預計達 100 件，截至期中報告前(11/01)已達 89 件，達成率為 89%。一般大眾投件數(截至 11/01 前)，僅有 6.5%；以學生族群占 93.5% 居多，其中 100% 與設計學系相關。至 11/08 投稿截止，總收件數達 215 件，收件達成率 215%：其中扣除重複投稿者，有效件數 206 件(平面設計類 191 件及教案設計類 15 件)，有效達成率 206%。

為提升民眾參與及擴大宣傳效益，執行團隊設計將主題官網和臉書帳號管理結合，將通過初選之作品刊登於網站投票區，讓民眾參與票選人氣作品。「人氣獎投票及計票方式」，民眾可透過 Facebook 帳號登入後進行票選，辦理之期程自 11 月 15 至 11 月 21 日，為期一週。待投票截止，人氣獎項配合前三名大獎一同公告於網頁中。

【平面設計】及【教案設計】前三名公告時間為 12 月 12 日(四)，並隨之推播公告，使得獎作品廣為周知，發揮效益。

9-10 月中旬執行團隊主動加值廣告宣傳:公車車體廣告、臺鐵電聯車廂廣告、公車候車亭、網路媒體露出，積極提升活動效益。



圖 47 徵件比賽海報 (截止時間已勘正為 11/08)

(二) 徵件辦法

國家通訊傳播委員會

108 年「真相最可貴！明辨假訊息」徵件活動辦法

壹、徵選宗旨：

現代人每天接觸的訊息量已經遠遠超過了老祖先們的想像，長期浸泡在過量的資訊中，人們不知不覺感到麻痺，只容易對「刺激性」的內容產生反應，而其中不乏造假的謠言以及不實的報導，造成聳動標題、未經查證的訊息四處流竄。

在自拍一定要美肌、真假難分的時代，要怎麼做才能驅散假訊息呢？快參加由國家通訊傳播委員會主辦的「真相最可貴！明辨假訊息」徵件比賽，透過創意發想，讓更多人了解面對各式訊息，應抱持「懷疑、翻查、明辨」的警覺性，做到「不相信、不轉傳、不製造」，如此一來，三人成虎的假訊息，再也唬不了聰明的你！

貳、辦理單位：

主辦單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：泛科知識股份有限公司

參、參賽資格：

具備中華民國國籍者，以個人為單位進行投稿，每人每類至多投稿一件。年齡不限，未滿 20 歲者，須附法定代理人同意書。

肆、徵件期間：原訂即日起至 108 年 10 月 14 日止，後展延至 11 月 08 日截止。

伍、徵件主題：「真相最可貴！明辨假訊息」

以明辨假訊息，提高公民對假訊息的警覺性為主題發揮創意，並參考以下原則作為創作主軸，宣導應對假訊息的思考及判斷能力：

- 一、 推廣「不相信、不轉傳、不製造」的立場：培養獨立思考能力，不輕易相信缺乏邏輯及查證的假訊息；在不清楚訊息真偽前，不隨意散播、轉傳；本身不惡意製造假訊息，引起恐慌。
- 二、 以「懷疑、翻查、明辨」的精神，設計明辨假訊息的應變態度。

陸、競賽類別：

本競賽分為「平面設計類」與「教案設計類」。每人可同時報名兩類，每類以投稿一件為限。

柒、參賽時程：**原定**

活動項目	日期	說明
報名開始	8 月 12 日	線上徵件開始
報名截止	10 月 14 日	10/14 18：00 前完成線上投稿
初審階段	10 月 15 日至 10 月 20 日	依照標準評選入選作品
公布入圍	10 月 21 日	於活動官網公布入選名單並發信通知
人氣票選	10 月 21 日至 10 月 27 日	進入活動官網進行投票
評審評選	10 月 21 日至 10 月 27 日	依照標準評選前 3 名作品
得獎公布	10 月 31 日	於活動官網公布得獎名單並發信通知

展延後異動

活動項目	日期	說明
報名截止	11 月 08 日	23：59 前完成線上投稿
初審階段	11 月 09 日至 11 月 14 日	依照標準評選入選作品
公布入圍	11 月 15 日	於活動官網公布入選名單並發信通知
人氣票選	11 月 15 日至 11 月 21 日	進入活動官網進行投票
評審評選	11 月 15 日至 11 月 21 日	依照標準評選前 3 名作品
得獎名單	11 月 25 日	已備妥得獎名單，待通傳會同意後於活動官網公布。
得獎公布	12 月 12 日	獲通傳會同意，隨即公告網站。

捌、報名與作品徵件方式：

- 一、 徵件期間：原訂即日起至 108 年 10 月 14 日止，後展延至 11 月 08 日。
- 二、 報名文件：
 - (一)報名表暨作品理念說明(附件一)
 - (二)著作權讓與及著作權授權同意書(附件二)
 - (三)法定代理人同意書(附件三)：如參賽者未滿 20 歲，需另填寫法定代理人同意書。

(四)個人資料蒐集處理利用告知事項暨同意書(附件四)

三、 報名方式：於活動官網(<http://nofake2019.tw>)線上報名

(一)參賽者請至活動網頁註冊帳號登入。

(二)填妥上述報名文件並親筆簽名或蓋章後，至活動網站創意投稿頁面，上傳掃描檔案。(未滿 20 歲之參賽者才需上傳附件三)

(三)上傳符合格式之作品電子檔。

四、 徵件作品格式：

(一)平面設計類：

1. 依徵件主題說明，以平面設計表現「明辨假訊息」之宗旨，手繪、電繪、作品創作風格不限，參賽者可自由發揮。
2. 作品格式為 JPG 或 PNG 檔，檔案大小為 3MB 以下。
3. 作品尺寸為解析度 72 dpi 以上。
4. 作品創作請設定為 RGB 顯色並保留 AI/PSD 原檔。
5. 獲獎作品須於得獎公佈後，提供主辦單位作品原始檔案。
6. 作品若未符合創作主軸及競賽規格將取消參賽資格。

(二)教案設計

1. 依徵件主題說明，以「辨別假訊息」為主軸，藉助相關時事，就適合高中(職)及國民中小學不同階段學生之媒體素養課程設計。
2. 本教案應具體說明：課程名稱、教學目標、適用教學對象/年級、教學時數、設計理念、教材與教具、教學活動設計、教學評量(或學習單)等項目。
3. 作品格式(10 頁以內，超過部分不列入審查)。
4. 檔案須以 Word 或 PowerPoint 製作後，轉成 PDF 檔。
5. 獲獎作品須於得獎公佈後，提供主辦單位作品原始檔案，並錄製為教案說明影片。
6. 作品若未符合創作主軸及競賽規格將取消參賽資格。

玖、評選作業：

一、 評審團組成：

由主辦單位依照競賽類別，遴選 3 位專業人士組成。

二、 評審方式：

(一)資格評選：針對參賽作品進行包含資格、繳件資料備齊與否、作品格式符合規格與否等審查。

(二)初選：評審團依據參賽者提供之作品檔案，各類別各遴選 10~15 件作品晉級決選。

(三)決選：請參賽者提供原作品之尺寸輸出進行評選，依照評審標遴選前三名優良作品。

(四)最佳人氣獎一名：於活動網頁上辦理入圍作品投票，每天每類最多一人可投 1 票。各類別得票數最高者將獲得「最佳人氣獎」。

三、評審標準：

評選項目	平面設計	教案設計
主題掌握 30%	作品內容及題材，能精準掌握主題重點。	教學內容及題材，能精準掌握主題重點。
創意呈現 30%	作品內容、設計理念兼具創意與獨特性。	教學活動、設計理念兼具創意與獨特性。
技術呈現 20%	繪圖技術、作品內容能清晰呈現主題重點。	教學目標明確，教學內容完整，教學步驟清楚。
應用推廣 20%	受眾精準度：能否直接對應特定年齡層或特定職業別等。	教案實用度：優先鼓勵可使用108課綱「媒體素養」課程之提案。

拾、獎項：

一、獎項金額：競賽總獎金新台幣 20 萬元，各類組獎項如下：

獎項	平面設計	教案設計
第一名	共 1 名，提供新台幣五萬元獎金及獎狀一紙。	共 1 名，提供新台幣五萬元獎金及獎狀一紙。
第二名	共 1 名，提供新台幣三萬元獎金及獎狀一紙。	共 1 名，提供新台幣三萬元獎金及獎狀一紙。
第三名	共 1 名，提供新台幣一萬元獎金及獎狀一紙。	共 1 名，提供新台幣一萬元獎金及獎狀一紙。
網路票選 最佳人氣獎	共 2 名，經票選票數最高者頒發獎項，並提供新台幣五千元獎金。	共 2 名，經票選票數最高者頒發獎項，並提供新台幣五千元獎金。

※備註：

- (一)以上各獎項得視參賽作品水準由評選委員會酌予調整或從缺。
- (二)以上獎勵金將依法定稅率扣繳所得稅。

拾壹、注意事項：

- 一、所有內容、文字、圖片、影音等須符合著作財產權之規範，若有違法情事，除取消參賽資格，同時須自負相關法律責任。
- 二、主辦單位得有以任何形式推廣、保存及轉載之權利，且不另支付作者酬勞、版稅。
- 三、參賽者需同意獲獎作品無償提供主辦單位永久非營利之利用，並不受次數、期限、方式、平台限制。
- 四、本活動依財政部國稅局規定，中獎金額若超過新臺幣 2 萬元，依法應扣繳 10% 稅金(非中華民國境內居住之個人，依法扣繳 20% 稅金)；若得獎人未按時繳納上開應繳稅額，即視為放棄領獎。
- 五、參賽者有下列情形之一者，主辦單位有權取消其參賽及得獎資格；並追回獎金、獎狀、獎盃等。如造成第三者權益損失，參賽團隊須自行負擔法律責任；造成主辦單位損害者，應負民事賠償責任：
 - (一)參賽作品曾以任何形式公開展示或販售。
 - (二)參賽作品曾獲國內外其他同質競賽前 3 名獎項。
 - (三)參賽作品有抄襲、仿冒（如作品核心呈現相同且整體差異過小之情事），或經人檢舉告發由他人代勞有具體事實者。
 - (四)參賽所提報之各項資料有虛偽不實者。
 - (五)參賽期間曾有影響其他參賽團隊，造成競賽不公之行為。
 - (六)違反本辦法等相關規定。
- 六、凡送件參賽者，即視為同意遵守本辦法之各項規定及評選委員會所決議之各項規則與評選結果，主辦單位保有對本辦法規定解釋、變更、修改、調整及終止等相關權利。
- 七、本辦法如有未盡事宜，主辦單位保有補充、修改等相關權利，有權以公告方式修改之，並以官網最新公告為準，不另行通知。
- 八、參賽者繳交之資料，執行單位收到後不再影印，逕送評選委員審查與評分，所收文件概不退回，請自行備份。
- 九、報名方式與相關活動公告請見官網。

**附件一：108 年「真相最可貴！明辨假訊息」徵件活動
徵件報名表暨作品理念說明**

姓名		性別	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女 <input type="checkbox"/> 其他
聯絡電話	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	年滿 20 歲	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否(請填附件三)
電子信箱			
投稿類別	<input type="checkbox"/> 平面設計類 <input type="checkbox"/> 教案設計類		
作品名稱			
作品理念：(300 字內)			

附件二：108 年「真相最可貴！明辨假訊息」徵件活動 著作權授權使用同意書

本人_____同意將本人所創作參加 108 年「真相最可貴！明辨假訊息」徵件活動之作品(以下簡稱本作品)，無償授權主辦及執行單位，不限時間、地點及非營利方式使用於推廣活動、場所、出版品(如上網、文宣品、海報、成果報告等)。並得基於前述目的就參選作品進行公開播送、公開傳輸等行為。本人並同意下述宣告：

1. 本人之參賽作品若抄襲他人作品、侵害他人著作權或已公開發表作品，即取消參賽與得獎資格及獎金，並主辦單位保留法律追訴權。
2. 若本人參賽作品獲獎，其著作人格權及著作財產權仍歸本人所有。但本作品著作權將部分授權主辦單位國家傳播通訊委員會使用，得於全世界各地區行使，本著作之散布權、公開傳輸權、公開展示權等部分著作權，可於主管機關網站及活動官網中，公開分享並供大眾下載使用，不需另外支酬。
3. 本人認同本活動之各項規定，對本活動之評審結果、作品陳列、文宣出版等不得有任何異議。
4. 若參賽作品未得獎，此同意書自始無效。

立同意書人簽章： (簽名或蓋章)

未滿 20 歲者需監護人/法定代理人簽章： (簽名或蓋章)

中 華 民 國 1 0 8 年 月 日

附件三：108 年「真相最可貴！明辨假訊息」徵件活動 法定代理人同意書

本人為未滿 20 歲之參賽者_____ (參賽者姓名)之法定代理人，謹以本同意書同意_____ (參賽者姓名)參加 108 年國家通訊傳播委員會主辦之「真相最可貴！明辨假訊息」徵件比賽，並同意主辦單位於競賽簡章中所規範之所有事項。

此致
國家通訊傳播委員會

參賽者姓名：_____ (簽名或蓋章)

聯絡電話：_____ 手機：_____

法定代理人姓名：_____ (簽名或蓋章)

聯絡電話：_____ 手機：_____

中 華 民 國 1 0 8 年 月 日

附件四：108 年「真相最可貴！明辨假訊息」徵件活動 個人資料蒐集處理利用告知事項暨同意書

泛科知識股份有限公司(下稱「本公司」)因執行 108 年國家通訊傳播委員會主辦之「真相最可貴！明辨假訊息」(下稱「本活動」)徵件比賽而保有您的個人資料，而有關蒐集、處理或利用您的個人資料時，皆以尊重個人權益為基礎，並以誠實信用方式及以下原則為之。

- 一、本公司蒐集您的個人資料目的係為本活動業務之執行，辦理競賽報名、獎金給付、稅務處理、競賽滿意度調查分析、得獎獎狀製作等相關作業；於辦理本競賽活動推廣業務之執行，辦理各種宣傳、巡迴展覽、編錄成果、出版或委託出版等相關作業。以及辦理本中心之內部稽核業務行為皆屬之(下稱「蒐集目的」)。
- 二、本公司僅會蒐集為上述行為而必要之個人資料，該資料會在前開蒐集目的存續期間及依法令規定要求之期間內被處理或利用；您的個人資料僅會以電子檔案或紙本形式，分別存放於本公司資料庫，或各該執行業務部門，其中紙本形式之個人資料，則於匯轉電子資料後定期銷毀。
- 三、您的個人資料，除涉及國際業務或活動外，僅供活動單位於中華民國領域，於上述蒐集目的之必要合理範圍內加以利用至前述蒐集目的消失時為止。
- 四、如您不提供或未提供正確之個人資料，或要求停止蒐集/處理/利用/刪除個人資料、服務訊息的取消訂閱，活動單位將無法為您提供蒐集目的之相關服務，也可能影響您參加本次活動之權益。
- 五、本公司保有您的個人資料時，基於我國個人資料保護法之規定，您可以透過書面行使下述的權利，除基於符合「個人資料保護法」與其他相關法律規定外，我們不會拒絕：
 - (一) 查詢或請求閱覽本人之個人資料。
 - (二) 請求製給本人之個人資料複製本。
 - (三) 請求補充或更正本人之個人資料。
 - (四) 請求停止蒐集、處理或利用本人之個人資料。
 - (五) 請求刪除本人之個人資料。

個人資料蒐集、處理、利用同意回復：

- 六、本人確已閱讀並瞭解活動單位告知之個人資料蒐集、處理、利用同意書內容，並勾選「我同意」授權活動單位依同意書內容所列目的範圍內，蒐集、處理及利用本人所填載之個人資料。

七、本人瞭解此同意書符合個人資料保護法及相關法規之要求，並提供予活動單位留存及日後查證使用。

我同意 立同意書人：_____（簽名或蓋章）

中 華 民 國 1 0 8 年 月 日

(三) 宣傳說明及效益一覽表

為使徵件訊息能夠快速且有效轉知，執行團隊於知名獎金獵人網站刊登徵件比賽資訊，且利用電話或實際拜訪多所高中職、大學，並辦理徵件比賽校園說明會三場外，同時積極促使徵件資訊露出於大專院校相關科系之活動官網、臉書粉絲專頁或臉書社團等。

實體廣告推播三大項計有 9 則，預計觸及人次自 10/15 至 11/17，共 30 日，達百萬人次。詳見下列宣傳效益一覽表及分析雷達圖(圖 55，第- 191 -頁)。

在完成徵件比賽得獎公告後，執行團隊將得獎作品搭配時事輿論，於入口網站、平面報章等處進行露出推播，主動提供加值服務，讓比賽精神延續的同時也觸及更多群眾，計有 381 萬人次，達到靈活運用的高效益。

承上述宣傳說明，本次徵件比賽宣傳、廣告觸及達 638 萬人次。

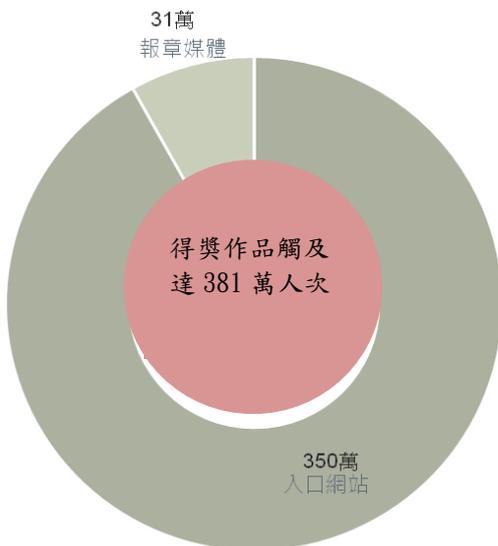


圖 49 得獎作品線上推播觸及數分析

2019 NCC 徵件競賽_Coverage Report							
總露出：11，報紙：1，網路：10，電視：0，廣播：0							
NO.	日期	媒體	屬性	記者	新聞標題	來源	媒體曝光量
1	2020/1/13	工商時報	報紙	郭靜芝	NCC 設計大賽 助水原打擊假訊息	原生	350,000
2	2020/1/13	工商時報	報紙	郭靜芝	NCC 設計大賽 助水原打擊假訊息	原生	49,333
3	2020/1/13	中視電子報	網路	工商時報	NCC 設計大賽 助水原打擊假訊息	轉載	2,156,667
4	2020/1/10	台灣好新聞	網路	生活中心	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	原生	7,558
5	2020/1/10	Yahoo新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	5,836,533
6	2020/1/10	蕃薯藤新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	91,333
7	2020/1/10	Pchome新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	1,090,333
8	2020/1/10	Hinet新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	305,000
9	2020/1/10	新清新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	78,666
10	2020/1/10	尋夢好新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	65,000
11	2020/1/10	LIFE 生活網	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC 設計比賽 提醒民眾「懷疑、勸查、明辨」三步驟	轉載	69,333
Total Clippings						11	10,099,756

經緯網絡股份有限公司製表 (數據來源: SimilarWeb)

TechByEast: <https://techbyeast.com/> 英、中、亞、科技動態
Mr. PR: <http://mrpr.ezwebin.com/> 新聞專業與創新公關
場地主: <http://globe.ezwebin.com/> 台灣場地主第一品牌
Kijibuy 奇買百貨網: <http://kijibuy.com/> 比奇美業更好用, 免費刊登百萬廣告

圖 48 入口網站及平面報章觸及人數參考數據來源

表 9 宣傳效益一覽表

宣傳效益一覽						
	序	項目	縣市	預計 觸及 人次	數量	亮點
線下實體廣告(含文宣品、說明會、車體廣告)	01	公車外車體	臺北市、新北市	99 萬人次	2 輛，每輛 1 則	高度區域聚焦，訴求普及。跨縣市公車路線，途經天母商圈、古亭商圈等人潮匯集處。
	02	臺鐵電車聯廂	新竹~嘉義區間	38.4 萬人次	8 節，每節 1 則	宣傳推及北、中、南沿線縣市，經大臺中地區。目標族群為一般大眾及通勤學生。車廂密閉特性使閱覽率提升。
	03	公車亭廣告	臺南市	18 萬	1 座	大臺南地區宣傳，鄰近教學醫院、高中及大學校區，鎖定學生族群及地區居民。戶外露出廣告為 24 小時曝光，不受限時間。
	04	海報寄送	全臺	22.5 萬人次	146 張	遍及全臺，重點匯焦高中及大學相關傳播、設計學生，向下紮根、鼓勵參與。
	05	大學校園說明會	新北、桃園	105 人次	3 場	針對廣電、設計相關科系舉辦說明會，進行直向溝通，促使參與意願提升。
	01	Google 廣告聯播網	全臺	34.5 萬人次		透過 Google 數據分析將廣告準確投放目標族群。
	02	泛科學臉書粉絲專頁	全臺	30 萬人次		透過泛科技網頁觸及更多層面族群，達到廣宣效益。
	03	台灣媒體觀察教育基金會	全臺	15 萬人次		鎖定從事或關注媒體相關產業人員。

(續下頁)

