

108 年委託研究報告

案號：NCC-Y108-018

108 年度推動媒體素養之政策研析

委託研究採購案

期末報告

計畫委託機關：國家通訊傳播委員會

中華民國 108 年 12 月

108 年委託研究報告

PG10807-0155

**108 年度推動媒體素養之政策研析
委託研究採購案**

受委託單位

財團法人台灣經濟研究院

計畫主持人

曾筱媛

研究顧問

許文宜

研究人員

劉容寧、鄭雅心

梁曼嫻、鄭椀予、彭思遠、周佳穎

研究期程：中華民國 108 年 7 月至 108 年 12 月

研究經費：新臺幣 115 萬 5 千元

本報告不必然代表國家通訊傳播委員會意見

中華民國 108 年 12 月

目 次

表 次.....	IV
圖 次.....	VII
提 要.....	IX
Abstract.....	XV
第一章 緒論.....	1
第一節 研究主題.....	1
第二節 研究緣起與目的.....	2
第三節 研究議題與工作項目.....	6
第四節 預期成果與效益.....	8
第二章 研究方法與步驟.....	9
第一節 研究方法.....	10
第二節 研究進度.....	20
第三節 研究步驟.....	23
第四節 分章結構說明.....	26
第三章 媒體素養理論與制度的發展.....	27
第一節 文獻回顧.....	27
第二節 媒體素養概念與範疇.....	33
第三節 媒體素養之政策與實踐.....	50
第四節 小結.....	66
第四章 我國推動媒體素養之政策與現況.....	70
第一節 政策與監理制度.....	70
第二節 媒體業者.....	100
第三節 公民團體.....	110
第四節 小結.....	117

第五章	歐洲各國推動媒體素養之政策與現況.....	127
第一節	歐盟.....	127
第二節	英國.....	141
第三節	德國.....	154
第四節	小結.....	165
第六章	美洲各國推動媒體素養之政策與現況.....	171
第一節	美國.....	171
第二節	加拿大.....	187
第三節	小結.....	199
第七章	亞洲各國推動媒體素養之政策與現況.....	203
第一節	韓國.....	203
第二節	新加坡.....	218
第三節	澳洲.....	230
第四節	小結.....	237
第八章	我國媒體素養可採行相關政策研析.....	245
第一節	現行政府部門推動媒體素養之制度.....	245
第二節	政府各部會建立跨部門溝通合作平臺.....	261
第三節	政府與民間團體推動公私協力合作模式.....	271
第四節	網路爭議訊息與媒體素養之未來趨勢.....	278
第九章	研究結論與建議.....	283
第一節	對於現行政府部門推動媒體素養制度之建議.....	283
第二節	建立跨部門溝通合作平臺之具體措施與建議.....	290
第三節	透過公私協力推動媒體素養之具體措施與建議.....	298
第四節	對網路爭議訊息與媒體素養之未來趨勢與建議.....	299
第五節	短中長期政策建議與執行步驟.....	302

附錄.....	306
附錄一 第一次焦點座談會議紀錄.....	306
附錄二 第二次焦點座談會議紀錄.....	317
附錄三 第三次焦點座談會議紀錄.....	337
附錄四 第四次焦點座談會議紀錄.....	351
附錄五 第五次焦點座談會議紀錄.....	368
附錄六 第六次焦點座談會議紀錄.....	388
附錄七 政府部會於媒體素養推動計畫調查表.....	406
附錄八 廣電媒體業者於媒體素養推動計畫調查表.....	409
附錄九 公民團體於媒體素養推動計畫調查表.....	412
參考書目.....	415
中文資料.....	415
外文資料.....	419

表 次

表 2-1 焦點團體座談場次規劃與出席名單.....	14
表 2-2 問卷調查結果.....	18
表 2-3 研究計畫執行進度與時程規畫.....	20
表 3-1 媒體素養定義比較表.....	31
表 3-2 歐洲媒體素養關注之媒體領域及其對應目標.....	39
表 3-3 媒體素養所指涉之「媒體」概念.....	40
表 3-4 媒體素養所指涉之「素養」概念.....	47
表 3-5 「媒體素養」之四種概念向度.....	48
表 3-6 媒體與資訊素養政策制定目標與實踐方式.....	52
表 3-7 媒體素養於國家政策發展的整備程度評估指標表.....	56
表 3-8 媒體素養於國家政策與實踐之三種取徑.....	58
表 3-9 媒體素養政策與實踐主體.....	63
表 3-10 媒體素養政策與實踐之對象.....	65
表 3-11 媒體素養政策與實踐整備評估指標.....	68
表 4-1 我國國民基本教育「科技資訊與媒體素養」核心內涵.....	74
表 4-2 我國教育部於媒體素養歷年推動相關政策與計畫.....	80
表 4-3 教育部 108 年度推動媒體素養教育行動方案.....	81
表 4-4 通傳會歷年媒體素養相關補助資料.....	85
表 4-5 通傳會於 108 媒體素養相關推動政策與計畫現況.....	86
表 4-6 內政部於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況.....	89
表 4-7 文化部於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況.....	92
表 4-8 科技部於媒體素養相關推動政策與計畫現況.....	96
表 4-9 衛福部於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況.....	99
表 4-10 公共電視於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況.....	102

表 4-11 商營電視媒體業者於媒體素養相關推動政策與計畫現況...	107
表 4-12 我國於媒體素養領域較具代表性之民間團體發展現況.....	114
表 4-13 我國政府單位於媒體素養政策與實踐整備評估現況.....	122
表 5-1 歐盟建議媒體素養政策兩大努力方向.....	131
表 5-2 英國「基本數位技能框架」.....	147
表 5-3 Ofcom 媒體素養調查.....	148
表 5-4 德國聯邦媒體主管資助項目.....	157
表 5-5 德國文化與媒體事務專員（BKM）資助項目.....	158
表 5-6 由 GMK 主辦之鼓勵媒體教育與媒體素養之競賽.....	162
表 5-7 歐洲各國政府於媒體素養政策與實踐整備評估現況.....	170
表 6-1 美洲各國政府於媒體素養政策與實踐整備評估現況.....	202
表 7-1 韓國媒體教育政策發展的四個時期.....	203
表 7-2 韓國媒體素養相關部門之比較.....	207
表 7-3 亞洲各國政府於媒體素養政策與實踐整備評估現況.....	242
表 7-4 各國推動媒體素養政策與監理制度比較表.....	244
表 8-1 我國媒體素養政策推動方向之建議.....	248
表 8-2 各國推動媒體素養之政策制度.....	251
表 8-3 媒體素養主責機關之建議.....	254
表 8-4 我國媒體素養政策之跨部會分工與統籌合作之建議.....	256
表 8-5 各國推動媒體素養政策法規層面比較表.....	258
表 8-6 各國推動媒體素養政策層面比較表.....	260
表 8-7 推動跨部門溝通合作平臺之建議作法.....	262
表 8-8 成立媒體素養專責委員會之政策建議.....	264
表 8-9 第三方媒體素養推動專責基金會或推廣中心優缺點比較....	266
表 8-10 第三方媒體素養推動專責基金會或推廣之中心之作法.....	266

表 8-11 我國媒體素養政策之法制建議	269
表 8-12 我國媒體素養政策之短中長期政策建議	270
表 8-13 推動公私協力合作模式之建議	271
表 8-14 各國媒體業者推動媒體素養比較表	272
表 8-15 公共廣播電視媒體業者推動媒體素養比較表	273
表 8-16 建立評估成效之評鑑指標建議	276
表 8-17 網路爭議訊息與媒體素養之未來建議	281
表 9-1 比較我國、歐盟、英國與新加坡媒體專責委員會運作架構	292

圖 次

圖 2-1 本案焦點座談會議訪問對象.....	13
圖 2-2 研究步驟與流程圖.....	25
圖 3-1 資訊素養和媒體素養關鍵目標比較.....	36
圖 3-2 媒體與資訊素養所包含之概念生態圈.....	37
圖 3-3 資訊素養和媒體素養概念模型.....	43
圖 3-4 《歐洲媒體素養的當前趨勢和方法》媒體素養觀念架構.....	45
圖 3-5 媒體素養之概念象限圖.....	49
圖 3-6 媒體素養政策與實踐之主體.....	59
圖 3-7 媒體素養跨部門政策.....	60
圖 3-8 媒體素養政策與實踐之對象示意圖.....	65
圖 4-1 十二年國民基本教育概念示意圖.....	72
圖 4-2 我國十二年國民基本教育核心素養的滾動圓輪意象.....	73
圖 4-3 教育部 6 大終身教育主題學習圈.....	75
圖 4-4 教育部打擊假訊息之終身媒體教育方式.....	76
圖 4-5 教育 108 年度推動媒體素養教育行動方案架構.....	79
圖 4-6 我國各政府部會於媒體素養範疇相對位置.....	119
圖 4-7 我國媒體素養政策與實踐涵蓋範疇.....	121
圖 5-1 終身學習計畫子計畫清單.....	133
圖 5-2 歐洲媒體素養教育研究具體報告清單.....	134
圖 5-3 媒體素養活動地圖.....	135
圖 6-1 媒體素養教育者憑證 9 個測驗項目列表.....	179
圖 7-1 學校媒體教育強化計畫架構.....	212
圖 8-1 我國防治假訊息危害的策略與目標.....	278
圖 8-2 我國防治假訊息危害的公私協力模式.....	279

圖 9-1 我國媒體素養推動兩大核心	289
圖 9-2 我國媒體素養政策推動步驟與執行建議	305

提 要

關鍵詞：媒體素養、媒體識讀、資訊素養、數位素養、公私協力、跨部門合作、假訊息

一、 研究緣起

本研究旨於研析我國與全球各主要國家推動媒體素養之政策與作法，分別從政府單位、公民團體與媒體業者等三方角色著手，了解其於媒體素養之作為與發展方向；同時，亦透過相關文獻資料研析，了解各國及我國於跨部門溝通合作與公私協力方法等，並就網路爭議訊息之預防與處理進行研析。最後綜整我國與各國發展經驗，並透過焦點團體訪談，邀集國內政府單位、公民團體與廣電媒體業者等相關利益團體共同討論，以研擬並提出我國媒體素養之政策建議，供主管機關參考。

二、 研究方法及過程

在研究方法與過程上，本研究首先透過文獻資料分析，分析國內外政府部門、媒體業者與公民團體推動媒體素養政策與作法，目標分析國家與區域性組織含聯合國教科文組織、歐盟、英國、德國、美國、加拿大、澳洲、韓國、新加坡等。而在綜整國內、外媒體素養政策作法後，研究團隊再召開六場次焦點團體座談會議，詢問我國產官學界對於媒體素養推動相關政策之建議，包含對於我國現行政府各部會推動媒體素養之制度與建議、對我國建立跨部門溝通合作平臺之建議、對於政府與民間團體推動公私協力合作模式之建議、以及對於網路爭議訊息與未來媒體素養值得關注之趨勢與建議，並透過調查問卷補充我國相關單位推動媒體素養現況，最後彙整上述產官學界對於媒體素養相關議題之意見後，再透過國內與國外之媒體素養政策與作法制度比較法，以研提我國建立跨部會溝通平臺或公私協力合作模式之研究

結論與政策建議。

三、 重要發現

本研究重要發現主要可分為以下四點：

(一) 媒體素養理論與制度的發展

本研究盤點國際間重要機構如聯合國教科文組織、歐盟、各國政府與國內外學者專家所提出之媒體素養定義與概念，從中發現，隨著資通訊與數位科技發展，在媒體與資訊逐漸匯流之際，對於媒體素養的討論範疇，也需要一個新的複合式概念來理解。

所謂媒體素養之「媒體」，如以狹隘的定義來看主要指涉傳統大眾媒體，包括電視、報紙、廣播等；但若以廣義的定義來看，可說是涵蓋各種資訊的載體，包括各類新興媒體和數位科技載具等。不管是強調了解與學習媒體產製技能的媒體「識讀」，或者是以建立閱聽人思考與批判解讀能力之「素養」，在制定媒體素養相關政策時，識讀與素養兩者概念均應有所區別且共同兼顧，才得以完善素養之教育。因此，本研究參考多數文獻資料與本研究焦點座談會議討論結果，認為有必要以「複數素養」之概念來理解媒體素養相關政策，它在實務上應包含 ICTs 政策 (ICTs Policies)、媒體政策 (Media Policies)、媒體與資訊素養政策 (MIL Policies)、近用資訊政策 (Access to Information Policies)、教育政策 (Education Policies) 等五大項目。我國政府應透過完善的政策制定、教育、供應相關資源、近用與使用媒體、民間社會等多元面向來推動媒體素養政策，並充分落實跨部門之合作與分工，才能兼顧媒體素養政策之多元面向。

(二) 我國推動媒體素養之政策與現況

本研究檢視歷年來我國政府單位、廣電媒體業者與民間團體推動媒體素養之相關政策與機制，發現在政府單位中，教育部歷年來為我

國媒體素養相關政策最主要的推動單位。該部會於媒體素養推動方向主要以「媒體素養教育」為核心，並依照教育對象，大致可區分為正規教育和非正規教育等兩大方向著手推動。除此之外，國家通訊傳播委員會作為我國通訊與媒體產業之主管機關，在媒體素養推動政策係以「廣電媒體」為核心，並透過委辦方式辦理各項廣電媒體專業研習，以及專案補助媒體識讀推廣等工作。文化部作為我國文化創意產業主管機關，有推動文化素養之義務，歷年來透過補助、獎勵等方式來鼓勵公共電視與廣電業者製播媒體素養相關影視內容與節目。而內政部則從公民素養出發，包括推動新移民之數位落差補助計畫等相關辦法；除此之外，科技部以推動科學素養、科普教育為目標，歷年來透過補助或獎勵方式，協助我國學術研究或民間單位辦理相關計畫。

在廣電媒體方面，我國公共電視歷年來曾透過製播媒體素養相關節目與媒體近用平臺，來推廣媒體素養概念；商營媒體（尤其指商業無線電視臺或衛星頻道等）則著重於媒體自律與他律，包括透過倫理委員會、內部編審流程等制度，來提升媒體製播內容的正確性；除此之外，部分有線電視系統業者除開放地方頻道供公眾近用之外，近年來亦有與地方團體合作之案例，包括籌辦媒體素養相關課程、教育工作、學術研究等，讓不同目標受眾了解或參與媒體產製流程。

公民團體部分，我國歷年來媒體素養相關政策與發展計畫多由民間團體與學界主導，包括政治大學媒體素養研究室、臺灣師範大學媒體素養研究中心、世新大學媒體識讀中心等，較具代表性之民間團體則如台灣媒體觀察教育基金會、金車文教基金會、台灣事實查核中心、台灣音像教育行動協會、台灣少年權益與福利促進聯盟、卓越新聞獎基金會等，透過民間團體與學術界的監督與合作，配合公私協力與民間自發力量統籌，歷年來持續為我國媒體素養推動帶來重要貢獻。

(三) 國外各政府部門及民間單位推動媒體素養之現況

本研究研析聯合國教科文組織(UNESCO)、歐盟、英國、德國、美國、加拿大、澳洲、韓國、新加坡等國家或區域性組織之媒體素養政策推動情形與作法，從中發現，歐洲國家於媒體素養國家政策發展規劃上最為完善，尤其歐盟與英國均有相關指令索引或法令規定，要求政府相關部會推動媒體素養之義務。除此之外，歐盟與德國均規劃長期且穩定之資金，來促進公私協力與合作模式，並適時提供研究報告，對於歐洲各會員國制定媒體素養發展政策提出具體建議；美洲地區國家官方角色則相對弱化，大多數由民間機構所主導，尤其公民團體相當活躍；至於亞洲地區，韓國近年來積極研討設立專法或成立專職委員會之作法，希望能就此整備媒體素養相關資源，惟至今法令尚未通過；新加坡則在中央部會的主導下設立媒體素養專責委員會，除負責制定媒體素養相關政策，更統合民間資源以促進公私協力模式；澳洲政府則除了著重媒體素養教育之外，亦由主管機關統籌推動數位素養等領域發展。各國發展政策依照其國情與媒體發展狀況而略有不同，為了從中找出我國可借鏡之處，本研究再透過焦點團體座談會議，邀請產官學界共同討論，以研提我國政策可採行之方向。

(四) 我國媒體素養可採行政策研析

本研究綜整上述國內外政策與相關計畫推動作法後，再彙整討論議題，並舉辦六場次專家座談會議了解產官學界之意見，以研提我國媒體素養可採行之政策。為了使我國媒體素養之政策與制度更為完善，與會多數專家學者均認同在現行政府部門推動媒體素養之制度上，媒體素養政策應協調跨部會共同進行，並建立明確的分工制度。具體而言，為使我國政府部會得以透過橫向的跨部會溝通與合作，來建立完善的媒體素養政策，本研究專家座談研討結論認為可在行政院層級下

主導設置媒體素養專責委員會，並召集產官學界共同研擬政策，以扮演國家智庫之角色。除此之外，對於媒體素養之實務推廣面作業，則可委由第三方民間團體基金會或推廣中心來執行，以落實公私協力與合作模式。最後，為了使我國媒體素養政策長久落實，長遠來看可考慮透過設立專法或修法，將有責單位之責任義務明確化，並建立評估政策成效之衡量指標，以檢視我國政策方向。

四、主要建議事項

綜整上述研究發現與結論建議，本研究認為在數位匯流時代下，媒體素養發展也面臨新的挑戰。為使我國政府政策能接軌社會之轉變，因應假訊息等問題，本研究提出具體短中長期建議如下：

(一) 立即可行之建議：由行政院層級統籌成立跨部會之媒體素養專責委員會

本研究經各國相關文獻資料研析，發現媒體素養為一複合式概念，涵蓋跨部會職權與多元政策，為使部會與部會之間能有橫向之聯繫與合作空間，本研究建議可比照新加坡、歐盟之作法，於行政中央設立專責委員會之方式，以擬定媒體素養之政策、預算資金與各部會職掌分工。其組成之人員可涵蓋跨領域之產官學界專家，並透過定期會議等方式，來研擬我國媒體素養之政策、評估指標、政策方向甚至是未來立法建議等。

(二) 中長期性建議：考慮透過修法或設立專法之方式，使媒體素養相關政策更為具體與明確

而為了使媒體素養之相關政策確實落實，長遠來看，可考慮透過修法或設立專法之方式，將我國政府推動媒體素養之義務與責任寫入法規中，以使政策落實更為明確與具體。

本研究參考國外發展經驗，例如韓國就積極討論設立媒體素養專

法，以解決政策定義不明確之爭議，並透過法律的約束於中央級行政單位建立統籌委員會，同時引進民間團體與專家學者之力量，讓政策納入多方意見。此專法之倡議雖仍未定論，但其立法之宗旨與目的仍值得我國借鏡。除此之外，歐盟《視聽媒體服務指令》和英國相關法規中，均有將視聽媒體主管機關列入媒體素養主責機關之討論。本研究透過專家座談會議，亦有專家學者認同立法或修法之必要性。因此本研究建議，就政策發展長遠角度而言，立法還是有其必要。建議可由行政院層級之媒體素養專責委員會負責擬定後續修法或立法措施，同時也將政府職權劃分清晰。本研究認為雖修法曠日廢時，各方利益關係人之意見角力與衝突都可能面臨問題，但立法措施可從長計議，釐清法規目的，思考相關配套方案，再進行謹慎的法制規劃，並將媒體素養定期之評鑑計畫納入施政之重要參考指標，以回頭檢視政策方向，落實公私協力與跨部門之媒體素養政策制度。

而除了由行政院層級來增設媒體素養委員會之外，亦可將實務推廣面之工作，委由第三方媒體素養專責推動基金會或推廣中心來執行，以形成公私協力合作模式。政府可依照不同的媒體素養政策推動核心，設立主責機關，例如與媒體素養教育相關之第三方組織主責機關即為教育部；與媒體自律、新聞產製相關之主責機關，則為國家通訊傳播委員會或文化部，此外為加強第三方推動機構的正當性，建議可參考iWIN 網路內容防護機構等運作模式，於立法設置基金或專案方式，明訂委託民間機構之目的、資金來源與運作方式等，積極扶助第三方組織運行。

Abstract

In the digital environment, the social media platform has become one of the main channels of information dissemination, and the spread of fake news on the Internet can harm social security and people's welfare. How to promote Media Literacy and cultivate the ability of public awareness becomes an emerging democratic issue in Taiwan.

In view of this, the National Communications Commission (NCC) initiated this commissioned research project, and intends to analyze the Media Literacy policies and implementations in Taiwan as well as in some major countries, in terms of the coordination between their public and private organizations within governments, stakeholders and media industry. The outcome of this study is to provide appropriate legislative provisions and suggestions for policy makers to promote Media Literacy in Taiwan, and as a reference for the policy of the National Communications Commission.

In terms of research methods and processes, this research collects relevant data through literature analysis, focus group discussion, questionnaire research and comparison method. The purpose of this study is to understand the current state and practice of media literacy development in government, broadcasting media and citizen groups from different countries. In order to understand their development status, this study analyzes 9 major countries or regional organizations including the UNESCO, the European Union, the United Kingdom, Germany, the United States, Canada, Australia, South Korea and Singapore. After researching domestic and foreign developments, this study held six focus group meetings to ask industry, government, and academia for their suggestions on media literacy policies. The following are the important findings and recommendations of this study :

1. Media literacy theories and policy framework cover cross-domain concepts and scope

This study collates the definitions and concepts of media literacy put forward by important international institutions such as UNESCO, the European Union, governments of various countries and scholars. It is found that with the development of information communication and digital technology, media convergence has developed. The scope of media literacy also needs a new composite concept to understand. Media literacy includes multiple fields in practice, including ICTs Policies, Media Policies, MIL Policies, Access to Information Policies, and Education Policies. Government should formulate relevant policies, and through education, resources invested, and cooperation with civil society, to take into account the multiple aspects of media literacy policies.

2. Media literacy policy and current situation in our country

This research examines the current state of media literacy promotion by government units, television media industry and non-governmental organizations in our country over recent years. It is found that among government units, the Ministry of Education has been the most important unit for promoting media literacy related policies and education projects in our country. In addition, as the broadcasting media authority, NCC also takes the promotion of media professionals' professionalism as the core mission, and promotes media literacy goals through handling plans with media and relevant organizations. On the other hand, the Ministry of Science and Technology focuses on scientific and technological literacy; the Ministry of Interior cares about civic literacy; and the Ministry of Culture also has tasks and goals to promote cultural literacy. This study suggests that ministries should establish a clearer division of media literacy in order to take into account the different aspects of literacy development.

On the practical side, TV media and public organizations also should play an important role in the development of media literacy. However, in terms of practical implementation, TV media operators and non-profit organizations still face problems such as funding shortages, inconsistent plans, and unclear goals for promoting media literacy.

Because of this, this research suggests that through the cooperation and division of labor across ministries, a complete policy plan and goals should be established to solve practical problems.

3. Current status of media literacy policies in various countries

This study analyzes media literacy policies including the European Union, the United Kingdom, Germany, the United States, Canada, Australia, South Korea, and Singapore. The study finds that European countries have the most complete media literacy policies, while most of the countries in the Americas are dominated by private institutions. As for Asia, South Korea has been discussing the establishment of special laws to integrate media literacy resources in recent years, but it has not yet been formally adopted. Singapore has established the media literacy committee to develop relevant policies and resources. Its purpose and mode of operation are worth learning from our country. The policies of different countries are slightly different according to their national conditions and the state of media development. Therefore, more in-depth analysis and comparison are needed. In this study, six focus group meetings were held to ask the opinions of the industry, government, academia, and other countries to compare the development experience of various countries, and put forward some reference points in our country.

4. Suggestions on media literacy policies

After consolidating the opinions of various parties, this study puts forward the following suggestions for media literacy policies:

In order to improve the media literacy policy, the government should convene a multi-ministerial meeting to discuss and establish a clear media literacy policy. It is recommended to set up a media literacy committee, and invite industry, government, and academia to discuss related policies. And on a practical level, it can be entrusted to civil society or relevant organization to establish media access and literacy projects, for empowering citizen to understand the way media works.

Finally, in order to implement a long-term media literacy policy, the government can set up media literacy-related regulations, which clarify the responsibilities and obligations of relevant units, and establish measures to evaluate the effectiveness of the policy to review future policy directions.

Keywords: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy, Computer Literacy 、 Public-Private Partnership

第一章 緒論

第一節 研究主題

本案「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，思考媒體素養之政策與具體作法。在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。網路爭議訊息（尤其特指假訊息）在傳播科技的即時特性影響下，散播速度快速，其可能對國家社會產生影響，更可能影響民主國家發展。如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織於政府部門、民間團體與媒體業者推動媒體素養之相關政策與經驗，並比較國內各政府部門、民間組織與媒體業者推動媒體素養之現況與方法，研析各國政府單位建立跨部會溝通合作平臺與公私協力合作機制，最終透過焦點團體訪談，彙搜產官學意見，以綜整提出我國政府推動媒體素養之建議，供主管機關政策擬定參考。

第二節 研究緣起與目的

在數位匯流當代，數位經濟與資訊科技的進步，使得社群媒體平臺成為現今訊息傳播的主要管道之一。根據我國國家通訊傳播委員會（以下簡稱通傳會）《107年通訊傳播市場報告》調查顯示，我國民眾有高達88.2%擁有社群媒體網路或即時通訊軟體帳號，且使用的社群媒體網站或即時通訊軟體帳號中，LINE的使用比例最高(達92.5%)，其次為Facebook(75.3%)、Facebook Messenger(51.5%)等¹，顯示LINE、Facebook等社群媒體和即時通訊軟體服務已成為民眾溝通、接收訊息的重要場域之一。

社群媒體的資料產製機制，迥異於先前的大眾傳播媒體，它是由社群媒體用戶之間的對話、擴散與交流等方式，而創造出來的分散式內容產製模式²。使用者透過網際網路即時地傳輸與接收訊息，亦使得各式爭議性網路訊息更容易在社群媒體用戶間散布與取得。

過往諸多大眾媒體研究已證實大眾媒體對於閱聽眾與社會之影響，尤其特別關注於大眾媒體之不當內容(如暴力、色情等)對於整體社會文化之影響³。而網際網路上的不當內容與假訊息(Disinformation)問題，亦可能透過新科技的即時互動特性，而成為假訊息散布的工具。尤其在社群媒體平臺(例如Facebook)所創建的演算法機制下，相關研究已經證實⁴，Facebook等社群媒體出現使用者迴聲室(Echo Chambers)或過濾氣泡(Filter Bubbles)效應，促使

¹ 國家通訊傳播委員會，2018。107年通訊傳播市場報告，頁135。財團法人台灣經濟研究院執行。臺北市：國家通訊傳播委員會。

² 陳百齡、鄭宇君與陳恭，2016。社群媒體資料分析：特性和歷程的初探。傳播文化，第15期，頁48-90。

³ Arke, E. T., 2013. Media Literacy: History, Progress, and Future Hopes. In Dill, K. E. (Ed.), The Oxford Handbook of Media Psychology.(P.98-108). New York: Oxford.

⁴ 例 Quattrociocchi, Walter and Scala, Antonio and Sunstein, Cass R., Echo Chambers on Facebook (June 13, 2016). <https://ssrn.com/abstract=2795110> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2795110>

使用者只會在同溫層中不斷接收立場相同的資訊，而看不見其他反對或批評的聲浪，而形成假資訊的極化現象（polarising effect），讓閱聽眾更難判別訊息的真偽，也限縮了公共領域多元意見理性討論空間⁵。

因為如此，目前國際間包括政府與學者們更加重視媒體素養之教育與政策推動，尤其在社群媒體和演算法的極化現象下，為了避免使用者難以判斷資訊的真假，甚至因此壓縮了理性辯論的空間，對於民主發展和公共領域造成危害，以至於世界各國政府紛紛探討媒體素養對於「假訊息」與「假新聞（Fake News）」等爭議事件治理措施。

依據英國數位文化媒體暨體育部（Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS）於 108 年提出《假訊息和假新聞最終調查報告（Disinformation and ‘Fake News’ : Final Report）》報告，所謂假訊息是指：「故意創造或分享虛假或操弄性資訊，乃至於欺騙且誤導閱聽眾，不管其目的是為了造成個人傷害、國家政治意圖或經濟利益等。」；而相較於假訊息，錯誤資訊（Misinformation）定義則是「無意中散布的虛假訊息（False Information）」；假新聞（Fake News）一詞在現代社會使用脈絡下，已延伸包含多義，其往往已與新聞的「真假」無關，而更涉及閱聽眾的喜好，包含著閱聽眾不喜歡或不同意的言詞。

不管是故意分享之假訊息，或無意散布之虛假訊息，透過大眾媒體與新興社群媒體擴散作用所散布的不當內容，不僅可能影響社會治安，甚至有危害國家安全之虞。美國智庫 RAND 公司報告更指出，現今跨媒體的新聞產製模式已使得客觀事實和主管意見間的界限越趨模糊，人們對政府、媒體等其他過去權威資訊來源的信任度下降，

⁵ 同註 1。

這些趨勢降低事實討論的質量，除令人質疑新聞的意義和目的之外，也對政府和社會的資訊格局產生莫大影響⁶。

因此，如何從網路假訊息中突圍，使民眾獲取正確的消息，進而做出理智的判斷，已成為每個民主社會最重要的議題。觀測國際作法，提升公民的媒體素養能力，已被各國政府與相關組織視為對抗網路不當內容、打擊假訊息的最佳利器⁷。例如英國數位文化媒體暨體育部（Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS）與內政部（Home Office）於 108 年 4 月發布的《線上傷害白皮書（Online Harms Whitepaper）》⁸就指出，應透過民眾整體之媒體素養提升，來抑止假訊息對國家安全、民主社會之影響。

檢視相關研究報告⁹，亦可發現諸多國家將提升公民媒體素養視為解決當今假訊息爭議問題事件之良方。尤其歐洲各國在歐盟的主導下，更可見媒體素養相應政策。惟不同國家有不同之推動策略，尤其當媒體素養政策與作法面對不同的文化、社會、經濟等個體差異時，對於政策推動的目標、作法與方向等即有可能跟著改變¹⁰。再加上 Facebook、Google、Twitter 等大型平臺業者對於民眾接受訊息的方式與影響層面越來越廣，該如何透過合適的監理或政策措施，來健全國家媒體素養推動與發展政策，甚至是重新檢視複雜的媒體資訊環境，來制定妥善的媒體素養推動政策方向，實是在網際網路假訊息之爭議

⁶ Jennifer, K. & Rich, M. D.,2018. Truth Decay: An Initial Exploration of the Diminishing Role of Facts and Analysis in American Public Life. Santa Monica, CA: RAND Corporation.

⁷ NAMLE, 2019. SNAPSHOT 2019: The State of Media Literacy Education in the U.S. https://namle.net/wp-content/uploads/2019/06/SOML_FINAL.pdf

⁸ DCMS & Home Office, 2019. Online Harms White Paper. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/793360/Online_Harms_White_Paper.pdf

⁹ Poynter, 2019. A guide to anti-misinformation actions around the world. <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>

¹⁰ 同上註 8。

事件下，國家各政府部會都應積極處理的問題。

我國政府部會最早是由教育部開始推動媒體素養相關政策，透過媒體素養教育、師資培訓、課程設計及相關推廣活動等為主要推動形態；2002年教育部率先提出《媒體素養教育政策白皮書》¹¹，並於2004年通過「教育部媒體素養教育委員會設置要點」¹²，希望能透過經費挹注與設置專職委員會等方式，來推動媒體素養教育。惟在2006年，該委員會與媒體素養相關預算遭立法院刪除，致使我國媒體素養教育在公部門計畫停擺，因而也造成後續我國媒體素養推動面臨缺乏一貫政策與穩定經費、舊白皮書無法回應潮流、教學資源與師資缺乏、終生教育與宣導嚴重空白等問題¹³。

在面臨當前資訊混雜、真假難辨的網路環境，如何持續推動我國媒體素養相關政策，以有效提升公民審慎思辨各式各樣媒體訊息之能力，從而為人民建構一個安全的社會資訊網路，是我國政府應持續思考之課題。

有鑑於此，本研究期能透過資料蒐集與分析，整理國外政府部門、民間單位與媒體業者推動媒體素養之相關政策與經驗，並盤點國內各政府部門、民間單位與媒體業者推動媒體素養之現況與作法，最後透過焦點座談會議凝聚產官學界共識，以研提我國政府建立跨部會溝通合作平臺與建立公私協力合作機制之政策建議，供政府研擬政策參考。

¹¹ 教育部，2002。媒體素養教育政策白皮書。
http://homepage.ntu.edu.tw/~floratien/gen_whitepaper.files/mediaequipment.pdf

¹² 植根法律網，教育部媒體素養教育委員會設置要點。
<http://www.rootlaw.com.tw/LawArticle.aspx?LawID=A040080011005600-0930602>

¹³ 台灣媒體觀察教育基金會，2017。「落實前瞻人才計畫，全面推動媒體素養教育」我們的主張與訴求。<http://www.mediawatch.org.tw/work/5112>

第三節 研究議題與工作項目

根據前述研究緣起與目的，並配合 NCC「108 年度推動媒體素養之政策研析」委託研究採購案（案號：NCC-Y108-018）之業務需求，本研究研擬以下研析議題與工作項目。

一、 蒐集國外政府各部門、民間單位及媒體業者之最新現況，包含聯合國教科文組織（United Nations Education Scientific and Cultural Organization, UNESCO）、歐盟、英國、德國、美國、加拿大、澳洲、韓國、新加坡等區域性組織和國家：

（一） 蒐集以上國家之政府各部門推動媒體素養之政策與具體作法（含跨國/跨域合作），以及研析其政府如何建立跨部會的溝通合作平臺（如成立基金會、協會或推廣中心等）。

（二） 蒐集以上國家之民間單位（如美國之媒體素養中心等）推動媒體素養之具體作法（含跨國/跨域合作），以及分析探討可行之公私協力合作模式。

（三） 蒐集以上國家之媒體業者推動媒體素養之具體作法，如英國廣播公司（British Broadcasting Corporation, BBC）、美國有線電視新聞網（Cable News Network, CNN）等（含跨國/跨域合作），以及分析探討可行之公私協力合作模式。

（四） 蒐集分析各國網路爭議之處理現況與未來趨勢。

二、 蒐集國內各政府部門、民間單位及媒體業者推動媒體素養之最新現況：

（一） 蒐集國內各政府部門推動媒體素養之政策與具體作法（至少包含教育部、通傳會、衛福部、文化部與內政部等 5 個部會），以及分析探討如何有效建立跨部會溝通合作平臺（如成立基金會、協會或推廣中心等）。

- (二) 蒐集國內民間單位推動媒體素養之具體作法(至少包含台灣媒體觀察基金會、卓越新聞獎基金會、GOV 零時政府、台灣事實查核中心、科學新聞解剖室等單位，且含跨國/跨域合作)，以及分析探討可行之公私協力合作模式。
- (三) 蒐集國內媒體業者(至少包含商營廣電業者、中嘉集團與公廣集團等)推動媒體素養之具體作法(含跨國/跨域合作)，以及分析探討可行之公私協力合作模式。
- (四) 研析對網路爭議訊息與媒體素養之未來值得關注的趨勢。

三、 提出具體政策建議

- (一) 製作國內外政策與作法差異的對照表，綜整及研析國際與國內推動媒體素養之政策與作法；
- (二) 提出建立跨部會溝通合作平臺之具體措施與建議；
- (三) 提出建立公私協力推動媒體素養之具體措施與建議；
- (四) 提出網路爭議訊息與媒體素養之未來值得關注的趨勢與建議。

第四節 預期成果與效益

本研究期能確實達成委辦機關之業務需求，並為我國推動媒體素養之相關政策，提出完整、適宜且具有建設性之具體建議，並達成以下預期成果與效益。

首先於國際媒體素養政策之研究方面，透過本案之研究工作，可釐清委託各國國家政府機關、民間團體及媒體業者於媒體素養之具體推動作為，並透過與我國現行政策與作法進行比較，製作國內外政策與作法差異對照表，綜整及研析國際與國內推動媒體素養之政策與作法，俾利提供委辦單位具體政策建議論述基礎。

其次在掌握國內媒體素養現況方面，除掌握國內相關產業結構與發展現況外，本案經由完整之焦點團體座談會規劃，彙整國內產官學界代表，針對我國媒體素養跨部會合作與公私協力合作模式等政策發展提出政策研析，並針對網路爭議訊息與媒體素養之未來趨勢提出建議，對於我國政府未來政策制定有所幫助。

第二章 研究方法與步驟

為確實執行前述研究議題，以達成本研究計畫委託辦理之工作任務，本研究首先以文獻資料分析法，整理並分析國內外學者與相關研究文獻，以建立「媒體素養」之理論論述與問題意識。而後調查國內外政府機關、媒體業者和民間團體等三大研究對象在媒體素養相關政策與作法，包含聯合國教科文組織（UNESCO）、歐盟、英國、德國、美國、加拿大、澳洲、韓國、新加坡等區域性組織和國家為代表，就其「媒體素養」之相關組織運作方式、形態、有無立法措施、施政目標與作法、跨部會之溝通合作平臺與公私協力合作等細項進行分析與整理。

此外，為聚焦了解我國各政府機關、媒體業者、公民團體與學界對於媒體素養政策與作法之共識，本研究於期中報告後，緊接著舉辦6場次焦點團體座談會議，邀請媒體素養之相關產官學界共同討論，以期凝聚各界對於我國媒體素養政策與作法之共識與建議，並在109年2月10日與2月26日，透過函送公文方式，請我國政府機關、廣電媒體業者與公民團體等協助填寫相關調查表，並以電子郵件或郵寄方式回收填答結果，以彙整補充說明我國媒體素養之相關政策與發展現況；最後綜整上述資料蒐集分析結果，並透過各國與我國制度比較，提出本研究之結論建議。

以下就本研究之各項研究方法、研究進度規劃、研究步驟與分章結構等項目進行說明。

第一節 研究方法

一、 文獻資料分析法

本研究首先透過文獻資料分析法，以進行國內外資料分析。根據文獻資料分析法之精神，研究需依一定的研究目的與課題，蒐集相關市場資訊、調查報告、產業動態等文獻資料，經過分析、歸納與統整後，以回答研究問題。文獻資料分析法所研析之資料可以是政府部門的報告、工商業界研究、文件資料、資料庫、企業組織資料、書籍、論文、期刊、報章新聞等，分析步驟包括閱覽整理、描述、分類及詮釋¹⁴。無論資料來源為何，都必須要確定文獻的可靠度與可信度，並在檢視文獻時，注意該文獻的遺漏之處與撰寫角度，以交叉檢視並詮釋文獻資料。

本研究根據文獻分析法之研究精神，廣蒐與研究範疇相關之資料，以作為後續進一步調查分析之依據。以下列舉本研究使用的文獻資料類型與來源，包括：

(一) 國內外政府部門所釋出之官方資料：

- 1、由各國通訊傳播主管機關與媒體素養推動相關部會所釋出的國家產業發展報告、政策宣導、法律條文等文件。各國通訊傳播主管機關參考如美國聯邦通訊傳播委員會 (Federal Communications Commission, FCC)、新加坡資訊通信媒體發展局 (Infocom Media Development Authority, IMDA)、英國通訊傳播管理局 (Office of Communications, Ofcom)、韓國通訊傳播委員會 (Korea Communications Commission, KCC) 等。
- 2、由我國媒體素養推動政策相關政府部會所釋出之國家政策

¹⁴ 朱柔若 (譯)，2000。社會研究方法：質化與量化取向 (原作者：Neuman, W.L.)。臺北：揚智出版社。(原著出版年：1997)

報告、新聞稿或相關文獻調查資料等，本研究研析調查的國家部會範圍涵蓋教育部、文化部、衛生福利部、科技部、內政部與通傳會等政府機關。

(二) 工商業界與國際組織所撰寫的研究報告與相關資料庫：

- 1、廣蒐世界各大研究調查機構與國際組織針對媒體素養議題所出版的調查報告與資料，參考國際組織或工商業界研究調查報告如聯合國教科文組織（UNESCO）等。
- 2、蒐集我國民間單位（例如台灣媒體觀察基金會、台灣事實查核中心等單位）所提出之媒體素養相關政策與計畫推動說明報告、新聞稿與文獻資料等。

(三) 企業組織資料：

- 1、各國大眾傳播媒體相關業者或產業聯盟所釋出的公開資料或新聞報導等。
- 2、我國大眾傳播媒體相關業者或產業聯盟所釋出的公開資料，例如公共電視與其他商業電視媒體所釋出之媒體素養相關推動資料或新聞報導等。

(四) 書籍、論文、期刊與報章雜誌：

參閱各國與我國媒體素養相關學術性論文、期刊、書籍，並輔以報章雜誌新聞作為參考資料來源與依據。

二、 焦點團體座談法

本研究經國內外相關文獻資料分析等研究工作後，將綜合歸納相關議題，透過焦點團體座談法（Focus Group Interview, FGI），了解國內政府各部門、民間團體、媒體業者及學者專家等產官學界對於媒體素養之政策建議。以下為本研究規劃執行之焦點團體座談會議細項說明：

(一) 焦點團體座談會議場次：

- 1、舉辦同質性之焦點團體訪談 4 場次：蒐集傳播業者、學術界、公民團體及政府部門之意見各 1 場次，各場次辦理之會議記錄、出席代表名單、辦理時間等請見附錄一至四。
- 2、舉辦異質性之焦點團體訪談 2 場次：蒐集包含傳播業者、學術界、公民團體及政府部門成員之討論意見共 2 場次，各場次辦理之會議記錄、出席代表名單、辦理時間等請見附錄五、六。。

(二) 訪談內容及辦理方式：

各場次訪談內容與大綱依照訪談場次之對象不同而分別設計，內容包含以下 5 大主軸：

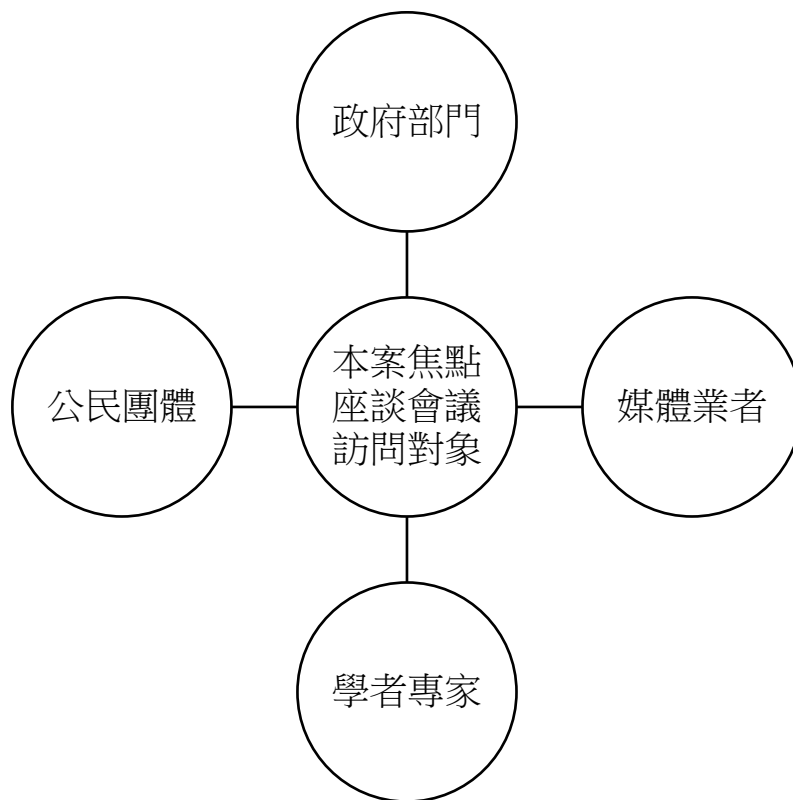
- 1、依據文獻檢閱所蒐集之我國目前推動媒體素養之現況與問題，並參酌國外具體作法，作為國內之借鏡並提供相關建議。
- 2、對國內政府部門推動媒體素養制度之建議。
- 3、對政府各部會建立跨部會溝通合作平臺之建議。
- 4、對政府、民間團體及媒體業者建立公私協力合作模式之建議。
- 5、對網路爭議訊息與媒體素養之未來值得關注的趨勢提出建議。

(三) 焦點座談會議訪問對象

本研究擬針對上述 5 大議題方向問題，於本院會議室辦理 6 場焦點團體座談，每一場次邀集之產官學代表至少 6 人出席。本研究擬定焦點團體座談邀請對象，涵蓋傳播業者、學術界、公民團體及政府部

門等四大參與者類型之代表(如下圖 2-1),並依照邀請對象之同質性、異質性與關聯性,將訪問對象分組,最終 6 場次焦點團體座出席名單如下表 2-1。

同質性場次四場邀請對象分別為傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等;而異質性場次則依照本研究各國發展經驗與相關文獻檢閱結果,依照媒體素養主要推動政策核心,劃分第 5 場次邀請對象為以「廣電媒體」為核心之相關政府部會、媒體業者、公民團體與學者專家等;第 6 場次邀請對象則與「媒體素養教育」為核心之相關政府部會、媒體業者、公民團體與學者專家等,詳細會議辦理情形與會議紀錄請見本研究附錄一至六。



資料來源：本研究。

圖 2-1 本案焦點座談會議訪問對象

表 2-1 焦點團體座談場次規劃與出席名單

會議場次	出席名單	會議時間與地點
第一場次 公民團體 (同質性)	台灣媒體觀察教育基金會 鄭人豪政策專員	時間：108 年 11 月 8 日 上午 10:00-12:00 地點：台經院本棟會議室 201
	卓越新聞獎基金會 邱家宜執行長	
	新聞公害防治基金會 林祖儀執行長	
	台灣音像教育行動協會 林瑞婉監事	
	技嘉教育基金會 周麗華副執行長	
	假新聞清潔劑 簡艾薇共同發起人	
第二場次 政府部門 (同質性)	科技部 科教發展及國際合作司 曾黛如科長	時間：108 年 11 月 8 日 下午 14:00-16:00 地點：台經院本棟會議室 201
	文化部人文及出版司 游惠容科長	
	文化部影視及流行音樂發展司 郭聯德專員	
	教育部終身教育司 許嘉倩專門委員	
	國家通訊傳播委員會 黃財振科長	
	衛福部保護服務司 郭彩榕副司長	
第三場次 媒體業者 (同質性)	內政部警政署刑事局偵查科 林盟峰研究員	時間：108 年 11 月 15 日 上午 10:00-12:00 地點：台經院本棟會議室 201
	公共電視 謝翠玉執行副總經理	
	公共電視新聞網 卓冠齊製作人	
	民視企劃室 賴乃綺執行主任	
	三立電視財務暨投資部法務室 張明滄經理	
	中嘉網路法務部 張書銘協理	
	凱擘股份有限公司法務法規室 林雅惠副處長	
	凱擘股份有限公司法務法規室 洪依凡律師	
年代電視台行銷公關部 張怡榆經理		
第四場次 學者專家	中正大學傳播學系 羅世宏教授	時間：108 年 11 月 15 日 下午 14:00-16:00
	政治大學傳播學院 陳憶寧教授	

會議場次	出席名單	會議時間與地點
(同質性)	政治大學傳播學院 劉昌德教授	地點：台經院本棟會議室 201
	交通大學傳播研究所黃惠萍 教授	
	交通大學傳播研究所李秀珠 教授	
	國立臺灣藝術大學廣播電視學系 李慧馨副教授	
第五場次：廣電 媒體相關 政府、公民團 體、學者專家與 媒體業者 (異質性)	中華電視股份有限公司新聞部 黃兆徽經理	時間：108 年 11 月 29 日 上午 10:00-12:00 地點：台經院本棟會議室 201
	世新大學廣播電視電影學系兼任副教授 何吉森	
	文化部影視及流行音樂發展司 郭聯德專員	
	國家通訊傳播委員會 朱盈璇科員	
	台灣少年權益與福利促進聯盟 葉大華秘書長	
	世新大學新聞系 林宇玲教授兼系主任	
第六場次：媒體 素養教育相關 政府、公民團 體、學者專家與 媒體業者 (異質性)	教育部國民及學前教育署國中小組 王浩然業務助理	時間：108 年 11 月 29 日 下午 14:00-16:00 地點：台經院本棟會議室 201
	Skills for U 黃偉翔執行長	
	臺北市政府教育局 楊淑妃專門委員	
	輔仁大學新聞傳播學系 陳順孝教授	
	中正大學傳播學系 胡元輝教授	
	泛科知識 廖立潔業務總監	
	臺灣藝術大學廣播電視學系 單文婷副教授	
輔仁大學商業管理學士學程兼任教師張麗華		

資料來源：本研究。

三、問卷調查法

為進一步掌握我國政府部會、民間團體、廣電媒體業者於 108 年度推動媒體素養之現況，本研究除透過文獻資料分析與焦點團體座談來掌握我國相關單位目前與媒體素養政策推動現況外，在 109 年 2 月 10 日 2 月 26 日間，再補充透過問卷調查（如附錄七、八、九）之方式，函送公文請我國政府部會、民間團體、廣電媒體業者等協助填答，並以紙本郵寄或電子郵件等方式來回收填答結果，以掌握我國各單位於 108 年推動媒體素養之現況。該問卷調查執行方法如下說明：

（一）調查對象

本次調查對象共包含政府部門、民間團體、廣電媒體業者等三大類別，各類調查對象如下所述：

- 1、政府部門：包括教育部、衛福部、文化部、內政部、科技部與通傳會等 6 大部會。
- 2、廣電媒體業者：
 - （1）無線電視：公共電視文化事業基金會、民間全民電視公司、台視、中視、華視等。
 - （2）有線電視系統（考慮媒體規模，以我國前三大有線電視系統企業集團為優先調查對象）：凱擘、中嘉、台灣數位寬頻。
 - （3）衛星電視（考慮媒體規模，以有經營新聞頻道和綜合頻道之電視集團為優先調查對象）：八大電視股份有限公司、三立電視股份有限公司、中天電視股份有限公司、東森電視事業股份有限公司、壹傳媒電視廣播股份有限公司、聯利媒體股份有限公司、年代網際事業股份有限公司等。
- 3、民間團體：台灣媒體觀察基金會、卓越新聞獎基金會、金車文教基金會、GOV 零時政府、台灣事實查核中心、科學新聞解

剖室等。

(二) 調查時間

本次問卷發放時間自 109 年 2 月 10 起至 109 年 2 月 26 日止，共回收 18 份調查結果。

(三) 調查方法

以函送公文方式請調查對象協助填答(另有部分民間團體係以電子郵件或線上社群媒體方式聯繫詢問)，並請調查對象以電子郵件或紙本郵寄等方式回傳填答結果，以回收調查結果資料。

(四) 調查內容

本次調查內容主要是要了解調查對象於 108 年間推動媒體素養之現況，包括：

- 1、於 108 年間是否有舉辦內部媒體素養相關教育訓練或講座活動；若有推動相關內部教育訓練活動，則再詢問推動之活動名稱、內容與經費預算等。
- 2、於 108 年間是否對外推動媒體素養之相關活動或計畫；若有則再詢問活動計畫之名稱、內容與經費預算等。

詳細調查問卷之內容請見附錄七至九。

(五) 調查結果

本次問卷調查自 109 年 2 月 10 起至 109 年 2 月 26 日間共回收 18 份調查結果。包括政府部門 6 份、廣電媒體業者 8 份、民間團體 4 份等，總回收率超過 6 成。各類調查對象之回收率與回收情形如下表 2-2。

表 2-2 問卷調查結果

調查對象	問卷回收率	回收情形	有填答問卷調查並回寄填答結果之單位
政府部門	100%	調查 6 個政府單位，共回收 6 份單位填答結果	教育部、衛福部、文化部、內政部、科技部與通傳會
廣電媒體業者	53%	調查 15 個廣電媒體單位，共回收 8 份單位填答結果	公共電視文化事業基金會、民間全民電視公司、台視、中視、華視、中嘉、台灣數位寬頻、八大電視股份有限公司
民間團體	66%	調查 6 個媒體素養相關民間單位，共回收 4 份單位填答結果	台灣媒體觀察基金會、卓越新聞獎基金會、金車文教基金會、台灣事實查核中心
總調查結果	66%	共調查 27 個單位，回收 18 份單位填答結果	包括教育部、衛福部、文化部、內政部、科技部與通傳會、公共電視文化事業基金會、民間全民電視公司、台視、中視、華視、中嘉、台灣數位寬頻、八大電視股份有限公司、台灣媒體觀察基金會、卓越新聞獎基金會、金車文教基金會、台灣事實查核中心

資料來源：本研究。

本研究會再依據上述調查所回收之資料來進行研究分析，以掌握我國政府部門、民間團體與廣電媒體業者於媒體素養推動現況。

四、 制度比較法

本研究透過上述文獻資料分析、焦點團體座談與問卷調查，掌握對國內外推動媒體素養之政策與相關推動作法後，進一步綜合分析，製作國內外政策與作法差異對照表，並研析國際與國內推動媒體素養之政策差異，比較國內外政策思維與作法之異同，以作為最後結論建議分析之重要參考來源，提供委辦機關政策參考。

五、 歸納分析法

本研究將依據前述研究方法所產出之研究成果，歸納分析國內外政府部門媒體素養政策現況，及民間團體之現行作法，提出未來建立跨部會溝通合作平臺之具體措施與建議、公私協力推動媒體素養之具體措施與建議，及網路爭議訊息與媒體素養之未來值得關注的趨勢與建議。

第二節 研究進度

本研究計畫執行進度甘特圖如下表 2-3。研究團隊依照各階段預計完成之工作任務進行研究進度控管，於契約規定之期限內繳交期中及期末報告初稿，並配合機關之業務需求進行報告修正與結案作業。

表 2-3 研究計畫執行進度與時程規畫

	工作項目	2019 年 7 月	2019 年 8 月	2019 年 9 月	2019 年 10 月	2019 年 11 月	2019 年 12 月	2020 年 1 月	2020 年 2 月	2020 年 3 月
第一階段	上網登錄 GRB 資 料表									
第二階段	蒐集分析 各國 ¹⁵ 政 府部門推 動媒體素 養之政策									
	蒐集分析 各國民間 單位推動 媒體素養 之現況									
	蒐集分析 各國媒體 產業推動 媒體素養 之現況									
	提出期中 報告初稿									
第三階段	蒐集分析 國內各政 府部門推 動媒體素 養之政策 與具體作									

¹⁵ 至少包含美國、澳洲、英國、德國、加拿大、韓國、歐盟、聯合國教科文組織及新加坡等國家或區域性組織。

	工作項目	2019年7月	2019年8月	2019年9月	2019年10月	2019年11月	2019年12月	2020年1月	2020年2月	2020年3月
	法									
	蒐集分析國內各民間團體推動媒體素養之現況與具體作法									
	蒐集分析國內媒體業者 ¹⁶ 推動媒體素養之現況與具體作法									
	研析跨國／跨域公司協力合作模式，包含： 1、國外公私協力合作模式 2、國內公私協力合作模式 3、跨國／跨域公司協力合作模式									

¹⁶ 至少包含商營廣電業者、中嘉集團與公廣集團等。

	工作項目	2019年7月	2019年8月	2019年9月	2019年10月	2019年11月	2019年12月	2020年1月	2020年2月	2020年3月
	舉辦專家座談會議（共6場次，每場次出席人數至少6人）									
	提出期末報告初稿									
第四階段	期末報告修正與結案									

資料來源：本研究。

第三節 研究步驟

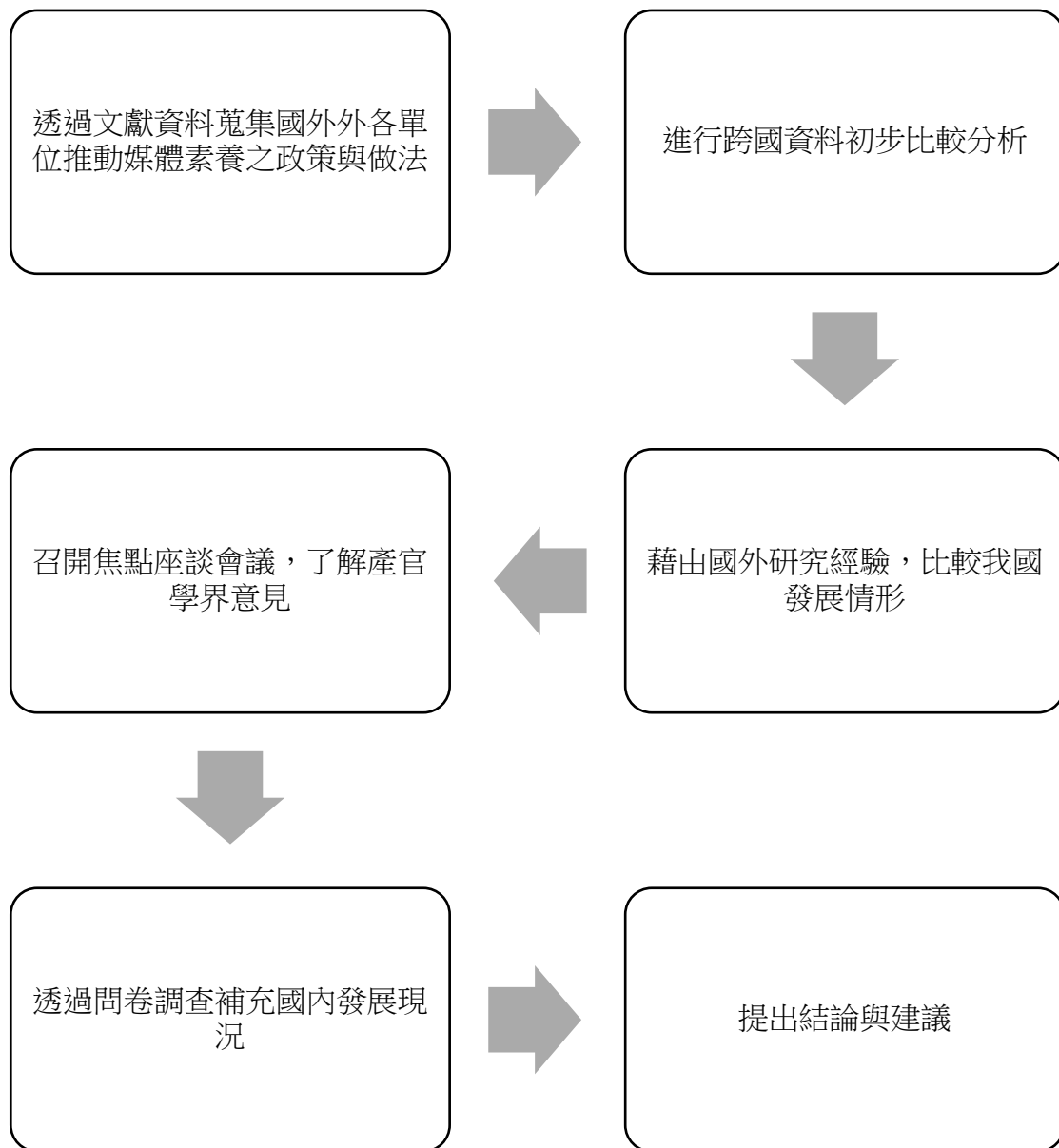
在研究步驟與流程上，本研究將重點研析國內外包括政府部門、民間單位及媒體業者等單位推動媒體素養之政策與作法，透過文獻資料分析，以掌握本研究探討國內外媒體素養之內涵、定義與範圍，並經由網際網路和不同研究方法來進行資料蒐集，進而從不同構面去深入探討與研析。因各國「媒體素養」之推動政策與方式十分多元且複雜，可能隨著各國的發展脈絡而改變，為便於理解與歸納，本研究將參考相關文獻資料，以歸納出「媒體素養」之政策方向與機制座標（詳見本研究第三章），以分析比對國外媒體素養政策與作法於我國之相對關係。

在國外監理機關、民間團體與媒體業者推動媒體素養之現況上，本研究將以上述分析座標向度為方向，就媒體素養之政策與作法等加以分析與整理，初步將分析目標國家（含歐盟、英國、德國、美國、加拿大、澳洲、韓國、新加坡等）區分為歐洲（包括歐盟、英國、德國）、美洲（美國、加拿大）與亞洲（韓國、新加坡、澳洲）等三大區域，並針對上述區域之監理機關、可具代表性之媒體業者、公民團體等為案例，來分析各國媒體素養之推動現況。本研究以廣電電視媒體作為主要的研究對象，設定的研究範圍乃是針對個別電視媒體推動媒體素養之作法為主，並就其實務運作情形及類型進行分析。在細分研究對象屬性後發現，各國主要推動媒體素養之媒體業者又可區分為公共電視系統（如英國 BBC）和商業有線電視系統（如美國 CNN）等兩大類，各國媒體業者在推動媒體素養之作法上又與該國之媒體等整體發展環境與脈絡息息相關，為使國內監理單位與業者更清楚各國理解媒體素養之推動現況，本研究將與綜整各國發展情形後，與第五章第五節小結部分，再比較分析各國之不同作法。

而在盤點分析國內、外媒體素養作法後，研究團隊會再召開焦點團體座談會議，以詢問其對於我國媒體素養推動相關政策之建議，包含對於我國現行政府各部會推動媒體素養制度之建議、對於政府各部會建立跨部門溝通合作平臺之建議、對於政府與民間團體推動公私協力合作模式之建議；對於網路爭議訊息與未來媒體素養之值得關注趨勢與建議。

另針對我國政府部門、廣電媒體業者與民間團體於 108 年度推動媒體素養之現況，再另與 109 年 2 月間透過問卷調查表之形式來掌握我國各單位於 108 年推動媒體素養之現況。

綜合上述各單位對於媒體素養相關議題之意見後，本研究再透過國內與國外之媒體素養政策與作法制度比較法，以彙整所累積之所有調查資料，提供我國設置跨部會溝通平臺或建立公私力合作模式之研究結論與政策建議。下圖 2-2 為本研究步驟與流程圖。



資料來源：本研究。

圖 2-2 研究步驟與流程圖

第四節 分章結構說明

如前一章節所述，由於各國「媒體素養」之推動政策與方式十分多元且複雜，且可能隨著各國的社會情境等發展脈絡而出現定義或實務執行上的差異。為了使我國監理機關能更理解媒體素養之政策與相應作法等概念，本研究報告在第一章緒論與第二章研究方法與架構後，於第三章的書寫脈絡先由文獻資料整理出發，梳理研究相關概念與定義，以理解媒體素養研究於當今社會之意涵。經由上述文獻資料分析後，本研究將歸納出媒體素養之概念，以作為後續分析、比對國外媒體素養政策與作法之基準。

第四章則為我國媒體素養推動政策與作法之探討，就政府機關、媒體業者與公民團體等三大研究目標分節撰寫，從而在第四節中研析我國媒體素養推動現況之困境與問題，以梳理問題意識，作為後續研析國外發展經驗之基礎。

第五、六、七章梳理各國推動媒體素養之政策與現況，並依照所研析目標國家之地理位置，劃分為第五章歐洲（歐盟、英國、德國）、第六章美洲（美國、加拿大）、第七章亞洲（新加坡、韓國與澳洲）等三大章節分別撰寫，並在每章節下再依照各國之政府機關、媒體業者、公民團體等三大推動主體現況進行描述，從中借鏡各國建立跨部會之協力模式或公私合作機制，最後於各章最後彙整小結，以針對各國分析結果提出初步結論與我國可供參考借鏡之發現。

最後在第八章彙整國內外發展情形，並參考本研究焦點團體座談會議中不同領域專家學者所提出之意見，以研提我國媒體素養可採行之相關政策，並與第九章彙整本研究發現與結論建議，包括短中長期之政策建議與執行步驟等，以供我國政府機關參考。

第三章 媒體素養理論與制度的發展

為了解當今媒體素養於各國政策制定或相關學術研究中所探討之具體概念、定義與研究意涵，本研究首先爬梳相關文獻資料，以回顧其發展情形，從中掌握後續分析國內外媒體素養推動政策與現況之分析依據。

第一節 文獻回顧

媒體研究中開始探討「素養」之概念起源，與大眾媒體之發展與效果研究息息相關。在傳播科技日新月異、快速普及發展下，大眾媒體逐漸成為公民日常娛樂、接收資訊的重要場域。過去媒體相關研究已經證實，媒體對於閱聽大眾有其影響力與效果，媒體透過聲音、文字、影像等符號所呈現的社會、文化、政治等意涵，建構了閱聽眾對於日常生活的想像，並逐漸佔據人們多數日常的休息時光，成為公眾形塑政治觀點和社會習慣的來源¹⁷。

與此同時，隨著大眾媒體商業化發展，新聞和娛樂之間的界線變得模糊，新聞和八卦消息也結合得更為緊密；再加上資訊時代下，新的數位科技帶動更多元的媒體使用行為，從網際網路到各式資訊娛樂服務，流竄於網際網路上的「假訊息」也逐漸成為影響閱聽眾認知並傷害民主國家發展之不當來源。

閱聽大眾接觸大眾媒體與資訊服務的時間逐漸拉長，甚至逐漸超越學齡兒童每日在課堂上學習的時間，變成公眾終身教育之場域，因為如此，亦有研究者將「媒體」視為青少年、兒童甚至是整個社會群體的「第二教育課程」，不只全面教育兒童與青少年，更規訓社會中

¹⁷ Ciurel, D.,2016. Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies. Professional Communication & Translation Studies, 9 , p.13-20.

