

# 台日媒體素養教育行動 交流巡迴講座



## 研習手冊

主講：劉雪雁

日本關西大學社會學院媒體專業准教授

**7/31**  
台北場

AM9:00-12:00

富邦文教基金會福安紀念館講堂（台北市仁愛路四段258號11樓）

對談：鄭智仁（臺北市立南湖國小教師）

主持：沈敬聰（臺北市立溪山國小總務主任）

**8/1**  
花蓮場

AM9:00-12:00

花蓮市文創園區19號倉庫2樓春日通教室（花蓮市中華路144號）

對談：李秀美（社團法人台灣音像行動協會理事長）

主持：蕭美珍（花蓮縣秀林鄉銅門國小校長）

**8/2**  
屏東場

AM9:00-12:00

屏東大學科藝館（屏東市林森路一號）

對談：鄧宗聖（屏東大學科普傳播系副教授）

主持：張耀仁（屏東大學科普傳播系助理教授）

指導單位： 國家通訊傳播委員會

主辦單位： 社團法人台灣音像教育行動協會

協辦單位： 富邦文教基金會  臺北市立溪山國小  屏東大學科普傳播學系

## 目 錄

各場講座流程／秘書處 .....	1
日本媒體素養教育與實踐的發展及特點／劉雪雁 .....	3
中國大陸媒體素養教育實踐的現狀與特點／劉雪雁 .....	13
台灣媒體素養教育現況／鄭智仁 .....	19
公共電視知多少／鄭智仁 .....	31
新興國小媒體素養課程／鄭智仁 .....	39
興嘉國小影像紀錄營課程表／鄭智仁 .....	43
媒體素養教育在東台灣的實踐進路初探／李秀美 .....	45
自拍時代的影像教育／李秀美 .....	67
媒體素養與科普傳播／鄧宗聖 .....	79
媒體素養與媒體教育的流變與思辨／吳翠珍 .....	87
媒體就像是……／林佳儀編譯 .....	105
新媒體時代 教育勢必需要一場改革／林佳儀編譯 .....	107



# 講座流程

09:00-09:10

◆主持人介紹講者

09:10-10:00

◆劉雪雁老師介紹日本媒體素養教育的行動概況

10:00-10:10

◆Q & A

10:10-10:50

◆台灣講者介紹台灣各地媒體素養教育的行動概況

10:50-11:00

◆Q & A

11:00-11:40

◆劉雪雁老師介紹大陸媒體素養教育的行動概況

11:40-11:50

◆Q & A

11:50-12:00

◆問卷（媒體識讀正確觀念檢測）



# 日本媒體素養教育與實踐的發展及特點

關西大學社會學院

劉雪雁

## 日本媒體素養教育的特點

- 英國、加拿大、澳洲、台灣：以學校教育為主
- 日本：學校教育+社會教育
- 媒體素養教育至今不是義務教育中的規定課程，但融入各個學科的教育之中
- 「媒體素養」還未出現在「學習指導要領」（課程綱要）中，但下次修訂時有可能提及
- 進入二十一世紀後，各大學普遍將媒體素養設置為「一般教養科目」（通識課程）

## 媒體素養教育在不同時期的特點

- 1990年代：大眾傳媒VS個人（背景：大眾傳媒的醜聞、多媒體的發展），注重識讀
- 2000年代之後：大眾傳媒VS個人、個人VS個人、集團VS個人、集團VS集團（背景：數碼技術、網路及社交媒體的發達），不僅侷限於識讀，更注重表達，以及思考媒體應有的樣態

## 媒體素養教育在日本的發展回顧

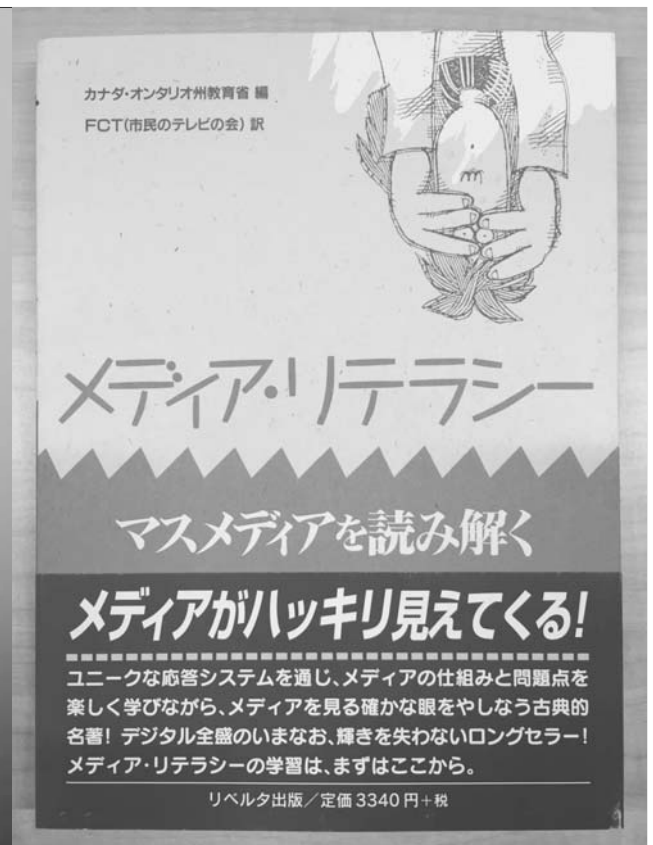
- 歷史
- 背景
- 參與·推動單位

## 日本媒體教育的歷史

- 可追溯至1920-30年代的電影教育
- 二戰後主要分為市民對媒體的監督和批判、學校中的媒體教育、職業訓練三大部分

## 1970-80年代：電視與兒童

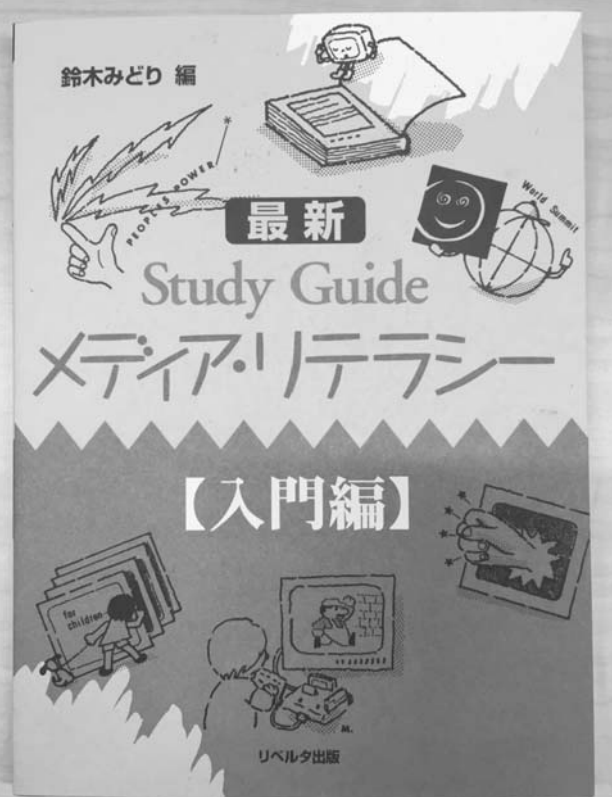
- 1997年10月：FCT兒童電視論壇（Forum for Children's Television）起步。後更名為FCT市民電視之會、市民媒體論壇
- 1992年：翻譯出版加拿大安大略省教育部的媒體素養教材





## FCT

- 1999年11月：成為NPO法人
- 2000年：編輯出版《媒體素養學習手冊（入門篇）》
- 2003年：編輯出版《媒體素養學習手冊（性別篇）》
- 2006年4月：更名為FCT媒體素養研究所
- 2006年7月：創設「鈴木綠媒體素養研究基金」



## 1990年代：多媒體時代與大眾傳媒的醜聞

- 電腦及互聯網的普及，使中小學迫切需要推動資訊教育
- 1994年6月：松本沙林事件與大眾傳媒誤報



## 媒體素養概念開始普及

- 介紹媒體素養的書籍受到關注（1990年代末）
- 日本政府（原郵政省）召開專項研究會並發佈報告書（2000年）



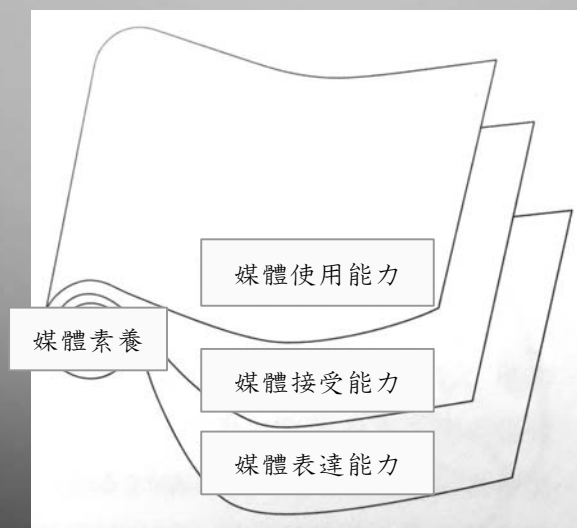
放送分野における青少年と  
メディア・リテラシーに関する  
調査研究会 報告書

平成 12 年 6 月 21 日

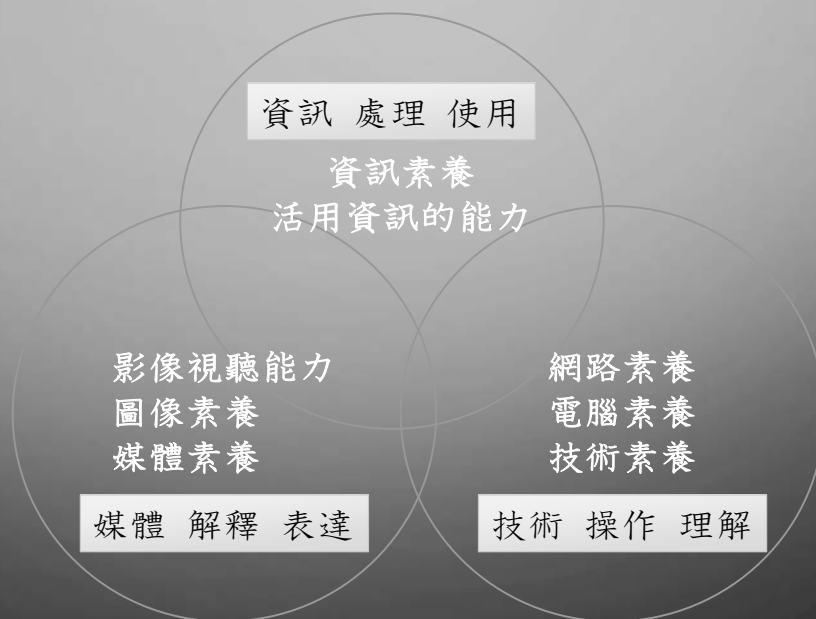
## 2000-2011年：MELL

- 以東京大學情報學環為據點開展的媒體素養研究與實踐活動
- MELL (Media Expression, Learning and Literacy)
- MELL Project (2001-2006)：表達與接受，創造與批判的循環性
- MELL Project之民放連Project (2001-2002)：電視台與觀眾共同參與，相互學習
- MELL Platz (2007-2012)：聚集並分享與媒體素養相關的各種資訊

## 構成媒體素養的三個能力（水越伸1999）



## 資訊、媒體、技術素養相關圖（山內祐平2003）



## 媒體素養教育相關資源：總務省

- 總務省：主管廣電與通訊的政府機構
- 電視媒體素養教材：面向不同年齡層的兒童·青少年，以及教師、家長
- [http://www.soumu.go.jp/main\\_sosiki/joho\\_tsusin/top/hoso/kyouzai.html](http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/top/hoso/kyouzai.html)
- 資訊素養教材：面向不同年齡層的兒童·青少年，以及教師、家長
- <http://www.soumu.go.jp/ict-media/>

## 媒體素養教育相關資源：NHK

- 通過NHK for School網站，提供媒體素養教育所需資源。包括NHK教育台的節目、新聞及專題節目素材
- <http://www.nhk.or.jp/school/>
- <https://www.nhk.or.jp/archives/teachers-l/index.html>
- <http://www.nhk.or.jp/sougou/media/>

## 媒體素養教育相關資源：日本新聞協會

- NIE (Newspaper in Education) 活動：全國有500多所「NIE指定學校」
- 派遣講師（現役記者或編輯），提供實踐案例
- 以學校為主，亦有面向社區的活動
- <http://nie.jp/>

## 媒體素養教育相關資源：研究人員編寫的教材

- 由教育工學領域的研究人員與教師共同編寫的教材（偏重影像學習）
- <http://nie.jp/>
- 重視從失敗中學習的教材
- <http://ina-lab.net/special/tsukutsuta/>

## 以市民為主體、以市民為對象的媒體素養實踐

- NPO法人 武藏野三鷹市民電視台的實踐
- <http://mmctv.sakura.ne.jp/>
- 「居民編導」網絡
- <http://www.hitoyoshikuma.com/q/aview/21/51.html>
- <https://www.youtube.com/user/yaoyorozutv>



## 中國大陸媒體素養教育·實踐的現狀與特點

- 1997年，中國大陸傳播學界開始出現有關媒體素養教育的論述（卜衛「論媒介教育的意義、內容和方法」，《現代傳播》）
- 媒體素養教育至今未被正式列入中小學的正式課程，但有教師在中小學實驗性開展相關教育

## 中國大陸媒體素養教育·實踐的現狀與特點

- 「中國特色的媒體素養」？
- 眾說紛紜，各說各話



## 中國大陸媒體素養教育·實踐的現狀與特點

- 媒體素養教育——三種類型
- 「保護主義」「媒體分析、媒體批判」「使用媒體表達、創造」
- 中國大陸媒體素養教育的內容及其建構方式、方法仍傾向於「保護主義」教育
- 「以城市主流人群的媒介經驗建構了媒介素養教育的內容和方法」（卜衛）

## 中國大陸媒體素養教育·實踐的現狀與特點

- 基於權利框架、通過傳播賦權弱勢群體的媒體素養教育（卜衛團隊）
- 2010年，中國大陸0-17歲的兒童人數近2.8億，佔全國人口的21%
- 其中生活在農村的兒童為1.54億，佔全國兒童人口總數的55%
- 每10個兒童中有4個受到流動的影響——流動兒童或留守兒童
- 有近7000萬兒童生活在極端貧困地區，佔全國兒童人口總數的25%

## 中國大陸媒體素養教育·實踐的現狀與特點

- 從1990年代中期，開始基於權利框架的媒體素養教育實驗（卜衛團隊）
- 大多以項目形式在校外進行
- 「傾聽農村兒童的聲音」--聯合國兒童基金會項目Children's Express（1999-2001）
- 「我們有話要說」--受到艾滋病影響的兒童的媒介參與項目（2005-2007）
- 「用DV紀錄我們」--農村留守兒童項目（2013-2014）
- [http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNzk5MTA5ODA4.html](http://v.youku.com/v_show/id_XNzk5MTA5ODA4.html)

## 總結——各地共通的新問題

- 政治：假新聞、政府加強管制
- 經濟：以追求轟動效應為目的的廣告
- 技術：表達更為便捷、N次創作

## 爭議廣告案例（物化女性題材）

- 地方自治體廣告
- <https://www.youtube.com/watch?v=Gugksvo3E-4>
- <https://www.youtube.com/watch?v=X9Gkus1V6wA>
- 企業廣告
- <http://www.suntory.co.jp/beer/itadaki/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=3D1i0QVRLQY>
- [https://www.youtube.com/watch?v=EZw4Vv\\_eauM](https://www.youtube.com/watch?v=EZw4Vv_eauM)

## 目前與今後的課題

- 新形態媒體不再經由家庭、學校、社區便直接連接到個人並發揮影響
- 批判性分析與實踐性設計的結合
- 需要進一步強調主動表達的重要性：認清現有媒體所存在的問題，同時創建媒體，利用媒體進行表達
- 《5：Designing Media Ecology》：2014年6月創刊





謝謝大家！



# 台灣媒體素養教育現況

鄭智仁

evoq0801@gmail.com

## 自我介紹

- 學歷：國立花蓮師範學院語文教育學系學士  
國立政治大學廣播電視研究所碩士
- 經歷：警廣花蓮台節目主持人  
「車主」汽車雜誌實習編輯  
高雄市華山國小教師  
基隆市社區大學講師  
政大媒體素養研究室研究助理及研習講師  
台北市萬芳國小教師
- 現職：台北市南湖國小教師  
「傳媒與教育」電子報專欄撰述  
台北市「我是小主播」營隊講師
- 著作：《媒玩·媒瞭·學媒體—媒體素養教學寶典》（巨流）

## 總覽

- 現行制度
- 教學現場
- 支援團體
- 機會點

## 現行制度

- 國小、國中--九年一貫課程
  - 100年課綱未納入正式課程
  - 僅靠有心的老師單打獨鬥
  - 大部份老師缺乏教學能力
- 高中
  - 已納入公民課有固定授課時數
- 大學
  - 通識課選修

## 教學現場

一、主題式教學

二、融入式教學

三、議題式教學

四、小團體教學

五、影片拍攝案

### 1.主題式教學:

- 這是以媒體現象或媒體類型為主題
- 由淺至深，由概念至操作的一系列完整教學歷程，概念可以完整被呈現，議題可以深度被探究，學習成效佳，但課程實施所需的時間較長，困難度較高。
- 台南市新興國小校本課程





## 2. 融入式教學:

- 融入現有教材教學，易於國語文、綜合、藝術與人文、社會、健體領域做為延伸課程。
- 以融入方式進行，主題性弱，連貫性不高，但實踐時間較易，可行性較高。
- 媒體EASY教  
— 媒體素養融入教學手冊



### 媒體素養教育手冊



表二：媒體素養基本能力與教科書接合

瞭解媒體訊息內容 分析媒體組織	傳送者(S/C)	書、報紙、雜誌、廣播/收音機、音響、電視、平面/電子媒體、電腦和網際網路、多媒體、電子郵件、社區報、東南亞報刊、公共電視、原民台、客家頻道等
思辨媒體再現	訊息(M)	新聞、廣告、流行歌曲、音樂、影集、韓劇、電視劇、動/漫畫、簡訊、廣播/電視節目、公視節目、性別角色的刻劃等
反思閱聽人的意義 影響和近用媒體	接收者(R)	讀者、觀/聽眾、消費者、公民；使用電腦或網路、寫卡片、發傳單、秀自己、戲劇演出、班刊製作、創作五格書、學校/社區公告欄啟事、公民的權利或權力、發聲等

#### 發現舉隅

##### 一、關於 S/C: 1. 媒體類別

圖 1、平面媒體、新科技 (綜合 2 年級, 左: 翰林版, 右: 康軒版)



圖片來源: 左: 翰林出版事業股份有限公司 右: 康軒文教事業股份有限公司

腦(圖右)則為新科技。種物品當中,「書」(圖左)是平面媒體,「電說明: 媒體的分類!小朋友當做寶貝看待的種



## 二、關於 M:

### 1. 再現

圖 7、再現 (國語 2 年級, 翰林版)  
圖片來源: 翰林出版事業股份有限公司



說明:「這裡就是海洋公園? 不是吧! 怎麼跟我在電視上面看到完全的不同呢?」點出遊客的親身見聞有別於媒體所呈 / 再現的。

### 2. 影響再現的因素

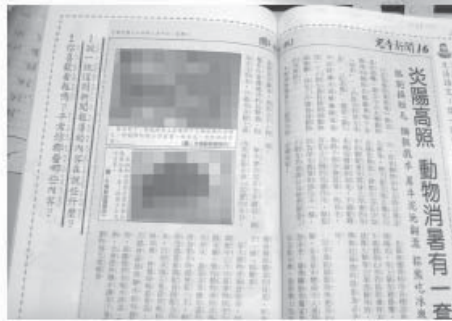
圖 8、媒體立場 (社會 8 年級, 翰林版)  
圖片來源: 中央日報 遠志影像 / 提供授權