網頁截圖



圖 51 獎金獵人文章頁面截圖



圖 52 NCC 臉書文章頁面截圖



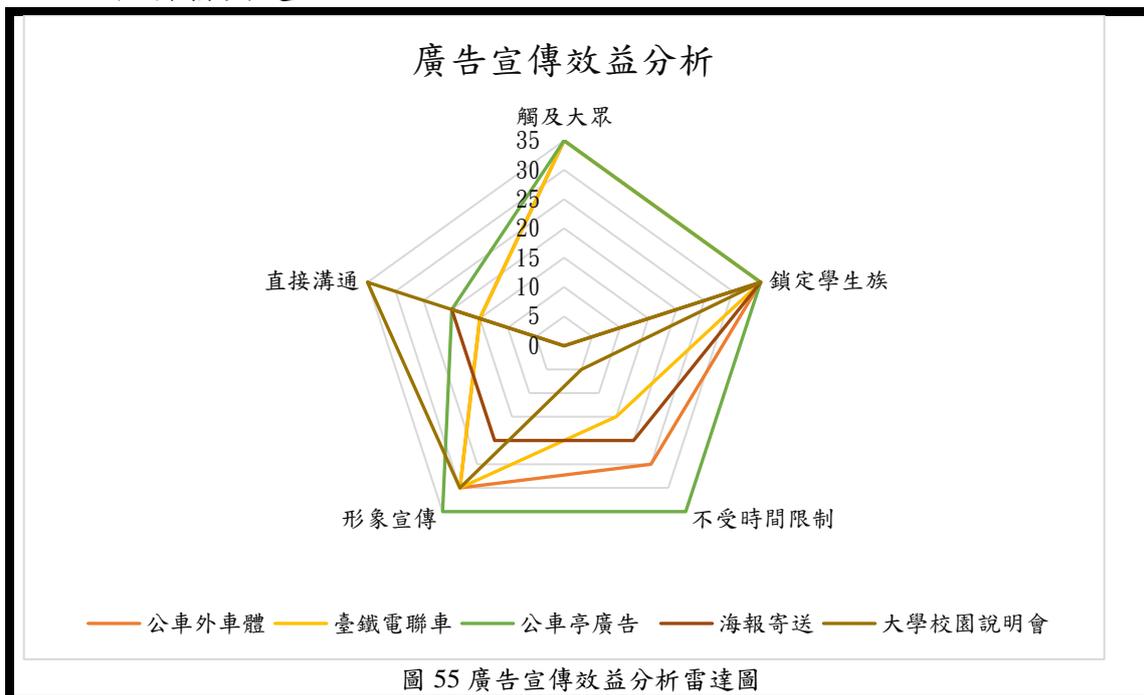
圖 53 臉書-泛科學新聞網，得獎作品推播



圖 54 入口網站曝光得獎公告(圖組)

在雷達圖中，我們可以看出主要觸及的受眾是【一般民眾】及【學生族群】。

再透過【觸及大眾】、【鎖定學生族】、【不受時間限制】(此項於此處是指，不受載體對外開放時間導致無法接觸受眾，如發車時間、班次)、【形象宣傳】、【直接溝通】等五點評估得出各項媒體宣傳特色與接觸受眾的程度。其中，校園說明會雖僅有 105 人次，但【直接溝通】的效益高；因與老師、學生進行直接對談，透過活潑的說明方式，能解決疑問和引發興趣。



(四) 人氣獎票選

1. 辦理期程表

最佳人氣獎：11 月 15 日至 11 月 21 日於活動網頁上辦理入圍作品「人氣獎投票」，每日每帳號各類各投一票。投票截止後，以各類得票數前兩名獲獎。

於 12 月 25 日(三)，於泛科學臉書進行得獎作品活動官網頁面推播。

2. 票選機制說明

為提升民眾參與及擴大宣傳效益，將通過初選之作品刊登於網站投票區，讓民眾參與票選人氣作品。「人氣獎投票及計票方式」：於投票網頁上，民眾可透過 Facebook 帳號登入後，票選。

3. 泛科學臉書搭配議題推播，進行抽獎

加值活動，臉書作品推播及問答抽獎 10 支電風扇。



圖 56 臉書問答抽獎-流程圖

(五) 實體宣傳方式執行及說明

執行單位透過多元宣傳管道進行資訊鋪陳，促使比賽資訊有效曝光，傳達於目標族群，提升徵件比賽的活絡度。總體宣傳效益，觸及率達到 257.4 萬人次。

廣告預期觸及數據來自車體廠商以各縣市交通局或交通部鐵路局所提供的數據，進行各路段或區間的觸及人次效益估算，其中除了發生之地點(指火車站、火車車廂、公車亭等等)，上有行經路段的流動人潮之預估。

1. 宣傳執行說明-公車車體廣告(雙北)

預計觸及| 每日預計觸及 33,000 人以上，整體預計觸及 990,000 人次

- (1) 點說明| 精選擴及臺北市、新北市兩大縣市之公車路線 616、214，途經精華地段天母商圈、古亭商圈等人潮匯集之處。高度區域聚焦，訴求普及。於平日通勤巔峰時刻或假日人潮出遊皆可獲得最佳宣傳效益。
- (2) 環路線| 路線 214 中和-內湖，路線 616 泰山-天母。
- (3) 登日期| 108 年 10 月 14 日~108 年 11 月 13 日，共計 30 天
- (4) 尺寸| 公車-滿版規格
- (5) 輛數| 共 2 輛
- (6) 設計示意圖|



圖 57 公車車體廣告設計圖

- (7) 實體成果照|



圖 58 公車廣告實體圖組

(8) 資料來源：雙北地區參考³

客運別	路線	車側	起訖站	停靠站數	出車次數	單月預估觸及人次	發車間隔	主要幹道	商圈	百貨公司	捷運站
中興客運	214	1	中和-內湖	70	5 ~ 7	453,600	尖峰班距：10 - 12 分鐘 離峰班距：15 - 20 分鐘	昆權東路 松江路	光華商場 行天宮 內湖科技園區 永業街	美羅華百貨	捷進中等站 捷進南門站 捷進中港新站 捷進松江南京站 捷進行天宮站 捷進內湖站 捷進永業街站
	616	1	泰山-天母	55	6 ~ 8	544,500	尖峰班距：12 - 15 分鐘 離峰班距：15 - 20 分鐘	承德路	新莊體育場 三善天母廣場 三和夜市 士林夜市 天母	天母GOGO 天母新光三越 大葉辰園區	捷進光華車站 捷進美羅華站 捷進台北橋站 捷進內湖百貨站 捷進創進站
總和數		2				998,100					

圖 59 車體廣告刊登觸及率



圖 60 雙北地區公車數據出處網站截圖

2. 宣傳方式執行說明-臺鐵通勤電聯車車廂廣告(新竹-嘉義)

3雙北地區公車數據出處：

<https://www.dot.gov.taipei/News.aspx?n=DDAA56CD6211EC51&sms=E128E766B8C52623>

<https://www.traffic.ntpc.gov.tw/home.jsp?id=c0cbee352a0a4170>

預計觸及|每日預計觸及 12,000 人次，整體預計觸及人次
384,000 人次。

- (1) 亮點說明| 精選擴及新竹至嘉義區間路線之台鐵通勤電聯車，於每節車廂內張貼 1 則廣告。於平日通勤巔峰時刻或假日人潮出遊皆可獲得最佳宣傳效。宣傳推及北、中、南沿線縣市，經大臺中地區，目標族群鎖定一般大眾及通勤學生。而行進間，車廂密閉特性更使閱覽率提升。
- (2) 刊登日期| 108 年 10 月 15 日~108 年 11 月 16 日，共計 32 天
- (3) 循環路線| 新竹~嘉義路段，來回對開。
- (4) 尺寸| 每面(則) 高 33.5cm * 寬 45.5cm
- (5) 則數| 1 輛通勤電聯車共計 8 節車廂，每節車 1 則廣告，計 8 則。
- (6) 設計示意圖|

公民徵件競賽

真相誠可貴 錯假不可推

在訊息爆炸的時代，訊息大量且快速地傳遞，其中不乏錯誤、造假、惡意的內容，面對層出不窮的假訊息，我們可以化被動為主動，時時抱持「懷疑、翻查、明辨」的警覺性，做到「不相信、不轉傳、不製造」，本次競賽希望參賽者透過創意發想的過程，讓社會大眾能具備「明辨假訊息」的應變態度，共同提升分辨不實訊息、保護自己的重要能力，如此一來，三人成虎的假訊息，再也唬不了聰明的你！

徵件時間 即日起至108年11月8日止

活動網址 nofake2019.tw (請詳閱徵件辦法)

投稿信箱 nofake2019.tw@gmail.com

徵件類別 平面設計類、教案設計類

各組獎項

- 第一名新臺幣**5萬元**整及獎狀一紙
- 第二名新臺幣**3萬元**整及獎狀一紙
- 第三名新臺幣**1萬元**整及獎狀一紙
- 網路人氣獎兩名，每位新臺幣5千元整

國家通訊傳播委員會
執行單位: PANI MEDIA
諮詢電話: (02)2362-0699#628 陳小姐

QR Code

廣告

圖 61 臺鐵車廂廣告設計圖

(7) 實體成果照



圖 62 臺鐵車廂廣告實體照

(8) 資料來源

全國新型電車
【小頭版】
 高33.5cm x 寬45.5cm

全國新型通勤電聯車 車廂內框架式小頭版廣告，位於車廂內車門旁，當已無座位可坐時，旅客會選擇在車門旁等候下車，廣告能見度第一，效果極佳，足夠時間吸收廣告內容。

廣告尺寸：高33.5cm x 寬45.5cm

廣告瀏覽率 每月刊登1列車，每節車廂配置1面廣告(共計8面廣告)，以廣告車廂數估算單月旅客流量，每月1列車廂廣告瀏覽率合計為：**384,126**人次。

旅客流量 108年1月~108年10月合計乘車旅客流量為**28,977,810**人次，平均每月高達**28,977,811**人次。
 ★(新型電車總數量30列)以上數據以30列為計算單位。

新型電車 圖 63 車廂廣告刊登觸及率

每1列車：8節車廂
 廣告數量：1列車，共8節車廂，每節車廂配置1面廣告，共8面廣告。
 行駛路線：中部區段(新竹-台中-彰化-嘉義)來回對開，每站皆停靠。

3. 宣傳方式執行說明-公車候車亭(臺南)

預計觸及| 每日預計觸及 6,000 人次，整體預計觸及 180,000 人次。

- (1) 亮點說明| 精選成功大學校區、地域高中、國中學生聚集之精華區域公車亭，張貼徵件比賽海報，鼓勵青少年、大學生、以及一般大眾公民踴躍投件參與。戶外露出廣告為 24 小時曝光，不受限行駛時間等。

本海報內容已勘正為展延日期至 11 月 8 日。

- (2) 刊登日期| 108 年 10 月 17 日~108 年 11 月 16 日，共計 30 天。
- (3) 站牌地點| 臺南成大醫院(小東路)
- (4) 尺寸| A1 海報
- (5) 則數| 張貼數為 3 張。
- (6) 實體成果照|



圖 64 臺南公車亭張貼海報圖組

(7) 資料來源⁴

DATA.TAINAN 資料建議 資料集 主題 常見問答 使用規範 應用展示 關於 搜尋

組織 / 交通局 / 大台南公車運量資訊 / 大台南公車運量資訊(107年)(CSV)

大台南公車運量資訊(107年)(CSV) 下載 資料API

資料下載網址 <https://data.tainan.gov.tw/dataset/510b677d-e0f5-4555-a30d-81b9a9dc9909/resource/7dae2a56-6ce1-4782-8bc2-071eb9d33c42/>
 路線編號、路線名稱(起訖點)、路線類別(幹支線或市區公車)、業者、年度、一月、二月、三月、四月、五月、六月、七月、八月、九月、十月、十一月、十二月、總計

資料瀏覽

新增篩選條件

表格 圖表 地圖 115 records 1 - 100 Search data ... Go 選條件

id	路線編號	路線名稱	路線類別	業者	年度	一月	二月	三月	四月	五月	六月
1	幹幹線	臺南-新...	幹支線	興南	107	147,088	117,828	150,048	143,177	153,234	1...
2	線1	新化-臺...	幹支線	興南	107	3,623	3,035	4,224	3,738	4,384	4...
3	線2	新化-臺...	幹支線	興南	107	3,728	2,466	4,098	3,563	4,070	3...
4	線3	新化-臺...	幹支線	興南	107	2,179	1,323	2,270	2,118	2,454	1...
5	線4	新化-臺...	幹支線	興南	107	1,874	1,397	2,006	1,896	2,046	1...
6	線5	新化-臺...	幹支線	興南	107	934	933	1,003	1,160	1,208	1...

圖 65 大臺南地區公車數據出處網站截圖

4大臺南地區公車數據出處

<https://data.tainan.gov.tw/dataset/bus-ridership/resource/7dae2a56-6ce1-4782-8bc2-071eb9d33c42>

4. 宣傳方式執行說明-海報發送(全臺)

主要觸及受眾：全臺高中職、大專院校與廣電、設計相關之科系學生。

寄發說明：於 09/20、09/27 分別第一次寄發給大專院校及高中職的徵件比賽海報資訊。後因展延收件期間至 11/08，故另行第二次函文寄件學校(含高中職、大專院校)並隨信附上勘正貼紙一張。其中，因舉行校園說明會之故，海報及貼紙以親送方式送至該學校、系所。

表 10 海報寄件統計表

寄送月份	收件對象	寄發張數	備註
9/20	全國大專院校設計相關學系	75	
9/27	全國高中職設計相關科系	70	
10/14	全國大專院校設計相關學系	75	寄發物為勘正展延日期貼紙各 1 張。
	全國高中職設計相關科系	70	寄發物為勘正展延日期貼紙各 1 張。
總計寄發次數		290	

5. 宣傳方式執行說明－徵件比賽校園宣傳講座

10 月時加值宣傳場次達到 3 場，擴及學生人數達 105 人。

表 11 校園說明會場次表

順次	日期	學校	學系	參與人數	詳見
01	10/08(二)	臺灣藝術大學	廣播電視學系	30 人	圖 66
02	10/08(二)	臺灣藝術大學	廣播電視學系	35 人	圖 67
03	10/09(三)	臺北商業大學	商業設計系	40 人	圖 68
總計				105 人	

(1) 臺藝大校園說明會：共 2 場次

第一場:臺灣藝術大學廣播電視學系，參與人數 30 人



於白板上露出本次徵件活動海報，宣傳人員亦告知展延至 11 月 08 日的資訊。

學員與宣傳人員進行徵件活動的 Q & A，現場氣氛熱絡。

圖 66 臺灣藝術大學廣電系－第一場校園說明會（圖組）

第二場:臺灣藝術大學廣播電視學系，參與人數 35 人



於白板上露出本次徵件活動海報，宣傳人員亦告知展延至 11 月 08 日的資訊。學員聆聽之外亦會筆記重點訊息或是實際點選網頁觀看。

學員與宣傳人員進行徵件活動的 Q & A，現場氣氛熱絡。

圖 67 臺灣藝術大學廣電系－第二場校園說明會（圖組）

(2) 北商大校園說明會：共 1 場次

第三場:臺北商業大學商業設計系，參與人數 40 人



宣傳人員布達比賽展延至 11 月 08 日資訊外，亦詳細說明徵件辦法及相關注意事項。

學生與宣傳人員進行徵件活動的 Q & A，現場氣氛熱絡，學生反應積極。

圖 68 臺北商業大學商業設計系一校園說明會(圖組)

(六) 線上宣傳執行說明

1. 泛科知識頻道

(1) 泛科學網站

分享「假新聞」議題相關國際專文。



圖 69 「假新聞」議題國外研究專文分享

(2) 宣傳方式執行說明-泛科技新聞網（臉書粉絲專頁）

9/20 已上稿刊登徵件訊息，透過下廣告推播，使訊息觸及有效群眾，達到廣宣。觸及數據顯示達 30 萬人次以上。

刊登網址	網頁截圖
<p>https://reurl.cc/e538Dj</p>	

圖 70 泛科技新聞網-臉書文章頁面截圖

貼文詳細資料		你貼文的成效																	
<p>PanX 泛科技新聞網 由沙瑛琦發佈 · 9月20日 ·</p> <p>#徵件比賽 #獎金 資訊爆炸的現在，刺激性的內容雖然吸人眼球，其中卻充斥著造謠謠言和不實報導。 如果你也看不下去，決定成為打擊「三人成虎」的高手，那就快來用創意傳達「懷疑、翻查、明辨」的打假三步驟，以及「不相信、不轉傳、不製造」的應變態度，不僅能幫助大家，更能保護自己！</p> <p>【平面設計類】和【教案設計類】皆熱烈徵件中👉👉👉 更多</p> <p>真相誠可貴 錯假不可推 現代人每天接觸的訊息量已經遠遠超過了老祖先們的想像，長期浸泡...</p>		<p>302,856 觸及人數</p> <p>24 讚、留言和分享</p> <table border="1"> <tr> <td>20 讚次數</td> <td>6 出現在貼文上</td> <td>14 出現在分享上</td> </tr> <tr> <td>1 留言次數</td> <td>0 出現在貼文上</td> <td>1 出現在分享上</td> </tr> <tr> <td>3 分享次數</td> <td>3 出現在貼文上</td> <td>0 出現在分享上</td> </tr> </table> <p>158 貼文點擊次數</p> <table border="1"> <tr> <td>0 相片瀏覽次數</td> <td>58 連結點擊次數</td> <td>100 其他點擊次數</td> </tr> </table> <p>負面意見</p> <table border="1"> <tr> <td>0 隱藏貼文</td> <td>0 隱藏所有貼文</td> </tr> <tr> <td>0 檢舉垃圾訊息</td> <td>0 收回讚</td> </tr> </table> <p>洞察報告動態是以太平洋時區回報。廣告動態則是以你的廣告帳號所在時區回報。</p>		20 讚次數	6 出現在貼文上	14 出現在分享上	1 留言次數	0 出現在貼文上	1 出現在分享上	3 分享次數	3 出現在貼文上	0 出現在分享上	0 相片瀏覽次數	58 連結點擊次數	100 其他點擊次數	0 隱藏貼文	0 隱藏所有貼文	0 檢舉垃圾訊息	0 收回讚
20 讚次數	6 出現在貼文上	14 出現在分享上																	
1 留言次數	0 出現在貼文上	1 出現在分享上																	
3 分享次數	3 出現在貼文上	0 出現在分享上																	
0 相片瀏覽次數	58 連結點擊次數	100 其他點擊次數																	
0 隱藏貼文	0 隱藏所有貼文																		
0 檢舉垃圾訊息	0 收回讚																		

圖 71 泛科技臉書觸及率圖

2. 宣傳方式執行說明-台灣媒體觀察教育基金會(臉書粉絲專頁、官網)

9月已洽詢，目前確認已上稿頁面版頭刊登徵件訊息，透過推播，使訊息觸及目標群眾，達到廣宣。觸及數據顯示達 15 萬人次以上。並於截稿日期展延公告時，轉知比賽已展延時間到 11/08。

<p>刊登網址</p> <p>http://www.mediawatch.org.tw/</p>	<p>網頁截圖</p>  <p>圖 72 臺灣媒體觀察基金會-官網文章頁面截圖(1)</p>
<p>刊登網址</p> <p>http://www.mediawatch.org.tw/news/9857 (勘正展延時間到 11/08)</p>	 <p>圖 73 臺灣媒體觀察基金會-官網文章頁面截圖(2)</p>
<p>刊登網址</p> <p>https://www.facebook.com/mediawatch/ (勘正展延時間到 11/08)</p>	 <p>圖 74 臺灣媒體觀察基金會-臉書文章頁面截圖</p>



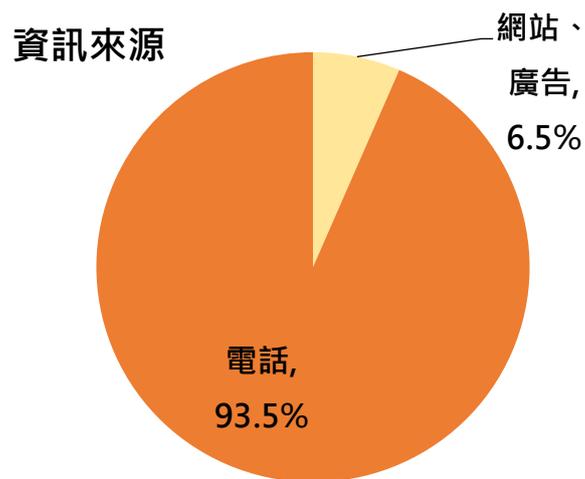
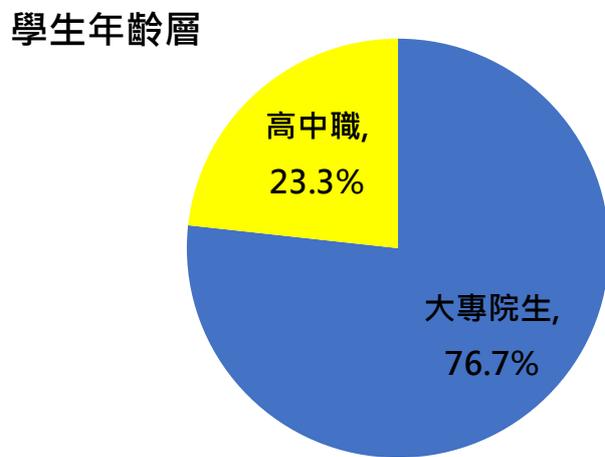
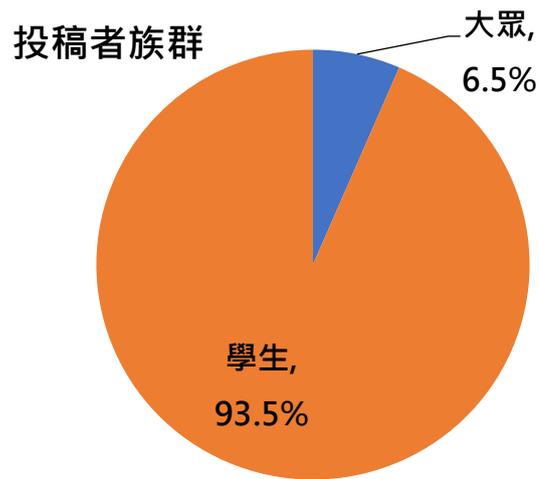
圖 75 台灣媒體觀察基金會臉書觸及率