的每個成員¹⁸。時下政府機關、教育者、媒體研究學者和公民團體等如何看待媒體使用對於閱聽眾的影響與效果，並如何讓公眾了解媒體資訊產製的方式、甚至從中衍生出一套識別資訊之媒體素養與能力，已成為媒體素養相關研究推動之主軸，相關定義與文獻討論也不斷被提出。

為瞭解不同單位對於媒體素養之概念理解與定義，本研究以下彙整並介紹國際間重要組織、單位與相關學術研究對於媒體素養所提出之定義與討論，以釐清其發展具體內涵。

一、 媒體素養之定義與相關文獻探討

(一) 聯合國教科文組織

在國際上，聯合國教科文組織(UNESCO)可說是媒體素養(Media Literacy)推動的先驅。該組織最早在《1982 年格倫瓦爾德宣言(Grünwald Declaration of 1982)》中提到，需要透過政策和教育系統來提升公民批判性地了解媒體訊息¹⁹。而後於 2005 年，為了使政策推動方向更為具體，因而提出「素養」(Literacy)之定義為：「識別、理解、解釋、創造、運算及使用不同環境下印刷與書面資料的能力。為涉及個人能夠實現目標、發展知識和潛能，並充分參與社區及廣大社會的連續學習」。

該組織提到，隨著科技發展，公眾得以透過多元且豐富的管道來接受資訊，使素養的概念越發擴張，無論使用何種科技媒介，素養都是資訊接收和溝通要素，並且意味著能夠通過創造、使用或傳播處理資訊，因此現在所謂的素養包括與對媒體和其他資訊提供者互動所需之認知過程、技能、知識與態度。此外，無論討論內容屬於科學、全

¹⁸吳翠珍，2003。什麼是兒童傳播人權。人本教育札記，163，頁 36-38。

¹⁹ 同註 18。

球、政治、金融或文化，媒體和資訊素養都是這些議題討論的基礎，因此也更彰顯素養政策制定的迫切。為此，該組織於 2013 年因而從素養出發，並提出「媒體和資訊素養（Media and Information Literacy, MIL）」概念，將其定位為確保公民參與知識型社會建構的必備能力²⁰。並以「媒體和資訊素養」之複合式的概念來說明其具體意涵，詳細內容請見本章第二、三節之整理說明。

（二） 歐盟

而除了聯合國教科文組織，歐盟（European Union, EU）對於媒體素養之推動亦扮演了很重要的角色。最早於 2007 年 12 月，歐盟發布《歐洲數位環境中媒體素養的方法》報告²¹，明確定義媒體素養為——「近用媒體、理解和批判性地評估媒體和不同面向的媒體內容，以及在各種環境脈絡下中創造通訊傳播之能力²²」。其所指之「大眾媒體」乃泛指通過不同傳播渠道覆蓋廣大公眾之媒體，包含各類傳播媒介之文本、聲音與圖像，例如：電視、電影、影片、網站、廣播、影片遊戲和虛擬社區等。歐盟該報告最後呼籲會員國，應由負責影像和電子通訊監管的有權機關跨部門參與合作，進行媒體素養促進規劃，同時應建立系統研究，定期觀察和報告媒體素養在不同面向的發展。

（三） 英國

檢視各國發展經驗，英國可說是國際間推動媒體素養之先驅國家之一。英國 Ofcom 早在 2004 年 6 月曾進行政策諮詢，並在同年 11 月

²⁰ UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>

²¹ European Commission, 2007. A European approach to media Literacy in the digital environment. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

²² 原文參考：Media Literacy is generally defined as the ability to access the media, to understand and to critically evaluate different aspects of the media and media contents and to create communications in a variety of contexts.

釋出聲明指出 Ofcom 定義媒體素養為「在不同情境下，使用、理解與創造媒體與溝通的能力²³」。以上述定義為基礎，Ofcom 亦進階解析媒體素養之不同層級。最初階的媒體素養是使用某些範疇的媒體，了解所接收的資訊；而進階的媒體素養則著重於認知、了解到高層次的批判思維能力，例如：提問、分析與評估媒體傳播之內容等²⁴，顯示媒體素養之定義依照其欲達成的目標差異，亦有層級上的不同。

（四） 美國

美國聯邦政府部會雖未提出媒體素養之具體定義，但由專家學者所共同籌組的美國「亞斯平協會」(Aspen Institute)在 1992 年舉辦「媒體素養精英會議」中，與會者共同界定媒體素養定義²⁵為：「以多種形式去近用、分析、評估、製作媒體的能力²⁶」，該定義後續被諸多學術文獻引用，亦在諸多媒體素養推動計畫中成為理解媒體素養核心意義之重要指引。

（五） 國內外學者所提出之媒體素養定義

而除了上述國際組織、政府機關或重要單位所提出之媒體素養定義外，國內學者吳翠珍歸納媒體素養的主要意涵²⁷，包括：媒體素養是當代公民必須具備的多元素養之一；媒體素養強調從論域(Literacy as Discourse)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；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；媒體素養是多元素養，可以包括傳統的語文

²³ 原文參考：Media Literacy is the ability to use, understand and create media and communications in a variety of contexts.

²⁴ 孫青，2010。2010年BBC媒體識讀研究報告摘要。
<http://web.pts.org.tw/~rnd/p2/2010/09/BBC%20Media%20Literacy.pdf>

²⁵ CML, n.d. Media Literacy: A Definition and More. <https://www.medialit.org/media-Literacy-definition-and-more>

²⁶ 原文參考：Media Literacy is the ability to access, analyze, evaluate and create media in a variety of forms.

²⁷ 吳翠珍，2008。媒體素養與媒體教育的流變與思辨。卓越新聞獎基金會。

素養、工具素養與再現素養。

國外學者 Ciurel 認為，「媒體素養 (Media Literacy)」一詞關注在教育不同種類的公眾 (孩童、青年和成人)，透過正規或非正規的教育，讓公眾得以批判性 (Critically) 且自發性地 (Consciously) 去消費媒體訊息。它包含著多元技巧，例如批判性思考 (Critical thinking)、解決問題的能力 (Problem Solving)、自主 (Autonomy)、溝通和參與 (Communication and Participation) 等。換句話說，媒體素養並非源自於單一核心概念或領域，其包含著多重概念 (Concept)、方法 (Approaches) 和能力 (Competencies)，且隨著全球媒體素養蓬勃發展下，對於媒體素養之概念與意義也不斷擴張²⁸。

本研究彙整上述國際組織、政府機關或學術研究對於媒體素養之定義如下表 3-1。

表 3-1 媒體素養定義比較表

單位	定義
聯合國教科文組織	聯合國教科文組織並未提出明確之定義，而是以「媒體和資訊素養」(MIL)之複合式概念，來說明媒體素養之範疇。
歐盟	訪問媒體、理解和批判性地評估媒體和媒體內容的不同方面以及在各種環境中創建傳播的能力。
英國 Ofcom	在不同情境下，使用、理解與創造媒體與溝通的能力。
美國「亞斯平協會」舉辦的「媒體素養精英會議」	以多種形式去近用、分析、評估、製作媒體的能力。
國內學者吳翠珍	媒體素養的主要意涵包括：媒體素養是當代公民必須具備的多元素養之一；媒體素養強調從論域 (Literacy as Discourse) 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；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；媒體素養是多元素養，可以包括傳統的語文素養、工具素養與再現素養。
國外學者 Ciurel	「媒體素養 (Media Literacy)」一詞關注在教育不同種

²⁸ 同註 8。

單位	定義
	類的公眾（孩童、青年和成人），透過正規或非正規的教育，讓公眾得以批判性（Critically）且自發性地（Consciously）去消費媒體訊息。它包含著多元技巧，例如批判性思考（Critical thinking）、解決問題的能力（Problem Solving）、自主（Autonomy）、溝通和參與（Communication and Participation）等。

資料來源：本研究彙整。

上述各單位或學者所提出之媒體素養定義看似不盡相同，但其中仍有見共通點與核心方向。而若以實務面來看，為了落實媒體素養教育、政策或學術研究，相關單位推動媒體素養之定義與核心目標亦可說是十分多元且分散，但其中亦有共同價值與主張。為了具體釐清其所代表之意義與範疇，本研究接續將拆解媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」概念，以進一步釐清其概念於範疇。

第二節 媒體素養概念與範疇

檢視國內外相關文獻資料，可以發現國內外不管是學術研究或政策文件，對於「媒體素養 (Media Literacy)」一詞之概念，隨著不同學門或不同學者專家關注之焦點方向改變，而延伸出多元名詞探討，包括媒體教育、媒體識讀²⁹、數位素養 (Digital Literacy)³⁰、資訊素養 (Information Literacy)³¹、科學素養³²、甚至是複合式的「科技資訊與媒體素養」³³、「新素養」³⁴等多種概念。

造成相關文獻資料所使用名詞如此多元且複雜的原因，主要在於當今社會與學術領域對於媒體素養之「媒體」與「素養」概念，也就是對於媒體素養所討論之「範疇」與「核心意義」仍未有完全一致的討論方向³⁵，有時甚至會隨著研究者的個人解讀或立場重心，或媒體場域、發展環境與脈絡的改變，而產生名詞混用或概念重疊之現象。

因此，為解讀「媒體」與「素養」一詞在不同文獻資料中所處的相對概念與意義，並歸納分析各國與我國不同對象對於媒體素養一詞所指涉的核心概念與討論範疇，本研究採行的研究策略為：先拆解媒體素養之「媒體」與「素養」一詞各別所涵蓋之概念與意義，理解其

²⁹ 如呂傑華、方亦白，2012。媒體素養教育與課程實踐歷程之再思與展望。課程與教育季刊，15(1)，頁 1-34。

³⁰ 如 Mehdi, Khosrow-Pour. 2017. Digital Literacy for the 21st Century. In book: Encyclopedia of Information Science and Technology Publisher: IGI-Global Editors: M. Khosrow-Pour

³¹ 如 UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>

³² 由我國科技部科教發展及國際合作司補助設立的「公民科學素養調查研究」，於 2008 年起至今已進行四次調查。詳見：<http://csl.ge.nsysu.edu.tw/sub1/main.html>

³³ 教育部，2014。十二年國民基本教育課程綱要總綱。https://www.naer.edu.tw/ezfiles/0/1000/attach/87/pta_18543_581357_62438.pdf

³⁴ 如劉慧雯，2015。從媒體素養到新素養：試論教學策略與認識論的轉變。中華傳播學刊，第 27 期，頁 67-98。

³⁵ 同註 29。

所涉及的範疇與理論方向後，再比較、分析不同學者或相關政策文件所提出的概念定義之異同，最後描繪出現今媒體素養之具體概念象限地圖，作為後續分析國內外媒體素養推動政策與發展現況之定錨與比較基準。這樣的區分，只是為了方便說明、並比較不同文獻與政策作法之間的相對概念，而非絕對概念。

一、 媒體素養之「媒體」概念與範疇

回顧過往相關研究，媒體素養所指涉之「媒體」的概念與涉及範圍，隨著不同學科或不同專家學者關注的焦點改變，媒體一詞所指涉的對象亦會跟著改變。

一般而言，媒體素養一詞所稱「媒體」可大致區分為「大眾傳播媒體 (Mass Media)」與「媒介 (Media)」等兩種概念³⁶。前者屬於較狹隘的媒體定義，是指民眾常見的電視、報紙、廣播等大眾媒體服務；而後者則是泛指「資訊的乘載體」，屬廣義的媒體概念，需視個別文章的語境脈絡與梳理脈絡，來理解其所指涉的範疇與意義。

換句話說，就狹義的定義而言，媒體素養所稱之媒體僅泛指一般大眾媒體；但在廣義的定義下，媒體一詞可能包含涉指各種資訊的載體，甚至隨著數位匯流與資訊科技的發展下，媒體與資訊的界線漸趨模糊，過去媒體素養 (Media Literacy) 所關注的研究焦點，已經從電視、報紙、電影等傳統媒體之素養發展，逐漸涵蓋到網際網路與行動科技等數位媒體或資訊服務，因而也出現數位素養 (Digital Literacy)、資訊素養 (Information Literacy)、資料素養 (Data Literacy)、科學素養，甚至是新素養等多重名詞用法。

國內傳播學者劉慧雯提到，無論是所謂資訊素養或數位素養，這

³⁶ 吳美美，2004。資訊素養與媒體素養——數位時代的素養與素養教育。台灣教育期刊，第 629 期，頁 9-14。

裡的討論都是與數位科技的使用息息相關，重點關注於人們與知識或資訊互動的「媒體工具」種類上。尤其在隨著當今高度資訊化的社會發展環境脈絡下，數位工具的種類與方式多元，因而也促使素養所關注的媒體面向變得多元且多變。尤其當人們已經深深沉浸在數位化、科技化的社會生活空間中，各種數位工具與媒介都是人們了解知識、近用資訊的方法與工具之一。因為如此，學者劉慧雯主張，關注「複數素養(Literacies)」才具有顛覆國家素養教育的意涵，進而才得以與民主聯繫，彰顯民主時代媒體素養教育的核心意義，從而實踐素養教育的具體內涵³⁷。

此概念與聯合國教科文組織 (UNESCO) ³⁸於 2013 年所提出的《媒體和資訊素養政策和策略指南 (Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines)》³⁹方向不謀而合。

(一) 聯合國教科文組織

聯合國教科文組織為了宣導數位時代下的媒體與資訊素養概念，以讓各國之間對於相關政策制定能有具體的方向，因而從素養概念出發，探討數位時代下媒體與資訊素養之間的關係，並提出「媒體和資訊素養」(MIL)之複合式概念。

簡言之，聯合國教科文組織 (UNESCO) 認為當今社會下隨著資訊與傳統媒體的蓬勃發展，資訊素養側重於資訊獲取的目的和過程，強調從定義需求或問題，尋求相關資訊，並以批判、負責且道德地使

³⁷ 同上註。

³⁸ 聯合國教科文組織 (UNESCO) 成立於 1945 年，可說是國際間最早開始關注媒體素養並推動相關教育發展計畫的重要組織之一。它是聯合國所屬職司教育、科學及文化的專門機構，成立宗旨是透過教育、科學與文化，促進各國之間的合作與發展。

³⁹ UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>

用資訊，而媒體素養則超越了資訊素養的範疇，目的在於解決社會和種族群體的代表性與理解媒體中的表達觀點，因此有必要探討兩者的差異，並從中找出具體的集合。

聯合國教科文組織指出資訊素養和媒體素養關鍵目標比較圖如下圖 3-1 所示。



資料來源：UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

圖 3-1 資訊素養和媒體素養關鍵目標比較

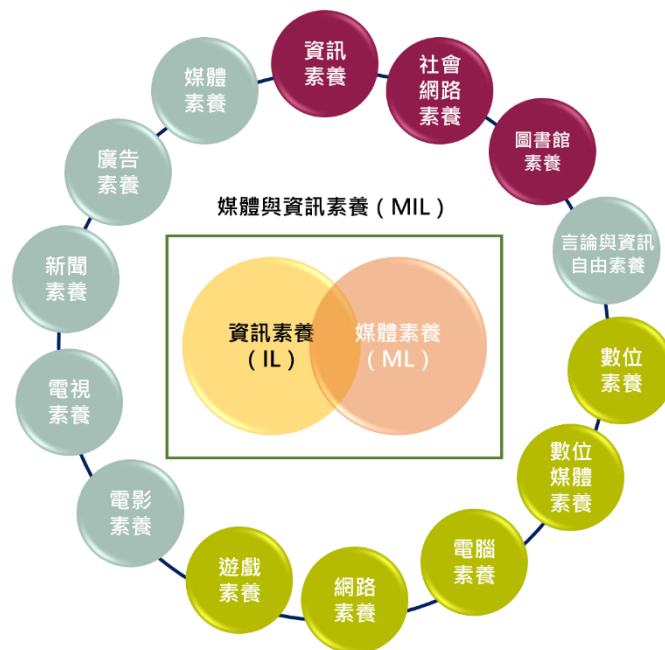
資訊素養的概念側重於資訊用戶個人自主決策，而媒體素養則檢視整個媒體環境塑造過程，以透析媒體資訊脈絡，是為更廣更深的概念。雖各界對資訊素養與媒體素養的定義與理解不盡相同，但聯合國教科文組織（UNESCO）認為，兩者之間的關係仍有許多集合和共同點，包括：

- 1、ICT 在兩個概念中發揮交叉作用，模糊兩者之間的界限；
- 2、兩者都強調接受資訊和媒體內容後批判性評估的必要性；
- 3、兩者皆強調道德使用資訊內容的必要性。

換句話說，當資訊與媒體的界線逐漸模糊與匯流之際，對於素養

的範疇，也需要一個新的複合式概念來理解。為此，聯合國教科文組織提出一個涵蓋範圍更廣的複數素養概念——「媒體與資訊素養（MIL）」，見下圖 3-2。

從中可以發現，媒體與資訊素養概念包含了各種媒體與數位科技領域方向，從資訊、媒體、廣告、新聞、電視、電影、遊戲、網路、電腦、數位媒體、言論與資訊、圖書館、社會網路等，都可以是媒體素養討論的範疇。



資料來源：UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

圖 3-2 媒體與資訊素養所包含之概念生態圈

聯合國教科文組織認為，提出複數素養的概念並不是為了區分各個分類的差異或比較其本體論的不同，而是要提高決策者和相關利益關係人對於各個領域的意識與重視。雖然因為如此，使得媒體素養一詞之定義更為混亂且複雜，但以複數素養之概念來理解推廣各國媒體素養發展脈絡有其必要，一方面可以確保政策規劃涵蓋各種資源和理解，二方面也可實踐多元文化與工具近用⁴⁰。

⁴⁰ 同註 39。

其在本質上可以涵蓋所有形式的媒體（社群媒體）和資訊提供者（如圖書館、博物館和網際網路等），不僅包含資通訊技術，還涵蓋口語傳播，公民於各地近用的廣播、電視、遊戲、數位圖書館和檔案資料庫等，都可說是素養工具的範疇之一。

（二） 歐盟

2007 年 12 月在歐盟公布的《歐洲數位環境中媒體素養的方法》研究報告中⁴¹，亦明指歐洲媒體素養的方法應該涉及所有媒體。其所稱之各級媒體素養包括：

- 1、理解報紙到虛擬社區的所有現有媒體；
- 2、積極利用媒體，特別是透過互動電視，使用網路搜索引擎或參與虛擬社區，以及更好地利用媒體的娛樂、獲取文化、文化間對話，學習和日常生活應用的潛力；
- 3、對媒體內容質量和準確性方面採取重要的方法；
- 4、創造性地使用媒體，隨著媒體技術的發展和作為分發渠道的互聯網的日益增多，越來越多的歐洲人可以創建和傳播圖像，資訊和內容；
- 5、了解媒體經濟以及多元化和媒體所有權之間的差異；
- 6、了解對「合法文化」至關重要的版權問題，特別是對於年輕一代的消費者和內容製作者的雙重能力。

為了更進一步釐清不同媒體於素養政策或相關教育推動之方向，歐盟《歐洲數位環境中媒體素養的方法》報告中，主要依照媒體之不同性質，將素養之推動方向區分為廣告商業傳播、視聽作品和線上傳播等三大類，如下表 3-2。

⁴¹ European Commission, 2007. A European approach to media Literacy in the digital environment. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

表 3-2 歐洲媒體素養關注之媒體領域及其對應目標

領域	具體目標
商業傳播的媒體素養	<ul style="list-style-type: none"> 為年輕觀眾提供工具，使他們能夠做出明智的選擇； 提高相關領域的自我和共同監管措施和機制，並促進行業行為守則的制定和實施； 鼓勵該領域的公共/私人融資具有足夠的透明度。
視聽作品的媒體素養	<ul style="list-style-type: none"> 為年輕的歐洲觀眾提供更好的關於歐洲電影傳統的意識和知識，並提升其對近期歐洲電影的興趣； 促進視聽媒體製作和創作技能； 從消費者和內容創作者的角度理解版權的重要性。
網路媒體素養	<ul style="list-style-type: none"> 授權用戶使用工具批判性地評估線上內容； 擴大數位創造力和生產技能，提升對版權的認知； 確保每個人都能享受到資訊社會的好處，包括由於資源或教育、年齡、性別、種族、殘疾人（電子無障礙）以及生活在不太受歡迎的地區而處於不利地位的人； 理解搜索引擎如何運作（如演算法），並學習如何更好地使用搜索引擎。

資料來源：Commission of the European Communities, 2007. A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment.

我國教育部在 2014 年提出的「十二年國教課程綱要總綱」中，亦引入了「科技資訊與媒體素養」概念，作為我國十二年國民基本教育之核心素養項目之一⁴²。雖然該複合式定義範疇⁴³與聯合國教科文組織或歐盟所提之媒體與資訊素養是否一致尚待討論，但本研究經相關文獻資料分析後發現，國內外對於媒體素養之「媒體」討論確實已經延伸出複合式的概念，其為當今媒體匯流現象所延伸之結果，既包含傳統媒體又涵蓋數位媒體之討論，因此本研究認為有必要以複合式媒體素養概念，一同將其納入研析。

而為了於後續研究分析中理解各國與我國推動「複數素養」之現況與意涵，本研究先廣蒐國內外提及媒體素養與相關延伸名詞之定義與內容，並將媒體素養具體所指涉之「媒體」對象視為一複合式的概

⁴² 教育部，2014。十二年國民基本教育課程綱要總綱。
https://www.naer.edu.tw/ezfiles/0/1000/attach/87/pta_18543_581357_62438.pdf

⁴³ 該項目之說明為「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」。

念，並以分成兩大向度來說明之，分為以報紙、電視等傳統大眾媒體為對象的「媒體素養 (Media Literacy, ML)」，和以數位新興媒體為主的「資訊素養 (Information Literacy, IL)」，以做後續的比較與分析。各向度延伸之概念名詞如下表 3-3 所示。

表 3-3 媒體素養所指涉之「媒體」概念

向度	延伸之概念與名詞	參考資料來源
媒體素養 (ML)	媒體素養、廣告素養、新聞素養、電視素養、電影素養、言論與資訊自由素養。	UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines
資訊素養 (IL)	資訊素養、遊戲素養、網路素養、電腦素養、數位媒體素養、數位素養、圖書館素養、社會網路素養等。	

資料來源：本研究彙整分析於 UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.p.54.

二、 媒體素養之「素養」概念與範疇

「素養 (Literacy)」一詞在傳統上的定義係指一個人「讀和寫的能力⁴⁴」，但是隨著社會與知識體系的進步，人與知識互動的方式日趨多元，因此素養一詞在現代已經被賦予更寬廣的意義⁴⁵。

2005 年，聯合國教科文組織 (UNESCO) 將「素養」(Literacy) 定義為：「識別、理解、解釋、創造、運算及使用不同環境下印刷與書面資料的能力。為涉及個人能夠實現目標、發展知識和潛能，並充分參與社區及廣大社會的連續學習」。由此定義可知，在現代社會與知識系統的發展脈絡下，「素養 (Literacy)」一詞的定義已超越個人的讀寫能力，且隨著越來越豐富的資訊接受管道和媒體科技，讓素養的

⁴⁴楊洲松，2014。解放與賦權－媒體素養教與的理念與實踐。台灣教育期刊，第 629 期，頁 2-8。

⁴⁵國家教育研究院雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網，2012。素養 (Literacy) (圖書館學與資訊科學大辭典) <http://terms.naer.edu.tw/detail/1678771/>

概念越發擴張⁴⁶。

以圖書資訊學為例，相關研究多以「資訊素養（Information Literacy）」為主題，其對於「素養」之核心意義，通常意指個人了解自身資訊需求，並有效尋找、評估、整合、利用資訊的能力⁴⁷。而亦有相關學術研究者將資訊素養進一步再依照素養能力的級距差別或目的、理論之不同，而區分為以防疫主義、保護媒體消費者慎選媒體資訊內容為主的媒體「識讀」，和以公民教育、訊息產製和媒體近用為主的媒體「素養」⁴⁸。

國內學者吳翠珍、陳世敏等人於2007年出版專書指出，識讀的概念之學術理論主要受行為主義的刺激與反應理論、社會學習理論等影響；但素養觀念則源自於公共廣播體制，受大眾文化研究、符號學研究、媒體政治經濟學、英國文化研究、媒體批評等學術領域所影響。識讀重於防弊，素養的重心則特別強調訊息產製和以公民發聲為目的的媒體近用⁴⁹。兩者的重要差異在於資訊教的是技能，是如何使用；而素養學的是智能，是生活態度⁵⁰。

學者呂傑華、方亦白等人彙整並比較國內外學者對於媒體教育、媒體素養與媒體識讀之定義差異後亦認為，對於媒體素養之核心精神，除涵蓋了解與學習媒體產製技術等媒體識讀教育外，更應包含且強調解放與賦權的媒體素養，也就是建立閱聽人思考與辨別的解讀與分析

⁴⁶ 國家教育研究院雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網，2012。素養（Literacy）（圖書館學與資訊科學大辭典）<http://terms.naer.edu.tw/detail/1678771/>

⁴⁷ 國家教育研究院雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網，2012。素養（Literacy）（圖書館學與資訊科學大辭典）<http://terms.naer.edu.tw/detail/1678771/>

⁴⁸ 同註29。

⁴⁹ 吳翠珍、陳世敏，2007。媒體素養教育。臺北市：巨流圖書公司出版。

⁵⁰ 陳炳宏，2019。108課綱「科技資訊與媒體素養」係瞎米？公視《開鏡》季刊。https://medium.com/@PTS_quarterly/108%E8%AA%B2%E7%B6%B1-%E7%A7%91%E6%8A%80%E8%B3%87%E8%A8%8A%E8%88%87%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A-%E4%BF%82%E7%9E%8E%E7%B1%B3-e4af90a374e0

能力。換句話說，識讀與素養等兩者概念均應有所區別且共同兼顧，才得以完善素養之教育落實⁵¹。

而若從國外的文獻的語句脈絡來看，亦可看出對於素養一詞程度與討論方向上的差異。歐洲的教育政策論述文件常出現以 Competencies (Competency 的複數) 或 Competences 等詞彙來指涉能力，除此之外，其他國家或聯合國教科文組織等則亦有以 Literacy 一詞來說明。經我國學者劉湘瑤、張俊彥等人於 2018 年的研究成果認為，從英文詞義詮釋，歐盟組織慣用 Competence 或 Competency，較著重外顯的能力表現；而 Literacy 則更重視於知識觀念的內在涵養，強調溝通參與和處理生活問題的綜合能力表現⁵²。以下將再更深入剖析不同國際組織、政府機關等所提出「素養」之概念。

(一) 聯合國教科文組織

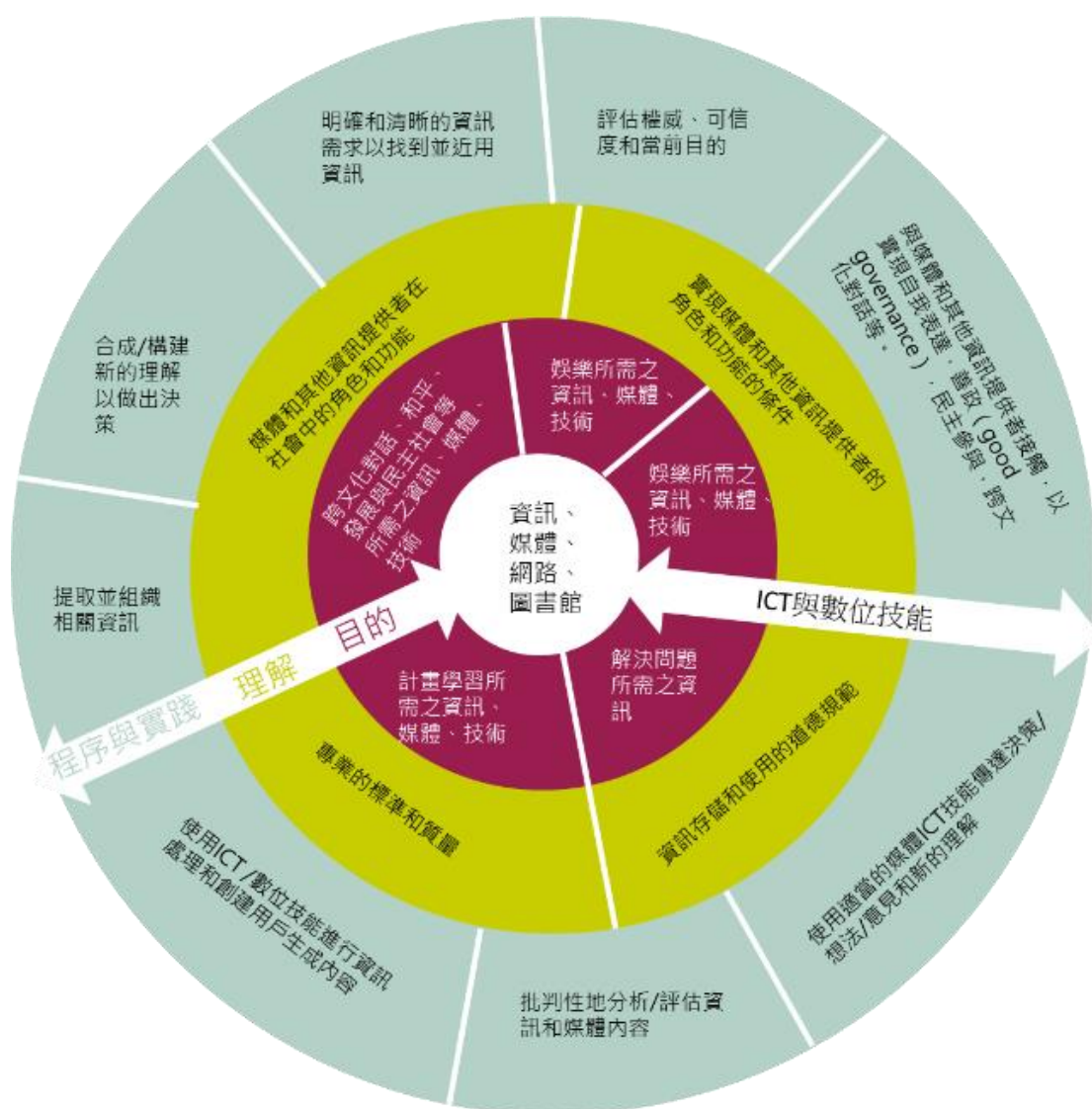
為了清楚說明媒體素養所涵蓋之多重概念與意義，聯合國教科文組織以四個同心軸圓形圖（如圖 3-3）示意，來說明不同程度之素養概念。

第一層概念（同心圓中心）指的是資訊獲取方式，包括媒體和其他資訊提供者傳遞資訊之媒介；第二層概念（第二層同心圓）則為媒體與資訊素養策略之目的，總結了人們使用資訊、媒體和與其他資訊提供者互動的原因；第三層概念（第三層同心圓）則指涉公民的理解與應對，在面對所有形式的媒體和資訊時，公民應具備判別資訊提供者之功能、性質、專業與道德標準等基本知識，並使公民在使用媒體或資訊時，批判地分析和道德地使用資訊，並刺激無法獲取資訊的公

⁵¹ 同註 29。

⁵² 劉湘瑤、張俊彥。2018。論自然科學課程綱要中的「素養」內涵。科學教育月刊，第 413 期，頁 2-9。

民，反思並採取必要的行動以確保自身資訊近用權。第四層概念（第四層同心圓）則為公民的實踐，也就是整合內部所有不同層級的素養概念，讓公民得以理解目的、尋求資訊、批判性地分析與理解資訊、並道德且精確地使用資訊。這種對於「素養」之綜觀性的瞭解，可以協助國家、社會和政府機關全面性地制訂政策指引，甚至推動教育工作與社區發展策略等。

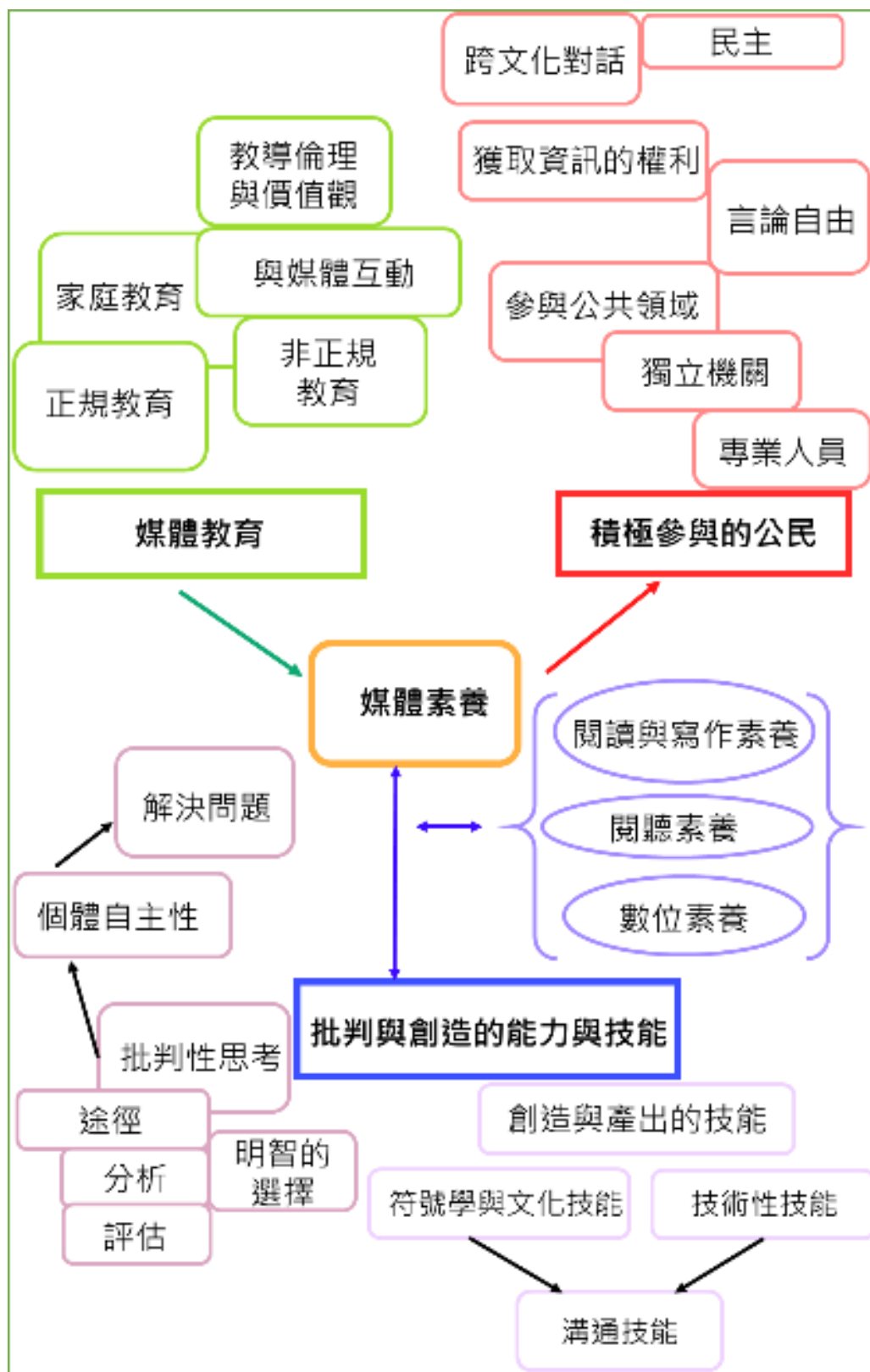


資料來源：UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

圖 3-3 資訊素養和媒體素養概念模型

(二) 歐盟

歐盟於 2006 年提出《歐洲媒體素養的當前趨勢和方法 (Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe)》報告中指出，媒體素養是一項涉及並包含各種技能和形式之技能，它同時是公民所應必備之能力，並強調不應將媒體素養視為孤立或單一的概念來理解，而應該從不同領域補充媒體素養意涵，如下圖 3-4。



資料來源：Commission of the European Communities, 2006. Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe.

圖 3-4 《歐洲媒體素養的當前趨勢和方法》媒體素養觀念架構

從上述國內外文獻資料梳理可以發現，媒體素養之「素養」概念與範疇涵蓋了不同程度與不同維度之複合式概念，依照其背後的理論與知識體系，而出現不同的素養目的與方向。有些國家媒體素養推動政策或研究方向，著重於外顯之技能與了解；而有些則更注重於內在的理解與詮釋，甚至是否能透過掌握外在技能，進一步的強化內在知識。不管是強調使用技能之「識讀」，或著重理解、批判與近用的「素養」，兩者皆為媒體素養之重要核心概念，就研究執行上應區分兩者之差別，並在政策制定或相關行動計畫推動過程中並存，才得以實踐媒體素養之完整核心概念。

本研究為理解並比較不同國家與我國相關政策、作法在推動媒體素養過程中所採用的「素養」之核心概念，所採行的研究策略為將媒體素養具體所指涉之「素養」一詞視為複合式的概念，並參考聯合國教科文組織和我國吳翠珍、陳世敏等人所提出之概念定義，將媒體「素養」之核心意義劃分為以指涉資訊獲取方式或使用資訊媒體為主的媒體「識讀」，和以更強調公民的理解與應對、批判性思考和媒體近用概念的媒體「素養」的兩大向度，以區分不同政策與作法所指涉的方向，進行後續的比較與分析。本研究歸納媒體素養兩大向度所指涉的概念與意義於下表 3-4。

表 3-4 媒體素養所指涉之「素養」概念

向度	延伸之概念	詮釋意義	主要參考資料來源
識讀	指公民為了娛樂、學習、解決問題、發展公民社會所需等目的而使用各種媒介(包含資訊、媒體、網路、圖書館等)之外在技能或能力。	外顯的能力表現。	UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines ; 吳翠珍、陳世敏, 2005。劉湘瑤、張俊彥, 2018
素養	公民在面對所有形式的媒體和資訊時,所應具備理解、應對、判別資訊提供者之功能、性質、專業與道德標準等基本知識。並得以藉此使公民在使用媒體或資訊時,批判地分析並有道德地使用資訊;刺激無法獲取資訊的公民,反思並採取必要的行動以確保自身資訊近用權,從而實踐公民的權利,讓公民得以理解使用資訊與媒體目的、尋求資訊並批判性地分析與理解資訊,從而道德且精確地使用資訊。	內在的知識涵養,強調溝通參與和處理生活問題的綜合能力表現。	

資料來源：本研究彙整分析參考自 UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.p.54；吳翠珍、陳世敏，2005；劉湘瑤、張俊彥，2018。等人之研究。

三、 媒體素養之概念象限地圖

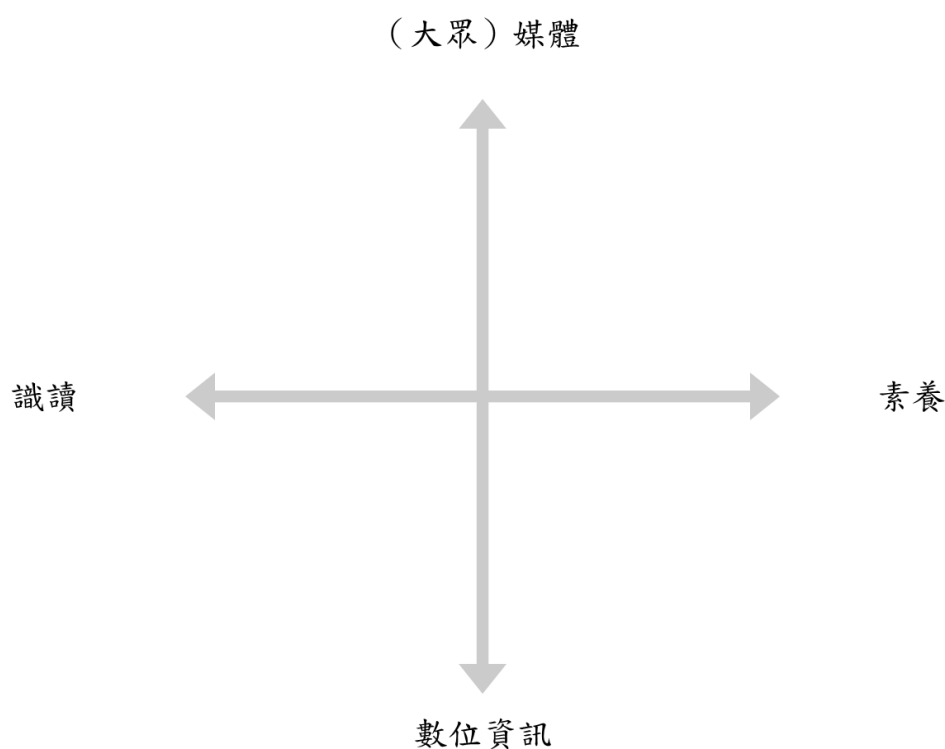
經由上述之文獻爬梳與整理後，可以發現國內外研究或政策制定者對於媒體素養所涵蓋之「媒體」範疇有多重解釋，從傳統大眾媒體之媒體素養，到新興資訊素養、數位素養、甚至是遊戲、廣告、圖書資訊等，都可視為探討的範疇；而媒體素養所涵蓋之「素養」討論，亦依照研究者或政策制定者所採取之理論方向和目的，而有多重與不同層次之解釋概念，從著重於外顯技能掌握與了解之媒體識讀，到關注閱聽眾內顯知識理解、批判與近用之媒體素養。在不同的研究者關注焦點與採行策略的轉移下，媒體素養之「媒體」與「素養」交織成二維之象限地圖，其涵蓋複雜且多元之理論概念，因而也延伸出多元名詞探討，如下表 3-5。

表 3-5 「媒體素養」之四種概念向度

	指標	延伸之名詞與概念		參考資料來源
向度一：媒體素養之「媒體」概念與範疇	(大眾) 媒體	媒體素養、廣告素養、新聞素養、電視素養、電影素養、言論與資訊自由素養	大眾媒體	UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines
	數位資訊	資訊素養、遊戲素養、網路素養、電腦素養、數位媒體素養、數位素養、圖書館素養、社會網路素養等	所有乘載資訊之媒介	
向度二：媒體素養之「素養」概念與範疇	識讀	指公民為了娛樂、學習、解決問題、發展公民社會所需等目的而使用各種媒介(包含資訊、媒體、網路、圖書館等)之外在技能或能力	外顯的能力表現	UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines ;
	素養	公民在面對所有形式的媒體和資訊時,所應具備理解、應對、判別資訊提供者之功能、性質、專業與道德標準等基本知識。並得以藉此使公民在使用媒體或資訊時,批判地分析並有道德地使用資訊;刺激無法獲取資訊的公民,反思並採取必要的行動以確保自身資訊近用權,從而實踐公民的權利,讓公民得以理解使用資訊與媒體目的、尋求資訊並批判性地分析與理解資訊,從而道德且精確地使用資訊。	內在的知識涵養,強調溝通參與和處理生活問題的綜合能力表現	UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines 吳翠珍、陳世敏 劉湘瑤、張俊彥。2018

資料來源：本研究。

本研究將以上表所彙整之媒體素養兩大向度、四大指標，藉以繪製媒體素養之概念象限圖（如下圖 3-5），以作為後續分析國內、外推動媒體素養之政策與具體作法比較基礎，了解不同名詞與用語所指涉概念之相對位置，並剖析比較不同國家、媒體業者、民間團體等於媒體素養著重方向、重點與差異等。本研究以象限圖概念來說明國內外媒體素養推動政策與發展現況之原因，在於希望可以透過比較分析來了解不同文獻與政策作法之間的相對概念，而非探討個別名詞解釋之絕對定義與概念，從中比較不同國家或組織之間的差異作法。



資料來源：本研究。

圖 3-5 媒體素養之概念象限圖

第三節 媒體素養之政策與實踐

雖然國內外學術研究或政策規劃方向對於媒體素養之核心價值存在各種取徑與方向討論，但許多教育者和先驅研究者認為，推動媒體素養教育或相關政策方向之前提，源自於以下核心共識：「所有的媒體訊息都是被建構的⁵³」。

所謂被建構的媒體訊息，其中涵蓋了兩大概念，分別為「建構 (Constructedness)」和「選擇 (selection)」，換句話說，媒體訊息並非反映真實 (not present reality)，而是媒體業者或資訊產製者透過選擇或建構而再現的結果 (represent it)⁵⁴。因此為了使閱聽大眾和公民能夠理解並習得媒體使用的技能，進而掌握理解、批判甚至近用媒體之知識和技巧，許多國家政府機關、教育者或者民間相關組織紛紛推動媒體素養政策與實踐。

一、 媒體素養政策與實踐框架

而在釐清媒體素養之具體概念、範疇、目標與政策實踐之必要性後，下一個關鍵議題是要如何制定媒體素養政策，以發揮其效益。為此，聯合國教科文組織針對媒體素養之政策落實提出六個原則：

- 1、 整合方法；
- 2、 基於權利的方法；
- 3、 從關注人民保護主義轉向賦權於人民；
- 4、 基於知識社會的方法；
- 5、 文化和語言多樣性方法；
- 6、 基於性別的方法。

⁵³ Ciurel, D. (2016). Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies. Professional Communication & Translation Studies,9,p.13-20.

⁵⁴ Ciurel, D. (2016). Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies. Professional Communication & Translation Studies,9,p.13-20.

換句話說，聯合國教科文組織認為媒體素養之政策落實應有整合性的方法，且須關注不同權力、文化、語言多樣性、性別、賦權等多種面向，其為實踐民主國家理念的方法之一，各個國家應依照所欲達成的願景與目標，來擬定相對的政策方法和評估政策成效方式等。

聯合國教科文組織針對媒體素養各方法所對應之願景、政策制定所需之元素與如何評估政策成果等項目，彙整如下表 3-6 所示。

表 3-6 媒體與資訊素養政策制定目標與實踐方式

理論方法	整合 (應用與加強)	人權方法 (促進與倡 導)	從保護到賦權 (參與)	促進知識社會 ／傳播和資訊 發展 (提供)	文化與語言多樣性 (維護和培植)	基於性別的方法 (促進和支持)
願景 (4 種不同 脈絡與發展 條件)	強調 MIL 而不是 IL 或 ML 和/或取 決於目標受眾的 政策脈絡和起始 條件和感知需 求。	強調社會各界 相關的權利性 質，以促進負責 的參與。 宗教和種族的 包容與理解。	允許社會活動和政 府參與共同發展 MIL 能力。	強調為經濟、 衛生、教育和 治理發展提供 和近用資訊。	強調保護或保存少 數民族的語言和文 化、歷史與知識(包 括婦女和兒童)； 與文化、文化產品 和文化創新互動。	強調婦女/女童的權利 和賦權，不歧視、人 人均得平等近用 MIL 能力。
共識 (需要誰同 意?)	教育工作者：正 式、職場、社群。	部門代表、非政 府組織、執行策 略的人員。	中央政府、教育工 作者、媒體、資訊 儲存機構和資訊提 供者。	電信公司，政 府負責健康、 經濟和 ICT 之 部門，圖書館 和資訊儲存機 構。	文化工作者、學者、 社會服務者、圖書 館、檔案室、博物 館與社群。	性別平等相關的網路、 組織、部門、領導人(婦 女和男性)和提倡團體。
激勵措施 什麼能說服/ 激勵參與 者?	取決於自願與非自願或不願參與和他們的社會地位與價值觀。					
資源 有哪些資源 可用，哪些 尚待開發?	加入相關部門 (例如資訊部、 通訊部、教育部 和文化部)提供	使用和應用適 合 MIL 的人權 工具。	在確保保護未成年 人和最弱勢群體的 同時，參照賦權相 關行動支持和動	分配以公民為 中心的知識社 會發展所需之 充足資源以確	連結與文化能力相 關的資源以及與 MIL 相關的資源。	借鑒性別資源中心、專 家(包括男性與女性) 和其他資源；確保將性 別觀點納入考量制定和

理論方法	整合 (應用與加強)	人權方法 (促進與倡導)	從保護到賦權 (參與)	促進知識社會 ／傳播和資訊 發展 (提供)	文化與語言多樣性 (維護和培植)	基於性別的方法 (促進和支持)
	的資源，並連結 相關領域。		員、分配更多的預 算和人力資源。	保他們獲得必 要的能力。		使用 MIL 政策、策略和 相關資訊，並分配必要 的預算和人力資源。
能力要求 存在哪些技 能以及需要 由誰開發哪 些技能？	提升並改造圖書 館員、資訊通訊 技術和傳播教 師、政策制定者 與家長的技能。	為有權獲得 MIL (權利持有 人)的人和有責 任提供獲得 MIL 能力(責任 承擔者)的人提 供技能。	保護公民免受電子 或虛擬世界的主 導，促進賦權的技 能追求平衡，並確 保公民有能力利用 網路、媒體、圖書 館等的機會。	重新思考現有 的知識社會模 式、傳播和資 訊，並促進其 發展。	鼓勵文化和 MIL 的能力整合。	培養決策者和從業者的 能力，將性別議題納入 MIL 政策和策略，將 MIL 作為性別平等倡導 工具，且過程中讓男女 平等的參與。
行動方案	識別上述議題，發展、計畫行動方案以達成願景。					
傳播 (制定傳播 計畫制定， 以保持人們 的知情與積 極參與)	針對決策者、教 育者、從業者、父 母、其他利益相 關者群體和公民 的整合傳播策 略，倘零散傳播 將失敗。	應用人權方法 傳播策略。	明確傳播 MIL 對 公民保護與賦權的 能力。	傳播 MIL 對資 訊社會發展的 幫助。	傳播 MIL 可促進 文化與語言多樣化 發展，尤其著重從 經濟與社會面說 明。	傳達制定 MIL 政策 和策略的必要性，讓女性 參與並將其視為主要目 標群體。
評估 制定監測和 評估計畫， 以使確保確	多部門和多層次 的評估和監測計 劃，政策實踐情 形，並與必要的	根據人權原則 和執行目標，追 蹤監控 MIL 政 策和策略的投	致力於研究以確定 基於賦權的政策和 策略為公民提供提 供之利益(包括公	制定方針以確 定 MIL 政策和 策略在促進公 民增加且有效	制定方針以確 定 MIL 政策和策略對 促進文化交流、尊 重與理解方面之影	制定方針以確定確保女 性參與的 MIL 政策和 策略對社群、國家、區 域和國際層面是否會產

理論方法	整合 (應用與加強)	人權方法 (促進與倡 導)	從保護到賦權 (參與)	促進知識社會 ／傳播和資訊 發展 (提供)	文化與語言多樣性 (維護和培植)	基於性別的方法 (促進和支持)
實執行或調 整政策	利益相關者合 作。	入和成果。	民的自保能力)之 影響力。	參與知識社會 方面的影響 力。	響力。	生更大影響。

資料來源：UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

為了協助各國政府和民間社會團體漸進性且系統性評估媒體素養政策與實際行動方案是否真的能提升公民媒體素養水平，聯合國教科文組織因而也提出兩個重要評估指標，分別為國家與素養等兩大面向⁵⁵：

（一） 國家（Country）面向

國家對媒體與資訊素養政策發展的整備程度，檢視指標包括：1、政策；2、教育；3、供應（supply）；4、近用和使用（Access and Use）；5、民間社會（Civil Society）。

（二） 素養（Competencies）面向

意指所有公民在媒體素養的能力與水平。尤其特指主要的社會群體，例如是否有充足且受過訓練的教師服務和資源等。為了評估各國公民在媒體素養所具備之能力，於素養面向可透過以下三大指標來評估，分別為：1、近用與檢索；2、理解和評估；3、創造和分享。

上述評估框架為各國媒體素養之推動建立了一個明確的指引，讓國家政策規劃者得以從中評估、檢視、增補相關計畫之缺漏之處（如下表 3-7）。

⁵⁵ UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines. P. 117. <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-policy-and-strategy-guidelines/>

表 3-7 媒體素養於國家政策發展的整備程度評估指標表

面向	評估指標	內涵
國家 面向	政策	是否有制定媒體素養相關政策或立法措施。
	教育	是否有推動媒體素養相關教育，包括正規與非正規教育等。
	供應	是否有提供相關資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等。
	近用和使用（Access and Use）	公民近用和使用媒體之情形，國家或相關民間單位是否有推動相應輔導機制。
	民間社會（Civil Society）	公民團體與社區單位輔導參與之情形。
素養 面向	近用與檢索	公民近用和檢索媒體與資訊內容的能力。
	理解和評估	公民理解與評估媒體與資訊內容的能力。
	創造和分享	公民創造和分享媒體與資訊內容的能力。

資料來源：本研究彙整自 UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

其中，在媒體素養推動面向上，可能隨著各國政策制定者在理解「媒體」與「素養」之核心內涵與目標差異，因而可能出現媒體素養制定政策或實踐取徑上的不同。

二、 媒體素養政策與實踐取徑

根據學者 Ciurel 於 2016 年分析相關文獻與各國媒體素養推動政策，依照其背後的理論脈絡，具體而言可劃分出三種取徑，分別為：保護（Protectionist）、促進（Promoting）和參與（Participatory）⁵⁶。

（一） 保護取徑

從保護主義（Protectionist）理論脈絡所延伸發展的政策方向，目的旨在保護弱勢使用者（Vulnerable Users）避免遭受媒體訊息潛在威脅所影響。該類政策或法規訂定的目標對象通常與兒童、青年有關，主要保護的初衷在於眼見於兒童與青少年在年紀和教育程度上的差異，而使他們較容易受到媒體與不當內容的傷害與影響。而這類法規

⁵⁶ Ciurel, D. (2016). Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies. Professional Communication & Translation Studies,9,p.13-20.

或政策通常也會和性別、仇外、種族主義內容有關。以保護主義出發的媒體素養政策假設所有的閱聽眾接觸媒體訊息都是用同樣的方式，因此在面對媒體負面影響的藥方也相同。這種方法被批評為是「家長式 (Paternalistic)」且「無知的 (Clueless)」。

(二) 促進取徑

促進 (Promoting) 取徑包括舉辦各種鼓勵式的活動或行動計畫，傾向透過活動或行動方案，來刺激閱聽眾了解媒體環境。這種方法的理論脈絡是根基於讓閱聽眾近用媒體內容是等同於提供機會和發展潛力 (Potentialities) 之場所，因此相較於保護主義，它對於媒體內容更少的防衛心態，而是以鼓勵或加強閱聽眾與媒體之間的關係，透過創造性的活動或溝通交流來增進公眾對於媒體內容的了解。

(三) 參與取徑

參與取徑則更強調公眾對於社會發展和溝通的能力，透過政策或行動措施來加強閱聽眾的知識、互動和對話機制。這種取徑的政策方向更重視維護個體的自主權 (Autonomy)、批判能力 (Critical Capacity) 和適當引導自我成長的能力 (Ability to Properly Guide) 等，尤其在網路世代下，數位資訊促進了資源的共享和社會互動，因而如何透過政策規劃輔以數位技能來增進公民之社會參與、媒體近用等方式，即為當代社會中很重要的媒體素養發展。

上述三大媒體素養政策與實踐取徑看似彼此衝突且不相容，但透過系統性的整合，不同取徑之間的差異亦存在著互補的關係。因此學者 Ciurel 認為，在落實媒體素養之三大政策取徑時，彼此應該互相兼顧，並依照不同的施政對象等，來賦予不同的媒體素養目標與方針。本研究彙整媒體素養於國家政策與實踐之三種取徑之內涵如下表 3-8。

表 3-8 媒體素養於國家政策與實踐之三種取徑

面向	評估指標	內涵
媒體素養於國家政策與實踐之三種取徑	保護取徑	從保護主義 (Protectionist) 理論脈絡所延伸發展的政策方向，目的旨在保護弱勢使用者 (Vulnerable Users) 避免遭受媒體訊息潛在威脅所影響。
	促進取徑	舉辦各種鼓勵式的活動或行動計畫，傾向透過活動或行動方案，來刺激閱聽眾了解媒體環境，以鼓勵或加強閱聽眾與媒體之間的關係，透過創造性的活動或溝通交流來增進公眾對於媒體內容的了解。
	參與取徑	強調公眾對於社會發展和溝通的能力，透過政策或行動措施來加強閱聽眾的知識、互動和對話機制。這種取徑的政策方向更重視維護個體的自主權 (Autonomy)、批判能力 (Critical Capacity) 和適當引導自我成長的能力 (Ability to Properly Guide) 等。

資料來源：本研究彙整自 Ciurel, D. (2016). Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies. Professional Communication & Translation Studies,9,p.13-20.

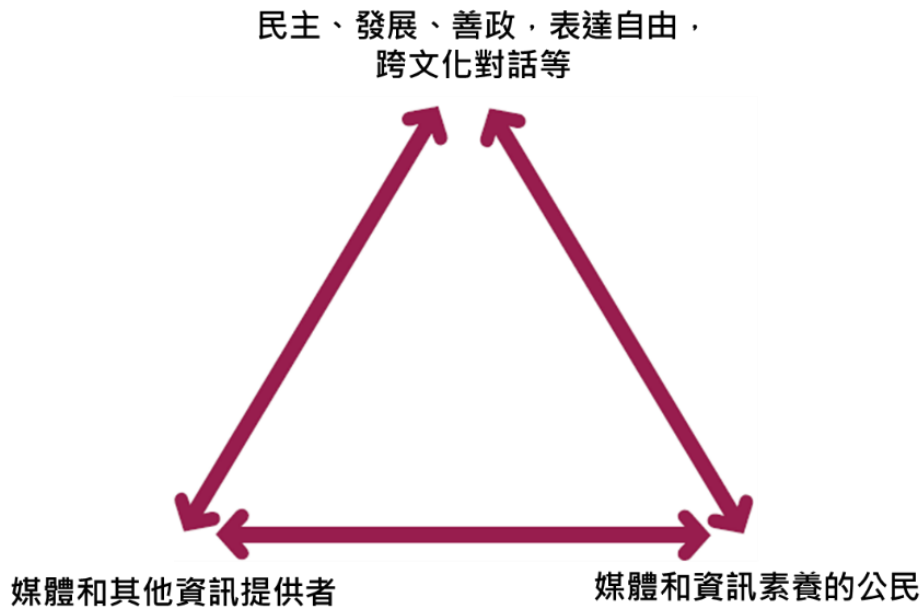
三、 媒體素養政策與實踐主體與對象

(一) 政策實踐的主體

媒體與資訊素養可以形塑教育、工作場域和社群組織的基本技能與知識，以在不同的公民團體或組織中落實，甚至透過公民參與、媒體近用與終身學習等，讓公眾與媒體之間因為彼此以信任而形成互惠關係，從中發展成積極的相互作用與效果。

因為如此，聯合國教科文組織認為，公眾、媒體與其他資訊提供者、終身學習教育機構和政府政策等，都是媒體素養政策中很重要的實踐主體，其對於媒體素養落實與推動，甚至再促進民主、發展、言論表達自由和跨文化對話等價值實踐上，均扮演著重要的角色⁵⁷，如下圖 3-6。

⁵⁷ UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.P60.



資料來源：本研究彙整自 UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

圖 3-6 媒體素養政策與實踐之主體

以下即分別說明媒體素養三大實踐主體所應扮演的角色與任務。

- 1、公民：為媒體素養之政策與實踐之核心，提升公民之媒體與資訊素養，有助於促進民主發展、跨文化對話與表達自由等政策內涵與目的；
- 2、媒體與資訊提供者：包括實體和數位等媒體與其他資訊提供者，例如圖書館、廣電媒體等，其為公眾提供資訊並對公眾媒體近用、參與、賦權扮演至關重要的角色。
- 3、政府與民間團體：終身學習與政府治理對於提升公民媒體素養技能和相關知能扮演重要角色。

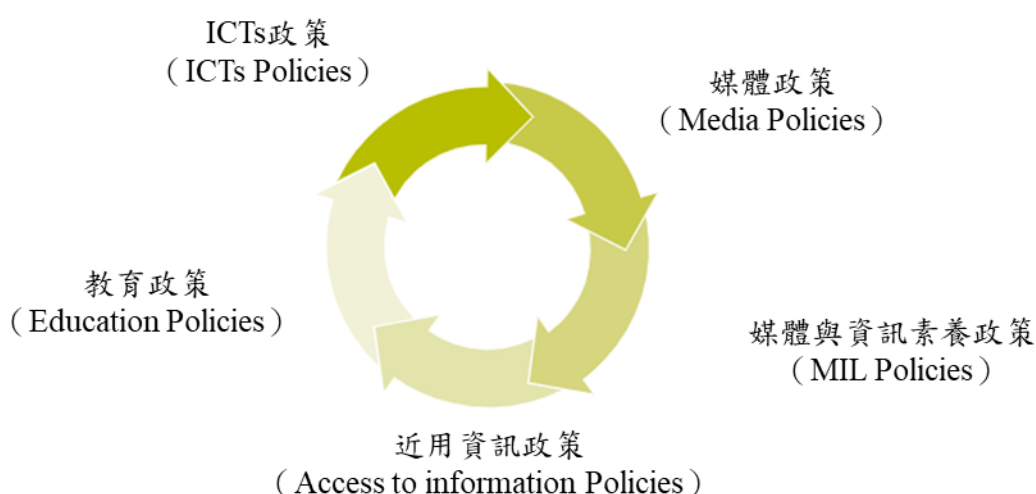
為了使媒體素養之核心意義納入國家政策與實踐計畫中，最早在 2007 年 12 月歐盟公布的《歐洲數位環境中媒體素養的方法》報告中，即呼籲會員國應由負責影像和電子通訊監管的相關政府監管單位統籌跨部門的合作，進行媒體素養促進規劃，同時應建立系統研究，定期觀察和報告媒體素養在不同面向的發展，以建立跨國家層級的行為

守則，並酌情制定共同監管框架，以促進業者自我監管舉措。

呼應歐盟之建議，聯合國教科文組織於 2013 年提出政策建議報告亦認為，落實媒體素養政策需要建立跨政府部門的合作與夥伴關係，甚至透過跨國之間的多邊發展政策，才能夠真正落實媒體素養發展⁵⁸。

換句話說，建立政府跨部門之間的合作關係，為推動媒體素養之重要實踐方式，依照各政府部門所負責之權責與領域，依照不同的媒體素養政策對象和方向，來擬定跨部門的媒體素養政策，為實踐政策之要點。

因為如此，聯合國教科文組織提出「跨部門政策 (Crossing Policy)」之建議方案，其涵蓋政策方向與策略如下圖 3-7。



資料來源：UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.

圖 3-7 媒體素養跨部門政策

在聯合國教科文組織提出的媒體素養「跨部門政策 (Crossing Policy)」中，包含著以下五大環節：

⁵⁸ UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines.P20.