說明:政治、經濟、社會文化,乃至於個人的信仰或性格偏好等,都可能是影響媒體再現的因素。針對民國 25 年西安事變的介紹,國中教科書即顯示:同樣位居頭條要聞,國民黨黨報《中央日報》界定該事件為張學良「叛變」,但另一份報紙卻宣稱該事件為張學良、楊虎成的「兵諫」。

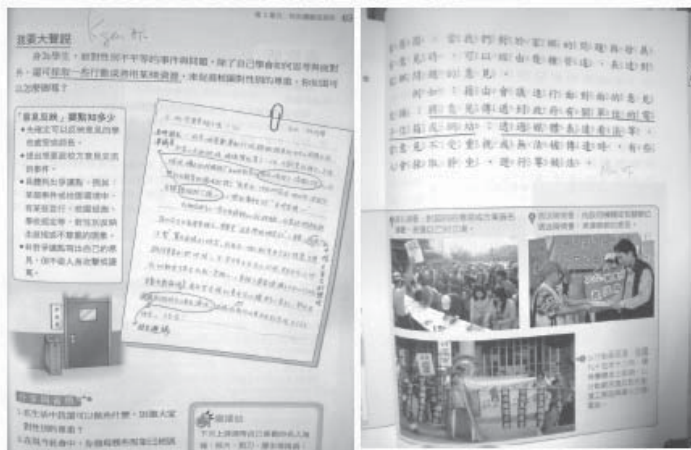


## 2. 行動



說明:「說一說這則新聞報導的內容在說些什麼?你喜歡看報嗎?平常你都看哪些內容?」提醒人們對於自己的閱聽行為有所覺察或反思。

圖 11、閱聽人一自覺 (國語 2 年級, 翰林版)  
圖片來源: 2005 年 8 月 10 日, 國語日報兒童新聞第 16 版



說明:「我要大聲說 身為學生...可採取一些行動或善用某些資源,來促進校園對性別的尊重...」(圖左)和「將意見傳遞到政府有關單位的電子信箱...透過媒體表達看法等。」(圖右)點出人們應正視自身權利,並藉由種種方式來發為行動、表達看法。

圖 12、閱聽人一發聲、行動 (左:綜合 8 年級, 康軒版; 右:社會 4 年級, 南一版)  
圖片來源: 左:康軒文教事業股份有限公司 右:南一書局企業股份有限公司  
「遞送陳情書」(中國時報, 王安國著) 「反對興建火力發電廠行動劇」(中國時報, 林志雄著)

## 公共電視知多少？

教學領域	課本重點	課程時數
<p><b>社會</b></p> <p>康軒版 八上(98 版)第三單元政治生活第六課 政府的經濟職能 6-1 為人民服務的政府</p> <p>翰林版 八上(99 版)第三篇第 6 章政府的經濟功能 6-1 政府的經濟角色</p> <p>南一版 八上乙版(99 版)第六單元 6-1 政府的經濟作為</p>	<p>認識政府基於為人民服務為目的，應提供哪些各項公共服務與設施。</p>	<p>45 分鐘</p> <p><b>設計者</b></p> <p>臺北市萬芳國小教師 鄭智仁</p>

**子題 1：**收視習慣分享 (5 分鐘)

**重點：**分析學生的收視習慣，發現公共電視頻道較冷門的情況。

**評量：**口頭評量

**子題 4：**優質節目欣賞 (10 分鐘)

**重點：**欣賞公共電視的優質節目，破除「不好看」的印象。

**評量：**觀察

公共電視知多少？  
(45 分鐘)

**子題 2：**電視大亨 (15 分鐘)

**重點：**模擬商業電視做節目企畫，發現公共電視的服務對象與內容特性。

**評量：**表演、口頭評量

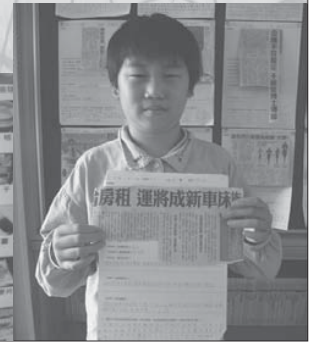
**子題 3：**公共媒體 vs. 商業媒體 (15 分鐘)

**重點：**從多種面向發現公共媒體與商業媒體的差異。

**評量：**口頭評量

### 3. 議題式教學:

- 以時事議題或重要議題為獨立發展課程
- 1-2節課就可以呈現一個議題，講求多樣的介紹與認識，常與時事結合，連貫性不高，上課時間彈性大，可行性較高。
- 舉例:運用彈性課程、綜合活動課程或晨光時間進行每週一次的教學，可搭配公視「別小看我」影片。
- 讀報教育實驗課程



#### 萬芳國小讀報教育 實驗教學課程

##### 時事討論

歐巴馬當選美國總統  
美國三大車廠紓困案  
消費券  
佳士得拍賣鼠首兔首

##### 讀報心得

學生每週固定作業，檢驗閱報習慣

##### 新聞專題

歐巴馬 消費券 毒奶粉  
中華職棒 替代能源  
媒體立場 貓熊外交  
地球暖化 通貨緊縮  
複製科技 金融海嘯  
臺灣經濟

##### 媒體素養

陳雲林訪台 芭比娃娃的夢想  
新聞特快車 跪尋相機美女  
絲路傳奇！新疆文物展

##### 新聞寫作

兒童節慶祝大會新聞寫作練習  
畢業旅行專題報導採訪會議  
畢業旅行專題報導初稿檢討  
畢業旅行專題報導二稿檢討



比報：圖片→標題→內文；量與質的分析



財團法人卓越新聞獎基金會  
The Foundation for Excellent Journalism Award

2015年7月27日 星期一

關於我們 歷屆得獎作品 贊助我們 電子報 歷史電子報 登入 忘記密碼

**新聞獎**

- 卓越新聞獎
- 社會公器獎
- 各國新聞獎介紹

**出版獎助暨媒體專業資源**

- 卓新獎書系
- 出版獎助計畫
- 媒體研究
- 進修機會
- 專業活動

**E-Journalism**

- 新聞倫理資料庫
- 深入看媒體
- 媒體人心情故事
- 媒體問題大家談

**媒體素養教育**

- 教學資源
- 新聞關鍵詞
- 報紙當教材
- 教學經驗分享
- 媒體素養文獻

**影片展廳** [更多 >](#)

2015亞洲華文新聞專業論壇-馬來西亞場

150516 2015亞洲華文新聞專業論壇-馬來西亞網



0:00 / 55:49

**傳媒與教育**

「傳媒與教育」電子報第332期 (104/07/24)



**新媒體新聞趨勢和群眾募資發展**

新聞產業從印刷到電子媒體撲倒在社會的變遷, 本週開始發刊, 一則介紹這些

- 英倫傳媒**  
 英暢銷小型報銷量按年下跌逾一成 / 何鉅華
- 光說電視與新聞**  
 從有線必載無線頻道, 看廣電修法 / 楊堯光
- 環境科普看新聞**  
 最新氣候變遷報告 AR5增加情境分析
- 媒體素養教案**  
 「報紙的未來」教案大綱 / 毛俞婷



如果從小學養良好的「媒體素養」，或許遇到這些狀況，我們就會有不同的想法與做法，本書彙整卓越教育基金會「傳媒與教育電子報」多年來刊登的媒體素養教案，針對中小課程規劃五大主題，包含商業行銷、媒體再現、資訊蒐集、新聞體、媒體運用，並提供教學影片，讓教師備課更加得心應手；而且只要參考各單元的對應領域指標，不用再另外找授課時間，就能在每科目中融入相關教學活動，讓學生隨時隨地就能養成媒體素養！

A guidebook for  
teaching media literacy

CAT0035



卓越教育公司印行

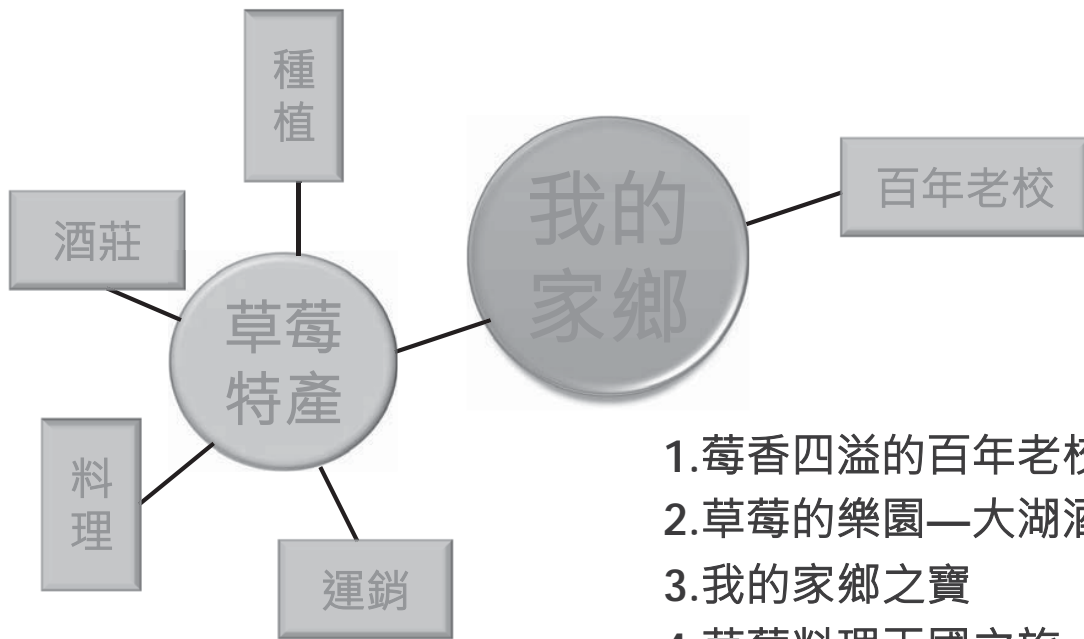
鄭智仁 主編

## 4.小團體式教學：

- 小團體為對象，進行操作性高、對話性強的教學方式，適合社團活動課程進行，由於小團體會不斷進行溝通與對話，增加議題探討廣度與深度，具良好學習成效。
- 台北市小主播營：東湖國小午餐報導
- 嘉義市興嘉國小影像記錄營
- 南湖國小(台北+苗栗)城鄉共學

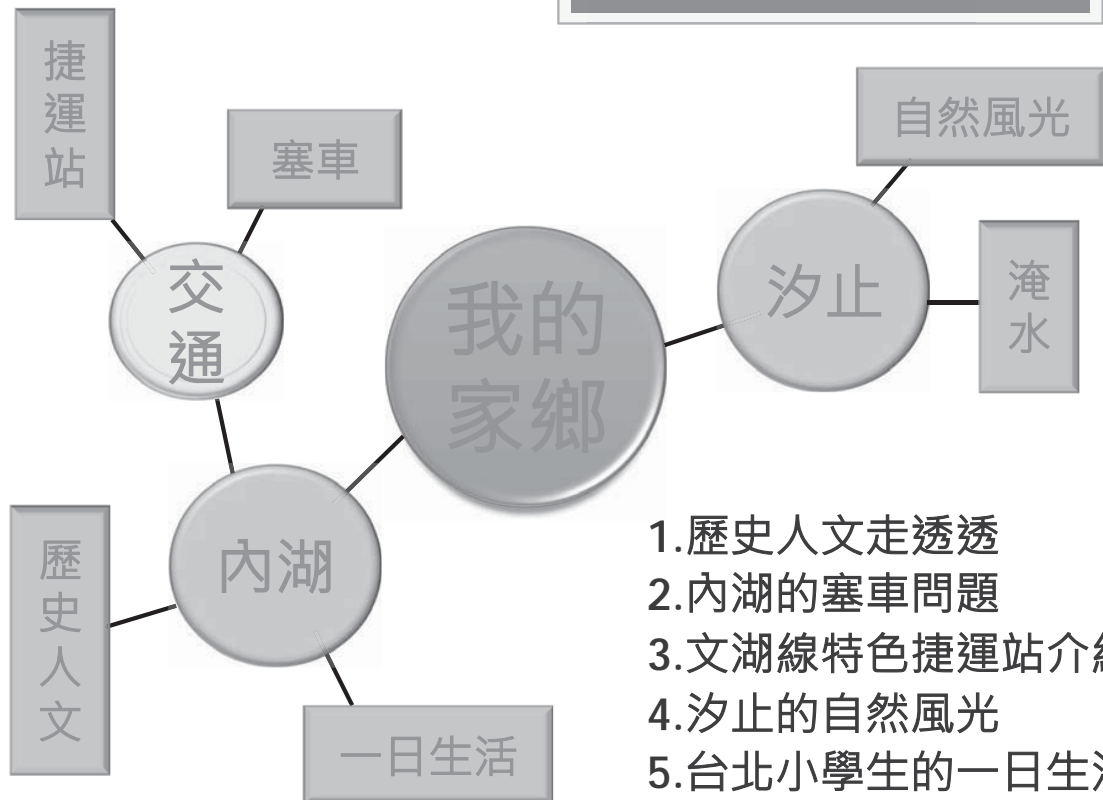


## 苗栗南湖



1. 莓香四溢的百年老校
2. 草莓的樂園—大湖酒莊
3. 我的家鄉之寶
4. 草莓料理王國之旅
5. 草莓的旅途

## 台北南湖



1. 歷史人文走透透
2. 內湖的塞車問題
3. 文湖線特色捷運站介紹
4. 汐止的自然風光
5. 台北小學生的一日生活
6. 汐止淹水了

## 5.影片拍攝:

- 任務導向，參與對象比小團體更聚焦，學生具有一定程度的技術能力，並且對拍攝影片有濃厚的興趣。透過老師引導，可以更深入的探討議題，並產製具有公民意識的媒體近用作品。
- 神腦科技文教基金會：原鄉踏查紀錄片競賽
- 公共電視：小導演大夢想
- 宜蘭縣北成國小：田·滿



2017台日媒體素養教育論壇

## 支援團體

- **國家教育研究院**  
全國性教師研習 資助推廣
- **新竹市媒體素養教育輔導團**  
全台唯一專責輔導團
- **媒體觀察基金會**  
推動進入正式課程 教師研習
- **卓越新聞獎基金會**  
教學資源 出版品



## 機會點

- 列入十二年國教課綱**  
科技資訊與媒體素養（總綱核心素養）
- 高中課程鬆綁**  
開設選修課需求
- 實驗教育方興未艾**  
能力取向的主題課程

# 公共電視知多少？

## 學習錦囊

媒體制度可分為商業廣播制度與公共廣播制度（「廣播」泛指所有能對大眾傳遞訊息的媒體，非僅指廣播電台）。商業廣播制度將媒體經營視為公司企業，以營利為最主要的目的，因此會追求高收視、收聽、閱報率。公共廣播制度正好相反，把媒體視為公器，以服務人民為宗旨，製作照顧所有需求的節目，而非以營利為目的。

臺灣目前是以商業廣播制度為主，但是有鑑於媒體因為商業競爭而導致的總總亂象，以及照顧非商業媒體主流收視族群的需求、服務公眾，政府在 1998 年成立公共電視台，而後陸續成立臺灣宏觀電視（服務海外華人的收視需求）、客家電視台、原住民電視台，並且在 2006 年將華視、公視、臺灣宏觀、原住民、客家五家電視台，整合成臺灣公共廣播集團，提供更全面的服務。

然而，過去公共電視給人曲高和寡的印象，雖然節目品質高、也富有教育性，但卻因為娛樂性低而無法成為收視主流，以致於大眾對於公共電視存在的目的和意義產生質疑。藉由本單元課程，希望能讓學生比較商業媒體與公共媒體的特性，瞭解公共電視存在的必要性，並且介紹優質的節目內容，讓學生破除過去對公共電視的刻板印象。

## 壹、教學檔案

公共電視知多少？		
教學領域	課本重點	課程時數
社會 康軒版 八上(98 版)第 三單元政治生活第六課 政府的經濟職能 6-1 為人民服務的政府 翰林版 八上(99 版)第 三篇第 6 章政府的經濟 功能 6-1 政府的經濟角色 南一版 八上乙版(99	認識政府基於為人民服務為目的，應提供哪些各項公共服務與設施。	45 分鐘  設計者 臺北市萬芳國小教師 鄭智仁

### 一、教學目標：

- 1.省思個人的收視習慣。
- 2.認識商業媒體節目內容的特性。
- 3.知曉公共媒體的服務對象與內容特性。
- 4.了解公共媒體與商業媒體的差異。

### 二、設計理念：

本單元先從學生分享收視習慣開始，引導學生思考公共電視不是熱門收視頻道的現況。其次，以「電視大亨」模擬商業電視臺的經營，從學生選擇的節目企畫內容，呈現一般大眾對電視節目的偏好，以及商業電視因為營收的考量，會犧牲非主流收視族群的收視需求，凸顯公共電視存在的必要性。由此，再從經營目的、對收視率的看法、有無廣告、主要收視對象介紹等面向，瞭解公共媒體與商業媒體的差別。最後，介紹公共電視的優質節目，讓學生瞭解公視的節目兼顧知識性與娛樂性。

### 三、能力指標：

媒體素養能力指標草案	融入領域能力指標(97 課綱)
4-4-3 比較公共媒體與商業媒體的特性及存在意義。	<b>【社會領域】</b> 7-4-6 舉例說明某些經濟行為的後果不僅及於行為人本身，還會影響大眾、生態及其他生物，政府因此必須扮演適當的角色。(註：例如大眾傳播媒體的報導及行銷。)

### 四、課程架構：

教師可視領域課程實施時間與學習成效，彈性融入下列各子題活動並進行歸納，先讓學生透過經營媒體的角色扮演，認識公共媒體和商業媒體特性的不同，再思考公共媒體存在的意義。

**子題 1：**收視習慣分享 (5 分鐘)

**重點：**分析學生的收視習慣，發現公共電視頻道較冷門的情況。

**評量：**口頭評量

**子題 4：**優質節目欣賞(10 分鐘)

**重點：**欣賞公共電視的優質節目，破除「不好看」的印象。

**評量：**觀察

### 公共電視知多少？ (45 分鐘)

**子題 2：**電視大亨 (15 分鐘)

**重點：**模擬商業電視做節目企畫，發現公共電視的服務對象與內容特性。

**評量：**表演、口頭評量

**子題 3：**公共媒體 vs. 商業媒體 (15 分鐘)

**重點：**從多種面向發現公共媒體與商業媒體的差異。

**評量：**口頭評量

#### 五、先備概念：

1. 對公共電視的節目內容有基本概念。
2. 對商業電視的節目內容有基本概念。
3. 瞭解節目收視率對電視臺的影響。

#### 六、教學資源：

- |                |       |
|----------------|-------|
| 1. 教學簡報        | 一套/全班 |
| 2. 電腦、單槍投影機、螢幕 | 一套/全班 |
| 3. 節目企畫卡       | 一份/每組 |