(七) 徵件狀況分析

由徵件分布狀況，電話直接溝通的效果顯著，而校園說明會的推動居次。一般大眾投件數目前僅占 6.5%，顯示徵件比賽具有吸引力的對象主要是學生族群。

類型	大宗單位	地域	資訊來源	投稿 累積件數	投稿時段 區間
大眾	一般大眾	北部-	廣告、網站	3	09/20~09/27
學生	桃園振聲高中	北部- 桃園	電話	10	10/07~10/13 10/14~10/20
學生	中原大學商業 設計學系	北部- 桃園	電話	46	10/28~11/03
學生	臺北商業大學	北部- 桃園	校園說明會	30	10/28~11/03
學生	臺灣藝術大學廣 播與電視學系	北部- 新北	校園說明會	0	無
總計件數				89	

以下參閱投稿者族群、學生年齡層、資訊來源、地域分析進行圓餅圖的分析：



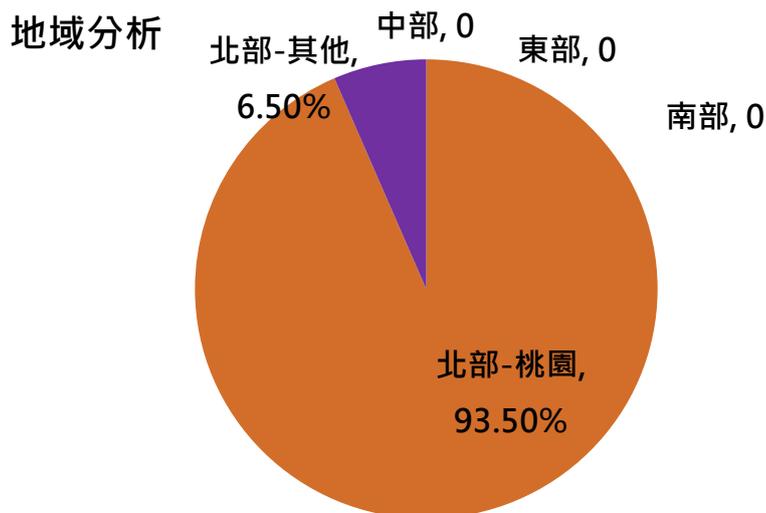


圖 76 徵件分析圖組

(八) 徵件執行挑戰，建議方向

	執行時所遇見的挑戰	建議改善方向
01	<p>一般大眾投件數(截至 11/01 前)，僅有 6.5%;以學生族群占 93.5%居多，其中 100% 與設計學系相關，廣電學系的學生參與比賽為 0%。</p> <p>由回收到的數據評估顯示，一般大眾對於此類型徵稿比賽主動關注度不高。然而，對於學生族群有吸引力，但僅透過海報或是公文函件所獲得的回饋卻不足，執行過程必須持續與學校、教師進行密切溝通例如電話、信件，才有獲得舉辦會說明會、或是搭配課程鼓勵學生參與。與客群黏著度雖高，但卻無法有廣宣的效益。</p>	<p>建議應重新定位，作大眾組或學生組的分野，抑或是全面定位為校園競賽。</p> <p>比賽的項目不僅是【平面設計】類別，也可參考屬廣電學系學生會有高度興趣的比賽類型，聚焦廣電媒體素養培訓的 TA。</p>
02	<p>於校園溝通或民間團體溝通時，甚至接獲民眾致電反映，皆表明徵件期程過於短促，無法充分瞭解議題、進行資料蒐</p>	<p>建議應拉長徵件時間至 90 天~100 天，使參賽者有充分時間觀察、蒐集、創作；且透過較長的宣傳期，階段性加強推播，讓訊</p>

	<p>集、觀察與內容設計。 且因應蒐集、思考、創作、完成，皆需要有足夠的時間進行，若行程過為倉促，恐怕稿件品質亦不佳，無法確實回饋到旨揭計畫預期效益。</p>	<p>息可以有效保留並傳遞。達到宣傳效果之後，參賽的投稿率就有隨之提升的可能性。</p>
03	<p>參賽資格明訂限制中華民國國籍者，導致有部分設計系學生反映，為僑生或其他外籍身分而未納入參賽資格中。</p>	<p>建議可放寬參賽資格，適度開放給外籍留學生。</p>

(九) 徵件比賽工作期程表

表 12 徵件比賽工作期程表

	工作項目	細項說明	預計完成期程
01	徵件比賽截止	截止日為 108 年 11 月 08 日 (五)	11/08 (五)
02	初選評選	進行初步資格篩選	11/09-11/14
03	決選評選		11/15-11/21
04	公布入圍作品並進行人氣投票		11/15-11/21
05	公布得獎名單		11/25
06	後期宣傳	關於得獎公佈之後的後期的宣傳： 得獎作品，我們會在《泛科學》特輯中分享，也會在「泛科學臉書粉絲專頁」加強推播 2 則貼文： 1. 12/25 全得獎名單推播，同時加強溝通本活動宗旨。 2. 12/26 並再次宣導面對假訊息的三大行動，並結合抽獎活動。	11/25~12/30
07	完成頒獎	前三名及人氣獎項之頒獎、獎金發贈等。	12/30 前完成

2. 作品集

平面設計類|第一名|林佩璇|

作品名稱：非辨勿動、非辨勿言、非辨勿聽





非辨勿動

網路瘋傳各種未經證實的消息，
在明辨資訊的可靠性前，
切勿輕舉妄動，以身試險。

非辨勿聽

流言蜚語總比事實流傳更快，
在明辨消息正確前，
切勿輕信各種來源可疑的訊息。

平面設計類|第二名|李敏瑄|

作品名稱：分辨力測試-明辨假訊息





你的結果是.....

- A. 你是擁有絕佳媒體識讀能力的達人！繼續保持！
- B. 差幾招就能出師了，繼續學習對抗假訊息！
- C. 還有很大的學習空間，現在下面就教你方法！

假訊息分辨法

方法1 注意新聞基本訊息

- 帶著聳動、誇張的標題
- 未標註消息來源
- 無發佈日期
- 發佈於網址可疑的新聞網站

只要符合其中一項，就很可能會是假消息！

方法2 多方驗證/借助外力

- 查找刊載於不同網站的相關新聞來驗證其消息正確性，防止被立場本身帶有偏見的新聞影響。
- 使用官方/民間架構的假訊息驗證網站或是APP (賣擱騙MyGoPen、真的假的、台灣事實查核中心.....等) 來達到快速判斷訊息真假的結果。

謹記對抗假訊息的三不原則：不相信、不轉傳、不製造
從今天開始拒絕再被假訊息給操控！

平面設計類|第三名|劉家宏|
作品名稱：聰明學會辨識假訊息



如何辨識假訊息



考慮資料來源
對可疑訊息及其使命和聯絡方式調查



詳細閱讀
為了吸引讀者，標題可能誇張失實，要詳細閱讀內文



查核作者
對作者進行快速搜尋，查核是否真有其人、具良好信譽？



資料來源
點擊網站的連結，確認提供的資訊有助理解內文



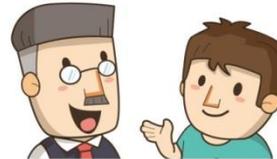
檢查發布日期
重新發佈舊的新聞故事，並不代表它們與現今事件相關



排除偏見
信仰可能影響個人的判斷



確認出處和目的
查究網站和作者，以確保真實性



向專家請教
向相關事件、議題的專家請教或詢問

假訊息的 6 種形式

捏造內容

100% 背離事實、蓄意捏造且具惡意之內容

誤導性仿內容

帶有誤導目的特定消息

冒牌內容

假冒為具可信度之消息來源、誤導民眾

錯誤的情境

真實事件被誤植於無關連情境

虛假連結

標題、圖文不符的內容

操縱內容

真實事件被刻意曲解、意圖欺騙閱聽眾



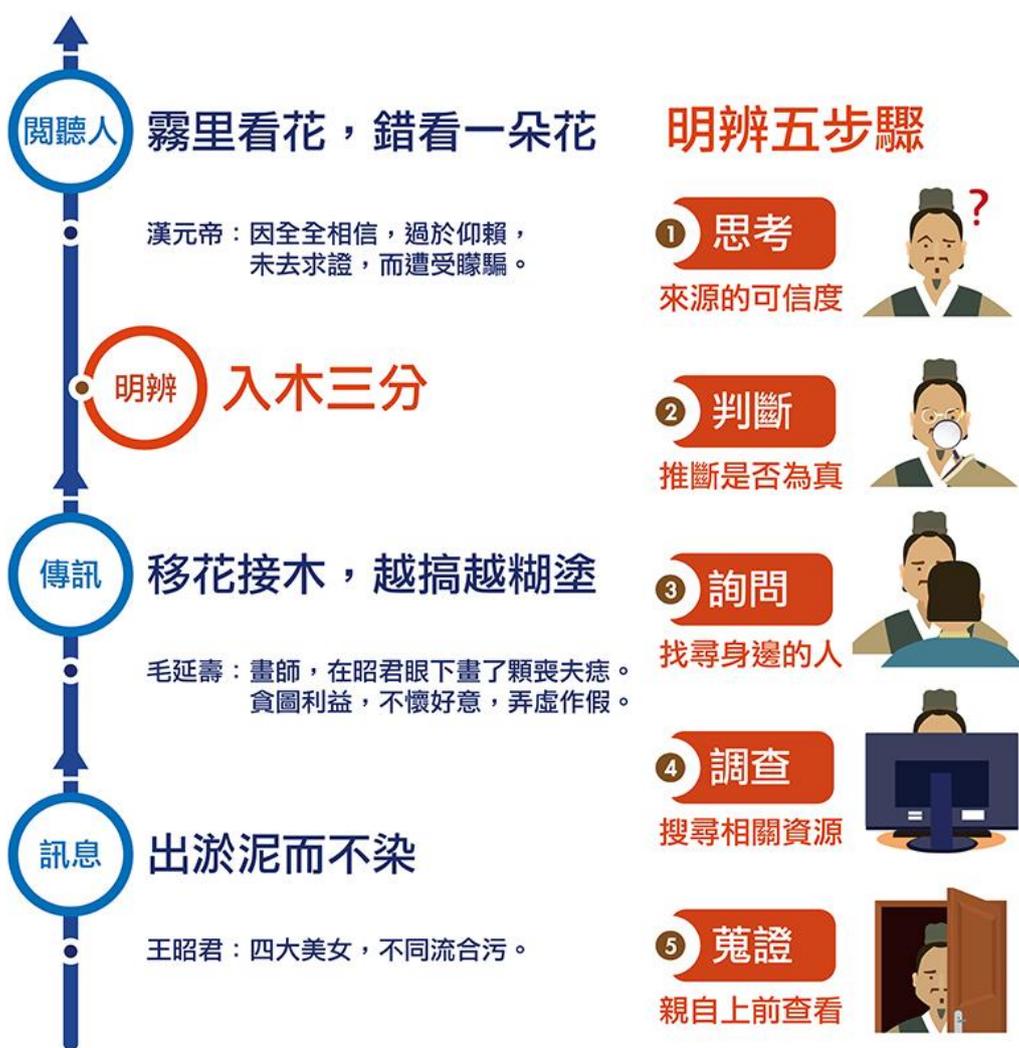
平面設計類|人氣獎|凌佳霈|
作品名稱：watch out，票數 984

明辨假訊息

延壽一筆，昭君變酪梨！

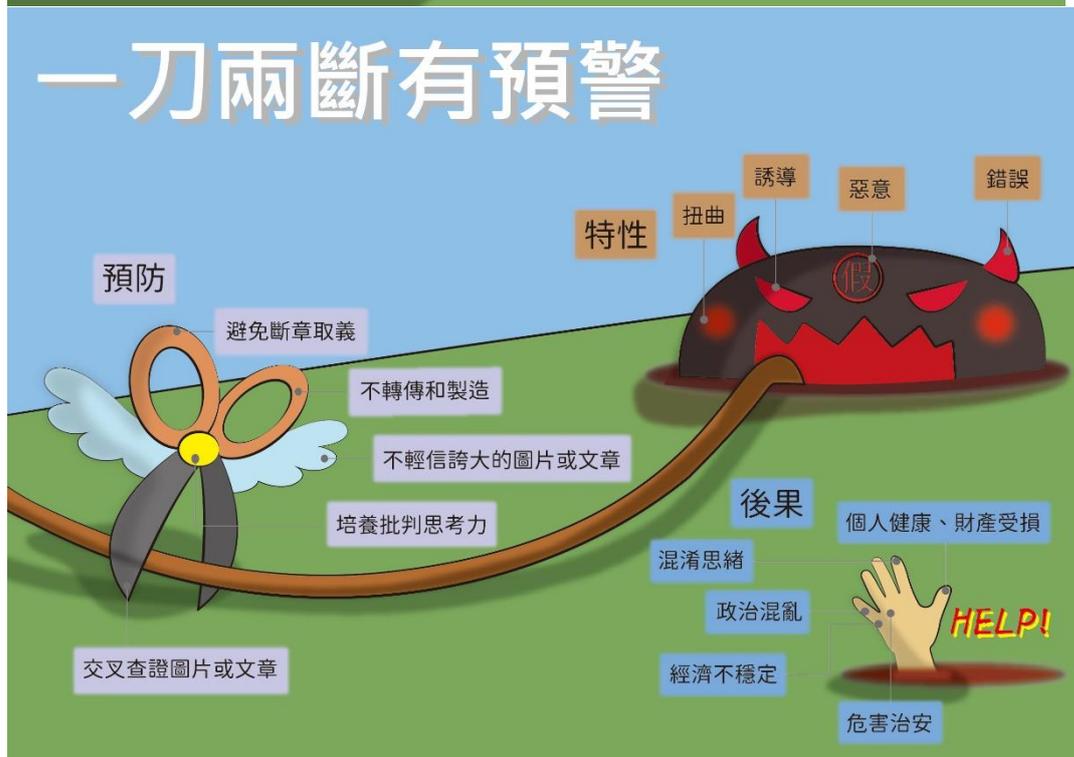
從耳熟能詳的古代故事中，了解如何避免假消息吧。

feat.昭君、延壽、漢元帝



平面設計類|人氣獎|謝沐茵|

作品名稱：掉入假訊息陷阱一刀兩斷有預警，票數 775



教案設計類|第一名|呂昱達|

作品名稱：「視野」媒體識讀教育工作坊

課程名稱	「視野」媒體識讀教育工作坊	設計者	呂昱達
設計理念	<p>在資訊爆炸的時代，人們理能接觸、汲取各種事實與觀點，然而，社群軟體的演算法，卻將人囚禁於同溫層象牙塔之中，人們似乎不再能跨越不同觀點間的界限。</p> <p>而新聞媒體作為監督政府、針砭時事的第四權，在惡劣的競業環境下求生存、搶收視率與分食廣告收益，也就將吸引閱聽人眼球奉為主桌。因此「未盡查證」、「罐頭農場下標」、「立場偏頗」等各種亂象也就應運而生。</p> <p>日本記者大宅壯一在 1957 年，變就媒體對受眾灌輸偏差觀念、刻板印象提出「一億總白癡化」的主張，認為這會損害社會平靜、理性討論及實事求是的態度。一甲子過去，總白癡化的情形非但沒有改善，更成了全球「民粹主義」的幫兇，對民主政體產生極大損害。在大環境下，涵育學生具備媒體識讀素養成了重中之重，新課綱亦將其拉抬為三面九項的核心素養之一。</p> <p>然而，在部定課程的實施中，礙於教學時間與評量性質的限制，難就媒體識讀的情意及技能層面多加著墨，亦無從讓學生適性探索大眾傳播領域的不同面向。本次工作坊，利用週末兩天的時間，以新課綱探究與實作為發展藍圖，引進業界資源，並強調杜威實踐中學習的理念，除了理論的建構，更讓學生動手改作、拍攝一則新聞。</p>		
教學目標	<ol style="list-style-type: none"> 一、 能理解媒體與社群網路的新聞產製及其對公共意見形塑的過程。 二、 能判別公共意見的形成過程中，對少數族群再現上之不平等。 三、 能區辨新聞資訊的事實與觀點，並覺察新聞框架如何運行其中。 四、 能比較不同媒體就同一事件的報導差異，並能評價其優劣之處。 五、 能體認新聞從業人員的競業壓力，並理解不同職位的工作差異。 六、 能就新聞主旨內容改寫適當標題，並能修正內文不合新聞體例。 七、 能繪製報導軸線、整理相關素材，並能改作播報一則影音新聞。 		
推廣落實	<p>本次課程，主要延續自 2017 年的「視角」媒體識讀教育工作坊，在獲遠見天下教育基金會 2017 未來教育 100 獎項後，接受未來 Family 雜誌及龍騰文化「公民之眼」特刊報導，並於臺北龍騰講堂、國教輔導團及屏東自造中心等場域進行專案分享。今年修正課程流程、細節與操作方式，再創「視野」媒體識讀教育工作坊，期能帶領學生擁有更宏觀的視野、洞悉世界局勢、成為更具批判思考能力的世界公民。</p>		
適用教學對象	<p>高一至高三學生，共 30 人，分組上建議每組 6 人為原則，以同儕間合作關係佳、能力得以互補為分組準則。</p>		
教學時數	<p>2 日工作坊，每日起迄時間為 9:00 至 16:00，中午休息 1 小時</p>		

	學校可延伸工作坊內容於選修-探究與實作課程，或可採其中內容結合公民與社會科部定必修中媒體識讀的相關內容進行延伸。									
教材與教具	「媒體識讀停看聽」簡報、Slido 線上匿名提問平台、可供新聞比較的四大報（兩天各一份，共八份報紙）、下標練習文本素材、新聞改寫文本素材、海報紙每組三張、便利貼數份、攝影棚燈四座、綠幕與布幕架一組、收音麥克風一組、單眼相機乙台、影音剪輯軟體一式									
教學活動設計	<p>一、 理論建構—「媒體識讀停看聽」</p> <p>1. 暖身活動—「時事九宮格」(15mins)</p> <p>此暖身活動，透過觸發學生體認對國際時事新聞的匱乏感，進而產生追求知識的「欲求」(pursuit)，目的在為學生搭建進入理論學習的鷹架 (scaffolding)。</p> <p>課程初始，教師以「同學透過什麼管道得知時事？」以及「最近看過什麼新聞？」開場，以隨機提問方式，初步共構學生擷取新聞的來源及關注的新聞取向。</p> <p>教師秀出一張網路流傳的「臺灣媒體國際觀」，強調世界上許多重大事件，可能因為媒體濾鏡而未見於主流媒體。(但務必建立正向價值，提醒學生目前已有媒體開始正式這樣的問題，並製作許多優質節目，如華視已於晚間新聞時段，增加國際新聞的報導質量。)</p> <p>接著教師說明時事九宮格遊戲規則，學生必須透過三個事件線索，判斷發生該事件的地方，以及事件的名稱。最先連成三條線的學生得獲贈「媒體識讀書籍一本」。</p> <div data-bbox="895 689 1246 891" style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p>時事九宮格 藍筆作答、紅筆畫圈</p> <p>遊戲規則</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.每人領取一張遊戲紙 2.利用線索猜時事名稱 3.任意地填入九宮格中 4.教師隨機地公布答案 5.最先連三條線者獲勝 <p>連線題 逃犯條例 漂洋女屍</p>  </div> <table border="1" data-bbox="895 1070 1246 1272" style="width: 100%; text-align: center; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>判刑 公投 獨立運動</td> <td>殺人 司法管轄權 司法互助</td> <td>地鐵票價 示威遊行 緊急狀態</td> </tr> <tr> <td>毒梟 政府軍 顏面盡失</td> <td>法務部長 女兒妻子醜聞 35日</td> <td>八週 生命權 身體自主權</td> </tr> <tr> <td>撤軍 庫德族 ISIS</td> <td>承攬 餐館 車禍</td> <td>面板原料 二戰徵用工 貿易白名單</td> </tr> </table> <p>2. 發展活動—「新聞業=製造業？」</p> <p>(1) 臺灣新聞為何而亂？(30mins)</p> <p>為鼓勵初次見面的學生，勇於表達意見，教師利用 Slido 匿名提問網站，詢問學生「媒體作為第四權，所擔負的職責有哪些？」(實際操作後，學生的回答多半提到「中立客觀報導」，但中立不帶立場亦有別於媒體設定議題、形成輿論的本質。)</p> <p>利用兩項外部資源詮釋新聞亂象的現況，其一為天下雜誌專題「八張圖片，一次看懂電視媒體亂象」(2015)；其二為公視#P 的影片「台灣媒體是怎麼爛掉的？七分鐘看懂媒體亂象五大關</p>	判刑 公投 獨立運動	殺人 司法管轄權 司法互助	地鐵票價 示威遊行 緊急狀態	毒梟 政府軍 顏面盡失	法務部長 女兒妻子醜聞 35日	八週 生命權 身體自主權	撤軍 庫德族 ISIS	承攬 餐館 車禍	面板原料 二戰徵用工 貿易白名單
判刑 公投 獨立運動	殺人 司法管轄權 司法互助	地鐵票價 示威遊行 緊急狀態								
毒梟 政府軍 顏面盡失	法務部長 女兒妻子醜聞 35日	八週 生命權 身體自主權								
撤軍 庫德族 ISIS	承攬 餐館 車禍	面板原料 二戰徵用工 貿易白名單								