- 1、ICTs 政策 (ICTs Policies)
- 2、媒體政策 (Media Policies)
- 3、媒體與資訊素養政策 (MIL Policies)
- 4、近用資訊政策 (Access to Information Policies)
- 5、教育政策 (Education Policies)

上述五大政策對於國家媒體素養發展來說均缺一不可，需要與其對應的跨政府職權單位來共同協調，包括教育部、通訊媒體、科技、文化與公共行政等領域之間的政府部門與公民團體等相互合作。

而除了聯合國教科文組織之建議，歐洲執委會於 2009 年發布《為促進更具競爭力的視聽內容服務產業與兼具包容知識社會對數位環境中媒體素養之建議 (2009/625/EC)》⁵⁹，對於媒體素養政策方向亦提出兩向建議：

- 1、成員國應與負責視聽和電子通訊監管的主管部門合作，並酌情與監督數據保護機構合作：
 - (1) 制定和實施共同監管舉措，針對主要利益關係人訂定行為守則，並督促媒體行業自我監管或訂立指導方針。
 - (2) 在歐盟當前舉措成果下，在數位環境中持續進行媒體素養相關後續研究，並監測和評估媒體素養水平。
 - (3) 將媒體素養納入義務教育課程，並將其列入終身學習關鍵能力之一，提供相應教育。
 - (4) 提高歐洲境內公民對國家和歐洲影片、文化遺產的認識。

⁵⁹ European Commission, 2009. Commission recommendation of 20 August 2009 on media Literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society(2009/625/EC). Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32009H0625#ntr10-L_2009227EN.01000901-E0010

(5) 設計培訓、資訊日 (Information Days) 以及個人數據風險宣導，尤其注重年輕人、家長和教師的教育。

2、媒體業者應致力提供必要的工具，以提高公眾的媒體素養：

(1) 透過資訊宣傳活動系統地傳播關於資訊和創造性內容如何在數位世界中生產、編輯和傳遞知識，包括如何運作搜尋引擎以及如何更好得使用資訊科技；

(2) 藉由組織活動向公民提供清晰且方便的資訊，介紹以商業傳播為目的的傳播技術，特別是有關產品廣告投放、網路廣告等技術，與辨識廣告和內容之方法；

(3) 在尊重現有法律前提下，向公民提供資訊，特別是針對年輕人的資訊集 (Information Packs)，說明如何處理用戶的個人資料，尤其是關於互動式廣告的運作方式；

(4) 舉辦資訊日向公民宣傳創意經濟的運作方式，包括版權相關知識。

根據上述文獻之建議，本研究認為在落實媒體素養政策過程中，應包括政府各部會、媒體與提供資訊服務之業者、公民團體等多重組織，並透過跨部門之間的合作與政策指引，來協助媒體業者、公民團體等共同提出媒體素養之相關發展策略，以落實媒體素養目標。本研究彙整媒體素養三大實踐主體與所應扮演角色、實踐目標如下表 3-9：

表 3-9 媒體素養政策與實踐主體

面向	評估指標	內涵
媒體素養政策與實踐之主體	政府	<ol style="list-style-type: none"> 1、應包含教育部、通訊傳播、媒體、科技、文化與公共行政等業管單位。 2、制定和實施共同監管措施，針對主要利益關係人訂訂行為守則，並就督促媒體行業自我監管或訂立指導方針。 3、發展相關研究，並監測和評估媒體素養水平。 4、將媒體素養納入義務教育課程，並將其列入終身教育的一環。 5、提高公民對國家和影視媒體產業的認識。 6、設計並辦理相關媒體素養推動活動或計畫。
	媒體與資訊服務業者	<ol style="list-style-type: none"> 1、透過資訊宣傳活動系統地傳播關於資訊和創造性內容如何在數位世界中生產、編輯和傳遞知識，包括如何運作搜尋引擎以及如何更好得使用資訊科技； 2、藉由組織活動向公民提供清晰且方便的資訊，介紹以商業傳播為目的的傳播技術，特別是有關產品廣告投放、網路廣告等技術，與辨識廣告和內容之方法； 3、在尊重現有法律前提下，向公民提供資訊，特別是針對年輕人的資訊集 (Information Packs)，說明如何處理用戶的個人資料，尤其是關於互動式廣告的運作方式； 4、舉辦資訊日向公民宣傳創意經濟的運作方式，包括版權相關知識。
	產業監督之公民團體、社區機構、民間機構等	<ol style="list-style-type: none"> 1、提供社區終身學習機會與活動 2、監督政府與媒體業者 3、協助政府、媒體與資訊服務業者落實媒體素養相關行動與計畫

資料來源：本研究彙整。

其中，因公民為媒體素養政策與實踐之核心，提升公民之媒體與資訊素養，有助於促進民主發展、跨文化對話與表達自由等政策內涵與目的。公民作為媒體素養之實踐對象，依照不同的執行目的與方向，亦有對應之目標群眾。

(二) 政策實踐的對象

在歐洲執委會於 2009 年發布《為促進更具競爭力的視聽內容服務產業與兼具包容知識社會對數位環境中媒體素養之建議

(2009/625/EC)》⁶⁰中，將媒體素養視為積極且可充分實踐公民身份之關鍵條件之一，因此在制定相關政策或推廣計畫時，應將媒體素養政策之實踐對象視為全體國民，不分年齡、族群，將年輕人、成年人和老年人均列入目標對象，以將媒體素養視為終身教育的一環，並針對目標對象在不同層面之目的，以制定相應適宜之方式推動媒體素養。

舉例來說，國際間對於媒體素養之教育首重於關注兒童、青少年等族群，主要原因包含著兩種不同的論點與態度，有些家長或教師對於現今媒體氾濫且資訊爆炸的現象感到憂心，並批評媒體與科技容易使學生沉溺單一觀點而失去深度意義的思考與追尋，因此有許多教師及家長認為應該透過媒體素養來禁止或幫助學生選擇成人認為是優良的媒體；另一種觀點則認為，成人對於青少年及孩童接觸媒體採取禁止或保護的態度，某種程度是來自於成人對於失去控制的恐懼，認為兒童是無知而脆弱、需要保護才不至於受到成人世界的不自然影響。被視為是一種菁英主義鄙視「大眾文化」的結果⁶¹。不管如何，兒童與青少年（尤其特指幼稚園、國小、國中至高中等國民基本教育學齡兒童）作為社會相對弱勢的族群，政府或教育體系基於保護主義之理論概念，因而也促使學齡兒童成為各國媒體素養教育主要關注的焦點。

除此之外，亦有部分媒體素養政策關注於父母、教師和媒體專業人員的基本技能發展，此部分可說是成人教育的一環，以提升職能相關技能與知識出發，以協助提升整體公民之能力與素養，進而提升公民參與與媒體近用。本研究將媒體素養政策實踐的對象主要劃分為正

⁶⁰ European Commission, 2009. Commission recommendation of 20 August 2009 on media Literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society(2009/625/EC). Retrieved from https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32009H0625#ntr10-L_2009227EN.01000901-E0010

⁶¹ 楊洲松，2014。解放與賦權－媒體素養教與的理念與實踐。台灣教育期刊，第 629 期，頁 2-8。

規教育與非正規教育等兩大類，如下表 3-10 與下圖 3-8。

表 3-10 媒體素養政策與實踐之對象

面向	評估指標		內涵	
媒體素養政策與實踐之對象	以終身為教育主軸，並依不同年齡族群設定相同的政策目標。	正規教育	學齡兒童與青年 包括國小、國中、高中、大學等正規教育學齡兒童。	
		非正規教育	家庭教育	尤其關注於父母對於兒女之媒體素養教育。
			職能教育	教師和媒體專業人員的基本技能發展。
			銀髮族群	針對高齡民眾之媒體素養或技能相關教育。

資料來源：本研究。



資料來源：本研究彙整。

圖 3-8 媒體素養政策與實踐之對象示意圖

第四節 小結

綜整上述文獻探討與相關論述，本研究彙整兩點初步小結。

一、 媒體素養定義與範疇為一複合式概念

首先在媒體素養概念與範疇上，可以發現國內外研究或政策制定者對於媒體素養所涵蓋之「媒體」之討論範疇有多重解釋，從傳統大眾媒體之媒體素養，到新興資訊素養、數位素養、甚至是遊戲、廣告、圖書資訊等，都可視為探討的範疇；而媒體素養所涵蓋之「素養」討論，亦依照研究者或政策制定者所採取之理論方向和目的，而有多重與不同層詞之解釋概念，從著重於外顯技能掌握與了解之媒體識讀，到關注閱聽眾內顯知識理解、批判與近用之媒體素養。在不同的研究者關注焦點與採行策略的轉移下，媒體素養之「媒體」與「素養」交織成複雜且多元之理論概念，因此包括聯合國教科文組織、歐盟等重要組織都將媒體素養視為一複合式概念。

本研究發現，雖然採取複合式的概念，有可能使媒體素養一詞之定義更為混亂且複雜，且可能導致在落實層面上的差異與不同，但在數位匯流的發展趨勢下，以複數素養之概念來理解各國媒體素養發展脈絡有其必要，尤其在資通訊科技的快速發展下，傳統媒體與數位科技之間的界線已經更為模糊且難以切割，有必要比較不同國家、政策制定者所指概念之相對位置，才能夠更進一步的瞭解其具體意涵。

二、 媒體素養之政策與實踐需包含跨部會與公私組織合作

而在媒體素養之政策與實踐上，本研究參考聯合國教科文組織、歐盟等重要機構建議，認為媒體素養在落實上確實需要有跨部會與公私協力之模式，才得以滿足不同面向之媒體素養範疇。具體而言，本研究參考聯合國教科文組織之文獻，認為媒體素養政策應涵蓋 ICTs 政策 (ICTs Policies)、媒體政策 (Media Policies)、媒體與資訊素養政

策（MIL Policies）、近用資訊政策（Access to Information Policies）、教育政策（Education Policies）等五大項目。

而在實務上，國家政策制定者可以從「國家政策執行框架」與「媒體素養落實方向」等兩大指標來評估一個國家的媒體素養政策。以國家政策執行框架來說，政策、教育、供應相關資源、近用與使用、民間社會等都是評估一個國家媒體素養政策與整備情形的重要參考依據；而媒體素養落實方向與取徑則與政策目標與目的息息相關，其主要可分為保護取徑、促進取徑、參與取徑等三種理論依據，政策制定者可依照不同的政策目標與對象來採用不同的理論取徑。而不管從哪一種理論取徑出發，媒體素養政策最終目的是要使公民達成近用與檢索、理解和評估、創造和分享等能力與目標。

而在政策實踐之主體上，公民是媒體素養政策關注的核心，而各政府部門、媒體與資訊服務業者、產業監督之公民團體、社區機構等亦應在政策落實上扮演對應的角色，才能夠在各個層面有所顧及。其中，在政策的目標對象上，諸多國際組織與區域性組織均將媒體素養視為終身教育的一環，不管任何年齡層、族群、職業、性別等，均應有媒體素養之能力與了解，本研究粗略劃分施政的目標對象，又可大致區分為以正規教育為本的媒體素養教育，與著重強調成人、職能、銀髮等特定族群之非正規教育。

本研究依照相關文獻，彙整媒體素養之政策框架、取徑、實踐之主體與實踐之對象等面向，區分為不同之評估指標（如下表 3-11）。

此評估指標除有助於本研究後續研析世界主要國家與我國對於媒體素養政策與發展現況，更可供相關部會或機關用以檢視媒體素養相關政策整備程度之參考。

表 3-11 媒體素養政策與實踐整備評估指標

面向	評估指標	內涵	
國家政策執行框架	政策	立法	是否有制定媒體素養相關政策或立法措施。
		施政計畫	
	教育	正規	是否有推動媒體素養相關教育，包括正規與非正規教育等。
		非正規	
	供應	是否有提供相關資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等。	
近用和使用 (Access and Use)	公民近用和使用媒體之情形，國家或相關民間單位是否有推動相應輔導機制。		
民間社會 (Civil Society)	公民團體與社區單位輔導參與之情形。		
取徑	保護取徑	從保護主義 (Protectionist) 理論脈絡所延伸發展的政策方向，目的旨於保護弱勢使用者 (Vulnerable Users) 避免遭受媒體訊息潛在威脅所影響。	
	促進取徑	舉辦各種鼓勵式的活動或行動計畫，傾向透過活動或行動方案，來刺激閱聽眾了解媒體環境，以鼓勵或加強閱聽眾與媒體之間的關係，透過創造性的活動或溝通交流來增進公眾對於媒體內容的了解。	
	參與取徑	強調公眾對於社會發展和溝通的能力，透過政策或行動措施來加強閱聽眾的知識、互動和對話機制。這種取徑的政策方向更重視維護個體的自主權 (Autonomy)、批判能力 (Critical Capacity) 和適當引導自我成長的能力 (Ability to Properly Guide) 等。	
實踐之主體	政府	<ul style="list-style-type: none"> 應包含教育部、通訊傳播、媒體、科技、文化與公共行政等業管單位。 制定和實施共同監管措施，針對主要利益關係人訂訂行為守則，並就督促媒體行業自我監管或訂立指導方針。 發展相關研究，並監測和評估媒體素養水平。 將媒體素養納入義務教育課程，並將其列入終身教育的一環。 提高公民對國家和影視媒體產業的認識。 設計並辦理相關媒體素養推動活動或計畫。 	
	媒體與資訊服務業者	<ul style="list-style-type: none"> 透過資訊宣傳活動系統地傳播關於資訊和創造性內容如何在數位世界中生產、編輯和傳遞知識，包括如何運作搜尋引擎以 	

面向	評估指標		內涵
			及如何更好得使用資訊科技； <ul style="list-style-type: none"> 藉由組織活動向公民提供清晰且方便的資訊，介紹以商業傳播為目的的傳播技術，特別是有關產品廣告投放、網路廣告等技術，與辨識廣告和內容之方法； 在尊重現有法律前提下，向公民提供資訊，特別是針對年輕人的資訊集 (Information Packs)，說明如何處理用戶的個人資料，尤其是關於互動式廣告的運作方式； 舉辦資訊日向公民宣傳創意經濟的運作方式，包括版權相關知識。
	產業監督之公民團體、社區機構、民間機構等		<ul style="list-style-type: none"> 提供社區終身學習機會與活動 監督政府與媒體業者 協助政府、媒體與資訊服務業者落實媒體素養相關行動與計畫
實踐對象	以終身教育為主軸，並依照不同年齡族群設定不同的政策目標	正規教育	學齡兒童與青年 包括國小、國中、高中、大學等正規教育。
		家庭教育	尤其關注於父母對於兒女之媒體素養教育。
		職能教育	教師和媒體專業人員的基本技能發展。
		銀髮族群教育	針對高齡民眾之媒體素養或技能相關教育。

資料來源：本研究彙整。

第四章 我國推動媒體素養之政策與現況

為了解我國目前與媒體素養之相關政策與推動現況，本章接續剖析我國於媒體素養領域發展現況，包括掌握政府、媒體業者與公民團體等三大主體於媒體素養相關政策與作法。

本研究彙整之資料來源與方法主要係透過文獻資料分析法，包括檢索各政府部會、民間團體與廣電媒體業者所公布之新聞稿、政策文件與相關研究文獻資料等為主，並輔以報章雜誌新聞資料、本研究焦點團體座談會議紀錄（詳見附錄一至六）與本研究調查問卷（詳見附錄七至九）所回收之資料與內容，彙整我國媒體素養推動現況如下。

第一節 政策與監理制度

本章節主要說明我國目前有推動媒體素養相關政策與監理制度之政府機關，包括教育部、內政部、文化部、科技部、衛生福利部與通傳會等六大部會，針對其在媒體素養之推動項目、目標、對象、推動方法等項目進行分析。

一、 主要推動監理機關

（一） 教育部

教育部歷年來為我國媒體素養相關政策最主要的推動單位。該部會於媒體素養推動方向主要以「媒體素養教育」為核心，並依照教育對象，大致可區分為正規教育和非正規教育等兩大方向著手推動，分述如下。

1、 正規教育

（1） 九年基本教育

我國於 1968 年以來開始實施的九年國民教育，以培養健全國民為宗旨，透過國中小學國家義務教育，來奠定人才培育的重要基礎。而為了在國民義務教育中納入媒體素養之核心概念，教育部與 2002

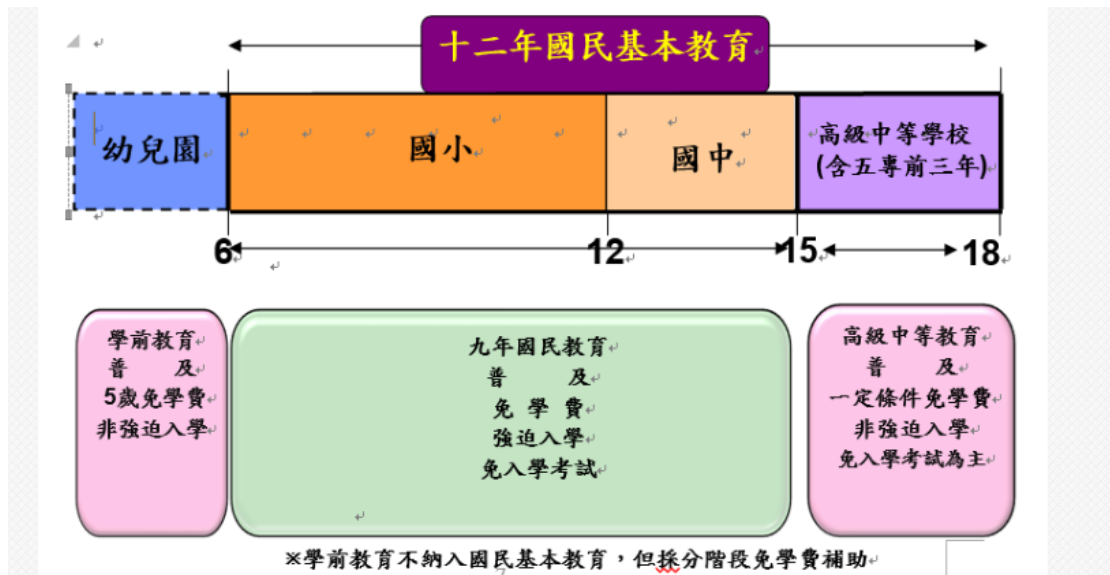
年委請富邦文教基金會與政大媒體素養研究室完成《媒體素養教育政策白皮書》，並依照白皮書之建言，與 2003 年設立媒體素養教育委員會⁶²，除設置教育部部內委員外，亦聘請國內學者專家、民間團體代表及媒體實務者共同加入，成為我國教育機構執行媒體素養教育的核心推動單位。然而該委員會的推動預算在 2006 年遭立法院全數刪除，致使我國媒體素養教育在公部門推動遭到延宕⁶³，但教育部與國家教育義務的政策規劃上並沒有因而停止。2008 年 5 月間於教育部公告的國中、小學《九年一貫課程綱要》，已將媒體素養納入基本知能；而後，在 2011 年教育部提出的《中華民國教育報告書》中，亦將媒體素養納入國民素養之基本範疇。

（2）十二年基本教育

2011 年元旦，隨著我國正式啟動十二年國民基本教育，將我國於 1968 年開始實施的九年國民教育延長至十二年國民基本教育（如下圖 4-1），媒體素養相關正規義務教育亦出現新的轉折。

⁶² 《教育部媒體素養教育委員會設置要點》，<http://www.rootlaw.com.tw/LawArticle.aspx?LawID=A040080011005600-0930602>

⁶³ 台灣媒體觀察教育基金會，2017。「落實前瞻人才計畫，全面推動媒體素養教育」我們的主張與訴求。<http://www.mediawatch.org.tw/work/5112>

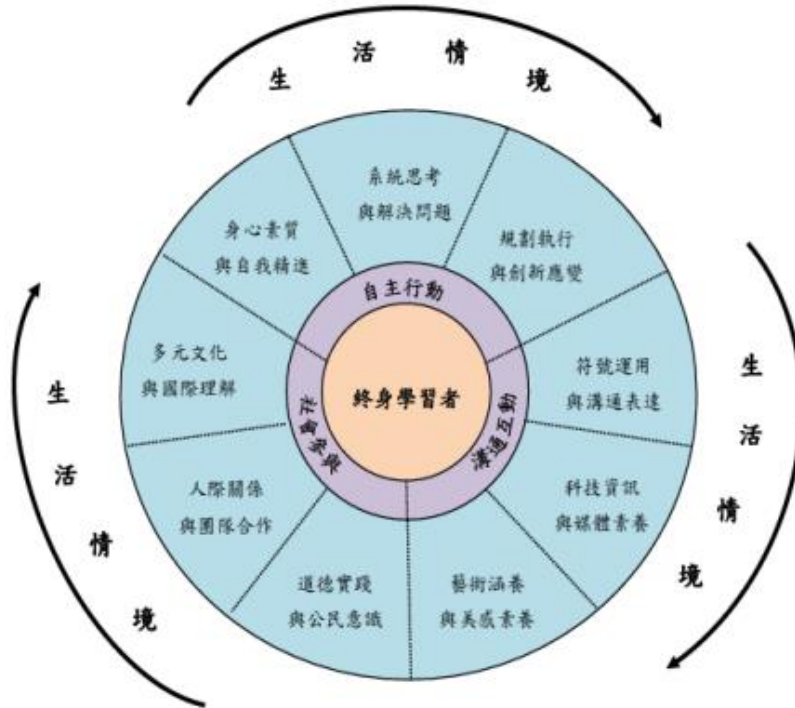


資料來源：教育部全球資訊網，十二年國民基本教育實施計畫。
https://www.edu.tw/News_Content.aspx?n=D33B55D537402BAA&s=37E2FF8B7ACFC28B

圖 4-1 十二年國民基本教育概念示意圖

十二年國民基本教育涵蓋 6 歲至 18 歲學童，從九年國民教育延伸至高級中等教育，並透過教育部於 2014 年發布的《十二年國民基本教育課程綱要》，來規劃總體教育內容。

其中在《十二年國民基本教育課程綱要》中，「科技資訊與媒體素養」為課綱關鍵素養之一（如下圖 4-2）。



資料來源：教育部，2014。十二年國民基本教育課程綱要總綱。
https://www.naer.edu.tw/ezfiles/0/1000/attach/87/pta_18543_581357_62438.pdf

圖 4-2 我國十二年國民基本教育核心素養的滾動圓輪意象

根據該課綱之項目說明，「科技資訊與媒體素養」為「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」。而依照不同年級之教育，訂定媒體素養課程之具體內涵與目標也略有不同，如下表 4-1。

表 4-1 我國國民基本教育「科技資訊與媒體素養」核心內涵

核心素養項目	項目說明	核心素養具體內涵		
		國民小學教育	國民中學教育	高級中等學校
科技資訊與媒體素養	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	具備科技與資訊應用的基本素養，並理解各類媒體內容的意義與影響。	具備善用科技、資訊與媒體以增進學習的素養，並察覺、思辨人與科技、資訊、媒體的互動關係。	具備適當運用科技、資訊與媒體之素養，進行各類媒體識讀與批判，並能反思科技、資訊與媒體倫理的議題。

資料來源：本研究彙整自教育部，2014。十二年國民基本教育課程綱要總綱。
https://www.naer.edu.tw/ezfiles/0/1000/attach/87/pta_18543_581357_62438.pdf

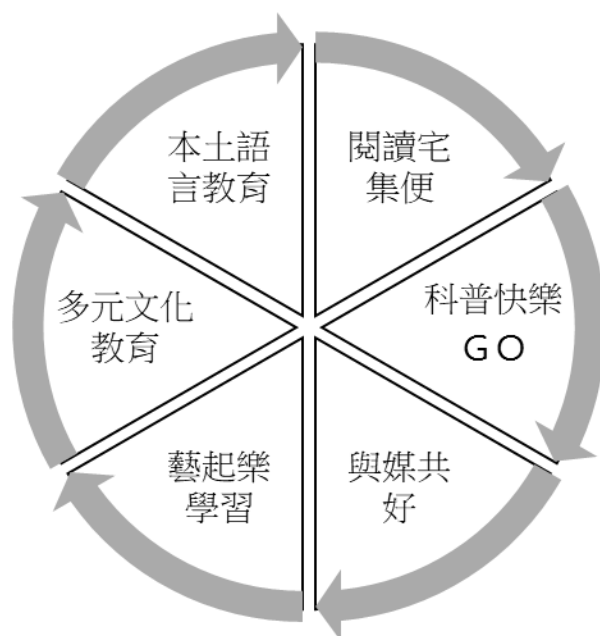
該十二年國民基本教育課程已於 108 年 8 月正式上路。然而，我國學者陳炳宏認為，十二年國民基本教育雖已正式推動，但對於媒體素養教育之核心能力與名稱混淆，使教學第一現場的教師們難以落實，甚至也沒有相關師資培育計畫和教育課程。因而恐使媒體素養教育目的難以實踐⁶⁴。除此之外，國內學者呂傑華、白亦方等人亦認為，我國媒體素養教育可歸納於「對媒體素養教育的核心意義缺乏共識」、「媒體素養教學未能兼顧新舊媒體」、「教師欠缺媒體素養知能與融入領域教學的技能」等三大問題，實需要重新就教學的層次、理念、方法、目標、內容等面向有更清楚的規劃。

2、非正規教育

而除了將媒體素養概念納入我國國民基本義務教育外，終身學習

⁶⁴ 陳炳宏，2019。108 課綱「科技資訊與媒體素養」係瞎米？公視《開鏡》季刊。
https://medium.com/@PTS_quarterly/108%E8%AA%B2%E7%B6%B1-%E7%A7%91%E6%8A%80%E8%B3%87%E8%A8%8A%E8%88%87%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A-%E4%BF%82%E7%9E%8E%E7%B1%B3-e4af90a374e0

亦為教育部推動媒體素養之核心範疇。教育部自 89 年開始結合民間的力量，連結各地資源辦理全民終身教育，至今已屆 20 年。而在 108 年，教育部訂定終身學習圈主題為「學習 N 次方」，其重點核心為因應假新聞事件，因而提出 6 大主題學習圈（如下圖 4-3），並由何嘉人文教基金會、技嘉教育基金會、金車文教基金會、研揚文教基金會、耕莘文教基金會及鄭福田文教基金會等六大基金會領頭，串連我國 103 家民間基金會及團體組織，預計將籌辦 137 項活動，以教育學生辨識「假訊息」⁶⁵。



資料來源：教育部，2019。學習 N 次方 跨域豐世代 108 年度教育基金會終身學習圈啟動記者會新聞稿。

圖 4-3 教育部 6 大終身教育主題學習圈

教育部推動的 6 大終身教育主題學習圈包括以下範疇：

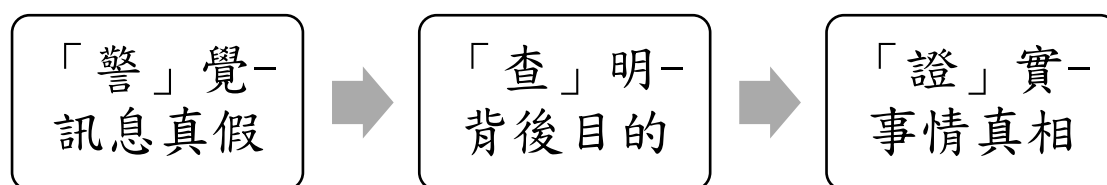
- (1) 「閱讀宅集便」—臺北府城千人走讀、銀青少代間閱讀、繪讀手唱文說志工培育等活動，期盼培養社會閱讀風氣，喜

⁶⁵ 教育部，2019。學習 N 次方 跨域豐世代 108 年度教育基金會終身學習圈啟動記者會新聞稿。
https://www.edu.tw/News_Content.aspx?n=9E7AC85F1954DDA8&sms=169B8E91BB75571F&s=FD3F3411073814CB

閱分享多元閱讀。

- (2) 「科普快樂GO」—偏遠學校無人機、程式機器人等科學實驗展演表演，以及遠距視訊陪讀的濱海小學堂。
- (3) 「與媒共好」—由專業媒體工作者帶領，培養具識別假訊息的思辨能力，學習善用媒體傳播良善訊息、體現媒體價值。
- (4) 「藝起樂學習」—有偏鄉學童臺北藝術之旅、讓阿公阿嬤圓夢的藝文舞臺，踏遍全臺鄉鎮甚至海外教養院及養護中心義演活動。
- (5) 「多元文化教育」—展現原住民、新住民、東南亞移工等多元族群樂舞饗宴展演及情境學習計畫，感受來自社會的尊重與平等的善意。
- (6) 「本土語言教育」—以認識閩客原語言文化為主軸，藉由環保生態、營隊模式、文化探索及議題學習等模式，期待達成以本土語表達和理解各類議題的目標。

其中「與媒共好」主軸是由專業媒體工作者帶領，透過政府出資，並串連我國多家民間基金會及團體組織，透過教育課程或宣導活動，培養民眾識別假訊息的思辨能力，以進而學習媒體良善訊息、體現媒體價值。其對於假訊息之推動方向如下圖 4-4。



資料來源：教育部，2019。學習N次方 跨域豐世代 108年度教育基金會終身學習圈啟動記者會新聞稿。

圖 4-4 教育部打擊假訊息之終身媒體教育方式

上述終身教育之核心亦呼應 108 年上路之 108 年新課綱課程，強調「核心素養」和「跨領域學習」，將媒體素養教育落實到終身學習

中。教育部更推動辦理 87 所社區大學、544 間公共圖書館、365 所樂齡學習中心及 107 所樂齡大學，提供民眾終身樂學習的多元選擇，預計將會串流相關民間團體辦理豐富活動，鼓勵全民終身學習⁶⁶。

3、職能教育

而除了面相一般大眾和學齡兒童的教育制度外，教育部歷年來也透過教育人員在職進修、教學精進計畫等，來培訓媒體素養種子教師，以共同推動媒體素養課程。例如自 105 年起，教育部即委託國家教育研究院辦理國中、小校長儲訓班、教師在職進修班等訓練，將校園媒體素養、公共關係與媒體應對、媒體識讀等課程納入教師訓練項目之一。除此之外，自 101 年起，亦與公民與社會學科中心、資訊學科中心等舉辦有關媒體素養教育之教師培訓計畫，研究並蒐集有關媒體素養相關教師研習營。

4、教育部 108 年推動媒體素養教育行動方案

自 107 年以來，我國行政院有鑑於新興網路科技與社群媒體所造成的網路假訊息問題，因而責成羅秉成政務委員督導，並協調各部會就假訊息問題共同研商因應對策，以盡速完備相關法制，防制假訊息問題。

在行政院的主導下，教育部因而於 108 年提出「媒體素養教育行動方案」，實施期程自 108 年 7 月至 12 月，總預算經費達 31,189,000 元，以「提升公民識讀素養」及「養成獨立判斷能力」為目標，從「致力向下扎根，培養思辨能力」、「強化師資培力，厚植推動量能」及「透過多元管道，培養全民素養」三面向，透過各教育階段共同推動媒體素養教育，提升學生及國人媒體素養。

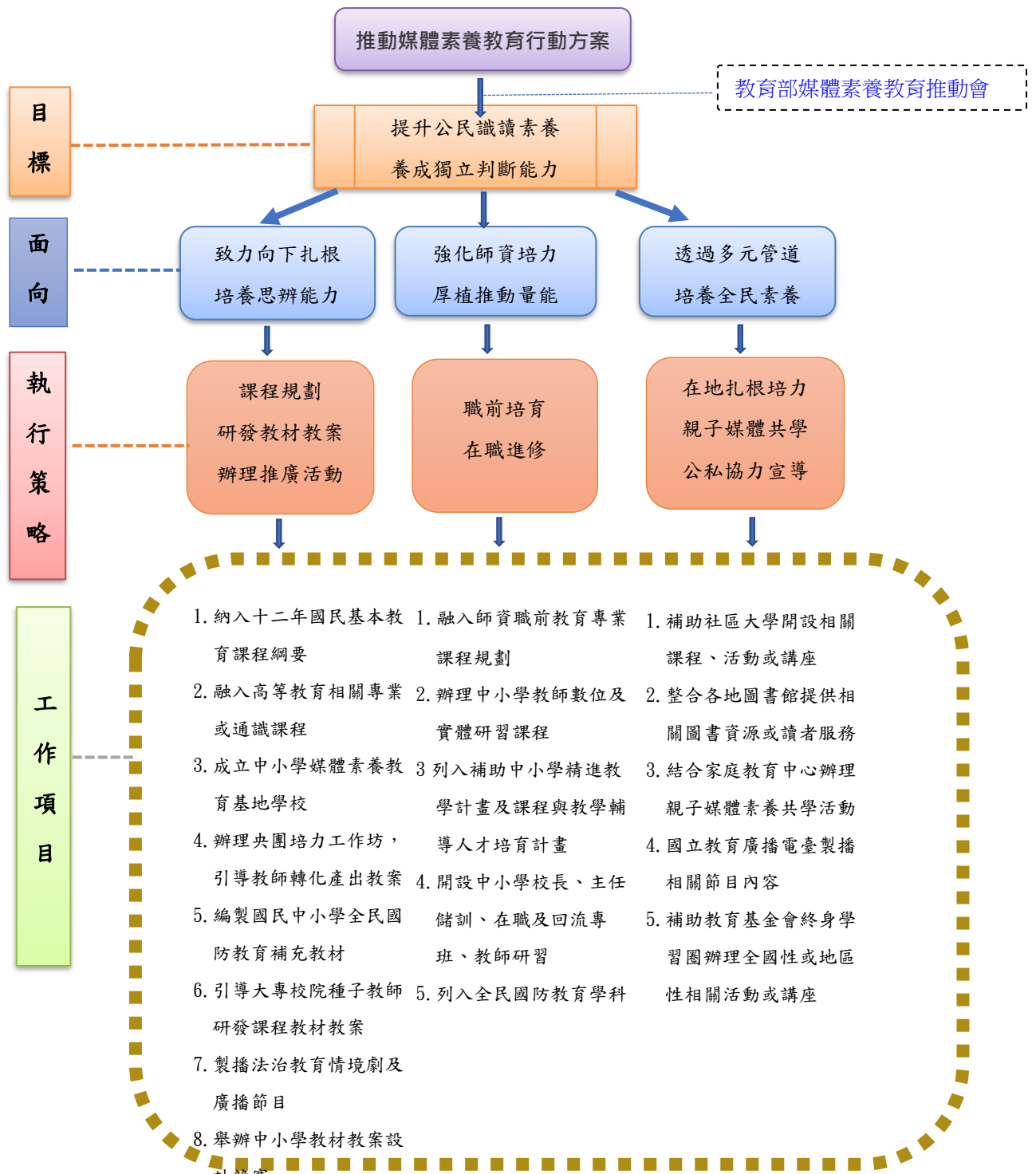
⁶⁶ 同註 65。

教育部與本次行動方案中，為了統籌各界意見，因而亦於 108 年 5 月邀集通傳會、文化部、地方政府、專家學者及具媒體實務經驗之民間團體代表等共同成立「媒體素養教育推動會」，期能整合中央與地方機關、政府與民間團體等共同研議我國媒體素養教育之政策與建議，以因應數位時代下之媒體素養教育需求。

除此之外，在實務行動方案上，教育部以「分齡、分眾、分管道」方式，依學生、青年、教師、家長及高齡者等不同身分，透過學校教育、師資教育及終身教育，提供多樣學習管道及資源，包含鼓勵大專校院踴躍開設媒體素養相關課程、研發多樣教材教案、辦理教師實體及線上增能研習、舉辦競賽活動、建置媒體素養教育資源網、製作防制假訊息宣導短片等。

108 年 12 月 10 日，在教育部與相關單位得合作協力下籌辦媒體素養與假訊息防制論壇，並宣布「媒體素養教育資源網」正式成立，論壇當中透過 1 場專題演講及 3 場主題研討，邀請政府官員、學校教師、學者專家、民間單位代表與相關網路平臺業者等共同與會，以推廣媒體素養相關理念與目標，並共同研討未來政策方向。

具體而言，教育部於 108 年籌畫之「推動媒體素養教育行動方案」之架構如下圖 4-5。



資料來源：教育部，2019。教育部 108 年度推動媒體素養教育行動方案

圖 4-5 教育 108 年度推動媒體素養教育行動方案架構

本研究經上述研究分析，將教育部歷年來推動媒體素養之作法粗略劃分為正規與非正規教育兩大類（如下表 4-2），另外就教育部於

108 年推動媒體素養教育行動方案之具體內容、經費預算等現況彙整如下表 4-3。

表 4-2 我國教育部於媒體素養歷年推動相關政策與計畫

		項目	推動核心目標	目標對象	推動方法
正規教育	十二年國民基本教育	「科資與媒體素養」	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。	學齡兒童與青少年	由教育部頒布十二年國民基本教育課程綱要總綱
非正規教育	終身教育	「學 N 次方」	推動 6 大主題學習圈，並由何嘉仁文教基金會、技嘉教育基金會、金車文教基金會、研揚文教基金會、耕莘文教基金會及鄭福田文教基金會等六大基金會領頭，串連我國 103 家民間基金會及團體組織，以教育學生辨識「假訊息」	一般大眾	由專業媒體工作者帶領，透過政府出資，並串連我國多家民間基金會及團體組織，透過教育課程或宣導活動，培養民眾識別假訊息的思辨能力，以進而學習媒體良善訊息、體現媒體價值
	職能教育	教育人員在職進修、教學精進計畫等	透過教育人員在職進修、教學精進計畫等，來培訓媒體素養種子教師，以共同推動媒體素養課程。	教師	與公民團體或媒體研究學者等合作辦理國中、小校長儲訓班、教師在職進修班等訓練，將校園媒體素養、公共關係與媒體應對、媒體識讀等課程納入教師訓練項目之一。

資料來源：本研究。

表 4-3 教育部 108 年度推動媒體素養教育行動方案

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算(單位：千元)	公開上網之成果報告或公開資訊
媒體素養教育行動方案	以「提升公民識讀素養」及「養成獨立判斷能力」為目標，從「致力向下扎根，培養思辨能力」、「強化師資培力，厚植推動量能」及「透過多元管道，培養全民素養」三面向，透過各教育階段共同推動媒體素養教育，提升學生及國人媒體素養。	學齡兒童和一般大眾	以「分齡、分眾、分管道」方式，依學生、青年、教師、家長及高齡者等不同身分，透過學校教育、師資教育及終身教育，提供多樣學習管道及資源，包含跨部會成立媒體素養教育推動會、鼓勵大專校院踴躍開設媒體素養相關課程、研發多樣教材教案、辦理教師實體及線上增能研習、舉辦競賽活動、建置媒體素養教育資源網、製作防制假訊息宣導短片等。	31,189	https://tinyurl.com/r5p4n55
媒體素養與假訊息防制論壇	邀請政府機關代表、專者學家、學校代表及民間單位等，以 1 天論壇形式共同探討精進媒體素養教育推動策略	涵蓋政府官員、學校教師、學者專家、民間單位代表與相關網路平臺者	以 1 天研討方式實施，包括 1 場專題演講及 3 場主題研討。專題演講部分，邀請行政院羅秉成政務委員闡述政府防制假訊息之對策，以及媒體素養在其中所扮演的角色。主題研討部分，就媒體素養與假訊息防制之各國對策、學校教育及社會推廣 3 個面向進行討論。主持人及與談人涵蓋政府官員、學校教師、學者專家、民間單位代表與相關網路平臺業者，以期周延討論。	33.7	https://tinyurl.com/qqlpmg6

資料來源：本研究。

(二) 國家通訊傳播委員會

相較於我國教育部主要以「媒體素養教育」來作為推動媒體素養相關政策之核心，通傳會作為我國通訊傳播事業主管機關，根據其在108年5月發布之新聞稿⁶⁷，通傳會以廣電事業作為推動媒體素養之重點，包括藉由提升廣電從業人員專業素養，製播優質節目，同時促使媒體運用其資源，透過產製端與閱聽眾端之連結，擴大媒體近用之成效。

依據《通訊傳播基本法》及《國家通訊傳播委員會組織法》規定，通傳會負有促進通訊傳播健全發展、維護媒體專業自主、維護國民權益、保障消費者及尊重弱勢權益、促進多元文化均衡發展等職責，因此通傳會在研擬推動媒體素養之策略與作法，以「廣電事業本身」為辦理核心，並以提升廣電從業人員達成相關領域之專業素養為主，其中包括強化廣電媒體內控機制、落實事實查證及公平原則、尊重兒少、性別平等或身障者之權益等項目。以下為依據通傳會發布之新聞稿⁶⁸與本研究調查資料，來分析其於媒體素養推動目標、對象與方法。

- 1、 目標：引導廣電事業利用既有媒體資源，並積極與民間公民團體或學校組織等合作，以讓民眾認識媒體、了解媒體產製過程、進而能培養其思辨判斷媒體，同時近用創造媒體素養能力。
- 2、 對象：核心為「廣電事業本身」，並與民間公民團體或學校組織等合作，以提升民眾媒體素養之能力。
- 3、 方法：歷年來通傳會為落實媒體素養工作，辦理各項廣電媒

⁶⁷ 國家通訊傳播委員會，2019。本會推動媒體素養之整體策略與作法。
https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=5140&sn_f=41533

⁶⁸ 同上註。

體專業研習營及媒體識讀專案補助等工作。以下即列舉 108 年度通傳會公告與媒體素養或識讀教育相關之計畫或補助活動：

(1) 108 年度媒體識讀推廣-電視節目分級制度推廣計畫：

為讓電視事業、節目供應事業、民眾等更瞭解「電視節目分級處理辦法」修正暨執行內容，通傳會委託專業團隊辦理電視節目分級推廣，並針對不同對象，分別推動相應的培訓活動，以提升業者及民眾對於電視節目分級標識的識別度，俾落實節目分級觀念，提升業者及民眾媒體素養程度。該計畫經費預算 2,100,000 元。

(2) 廣電媒體專業素養培訓與公民培力推廣計畫：

為強化廣電媒體與社會大眾媒體識讀能力，因而透過公私協力方式辦理廣電從業人員專業訓練及公民培力推廣活動。該計畫主要目的係針對廣電從業人員進行媒體素養專業培訓，強化其專業的意識與技能，期能藉由廣電事業既有資源及製播優質節目來影響閱聽人，廣布群眾對媒體有正確的認識。該計畫經費預算 3,800,000 元。

(3) 推廣廣電媒體近用及識讀：

為推動媒體近用與識讀等相關概念，通傳會透過補助計畫，來協助廣播電視事業、傳播相關之大專校院、財團法人、社團法人或其他人民團體等，共同辦理視聽眾媒體識讀教育研習活動補助計畫。該項目之總補助金額達新臺幣 100 萬元整⁶⁹。通傳會

⁶⁹ 國家通訊傳播委員會，2019。108 年度媒體識讀教育研習活動補助申請公告。
https://www.ncc.gov.tw/chinese//news_detail.aspx?site_content_sn=566&sn_f=41002&preview=1

歷年補助案件數、金額、參與人數等資料彙整如下表 4-4。

本研究透過上述彙整分析，發現通傳會歷年於媒體素養相關推動政策與計畫現況更注重在連結廣電媒體之業務發展，並透過電視節目分級制度宣導、廣電媒體專業素養培訓、補助辦理廣電媒體近用及識讀相關活動等方式，來推動媒體素養相關政策，與我國教育部以「媒體素養教育」為推動核心方向較為不同。本研究彙整通傳會於 108 年度相關推動媒體素養相關政策與計畫現況如下表 4-5。

表 4-4 通傳會歷年媒體素養相關補助資料

	補助案件數	補助金額	活動參與人數	參與檢測人次	檢測及格人次	及格率
102年度	3	234,735	477	689	670	97.24%
103年度	6	442,357	1,111	1,272	1,245	97.88%
104年度	11	736,184	1,779	2,001	1,937	96.80%
105年度	13	715,596	1,549	2,129	2,004	94.13%
106年度	12	731,805	1,769	2,053	1,950	94.98%
107年度	12	685,724	1,346	1,591	1,552	97.55%

資料來源：國家通訊傳播委員會，2019。歷年補助資料。https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=4214&sn_f=41490

表 4-5 通傳會於 108 媒體素養相關推動政策與計畫現況

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算(單位：千元)	公開上網之成果報告或公開資訊
108 年度媒體識讀推廣-電視節目分級制度推廣計畫	讓電視事業、節目供應事業、民眾等更瞭解「電視節目分級處理辦法」修正暨執行內容，	廣電媒體、節目供應事業、一般閱聽大眾	委託專業團隊辦理電視節目分級推廣，並針對不同對象，分別施以適合的培訓活動，提升業者及民眾對於電視節目分級標識的識別度，俾落實節目分級觀念，提升業者及民眾媒體素養程度。	2100	https://tinyurl.com/vtqga2s
廣電媒體專業素養培訓與公民培力推廣計畫	強化廣電媒體與社會大眾媒體識讀能力，擬透過公私協力方式辦理廣電從業人員專業訓練及公民培力推廣活動。	廣電媒體、一般閱聽大眾	針對廣電從業人員進行媒體素養專業培訓，以強化其專業的意識與技能，期再藉由廣電事業既有資源及製播優質節目來影響閱聽人，廣布群眾對媒體有正確的認識。	3800	https://tinyurl.com/qqlpmg6
推廣廣電用媒體近及識讀	推動媒體素養，促成廣電媒體產製端、公民團體及閱聽眾之連結	廣播電視事業、傳播相關之大專校院、財團法人、社團法人或其他人民團體等	補助廣播電視事業及與傳播相關之大專校院、財團法人、社團法人或其他人民團體辦理視聽眾媒體識讀教育研習活動。	1,000	https://tinyurl.com/qqlpmg6

資料來源：本研究彙整。

(三) 內政部

內政部歷年來雖較少辦理媒體素養相關計畫或活動，但在 107 年與行政院政院由羅秉成政務委員所召集的「防制假訊息危害專案小組」中，內政部亦就所負責職掌範圍提出應對措施與相應政策，並由轄下民政司、移民署、警政署、消防署等單位負責提出修法或推動公民素養等相關計畫。本研究列舉內政部於 108 年度推動項目、目標、對象與推動方法如下。

- 1、108 年度言論自由日系列活動：由內政部民政司補助民間團體辦理言論自由日系列活動，透過研討會、行動展、影展、演唱會等系列活動，來倡導言論自由對臺灣具重要意義。該活動所辦理之系列專題研討會議，包括探討「假消息如何影響民主價值—2018 年台美選舉之觀察」、「言論自由之保障—外國法制之發展現況與挑戰」和「民主社會中的言論自由—公民社會與民主素養」3 大主題，希望藉此讓大眾意識到假消息的負面影響，培養媒體識讀的能力。
- 2、內政部移民署辦理的新住民資訊素養計畫：內政部移民署為弭平新住民數位落差現象，創造數位公平機會，於 108 年度推辦「建構新住民數位公平計畫」與「保障新住民寬頻上網計畫」兩項服務計畫，透過計畫提升新住民數位資訊近用機會，為新住民打造數位新生活。
- 3、相關單位所提之修正法案：而除了上述補助案政策外，為因應假訊息對於社會之影響，內政部曾於 107 年 12 月部務會報中通過 3 修正法案，主要是針對散布傳播「明知」為不實之事並對社會造成危害部分適度調整罰則額度，以杜絕假訊息氾濫。修正法案包括：「社會秩序維護法」部分條文修正草

案、「災害防救法」部分條文修正草案、「總統副總統選舉罷免法」部分條文修正草案等。相關修正草案後續將陳報行政院審查後，送請立法院審議。而目前僅消防署「災害防救法」部分完成修法，另 2 案修法作業還未完成，相關主責單位包括內政部消防署（災防法）、警政署（社維法）及民政司（選罷法）等⁷⁰。

以下表 4-6 為本研究彙整內政部與轄下相關部會於 108 年度推動媒體素養相關政策與輔導計畫之具體作法。

70 內政部，2018。內政部：修法與時俱進 還給國人獲取正確訊息權利。
[https://www.moi.gov.tw/chi/chi_news/news_detail.aspx?sn=15223&type_code=02&search_k=%E7%A4%BE%E6%9C%83%E7%A7%A9%E5%BA%8F%E7%B6%AD%E8%AD%B7%E6%B3%95&pages=0&src=news\)%EF%BC%8C%E5%8F%AF%E4%BB%A5%E8%88%87%E5%85%B6%E4%BB%96%E9%83%A8%E6%9C%83%E7%9A%84%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A%E6%94%BF%E7%AD%96%E9%80%B2%E8%A1%8C%E9%80%A3%E7%B5%90](https://www.moi.gov.tw/chi/chi_news/news_detail.aspx?sn=15223&type_code=02&search_k=%E7%A4%BE%E6%9C%83%E7%A7%A9%E5%BA%8F%E7%B6%AD%E8%AD%B7%E6%B3%95&pages=0&src=news)%EF%BC%8C%E5%8F%AF%E4%BB%A5%E8%88%87%E5%85%B6%E4%BB%96%E9%83%A8%E6%9C%83%E7%9A%84%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A%E6%94%BF%E7%AD%96%E9%80%B2%E8%A1%8C%E9%80%A3%E7%B5%90)

表 4-6 內政部於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算(單位：千元)	公開上網之成果報告或公開資訊
108 年度言論自由日系列活動(內政部移民署)	倡導言論自由對臺灣具有重要意義	一般公眾	透過研討會、行動展、影展、演唱會等系列活動，希望藉此讓大眾意識到假消息的負面影響，培養媒體識讀的能力。	*	https://tinyurl.com/wogtk5w ; https://tinyurl.com/qo97tm9
新住民資訊素養計畫(內政部移民署)	弭平新住民數位落差現象，創造數位公平機會	新住民	於 108 年推辦「建構新住民數位公平計畫」與「保障新住民寬頻上網計畫」兩項服務計畫，透過計畫提升新住民數位資訊近用機會，為新住民打造數位新生活	*	https://tinyurl.com/wbj94ns
提交「社會秩序維護法」(警政署)、「災害防救法」(消防署)、「總統副總統選舉罷免法」(內政部民政司)等部分條文修正草案	針對散布傳播「明知」為不實之事並對社會造成危害部分適度調整罰則額度，以杜絕假訊息氾濫	一般公眾	目前僅消防署「災害防救法」部分完成修法，另 2 案修法作業還未完成	*	*

*部分為該項目暫查無公開上網之相關成果報告或預算說明。

資料來源：本研究彙整。

(四) 文化部

文化部為我國文化創意產業發展中央主責單位，根據《文化創意產業發展法》，政府有提升國民文化素養及促進文化藝術普及之義務。文化部作為我國文化創意產業之主責單位，有促進全民美學素養之任務，並就視覺藝術、音樂即表演、電影、廣播電視、出版、廣告、流行音樂等多元產業來訂定相關產業發展政策，並提供協助、獎勵或補助計畫。

在媒體產業上，文化部人文及出版司、影視及流行音樂發展司、影視及流行音樂產業局等，主責負責媒體產業相關之業務規劃與管理，包括推動電影、廣播、電視、流行音樂等產業之規劃、輔導、獎勵辦法，並就文學、多元文化、出版產業、政府出版品等進行規劃、輔導、獎勵及推動。

文化部作為我國廣電媒體之影視內容、出版產業補助之主責機關，歷年來，多透過輔導獎勵計畫，鼓勵產業發展。過去，文化部亦曾補助產業製播媒體素養相關之影視節目內容，例如文化部於 107 年度兒童電視節目補助名單中，曾補助《媒體，有事嗎？》之媒體素養節目，以兒童視角出發，來教導兒童了解媒體產製方式與內容⁷¹。

2018 年 11 月 2 日由我國國會立法委員召開的「打擊假消息！建構媒體識讀教育公聽會」，召集教育部、文化部、通傳會等部會研商，如何透過落實媒體素養教育以解決假消息造成的傷害。會中文化部常務次長李連權提及公共電視在落實媒體素養教育的角色時強調，文化部相當鼓勵公視將媒體素養理念落實在各個節目中，他同時承諾會轉

⁷¹ 文化部，2018。文化部 107 年度兒童電視節目補助名單揭曉。
https://www.moc.gov.tw/information_250_94732.html

達公共電視，研究與評估如何採取具體的行動來推動媒體素養教育⁷²。

本研究列舉文化部於 108 年度推動項目、目標、對象與推動方法如下。

- 1、性別平等與媒體報導座談會：委託臺北市報業商業同業公會舉辦「性別平等與媒體報導座談會」，邀請專家學者等共同針對媒體業界之性平報導進行交流與分享。
- 2、平面媒體兒少新聞媒體識讀推廣：委託「臺灣少年權益與福利促進聯盟」辦理「平面媒體兒少新聞識讀推廣」。
- 3、出版品分級評議工作及分級推廣活動：補助中華出版倫理自律協會辦理「出版品分級評議工作及分級推廣活動」，內容包括辦理「圖書分級做得好，安心閱讀沒煩惱」校園宣導活動。
- 4、卓越新聞電子報：補助卓越新聞獎基金會發行《卓越新聞》電子報，於每週五固定發報，本年度發行 50 期，刊出文章約 273 篇，促進媒體專業素養及社會大眾對媒體的認識。
- 5、媒體資訊素養宣導活動製作資訊素養手繪本：補助社團法人中華白絲帶關懷協會辦理「媒體資訊素養宣導活動」，製作資訊素養手繪本《旅程》一書，共印製 1,500 冊，並陸續送至各國高中小、公立圖書館及非營利組織於宣導教學時利用。

以下表 4-7 為本研究彙整文化部推動媒體素養相關政策與輔導計畫之具體作法。

⁷² 陳炳宏，2019。108 課綱「科技資訊與媒體素養」係瞎米？公視《開鏡》季刊。
https://medium.com/@PTS_quarterly/108%E8%AA%B2%E7%B6%B1-%E7%A7%91%E6%8A%80%E8%B3%87%E8%A8%8A%E8%88%87%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A-%E4%BF%82%E7%9E%8E%E7%B1%B3-e4af90a374e0

表 4-7 文化部於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算 (單位： 千元)	公開上網之成果報告 或公開資訊
性別平等與媒體報導座談會	提升報導專業與媒體自律	臺北市各報媒體從業人員	委託「臺北市報業商業同業公會」舉辦「性別平等與媒體報導座談會」，邀請勵馨基金會執行長紀惠容、台灣同志諮詢熱線協會法律顧問鄧傑律師，分別從婦女及同志團體的立場，對媒體報導有關婦女及同志議題報導時，可能會引發族群對立或是二次傷害的內容，提出建言，並與與會媒體工作者交換意見	280	https://reurl.cc/j7ddR2
平面媒體兒童新聞閱讀推廣	監督媒體內容，期能提升兒童新聞報導品質	新聞媒體、兒少等相關族群	委託「臺灣少年權益與福利促進聯盟」辦理「平面媒體兒少新聞識讀推廣」	685	https://reurl.cc/O1bbE9
出版品分級評議及分級推廣活動	解說《出版品及錄影節目帶分級管理辦法》規定，學習自主辨識限制級出版品	國中及高中、職學校師生	補助中華出版倫理自律協會辦理「出版品分級評議工作及分級推廣活動」，內容包括辦理「圖書分級做得好，安心閱讀沒煩惱」校園宣導活動	1,300	https://reurl.cc/Aq112j
卓越新聞電子報	促進媒體專業素養及社會大眾對媒	閱聽大眾	補助卓越新聞獎基金會發行《卓越新聞》電子報，於每週五固定發報，本年度發行 50 期，刊出文章約 273 篇，促進媒體專業素養及社會大眾對媒體的認識。	500	https://www.feja.org.tw/

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算 (單位： 千元)	公開上網之成果報告 或公開資訊
	體的認識				
媒體資訊素養宣導活動製作資訊素養手繪本	宣傳媒體素養概念	國高中小、公立圖書館及非營利組織	補助社團法人中華白絲帶關懷協會辦理「媒體資訊素養宣導活動」，製作資訊素養手繪本《旅程》一書。印製 1,500 冊，已陸續送至各國高中小、公立圖書館及非營利組織於宣導教學時利用。	189.549	*

*部分為該項目暫無公開上網之相關成果報告或預算說明。

資料來源：本研究彙整。

（五） 科技部

我國科技部前身為國家科學委員會（國科會），為我國推動科學技術發展的專責機構，歷年來主責我國整體科技發展、支援學術研究，以及發展科學園區等三大任務，尤其負責審議、管考與評估中央政府各部會所提出的科技發展計畫與預算，並籌辦全國科技會議等事宜，以提升全民「科技素養」為部會重要任務，積極推動科學傳播等相關事宜⁷³。

在科技素養領域方面，科技部歷年來的推動作法主要可劃分為兩大面向，一為透過產學合作或公私協力模式，與產官學界合作推動相關科普知識，包括出版科普雜誌《科學發展》月刊，報導各領域的科普知識外，並透過產學合作模式，鼓勵學界和業界共同產製科普傳播素材，如科普影片、新聞節目、科學及短片及科普漫畫短片等，並引入公私協力模式，與民間企業或公民團體合作規劃相關科普活動。如 107 年科技部就籌畫「科普環島列車」計畫，串流各縣市全民科學週成果，結合地方政府與相關資源，以吸引全民關注科學發展⁷⁴。

而除了推動科普計畫外，科技部自 70 年開始亦每年進行一次全國性的科技動態調查，並將結果彙編出版《科學技術統計要覽》；而在民間學術研究專題計畫上，亦透過補助方式獎勵全國學術性團體辦理科技素養相關推廣與調查作業計畫，如「科技素養計畫—公民科技素養調查研究」，係由科技部科教發展及國際合作司補助執行的全國性的大型社會調查計畫，自 2008 年開始每四年執行一次，目前已進行四次（分別於 2008 年、2012 年、2015 年及 2018 年執行）。調查的

⁷³ 科技部，2018。科技部簡介。<https://www.most.gov.tw/most/attachments/ff39f8d4-cd7d-4bbf-8eb0-b7da78a8038b?>

⁷⁴ 同上註。

目的在提供有關成人科學素養狀況的實證數據，以作為國家發展之指標⁷⁵。

另外，在科技部與教育部的共同合作與支持下，我國亦曾加入國際教育成就評鑑協會（International Association for the Evaluation of Education Achievement, IEA）所主導的國際公民教育與素養調查計畫（International Civic and Citizenship Education Study, ICCS 2016），以調查我國國民之素養情形⁷⁶。

整體而言，科技部係以推廣「科技素養」為目標，並透過科普相關計畫宣導和補助全國性科技素養調查研究，來吸引全民關注科學，藉由歷年來的全國性調查結果來輔助施政方向。本研究彙整科技部與科學素養相關之計畫推動政策與方向如下表 4-8。

⁷⁵ 國立中山大學公民素養推動中心。<http://gecl.nsysu.edu.tw/p/412-1155-17515.php>

⁷⁶ 科技部，2018。國際公民教育與素養調查研究 (ICCS 2016) 成果發表 https://www.most.gov.tw/folksonomy/detail?subSite=main&article_uid=71e894e9-a886-4602-854e-2a949ad11478&menu_id=9aa56881-8df0-4eb6-a5a7-32a2f72826ff&l=CH

表 4-8 科技部於媒體素養相關推動政策與計畫現況

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算 (單位： 千元)	公開上網 之成果報 告或公開 資訊
透過產學合作或公私協力模式，與產官學界合作推動相關科普知識	提升全民科技素養，推動科學傳播	一般社會大眾	出版科普雜誌《科學發展》月刊，報導各領域的科普知識。 鼓勵學界和業界共同產製科普傳播素材，如科普影片、新聞節目、科學及短片及科普漫畫短片等，並引入公私協力模式，與民間企業或公民團體合作規劃相關科普活動	*	*
調查全國研究發展動態，補助專題研究計畫	了解企業部門、政府部門、高等教育部門與私人非營利部門的研發概況	助大專院校及研究機構	每年進行一次全國性的科技動態調查，並以補助方式鼓勵全國學術性團體辦理科技素養相關推廣與調查作業計畫，如「科技素養計畫—公民科技素養調查研究」等，了解國民科技素養能力與指標。	*	*

*部分為該項目暫無公開上網之相關成果報告或預算說明。

資料來源：本研究彙整。

(六) 衛生福利部

我國衛生福利部（簡稱衛福部）作為整合社會福利及衛生醫療資源之主責機關，業務範圍涵蓋福利服務、社會安全、醫療照護、長期照顧、健康促進、疫病防治、食品藥物管理等攸關全民福祉之重要議題與公共政策。其中與媒體素養相關之業務主要從「兒少保護」出發，歷年來衛福部轄下相關單位曾夥同跨部會與公私協力方式，來籌辦不同活動與計畫，以下即列舉 108 年舉辦之兩項由衛福部轄下單位與不同單位合作籌組之計畫：

- 1、兒少權益與媒體識讀工作坊：歷年來由衛福部社會及家庭署與相關部會合作，並委由民間團體共同籌辦「兒少權益與媒體識讀工作坊」。以 108 年兒少權益與媒體識讀工作坊為例，該年活動即與文化部共同舉辦，並和台灣少年權益與福利促進聯盟合作，透過一整天的工作坊與桌遊活動，來教導大眾了解兒少新聞現象、監看新聞、申訴技巧與步驟、《偵查不公開作業辦法》與媒體的分際等內容，讓參加者更為理解媒體識讀之精神與概念。
- 2、iWIN 2019 兒少網路安全年會：由通傳會、衛生福利部、教育部、文化部、經濟部及內政部共同委託民間成立的「iWIN 網路內容防護機構」，歷年來定期舉辦兒少網路安全年會活動。「2019 兒少網路安全年會」除了向各界分享推動成果與兒少網路行為觀察趨勢外，也邀請產官學代表針對網路霸凌展開建設性的對話，並由 iWIN 執行長黃益豐提出「網路素養『心』運動」專題演講，首度提出「素養五不」概念 - 不露、不罵、不交、不刷、不轉，以教導兒少與家長建立正確的網路素養觀念。

以下表 4-9 為本研究彙整衛福部於 108 年度推動媒體素養相關政策與輔導計畫之具體作法。

表 4-9 衛福部於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算	公開上網之成果報告或公開資訊
108 年兒少權益與媒體識讀工作坊（衛福部社會及家庭署與文化部合辦）	教導大眾了解兒少新聞現象、監看新聞、申訴技巧與步驟、《偵查不公開作業辦法》與媒體分際等	警政人員（含少輔會、檢警調、司法人員）、社政人員、對媒體識讀有興趣的民眾及青少年	透過工作坊、桌遊等方式，讓參加者理解媒體識讀之精神與概念。	*	https://tinyurl.com/w7m649e
iWIN 2019 兒少網路安全年會（由通傳會、衛福部、教育部、文化部、經濟部及內政部共同委託辦理）	向各界分享推動成果與兒少網路行為觀察趨勢	一般公眾	邀請產官學界進行主題研討與議題分享	*	*

*部分為該項目暫無公開上網之相關成果報告或預算說明。

資料來源：本研究彙整。

第二節 媒體業者

以下分別從公共廣電媒體與商營廣電媒體等兩大類，來說明我國廣電媒體業者於媒體素養相關計畫推動現況。

一、 公共電視

為健全我國公共電視之發展，建立為公眾服務之大眾傳播制度，彌補商業電視之不足，我國於 2009 年頒布《公共電視法》，並成立財團法人公共電視文化事業基金會，經營公共電視臺。

公共電視作為我國之公共廣播媒體集團，歷年來曾透過製播媒體素養相關電視節目、籌辦媒體素養講座活動等方式來推廣媒體素養。例如透過播映紀錄片等方式，讓閱聽眾了解媒體訊息。除此之外，公共電視也籌設「PeoPo 公民新聞」，開放民眾了解媒體新聞產製流程，並親自參與媒體近用，至今已超過 10 年⁷⁷；近期也有針對青少年目標閱聽眾製作新聞性節目節目－「青春發言人」；除此之外，在公共電視於社群媒體上也經營「P#新聞實驗室」，108 年特別著重於兩大部分，一為透過「記者真心話」節目推動媒體識讀跟媒體素養，節目中與社會大眾溝通媒體定義、媒體黨政軍退出歷史與媒體改革運動等；除此之外，亦著重於教導公眾如何辨識媒體內容；二為事實查核，目前我國已有許多公民團體倡議媒體查證，公共電視今年亦與其他媒體協力合作檢視候選人發言事實查核及新聞事實查核。

整體而言，公共電視不管是透過傳統電視或新興社群網路平臺，積極透過節目製播、新聞專題報導等方式，讓公眾了解媒體內容產製的方式，甚至可以主動近用媒體。尤其在近年更著重於經營網路平臺，包括 45 歲以下的青少年、年輕人與網路使用族群等。除此之外未來

⁷⁷ 參考自本研究焦點座談會議紀錄，詳細請見本研究附錄三。

也會再思索將相關計畫影響擴及到銀髮族群，讓不同年齡的閱聽眾不管是透過網路或傳統媒體都能夠顧及媒體素養教育與能力提升。

本研究彙整公共電視於媒體素養相關推動政策與計畫現況如下表 4-10。

表 4-10 公共電視於 108 年度媒體素養相關推動政策與計畫現況

項目	推動核心目標	目標對象	推動方法	經費預算	公開上網之成果報告或公開資訊
2019 PeoPo 公民新聞獎	鼓勵參與網路影音公民新聞，提升報導品質	一般大眾	透過獎勵方式鼓勵大眾參與網路影音新聞製作，發揮媒體近用之精神	*	https://tinyurl.com/sasmbxr
製播媒體素養相關節目內容	透過不同傳播媒介(包括廣播電視、社群網路等)讓民眾了解媒體製播流程與如何辨識媒體內容	一般閱聽大眾(尤其特別著重在45歲以下的青少年、年輕人與網路使用族群等)	例如製播「青春發言人」、「P#新聞實驗室」等；亦有製播戲劇類節目「我們與惡的距離」等。	*	https://tinyurl.com/qm3d5n2 ; https://tinyurl.com/szrywc8 ; https://tinyurl.com/yxuoy5sp
2020 總統候選人事實查核	透過事實查核，與公眾一起驗證總統候選人公開發言	特別鎖定選舉之候選人發言等重要新聞	與其他媒體合作檢視候選人發言事實查核及新聞查核	*	https://tinyurl.com/sm5j8by

*部分為該項目暫無公開上網之相關成果報告或預算說明。

資料來源：本研究彙整。

二、 其他商業電視媒體業者

而除了公共電視外，我國商業電視媒體業者亦有部份推動媒體素養之相關計畫。在本研究焦點座談訪問中，有商營廣電媒體業者提到，商業電視臺考量到整體經營獲利等問題，因而較難有經費落實完整的媒體素養相關計畫，也較缺乏資源穩固且持續的查證每一則及時新聞的真實性。但具體而言，有些媒體透過產學合作方式，進入校園針對大專院校或國、高中學生了解新聞媒體產製方式；有些媒體則著重於加強新聞報導的真實、客觀與平衡，包括新聞採訪前由編採會議確認消息來源正確與否、是否值得報導，並要求記者採訪時的查證作業、平衡報導等方式，並以專業編採流程和會議來管理，從記者、相關主管至專業編審等，確保提供的資訊真實性；除此之外，亦有業者建立自律、他律機制，含自律委員會與客訴機制，來確保所利用與提供的資訊真實、客觀與平衡。

以下分別就本研究所蒐集之資料(包括透過焦點團體座談會議與業者填答之 108 年度推動媒體素養計畫調查表)等，來說明商營無線電視事業經營者、有線廣播電視系統經營者及衛星廣播電視事業經營者等三大產業別推動媒體素養之現況，包括剖析媒體業者於企業內部是否有推動媒體素養相關教育訓練或講座活動、對外是否有籌畫媒體素養相關計畫與活動等兩大面向來進行說明。

(一) 商營無線電視事業經營者

1、 民間全民電視公司(民視)

根據本研究調查結果，民視過去歷年來曾透過產官學合作等方式，到不同的企業、校園或行業組織來宣傳媒體內容產製方法或行銷活動，如與教育部、衛福部食藥署、郵政公司等合作培訓政府機關與企業發展網路直播技巧與數位內容製作等技能。而在企業內部，於 108 年亦

曾籌辦媒體性別平等、新聞自律、新聞紀錄片觀摩與討論等教育訓練，以提升新聞從業人員對於新聞製播與專業素養之能力。

2、臺灣電視公司（台視）

台視於 108 年度並無對外推動媒體素養相關計畫。在企業內部則有籌畫口述影像節目製作、媒體性別平等、廣電法規內容規範研析、新聞專題平衡報導與查證、兒少弱勢保護等內部教育訓練或講座活動，以提升新聞媒體從業人員的專業技能。

3、中華電視股份有限公司（華視）⁷⁸

華視於 108 年度並無對外推動媒體素養相關計畫。在企業內部則曾舉辦新媒體時代公關行銷操作等內部教育訓練或講座活動，針對網路時代下的假訊息與社群媒體經營方法等進行研討，以提升新聞媒體從業人員的專業技能。

4、中國電視事業股份有限公司（中視）

中視於 108 年度並無對外推動媒體素養相關計畫。在企業內部則曾舉辦著作權、新聞廣告化、新聞查證與採血、兒少新聞製播等內部教育訓練或講座活動，以協助新聞媒體從業人員提升專業技能。

（二）有線廣播電視系統經營者

1、中嘉網路股份有限公司

我國有線廣播電視系統經營業者中嘉有線電視集團於 2018 年因經營權易主，通傳會在審議此交易案時以業者多項承諾事項及附加條款核准通過，買方泓順投資股份有限公司承諾將投入媒體識讀教育及媒體品質提升，納入公益信託從事教育文化之規劃，並投入相關有線

⁷⁸ 華視目前已併入台灣公共廣播電視集團，但本研究考量其經營型態與發展歷程，因此在撰寫上仍將其並於商營無線電視事業經營者一同說明。

電視產業環境健全之教育文化相關工作。

本研究透過焦點團體座談會議、調查表並輔以相關新聞媒體報導查找，在經營權易主後，中嘉有線電視集團於 108 年度共投入 9,771,815 元預算對外推動媒體素養相關計畫，主要面相涵蓋學校媒體素養教育、一般民眾媒體素養、學者專家媒體素養論壇、錄製媒體素養研習活動等四大面向，分述如下

(1) 學校媒體素養教育：

贊助北一女、建中、中山女中、師大附中、成功高中等五校高中學生至八所大學參與微課程計畫，108 年度共有近 2,000 名學生參與；除此之外，亦透過產學合作方式，開放教師、學生、兒童等至中嘉有線電視集團地方系統業者參訪，或辦理研習營隊、講座活動等，如真假新聞座談、小記者主播夏令營等。108 年度於此項目之總預算金額達 770,020 元。

(2) 一般民眾媒體素養：

由地方系統業者舉辦體素養講座活動，主題涵蓋認識地方媒體、辨識媒體的基本能力、解讀及閱讀訊息的基本概念等內容，並開放民眾參訪地方有線電視業者，如攝影棚參訪、安排媒體識讀課程、公用頻道宣導、虛擬主播體驗、採訪實務流程介紹、新聞採訪製作重點及真假新聞判斷等。如高雄慶聯港都臺就曾辦理相關營隊活動。全集團於 108 年度在此項目之總預算金額達 2,143,795 元。

(3) 學者專家媒體素養論壇：

與學術單位或媒體團體合作舉辦媒體素養論壇，並邀請學者專家發表媒體素養相關調查報告，供政府及民間單位參考。例如 108 年度贊助財團法人台灣媒體觀察教育基金會執行

「媒體素養報告：新聞可信度調查及閱聽人電視使用行為及有線電視滿意度調查」、「2019 台灣新聞媒體可信度研究」等計畫。108 年度在此項目之總預算金額達 2,300,000 元。