## 貳、教學歷程

教學目標	活動流程	指導說明	資源	評量
1. 省思個人的收視習慣。	<p><b>一、導入活動【收視習慣分享】5'</b></p> <p>■統計：請學生寫下自己最常收看的十個頻道與節目名稱，老師統計各頻道、節目的熱門程度。</p> <p>■比一比：請學生比較收看一般頻道節目與公共電視節目的數量落差。</p> <p>■討論：說說看，為什麼公共電視的節目比較少人收看？（你覺得公共電視是不是很多人收看的頻道？為什麼？）</p>	<p>• 如果統計的結果，公共電視節目與一般頻道節目的收視情況並沒有顯著落差，則改問（）內的問題。</p>	教學簡報	口頭評量
2. 認識商業媒體節目內容的特性。	<p><b>二、發展活動(一)【電視大亨】15'</b></p> <p>■電視大亨：</p> <p>①將「節目企畫字卡」貼在黑板上，老師舉例介紹每個節目的內容。</p> <p>②將學生分成四組，每組代表一家電視臺經營團隊，從 24 張「節目企畫字卡」中，討論並選出 12 個最想製作且能幫公司賺錢的節目。</p> <p>③請各組展示選出的「節目企畫字卡」，以及說明選擇的原因。</p> <p>④請各組將沒獲選的「節目企畫字卡」分別貼在黑板上。</p> <p>■討論：</p> <p>①這些節目為什麼沒有獲選？</p> <p>②這些節目的內容有什麼特點？</p>	<p>• 引導學生思考商業電視台只做提</p>	節目企畫字卡	表演
			教學簡報	口頭評量

教學目標	活動流程	指導說明	資源	評量
3.知道公共媒體的服務對象與內容特性。	<p>③你覺得有沒有人想看這些節目？說說看可能是哪些的人？</p> <p>④你認為這些人的節目收視需求該不該受重視？誰來提供節目服務？</p> <p>■說明：商業媒體的目的是賺錢，所以製作節目會侷限在某些絕大多數觀眾喜歡收看的節目類型與內容；公共媒體沒有賺錢的考量，所以可以照顧非商業媒體主流收視族群的需求，製作它們想收看的節目類型與內容。</p> <p><b>二、發展活動(二)【公共媒體 vs.商業媒體】 15'</b></p>	<p>高收視率的節目，做大多數人會看的節目，非主流收視族群的需求是被忽略的。</p>		
4.了解公共媒體與商業媒體的差異。	<p>■閱讀：開啟三立電視臺、衛視中文臺、東森電視、八大電視官網中，介紹公司經營理念的網頁，請學生閱讀。</p> <p>■發表：請學生發表各家電視臺網頁的出共同點。</p> <p>■說明：這些電視臺屬於「商業媒體」，電視臺以營利為目的，必須十分重視收視率，所以他們不約而同都在簡介中特別強調自己有高收視率。</p> <p>■閱讀：開啟公共電視網頁，點選「公視使命」、「節目規劃理念」網頁，請學生閱讀。</p> <p>■比一比：請學生比較並發表公視與商業媒體經營理念的差異，可從經營目的、對收視率的看法、有無廣告、主要收視對象來比較。</p> <p>■說明：公視屬於「公共媒體」（此外還有臺灣宏觀電視臺、客家電視</p>	<p>• 引用這幾家電視台的網頁，是因為在內容中可以明顯看出對收視率的重視。</p>	<p>教學簡報</p> <p>教學簡報</p>	<p>口頭評量</p> <p>口頭評量</p>

教學目標	活動流程	指導說明	資源	評量
	<p>臺、原住民電視臺)，並不是為營利而成立，所以不以追求高收視率為目的，而是提供不同於主流媒體的多元節目內容，以服務各族群的需求，所以公視有存在的必要。</p> <p><b>三、綜合活動【優質節目欣賞】10'</b></p> <p>■介紹：開啟公視首頁，點選每個節目類別的下拉式選單（新聞雜誌、兒童青少年、文化藝術、生活休閒、紀錄片、銀髮族服務、戲劇電影），概略介紹節目內容。</p> <p>■欣賞：點選「兒童青少年」中的節目，收看節目片段，讓學生瞭解公視的節目兼顧知識性與娛樂性。</p> <p style="text-align: center;">--完--</p>	<p>• 如果課程時間不夠，則直接欣賞節目片段。</p>	<p>教學簡報</p>	<p>觀察</p>

## 肆、教學資源

- 一、節目企畫卡製作：裁剪 24 張空白紙卡，寫下以下內容—  
名人八卦爆料節目（如：TVBS 哈星聞）、美食旅遊節目（如：食尚玩家）、藝人談話節目（如：康熙來了）、偶像劇（如：命中注定我愛你）、韓劇（如：大老婆的反擊）、原住民部落專題（如：原住民新聞雜誌）、古典音樂節目（如：公視表演廳）、科學新知探索（如：下課花路米）、命理\星座節目（如：命運好好玩）、博奕綜藝節目（如：至尊百家樂）、深度專題報導（如：獨立特派員）、政論節目（如：2100 全民開講）、教育文化節目（如：奧林 P 客）、客家傳統戲曲（如：客家戲曲）、客語\原住民語新聞、公共議題論壇節目（如：爸媽冏很大）、客語連續劇（如：戀戀舊山線）、美妝造型保養節目（如：女人我最大）、鄉土劇（如：夜市人生）、烹飪節目（如：型男大主廚）、歌唱比賽（如：超級偶像）、幼兒節目（如：水果冰淇淋）、農村議題探討（如：村民大會）、卡通（如：海綿寶寶）。
- 二、電視台經營理念參考網址—  
三立電視台 <http://www.iset.com.tw/portal/about.php>  
衛視中文台 <http://www.startv.com.tw/chs/prog.asp?forid=1860&nouse=4354>  
東森電視 <http://www.ebc.net.tw/apps/introduction.aspx>  
八大電視 <http://www.gtv.com.tw/About/Default.aspx>  
公共電視 [http://info.pts.org.tw/intro/ab\\_mission.html](http://info.pts.org.tw/intro/ab_mission.html)  
公共電視首頁 <http://www.pts.org.tw/>





## 新興國小媒體素養課程

主題名稱	主要概念	單元名稱	活動教學重點	相關資源	年級
廣告超級推銷員	廣告商業邏輯	廣告是什麼？	<ol style="list-style-type: none"> <li>讓學生知曉廣告的功用及它與節目間的商業邏輯</li> <li>觀看「別小看我」知曉廣告的商業邏輯與影響</li> </ol>	第 3 集： 他抓得住我	四 五 六
		品牌卡位戰	<ol style="list-style-type: none"> <li>先讓學生實地試喝比較兩個不同包裝同一飲料</li> <li>後觀看「別小看我」知曉為了飲料廣告的宣傳技巧</li> <li>揭露兩個飲料為同一廠牌，只是不同包裝，會影響口味選擇</li> </ol>	第 63 集： 品牌卡位戰	
		廣告節目連連看	<ol style="list-style-type: none"> <li>先把「節目」、「廣告」、「收視率」三個詞寫在黑板上，讓學生解釋這三者間的關係</li> <li>觀看「別小看我」知曉節目收視率與廣告的關係</li> </ol>	第 25 集： 電視生死符	四
	廣告勸服技巧	我愛廣告歌	<ol style="list-style-type: none"> <li>讓學生說出自己最喜歡、印象最深刻的廣告詞或歌</li> <li>讓學生說出為何要有廣告歌或詞</li> <li>讓學生觀看「別小看我」知曉廣告勸服的技巧</li> </ol>	第 44 集： 廣告大觀園	四 六
		眼見不能為憑	<ol style="list-style-type: none"> <li>請學生回家找出一個見證式廣告（學習單，調查相信程度）</li> <li>觀看「別小看我」知曉廣告即使是見證式，但有可能造假</li> </ol>	第 39 集： 他打包票、你掏腰包	四
	各類型廣告	我變變變？	<ol style="list-style-type: none"> <li>側錄一段中間隱藏廣告的節目，或節錄一份報紙，讓學生分辨何為內容，何為廣告</li> <li>觀看「別小看我」知曉廣告隱藏在各種節目內容中</li> </ol>	第 22 集： 廣告隨身變	五
		不買會來不及嗎？	<ol style="list-style-type: none"> <li>先播多則購物頻道廣告，試問學生的相信程度？</li> <li>觀看「別小看我」知曉見證式廣告的伎倆</li> <li>再重看之前的電視購物頻道廣</li> </ol>	第 42 集： 傑克，這真是太神奇了！	五

		告，揭露其可能使用的技巧		
	網路泡泡龍	1. 打開搜尋網站，讓學生辨識廣告與網路內容 2. 觀看「別小看我」知曉網路廣告的種類與宣傳方式	第 57 集： 網路泡泡龍	五
	新聞？ 廣告？	1. 側錄一段中間隱藏廣告的新聞節目，或節錄一份報紙，讓學生分辨何為新聞，何為廣告 2. 觀看「別小看我」知曉廣告隱藏在新聞中	第 29 集： 隱形推銷員	五
	Hello Kitty 我最愛	1. 調查班上學生最近是否何蒐集 Hello Kitty？ 2. 探討為何要蒐集？會不會因為要蒐集所以多消費？ 3. 詢問學生多消費後，誰得利？學生？超商？玩偶公司？ 4. 觀看「別小看我」知曉廣告可能是一種隱藏性免費玩偶促銷	第 47 集： 超級推銷員	五
廣告拍攝手法	煙霧瀰漫	1. 請學生調查家中吸香菸的人數與原因 2. 問學生吸香菸的優缺與如何告訴家人別吸煙 3. 觀看「別小看我」知曉香菸廣告的手法，及如何反香菸創意	第 49 集： 驚爆煙幕	五
	公益好寶寶	1. 詢問同學平時是否有幫助人的經驗，如何讓更多人知道幫助他人 2. 觀看「別小看我」知曉製作公益廣告的技巧	第 94 集： 公益廣告 DIY	五
	廣告創意秀	1. 欣賞各類型創意廣告 2. 透過學習單讓學生練習不同產品有不同的行銷對象、勸服技巧	廣告蒐集	六
	太神奇了	1. 請學生蒐集各種廣告圖片，比較哪一張拍攝最美？最好吃？與真實的差別 2. 觀看「別小看我」知曉廣告平面拍攝的手法 3. 讓學生實地拍攝並製作出宣傳海報	第 2 集： 信不信由你	六

		我拍得住你	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請學生帶攝影機來</li> <li>2. 觀看「別小看我」知曉拍攝手法</li> <li>3. 由老師先透過視訊連接示範</li> <li>4. 讓實地學生拍攝，比較差異</li> </ol>	第 61 集： 打開攝影的黑盒子	六
		聲音魔術師	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 老師運用不同的音樂配上同一動作，讓學生比較效果，說明背景音樂的重要</li> <li>2. 觀看「別小看我」知曉音效配樂如何幫助畫面增加效果</li> </ol>	第 66 集： 尋找聲音魔術師	六
		超級剪刀手	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 播放教師自錄的一段影片，詢問大家與電視上看到的影片相比（或老師剪輯好），何者精彩？</li> <li>2. 觀看「別小看我」知曉剪輯的技巧</li> </ol>	第 102 集： 超級剪刀手	六



興嘉國小影像紀錄營課程表

	7月10日 (週一)	7月11日 (週二)	7月12日 (週三)	7月13日 (週四)	7月14日 (週五)
09:00~10:00	<b>揭開新聞神秘面紗</b> 什麼是新聞? 新聞產製流程	<b>用筆說故事</b> 新聞寫6作 vs 作文 5W1H	<b>影片企畫彙整</b> 心智圖統整	<b>拍攝成果心智圖</b> 拍攝內容統整	
10:00~11:00	<b>揭開新聞神秘面紗</b> 新聞的秘密 新聞大富翁	<b>新聞寫作練功夫</b> 寫稿與發表 問題解析	<b>採訪與拍攝</b> ①博物館本體及內部展覽、訪問 ②博物館周邊景點之一(鐵道、森林之歌、動力機械室) ③博物館周邊景點之二(北門驛站) ④博物館周邊景點之三(檜意森活村)	<b>撰寫新聞稿</b> 撰寫個人新聞稿	<b>影片生產中</b> 影片剪接 旁白錄音
11:00~12:00	<b>菜鳥記者初體驗</b> 新聞稿編輯 作品發表	<b>鏡頭怎麼分?</b> 分鏡概念 分鏡表練習		<b>腳本大融合</b> 新聞稿彙整 腳本定稿	
13:00~14:00	<b>攝影高手-靜態篇</b> 構圖與畫面 鏡頭語言解析	<b>極短劇開麥拉</b> 劇本演出 現場拍攝			
14:00~15:00	<b>攝影高手-動態篇</b> 運鏡技巧 拍攝注意事項	<b>影片企畫動動腦</b> 心智圖發想 工作分配		<b>影音大主廚</b> 剪輯原理 剪接實作	<b>成果發表會</b> 影片賞析 師生講評 頒獎
15:00~16:00	<b>攝影練習</b> 動/靜態影像外拍 作品賞析	<b>極短劇影展</b> 作品發表 問題解析	<b>拍攝影片整理</b> 影片編碼說明		
<b>回家囉~!</b>	1.蒐集採訪對象的相關資料 2.熟練相機攝/錄影功能操作 與問題排除	1.修改新聞稿 2.完成專題企畫心智圖	1.將拍攝影片命名編碼		





# 媒體素養教育在東台灣 的實踐進路初探

李秀美

囡仔影音公社製作人 / 編導

社團法人台灣音像教育行動協會 / 理事長

《美育》雙月刊第210期PP.4-13

## 自拍時代的影像教育



# 音像能力是時代的新素養

- 素養(literacy)的定義，從傳統的文字聽說讀寫能力，延展為能融合語言、文字、圖像、影像和聲音的多模式素養。
- 音像化是未來人人必須具備的表達力與說服力。
- 校園外，兒少接觸的資訊大量來自多元複合的數位文本；校園內，仍傾向文字教材的學習和測驗為主流。
- 自1990年代末，已有中小學老師開始以媒體素材融入教學，讓學校教育與社會現實接軌。

## 概念圖



媒體素養教育

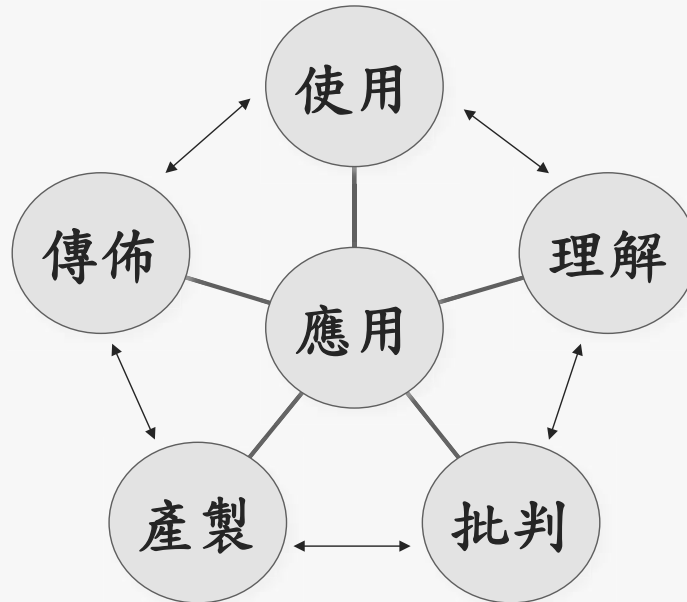
# 媒體與教育的關係

- **Teaching with the media**  
教育媒體→使用媒體輔助教學
- **Teaching for the media**  
傳播教育→培養媒體實務人員
- **Teaching about the media**  
媒體素養→培養大眾思辨能力

## 影像教育 v.s. 媒體教育

- 影像教育始於**1930**年代英國的電影教育，隨媒體形式日增，延展為媒體教育。
- 媒體教育兩大取向：**1.** 媒體作為文本分析，重視意識型態批判；**2.** 媒體作為書寫工具，重視自我探索與表達。
- 兩取向共同點：強調讓閱聽眾由媒體再現、媒體建構的世界中「解放」，進一步學習成為媒體的「作者」，達到「賦權」成果。

## 媒體素養六大能力關係圖



## 對台灣媒體教育的疑惑

- 著重在思辨媒體，傾向批判媒體的教學設計，易導致與媒體的對立，忽視對優質影像作品的親近，涵養鑑賞品味。
- 台灣並未設有媒體教師，由各科領域的教師作為行動者，獲得的知識缺乏對媒體實務的回應，以及媒體實務工作者的聯盟與交流。
- 影像工作坊的長期運作模式，是由多數的參與者移動至少數的培訓者所在地點，不利於移動力弱勢者。

# 摸索校園外媒體教育實踐

## 個案分享

- 行動者：社團法人台灣音像教育行動協會
- 協作者：花蓮某少年安置機構
- 參與者：12-18名11-17歲少年
- 協作期：2015年9月－2017年6月

## 行動進路



### 夢想與實踐微型影展

- 理解 / 應用 / 傳佈



### 速配工作坊

- 使用 / 批判 / 產製



### 少年自由寫手

- 理解 / 應用 / 批判



### 多元閱讀增進計劃

- 理解 / 應用 / 產製

## 參與者共同背景

- 來自經濟低下的家庭，曾被疏忽或過度管教，或受同儕影響，導致偏差行為。
- 協談選片方向與課程引導方式的前置會議中，機構提醒，參與者觀看長片型電影會是一大挑戰。有一定比例接受過動症治療或心理諮商，難耐久坐。
- 基礎教育未好好紮根，文字識讀能力普遍低於年齡平均水平，甚至有幾近文盲者。

## 課程設計一

### 主題式微型影展：夢想與實踐

- 場地：協作單位的圖書室
- 期間：104年9月-11月
- 時間：每週六上午9:00-12:00
- 時程：8周計24小時
- 流程：影片前導→影片觀賞→交流討論  
→延伸活動

## 觀看片單與引導活動

片名	片長	語言	影像類型	引導活動
哈囉?! 交響樂團	85m	韓語	紀錄片	戲劇：情感開發
小小攝影師的異想世界	83m	印度語 美語	紀錄片	繪畫：面具製作
馬拉松小子	115m	韓語	真實改編戲劇	攝影：認識棚拍
奇蹟的夏天	102m	國語	紀錄片	攝影：成為主角
天堂的孩子	89m	印度語	虛構戲劇	錄音：配我的樂
星星少年	115m	日語	真實改編戲劇	音樂：聲音效果
天黑	37m	國語	類紀錄戲劇	繪畫：夢想之路
揮棒	56m		紀錄片	
和你在一起	119m	北京語	虛構戲劇	音像：看見自己

## 課程目標

應用媒體 / 音像教育協助弱勢青少年自我探索與定位

- 經由參與音像文本的製作，能夠通過本身的聲音、想法和視角表達自己。
- 可以反思與敘說「我的夢想是……」，並能理解「實踐夢想雖然不容易，但是值得付出努力」，願意成為夢想探險者與實踐家。

# 來聽聽我們的夢想吧！



## 課程設計二

速配工作坊：快速動畫＋配音配樂

- 場地：新城數位機會中心（北埔國小）
- 期間：3D寒假營105年1月26日至29日  
2D暑假營105年8月15日至18日
- 時程：寒假營4天計30小時  
暑假營4天計30小時

# 寒假營課表

日期 時間	1/26 (二)	1/27 (三)	1/28 (四)	1/29 (五)
0800-0900	報到	早餐	早餐	早餐
0900-1200	【快速動畫】 認識動畫 創造自我	【快速動畫】 肢體動作 表情演出	【配音配樂】 認識音樂 與影像的搭配	最後衝刺 完成作品
1200-1400	午餐與休息時間			
1400-1700	【快速動畫】 用情境說故事	【快速動畫】 用心的力量 讓畫動起來	【配樂配音】 旁白錄製	成果發表與交 流回饋
1700-1900	晚餐與自由活動時間			
1900-2100	【戲劇遊戲】 自我探索 建立他人關係	【戲劇創作】 曼陀羅 自我對話	【戲劇活動】 我們的新旅程	
2100~	盥洗、準備就寢			