鍵！」(2019)。

前者介紹我國目前系統業者的市佔率，及各集團底下所掌握的媒體資源，呈現媒體市場的寡占、綁架眼球現象，利用 QR CODE 讓學生掃描閱讀（如右下圖）。後者，則從五大病因探討媒體亂象（市場小頻道多、商業模式崩壞、勞動條件與社會觀感、閱聽人習慣、財團把持），由教師直接播放後進行歸結。



(2) 當新聞疏離現實 (40mins)

以新聞業的名言“If it bleeds, it leads.”作為此段教學的開場，當代媒體報導因為前面所提的那些問題，而聚焦在報導「衝突」、「惡棍」、「受害者」以及「戲劇性災難」，好像這已成為新聞的賣點。以政治人物而言，踏實地討論政策、政見，不敵對手的辛辣發言，以美國總統選舉為例，經統計，川普的媒體宣傳經費僅 1 千萬美金，但卻因為他許多吸睛的發言，而得到 18.98 億美金的曝光度。

教師播放 2014 年建設性新聞研討會中，丹麥公共電視總監 Ulrik Haagerup 對新聞疏離現實的解釋。內容主要敘述人們因為媒體，所導致的認知偏誤。

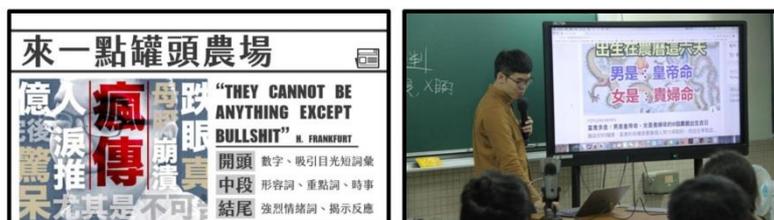


例如，丹麥民眾普遍認為現在的治安相較十年前來得不安全，但事實上丹麥歷史最低的犯罪率從沒這麼低過；義大利的失業率雖高（約 12%），但義大利民眾卻認為失業率高達 49%。老師此時以星巴克為例，同學們同意星巴克是最成功的連鎖咖啡店，但他的咖啡不是最好喝的，更不是最便宜的，那他靠甚麼成功？同學們普遍回答「氣氛舒服」、「音樂好聽」、「客製化服務」等，藉由這些答案，教師即可勉勵同學在當今不友善的媒體環境中，創造新的新聞樣態，或許就如同星巴克，非但不會失敗，反而會走出自己的一條路。

(3) 來一點罐頭農場 (25mins)

罐頭農場是當今新聞娛樂化的元兇，經營罐頭農場的人不在意事實的真假，只看哪種文章能為其賺到點閱率。在這裡，老師帶著同學實際點閱有 290 萬粉絲的 FB 罐頭農場 Buzzhand，觀看罐頭農場如何透過下標的公式，愚弄閱聽人的智商。

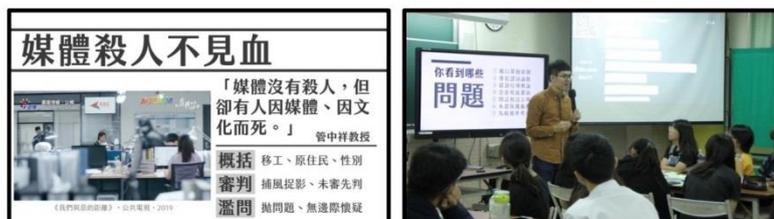
一般而言，罐頭農場標題如同好萊塢的拍攝運鏡，有著開頭、中段、結尾的固定模版，這類罐頭農場的資訊，多半真假參雜、未經查證，甚至是傳說改編或杜撰。



(4) 媒體殺人不見血 (30mins)

管中祥教授曾言「媒體沒有殺人，但卻有人因媒體、因文化而死。這樣的指責對媒體來說或許太過沉重，也不盡公平。我們必須提醒自己，一則報導可能只是日常工作的一小部分，但若是錯誤或是污名化的報導，很可能是被報導者一輩子的痛。」公視影劇《我們與惡的距離》直接碰觸國人日常生活中不願面對的文化，這裡包括「概括」、「審判」、「濫問」，即對個人貼上族群的偏見標籤、捕風捉影對尚在偵查中的案件未審先判、對於各種事件拋出無邊無際的質疑。

教師播放了《我們與惡的距離》中，殺人主嫌的妹妹與電視台主管，就新聞撥出主嫌家人的住處而對質的片段，當中沈重地對媒體控訴「你們殺的人不比我哥少」。另外，則播放韓劇《皮諾丘》中，媒體對火災事故的捕風追影，請同學在觀看過程中，仔細觀察有哪些違反新聞專業倫理、素養之處，並用 Slido 發表看法，並由教師帶領討論。



在本段結尾，老師用 2013 年民視「媽媽嘴命案」及 2018 年台視「普悠瑪事故」，帶出媒體魯莽使用公器所帶來的傷害。



(5) 框架理論—事實與觀點 (40mins)

此段起始，老師利用了 2019 年 10 月 22 日各家媒體對「9 月份失業率」的標題，帶同學們進行「事實與觀點」的練習活動。



很明顯地，各家媒體都將「九月份失業率 3.8%」入題，此為主管機關公布的「事實」，而九月份失業率與畢業季效應的關聯，是年年都會發生的現象，亦可歸類於「事實」，但「近三年同月新高」、「沒變壞也沒變好」、「創 3 個月低點，仍高於日韓星馬」則是框架所形塑的觀點。如同簡報上著名的圖片，新聞框架將會限制閱聽人看到的角度。

接著老師以高夫曼 (E. Goffman) 的框架理論，說明框架機制與框架功能，亦強調若閱聽人不廣泛吸取不同媒體的觀點，而長期接收特定單一框架，將產生「限制真實現象」、「限制閱聽人認知世界的活動」，更有甚者將使「閱聽人產生主觀框架」。接著教師，使用 2019 年初的華航機師罷工事件為例，先請同學掃描 QR CODE 觀看教師製作的華航機師罷工事件簿，補齊該事件的前備知識。之後老師播放東森新聞在同年 2 月 11 日及 2 月 12 日的兩則影音新聞，帶同學思考「兩則新聞內容有何差異?」、「綠衣女子立場為何轉變了?」、「當中誰行使了什麼權利?」、「該媒體這麼操作的理由為何?」、「有圖、有影像就代表有真相了嗎?」等五個問題。



學生普遍會對這兩則新聞立場的迥異感到驚訝，尤其當中綠色衣服的旅客，在兩則新聞中所持的立場顯有差異，但就畫面來看，卻是同一天拍攝的。此時教師會貼出該綠衣女子的臉書批評，表示其受訪片段遭媒體剪輯、斷章取義，明明她數次表明支持罷工、沒有太多損失等立場，卻完全沒被播出，只寫了他必須改票、等後補等事實陳述，並在標題被打上「客怨傻等」、「客怨賠償」等字。教師令放上東森新聞的聲明，表示這則新聞原因遭誤解，對受訪者感到不滿表達遺憾部分，將以另外一則報導呈現受訪者的立場。這是典型媒體近用權的展現，但同時也凸顯一個殘酷的事實，就是普遍被認為的「有圖、有影片有真相」，並不盡然為真，因為只要經過守門人把關，所得到的訊息都只是框架下的一部分。

3. 綜合活動—「轉角看報」(60mins)

轉角，意味資訊接收是轉瞬間、不經意的，另一方面也希望學生能以不同的角度觀看報紙，不偏食、不武斷。

進行比報活動前，教師先以 2019 年 10 月 30 日的四大報為例，比報的主題為「香港學運領袖黃之鋒遭港府選委會取消參選資格」。



教師發下比報範例，其中比報者要先就「主要版面」、「新聞主標」、「相關標題」及「圖文表格」進行檢視，之後在就四報在這些向度的表現，分析其「版面使用」、「報導取向」、「資料完整」及「視覺呈現」。舉例而言，四報對黃之鋒事件報導篇幅迥異，中國時報的報導篇幅約五指併攏手掌大、聯合報直式呈現約該版 1/5、自由時報以該版最上方顯眼處呈現約佔 1/5，蘋果日報則幾乎以全版呈現。當然，媒體要用多少篇幅報導一則新聞，取決於他們認為「這則新聞多重要」、「影響多大」以及「是否符合媒體利益」。

黃之鋒失參選資格	中國時報	聯合報	自由時報	蘋果日報
版面使用	佔版面約兩版，在下方一小塊的手動剪貼的字大小	A5 兩版，彩色呈現，約佔該版 1/5 版面	A4 兩版，彩色呈現，位於該版上方首兩欄，佔 1/5	A7 兩版，彩色呈現，以橫式全版進行詳細報導
新聞主標	大標題黃之鋒之辭職，政治審查	中「民主自治」，黃之鋒參選遭港府取消資格	中「民主自治」，黃之鋒參選遭港府取消資格	中「民主自治」，黃之鋒參選遭港府取消資格
相關標題	無	無	中「民主自治」，黃之鋒參選遭港府取消資格	中「民主自治」，黃之鋒參選遭港府取消資格
圖文表格	無	無	無	無

接著教師採取「拼圖法」(Jigsaw)，將各組組員以報數方式

(1~4) 拆散重組，數字 1~4 分別觀看中國時報、聯合報、自由時報及蘋果日報，擔任導讀該報的專家小組，並由協同教師指導。學生練習的比報主題為 2019 年 11 月 1 日的「學姊黃靜瑩的北市府性騷擾疑雲事件」。各組導讀完畢之後，輪流向全班介紹他們的發現，令人欣喜的是，藉由仔細地審視，同學已能關注「該新聞對立委選情的影響」、「四大報分別將該新聞放在政治版、社會版、名人版及地方新聞的差異」、「四大報對版面的用色及遣詞差異」、「四大報如何定調該事件及對女性的刻板印象」。



4. 總結活動—報導差異的原因 (30mins)

教師最後總結同一事件但報導差異卻很大的原因，總結為五項，分別為「新聞事實具多種樣貌」、「價值判斷無標準答案」、「新聞媒體各有立場」、「社會勢力介入干擾」及「新聞工作者能力有別」。

教師另並以熱門的總統大選新聞標題為例，讓同學看到差異點，便於學生扣合理論與生活經驗。



二、 產學合作—「天下雜誌記者的新聞經驗分享」(90mins)

本次工作坊邀請到臺大新聞所畢業，目前任職於天下雜誌的記者田孟心，為同學分享她過往的調查報告，包括「學術黑市現形記」、「臺灣的輿論戰爭」、「外籍生學工亂象」。此外亦提供新聞採寫的流程，包括與同學討論想題目的方法、研究的方式、約訪要注意的重點等。最後講師也就他從事新聞業數年的經驗，分享記者生活的優點及缺點，同時鼓勵未來想從事大眾傳播產業的同學，可以去思考自己想要走的新聞路是什麼，是平面還是電視、是雜誌報紙還是網路、是編輯還是研究員等。



三、 做中學—「新聞改作與拍攝」

1. 新聞類型與寫作要點 (120mins)

教師結合前一天田孟心記者的演講內容，說明時代背景下所導致的報導類型差異。例如 1950 年代美國麥卡錫主義盛行，反共的政治審查，重挫新聞業在撰稿播報上的自主權。當時參議員麥卡錫在國會指控國務院大量雇用共產黨份子，而新聞界秉持傳統「客觀報導」守則，但事後卻證明麥卡錫的指控毫無證據。此次教訓，讓新聞工作者體認，傳統客觀性報導的諸多缺失，於是分析各事件背後含義的解釋性報導越發被嘗試使用。

(1) 下標練習—「首里城焚毀事件」(30mins)

接著老師就新聞寫作的形式、句式及內涵向同學做概括性地介紹。例如下標時，應點出「含金量最高的關鍵訊息」，但要如何「淘金」確實不容易，步驟上而言，應先不管字數地列出該報導中的關鍵資訊，再逐步刪修冗字、善用譬喻，但仍需求明確、語意完整，避免讀者誤會。

實作上，教師利用一則沒有標題的首里城焚毀報導，讓各組討論，並試著為該事件下一則 15 字內的標題。同學們絞盡腦汁，試著產出吸引讀者又能完整傳達報導本意的標題，但必然出現一些瑕疵，包括用「浴火」形容焚毀事件，顯然有字義理解的錯誤；又或者用「全毀」而忽略文本中明言首里門倖存免於祝融等。但這個過程足以讓學生感受，下標仰賴對文本的熟悉，及詞彙的掌握，並非易事。



(2) 改作練習—「曉明女中野炊意外」(50mins)

在句式方面，老師提供常見、不合新聞寫作的錯誤句式，例如

被動句式（畢業於師大的某某某，應改為某某某畢業於師大）、冗文贅字（金馬獎今天開始進行報名手續，應改為金馬獎今天開始報名）、人民職稱順序（教育部潘部長文忠主持會議，應改為教育部長潘文忠主持會議）。

練習方面，教師提供一則改寫過的曉明女中野炊意外新聞，讓同學們實際練習操作，並由協同教學教師，依照範例修正文件，進行批閱。

(3) 畫面討論—「各國新聞畫面比較」(40mins)

此一階段，教師以俄羅斯、德國、法國、美國、日本等八國新聞畫面，與臺灣新聞媒體畫面相比較。突現新聞畫面中資訊繁雜程度，對閱聽人造成的感官差異。

教師讓同學們以組為單位，利用小白板，畫出同學心目中理想的新聞畫面，作為後續剪輯時畫面呈現的依據。



2. 新聞改作—「心跳法案」(240mins)

(1) 心智圖發想報導主軸 (30mins)

本次學生要實際拍攝、改作的主題為「8 週墮胎公投」，又稱「心跳法案」，主題發想的方式以繪製心智圖的方式進行，同學以墮胎公投為中心，進行擴散性思考，各組協同教師依照發展進度，在適當時機點，開始帶著同學收斂聚焦。

主題的設定，可以從「公投的程序」、「公投提案方的立場」、「學界及醫療界的觀點」、「各國類似的公投案」等角度切入。



(2) 撰稿任務 (90mins)

在確定報導方向後，同學們移駕至電腦教室，利用教師已創建好的共享雲端檔案夾，進行線上協作，同組成員必須進行分工，決定主播、記者、受訪者等角色，並查找資料佐證這些角色的台詞，與適用該場景的背景圖片。

	<p>過程中，協同教師將在各組間協助同學練習，並提醒同學在前開課程所學的技巧，事實調整新聞稿的內容。</p>  <p>(3) 播報與拍攝 (120mins)</p> <p>因攝影器材與場地限制，各組同學將依台詞準備完整度依序拍攝，過程中同學必然遇到表情僵硬、忘詞、講述生硬等問題。這對初次參與新聞實作的同學而言，是再正常不過的。教師在指導時，應秉持幾項指導原則：</p> <ul style="list-style-type: none"> A. 鼓勵同學理解台詞邏輯，用自己的話重述、不拘泥稿件。 B. 扮演受訪者的同學，應講求自然的語速及表情。 C. 台詞若擷取自文字報導，則應將其轉化為口語用詞。 D. 面對鏡頭緊張 NG 純屬正常，教師應有耐心地引導。 E. 要求已完成拍攝工作的同學，幫助尚未上場的同學練習。 F. 為便於後續剪輯，同學可分段錄製，但段落間一鏡到底。  
<p>教學評量</p>	<p>本次工作坊的教學評量採實作取選的專案評量方式，過程中小組討論藉口頭發表的部分包括「媒體所擔負的職責」、「區辨事實與觀點」；文本評鑑的內容共有「比報練習」、「下標練習」、「新聞改作練習」、「心智圖主題發想」；最終成果評鑑包括「新聞稿撰寫」、「播報表現」。</p> <p>教師得彈性採用各式學習單與設計各評量項目的評鑑量表。</p>

教案設計類|第二名|彭惠鈺|
作品名稱：眼見不一定為憑

眼見不一定為憑

單元名稱	眼見不一定為憑		
實施年級	六年級	總節數	共四節，160 分鐘
領域/科目	社會_資訊	設計者	彭惠鈺
設計依據			
學習重點	學習表現	<ul style="list-style-type: none"> ● 3a-III-1 透過對時事的理解與省思，提出感興趣或令人困惑的現象及社會議題。 ● 3b-III-2 透過適當的管道蒐集社會議題的相關資料，並兼顧不同觀點或意見。摘取及整理社會議題相關資料的重點，判讀其正確性及價值，並加以描述和解釋。 	核心素養
	學習內容	<ul style="list-style-type: none"> ● Aa-III-4 在民主社會個人須遵守社會規範，理性溝通、理解包容與相互尊重。學習表現與學習內容需能明確地連結。 	
議題融入	實質內涵	資 E10 了解資訊科技於日常生活之重要性。 資 E11 建立康健的數位使用習慣與態度。 資 E12 了解並遵守資訊倫理與使用資訊科技的相關規範。	
	所融入之學習重點	<ul style="list-style-type: none"> ● 3a-III-1、3b-III-2、Aa-III-4 	
教材來源	事實查核中心、MyGoPen、如附錄		
教學設備/資源	PPT、學習單		
學習目標			
<p>認知目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.能舉出三則假新聞的特徵與例子。 2.能辨識 P 圖、假新聞、假訊息 3.認同打擊假訊息的重要性，能夠回憶三種打擊假訊息(或新聞)的方法。 <p>技能目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.能分辨假新聞或假訊息背後的目的。 2.能自願與家人分享假訊息充斥在社群媒體，並提供證據給家人們知道。 3.為制止假訊息散播，能著手停止隨便分享與按讚。 <p>情意目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.能接受假訊息對社群公信力的影響力。 2.能區分真假訊息，並與家人分享所學。 3.能主動與認真完成學習單。 			

教學活動設計		
教學活動內容及實施方式	時間	備註
<p style="text-align: center;">學生背景</p> <p>班上有一半以上的學生，娛樂活動是上網打電動與使用社群媒體，臉書占多數，其餘為 youtube、IG。對於假新聞僅兩、三位同學有聽過，其他同學幾乎沒概念。</p> <p style="text-align: center;">第一節 真的？假的？</p> <p>引起動機(5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師展示 P 圖，讓學生猜是真的還是假的。 2. 教師詢問學生，什麼是「假新聞」？ <p>發展活動(30)</p> <p>真的？假的？新聞辨識比賽</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師搭配簡報，將新聞以簡短清晰的方式，播報給學生聽。 2. 各組學生討論，組內同學輪流分享想法，討論時間結束時，由組長呈現討論出來的答案(真或假)。 3. 在大家同時公布答案後，請「真」的一方，發表想法；請「假」的一方，說明為什麼覺得是假新聞？ 4. 重複步驟一到三，在判斷四則新聞後，統計分數。 <p>綜合活動(5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師鼓勵優勝的小組分享如何辨識假新聞。 2. 將上述三則「假新聞」的特徵，做簡短的歸納 <ol style="list-style-type: none"> (1) 誇大的標題。 (2) 引起過大的恐怖、驚訝、憤怒的情緒反應。 3. 回家作業： <p>請學生跟家長一起找一則有「點進去看」的網路新聞，以及想不想「分享」。</p> <p style="text-align: center;">第二節 「假」怪獸的溫床</p> <p>引起動機(5)</p> <p>教師詢問學生下列幾個問題：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 假新聞是否包含假消息？ (2) 假新聞的溫床在哪裡？怎麼製作？ (3) 製作假新聞的背後目的有哪些？ <p>發展活動(30)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 請學生在組內分享上一節回家作業所蒐集到的一則網路新聞。 2. 教師呈現三個來自內容農場的網路新聞標題，讓學生猜測新聞內容是什麼。 3. 教師呈現網路新聞內容，讓學生發現是假新聞。並說明什麼是「內容農場」，以及內容農場的標題產生器。 4. 請各組討論， <ol style="list-style-type: none"> (1) 「內容農場」製作聳動的標題是為什麼？ <p>學生可能的答案： 「騙我們點進去看」、「可以吸引我們買東西」、</p> 	<p style="text-align: center;">一節 PPT</p>	 <p>三則新聞分別是： 「地球不是圓的，而是甜甜圈狀，NASA 也證實」 「祖克伯解釋為何娶醜老婆」 「馬雲說了一句話，外國人都驚呆了！都說要來中國看看」</p> <p>鼓勵學生在分享新聞時，說明為什麼想點進去看。</p> <p>三則新聞： 1. 「A 型肝炎禍首竟然是青蔥？怪不得宜蘭人 3 成以上有肝病」 2. 「這個政黨還能支持嗎？今天花三千萬元邀請世界各國同性戀者到台北遊行，殘害我們的下一代？」 3. 「芒果長黑斑 若已腐敗千萬別吃」</p>