(4) 錄製媒體素養研習活動：

將上述公開之媒體素養研習活動、論壇或講座錄製成節目或新聞，於自製頻道或公用頻道播出，同時透過網路宣傳，以將傳播媒體素養相關理念。108 年度在此項目之總預算金額達 4,558,000 元。

2、台灣數位寬頻有線電視股份有限公司

根據本研究調查結果，台灣數位寬頻有線電視股份有限公司於 108 年度並無對外推動媒體素養相關計畫，而在企業內部則有 OTT 產品與平臺監製說明、生活法律小常識等內部教育訓練或講座活動，藉此讓員工了解網路言論與著作權相關法令與案例說明。

3、凱擘股份有限公司

本研究透過焦點團體座談會議訪問，凱擘旗下有線系統業者會定期與地方社區合作，教導民眾應用、剪輯，拍攝生活影像。部分地方新聞臺也會下鄉進行產學合作，例如在政大與地方小學建立小小記者營等，讓小朋友了解節目或新聞製作流程，並參與新聞選擇、新聞主題挑選、採訪或後製等所需注意之處，以宣導地方媒體近用等理念。

(三) 衛星廣播電視事業經營者

本研究透過焦點團體座談會議，並請業者協助填寫調查表了解衛星廣播電視事業經營者於 108 年媒體素養推動現況，發現商營衛星頻道業者目前在我國較少推動相關計畫或活動，例如八大電視股份有限公司即回覆 108 年度並無規劃媒體素養相關活動或計畫；而三立電視股份有限公司於焦點座談會議時說明，目前在媒體素養方

面主要著重於廣電媒體內部的自律與他律機制，舉例來說，為了確保媒體產製內容的客觀、真實與平衡報導，會透過內部新聞製播流程管理，來確保新聞報導的內容；除此之外，內部也會召集外部專家學者籌組自律委員會，給予新聞從業人員建議，並透過客訴機制掌握閱聽眾回饋建議。

年代網際事業股份有限公司同樣表示在企業內部針對媒體素養面向主要著重在新聞自律層面，例如每季舉辦倫理委員會，邀請外部專家學者針對節目內容、經營與新聞自律等議題進行督導。除此之外，亦有開放產學教育或銀髮社團合作活動，例如邀請教師、學生或銀髮族群等參訪電視臺，了解攝影棚及攝影流程，提供教育性內容。

本研究彙整不同類型之商營電視媒體業者於媒體素養相關推動政策與計畫現況如下表 4-11。

表 4-11 商營電視媒體業者於媒體素養相關推動政策與計畫現況

	項目	推動核心目標	目標對象	推動方法
商 無 電 事 經 者	民 視	協助內部同仁建立性別平等、新聞自律、新聞專題製作等觀念	內部新聞媒體從業人員	辦理內部從業人員教育訓練或講座活動
		瞭解媒體產製流程與方式	學生、政府單位或民營企業	透過建教合作或企業合作等方式，教授影像直播或行銷宣傳等方法
	台 視	協助內部同仁建立性別平等、新聞專題平衡報導、茶整、假新聞與兒少弱勢保護等議題	內部新聞媒體從業人員	辦理內部從業人員教育訓練或講座活動
	華 視	舉辦新媒體時代公關行銷操作等內部教育訓練或講座活動	內部新聞媒體從業人員	辦理內部從業人員教育訓練或講座活動

	項目	推動核心目標	目標對象	推動方法
	中視	舉辦著作權、新聞廣告化、新聞查證與採血、兒少新聞製播等內部教育訓練或講座活動	內部新聞媒體從業人員	辦理內部從業人員教育訓練或講座活動
有線廣播電視系統經營者	中嘉	學校媒體素養教育	學校教師與學齡兒童	舉辦研習營隊或講座活動，例如真假新聞座談、小記者主播夏令營等
		一般民眾媒體素養	一般閱聽大眾	辦理有線電視媒體參訪或媒體素養講座活動
		學者專家媒體素養論壇	學術單位或民間團體	與學術單位或媒體團體合作規劃媒體素養論壇，例如 108 年度贊助財團法人台灣媒體觀察教育基金會執行「新聞可信度調查及閱聽人電視使用行為及有線電視滿意度調查」
		錄製媒體素養研習活動	一般閱聽大眾	將上述媒體素養研習活動、論壇錄製成節目、新聞或記錄片，在自製頻道或公用頻道播出
	凱擘	經營地方頻道並製播在地新聞，促進媒體近用	一般閱聽大眾	開放民眾了解媒體新聞產製流程，並親自參與媒體近用
		其他產學教育活動，讓公眾瞭解新聞產製流程與方式	學齡兒童	在政大與地方小學建立小小記者營的活動
	台灣數位寬頻	藉此讓員工了解網路言論與著作權相關法令與案例說明	內部新聞媒體從業人員	辦理 OTT 產品與平臺監製說明、生活法律小常識等內部教育訓練或講座活動
衛星廣播電視業	三立	建立自律與他律機制，確保新聞與消息來源正確	內部新聞媒體從業人員	透過流程管理操作確保新聞資訊正確

	項目	推動核心目標	目標對象	推動方法
經營者	年代	提升媒體自律與他律；開放民眾參訪，提升媒體近用	媒體從業人員；一般大眾	舉辦倫理委員會；開放銀髮族群參觀媒體。

資料來源：本研究彙整。

第三節 公民團體

我國媒體與教育相關公民團體，對於媒體素養之推動與執行上，扮演了很重要的角色。尤其是在學界領域，最早於 1999 年，由我國多位媒體素養推廣先驅學者於政治大學設立的媒體素養研究室（Center for Media Literacy in Taiwan, NCCU），即主張媒體資訊視環境的一部分，且視媒體對個人與社會整體具有深遠影響，因此認為全體公民與媒體專業組織都應對媒體呈現的內容品質與影響共同負責。該研究室長期結合學術領域教師、媒體從業人員與公民等共同合作，從事媒體教育研究與推廣，並發展媒體教育資源，督促並影響我國教育部推動媒體素養正規教育等面向之發展。

而除了政治大學之外，臺灣師範大學、世新大學等亦相繼成立媒體素養研究中心與媒體識讀中心，與民間單位、學術界相互合作，歷年來持續影響我國媒體素養相關領域發展。

而民間非營利組織團體諸如台灣媒體觀察教育基金會、媒體識讀基金會、富邦文教基金會、台灣少年權益促進聯盟、卓越新聞獎基金會與財團法人金車文教基金會等，亦積極發揮媒體監督、計畫推動與執行之角色⁷⁹。尤其自 108 年以來，隨著我國假訊息等問題持續獲得政府部會與民間團體的重視，教育部因而在終身教育政策中提出 6 大主題學習圈，並委由何嘉仁文教基金會、技嘉教育基金會、金車文教基金會、研揚文教基金會、耕莘文教基金會及鄭福田文教基金會等六大基金會領頭，串連我國 103 家民間基金會及團體組織，預計將籌辦 137 項活動，以教育學生辨識「假訊息」⁸⁰。

⁷⁹ 台灣媒體觀察教育基金會，媒體素養發展沿革與概況。
<http://www.mediawatch.org.tw/work/Literacy/development>

⁸⁰ 教育部，2019。學習 N 次方 跨域豐世代 108 年度教育基金會終身學習圈啟動記者會新聞稿。
https://www.edu.tw/News_Content.aspx?n=9E7AC85F1954DDA8&sms=169B8E91BB75571F&s=FD

對於民間團體而言，歷年在媒體素養發展上常因為缺乏相關資源，而導致計畫缺乏連貫性，因此，如何整合政府部會與產業之資源，建立公私協力模式，實是我國媒體素養政策未來應建立之方向。

本研究以下彙整透過焦點團體訪談與民間團體協助填答之調查表資料，彙整我國於媒體素養方面較具代表性之民間團體推動政策與計畫現況如下：

一、財團法人台灣媒體觀察教育基金會

台灣媒體觀察教育基金會（簡稱媒觀）成立於 1999 年，由國內學術界、新聞實務界等專家學者共同成立，成立初衷為「維護新聞自由、落實媒體正義、促進媒體自律、保障人民知之權利」，肩負媒體監督與媒體識讀教育之任務，包括針對兒少節目之評選與推薦、與社區大學、教育部等合作推動媒體識讀教育，並整合公民團體共同成立「公民參與媒體改造聯盟等」，對於督促媒體業者自律、協助新聞從業建立自律委員會等起到很重要的角色。

於 108 年間，台灣媒體觀察教育基金會亦積極推動媒體素養教育推廣計畫，包括：

- 1、組成高中媒體素養工作小組，進行現場經驗調查、諮詢與素材研發。
- 2、辦理 3 天 2 夜高中媒體素養營隊，藉營隊培養青少年媒體素養，做出行動提案。
- 3、辦理 3 場國中小研習共 65 人次。
- 4、辦理高中公民科／藝能科 5 場媒體素養工作坊，共 132 人，並進行觀課。

- 5、 辦理 2 場紀錄片《你的樣子如何》放映會，約 50 人。
- 6、 協助教育部國教署規劃媒體素養基地學校方案，暑假並協助於三峽、豐原國教院辦理共 2 場培訓、78 位教師參與。
- 7、 與假新聞清潔劑、Cofacts 真的假的合作，前往 6 處臺北市樂齡中心，帶領社區長輩認識真假訊息，並操作查核工具，計約影響 350 人次。
- 8、 受邀到大學校園、社區大學、公民團體，以及民間企業等，以假訊息與媒體素養為主題，分享錯誤資訊與媒體素養的觀念，以上共 7 場次，約 230 人次。

二、 財團法人金車文教基金會

金車文教基金會設立於 1980 年，以「推動社會公益，創新教育服務」為宗旨，並以「社會公益、閱讀教育、藝術教育、文學推廣」為四大核心工作主軸，歷年來執行各類行動計劃以實踐不同面向之教育理念。

在 108 年間，金車文教基金會與我國教育部合作，共同執行「與媒共好」系列活動，對於我國媒體素養推廣與假訊息問題發揮貢獻，包括以下四大工作項目：

- 1、 藉由校園講座培育國中小學生之基礎媒體素養
- 2、 透過媒體素養培力工作坊提升一般民眾媒體素養能力
- 3、 協助相關非營利組織宣導媒體素養能力與計畫
- 4、 透過教育部內部會議凝聚夥伴共識共同推廣媒體素養成效

於 108 年間在媒體共好計畫上共投入 1,138,000 元經費（其中教育部補助 46.19% 經費，其餘經費由基金會自籌。

三、 台灣事實查核中心

台灣事實查核中心是由台灣媒體教育觀察基金會與優質新聞發

展協會共同成立，其設立目的是有鑒於假新聞與假資訊問題破壞民主社會運作，為了避免錯誤資訊誤導公民社會發展，因而參考國外發展經驗，設立事實查核機制，並監督、輔導我國媒體業者、資訊服務業者建立專業、透明與公正之傳播生態。

該中心於 108 年間曾與 Google 和國際事實查核聯盟（The International Fact-Checking Network, IFCN）等共同合作，籌辦深度事實查核培訓計畫，包括辦理假新聞工作訪、事實查核亞洲論壇等，召集不同領域之學者專家、新聞從業人員、資訊平臺經營者等，共同宣導事實查核的重要性，以避免假訊息問題。

四、 台灣音像教育行動協會

台灣音像教育行動協會是由一群學者專家、新聞媒體從業人員等共同成立，以讓人人善用媒體豐富人生為目標，致力實踐音像教育，並深入校園、社區與部落等，培養閱聽眾鑑賞與近用媒體能力。

該協會設立任務包含執行音像教育相關行動方案、研究調查及各項推廣活動和各項出版品，並舉辦相關交流與研討活動，讓閱聽眾和業界人士共同協力，以促進良性的傳媒生態。

五、 台灣少年權益與福利促進聯盟

台灣少年權益與福利促進聯盟（簡稱兒少盟）設立於 2003 年，是我國第一個關注與推動青少年福利與權益政策的聯盟團體，其包含 45 個會員團體，為目前我國青少年與兒少領域最主要的政策倡議團體與平臺。

歷年來，為了宣導兒少媒體識讀並監督媒體內容發展，兒少盟定期會與衛福部等單位合作，辦理兒少權益與媒體識讀工作坊。108 年活動內容包含兒少新聞的現象、監看新聞、申訴等技巧與步驟、《偵查不公開作業辦法》與媒體的分際等，並透過桌遊等新興作法，讓參

與者更理解媒體識讀精神與概念。

六、 卓越新聞獎基金會

卓越新聞獎基金會成立於 2002 年，設立宗旨為透過頒發年度新聞獎，鼓勵新聞從業人員發展，以推廣新聞倫理及新聞專業等理念。除了舉辦卓越新聞獎徵選與頒獎計畫外，亦定期發布卓越新聞電子報，邀請產官學界就媒體倫理與專業議題進行分享，其中針對媒體素養領域亦有所報導。108 年間卓越新聞獎基金會雖未特別針對媒體素養領域推動相關對外計畫，但歷年來對於鼓勵我國新聞從業人員發展，並在累積新聞倫理與新聞專業上設立重要標竿。

其他由民間單位自發成立之團體單位如科學新聞解剖識室、g0v 零時政府等，於 108 年間雖無特別針對媒體素養領域推動對外活動或計畫，但歷年來對於科學傳播、科技素養等領域亦發揮重要貢獻。

本研究以下彙整我國於媒體素養領域較具代表性之民間團體發展現況如下表 4-12。

表 4-12 我國於媒體素養領域較具代表性之民間團體發展現況

民間團體	推動核心目標	目標對象	推動方法
財法台灣媒體觀察教育基金會	維護新聞自由、落實媒體正義、促進媒體自律、保障人民知之權利	媒體從業人員；一般閱聽大眾；另也有特別針對銀髮樂齡族群推動相關計畫	兒少節目之評選與推薦；與社區大學、教育部、媒體業者等合作推動媒體識讀教育活動，並整合公民團體共同成立「公民參與媒體改造聯盟等」
財法金文教會	「推動社會公益，創新教育服務」為宗旨，並以「社會公益、閱讀教育、藝術教育、文學推廣」為四大核心工作主軸	學齡兒童；一般大眾；相關非營利組織與民間機構	在 108 年間與我國教育部合作推動「與媒共好」系列活動，包括： 藉由校園講座培育國中小學生之基礎媒體素養；透過媒體素養培力工作坊提升一般民眾媒體素養能力；協助相關非營利

民間團體	推動核心目標	目標對象	推動方法
			組織宣導媒體素養能力與計畫；透過教育部內部會議凝聚夥伴共識共同推廣媒體素養成效
台灣事實查核中心	有鑒於假新聞與假資訊問題破壞民主社會運作，為了避免錯誤資訊誤導公民社會發展，因而參考國外發展經驗，設立事實查核機制，並監督、輔導我國媒體業者、資訊服務業者建立專業、透明與公正之傳播生態。	媒體業者、資訊服務業者	籌辦深度事實查核培訓計畫，包括辦理假新聞工作訪、事實查核亞洲論壇等。
台灣音像教育行動協會	以推廣公眾近用媒體識讀、媒體素養為成立目標與宗旨	一般大眾	籌辦終日媒體素養交流座談會；協助師資培育等
台灣少年權益福利促進聯盟	關注與推動青少年福利與權益政策	兒少族群	宣導兒少媒體識讀並監督媒體內容發展，定期會與衛福部等單位合作，辦理兒少權益與媒體識讀工作坊。108年活動內容包含兒少新聞的現象、監看新聞、申訴等技巧與步驟、《偵查不公開作業辦法》與媒體的分際等，並透過桌遊等新興作法，讓參與者更理解媒體識讀精神與概念。
卓越新聞獎金會	頒發年度新聞獎，鼓勵新聞從業人員發展，以推廣新聞倫理及新聞專業等理念	新聞媒體從業人員	108年間卓越新聞獎基金會雖未特別針對媒體素養領域推動相關對外計畫，但歷年來對於鼓勵我國新聞從業人員發展，並在累積新聞倫理與新聞專業上設立重要標竿。
科學新聞解剖識室	以發展科學傳播與科學素養領域為主。	一般閱聽大眾	由中正大學科學傳播教育研究室所成立的科學新聞監督平台，結合不同領域的科學解剖專家及義工。108年間並未特別針對媒體素養推動相關計畫或活動。

民間團體	推動核心目標	目標對象	推動方法
g0v 零時政府	建立資訊透明化平臺，以實踐公民參與與近用	一般閱聽大眾	於 2012 年設立，為一開放式平臺，並透過工作坊、演講、媒體報導等方式，推動資訊透明化、公民社會參與等任務，關心言論自由、資訊開放等理念。希望監督政府與媒體，透過資訊透明化深化公民參與。

資料來源：本研究。

第四節 小結

一、 我國媒體素養政策與實踐主體相對位置

本研究初步透過網路檢索相關政府部會、媒體業者、公民團體等於媒體素養之政策方向與執行現況，發現政府各部會中，教育部歷年來對於媒體素養教育推廣政策最為充實且明確。教育部從媒體素養教育著手，透過正規與非正規教育方式，聯合民間團體，逐步落實學齡兒童與成人之媒體素養教育。

除此之外，我國通傳會作為我國通訊與媒體之主管機關，則以「廣電媒體」為核心，透過資金補助或自辦研習營等方式，讓廣電媒體業者或民間學術單位、公民團體等，能辦理相關活動，期能提升媒體從業人員專業素養與自律規範，從而發揮媒體傳播之功能，向一般大眾推廣媒體素養概念。

文化部作為我國文化創意產業主管機關，就《文化創意產業發展法》規定下，有推廣我國「文化素養」之義務。然具體而言，文化素養之範疇廣，相關推動政策散落於文化部各單位下，與傳統既有媒體素養或文化出版較為相關的計畫，多透過獎勵輔導等方式，來鼓勵公共電視與商營廣電業者製播媒體素養相關影視內容與節目。

內政部作為我國民生公共政策重要執掌者，歷年來較為關注「公民素養」發展，包括透過轄下民政司、移民署、警政署、消防署等單位負責提出修法或推動公民素養等相關計畫。如由移民署所推動之新移民數位素養計畫，就是透過補助推廣政策，與民間團體合作來避免新住民數位落差問題；除此之外，內政部民政司、警政署、消防署等單位在近年假訊息之爭議上亦提出修法措施，以協助我國民眾從不同層面避免遭受假訊息等問題影響。

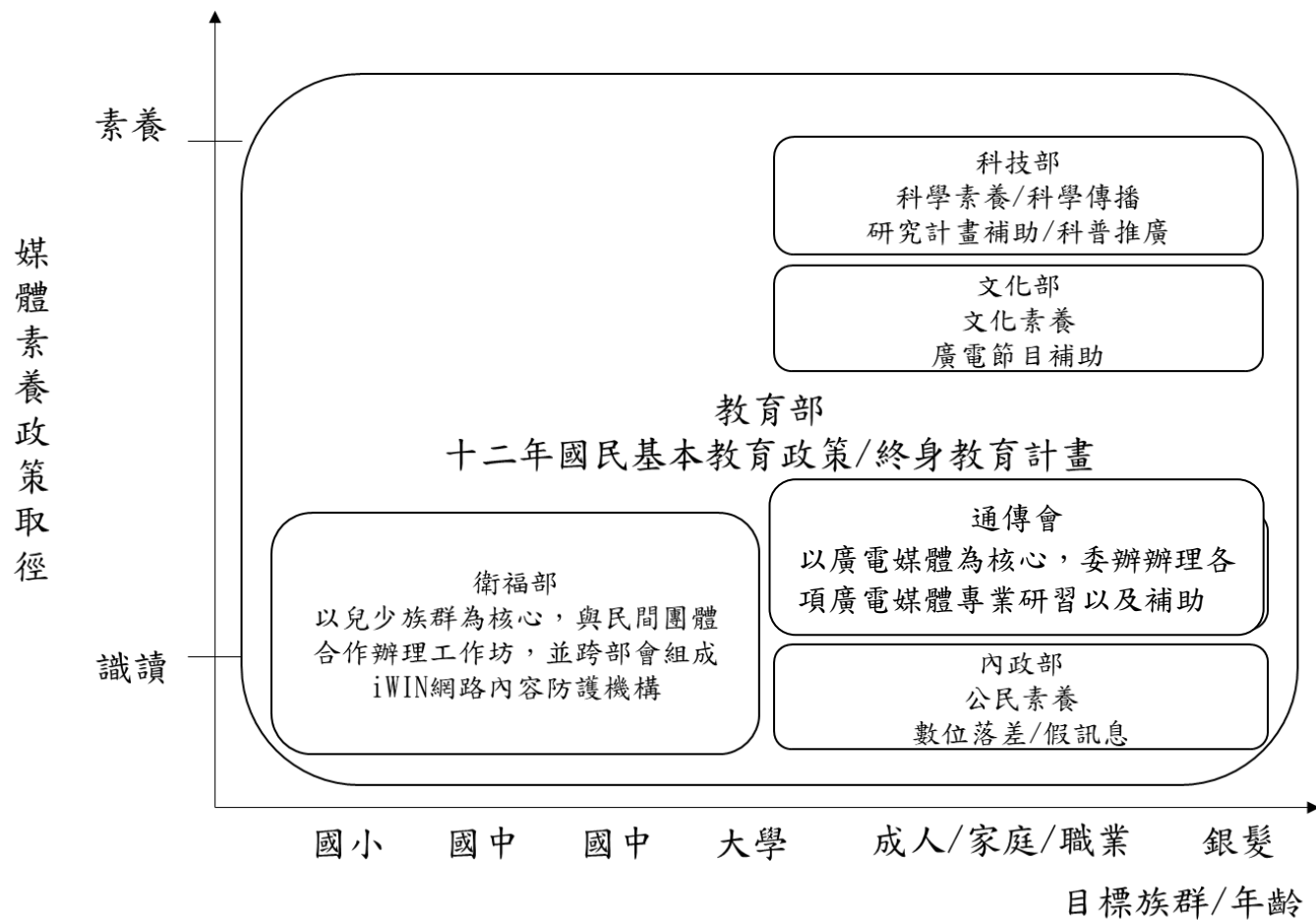
科技部為我國推動科學技術發展的專責機構，歷年來主責我國整

體科技發展、支援學術研究，以及發展科學園區等三大任務，並以提升全民「科技素養」為部會重要任務，積極推動科學傳播等相關事宜。

衛福部作為整合社會福利及衛生醫療資源之主責機關，主要從「兒少保護」出發來推廣媒體素養相關計畫，包括與民間單位合辦兒少權益與媒體識讀工作坊、和通傳會、教育部、文化部、經濟部及內政部等共同成立「iWIN 網路內容防護機構」等，衛福部主要透過不同的計畫目標來保護兒少與學齡兒童在網際網路和媒體使用安全。

本研究依照各政府部會於媒體素養推動目標對象與目標取徑，劃分各部會於我國媒體素養推動政策中所處之相對位置(如下圖 4-6)，可以發現，教育部於媒體素養政策之推動對象上涵蓋範圍最廣，包含國民終身教育和高中、國中、國小等國民基本教育，其在媒體素養政策推動取徑上，依照學齡兒童之年紀亦有程度之差別，針對國小之兒童較採保護取徑，主要課綱設計方向為讓兒童理解各類媒體內容之意義與影響；而針對國中、甚至是高中之青少年，則更具體要求須具備思辯、批判之媒體素養內涵；除此之外，教育部針對成人、家庭、職業之媒體素養推動，亦有終身教育計畫。

相較於教育部，我國其他部會在媒體素養推動計畫上相對更關注於特定群體與議題，通傳會以廣電媒體為核心，透過政策輔導或補助業者推動媒體素養相關計畫；而文化部則著重於「文化素養」理念推廣，並透過補助計畫來協助廣電媒體製播相關節目；科技部關注「科學素養」與「科學傳播」，著重推廣科普調查計畫；內政部尤其關注「公民素養」，包括新住民數位落差與假訊息處理問題；衛福部從兒少保護出發，透過不同的工作坊或公民運作機制，來保護兒少團體避免接觸不當媒體或網路內容。



資料來源：本研究。

圖 4-6 我國各政府部會於媒體素養範疇相對位置

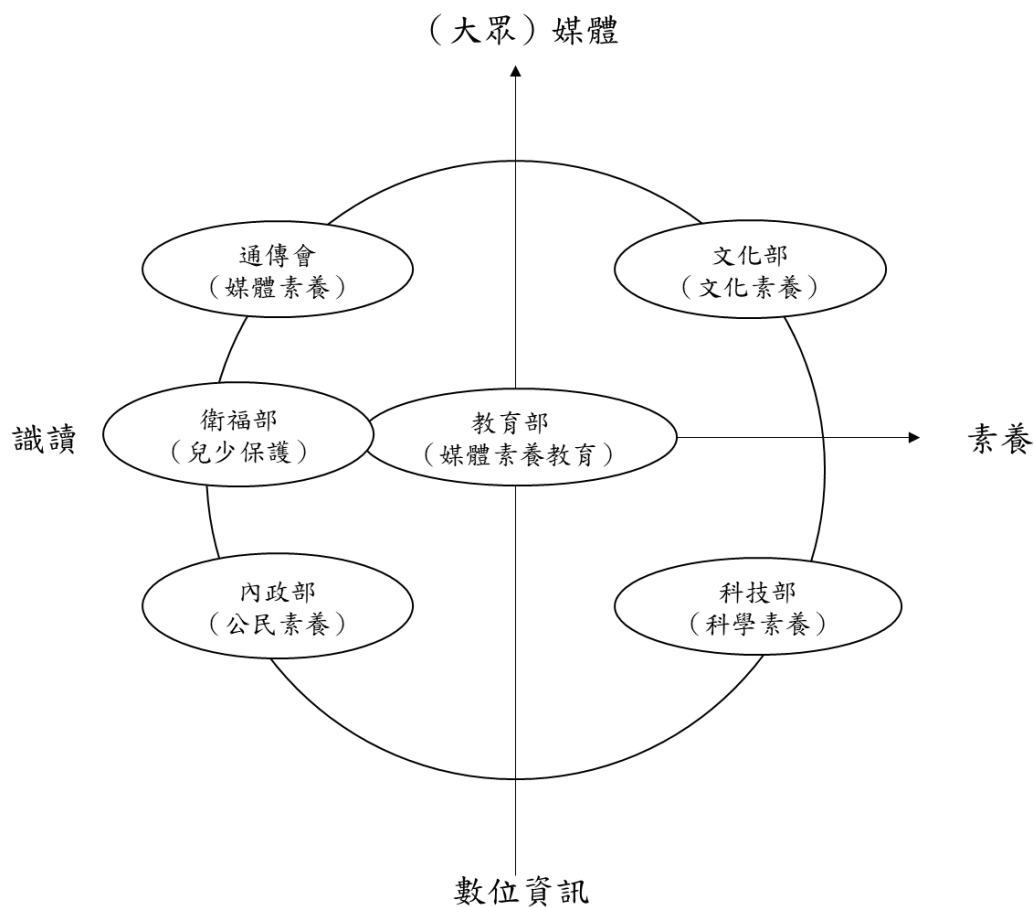
除此之外，在媒體業界方面，公共電視過去亦製播媒體素養多元節目與媒體近用平臺；商營媒體（尤其指商業無線電視臺或衛星頻道等）則著重於媒體自律與他律，透過倫理委員會、內部編審流程等制度，來提升媒體製播內容的正確性；除此之外，有線電視系統業者除開放地方頻道供公眾近用之外，近年來也積極與地方團體合作，籌辦媒體素養相關課程與教育工作，讓公眾了解媒體產製流程。

公民團體部分，我國歷年來媒體素養相關政策與發展計畫多由民間團體與學界負責主導，包括政治大學媒體素養研究室、臺灣師範大學媒體素養研究中心、世新大學媒體識讀中心等，較具代表性之民間團體則如台灣媒體觀察教育基金會、金車文教基金會、台灣事實查核中心、台灣音像教育行動協會、台灣少年權益與福利促進聯盟、卓越新聞獎基金會等，透過民間團體與學術界的監督與合作，配合公私協力與民間自發力量統籌，歷年來持續為我國媒體素養推動帶來重要貢獻。

二、 我國媒體素養政策與實踐範疇

而若依照我國各政府部會與相關業者於媒體素養推動過程所著重之目標範疇與核心概念來看，可以發現，教育部於媒體素養相關政策上，對於「媒體」範圍涵蓋傳統大眾媒體與數位資訊服務，且依照不同的對象，媒體「素養」之核心範疇也有強度之差別，涵蓋識讀與素養範疇；通傳會則關注於傳統大眾廣電媒體之媒體專業、倫理與自律發展；科技部主導科學素養與科學傳播；內政部則更關注於公民素養，包括數位落差、假訊息等問題；文化部作為我國文創與文化基本法主管機關，對於文化素養推動不遺餘力；衛福部則更從兒少保護觀點，避免不當媒體與網際網路對於兒少族群造成傷害。各部會在素養政策與實踐範疇上亦略有差別，各位處於不同的相對位置之上（如下

圖 4-7)。



資料來源：本研究彙整。

圖 4-7 我國媒體素養政策與實踐涵蓋範疇

本研究另透過第三章彙整之媒體素養政策與實踐整備評估指標 (表 3-11)，來檢視我國目前媒體素養發展現況，如下表 4-13。

表 4-13 我國政府單位於媒體素養政策與實踐整備評估現況

	國家政策執行框架					取徑			實踐之主體			實踐之對象	
	政策	教育	供應	近用和使用	民間社會	保護取徑	促進取徑	參與取徑	政府	媒體與資訊服務業者	產業監督之公民團體、社區機構、民間機構等	學齡兒童	一般閱聽大眾或特定職業訓練
教育部	○	○	○	○	○	○	○		○		○	○	○
通傳會	○		○	○	○		○	○	○	○	○		○
內政部			○		○	○					○		○
文化部	○		○		○		○	○		○	○		○
科技部	○	○	○		○		○	○	○		○	○	○
衛福部	○		○		○	○			○		○	○	

資料來源：本研究彙整。

三、 我國目前所面臨的問題與衍生研究意涵

本研究初步透過資料蒐集，彙整我國各政府部會、民間團體與媒體業者於媒體素養推動現況與相關政策，可以發現，各政府部會對於媒體素養之定義與範疇上依照業務職掌略有不同，其中又以教育部規劃最為完善，橫跨各類公民族群；而文化部與通傳會則更從廣電媒體業者出發，透過補助或自辦相關計畫等方式，透過政策制定或獎勵措施來鼓勵廣電媒體業者或民間組織提供相關計畫與策略；科技部則關注科學傳播與科技素養，從科專研究與全國性科普計畫著手，補助相關學術單位調查我國民眾科學素養程度；內政部則更注重公民素養，尤其近年來在新住民之數位落差與假訊息議題上有所著墨；衛福部為保護兒少團體的權益，定期委託民間團體辦理媒體與網際網路兒少保護計畫。除此之外，我國政府自 99 年起依行政院決議，並在通傳會的召集下，與各目的事業主管機關（包括衛福部、教育部、文化部、內政部警政署、經濟部工業局等）共同委託民間團體成 iWIN 網路內容防護機構，以共同防止不當網路內容。

雖然各部會看似都有提出媒體素養之對應計畫目標與方向，但具體而言，就落實之深度與廣度上，仍有待進步之確認與規劃。除此之外，各部會相關計畫之資訊透明與公開亦十分參差不齊，對於不同領域之素養分工與合作，亦未能有充分之橫向連結。

以媒體素養教育為例，學者呂傑華、白亦方等人認為，我國教育部自 2002 年公布《白皮書》以來，國內媒體素養教育成效有限，國民中小學之媒體素養相關教育推動常面臨缺乏教學網路、教材不足以及課程不受重視等問題；而高等學府與社區媒體素養課程，則常面臨缺乏延續性或參與人數少等問題。造成該等問題之原因，學者呂傑華、白亦方等人認為可歸納於「對媒體素養教育的核心意義缺乏共識」、

「媒體素養教學未能兼顧新舊媒體」、「教師欠缺媒體素養知能與融入領域教學的技能」等三大問題⁸¹。本研究彙整相關文獻所提之我國媒體素養推動問題如下：

（一）對於媒體素養教育的核心意義缺乏共識

如同前面所言，媒體素養之核心意義與範疇廣泛且多元，因為各自關注焦點不同，而使得各界在解讀相關政策方向與具體內涵時，亦容易呈現各自表述的現象。

傳播學者從公民權與接近使用權的概念，鼓勵「教師的媒體製作和相關技術實習，培育教師與公民媒體製作經驗，並要求廣電媒體「提供頻道與時段作為媒體教育之用」；傳播實務工作者偏向「輔助各級學校成立媒體素養或「媒體製作」等大眾傳播社團、媒體觀察社團，教導學生媒體製作與產製作品，並納入文化創意產業發展的促進文化產業發展方案；教育學者與行政工作者則常會關切課程內容、教材教法、師資培育、行政支援與平價方案；性別平等教育學者則關切辨識媒介內容中的性別、性傾向等刻板印象和權力階級間的關係；資訊與教學媒體專業學者則關切「發展並製作各級學校與公民學習團體媒體素養教育多媒體、數位化及遠距教學教材」，並強調資訊教育議題⁸²。

換句話說，雖然單就政策規劃相關文件或資料中可以看見媒體素養之推動計畫，但各部會具體涵蓋之意涵、範疇、定義，甚至是實踐之成果、效益等，均未有一貫性的中央政策落實。有些教育更重視媒體識讀之推廣，強調防弊與善選資訊，有些則更重視媒體內容之批判與近用。如何系統化地落實媒體素養政策，並避免各部會、各單位各自解讀與各自表述的結果，應為我國政府後續應關注之問題。

⁸¹ 同註 29。

⁸² 同註 29。

有鑑於此，本研究後續亦將透過研析各國之發展政策經驗，從國際政策發展取經，希望能從中了解我國可借鏡之發展模式，以做最後結論建議。

(二) 對於媒體素養是否涵蓋新舊媒體出現矛盾

而除了對於媒體素養政策之具體內涵未明之外，可以發現我國政府各部會對於媒體素養所應涵蓋之媒體範疇也常出現矛盾。

教育部在 2010 年公布《創造公平數位機會白皮書》，提及資訊素養內涵包括傳統素養、媒介素養、電腦素養、網路素養等四種不同層次的資訊設備應用能力。於我國教育部公布的十二年國民基本教育課綱中，亦以「科技資訊與媒體素養」為媒體教育之核心素養之一。

根據本研究之文獻調查結果，國際間認為媒體素養具體應包含著「複數」素養，然而具體跨部門之分工與推動內涵則並未有明確定論，因而也導致難以衡量政策推動之效果與情形。

(三) 政策缺乏連貫性與一致性，具體內涵與效果難以評估，且執政缺乏公開透明之效益

最後，綜觀我國目前跨部會推動媒體素養之成果，因為政府、媒體業者與民間團體之間對於媒體素養之推動方向並未有具體且統一之方向，因此也導致對於實際落實情形難以評估。媒體素養相關計畫散落於各部會之補助預算和階段性之任務成果，缺乏連貫性與一致性，許多計畫也常隨著政府預算之終止而停擺甚至延宕，甚至缺乏政府資訊公開透明之精神，在缺乏實務資源與明確之政策規劃下，也難以具體了解其實踐效果與成果。

我國科技部雖定期透過科專補助計畫，協助學界進行全國性的公眾科技素養相關普查計畫，以評估我國科技素養能力；而通傳會亦每年執行消費者之通訊傳播市場報告，但上述全國性調查均未能更近一

步地剖析或檢視我國各部會執行媒體素養之成效與作為，因而也無法作為部會推動媒體素養政策之參考，乃至於我國在媒體素養推動政策上，各部會之間仍未建立明確之分工機制與橫向跨部會協力模式。為提升我國整體媒體素養政策與實踐之一致性、統整性與延續性，實是未來政府部會應考量之重點。

因此，本研究後續也將透過各國政策研析，借鏡國際發展經驗，並透過焦點座談等研究方法了解我國產官學界之意見，以綜整提出最後政策建議。

第五章 歐洲各國推動媒體素養之政策與現況

為參酌國際先進國家之政策發展經驗，本研究以下分別於第五、六、七章節中，依所研析目標國家之地理位置，劃分為第五章歐洲（歐盟、英國、德國）、第六章美洲（美國、加拿大）、第七章亞洲（新加坡、韓國與澳洲）等三大章節分別撰寫，並在每章節下再依照各國之政府機關、媒體業者、公民團體等三大推動主體現況進行描述，從中借鏡各國建立跨部會之協力模式或公私合作機制，最後於各章最後彙整小結，以針對各國分析結果提出初步結論與我國可供參考借鏡之發現。

第一節 歐盟

一、 政府政策與監理機制

歐盟在媒體素養相關政策與監理制度上，2002 年歐盟率先提出未來教育概念，認為公民應具備終身學習的「八大關鍵能力」，其內容架構囊括：母語溝通、外語溝通、數學算數及科學與技能、數位能力（Digital Competence）、學習如何學習跨文化人際、社會能力與公民能力、企業創新精神以及文化表現力。

2010 年起歐盟執委會將數位能力納入歐盟數位議程（Digital Agenda for Europe），翌年歐盟執委會更進一步提出數位能力（DIGCOMP）計畫，起草「數位能力架構（Digital Competence Framework）」，後續更於 2014 年倡議要為全民之數位能力分類，由歐盟數據調查單位 Eurostat 蒐集足夠數據後分類並公布全方位媒體素養指標；除此之外，2015 年歐盟著手將此架構內容深化，包括安全範圍的指標定義、更新的技能需求、資通訊學校所需問題解決的數位技能等。

除就數位能力進行深化，歐盟亦傾注資源發展素養教育，2005 年

歐洲議會發起媒體素養的倡議，歐盟執委會開始就相關議題開展工作。以下說明歐盟主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、 媒體素養專家小組

為了確立媒體素養的目標和趨勢，歐盟執委會於 2006 年成立了一個「媒體素養專家小組」，其成員背景多元，包括學術界、媒體業國際組織、協會、監管機構和其他媒體機構（如：電影學院）與媒體委員會等專業人士，主要工作係分析和確定媒體素養目標和趨勢，促進歐盟境內相關領域的行動，並確立歐洲媒體素養之定義與成效評估指標與方式。

透過媒體素養專家小組的召集組織，歐盟執委會將媒體素養利益相關人聚集在一起，每年舉行一次會議，其任務包括「確定、記錄和擴展媒體素養領域的作法」、「促進不同利益相關人之間的網路聯繫，創造協作機會」、「探討不同的歐盟政策和支持計劃對媒體素養倡議之作用」⁸³。

2、 視聽與媒體服務政策部門

歐盟數位單一市場策略公布後，由視聽與媒體服務政策（Audiovisual and Media Services Policy）部門負責確保數位單一市場的視聽和媒體政策適用並推行若干行動，職司包括建立歐洲新聞和媒體自由中心、促進對媒體多元化和媒體自由的尊重，並在數位單一市場政策網站中負責維運「媒體素養」專區。

「媒體素養」專區收錄歐盟歷年來針對媒體素養所為之調查報告

⁸³ European Commission, 2019. European Media Literacy Events. <https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events/events>

與歐盟理事會與歐洲議會相關決議，同時彙整當前歐洲推動媒體素養相關活動文件與紀錄。

(二) 重要政策與法規

2006 年歐洲議會通過之《關於保護未成年人和人類尊嚴以及有關歐洲視聽和網路資訊服務業競爭力價值競合回應(Recommendation No 2006/952/EC)》⁸⁴強調會員國制定媒體素養計畫之重要性，並建議會員國和歐盟執委會採取具體行動。文中指出因應新技術和媒體創新所帶來的不斷變化的媒體生態，應對兒童、父母、教師和培訓施以必要教育，使其得以有效地使用視聽和網路資訊服務，且根據輔助性原則，各成員國內部之有權機關負有將媒體素養納入各級學校課程之責任，此外地方政府因為接近法則，與公民接觸頻繁，具助益非正規教育部門舉措的責任。同時考量言論自由、尊重公民權利與歐洲視聽領域發展，成員國亦應致力促進國家和歐洲立法者、監管機構、行業、協會、公民和民間社會交流對話之續行。

同年釋出的《視聽媒體服務指令 (Audiovisual Media Services Directive)》第 26 條亦訂有：「委員會應提交『關於本指令適用的報告，並考慮到最近的技術發展，提出對會員國的媒體素養部門和水平的建議，使其適應視聽媒體服務領域的發展』」的規定，在立法解釋中也指出媒體素養旨在允許消費者有效和安全地使用媒體的技能、知識和理解。擁有媒體素養者能夠做出明智的選擇、理解內容和服務的本質，並採取新通訊技術掌握全方位機會的優勢，得以保護自己和家人免受有害或冒犯性內容的侵害。因此，應促進社會各階層媒體素養

⁸⁴European Parliament, 2006. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 20 December 2006 on the protection of minors and human dignity and on the right of reply in relation to the competitiveness of the European audiovisual and on-line information services industry (2006/952/EC). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN>

的發展，並密切關注其進展。⁸⁵

2018年《視聽媒體服務指令》⁸⁶修訂關於各會員國促進媒體素養發展義務規範改規定於第33a條，且鑑於影片共享平臺在獲取視聽內容方面發揮的核心作用，並考量其產生的社會責任，在第28b條明文規範線上影音共享平臺應提供有效的媒體素養措施和工具，並提高用戶對這些措施和工具的認識。⁸⁷

(三) 實踐作法

1、推動調查研究

為助益政策形成，歐盟執委會積極開拓公眾諮詢項目，2006年第四季度的諮詢，受訪者包括媒體組織和行業、正規和非正規教育機構、內容提供者和生產者、研究和文化機構、監管機構以及公民和消費者協會，並從中歸納出——媒體素養是歐盟傳播領域亟待補充的議題，且經其初步盤點歐盟境內推動媒體素養之成果，指明歐洲境內尚無完整推動媒體素的政策規劃，尤其缺乏評估媒體素養的標準⁸⁸。

此後歐盟也開展一連串研究，以盤點歐盟境內推行媒體素養之狀況，並給予成員國治理意見。包括提出《歐洲媒體素養的當前趨勢和方法 (Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe)》、《歐洲數位環境中媒體素養的方法 (A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment)》、《為促進更具競爭力的視

⁸⁵ European Commission, 2007. A European approach to media Literacy in the digital environment. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

⁸⁶ European Parliament & The Council Of The European Union, 2018. Directive (eu) 2018/1808 of the european parliament and of the council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN#d1e1907-69-1>

⁸⁷ Audiovisual and Media Services Policy, 2019. Media Literacy. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/media-Literacy-background-documents>

⁸⁸ 同註 83。

聽內容服務產業與兼具包容知識社會對數位環境中媒體素養之建議 (2009/625/EC)》等重要報告，為歐盟各國媒體素養政策推動提供明確指引與定錨作用。

歐盟執委會將媒體素養視為積極、完全公民身份的實踐之關鍵條件之一，故不分年齡地將年輕人、成年人和老年人列入目標對象，同時除去兒童、青少年，更關注父母、教師和媒體專業人員的基本技能發展，並由上而下將會員國、地方當局與民間社會納入積極行動角色。值得一提的是歐盟執委會在文件中，特別指出媒體素養倡議應包括對合法版權使用、資訊處理與個人數據應用保護之議題，並於文件中指明兩大努力方向，如下表 5-1。

表 5-1 歐盟建議媒體素養政策兩大努力方向

	方向一	方向二
方向	成員國應與各國負責視聽和電子通訊監管的主管部門合作，並酌情與監督數據保護機構合作	媒體業者應致力提供必要的工具，以提高公民之媒體素養
實踐內涵	<ul style="list-style-type: none"> ● 制定共同監管舉措，針對主要利益關係人訂訂行為守則，並就督促媒體行業自我監管或訂立指導方針。 ● 在歐盟當前舉措成果下，繼續透過數位環境中媒體素養發展進行相關後續研究，並監測和評估媒體素養水平。 ● 將媒體素養納入義務教育課程，並將其列入終身學習關鍵能力之一部，提供相應教育。 ● 提高歐洲境內公民歐洲影片、文化遺產的認識。 ● 設計培訓、資訊日 (Information Days) 以及個人數據風險宣導， 	<ul style="list-style-type: none"> ● 透過資訊宣傳活動系統地傳播關於資訊和創造性內容如何在數位世界中生產、編輯和傳遞知識，包括搜尋引擎如何運作以及如何更好得使用他們； ● 藉由組織活動向公民提供清晰、方便用戶的資訊，介紹用於商業傳播目的的技術，特別是有關產品廣告投放、網路廣告的技術，與辨識廣告和內容界限之方法； ● 在尊重現有法律前提下，向公民提供資訊，特別是針對年輕人的資訊集 (Information Packs)，說明如何處理用戶的個人資料，尤其是關於互動式廣告的運作方式； ● 舉辦資訊日向公民宣傳創意經濟的運作方式，包括版權相關知識。

資料來源：Commission of the European Communities, 2009. Commission Recommendation of 20 August 2009 on Media Literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society.

而除了上述重要研究報告外，歐盟執委會為確定歐洲境內推動媒體素養實踐情形，促進成員國間的知識與經驗轉移，要求歐洲視聽觀察站（European Audiovisual Observatory, EAO）編寫自 2010 年 1 月以來歐盟成員國推動之重大的媒體素養項目，並概述 28 個歐盟成員國的利益相關方所開展的媒體素養項目的一些趨勢，梳理多樣化與創新項目，以期鼓勵歐洲媒體素養策略交流發展。

2、提供資金

歐洲執委會資助民間媒體素養發展資金運作，主要為「終身學習計畫（Lifelong Learning Programme, LLP）」。

（1）終身學習計畫

「終身學習計畫」目的係為所有人提供教育和培訓機會，助益整個歐洲的教育和培訓系統的發展。該計劃自 2007 年至 2013 年的預算將近 70 億歐元，資助一系列行動，包括交流、考察和網路推廣活動。

其內部區分為四項子計畫，針對不同教育和培訓水平的項目提供資金，每個項目針對特定的目標群體如下圖 5-1。



職業教育與培訓 (Leonardo da Vinci - Vocational education and training)

1995年創立，目的係幫助歐洲公民獲得新的技能和知識，推動跨境認可，以提高他們在改變勞動力市場方面的就業能力，同時也支持職業教育、培訓系統和實踐的創新和改進。



成人教育 (Grundtvig - Adult Education)

於2000年啟動，旨在提供成人更多途徑充實自我，促進其發展與就業前景，並在整個歐洲發展成人教育部門，該計劃特別針對成人教育組織，包括教師和學習者的培訓。



高等教育 (Erasmus)

為歐洲高等教育學生、教師、工作人員和機構的交流計劃，旨在鼓勵高等教育的學生和教職員工作和學習，並促進歐洲各大學之間的跨國合作項目



學校 (Comenius)

Comenius旨在通過不同國家的學校之間的交流與合作，提高學校教育質量，加強歐洲流動性、語言學習和文化包容。

參考資料：Europa Training, n.d. Lifelong Learning Programme.

圖 5-1 終身學習計畫子計畫清單

(2) 歐洲媒體素養教育研究

歐洲媒體素養教育研究 (European Media Literacy Education Study, EMEDUS) 是由「歐洲終身學習計畫 (Lifelong Learning Programme, LLP)」支助的項目之一，其主要目的係透過三份報告 (如下圖 5-2)，以梳理歐盟 27 國家關於媒體素養教育的比較分析，盤點歐洲目前素養教育發展，以針對缺失，促進公私部門合作，共同推動歐洲媒體素養或數位素養、資訊素養、影像素養等新媒體傳播素養培養工作。此外也希望藉此確定適宜工具來評估媒體教育成效，建立歐洲終身媒體教育學習的合作平臺，並據此擬訂教育政策建議。



關於歐洲媒體正規教育的報告（良好做法和舉措） （ Report on formal media education in Europe (good practices and initiatives)）

發布於2014年，整理歐盟27個國家正規教育媒體素養教育的最新綜合報告，反映了學校教育的實際情況。



關於歐洲媒體非正規教育的報告（ Report on informal media education in Europe）

調查歐洲國家的非正規媒體教育，並關注媒體本身提供的媒體教育活動。



關於歐洲數位和社會包容中媒體素養教育實踐的報告 （ Report on media literacy education practices in digital and social inclusion initiatives in Europe）

該報告側重於爬梳分析與少數群體數位包容有關的方案。

資料來源：EAVI, n.d. European Media Education Study.

圖 5-2 歐洲媒體素養教育研究具體報告清單

3、 舉辦推廣媒體素養之活動

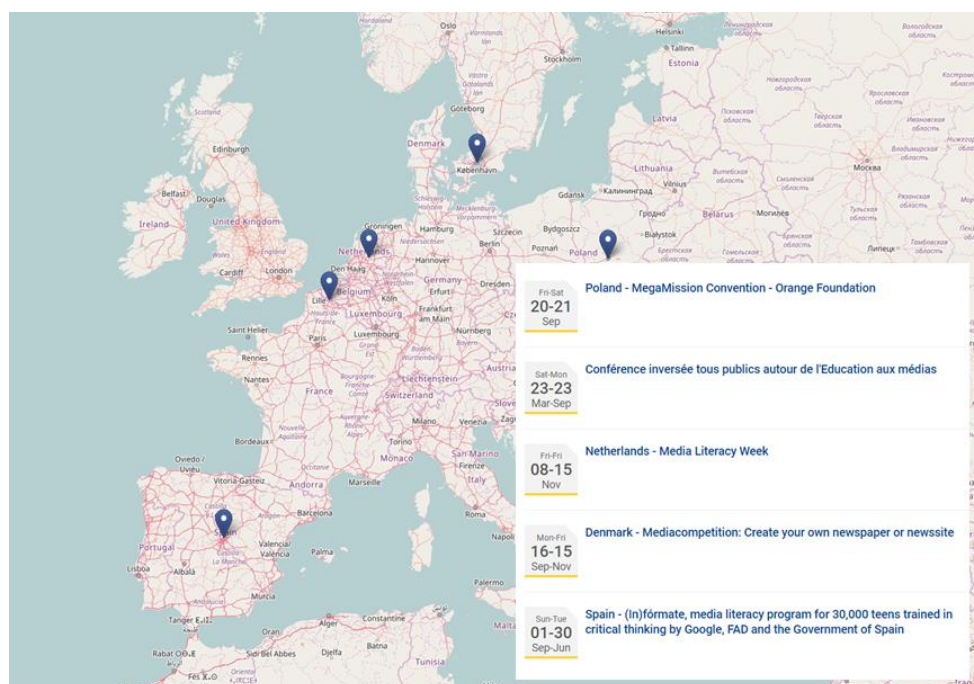
（1） 媒體素養週

歐洲媒體素養週（European Media Literacy Week）⁸⁹是歐盟執委會的一項新舉措，旨在提高人們對整個歐盟媒體素養重要性的認識，並強調不同的現有舉措，特別是區域和國家層面的舉措，透過強調媒體素養的社會重要性，並促進歐盟媒體素養發展。108年3月18日至22日，於布魯塞爾和會員國舉辦了各種關於媒體素養專題的活動，按歐盟統計108年歐洲媒體素養週有約320場活動遍布歐洲舉行。

⁸⁹ DG CONNECT, 2019. European Media Literacy Week. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-media-literacy-week>

媒體素養週主要活動是由數位經濟與社會專員 Mariya Gabriel 主持的高級別會議，活動召集來自歐盟各地的公私部門的專家共議媒體素養相關議題，與會者討論了公共當局和不同利益相關人在促進媒體素養方面的作用。此外，並分享歐盟各地媒體素養推行案例，並就媒體部門的創新和優質媒體內容進行深度交流。另，包括歐洲委員會媒體素養專家組，視聽媒體服務歐洲監管組織（European Regulators Group for Audiovisual Media Services, ERGA）和視聽媒體服務指令聯絡委員會（Contact Committee of the Audiovisual Media Services Directive）也有相關會議和研討會舉行。

特別的是歐洲媒體素養週專頁上設有「媒體素養活動地圖（如圖 5-3）」，歐盟境內所有人倘有籌組媒體素養相關活動都能在委員會專用的媒體素養活動庫中分享資訊⁹⁰。



資料來源：European Commission, 2019. European Media Literacy Events.

圖 5-3 媒體素養活動地圖

⁹⁰ European Commission, 2019. European Media Literacy Events. <https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-Literacy-events/events>

(2) 媒體素養新創獎

為鼓勵媒體素養領域創新實踐，歐盟執委會在歐洲媒體素養週的規劃下延伸推動「媒體素養新創獎(European Media Literacy Award)」，選出十位優勝者被邀請到布魯塞爾參加高級別會議，並於會議期間頒布三項媒體素養獎。

據歐盟官方釋出資料指出，108年有近130個項目申請，經由專家評審審評估，選出10名決賽入圍者和三名獲獎者。選擇基準包括「創意和創新」、「影響和可擴展性」與「介紹清晰易懂」。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

歐盟內有部分與媒體產業相關之公協會積極推動媒體素養發展。舉例來說，成立於1988年的歐洲兒童電影協會(European Children's Film Association, ECFA)係由電影製作人、製片人、發起人、經銷商、參展商、電視節目製作人、節日組織者和電影教育者等組成，其擁有超過125個成員包括來自36個不同國家的公司和組織，目的係為全球兒童提供更多種類的歐洲電影，在提高對優質兒童電影和媒體重要性的認識方面發揮著重要作用。

歐洲兒童電影協會透過建立開放的網路組織，促進領域內交流，並凝聚利益相關人共識進行政策遊說，為每個歐洲國家建立一個高質量的兒童和青少年電影的運作結構。

三、 公民團體於媒體素養推動現況

歐洲執委會歷年來透過資助民間組織發展媒體素養計畫，包括歐洲素養策略聯盟(European Literacy Policy Network, ELINET)、歐洲觀眾利益協會(European Association for Viewers Interests, ENVI)、歐洲電信中心(Telecenter Europe)等組織推動媒體素養教育，這些組織因目標、對象、推廣範圍不同各有特色，有些組織是賦予平臺工具或

研究任務以推動媒體素養，有些則是透過會議培養師資、透過工作坊或網路帶領民眾學習媒體素養。以下分別介紹歐盟較具代表性之媒體素養相關公民團體

(一) 歐洲素養策略聯盟

歐洲素養策略聯盟 (European Literacy Policy Network, ELINET) 成立於 2014 年 2 月，成員包括來自 28 個歐洲國家 (包括 24 個歐盟成員國) 的 77 個組織，這些組織在歐洲從事素養政策制定和閱讀推廣。

歐洲素養策略聯盟致力於改善所有成員國的素養政策，減少歐洲兒童、青少年和成年人缺乏素養教育的數量，並幫助提高閱讀技能和閱讀樂趣。其提供一個歐洲素養策略交流平臺，分析涵蓋所有年齡組的歐洲素養政策良好實踐框架，並檢視歐盟境內 30 個國家推動素養教育之政策與成果。

在其 2016 年政策報告中提出，數位素養 (Digital Literacy) 廣意而言，包括現代媒體素養三大相互關聯的層面：操作層面 (Operational Dimension)、文化層面 (Cultural Dimension)、關鍵社會認知層面 (Critical Dimension)。其目標在蒐集各國媒體素養程度報告，以及統一管道募集資金、策略及衡量工具等。

(二) 歐洲觀眾利益協會

歐洲觀眾利益協會 (European Association for Viewers Interests, ENVI) 主張透過媒體閱讀、創作讓公民參與公共生活，並以遊說、會議、網路與研究發展媒體素養重點項目，其願景為促進完全公民身份和媒體素養、制定和傳播媒體使用的最佳作法並將國際與歐盟機構納入成為媒體政策利益相關者來促進公民的利益。

歐洲觀眾利益協會曾代表歐盟執委會開展了定義和衡量媒體素

養的主要研究，梳理 28 個不同的國家和 20 種不同的語言完成報告，亦持續積極討論媒體和公民問題。EAVI 組織了國際會議（包括在國家議會大廈），並作為演講者參加了歐洲各地的許多活動，同時亦製作動畫片「媒體素養之旅（A Journey to Media Literacy）」，出版與媒體素養有關之雜誌、指南與小冊子⁹¹。

（三） 歐洲電信中心

歐洲電信中心（Telecenter Europe）為歐洲非營利事業組織，主要機構設立於比利時布魯塞爾，接受歐洲各地資通訊學習中心、成人學習平臺及圖書館等機構支援，於網路上公開提供兒少及成人接取其網路資訊並能學習最新數位技能等數位能力為主的推廣組織。

四、 推動媒體素養之跨部會與公私協力模式

歐盟歷年來曾透過不同計畫資助，設立跨部會或公私協力平臺，包括歐盟終身學習平臺、歐洲數位媒體觀測站等，各計畫運作方式詳細說明如下。

（一） 終身學習平臺

2004 年由包括 AEGEE、EAEA、EfVET、EURO-WEA、EVTA 和 SOLIDAR 等六個歐洲非營利組織，倡議面向教育和培訓領域所有感興趣的民間社會行為者建立一個開放的諮詢平臺，2005 年終身學習平臺（The Lifelong Learning Platform, LLL-P）正式成立。

終身學習平臺隸屬歐盟 42 會員國組織對於所屬地區青年、教育及訓練相關培訓，目前擁有歐洲 5 萬多個公、私部門教育機構及教育協會，透過整體組織運作與全方位的觀點協力合作。

⁹¹ EAVI, n.d. “Investing in media Literacy is investing in people.” Retrieved from <https://eavi.eu/about-us/>

終生學習平臺由歐盟的 Erasmus + 計畫共同資助，旨在促進公民對終身學習的關注、確保公平和社會凝聚力以及積極的公民身份，同時讓學習不僅限於正規教育，亦整合非正規教育，此外亦致力加強在民間社會組織和公共當局之間的對話，使我們的教育系統現代化並支持公共部門的創新。

透過匯集所有教育和培訓部門的參與者，終身學習平臺創造一個在歐洲範圍內交流創新實踐的空間，助益教育系統調整之靈活性，並提出具體的解決方案，實踐終身學習的願景。

(二) 歐洲數位媒體觀測站⁹²

108 年 10 月 1 日歐盟執委會釋出設置「歐洲數位媒體觀測站 (European Digital Media Observatory)」公開招標文件，預算金額上限達 250 萬歐元，希望能連結事實查核人員、學術研究人員等，以共同對抗線上假訊息。

歐洲數位媒體觀測站設立的目的是協助歐洲打擊假訊息 (Fighting Disinformation)，並期能成為事實查核人員 (Fact-Checkers)、學者和研究人員合作的樞紐，同時積極連結媒體組織和媒體素養專家等，並提供執政者支援。此外，歐洲數位媒體觀測站也將為媒體從業人員、教師和公民提供資訊和素材，以加強他們對線上假訊息的意識與抵禦能力，並支持推動媒體素養活動。

歐洲數位媒體觀測站亦將幫忙設計一個框架，以確保學術研究人員能安全地近用 (Access) 數位平臺上的數據資料，以更清楚地理解假訊息現象。

⁹² European Commission, 2019. Commission launches call to create the European Digital Media Observatory. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-launches-call-create-european-digital-media-observatory>

(三) 歐洲媒體素養憲章

「歐洲媒體素養憲章」(The European Charter for Media Literacy)是由英國電影委員會和英國電影協會的一項理念制定，指導小組代表少數幾個國家的主要機構，他們各自致力於確保支持最初三年(2005年—2008年)的籌組會議費用。指導小組成員都是具有豐富的媒體素養提供、發展和宣傳的經驗，但主司任務為促進而非領導。

「歐洲媒體素養憲章」的存在乃為支持歐洲媒體素養的促進，透過簽署憲章，促進了歐洲不同國家的媒體素養工作者之間的共識和聯繫，組織和個人將支持實踐媒體素養的具體定義，並致力於有助於其發展的行動。

憲章有三種簽字模式，如下說明：

- 支持者：支持憲章並希望公開聯繫的個人；
- 贊助商：贊同憲章並願意為其他簽署方採取的舉措提供實物或財政支持；
- 提供者：根據憲章條款承諾開展活動的組織。

「媒體素養憲章」的網站擁有一個憲章簽署者數據庫，可以按國家，媒體部門和教育部門進行搜索。

第二節 英國

英國是媒體素養推動的先驅國家，1989 年英國教育科學部正式將媒體教育劃入教學系統，1998 年前後，出於媒體暴力與色情內容治理之故，英國開始進行跨部門的全國運動，以推動媒體素養教育，其偏重「教化」，採行「防疫式」策略⁹³。而後在英國保守黨執政，由約翰·梅傑（John Major）擔任首相的時代，開始執行媒體素養的相關政策，於工黨剛取得執政時，正式將媒體素養納入法規 2003 年《通訊傳播法（Communications Act 2003）》中⁹⁴。

除對媒體素養的持續關注，由於網際網路快速發展，關於網路使用安全、網路犯罪與數據相關議題，成為整個歐盟網路治理重點。相較於聯合國教科文組織以「媒體與資訊素養（MIL）」統一處理，英國還是將相關素養另外分開討論，權責機關也不盡相同，目前由英國 Ofcom 專責媒體素養推動，主要還是關注在傳播媒體使用素養，但仍有跨及網路層面討論線上媒體使用情形，而英國數位文化媒體暨體育部（Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS）則處理數位素養（Digital Literacy），主要關注網路使用安全、線上傷害、霸凌等，此外涉及網路安全與反恐議題則需由英國內政部（Home Office）總理，教育部（Department for Education, DfE）則關注基本數位技能（Essential Digital Skills）之發展。以下說明英國主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

⁹³ 李珮瑜，2014。〈英國媒體素養教育對臺灣媒體素養教育之啟示〉，《教育傳播與科技研究》，107，頁 11-27。

⁹⁴ Wallis, R. & Buckingham, D., 2019. Media Literacy: the UK's undead cultural policy. <https://www.semanticscholar.org/paper/Media-Literacy%3A-the-UK%E2%80%99s-undead-cultural-policy-Wallis-Buckingham/ab1e80c16ee590719bdd05bfad92e58c2560c658>

一、 政府政策與監理機制

以下分別就英國推動媒體素養政策之主要部門或組織、重要政策與法規、具體實踐作法等三大面向來進行說明。

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、 Ofcom

根據英國《2003 通訊傳播法》第 11 條、第 14 條 (6a) 規範，英國 Ofcom 具有法定義務，應致力推展媒體素養，以及進行與媒體素養相關的研究。

為完成法定義務，Ofcom 在 2004 年 6 月進行政策諮詢，並在同年 11 月釋出聲明，並於文件中指出，其將致力於三大項目：

- (1) 研究 (Research): 梳整目前英國境內媒體素養之發展與面臨之問題。
- (2) 連結、合作與指引 (Connection, Partnering, Signposting): 連結利益關係人，提高集體合作意識，並提供資金發展英國媒體素養。此外亦於 Ofcom 開設媒體素養專區，引導人們獲取相關資訊。
- (3) 建立標籤 (Labelling): 建立清晰、準確和即時的資訊，統一管制之標準，並助益閱聽人與利益關係人辨識媒體內容。

時序遞移，Ofcom 的任務也逐漸轉型，目前 Ofcom 媒體素養活動主要集中於兩個關鍵行動：

- (1) 針對英國成人與兒童對於電子媒體的了解與使用，提供實證基礎；
- (2) 將實證研究基礎，分享給大範圍中內部與外部的相關利益關係人。

此外 Ofcom 內部設有的「媒體素養小組 (Media Literacy Team)」，

根據 Ofcom 於 2018 年所公布《Media Literacy bulletin Oct 2018》的內容，媒體素養小組任務主要可歸為下述三類：

- (1) 研究類；
- (2) Ofcom 參與國際間媒體素養相關事務類；
- (3) 媒體素養活動類。

108 年 7 月 Ofcom 將調整媒體素養小組為「媒體素養諮詢小組 (Making Sense of Media Advisory Panel)」，調整其功能：

- (1) 確定潛在的新研究領域；
- (2) 分享英國和國際上的最佳實踐；
- (3) 設計最適評估機制，以檢驗媒體素養計劃對人們的技能和批判性思考的影響。

此外，為建立有效媒體素養推動系統，Ofcom 啟動「媒體意識網路 (Making Sense of Media Network)」，持續組織具有媒體素養專業知識的個人與組織，與媒體意識諮詢小組交叉合作，收集和分享英國成年人和兒童對電子媒體的理解和使用的證據，並開發最有效的媒體素養干預措施，以期提高英國公民之網路技能、知識和理解力。

同時 Ofcom 亦透過官方網站中之專頁召集有興趣加入的夥伴，廣納意見，並定期發送與媒體素養提升和活動相關之電子郵件，確保廣泛共享研究結果，促進全英國的媒體素養討論、合作和活動。

2、數位文化媒體暨體育部

媒體部門和新聞出版的蓬勃發展是民主的基石之一，因此英國數位文化媒體暨體育部 (Department for Digital, Culture, Media & Sport, DCMS) 透過支持健康、可持續發展的媒體市場 (包括新聞、電視與廣播) 的不同要素來實現這一目標，並審查英國廣播公司 (British Broadcasting Corporation, BBC) 成立與任務規範之《皇家憲章 (Royal

Charter)》與相關協議以確保 BBC 公共角色的實踐，此外 DCMS 也擬制包括網路安全、媒體監管和數據保護政策或對金援相關活動，確保英國人民利益。

3、英國教育部

英國教育部 (Department for Education, DfE) 主要負責兒童之教育政策規劃與執行，包括幼兒學前、學校、繼續教育和高等教育等，包括學徒制度設計 (16 歲以後學徒教育) 和與數位社會接軌之廣泛技能培訓⁹⁵。

為幫助英國公民提高基本數位技能，2018 年英國教育部發布「基本數位技能框架 (Essential Digital Skills Framework)」，並於 108 年 4 月進行調整更新，諮詢相關政府部門 (如：DCMS、英國勞動部)、業者 (如：Amazon、BT、Microsoft) 與公民團體 (如：Good Things Foundation)，將英國所需之「數位基本技能架構」區分為「數位基本技能」、「溝通」、「處理資訊和內容」、「交易」、「解決問題」與「合法安全使用網路」等範疇，並針對每一個領域列舉相關對應每個領域技能需求⁹⁶。

此外，英國教育部也啟動全新諮詢小組以評估教育應用程序，並與多方利益關係人合作，提供有關兒童素養教育的技巧和指導⁹⁷，該小組旨在支持兒童學習技能的發展，包括但不限於數位素養教育⁹⁸。

九家企業與已經參與工作的其他企業一起，為父母改善家庭學習

⁹⁵ Department for Education ,2019. Department for education single departmental plan. <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for-education/about>

⁹⁶ Department for Education ,2019. Essential digital skills framework. <https://www.gov.uk/government/publications/essential-digital-skills-framework/essential-digital-skills-framework>

⁹⁷ Education Technology, 2019. DfE launches advisory panel for digital Literacy. <https://edtechnology.co.uk/Article/dfe-launches-advisory-panel-for-digital-Literacy/>

⁹⁸ Promethean , 2019. How will the DfE's new advisory panel affect digital learning? <https://resourced.prometheanworld.com/dfe-new-advisory-panel-digital-learning/>

環境提供支持。其中包括 Addo Foods 和 HarperCollins，他們在該領域的項目範圍包括提高員工自身的技能以改善與弱勢家庭的互動，提供鼓勵父母將閱讀和交流融入日常活動的工具和資源。

4、其他相關權責機關

就 Ofcom 於 2004 年 11 月釋出的聲明中，指出 Ofcom 並無法要求任何人，強制任何利益相關者執行媒體素養相關任務，其僅得以鼓勵、金援、研究並建議利益相關人致力促進媒體素養發展，惟就媒體素養發展，Ofcom 梳整羅列包括政府與非政府組織、民營與公營事業，從正規教育到非正規教育等一系列利益相關人。

媒體素養、數位技能和安全使用新媒體的責任涉及多個政府部門和機構，除了 Ofcom、DCMS 與 DfE 之外，包括內政部與貿易和工業部均應按其業務領域，負責相關之媒體素養發展；在一般民間部分，父母、育兒相關從業者、兒童慈善機構、閱聽眾和其相關組織應重視媒體「傷害」和「非法行為」，以保護青少年和弱勢群體免受非法、有害或不適當的內容和服務侵害。

(二) 重要政策與法規

1、英國《2003 通訊傳播法》規範推動媒體素養之權責機關

根據英國《2003 通訊傳播法》第 11 條、第 14 條（6a）規範，英國 Ofcom 具有法定義務，應致力推展媒體素養，以及進行與媒體素養相關的研究。

為完成法定義務，Ofcom 在 2004 年 6 月進行政策諮詢，並在同年 11 月釋出聲明，在該聲明中 Ofcom 將媒體素養定義為「在不同情境下，使用、理解與創造媒體與溝通的能力（The Ability to Use, Understand and Create Media and Communications in a Variety of Contexts）」。

孫青（2010）⁹⁹梳理 Ofcom 網站關於媒體素養之定義，指出在上述簡單定義之餘，Ofcom 亦進階解析媒體素養為—最初步的媒體素養是使用某些範疇的媒體，了解所接收的資訊，然而進階的媒體素養著重認知、了解到高層次的批判思維能力，例如：提問、分析與評估媒體傳播之內容。

2、DCMS 更新《數位憲章》

108 年 4 月 DCMS 更新《數位憲章（Digital Charter）》並確立目標—使英國成為世界上網最安全的地方，並確保英國擁有世界上最好的數位經濟。

《數位憲章》係遵循以下原則：

- （1） 網際網路免費、開放且可連結；
- （2） 人們應該了解網路使用規則；
- （3） 個人數據應得到尊重並適當使用；
- （4） 應該採取保護措施，確保民眾（尤其是兒童）的上網安全；
- （5） 線下權利保障應延續至線上；
- （6） 新技術帶來的社會和經濟利益應公平分享。

為落實《數位憲章》原則所指，DCMS 也於其中規範了工作項目，包括發布《社群媒體業務守則》、《物聯網設備操作規範》、《數據保護法》，並建立國家網路安全中心，同時創設一項新的法定義務—由獨立的監管機構監督和撰寫《線上傷害白皮書》，並要求社群平臺採取合理和相稱的措施，以解決有害網路內容及其服務上的活動。

⁹⁹ 孫青，2010。2010 年 BBC 媒體識讀研究報告。
<http://web.pts.org.tw/~rnd/p2/2010/09/BBC%20Media%20Literacy.pdf>

3、英國教育部更新「基本數位技能框架」

108 年更新英國「基本數位技能框架（Essential Digital Skills Framework）」(如下表 5-2，其中將英國所需之「數位基礎技能框架」區分為「數位基礎技能」、「溝通」、「處理資訊和內容」、「交易」、「解決問題」與「合法安全使用網路」等領域，對應每個領域有相關技能需求。

表 5-2 英國「基本數位技能框架」

技能	具體意涵
數位基本技能	所有基本數位技能的基礎。
溝通	溝通、協作和共享資訊所需之技能。
處理信息和內容	安全搜索、管理和存儲數位資訊和內容所需的技能。
交易	線上註冊和申請服務、買賣商品和服務以及管理交易所需之技能。
解決問題	使用數位工具和線上服務解決問題所需之技能。
合法安全使用網路	安全、合法且自信使用網路所需的技能。

資料來源：Department for education, 2019. Essential Digital Skills Framework.