## 課程目標

- 技術層面，引導學員學習產製一支影音具備的60- 100秒動畫短片。
- 內容層面，引導學員探索自我、建立自我形象，化身為動畫角色，以自己的故事創作文本。
- 透過吸引青少年的動畫形式，提升表達能力與表達意願，並跟上數位時代的學習與交流技能。



# 化身為動畫人物



使用威力導演編輯

## 暑假營課表

日期 時間	8/15 (一)	8/16 (二)	8/17 (三)	8/18 (四)
0800-0900	報到	早餐	早餐	早餐
0900-1200	<b>【快速動畫】</b> 認識 2D 動畫 背景的創建	<b>【快速動畫】</b> 肢體動作 表情演出	<b>【配音配樂】</b> 介紹編曲軟體 編曲進行式	最後衝刺 完成作品
1200-1400	午餐與休息時間			
1400-1700	<b>【快速動畫】</b> 用情境說故事 角色的創建	<b>【快速動畫】</b> 角色互動 場景變化	<b>【配樂配音】</b> 打造獨創曲 旁白錄製	成果發表與交流 回饋 (14:00-16:00)
1700-1900	晚餐與自由活動時間			
1900-2100	<b>【戲劇遊戲】</b> 建立人我關係	<b>【戲劇創作】</b> 無聲的對話	<b>【戲劇活動】</b> 換個角度看	
2100~	盥洗、準備就寢			

## 課程目標

- 技術層次，產製一支影音具備的100-180秒2D動畫短片。
- 內容層次，探索成長歷程，反思自己所擁有的關愛，以「懷念／感謝」為主題，將對象化身為動畫角色，以彼此的互動故事創作文本。
- 協助青少年體察他者的影響力，感受「近朱者赤、近墨者黑」的意義，進而發掘人生道路上的陪伴力量。

## 感謝有你陪伴





回到閱聽眾角色

阿不就也是看電影！

看見跨媒體閱讀的趨勢

多元閱讀與寫作行動

課程設計三

交換故事吧—

少年自由寫手



# 圖書室變成電影院

- 2016年3月19日至6月25日，星期六下午2時至5時，共8次24小時，透過閱讀電影，引導孩子掌握敘事要義，進而提升寫作動機與能力，墊高他們的自信力、學習力與人際力的基礎。

少年們的幽默

我們這裡是番仔  
威秀電影院

## 導讀片單與寫作引導一



放牛班的春天／法語／96m

• 寫作：我的故事



千鈞一髮／美語／106m

• 寫作：追求



真愛奇蹟／美語／100m

• 寫作：心中的感謝



舞動人生／英語／110m

• 寫作：我最擅長的事

## 導讀片單與寫作引導二



屋頂上的童年時光／義語／108m

• 寫作：給媽媽的信



進擊的鼓手／美語／106m

• 寫作：最難忘的老師



楚門的世界／美語／103m

• 寫作：溫室花朵



陪我走到世界盡頭／法語／94m

• 寫作：我要說聲謝謝你

## 選片方向



主題符合興趣具吸引力



主角的經歷能引起共鳴



同時有書本出版者優先



奮鬥典範打破刻板印象



## 引導方式

導讀 → 觀影 → 分享 → 對照 → 寫作

## 「放牛班的春天」為例

片中的少年們各自有其故事和個性才來到被稱為「死亡池塘」的安置學校，正在觀看這些故事的少年們，也同樣有著不同的遭遇而暫居安置機構，他們看見了自己、看見了同伴、也看見了生命中曾為自己付出、被放在記憶深處的老師。



## 影像敘事與文字敘事

老師朗讀電影文字書，對照一個個片段如何用文字描述影像的細節，透過動作、場景、情感的描寫，以及敘事者的想法，將抽象詞彙概念化為具體。帶著孩子們一一朗讀，體會到文字的堆疊和韻律感。



## 寫自己的故事

他們開始寫了，在這次計劃的終點，相信他們會明白，這不是為了老師、輔導員、音像行動會而寫，而是為了理解自己、療癒自己。聽著筆劃過紙張的沙沙聲，老師真心的對他們說：「謝謝你們認真的寫，讓我聽見這麼美好的書寫的聲音。」



## 多元閱讀與寫作行動

### 課程設計四

從讀影到讀癮  
— 多元閱讀增  
進計劃



## 圖與文的交互創作

- **2017年6月**，共**5次15小時**，透過影像和文字的互文性，希冀發展一套跨媒體閱讀課程，從解讀影像的意義中反思自我人生，引導思考與整理的人徑，再以文字書寫自身故事。旨在協助學習落後的青少年，提升理解力與書寫力。

少年們的回饋

你其實就像把我們心中的恐懼一切放下



# 跨媒體文本閱讀：怪物來敲門



## 知名青少年小說拍成電影



互  
文  
參  
照





## 引導方式

提示→討論→分享→繪圖→觀影→寫作

## 各次課程主題



「我記得...」「我不記得...」潛意識書寫



關於「未知」關於「夢」



霸凌／被霸凌事件



困境與期望



我想對你說

## 成果發現

- 影像閱讀接受度與理解度優於文字閱讀
- 帶出同理心突破冷漠反應
- 克服躁動開始有些自信了
- 反思引發了心裡的小宇宙
- 渴望成為那樣的男主角
- 第一次聽到他對未來的想法
- 有個芽萌發了

## 媒體素養

- 使用－反思如何利用電腦增益學習
- 理解－解讀畫面與音樂蘊藏的意義
- 批判－辨識影像中的意識型態符號
- 產製－學習操作動畫軟體完成創作
- 傳佈－明瞭著作權與版權法律責任
- 應用－釋放潛能探索未來可能方向

## 願意了解更多

- 社團法人台灣音像教育行動協會FB粉絲頁
- 左邊類目點選「貼文」
- 右上方搜尋框輸入「少年自由寫手」、「多元閱讀增進」
- 瀏覽相關活動紀錄



謝謝聆聽



# 自拍時代的影像教育

文／李秀美

刊登於《美育》雙月刊／210期，2016年3/4月

自15世紀中期的文藝復興時期出現第一張畫家的自畫像起，自畫像在人類的藝術創作上已有五百餘年的歷史。藝術家將描繪的焦點轉向自己，一筆一觸透過畫像下的臉，向世界揭露眼中的自己。20世紀中期，底片相機普及化之後，「將自己放在照片中」成了攝影師或藝術家探索的新創作表現形式，他們的自拍照仍是精心設計的、具有自畫像風格的攝影手法。而今，隨著內建數位相機與立即上網分享功能的智慧型手機問世，按下快門自拍已經是21世紀人類的反射性技能，每天隨時隨地隨手自拍者大有人在，這是一個我拍故我在的影像時代。

## 從自畫像到自拍

這股迅速蔓延的自拍潮，興盛自數位科技發展的四大趨勢。其一是硬體的升級；高畫質像素、翻轉式螢幕、一機在握突顯時尚品味的造型，讓手機就像一面鏡子般總是面向自己，並且能及時而輕易的將鏡像留在記憶卡裡。其二是軟體的升級；各種美顏、瘦臉、身材修飾功能大受歡迎，甚至已經應用於視訊上，按一下立即美化的數位影像，已經令人真假無法分辨。其三是配件的升級；從章魚腳架、手機夾座提升到可線控和伸縮的自拍棒，不斷以新奇感吸引消費者玩自拍。

第四是使用者自拍技巧的升級；自拍這回事，創造了鏡頭與人之間前所未見的親密距離，個人私領域的集體示眾，挑戰了電影膠卷時代影像被製作的意義與社會功能；拍攝者也是被拍攝者，善於擺出各種姿勢和角度，讓自己在鏡頭下呈現最美、帥、酷的一面，於是，大量千篇一律的45度側臉照、嘟嘴照、向上望的大眼照等，顯現數位影像的複製本質，當然，偶而會有富創意者花了心思，設計令人莞爾的情境照搏君一笑。

自拍成為表達情緒和情感狀態的視覺語言，是愈年輕學得愈快、說得愈好的國際通用語。英國牛津字典（Oxford Dictionaries）研究人員每年會選出最能反映時代氛圍的英文單字，2013年度風雲字就是Selfie（自拍），並且將此字定義為：「民眾利用智慧手機或網路攝影機，拍下自己的相貌。」然而，牛津字典裡定義下的「自拍」，意味與影像的社會功能完全脫鉤了嗎？

今年，二位香港浸會大學生以《快樂的自拍》短片，囊括第八屆香港流動影片節四項大獎，片中喜歡自拍的受訪者們，將自拍視為一種認識自己的過程，一

種自我療癒的方式。例如，一位年輕的乳癌患者Teresa在得知罹癌後，決定用相機拍下治療中的自己，就像結婚時拍結婚照、懷孕時拍懷孕照一樣。她把小玩具士兵放在出現治療副作用、長滿紅疹的胸部，意喻自己就像打仗的士兵；她拍下鏡中正在掉髮的自己....不斷想著下一張照片要拍什麼？怎麼拍？她不再不開心，不再埋怨「為何是我？」，反而認為應該把握這難得的機會拍下此時特別的自己。病癒後，Teresa開攝影展鼓勵病友，許多人從她真實的自拍影像獲得病程被理解的撫慰，也獲得樂觀面對療程的力量。

## 從拍攝自己到自己拍攝

拜數位影音科技發達所賜，當代大多數人都擁有數位影像產製與傳播的基礎技巧，許多人已養成每天上傳照片，更新自己社交網頁動態的習癖，人人也都可以上傳一段甚至不經過剪接的短片。21世紀誕生的兒童和青少年更被比喻為數位國度的原住民，具備操作數位科技新產品的天生能力。一人得以掌控影音生產工具，是一個很誘人的魅力，卻也潛著資訊垃圾氾濫的問題。

據網路搜尋引擎雅虎（Yahoo）估計，2014年這一年，全球各地民眾拍下的照片達到8800億張左右。當生活中出現大量的影像時，人們是否有能力可以去辨別，什麼是對自我有助益的？什麼是對社會有幫助的？如何不被四處流竄的影像綁架了自己的時間和生活？「影像教育」因此顯得更為重要與迫切，技術的養成是其次，如何在觀看時，懂得評估影像呈現的諸多意義，例如畫面品質以及影像背後的文化價值？如何在操作影音科技時，學習組織圖像的敘事能力，用照片和影片說有意義的話？這是時代所趨的新素養。

Teresa 的自拍背後是一位也喜歡自拍的女攝影師的引導，是學習到的自編自導自演，自拍不再是為了觀看一張照片而已，而是閱讀一張照片中的自己。在人人愛自拍的時代，影像教育必須施展的魔法是：利用自拍的慾望，引起將影像朝藝術和社會方向創作的動力。而魔法得以施展的關鍵，除了如 Teresa 般有意義的設計拍攝，另一途徑是讓自拍者將鏡頭向外，從「拍攝自己」的有限定義，提升至「自己拍攝」的新層次，賦予「自拍」無限可能的意義。

如果說一窩蜂的「拍攝自己」，是對社會的影像化現象的推波助瀾，那麼目的取向的「自己拍攝」則是有助於影像的社會化。在素人自拍的影像風潮之下，近10年來，台灣的公部門、企業界、教育單位、非營利組織紛紛舉辦紀錄片工作坊，培訓老師、勞工、社工、婦女、老人、兒童、青少年、原住民、客家、新移民等等，透過影音工具取得發聲權並自我書寫，讓各邊緣群體都能被看見，促成與社會對話的平台。

然而，我們的影像教育經驗畢竟尚淺，不妨看看經驗資深者是如何進行的。  
**影像教育的他山之石**

英國可說是全球影像教育的起源地。1933年時，英國電影協會（British Film Institute，簡稱BFI）成立，致力於振興電影、攝影行業。BFI相信，優質觀眾是影像產業發展最重要的基石，因此他們的任務不僅在於提供電影拍攝資源與培育專業人才，也積極推行兒童與青少年的影像教育紮根。BFI的影像教育計劃著重美學和大眾文化認知的教育內涵，先教學生如何鑑賞，關注電影與社會一切的關聯，然後，部分顯露出創作興趣的學生，再進入嘗試產製作品的階段。

英國的電影教育除了融入課程在校園持續推行，隨著媒體日益多元化，延伸為涵蓋電影、電視、攝影、動畫、音樂、廣播等的媒體素養課程，並設置街角中心提供兒童與青少年校園之外的交流園地。因應兒童和青少年的媒體智能漸增，英國政府體認到提供更高需求的技巧，邁向職業探索的契機已來臨。2006年，英國政府投資600萬英鎊（合台幣約3.8億）進行弱勢青少年媒體計畫。這項計畫是針對11-25歲青少年，提供影片製作相關的課程和工作坊，由學校、青少年輔導機構等推薦參與者。這項計畫有助於引起青少年尋找途徑進入影視、新聞或幕後製作的雄心，也是讓青少年免於沉陷網路的好方法。

2012年，BFI宣布「Film Academy」計畫，招收5000名16至19歲的學生，以發展下一電影世代，確保電影工業維持競爭力。此項計畫獲得英國教育部資助三年的經費，教育部門希望藉由此項計畫，提供年輕人機會投入電影事業。各級學校協助篩選有表演天分與技巧的學生，由BFI利用晚間與週末，傳授以電影事業為職業所需的技能，包括科技、商業與市場行銷。

英國對影像教育的重視並非獨一無二，例如比利時亦推行有「School Cinema」計畫，由政府資助特定戲院，在上課時間負責為前來觀賞的教師和學生放映主題影片，並製作教案供教師教學之用，讓老師後續可以從事更全面的延伸教育。法國則從1989年開始，由法國國家電影中心（Centre National de la Cinématographie，簡稱CNC）每年為小學、國中、高中各選出8部電影，製作教學手冊，帶領學生到電影院觀賞，然後在學校課程中進行討論。這項計劃希望讓小學生理解「去電影院看電影」這件事，讓國中生認識電影的不同類型，讓高中生發現自己喜歡的電影和作者。

跨國合作方面，2011年，在歐洲理事會（Council of Europe）贊助下，由六個青年行動計劃中心（Youth in Action Programme）聯合執筆的「影像的誕生」（Birth of Image）手冊，以英語、希臘語、匈牙利語、荷語、立陶宛語、義大利語、賽爾維亞語出版。書中指出，「影像的誕生」媒體計劃已經成功實現了兩個目標：首



先，結合個人的成長和媒體教育，深受年輕人喜愛。其次，它開發了一種指導主動的媒體素養的方法。

上述國外行之有年的影像教育，都是從小學開始培養對電影的喜好、對影視內容的見解，相較於此，台灣在大學之前的教育體制內一直未建構相關的課程脈絡。但是自 2004 年起，興起了一股兒少拍片熱潮。

## 台灣興起的兒少拍片熱潮

2004 年 4 月，公共電視舉辦了第一屆「台灣國際兒童影展」（Taiwan International Children's Film Festival，簡稱 TICFF）雙年展，目前已進行六屆。該影展以推廣並深化台灣兒童影像教育為主軸，引進世界各國佳片，讓台灣兒童看見影像中的多元文化。影展的另一特色是「小導演大夢想工作坊」，在影展前一年即針對全國中小師生徵件，企劃案獲選的團隊可參加公視的影像培訓，並安排專業影像工作者擔任各團隊的影片監製，提供拍片諮詢、技術建議與輔導。完成的影片除了在當屆影展舉辦首映，並於公視頻道中播映、全國各地舉辦影片巡迴，以及報名國外兒童影展參與競賽等等。

「小導演大夢想」帶動兒童影像創作的新興話題，企業界也吸納了兒童影像教育作為行銷社會關懷形象的方式，包括「從我的高度看世界」、「手機短片創作數位營隊」、「創意閱讀與數位應用學習計畫」等等。公部門如教育部也曾於99至101學年度執行「國中小媒體素養推廣計劃」，安排影視專業人士擔任拍片輔導員、舉辦國中小創意影音競賽。較長期推動迄今的，是國家電影中心自2007年起承辦的「影像教育扎根計劃」，以工作坊、放映和座談方式，大規模在全台各國高中推廣認識電影和紀錄片的社會意涵和創作美學。

台灣的影像教育標榜「給孩子不一樣的影像教育；用影像給孩子不一樣的教育」的理念，相當程度的偏重所謂種子教師培訓。種子教師帶著拍攝紀錄片的能力、技巧回到校園，憑個人興趣規劃適合的影像教育課程，有將電影欣賞融入課程者，有帶領學生成立攝影社團者，有開辦校園電視台者，更多是與學生組隊自拍參加影展活動。

今年，我以「小導演大夢想」已出版的 59 支短片為分析對象，探討台灣兒童與青少年影像培力的成效。結果發現，兒童在幕前畫面裡皆未缺席，擔任採訪、被採訪、演員或旁白的角色，是關心社會和環境的未來公民，或樂觀進取的特殊兒童，或偏鄉和離島文化的繼承者。但探究幕後的工作分配狀況，即有以下現象：

1. 絕大多數的提案企劃書是出自老師之筆，59 支作品中僅 3 支由孩童自行企劃。

2. 有興趣帶著孩童參與拍片的師長們多數以導演和製作人的角色，掌握工作人員的配置、擬定劇本等前置與管理作業，真正由「小導演」來圓拍片夢想的不到四分之一。
3. 孩童有較高機會參與的部分是操作攝影機，但仍有近四分之一的團隊的攝影機始終由師長掌控。
4. 後製作業包括剪輯、配樂等，影響及最後的成品品質，放心交由孩童負責完成的不到五分之一；大多數是由成人承擔後製作業以確保作品水準，孩童充其量是擔任助理角色。

其中，唯有兒童畫的特質是大人臨摹不來的，因此繪圖，動畫的製偶、道具、場景等美術工作反而是孩子的「專利」。兒少在自拍工作團隊中的位置反映了社會結構下，他們在學校裡與老師的關係，以及與教育權威的關係。影像教育的實踐不僅應是「為兒少」舉辦，「有兒少」參與，在幕後也應「是兒少」所主導，建立影像教育中兒少的主體性，方有推行的意義，真正能培育孩子用影像說故事的能力，以及對社會、人文的關懷。

## 建立影像教育中的兒少主體性

作為一名影視工作者與兒少媒體教育推動者，從 1999 年受邀約第一場演講開始，個人參與媒體教育已逾 15 年。起初，我以認識影像與文字的差異性、電視節目製作流程、幕前幕後工作人員等為主要講述內容。隨著電腦、相機、攝影機等數位設備進入國中小學校園，以兒童和青少年為參與者的媒體教育，開始以影像的實作為主要課程規劃。

然而，環顧台灣影視界已經興起的紀錄片潮流，鮮少於影像中貼近兒少的生活，以他們為被紀錄的主角。而我相信，讓兒少能夠成為影像中的主角，能夠看到同年齡的孩童成為主角，是建立他們在影像教育中的主體性，一項不可或缺的元素。因此，從 2004 年起，我開始以兒童與青少年為紀錄對象，希望能完成「台灣童顏」系列，二年後完成第一支紀錄片「16，轉大人」，片中訪問台灣、中國大陸、烏茲別克的 16 歲男女青少年在邁向 17 歲這一年，擺盪於兒童與成人之間的心境轉折。

片中的主角們並未有什麼特別的戲劇性遭遇，他們就是平凡而典型的正在度過 16 歲的青少年，他們的心情反而容易引起共鳴。我曾在一場映演講座中，請在場的高中生們每人寫下一句形容 16 歲的詞句，有人說「像梗在喉嚨的魚刺，吞不下也吐不出。」、有人說「像一團揉皺的衛生紙，隨時會被丟棄。」、有人說「像一塊石頭壓在心上，很容易就擠出眼淚。」當然，也有不少人直白的說：「不知