<p>「想要讓我們相信某些東西」、「控制我們」</p> <p>(2)你曾經在哪裡看過這些網路新聞？有沒有分享過？</p> <p>學生可能的答案：</p> <p>「我有分享過，臉書常常看到。」</p> <p>「我阿公常常滑手機看新聞，會傳一些新聞給我。」</p> <p>教師引導「假怪獸的溫床」在社群媒體(臉書、推特、line、youtube 等)，Google 的搜尋引擎也有排序問題。</p> <p>5. 教師展示內容農場的網站列表，並說明之。</p> <p>學生可能會嚇到怎麼那麼多，那所有新聞不就都不可以相信了嗎？教師說明「內容農場」的新聞在於真假皆有，應該說是「不在乎真假」只想要有流量，增加點閱率，可以有很多利益。</p> <p>綜合活動(5)</p> <p>1. 教師說明目前臉書正在著手禁止內容農場的假新聞轉傳，以免造成社會秩序不安。</p> <p>2. 已有閱聽人發現 Google 搜尋引擎總是將壹讀與每日頭條排在前面順位(因為流量較大)，應慎選資料。</p> <p>回家作業：</p> <p>請學生跟長輩聊假新聞議題，轉傳來的新聞或消息有很多是假的、廣告或是騙取個資。尤其是保健類的新聞。</p> <p style="text-align: center;">第三節 假怪獸最怕「疑」</p> <p>引起活動(5)</p> <p>1. 假新聞最害怕什麼？持懷疑的態度。</p> <p>2. 假新聞如何以假亂真？用真的圖讓你眼見為憑。</p> <p>教師用 PPT 呈現「印度老鼠真自在：住宮殿、喝牛奶，每天萬人來膜拜」這則新聞</p> <p>發展活動(30)</p> <p>1. 看完新聞後，詢問學生有沒有哪裡怪怪的？</p> <p>學生可能的答案：</p> <p>「那個圖是真的還是假的？」</p> <p>「怎麼可能那些老鼠看到人不會跑走？」</p> <p>「網址看起來跟平常瀏覽的不同」</p> <p>「照片可以合成，很有可能是假的」</p> <p>2. 教師呈現一系列的修圖、美圖、P 圖，讓學生理解圖片非常容易合成。</p> <p>3. 教師播放影片，「深假」技術。</p> <p>教師說明看待新聞或訊息應該要持懷疑的態度，並非眼見為憑</p> <p>4. 請各組討論，要如何打跑「假」怪獸？</p> <p>各組可能答案：</p> <p>「上網 google 查源頭，看看是不是真的有這件事，還是抄內容農場」</p> <p>「看是誰寫的文章」</p> <p>5. 教師呈現一則假新聞，請班上一半的學生扮演假怪獸(為</p>	<p>」</p> <p>1. 內容農場網站：teep、kknews(每日頭條)、coco01、壹讀等奇怪的網址及像新聞卻未經查證即報導。</p> <p>2. 輕易做出聳動標題</p>  <p>3. 「遠離內容農場補充：封鎖 content farm blocker 來阻擋內容農場文。」</p> <p>一節 PPT</p> <p>補充「美玉娥」(每週疑)可以加入 line 幫助過濾假新聞。</p>  <p>孩子跟老鼠一起喝牛奶... 口頭詢問「你相信嗎？」</p> <p>「用手機也能 P 圖」</p> <p>「假新聞已經過時了？現在，我們有個「深假」麻煩」</p> <p>播放歐巴馬被深假的影片</p> <p>社群平台上：</p> <p>「昨天蔡英文總統訪</p>
--	--

<p>假新聞說話)，另一半的學生持懷疑的態度。</p> <p>扮演假怪獸的學生答案 「寫得很詳細，應該是真的」 「要選舉了，候選人都會去市場握手造勢，很合理」 「我隔壁家的阿伯說他昨天好像有看到~」</p> <p>反駁一方的學生答案 「這對話也寫得太仔細了吧，感覺像劇本」 「我之前好像在哪裡也看過這對話，總統怎麼可能一天到晚去拜票」 「我看完覺得有點好奇與生氣，怎麼可能？」</p> <p>各組聽完答案可以去反駁對方的想法</p> <p>綜合活動(5)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教師呈現目前有科技確實能查證圖片或影片是否合成。 2. 一般民眾如何面對專業的訊息與哪裡有時間應用科技對付假怪獸呢？ <p>教師歸納最有效的方法是「疑」以及不要隨便分享與轉傳。 教師呈現台灣的事實查核網站列表。</p> <p>回家作業： 請學生跟家長聊「深假」技術與影像合成議題，如何破解假新聞。多看與支持事實查核網站(可以捐款喔)，以及制止煽動民眾情緒的假新聞。</p> <p style="text-align: center;">第四節 「疑」的武功心法</p> <p>引起動機(20)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放影片 「Online game helps people detect fake news」、 「fake news turns the tables on the audience」 2. 教師帶全班一起玩 Bad News Game 3. 教師說明假怪獸的三大絕招： 冒充：科技讓人輕易架設冒牌網站、改編消息、匿名。 情緒：選用讓人更為憤怒與恐懼的字詞與情節。 同溫層：藉由激起的情緒再做進一步分化閱聽人，運用心理學現象-認知失調，即便是假的也相信。 <p>發展活動(15)</p> <p>教師呈現 4 個問題幫助學生思辨真假，檢核表：</p> <ol style="list-style-type: none"> (1) 這則新聞(或訊息)真正說的或寫的人是誰？會獲得什麼利益嗎？ (2) 這是事實還是意見？ (3) 新聞標題看起來像真的嗎？贊成的人會獲得什麼利益？不贊成的人會是誰？ (4) 讀完新聞之後，是否激起人們的恐懼、憤怒等情緒？如果是的話，是否有什麼特定目的？(分化團體，建立起同溫層) <p>教師提供一則訊息，讓各組學生去討論並使用檢核表來檢視這則新聞的真實程度，以及背後真正告訴我們的是什麼？</p> <p>綜合活動(5)</p>	<p>問中和南山一菜市場與豬肉攤主的對話...」</p> <p>事實查核中心、美玉姨、mygopen、真的假的等這些網站能幫助我們查核誰是假消息。</p> <p>Bad News Game 網址 https://getbadnews.com/#intro</p> <p>哈吉貝颱風日本核存廢料污染？多吃高鉀食物？當心</p> <p>三部影片： 1.【博恩夜夜秀】</p>
--	--

<p>1. 學習單上有三部影片，請學生跟家長一起觀賞。</p> <p>2. 教師說明人們很容易被情緒所引導，面對讓人引起憤怒（意識形態類）與害怕（保健食品廣告類）情緒的新聞訊息，應持懷疑態度，別被拉入同溫層而跳不出來（假的也相信）。</p> <p>回家作業：</p> <p>練習「疑」，學習單上除了影片外，還有一則新聞，請用檢核表一一檢視出報導可能不實之處，並用彩虹筆標註出你哪裡覺得怪怪的地方，並寫下為什麼。</p>	<p>欸！假訊息</p> <p>2. 日本 NHK 也在討論台灣假新聞！？假新聞嚴重失控了嗎？</p> <p>3. 「the fake news award」</p> <p>「60 隻純種狗即將安樂死？」</p>
<p>附錄：</p> <p>後面有四張學習單，一節用一張。</p>	
<p>參考資料：https://ec.ltn.com.tw/article/paper/1326810 https://www.ettoday.net/dalemon/post/20344 https://m.ltn.com.tw/news/world/breakingnews/1845808 事實查核中心：https://tfc-taiwan.org.tw/articles/report MyGoPen：https://www.mygopen.com/ https://kknews.cc/news/nxy4yy2.html https://www.worldjournal.com/6396940/article-%E8%8A%92%E6%9E%9C%E9%95%B7%E9%BB%91%E6%96%91-%E8%8B%A5%E5%B7%B2%E8%85%90%E6%95%97%E5%8D%83%E8%90%AC%E5%88%A5%E5%90%83/ https://htm0606.pixnet.net/blog/post/379259765-%E9%81%A0%E9%9B%A2%E5%85%A7%E5%AE%B9%E8%BE%B2%E5%A0%B4%EF%BC%8C%E5%8B%BF%E5%82%B3%E6%92%AD%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E8%AC%A0%E8%A8%80 https://dacota.tw/blog/post/33543830 https://kknews.cc/travel/9ypgx4b.html https://3c.ltn.com.tw/news/18715 https://www.youtube.com/watch?time_continue=4&v=cQ54GDmleL0 https://tfc-taiwan.org.tw/articles/1173 https://globalnews.ca/video/5454133/online-game-helps-people-detect-fake-news https://edition.cnn.com/videos/tech/2019/07/02/fake-news-game-2018-jon-roozenbeek-cambridge-sot.cnn https://www.mygopen.com/2019/10/Japan-Fukushima-typhoon.html https://www.youtube.com/watch?v=VYTD_s7Nt1g https://www.youtube.com/watch?v=tjmxqnus-cM https://www.youtube.com/watch?v=yILW3PHgxmc https://www.youtube.com/watch?v=u8QMqNU9ShA https://www.dcard.tw/f/funny/p/231012388</p>	

眼見不一定為憑 學習單(一)

T.F.H.M - The Fake History Moment
唐納·川普在他的私人俱樂部打高爾夫。
奇麗星雜誌, 2016年



引自：
<https://www.dcard.tw/f/funny/p/231012388>

各位同學好，上完今日的課程後，知道了什麼是P圖，有時候作者做的P圖(或稱梗圖)，是為了博得閱聽人一笑。請你針對左圖，寫下你的想法：

(1)哪裡怪怪的：

(2)勾勾看，你覺得製作左圖的目的是什麼？

- 愚人節快樂，博得一笑
- 政治利益，反諷川普
- 廣告利益，多吃菜有益身心健康
- 打高爾夫球可以遇到川普
- 捕捉到野生川普

什麼是假新聞？假新聞還包含了假訊息、不實報導、操弄事實、部分曝光、抹黑等意思，可能會影響閱聽人的權益，甚至造成族群的分化，煽動情緒，造成混亂。台灣民眾最常使用的三大社群媒體，分別有：臉書、YOUTUBE、LINE，紛紛針對假訊息做出禁止轉傳、檢舉、下架等方式來杜絕假消息。針對此，臉書分享了不實報導的十大訣竅，分別是：

- 1.對標題持懷疑態度
- 2.仔細留意網址
- 3.調查新聞來源
- 4.注意不尋常的格式
- 5.檢查圖片
- 6.檢查日期
- 7.查核證據
- 8.參考其他報導
- 9.報導是否只為博君一笑
- 10.刻意捏造的報導內容

請同學試著用上面的十大技巧來檢核下面這則訊息，試試看你發現什麼？並寫下來。

👉昨晚香港黃大仙被暴徒打傷的老人家延至今早離世😭天理何在👎有人發聲嗎？記者看著老人家被打，只有拍攝沒有阻止暴徒沒有拯救老人家，真可惡！此新聞有媒體報導嗎？有人為此默哀嗎？暴徒殺人呀👊👎蔡政府還力挺這群香港暴徒，如果明天這些暴徒轉入台灣怎麼辦？

引自：<https://www.mygopen.com/2019/10/Hong-Kong-Wong-Tai-Sin.html>

- (1)你用了上面哪些訣竅？請寫下代號：()
- (2)請寫下為什麼你覺得這是一則假訊息：

眼見不一定為憑 學習單(二)

一、內容農場一覽表

<input type="checkbox"/> kknnews (每日頭條) <input type="checkbox"/> BuzzHand (台灣「內容農場」網站) <input type="checkbox"/> daliulian (大榴槤) <input type="checkbox"/> teepr (趣味新聞) <input type="checkbox"/> bomb01.com <input type="checkbox"/> cocomy	從左邊網站，寫下一則新聞的標題：
--	------------------

二、何謂內容農場？(引自：維基百科)

「內容農場(英語:content farm)是指圖謀網路廣告等商業利益，以取得網路流量為主要目標，而以各種合法、非法手段大量、快速生產品質不穩定網路文章的網站或企業。」

「內容農場通常不會主動管理產出的內容，對侵權或錯誤內容投訴的處理也很消極，其產出內容有極高比例是盜用、盜譯自他人的原創圖文，或由非專業寫手胡亂拼湊網路文章而來，因而多半缺乏可靠來源、品質低劣、不具參考價值，也經常摻雜大量廣告或惡意程式。」

內容農場靠大量的流量、點閱率來賺錢，並不在乎真假！

三、如何辨識內容農場？(引自維基百科)

以下是內容農場的常見特徵：

大量剽竊、二手轉載、垃圾內容(假開箱文)、劣質內容、免洗網站、社群導流(幫忙在社群轉貼)、誇大標題、匿名作者、廣告行銷

四、網路詐騙：

五、與家人一起檢視臉書裡的訊息是否充斥著假新聞、假消息，如果發現，可以按下「檢舉」喔。你曾經檢舉過嗎？為什麼？

眼見不一定為憑 學習單(三)

不是台灣獨有 大選假新聞成全球流行病

撰文 | 乾隆來 分類 | 國際瞭望 圖檔來源 | 達志 期別 | 1142期

日期 | 2018-11-07 14:52

+A -A

★ 加入收藏



今年是假新聞攻擊民主選舉的爆發年，從北歐瑞典、南美巴西到東南亞大馬，無一倖免；如何清除假新聞病毒的危害，已是民主國家眼前最大的課題。

假新聞氾濫的現象，成為今年台灣九合一選舉的特色，雖然在過往每一次的民主選舉過程中，候選人激烈攻防、運用謠言抹黑對手的手法，早已司空見慣。但是，隨著網路社群發達，利用無人監管的社群媒體管道，有系統、有組織地以產業鏈模式，大量製造子虛烏有的假新聞，成了民主選舉的強大威脅。

假新聞攻擊民主選舉的病症不是台灣獨有，今年進行重要選舉的國家，從北歐瑞典、南美巴西、東南亞馬來西亞，到十一月六日投票的美國，幾乎都為此傷透腦筋。假新聞病毒攻擊，像黑死病那樣全球爆發，各國政府急著滅火，往往出手過重，留下侵犯言論自由的紀錄，引發更大的爭議。

巴西在十月底選出波索納羅 (Jair Bolsonaro) 擔任總統，打破魯拉、羅賽芙領導的工人黨長達十五年的統治。巴西是老牌南美民主大國，對於假新聞衝擊選舉的問題高度警戒。

激情且戲劇化的巴西總統大選如此，地球另一端，號稱文明冷靜的瑞典，同樣面對大量假新聞攻擊。瑞典九月九日舉行國會全面改選，選舉假訊息的氾濫，甚至遠超過巴西。

在投票前四天，牛津網路研究中心 (Oxford Internet Institute) 發布了一份《推特與瑞典二〇一八年選舉》研究報告，報告結論竟然是「所有在推特分享的選舉訊息，有高達三分之一是垃圾新聞……」。牛津報告明確指出，推特在瑞典成為假新聞氾濫的通道，「是歐洲各國選舉中，災情最為慘重的國家」，而且「嚴重程度僅次於美國」。

一六年的美國總統大選，臉書與推特成為候選人割喉的戰場，毫無管制的手段留下劍橋分析公司的個資洩密事件，導致臉書成立以來最大的信任危機，而俄羅斯利用網軍介入美國選舉，成為美國選舉無法磨滅的醜聞。

引自：<https://reurl.cc/RdL1Mg> (今周刊)

1. 上文中提到「今年是假新聞攻擊民主的爆發年」是指西元幾年？這篇報導的日期是？受害的國家有哪些？你覺得有道理嗎？請寫下為什麼：

2. 與家人一起查看了哪一則事實查核中心的新聞，請寫下標題：

眼見不一定為憑 學習單(四)

一、這裡有三部影片網址：(請家人陪你一起看喔)

1.【博恩夜夜秀】欸！假訊息

https://www.youtube.com/watch?v=VYTD_s7Nt1g

2.日本 NHK 也在討論台灣假新聞！？假新聞嚴重失控了嗎？

<https://www.youtube.com/watch?v=tjmxqnus-cM>

3.「the fake news award」

<https://www.youtube.com/watch?v=u8QMqNU9ShA>

二、批判思考檢核表：

<p>60隻純種狗狗即將安樂死 米格魯30多隻等著認養 免費認養，不認養也請幫忙轉寄，謝謝！ 舉手之勞，你可拯救一條寶貴的生命！請大家幫忙轉寄 板橋收容所爆滿了！ 將近一半是純種的名種犬 牠們其中有許多已經待了一段時日，無人認養，『期限』將至安樂死 板橋收容所免費認養： 純種米格魯(公母皆有)：超過30隻 拉不拉多(可魯)：公母皆有：約20隻 哈士奇(公母皆有)：約10隻 古代牧羊犬(公)：1隻 牛頭梗(公)：1隻(家有幾狗裡頭那隻) 西施、臘腸狗、以及其他品種 很多都是剛被主人放生出來的，就被抓到收容所，健康狀況良好， 打過預防針，沒有皮膚病， 跟你在寵物店看到的狗一樣漂亮沒有差別 想領養的朋友，不用花錢去寵物店買，趕緊去看看吧！ 想領養的朋友請直接前往板橋市流浪動物收容所 開放時間：週一至五：8：00~12：00、13：00~17：00 週六：8：00~12：00 電話：(02)8966-2158 (02)8966-2158 地址：板橋市華東路1-9號(四川路二段130巷底) 交通：捷運土城線亞東醫院站(南雅站)出口一，往華東路步行約5~10分鐘。 板南線新埔捷運站出口一，轉搭乘公車99、藍16、812【亞東工專→南雅站】 245副線、265紅線 臺北縣政府動物疾病防治所： 地址：板橋市四川路一段157巷2號 電話：(02) 2959-6353</p>	<p>思辨真假檢核表：</p> <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 1. 這則新聞(或訊息)真正說的或寫的人是誰？會獲得什麼利益嗎？<input type="checkbox"/> 2. 這是事實還是意見？<input type="checkbox"/> 3. 新聞標題看起來像真的嗎？贊成的人會獲得什麼利益？不贊成的人會是誰？<input type="checkbox"/> 4. 讀完新聞之後，是否激起人們的恐懼、憤怒等情緒？如果是的話，是否有什麼特定目的？(分化團體，建立起同溫層) <p>請找到這則訊息「怪怪」之處，並用彩虹筆標註出來，並寫下為什麼：</p>
---	---