(三) 實踐作法

在實踐作法上，英國政府主要從推動調查研究與舉辦媒體素養相關宣傳活動來執行。

1、推動調查研究

Ofcom 自 2014 年起，每年固定公告兩次以上關於英國境內與媒體素養相關的活動，至今共公布 17 次，而最近一期公布時間為今(2019)年 7 月。從 2014 所發布的第一次公告，至 2018 年 6 月所公告的內容，原則上皆在研究(Research)、事件(Events)、計畫(Projects)、獎項(Awards)與國際活動(International)等項目。就研究部分，公告中會選取重要研究，提供簡要內容與連結；而在事件選擇上，會列舉重要機構如英國國家廣播公司(BBC)或聯合國教科文組織

(UNESCO) 等所舉辦相關媒體素養的活動；在計畫部分，會提供跨部會、或是大型計畫實際執行的項目與作法；獎項部分則彙搜相關獎項的頒布；在國際部分，則列舉國際間與媒體素養相關的徵稿、會議與相關出版品。

108 年 7 月媒體素養小組更名「媒體素養諮詢小組 (Making Sense of Media Advisory Panel)」並調整權能範圍，因應組織變革 Ofcom 夏季媒體素養報告在架構進行調動，現行報告項目包括「Ofcom 行動概述 (Ofcom activity)」、「研究 (Research)」、「活動 (Events)」、「項目與倡議 (Projects and initiatives)」與「國際 (International)」五大部分。

Ofcom 歷年來定期提出媒體素養研究的目的是深入了解英國公民態度、理解和動機以及媒體在人們日常生活中所扮演的角色，以作為內外部決策參考背景資料。目前 Ofcom 在媒體素養的研究如下表 5-3。

表 5-3 Ofcom 媒體素養調查

項目	調查對象與啟始時間
成人媒體使用與態度	自 2005 年起，每年固定調查與提出成人媒體素養的研究報告。
兒童與父母：媒體使用與態度報告	自 2005 年起，每年固定發布 3-15 歲兒童與父母的調查報告。
成人媒體生活	自 2005 年起，每年固定小規模以質化方式，研究 18 名民眾媒體使用習慣。
兒童媒體生活	自 2005 年起，每年固定小規模以質化方式，研究 18 名兒童媒體使用習慣。
網路使用與態度公告	每年固定提供英國民眾在電視、廣播、遊戲、手機與網路成人媒體使用與態度，特別著重在網路使用與態度。

資料來源：本研究彙整

2、舉辦推廣媒體素養之活動

由於 Ofcom 每年會定期發布媒體素養研究報告，因此傾向透過研究報告的發布，邀請報告內容所涉及之利益關係人，共同參與發布

會議，並就報告發現之內容進行討論。

例如 Ofcom 在 108 年 1 月 29 日在倫敦的 Glaziers Hall 舉辦提高媒體意識 (Making Sense of Media) 活動，即邀請 150 多個利益相關人參加，除發表兒童的內容消費研究結果，也探索社群媒體的正面和負面影響，並針對父母如何應對為討論。

此外，108 年 7 月 18 日在倫敦大英圖書館舉辦提高媒體意識活動，亦與 DCMS 《線上傷害白皮書》發布有關，主要針對線上傷害與媒體素養發展為討論，內容包括線上傷害與霸凌、數據應用與理解、批判性理解的程度 (包括新聞素養) 和數位落差與弱勢群體之近用權力。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

英國目前主要推動媒體素養之廣電媒體業者以英國廣播公司為代表，其他則由商營廣電媒體之產業公協會來負責推動。

(一) 英國廣播公司

作為英國國家公共廣播公司，英國廣播公司 (British Broadcasting Corporation, BBC) 依《延續的英國廣播公司皇家憲章 (Royal Charter for the Continuance of the British Broadcasting Corporation)》有五大公共目標，包括：

- 提供公正的新聞和資訊，以幫助人們了解並與周圍的世界互動。
- 支持不同年齡的公民學習。
- 展示最具創意，最高質量和獨特的產品與服務。
- 反映、代表並服務於區域與國家的不同社區，並以此來支持整個英國的創意經濟。
- 向世界展示英國的文化和價值觀。

早在實際上 2006 年英國廣播公司之皇家憲章和協議中，BBC 的公共宗旨即包括「幫助人們建立信心和技能，並鼓勵閱聽眾從被動消費轉變為積極、有建設性的參與¹⁰⁰」的職責，而 BBC 也在 2013 年 5 月釋出《BBC 媒體素養策略 (BBC Media Literacy Strategy)》。

過去 BBC 媒體素養政策致力於幫助人們發展「訪問/使用」之技能，尤其是幫助首次上網的群眾，惟由於網路發展逐漸成熟，BBC 媒體素養政策的策略重心慢慢也從提升「獲取」能力，慢慢轉向包含更多的「理解」和「創造」技能發展。

因此，BBC 提出新的媒體素養策略目標，列出的四大目標：

- 與相關部門合作以提供新興技術相關資訊，為新上線或缺乏信心的閱聽眾建立數位技能和信心。
- 幫助所有閱聽眾發展媒體素養的技能和信心，以理解媒體環境，包括內容的製作、呈現和訪問方式。
- 幫助父母和孩子理解和管理網路活動相關之風險。
- 鼓勵閱聽眾嘗試創造性使用數位媒體，以便為 BBC 的節目做出貢獻，並參與更廣泛的公民社會，並在感興趣的社區群間互動。

為達成上述四大目標，英國 BBC 開創獨特的長期編輯工作流程 (Long-Term Editorial Work-Streams)，每個流程基於媒體素養技能類別 (訪問/使用、理解和創造) 之一，並且隨著時間的推移，層層推進，並透過參與編輯流程，以擴大 BBC 各個品牌的媒體素養資訊的影響範圍，包含以下三大執行方法：

- Get Connected

¹⁰⁰ 原文：build their confidence and skills, and encourage audiences to move from passive consumption to active participation and constructive engagement

目的係幫助閱聽眾使用新興技術，從網路中(尤其是 BBC 內容)中獲得最大收益，並為 WebWise 創建了一系列新的網路電影，以幫助人們發展各種技能，包括從有效使用搜索引擎、下載影片到了解版權的基本知識，除此之外亦助益幫助觀眾了解內容的生產、所有權和分配方式。

此外，為鼓勵閱聽眾積極參與互動，也致力往個性化和社交性的網路體驗優化，其加強範圍從進用網路公共服務所需的基本技能到移動設備如平板電腦、電視和個人電腦等。

- Get Smart

Get Smart 始於 2012 年 2 月的 Share Take Care 項目，為 BBC 支持「安全網路日 (Safer Internet Day)」¹⁰¹的具體計畫，主要內容包含新聞學院報告、言論自由和媒體實驗室等媒體素養項目，將專注於幫助人們養成安全、適當和有效的網路參與所需的習慣、行為和知識，其中包括諸如 Share Take Care、News School Report 和 The Listening Project 之類的倡議活動，可幫助聽眾對內容的製作，呈現和訪問方式有更深入的了解。

- Get Creative

Get Creative 則著重於幫助觀眾發展完全參與、貢獻和分發內容所需的創造與技術技能，其涵蓋所有基本技能，並涉及更多高級技能，以 Fresh、Connect and Create 之類的項目鼓勵閱聽眾使用創造性的數位媒體，重點在於幫助人們發展創意和技術技能。

(二) 英國電影協會

英國電影協會 (British Film Institute, BFI) 於 1933 年按皇家特許

¹⁰¹為 BBC 廣播一台 (Radio 1)、哥倫比亞廣播公司 (CBBC)、英國廣播公司學習部 (BBC Learning) 與英國網路安全的中心 (UK Safer Internet Centre) 聯合倡議項目，主要目的是幫助年輕人發展了對網路風險的理解並增強了抵禦能力。

狀設立，費用由英國政府資助，主要是為英國助益振興電影行業，包括電視、電影和動態圖像等，除關注英國電影文化發展之外，亦研究電影教育框架與媒體素養教育相關活動，致力發展電影媒體教育。

英國電影協會設有「BFI 電影學院(BFI Film Academy)」提供 16-19 歲的才華橫溢的年輕人助學金，助益他們發展專業電影製作技能，BFI 電影學院從劇本寫作到製作、聲音設計、剪輯和攝影整套電影製作流程皆有相對培訓課程與專業指導，並提供有關電影歷史和電影故事的學習，以全面激發人們對電影文化的興趣。

BFI 電影學院每年提供 1000 個名額，計畫包括全英 47 個地區課程的區域計劃，涵蓋動畫、紀錄片、編劇和視覺效果的 7 個專業課程，以及英國國家電影電視學校的為期兩週的技能教學課程。

三、 公民團體於媒體素養推動現況

以下列舉英國目前於媒體素養領域較具代表性之公民團體與推動現況。

(一) 英國素養協會 (United Kingdom Literacy Association, UKLA)

UKL 透過創造素養教育、語言和交流空間，支持和提供最新研究成果供從業者和決策者參考。

(二) 媒體教育協會 (Media Education Association, MEA)

MEA 具多元背景與媒體教育相關者組成，目的係凝聚支持媒體教育者，建立動態網路社群，鼓勵人們聯繫、共享和討論媒體教育促進媒體素養工作，以提高媒體教育的地位。

(三) 英語與媒體中心 (English and Media Centre, FMC)

英語和媒體中心由教師所組成，旨在開發、傳播並創新各種形式的語言、文學和媒體，同時亦支持教師提高素養，以幫助他們的學生成為自信、具批判且富有創造力的讀者、作家、演講者或閱聽人。

(四) 了解電影 (Learn About Film)

免費網路電影教育，提供電影製作相關知識，從策劃、拍攝到剪輯電影，甚至設備都有詳細的資訊供有興趣的瀏覽者自學。

(五) 電影俱樂部 (Into Film Club)

目的係讓年輕人觀看、評論和製作電影，提供電影放映、資源和培訓，支援課堂教學。除了為年輕觀眾提供豐富的網路內容外，亦針對 5-19 歲的青少年提供電影製作學習，激發他們對電影的熱情。

四、 推動媒體素養之跨部會與公私協力模式

英國目前在推動媒體素養之跨部會或公私協力模式上，主要由英國 Ofcom 主導，於 Ofcom 下設立「媒體素養諮詢小組 (Making Sense of Media Advisory Panel)」，定期發布媒體素養研究報告，並邀請報告內容所涉及之利益關係人，共同參與發布會議，並就報告發現之內容進行討論。

例如 Ofcom 在 108 年 1 月 29 日在倫敦的 Glaziers Hall 舉辦提高媒體意識 (Making Sense of Media) 活動，即邀請 150 多個利益相關人參加，除發表兒童的內容消費研究結果，也探索社群媒體的正面和負面影響，並針對父母如何應對為討論。

此外，108 年 7 月 18 日在倫敦大英圖書館舉辦提高媒體意識活動，亦與 DCMS 《線上傷害白皮書》發布有關，主要針對線上傷害與媒體素養發展為討論，內容包括線上傷害與霸凌、數據應用與理解、批判性理解的程度 (包括新聞素養) 和數位落差與弱勢群體之近用權力。

第三節 德國

歐盟 2007 年起便開始推動媒體素養策略 (A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment)，學者¹⁰²分析德國媒體素養發展，發現德國沒有媒體教育和相關概念的法律定義，但從相關政策文件可以歸納出以下幾個用字和概念：「Medienkompetenz」意旨媒體素養，而「Medienpädagogik」為媒體教學法，即提高媒體素養的專業能力；「Medienerziehung」旨在提高媒體素養的教學活動，這個詞最接近媒體教育；至於「Medienbildung」則為更寬泛的媒體教育用詞，此外近年德國討論媒體素養的概念會與各種特定媒體和與媒體相關的活動相結合，例如電影、電腦或網路素養。以下說明德國主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

一、 政府政策與監理機制

以下針對德國有推動媒體素養相關之部會政策與監理制度、重要政策與法規、實踐作法等三大面向進行說明。

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、 德國聯邦媒體主管

德國聯邦政府媒體之規管機構「德國聯邦媒體主管 (Die Medienanstalten)」由 14 個邦聯政府的媒體機構組成，共同辦理國內電視、廣播之規管及執照審核，並審定廣告法則、兒少保護計畫以傳達國內媒體素養教育。14 個邦政府媒體機構有責任帶領新科技進入傳播領域並需要配合歐盟政策確保節目文化多樣性。

德國聯邦媒體主管內部共有四個委員會，其依法律授權處理不同業務。「許可監管委員會 (Kommission für Zulassung und Aufsicht, ZAK)」

¹⁰² Kammerl, R. & Hasebrink, U., 2014. Media and Information Literacy Policies in Germany (2013). http://ppemi.ens-cachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/GERMANY_2014.pdf

負責全國商營廣播電視、平臺及數位電視發展規管；「主任委員會議 Gremienvorsitzendenkonferenz, GVK）」負責商用電視平臺頻譜分配；「德國媒體集中化調查委員會（Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich, KEK）」負責全國商營電視內容提供是否達成文化多樣；「保護未成年人媒體委員會（Kommission für Jugendmedienschutz, KJM）」負責電視、廣播及網路內容是否不違及兒少保護。另設有「國家媒體管理局局長會議（Direktorenkonferenz der Landesmedienanstalten, DLM）」，通常職司媒體政策課程準備程序，例如法律、技術整合、媒體能力和歐洲政策統一規畫等工作¹⁰³。

2、聯邦政府文化與媒體辦公室

聯邦政府文化與媒體辦公室（Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien, BKM）為任務型之辦公室，負責監督廣泛的媒體相關事務，包括媒體多樣表現保護、德國媒體制度定期評估、電影製作支援以及媒體教育等。

3、聯邦政府教育及研究部

德國聯邦教育及研究部（Bundesministerium für Bildung und Forschung, BMBF）主要職司教育、研究和創新領域，旗下有八個部門，「歐洲及國際教育和研究合作司（Europäische und internationale Zusammenarbeit in Bildung und Forschung）」、「職業培訓與終身學習司（Berufliche Bildung; Lebenslanges Lernen）」、「關鍵技術－創新研究司（Schlüsseltechnologien – Forschung für Innovationen）」與「未來準備－文化研究、基礎科學及可持續司（Zukunftsvorsorge – Forschung für Kultur, Grundlagen und Nachhaltigkeit）」等是與德國媒體

¹⁰³ die medienanstalten, 2019. die medienanstalten. <https://www.die-medienanstalten.de/en/about-the-media-authorities/>

素養相對較有關聯之部門。

4、聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部

聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部(Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, BMFSFJ)轄下又區分為六個司，包含中央司(Zentralabteilung)、家庭、社會福利、勞動政策司(Familie, Wohlfahrtspflege, Engagement-politik)、老齡事務司(Ältere Menschen)、平等事務司(Gleichstellung)、青年事務司(Teilhabe junger Menschen)與兒童與青少年援助司(Kinder- und Jugendhilfe)，其主要負責德國兒少之媒體素養及保護政策。

5、各邦文教部長會議

1948年德國成立「各邦文教部長會議(Kultusministerkonferenz, KMK)」，由德國16邦各邦政府之教育、學術、研究、文化藝術部部長組成，為了協調各州文教政策，定期集會協調具跨邦重要性之教育政策、高等教育政策、科學研究政策及文化政策。

(二) 重要政策與法規

德國涉及國家範圍的媒體相關問題受州際條約的約束，影響媒體教育和媒體素養重要條約包括《全德跨邦廣播協定(Interstate Broadcasting Treaty in Unified Germany)》與《跨邦電視及電子媒體人性尊嚴及兒少保護協定(Interstate Treaty on the Protection of Human Dignity and the Protection of Minors in Broadcasting and in Telemedia)》(Kammerl, R. & Hasebrink, U., 2014)。

(三) 實踐作法

1、推動調查研究

108年德國聯邦政府發布《媒體和傳播報告(Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung)》該報告係針對2018年

在德國聯邦政府當前在傳播媒體領域中所面臨的挑戰與德國政府目前和未來將採行之因應措施，並宣示未來政策將以個人自由輿論形成、機會均等和公平等價值為最高指導。

報告中特別提出在社群網路中關於仇恨言論、網路霸凌與假訊息的治理問題，針對這些議題聯邦政府首先總結過去成果，歸納出決定性因素包括更有效地執行非法內容、強大而獨立新聞業以及尤其優良的媒體素養，此外德國聯邦政府也特別將「年輕人的溝通能力」視為未來重點工作項目，將由相關部門持續編列預算推進青少年媒體素養發展。

2、提供資金

德國聯邦媒體主管主要資助三個大型聯合項目—Flimmo、Internet ABC 和 Klicksafe，下表 5-4 為其資助項目之簡介。

表 5-4 德國聯邦媒體主管資助項目

項目名稱	項目內容
FLIMMO—透過孩子眼睛看電視 (FLIMMO—Fernsehen mit Kinderaugen)	FLIMMO 是針對父母建議計畫，針對 3 到 13 歲的孩子喜歡的節目進行評比，以幫助父母或教育者選擇適合孩童年齡的節目選擇。
網路 ABC (Internet ABC)	網路 ABC 提供兒童有效使用網路的方法，教導其網路資訊運作模式，協助兒童掌握網路知識。
Klicksafe	klicksafe 是一項歐洲層級的倡議組織，旨在提高網路安全與增進網路和新媒體素養。

資料來源：die Medienanstalten, n.d.: Media Literacy.

至於文化與媒體事務專員資助項目範圍更廣，無論對象、媒介形式與目的範圍都呈現多元發展之特色，內容包括增進傳播技巧、防止、極端主義與辨識假訊息等知識，本研究整理如下表 5-5

表 5-5 德國文化與媒體事務專員 (BKM) 資助項目

項目名稱	項目內容
fragFINN 兒童記者 (fragFINN-Kinderreporter)	由青少年準備關於媒體的問題和議題，並在短片中解惑，目的是通過互相教育有關個別媒體的可能性和風險來增強青少年之溝通技巧，同時亦使他們思考理解新聞產製與民主間之關係。
閱讀促進和文學調解 (Leseförderung und Literaturvermittlung)	針對 12 至 16 歲的年輕人，加強推廣閱讀、文學教學和媒體技能。
處理極端主義資訊 (Umgang mit extremistischen Botschaften)	旨在透過積極的媒體工作，增強年輕人表達能力與推理能力，並訓練他們對極端資訊的處理態度。此外，建立一個全國性平臺，供學校和專業人員資料分享和提出行動建議。
兒童網路 (Ein Netz für Kinder)	從 2008 年到 2018 年，BKM 推動由青年媒體保護的政治、業者和組織聯合建立的「兒童網路」，為 6 至 12 歲的兒童創建安全的網路實踐空間，共資助 100 多個項目。 其中在電信和媒體行業資助的「fragFINN 兒童搜索引擎」中，只能找到由媒體教育者編輯的兒童友善資訊網站，並對於智慧手機和平板電腦，免費提供 fragFINN 應用程序。
兒童網路隱私政策 (Datenschutz für Kinder-Onlineangebote)	與漢堡大學、「fragFINN 兒童搜索引擎」、媒體教育協會 Seitenstark eV 與媒體服務供應商合作出版綜合手冊，以闡明和協助實施《歐盟數據保護條例》。
遊戲代替事實 (Alternative Games statt alternative Fakten)	BKM 於 2018 年 4 月針對新聞遊戲與新聞能力培訓提供支持數位遊戲文化基金會 (Stiftung Digitale Spielkultur) 邀請所有感興趣的團體參加 48 小時的「遊戲果醬 (Game Jam)」活動，開發遊戲讓目標群體了解「假新聞」，增加其處理假訊息的信心。

資料來源：De Bundesregierung, 2019. Geförderte Projekte.

3、舉辦推廣媒體素養之活動

德國政府認為電影與文化間之關係密不可分，因此特別重視兒童電影素養教育，例如聯邦政府文化與媒體辦公室 (BKM) 推動媒體素養作法除透過資助項目 (Geförderte Projekte)，其另一個推動主軸即為「視覺電影院 (Vision Kino)」。

視覺電影院旨在增強兒童和青少年的電影敏感性與技能，涉及許多項目和活動，不僅提供電影推薦、電影書籍，亦包含其他教材和培

訓課程。此外其推出項目「SchulKinoWochen」自 2006 年以來，為參與的學校提供了各種電影、教育電影資料和培訓機會，該項目拓點至鄉村地區，擁有 850 多家參與影院的電影院，充分顯示德國電影素養教育的深根。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

德國於媒體業界主要由德國公共廣播聯盟（Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland, ARD）、德國電視二台（Zweites Deutsches Fernsehen, ZDF）、德國廣播電台（Deutschlandradio, DLR）等公共廣播界三大支柱來承擔媒體素養相關任務。

德國公共廣播聯盟（ARD）成立於 1950 年，目前由九個州立廣播公司聯合組成，成員包括巴伐利亞廣播公司（ Bayerischer Rundfunk, BR）、黑森廣播公司（Hessischer Rundfunk, HR）、中德廣播公司（ Mitteldeutscher Rundfunk, MDR）、北德廣播公司（Norddeutscher Rundfunk, NDR）、西德廣播公司（Westdeutscher Rundfunk Köln, WR）、不來梅廣播公司（Radio Bremen, RB）、柏林-布蘭登堡廣播公司（Rundfunk Berlin-Brandenburg, RBB）、薩爾廣播公司（Saarländischer Rundfunk, SR）、西南廣播公司（ Südwestrundfunk, SWR）與德國之聲（Deutsche Welle, DW）等，這些廣播公司除合作製作自己的、地方性的電視台和廣播節目之外，亦供予德國電視一台（Das Erste）之節目播出。

為了拓寬對媒體的理解並注意閱聽人有效利用媒體，ARD 積極拓展媒體素養的培養項目，目的除為支持兒童和青少年善用電視廣播和網路服務，並就獲得資訊進行批判思考之外，亦致力於開拓德國境內公民運用資訊技術之能力。

ARD 媒體素養項目特別關注教育計劃，尤其是針對日託中心和學校的教育計劃，並針對不同年齡層需求細緻規劃。針對幼童計畫重點是傳達不同形式的媒體知識，從幼童到青少年成長中，則逐漸提高輔佐兒童批判性地處理媒體內容的能力。此外，未注意項目推動，ARD 亦提供相應之教師培訓課程，並針對媒體行業當前發展相關主題，由組織成員各自規劃、開設討論節目或資訊專欄，例如：北德廣播公司的「媒體雜誌 ZAPP」，即主打對抗假訊息、獨立新聞與公益新聞內容，致力優質新聞呈現。

ARD 認為掌握媒體素養不僅需要掌握媒體的重要知識，還需要有機會明智地利用各種媒體並進行創造性之創作，於是廣推兒童和青少年學習，助益他們以不同形式媒體創作自己的作品，如黑森廣播公司（HR）以「school.fm」項目幫助學校建立自己的廣播電台；西德廣播公司（WR）在其媒體工作室「WDR Studio Zwei」中為青少年開設專屬工作室，並展示並教學廣播電視節目製作流程。

德國公共廣播公司也積極發起假新聞辨識排除行動，如德國公共廣播聯盟提供類似門戶網站的 Faktenfinder 調查和遏制假新聞，其收集網路上之政治宣傳、謠言、模擬兩可之資訊加以調查、辨識並加以澄清；而巴伐利亞廣播公司（Bayerischer Rundfunk, BR）也透過「BR Verification」在社群網路中進行資訊檢驗；德國之聲（Deutsche Welle）也宣示在 2018 年至 2021 年將以發展高品質新聞與推動媒體素養發展，作為加強言論自由和民主發展的三個關鍵行動之一。

此外，德國電視二臺（Zweites Deutsches Fernsehen, ZDF）則啟動跨媒體事實檢查項目「#ZDFcheck17」，針對 2017 年德國大選為真實公正之報導，其運作 ZDF 新聞編輯主持，組織跨部門小組研究傳播資訊之真實性與政治人物陳述內容以及其他選舉相關資訊，且依電視、

網路與社群媒體等面向編輯，處理資訊；除此之外，ZDF 也加入「初稿 (First Draft)」組織，與英國廣播公司 (BBC)、《紐約時報 (New York Times)》等合作，致力國際事實、新聞檢驗。

三、 公民團體於媒體素養推動現況




以下列舉德國目前於媒體素養領域較具代表性之公民團體與推動現況。

(一) 媒體教育與傳播文化協會

媒體教育與傳播文化協會 (Association for Media Education and Communication Culture, GMK) 匯集了來自研究和業界各領域對媒體教育和媒體素養有興趣的成員，為德國全國性的教育、文化和媒體專業協會。

GMK 關注面向甚廣，範疇涵蓋學前到成人媒體教育，同時也專注提升德國公民之媒體能力，其將媒體教育視為一項跨領域的工作，致力於不同實踐領域間的思想自由傳播和交流對話，同時為促進媒體創造力，GMK 透過與政府、民間組織等合作，創設各種媒體教育與素養相關競賽，鼓勵以媒體製作的創新和批判作品 (如下表 5-6)。

表 5-6 由 GMK 主辦之鼓勵媒體教育與媒體素養之競賽

	<p>Dieter Baacke 獎</p> <p>2001 年起，媒體教育與傳播文化協會（GMK）和聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部（BMFSFJ）合作授予「Dieter Baacke 獎」，表彰德國在教育、社會和文化方面的傑出項目。</p>
	<p>medius-創新、科學和實踐論文獎</p> <p>該獎項著重於科學與實務間的實驗，促進了跨學科和國際視野，由聯邦公民教育局（Bpb）、BMFSFJ 與 Klicksafe 等組織贊助。</p>
	<p>mb21 德國多媒體獎</p> <p>德國唯一的針對兒童和年輕人的全國性多媒體使用創意比賽，目的係透過比賽讓兒童和青少年運用知識和行動力，積極、反思和創造性地參與數位媒體世界。</p>

資料來源：GMK, n.d.. Wettbewerbe mit GMK-Beteiligung.

（二） Blickwechsel e.V.

「Blickwechsel e.V.」是媒體教育和傳播文化協會的成員，並簽署了《媒體教育宣言》。Blickwechsel e.V. 旨在將媒體教育理論付諸實踐，特別關注目標群體的定位，並透過多元方法實踐目標，此外 Blickwechsel 團隊亦提供媒體研討會和培訓課程，針對教育者為媒體教育培訓，帶領父母在學校和日託中心裡參加有關媒體教育活動，並與兒童和青少年共同發起實用的媒體項目，以提高他們的媒體素養。

四、 推動媒體素養之跨部會與公私協力模式

（一） 跨部會與公私協力模式

德國公、私合作模式尚未建立系統化及固定合作關係，然而各地區已建立地方上網路進行其媒體素養教育，例如萊茵地區的

medienundbildung.com 教育平臺，但是苦無資源，經營期限不定。德國目前除了聯邦政府旗下之 14 邦政府媒體機構，會以全國家長/孩童、學校老師/學童以及青年設立媒體素養發展計畫，延伸其公部門資源外，聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部 (BMFSFJ) 亦會聯合利害關係者發展計畫，如 2010-2013 年的「網路對話」(Dialog Internet) 即是跨部會、跨公私協力的媒體素養計畫。

1、網路對話

聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部 (BMFSFJ) 發起多方利益相關者平臺—「網路對話 (Dialog Internet, 2010-2013 年)」，其中「Medienkompetenzbericht (媒體素養報告)」項目就德國境內媒體素養發展現況為調查，並建立數據庫，助益媒體素養政策規劃。

2、klicksafe.de

「klicksafe.de」源自歐盟執委會推廣使用網路和新媒體的素養計畫，目的係透過資訊揭露、活動、宣傳等方式提高歐盟境內人民之媒體素養。「klicksafe.de」在德國由 Saferinternet DE 協會實施，為德國聯邦媒體主管、邦媒體主管 LMK (Landeszentrale für Medien und Kommunikation)¹⁰⁴與 NRW (Landesanstalt für Medien)¹⁰⁵之聯合項目。

3、Dieter Baacke 獎

Dieter Baacke 獎 (The Dieter Baacke Award) 旨在表彰非凡的媒體教學或媒體教育項目和方法。它是由媒體教育和傳播文化協會 (Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur, GMK) 和德國聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部 (BMFSFJ) 所共同授予，目的是認可和宣傳傑出的媒體教育項目和方法，並使廣泛公眾了解這

¹⁰⁴ 英文翻譯：Central Authority for Media and Communication Rhineland-Palatinate (LMK)。

¹⁰⁵ 英文翻譯：Media Authority of NRW。

些項目。這些項目多採用創新和批判的方法增強對媒體的理解能力，以教育兒童、青少年和家庭理解媒體之方法，提高他們的媒體素養。

其主要獎項有六類，每類獎項提供 2,000 歐元獎金。

- 兒童項目
- 青少年項目
- 整合／綜合性項目
- 跨文化或國際之項目
- 具有特殊網路特徵的項目
- 特別獎項（由主辦單位決定，每年不一樣，如 108 年為「大膽、狂野、精彩（Sei frech und wild und wunderbar!）」）

4、Medien+Bildung.com

「medien + bildung.com」為萊茵蘭-伐爾茲媒體管理局（Landeszentrale für Medien und Kommunikation, LMK）子公司，主要從事廣播、電視和多媒體中媒體素養實踐，著手相關教育與培訓工作，並嘗試開發適用於未來的媒體教育模型。

「medien + bildung.com」亦是媒體教育和傳播文化協會的成員，並簽署了《媒體教育宣言》，目標群體廣泛包括兒童、學生、青少年和成人，目的係使參與者了解媒體並學習批判性思考與自由表達。

5、Seitenstark

「Seitenstark」成立於 2003 年，由 65 個德國兒童網站提供商組成的協會，涉及獨立媒體教育者、記者、聯邦政府各部、私營公司、教堂、協會和兒童相關網站。Seitenstark 已為優秀兒童網站，所有成員應依這些標準推動媒體素養教育。

第四節 小結

綜上所述，本研究彙整歐盟、英國與德國之政府部門、民間單位及媒體業者等三大目標對象發展現況，同時也針對各國推動媒體素養之跨部會與公私協力模式進行盤點，以了解其在媒體素養相關發展脈絡與方向。以下為本研究就歐洲國家發展媒體素養之政策與現況作法之初步小結與發現。

一、 政府政策與監理機制

本研究分析歐盟、英國與德國三大國家或組織於媒體素養推動政策。研究發現，歐盟推動媒體素養係透過完整的政策循環機制，層層遞進，從規劃之初的狀態盤點與評估歐盟介入之機會成本，並釋出相關建議，最後設定一定期間進行成效評估，持續推動境內整體媒體素養發展，同時在釋出報告的同時，也相當於分享優良實踐經驗，促進境內政策交流。又挾帶媒體教育資金，歐盟將媒體素養視為媒體教育之一步，透過各類教育資金，從不同面向補助創新計劃，致力培養具數位技能，並能以批判思維出發，積極培養參與公共生活的歐洲公民，此外歐盟更透過《視聽媒體服務指令》將媒體素養討論場域擴展至線上平臺，拉齊各媒體業者應擔負之社會責任。

英國現行關於媒體素養的推展從過去重視媒體文本理解與批判思維的訓練轉向確保能自由接取各種網路，參與數位媒體發展，並在避免媒體潛在傷害的情形下，促進數位經濟。討論場域也從過去重視電影、電視、報章的文化意涵，轉向網路世界的數位技能應用層面。此外，由於 Ofcom 具促進媒體素養之法定義務，因此 Ofcom 亦積極梳理英國媒體素養相關之活動報告，與國內公民媒體素養與其他相關評估報告，這種定期、連續的報告，成為英國推動媒體素養的標竿。惟除了定期報告之外，Ofcom 針對媒體素養促進的活動略顯薄弱，且

未見其進行主導或資源統合之角色，因此整個媒體素養推動分散各部門，Ofcom 淪為生產報告與建議的研調角色。

至於德國的媒體素養近年來聚焦於網路、數位工具使用的素養教育，此外兒童是德國在媒體素養計畫最常見的目標受眾，德國官方亦傾注大量資金支援許多兒童媒體教育與素養促進平臺的建設。尤其值得讚許的是相比其他國家，德國官方會清楚的將資助媒體素養發展或媒體教育推進的歷程完整公布於網站上，並建立項目介紹與相關連結，供民眾瀏覽參考。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

在媒體業者發展方面，在歐洲地區包括英國與德國，於媒體素養推動均是由當地公共電視機構來主責，例如英國 BBC、德國公共廣播聯盟、德國電視二台、德國廣播電台等公共廣播電視服務。

英國 BBC 早在 2006 年英國廣播公司之皇家憲章和協議中，其公共職責即包括「幫助人們建立信心和技能，並鼓勵閱聽眾從被動消費轉變為積極、有建設性的參與」，而 BBC 也在 2013 年 5 月釋出《BBC 媒體素養策略》，以有效協助公民了解媒體內容，進而參與、近用、理解並創造媒體技能。

德國方面例如德國公共廣播聯盟就積極拓展媒體素養的培養項目，目的為支持兒童和青少年善用電視廣播和網路服務，並養成批判思考之外，亦致力於開拓德國境內公民運用資訊技術之能力。德國公共廣播聯盟媒體素養項目特別關注教育計畫，針對幼童計畫重點是傳達不同形式的媒體知識，從幼童到青少年成長中，則逐漸提高輔佐兒童批判性地處理媒體內容的能力。

綜上所述，歐洲國家與媒體素養發展方面，公共電視媒體亦擔負重要任務，其對於民眾了解媒體、近用媒體甚至是累積媒體內容的批

判性思考歷年來可見其積極發揮媒體業者所應傳達與扮演之角色。

三、 公民團體於媒體素養推動現況

檢視歐洲各國公民團體與媒體素養之發展，可以發現在歐洲執委會歷年來的資金贊助下，歐洲各國除了有以自有國家為發展基礎的公民團體外，亦有諸多泛歐公民團體聯盟或組織機構積極推動媒體素養發展。

例如歐洲素養策略聯盟成員就包括來自 28 個歐洲國家（包括 24 個歐盟成員國）的 77 個組織，致力於改善所有成員國的素養政策，減少歐洲兒童、青少年和成年人缺乏素養教育的數量，並幫助提高閱讀技能和閱讀樂趣。除此之外，像是歐洲觀眾利益協會等亦曾代表歐盟執委會開展了媒體素養相關研究，梳理 28 個不同的國家和 20 種不同的語言完成報告，亦持續積極討論媒體和公民問題。

這些跨國合作籌組成的聯盟或組織機構，得以有效推動跨國媒體素養計畫，並有助於提升歐洲不同國家之媒體素養發展程度，並輔佐各國之公民團體共同推動相關計畫。

而除了由歐盟執委會資金援助而設立的跨國聯盟或組織外，英國電影委員會和英國電影協會為了統合歐盟下之不同公民團體的力量，亦發起「歐洲媒體素養憲章」(The European Charter for Media Literacy) 理念制定，「歐洲媒體素養憲章」的存在乃為支持歐洲媒體素養的促進，透過簽署憲章，促進了歐洲不同國家的媒體素養工作者之間的共識和聯繫，組織和個人將支持實踐媒體素養的具體定義，並致力於有助於其發展的行動。

簽屬憲章者得與「媒體素養憲章」專屬網站中搜尋相關數據庫，並查找不同國家、媒體部門和教育部門目前推動媒體素養現況，有助於了解並剖析當地媒體素養發展現況。

四、 推動媒體素養之跨部會與公私協力模式

在本研究研析個案中，包括歐盟、英國和德國等均積極提倡媒體素養之跨會與公私協力模式。

以歐盟為例，歷年來曾透過不同計畫資助，設立跨部會或公私協力平臺，包括歐盟終身學習平臺、歐洲數位媒體觀測站等。終身學習平臺由歐盟的 Erasmus +計畫共同資助，旨在促進公民對終身學習的關注、確保公平和社會凝聚力以及積極的公民身份，透過匯集所有教育和培訓部門的參與者，終身學習平臺創造一個在歐洲範圍內交流創新實踐的空間，助益教育系統調整之靈活性，並提出具體的解決方案，實踐終身學習的願景。除此之外，歐盟有鑑於假訊息問題，因而在 108 年 10 月 1 日釋出設置「歐洲數位媒體觀測站 (European Digital Media Observatory)」公開招標文件，預算金額上限達 250 萬歐元，希望能連結事實查核人員、學術研究人員等，以共同對抗線上假訊息。

英國目前在推動媒體素養之跨部會或公私協力模式上，主要由英國 Ofcom 主導，於 Ofcom 下設立「媒體素養諮詢小組 (Making Sense of Media Advisory Panel)」，定期發布媒體素養研究報告，並邀請報告內容所涉及之利益關係人，共同參與發布會議，並就報告發現之內容進行討論。

德國於媒體素養雖然目前尚未建立較具系統化之公私協力模式，然而各地區已建立地方橫向連結以推動媒體素養教育。德國目前除了聯邦政府旗下之 14 邦政府媒體機構，會以全國家長/孩童、學校老師/學童以及青年設立媒體素養發展計畫，延伸其公部門資源外，聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部 (BMFSFJ) 亦會聯合利害關係者發展計畫，如 2010-2013 年的「網路對話」(Dialog Internet) 即是跨部會、跨公私協力的數位素養推動計畫。

五、 歐洲各國於媒體素養政策與實踐整備評估現況

綜上所述，歐洲各國於媒體素養政策與實踐方向上相對完善，尤其在歐盟的政策制訂與資金援助下，建立完善的推動機制，從不同層面充實多元政策，並聯合公民團體組成跨國聯盟，定期推動相關研究計畫與成果評估，以檢視歐盟各國發展現況，監督各國政府持續推動。

而在歐盟的政策制訂下，英國與德國亦有相關政策配套措施。尤其英國由主管機關 Ofcom 擔負媒體素養推動法定義務，每年定期籌組媒體素養專家小組，並釋出評估調查報告來檢視發展現況，實值得我國政府借鏡。而在媒體業者方面，歐洲各國包括英國、德國均是由當地公共廣播電視業者來擔負相關任務，並積極推動媒體近用、認識媒體、甚至是建立批判性思考等媒體素養目標。以下表 5-7 為本研究針對歐洲各國於媒體素養政策與實踐整備評估。

表 5-7 歐洲各國政府於媒體素養政策與實踐整備評估現況

	國家政策執行框架					取徑			實踐之主體			實踐之對象	
	政策	教育	供應	近用和 使用	民間 社會	保護 取徑	促進 取徑	參與 取徑	政府	媒體與資訊 服務業者	產業監督之公民團體、社 區機構、民間機構等	學齡 兒童	一般閱 聽大眾 或特定 職業訓 練
歐盟	○	○	○	○	○		○	○	○		○	○	○
英國	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
德國	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

資料來源：本研究彙整。

第六章 美洲各國推動媒體素養之政策與現況

第一節 美國

1978年，在時任美國總統 Jimmy Carter 的主導下，美國開始透過國會圖書館（The Library of Congress）和教育相關單位等挹注資金，以協助中、小學學校發展媒體素養課程項目（Curricular Projects），目的是教導學生掌握批判性的閱讀技巧（Critical Viewing Skills）；除此之外，當時美國耶魯大學（Yale University）也獲得美國廣播公司（American Broadcasting Company, ABC）的補助支持，鎖定美國三、四、五年級的學生研究並提供相關媒體素養課程¹⁰⁶。

美國相較於英國、加拿大等國家，在推動媒體素養相關教育課程的時間點較晚。而一直到 1970 至 1980 年代於美國時任總統的支持下，相關教育工作才正式推動。然而，該計劃同時也伴隨著預算可觀但卻無具體成效的批評，最終在 1982 年宣告終止。資金來源停止後，又再次延遲美國媒體素養教育計畫，因而也促使長久以來美國的媒體素養政策推動不管是在資金或媒體素養教育上都面臨不穩定與不確定性¹⁰⁷。

2000 年代後期，隨著網際網路和匯流媒體的發展，對於媒體素養的討論聲浪又再重新出現。於 2008 年 3 月，美國教育部（US Department of Education）轄下的科技教育部門（Office of Educational Technology）第一次舉辦關於媒體素養的資訊會議¹⁰⁸，本次會議也是美國教育部首次將媒體素養納入部門討論主題，並重點討論如何將新

¹⁰⁶ 同上註。

¹⁰⁷ 同上註。

¹⁰⁸ Department of Education, 2008. Connections/ Medialit Moments. Consortium for Media Literacy, Vol. 2.

<https://www.medialit.org/sites/default/files/connections/us%20department%20of%20education.pdf>

科技納入教育的其中一門學科¹⁰⁹；再加上 2009 年後，隨著時任美國總統歐巴馬宣布訂定每年 10 月為「國家資訊素養意識月（National Information Literacy Awareness Month）」¹¹⁰，因而也再次喚起學校與相關單位對於媒體素養的重視。

當時，隨著資訊科技與網際網路的發展，對於媒體素養的討論重心，也逐漸從電視、報紙等傳統媒體轉移到「數位素養（Digital Literacy）」，使閱聽眾掌握使用資訊媒體的技能，甚至從中得以批判性地閱讀相關資訊內容，成為美國政府和相關單位重視的核心。

最早從 2007 年開始，在全美州長協會（National Governors Association, NGA）與各州學校主管委員會（The Council of Chief State School officers, CCSSO）的努力與合作下，引領制定「《各州共同核心標準（Common Core State Standards, CCSS）》，以展開全美的教育課程統一作業，當時，在相關單位的努力下，2009 年時媒體素養課程即納入該核心標準草案（Standards Draft）的基礎課程之，最終並於 2010 年發布完整版標準¹¹¹。而截至 2013 年，全美已有 46 個州聲援支持《各州共同核心標準》¹¹²，自此之後，美國的媒體素養於中小學中的教育課程中終於有了統合，並促進更積極的討論。

以下說明美國主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

¹⁰⁹ CML, n.d. The U.S. Department of Education. <https://www.medialit.org/us-department-education>

¹¹⁰ President Barack Obama, October 1, 2009. Presidential Proclamation 8429. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/presidential-proclamation-national-information-literacy-awareness-month>

¹¹¹ Common Core State Standards Initiative, n.d. Development Process. www.corestandards.org/about-the-standards/development-process/

¹¹² 張佳琳，2013。美國國家課程時代的來臨：各州共同核心標準之探究。教育研究與發展期刊，第九卷第二期，頁 1-32。

一、 政府政策與監理機制

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、 美國教育部

美國教育部 (U.S. Department of Education, ED) 成立於 1980 年，由多個聯邦機構的辦事處合併而成，使命是促進卓越的教育、確保美國公民平等的受教機會，主要負責統籌制定聯邦政府對教育的財政援助的政策，並分配和監督資金運用。

由於美國教育以地方分權型態設計，美國教育部不負責建立學校或學院、制定課程、設定入學和畢業要求和教育標準，此在教育政策上其角色偏向「資金援助」之角色，故因應各州教育需求，美國媒體教育呈現不同的型態。

「媒體—幫助您的孩子度過青春期的 (Media -- Helping Your Child Through Early Adolescence)」是美國教育部於 2003 年發布，為「幫助您的孩子度過青春期」系列建議之一，主要針對家長宣導，目的係幫助家長引導並協助兒童安全使用媒體，避免兒童受有害內容誤導或錯誤使用大眾媒體¹¹³。

綜觀美國教育部下各組織關於「素養 (Literacy)」之描述，本研究發現比起「Media Literacy」，更常討論「Digital Literacy」，就其政策規劃而言，也相對較重視 ICT 技能發展，並將數位素養列為 ICT 技能訓練中的一個項目。

例如美國教育部教育科技辦公室 (Office of Educational Technology, OET) 於 2015 年底發布《2016 年國家教育科技計劃 (National Education Technology Plan)》，並更新未來教育政策，其將

¹¹³ ED, 2003. Media -- Helping Your Child Through Early Adolescence. <https://www2.ed.gov/parents/academic/help/adolescence/partx.html>

學習領域擴及更多非正規學習空間規劃，致力縮小數位落差，同時亦透過職業、技術和成人教育辦公室（Office of Career, Technical, and Adult Education, OCTAE）主導之「素養資訊與傳播系統（Literacy Information and Communication System, LINCS）」¹¹⁴ 網站和實踐社區專案，提供成人學習機會並支持成人教育計劃中數位素養發展。

此外，在 2017 年教育科技辦公室發布的《重新想像：科技教育：2017 年國家教育科技更新計畫¹¹⁵》中也針對數位素養發展給予建議，並提供實際案例為參考，如紐約市教育局與 Learning Times 合作開發數位學習課程「DIG / IT」並頒發專業證書。「DIG / IT」透過「數位公民」、「升學與職涯探索」、「金融知識」與「藝術、文化和遊戲」等四個的領域課程，幫助高中轉校生培養數位技能與素養，並助益其生涯規劃，課程結束時，學生亦將所學分享於家庭成員、社區或網路社群，完成一系列相關任務後將獲得專業證書認證¹¹⁶。

2、美國聯邦通訊委員會

美國聯邦通訊委員會（Federal Communications Commission, FCC）為媒體與通訊事業主管機關。過去歷年來雖較無針對媒體素養領域推動相關政策，但在 2017 年，FCC 有鑑於寬頻網路服務已成為民眾生活的重心，包含醫療、教育、就業、藝術與娛樂等多元應用。因此，為了確保全體民眾都得以負擔寬頻網路服務，降低近用門檻，以達「數位包容（Digital Inclusion）」政策目標，因而在 2017 年委由轄下的消

¹¹⁴ 「素養資訊與傳播系統（Literacy Information and Communication System, LINCS）為美國教育部職業、技術和成人教育辦公室（Office of Career, Technical, and Adult Education, OCTAE）負責之國家計劃，旨在擴大成人教育領域的實踐，其建構包含 LINCS 資源集合、LINCS 專業發展中心、LINCS 社區與線上實踐社群與其他學習門戶，以助益成人教育推展。

¹¹⁵ OCTAE, 2017. Reimagining the Role of Technology in Education: 2017 National Education Technology Plan Update. <https://tech.ed.gov/files/2017/01/NETP17.pdf>

¹¹⁶ 同註 36。

費者與政府事務局（Consumer and Governmental Affairs Bureau, CGB），依據過往專門用於提供普及服務的數位包容政策，以提出「促進數位包容之策略與建議（Strategies and Recommendations for Promoting Digital Inclusion）」¹¹⁷，以作為未來政策執行之參考。其中，該研究報告即提出應在數位包容計畫中涵蓋數位素養概念，以協助民眾近用通訊服務，甚至是學得相關之使用技能。目前此份建議政策報告提出後尚未正式納入實際政策執行方向，仍有待後續觀察。

（二）重要政策與法規

歷年來美國並無明確法規要求相關部會負擔媒體素養推動之法定義務。過去美國國會曾推動相關草案，以推動國民的數位素養行動，例如於 2009 年提出的《21 世紀技能促進基金草案 (21st Century Skills Incentive Fund Act)》¹¹⁸，該立法目的為希望能透過聯邦政府編列相關資金，以協助發展媒體和資訊素養相關課程，但最後並未通過；除此之外，2011 年美國國會又提出《青年健康媒體行為草案 (Healthy Media for Youth Act¹¹⁹)》，該草案希望能編列 4 千萬基金，以支持發展專為孩童和青少年設計的媒體素養課程，但最後同樣並未通過。

（三）實踐作法

美國在政府部會推動媒體素養相關計畫相對歐洲國家較不明確。僅有在 2009 年 10 月，由時任美國總統歐巴馬 (Barack Obama) 宣布，為了提高全國對於資訊素養 (Information Literacy) 的關注，並加深民眾和相關單位了解資訊素養的重要性，因而宣布該年 10 月為美國「國

¹¹⁷ FCC, 2016. Strategies and Recommendations for Promoting Digital Inclusion. <https://www.fcc.gov/document/strategies-and-recommendations-promoting-digital-inclusion>

¹¹⁸ S.1029 - 21st Century Skills Incentive Fund Act. <https://www.congress.gov/bill/111th-congress/senate-bill/1029>

¹¹⁹ S.1354 - Healthy Media for Youth Act. <https://www.congress.gov/bill/112th-congress/senate-bill/1354/text>

家資訊素養意識月(National Information Literacy Awareness Month)」，希望可以藉此讓全體公民和國家教育者、學習機構等相關單位都可意識到資訊素養在時代發展下的重要性，以讓「美國全體公民能夠有效地掌握資訊時代下所應具備的技能，並透過該等技能找到所需的資訊，甚至知道該如何「評估(Evaluate)」所獲取的資訊內容」¹²⁰。

根據歐巴馬總統公布的公告文件，訂立「國家資訊素養意識月」的目的，是為了加強全美公民熟悉、並有效掌握資訊時代下所應具備的技能，並且透過此技能找到所需的資訊，甚至對資訊內容進行「評估(Evaluate)」¹²¹。

尤其在 24 小時不斷播出的電視新聞頻道、大量的全球性電視媒體和網路資訊服務的影響下，民眾被大量的訊息淹沒，因此如何對訊息進行管理形成挑戰。

透過「國家資訊素養意識月」，美國總統歐巴馬呼籲教育者和教學機構應該更關注資訊素養在時代下的意義，讓學生族群除了一般的閱讀、寫作、計算等基本技能外，也可以利用資訊工具尋找、發現所需的資訊，甚至應用在解決生活中的各種決定，包括財務、醫學、教育相關技術等。而擁有良好教育和淵博知識的公民，對於美國現代民主社會的運作至關重要，因此美國總統歐巴馬希望透過此政策，鼓勵全國各地的教育或社區機構推動資訊素養計劃，以協助公民查找並評估他們所尋找的各式資訊內容¹²²。

¹²⁰ 該段原文為「National Information Literacy Awareness Month highlights the need for all Americans to be adept in the skills necessary to effectively navigate the Information Age. Though we may know how to find the information we need, we must also know how to evaluate it.」。取自 President Barack Obama, October 1, 2009. Presidential Proclamation 8429. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/presidential-proclamation-national-information-literacy-awareness-month>

¹²¹ President Barack Obama, 2009. Presidential Proclamation 8429. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/presidential-proclamation-national-information-literacy-awareness-month>

¹²² 同上註。

該政策目標認為資訊素養是全體公民應具備的終身學習基礎，且適用於所有學科、各種學習環境以及各級教育課程中。它使學習者能夠掌握各種資訊內容，且可以更自我導向（Self-Directed）式的延伸調查各式資訊，以確保能充分的掌握自主學習的能力¹²³。

一個擁有資訊素養的個體即可¹²⁴：

- 確定所需資訊的範圍；
- 有效率地近用所需資訊；
- 批判性地評估訊息和其來源；
- 將選擇性的資訊與其他知識基礎合併；
- 有效地使用資訊來實踐特定目的；
- 了解資訊使用於經濟、法律和社會層面的意義，並且能以符合道德和法律規範的前提下合理使用資訊。

「國家資訊素養意識月」政策計劃係以全體公民為資訊素養之對象與目標，其中又特別著重在學生族群之資訊素養能力，呼籲全國教育者、教育機構或社區組織等，來提高全民資訊素養之能力。

在該政策宣言發布後，自 2009 年至今，每年 10 月即成為美國國定的「國家資訊素養意識月」，並獲得多數各州政府的支持。例如在 2016 年，美國愛荷華州長 Terry Branstad 即發布公告宣布支持 2009 年歐巴馬總統的倡議，將每年 10 月訂為「國家資訊素養意識月」，截至該年度為止，全美已有 37 個州共同發布類似聲明¹²⁵。

在歐巴馬總統自 2009 年宣布設立「國家資訊素養意識月」後，

¹²³ Govinfo, n.d. National Information Literacy Awareness Month, October 2016. <https://www.govinfo.gov/features/information-Literacy-awareness-month>

¹²⁴ 同上註。

¹²⁵ State Library of Iowa, n.d. Governor proclaims October Information Literacy Awareness Month. <https://www.statelibraryofiowa.org/archive/2013/09/governor-proclaims-october-information-Literacy-awareness-month>

每年 10 月間，美國各類教育機構會透過講座、工作坊、遊戲等各種形式的資訊素養培育活動，來提高全美對於資訊素養發展的重視¹²⁶。

同時，在美國圖書館協會（ALA）的支持下，各州圖書館亦會籌備相關宣傳和教育活動，來進行成人和學童之間的推廣。

然而，十分可惜的是，該活動雖是由美國總統發起，並獲得各州政府的支持，但實際上「國家資訊素養意識月」在相關經費執行上一一直未有固定資金之挹注，因而也造成推廣媒體素養之具體作法與實施情形一直以來並未有明確規劃和連貫性，亦未有具體計畫實施的成效評估方式與結果。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

（一） 美國公共廣播電視公司

美國公共廣播電視公司（Public Broadcasting Service, PBS）為一家私人非營利性公司，成立於 1969 年，其成員包括 330 多個美國的公共電視台（非商業性與教育性頻道）。

PBS 透過媒體教育、啟發、娛樂和表達各種觀點，為美國公眾提供高質量的節目和服務，並力圖增強美國的社會、民主和文化健全發展。PBS 提供的節目有很多是面向兒童設計，其自詡為「美國最大的教室」，致力提供適用美國兒童教育媒體，範圍甚廣，包括從學齡前兒童的學前教育至課堂教育。

以公共利益為本，PBS 致力媒體教育之餘，也積極推動媒體素養，其推動媒體素養主要計畫包括以下內容：

（一） 媒體素養教育者憑證¹²⁷

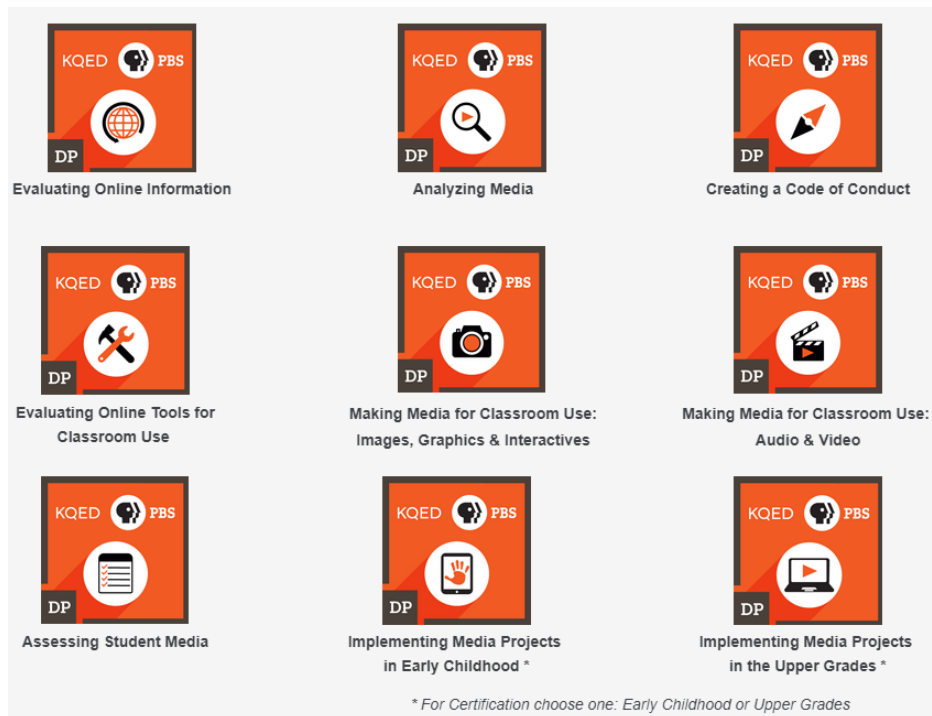
PBS 與其成員 KQED 透過 Digital Promise 平台免費提供教育工

¹²⁶ 謝靜珍，2018。〈資訊素養與智慧城市建設〉。《行政》，第 119 期，第 31 卷，頁 55-66。

¹²⁷ KQED, 2019. Media Literacy education certification. <https://edu-landing.kqed.org/certification/>

作者媒體素養憑證認證線上課程，包括查找與評估訊息之技巧、製作圖表技能、影音課程等一系列教育，鼓勵老師、教練和圖書館員申請憑證測驗。

媒體素養教育者憑證提供 9 個測驗項目（如圖 6-1），個項目細分為幼兒或高年級題庫，教育者可任選一個憑證，登錄 Digital Promise 平台，依據選擇之憑證的要求，提交相關作品，並於 2 週內得到審核和批准，當教育工作者獲得 8 個憑證認證，則將自動成為 PBS 認證的媒體素養教育者。



資料來源：KQED, 2019. Media Literacy education certification.

圖 6-1 媒體素養教育者憑證 9 個測驗項目列表

（二）學生報告實驗室

2013 年在通過 PBS 主導下，開啟「學生報告實驗室（Student Reporting Labs, SRL）」¹²⁸計畫，開放學校或社區申請設立 SRL，由學校老師與 SRL 專業教師共同指導，透過新聞影音創作，激發了年

¹²⁸ 同前註

輕人參與媒體製作並與社區互動的機會與熱情。SRL 的課程計畫、作業指引和指導工具可促進基於項目主題的學習，從而建立批判性思維、解決問題、團隊合作和溝通技巧發展。

計畫執行擴展至 150 所學校中，學生的故事會在網站、社群媒體上發布，並在本地 PBS 電台和 PBS NewsHour 播出。

（三） PBS 教育

PBS 教育（PBS Eeducation）主要提供教育者各類資源，如教學影片、互動內容與課程計畫等，其下設有四個子計畫，包括媒體學習（Learning Media）、教師專線（Teacher Line）、數位創新者（Digital Innovators）與教師休息室（Teacher Lounge）。

（四） 時代華納公司

時代華納公司是美國知名媒體和娛樂公司，其業務包括電影娛樂、互動服務、電視網路、有線電視系統、出版和音樂，包括 CNN 等大型商業媒體品牌。為整合旗下資金與能力，並致力於推動教育、素養、數位落差、慈善事業和藝術領域等工作，因而創建時代華納基金會，目的係透過支持近用媒體、技術和社區參與，以幫助年輕人發展數位技能¹²⁹。

（五） 專業記者學會

美國專業記者學會（SPJ）是全國性的新聞組織。該組織成立於 1909 年，設立目的為鼓勵新聞工作者發展，並推廣新聞自由。

2018 年，SPJ 眼見於「假新聞（Fake News）」等爭議對美國當地新聞產業的影響，因而提出「#Press4Education」計畫，希望能邀集相關新聞工作者，實地拜訪校園，以討論新聞自由和美國《第一修正

¹²⁹ 李孟灝，無日期。讓下一代說書人，創造自己的時代——時代華納基金會與影視產業。國藝會線上誌。<https://mag.ncafroc.org.tw/special-single.aspx?id=728>

案》中對於言論自由之重要性。

「#Press4Education」計畫於 2018 開始推動，主要目標對象是設定在美國「K-12 教育」的學童，泛指幼稚園到中、小學的學生，其目的係訪問全美 100 個幼稚園和中小學教室，以邀集新聞工作者一同進入校園中，針對當今社會所面臨的「假新聞 (Fake News)」和言論自由等問題進行宣導，並呼籲大眾與校園應重新重視媒體素養的重要性。除此之外，亦呼籲相關新聞工作者可在社群媒體中透過「#Press4Education」關鍵字標註等方式，來宣傳相關理念與工作。該計劃的。

三、 公民團體於媒體素養推動現況

美國歷年來於媒體素養推廣上多由公民團體為主要推動對象，以下列舉具代表性之公民團體推動現況。

(一) 新聞素養計畫

新聞素養計畫 (The News Literacy Project, NLP)」為美國當地全國性的非營利教育組織。該組織成立於 2006 年，由普立茲調查新聞報導獎得主 (Pulitzer Prize-winning investigative reporter) Alan Miller 所成立，他過去為美國《洛杉磯時報 (Los Angeles Times)》的調查新聞記者。有鑑於網際網路時代下新聞媒體與資訊服務所面臨的新的問題與挑戰，Alan Miller 因而開始尋求相關資金贊助並成立 NLP，希望呼籲大眾重視調查新聞的重要性，以推廣新聞素養計畫 (NLP)。

NLP 自 2006 年成立以來，旨在提供全國性的媒體素養相關教育，該組織設立的願景為，讓媒體素養教育可以涵蓋在美國所有的國中及高中教育系統中¹³⁰。

¹³⁰ NLP, 2018. Strategic Framework. <https://www.paperturn-view.com/us/news-Literacy-project/final-strategic-framework-fy20-web?pid=NTk59804&v=4>

NLP 扮演的角色，主要在於建立地方學校與媒體從業人員之間的連結，透過各種課程設計和免費的遠距線上教學服務，讓美國當地的媒體從業人員，可以透過媒體素養教育課程實際和中、小學甚至是高中學生互動，進而教導他們媒體素養相關知識。

NLP 在成立之初，即設計媒體素養相關教育課程，並和各大新聞媒體合作，包括《The New York Times》、《USA Today》等傳統報業和 ABC News、Politico 等新聞電影頻道，於學校中進行授課，包括透過各種新聞素材，讓學生和教師理解新聞產製的流程與方式。

而為了使媒體素養教育課程拓展至全國，2016 年 5 月起，NLP 開發了一套遠距教學平臺「Checkology」，並在線上提出 10 個關鍵核心課程，與《The Washington Post》、《The Wall Street Journal》、《The New York Times》等美國知名報紙和國家廣播公司（National Broadcasting Company, NBC）等電視媒體業者合作，邀請上述媒體公司內部的記者或編輯等新聞從業人員，作為線上課程的老師。

在該平臺上線後，即立刻吸引美國各州的使用者註冊登入。截至 2018 年為止，在全美 50 個州已有超過 17,000 名教育者加入此項計畫，提供當地學生或成人免費的線上媒體素養課程¹³¹。

根據其在 2018 年提出的未來四年目標，預計在 2020 年前，NLP 將會在全國各地招募至少 20,000 名新聞從業人員組成教學團體，每年向 300 萬名學生提供媒體素養教育¹³²。

（二）媒體素養在你的圖書館（Media Literacy@Your Library）

有鑑於假訊息（Disinformation）問題在美國擴張，因而造成閱聽

¹³¹ MLP, 2019. GIVE FACTS A FIGHTING CHANCE A global playbook for teaching news Literacy. <http://newslit.org/wp-content/uploads/2019/02/NewsLiteracyPlaybook-1.pdf>

¹³² 同上註。

大眾對於新聞媒體產生不信任之觀感，2017 年秋季開始，美國圖書館協會（ALA）與紐約州立石溪大學（Stony Brook University）內的媒體素養中心合作，在全美五個公共圖書館合作推動「媒體素養在你的圖書館（Media Literacy @ Your Library）」計畫，透過媒體素養課程設計與教學，培訓公共圖書館員，以使他們能夠協助社區內的成年人讀者提升媒體素養能力¹³³。

該計畫主宗旨於關注假訊息散布之問題，並希望可以透過圖書館員，來重建閱聽大眾對於新聞媒體的信任。該計畫與美國五個州立公共圖書館工作人員進行一日的現場培訓，並提供一系列的線上課程，以提升他們對於媒體素養的理解與能力，近而在服務社區內的成人讀者時，增進一般大眾的媒體素養技能¹³⁴。

該計畫之主要推動單位由美國圖書館協會（ALA）發起，並與石溪大學之媒體素養中心（Center for News Literacy at Stony Brook University, CNL）合作。由 CNL 負責規劃相關師資與線上教育課程，並於現場提供培訓作業，以輔導圖書管理員學習媒體素養相關資訊，進而協助社群中的成人讀者了解假訊息與新聞媒體之問題。

在實施的過程中，不同的單位即扮演不同的角色，其中又以圖書館工作人員為計畫的主要核心，為該計畫原有設計中負責與一般大眾互動並實施最終目的之核心單位。除此之外，CNL 則扮演課程設計與教育之定位¹³⁵。

依照實施的方法與對象，美國「媒體素養在你的圖書館」計畫實

¹³³ American Library Association, 2018. Media Literacy @ Your Library. Learning and Prototyping Report.