道該說什麼、不知道該做什麼」、「無足輕重」、「很無聊」、「愛哭」等等。這部影片就這樣被我所用，做為與青少年的對話橋樑。

無論是帶領包括影像實作在內的媒體教育活動，還是製作節目，兒少的主體性是我一貫的堅持。我所努力的方向是：讓兒童與青少年獨立自拍。

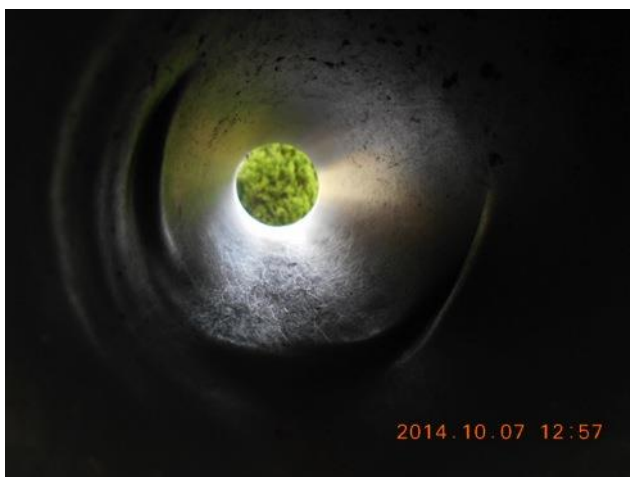
## 遊戲化的好玩攝影課

影像的實作除了傳授攝影技巧、基本美學構圖，更重要的是必須教會孩子敏銳的觀察能力，能夠運用影像清楚的表達感受，並且表現獨特的創作想法。這些目標說來容易，做來並非一至三天的影像創作營能夠盡其功。況且，我所接觸過的攝影課程，通常使用的是不到3000元的小相機，如何讓拿著相機躍躍欲試的孩子跳脫尋常的生活照？

首先，我從人像攝影的互拍練習著手，雖然訂下「除了不能比YA的手勢之外，其他手勢、姿勢都可以」的規則，但被拍攝者一面對鏡頭，不是臉部表情僵硬，就是改不掉比YA的習慣。試圖引導被拍攝者利用週邊景物安排自己被拍攝的樣子時，在遇到多次原本用一隻手比YA的同學，想了一想後，改為兩隻手比YA的狀況後，我開始改變策略－在遊戲中或運動中互拍，同學輪流玩遊戲、遊樂設施或跑步、投籃，由輪到拿相機的同學捕捉最精彩的動作與神情。於是，有一組學生想到利用走廊上的鏡子，拍出左右對稱表情的有趣構圖。



然後進入景物練習，透過要求改變平視的視角，嘗試用不同角度、姿勢將鏡頭對著拍攝主體，來引導孩子學習「先想再拍」所得到的不同視界差。我邀請大家來玩「照片猜謎遊戲」，每個人都要進行兩項練習，其一，是以特寫拍攝身邊尋常用品、景觀、角落等，體驗和人眼觀看的習慣不一樣的視域；其二，是用最貼近地面的角度，拍攝自己覺得很有趣的主題；然後，拍攝者從兩項練習中，各自選擇一張最特別的照片作為「謎題」。接下來，當場將記憶卡讀取至電腦，投影至布幕上，大家一起來猜這些「謎題照片」的拍攝物和拍攝地點。



一場過去是靜態的照片欣賞經由遊戲化的變奏後，往往成為熱鬧的動態活動。例如，曾有一位學生特寫某支雨傘上的圖紋，其他人猜中是雨傘後，迫不及待的四處尋找這支雨傘。另一位學生出的謎題是一張圓洞中的綠意，拍攝地點是「教務處前面水溝旁的水泥管」，他趴在水泥管前觀看草地，拍出這張獲同學選為「謎題王」的照片。

當孩子開始用心且耐心的去體會、觀察週遭事物時，對於人物情緒、動作等反應的拍攝，即慢慢能夠精確的掌握。隨著對環境的感受力增加，在攝影時也更能依照自己的想法構圖，此時若再融入自身對拍攝對象的情感，那麼兒童也能拍出一張張有故事的照片。

## 善用社交媒體作為教育與溝通工具

銅門國小隸屬中央山脈下花蓮縣秀林鄉銅門村，三面環山，風光秀麗，是今年已經高齡99歲之小型山地學校。2013年10月起至2014年1月，我與銅門國小合作一個學期（四個月）的攝影計劃，又再次改變了以往我進行影像教育的方式。這一次我們的操作模式是與資訊課融合，並利用社交網站臉書做為作品發表、意見交流與課程延續的平台。

每週三下午，由我到校進行三小時的教學，解說基本構圖、光源、光圈、快門速度、白平衡、色彩色相等基本概念後，當下在校園內找景、找人練習拍照，或安排外景採訪、拍攝。學生只有四人，五年級的豔雲和柏岳，六年級的阿平和阿忠，校方買了四台小數位相機，並且讓四位學生帶著相機回家，隨時可嘗試相

機上各種功能和設定，不斷練習拍照。我們與學生約定，每人每天至少要留下一張自己滿意的照片。

資訊老師則開了一個臉書秘密社團（需經目前成員邀請和新增才能成為社團成員，也只有成員才能看見張貼的內容），利用資訊課讓學生得以使用電腦紀錄每週學習與應用的重點，將照片上傳，並且以文字說明拍照模式、拍照緣由、照片中人物介紹，或背後的故事等，同時培養學生的資訊能力、視覺敘事以及文字寫作。四位學生會在臉書上互相提出感想和意見，社團中其他成員則除了鼓勵之語外，也技巧性的提醒如何調整讓下次拍得更好。

經過二個月後，臉書上的紀錄開始出現他們主動提出的攝影現象，例如：「我用保留特定色彩效果—阿公是用綠色，阿嬤用紅色效果，有差喔！我希望其他三個同學能多多用保留特定色彩效果試一試。」、「我發現在遠的地方拍會很暗，可是在近的地方拍會很亮？這是為什麼呢？」「我沒有開閃光燈，所以這朵花一邊亮、一邊暗」、「很顯然的，這些照片有些光線不對，而且還拍到別的東西。」

第一次上課時，我告訴孩子們最好的入門是「直觀攝影」，只要有明確的主題焦點、避免手震的模糊，儘量先憑直覺練習。起初，每個孩子都熱衷於拍同學、老師、校園、家人、喜愛的物品，很快的陸續轉向自己最感興趣的主題。

銅門部落的特色產業是打鐵，以山泉淬鍊的銅門刀堅固耐用，刀型依各族的應用需求而變化，刀鞘也是鐵匠們精緻的手工設計、打造。然而，部落內僅存四家打鐵戶，豔雲家即是其中之一。「早上起來就聽到阿公打鐵聲」的豔雲，近距離紀錄了一系列鐵匠工作畫面。她拍下祖父母工作的情形，燒紅的鐵條正待鐵匠專注捶打、塑形的那一瞬間，凝住在她的視框內，阿公不疾不徐的動作和跳躍的爐火形成強烈對比。這張照片得到2013年第二屆花蓮縣「小小眼睛大大世界」攝影比賽銀獎，豔雲一家三代都出席了頒獎典禮。





## 從直觀攝影到意像攝影

透過經驗的累積後，他們四人都能進一步提升到「先佈局再拍」的「意像攝影」層次。喜歡下廚的柏岳偏好拍攝食物，幾乎每天都拍下他每餐的烹飪過程，非常樂在將美食化身為美圖的嘗試中。掌握到技巧後，他開始單純化構圖，留意光源的方向，於是剝開的石榴、巧克力球泡牛奶，都像是一幅幅靜物油畫般令人賞心悅目，他描述拍攝當下對半邊石榴的感受說：「滿滿的紅色果實，真是令人會想到許多的紅寶石。」因此，他讓紅色果實迎著光源，增加閃閃發亮的寶石感。



六年級的阿平和阿忠同樣喜歡人像和靜物主題，哥哥的七面獎牌、新買的運動鞋、玩具、門前栽種的花朵等，是他們樂於分享的生活片段。有一天，阿忠很早到校後發現竟然有人比他更早，他的直接反應是拿出相機，拍下這位同學：「這一張我是使用了人像模式，我朋友正在發呆的樣子感覺正在想某一件事呢。那時候我們很早來所以沒人，而且我後面還有一到刺眼的陽光照耀著他，我覺得這真是太酷了。」

阿平也學會了挑選不同天候拍攝他的主題：「這幾張照片是我家前面的花朵，我是利用下雨天時去拍的，因為上面的露珠，使花朵增加了一些美感！」



影像創作是沒有任何規則與束縛的，用開闊的胸襟與視野來看待孩子心中的影像視界，跟著孩子的攝影之眼，我們將看到了不曾留意的小細節。另一張柏岳的「小老師和學生」，「小老師」的手伸到前景還有作業簿也在前景，兩者都產生了放大效果，感覺上作業簿對這個「學生」是沈重的，而「小老師」顯得很有威嚴，增加了照片情境的張力。左上角的時鐘顯示已經將近下午五點半，學生仍然還未能完成作業、放學回家，也讓觀者感受到小老師和學生的時間壓力。

我有個朋友很愛拍照，每次拿起相機都會拍個上百張才過癮。每天看孩子上傳的照片與文字紀錄，我開始有點了解拍照對這位朋友的意義，拍下來的是回憶，沒拍的，日子久了，對自己每天做過那些事就失憶了。透過觀景窗，豔雲覺得對學校的感情更親近：「銅門國小有可愛的花朵、廣大的操場、司令台和熱情又頑皮的太魯閣小孩，我喜歡這所學校，因為有大自然陪伴也有動物陪伴。」

阿平則以文字紀錄了他的影像紀錄心得：「一開始覺得對自己沒什麼信心，結果越拍越起勁，因此拍出了這麼多的照片。其實我拍這些照片很困難，因為我們會手震，導致照片模糊、不好看，還要不停的刪除，這樣非常的累，所以要拍出好看的照片是很難的，可是你只要用心努力的拍攝，就能發揮自己所知道的知識來拍出美麗好看的照片，重點是我一天一天的拍攝，使我的拍照技術逐漸進步，更使我對相機的了解又增加了許多。」

同樣是自拍，現在他們的照片開始意義豐富起來。

## 從影像到音像的教育行動

有了平面攝影的底子，進一步引導學生動態攝影能產生學習挪移的效果，阿忠就是一個好例子。這四位銅門國小的學生將合作一支紀錄銅門鐵匠的短片，阿忠負責擔任攝影師，以學校唯一的一台家用攝影機拍攝訪問與打鐵的過程。我發現，阿忠觀察了室內環境後，選擇將腳架和攝影機放在火爐前的牆邊，然後以牆為起點左攀到火爐邊正在熔燒鐵片的鐵匠。這樣「尋找前景」的及時判斷，也許是有豐富影像觀看經驗的數位時代觀眾，所潛在的影像解構能力，然而，這種潛能力的釋放，必須發生在接受影像教育之後，有機會手持攝影機創作的情境。



為了有機會帶給更多人拿起攝影機「自己拍攝」的機會，並且能夠更貼近日常所接觸的影視節目的製作實況，有一群人，包括來自幼稚園至大學的教師群、電視台主管與製作人、獨立影視製作者、藝文工作者、音樂家等等，成立了一個以實踐音像教育為宗旨的行動協會，企圖能深入校園、社區與部落，培養閱聽眾鑑賞與近用媒體的能力。從「影像」到「音像」的轉變與定位，反映當代創作脈動已然進入多媒體（multi-media）時代，聲音與影像是電影與電視的靈魂，提升民眾鑑賞音像的藝術素養，培養優質的觀眾，是同步創造影視產業的深度。

有別於大專院校傳播與影視科系偏向學理、評論的視覺影像課程，以及紀錄片工作坊著重一般大眾對基礎技術能力的養成，我們更著重在對個人的未來探索，與社區的協作發展。在鑑賞和近用的活動過程中，所獲得的體驗與自己的經驗連結，並能透過自我思考將經驗遷移至生活上，進而內化在生命中。協會名稱中的「行動」兩字，不僅是指我們積極實踐宗旨的動力，「行動」更意味著我們是主動帶著人才、素材和器材前往行動地點，鼓勵當地住民成為行動者。我們的活動不是「來我們這裡」才能參與，而是「我們到你們那裡」，不必舟車勞頓的到異地參與音像研習課程，或者到文教單位的放映廳才能觀賞影片，我們希望服務的是移動力的弱勢者。





在先前經驗的基礎上，我們先展開比「自拍」更能普及音像素養的前導型教育，與國中小學合作，利用學校的圖書館影音館藏，規劃設計校園微型影展活動，依影片賞析、認識作業環境和成為主角三部曲，讓影像更與自我生活緊密連結，更是推動美育最得力的觸媒。然而，影像教育的提升，需要技術的提升，更需要視角的提升，期待有助於開啓探索自我、關懷他者之眼的影像教育，能普遍融入國中小和高中生的學習領域，為社會培養未來媒體人才、提升數位競爭力。



# 媒體素養與科普傳播

## 台日媒體素養交流

鄧宗聖 (屏東大學科普傳播系 副教授)

# 公眾何時注意科學?

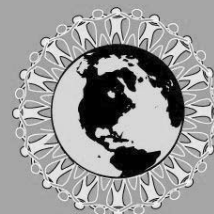
經研究證實.....

## 科學、科技與人

科學，假設與求證的知識論  
科技，應用科學知識的方法論  
人，賦予知識與方法價值的行動者



**SCIENCE**  
HELPS US UNDERSTAND  
HOW OUR WORLD WORKS.



**THE HUMANITIES**  
EMPOWER US TO  
IMPROVE IT.



## 媒體素養的內涵

核心概念	核心問題
1. 媒體訊息是建構的結果	Q1. 誰製作了這則訊息?
2. 媒體訊息建構有一套自成的語言	Q2. 這則訊息使用了什麼製作技術來吸引我?
3. 每個人都有不同的媒體訊息體驗	Q3. 他人對同一訊息的理解，與我有何不同之處？
4. 媒體的運作具有價值與意識型態	Q4. 此訊息再現或省略了什麼生活型態、價值、觀點？
5. 媒體訊息具有經驗與權利意涵	Q5. 為什麼這則訊息會被傳播？

## 誰生產訊息

華視新聞報導，有農民會為鳳梨打生長激素，加速成長，民眾吃了可能會性早熟，但許多農民直說，品種改良後很少人用生長激素，擔心不實報導影響產地價格，農委會農業試驗所也發表澄清稿件，植物生長激素和動物生長激素是兩回事，不能混為一談。民視也同時做一篇新聞報導，反駁華視的新聞資訊。

上下游新聞網也提出曾經有過的問題報導，先前就曾報導草莓遭染色，吃下去有致癌、洗腎風險；去年3月正值蓮霧產期，華視曾報導有蓮霧浸水後，用衛生紙一擦就褪色，質疑農民在蓮霧外皮染色，後來被農業改良場、農民、盤商駁斥，蓮霧本就有天然花青素容易滲出顏色，且外皮有蠟根本上不了色。

## 用什麼技巧吸引你注意

根據科學新聞解剖室的報導，媒體喜歡搭議題來發佈應景文章，其中有一種類型的文章是跟著節氣來發，稱之為「季節文」。

例如每到冬天的時候就會出現類似〈熱水澡「洗太久恐致癌」5分鐘就好或是〈氯甲烷與鹵乙酸是致癌的兇手 每天洗澡不當恐致癌〉這樣新聞，提醒大家冬天不要洗澡洗太久，以免自來水裡面的三鹵甲烷吸太多。即便2011年第一次被報導時，自來水公司就立即出來澄清，指出目前自來水中的含氯量約「0.2到1個百萬分之一」，是很微小、很微小的量，請不要擔心。但同樣的報導卻仍然每隔一段時間就會出現，到了2016年還是有報導這樣說〈洗熱水澡超過15分鐘恐致癌？醫師這樣說...〉，如出一轍、未經查證的內容反覆出現。

## 訊息如何傳播出去

我們可以從泛科學的網站上看到各種不同的文本生產者，包括書商集團提供的科普書籍資訊，可以包裝成一種科學文章《我們都被字型洗腦了》、公民寫手也可以透過對漫畫文本的討論建構自己的文章，如蔣維倫發表《工作細胞》：血管裡的微科學故事、社群媒體間可以透過相互轉貼成為生產者，如《關鍵評論》或《上下游市集》，類似編輯媒體平台，公眾參與寫作，則成為一種社群與大眾媒體間傳播互動的方式。中央研究院同時也參與這樣的傳播方式，提供相關內容，如《言之有物》。

## 同一個訊息他人與我之間有何不同的理解



THIS IS WHAT A  
SCIENTIST LOOKS LIKE

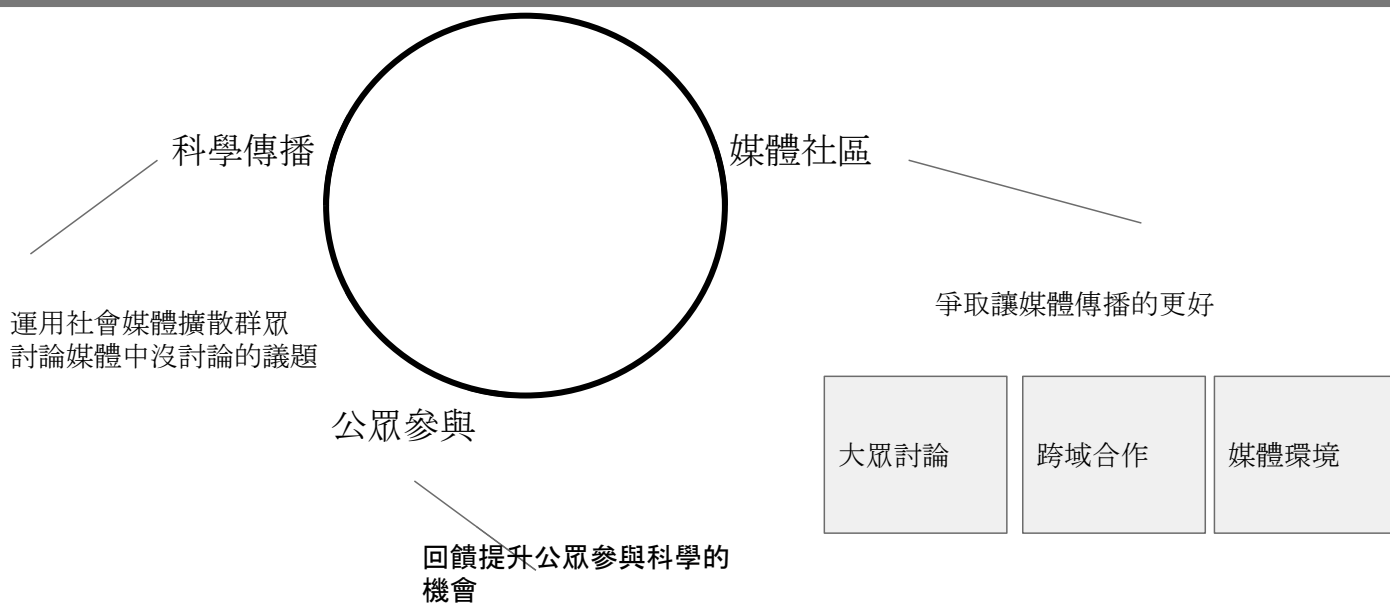
Change the perception of who and what a scientist is or isn't.