引自：<https://www.mygopen.com/2015/11/60.html>

結語：假新聞與假訊息充斥在社群媒體上，身為數位公民，應具備媒體識讀的能力，持懷疑態度與不轉傳未經證實的新聞。

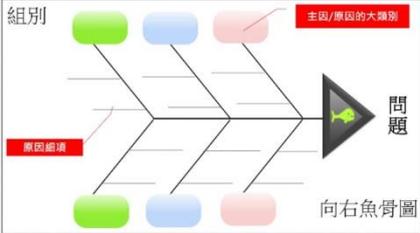
教案設計類|第三名暨人氣獎|李易倫|

作品名稱：第五道牆：不願面對的假嚮，票數：700 票

媒體素養教育教學活動設計

領域/科目	媒體素養教育		設計者	李易倫 張家豪
實施年級	五~六年級		總節數	共 6 節，240 分鐘
單元名稱	第五道牆：不願面對的假嚮			
設計依據				
學習重點	學習表現	<ul style="list-style-type: none"> ■具備善用科技、資訊與各類媒體之能力，培養相關倫理及媒體識讀的素養，俾能分析、思辨、批判人與科技、資訊及媒體之關係。 		核心素養 <ul style="list-style-type: none"> ■(總綱) B2 科技資訊與媒體素養。 ■健體-E-B2 具備應用體育與健康相關科技及資訊的基本素養，並理解各類媒體刊載、報導有關體育與健康內容的意義與影響。 ■科-J-B2 理解資訊與科技的基本原理，具備媒體識讀的能力，並能了解人與科技、資訊、媒體的互動關係。
	學習內容	<ul style="list-style-type: none"> ■知(學習、擷取) <ol style="list-style-type: none"> 1. 認識假訊息 2. 假訊息對於生活的影響 ■行(行動、實作) <ol style="list-style-type: none"> 1. 社群媒體裡，假新聞或假訊息氾濫的可能原因？ 2. 冰山下的秘密—假新聞分析 3. 事實查證途徑—事實查核 ■思(反省、思考) <ol style="list-style-type: none"> 1. 歌曲分析「你要去哪裡」 2. 故事骰，創新聞 3. Plickers 後測-反思、心得 		
理念目標	設計理念	<p>古希臘哲學家蘇格拉底曾經跟他的學生分享「三個篩子」的用法，這三個篩子分別是「真實」、「善意」、「重要」。蘇格拉底要他的學生學習用三個篩子來「過濾」接收到的訊息。感官接收到的，是否真實？是否為善意？是否重要？</p> <p>在21世紀的今天，人們接收訊息的速度遠遠超乎想像。第「五」道牆，其實指的就是「3C產品」。不論在家裡或在任何環境，這奇幻的第五道牆活生生的阻隔原本相處融洽、充滿熱情的人際關係，背後的代價是「假訊息充斥」、「同溫層效應」、「網路盲從現象」……</p> <p>多螢世代下，各式各樣的「第五道牆」紛紛出現。我們是否該思考，如何褪下虛假的内容，找回真實的初心？又該如何從不願面對「假嚮」的同溫層中跳脫，找到真實的方向？</p> <p>「假訊息已經去環遊世界了，真相還在原地綁鞋帶。」這句話並非危言聳聽，而是日常。本課程希望藉由合作學習、小組討論的方式來建構孩子對於假訊息的辨識與敏銳度。並由產出雙向魚骨圖尋找問題的原因與因應對策。並廣泛利用ORID焦點討論法激發孩子們思辯的興趣與行動力，開創出多元觀點理解與闡述。</p> <p>課程架構依循知(學習、擷取)、行(行動、實作)、思(反省、思考)設計六節課程，藉此幫助學生從中自學、思考與表達，進而延伸此能力應用於日常生活中。</p>		
	課程目標	<ul style="list-style-type: none"> ■獲取與檢索：瞭解需求，從多種來源中搜尋、獲取、存儲資訊和媒體內容。 ■理解與評估：理解、評估、評價和組織資訊與媒體內容。 ■創造與分享：創作資訊、媒體內容或知識，與他人交流、溝通，實踐民主參與。 		

教材來源	自編		
教學設備/資源	單槍、教學用電腦、白板、小組操作用筆電、白紙、便利貼、學習單		
學習目標			
1. 培養使用媒體、思辨媒體、近用媒體的行動轉化與實踐。 2. 瞭解媒體資訊對民主社會健全發展的影響和重要性。 3. 能主動發表自己論點與論據並與他人溝通意見。 4. 培育學生與公民獨立學習和批判思考與問題解決能力。 5. 聆聽他人發表的內容，能適切地歸納、摘要與提供建議。			
教學活動設計			
教學活動內容及實施方式		時間	備註
<p>【第一、二節：我們與「假」的距離】 共 80 分鐘</p> <p>■ 課前準備：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 教學設備：單槍、筆電、便利貼。 2. 假新聞報導與假訊息案例（查核報告）（照片或影片） 3. A3 白紙。（一組一張） 4. 依學生能力分組，平均一組 5 人，男女混合。 <p>一、引起動機：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 老師播放一段今年發生的新聞報導，讓學生從報導中體會到假新聞對日常生活的影響。 <p>【影片：200萬噸柚丟水庫？盤商：假新聞害慘農民】</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. 接著提供數則假新聞照片供學生看圖猜故事後，再說明相片真實事件內容與查證經過。 <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>2018年6月6日 下午15:30 凱況</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  <p>比不雅手勢？</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  <p>It's Media</p> </div> </div> <ol style="list-style-type: none"> 3. 由以上的例子來說明假新聞/假訊息的定義：「它是刻意編造的虛假內容，以紀實的手法來包裝、呈現，欲誤導大眾將把虛構事件當成事實，或令人質疑已經驗證的事實。」 <p>二、發展活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 假新聞真的有那么嚴重嗎？老師準備一段假新聞報導，向學生說明舉凡日常生活周遭，有很多這類的假訊息，正不斷快速的流傳著，以及它帶給人民的影響。【影片：衛生紙之亂 1、衛生紙之亂 2】 		<p>10 分</p> <p>觀察發表</p>	
		<p>15 分</p> <p>觀察發表</p>	

<p>2. 看完影片後，讓孩子利用「O.R.I.D.」焦點討論法，聚焦歸納每個人從報導中所吸收、擷取的訊息。(O) 你看到什麼？你發現什麼？(R) 你的感覺是什麼？印象深刻的地方在哪裡？(I) 為什麼你會有這種感覺？你從中體會了什麼？你有因此想到什麼其他的？(D) 未來遇到/看到類似狀況時，你會怎麼做？</p> <p>3. 小組討論完畢後逐題進行發言，讓學生與自身的經驗做對照，增進其對假新聞存在影響的覺察。</p> <p>4. 假新聞不能吃，它還有害！那為什麼現今社會上會有這麼多假新聞/假訊息？發下一組一台筆電，讓學生閱讀老師事先準備好的假新聞案例與查核報告，並思考下列問題： 【問題：媒體平台裡，假新聞氾濫的原因有哪些？】</p> <p>5. 閱讀完畢後進行討論，腦力激盪每人將其發現的可能原因寫在便利貼上，再由組長負責分類統整原因類別（並註記）</p> <p>6. 將整理出來的便利貼（類別與原因），由小組分工繪製出「右向魚骨圖」</p> 	<p>25 分</p>	<p>口頭發表</p> <p>口頭發表</p> <p>小組討論</p> <p>實作評量</p>
<p>三、總結活動：</p> <p>1. 老師請各組將繪製好的魚骨圖張貼在牆上，並採取「世界咖啡館」模式，進行組間分享，這樣每一組都能知道其他組別的討論結果。並要求聽眾給予講者鼓勵的回饋，必要時可以請教講者闡述的內容。</p> <p>2. 歸納：以趨勢科技公司所提出假新聞的構成鐵三角，做為各組答案的比對與參考。上完第 1、2 節的結論是：我們與「假」之間是沒有距離的！（無所不在）</p> <p>假新聞的構成要素</p> <p>a. 手段與動機：委託進行假新聞散布的單位，內心有特定想要達成的目標。</p> <p>b. 社群網路：同溫層效應與迫於被社群認同（按讚與留言回應）的渴望。</p> <p>c. 工具與服務：有專門因應需求而以販售假新聞牟利的一方。</p>  <p>【第一、二節結束】</p>	<p>20 分</p> <p>10 分</p>	<p>實作評量</p> <p>小組發表</p> <p>觀察發表</p>

<p>【第三、四節：「偵假」特攻隊】共 80 分鐘</p> <p>■課前準備：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.教學設備：單槍、筆電、便利貼。 2.數篇假新聞報導與假訊息案例。(報導影片) 3.A3 學習單。(一組一張) <p>一、引起動機：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放一則新聞報導，並請學生將電視新聞報導的「分鏡標題」與「記者口述內容」擷取「關鍵詞」先寫在便利貼上。 2. 播放第一遍後，利用 ORID 焦點討論法討論並進行發表，讓學生發表對於此篇報導的看法。(先不論真假)(O)你看到什麼？你發現什麼？(R)你的感覺是什麼？印象深刻的地方在哪裡？(I)為什麼你會有這種感覺？你從中體會了什麼？你有因此想到什麼其他的？(D)未來遇到/看到類似報導時，你會怎麼做？ <p>【影片：吃雞增罹胰臟癌風險？美醫研究：增72%】</p>  <p>二、發展活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 初步討論後發現，生活中充斥著許多「真假難辨」的新聞，即便是傳統電視報導或手機APP都有可能出現與事實不符或充滿疑點的新聞，那該如何察覺與因應？ 2. 接著播同一篇新聞報導(同上)，請學生小組分工，分別就電視新聞報導的「分鏡標題」與「記者口述內容」，擷取「關鍵詞句」先寫在便利貼上。 3. 由組長帶領大家討論，並歸納組員寫出的內容(將同質性高的答案合併)，最後將統整好的便利貼貼在冰山圖的「海平面上」(這是屬於新聞中「看得見」的部分) 4. 利用曼陀羅思考法來腦力激盪：哪些是看不到的問題或疑點？搭配用簡短的疑問句寫在便利貼上，進行討論。 5. 老師於討論時間內，分別到各組進行「下鄉服務」， 	<p>10 分</p> <p>5 分</p> <p>10 分</p> <p>20 分</p>	<p>觀察發表</p> <p>口頭發表</p> <p>口頭發表</p> <p>實作評量 小組討論</p> <p>實作評量 小組討論</p> <p>小組討論</p>
---	--	---

並逐一引導學生從「海平面上的便利貼」去思考這則報導還有哪些令人懷疑「看不到的秘密」？

WHO (人)	WHAT (事、物)	WHEN (時)
WHERE (地)	吃雞捲漲氣球瘋潮 險？美醫研究：增 72%	WHY (原因、結果)
HOW (如何進行、什 麼方法)	HOW Many HOW Much (看得到、 看不到的成本)	個人其他看法或心得

6. 最後請組長把整組的討論結果（便利貼）歸納在冰山圖的「海平面」下。
7. 由老師歸納各組的冰山圖，並請學生思考此篇新聞報導的真偽性。（事實多還是疑點多）

三、總結活動：

1. 每看一次新聞報導，都得用人工方法來查證嗎？好像不太可能！有沒有其他方法？
2. 教師引用 LINE 官網所提供的數據，來說明現今大眾遇到假新聞/假訊息的來源管道與查證方法比例。



3. 教師介紹數個「第三方事實查核機構」的使用方法，供學生利用筆電進行關鍵字搜尋是否曾有過相關的假新聞與查證歷程。
說明：第一方（訊息的製造者/ex. 電視台、報社）、第二方（訊息的接收者/ex. 閱聽人）、第三方（公平公正的監督者/ex. 查核機構）
→LINE 訊息查證 <https://fact-checker.line.me/>
→台灣事實查核中心 <https://tfc-taiwan.org.tw/>
4. 可讓學生回家後與家人分享使用方式，讓更多人加入「打假」的行列。



【第三、四節結束】

10分 實作評量 小組討論

10分 觀察發表

15分 實作評量

<p>【第五、六節：牆外的「心」「視」界】 共 80 分鐘</p> <p>■課前準備：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.教學設備：單槍、筆電、。 2.MV、影片、故事骰 9 顆。 3.A4 學習單。(一人一張) <p>一、引起動機：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 播放 2 則短片，讓學生明瞭什麼是「內容農場」與散播「假訊息」可能會害到自己。強化學生觀念，不論是假訊息的製造者或是散播者，均有可能造成不好的後果。*影片取自：全國國防教育推行委員會 【影片：內容農場、假訊息】  <ol style="list-style-type: none"> 2. 多螢時代築起的「第五道牆」，在牆後的我們是否能瞭解假訊息的嚴重性與真訊息的重要性呢？引導學生反思自身或家人是否曾面對假訊息而不慎轉傳或採信的例子，並舉手發表。 3. 分享「打假五口訣」-「疑、想、查、問、戳」，並強調「冷靜不慌」的重要性與「勇於查核與修正錯誤」是大家未來必備的公民責任。(人人都能正視問題，才能有效打假)(複習查核工具) <p>二、發展活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 發下 O. R. I. D. 焦點討論法學習單，請學生先自我審視一遍學習單上面的問題。 2. 播放 MV「你要去哪裡?」/作者 陳珊妮 ft. 許正泰」共 4 遍。前 2 遍播畢後，請學生進行個人學習單記錄。接著第 3 遍由老師逐格播放，並提示部分畫面與跟歌詞意義重點。最後播放第 4 遍，並讓組內學生進行 1 分鐘快閃討論，交流彼此看到、聽到、體會到的訊息。【影片：你要去哪裡?MV】  <ol style="list-style-type: none"> 3. 完成學習單。(如學生無法順利完成，可讓此任務延伸變成回家作業，並讓孩子回家使用 YOUTUBE 與家人分享討論) 4. 延伸活動 (可以看課程實施時間做彈性調整/回家作業) 	<p>15 分</p> <p>5 分</p> <p>5 分</p> <p>20 分</p> <p>30 分</p>	<p>觀察發表</p> <p>口頭發表</p> <p>觀察發表</p> <p>觀察發表 實作評量</p> <p>小組討論</p> <p>實作評量 小組討論</p>
---	---	---

■「故事骰·創新聞」：老師介紹六何法與倒金字塔的新聞寫作的架構準則。



■利用預先準備好的九顆故事骰擲出故事元素。可邀請各組組長出列協助老師擲骰。

■讓孩子發揮想像力，並練習撰寫一篇 200 字內的「創意新聞」。依照倒金字塔的寫作準則，提示學生內容如下：

- A. 設定其中一顆骰子的內容做為論述主角。並依照論點下標題。標題必須快速傳達真實資訊，吸引讀者注意。一行必須是一個完整的句子，並兼顧趣味性與內涵。
- B. 由剛剛 A 選中的第一顆骰子元素當作主軸，再挑選題目中的另外三顆骰子元素搭配，當作故事內容，撰寫出導言。(導言必須是整篇新聞的重點)
- C. 剩下四顆骰子元素中，再挑一顆元素來設計訪談題目，並再次要資訊中模擬訪談一般民眾，並做成訪談記錄。
- D. 預留三顆骰子元素，可讓學生自由發揮創意取用，放置在創意新聞之中。唯獨前方使用的骰子數量不可減少(可以多)。

三、總結活動：

1. 老師發下 PLICKERS 答案卡給學生(一人一張)
2. 請學生做課後測驗/老師用手機 APP 掃描，老師可由測驗的回饋中了解學生對於「假新聞/假訊息」這堂課程的理解程度與思辨力的養成。

5 分

實作評量

<p>1. 上完課後，你對今天的課程主題了解多少？</p> <p>A. 完全不了解 B. 還不了解 C. 完全了解 D. 還了解</p>	<p>2. 你覺得今天的教學內容可以嗎？</p> <p>A. 很棒 B. 還棒 C. 還好 D. 不好</p>	<p>3. 你認為假新聞/假訊息的防制是現在最重要的事情之一嗎？</p> <p>A. 完全不 B. 還不到 C. 部分不 D. 完全不</p>
<p>4. 遇到/看到疑似假新聞，你會願意停下來思考與分辨嗎？</p> <p>A. 非常願意 B. 還願意 C. 部分不 D. 完全不</p>	<p>5. 你覺得易倫老師上課方式？</p> <p>A. 非常棒 B. 還棒 C. 還好 D. 不太好</p>	

<https://www.plickers.com/>

【第五、六節結束】

試教成果與教學省思：

蘇格拉底曾經用三個篩子教導他的學生來判斷訊息的真偽與重要性，在多螢時代的今天，生存在第五道牆邊的我們，是否能跟得上假訊息流傳的速度呢？現在大多數的年輕人或孩子因為資訊取得容易，導致只學會一味的接收訊息，而沒有去判別思考，就像你要去哪裡，MV 歌詞中闡述的一樣，大家都成為了盲從的喪屍，大腦轉化成消化系統，思辨力不見了！

因應 108 課綱上路，加上學校早年在媒體素養教育上累積的推廣經驗，學校終於將「媒體課程」納入校訂課程，除了是學校重點發展特色之外，它再也不是社團課程或班群課程了，而是整整五、六兩個學年每一班都必須上課的課程。素養導向的課程重視生活情境的融入，恰巧符合我們在進行媒體素養課程時的課程設計時重心。假新聞/假訊息對於五年級的孩子來說，是一門新課題，也是必須了解、向下紮根的首要之務。記得我每次上完課，我都會問孩子：「你覺得今天的媒體課程上的重點是什麼？」讓孩子用一句話歸納出這堂課（一次 2 節）的重點。我也最常掛在嘴邊的是：「上完媒體課程，老師要教給大家的是，要對於自己看到、聽到、感受到的訊息，保有懷疑的精神」。讓孩子勇敢跳出同溫層，去思考與討論。

由於我授課年即為五年級九個班，因此每一堂課在第一個班上完後，可以做逐步修正、微調，並針對學習力較弱、或是中年級並沒有操作過分組合作學習的孩子，進行重新配對分組。每次上課的分組都不一樣，孩子也能越快融入自己的班級。

從教學後收集回饋中發現，孩子普遍熱愛上媒體課，且實作過程中孩子也意識到在同儕的協作下，一起努力去找可能的解釋與思考方向，並針對不同立場的論述提出具體的解決辦法。學習，不再是打個人戰，面對訊息，學生不再是不願面對的「假掰嚮往、盲從」。孩子們回家後也願意主動與開心的與家人分享「打假」的學習歷程。

最後希望此份教案拋磚引玉，讓更多教學伙伴一起加入打假的行列，也期待有更多不一樣的火花持續綻放！

學生學習表現（例）：

學生使用第三方事實查核機構網站練習



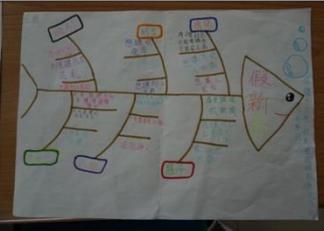
使用筆電查詢假新聞的防制方式



收看「內容農場」劇情短片/上課畫面



世界咖啡館/分享各組右向魚骨圖內容

	
<p>閱讀假新聞文章查核報告，找尋假新聞成因</p>	<p>分組進行新聞報導討論/完成冰山圖</p>
	
<p>小組繪製右向魚骨圖，找出原因 (例)</p>	<p>看新聞/曼陀羅思考法/討論冰山圖 (例)</p>
	
<p>小組繪製右向魚骨圖，找出原因 (例)</p>	<p>看新聞/曼陀羅思考法/討論冰山圖 (例)</p>
<p>備註：</p> <ul style="list-style-type: none"> * 「MV 你要去哪裡？學習單」因目前還在學生作業階段，故無法拍照作為教學成果。 * 上課期間因橫跨連假、期中考，節數短缺數節，故決議將「故事骰·創新聞」教學段落移至五年級下學期實施。 	
<p>附錄：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 本教案所使用之圖片、影片均由網站上下載，其版權屬於原單位所有。(在教學簡報中均有標注來源出處) 2. 上課用投影片之順序與本教案架構有些微不同，主要是因應學生學習狀況和操作時間做微調。【第 1、2 節簡報】【第 3、4 節簡報】【第 5、6 節簡報】 3. 學習單：【冰山圖學習單】、【ORID—MV 學習單】 4. 另外可於課後補充阿普蛙工作室出版之「抓謠新聞」桌遊，以深度強化學生對於假新聞的敏銳度與思辨力。(亦可於六年級實施) http://www.wasupstudio.com/25235354732603232862.html 5. 參考：鄭智仁(2017)。媒玩·媒瞭·學媒體：媒體素養教學寶典。台北：巨流圖書 6. 參考：台灣媒體觀察教育基金會 http://www.mediawatch.org.tw/news/5095 	

教案設計類|人氣獎|吳孟璇|

作品名稱：假訊息·真面目，票數：780 票

108年「真相誠可貴 錯假不可推」徵件活動

教案設計類

設計者：吳孟璇

壹、教案設計說明

課程名稱	假訊息·真面目
教學目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 辨別訊息背後的立場與潛在利益。 2. 了解資訊設計的原理及過程，包含資訊吸收、傳播目的、訊息設計及有效傳播等步驟。 3. 分析在網路上或新聞上出現的錯假訊息被採信及被傳播的原因，並察覺自己在接受訊息時可能會忽略的部分。
教學對象	高中職（對於媒體基本概念有先備知識）
教學時數	本課程共2節（50分鐘 / 節）
108課綱對應項目	<ul style="list-style-type: none"> ● 核心素養 社-U-B2 善用各種科技、資訊、媒體，參與公共事務或解決社會議題，並能對科技、資訊與媒體的倫理問題進行思辨批判。 ● 學習表現 公 2a-V-1 關注社會生活相關課題及其影響。 公 3c-V-3 整合成員特質並展現團隊合作成效。 ● 學習內容 公 Cb-V-1 媒體與社群網路的所有權或產製過程，如何影響公共意見的形成？
設計理念	現今新聞媒體假訊息現象層出不窮，則資訊應用與辨別媒體能力儼然成為新一代的必備能力。同時，因應108課綱中的資訊科技與媒體素養，此教學設計利用「立場遊戲」讓學生進行訊息設計與立場辨別，以提升學生對訊息保持懷疑的態度，進而辨別訊息真偽，並反思訊息背後的立場。
教具	角色卡7份、任務卡7份、紀錄單總人數份（分兩款）
教材以及課前準備	<p>課程簡報1份</p> <p>(1) 影片：完全破解假訊息！#媒體素養、#數位思辨力 這樣學 親子天下 (0:49~2:30) https://www.youtube.com/watch?v=7726K6Xh7xk</p> <p>(2) 文章：《假新聞種類分析和舉例說明》 沃草公民學院 https://medium.com/watchout/fake-news-example-ec0959930e08</p>