<http://www.ala.org/tools/sites/ala.org.tools/files/content/Media%20Literacy%2040%20your%20library%20-%20Final%20Report%20Dec%202018.pdf>

¹³⁴ 同上註。

¹³⁵ 同上註。

施方式主要可分成兩大階段¹³⁶：

- **第一階段：針對圖書管理員進行媒體素養教育訓練課程**

最早在 2017 年 8 月，ALA 即啟動原型測試計畫，招募公共圖書館的志願受試者，以進行媒體素養相關課程的測試計畫。最終，依照人口統計、地理位置、多元性（Diverse Issues）等特徵，在全美選定 5 大州立公共圖書館作為本計畫主要的實施場所，並推動後續相關媒體素養教育課程。

各個合作的公共圖書館需有至少 3 人出席媒體素養課程，其中需包含圖書館館長或主要管理者，除此之外，與成人讀者服務（Adult services）相關之圖書管理員、社區服務、科技教育者或甚至有部分當地報社編輯或記者等亦加入其中。

此計畫資金主要來自於美國相關基金會的倡議與贊助，包括萊頓原型基金會（John Knight Prototype Fund）、約翰詹姆斯奈特基金會（John S. and James L. Knight Foundation）、民主基金會（Democracy Fund）和麗塔艾倫基金會（Rita Allen Foundation）等¹³⁷。

在教育課程方面，則是由 CNL 負責設計與教授，並提供許多免費的線上課程教材和相關資料。課程設計的主要目標，是要教育圖書管理員如何協助成年讀者轉變成聰明的閱讀消費者，教育重心著重在發展「批判性思考（Critical Thinking Skills）」，以使他們能夠判斷各種媒體資訊的可靠度（Reliability）和可信度（Credibility），包括印刷報紙、電視和網際網路等，並使圖書管理員可以理解媒體素養之定義與意涵，以辨別可信賴的資訊、公正與偏頗訊息的方法，及新聞資訊素養在真實生活的意義等。

¹³⁶ 同上註。

¹³⁷ 同上註。

透過一日現場培訓課程所蒐集到的反饋意見，ALA 和 CNL 再開發一系列共三套線上學習課程，希望可以將媒體素養教育訓練課程擴大影響更多圖書管理員。

● **第二階段：透過圖書管理員再教育一般大眾媒體素養概念**

獲媒體素養教育訓練之圖書管理員，在 2017 年 11 月至 2018 年 3 月間，開始展開「媒體素養在你的圖書館」的第二階段活動，包括在社區內舉辦公共課程，以教導民眾 CNL 媒體素養內容。每一位圖書管理員彷彿就是一位種子教師，教育更多民眾了解媒體素養相關知識。最終根據 ALA 統計，五大參與計畫之圖書館共舉辦 28 場公開課程，影響大約 900 位成人讀者¹³⁸。

本計畫自 2017 年秋季舉行至 2018 年 3 月間，約莫半年時間，ALA 機構參與其中，並透過數據紀錄、每週調查報告與意見彙整等，最終進行計畫成效報告¹³⁹。

該計劃結果發現，一般閱聽大眾認為他們所擁有的媒體素養能力比實際還要好，換句話說，民眾對於自己的媒體素養能力「信心」，與實際情形仍存在一段差距 (gap)，因而導致部分民眾會自動退出公開訓練的課程。因此 ALA 認為，未來媒體素養推動計畫應該要致力於關注這個問題。

而相反地，接受 CNL 課程訓練的圖書管理員在受訓過後，反倒更有自信地從事社區的媒體素養計畫和工作，他們對於教導媒體素養技能和面對一般公眾的媒體素養線上課程有高度的興趣。而為了避免後續藉由圖書管理員教授媒體素養課程的觀點過於偏頗或單一，ALA 認為，後續持續平衡教授圖書管理員關於各種媒體發展的觀點為重點

¹³⁸ 同上註。

¹³⁹ 同上註。

工作項目。

除此之外，現今從圖書館延伸的相關媒體素養教育較難擴及年輕和邊緣（Marginalized）族群的閱聽眾，ALA 建議未來可再整合社區活動，與更多元的閱聽眾接觸。

ALA 目前仍持續規畫，預計會擴大此計畫的範圍，於更多州立圖書館進行，並持續收集閱聽眾和圖書管理員的反饋意見，以修正媒體素養教育課程。

第二節 加拿大

一、 政府政策與監理機制

歷年來加拿大政府有鑑於在美國文化對於當地影視媒體產業的影響，基於保護該國多元文化的發展背景，因而促使加拿大政府對於媒體素養政策的重視¹⁴⁰。

加拿大的媒體素養推動最早是以教育面向著手，惟加拿大的教育制度採地方分權制，中央沒有設立統籌全國教育政策的教育部，因此推動媒體素養教育由地方政府所主導，而加拿大中部的安大略省（Ontario）是北美洲第一個將媒體教育列入學校義務課程的地區。1989年，安大略省教育部發布了新的指導方針，強調將媒體教育納入一般課程的重要性，並於1995年發表課程教學目標，明訂在1-9年級學生的語言藝術課程中納入媒體素養教育；直至1998年，安大略省教育部再度發布了新的課程標準，確保將媒體素養教育納入完整的十二年國民教育中。一直到1980年代末期開始，加拿大各省皆已陸續將媒體素養教育正式納入高中教育體制，並在2005年通過的共通課程標準中，將媒體素養教育延伸至小學及國中¹⁴¹。

從上述文獻資料可以發現，相較於美國，加拿大政府在推動媒體素養教育的過程中較具連貫性與一致性，重視為當地學童們建立完善的課程基礎。以下說明加拿大主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

（一） 推動媒體素養政策部門或組織

¹⁴⁰ 管中祥、洪貞玲等人，2006。社區媒體素養推廣工作之評估與研究：以社區大學為例研究報告。95年教育部委託研究報告。財團法人台灣媒體觀察教育基金會執行。

¹⁴¹ 吳翠珍、陳世敏等人，2004。媒體素養教育核心概念之建立與實踐。93年教育部委託研究報告。

1、加拿大創新、科學和經濟發展部

加拿大創新、科學和經濟發展部（Innovation, Science and Economic Development Canada, ISED）為聯邦層級之關於創新、科學和經濟政策的統合機構，主要職司投資條件改善、提高加拿大的創新績效、支持科學研究以及將科學考慮因素整合到投資和政策選擇中、增加加拿大在全球貿易中的份額，並建立公平、高效和公正的產業環境。

在加拿大政府規劃「創新和技能計畫（Innovation and Skills Plan）」中，ISED 亦扮演著數位素養提供政策規劃之要角，其主要透過推動兩項計畫—「CanCode 計畫」與「數位素養交流計畫」以促進加拿大境內數位素養發展。

2、加拿大廣播電視及通訊委員會

加拿大廣播電視及通訊委員會（Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, CRTC）將自己定位為「行政法庭（Administrative tribunal）」之角色，在遵守《廣播法（Broadcasting Act）》、《電信法（Telecommunications Act）》and《加拿大的反垃圾郵件法（Canada's anti-spam legislation）》的原則下，為了公共利益監管廣播和電信事業，原則上不干預報紙、雜誌、電視和廣播節目的質量和內容，也不干預大多數通信服務的零售價格，僅在法規權範圍內為獨立監管作業。

檢視加拿大《廣播法》並無就媒體業者促進媒體素養義務有所規定，而 CRTC 針對媒體素養或數位素養著力不多，僅在法定職權範圍內制定《CRTC 關於電視暴力的政策》規管電視暴力，CRTC 的電視暴力政策主要關注「廣播公司的責任（行業行為準則）」、「父母的責任（禁止使用和家長控制功能設計）與媒體素養，惟 CRTC 對媒體素

養著力不多，甚至在其官方網站上關於媒體素養的說明，僅添附加拿大非營利性慈善組織 MediaSmarts 的網址連結，供人民連結以和更多資訊¹⁴²。

（二）重要政策與法規

1、創新和技能計畫

為了提高整體加拿大公民的數位素養和技能，加拿大政府規劃於 2017 年提出創新和技能計畫（Innovation and Skills Plan），旨在使加拿大成為全球創新領導者，創造更多優質且高薪的工作，並幫助中產階級壯大、成長。

該計畫優先針對先進製造業、農業食品、潔淨科技（Clean Technology）、數位產業、健康／生物科學及潔淨資源（Clean Resources）等六大關鍵領域進行發展，並提撥資金以協助加拿大創新、科學和經濟發展部（ISED）拓展數位素養計畫，以提升加拿大民眾的數位技能。

2、加拿大《數位憲章》

數位技術革新衝擊既有經濟和社會秩序，致使人們獲取資訊、工作與聯繫的方式改變，有鑑於此 ISED 擬定加拿大《數位憲章》¹⁴³，確立數位世界中運用數位技術的十大原則¹⁴⁴，針對數位技能、數位素養、數據保護與避免線上言論侵害等違規定，同時制定相關裁罰，以強制力維護數位社會秩序。

（三）實踐作法

¹⁴² CRTC, 2008. Violence on TV. Retrieved from https://crtc.gc.ca/eng/info_sht/b317.htm

¹⁴³ ISED, 2019. Canada's Digital Charter: Trust in a digital world. https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/eng/h_00108.html

¹⁴⁴ ISED, 2019. Canada's Digital Charter: A Visual Summary. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/vwapj/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf/\\$file/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/vwapj/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf/$file/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf)

1、推動調查研究

有鑒於寬頻網路時代下，數位社群媒體成為民眾接觸訊息與溝通的主要方式之一，其所造成的「假訊息 (Disinformation)」和對用戶個人造成的個人數據資料濫用、甚至是對於民主選舉所造成的不當影響等，已引起加拿大政府的關注。2018 年 12 月，加拿大眾議院下的「資訊、隱私和道德委員會 (The Standing Committee on Access to Information, Privacy and Ethics, ETHI)」向加拿大聯邦政府提出《民主時代下的威脅：關於假訊息和數據壟斷所造成的風險與解決辦法 (Democracy Under Threat : Risks and Solutions in the Era of Disinformation and Data Monopoly)》政策建議報告，其中包含了 26 條關於假訊息和數據壟斷所造成的威脅與具體建議，並呼籲加拿大相關政府單位應修訂《個人資料保護與電子檔案法 (Personal Information Protection and Electronic Documents Act, PIPEDA)》和《競爭法 (Competition Act)》等相關法規規定，來避免網際網路時代下因不當資訊濫用而造成的民主風險與問題¹⁴⁵。

該報告最終建議，現今在社群媒體與寬頻網路快速發展的情況下，使用者的個人數據在收集與處理的程序上都面臨新的風險與問題，該報告建議，政府單位應重新檢視立法和監理環境，以排除假訊息對於國家民主進程所造成的威脅。更重要的是，加拿大政府應該要持續要求業者加強數據管理相關措施，包括要求社群媒體平臺應該有相關的自律檢查機制，以加強保護加拿大公民的個人數據；除此之外，應投入更多的時間和相關資源來發展教育工作，以提高加拿大公民對於假訊息和數據壟斷所可能造成的風險與意識。最後應該重新檢視社群媒

¹⁴⁵ Government of Canada, 2018. Democracy under threat : risks and solutions in the era of disinformation and data monopoly. <http://publications.gc.ca/site/eng/9.865892/publication.html>

體的商業經營模式對於民眾所造成的影響，包括對於整體社會結構和人類長期的影響等。

2、提供資金

加拿大政府規劃 2017 年年度預算與政策計畫中，為了提高整體加拿大公民的數位素養和技能，因而提出創新和技能計畫 (Innovation and Skills Plan)，旨在使加拿大成為全球創新領導者，創造更多優質且高薪的工作，並幫助中產階級壯大、成長。

該計畫優先針對先進製造業、農業食品、潔淨科技 (Clean Technology)、數位產業、健康／生物科學及潔淨資源 (Clean Resources) 等六大關鍵領域進行發展，並提撥資金以協助加拿大創新、科學和經濟發展部 (Innovation, Science and Economic Development Canada, ISED) 拓展數位素養計畫，以提升加拿大民眾的數位技能。

具體而言，由 ISED 主導的數位素養計畫包含以下兩大項目：

- CanCode 計畫：將在兩年內投資 5000 萬美元，為年齡介於幼兒園至 12 年級的加拿大青少年孩童提供編碼及數位技能發展的教育機會。
- 數位素養交流計畫 (Digital Literacy Exchange Program)：計劃於 2018 至 2020 年及 2021 年至 2022 年間投資近 3000 萬美元，旨在使加拿大民眾具備可安全、有效地使用電腦、行動裝置及網路的必要技能。

在加拿大政府穩固的資金預算投入下，將輔助加拿大人們提升數位技能，並學習相關技術，以接軌數位匯流時代發展。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

(一) 加拿大廣播公司 (CBC)

加拿大廣播公司 (CBC) 為政府國有企業，承擔著加拿大全國範

圍內的公共廣播及公共電視服務，由於其特殊的移民文化背景，按加拿大《廣播法》規範，其應力求與英語和法語具有同等的質量，促進共同的民族意識和身份認同，反映加拿大的多元文化和多種族性質，也因此 CBC 推動媒體素養專頁或節目也有針對不同語言設計的特色，並針對不同的傳播對象提出媒體素養相關節目與內容。

舉例來說，CBC Kids News 就是專為兒童設計的電視節目，主要針對如何發現不實選舉新聞的資訊，目的係幫助兒童在不同政治背景下，辨別真實。而法文版節目數字時代的民主威脅（Les menaces à la démocratie à l'ère du numérique）為應對假訊息侵擾，CBC 選取網路上之資訊，製作影音短片，除分析外國干擾和不時信息的影響，同時並說明社群網路的傳播模式，以及社群媒體如何收集使用者個人資訊以推播資訊之演算法。

（二）加拿大國家電影局

加拿大國家電影局（National Film Board of Canada, NFB）是加拿大文物局旗下的聯邦文化機構，其透過創新、獨特的視聽作品和沉浸式體驗以分配資源、創建作品以吸引觀眾，傳遞加拿大文化。

NFB 為推動加拿大教育領域之要角，扮演加拿大可信賴的內容產製來源，其旗下設有串流媒體門戶網站 CAMPUS，提供線上數位學習資源，NFB 所製作之電影、互動故事和資源亦多為教育工作者用來提高媒體素養與數位公民素養。CAMPUS 亦提供互動式的多媒體使用者體驗 NFB 推動媒體教育目的係以學習者為主導，以探究為基礎並且支持批判性思維和與全球互動交流的能力培養，旨在激發閱聽眾的參與度和創造力。

此外，NFB 亦經營「MFB BLOG」，不定期發布與媒體素養有關的作品、計畫或相關活動介紹，如其為配合 2017 年「加拿大媒體素

養週」，撰寫「媒體素養：通向互聯世界的關鍵之路¹⁴⁶」，介紹諸多談及批判思考、創新創作與數位包容之作品，其中亦介紹「信仰計畫（Faith Project）」。

信仰計畫¹⁴⁷觀察了七名來自不同信仰傳統的加拿大年輕人，並由不同創意團隊創意的觀察呈現，更加入互動式體驗，讓閱聽眾穿梭於項目的短片之中，觀察、領略不同傳統之異同，此外借助相關應用程式、文章，其在社群媒體裡延伸出豐富的論點辨證與素材再造或擴張，成就媒體技巧與素養能力雙贏的成果。

2018 年 NFB 啟動「NFB 教育網路」計畫，計畫將創造教師與 NFB 雙贏局面。計畫將由 NFB 將設計培訓活動和網路研討會，並提供免費資源和電影（CAMPUS 訂閱）供學校與教師使用，而教師就使用 NFB 內容分享他們的意見和最佳實踐，以改善資源和學習者參與度，該計畫已徵集 60 名 K-12 教師參與，並於 108 年 2 月開始執行¹⁴⁸。

（三）加拿大新媒體協會

加拿大新媒體協會（News Media Canada, NMC）是由由加拿大報紙協會（CNA）及加拿大社區報紙協會（CCNA）聯合組成，2016 年，隨著兩大協會合併，相關教育工作也隨之轉移由 NMC 組織來負責¹⁴⁹。NMC 設立的目標，是有鑒於近年來新聞報業面臨的產業變化，為了更有效地整合相關資源，加拿大新媒體協會成立後設定三大組織目標，包括提供公共利益（Public Affairs）、行銷和研究（Marketing and

¹⁴⁶ NFB BLOG, 2017. Media Literacy: The Critical Path to a Connected World. <https://blog.nfb.ca/blog/2017/11/01/media-literacy-critical-path-connected-world/>

¹⁴⁷ The faith project, n.d.. The faith project. Retrieved from <http://thefaithproject.nfb.ca/>

¹⁴⁸ NFB BLOG, 2017. The NFB is seeking applications for its NFB Educator Network! <https://blog.nfb.ca/blog/2017/12/19/the-nfb-is-seeking-applications-for-its-nfb-educator-network/>

¹⁴⁹ NMC, n.d. News Media Canada, About us. <https://nmc-mic.ca/about-us/>

Research)、會員服務 (Member Services) 等，希望可以協助協會下的新聞報業會員，能有更好的產業發展¹⁵⁰。

該組織在成立後，即致力於提供會員各種獎勵和發展資源，包括提供新聞培訓與教育、表彰傑出的加拿大新聞報導或人士、推動相關計畫等¹⁵¹。

三、 公民團體於媒體素養推動現況

(一) ABC Life Literacy Canada

非營利組織「ABC Life Literacy Canada」是為加拿大當地最大的全國性媒體素養活動——「家庭素養日 (Family Literacy Day)」的主辦單位，其成立最大的目標為提高加拿大民眾的素養技能 (Literacy skills)，並且透過行動和連結企業、工會、政府機關、社區和民眾等來支持發展終身學習 (lifelong learning)，並領導相關計畫，期能讓每個加拿大公民都能夠擁有所需的工具和機會，來提高其素養和基礎技能¹⁵²。

ABC Life Literacy Canada 目前在加拿大發展多個全國性免費課程和計畫，針對不同的對象、族群和目標等提供免費資源，包括「ABC Health Matters」、「ABC Internet Matters」、「HSBC Family Literacy First」、「Money Matters Core」、「Money Matters for Indigenous Peoples」、「Money Matters for Newcomers and New Canadians」、「Up Skills for work」等七子計畫¹⁵³。

ABC Life Literacy Canada 於 1999 年訂定發起「家庭素養日

¹⁵⁰ 同上註。

¹⁵¹ 同上註。

¹⁵² ABC Life Literacy Canada, n.d. ABC Life Literacy Canada About Us. <https://abclifeLiteracy.ca/about>

¹⁵³ ABC Life Literacy Canada, n.d. abc-running programs across Canada. <https://story.mapme.com/abc-programs>

(Family Literacy Day)」計畫，計畫獲得各大媒體素養相關組織、學校、圖書館及媒體團體的支持，並將每年的 1 月 27 日訂為加拿大的家庭素養日。

設立加拿大家庭素養日 (Family Literacy Day) 的目標，是因為 ABC Life Literacy Canada 認為「家庭素養 (Family Literacy)」是影響兒童的語言發展的關鍵。父母在閱讀上的陪伴，有助於提高孩童的聽力、詞彙和語言技能，甚至可以拓展他們的想像力和創造力；而相反地，成人也可以透過陪伴孩童學習的過程中，增進在人生不同階段的閱讀能力。

因此，ABC Life Literacy Canada 希望可以透過家庭素養日 (Family Literacy Day) 活動，喚起家庭對於素養教育的重視，進而透過免費的課程與活動，鼓勵家庭共同參與，以帶動兒童和成人掌握素養和相關技能。

自 1999 年 ABC Life Literacy Canada 發起家庭素養日活動以來，至 108 年已達 20 週年。在每年的 1 月 27 日當天，ABC Life Literacy Canada 會籌組相關活動，並邀集學校、圖書館、媒體素養相關機構、政府機關等共同支持與參與¹⁵⁴。

在 108 年的 20 週年紀念活動下，當天 ABC Life Literacy Canada 提倡的主要活動宣傳概念為「Take 20」，透過一連串的宣傳活動和富創意性的免費教材，邀請加拿大全國家庭每天花費 20 分鐘，共同透過學習、歌唱或遊戲等方式，來教導孩童提高相關技能，甚至進而協助成人提升他們在媒體素養和相關技能¹⁵⁵。

¹⁵⁴ 以 2018 年的「Family Literacy Day Events 2018」活動為例，該年度共有超過上百個圖書館、學校、媒體素養機構等加入響應，並舉辦相關活動。詳細請見 <https://abclifeLiteracy.ca/events>

¹⁵⁵ ABC Life Literacy Canada, 2019. Take 20 to Learn Together for Family Literacy Day! https://abclifeLiteracy.ca/sites/default/files/family_Literacy_day/FLD19%20matte%20-%20Take%20_278words.pdf

目前，由 ABC Life Literacy Canada 發起家庭素養日活動主要經費來源為企業贊助。贊助者為加拿大匯豐商業銀行(HSBC)¹⁵⁶。HSBC 除贊助每年的家庭素養日活動經費之外，亦協助 ABC Life Literacy Canada 運作「HSBC Family Literacy First」子計畫，該計畫主旨為藉由父母來帶領子女學習素養相關能力，並提供翻譯為多種語言的免費課程，包括英語、法語、中文和阿拉伯語等，讓父母可以透過免費的線上故事或活動資料，和子女們共同提高識字與閱讀能力等¹⁵⁷。

(二) 加拿大媒體意識網路基金會

「媒體意識網路基金會 (Media Awareness Network, MNet)」在加拿大媒體素養發展上扮演了非常重要的角色。該組織屬非營利機構，組織成員包括加拿大主要媒體公司、政府、教育機構、圖書館及非營利部門等共同組成。MNet 成立之初源自於加拿大廣播電視及通訊委員會 (Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission, CRTC) 在 1990 年代初發起的電視暴力防治倡議，並在加拿大電影局的支持下於 1994 年開始運作。

早從 1999 年開始，MNet 即開始推動「Web Awareness Canada」計畫，結合學校、公共圖書館、家長會及社區組織共同關注青年網路行為的相關議題；2000 年開始著手進行「Young Canadians In A Wired World」研究計畫，促進政府、圖書資訊與大眾傳播產業之間開始互相對話，並尤其關注於青少年於網際網路上所可能面臨的風險與問題。而在 2012 年，MNet 宣布改名為「MediaSmarts」，並持續投入加拿大媒體素養與相關教育工作。

¹⁵⁶ ABC Life Literacy Canada, n.d. Family Literacy. <https://abclifeLiteracy.ca/family-Literacy>

¹⁵⁷ ABC Life Literacy Canada, 2019. Welcome to HSBC Family Literacy First! <https://familyLiteracyfirst.ca/>

具體而言，從早期的 MNet 基金會到後期的 MediaSmarts，該組織對於加拿大媒體素養的重要貢獻包括¹⁵⁸：

- 教育 (Education)：提供大量且高品質的媒體素養相關教育課程資源；尤其著重在加拿大 12 年國教的課程教育，提供關於傳統媒體的媒體素養教育課程內容和網路上大量的免費素材。
- 提高公眾意識 (Public Awareness)：為了提高公眾對於兒童與青年的媒體素養認識，並吸引父母和相關組織能夠共同參與，過去 MediaSmarts 即透過各種活動或計畫來提高公眾意識。例如在 2006 年，Mnet 曾和加拿大教師聯盟合作舉辦全國媒體教育週 (National Media Education Week) 活動，以提高學生對媒體節目製作的興趣；2009 年將全國媒體教育週改為媒體素養週 (Media Literacy Week)，鼓勵民眾更廣泛地參與年度活動，此活動聚焦於將數位及媒體素養作為孩童及青少年教育一環的重要性，且透過與學校、圖書館及教育組織等合作，旨在激發加拿大民眾對媒體教育的思考。
- 研究與政策建議 (Research and Policy)：歷年來，MediaSmarts 定期會透過研究調查或政策報告形式，來提供相關政府單位政策建議。例如在 2010 年 MNet 發布了「加拿大數位素養 (Digital Literacy in Canada)」討論文件，以回應加拿大政府的數位經濟諮詢。該文件呼籲政府將數位素養作為國家數位策略之基石；2010 年至 2011 年間，Mnet 又陸續發布了 Young Canadians in a Wired World 研究計畫，啟動全國學生網路使

¹⁵⁸ Media Smarts, n.d. Media Smarts What We Do. <http://mediasmarts.ca/about-us/what-we-do>

用的基礎調查工作，以供政府機關了解青少年在網際網路上所可能面臨的風險，並呼籲相關機構重視；2012年，Mnet 改組並重新命名為「MediaSmarts」；2014年 MediaSmarts 和資訊及通訊技術委員會（Information and Communications Technology Council）合作舉辦青年與數位技能（Youth and Digital Skills）研討會，探討促進加拿大數位素養技能發展的政策、計畫及夥伴關係。同年，MediaSmarts 發布了《線上生活（Life Online）》報告，此報告為 Young Canadians in a Wired World 第三期研究計畫中的其中一份報告。

MediaSmarts 組織自 1996 年成立至今，目標係為加拿大的家庭、學校和社區等提供數位和媒體素養發展計畫與相關資源，希望能提供成年人相關資訊與工具，以使他們得以幫助兒童和青少年發展媒體互動時代下所需的批判性思考技能。

第三節 小結

總結上述美洲國家在媒體素養推動現況，本研究主要分析美國與加拿大政策、媒體業者與公民團體發展，彙整成如下四點初步研究發現。

一、 政府政策與監理機制

相較於歐洲國家政府積極介入媒體素養發展，美國聯邦政府在媒體素養發展上的角色則相較為薄弱，主要由民間單位為主要推手，歷年來包括學校媒體素養教育與相關資源等，均是由民間組織主導，再與各州立政府合作；美國聯邦政府雖亦曾推動相關政策，例如美國時任總統歐巴馬就曾在 2009 年宣布 10 月為美國國定「數位素養月」，但後續因缺乏穩定資金、無具體主管機關與相關執行策略的影響下，導致美國的媒體素養相關政策有不連貫、分散且方向定義不清等問題。整體而言，美國媒體素養相關行動計劃在推動過程中，還是以「媒體教育」為核心，強調培養民眾之「批判性 (Critical)」思考能力，近年來亦逐漸將媒體素養之核心擴及數位素養等資訊媒體範圍。而通訊傳播產業之主管機關 FCC 近年來也從「數位包容」角度，開始思考將既有普及服務的範圍擴及數位素養，除了透過價金的補助來提升民眾近用通訊媒體服務的政策外，教導民眾數位媒體技能與素養，亦是未來彌平數位落差很值得思考的重點，但 FCC 目前此項政策方向尚未正式落實，未來仍值得持續關注其發展。

加拿大政府在早年即積極推動媒體素養教育，並在各州政府的配合下，讓孩童從學校正規課程中學習媒體素養，成為當地學齡兒童了解媒體、學習批判性思考的核心，為當地媒體素養推動政策紮根。歷年來，加拿大在媒體素養發展上同樣是以「媒體教育」為核心，近年來更漸漸走向「數位素養」發展路線，2010 年間非營利組織 Media

Smarts 發布《Digital Literacy in Canada: From Inclusion to Transformation》政策白皮書建議，政府應設立標準化的衡量系統（Standardized System），用以衡量當地民眾的數位素養指標，隨後加拿大政府於將數位素養（Digital Literacy）納入 2014 到 2016 年重要政策目標（Canada's Action Plan on Open Government 2014-16），2017 年更積極推動創新和技能計畫，以協助民眾提高數位技能。

二、 媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

美洲地區國家媒體業者於媒體素養發展同樣是以公共廣播媒體所扮演角色較為強烈。例如美國公共廣播電視公司（PBS）就積極透過媒體素養教育者憑證制度，透過網路平臺免費提供教育工作者媒體素養憑證認證線上課程，包括查找與評估訊息之技巧、製作圖表技能、影音課程等一系列教育，鼓勵老師、教練和圖書館員申請憑證測驗。

而加拿大新媒體協會（NMC）、ABC Life Literacy Canada 等由媒體行業合作所設立的非營利組織或產業公協會，對於加拿大媒體素養活動推動與產業連結亦扮演重要角色。

三、 公民團體於媒體素養推動現況

在公民團體部分，美國歷年來在媒體素養發展領域，公民團體軍都演重要推進力量。尤其美國圖書館協會（ALA）、新聞素養計畫（The News Literacy Project, NLP）」等單位歷年來協助美國各州推動媒體素養教育，並在數位時代下積極推動數位素養、資訊素養等數位科技發展技能。

四、 美洲各國於媒體素養政策與實踐整備評估現況

綜上所述，可以發現美洲地區國家包括美國、加拿大等於媒體素養推動上多數是從媒體素養教育出發，尤其加拿大政府歷年來有鑑於在美國文化對於當地影視媒體產業的影響，因而促使加拿大政府對於

媒體素養教育的重視。

而美國聯邦政府在媒體素養推動角色上則相對歐洲國家較為淡化，政策與資金援助均較不連貫與不明確，因而也導致當地媒體素養多是由民間組織或團體來主導居多。以下表 6-1 為本研究針對美洲各國於媒體素養政策與實踐整備評估。

表 6-1 美洲各國政府於媒體素養政策與實踐整備評估現況

	國家政策執行框架					取徑			實踐之主體			實踐之對象	
	政策	教育	供應	近用和 使用	民間 社會	保護 取徑	促進 取徑	參與 取徑	政府	媒體與資訊 服務業者	產業監督之公民團體、社 區機構、民間機構等	學齡 兒童	一般閱 聽大眾 或特定 職業訓 練
美國		○			○		○	○			○	○	○
加拿大	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○	○	○

資料來源：本研究彙整。

第七章 亞洲各國推動媒體素養之政策與現況

第一節 韓國

一、政府政策與監理機制

根據韓國廣播通訊委員會（Korea Communications Commission, KCC）的調查，韓國媒體教育政策發展粗略可概分為四個階段：媒體教育政策醞釀期、媒體教育政策實施初期、媒體教育政策躍進期、媒體教育政策擴張期¹⁵⁹（如表 7-1）。

表 7-1 韓國媒體教育政策發展的四個時期

	媒體教育政策醞釀期	媒體教育政策實施初期	媒體教育政策躍進期	媒體教育政策擴張期
年度	1973-1989	1990-1999	2000-2007	2008 至今
媒體教育特點	-監視媒體 -對媒體持批判性看法	-保護視聽者 -促進視聽者權利	-媒體參與 -媒體製作	-媒體倫理 -加強媒體技能
媒體教育政策方向	-導入媒體教育之概念 -強化公共廣播之責任	-建立媒體教育基礎	-媒體教育政策制度化 -視聽者權益保護及參與	-拓展媒體教育 -擴大媒體教育基礎

資料來源：改自 KCC，2018。《韓國媒體教育政策和未來體制改善研究（한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구）》。

第一階段媒體教育政策醞釀期，時間涵蓋 1970 年至 1989 年，時值軍方領導的威權時代，新聞媒體被加強控制，此時的媒體運動以宗教團體及視聽者團體為主，一般大眾對媒體教育並不了解，政策方面也並未關注，但社會在此時開始認知到媒體教育的必要及重要性。此時期的重要事件例如「拒絕支付韓國放送公社（Korean Broadcasting System, KBS）訂閱費」公民運動，該活動持續了三年之久，由宗教團體及婦女組織主導，旨在喚醒視聽者的權利意識，其後在媒體人的推

¹⁵⁹ KCC，2018。《韓國媒體教育政策和未來體制改善研究（한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구）》。

波助瀾之下，演變成全國性的權利運動¹⁶⁰。

第二階段則是開始實施媒體教育的 1990 年代。此時期韓國已實現了和平的政權轉移，且在引入更多商業電視臺的情況下，促進了新聞自由，而政治和媒體環境的改變，也間接影響了韓國媒體教育的實踐，即相較於電視觀眾，民間組織逐漸將重點轉移至兒童及青少年的教育，學校教師也開始以非系統性的課外活動教授媒體教育。此時期的媒體教育主要目標仍是改善視聽者福祉並保障其權益，制定了相關法律制度例如《綜合有線廣播法（종합유선방송법제정）》（1991）和《青少年保護法（청소년보호법）》（1997），並開始關注媒體教育相關之政策。此外，現今韓國媒體教育的重要推手：韓國新聞促進基金會（Korea Press Foundation, KPF）也於此時期（1999 年）成立，其任務包括培訓媒體教育講師，並以課外活動形式派遣其至學校授課。

第三階段為 2000 年至 2007 年的媒體教育政策躍進期。2000 年修改的《放送法（방송법）》明確指出了對媒體教育及視聽者團體的支持：第 36 條和第 38 條提及政府應建立放送發展基金，以資助放送文化推廣之相關計畫，其中包括用於以公共利益出發的媒體教育。而 2000 年頒布的《非營利組織支持法（비영리민간단체지원법의）》同樣支持了視聽者團體的發展，促使民間組織和媒體業者更進一步推動媒體教育，包括設立自律規章、成立視聽者投訴處理部門，以及舉辦視聽者參與的活動計畫等。

在正規教育方面，2007 年國家課綱修改，納入了媒體素養的部分內容。舉例而言，在韓語科目，學生須學習理解和製作各種媒體文本；

¹⁶⁰ Jeong, H.S., 2009. History, policy and practices of media education in South Korea. *Comunicar*, 16(32), 85–95.

倫理課則強調秩序的線上互動、個人資訊和隱私保護；社會科目涵蓋對於大眾媒體和流行文化的批判性分析；實務課則傳授資訊檢索和儲存的數位技能。然而，此時期的媒體教育仍偏向保護主義觀點，強調的是媒體的負面影響，並且關注實用技能多於批判性思考¹⁶¹。

第四階段則是自 2008 年韓國廣播通訊委員會(KCC)成立至今，為媒體教育政策之擴張。

此時期媒體中心正向各地區擴張，推展媒體教育活動，相關媒體教育法案也被提出，如《人格教育法(인성교육법)》(2015 年)的制定，其以教育部為中心，旨在培養大眾對媒體的批判性理解，作為人格教育的一部分。此外，在正規教育則導入了自由學期制¹⁶²(자유학기제)¹⁶³。自由學期制於 2013 年開始試行，2016 年起在韓國所有中學全面實施，在多樣的教學和體驗活動中，媒體教育得以有更深入的發展與討論，如韓國新聞促進基金會(KPF)、社區媒體基金會(英文:Community Media Foundation, CMF; 韓文:시청자미디어재단은)皆提供了專門為自由學期設計的媒體教育課程。

以下說明韓國主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、韓國廣播通訊委員會

按 2008 年修訂之韓國《放送法(방송법)》第 36 條規定，韓國

¹⁶¹ 同上註

¹⁶² 自由學期制，即在中學階段由學校指定一個學期，該學期將取消期中和期末考試，實施靈活彈性的教育課程，包括聚焦討論、實習的教學方式以及多樣化的職業體驗和社團活動，期望透過大量參與協助學生進行自我認知與探索，從而發掘自身才能、實踐夢想。

¹⁶³ KCC, 2018。《韓國媒體教育政策和未來體制改善研究(한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구)》。

廣播通訊委員會（Korea Communications Commission, KCC）應設立廣播發展基金，以促進廣播和文化藝術項目，同法第 38 條列舉基金的用途，其中包括用於促進公共利益的媒體教育。

KCC 成立於 2008 年，主要負責規範廣播和通訊服務與監理相關業務，同時肩負制定和執行有關計劃，並確保媒體多元化之政策規劃。根據《廣播法》，KCC 為媒體教育計劃和研究提供了財政支持，KCC 的主要任務集中在為非政府組織、教師團體與提供學術團體資金支持，以協助建立和管理當地觀眾的媒體中心、開發相關教科書、實施實驗性媒體教育學校與建立線上媒體教育檔案¹⁶⁴。

據 KCC 於 2018 年整理韓國媒體教育政策相關推動部門可發現，各機關各具偏重方向。例如社區媒體基金會和文化體育觀光部各自推動的視聽媒體中心聚焦影音；韓國網路振興院偏重網路內容；韓國新聞促進基金會則關注新聞教育。而透過該機構建立之法律基礎可以更清楚發現此差異，下表彙整除教育部和文化體育觀光部以外機構的法源依據和媒體素養推動計畫重點：

¹⁶⁴ Jeong, Hyeon-Seon, 2012. History, policy and practices of media education in South Korea. *Revista Comunicar*, 2009, vol. XVI, n. 32, 85-95.

表 7-2 韓國媒體素養相關部門之比較

機構名稱	法源依據	主要業務	媒體教育重點
社區媒體基金會 (CMF)	《放送法》第 90-2 條	提升視聽者權益	影音
韓國網路振興院 (KISA)	《促進資通訊網路使用暨資訊保護法案》第 52 條	使用者保護	網路倫理
韓國情報化振興院 (NIA)	《國家資訊化框架法》第 14 條	數位包容、使用者保護	網路倫理
韓國新聞促進基金會 (KPF)	《促進報紙等法》第 29 條	資訊素養、新聞素養	新聞
地區視聽媒體中心	《視聽媒體中心設置和營運條例》	區域均衡發展 社區媒體	影音、社區媒體

資料來源：改自 KCC，2018。《韓國媒體教育政策和未來體制改善研究 (한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구)》。

2、韓國教育部

從 2007 年國家課綱修改至今，韓國教育部 (교육부) 持續透過政策推動媒體教育。例如 2011 年智慧教育促進策略 (스마트교육)，在學校推廣了媒體和智慧設備的使用；2013 年在小學、中學和高中實施的創意體驗活動 (창의적체험활동)，透過學習服務、社團活動和職業體驗等開展媒體教育計畫；2015 年自由學期制，則以學期為基礎，提供穩定的媒體教育課程。未來預計引入的高中學分制，將以選修課的形式增加了媒體教育的可能性，截至 2018 年，韓國共計 105 所學校正在實施高中學分制，預計 2025 年起將進行全面實施¹⁶⁵。

3、韓國文化體育觀光部：地區視聽媒體中心

韓國文化體育觀光部 (문화체육관광부) 為韓國文化、藝術、影視、廣告、出版、刊物、體育、觀光部門之主管機關，同樣針對媒體教育提供不少政策舉措。例如 2003 年起與地方政府合作開展地

¹⁶⁵ KCC，2018。韓國媒體教育政策和未來體制改善研究 (한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및 정책체계 개편방안 연구)。

區視聽媒體中心 (지역영상미디어센터)，該中心主要提供媒體體驗的教育空間、用以支持公民參與的社團教室，以及提供媒體製作、編輯和放映的設備及空間，設立時由文化體育觀光部和地方政府各花費 10 億韓元，運營預算則由地方政府承擔¹⁶⁶。文化體育觀光部旗下法人組織國家媒體中心理事會 (전국미디어센터협의회) 則負責各地區媒體中心的均衡發展和相互合作，以振興當地居民的視覺媒體和文化，並促進公共利益¹⁶⁷。

4、韓國新聞促進基金會

韓國新聞促進基金會 (Korea Press Foundation, KPF) 隸屬於韓國文化體育觀光部，自 1999 年成立至今經歷多次組織改革，其目標是促進報紙、廣播、電信和網路等媒體的均衡發展，支持民主表達，並提升視聽者之權利福祉。

KPF 主要從學校、社會和基礎建設等三方面支持媒體教育。學校方面，KPF 會向國小、國中和高中派遣講師，開展媒體教育課程 (共計 24 小時)，並配合課程提供為期 8 個月的報紙作為閱讀素材；此外，KPF 為學校老師提供相關培訓課程，包括實體和線上培訓。社會方面，KPF 提供資金支持當地社區、非營利組織和企業開展媒體教育推廣計畫，並派遣講師前往社會福利機構、公共圖書館等單位，為弱勢族群和各年齡層民眾提供媒體教育。在基礎建設方面，KPF 積極培訓媒體教育專業講師，制定相關指南規章，並舉辦全國媒體教育大會 (미디어교육전국대회) 和媒體教育產業學術合作論壇 (미디어교육산학협력포럼)，促進各界之交

¹⁶⁶ 同上註。

¹⁶⁷ 文化體育觀光部(문화체육관광부)，2012。國家媒體中心理事會(전국미디어센터협의회)。
https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/corpNaru/corpView.jsp?pSeq=1002

流討論；同時也支持媒體教育教材的開發和傳播。

5、社區媒體基金會

社區媒體基金會（CMF）為 2015 年由 KCC 依據韓國《放送法》第 90-2 條規定所成立之法定機構，旨在系統地管理和營運韓國各地區的社區媒體中心¹⁶⁸，並執行各式活動計畫來提升視聽者的權利福祉。社區媒體中心之設立最早於 2005 年，由 KCC 負責其預算和政策制定，營運方面 KCC 每年與韓國通訊社（Korea Communications Agency, KCA）簽署協議，委託其營運社區媒體中心。其後隨著社區媒體中心的全國網路逐漸擴大，韓國通訊社的推廣和運營面臨侷限，因此於 2015 年設立社區媒體基金會，專門負責該業務。

截至 2018 年，韓國共設置 7 個社區媒體中心（釜山、光州、江原道、大田、仁川、首爾及蔚山），預計 2020 年將擴增至 17 個社區媒體中心，讓各地區皆擁有一個公眾近用媒體的機構¹⁶⁹。

社區媒體中心主要業務涵蓋如下：

- 規劃媒體教育培訓：建立與支持終生媒體教育體系，進行社區媒體教育合作項目及網路建設。
- 支持參與生活媒體：支持公眾參與及製作廣播電視節目，促進社區媒體發展。
- 確保弱勢團體（如身障人士）得以近用媒體：支持製作身障人士專屬廣播電視，為聽障者開發字幕系統，並發展身障人士的廣電內容製作。
- 提供廣電製作設備與設施：建立及營運視聽眾媒體中心，提

¹⁶⁸ 與文化體育觀光部執行的地區視聽媒體中心並非同一機構。

¹⁶⁹ 黃金益、鍾璣萱，2018。出席韓國 KCSC 2018 年國際論壇（2018 International Conference）報告書。國家通訊傳播委員會出國報告。

供廣電設備與設施租賃使用。

- 保護觀眾權益：監督廣播電視廣告與贊助，並支持調查不公平的廣播活動，以保障公眾收視權利。

6、韓國網路振興院和韓國情報化振興院

韓國網路振興院(KISA)早在2007年便開始提供網路素養教育，當時的計畫旨在推廣網路多媒體內容的生產與使用，並建立良好的網路使用文化；2009年組織整併後仍然維持該業務，但重點從網路媒體使用轉變為網路倫理教育。2016年後則是移交給韓國情報化振興院(National Information Society Agency, NIA)，其負責促進韓國國家機關資訊的相關政策、建設資訊文化和減小資訊差距¹⁷⁰。

韓國情報化振興院(NIA)下設有數位包容(Digital Inclusion)部門，著重國民數位技能和社會創新能力培育，並推展數位道德(Digital Ethics)和預防網路暴力的教育活動，目標是打造良好的互聯網使用文化。

(二) 重要政策與法規

1、立專法《媒體教育促進法》以促進媒體素養教育

韓國自2007年以來曾五度推動媒體教育設立專法，最近一次為2018年5月由民主黨議員於恩惠(유은혜)等人所提出之《媒體教育促進法案(미디어교육 활성화에 관한 법률안)》，該法案現行正處於委員會審查階段¹⁷¹，尚未正式立法。

隨著數位科技快速發展，現今社會中任何人都可以輕鬆生產或傳播媒體，媒體的影響力更為擴大，媒體教育因此越形重要。然而，韓

¹⁷⁰ 同註136。

¹⁷¹ 法案資訊系統(의안정보시스템)，2019。《媒體教育促進法案》草案(미디어교육 활성화에 관한 법률안)。

http://likms.assembly.go.kr/bill/billDetail.do?billId=PRC_N1I8I0C5T1Z7Y1S4V5F4U2W8S9M3T7

國的媒體教育相關政策和計畫散落於教育部和文化體育觀光部等各部門之間，提案者因此認為有必要建立一套支持體系，以促進各領域的媒體教育計畫，並建立民間與政府之間的合作架構。

《媒體教育促進法案》旨在針對韓國大眾的媒體教育建立一套完整的支持體系，以連結公私部門，促進各領域之媒體教育計畫發展，並整合相關資源，發揮最大綜效。

《媒體教育促進法案》第 2 條將「媒體教育」定義為透過媒體獲得資訊和內容，且能批判性理解、創造使用和民主溝通的能力，其目的在於增強公民意識，並透過媒體促進社會參與，又為全面且系統性地執行媒體教育政策，於該法第 8 條和第 9 條，將由韓國教育部、文化體育觀光部和 KCC 主責媒體教育之政策制定與規劃。

在計畫執行方面，該法案規定媒體教育執行機構應每五年在相關領域制定一次媒體教育計畫並提交委員會，由委員會進行全面確認（《媒體教育促進法案》第 10 條）。此外，委員會應制定指導方針，以評估媒體教育政策和計畫，而執行機構須每年評估其媒體素養政策或計畫之成效並將結果提交委員會（《媒體教育促進法案》第 11 條）。在人才培訓方面，執行機構應培訓和支持媒體教育專家，且支持相關媒體教育組織之發展（《媒體教育促進法案》第 12 條和第 13 條）。

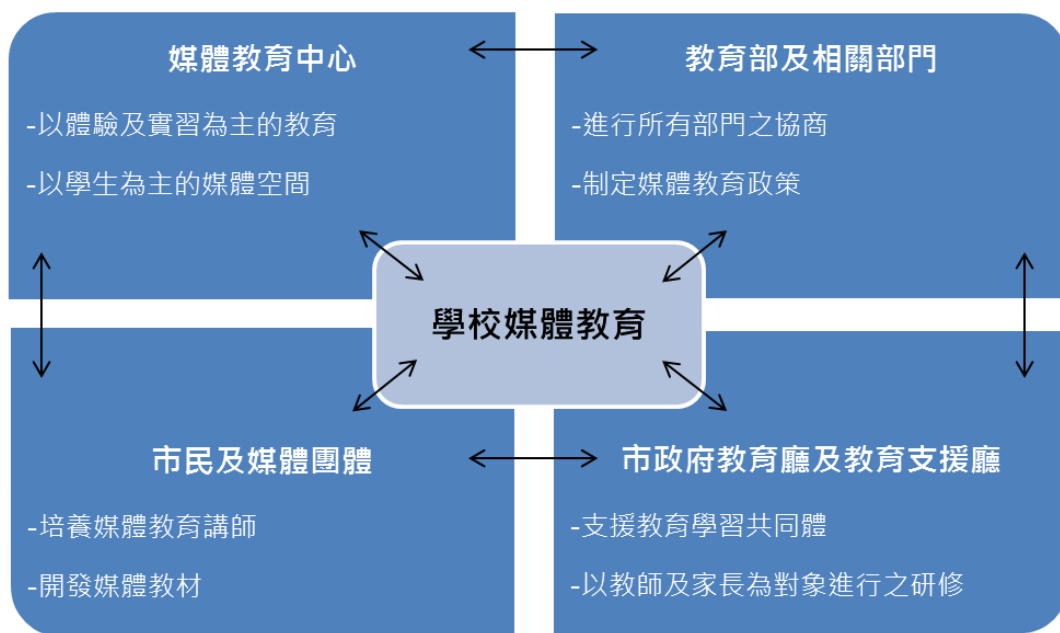
2、推動「學校媒體教育強化計畫」

有感於韓國手機使用的年齡層大幅下降及「一人媒體」等環境趨勢變化，韓國教育部於 108 年 7 月公布了「學校媒體教育改善支援計畫（학교 미디어 교육 내실화 지원 계획）」。該計畫旨在針對學校正規教育提供系統性的支援，透過多樣的內容製作活動，提升學生對創意及文化的敏感度，並培養其成為能負責任地使用媒體且解決個人及社會問題的市民。

「學校媒體教育改善支援計畫」由韓國教育部主導推動，未來預計將與其他中央及地方相關單位協力合作，打造從學校至社會的媒體教育網路，將地方市政府教育廳、民間媒體團體、地區媒體教育中心
等公私單位皆涵蓋在內，並以韓國全國學生為目標族群，具體目標如下：

- 針對學校媒體教育提供系統性的政策支援
- 增加學生接受媒體教育之機會
- 加強媒體教育師資素質

計畫實施方式共有兩大面向，其一，透過學校教育課程支援媒體教育；其二，擴大校外之媒體教育機會（如下圖 7-1）。



資料來源：改自 교육부，2019。학교 미디어 교육 내실화 방안(교육부, 2019.7.29.)。

圖 7-1 學校媒體教育強化計畫架構

(三) 實踐作法

韓國教育部於 108 年 7 月公布了「學校媒體教育改善支援計畫」，該計畫實施針對正規與非正規教育兩大面向施行。

學校教育課程方面，主要以學生近期關心的媒體趨勢例如獨立創

作者、網路漫畫家以及未來職涯發展等為主題，進行相關教學與教材之普及化，目前預計 2020 年提供與課程相關之教材，2021 年提供主題導向的統合型教材。此外，為使學生可以製作媒體內容並進行展示發表，教育部將推動空間革新，改善學校媒體教育環境。同時，長期目標是希望與高中學分制整合開設相關課程，將媒體教育相關內容納入新設之選修課及整體課程。

在校外教育方面，考慮到校外的青少年及偏鄉弱勢族群種種因素，為了使所有人都能接受媒體教育，教育部將強化各地區內之媒體教育網路。相關部會計劃於 108 年底建構合作體系，以推動媒體教育相關的移動型教室(體驗巴士等)、提升地區媒體中心活用度，並擴大學生體驗計畫。另外，教育部將強化媒體教育師資並建構支援體系，透過媒體工作者或媒體社團成員推薦，成立現場支援小組、開發教育內容、並為教師交流提供場地，以蒐集優秀的媒體課程案例。此外，還將成立媒體教育諮詢機構，由政府各部會及地區進行合作，以實現媒體教育之普及化。

而除了上述作法外，韓國通訊傳播委員會(Korea Communications Commission, KCC)、教育部(Ministry of Education)、文化體育觀光部(Ministry of Culture, Sports and Tourism, MCST)與韓國社區媒體基金會(Community Media Foundation, CMF)等七大組織於 108 年 11 月 28 日共同贊助舉辦「2019 媒體與資訊素養國際會議」。

該會議邀集韓國國內外學者、媒體教育專家與教師等共同討論媒體與資訊素養發展趨勢，包括研討韓國國內和國際媒體與資訊素養發展趨勢、分享教育領域的實踐經驗、演算法素養(Algorithm Literacy)、事實查核與數位公民等相關議題。

二、媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

本研究查找韓國媒體業者推動媒體素養相關計畫，發現韓國當地包括韓國教育廣播公社（Educational Broadcasting System）、文化廣播公司（MBC）等均有推動媒體素養相關計畫。

（一）韓國教育廣播公社（Educational Broadcasting System）

韓國教育廣播公社（Educational Broadcasting System）為韓國唯一的教育廣播頻道，旗下經營包括地面電視、無線電廣播、有線電視、衛星電視與 IPTV 等形式之頻道¹⁷²，為所有年齡段的人提供豐富的文化、教育節目，並為所有年齡段的人們提供高質量的紀錄片，不僅補充公共教育，更充當促進教育平等的動力。

「了解媒體（미디어가 보인다）」是韓國教育廣播公社推出有關媒體素養教育節目之一，從 1997 年 9 月至 1998 年 2 月每週播出 40 分鐘，幫助青少年認識媒體；此外 2002 年 EBS 和廣播文化基金會合作為小學生製作「哇！媒體探索（와우 미디어 탐험）」，提供兒童有關電視、報紙、廣播、影片、電影、卡通、書籍、廣告甚至網路線上關於內容、音像、影像等批評分析的資訊。惟，因廣播公司對媒體教育缺乏持續的動力，節目播出時間很短¹⁷³。

2012 年 EBS 開始推行「EBS School Reporter」計畫，該計畫主要針對在校高中生，透過每年舉辦 1 至 2 次的媒體培訓班教授學生製作新聞的技巧，並將學生 3-4 名與專業老師組織成一個團隊，實際從構思、拍攝到剪輯，完整的操作新聞製播流程¹⁷⁴。

¹⁷² EBS, n.d.. Channels. <http://global.ebs.co.kr/global/channels/satelliteIpTv#none>

¹⁷³ 同上註。

¹⁷⁴ Brunch, 2019.新聞業者漸漸自發性推動媒體素養。 <https://brunch.co.kr/@kpf10/660>

(二) 文化廣播公司 (MBC)

文化廣播公司 (Munhwa Broadcasting Corporation, MBC) 是南韓的主流傳媒企業之一，與 EBS、SBS 及 KBS 並稱韓國四大全國性廣播機構。

韓國 MBC 為在韓國廣播文化基金會 (韓文：방송문화진흥회；英文：Foundation for Broadcast Culture, FBC) 下屬機關，FBC 為其監督機構和最大股東。FBC 係根據《廣播文化基金會法 (Foundation for Broadcast Culture Act)》於 1988 年 12 月成立，其任務包括評估 MBC 管理、任命 MBC 專業經理人之外，亦肩負提高韓國的廣播文化，並確保 MBC 執行公共利益相關義務。

FBC 為促進閱聽眾媒體的近用與接收，支持 MBC 在慶南、木浦、蔚山、大邱與全州五個地點設立區域媒體教育中心，推動媒體製作與素養教育，由 MBC 開設媒體製作技巧培訓課程並執行各項推廣計畫，為當地小學生和弱勢族群提供媒體教育¹⁷⁵。

(三) 其他媒體業者¹⁷⁶

韓國放送公社 (Korean Broadcasting System, KBS) 則成立媒體教育部門，為觀眾提供媒體教育，同時亦使用其培訓中心的設施為民間社區協會的活動提供影片製作培訓。

自 1994 年起，韓國新聞報紙業者包括《中央日報 (중앙일보)》、《京鄉新聞 (경향신문)》、《東亞日報 (동아일보)》和《朝鮮日報 (조선일보)》等推行「報紙使用教育 (신문 활용

¹⁷⁵ FBC, n.d.. 規劃業務。http://www.fbc.or.kr/business/planbusiness

¹⁷⁶

미리(Media Literacy)하자, 2017。以美國媒體素養教育體系與場景討論國內媒體素養發展方向。https://www.ewha.ac.kr/mbs/ewhakr/download/pdf/2017_2_1.pdf

교육)」，並發布了一些報紙使用教育講師證書，但由於財務問題，無法持續。

三、公民團體於媒體素養推動現況

韓國數位素養協會（Center for Digital Literacy, CDL）為一非營利組織主導，旨在培育韓國人民成為數位公民，致力縮小數位技術與教育之間的差距。

數位素養協會於 2016 年發起數位媒體素養校園計畫（英文：Digital & Media Literacy Campus，韓文：디지털 미디어 캠퍼스），該計畫配合自由學期制的實施，提供共計 32 小時的學生數位媒體教育和 2 小時的家長教育。

數位媒體素養校園計畫針對學生提供之課程重點如下：

- 數位媒體素養發展，使學生能夠批判性地思考和判斷各種數位媒體資訊，包括網路、報紙、社群媒體和影音等。
- 如何處理電玩和社群媒體等數位媒體造成的成癮狀況。
- 如何明智地使用數位媒體工具，例如網路大數據分析、影音編輯和資訊圖創建。
- 虛擬實境（Virtual Reality, VR）、擴增實境（Augmented Reality, AR）和人工智慧體驗。

針對家長的教育課程，則旨在協助其如何教導孩子利用數位媒體，包括在學習和日常生活中的使用。

該計畫於 2016 年成立時，主要以首爾及京畿道各省的中學學生為目標對象，旨在培養其數位及媒體素養能力；2017 年後在 Google 提供 5 億韓元資助下，規模不斷擴大，如今範圍已擴及韓國 120 所中

學¹⁷⁷。108年3月Google公司宣布再捐贈10億韓元，幫助該計畫規模擴大至全國範圍，尤其著重鄉村地區，以減少鄉村地區學童的數位落差。

根據108年3月報導，該計畫自2017年以來共觸及韓國200所中學10,000名學童，並協助1,000名家長教育其孩子如何使用數位媒體¹⁷⁸。

¹⁷⁷ 노자운, 2017. Google 支持中學免費學期的數位媒體校園計畫(구글, 중학교 자유학기제 위한 '디지털 미디어캠퍼스' 프로그램 지원). 조선비즈. http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/02/07/2017020700808.html

¹⁷⁸ Fuller, J., 2019. Bringing digital and media Literacy education to more schools in Korea. Google.org. <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-org/digital-and-media-Literacy-education-korea/>

第二節 新加坡

一、政府政策與監理機制

根據新加坡南洋理工大學教授 Csilla Weninger 在 2017 年探討新加坡媒體素養教育的文章中表示，在一個對於媒體和文化領域高度規管的國家中，媒體素養教育往往扮演更複雜的角色，而新加坡即是一例¹⁷⁹。以非政府組織 Freedom House 的 2015 年報告為例，新加坡的網路自由狀態被評比為「部分自由」；依據無國界記者組織的全球新聞自由度排名，新加坡則於 180 個國家中名列第 154 位。在網路政策方面，儘管新加坡政府宣稱對於網路媒體採取「低度 (light-touch)」規管，但其法規範圍廣泛且含糊不清，因此在適用性方面具有相當解釋空間，如此規管體制被學者形容為「校準強制 (Calibrated coercion)」(George, 2005) 和「自動規管 (Auto-Regulation)」¹⁸⁰。

然而，資通訊科技和媒體同時也是新加坡政府促進國家經濟成長的政策重點。如「智慧國家 2015 年計畫 (Intelligent Nation 2015, iN2015)」闡述其目標為「促進資通訊媒體成長，藉由資通訊媒體科技推動關鍵經濟領域，從而打造一個完整連結的社會」；在最新的「資通訊媒體產業 2025 計畫 (Infocomm Media 2025)」中，則期許藉由資通訊媒體提供居民和業者更好的生活品質和商業環境。從實際數據來看，新加坡的確逐步成為智慧國家，依據世界經濟論壇的《2016 年全球資訊科技報告》(Global Information Technology Report 2016)，新加坡連續第二年在網路整備度評比 (Networked Readiness Index, NRI)

¹⁷⁹ Weninger, C., 2017. Media Literacy education in Singapore: Connecting theory, policy and practice. In *Multidisciplinary approaches to media Literacy*. Communication University of China.

¹⁸⁰ Lee, T., 2005. Internet control and auto-regulation in Singapore. *Surveillance and society*, 3(1), 74-95.

項目拔得頭籌，在國內普及方面，將近 100% 的 7 歲至 49 歲民眾可在任何地區接取網路¹⁸¹。

以下說明新加坡主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、新加坡資訊通訊部

新加坡資通訊部 (Ministry of Communications and Information, MCI) 主責資訊及通訊技術、媒體設計、公共圖書館，以及政府資訊溝通與公共政策，下設兩個法定委員會：資通訊媒體發展局 (Infocomm Media Development Authority, IMDA) 和國家圖書館管理局 (National Library Board, NLB)，並同時管理新加坡網路安全局 (Cyber Security Agency of Singapore, CSA) 和個人資料保護委員會 (Personal Data Protection Commission)。

依據上述組織架構，MCI 主要業務涵蓋以下七大項：網路安全、數位防衛 (Digital Defense)、數位整備、資通訊媒體、圖書館、個人資料、公共溝通。關於媒體素養的政策內容散見於網路安全、數位整備、資通訊媒體等項目。

2、新加坡資訊通信媒體發展局

新加坡資訊通信媒體發展局 (Infocomm Media Development Authority, IMDA) 為新加坡資訊、通訊與媒體業務之主要規管機關，其提供各種資金和計畫，促進新加坡具競爭力且可持續發展的產業生態。此外多年來，由於技術進步、平臺整合以及全球化影響，新加坡也透過各種內容監管致力提升新加坡公民的媒體素養，如規範內容分

¹⁸¹ 同前註。

級，避免青少年受不當或不適合之內容影響，此外為因應假訊息干擾，IMDA 也與 MCI、NLB 與 CSA 協力，致力建構打擊假訊息的應對框架¹⁸²。

3、新加坡國家圖書館管理局

新加坡國家圖書館管理局（National Library Board, NLB）作為資通訊部旗下法定委員會，主管新加坡國家圖書館（National Library）、26 間公共圖書館和國家檔案館（National Archives），其任務是透過國家圖書館和全面的公共圖書館網路，提供國民值得信賴、可取得的，且與全球連接的圖書和資訊服務，進而促進新加坡人閱讀學習，並培養資訊素養。

4、新加坡媒體素養委員會

在媒體嚴格控管和強健資通訊基礎建設的背景脈絡下，2012 年 8 月新加坡政府成立媒體素養委員會（Media Literacy Council, MLC），其目標是促進新加坡國民有效率地評估媒體內容，並安全且負責任地使用、創造及分享內容。然而，此舉在國內引起極大爭議，因現實中的社會政治活動受到限制，網路是新加坡反對人士發聲的重要媒介，民間因此懷疑 MLC 之成立意味著政府將審查的手伸入網路世界¹⁸³。

儘管遭受民間反對，MLC 自此成為新加坡國內媒體素養的主要推手，其成員來自學界、教育界、政府官員及媒體產業，並與國內眾多學校機構及跨國媒體集團締結合作夥伴。MLC 對於媒體素養（Media Literacy）之定義，可見於下列核心價值：

- 尊重（respect）：即使存在差異仍尊重他人，使線上互動更具

¹⁸² Lianne Chia, 2018. National framework to build information and media Literacy to be launched in 2019: S Iswaran. <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/framework-build-information-media-Literacy-launched-2019-iswaran-10890438>

¹⁸³ 同前註。

意義和建設性。

- 同理 (Empathy)：設身處地同理他人，認識他人觀點的同時也理解自身話語之影響力。
- 責任 (responsibility)：為網路世界的言行負責，確保溝通能力不會被用來傷害他人或社會。
- 誠信 (integrity)：公正行事，建立禮貌的網路秩序。
- 洞察力 (Discernment)：運用批判性思維和判斷力做出明智的選擇和行動，並保護自己免於風險。

媒體素養委員會 (MLC) 為政府以媒體素養為中心所成立的法定委員會，成員來自學界、教育界、政府官員及媒體產業等不同領域，目標是促進新加坡國民有效率地評估媒體內容，並安全且負責任地使用、創造及分享內容。MLC 作為新加坡國內媒體素養政策主導者，與國內政府單位、學校和資訊機構、第三方單位以及跨國媒體業者等皆有合作互動。

(二) 重要政策與法規

鑒於數位科技對於社會及經濟的重要性日益增加，為確保每位國民皆能充分利用數位科技，掌握機會並從中受益，新加坡資通訊部 (MCI) 於 2017 年成立數位整備工作小組 (Digital Readiness Workgroup)，2018 年 6 月發布「數位整備藍圖 (Digital Readiness Blueprint)」，確立數位整備 (Digital Readiness) 之概念。

而從數位整備的概念延伸，MCI 於 2018 年 7 月發布「數位媒體和資訊素養架構 (Digital Media and Information Literacy Framework)」。
該架構旨在協調國內各界的媒體素養推廣計畫，將其統合在單一架構下，以在官方、業者和民間第三方團體之間發揮協同作用，達成最大綜效。

數位媒體和資訊素養架構發展自 MIC 前一份報告：《數位整備藍圖》，其以「智慧國家」為願景，期許每位新加坡人都具備因應數位時代之基本技能和態度，包括：一、數位科技的可取得性；二、使用數位科技之知識和素養；三、藉由數位科技進行有意義的參與或創造之能力。為了發展數位素養，並統合既有的資訊素養和媒體素養計畫，MIC 建立數位媒體和資訊素養架構，期望藉由該架構引導現有公共教育資源，進而賦權新加坡人，使其能夠充分理解科技所提供的可能性、問題和前景，成為具備資訊識別能力的消費者¹⁸⁴。

在深入研究國際上對於數位包容（Digital Inclusion）和數位素養（Digital Literacy）的內涵定義後，MCI 發展出自身的理論架構。依據「數位整備藍圖」，MCI 提出數位整備之內涵架構，主要組成包括數位接取、數位素養及數位參與：

- 數位接取（Digital Access）：具備可靠、可負擔的數位科技接取途徑。
- 數位素養（Digital Literacy）：具備相關動機和知識技能，能自信地使用數位科技。
- 數位參與（Digital Participation）：透過數位科技達到更好的生活品質，具備正面的網路影響力。

除了數位接取、數位素養及數位參與三大內涵，數位整備概念也涵蓋了：一、保護民眾免於或減輕科技造成的負面影響，例如網路霸凌和社會孤立；二、透過科技提供之機會有效連接社群，例如數位平臺。

從此概念延伸，108 年 MCI 發布「數位媒體和資訊素養架構」，

¹⁸⁴ MCI, 2019. Digital Media and Information Literacy Framework.