[HOME](#) | [ABOUT](#) | [STEREOTYPE](#) | [ASK](#) | [SUBMIT](#)

# 媒體訊息具有價值與意識形態



## 參與再設計



## 科學(菁英/公眾)教育的假設

ISAAC ASIMOV

以大眾為對象的科學題材會過於簡化，為了刺激感官而挑選題材，在時機成熟之前過早提出報導，未經科學方法驗證而導致錯物的預期等。此種說法隱含一個觀點。那就是民眾所可能接觸到的唯一科學資訊，都是由基本上與民眾一樣無知的人所經手。致力於傳遞科學知識的人士的目標，除了(應該)教育民眾外，(更重要的是)還要教育從事科學報導的媒體人。正式這個原因，才促成一個組織，公共利益科學團體 (Science in the Public Interest)

轉引自艾西莫夫科普教室，頁174

## 科學與科學家需要公眾共鳴

ISAAC ASIMOV

假定科學家採取一種態度，認為，我們是科學菁英，妳們則是無知的老百姓，而且恐派也會這樣無知下去，因為你並不想聽，就算想聽也聽不懂。如此一來，科學家就會變成傳教士，民眾(並不如這群菁英所想的的那麼無知與蠢笨)會對他們又恨又怕，或許他們確實有道理。如果科學家不願意費新陳述理由，解釋發現，險是自己的成果可以民眾帶來福祉，他們便會受到責難。核能技術多年以來的受害慘況便是具體實例。

轉引自艾西莫夫科普教室，頁175

## 科學家無法分裂 繁殖

ISAAC ASIMOV

科學家無法分裂繁殖，科學家生出的小孩也不見得會是科學家。我也沒有科學家祖先，我是由於年輕的時候沉迷科學書籍才接受徵召。我也收到無數人事的信函，他們在信中告訴我，他們是由於讀過我為大眾所寫的科學書籍，這才決定接徵召。就算科學教育只能做到這樣，那也值得。一旦科學家退縮到高傲的自尊中，並自我設限，一旦徵召不到新血，科學便會迅速萎縮。從事民眾科學傳播相當困難，這是事實，向研究受傳授科學菁華本身已經夠困難了。更何況要以從來沒有學習過理性思維技巧的「般大眾為對象。

由於事關重大，我沒有選擇的餘地，我們必須進行嘗試.....

轉引自艾西莫夫科普教室，頁175

謝謝聆聽





# 媒體素養與媒體教育的流變與思辨

吳翠珍（政治大學廣電系副教授）

論文發表於「二十一世紀傳播學門回顧與展望」研討會

2001年12月8日，政大傳播學院

來源：<http://www.feja.org.tw/modules/news003/article.php?storyid=108>

## 壹、前言

公元2000年由政大媒體素養研究室策辦的台灣第一次媒體教育的國際研討會，為台灣的媒體教育邁開了第一步的學術之路。研討會中發表了五場專題演講，分別由四位來自美國、西班牙、日本和澳洲的傳播教育學者就『數位時代的資訊素養』、『媒體教育的世界趨勢』、『西班牙語系國家的媒體教育概況』、『日本的公民媒介素養』與『澳洲的媒介教育政策』等進行演說。會中亦有國內學者和各界代表進行論壇，討論包括健康傳播素養、網路媒體素養、兒童青少年媒體再現、媒體性別再現、公民的媒體素養教學、社區和社會團體的媒體素養工作和媒介教育政等七個範疇的主題。值得註記的是，研討會中也針對媒體教育的定義與內涵曾多所辯論，也深度思考處於社會、文化、價值變動中的台灣，怎樣的媒體教育才是因地制宜，切時中要的方向？而在地的教育、文化、社會條件又將如何左右媒體教育的實踐？截至目前（2002年），以媒體教育之名為主軸的學術會議仍然只有前項會議，固然自1995年以降，陸續有些期刊論文與未發表之碩士論文以媒體教育為題，更有許多文章、學術性的研究報告，座談會的引言稿，甚或公共論域的讀者投書提及「媒體素養」或「媒體教育」，但是由於文章屬性不一且主題著墨差異鉅大，誠難以劃一的標準來審視這些文章的重要性。其實，此種媒體教育論述的眾聲喧嘩，正反映了媒體教育現況，不論是在自己次領域論述的範疇或是由他領域看待媒體教育的應用與範疇，都處在一個尚待界定的階段。

本章擬以國外**媒體教育的歷史演進**階段作為論述尺標，包括各階段的理論援引與對應的媒體教育特質，試圖將台灣近年來的相關論述與實踐加以釐析。本文冀期透過這個「檢證」的反思，透析出台灣媒體教育的發展脈落，勾勒媒體素養與教育未來進程的形貌。

## 貳、素養的意義

### 一、必也正名乎

翻開辭典，素養一詞的定義，包羅甚廣，如牛津字典（Oxford Dictionary）所標示：素養一知的狀態或質能；識字，與接受教育有關的狀態（literacy---the quality

or state of being literate ; knowledge of letters ; condition in respect to education ) 。而韋氏國際字典 ( Webster' s Third New International Dictionary ) 則具體界定所謂素養 ( literacy ) 是指說、寫、聽、讀的能力。literacy 一詞則源自literate，原指能寫、讀或具有知識與能力的人，亦可解釋為透過學習而具備說、寫、聽、讀或某種知識能力的狀態與品質。

素養指涉的是一種「有知」的狀態，而傳統上，「有知」的面向直指在教育過程中所習得對文字符號的說、寫、聽、讀的能力，而這種對文字的掌控能力的素養狀態的尺標也隨著歷史與地域有所不同。如在19世紀，美國政府明定literacy或a literate man為能夠讀與寫一個人的名字的人；而今日聯合國教科文組織則定義其為能夠理解並產製個人每天日常生活所需的簡單論述 ( Academic American Encyclopedia , 1987 ) 。

縱然素養的認定是以文字符號為依歸，但從14世紀印刷術的科技性革命後，素養從有權有閒的貴族、教士與富商的特權階級釋放至中產階級，更因印刷術與其他科技的發展所引發的一連串的文化與社會變革，素養的概念與意涵也有所變遷。素養一詞開始直指一個人受教育狀態與對多個領域有廣泛的知識，意即博雅之士。隨後素養也泛指對某個領域的了解程度或技能的精熟練，如音樂素養、文學素養等辭語。事實上，素養的中文定義---「經常修習涵養」 ( 梁實秋編，1983；夏征農編，1992 ) 屬較為廣泛與晚近的用法。

Goody(1973)曾直陳，素養就是「智識的科技」 ( technology of the intellect ) ，晚近Clanchy ( 1993 : 20 ) 更直接地把素養與科技畫上等號，其中的共同基本概念是突顯素養的非普同與非自然天成的型構過程，強調其具有高度社會與文化的在地性格。事實上，這種對素養採取較為開放的態度始自二次世界大戰之後文化相對論的崛起。法國素養學者Martin ( 1994 ) 指出，由於社會與人文學者自覺個體受到在地文化的教化，影響與框限其詮釋的觀點，因此想要全然客觀地解釋另一個文化無異緣木求魚。所謂素養狀態，恐怕必須回到各別的文化情境與社會條件，方能有意義地詮釋。

一般學者認為，有系統的素養研究大約始於在二次世界大戰之後 ( Tyner , 1998 ) ，而早期的素養研究，特別強調文字符號的掌握與培養，將素養當作是工具，探索人類如何應用這套工具來獲致高層次的心智過程。約在1920-1940年代間，此類論述透過資料的累聚建構與心理學方法的援引，試圖建立理論。然而，此種以文字作為至高無上的符號系統，把對語文的掌握認為是能力唯一指標的論點很快地受到後續學者的挑戰，尤以Goody與Watt為代表。

Goody與Watt從事田野調查，輔以民族誌法的資料蒐集方法，質疑過去獨尚文字的素養主張「一個人只要能寫就能想」 ( an individual who writes clearly think clearly ) ( Goody & Watt , 1988 : 58 ) ，因而力主書寫並非能表徵素養能力唯一的

面向，素養的意義必須回到個別的社會，因為素養的實踐層面不只是文字的書寫或語言的表達，還包括綜合各種能力的決策過程。

素養應包括綜合多元能力的論點可以1960年代在印度與中國大陸從事田野調查的人類學者Gough（1988）為例說明。Gough認為素養是指對知識有組織、累積、貯存與使用的能力，而這些能力的獲得，不盡然是從書寫獲得，係依賴科技發展與社會結構而定。晚近針對大眾傳播文本與書寫的競逐，Gough進一步表示，傳播媒體文本的普及無疑地把素養的概念從狹隘的語文形式中解放出來（Gough, 1988: 55-56）。另如Clanchy所言，素養本身就是一種形成紀錄的科技（1993: 20），文字可形成紀錄，媒體的文本亦然。

自此以降，素養的含義丕變。1970年代以後，素養研究以關注其歷史脈絡為經緯，從中尋找情境特定的意義。縱然在這一波的「素養擴展」期裡，各家論點仍然存在若干爭議與差異，對於什麼是素養的定義也未獲得共識，但在經歷研究面向的擴展、跨學門觀點的融入，以及研究方法的質量並蓄等大鳴大放過程，至少已對素養的概念有了梳釐與去迷思的作用。綜合觀而論，參酌Graff（1995）的部分觀點，素養有幾項特質：

- 1.素養是歷史產物，研究素養，必須考掘其所根植的歷史與情境脈絡。

- 2.素養尚缺強而有力的理論。慣以為常的二分法的素養檢驗，如，識字vs.文盲（literate vs. illiterate），書寫vs.口語（literacy vs. orality）等，都漠視了素養在實踐與理論上的複雜度。

- 3.素養的產生並非價值中立，自然天成。Graff的論點間接點出了素養的「論域」本質，意即沒有任何的社會質材（social material）是中性存在的，凡彰顯者都是經過產製、獲取、維護與保持的角力與競逐的結果。

- 4.素養有很多種，一些較為重要的素養只是在眾多素養中被突顯的結果。如識字能力自18世紀以來即被認為最有價值的素養，乃是長期以來學校論域（school discourse）與社會實踐中（social practice），將其他素養刻意貶抑為的結果。因此，素養一詞若只指涉文字的駕馭能力顯然不夠精準。

- 5.素養之間應無階級高下之分。進一步延伸上述「多元素養」的觀點，某些素養被視為是不可或缺是人為的結果，這並不等於其他素養的層次較低或較不重要。此外，素養的狀態是一個連續光譜，很難只用literate和illiterate加以描述。Graff也特別提及如果一個社會以制式的指標將素養以「有」（literate）與「無」（illiterate）的標籤化，則個人與社會都將為此付出極高的社會代價（Graff, 1995: 327-328）。

- 6.條條大路通素養。過去二個世紀來的教育發展，認為教育是國家的公共給付，需由公部門主導，因而造成了學校成為素養培育唯一的場域。事實上，從晚近的素養研究得知，素養可由不同的社會機構獲得，如家庭、社團、職場、媒體等都是獲得素養的來源，不應只仰賴正規教育體系。

7.多元素養能力屬共存（co-exist）而非取代（substitute）。就如同傳播科技的發展經驗般，電子媒體並未取代平面媒介；電視沒有替換掉電影，而互動數位傳播也不會消滅人際傳播；不同媒介的素養固有其獨特要件，其中諸多共通部分是在不同素養能力中遷移與流動。

## 二、素養即論域

上述討論已試圖建構「素養」的核心概念。綜而論之，素養從早期語文專擅的觀點，擴充至後期科技導向的流動論（literacy as technology），及至當代把素養當作是論域（literacy as discourse）加以定位。素養歷史學家們大致都認同，素養是歷史與情境產物，有此共識者包括Delpit（1995）、Fairclough（1989）、Giroux（1988）、Kress（1985）等，其中Gee（1996：143）從社會語言學的觀點去界定素養，主張素養即是次級論域之掌握（mastery of a secondary discourse）。而所謂次級論域，有別於一個人出生即存在之家庭與既定的社會認同等初級論域，指的是社會化過程中所接觸的次級團體或社會組織等。素養即論域的意涵則超越語言文字的說寫聽讀的範圍，更包括說話方式、聆聽、行為、互動、價值展現等「社會位置」（social positions）的展現（Gee，1996：128）。也如傅柯（Foucault，1972；1977）所言，所有論域皆為歷史產物。沒有任何文字論述是在歷史脈絡之外，也不能脫離真實產製的政治之外（the politics of truth production）。素養的能力面向與其代表的社會意義，顯然也是情境時空的「限定品」，而非千古不變的真理價值。

## 三、媒體素養的意涵

媒體素養學者Olson（Olson，1977）對於素養概念加以擴充，明白地把「媒體素養」歸到多元素養的一環之中。Olson指出，假使素養的概念只侷限於對文字符號的掌握，或者只對文字所再現的敘事加以瞭解，如此將會窄化語言與知識的互動性。因此Olson特別點名電子媒體對於擴充素養概念的貢獻。從符徵層面來看，電子媒體以影像與聲音運用具象的符號元素來表意，再者，其表徵的結構與意義，在傳播科技的衝擊下，為了能反映社會、經濟的變化，媒體素養的意涵必須與時俱進方能滿足媒體導向資訊社會的需求。

就如同社會與文化間快速互動，傳播內容的易得、匯流與私有化的趨勢，致使媒體素養的核心概念勢必跨出以媒體形式（form and format）作為界定的格局。以電視為例，至今問世已半世紀，仍然是人類接觸最頻繁的媒體，而電視它除了具備影音的媒體特質（media attributes）外，它更涵蓋了劇場、電影、報紙、競技場、會議廳、廣播等功能。如此一來要建立「電視素養」的知識體系並使其獨立於其他媒介無異緣木求魚。可見，媒體素養的內涵必須是跨媒體，宜擷取各類媒

體符號特質的共相—結構、慣例、成規、閱聽模式等，建立核心概念以取代以媒體類別區分而導致支離不整的「各類媒體的素養」，如電視素養、電腦素養等。

若回歸素養的符號來源，媒體素養一辭的說法則以Kress（1992：93）的主張較為閱觀。素養包括三種意義：

- 1.從一個符號系統譯碼至另一個符號系統。
- 2.在特定符號系統中，其獨特的精神、物質，以及意義形式的呈現與記錄系統。
- 3.意義製造與再造的可能性，其產生是媒介特質符碼的效果。

承續前述對素養概念的陳述，有關媒體素養的主要意涵歸納如下。

- 1.媒體素養是當代公民必須具備的多元素養之一；
- 2.媒體素養強調從論域的觀點關注媒體訊息的形式與內容，歷史與情境因素的洞察；
- 3.媒體素養是多重能力綜合的表現，無須在個人間相互比較，但有個體自我覺知的需求；
- 4.媒體素養是多元素養，可以包括傳統的語文素養（traditional text-based literacy）、工具素養（tool literacy），與再現素養（representational literacy）（Tyner，1998）。

#### 四、媒體素養的需求與內涵

綜觀而論，資訊社會需要媒體教育以培養具有媒體素養公民的理由大致可歸納如下：

1.媒介消費的時間在日常生活作息中佔有重要比例。如台灣國小兒童扣除上學、睡覺、交通時間外，每天單花在看電視的時間大約佔餘暇時間的三分之一。如果再扣除做功課、上課後輔導教學時間，則觀看電視時間幾乎佔兒童休閒時間的二分之一（吳翠珍，1997）。國中與高中生看電視的時間略少於國小學生，但是青少年接觸電視與使用電腦遊戲與上網際網路的時間逐漸增多，媒介化資訊（mediated information）顯已經成為兒、青族群資訊來源最重要的管道。

2.媒介化的資訊充斥著意識型態。在媒介內容商業化的過程中，經常滲入政治經濟影響力，形成一張重覆主流價值與商業文化的天羅地網。一方面，媒介再現的意見市場、人際關係、社群互動在全球化經濟規模下日趨單元與均質化。另一方面，由於傳播科技與電腦科技緊密結合，媒介產製者為了競爭遊走於法律邊緣，生產挑戰社會民俗道德價值標準的眾多資訊。無論是商品化的主流傳統或是挑戰民俗民德的另類資訊，媒介無疑是「意識型態工業」（consciousness industries）的主要產製者（Masterman, 1985：4）。

3.媒介消費者與媒介產製者之間存有不平衡的關係。如上所述，媒介專業走向財團化（資本集中）與全球化（謀求最大經濟效益規模）的趨勢下，媒介資訊提供者所供應的資訊與媒介消費個人所應瞭解的資訊之間存在高度不平等關係。媒介組織多是基於商業利益考量，而非從民眾「知」的權利的關照產製資訊。

4.媒介資訊私人化高張而民眾傳播權的覺知尚待啟蒙。媒介私有化與整合後，資訊成為經濟體系的生財核心，導致資訊秩序的扭曲，因而傳播權的主張與覺知是建立新資訊秩序與平衡媒介資訊私人化的基本公民素養。

5.媒介與民主政治關係密不可分。現代社會的政治體現常由選舉制度展現，而選民投票行為的資訊來源亦大都依賴媒介呈現政治活動。易言之，媒體已經直接參與民主過程，影響多數人的政治判斷。

而媒體素養的內涵則可歸納出五個面向，每個面向（圖：【媒體素養面向與教育目標】）的教育目標如下：

#### 1.瞭解媒體訊息內容：

- (1) 瞭解不同媒體的表徵系統（媒體語言與成規）；
- (2) 瞭解媒體類型與敘事如何產製意義；
- (3) 瞭解並能應用媒體製作技巧與技術；
- (4) 瞭解科技與媒體文本的聯動關係。

#### 2.思辨媒體再現：

(1) 辨識媒介內容中年齡、性別、種族、職業(階級、性傾向等各種認同面向的)刻板印象和權力階級間的關係；

(2) 比較媒介內涵與實際生活中的情境、人物、事件等媒介與社會真實的關係；

(3) 解讀媒介角色所呈現的價值意涵與意識型態。

#### 3.反思閱聽人的意義

- (1) 反思個人的媒體行為；
- (2) 瞭解個人與文本的意義協商本質；
- (3) 瞭解文本的商業意涵「閱聽人」的概念；
- (4) 認識廣告工業的主要概念：收聽/收視率、廣告的社會與文化意涵。

#### 4.分析媒體組織

- (1) 瞭解媒體組織的守門過程如何影響文本產製；
- (2) 檢視媒體組織的所有權如何影響文本選擇與組合；
- (3) 瞭解公共媒體與商業媒體的區別；
- (4) 檢視資訊私有化的影響。

#### 5.影響和近用媒體

- (1) 瞭解媒體公民權的意義；

- (2) 實踐媒體近用；
- (3) 區辨被動媒體消費者與主動媒體閱聽人；
- (4) 主張個人肖像權、隱私權；
- (5) 主張公共資訊開放

### 參、媒體教育發展的流變

由學理來看，媒體素養的概念與媒體教育的實踐，二者互為表裡，不能或缺。但是從歷史沿革的實踐面來看，二者並非平行發展。媒體教育一詞多見於歐洲國家，較早把媒體教育實踐面設定在正規教育裡。而以美國為主的媒體教育覺知較晚，或受資本主義商業媒體的掣肘，或因地方分權的教育體制，媒體教育遲遲未能在正規教育系統內運作，一向以媒體素養稱呼，且多以非正規教育的形式存在。

為了能較全面瞭解媒體教育的流變，似有必要將歐洲自1930年來的媒體教育，以論域的角度分析其歷史脈絡與實踐面向。以下即擬以英國的發展為討論的標的，原因有二：首先英國的公共傳播（broadcasting）發展的歷史背景，媒體教育之發軔也最早；另外，英國的媒體教育的發展扣緊前述素養概念的擴展進程。將媒體教育歷史分界與分類的目的，主要是歸納媒體教育各階段的學（理論）與術（實踐）的特質，作為評析與凸顯台灣媒體教育的相關文獻論述的屬性。