貳、課程設計

一、課程流程：（藍色字體為教師上課的建議語句）

● 第一節：

時間	教學活動	活動內容	備註說明
10分	準備活動	1. 腦力激盪 →Q1：你們知道「假訊息」是什麼嗎？ →Q2：你的生活中曾經出現過假訊息的，請舉手！ 2. 活動解說+情境說明 →今天我們要進行「立場遊戲」，分成7組，等等會抽籤選出角色，其中有一組會抽到當事人，當事人碰到嘴破的問題，其他組要依照角色卡的提示製作出一個可以吸引當事人選擇的訊息。 3. 分組、角色抽籤 4. 發下角色卡與任務卡	角色卡如第三點 任務卡如第四點
20分	發展活動— 立場遊戲	訊息設計—小組討論	
20分		1. 發下紀錄單 →請每個人拿到一張紀錄單，把各組分享中覺得很關鍵的語句寫下來。 2. 「嘴破就找我！」—各組呈現（當事人分享+3組） →請每組上台分享你們的訊息內容，想盡辦法吸引當事人注意！請注意：絕對不能洩漏角色！	紀錄單如第五點

● 第二節：

時間	教學活動	活動內容	備註說明
15分	發展活動— 立場遊戲	「嘴破就找我！」—各組呈現（3組）	
10分		推測角色—各組討論 →請依照紀錄單和組員討論，並推測其他組的角色。	
5分		「你是我的救星！」—當事人抉擇 →聽完六組的分享，請當事人組別決定要選擇哪一組，並說明原因。	
20分	綜合活動— 總結說明	1. 公開角色 2. 說明立場 →「某角色其實代表了OOO，背後可能隱含OOO。」 3. 假訊息分析 →「剛剛某一組說了OOO，代表OOO。」 4. 親子天下「完全破解假訊息」三步驟影片	假訊息分析如第六點

二、「立場遊戲」進行說明

● 實施方式：



第一步	教師將學生分為7組，學生在不知道所有角色的情況下抽籤，僅有抽到當事人組的組別會被公開。
第二步	由教師講述情境（此教案中為嘴破），請其他組為當事人所面臨的情境進行訊息設計。
第三步	進入討論時間，各組閱讀角色卡的說明，依照人物設計和目標閱聽眾創作出訊息內容，並寫在任務卡上。此時當事人組討論若此情境真實發生在自己身上，會如何尋找訊息。
第四步	教師發下紀錄單。各組起立發表，向當事人組傳遞訊息。其他同學可以利用紀錄單，寫下各組的訊息關鍵字。
第五步	小組內進行討論，猜猜各組的角色可能為何？
第六步	接著由當事人抉擇要採納哪個組別的訊息。
第七步	教師公開角色及其人物設定。陪伴孩子回想剛剛每一組的呈現內容，分析所有立場所設計出的內容有何差異？和學生討論什麼樣的訊息是比較容易被採信？並強調辨別假訊息的重要性。

● 設計原理：



- ✓ 以「嘴破」作為本次立場遊戲的主題，期望透過每位同學都曾面臨的嘴破問題而上網搜尋：「嘴破 治療」的行為，理解訊息背後究竟可能會有多少潛在利益關係與動機、產生多少因利益而過度簡化或失真的資訊。
- ✓ 藉由角色卡上的提示及引導，在同學能夠自由發揮的前提下，以角色特性，去設想不同立場的人可能會有的作為。角色卡的内容帶有一定程度的引導性，期待透過立場更鮮明的描述，讓學生進入情境脈絡，利用傳播中最重要的技能「說服」，說服當事人選擇。透過活動能夠明白假訊息可能在什麼情形下被製造或被傳播。

● 預期效果：



- ✓ 角色卡中詳細描述情境和人物設計，學生收到角色卡後，為了達成任務將連結舊知識（對於嘴破以及行銷或訊息設計的認知）應用在創作中。此時學生的關注會在如何設計符合角色的內容以說服當事人。而角色公開後，學生將會發現許多角色背後的秘密。
- ✓ 期待透過學生自己設計訊息，了解媒體所要傳遞的內容是如何被製作出來，從被動接收訊息的閱聽人換位思考至主動的訊息製造者，也讓學生注意到每說出一句話，將會帶來的影響。透過角色辨別的環節，讓學生再次跳脫訊息製造者，以更寬廣的角度，用媒體識讀的眼睛看待每一則訊息被後所隱含的立場，及其真偽。

三、角色卡

● 角色卡模板

角色卡

你們是一名 **新聞工作者**...

實際狀況	人物設計	提示
在台灣24小時新聞輪播的媒體環境中，瓜分為數不多的廣告收益，人人致力於發揮新聞傳播的價值，在時間緊湊的工作時間中做出好新聞。	入行一段時間的某記者，每天除了追新聞，就要接受新聞室主管的收視率壓迫，肩負著做出 點閱率高 、 吸睛度高 的重責大任。	受匿名投稿A藥商商品有疑慮，記者搶快，為了搶獨家收視率，未經查證就踢爆「知名廠牌」的商品。

引導：可以以「嘴破代表健康亮紅燈」為切入點，引入醫生說法：長期嘴破為罹癌徵兆，罹癌機率比無嘴破者高出六倍。請製作一則可以引起民眾注意的新聞。

2

● 角色說明

當事人	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：因不知名的原因，受嘴破的情境所苦。 ● 人物設計：嘴破的情形已經持續一段時間了，當事人願意嘗試各種解決方法。 ● 提示：等等你將會收到一系列的訊息，來自不同的訊息提供者，現在希望大家想一想，遇到像嘴破這樣的生活情境時，你第一件會做什麼事？你會怎麼搜尋解決辦法？你會相信怎麼樣的訊息呢？ ● 引導：每一組都有屬於自己的角色與人物設定，請就訊息本身的內容與可信度，選擇一個你們組別最相信、最願意照做的方式。
A藥商	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：市面上流通率最高的嘴破藥廠商，擁有可信賴的研發團隊和製藥工廠，是一間家喻戶曉的老字號大廠牌。商品使用方法是在患部噴上粉狀的藥品，等待傷口復原。主打方便快捷且效果快！ ● 人物設計：公司屬於傳統型，使用電視廣告宣傳很長一段時間，因為市佔率最高，所以傾向不做創新突破，希望穩穩的保持原本的銷售，不太有危機感。 ● 提示：請設計一則廣告，目標在於時時提醒消費者，買藥時都可以記得我們是顧客最好的選擇。 ● 引導：請為你們的老品牌想一個名字，並思考廣告台詞，用斗大的標題、重點式的藥品效果提倡、消費者熟悉的名稱，進行洗腦式廣告。

B藥商	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：市面上第二大藥商，為A藥商的最大競爭者。主打的藥品為擁有獨家秘方的口內膏，使用方法是利用棉花棒在患部塗抹薄薄一層藥膏，藥品用量精簡，膏狀質地包覆性強，不僅保護患部不受其他刺激，還能抑制唾液分泌、防止細菌孳生。 ● 人物設計：公司由一群野心強大、極力想成為業界第一的年輕工作團隊組成，即使現在市占率已經頗高且小有名氣，團隊仍願意嘗試各種創新宣傳方式，開創不同年齡層的市場，例如：Facebook, Instagram, 與YouTuber合作等，無所不用其極的想讓消費者打破對A藥商的固有選擇，轉而購買B品牌。宣傳策略強調膏狀藥品比粉狀藥品更安全，且目前將推出最新的優惠。 ● 提示：A廠牌使用傳統媒體宣傳，你們可嘗試新穎的宣傳方式。廣告目的在於強調自己與A廠牌的差異性，打擊A廠牌設立的固有觀念，誇大粉狀藥品的副作用和可能產生的其他病症。 ● 引導：請思考要對誰、在哪裡下什麼樣的廣告，廣告台詞為何？目標讓更多人購買自己的產品。
新聞工作者	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：在台灣24小時新聞輪播的媒體環境中，瓜分為數不多的廣告收益，人人致力於發揮新聞傳播的價值，在時間緊湊的工作時間中做出好新聞。 ● 人物設計：入行一段時間的某記者，每天除了追新聞，就要接受新聞室主管的收視率壓迫，肩負著做出點閱率高、吸睛度高的重責大任。 ● 提示：受匿名投稿A藥商商品有疑慮，記者搶快，為了搶獨家收視率，未經查證就踢爆「知名廠牌」的商品。 ● 引導：可以以「嘴破代表健康亮紅燈」為切入點，引入醫生說法：長期嘴破為癌症徵兆，機率比無嘴破者高出六倍。請製作一則可以引起民眾注意的新聞。
親友團	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：剛剛會使用LINE的阿姨，非常享受在LINE中與朋友互動，感受新科技帶來的便利。也加入不同群組，互相報好康。 ● 人物設計：非常認真看每一則訊息，尤其關於健康或民生資訊，更會定期發送到家庭群組，提醒家中成員。 ● 提示：在「媽媽教室」的群組中收到關於嘴破的民間療法，且傳送者為媽媽教室裡的核心人物，阿姨聽見當事人嘴破的消息，非常開心的轉傳給當事人治療的小撇步。 ● 引導：寫出一則他人容易轉傳、搭配圖文的LINE訊息。
健康節目	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：健康節目是許多觀眾喜愛的節目類型，不僅可以以日常的方式了解艱深難懂的醫療資訊，還可以學習怎麼解決生活中遇到的問題。 ● 人物設計：B藥商贊助節目播出，主持人必須在節目環節中帶領觀眾認識嘴破

	<p>的議題，誘發的原因以及影響。最後介紹好物，以不漏商標的方式使用B藥商產品，極力推薦。</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 提示：健康節目中除了有渲染力強大的主持人，更會邀請適合消費族群的藝人現身說法，以介紹好商品解決消費者問題為角度強調商品效用（且不確定是否為正確）的資訊。 ● 引導：需寫出藝人如何推銷這項產品優點的台詞，可以是藝人利用自己的親身經歷、引用親朋好友的推薦等方式吸引消費者的購買慾望。
<p>內容農場發布者</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 實際狀況：內容農場為專業公司所成立，為圖謀網路廣告的商業利益，因此以取得流量為主要目的。內容農場會使用各種合法或非法之手段，大量並快速地生產品質不穩定的網路文章。但卻因為常常使用過於誇張的標題，引誘閱聽人點進去而惹議。 ● 人物設計：在內容農場商業公司工作的你，必須時時追逐流量，觀察網路聲量，了解網路流行趨勢，找到網友感興趣的主題進行撰文及推文。最近新聞報導提到嘴破，想到民生議題很容易引發人們點閱的你，趕緊做了一則有關的內容農場文章。 ● 提示：內容農場總是提供民眾多種解決問題的方法，但可信度參差不齊。以嘴破為例，內容中可能有幾點方法含有醫師專業解說，有些卻是網友瘋傳或民間流傳的偏方。 ● 引導：請寫出一則內容農場完整文章，包含標題及內文。（標題參考：治療嘴破的十種方法）

※以上角色設定內容純屬虛構，僅為教學當下讓學生進行扮演時使用。

四、任務卡 (小組紀錄)

任務卡

- 請和組員討論，依照小組的角色卡進行訊息設計！
- 情境：當事人嘴破，急需解決辦法！

訊息主旨 對目標閱聽者或消費者發送訊息的主要目的為何？例如：刺激消費、分享訊息...等。	
管道 想要透過哪一個媒體平台進行傳播，可以想想哪一種方式最容易接觸到你接觸的群眾。	
訊息內容 完整的訊息內容，為了達成目的而設計出來的，也就是等等上台發表時要講的台詞！	

3

五、紀錄單

● 紀錄單範本1（六組版本）

紀錄單			
<ul style="list-style-type: none"> 請紀錄每組發表時，你認為重要的內容（寫關鍵字），並推測可能扮演的角色。 角色選項：A藥商、B藥商、新聞工作者、親友團、健康節目、內容農場發布者。 			
呈現內容	第一組	第二組	第三組
推測角色			
呈現內容	第四組	第五組	第六組
推測角色			

→此版本的紀錄單發給除了當事人組以外的其他六組，一人一張，讓每位學生進行重點紀錄，以便後續角色推測及小組討論。紀錄單的發放時間為進行各組呈現前。

● 紀錄單範本2（當事人組版本）

紀錄單			
<ul style="list-style-type: none"> 請「當事人組」紀錄其他組發表時，你認為重要的內容（寫關鍵字），並選擇一組最符合自身需求、最願意相信的訊息。 			
呈現內容	第一組	第二組	第三組
呈現內容	第四組	第五組	第六組

我選擇第__組，因為：

→此版本的紀錄單發給當事人組，一人一張，內文清楚給予任務指令，讓每一位小組成員紀錄其他組內容，並得出自己最想要相信且願意採信的訊息。此版本紀錄單把「角色選項」的欄位刪除，用意為不讓當事人組有先入為主的觀念，以免影響判斷。發放時間同為各組呈現前。

六、假訊息分析

經過公開角色和說明立場的環節後，學生可以了解什麼樣的角色可能會產出什麼樣的訊息。假訊息分析環節帶學生更深入了解假訊息。

- 教學評量（QA形式）：

→Q1：剛剛過程當中最讓你分辨不出來的是哪一個角色？是什麼讓你這麼說？

→Q2：如果你們是當事者，碰到剛剛的資訊時，你們會有什麼樣的感受？

→Q3：經過今天的活動，以後你在搜尋資訊時，你會做哪些事？

- 假訊息分類：

敘述多種面向的假訊息：誤導內容、錯誤情境、操弄內容.....等。向學生呈現《假新聞種類分析和舉例說明》出自於沃草公民學院整理之假新聞種類圖。

- 假訊息破解三步驟：

了解了關於假訊的面貌之後，更重要的是我們應該要保持懷疑的態度、批判性思考，面對出現在眼前的訊息，有基礎的問題意識。並且謹記影片中的三個步驟。

影片：完全破解假訊息！#媒體素養、#數位思辨力 這樣學 | 親子天下 (0:49~2:30)



參、參考資料

1. 在FB看到「內容農場」的文不要點、不要按讚也不要分享 | BabyHome親子討論區 <https://forum.babyhome.com.tw/topic/4596115>
2. Slides Carnival 簡報模板網站：<https://www.slidescarnival.com/>
3. 關於「媒體識讀」的報導列表 | 親子天下 <https://www.parenting.com.tw/search/?keyword=%E5%AA%92%E9%AB%94%E8%AD%98%E8%AE%80>
4. 假新聞種類分析和舉例說明 | 沃草公民學院 <https://medium.com/watchout/fake-news-example-ec0959930e08>

3. 得獎者獎狀設計：



圖 78 獎狀樣式

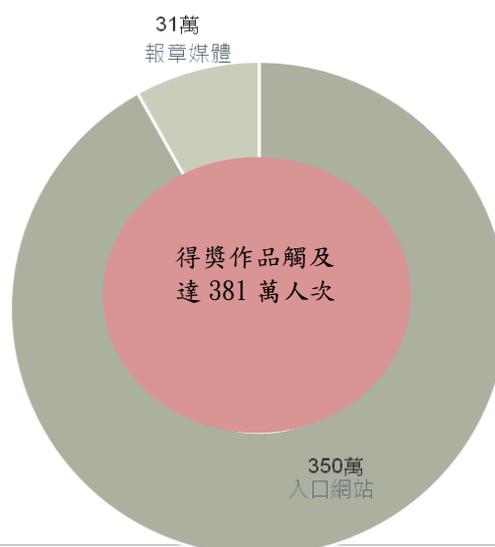
實際頒發之獎狀(共計 10 張)





(十一) 推廣作品

在公告得獎作品後，執行單位因應時事話題，於平面報章及入口網站投放廣告，增進本案徵件比賽整體效益。(參照第- 187 -~- 189 -頁)



2019 NCC徵件競賽_Coverage Report							
總露出：11，報紙：1，網路：10，電視：0，廣播：0							
NO.	日期	媒體	屬性	記者	新聞標題	來源	媒體曝光量
1	2020/1/13	工商時報	報紙	郭靜芝	NCC設計大賽 助大眾打擊假訊息	原生	350,000
2	2020/1/13	工商時報	網路	郭靜芝	NCC設計大賽 助大眾打擊假訊息	原生	49,333
3	2020/1/13	中時電子報	網路	工商時報	NCC設計大賽 助大眾打擊假訊息	轉載	2,156,667
4	2020/1/10	台灣好新聞	網路	生活中心	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	原生	7,558
5	2020/1/10	Yahoo新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	5,836,533
6	2020/1/10	蕃薯藤新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	91,333
7	2020/1/10	Pchome新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	1,090,333
8	2020/1/10	Hinet新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	305,000
9	2020/1/10	新浪新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	78,666
10	2020/1/10	尋夢好新聞	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	65,000
11	2020/1/10	LIFE生活網	網路	台灣好新聞	假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟	轉載	69,333
Total Clippings						11	10,099,756

輕鬆網絡股份有限公司製表 (數據來源: SimilarWeb)

TechByEast: <https://techbyeast.com/> 東·南·亞·科技動態

Mr. PR: <http://mrpr.ezwebin.com/> 新創事業與創新公關

場地主: <http://place.ezwebin.com> 台灣場地第一品牌

Kijibuy奇集百業網: <http://kijibuy.com> 比奇集集更好用，免費刊登百業廣告

平面報章截圖

NCC設計大賽 助大眾打擊假訊息

面對各式訊息，應抱持「懷疑、翻查、明辨」的警覺性，做到「不相信、不轉傳、不製造」

文／黃鈞中

現代人每天接觸的訊息量已遠超過過去任何時期。在資訊爆炸的時代，我們必須提高辨識假訊息的能力，以免受其影響。NCC設計大賽，旨在提高大眾對假訊息的警覺性，並鼓勵大家利用創意，揭露假訊息的真相。這項比賽自1988年開始，至今已舉辦多屆。今年的比賽主題為「懷疑、翻查、明辨」，旨在提高大眾對假訊息的警覺性，並鼓勵大家利用創意，揭露假訊息的真相。這項比賽自1988年開始，至今已舉辦多屆。今年的比賽主題為「懷疑、翻查、明辨」，旨在提高大眾對假訊息的警覺性，並鼓勵大家利用創意，揭露假訊息的真相。



致理科大數位學習課程 數位學習大賞雙獎肯定

文／黃鈞中

致理科大於2019年獲得「數位學習大賞」雙獎肯定。該校在數位學習課程設計、教學方法、教材開發等方面表現優異，獲得評審團的一致好評。致理科大表示，將繼續致力於數位學習課程的研發與推廣，為師生提供更高質量的學習體驗。

入口網站

經部紡織業專案計畫 說明會17登場

歡迎業者踴躍參與，了解各計畫內容，助台灣成為永續紡織品供應重鎮

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

生活中心／綜合報導

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

生活中心／綜合報導 2020/01/18 11:42:25

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

生活中心／綜合報導

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

假訊息流竄 NCC辦設計競賽，提醒民眾「懷疑、翻查、明辨」三步驟

現代人每天接觸的訊息量已遠超過過去任何時期。在資訊爆炸的時代，我們必須提高辨識假訊息的能力，以免受其影響。NCC設計大賽，旨在提高大眾對假訊息的警覺性，並鼓勵大家利用創意，揭露假訊息的真相。

三、 文宣品製作（公民培力）

(一) 文宣品規劃製作

品項	拉紙筆	便利貼筆記本	精選手冊	海報
標規數量	1,500	600	800	100
材質	塑料、金屬、ABS	封面：500p 牛皮卡 內頁：80p 雙膠紙	封面：200p 銅西卡 內頁：80p 道林紙	銅版紙 150p
規劃內容	正面：宣導假新聞「懷疑、翻查、明辨」標語 反面：明辨假新聞小撇步	封面：NCC logo+ 廣電媒體專業素養培訓與公民培力推廣計畫 內頁：明辨假新聞小撇步	封面：NCC logo+ 公民媒體識讀宣導手冊 內頁：業者專業訓練課程講義精選	內容：明辨假新聞小撇步
用途	因應各活動現場使用	提供參與培訓之廣電業者，讓辦公時間裡也能時刻牢記假新聞辨別要領	提供全臺廣電業者及大專院校、高中技職學校媒體識讀教師使用。	於各大公車站、轉運站張貼，培養一般民眾辨別假新聞能力
對應主題	增強識讀能力	提升明辨意識	增強識讀能力	增強識讀能力

品項	拉紙筆	便利貼筆記本	精選手冊	海報
進度說明	配合講堂、活動、校園說明會...等，進行發送。	配合講堂、活動、校園說明會...等，進行發送。	(1)邀稿已辦理之9場講師、與談人提供簡報精選10~15頁。 其中，與談人受邀分享内容偏向實際案例，不一定製作相關課程簡報，因此與談人未每場納入收件。 (2) 宣傳手冊編輯大綱詳見【宣傳手冊大綱】	09/27 已完成全臺高中職、大專院校寄送
驗收日期	9/06	9/06	12/16	9/06

(二) 實際驗收及份數

說明|需提供 2,000 份，已驗收 2,246 份，優於規格。

(驗收證明詳見附件五、)

	
<p>驗收品項: 拉紙筆</p>	<p>驗收品項: 牛皮紙筆記本</p>
<p>驗收份數: 1,500 枝</p>	<p>驗收份數: 600 本</p>
<p>加值提供 1,000 枝</p>	<p></p>
	