為相關計畫執行者訂定三大目標方向、五項學習目標如下：

三大目標方向：

- 從根本上理解科技帶來的利益、風險和可能性，以及網路平臺和數位科技之運作邏輯。
- 對於如何負責任地使用資訊具有基本瞭解。
- 具備安全且負責任地使用數位科技之技能。

五項學習目標：

- 理解科技帶來的利益、風險和可能性。
- 理解網路平臺和數位科技之運作邏輯。
- 瞭解如何負責任地使用資訊。
- 知道如何在網路上保護自己。
- 知道如何安全且負責任地使用科技。

MCI 期許透過該架構，計畫執行者得以有所依循參考，甚至進一步依照學習者的特定需求進行調整和更新。此外，儘管「數位整備藍圖」中已為數位素養進行定義，該架構再次針對數位素養做出以下解釋：數位素養¹⁸⁵即「擁有充分之知識、理解和態度，致使安全、有意義且負責任地使用科技」。

（三）實踐作法

1、 「國家資訊素養計畫(National Information Literacy Programme, NILP)」

新加坡國家圖書館管理局 (National Library Board, NLB) 隸屬於新加坡資通訊部 (Ministry of Communications and Information, MCI)，2011 年始針對小學和中學學生辦理「國家資訊素養計畫 (National

¹⁸⁵然而整份報告多數採用的詞彙是「數位媒體和資訊素養 (digital media and information Literacy)」。

Information Literacy Programme, NILP)」，以培養學童查找、解釋和使用資訊之能力；2013年NILP計畫推動「來源、理解、研究、評估運動（Source. Understand. Research. Evaluate Campaign, SURE Campaign）」，期許將資訊素養普及推廣至一般大眾。為了便於大眾理解，NLB將資訊素養之內涵提煉成以下簡要標語：

- 來源（source）：追查資訊最初來源，是否值得信任？
- 理解（understand）：瞭解你所閱讀的內容，探究清楚。
- 研究（research）：深入挖掘內容，不僅止於最初來源。
- 評估（Evaluate）：找到平衡點，行使公正的判斷。

根據該計畫官網¹⁸⁶，SURE運動旨在推動資訊搜索和資訊識別之重要性，目標對象擴及全國地區一般大眾，涵蓋各年齡層，並涉及不同場域。

新加坡國家圖書館管理局(NLB)作為資通訊部旗下法定委員會，主管新加坡國家圖書館（National Library）、26間公共圖書館和國家檔案館（National Archives），其任務是透過國家圖書館和全面的公共圖書館網路，提供國民值得信賴、可取得的，且與全球連接的圖書和資訊服務，進而促進新加坡人閱讀學習，並培養資訊素養。

該計畫主要透過口號宣傳、課程訓練和公眾參與進行。具體方式羅列如下：

- 在各個公共空間散布資訊，例如圖書館、報攤及餐館。
- 透過不定時活動舉辦，凝聚公眾意識。
- 透過廣告、戶外展示、文章及影片進行宣傳。
- 透過社群媒體吸引公眾，例如 Facebook、行動應用程式，電

¹⁸⁶ 網誌：<http://www.nlb.gov.sg/sure/>

子學習資源等。

- 為教師/學生提供學習資源和研討會。
- 舉辦校內 SURE 俱樂部 (SURE Club) 活動，培養下一代資訊搜索專家。
- 透過國家研究調查並與大學研究人員合作推動資訊素養研究，並籌辦會議，如 2013 年 IFLA 世界圖書館與資訊會議 (IFLA World Library & Information Congress) 探討資訊素養議題 (NLB, n.d.)。

該計畫現今依照不同目標族群延伸出三大主軸，分別為 SURE for Life、SURE for Work、SURE for School。SURE for Life 即教育一般大眾關於網路虛假資訊、網路詐騙之威脅；SURE for Work 旨在協助成人學習相關技術，以便在工作時篩選出可靠的資訊來源；SURE for School 主要面向學生和教育工作者，提供資訊素養和批判性思考相關的教育內容¹⁸⁷。另外，透過 SURE 俱樂部活動，學生在完成相關項目或任務後，可根據教育部的課外活動框架獲得獎賞或積分。

綜整而言，SURE 運動聚焦資訊素養和假新聞 (事實核查)，以廣泛的公眾宣傳為主，同時提供針對不同族群的活動計畫。官網尤其提供了詳盡的相關資源，包括英文、中文、馬來語、泰米爾語等四種語言的教育指南和文章。

2、更好的網路運動

媒體素養委員會 (MLC) 自 2013 年始參與全球倡議「網路安全日 (Safer Internet Day, SID)」，並於 2014 年起每年於網路安全日期間

¹⁸⁷ Chia, L., 2018. National framework to build information and media Literacy to be launched in 2019: S Iswaran. Channel News Asia. <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/framework-build-information-media-Literacy-launched-2019-iswaran-10890438>

舉辦「更好的網路運動 (Better Internet Campaign)」作為響應。該年度活動時間長達四個月，聚焦網路霸凌、假新聞及螢幕時間過長等議題。

觀察「更好的網路運動」近三年的活動發展，2017 年活動以 15 至 35 歲為目標族群，內容包括青年論壇、相關議題的真人故事展示，以及一系列的社會實驗。2018 年活動進一步聚焦假新聞，主要內容包括與 TOUCH Cyber Wellness、DQ 研究中心 (DQ Institute) 三方合作的數位育兒工作坊，以及數位素養社區推廣競賽得獎計畫介紹，並為青少年、成人、父母及老年人等不同族群提供相關議題的指南手冊。

108 年活動有不少創新舉措，包括和新加坡理工大學等合作夥伴舉辦首屆「更好的網路大會 (Better Internet Conference)」，該會議邀請國內外專家分享數位時代面臨的重要議題，並於會上發布了「新聞和媒體素養工具包 (News and Media Literacy toolkit)」，將作為新加坡各中學的教材使用；此外，活動首次創造吉祥物，並設立活動標語「Be Safe, Be Smart, and Be Kind」，以加強品牌塑造與推廣。

綜整而言，更好的網路運動主要關注網路霸凌、假新聞及網路安全等議題，除了論壇、工作坊等期間性活動，也在官網上提供各種數位素養議題相關的文章、影片、指南手冊和其他宣導素材。

二、媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

本研究查找新加坡媒體業者於媒體素養相關推動計劃，並無查找到相關內容。當地多由政府與民間團體主導推動媒體素養活動。

三、公民團體於媒體素養推動現況

Make The Change (MTC) 為新加坡當地社會企業，於 2013 年成立，倡導「為善設計 (Design for Good)」，致力為社會服務部門提供可負擔的行銷，設計和創意服務，同時自身也開發並執行設計相關的

教育計畫，目前主要執行「全民數位藝術」計畫。

四、推動媒體素養之跨部會與公私協力模式

1、新加坡數位整備基金

為配合政府數位整備藍圖，並支持民間開展數位整備計畫，新加坡政府於 108 年 3 月推出「新加坡數位整備基金 (Our Singapore Fund for Digital Readiness)」，向民間團體和企業機構提供相關計畫補助。

該計畫係由新加坡資通訊部(MCI)和資通訊媒體發展局(IMDA)協同新加坡文化、社區及青年部 (Ministry of Culture, Community and Youth, MCCY) 合作執行，主要由 IMDA 擔任計畫申請之窗口¹⁸⁸。資金部分來自 MCCY、新加坡賽馬博彩管理局 (Singapore Totalisator Board) 和新加坡社會企業中心 (raiSE) 三方捐贈。

計畫目標是支持民間團體和企業機構開展數位整備計畫，具體將申請對象分為下列兩者：

- 團體：由至少兩人（新加坡國民或永久居民）以上組成之團體，且年齡皆達 18 歲以上，主要申請人是新加坡人且現居新加坡。
- 組織：包括一般企業公司、社團、慈善信託單位、合作社、工會，或社會企業等

申請補助之計畫需同時符合新加坡基金 (Our Singapore Fund, OSF) 和數位整備之目標，即須展現新加坡精神，擴大社會資源，並協助國民進行數位整備。

經核准之計畫將可獲得最高額度 80% 之補助，每項計畫補助上限為 2 萬元新加坡幣。為首項獲得該筆資金補助之計畫「小小思想家

¹⁸⁸ IMDA, n.d.. Our Singapore Fund for Digital Readiness. <https://www2.imda.gov.sg/programme-listing/our-singapore-fund-for-digital-readiness>

(Tiny Thinkers)」為南洋理工大學通訊專業學生執行，旨在培養學齡前兒童的計算思維能力。該計畫提供一系列免費工作坊，讓父母與孩童一同進行線上與線下的遊戲互動，在遊戲中孩童能自然學習編碼等計算邏輯，例如透過 App 應用程式，讓孩童能操作現實中的 Pocky 餅乾來繪製虛擬角色的移動路線。根據報導¹⁸⁹，約有 330 名父母參與報名該系列工作坊。

2、全民數位藝術

全民數位藝術 (Digital Arts For All, DAFA) 始於 2017 年，該倡議由媒體素養委員會贊助、社會企業 Make The Change (MTC)¹⁹⁰ 運營，旨在創建一個包容性的生態圈，連結國內青年、老年人及身障族群，透過數位藝術參與向公眾植入數位和媒體素養之觀念。

全民數位藝術計畫倡議以包容為核心價值，目標是建立一個數位藝術社群，藉由經歷專業培訓的青年領袖領導數位藝術工作坊、親身教導老年人及身障族群，形成一個正向的循環生態，民眾則透過實際參與，深入瞭解數位和媒體素養，並凝聚社區意識。

DAFA 營運模式主要分為三個階段：

- 賦權 (Empower)：透過數位藝術與青年領袖接觸並產生連結；
- 回饋 (giving back)：由經培訓過的青年領袖執行工作坊，與老年人及身障人士共同創作數位藝術；
- 展示 (showcase)：將創作成果展示銷售，收益用於支持相關社會服務組織。

¹⁸⁹ Wong, L., 2019. Parliament: New funding for community projects that boost public digital readiness. Straits Times. <https://www.straitstimes.com/politics/parliament-new-funding-for-community-projects-that-boost-public-digital-readiness>

¹⁹⁰

在第一階段，DAFA 會培訓青年領袖，使其學習基本設計原則、現代藝術和數位藝術、數位素養、數位工具及應用程式使用，以及工作坊執行和指導技巧等；第二階段便由青年領袖親身教導老年人及身障族群關於數位藝術和數位素養，並與當地社區互動發展；第三階段，透過社群媒體、電子商務平臺、刊物出版及實體藝廊，拓展宣傳及展示。

此外，為了培訓青年領袖，DAFA 集結來自設計、數位藝術和媒體素養等領域的專家學者，包括新加坡 MAD 學院的設計學術主任 Kenji Choo、數位藝術家 Carlos Diaz，以及數位素養教育家兼 DQ 研究中心認證大使 Carol Loi 等。

根據官網數據，在計畫執行 6 個月後，活動觸及近 3 千名民眾、8 個志願性福利組織（Voluntary Welfare Organizations, VWOs），並在 24 場工作坊活動中成功培訓了 300 人。截至研究撰寫期間，DAFA 約有 50 名青年輔導員，共計 306 人曾參與執行工作坊活動。

第三節 澳洲

一、政府政策與監理機制

以下說明澳洲主要推動媒體素養政策之部門或組織、重要政策與法規、實踐作法等三大項目。

(一) 推動媒體素養政策部門或組織

1、澳洲通訊暨媒體管理局

2007 年開始，澳洲通訊暨媒體管理局 (Australian Communications and Media Authority, ACMA) 有鑑於通訊傳播產業與整體環境變得越得越複雜，21 世紀下數位媒體素養 (Digital Media Literacy) 已成為國民們應掌握的關鍵技能之一，而在過去多年來，媒體素養主要為教育者所關注的議題，但隨著媒體產業匯流發展，ACMA 認為通訊傳播主管機關也應將數位媒體素養視為優先且重要的政策方向，並思考是否有新的監理工具 (Regulatory Tools) 以因應新興且複雜的數位通訊環境。

為了因應媒體匯流的時代下，澳洲 ACMA 體認到應該透過「自律」和「共管」等兩大監理框架來有效因應。而澳洲在新的治理框架中，認為在推動數位媒體素養的過程中，更應該要與社會中的各種群體，包括政府、媒體產業、公民社會和個體等共同合作 (Co-Operatively)，才得以發展出一個安全的數位媒體發展環境。

因為如此，ACMA 希望可以充分了解現今澳洲公民採用各種通訊工具和平臺的方式與情形，並且透過數位媒體素養，來保護個人和家庭免受不當內容與訊息的侵害，甚至可以從數位媒體和通訊服務中受益。

具體而言，ACMA 在推動數位媒體素養政策中扮演的主要角色為研究、促進相關利益關係者之間的合作機制、與透過相關法制措施

與行政權力來保護社區發展。

ACMA 於 2007 年開始，在執行的數位媒體素養計畫包括：

- 彙整媒體素養相關研究與教育文獻，並發布成研究報告。
- 和澳洲當地相關媒體素養組織合作，建立媒體素養論壇，並創造媒體素養相關活動網站。
- 透過現有研究來作為未來 ACMA 推動相關媒體素養研究和活動的依據。
- 與加拿大數位經濟小組（Digital Economy Group）共同針對使用者在數位通訊時代下的行為（Behaviours）和態度（Attitudes）等進行研究調查，以作為未來發展跨部門與跨域的組織合作，共同發展澳洲的數位經濟。

2、兒童網路安全專員辦公室

為應對兒童網路安全，澳洲政府設有 Cybersmart 網站，而後梗阻為網路安全專員（ESafety Commissioner）網站網站，旨在為兒童、青少年及家長提供網路安全教育與意識，並為學校提供全面性的網路安全資源。ACMA 於 2013 年發布了一份「Cybersmart 數位公民指南（Cybersmart Digital Citizens Guide）」，以補充 Cybersmart 網站的內容。

然而為因應日益嚴重的網路霸凌，澳洲政府於 2015 年 7 月成立兒童網路安全專員辦公室（The Office of the Children's eSafety Commissioner）。兒童網路安全專員辦公室的網站提供了關於網路安全的一站式服務，透過為家長、教育工作者及青少年提供教育資源，以幫助青少年獲得安全、愉快的線上體驗。

（二）重要政策與法規

2017 年 6 月，澳洲政府再度通過了《2017 年兒童線上安全修正

法案（The Enhancing Online Safety for Children Amendment Bill 2017）》，將兒童網路安全專員更名為網路安全專員（ESafety Commissioner），屬於 ACMA 底下的法定獨立辦公室，作為澳洲網路安全領域的領導者。

（三）實踐作法

1、澳洲媒體素養發展指標

為了更進一步地了解澳洲當地媒體素養的發展情形，澳洲通訊暨媒體管理局（ACMA）自 2007 年後，亦會透過各種調查或研究數據，來掌握澳洲當地民眾使用數位媒體服務的情形，以作為後續政策制定的參考指標。

具體而言，ACMA 推動澳洲媒體素養發展指標（Indicators of Digital Media Literacy）有三大目地：

- 了解影響澳洲數位媒體素養的因素；
- 了解澳洲不同群族參與媒體素養的落差與情形；
- 了解在數位媒體環境中所可能存在的風險

根據 ACMA 於 2009 年根據相關媒體素養指標所研析的成果，該政府組織認為，在澳洲數位媒體素養發展主要面臨了幾個問題：

- 近用數位媒體服務：使用各種數位服務，應為發展媒體素養的基礎。ACMA 主要從此指標中了解澳洲民眾近用數位媒體的情形，包括寬頻網路普及程度、網路速度、不同族群的數位落差情形等。
- 對於數位媒體服務的使用和理解：使用媒體和通訊服務需要具備一定的基礎技能，例如是否有能力判斷網路消息來源的可靠性和安全防護措施等，相關對於使用數位媒體的基礎能力，亦被 ACMA 納入衡量該國數位媒體素養發展的的指標

項目之一。

- 創造數位內容和服務：對於社區的成員來說，得以參與並創造內容，被視為是數位媒體素養的重要指標項目之一。

藉由上述三點不同層次的數位媒體素養指標，提供 ACMA 判別澳洲當地民眾數位媒體素養能力的基礎概況。然而，有鑒於數位媒體快速變遷，且對於整體社會和經濟發展的影響力越來越高，上述衡量指標也應不斷的調整。ACMA 表示，未來會持續進行數位媒體素養相關研究，並擴展消費者教育與保護面向，以有助於作為 ACMA 未來在廣播電視、電信、網際網路、甚至是頻譜等領域監理措施，並涵蓋網路安全、不當垃圾郵件等治理措施，而這些計畫實施對透過和其他機構的合作，來提高社區內的媒體素養的和相應意義的認識。

2、消費面向之調查研究報告

ACMA 歷年來亦致力於推廣各種消費者面向的調查研究，例如於 2007 年執行的「澳洲家庭的媒體與通訊調查 (Media and Communications in Australian Families 2007)」、2007 年到 2008 年執行的「今日通訊 (Telecommunications Today)」調查、「澳洲數位經濟 (Australia in the Digital Economy)」等研究，以從消費者面相了解現今民眾在匯流媒體與通訊環境的使用情形，進而從中瞭解消費者面臨的問題，以作為未來決策的參考。

上述調查數據除了部分是由澳洲統計局 (Australian Bureau of Statistics, ABS) 來主導外，相關研調機構和產業組織亦會發布報告，作為 ACMA 後續推動相關政策之依據。

二、媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

(一) 澳洲公共電視臺 (Australian Broadcasting Corporation, ABC)

澳洲公共電視臺 (Australian Broadcasting Corporation, ABC) 是澳

洲當地的的國家公共廣播機構。它的資金來源主要由政府出資，在澳洲和全球提供廣播電臺、電視與網際網路服務，ABC 電視臺旗下設有 ABC Education 是推動媒體素養議題的主要部門。

澳洲公共電視臺 (ABC) 每年籌劃「媒體素養週 (Media Literacy Week, MLW)」相關活動，主要為針對一般閱聽大眾，並特別著重於青少年等學齡兒童，提供製作新聞相關基礎影音內容或媒體素養教育素材，期能從中提升公眾對於媒體素養的重視，

肩負媒體素養活動規劃專職，ABC Education 會透匯集各種研究議題、內容和新聞專業知識，引導大眾了解媒體素養，並喚起相關討論。除此之外，ABC Education 亦會製作相關課程資源，協助學生族群了解新聞和相關資訊產出的方式，並引入媒體教育合作夥伴計畫，來與學校機關合作。

以 2018 年的媒體素養週活動為例，當年度於 10 月 21 日至 27 日舉辦，ABC Education 即透過社群媒體、網站、電視、廣播等多種媒體平臺，匯集各種研究議題、內容和新聞專業知識，以宣導並喚起大眾對於媒體素養的重視¹⁹¹。

(二) 澳洲綜合性媒體公司「Seven West Media」

澳洲當地的綜合性媒體公司「Seven West Media」旗下的媒體品牌涵蓋報紙、雜誌和廣播電視等，為當地知名的媒體企業¹⁹²，其贊助成立 Media Education。

Media Education 屬於非營利組織，主要工作為協助當地教師評提供媒體素養相關課程資源以活動，以教育兒童成為富含知識的「全球

¹⁹¹ ABC, 2019. ABC Response to the ACCC Digital Platforms Inquiry Preliminary Report. <https://www.accc.gov.au/system/files/ABC%20%28March%202019%29.pdf>

¹⁹² Seven West Media, n.d. About Us. <http://www.sevenwestmedia.com.au/about-us/>

性公民 (Global Citizens)」。Media Education 機構設立的目標，是希望連結新聞媒體內容，並整合到澳洲內的課程教育，以協助學生和教師共同推廣媒體素養相關教育。具體而言，該組織的目標與對象包含以下：

- 學生和老師資源；
- 媒體相關比賽；
- 課堂上的實務想法；
- 以社區為中心的計畫；
- 針對教師提供的特別資源。

在計畫實施的方式上，Media Education 在媒體素養的課程設計上，主要是以各種類型的新聞內容為主要素材，包括政治、商業、體育、藝術、評論等等，讓報紙等新聞內容變成學生每日閱讀、學習的課程素材之一，目的是為了：

- 幫助學生參與學習；
- 提高識字率；
- 鼓勵學生進行更高層次的思考；
- 幫助學生更積極地參與社會活動；
- 增加社會社交討論的信心。

尤其在現今數位資訊爆炸的現今，傳統新聞媒體已逐漸從過去印刷報紙變成數位內容，再加上社群媒體的快速發展，讓學生在教師的引導與帶領下，和媒體更緊密的接觸，有助於：

- 培養批判性的媒體素養技能；
- 且幫助學生去分辨「事實 (Fact)」和「意見 (Opinion)」之間的差別；
- 探索多元觀點；

- 對於時事進行更即時的分析；
- 幫助學生了解「假新聞 (Fake News)」在真實世界中存在的現況；
- 並可藉此消弭課堂學習與真實世界的鴻溝。

Media Education 透過上述計畫目標，重點與當地的教師與學校合作，教導他們如何利用報紙和其他媒體素材來當作課程內容的一部分，尤其重點協助學生掌握本地新聞內容。

2018 年，在 Media Education 的努力下，也將相關教育素材擴展至不同的學科領域，例如英語教育、歷史時事、公民教育和媒體藝術等。

三、公民團體於媒體素養推動現況

(一) 澳洲媒體教師協會

澳洲媒體教師協會 (Australian Teachers of Media, ATOM) 為當地推動媒體素養教育的重要非營利組織，ATOM 非營利組織的成員主要來自於各個教學領域與不同學科的教師，另外也有部分媒體從業人員和媒體教育機構等。ATOM 組織的任務，為提供教師關於媒體素養的相關教材與資源，並在每兩年籌組一次全國性的會議，在會議中針對電影、電視、動畫、多媒體素材等頒布優質獎項，以鼓勵新聞媒體產製更好的媒體內容。

ATOM 組織推廣媒體素養的最主要目標，為學齡兒童，尤其是小學、中學到高中的青少年族群，其歷年來積極為澳洲當地各州的學校課程提供媒體素養研究，由相關教育者籌組成的 ATOM 組織甚至定期發布對外刊物《METRO》，以宣導相關教育工作。

第四節 小結

總結上述亞洲國家在媒體素養推動現況，本研究主要分析韓國、新加坡和澳洲等三國發展情形，彙整成如下五點初步研究發現。

一、政府政策與監理機制

南韓在媒體素養領域的相關機構繁多，加上其頻繁進行機構改革和業務整併，造成韓國媒體素養政策和計畫長期以來散落於各部門之間，彼此間缺乏連結與合作，國內因此出現設立專法、建立完整體系之聲音。韓國 108 年 5 月提出的《媒體教育促進法案》草案，明確要求各推行機構須每五年制定一次媒體教育計畫並提交委員會審核，且須依據委員會制定之指導方針，每年提交其媒體素養政策或計畫之成效。若成功立法，其推行成果值得借鏡。

而新加坡的媒體素養政策則因為政治環境因素，相較其他國家推動時間較晚，且偏重數位技能的提升，以保護民眾避免受不當資訊影響為初衷。2012 年 8 月新加坡政府邀集學界、教育界、政府官員及媒體產業代表組織媒體素養委員會作為國家媒體素養的政策核心，並將尊重、同理、責任、誠信與洞察力列為媒體素養核心價值，目標是促進新加坡國民有效率地評估媒體內容，並安全且負責任地使用、創造及分享內容。新加坡的媒體素養定義中雖將批判思考列入，惟實際執行仍受限國家政府體制，因此也出現媒體素養委員會之成立係為方便政府將審查的手伸入網路世界之批評，但無論組織成立立意，這種跨部門的專責委員會運作型態在政策形成與多元意見採納上都有值得參酌之設計。

澳洲在媒體素養推動政策上早期主要關注教育層面，積極制定相關義務教育課程；一直到 2009 年後，在澳洲通訊暨媒體管理局主導下，將傳統媒體素養教育之關注焦點逐漸轉移至數位媒體素養，更提

出具體的監理措施，包括提倡跨政府部門與跨產業之合作，並定期透過研究、調查等，來作為澳洲之媒體素養發展指標，以利後續政策發展。

二、媒體業者以及與媒體業者相關組織於媒體素養推動現況

在亞洲國家媒體業者部分，本研究發現，韓國之公共廣播電視媒體業者在媒體素養推動上最為積極。本研究查找發現當地包括韓國教育廣播公社(Educational Broadcasting System)、文化廣播公司(MBC)等均有推動媒體素養相關計畫。

韓國教育廣播公社 (Educational Broadcasting System) 為韓國唯一的教育廣播頻道，其曾製播「了解媒體(미디어가 보인다)」、「哇！媒體探索(와우 미디어 탐험)」等節目，協助閱聽眾了解媒體製播內容與方式，惟因廣播公司對媒體教育缺乏持續的動力，節目播出時間很短¹⁹³。而韓國文化廣播公司(MBC)是韓國廣播文化基金會(FBC)下屬機關，FBC 為促進閱聽眾媒體的近用與接收，支持 MBC 在慶南、木浦、蔚山、大邱與全州五個地點設立區域媒體教育中心，推動媒體製作與素養教育，由 MBC 開設媒體製作技巧培訓課程並執行各項推廣計畫，為當地小學生和弱勢族群提供媒體教育¹⁹⁴。

而新加坡相較韓國之發展，當地媒體業者較無推動媒體素養之相關計畫，當地主要由政府與民間機構來主導。

澳洲包括公共電視臺(ABC)與當地由商營媒體 Seven West Media 亦十分重視媒體素養發展。

澳洲公共電視臺(ABC)每年籌劃「媒體素養週(Media Literacy Week, MLW)」相關活動，主要為針對一般閱聽大眾，並特別著重於

¹⁹³ 同上註。

¹⁹⁴ FBC, n.d.. 規劃業務。http://www.fbc.or.kr/business/planbusiness

青少年等學齡兒童，提供製作新聞相關基礎影音內容或媒體素養教育素材，期能從中提升公眾對於媒體素養的重視。

三、公民團體於媒體素養推動現況

本研究盤點韓國、新加坡與澳洲等國家，發現各國均有公民團體著力於發展媒體素養領域。例如韓國數位素養協會（CDL）於2016年發起數位媒體素養校園計畫，提供共計32小時的學生數位媒體教育和2小時的家長教育。

新加坡則有諸多根基於社區或當地社會企業組織注重媒體素養發展。例如 Make The Change（MTC）即為新加坡當地社會企業，提倡「全民數位藝術」計畫。該計畫由新加坡媒體素養委員會贊助，旨在創建一個包容性的生態圈，連結國內青年、老年人及身障族群，透過數位藝術參與向公眾植入數位和媒體素養之觀念。

澳洲當地則包括媒體教師協會（Australian Teachers of Media, ATOM）等機構，致力於提供教師關於媒體素養的相關教材與資源，並在每兩年籌組一次全國性的會議，以鼓勵新聞媒體產製更好的媒體內容。

四、推動媒體素養之跨部會與公私協力模式

本研究盤點韓國、新加坡等國家政策，發現上述兩國近年來於媒體素養發展上均積極討論媒體素養之跨部會或公私協力制度。

以韓國為例，韓國自2007年以來曾五度推動媒體教育設立專法，最近一次為2018年5月由民主黨議員於恩惠（유은혜）等人所提出之《媒體教育促進法案》，該法旨在針對韓國大眾的媒體教育建立一套完整的支持體系，以連結公私部門，促進各領域之媒體教育計畫發展，並整合相關資源，發揮最大綜效。然而目前該法仍處於

委員會審查階段¹⁹⁵，尚未正式立法。

新加坡則為配合政府數位整備藍圖，並支持民間開展數位整備計畫，新加坡政府於 108 年 3 月推出「新加坡數位整備基金」，向民間團體和企業機構提供相關計畫補助。該計畫係由新加坡資通訊部（MCI）和資通訊媒體發展局（IMDA）協同新加坡文化、社區及青年部（MCCY）合作執行，主要由 IMDA 擔任計畫申請之窗口。經核准之計畫將可獲得最高額度 80% 之補助，每項計畫補助上限為 2 萬元新加坡幣。除此之外，新加坡於 2012 年亦成立媒體素養委員會（MLC），成員來自學界、教育界、政府官員及媒體產業等不同領域，目標是促進新加坡國民有效率地評估媒體內容，並安全且負責任地使用、創造及分享內容。MLC 作為新加坡國內媒體素養政策主導者，與國內政府單位、學校和資訊機構、第三方單位以及跨國媒體業者等皆有合作互動。其對於促進跨部會合作與公私協力模式有其助益，值得我國政府參考。

五、亞洲各國於媒體素養政策與實踐整備評估現況

綜上所述，可以發現亞洲地區國家包括韓國、新加坡與澳洲等於媒體素養推動上政府均扮演較為積極角色，尤其韓國包括 KCC、教育部和文化體育觀光部等均透過下設基金會或媒體中心等方式，於地方深耕媒體素養教育。而新加坡則透過中央編組，邀請相關產業專家學者組成媒體素養委員會，形成跨部會之橫向溝通與聯繫，並負責統籌資源與制定相關政策。澳洲則由媒體素養教育出發，並在澳洲通訊暨媒體管理局（ACMA）的主導下，定期提撥經費發展媒體素養與研

¹⁹⁵ 法案資訊系統(의안정보시스템)，2019。《媒體教育促進法案》草案(미디어교육 활성화에 관한 법률안)。

http://likms.assembly.go.kr/bill/billDetail.do?billId=PRC_N1I8I0C5T1Z7Y1S4V5F4U2W8S9M3T7

究調查報告。本研究認為，在推動媒體素養之跨部會與公私協力模式上，韓國討論設立專法與新加坡設立專責委員會方式之發展經驗，均可作為我國政府之借鏡，值得進一步參考並評估研擬適合我國之發展模式。以下表 7-3 為本研究針對亞洲各國於媒體素養政策與實踐整備評估。

表 7-3 亞洲各國政府於媒體素養政策與實踐整備評估現況

	國家政策執行框架					取徑			實踐之主體			實踐之對象	
	政策	教育	供應	近用和 使用	民間 社會	保護 取徑	促進 取徑	參與 取徑	政府	媒體與資訊 服務業者	產業監督之公民團體、社 區機構、民間機構等	學齡 兒童	一般閱 聽大眾 或特定 職業訓 練
韓國	○	○	○	○	○		○	○	○	○	○	○	○
新加坡	○	○	○	○	○	○			○	○	○	○	○
澳洲	○			○	○		○	○	○	○	○	○	○

資料來源：本研究彙整。

本研究經上述五、六、七章研析歐、美、亞洲等三大地區國家於媒體素養發展後發現，歐洲與亞洲等地區國家相較於美洲地區國家於媒體素養國家政策發展規劃上最為完善，尤其歐盟與英國均有相關指令索引或法令規定，要求政府相關部會推動媒體素養之義務。除此之外，歐盟亦提供充足之資金，來促進公私協力與合作模式，並適時提供研究報告，對於歐洲各會員國制定媒體素養發展政策提出具體建議。英國 Ofcom 作為通訊與媒體產業主管機關，定期透過發布英國媒體素養相關之活動報告與國內公民媒體素養以及其他相關評估報告，盤點國內媒體素養推動情形與相應之成效。

韓國則是在 KCC 與相關部會的努力下，透過下社基金會或媒體中心的方式，讓媒體素養教育與近用理念深入社區與地方。新加坡設立專責媒體素養委員會方式，亦值得我國參考。

在資源整備部分，歐盟、德國、韓國、新加坡等國家規劃相較完善，除致力編列長期、定期之預算支持媒體教育與素養相關活動，同時也揭示補助計畫—歐盟所資助計畫在計畫網頁上，皆應表明資金來源；德國則是由補助之機關列舉與官方網站上，並針對每一計畫設有連結，民眾可隨時瀏覽。美洲地區官方角色則相對弱化，大多數由民間機構所主導，尤其公民團體相當活躍，至於亞洲雖帶有明顯官方色彩，積極透過設立專法或成立專職機關以整備媒體素養相關資源。

本研究進一步就各國於政府組織、法規與實踐作法之整備程度評估如下表 7-4。

表 7-4 各國推動媒體素養政策與監理制度比較表

國家／區域	政府組織		法規		實踐作法		
	中央職 司 部門	主責或 統籌單 位	專法	其他政 策法規	推動調 查 研究	提供資 金資助 民間媒 體素養 發展	舉辦媒體 素養推廣 活動
歐盟	2 個	O	X	O	O	O	O
英國	3 個以 上	O	X	O	O	X	O
德國	5 個	X	X	O	O	O	O
美國	2 個	X	X	O	O	X	O
加拿大	2 個	X	X	O	O	O	X
韓國	4 個	X	O	O	X	X	O
新加坡	4 個	O	X	O	X	O	O
澳洲	2 個	X	X	O	O	X	X

資料來源：本研究彙整。

第八章 我國媒體素養可採行相關政策研析

本研究前幾章蒐集整理我國及各國推動媒體素養之相關政策與經驗，包括盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，並從中研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等，歸納整理為以下四大題綱，包括我國媒體素養政策方向與制度、跨部門溝通合作平臺、公私協力合作模式與未來趨勢建議等四大面向，邀集我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開共六場次焦點座談會議（詳細會議記錄請見本研究附錄一至六），以凝聚產官學意見，並提出以下我國媒體素養可採行之相關政策研析，供主管機關參考。

第一節 現行政府部門推動媒體素養之制度

一、媒體素養之政策推動方向與範疇

本研究盤點國際間重要機構如聯合國教科文組織、歐盟、各國政府與國內外學者專家所提出之媒體素養定義與概念，從中發現，隨著資通訊與數位科技發展，在媒體與資訊逐漸匯流之際，對於媒體素養的討論範疇，也需要以新的複合式概念來理解。

例如聯合國教科文組織即提出一個涵蓋範圍更廣的複數素養概念——「媒體與資訊素養（MIL）」，來指涉媒體素養涵蓋範疇。除此之外，歐盟在探討媒體素養時，亦涵蓋各類媒體，包括傳統電視、報紙、電影到新興數位媒體等。

所謂媒體素養之「媒體」，如以狹隘的定義來看主要指傳統大眾媒體，包括電視、報紙、廣播等；但若以廣義的定義來看，可說是涵蓋各種資訊的載體，包括各類新興媒體和數位科技載具等。而除此之外，在「素養」的討論上，相關學者亦有討論程度上的差別。不管是強調了解與學習媒體產製技能的媒體「識讀」，或者是以建立閱聽人

思考與批判解讀能力之「素養」，在制定媒體素養相關政策時，識讀與素養等兩者概念均應有所區別且共同兼顧，才得以完善素養之教育。

本研究從各國發展政策與研析結果中也發現，媒體素養之政策應涵蓋複合式的概念、多重名詞與意義，在本研究焦點座談會議討論中，多數專家學者亦支持以複數素養概念來理解（周麗華，108年11月8日；林瑞婉，108年11月8日；謝翠玉，108年11月15日；林雅惠，108年11月15日；黃兆徽，108年11月15日；廖立潔，108年11月15日；羅世宏，108年11月15日；陳憶寧，108年11月15日；黃惠萍，108年11月15日；單文婷，108年11月15日）。因為如此，它在政策落實上需要涵蓋多重政策目標與跨部會的合作關係，才得以顧及各個面向發展。

本研究整理認同媒體素養係涵蓋複合式概念，且難以切分其定義之產官學專家論述，可歸納為以下三大觀點，一為從公民素養論出發，強調媒體素養為「公民素養」之一環，因此應從更宏觀的角度來檢視之，並由跨部會整合來共同推行（周麗華，108年11月8日；羅世宏，108年11月15日）；二則是有產官學專家意見認為，在數位匯流的時代下，傳統媒體與新興科技逐漸匯流，媒體與資訊之間的界線已模糊，因而也難以劃定其差別（林瑞婉，108年11月8日；謝翠玉，108年11月15日；林雅惠，108年11月15日；黃兆徽，108年11月15日；廖立潔，108年11月15日）。三則是有部分專家學者認為，無論政府在推動政策時如何定義其名詞或範疇，重點是應先釐清政策目標，媒體素養應是跨域概念，雖無法在政策制定上窮盡各種媒體素養發展現象，但至少在政策制定上應隨著時代趨勢與需要來改變，因此先訂定政策目標，即可著手進行（陳憶寧，108年11月15日；黃惠萍，108年11月15日；單文婷，108年11月15日）。

綜上所述，本研究建議我國政府部門在推動媒體素養之政策時，

同樣應以複合式概念來理解。雖有學者專家認為若不清楚定義媒體素養與資訊素養定義之差別，恐導致在政策推動面向上不夠周全或預算經費不足之問題(李秀珠，108年11月15日；邱家宜，108年11月8日)，但在科技匯流的情況下，媒體與資訊素養之界線已經漸趨模糊，為了喚起相關有責單位之重視，更需要政府依照趨勢與現況劃定清楚的政策目標，並透過妥善的分工與分權制度，才能夠落實完善的媒體素養政策。

資訊與媒體素養所指之面向仍可能是多元的，且讓民眾得以具備使用各種社群媒體或媒介科技之技能，同時也應偕同教育、媒體治理、科技發展等多元面向來提高閱聽眾對於媒體之認知、態度與知識等，包含應了解媒體產製新聞的架構、如何解構、閱聽眾是誰、呈現手法的正負面影響與訊息選擇之原因等，縱使媒體素養與資訊素養所指概念就定義上略有不同，但隨著科技發展與媒介使用方式改變，兩者確實已走向整合之趨勢。下表 8-1 為本研究焦點座談會議中，產官學界回應我國媒體素養政策推動方向之建議。

表 8-1 我國媒體素養政策推動方向之建議

觀點	專家意見
<p>觀點一：與公民素養密不可分</p>	<p>我認為這應該算在公民教育、公民素養裡…公民教育涵蓋範圍很廣但不受重視，各推各的部分，是否可統整，將公民所需具備的素養統整，如設立公民院整合去做分價，再做跨平臺的組織（周麗華，108年11月8日）。</p>
	<p>有關素養定義，我會把它當作現代公民的素養，但需要法律、媒體、資訊等素養，就是說媒體素養可以跟很多主題發生關聯，所以它不純粹只是技術，亦涉及公民身分、公民責任或說公民自決的認識，結合起來會有能力去批判、思考與判斷，在這樣的基礎下，公民素養內涵應與時俱進，要不斷地做調整（羅世宏，108年11月15日）。</p>
<p>觀點二：科技變革翻轉資訊接收模式，因此「媒體」界線模糊，難以劃定</p>	<p>這世代資訊素養與媒體素養混合一起，如網路兩者皆是。在這時代我們要求自己要有第二、第三專長，無法以單一技能了解世界，我認為兩者混合是沒問題的（林瑞婉，108年11月8日）。</p>
	<p>媒體素養包含數位、資訊，若只關注傳統頻道、無線、有線電視，顯然無法符合大家對這個主題的想像與需求（謝翠玉，108年11月15日）。</p>
	<p>關於範圍部分，從傳統媒體、新媒體至網路，不同媒體的影響息息相關，因大眾不會只接受單一平臺的訊息，尤其目前像 Facebook 使用頻率時間占比高（林雅惠，108年11月15日）。</p>
	<p>當我們在思考什麼是媒體，什麼是媒體識讀與媒體素養，媒體這兩個字本身已經不容易定義了，還要再區分大眾媒體、新媒體、新興媒體，其實我覺得定義本身已經很困難了。那在這樣的前提下不用特別區分它跟科技資訊素養，科技資訊素養是包含在廣義的媒體素養裡面，大家對媒體的包容度越來越大的時候，紙本、廣播、電視、網路，反而是媒體素養這個大框架下的小的單位（黃兆徽，108年11月15日）。</p>
	<p>在定義上，我認為媒體、資訊、科技不是三件事，而是一件事。媒體這個字本來就是中介者，所有事情應該是從資訊出發，之後被中介，以前可能是透過廣播、電視，現在的擴散工具加上資訊跟科技兩個載具（廖立潔，108年11月15日）。</p>
	<p>我比較贊成還是要定義媒體素養的範圍，不然說教了老半天範圍都偏向科學傳播或科普內容，那其實有一點浪費。大家還是要來討論什麼叫媒體素養，應該包含哪些內涵？…媒體素養可以是 inclusive，所謂 inclusive 就是我們把不同的意見囊括進來（李秀珠，108年11月15日）。</p>
	<p>媒體素養與資訊素養兩者之所以會混淆，牽涉到資源分配的問題，資訊素養是有經費的科目，傳播學界與 NGO 都知道需做媒體素養，但礙於經費限制，就將媒體素養內容夾帶在</p>

觀點	專家意見
	<p>資訊素養裡，而後逐漸混淆（邱家宜，108年11月8日）。或許跟資訊素養可以區分得更清楚，這可能到未來的協調推動去解決，但不能否認這兩個已經慢慢結合（何吉森，108年11月15日）。</p>
<p>觀點三：無論名詞為何或如何定義，媒體素養是跨域概念，要釐清目的訂立政策</p>	<p>媒體素養這個概念像我們在學校教的傳播理論一樣…縱使老師畢業自同一個學校，想法都不太一樣，這表示我們對這個概念是有分歧的。另外就是我們是不是大家都需要有一個共識，我覺得很難也沒有必要，共識這件事情是在這個社會下沒有標準，就是做就對了（陳憶寧，108年11月15日）。</p>
	<p>就媒體素養的範疇而言它需要 cover 很多東西，是比較 inclusive，那針對如何實施媒體體育，必須分正規與非正規的思考，要由不同部門推動（黃惠萍，108年11月15日）。</p>
	<p>我們沒辦法去窮盡定義這些內容，如果在網路上搜尋，可以出現多達 25 種以上關於數位素養、媒體數位素養的名詞解釋。媒體素養這詞應該要變，課程內容應該要有點調整，比如再多新增一點定義，以符合現在的趨勢，名詞上大家可以討論是否改叫數位媒體素養或是數位資訊媒體素養（單文婷，108年11月15日）。</p>
	<p>在課綱中，科技資訊與媒體素養是希望能夠培養學生善用科技資訊與各種媒體之能力，培養相關的倫理及媒體識讀、素養，並能夠分析、思辨、批判人與科技、資訊及媒體之關係。也因此科技資訊與媒體素養作為一個核心素養，在所謂八大領域中都應該具備此學習內涵，它並非一個單獨領域或議題，而是在八大領域都應該要有對應的學習內涵…這些連帶關係可能外界不是很理解，今後在課綱推動上可能需要做一些釐清（王浩然，108年11月15日）。</p>

資料來源：本研究彙整。

二、我國媒體素養政策制度

本研究依照各政府部會於媒體素養推動目標對象與目標取徑，劃分各部會於我國媒體素養推動政策中所處之相對位置，從中可發現，我國多數部會在媒體素養推動計畫上傾向關注於特定群體與議題，舉例來說，通傳會以廣電媒體為核心，透過政策輔導或補助業者推動媒體素養相關計畫；而文化部透過補助計畫協助出版業與廣電媒體製播相關媒體素養出版品與節目內容；科技部專注於補助相關科普與全民科技素養普查計畫；內政部則致力關注新住民數位落差與假資訊處理問題，惟教育部於媒體素養政策之推動對象上涵蓋範圍最廣，包含國

民終身教育和高中、國中、國小等國民基本教育等，並根據不同的對象訂定不同政策實施方式。

從研究國家中，多數國家在推動媒體素養政策上亦出現依職掌分責之現象。例如，英國通訊傳播產業主管機關 Ofcom 依照英國《通訊法》規定，有推動媒體素養政策之義務，因此 Ofcom 會定期梳理英國媒體素養相關之活動報告，透過調查公民媒體素養與其他相關評估報告來作為英國推動媒體素養政策之標竿；而英國數位文化媒體暨體育部（DCMS）則更關注於網路使用安全、線上傷害、霸凌等問題；除此之外，涉及網路安全與反恐議題則由英國內政部（Home Office）統籌；英國教育部（DFE）則關注公民（尤其特指學齡兒童）之基本數位技能（Essential Digital Skills）發展。

本研究彙整各國與我國推動媒體素養之政策制度如下表 8-2。

表 8-2 各國推動媒體素養之政策制度

國家／區域	政府組織	
	主責或統籌單位	其他職司部門
歐盟	媒體素養專家小組	視聽與媒體服務政策部門
英國	Ofcom	數位文化媒體暨體育部、教育部、內政部與貿易和工業部等
德國	X	德國聯邦媒體主管、聯邦政府文化與媒體辦公室、聯邦政府教育及研究部、聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部與各邦文教部長會議
美國	X	美國聯邦通訊委員會、美國教育部
加拿大	X	加拿大創新、科學和經濟發展部、加拿大廣播電視及通訊委員會
韓國	X	韓國通訊傳播委員會（韓國新聞促進基金會）、教育部、韓國文化體育旅遊部（地區視聽媒體中心、韓國新聞促進基金會）、韓國網路振興院和韓國情報化振興院
新加坡	新加坡媒體素養委員會	新加坡資訊通訊部、新加坡資訊通信媒體發展局、新加坡國家圖書館管理局
澳洲	X	澳洲通訊暨媒體管理局、兒童網路安全專員辦公室
我國	教育部 ¹⁹⁶	通傳會、文化部、衛福部、內政部、科技部等

資料來源：本研究彙整。

如表 8-2 所示，目前包括歐盟、英國、新加坡等國家對於媒體素養之推動設有主責或統籌單位；除此之外，多數國家推動媒體素養也絕非由單一部門總攬所有職權，而是依照推行目標來劃分職掌於通傳、資訊、文化與教育等部門，此外內政和婦女兒少保護部門亦可能肩負

¹⁹⁶ 教育部於 108 年召集跨部會與產業專家學者組成媒體素養教育推動會，並負責統籌媒體素養相關教育資源與政策。但本研究認為，相關職司部門亦應該依照自己的職掌與工作任務主責不同領域之媒體素養任務。

部分責任。

媒體素養涵蓋複合式概念，難以劃分職權讓單一部會來完全主導，因此在實務上，更應充分建立完善的部會分工與分權制度，並促進跨部會之間的橫向溝通與合作之機制，才有助於落實媒體素養之政策。

本研究透過焦點團體座談會議詢問專家學者意見，亦發現多數產官學代表都認為，我國推行媒體素養牽涉的部會多，職掌分工與成效僅在個別項目上呈現，但目前尚未有政府訂定完整之媒體素養推行方向與評估成效的共同指標。各單位各施其政，缺乏溝通交流的情況下，亦難達成綜效。因此，倘若我國也能有一個主責機關來負責統籌跨部會之合作，或設立中央政策溝通平臺，對我國媒體素養政策發展來說會更為有利（鄭人豪，108年11月8日；周麗華，108年11月8日；張書銘，108年11月15日；羅世宏，108年11月15日）。

換言之，就本研究產官學專家意見而言，多數均認同媒體素養政策需建立清楚的分工制度，且應涉及跨部會之間的溝通聯繫與合作，政策實行才具綜效。但對於我國實務上該如何落實跨部會之政策溝通平臺，或是否需由單一部會來主導跨部會之資源，則出現意見分歧，主要討論意見可歸納為以下三點：

（一）以教育部為主責機關

因為涉及教育與教育政策，與教育相關推動應由教育部主導，並透過國民教育、終身教育等政策來全面落實（鄭人豪，108年11月8日；林瑞婉，108年11月8日；劉昌德，108年11月15日；陳憶寧，108年11月15日；李慧馨，108年11月15日）。

（二）以文化部為主責機關

考量經費與鼓勵媒體產製，應以文化部為核心，並透過補助與獎勵措施，來鼓勵媒體產業發展媒體素養相關內容（邱家宜，108年11

月 8 日；賴乃綺，108 年 11 月 15 日；張明滄，108 年 11 月 15 日；洪依凡，108 年 11 月 15 日）。

（三）以通傳會為核心

通傳會主管我國通訊傳播業者，因此無論文化部或是教育部肩負什麼責任，通傳會在媒體素養政策中還是要扮演關鍵要角（謝翠玉，108 年 11 月 15 日；卓冠齊，108 年 11 月 15 日）。

上述三大意見看法主要是分別從「媒體素養教育」與「媒體治理」等兩大面向著力討論，對應的主管機關因而也有所不同。換句話說，若以教育為核心來推動媒體素養，教育部則應擔任重要的統籌單位；而若以媒體治理之角度來看，文化部與通傳會都應肩負重要責任。本研究彙整專家座談會議中針對媒體素養主責機關之建議如下表 8-3。

表 8-3 媒體素養主責機關之建議

觀點	專家意見
<p>觀點一：以教育部為主責機關來負責統籌跨部會之合作</p>	<p>教育部在國教、終教、青年署等，可以觸及的範圍很廣，若教育部能統整單位，由教育部來做媒體素養教育的效果比較好（周麗華，108 年 11 月 8 日）。</p>
	<p>主管機關還是教育部，可將台灣媒體觀察教育中心視為一個單位，後面小的協會共同把事情做好（羅世宏，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>以臺灣現在的政府主管業務來說，以教育部主導比較合適，當然還是需要其他單位協力（劉昌德，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>教育部放中間一定是最適合的，其他部會當然有牽涉都應該進來。但教育部放中間是在法條授權的時候，教育部是主管機關（陳憶寧，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>應該成立一個媒體素養教育法，教育部是主導，裡面要有基金會，由各單位出錢、要有法規規定成立媒體學習基金，且應吸納各部門代表、專家、公民團體跟教師代表（李慧馨，108 年 11 月 15 日）。</p>
<p>觀點二：以文化部為主責機關來負責統籌跨部會之合作</p>	<p>有關國民媒體素養可修法於《文化基本法》，行政院規定政府要有跨部門機制、協調，或捐助相關財團法人（邱家宜，108 年 11 月 8 日）。</p>
	<p>我傾向文化部主導內容，由內容去推行觀念，朝獎勵方向走（賴乃綺，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>認同主導機關為文化部。NCC 的政策標案的規格不划算，對業者而言沒有二次利用機會，如視障口白標案，一次性撥出沒有意義也沒有獎勵（張明滄，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>贊同主導機關為文化部。NCC 為高度監理單位，設專案小組等強度還是很高，內容需要有彈性空間，否則可能造成反效果。我們較需要資金補助於地方內容（洪依凡，108 年 11 月 15 日）。</p>
<p>觀點三：以通傳會為主責機關來負責統籌跨部會之合作</p>	<p>將教育與實際媒體政策擬定綁在一起，兩者很難並存，我認為教育部分毫無疑問是由教育部管理，但媒體管理、政策引導及輔助應該是 NCC。 我認為 NCC 適合的原因是政策工具，因文化部僅能提供補助，教育部或許比文化部適合，因其可利用課綱教育等（謝翠玉，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>立法耗時、耗成本，若以 NCC 主導，會對資金、內容製作方面有實質幫助（卓冠齊，108 年 11 月 15 日）。</p>

資料來源：本研究。

上述討論主要係依照各部會之間的專業分工與推動方向來劃分

主責單位。但各部會受制於平行機關之平等與分工制度，單一部會較難有強制力要求平行機關進行業務配合，因此在本研究專家座談會議中，亦有建議認為除了依上述不同媒體素養推動方向來劃定主責機關與業務分工制度之外，還須由行政院政務委員統籌資源分配、劃分各部會職能分工並規劃政策目標，以完善落實政策制度（許嘉倩，108年11月15日；曾黛如，108年11月15日；郭彩榕，108年11月15日）。

雖然由單一主責機關來統籌媒體素養相關政策便宜行事，然而在行政角度而言卻無法實踐跨部會橫向溝通之聯繫，亦可能造成政策方向重疊或資源浪費等問題。若能透過中央政策規劃來劃定各個部會的專司職掌與專業分工，再加上跨單位之間的橫向聯繫與統籌機制，會使我國媒體素養相關行政作業更具效益。

本研究盤點我國現有政策制度作法，媒體素養政策分散在各部會，各機關依其專業分工是最適切的運作模式，且最重要的是兩大部分，如終身教育與正規教育當然應由教育部規劃執行相關政策，而通傳會該負責的是媒體專業工作者的專業素養，以及透過專業素養所能發揮的媒體素養，其他包括文化部、內政部、衛福部等部會在媒體素養的角色相對微弱，惟關於網路治理相關議題如網路平臺和社群媒體卻成為政策目標的漏網之魚，因此建議我國應先確定網路治理職權分工，並將媒體素養討論領域延伸至網路世界（胡元輝，108年11月29日）。因為如此，於本研究焦點座談會議中，多數專家建議我國媒體素養政策應建立跨部會分工機制，並由行政院統籌橫向部會合作，以進一步研擬網路治理之職權分工。本研究彙整專家意見如下表 8-4。

表 8-4 我國媒體素養政策之跨部會分工與統籌合作之建議

觀點	專家意見
<p>觀點一：各機關依專業分工</p>	<p>我覺得是要看我們在媒體素養上要達成的目的，就可以由不同單位來負責不同事務（黃兆徽，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>所謂的媒體識讀、資訊素養、科技資訊跟媒體素養是大的，如果把媒體素養當核心來推，有各個面向，以各部會各自專長的地方去推動，這樣才不會說反正有專責機關，就由它去推，而且經費也只有那些你完全推動不了（何吉森，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>我會傾向是跨部會，應該去盤法源依據，哪個部會該整合處理進來，不建議都丟給教育部（葉大華，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>教育部放中間一定是最適合的，其他部會當然有牽涉都應該進來。但教育部放中間是在法條授權的時候，教育部是主管機關（廖立潔，108 年 11 月 29 日）。</p>
<p>觀點二：行政院層級來統籌跨部會合作與分工制度</p>	<p>我覺得可以建議跨部會，但要誰來統籌，應該是行政院決定（楊淑妃，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>行政院推動媒體素養，以識假、破假、抑假、懲假這四個部分去做，教育部是推動識假的主要單位，負責在各級學校和社會教育推廣媒體素養的觀念。所以，是否由行政院做跨部會的整合，就這四個面向各自有各自的職掌去處理（王浩然，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>個人覺得還是由政委去督導，或許唐鳳政委比較適合。另外，我不太傾向在民間做第三方專責基金會，可能還是在院裡面做委員會比較好，而委員會裡的組成很重要（黃偉翔，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>我覺得不能只靠行政院，但它有兩個目的，第一，象徵政府重視這件事；第二，實質上的整合部會（單文婷，108 年 11 月 29 日）。</p>
<p>行政院在一個重點階段介入，無論是由副院長或是政務委員層級，針對媒體素養做一個階段性的盤整跟規劃，我覺得是可以的（胡元輝，108 年 11 月 29 日）。</p>	

資料來源：本研究。

而若比較各國推動媒體素養法規政策制度（如下表 8-5），可以發現多數國家同樣透過法治機制來落實跨部門之間的分工機制，例如，歐洲體系國家雖未討論設立媒體素養之相關專法，但仍傾向將媒體素養推動義務在通訊傳播法規中實踐；而美洲國家則傾向以教育為核心。

除此之外，韓國整體而言在媒體素養法制化中最为完善，除了在傳播與教育相關法規中均落實媒體素養相關政策概念外，近年來亦積極討論設立媒體素養專法，透過立法來完善跨部會合作政策。

整體而言，由於科技變革，多數國家對媒體素養的想像跳脫傳統通傳思維，往數位資通訊面向發展，因此將媒體素養與數位素養融合規劃是目前趨勢。此外，媒體素養意涵也常出現在兒童與青少年保護相關法規制度中，而近年來由於假訊息流竄，在內政、資訊等部門起草之法規也能看見媒體素養的內涵法制化的現象。

表 8-5 各國推動媒體素養政策法規層面比較表

國家／區域	法規			
	專法	將媒體素養相關意涵規範於其他法規中		
		通傳政策法規	教育政策法規	其他政策法規
歐盟	X	《視聽媒體服務指令》	X	《關於保護未成年人和人類尊嚴以及有關歐洲視聽和網路資訊服務業競爭力價值競合回應》
英國	X	《2003 通訊傳播法》	「基本數位技能框架」	《數位憲章》
德國	X	《全德跨邦廣播協定》	X	《跨邦電視及電子媒體人性尊嚴及兒少保護協定》
美國	X	《1934 年通訊法》、《1996 年電信法》	X	《21 世紀技能促進基金草案》與《青年健康媒體行為草案》未通過
加拿大	X	X	X	「創新和技能計畫」與《數位憲章》
韓國	《媒體教育促進法案》 (尚在立法程序)	《綜合有線廣播法》、《放送法》	《人格教育法》	《青少年保護法》、《非營利組織支持法》
新加坡	X	X	X	「數位整備藍圖」與「數位媒體和資訊素養架構」
澳洲	X	X	X	《2017 年兒童線上安全修正法案》
我國	X	X	X	《兒童及少年福利與權益保障法》

資料來源：本研究。

本研究梳理各國推行媒體素養的方法(如下表 8-6)發現,歐洲、美洲國家皆有進行調查盤點國內媒體素養發展現況,尤其英國更建立完善的媒體素養研究體系,每年固定調查,又於發布報告的同時舉辦研討活動,梳理境內媒體素養發展情形,並提出未來趨勢與建議。在亞洲部分,除了澳洲有明確建立媒體素養指標外,其他國家並未發展完善的調查報告。

資金供給的部分,則以歐盟規劃相對完善,編列長期穩定資金來推動媒體素養相關教育活動。德國則於部會設有資金申請機制,並將各資金供給情形、執行成果完善公布於部會網站,供民眾參考。至於推行定期活動與實踐上,則按各國對媒體素養的目標與想像,發展出各具特色的項目。

盤點國家中,僅英國明訂英國 Ofcom 具有推動媒體素養並進行媒體素養相關的研究的法定職責;而歐盟與新加坡則以推動媒體素養專家小組或委員會的方式,匯集產官學專家,打造跨部門、跨領域的國家智庫,透過定期會議凝聚多方利益團體觀點,同時肩負政策方向擬定的職責,可供我國建立跨部會溝通合作平臺之參考。

表 8-6 各國推動媒體素養政策層面比較表

國家／區域	實踐作法					
	推動調查研究		提供資金資助民間媒體素養發展			定期舉辦媒體素養推廣活動
	建立指標	調查		長期穩定資金 (3年以上)	短期專案資金	
定期		不定期				
歐盟	O	X	O	終身學習計劃、 Erasmus+	X	歐洲媒體素養週、 媒體素養新創獎
英國	O	O	O	X	X	媒體素養研究報告發布與相關 會議
德國	X	X	O	X	德國聯邦媒體主管、文化與媒體 事務專員設有資助項目可申請	從資助項目延伸「視覺電影院」
美國	X	X	O	X ¹⁹⁷	X	美國國家資訊素養意識月 ¹⁹⁸
加拿大	X	X	O	X	創新和技能計畫	X
韓國	X	X	X	X	學校媒體教育強化計畫	X
新加坡	X	X	X	X	國家資訊素養計畫； 來源、理解、研究、評估運動	更好的網路運動
澳洲	O	X	O	X	X	建構澳洲網路犯罪線上報告網路
我國	X	X	X	X	O	X

資料來源：本研究。

¹⁹⁷ 2016年起美國 FCC 曾釋出《2016年生命線現代化命令》報告，該報告中建議應擴大美國普及服務基金補助範圍，除既有數位包容政策外，亦應涵蓋數位素養之相關計畫，但目前尚未正式落實。

¹⁹⁸ 本由歐巴馬總統推行，換執政者後改由民間團體自辦。

第二節 政府各部會建立跨部門溝通合作平臺

綜整上述政策建議，本研究認為因媒體素養政策涵蓋面向廣，需要有跨部會之分工與分權，才助於鞏固不同面相之媒體素養政策。同時，亦應建立跨部會之間的橫向溝通合作平臺，透過中央層級之部會制定政策方向與資金分配，連結各部會建立溝通機制，才能有效發揮政府跨部會綜效，動員不同部會的資源與力量。

本研究參酌國外發展經驗，發現歐盟與新加坡等國家以推動媒體素養專家小組或委員會的方式，匯集產官學專家，打造跨部門、跨領域之專責工作小組，並透過定期會議方式來匯集多方利益團體與觀點，同時肩負政策方向擬定的職責。除此之外，韓國與英國在推動媒體素養政策上雖未設立專責之媒體素養委員會，但英國 Ofcom 作為通訊傳播事業之主管機關，在內部亦設有「媒體素養小組」，延聘外部委員，以助益籌備媒體素養相關活動、研究調查並參與國際間相關議題討論；至於韓國通訊傳播委員會設有「韓國新聞促進基金會」、韓國文化體育旅遊部則分別設有「地區視聽媒體中心」與「韓國新聞促進基金會」，由政府提供資金設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心，在人力編組與資源上較為穩定，同時地區媒體中心也有助紮根在地，與民間團體合作達成公私協力。除此之外，韓國近年來也積極推動設立媒體素養專法，希望能成立媒體素養之專責委員會，除定期舉辦跨部會溝通會議之外，亦會針對媒體素養相關政策擬定未來發展建議。

德國聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部（BMFSFJ）則籌設多方利益相關者平臺——「網路對話（Dialog Internet，2010-2013年）」，並釋出「媒體素養報告（Medienkompetenzbericht）」，調查德國境內媒體素養發展現況以建立數據庫，助益德國政府媒體素養政策規劃。

本研究綜整上述內容，整理各國建立媒體素養跨部會溝通合作平臺之建議，主要可分為以下三種作法（如下表 8-7）。

表 8-7 推動跨部門溝通合作平臺之建議作法

	政策工具	案例	優點	缺點
作法 1	設立專法或修法	南韓《媒體教育促進法案》	有強制執行的法令依據；立法規定明確	立法程序較為費時；就政策工具實踐困難度最高
作法 2	成立媒體素養專責委員會	歐盟媒體素養專家小組；新加坡媒體素養委員會；德國「網路對話」平臺	可匯集多方利益團體與觀點；定期制定新政策	容易因資金來源缺乏、政策方向改變而導致執掌與設置政策不連貫
作法 3	設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心	歐盟終身學習平臺；南韓社區媒體基金會(CMF)；韓國新聞促進基金會(KPF)	由政府提供資金，在人力編組與資源上較為穩定；可與民間團體合作達成公私協力	由各部會各自主導，難以形成跨部會合作

資料來源：本研究彙整。

無論是透過立法、設立媒體專責委員會或成立第三方媒體素養推動專責基金會等，每一種方式背後都隱含不同政策考量，亦將面臨不同層次的挑戰。本研究總結座談會中專家學者之意見，多數意見贊成以設立媒體專責委員會或成立第三方媒體素養推動專責基金會來作為我國媒體素養政策短期目標，並以立法或修法相關措施作為未來長期目標（郭聯德，108 年 11 月 29 日；王浩然，108 年 11 月 29 日；張怡榆，108 年 11 月 29 日；張明滄，108 年 11 月 15 日；廖立潔，108 年 11 月 29 日；楊淑妃，108 年 11 月 29 日；劉昌德，108 年 11 月 15 日）。

一、對政府各部會建立跨部會溝通合作平臺之短期政策建議

（一）由行政院統籌設立媒體素養專責委員會

本研究參酌歐盟與新加坡等國家之作法，發現各國政策經驗中，為了建立跨部會溝通合作平臺，成立媒體素養專責委員會是方法之一。

因此，本研究透過焦點團體座談會議，彙整專家座談會議中對專責委員會之成立方式與任務職掌，多數專家學者認為應由行政院副院長或政務委員來統籌各部會之協調工作，並同時將媒體素養為國家長期政策與執行方案。由政委主導設立專責委員會，除應包含各部會代表之外，亦應外聘相關領域之專家業者加入，以周延政策規劃（葉大華，108年11月29日；胡元輝，108年11月29日；邱家宜，108年11月29日；何吉森，108年11月29日）。

（二）媒體素養專責委員會同時可作為國家智庫之角色

我國民間團體與學界有許多專家十分關注媒體素養發展，因此更應善用外界多年來的研究成果，並參考新加坡媒體素養委員會之作法，除召集跨部會溝通合作機制外，更應該尋求學界、民間團體等各方意見來作為我國媒體素養政策之智庫，以協助政府擬制政策、檢視政策方向與多方交流等，並透過定期調查擬定施政計畫，提供政策方針（陳憶寧，108年11月29日；卓冠齊，108年11月29日）。

（三）行政體系各單位亦應下設置專責委員會推行

而除了由行政院召集成立跨公、私部門之媒體素養專責委員會之外，有學者建議，亦應仿效我國《環境基本法》、《性別平等教育法》等制度，以法規要求不同性質部會間均應設立專責媒體素養委員會，並依各自行政專業分工，於職司範圍內統籌並考核相關施政成效，以達資源統合與應用綜效（羅世宏，108年11月29日；李慧馨，108年11月29日；黃惠萍，108年11月29日）。