英國在媒體教育的發軔較早，所累載的論述也較豐，放眼全球實施媒體教育的國家，無論從源起的歐洲，到北美洲、亞洲、拉丁美洲、澳洲等地，縱然在內涵上略異其趣，但是深究各個國家(或機構組織)所揭示的使命與目的，少有超越英國的思維模式。以下試圖由英國極負盛名的媒體教育者之一Len Masterman對英國媒體教育進程的歷史脈絡劃分為分界，並輔以描述媒體教育與每個階段的傳播理論的聯動關係。

媒體教育的概念和實踐與在地的文化、社會脈絡有著不可切割的臍帶關係，任何社會所實踐的媒體教育只有內涵的不同，沒有質的高下。但是為了能窺知其較完整的形貌，可以從實施的較早的國家媒體教育的轉變脈絡，究其變因，觀其成果，進而自省並思考台灣的現況與困境以及超越之道。

#### 一、發軔期：1930-1960免疫式的媒體教育取向

傳統文化尤其是以文字形式記錄者為最，是菁英份子用以發聲與定義文化與社會實踐的主要工具，相較之下大眾媒體所產製的大眾文化對菁英文化有莫大的威脅。1938年英國的教育報告裡累牘長篇地聲伐媒體「…腐敗了後代的品味與習慣」（media corrupting a whole generation）（The Spens Report，1938：222-230，轉引自Masterman，1985：14；Graggs，1992：10），而此時電視尚未問世，電影與



廣播方興未艾，顯然，英國的菁英階級當時即已意識到短期內大量且擁有穩固閱聽人的低文化(low culture)正以迅雷不及掩耳的速度經由大眾媒體，逐漸獲得定義文化品味的正當性，因而意味著菁英的高文化(high culture)的敗退與失恃。而教育體系一向作為穩定而維護精英定義的社會「現狀」，身為國家機器的一環的學校因此在高低文化抗衡上被賦予扮演主動介入文化品味的捍衛角色。

1930年代至1960年左右的英國媒體教育就在上述的社會背景中，並在教育與媒體對立與競逐的冗長30年中緩慢發展。教師被視為關係著文化生死的聖戰之士。也正因为媒體教育被賦予如此重責大任，這種所謂「免疫式的媒體教育取向」(inoculative approaches)持續了30年，其影響既深且廣。時至今日，環顧全球（包括台灣在內），仍多持這種防衛性、家父長式的觀點作為媒體教育的準則。

在1930年左右（甚至至今），被期望挽救文化的英國教師們對於媒體的通俗文本已有兩派看法，其一認為大眾文化內容盡是瑣碎浮物，根本不具作為教育領域探索的價值，因此予以漠視是最佳策略。另一派思維則是眼見大眾文化不可抗拒地排山倒海而來，學校除了膚淺的情緒性反應，應該有更積極的作為方能真正地捍衛文化。因此，學校不再阻隔大眾文化於校門之外，反而須在教學上引進大眾文化作為比對的低標，藉此建立學生「區辨」(discrimination)的免疫力。概言之，藉由相互比較具有「恆久價值」(timeless culture)的「真正高級文化」(authentic high culture)與「反文化」(anti-culture)、商業性質的大眾媒體文化（意味著短暫的、低俗的），媒體教育目標在促使學生發展分辨能力，具備優良判斷標準與品味(Leavis & Thompson, 1948)，大眾/媒體文本有目的地被排除在「文化」的範疇內，充其量所謂的「大眾文化」不過是朝生夕亡的「大眾文化」而已。

此階段的媒體教師們(通常是語藝教師)的作法是從下列幾個面向來「檢討」(scrutiny)大眾文化的文本，如通俗小說、婦女雜誌、兒童漫畫書等，其共同的罪狀是：(1) 語言的通俗化、(2) 標榜物質主義、(3) 缺乏創意；其中，最熱門的攻伐對象是廣告文本。或許基於英國公共媒體制度深植人心，廣告文本所表徵的不只是產品促銷，更象徵著商業邏輯運作下，閱聽人無可抗拒地落入被操弄的危險中。

由此，大眾文化的文本正好彰顯了菁英文化的「優良」--代表了千錘百鍊、創作價值以及文化的無價（不可為商業而服務）。這個大眾文化對抗千年菁英文化的「文化聖戰」相持了30年之久，直到1960年代「流行文化運動」(Popular Culture Movement)崛起，媒體教育才有了轉向。Masterman (1997: 21) 強調21世紀的今天，歐洲的媒體教師雖然不再言稱「大眾文化是文化沉淪的禍首」，但仍然指出，一般教師仍存有這種防衛與抗拒大眾文化的態度，而且仍屬普遍，足見免疫式的媒體教育影響之深遠。

## 二、挑菁去蕪期：1960-1970之流行文化運動

1950年代晚期，蔚為風潮的電影研究與理論無疑地對媒體教育的取向有重大的影響。電影是繼15世紀書寫科技之後的至為重要的大眾傳播科技。由1930年的默片至1960年，電影工業已成為流行文化的重要指標，深受大眾喜愛。而” Screen Theory” ,” Cahiers du Cinema” 等嚴肅討論電影的專業期刊也促使電影成為一個獨立研究的領域，此時歐洲與北美等地更在高等教育體系裡開設電影研究的課程，電影開始以大眾文化之身，登入學術堂奧。電影大眾文化與文學菁英文化同是學術研究的素材，而「導演論」又與「作者論」並駕齊驅地被論述與詮釋。

這個時期的教師深受電影的影響（教師自身的媒體經驗），對於大眾文化開始有了不同的看法，至少不再認同所有大眾文化是文化淪喪的淵藪，並從自身的媒體經驗中感受大眾文化（尤指電影）的文化與教育價值。於是媒體教育的立足點逐漸走出捍衛文化傳統的封閉防堵策略，步向疏濬式截莠取優的品味區辨。由今觀之，1960至1970年的流行文化運動帶給媒體教育的正面衝擊，促使媒體教育正視大眾媒體與流行文化是生活與文化實踐的一環。此階段的媒體教育內涵仍將重心放在「區辨能力」的品味培養上，尤其是媒體內的去蕪存菁。媒體教育的目標在使學生能分別出「好」電影、「好」電視或「好」報紙與「壞」電影、「壞」電視或「壞」報紙的不同。事實上，這個階段的「保護主義」色彩仍然濃厚，而所謂接受大眾媒體/文化的範疇也大多侷限於「電影」單一形式。值得一探究竟的是，這個階段的媒體教育接受電影晉身於「正視」文化的一支，其原因在於電影人口在1960-1970年代，由於受到電視的排擠作用，不斷下滑。再加上電影研究中「導演論」（authorship）的定位，使得電影的文化位階高於電視、廣播與報紙。簡言之，文化的菁英觀點仍然是此一階段媒體教育最後一道防線。

然而，在流行文化中建立大一統品味區辨的媒體教育取向很快就遭到困境。首先在缺乏理論靠山的情況下，究竟誰的品味才屬權威，是影評人的文學/藝術觀點，抑或是學校老師的教育/文化再製主流立場，或是學生自身的媒體經驗自覺？顯然，在缺乏周全的觀照下，媒體教育實施上的盲點叢生，大致可歸納出二個困境：

### 1.文本決定論的片面欠全

練習區分品味係從文本分析切入，源自文學的文本分析固然有其重要參考價值，然而無法觀照大眾媒體（尤其是電子媒體）的結構面與制度面，如文本分析大抵無法洞察媒介所有權、控制行銷、市場以及集體消費等非文本因素，而這些因素卻是瞭解大眾文本與品味如何形塑社會價值的重要關鍵。

### 2.品味與價值過於單元

學校的目的在於傳遞一些「永恆的價值」，因此透過「經典」的閱讀、習作與生活實踐，價值得以延續。然而在文化品味與消費這個面向，文本的價值必須

經由「讀者」或「閱聽人」的詮釋（interpretation）。而個體詮釋與價值判斷的基礎不僅來自學校，還摻雜個人特定的文化與社會脈絡背景，當媒體教育試圖建立共同價值/品味時，必然會面臨以下的問題：依誰的價值/品味？價值/品味的目的何在？價值/品味的判準為何（Masterman, 1997: 24）。這種大一統的品味形塑傾向把所謂的品味價值視為是一種無機狀態的文本品質，而不是各個釋義社群之各盡所能、各取所需的有機作用；前者強調的是評斷性的整體價值判斷，而後者則認同探索性的個別價值澄清。

顯然，勉強依附在電影理論/研究與搭上流行文化運動的浪潮，以品味區辨為主體的媒體教育取向很快地就面臨轉向的需求。1970年代後，一方面電影工業逐漸式微，取而代之的是更為「大眾」的電視工業及其衍生出的更「深骨入髓」的文化工業，以及對這種現象的反思。另一方面，文學品味的提升與廣告形式的防禦等個別點的問題已經不足以反應媒體發展的全面性的影響。因此，全觀性的文化研究觀點也適時地被接引到媒體教育內涵中，包括以符號學為基礎，從意識型態相關理論切入，以及對媒體生產與消費的社會脈絡的瞭解的皆可屬之，媒體教育正式由實踐面的操作取向轉向尋求更為貼切的理論的支撐。

### 三、理論取向期：1970--1980

媒體教育自1930年，歷經近半個世紀的發展，在1970年代終於有了尋根的轉向。呼應前面所歸納的素養研究的發展發現，媒體教育也是從獨尊語文的菁英文化遺產，到依隨傳播科技所產生的大眾媒體的起落而游動，大致從實然面反求可以接攘的相關理論，終究缺乏由應然面著力的學理的支撐。隨著科技形式的改變而牽就的教育內涵的確無法為媒體教育的核心概念定位。而隨著素養關照的論域觀點，媒體教育開始從文本再現的角度與閱聽人文化研究的取向，向若干理論靠攏。而反思教育系統透過社會與文化複製主導發聲與定義權的再概念化運動，實際導致了後來媒體教育從批判理論找到理論基礎，並據此而有所推進。

#### 1. 符號學與媒體教育

主要是借取法國Roland Barthes（1973）主張文化即生活的基本立場，以符號學理論著眼，分析大眾文化商品與媒介文本，如摔角、玩具、橡膠產品、脫衣舞等通俗文化的現象。媒體教育從符號學裡提取了「再現」的觀點，延伸了學習目標—了解媒體的人為建構本質，即所謂的「去自然化」（de-naturalization）。媒體教育也因此試圖發展出跨越以媒體形式作為知識分野的學習內涵，而再現的議題可以從報紙、電視、通俗小說等不同的媒介橫切探討，強調媒介是再現而非反映真實的特質。Barthes對媒體教育最為重要的貢獻即在於認同大眾文化是生活實踐的客觀事實，因此俯手可拾的任何媒體文本（如一張觀光地圖、一幅商品廣告等）都可等同於一首詩或一篇嚴肅文章般地被分析，且具備同等重要的文化位階

與價值。此舉的確從根本上與先前以培養區辨品味的媒體教育有了重大分野。媒體教育發展至此走到也轉向一個概念層次較高但也同時更貼近文化實踐的地標。文化實踐就是生活實踐（culture as ways of life），人的媒體行為即是文化表現，教育系統須加以正視。

另外，從符號學的觀點出發，媒體有其特殊的「語言」或符號系統。同樣源自1963年代法國的學者Jean-Pierre Golay的重要著作Language of Image and Sound，在1974年由英國British Film Institute（BFI）翻譯成英文，對後來媒體教育的發展也有重大影響，適時地提供了當時英文教師在日漸衰微的電影研究之後有了更寬廣的媒體教育素材，而BFI的英文譯作更使這個原來以電影研究為組織關切主要面向而擴展到其他的媒體形式。至今，BFI仍然是英國媒體教育學術研究、教材發展、出版與推廣最重要的機構之一。

## 2. 意識型態與批判教育的核心概念與媒體教育

自1930年代德國法蘭克福學派嶄露批判視野後，即對媒體與文化工業多所著墨，其中以Althusser把教育體系與媒體同視為意識型態與國家機器一論直接鋪設了媒體教育可以發展的領域。媒體與教育系統的論域皆藉著產製虛假或符合權力既有者的意識型態對弱勢團體灌輸優勢的價值並巧奪其利益。主張以批判教育觀點來架構媒體教育的中心主軸是1980年代後期至今仍方興未艾的趨勢，重要的倡議者包括：拉丁語系學者Freire（1989），Aparici（1990）；英國Sholle & Denski（1994），Buckingham（1992，1996，1998，2001），南非Cortes（1995），美國Giroux & Simon（1989），Sullivan（1987）等。Althusser認為媒體是建立社會「共識」的工具，如同學校是再製社會現況的主要國家機器般，在產製、組織、分配、利用等過程中受到主流或當權者意識型態所牽引，而由於媒體所衍生的大眾文化工業，在資本主義當道成為文化產品的「守門人」後，媒體基於利益追求，假文化服務形式（告知、娛樂和教育），操作了非自發性、物化的、非人性的虛假（文化）意識。媒體教育老師本身就在重製主流的教育系統中，同時也負有引領學生思辨媒體製造意識的責任，藉著教育與傳播批判理論的援用，引領媒體教育從靜態的，孤立的文本分析，擴伸媒體文本必須在動態的物質運動（physical movement）中加以思辨。

## 3. 文化研究與閱聽人的主體性與媒體教育

媒體教育的終極目的在有了理論支撐後，展現了較過去更為宏觀的形貌，朝向自主性的思辨涵養發展，而馬克思主義，尤其是新馬克思主義的意識型態理論基礎，與文化研究中重視閱聽人主體性主體性的論點等，的確提供了媒體教育作為再現系統研究分析的典範，大幅度提昇了解構文本的深度，更加重視情境與因果關係的鉅視審視，超越了以釐測海的品味區辨。

### 肆、 新世紀媒體教育內涵的思辨

一般人對於歐盟的發展多僅注意其經濟面向，包括貨幣與其他商業行為的規範，其實早在1989年歐洲國家教育部長會議所宣示的「媒體與新科技教育」決議文(Resolution on Education in Media and the New Technologies)已將媒體教育的發展與因應新科技的實踐內涵加以陳述並獲致共識，該文件有下列幾項要點

(Masterman, 1997)：

- 1.因應新科技與媒體的教育，必須具有「賦權」(empowering)與「解放」(liberating)的積極目的，使得未來公民具備政治的敏覺；
- 2.媒體教育的目的在使學生具備對大眾媒體的生態、結構、運作機制以及媒體訊息的思辨性了解(critical understanding)；
- 3.學生的媒體素養應積極表現在產製與創作訊息上，並能近用與參與媒體；報紙、電視廣播無疑是現代人重要的文化經驗來源，因此媒體教育的實施應及早在正規教育中進行；
- 4.父母在媒體教育的實踐中不應缺席；
- 5.未來的研究方向之一，是了解學生的媒體知識與學校知識的如何透過媒體教育相輔相成；
- 6.媒體教育的價值在於不斷檢視與反思傳播與資訊的倫理議題，而教師作為媒體教育的執行者必須扮演提問者的角色；
- 7.在資訊充斥的時代裡，媒體教育的終極目的不只是使學生適應新傳播科技所帶來的轉變，更在積極透過人本關懷的反思，促使外在世界的回應媒體教育的持續思辨。

綜析歐盟對媒體教育的揭示，我們可以據此歸納出其重要精神及其背後的思維，本章接續鋪陳新世紀媒體教育的三個主要思辨點鋪陳，包括媒體教育的知識觀，教育者的教法與角色以及學生的學習位置。

## 一、媒體教育的知識觀

媒體教育的知識本質不同於傳統教學以內容為主的知識(content-based knowledge)，它是在辯證過程中，個體詮釋的實踐性知識。科學的理性知識是用來解決事實層面上的技術性或工具性問題；而實用知識是一種涉及價值判斷，用來建構選擇與實踐目標之間的關係性知識，即所謂的實踐的認識論，或可稱之為行動中認識(knowing-in-action)，知識的設計與選擇須回歸到個體處理資訊的能力與選擇資訊的框限。

媒體教育的重點之一在於重新界定「知識」的「質」與「能」之間的密切關係。媒體素養知識強調主體觀點，不同的社會歷史背景與及情境脈絡的影響，都是媒體與個體之間關係形構的互動因素，若是把情境從媒體與人抽離，意義便無法形成。執此之故，媒體教育知識的形成是一種相互主體性的價值辯證的過程，

在過程中不斷釐清概念與價值為何。由此看來，媒體教育的溝通（或稱教學）基礎在於建立一個多向的理解情境。阮新邦（1997）將理解歸類分為三種：

- （1）實證論認為理解社會現象是有一套約定而成的客觀標準；
- （2）現象論認為要從被理解的角度入手；
- （3）詮釋論則主張理解是雙向的。不同的理解所產生的詮釋，賦予了社會現象不同的意義。

媒體教育的資訊思辨能力之建構傾向詮釋論的觀點，強調知識的內化與涵化是由個體與所處社會的連動過程。媒體教育本身的特質在於多向的理解與溝通，藉由平等溝通位置而獲得新的意義與詮釋，這是一種建構論的知識觀。

## 二、媒體教育者的角色與教學教法

教師在媒體教育中的角色，不是傳統作為技能動作的程序性知識或語意認知的陳述性知識的傳授者，而是一個「蘇格拉底式教學」（Socratic method）的提問者。反思是媒體素養所依憑的檢視基礎，對學生與教師皆然。具體而言，教師應時時藉由對當代傳播與資訊倫理問題的檢視，作為進行與引導媒體教育學習的來源。更重要的是，媒體教育的目的不能只是積極地在學校圍牆內不溫不冷的了解媒體、思辨媒體，還須近用媒體並與外界產生對話，期許媒體公民權的實踐。

由於過去研究發現媒體教育執行者對於媒體教育的概念是隱含的認識（tacit knowing），意即對媒體教育的想法與行動處於「知其然」而尚「不知其所以然」的階段。為進一步促使媒體教師一方面超越免疫式的媒體教育觀，另一方面由實踐的知識觀反思與建構媒體教育的教學教法，媒體教師可由行動研究（action research）的思維與步驟獲得養分。

行動研究由社會心理學者Kurt Lewin所提出，試圖整合知識與實踐的研究，強調行動情境（action-context）中科學知識與學習活動之間的互動與貫穿。行動研究主張知識的內化與實踐並不具有放諸四海皆準的客觀單義性，而是在特定的情境社會與歷史中展現意義，意即知識是知與行的相互主體中，透過辯證方能定調（夏林清等譯，1997）。

行動研究的前提是，有鑑於人們習慣於日常生活中的活動，很難清楚意識到自己的生活價值觀體系背後的概念，而行動研究將其認為理所當然的知識背景重新重新脈絡化，使複雜的深層結構得以浮現，與哈伯瑪斯的溝通行動理論，有不謀而合之處，也就是探索表面意義背後的道理，使個體主動釐整價值取向，這些概念正是媒體教育的終極目的。

媒體教育教師在概念的步驟化上。是從體認「行動中認識」的本質到培養「行動中反思」的能力，再推進至「對行動的反思」的實踐，分述如后（夏林清等譯，1997）。

1.行動中認識 (knowing-in-action) 有幾個前提： (1) 認識 (思考) 與行動無法斷然切分；

(2) 個體通常對於如何獲致此行為的知識來源是無自覺的；

(3) 行為者也通常無法用語言清楚明白的表達實踐知識，因為人知道的比能言說的多，語言與真實不完全對應。

2.行動中反思 (reflecting-in-action)