<p>驗收品項: 宣傳海報</p>	<p>驗收品項: 精選手冊</p>
<p>驗收份數: 146 張</p>	<p>驗收份數: 800 份</p>
<p>加值提供 46 張</p>	<p>加值提供 800 份</p>

四、 保單與說明

(一) 保單說明

1. 本保單投保之場次共計為 10 場。
2. 經承辦方審慎評估後，惟因應舉辦課程活動皆有提供來賓茶點，故主動加保「食物中毒條款」一項。
3. 原訂 9 月 30 日於臺南國立成功大學國際會議廳舉辦之講座（主題：「健康傳播」），因受米塔颱風影響而緊急取消，將於後續重訂舉辦日期時另行再投保。
4. 保單、收據詳見附件四、

2. 特色說明

網站首頁標頭 | 具一致性的主視覺設計，清晰明亮。網頁編排採下拉式設計為利於使用者的直覺操作，垂直展開使用者所需服務的相關項目。



分類選項 | 首頁下方，進行網站服務功能選項分類。分作兩大項目【課程資訊】、【徵件比賽】，使用者藉此明瞭網站目前提供的服務外；在進行點選後，導入該項目專屬頁籤，利於使用者聚焦於該項目展示之資訊。而選項置於網頁下方，突顯主視覺的整體性，加深讀者印象。

圖 80 網頁說明圖(1)



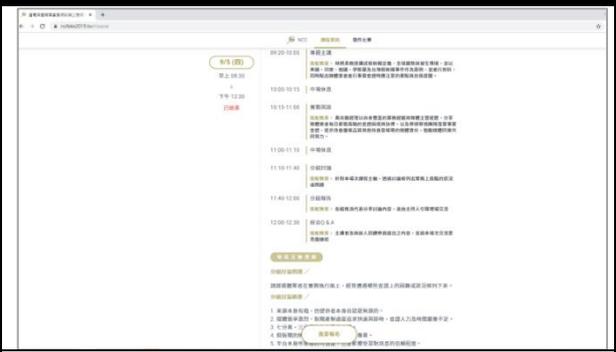
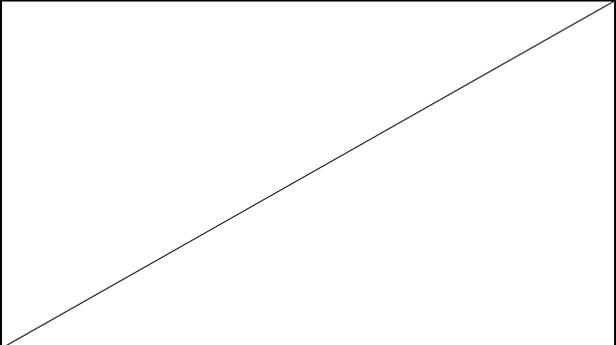
圖 81 網頁說明圖(2)

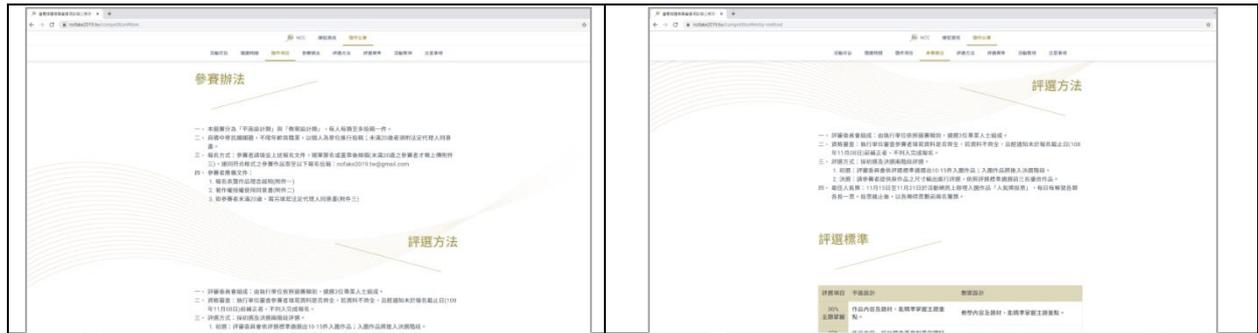


圖 82 網頁說明圖(3)

3. 課程資訊| 內容說明

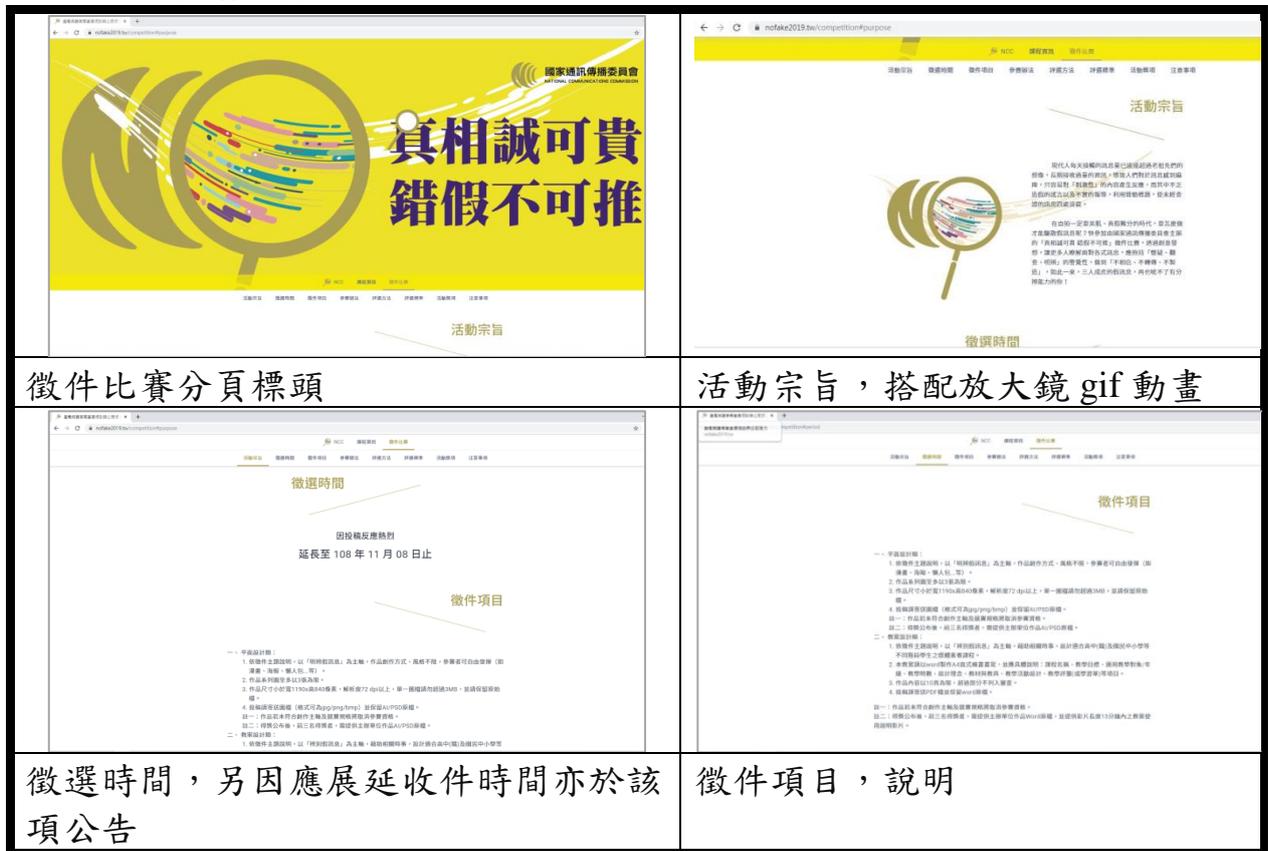
圖 83 課程資訊-網頁內容說明圖組

	
<p>點擊課程內容</p>	<p>進入完整時間議程時間軸，說明各節課程時間重點。</p>
	
<p>現場互動重點彙整:分組討論問題/分組討論摘要/互動回饋意見</p>	<p>課程花絮:選輯照片</p>
	
<p>課程花絮:選輯照片</p>	<p>特殊狀況公告處理: 因逢颱風，而緊急宣告通知，擇期再辦。</p>
	



4. 徵件比賽| 內容說明

圖 84 徵件比賽-網頁內容說明圖組



參賽辦法，說明並提供參賽者點選連結直接下載參賽表單



評選標準，說明

評選辦法，說明



活動獎項，內容說明並公告人氣獎時間



注意事項，說明



底端，指導機關、主辦單位、聯絡資訊、聲明

(二) 加值動畫

表 13 製作聯繫總表

與指導機關長官進行前置討論會議		
第一次會議	108 年 9 月中旬	動畫初步內容提案
第二次會議	108 年 10 月 09 日	動畫大綱、腳本第一版提案
第三次會議	108 年 10 月 22 日	分鏡逐一確認
製作進度與聯繫紀錄		
10/09 (三)	就第一版動畫大綱與腳本，討論內容、文字及呈現的方式。	
10/14 (一)	提供修正後第二版大綱與腳本。	
10/16 (三)	修正動畫手稿。	
10/18 (一)	處長核定動畫版本。	
10/22 (二)	動畫版本修正。	
10/28 (一)	動畫版本修正細項確認，進入動畫繪製階段。預計 11/15(五)提供動畫初剪。	

目前進度|截至期中報告前(11/01)

大綱階段	腳本階段	分鏡階段	動畫初剪	動畫完成
(已確認) 主要訴求 各段撰寫方向	此階段確認 內文用字 逐字確認	此階段確認 畫面順序 物件內容	(20 個工作 天)	(一周內修改 完成)

1. 大綱

內容說明|期中初剪版

影片標題：真相誠可貴錯假不可推

影片時長：3~4 分鐘

溝通目的：敘事型的動畫，希望陳述假訊息所造成的危害，並強調現在各公司團體協力合作打擊假訊息的現況，呼籲閱聽人對假訊息採取積極行動。

表 14 動畫—大綱-第一版

大綱	內容	秒數 / 參考資料
引言： 假訊息氾濫嚴重	<p>言論自由讓我們能夠暢所欲言，但若亂傳消息口不擇言，卻有可能製造亂象傷人傷己。</p> <p>臺灣的新聞自由度在亞洲名列前茅，但受到假訊息攻擊的程度卻也不遑多讓。面對來自各方的不實資訊鋪天蓋地的轟炸，如何既維持言論自由又不會受到假訊息的危害呢？</p> <p>▲戰爭畫面、空襲警報</p>	20s
假訊息是什麼？為何那麼容易影響我們？	<p>我們常在許多地方聽到「假訊息」這個詞，但到底什麼是假訊息呢？</p> <p>明確該被處理的假訊息具備了「故意、虛假、危害」等三要素，偶爾在家族群組裡開開小玩笑可能無妨，但如果故意扭曲、造假而涉及公共利益的話，那可就不行囉。</p> <p>古時有曾參殺人但曾參其實沒殺人，三人成虎但其實沒老虎的故事。而在手機人人有、自媒體超好</p>	<p>40s</p> <p><u>UNESCO</u> : Journalism, 'Fake News' and Disinformation: A Handbook for Journalism Education and Training</p> <p>Nature 研究 <u>'News' spreads faster and more widely when it's false</u></p>

	<p>做的時代，假訊息碰上了新科技，反而更火上澆油。</p> <p>根據研究，在網路上假訊息被轉發的機率比正確訊息高出 70%，散播速度更是正確訊息的六倍*！</p> <p>謠言止於智者，在面對訊息的時候大家要三思而後「傳」啊。</p>	
<p>如何有效防止假訊息流竄？</p>	<p>那麼，面對假訊息大亂鬥，我們該怎麼辦？</p> <p>歐盟的獨立報告指出，對抗不實訊息要多管齊下，而這需要「利害關係人」共同參與、各司其職，並兼顧預防與抑制、自律與他律。</p> <p>這些防制假訊息的夥伴們，包含：各媒體事業、平臺業者、NGO 及第三方事實查核平臺、政府機關與人民等等。那麼具體來說應該怎麼做呢？</p> <p>根據科技部調查顯示，臺灣民眾對於傳統的廣電媒體信任度仍然最高。因此在各媒體事業方面，應該鼓勵優質新聞媒體、強化事實查核機制，讓廣電媒體成為假訊息的過濾器。</p> <p>另一方面，NCC 也會要求廣電事業落實內控與自律機制，同時加強廣電人員的媒體訓練，讓廣電媒體肩負中流砥柱之角色。</p> <p>爆炸多的資訊會在臉書、Google</p>	<p>150s 防護網示意圖：</p>  <p>網狀示意、點點相連，呈現出利害關係人交叉運用防制假訊息的 4 種方法</p>

和 LINE 等社群媒體平臺上流傳，因此，平臺也可以利用科技與技術，例如透過演算法讓信用不佳的媒體曝光率降低等，來抑制不實訊息的傳播。

此外，平臺業者也應與不同利害關係人合作，建立評估查核機制，同時賦權消費者，共同提升民眾媒體素養。

公民團體、NGO 則協助扮演著事實查核的角色：有像是 gov 零時政府、MyGoPen 等，透過群眾協力進行事實查核；另一種則如臺灣事實查核中心，以專家諮詢模式，一起協助推動事實查核之工作。

另外政府各部會致力完備相關法規、進行國際合作，如果在自己的業務範圍內發現假訊息，則必須積極地依照「發現、澄清、關注、存證、更正、查處」等六大原則來識假、抑假、破假、懲假。除此之外，教育部更推動媒體素養教育之工作，為提升民眾識讀素養而努力。

當然最重要的是，每個公民都要具備媒體素養，辨別不實訊息的面目，提升自己的不實資訊免疫力。未經查證不亂傳，以免自己成為了假訊息傳播的幫凶。

2. 期中報告後修剪第二支動畫

說明|下表為修正後最新版本，採用泛科學 YB 頻道【Light 科學】系列風格進行製作。製作方式，由動畫師利用白板現場繪製圖稿，後經攝影後製剪輯成 1 分鐘左右短動畫。

大綱	內容	備註
開頭	<p>「新聞百萬小學堂」，挑戰開始！請問下列何者為錯誤謠言？</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 故宮將全面閉館三年，所有文物大量遷移 ● 吃下表面有黑點的芒果恐會危及生命安全 ● 高速公路取消優惠，上路就收 50 公里通行費 <p>△畫面倒數 3、2、1</p> <p>答案揭曉，其實，它們通通都是假訊息！</p>	
	<p>這些刻意散播的假訊息中，包含的錯假內容很可能造成恐慌和危害。小則迷信偏方、錯信謠言，重則人財兩失、危及性命。關鍵的選舉時刻，也可能影響選民的抉擇。</p> <p>最可怕的是，根據麻省理工學院的研究：假訊息在網路上被轉發的機率，比正確訊息還要高出 70%！散播速度更是正確訊息的六倍！真相在假訊息面前，顯得毫無招架之力。</p> <p>但是，這一切並不是沒辦法阻止的*！面對假消息，我們其實還有很多招式！</p> <p>△在假訊息要吞噬真訊息時，出現暫停鍵後倒轉。</p> <p>第一招：火眼金睛演算法 社群平台透過演算法，主動降低劣質媒體的曝光率，抑制假訊息的傳播。</p> <p>第二招：人多勢眾破解法 架設事實查核平台，讓民眾在公開網站協力闢謠，或由專家協助釐清不實訊息，第一時間打臉假訊息！</p>	

	<p>第三招：順應時勢雙全法</p> <p>政府培訓媒體從業人員、完善相關法規、增加國際合作，由上而下建構優質傳播環境！</p>	
結語	<p>而最後，也最重要的絕招，就是提升自身的「媒體素養」，讓我們一起做到「不造謠、不輕信、不轉傳」，與 NGO、民間團體、政府、媒體共同協力，讓假訊息防護網不再有缺口！</p> <p>△不造謠、不輕信、不轉傳，停頓時間拉長，增加字卡補充說明</p>	



圖 85 為【新聞小學堂】動畫畫面截圖

肆、結語與建議

一、執行的挑戰與回饋建議

(一) 執行面的挑戰

1. 工作期程較短

(1) 實體活動的前置作業準備較緊湊

本案前期作業由於成案至實際執行的期程緊湊之因素，相關宣傳計畫及聯繫各方單位時間亦隨之縮減；就「專業素養培訓課程」工作項目中「課程場地」為例，由於本案活動遍及北中南，為盡完善之責，執行團隊於人力、物力上已加倍付出，但迫於時間，是否皆達到上述考量點仍不免有所遺憾。

(2) 使用線上宣傳，較有彈性

本案執行項目一「徵件比賽」，宣傳時使用不同平台的網路及社群工具（Facebook、活動通網站等等），多波段觸及潛在目標族群，加深其投稿意願。

2. 目標族群出席比例未如預期，其原由出自各家媒體內部調度設定，無法強制

本案執行期間，在「邀約媒體業者廣宣訊息並出席參與課程」過程中，遭遇不可抗力因素之挑戰。經直接探詢主要有線電視台對外聯繫單位，如公關室，得知：實因編輯採訪團隊自主性高且工作機動性高，各項培力訊息均僅能公告，無法強制。

3. 徵件活動未前往新竹以南

本執行因期程和經費因素，校園說明會的場次無法前進至新竹以南。

宣傳管道雖有上述限制，執行團隊仍應變自主提供宣傳增值服務，包括：建立主題網頁、大眾交通工具的廣告曝光、旗下自營媒體、自行規劃的多場校園說明會等；並搭配顧問單位官方網站及社群平台的議題露出。

(二) 回饋建議

1. 【業者專業素養培訓課程－辦理密度】

經彙整學員填寫的回饋意見，多數提及對於課程規劃的肯定，並表達希望能夠在每年定期辦理且主題上能更貼近實務，例如偵查不公開和報導查證的「深入案例分析」。

● 執行團隊建議每年定期辦理「素養培訓課程」定期辦理可作為 NCC 與媒體業者的溝通管道，同時可作為媒體工作者分享實務挑戰的交流場域。

2. 【業者專業素養培訓課程－教案恐難作為業者的專業訓練課程】

如以 NCC 所轄各業者的從業人員視為教案受方，其工作現場隨時面臨事實查證與比例原則等挑戰，更須隨時、隨事、隨法規調修進度靈活應變；依據理論、規劃流程及前後測形成的「教案」，恐無法貼近從業人員工作需求。

● 執行團隊建議：未來先探詢大型業者的內部員工訓練內容，彙整後加入 NCC 的機關見解，更能切中媒體工作者需求。

3. 【業者專業素養培訓課程－分眾授課】

以「性別平權」或「健康傳播」為例，上述兩類型觸及觀眾層面更廣，節目中所傳遞之內容、資訊更容易被一般大眾接受，如能強化性別平權、健康傳播等素養，相信可逐漸減少戲劇、綜藝節目中的以訛傳訛。

● 執行團隊建議針對戲劇類或綜藝節目等兩類從業人員分別設計課程

4. 【徵件比賽－徵求影音內容】

本次徵求平面設計及教案設計兩大類，參與者多為設計科系及教育從業人員。

● 執行團隊建議，未來可徵求「影音類」，吸引大傳、廣電系所學生及從業人員投稿參加。

二、 結語－優化媒體素養環境

NCC 推動這項「廣電媒體專業素養培訓與公民培力推廣計畫」，係著眼於提升廣電從業人員的專業素養，其中包括但不限於落實事實查證及公平原則、尊重兒少、性別平等或身障者權益等議題，同時強化廣電媒體事業的內控與自律機制。藉由辦理研討會或工作營隊，推動廣電從業人員專業訓練，NCC 希望強化其事實查核之專業意識與技能、公平原則、性別平權或其他相關法令智能，期能促成製播優質節目，從而對廣大閱聽人和整體社會帶來正面影響。

廣電媒體從業人員是整個資訊生態系和防制不實訊息的關鍵節點，如果臺灣每一位廣電媒體從業人員擁有正確與扎實的專業素養，並且勇於踐行事實查證、公平報導與守護真相的公共使命，那麼臺灣在防制不實/虛假訊息上投入的努力必將事半功倍，全體廣電媒體從業人員也必將贏得社會的尊敬與感謝⁵。

在全球化衝擊與網路無國界的雙重脈絡下，民主社會本身所擁有的開放與自由，往往使它成為最容易受到惡意攻擊的要害所在：內生矛盾與外部敵人交互作用，加上「流量為王」的社群媒體推波助瀾，導致民主價值及其實踐在各地一再遭遇挫敗，甚至面臨崩壞的嚴重危機。波羅的海國家、瑞典、德國、法國和美國，都遭受過源自俄國的不實／虛假訊息 (fake news/ dis-information) 攻擊。

防制不實／虛假訊息沒有特效藥，有賴重建健全資訊生態系的長期工程。為了防衛臺灣得之不易的民主自由，NCC 自 2017 年起邀請大型網路平台、社群媒體、通訊軟體等業者、民間團體及專家學者建立溝通互動平台。此外，強化政府資訊公開、新聞媒體自律、媒體公民素養教育、第三方事實查核、打假技術改良，

⁵ 摘自：羅世宏，媒體素養專業課程精選手冊，前言

特別是扶植臺灣優質新聞業及公共媒體的健全發展...等途徑，都是今後需要政府、各界共同努力的方向⁶。

⁶同上