行動研究的首步在於體驗個體知識的建構往往是在行動中產生，因此若非經過積極思考的過程，「知其所以然」的後設認知不會產生，認識也無法跨越不同的情境脈絡。

3.對行動反思 (reflecting-on-action)

個體進一步從不斷對行動反思中增進了分析與重組知識的能力，也增加了知識流動性的可能。

另外媒體教學應避免教師主觀或主流的評估，取而代之的是「認同、了解」(recognize) 學生的文化經驗，接受學生文本觀看所產生的愉悅或認同。媒體教育必須在同理的前提下出發，在文化品味的相互認同基礎上，方能有超越認知層次的可能，推向多元同理的文化品味才能有多重的動能。

### 三、學生的角色

媒體教育強調師生間「對話」的實踐意涵，將對話視為行動之一，認為對話與其他的人類行動一般，充滿多義空間，也披露了個體做決定或行動之後的隱含知識。因此媒體教育中必須關照教師與學生語言的相互主體性的問題，推論對話意義，除了由相關的、可直接觀察到的外顯資料外，言者與聽者的社會、文化情境意義的相互主體性是詮釋的重要考量。

學生作為學習者，其主體性必須在媒體教育中展現。首先，學生由家庭（甚或社會）所帶進教育系統的媒體經驗與媒體知識有其不容忽視或「低視」的經驗價值。媒體教育不僅要尊重個體在心理、生理、社會等發展上的個別差異，也強調正視學生的媒體文化經驗差異，包括同儕之間與師生之間，同時也應了解這種媒體文化的經驗往往與學校賦予的知識經驗需要相互成就。

媒體教育應避免過於強調學生去檢視媒體表現，導致忽略了個人層次與次級團體/次級文化中的媒體經驗與實踐的影響。個人媒體行為中愉悅的經驗必須被肯定外，媒體在個體的生活經驗中的複雜面貌也需探索。由於媒體經驗很難也無法完全與生活其他經驗完全切割，因為媒體經驗，也是「關係」的經驗；不只是個人的，也是人際的與團體的；是家庭的，也是社會的；是行為的也是文化的。媒體教育並非為一般印象中僅僅是關於媒體與個人之間的關係，事實上媒體只是一個中介物 (mediator)，媒體的內面隱藏著政治與商業的結構問題，以及所有

正在發生的社會、個人生活事件。媒體教育教師在面對學生時先要準備回答下列問題：（吳翠珍，2001）

- 1.學習者對於媒體知道什麼？
- 2.學生的媒體經驗為何？
- 3.我們要提供什麼樣的知識與學生既有的經驗與知識連結？
- 4.媒體教育的內涵與知識對於學生構成什麼意義？

#### 伍、台灣媒體教育論述分析

研究者曾分別由「媒體素養」、「媒體識讀」、「媒體教育」、「電視素養」、「電視識讀」等關鍵字，從「中華民國期刊論文索引系統」與「國家圖書館博碩士論文摘要檢索系統」、「國內圖書館虛擬目錄中」等資料庫進行聯集和交集搜尋相關文獻。過去許多台灣學術論著與媒體教育推動團體慣以「媒體識讀」為名，用以指涉媒體素養（literacy），而「識讀」一詞以偏重文字媒體的閱讀和書寫，無法反應素養的多元內涵，但為蒐尋台灣在地媒體教育的文獻，故仍須引用「媒體識讀」、「電視識讀」作為資料搜尋之關鍵字，以求論述的周全，總共獲得38筆資料，經過審閱，大至可分為期刊論文（7篇）、刊物專文（19篇）、與碩士論文（11篇）、專書（2本）等四大類，其中又可區分為直接相關與間接相關兩類（見附錄）。以下擬由文章的理論或觀點、素養觀、媒體教育的核心概念、媒體教育的教育學取向以及在地應用與實踐等面向，綜合歸納相關論文的特徵。

#### 一、理論或觀點

除了少數碩士論文外，大多數的文章對於媒體素養或媒體教育的理論著墨不深。究其原因大致有二：其一文章中的主要研究論述係由其他領域的觀點切入，如認識心理學、基模理論、社會學習理論等。經過實證調查或文本分析後，直接導入「閱聽人需要媒體教育」的結論或建議，並未特別定義媒體素養/教育。另一種則以直接訴求評析媒體表現的失序，繼而直接訴求媒體教育，用以匡正媒體或淨化視聽。許多一般性的文章常常出現將「媒體教育」當作對抗惡質媒體的萬靈丹。綜而論之，大部分的篇章由於對於媒體素養與媒體教育的內涵與實踐採取「不明可喻」的立場，因此缺乏討論。另有若干文章（尤其是篇幅較長的碩士論文）雖然會描述英國或其他國家的媒體教育實施方案，從中擷取部分內涵，但是由於對國外媒體教育實踐面（如媒體教育的教學單元）的情境因素及其歷史流變未能掌握，致使移植在本地實踐上有若干失焦。最明顯的是「品味區辨」式的知識權威在諸多文章中處處可見。

值得注意的是，自2001年有7篇碩士論文以媒體教育的研究題旨，並有2篇（張毅民，2001與朱其慧，2001）從非營利組織的公共關係與社會行銷的觀點討論台



灣目前較有系統的幾個從事媒體教育組織與機構的作為。另有多篇出於師範院校，係以節目類型為討論範圍，並有課程設計與教學實驗。另有1篇（許怡安，2001）是以網路媒體素養為研究重點，跳脫了過去幾乎全部以電視作為媒體教育對象的侷限。特別有2篇（林愛翎2000、章五奇，2001）是從媒體公民教育與批判教育學的觀點探討媒體教育，這2篇由理論著眼，鋪陳了媒體教育的根源（批判理論）與去向（理性溝通的媒體公民）。

前述2篇論文的理論觸及社會符號學、再現文化、霸權、文化研究、批判教育學等。梳理其細枝可以綜論，皆未跳脫出批判學派的前提假設，這正是近年全球媒體教育理論依歸之向。不論是強調媒體素養即再現素養，或者修正媒體教育為思辨媒體教育（critical pedagogy of media education），目前台灣的相關論述亟需在理論這部分有更多且更深入的思考，方可朝向理論紮根、實踐有據的成熟媒體素養邁進。

## 二、素養觀

核心概念的範疇有賴素養觀的引領，也是台灣媒體教育文獻裡較缺乏的論述，如素養概念的多元化，不同素養的重疊與匯流、由敘事性（narrative）、說明性（expository）、記錄性（documentary）、工具性（instrumental）到再現性（representational）之素養內涵也尚待析釐與整理，而素養即論域的觀點功能也猶待探討與辯證，方能貼近在地的實踐。

## 三、核心概念

固然媒體素養與教育的落實宜因地制宜並需反映生活與文化的實踐面，但仍需掌握若干核心概念。從現有的論著來看，媒體教育的核心概念尚屬人言言殊，缺乏主軸，不言可喻，這個現象與理論或觀點的認知互為環扣。近年來許多大專院校開始開設媒體教育或媒體識讀等相關通識課程，更多則仍然沿用專業科目名稱，後面加上「概論或與生活」等（如「媒體與生活」），並將歸諸為媒體教育的範疇。也如同這個領域的論述尚待核心概念的討論和建立，課程的核心概念如閱聽人的位置、媒體的近用、意識型態、建構、再現、論域、解構等核心概念的論述均待統整。

## 四、媒體教育學的取向

簡而言之，教育學（pedagogy）的主要內涵包括就是教材與教法，也就是透過何種知識傳遞取徑；在什麼樣的學習情境中，學習哪些正式課程與潛在課程。相關文獻中對媒體教育學的取向約略提及對話式、民主、理性溝通、批判、價值

澄清等概念，但尚少觸及批判教育學所關注的批判/思辨、抗爭、再建構的作法。易言之，從行動中認識，再由行動中反思與建立行動的知識觀少見討論。

## 五、在地的應用與實踐

前曾提及台灣師院體系近年已透過學生論文有系統地持續建構以電視節目類型為分析文本的媒體教育課程，對媒體教育的推動應有莫大助力，但台灣尚缺乏媒體教師的職前養成體制（pre-service training），因此沒有「媒體教師」一職（media educator）。過去仰賴學術界與第三部門（non-profit organization）從在職訓練（on-job training）中提供附加的媒體教育智能，不僅教師（trainer）人力不足，物力也匱乏，因此，若干師院所發展的教材，的確具紓解教材不足的作用且具在地性，但未來仍應思如何整合、測試與推廣。

## 陸、結語

相較於具有半世紀以上媒體教育歷史的歐洲國家，台灣的媒體教育與所訴求的素養內涵究竟呈現何種形貌？是與世界主流接軌，抑或自成一格？現狀為何？其來何自？本章試圖由歷史脈絡與台灣近十年來媒體教育的學術論域（academic discourse）回答上述的問題。

誠如英國媒體教育學者Bazalgette（1997）回顧英國媒體教育的發展時，批評早期「免疫式」的媒體教育缺乏批判與思辨的概念架構是「災難的開端」，因為「責難媒體」的媒體教育連帶地產生「否定媒體」的誤解。綜觀台灣的媒體教育思潮的發軔，明顯地與媒體工業的發展有密切的關係。1988年之前的政黨戒嚴即媒體戒嚴，言論管制也限制了媒體的自然發展，到1988年之後報紙張數限制取消，1993年起電波開放廣播頻道釋出，陸續增加的無線電視媒體與有線電視正式加入媒體市場，媒體的產業大餅從少數壟斷就地分食到僧多粥少，數以百計的各類各家媒體從從幾乎同一張市場大餅一擁而上，蠶食鯨吞，產生了資訊失序並嚴重的影響資訊品質。

台灣民眾因對媒體充滿負面印象，甚或認為媒體是台灣最大亂源之一，這種對媒體極端不信任的態度致使媒體教育與媒體批判劃上等號，此舉縱然縮短了媒體教育的社會覺知與概念傳布的時間，但是就如同Bazalgette所言，「否定媒體」的媒體教育的概念侷限性過大，以致於媒體教育核心價值無法突顯。檢視台灣目前相關文獻與資料，的確反映學術論述與社會實踐的媒體教育的想像與期望大都落在以媒體教育來「教育媒體」的困境。

綜觀現狀，台灣的媒體教育的發展方越過社會覺知的階段，仍在爭取其在學校體系內的認同（recognition），並朝正規教育系統與社會教育推進，亟需積極地將媒體教育拉回到理論層次的討論，以作為實踐的基礎。



## 媒體就像是……

林佳儀 編譯

本文刊登於《傳媒與教育》電子報，2014/02/18

來自加拿大，專精於 K-12 階段課程發展與實踐，以及媒體教育和評估的克里斯·沃斯納(Chris Worsnop)，他認為當代文化已非由印刷媒體主宰，而需以年輕一代所生活的文化來教育他們，才能使文化昌盛。

克里斯提出媒體研究之所以重要的 20 個原因：

- 01.就像歷史，媒體具有鑒往知來的作用。
- 02.就像地理，媒體定義了我們在世界上的位置。
- 03.就像公民，媒體幫助我們理解世界的運轉，及個體在世界上的定位。
- 04.就像文學，媒體是當代文化與娛樂的主要來源。
- 05.就像文學，媒體要求我們學習並運用批判思考的能力。
- 06.就像企業，媒體是一種無論如何都與商業有關的大型工業。
- 07.就像語言，媒體讓我們知道如何與他人溝通。
- 08.就像科學與科技，媒體幫助我們在使用當代創新科技時，同時學習之。
- 09.就像家庭研究，媒體決定了餵養我們的文化及生活的肌理。
- 10.就像環境研究，因為媒體是日常生活環境的重要部分，如同樹、山、河、城市與海洋。
- 11.就像哲學，媒體闡述我們的世界，及世界的價值和想法。
- 12.就像心理學，媒體助我們理解自身與他人。
- 13.就像科學，媒體向我們解釋世事的運作。
- 14.就像工藝品，媒體是經過謹慎規劃、設計與建構的產品。
- 15.就像藝術，我們因媒體而經驗前所未見的藝術形式。
- 16.就像政治，媒體始終傳遞政治與意識型態訊息。
- 17.就像修辭學，媒體語言所使用的特殊符碼與成規，是我們每個人都應該學習的。
- 18.就像戲劇，媒體以誇張的手法呈現我們的生活，並迫使我們作為觀眾接受。
- 19.就像珠穆朗瑪峰，屹立不搖地矗立著。
- 20.媒體也盡其所能地研究「你」！

著名的未來學家約翰·耐斯比特(John Naisbitt)則提出進行媒體素養教育的10個好處：

01. 讓學生成為明智的媒體消費者，使學生能夠以全球媒體文化下的多元媒體為工具，成為資訊管理者與有責任的媒體創作者。
02. 能使學生投入。將媒體帶進課堂將使「真實生活」和學習連上線，並使媒體文化成為豐富的學習資源。
03. 給予無論教師和學生都適用的批判思考途徑；而一旦批判思考經過內化，即成為生活的本能。
04. 提供整合所有學科領域的機會，並且創造了所有學科都適用的通用詞彙。
05. 在教學上符合州標準，同時又能用學生喜愛的當代新潮文化為內容。
06. 增加學生的能力，並使學生擅於以跨媒體形式溝通及散播自己的想法。
07. 媒體素養的「探問過程」(inquiry process)能轉化教學，使教師跳脫以往的角色——講台上的賢能者(sage on the stage)——成為和學生一起學習的「從旁引導者」(guide on the side)。
08. 藉由聚焦於過程技能，而非內容知識，學生能習得分析任何媒體中的任何訊息的能力，並因此獲得賦權，得以在媒體飽和的文化中過自己想過的生活。
09. 通過複製模式(replicable model)來實踐。媒體素養應為永續的而非「一時的流行」(fad)，因為學生需能建立一致性的平台——無論學校、年級、教師或班級如何轉換，皆始終如一。藉由不斷地重複和強化，學生能夠內化這些技能，並有效地和終身與己為伴的全球媒體文化協商。
10. 不只對學生個體，而是對社會整體都有益處。媒體素養教育提供工具和方法，激發言論以促進彼此瞭解；並培養有助於形成公眾討論的公民技能。

# 新媒體時代 教育勢必需要一場改革

林佳儀 編譯

本文刊登於《傳媒與教育》電子報，2014/02/18

「從我的祖父母，乃至我的父親，一直到我這一代，整個世界在 3 個世代裡有劇烈的轉變。年幼的父親在教室裡透過課本和期刊學習，老師掌控教學資源，回家作業要用沾墨水的筆來書寫；而父親的老師，學歷也不高。到我這一代，我的同事擁有數種不同的學歷證照，在他的班上，學生從印刷媒體、影片和網路獲得資訊，課後則在網路上或手機上聊天；他們用電子科技做功課、瀏覽網站、交換照片、音樂和資料檔案；他們看電視、電影也打電玩，還經常同時做這些事情。他們任何時候都能從任何地方獲得資訊和娛樂。」

加拿大媒體素養學者尼爾·安德森在〈新媒體與新媒體素養〉一文裡，首先跟我們分享了教育現場的世代差異，媒體科技的巨變對人類生活的影響，對於教師而言感受更為深刻，從拿著筆到用手滑著螢幕，教學現場也正經歷著劇烈且沒有回頭路的改變。

## 教育被重新定義

尼爾·安德森認為，這些科技所創造的環境已經讓教育被重新定義，教師與家長也需重新思考自己在孩子學習過程裡的角色，因為 21 世界的家庭裡有著比學校更多的新科技，也通常會讓學生的想法與教室的要求產生疏離；他們在家裡沈浸於電子環境，多種感官同時涉入多種媒體語言，然而教室課程卻往往要求深度而專注地投入在某種感官認知。例如閱讀印刷媒體時需要專注在視覺能力上，而壓抑其他包括聽覺、嗅覺與觸覺等感官，並且要求專注、線性及抽象思考；已經習慣同時接受多種訊息和語言的孩子必須重新適應，也因此，我們看到學生戴著耳機上課，他們試圖把自己偏愛的多媒體環境帶進陌生的教室裡。

「媒體」包含了容納與溝通訊息的整體環境，不僅是電視、網路或報紙，還包括購物廣場、夏令營、鄰居和教室。面對無所不在的媒體、變化不歇的科技，批判地思考所有在這環境裡溝通的行為與價值，能幫助孩子在持續演進的世界裡成功。

媒體素養就是最關鍵的技能，也就是分析與創造訊息的能力，以及分析媒體的能力。因為在資訊時代，資訊處理能力是一個人所需學習最重要的技能，而媒體素養將成為所有學習的墊腳石。

## 新媒體的特質

尼爾·安德森歸納了新媒體的幾個特質，首先是「耀眼的迷惑性」，他認為科技的演變速度不會減緩，同時會不斷地迷惑我們的心智。新媒體所承載的多元訊息例如瀏覽網頁需要文字、影像、聲音、顏色尤其是動作等感官同時運作，需要相對應的認知處理，這也會使人的心智忙不過來，並降低對於眼前事物的思考能力。

另外，新科技的特性是強調軟、硬體的搭配。安德森認為科技並非只是手機或遊戲機，而是創造與使用他們的深刻思想，重要的是人類心智對於科技的使用與反應。人類的心智，是態度、價值與實踐的發展場域。

電視也許是有趣的機器，但看電視之後在行為與態度上的反應，才使電視有了社會影響力。因此，在新媒體環境裡，我們應該檢視科技如何影響我們的關係與行為，以及如何改變我們的行為及與他人的關係。

接著是新媒體帶來新的互動形式。許多新科技更具互動性且更為使用者所控制，尤以網路為最，使用者可以自己的速度自由地遊移於自己選擇的內容；然而，新媒體訊息的多層次、短暫且快速的本質，也迫使我們須在更短的時間內理解更複雜的訊息。家長和老師需藉由提供公開討論時間來幫助學生檢視這些訊息和閱聽人反應。

第四為同步性。微型、可攜帶性及速度等特質，提升我們的工作能力；接近性的同步性，使我們能從多方管道取得準確的資訊；同步性與聚合性，當所有的資訊都數位化以後，用一些運算公式就能輕易地轉換數字。同步趨勢造成了深沈的影響，當經驗與反應幾乎同時發生，再也沒有明確的時間性，學生「多工」地在同一時間組織他們的想法及處理多方而來資訊，他們就可以創造混和聲音、圖像、影片與文字的內容並將他們同一時間散佈出去。他們彼此共享，也透過網路傳給更多的受眾。

最後則為控制性。在如今的開放系統，許多新媒體提供的新資訊，都檢查制度無用武之地。電視與網路讓孩子能輕易接近多種訊息，要監測上百個頻道和百萬個網站根本不可行。即使極權制度下的政府也無法再控制資訊流。

## 媒體素養就是生命素養

基於上述新媒體科技的五大特質，尼爾·安德森呼籲，幫助孩子面對新媒體環境最有效的方式，是從教育來幫助孩子瞭解並處理種族主義、性別主義及消費主義。

他認為，新媒體時代裡資訊與想法的開放流動，這將使資訊管理的責任從國家轉移到個人；媒體素養不是一種時尚運動，而是所有公民都需具備的基本能力，若想要學生對自己的接近的資訊負責，就需要提供他們認知工具與機會來發展並精進媒體素養。

因應現代科技的發展，教育勢必需要一場改革，且需要各界人士的共同投入，就如同尼爾·安德森的主張「媒體素養就是生命素養」，「若我們期待資訊時代的孩子能成為有效的工作者與公民，同時還能快樂地生活，我們就必須提供他們機會與支持，去發掘、發展資訊處理能力。媒體素養—在多媒體環境裡的理解、欣賞與溝通能力—應成為所有家庭與學校教育的一部份。在全球化的時代，政府、企業、家長與教師應共同負擔這個責任。」