本研究彙整專家學者認為應以成立媒體素養專責委員會來推動我國跨部會溝通合作平臺之建議如下表 8-8。

表 8-8 成立媒體素養專責委員會之政策建議

觀點	專家意見
<p>觀點一：由行政院統籌設立媒體素養專責委員會</p>	<p>從實務上來說，行政院下要有政委來處理跨部會的整合資源、調動、預算、法律盤點才會有用，才能在那個平臺上去形塑說為什麼需要立法等可以討論立法（葉大華，108年11月29日）。</p>
	<p>行政院應該責成副院長或政務委員做部會間的協調，同時宣示這是一個長期的方案，作為最上層的機制（胡元輝，108年11月29日）。</p>
	<p>經費要由政府適度提供，第三部門較彈性，在政策面方向是要政委層級的任務編組，如科技會報或文化會報，以政委督導（邱家宜，108年11月8日）。</p>
	<p>我會認為很多學界和民間很多人想做但缺乏資源，所以從公私協力這邊，在資源整合這邊有沒有可能放在行政院，由政委或是行政院委員會去整合議題，然後把相關部會放在一起做資源統籌（何吉森，108年11月29日）。</p>
<p>觀點二：媒體素養專責委員會同時可作為國家智庫之角色</p>	<p>所以我覺得要有一個組織，清楚資源在哪裡、資源正當分配很可惜。所以要有一個主管單位，主管單位要成立一個外援，也許是智庫。比如美國，智庫非常重要，大家都很忙的時候，由至智庫去做研究調查對政策制定很重要，智庫可以容納很多專家學者去做調查，幫助政府為擬制政策、檢驗的標準與公民接觸交流（陳憶寧，108年11月15日）。</p>
	<p>立專法的國家不多，而立法對業者而言長期是必要的。作法二、三隱含智庫概念，我們實際執行面上也需要智庫的資源、監督，如綱領了解如何實作，或者年度提供近期計畫。智庫要有定期調查，給予我們方向性（卓冠齊，108年11月15日）。</p>
<p>觀點三：行政體系各單位亦應下設置專責委員會推行</p>	<p>現在既然各部會有相關政策與經費要執行，那個部會亦應有內部結合利害相關人，包括媒體業者、學者專家、公民團體可以一起來做，成立各自的媒體素養委員會，在各部會內部有那麼多業務跟預算要推行媒體委員會，至少要有管理考核跟績效展示的專業委員會，另外也要</p>

觀點	專家意見
	設置與外流之窗口（羅世宏，108年11月15日）。
	所以像媒體素養如果有法的話，他才會有預算，那依法成立委員會，委員應是跨部會的。其實還有一個方法就是教育部或教育局都有一個終身學習推展委員會，那這個委員是跨部門的，有各方代表會進來，每半年開一次會分享各單位針對終身學習做了哪些事情。還是要有專法比較好，因為半年開一次會跟有專法有基金有專職執行者的情形會差很多，無論移民署、教育部他們只是做行政而已，真正主導者是裡面的專家學者（李慧馨，108年11月15日）。
	各部會內部要有一個負責的單位，但尚需跨部會統籌窗口，剛剛雖然說專法很難成立，但《環境基本法》還是通過了，所以應該要雙軌進行，但是我也贊成也許可以先成立像新加坡這種專責委員會，這是過渡期間的作為，不是站在原地等待法源修訂（黃惠萍，108年11月15日）。

資料來源：本研究。

二、 設立第三方媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心

而除了由中央政府來統籌設立跨部會之溝通合作平臺與專責委員會之外，有專家建議，由上而下的政策推行，常常會忽略民間社會實際的需求，因此創建政府與公民合作機制是貫徹與實踐政策的關鍵，故多數產官學專家都認同除設立專責委員會來負責政策制定外，亦需要設立第三方基金會或推廣中心來實踐媒體素養政策，且能避免讓公權力介入過深，而引發言論自由箝制之疑慮。本研究總結產官學專家認同應設立第三方媒體素養推動專責基金會或推廣中心之優缺點意見彙整如下表 8-9。

表 8-9 第三方媒體素養推動專責基金會或推廣中心優缺點比較

優點	缺點
<ul style="list-style-type: none"> ● 目前最容易、最快速可以做的。 ● 由一些有想法的民間團體、NGO 去經營的話，會很有熱情地去做事。 ● 資源多元。 ● 廣納各個領域人才。 ● 避免公權力介入，實踐效率較好。 	<ul style="list-style-type: none"> ● 可能面臨資金不到位或是強制性的問題。 ● 無法指揮既有政府機構。 ● 執行的第三方組織的公信力與民眾信任程度難評估，不易尋得。

資料來源：本研究彙整。

誠如上表 8-9 彙整，由第三方推動媒體素養縱有彈性與效率等效益，但亦將面臨資金不連續、不具強制力等問題，又第三方媒體素養推動專責基金會或推廣中心無法指揮既有政府機構，在資源整合方面發揮效益有限。對此，本研究彙整專家對於設立第三方媒體素養推動專責基金會或推廣之中心之作法，整理如下表 8-10。

表 8-10 第三方媒體素養推動專責基金會或推廣之中心之作法

觀點	專家意見
設立第三方媒體素養推動專責基金會或推廣之中心之建議	成立另一個第三方基金會，但在臺灣可能無法指揮既有政府機構。跨部門的合作該怎麼做，行政院是否能有平臺，或如何令現在的委員會更有效連結，又牽涉到各部會之間本位思考的問題（鄭人豪，108 年 11 月 8 日）。
	民間與政府合作的機制如何建立，我認為應有一個健全、持續、長期的第三部門來推動媒體素養，可請教育部贊助財團法人，政府應去強大一個第三部門，初期贊助以令其能運行（邱家宜，108 年 11 月 8 日）。
	從執行面來看，設立第三方媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心是否由單一部會主導？若編制基金會，對業者而言有單一窗口，也或許更能支應未來隨著科技進步產生更多問題（賴乃綺，108 年 11 月 15 日）。
	第三方是諮詢性質，需有主責單位盤點目前部會情況並回報，視不足之處再補助（張書銘，108 年 11 月 15 日）。

資料來源：本研究。

簡言之，僅有第三部門實踐效益不大，尚須配合行政院跨部會的

機制協調運作，才有助於民間第三部門的推廣與實踐。

我國過去依照不同的政策目標，曾設立包括「iWIN 網路內容防護機構」、「消費者文教基金會」與「台灣創意設計中心」等第三方專責基金會或推廣中心。

iWIN 網路內容防護機構是依照《兒童及少年福利與權益保障法》第 46 條授權，由通傳會邀請各目的事業主管機關，如衛生福利部、教育部、文化部、內政部警政署、經濟部工業局以及經濟部商業司等共同籌設；消費者文教基金會則為非政治、非營利的純民間組織，也因為其積極運作，成功催生《消費者保護法》。至於台灣創意設計中心則是另一個以第三方推動政策規劃的案例，其係經濟部為推動文化創意產業發展，於 2003 年邀集經濟部工業局、國貿局等單位協助成立，其雖不具法源依據，但由於經濟部有給予穩定資源，加上中心執行長自行籌資，運作相對穩定。

無論選擇以哪一種模式推動媒體素養第三方運營組織，縱然成立的方法與施行方向不同，但在民間監督的力量潛移默化中，仍有可能催生出修法或立法作為。

我國媒體素養發展政策中，可以參考上述三種第三方基金會或推廣中心成立之作法，無論是透過法源依據來設立媒體素養專責推廣中心，或由政府輔導方式成立第三方基金會等，都應使推廣之成效得以量化、彰顯，因此未來倘欲以第三方基金會或推廣中心來作為媒體素養之主要落實單位，亦應建立評鑑制度，以檢視政策與推廣媒體素養政策之成果（周麗華，108 年 11 月 8 日）。除此之外，成立第三方媒體素養推廣基金會或推廣中心的前提，更需要與中央有良好的溝通與合作模式，透過行政院所設立的跨部會媒體素養委員會作為專責單位，並進行公私部門之協調與溝通，其主要作為有三，首先是釐清媒體素

養教育與政策之意義，其次應協調整合公部門與私部門的資源，包括媒體觀察基金會、公視兒少資源網等，最後則應發展出有效應對之教材，雖然教材可透過外包製成，但至少應確立主責單位的職責，除了協調整合各界資源，亦應著手創意發想與知識轉譯（黃惠萍，108年11月15日；羅世宏，108年11月15日；李慧馨，108年11月15日；陳順孝，108年11月29日）。

三、 對政府各部會建立跨部會溝通合作平臺之中長期建議

而除了上述兩大短期政策目標外，在本研究專家座談會議中，亦有多位學者建議我國對於媒體素養政策長期推廣而言，還是需要有明確法源依據，以助益相關機構運作（羅世宏，108年11月15日；李慧馨，108年11月15日）。

無論以專責委員會或設置第三方組織偕同推動模式運作皆須有完善的制度，針對其設置、目的、職司與考評機制等透過立法來明確規範，因此多數產官學專家建議縱使修法程序繁複、耗時，但為推動政策的資源穩定性、目標明確性與組織正當性都應有法源依據。

例如，有專家認為應該設立媒體素養專法，並將設立媒體素養專責委員會之執掌、任務、預算等規劃寫入法規當中，如此即可充分落實媒體素養發展，並使主管機關依法遵循；除此之外，有部分專家認為可修訂各主責機關之基本法，例如修訂教育部《終身學習法》，文化部《文化基本法》或通傳會《數位匯流法》等，來實踐媒體素養法治措施；然有部分意見則主張立法曠日廢時，立法程序容易使相關政策流於形式，而無法具體落實政策。本研究綜整上述專家學者之建議如下表 8-11。

表 8-11 我國媒體素養政策之法制建議

觀點	專家意見
<p>觀點一：主張設立專法來實踐媒體素養法治建議</p>	<p>長期則以法源依據立專法。若只是立一條在專責單位，跨部會要很多協調，很難、侷限小地方（張怡榆，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>還是要有專法比較好，因為半年開一次會跟有專法有基金有專職執行者的情形會差很多，無論移民署、教育部他們只是做行政而已，真正主導者是裡面的專家學者；媒體素養如果有法的話，他才會有預算，那依法成立委員會，委員應是跨部會的（李慧馨，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>若我們有一個媒體素養推動法，那我們就可以類似像《環境基本法》、《性別平等教育法》，就算是不同性質部會都要設性平會；在有法源依據的情況下引進利益相關人、第三部門、業者參與的機制、監督甚至規劃該部會推動媒體素養之政策，對外需要是可以苛責、問責的（羅世宏，108 年 11 月 15 日）。</p>
<p>觀點二：透過增修現行法律來實踐媒體素養法治建議</p>	<p>現在時間點立專法不是很恰當，緩不濟急，可設權限、經費的一條。可能以《終身學習法》作為法源依據（張書銘，108 年 11 月 15 日）。</p>
	<p>不用立專法，重點是執行，有關國民媒體素養可修法於《文化基本法》（邱家宜，108 年 11 月 8 日）。</p>
	<p>我想到的法是因應未來數位的发展，數位匯流主要的大趨勢，那我們政府現在也打算要訂定《數位匯流法》，很多言論與素養的問題其實是發生在網路上（游惠容，108 年 11 月 8 日）。</p>
<p>觀點三：主張不須立法之意見</p>	<p>我不是很贊成立法，在台灣大家好像覺得立法就沒事了，問題就可以解決（胡元輝，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>我覺得立法是非常遙遠的事，就算立起來也是徒具形式（單文婷，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>我認為不是沒有法的問題，而是法有了但是治不足、普及率也不夠，是落實的問題，要立專法是曠日廢時，但重點是落實跟執行，怎麼提升利害關係人的能力（葉大華，108 年 11 月 29 日）。</p>
	<p>現在媒體素養是還沒立法，我是覺得台灣什麼事情最後都是要靠立法來做，所以最後中小學負荷壓力就很大（楊淑妃，108 年 11 月 29 日）。</p>

資料來源：本研究。

由上分析可發現，無論從國外發展經驗或我國專家學者之建議來看，對於我國媒體素養之跨部會溝通合作平臺之建議其實並不局限於一種政策實踐的思考，而是依照短中長期之政策規劃，在不同的時間

點達成不同的目標，藉此來達成完善政策目的。

就短期目標而言，可先由行政院召集跨部會與民間團體、專家學者等共同籌組媒體素養專責委員會，作為國家智庫之角色，來協助研擬未來媒體素養相關政策與制度；除此之外，亦可透過政府輔導或民間團體力量，成立第三方媒體素養專責基金會、協會或推廣中心，以深化媒體素養政策落實成果；除此之外，就長遠目標來看，可透過修法或設立專法將媒體素養相關政策落實法治作業，以完善政策預算、制度與相關資源，實為我國政府可參考之實踐方式（劉昌德，108年11月15日；謝翠玉，108年11月15日）。本研究彙整專家建議之短中長期目標作法如下表 8-12。

表 8-12 我國媒體素養政策之短中長期政策建議

觀點	專家意見
我國媒體素養政策之短中長期政策建議	<p>這三種作法並沒有互斥，也許可以用短中長期來看，但我自己會認為目前最有效的作法為第二與第三作法可以開始推動了，不管立專法或修法本來就是曠日廢時的事情，那一定放在最後，還是要按照階段來做（劉昌德，108年11月15日）。</p> <p>三種方法沒有衝突，初期由行政院政委處理，第三方部門、智庫或基金會需要時間培育，且無公權力。時序上先由中央權責單位擬定主導單位，若未來目標成立基金會或第三方部門，立法一定要有依據，但不一定需要專法，媒體素養可能不需到法律層級，也許以行政命令方式，只要推動能有法源依據即可（謝翠玉，108年11月15日）。</p>

資料來源：本研究。

第三節 政府與民間團體推動公私協力合作模式

一、 推動公私協力合作模式之建議

而除了由政府部門之間組成跨部門之溝通合作平臺之外，在本研究座談會議中，包括羅世宏教授與陳憶寧教授都提及「政府和社會資本合作（Public—Private—Partnership，PPP）」模式，他們認為除了政府政策之規劃與落實外，還需要整合公民團體、業者與專家學者的能量，共同推動相關政策（羅世宏，108年11月15日；陳憶寧，108年11月15日），如下表 8-13。

表 8-13 推動公私協力合作模式之建議

觀點	專家意見
推動公私協力合作模式之建議	我一直贊成是 PPP（Public—Private—Partnership）的模式，就是官方、業者與公民團體三方（陳憶寧，108年11月15日）。
	從執行面著手，PPP（Public—Private—Partnership）還是最重要的模式，因為由官方主導很難成功或者會有問題，那 PPP 的部分當然政府官方一定是一個，需要挹注資源角色，民間部門包括媒觀各種第三方民間組織，還有業者包括臉書平臺、MSO 中嘉、富邦等（羅世宏，108年11月15日）。

資料來源：本研究。

本研究盤點各國媒體素養推動作法與發展經驗中，亦發現包括公共媒體業者、商營媒體之行業組織或公會均在媒體素養發展政策中扮演了重要角色，如下表 8-14。

表 8-14 各國媒體業者推動媒體素養比較表

業者 國家	公共廣播電視媒體	商業廣播電視媒體	媒體相關行業公會
歐盟	X	X	O
英國	O	X	O
德國	O	X	O
美國	O	O	O
加拿大	O	X	O
韓國	O	X	O
新加坡	X	X	X
澳洲	O	O	O
我國	O	O	O

資料來源：本研究彙整。

由上表 8-14 可知，各國公共廣播電視媒體業者與媒體相關行業公會或基金會對媒體素養的推動較為積極，對於計畫實施的目標對象與方法等也略有不同（如下表 8-15）。

公共媒體在推行媒體素養上多從媒體教育、培養訪問、近用之技能與創作內容為主，主要會透過影片教學、開設工作坊或開辦媒體製作體驗平臺執行，推動媒體素養之主要目標對象包括大眾、兒童、青少年和教職工作者等。此外，國外報業組織亦積極推行媒體素養，如加拿大報紙協會及加拿大社區報紙協會（CCNA）聯合組成加拿大新媒體協會，即致力於提供新聞從業者新聞培訓與教育，而其前身加拿大新聞報業聯盟亦針對中、小學學校和教師推行「加拿大新聞教育」媒體素養課程教學指南。

表 8-15 公共廣播電視媒體業者推動媒體素養比較表

業者	主要目標群眾	主要目標	具體方法
英國廣播公司	一般民眾	<ul style="list-style-type: none"> · 培養訪問、近用之技能 · 理解內容文本 · 創造內容文本 	<ol style="list-style-type: none"> 1、製作數位技能網路教育電影 2、提供教材，推動自學式網路學習 3、針對如言論自由、網路安全等，開設專案項目 4、開設數位創意專案，如 Connect and Create
德國公共廣播聯盟	兒童和青少年	<ul style="list-style-type: none"> · 培養訪問、近用之技能 · 批判思考接收資訊 · 創造內容文本 	<ol style="list-style-type: none"> 1、針對不同年齡層需求細緻規劃相應資源 2、開設青少年實習廣播電台、媒體工作室
	大眾	<ul style="list-style-type: none"> · 假新聞辨識、排除 	<ol style="list-style-type: none"> 1、推動事實查核系統 2、發展高品質新聞
美國公共廣播電視公司	從事教職者	<ul style="list-style-type: none"> · 培訓教職人員媒體素養教學技能 	<ol style="list-style-type: none"> 1、媒體素養憑證認證線上課程 2、開設 PBS 教育提供教育者各類資源，如教學影片、互動內容與課程計畫
	學生	<ul style="list-style-type: none"> · 培養訪問、近用之技能 · 創造內容文本 	開放學校或社區申請「學生報告實驗室」，帶領學生創作新聞影音作品。
加拿大廣播公司	大眾	<ul style="list-style-type: none"> · 假新聞辨識、排除 	<ol style="list-style-type: none"> 1、發布的假新聞指南 2、製作影音教育短片
韓國教育廣播公社	兒童	<ul style="list-style-type: none"> · 推動媒體教育 	製作媒體教育節目
	學生	<ul style="list-style-type: none"> · 培養訪問、近用之技能 · 創造內容文本 	推動專案計畫，教導學生製作新聞
韓國文化廣播公司	在地小學生和弱勢族群	<ul style="list-style-type: none"> · 培養訪問、近用之技能 · 推動媒體教育 	設立區域媒體教育中心，推動媒體製作與素養教育
韓國放送公社	大眾	<ul style="list-style-type: none"> · 推動媒體教育 · 培養訪問、近用之技能 	<ol style="list-style-type: none"> 1、成立媒體教育部門，提供觀眾媒體教育 2、成立培訓中心，提供媒體教育志工視頻製作培訓

業者	主要目標群眾	主要目標	具體方法
澳洲公共電視臺	大眾	<ul style="list-style-type: none"> • 培養訪問、近用之技能 • 推動媒體教育 	3、設有 ABC Education 推動媒體素養 4、籌劃「媒體素養週 (Media Literacy Week, MLW)」相關活動 5、製作相關課程資源，協助學生族群了解新聞和相關資訊產出的方式，並引入媒體教育合作夥伴計畫，來與學校機關合作。
我國公共電視	大眾	<ul style="list-style-type: none"> • 培養訪問、近用之技能 • 了解媒體製播方法與流程 	1、製播相關媒體素養教育影音節目與社群內容 2、設立公民新聞平臺

資料來源：本研究彙整。

在公民團體的部分，歐盟的媒體素養相關組織在歐盟執委會大力支助下，不僅規模大，且營運相當穩定，支援歐盟辦理媒體素養調查或相關活動。此外，歐盟與德國皆發展出大型的聯合協會，透過民間團體與機構之間的整合，以發揮更大的綜效。

歐洲素養策略聯盟成員包括來自 28 個歐洲國家（包括 24 個歐盟成員國）的 77 個組織，主要從事歐洲素養政策制定和閱讀推廣；而德國媒體教育與傳播文化協會則匯集來自研究和業界各領域對媒體教育和媒體素養有興趣的成員，為德國全國性的教育、文化和媒體政策努力。由於成員多且廣，這兩個組織扮演素養策略交流平臺，有助於發展涵蓋所有年齡層之媒體素養政策。

美國與加拿大則因為公民團體為國家媒體素養發展主力，因此多歷史悠久，而隨著科技變革，其組織型態稍微改革，其關注的領域也從傳統媒體走向線上網路多元平臺。

本研究彙整各國推動媒體素養之跨部會與公私協力模式，其中可以發現在公私協力的部分多由政府提供資金並交辦民間團體一定任務，而民間協力者則主要是透過組織間之合作，冀望達成資訊交流、資源統合並發揮綜效之目的。

其中，歐盟終身學習平臺是公私協力合作模式之代表，其係由包括六個歐洲非營利組織共同成立，倡議為教育和培訓領域所有感興趣的民間社會行為者建立一個開放的諮詢平臺，透過歐盟的 Erasmus + 計畫資助，致力推動歐洲公民終身學習，此外亦投身加強民間社會組織和公共當局之間的對話，使教育系統現代化並支持公共部門的創新。歐盟目前也著手規劃「歐洲數位媒體觀測站」整合民間與官方力量，共同打擊不實資訊，並支持推動媒體素養政策。

德國聯邦家庭事務、老年、婦女及青年部（BMFSFJ）則籌設多

方利益相關者平臺—「網路對話 (Dialog Internet, 2010-2013 年)」，並定期釋出「媒體素養報告 (Medienkompetenzbericht)」，調查德國境內媒體素養發展現況以建立數據庫，助益德國政府媒體素養政策規劃。

在民間合作的部分，「歐洲媒體素養憲章」(The European Charter for Media Literacy) 透過共同規章的簽署，確立了媒體素養推動的目標與方針，並透過簽署組織間的交流，促進歐洲媒體素養發展策略之統合與創新。

因此，本研究建議在推動公私協力合作模式上，可以參考歐盟「歐洲素養策略聯盟」、「歐盟終身學習平臺」或「歐洲媒體素養憲章」之制度，由民間團體、業者或相關基金會之間自主設立共同規章與聯盟組織，以壯大媒體素養民間單位之力量與規模，並在政府的輔導之下建立橫向之合作機制與對話空間，扮演國家智庫之角色，以協助政府制定媒體素養政策之目標與方針。

二、 政策前盤點現狀，政策後建立評估成效的評鑑指標

無論是以哪種方式推行跨部會溝通合作平臺或公私協力合作模式，政策施行成果亦是媒體素養政策執行一大關鍵，實需要建立政策實施之成效評估機制，來作為檢視我國媒體素養相關政策之成效與目標 (李秀珠，108 年 11 月 15 日；周麗華，108 年 11 月 8 日)。本研究彙整專家意見如下表 8-16。

表 8-16 建立評估成效之評鑑指標建議

觀點	專家意見
建立評估成效的評鑑指標	<p>美國曾經評估發現，一個國家的媒體素養跟國力有關係，所以推動的評估很重要，一定要有一套指標計算 KPI (李秀珠教授，108 年 11 月 15 日)。</p> <p>如中小學 Coding 辦全國競賽即可展現。普及表現在數據上，媒體最重要的是可視度，透過活動擴大影響，有內容就能行銷策略，擴大參與及深化影響(周麗華，108 年 11 月 8 日)。</p>

資料來源：本研究。

本研究梳理各國推行媒體素養的方法亦發現，包括歐盟、英國、德國、澳洲等國家皆有定期或不定期之計畫來進行媒體素養相關調查，以盤點國內媒體素養發展現況。尤其英國更建立完善的媒體素養研究體系，每年透過固定調查並籌辦相關研討活動，一方面梳理境內媒體素養發展情形，並透過研討活動了解產官學界之意見，以綜整提出未來趨勢與建議；而澳洲通訊暨媒體管理局（ACMA）亦有建立媒體素養之相關指標，以作為完善國家制度之重要參考。

我國科技部歷年來曾透過補助方式獎勵全國學術性團體辦理學術推廣與研究計畫，包括補助執行「科技素養計畫—公民科技素養調查研究」、「國際公民教育與素養調查計畫」等，以調查我國國民之素養情形。除此之外，我國通傳會亦定期釋出《通訊傳播市場報告》，了解我國民眾於通訊、廣電、寬頻與匯流四大領域發展現況與情形，以作為我國政策與產業研究之參考。因此本研究建議，我國媒體素養之相關部會亦應有一套評估成效之指標或機制，透過定期調查與研究，來了解政策實施之成果，從而檢視不足之處，以擬定未來政策方向與制度。

第四節 網路爭議訊息與媒體素養之未來趨勢

2018 年，我國行政院有鑑於假訊息等問題，因而在羅秉成政務委員的召集下成立「防制假訊息危害專案小組」，並邀集教育部、內政部、通傳會等各部會，共同以「識假、破假、抑假、懲假」等四大策略與目標來防止假訊息。該專案小組訂定的策略與目標如下圖 8-1、8-2。

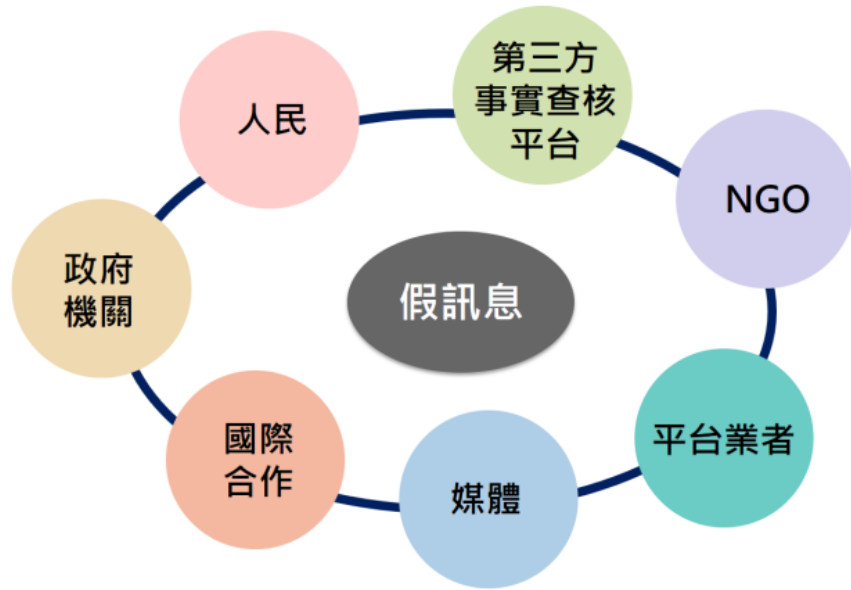
防制假訊息危害的策略與目標

	識假 識別 / 辨認 (警覺揪害)	破假 查核 / 釐清 (澄清污染)	抑假 抑制 / 移除 (阻卻散播)	懲假 規管 / 究責 (溯源清理)
目標	提升公民識讀素養、 養成獨立判斷能力	提升澄清機制效率、 推廣第三方查核機制	強化媒體平台協力、 有效抑制危害擴散	追究違法責任、 公正獨立司法審查
原則	透明、公開、信賴	即時、正確、有效	法制與科技並重	安全與人權兼顧

資料來源：行政院，2019。防制假訊息危害專案報告。

圖 8-1 我國防治假訊息危害的策略與目標

防制假訊息的夥伴關係圖



資料來源：行政院，2019。防制假訊息危害專案報告。

圖 8-2 我國防治假訊息危害的公私協力模式

其中，在行政院主導的「識假」目標上，目的是為培養公民對於媒體及網路資訊的識讀能力，讓每個人有獨立的判斷能力，建立自我的免疫系統，打擊假訊息即錯誤訊息¹⁹⁹。此項工作主要由教育部主導，並於 108 年 5 月成立「媒體素養教育推動會」，召集通傳會、文化部、地方政府、專家學者及具媒體實務經驗民間團體代表等組成，作為媒體識讀素養教育決議、整合溝通平臺；教育部亦訂定「媒體素養教育行動方案」，期能透過 23 個工作項目、9 項執行策略、3 大面向，達成「提升公民識讀素養，養成獨立判斷能力」的目標，培養公民對假訊息危害的抵抗力²⁰⁰。

教育部目前除已將媒體素養概念納入我國國民基本義務教育外，終身學習亦為教育部推動媒體素養之核心範疇。教育部自 89 年開始

¹⁹⁹ 行政院，2019。防制假訊息危害專案報告。

²⁰⁰ 陳熙文，2019。對付假消息 行政院四策略下手。 <https://udn.com/news/story/6656/4024383>

結合民間的力量，連結各地資源辦理全民終身教育，至今已屆 20 年。而在 108 年，教育部訂定終身學習圈主題為「學習 N 次方」，其重點核心為因應假新聞事件，因而提出 6 大主題學習圈，並由何嘉仁文教基金會、技嘉教育基金會、金車文教基金會、研揚文教基金會、耕莘文教基金會及鄭福田文教基金會等六大基金會領頭，串連我國 103 家民間基金會及團體組織，預計將籌辦 137 項活動，以教育學生辨識「假訊息」²⁰¹。

本研究透過專家座談會議訪問產官學之建議，專家意見認為現今政府對於假訊息之治理仍有部分缺失，尤其過去我國媒體素養推動多著重正規教育，但對於成人之終身教育（尤其特指銀髮族群等）則較難以顧及。除此之外，縱然教育部花費大筆經費在正規教育中，但其教材與師資的專業性、合時宜性與延續性都面臨一定挑戰（簡艾薇，108 年 11 月 8 日；許嘉倩，108 年 11 月 8 日）。

因此，有專家即呼籲，政府應從實務執行面討論事實查核機制的重要性，除希望政府多鼓勵、協助媒體業者積極作為之外，亦應關注傳統媒體與新興媒體服務之間的協力義務，建議未來治理要點應包括境外網路平臺。部分專家認為應進一步整合公廣集團資源，以推動媒體素養政策（黃兆徽，108 年 11 月 15 日）。除此之外，也有專家認同假訊息問題近年來已隨著數位科技發展而加速假訊息散布，因此對於假訊息之治理更應該關注於網路爭議訊息上（胡元輝，108 年 11 月 29 日；謝翠玉，108 年 11 月 15 日；林宇玲，108 年 11 月 29 日）。本研究彙整專家學者之意見如下表 8-17。

²⁰¹ 同註 65。

表 8-17 網路爭議訊息與媒體素養之未來建議

觀點	專家意見
對網路爭議訊息與媒體素養之未來值得關注之趨勢與建議	關於素養方面，所針對的 TA 都是長輩，其於教育過程中未接受批判性思考教育，缺乏對權威的質疑及對於多元資訊取得能力。關於不實健康資訊隨時都在手機的內容農場中，影響力很強（簡艾薇，108 年 11 月 8 日）。
	假訊息其實是個老問題，因為新科技而火上加油，但新資訊科技應該也要配合這方面來提升大眾的能力（許嘉倩，108 年 11 月 15 日）。
	我覺得公廣也是責無旁貸，也呼籲政府跟民間也應該要盡快推動公廣法，可以發揮很大力量。…如果我們有一個強而有力的公廣新聞臺，每天 24 小時都可以查證假新聞，都是報導求證過的新聞，我相信對於遏止假新聞與媒體亂象是有助益的，發揮中流砥柱的功能（黃兆徽，108 年 11 月 29 日）。
	我們面對資訊科技的時候，不要因為假訊息，認為科技工具只有負面價值，一定要在教育的過程中提醒，善用科技是有很多正面潛能（胡元輝，108 年 11 月 29 日）。
	政府科技力要加入協助，同溫層的問題很嚴重，大數據造成推播的情況，是否能用反大數據操作的邏輯，呈現不常看的內容（謝翠玉，108 年 11 月 15 日）。
	媒體識讀這一塊，我認為不應該是著重在假新聞，而是應該回歸到媒體識讀最一開始的目的，比如破除歧視、遏止不當內容言論、不實訊息、有害人權的言論等都應該注意推廣（林宇玲，108 年 11 月 29 日）。
	下一階段要強調的絕對是網路，另一塊就是爆料平臺，現在很多問題是主流媒體都會上去撈，把它當作主要消息來源，裡面夾雜非常多假資訊，還有造成歧視與對立的極端言論，會轉換到主流媒體的新聞報導上（葉大華，108 年 11 月 29 日）。

資料來源：本研究。

無論在假訊息治理或媒體素養領域都出現應將網路架構納入治理的論述，除了社群媒體之外，即時通訊軟體、爆料平臺等亦成為民眾接收資訊的來源之一，而這些場域若無事實查核與自律機制介入，將加劇假訊息亂象。因此，對於網路爭議訊息與媒體素養之未來值得關注之趨勢建議上，多數專家都認為下一階段更應該討論網路治理，因為縱使主流媒體有自律機制，但在網路即時傳訊生態下，都可能因

無法即時澄清事情的真假，而造成假訊息快速散布等問題（葉大華，108年11月29日；胡元輝，108年11月29日；簡艾薇，108年11月8日）。相較於傳統媒體，網際網路上仍有許多新興服務與樣態是現今政府部會難以顧及或較未涉略之部分，本研究綜整上述專家學者之意見，認為應由行政院進行網路治理的重新認識跟分工，把網路治理的任務明確劃分，無論是媒體素養或假訊息問題，網際網路都已經成為不可忽略的一塊。

第九章 研究結論與建議

綜整上述研究結果，本章節分別從不同面向闡述本研究之結論與建議，希望能盤點並參酌各國政府部門及民間團體推動媒體素養政策與作法，從中借鏡國外發展經驗，並透過本研究焦點座談會議了解產官學界之意見，以提出本研究結論與建議。

第一節 對於現行政府部門推動媒體素養制度之建議

一、 確立我國媒體素養跨部門政策方向與共識

本研究初步彙整蒐集各國與我國於媒體素養推動政策和發展現況後發現，因媒體素養涵蓋範疇廣且多元，為使媒體素養之核心意義納入國家政策與實踐計畫中，國家更應該建立跨政府部門之溝通與合作平臺，以整合各部會之資源，確立部會之職掌分工與合作機制。

聯合國教科文組織於 2013 年提出政策建議，各國應制定媒體素養之「跨部門政策 (Crossing Policy)」，其中應包含著以下五大環節：

- (一) ICTs 政策 (ICTs Policies)
- (二) 媒體政策 (Media Policies)
- (三) 媒體與資訊素養政策 (MIL Policies)
- (四) 近用資訊政策 (Access to Information Policies)
- (五) 教育政策 (Education Policies)

上述五大政策對於國家媒體素養發展來說均缺一不可，需要與其對應的跨政府職權單位來共同協調，包括教育部、通訊媒體、資通訊科技、文化、公共行政等領域之政府部門等相互合作。

本研究檢視世界各主要國家推動媒體素養相關政策，亦可發現有跨部會合作與分工之現象。各國推動媒體素養絕非單一部門職司，而是依照各國政策制定者對媒體素養的理解與推行目標後，依照不同的職掌分列於通傳、資訊、文化與教育等部門，此外內政和婦女兒少保

護部門亦可能肩負部分責任。因此，本研究建議，我國政府亦有必要針對媒體素養劃定跨部門的分工機制，依照各部門業務職掌，來掌握不同面向之媒體素養政策需求。

回頭檢視歷年來我國政府推動媒體素養之相關政策與機制，亦有發現各部會依照職掌分工之情形。教育部歷年來為我國媒體素養相關政策最主要的推動單位。該部會於媒體素養推動方向主要以「媒體素養教育」為核心，並依照教育對象，大致可區分為正規教育和非正規教育等兩大方向著手推動。

除此之外，我國通傳會作為我國通訊與媒體產業之主管機關，在媒體素養推動政策係上以「廣電媒體」為核心，並透過委辦方式辦理各項廣電媒體專業研習，以及專案補助媒體識讀推廣等工作。；文化部作為我國文化創意產業主管機關，就《文化創意產業發展法》規定下，有推廣我國文化素養之義務。然具體而言，文化素養之範疇廣，相關推動作業散落於文化部各單位下，且與傳統既有媒體素養或資訊素養討論範圍與定義較不一致，因此目前與媒體素養相關之具體作法僅有透過補助、獎勵等方式，來鼓勵出版業者、公共電視與廣電業者製播媒體素養相關影視內容與節目。而內政部則從新移民之數位落差著手，同樣透過補助推廣政策，與民間團體合作；除此之外，內政部民政司、警政署等單位，在近年假訊息之爭議上，亦提出修法措施；科技部作為獎勵我國學術研究之主要單位，歷年來曾支持相關學者從事全國性媒體素養相關調查或科普計畫，以了解我國民眾之素養程度，以作為評斷公民能力之參考。

本研究依照各政府部會於媒體素養推動目標對象與目標取徑與推動方式等項目，相較於教育部正規教育與非正規教育切入，我國其他部會在媒體素養推動計畫上相對更關注於特定群體與議題，通傳會

以廣電媒體為核心，透過政策輔導或補助業者推動媒體素養相關計畫；而文化部亦透過補助計畫來協助廣電媒體製播相關節目；科技部則專注於補助相關科普與國家媒體素養普查計畫；內政部尤其關注於新住民數位落差與假資訊處理問題。

本研究初步盤點我國各政府部門於媒體素養之推動政策，雖然單就政策規劃相關文件或資料中可以看見各部會於媒體素養推動計畫中各依職掌有不同的目標，但各部會具體涵蓋之意涵、範疇、定義，甚至是實踐之成果、效益等，均未有一貫性的中央政策落實。一直到2018年行政院有鑒於假訊息事件，因而在羅秉成政務委員的召集下成立「防制假訊息危害專案小組」，對於媒體素養政策之目標與目的有了更明確的方向。

過去，我國媒體素養相關教育有些較著重於媒體素養之推廣，強調防弊與慎選資訊；有些則更重視媒體內容之批判與近用。如何系統化地落實媒體素養政策，並避免各部會、各單位各自解讀與各自表述的結果，實需要有行政院層級之機關首長來進行督導，以橫向促成各部會之共識與討論空間。

二、 橫跨多元媒體範疇

數位匯流時代下，民眾接收資訊之方式與來源已經越來越多元。雖就狹義的定義而言，媒體素養所稱之媒體僅泛指一般大眾媒體；但就本研究研析相關文獻資料與各國發展情形，發現媒體素養所指稱之「媒體」已經涵蓋更廣義之範疇。媒體一詞可以涉指各種資訊的載體，甚至隨著數位匯流與資訊科技的發展下，媒體與資訊的界線漸趨模糊，過去媒體素養（Media Literacy）所關注的研究焦點，已經從電視、報紙、電影等傳統媒體之素養發展，逐漸涵蓋到網際網路與行動科技等數位媒體或資訊服務，因而也出現數位素養（Digital Literacy）、資訊

素養 (Information Literacy)、資料素養 (Data Literacy)、科學素養、網路素養、甚至是新素養等多重名詞用法。

換言之，就素養之相關政策推廣目的而言，在數位匯流的角度下，關注於「複數素養」才是未來政策發展之趨勢。在我國教育部公布的十二年國民基本教育課綱中，以「科技資訊與媒體素養」為媒體教育之核心素養之一，其複合科技、資訊與媒體之素養概念，顯示媒體素養關注涵蓋範疇已出現匯流，無論是數位資訊服務或傳統大眾媒體，都是未來素養教育所應關注的焦點。

檢視世界各國之媒體素養政策，亦可發現許多國家有鑒於數位科技與新興媒體發展，已將媒體素養之關注焦點逐漸轉往網際網路與新科技素養等領域，例如美國、加拿大、新加坡、德國、韓國等，近年來都可見其政府為因應數位科技發展而提倡數位技能等相關計畫。

本研究焦點座談會議討論，有媒體從業者認為傳統媒體與新興科技已經出現匯流，兩者難以切分。但就實務本質上，傳統媒體之特性與新興數位媒體仍有所差異，要如何兼顧傳統與新興媒體之素養發展，實為政策制定者之兩難。

本研究建議，可依照各部門業務職掌，來掌握不同面向之媒體素養政策需求。以通傳會為例，目前雖然在媒體素養相關政策推動上，僅聚焦於廣電媒體，但通傳會同時亦為通訊事業之主管機關，是否有必要將媒體素養相關政策擴及通訊相關業者，值得思考。媒體素養政策分散在各部會，各機關依其專業分工是最適切的運作模式，且最重要的是兩大部分，如終身教育與正規教育理當由教育部規劃執行相關政策，而通傳會則應負責監督媒體專業工作者提升專業素養，其他包括文化部、內政部、衛福部等亦應參與其中。惟關於網路治理相關議題如網路平臺和社群媒體監理等目前卻成為我國政策目標的漏網之

魚，因此建議我國應先確定網路治理職權分工，並將媒體素養討論領域延伸至網路世界。

三、 媒體業者以及媒體業者相關組織所應扮演之角色

而除了政府部門之外，媒體業者、相關行業監督組織與民間組織在媒體素養之政策中亦應扮演重要角色。

公共電視作為我國之公共廣播媒體集團，歷年來曾透過製播媒體素養相關電視節目、籌辦媒體素養講座活動等方式來推廣媒體素養。而除了公共電視外，我國商業電視媒體業者亦有部份推動媒體素養之相關計畫，雖然在本研究焦點座談會議中有業者提到，商業電視臺考量到整體經營獲利等問題，因而較難有經費落實完整的媒體素養相關計畫，也較缺乏資源穩固且持續的查證每一則即時新聞的正確性。但具體而言，有些媒體透過產學合作方式，讓學生了解新聞媒體產製方式；有些媒體則著重於加強新聞報導的真實客觀平衡，包括建立自律或他律機制，來確保所利用與提供的資訊真實、客觀與平衡。

有線電視系統業者則除了負責經營地方頻道並製播在地新聞之外，亦著重於媒體近用與相關媒體素養計畫推動。例如凱擘旗下有線系統業者會定期與社區合作，教導民眾應用、剪輯，拍攝生活中重要影像；中嘉配合各地政府需求開放民眾參觀有線電視系統臺，與民間團體合作辦理媒體素養相關研究計畫，並主動補助高中學生參與媒體素養課程等；部分新聞臺也下鄉與學校合作，例如與地方小學建立小小記者營等活動，讓小朋友了解節目或新聞製作的流程，也讓他們瞭解新聞媒體在選擇、設定新聞主題、採訪中或後製需注意之處。

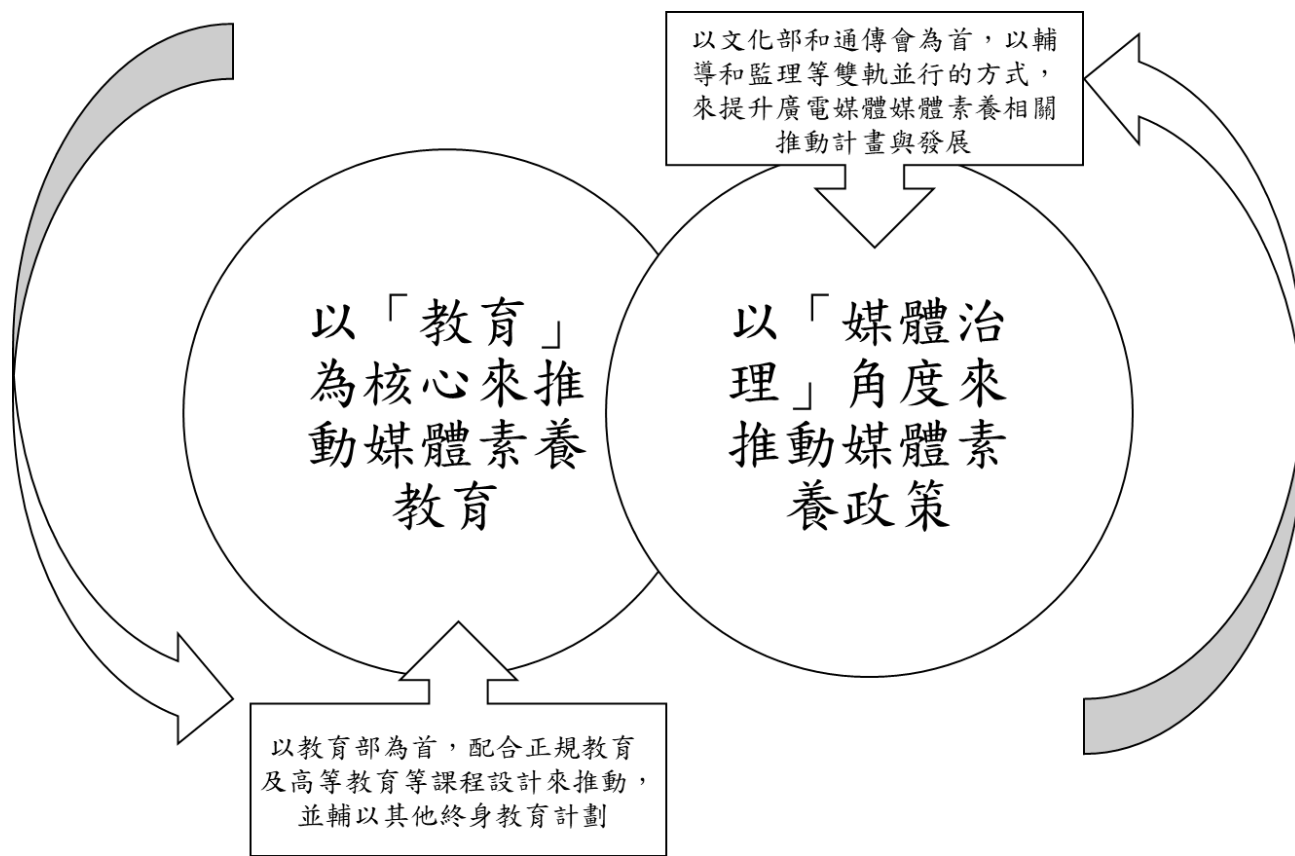
從上述分析可以發現，相較於教育部透過國民教育與終身學習等相關課程來推動媒體素養政策，媒體業者則更著重於透過產學合作或製播戲劇、綜藝等類型之節目，來教導閱聽眾認識媒體，甚至在公共

電視與有線電視系統業者上，更強調媒體近用之發展，例如有線電視系統業者即開放部分地方頻道供民眾使用；除此之外，商營電視臺在製播新聞節目時，則強調媒體自律與他律，透過新聞產製與製播流程，來加強新聞報導的公正與客觀。

四、 以媒體素養教育與媒體治理等兩大方向作為我國媒體素養之核心

綜上所述，在我國政府部門推動媒體素養之制度上，本研究建議應在行政院의 督導之下建立跨部會之間的合作機制與對話空間，並依照各部會之業務職掌來做分工，依照我國「媒體素養教育」與「媒體治理」兩大核心，來推動媒體素養相關工作。與媒體素養教育有關工作，由教育部擔任主責機關，並在行政院的指導下定期舉辦跨部門之溝通會議，以凝聚各部會之共識；而在媒體業者之媒體素養相關政策落實上，則應以文化部與通傳會為主責機關，透過輔導獎勵、監理制度雙軌並行方式，以協助我國廣電媒體加強落實媒體素養之計畫。本研究彙整我國媒體素養制度之兩大核心推動方向如下圖 9-1。

而除了上述兩大媒體素養推動核心之外，在本研究焦點團體會議中，亦有專家提到未來無論是假訊息治理或媒體素養領域上都應將網際網路發展納入政策考量中，且相較於傳統媒體，網際網路上仍有許多新興服務與樣態是現今政府部會難以顧及或較未涉略之部分，因此本研究綜整上述專家學者之意見，認為應由行政院進行網路治理的重新認識跟分工，以確立相關有責部會之職掌範圍與業務規劃，尤其是對於跨國資通訊服務業者（例如 Facebook、Google、LINE 等社群媒體平臺），政府應透過行政或立法措施來要求媒體與資通訊服務業者建立自律機制，以避免假訊息散布。



資料來源：本研究。

圖 9-1 我國媒體素養推動兩大核心

第二節 建立跨部門溝通合作平臺之具體措施與建議

為使媒體素養之核心意義納入國家政策與實踐計畫中，本研究參酌各國之發展經驗與本研究焦點團體座談意見，建議我國政府應該透過短、中、長期目標來建立跨政府部門之合作機制，並在中央政府的統籌下，規劃完整之國家媒體素養政策框架，以確立跨部會之合作機制與分工。

本研究初步分析各國作法，發現各國推動媒體素養部門多元，原則上仍依其機關所屬性質專業執行、規劃職司領域內政策，而為了建立部門與部門之間的橫向溝通，各國發展政策經驗中可規整出三種模式，而本研究也針對三種模式研擬我國推行政策之可參考之建議模式。

一、 成立媒體素養專責委員會

我國教育部早年已有設立媒體素養專責委員會之想法。2002 年教育部提出《媒體素養教育政策白皮書》，並依照白皮書之建言於 2003 年設立媒體素養教育委員會，除設置教育部部內委員外，亦聘請國內學者專家、民間團體代表及媒體實務者共同加入，成為當時我國媒體素養教育之核心推動單位，然而該委員會的推動預算在 2006 年遭立法院全數刪除，致使我國媒體素養專責委員會在公部門推動暫緩。

而在 108 年時，由行政院主導假訊息之防治工作，因此我國教育部再次設立「媒體素養教育推動會」，並召集跨部會與公私部門共同建構媒體素養溝通平臺，以進行產官學之對話。

本研究盤點國外發展經驗與本研究焦點座談會議之意見，亦有多位專家學者提及應設立我國「媒體素養專責委員會」之建議，以統籌跨部會之溝通與合作事宜。

以各國發展政策經驗為例，新加坡媒體素養委員會是以媒體素養政策推動為核心之主責單位，其成員來自學界、教育界、政府官員及

媒體產業等不同領域，目標是促進新加坡國民有效率地評估媒體內容，並安全且負責任地使用、創造及分享內容。

歐盟執委會於 2006 年亦組織包括學術界、媒體業國際組織、協會、監管機構和其他媒體機構（如：電影學院）與媒體委員會等專業人士，成立媒體素養專家小組執行分析和確定媒體素養目標和趨勢，促進歐盟境內相關領域的行動，並確立歐洲媒體素養之定義與成效評估指標與方式。

至於英國 Ofcom 內部亦設有媒體素養諮詢小組，其主要工作係研究英國媒體素養發展相關議題、分享英國和國際上的最佳實踐並設計評估機制，以檢驗媒體素養計畫對人們的技能和批判性思考的影響。

觀察上述三個案例，歐盟與英國均邀請產官學界各方專業人士籌組媒體素養專責小組，定期提供政策諮詢與規劃相關政策外；而新加坡媒體素養委員會除擔任國家智庫角色以外，還擔負政策擬定執行與資金投注等政策執行角色。本研究綜整我國與其他國家之專責委員會比較表如下表 9-1。

表 9-1 比較我國、歐盟、英國與新加坡媒體專責委員會運作架構

我國與各國發展情形		隸屬部會	組織成員	組織任務
我國	媒體素養教育委員會（該委員會是依照 2003 年〈教育部媒體素養教育推動會設置要點〉設立，後因無預算而擱置）	教育部	產官學專家	<ul style="list-style-type: none"> ● 協助推動落實媒體素養相關法令。 ● 媒體素養教育之課程研究、教學發展。 ● 媒體素養教育之師資及人力培訓。 ● 媒體素養教育之教材發展。 ● 媒體素養教育之社區宣導推廣。 ● 媒體素養教育之調查、研究及評估。 ● 媒體素養教育之國際聯繫與交流。
我國	媒體素養教育推動會	教育部	產官學專家	<ul style="list-style-type: none"> ● 提供媒體素養教育推動、執行與關心者所需之教學資源與學習資訊，並以成為國內媒體素養教育資源之最大服務平臺為目標。
歐盟	媒體素養專家小組	X	產官學專家	<ul style="list-style-type: none"> ● 分析和確定媒體素養目標和趨勢； ● 促進歐盟境內相關領域的行動； ● 確立歐洲媒體素養之定義與成效評估指標與方式
英國	媒體素養諮詢小組	Ofcom	產官學專家	<ul style="list-style-type: none"> ● 確定潛在的研究領域； ● 分享英國和國際上的最佳實踐； ● 設計最適評估機制，以檢驗媒體素養計劃對人們的技能和批判性思考的影響。
新加坡	媒體素養委員會	X	產官學專家	<ul style="list-style-type: none"> ● 新加坡國內媒體素養政策主導者； ● 促進新加坡國民有效率地評估媒體內容，並安全且負責任地使用、創造及分享內容。 ● 與其他政府、業者或公民團體合作推動媒體素養相關活動。

資料來源：本研究彙整。

由上表 9-1 可知，我國歷年有推行媒體教育部皆設立於教育部，相比新加坡、歐盟以行政中央設立專案小組的方式，其觀點較侷限於部門之內，又我國並未像英國一般，將媒體素養職權法定規範於特定機關中，資源相對不穩定，受資金侷限，容易導致政策無法延續。

本研究匯集專家學者之意見，認為媒體素養雖應建立跨部門之合作與分工機制，但在實務上，部會之間的本位主義與部會層級平等關係，較難實踐有效之統籌，因此本研究建議倘欲以專責委員會形式推動媒體素養政策，勢必應由更上位層級之行政單位介入協調執掌與資源分配，例如可先在我國行政院之召集下，設立媒體素養專責委員會或專案辦公室，並定期舉辦跨部會之會報，邀集民間團體與學者專家等共同與會，以擬定我國媒體素養政策方向。

二、 設立第三方媒體素養專責推動基金會或推廣中心

而除了在中央部會的統籌下建立媒體素養專責委員會之外，本研究於焦點團體座談會議中，有專家建議由上而下的政策推行容易忽略民間社會實際的需求，且單靠政府來推動容易有箝制言論自由之嫌，因此除了由中央部會統籌設立媒體素養之專責委員會之外，亦應創建政府與民間團體之公私協力合作機制。

以歐盟為例，歐盟在 2004 年提供 Erasmus + 計畫資金資助由 AEGEE、EAEA、EfVET、EURO-WEA、EVTA 和 SOLIDAR 等六個歐洲非營利組織設立「終生學習平臺（The Lifelong Learning Platform）」。該平臺成立的目的是為提供彙整歐盟 42 個會員國之公、私部門教育機構與相關民間組織與協會，來提供全方位的觀點與協力合作，並致力加強在民間社會組織和公共當局之間的對話，使歐盟境內教育系統現代化並支持公共部門的創新。

韓國文化體育觀光部與韓國通訊傳播委員會則在部會架構下創

設基金會或推廣中心來加強媒體素養政策推動。韓國文化體育觀光部 2003 年起與地方政府合作開展地區視聽媒體中心，提供媒體體驗的教育空間，以支持公民參與的社團教室，以及提供媒體製作、編輯和放映的設備及空間，設立時由文化體育觀光部和地方政府各花費 10 億韓元，運營預算則由地方政府承擔。此外韓國文化體育觀光部亦設置韓國新聞促進基金會，透過學校、社會和基礎建設等三方面支持媒體教育。

至於韓國通訊傳播委員會則以韓國《放送法》第 90-2 條規定為依歸，成立社區媒體基金會管理和營運韓國各地區的社區媒體中心，並執行各式活動計畫來提升視聽者的權利福祉。

專家座談會中也指出由第三方基金會或推廣中心來實踐媒體素養推動是最快速且能避免公權力介入過深之有效方式。檢視我國過往設立第三方媒體素養專責推動基金會或推廣中心案例包括「iWIN 網路內容防護機構」與「台灣創意設計中心」等，本研究認為可從上述案例中精煉出我國第三方媒體素養推動基金會或推廣中心之方法，以供我國政府機關參考。

首先，「iWIN 網路內容防護機構」有法為依歸，因此其組織制度建立、資源穩定性與具體目標確立都會有更明確的發展方針。iWIN 網路內容防護機構設立之初是依《兒少法》第 46 條規定為防止兒童及少年接觸有害其身心發展之網際網路內容，由通傳會召集各目的事業主管機關（包括衛福部、教育部、文化部、內政部警政署、經濟部工業局等）委託民間團體成立內容防護機構，並辦理下列事項：

- 1、兒童及少年使用網際網路行為觀察。
- 2、申訴機制之建立及執行。
- 3、內容分級制度之推動及檢討。

- 4、過濾軟體之建立及推動。
- 5、兒童及少年上網安全教育宣導。
- 6、推動網際網路平臺提供者建立自律機制。
- 7、其他防護機制之建立及推動。

102年8月1日「iWIN網路內容防護機構」正式成立，辦理兒童少年使用網路防護機制之建立及推動等相關事宜。為落實iWIN受理各項舉報之後續處理，其更整合地方政府資源，由直轄市、縣市政府依「iWIN網路內容防護機構」檢舉案件時之處理流程及「社政主管機關處理網際網路內容違反兒童及少年相關法規處理原則」等相關規定處理。

而「台灣創意設計中心」其雖不具法源依據，但由於經濟部有給予穩定資源，加上中心執行長自行籌資，運作相對穩定，此外透過評鑑機制的建立，能具體計算政策執行成效，能助長資金投放心願。

綜整各國經驗與本國現況，本研究認為設立第三方媒體素養專責推動基金會或推廣中心是目前可行方案之一。其成立之建議有二大方向：一為參考我國過往iWIN網路內容防護機構，透過中央政府或主責單位召集跨部會政府部門、地方政府等共同出資，以委託民間團體成立專責任務基金會或執行中心，以負責執行媒體素養相關任務與資源。第二種方式則為參考韓國文化體育觀光部與韓國通訊傳播委員會在部會架構下創設基金會或推廣中心之方式，透過法規或行政指導，由政府規劃明確的資金來源，並深入民間落實媒體素養政策。

不管是透過政府跨部會的合作設立共同基金來設立第三方媒體素養專責推動單位，或由單一政府輔導方式成立之第三方媒體素養專責推動基金會，配合行政院底下之媒體素養專責委員會訂定政策目標，實能發揮跨部會之公私協力模式，一方面可以統籌相關民間資源，二

方面也能發揮產業監督之力量，達成公私協力之合作模式。

三、 設立專法或增修既有法規

除了上述兩大媒體素養跨部門溝通合作平臺之建議外，本研究認為就長遠施政目標來看，對於立法之討論亦應放入政策長遠規畫項目中。舉例來說，韓國媒體教育相關政策和計畫因散落於教育部和文化體育觀光部等各部門中，因此韓國自 2007 年以來即積極推動媒體教育專法，最近一次為 2018 年 5 月擬定之《媒體教育促進法案》，該法案目的係建立一套支持體系，除促進各領域的媒體教育計畫外，亦建立民間與政府之間的合作架構，以整合相關資源，發揮最大綜效。

《媒體教育促進法案》除明訂媒體教育之定義，同時明訂教育部、文化體育觀光部與 KCC 為媒體教育主責機關（第 9 條），並應每年評估其媒體素養政策或計畫之成效並將結果提交媒體教育委員會。

媒體教育委員會係該法授權設置於國務總理之下之專責委員會（第 8 條），其委員總計 25 人，包含教育部、文化體育觀光部、KCC、國務調整室以及其他經總理認定之有關部門主管，同時民間委員須超過全體委員十分之六。其中由國務調整室長將擔任媒體教育委員會幹事委員，對委員會的業務處理和運營提供必要的支援，而媒體教育委員會職司有關媒體教育基本計畫的制定和修改、制定媒體教育評鑑指標、調整媒體教育政策相關事項與其他與媒體教育相關的重要事項。

韓國設立專法的設立架構，解決專責機關、統籌機關與政策定義不明確的爭議，清楚劃分政策推動責任，並於中央級行政單位建立統籌委員會，同時引進民間專家學者進入，讓政策納入多方意見，最後並要求委員會針對執行機關為訂立評鑑標準，以定時檢視政策落實方向與成果。透過法條將義務責任劃分清楚，並在中央級設立有權、有人、有錢的專責委員會，對整體政策施行勢必是一大助力。

惟南韓關於媒體教育專法的倡議自 2007 年延續至今，草擬之法案換了又換，仍未定論，《媒體教育促進法案》於 2018 年 5 月提出，但仍在審查階段，未來變數未明，是否成行仍是未知數。

我國對跨部門合作機制建立在座談會中也出現不少相關論述，於本研究專家座談會議或相關文獻資料整理中，有人提議設置媒體素養專法，將媒體素養之政策目的、方向、主責機關與任務編組等都明確定義；亦有人認為不必立專法，可在現有法條架構下增修條文即可，而建議之法規包括草擬中的《數位匯流法》，以及已施行的《終身學習法》與《文化基本法》等。

從韓國整個法制建構觀察，以其專法架構規範之，確實能以法律明文定義許多不確定的抽象概念，同時也將政府職權劃分清晰，於人民尋求資源協助或政府推行政策規畫皆能更具實效，惟修法曠日廢時，其中利益相關人的切磋等都是繁瑣的問題；再者立專法或增修於現有法規中亦牽扯部門間分工與對媒體素養推動目的的考量，應審慎為之，短期內不適合也不可能倉促立法，因此立法之效益雖高，勢在必行，但本研究建議我國政府應從長計議，釐清法規目的，思考相關的配套方案，再進行謹慎地法制規劃。

第三節 透過公私協力推動媒體素養之具體措施與建議

本研究透過各國政策研析與焦點團體座談會議，發現除了政府之外，產業界、公民團體甚至學者針對媒體素養推行都有不同的想像和目標，也在各自的藍圖下積極謀劃，實踐行動規模大小、執行時間長短或目標受眾多寡各有不同的目標。

本研究發現在歐洲民間協力模式中，有許多跨域的資源整合或對話平臺，尤其在整個泛歐架構下，歐盟官方也積極鼓勵各國共建公私協力合作模式。

因此，本研究認為在推動我國政府與民間團體之公私協力合作模式上，可以參考「歐洲媒體素養憲章」作為整合民間力量之重要參考標的，其最早由英國電影委員會和英國電影協會的一項理念制定，目的係透過簽署憲章，彙整媒體素養的定義，促進歐洲國家的媒體素養工作者之間的共識和聯繫，並致力於有助於其發展的行動。

「歐洲媒體素養憲章」分為支持者、贊助商與提供者三種支援模式，並建立憲章簽署者數據庫，可以按國家、媒體部門和教育部門進行搜索，能有效媒合民間志同道合的組織，此外透過共同規章的簽署，確立媒體素養推動的目標與方針，組織間的交流也促進歐洲媒體素養發展策略的統合與創新，值得我國借鏡與參考。

第四節 對網路爭議訊息與媒體素養之未來趨勢與建議

近年來由於數位媒體興起，網路治理成為備受關注的議題，然而過去幾年間民主國家為鼓勵網路發展，對網路採取低度管制，近年由於假訊息流竄、網路犯罪等問題，網路治理成為新興議題。

從各國推行媒體素養的政策上來看，2018年歐盟《視聽媒體服務指令》修訂關於各會員國促進媒體素養發展義務規範，規範線上影音共享平臺亦應提供有效的媒體素養措施和工具，以提高用戶對這些措施和工具的認識。從歐盟《視聽媒體服務指令》之修訂、英國與加拿大亦推動《數位憲章》強調數位素養，到新加坡推動「數位整備藍圖」計畫等政策觀察，縱然因為民主型態不同，政策推廣方針不一，但針對網路平臺治理，並推動數位素養已成為目前國際推動素養教育的一大趨勢，關於媒體的想像也不再受限於傳統媒介的思維。

因此，無論在假訊息治理或媒體素養領域面臨網路帶來創新應用的挑戰，政府應盡速將網路治理納入現行規管架構中

一、 將網路納入媒體素養與假訊息治理架構中

根據內政部統計，截至今年七月為止，我國65歲以上的老年人口約占總人口的15%。國發會也指出，我國老年人口占總人口比已超過14%，正式邁入高齡社會，預估2026年，全國老年人口占總人口比率將超過20%，屆時臺灣將成為超高齡社會的一員²⁰²。

這些數據的背後，也顯示未來老年人的媒體素養將成為一大問題，尤其在座談會收集到的實踐經驗分享中，中老年、老年人轉發內容農場的錯誤訊息案例層出不窮，然而目前多數政策宣導目標對象為青少年與兒童，亦未針對中老年資訊受眾訂定明確政策規劃，長期如此恐

²⁰² 陳熙文，2019。老年化嚴重！全國過半縣市老年人口超15%。
<https://udn.com/news/story/6656/4036530>

加劇假訊息亂象。

因此本研究針對網路爭議訊息與媒體素養之未來關注趨勢提出以下兩點建議：第一、媒體素養政策除了過往關注的正規教育領域外，就終身學習與社會教育而言，成年人亦應納入我國媒體素養相關政策當中，尤其需特別加強銀髮族群之數位媒體使用與發展情形。第二、透過媒體自律機制來避免假訊息散布，且範圍應涵蓋新興媒體與網路OTT等服務業者。例如，歐盟要求 Google、Facebook 等業者配合提出假訊息防治報告，透過業者配合與自主協力，與第三方查證機制合作，以有效防治假內容散布。

二、 建立全國性公民媒體素養能力相關評估指標與機制建議

公民為媒體素養政策與相關計畫之核心主體，理解公民之媒體素養發展程度與能力，有助於提供實證數據，作為國家發展之重要指標。因此本研究建議，我國政府除了制定媒體素養相關政策之外，亦應定期透過全國性的調查與評估機制，檢視政策執行的效果，並了解民眾媒體素養之能力。

我國科技部歷年來曾透過補助方式獎勵全國學術性團體辦理學術推廣與研究計畫，包括補助執行「科技素養計畫—公民科技素養調查研究」、「國際公民教育與素養調查計畫」等，以調查我國國民之素養情形。除此之外，我國通傳會亦定期釋出《通訊傳播市場報告》，了解我國民眾於通訊、廣電、寬頻與匯流四大領域發展現況與情形，以作為我國政策與產業研究之參考

國際間，包括歐盟、英國 Ofcom 與澳洲通訊暨媒體管理局(ACMA)等，亦透過定期之調查機制與評估指標，來了解相關媒體素養政策之效果與情形。

本研究經相關文獻資料蒐集與分析，認為建立我國全國性之公民

媒體素養能力相關評估指標與機制有其必要，透過定期調查公民之媒體素養能力，才得以了解公眾發展情形，進而評估政策效益，以作為未來政策制定、預算規劃、甚至是創新制度研擬之基礎。

第五節 短中長期政策建議與執行步驟

綜整上述研究發現與結論建議，本研究認為在數位匯流時代下，媒體素養發展也面臨新的挑戰。為使我國政府政策能接軌社會之轉變，因應假訊息等問題，本研究提出具體短中長期建議與執行步驟如下：

一、 短期政策建議：由行政院層級統籌成立跨部會之媒體素養專責委員會，並將實務推廣面之作業下放由第三方專責基金會或民間組織來落實

媒體素養涵蓋跨部會職權，需涵蓋多元政策，為使部會與部會之間能有橫向之聯繫與合作空間，本研究建議可比照新加坡、歐盟以行政中央設立專案小組的方式，來負責擬定媒體素養之政策、預算資金與各部會職掌分工。

其組成之人員可涵蓋跨領域之產官學界專家，並透過定期會議等方式，來研擬我國媒體素養之政策、評估指標與政策方向等。該委員會之設立，是為了統籌我國媒體素養之政策與相關資源，透過中央一貫化的政策制訂，以兼顧不同面向的需求與發展方向，並可作為我國相關部會於推動過程之重要智庫，以彙整各方意見，並加速落實。

而除了中央部會外，民間團體與媒體業者的力量亦十分重要。本研究發現除了政府之外，產業界、公民團體甚至學者針對媒體素養推行都有不同的想像和目標，也在各自的藍圖下積極推動，為了統籌民間團體之力量，本研究認為可參考「歐洲媒體素養憲章」方式，整合我國民間力量，其設立目的係透過簽署憲章，彙整媒體素養的定義，促進歐洲國家的媒體素養工作者之間的共識和聯繫，並致力於推廣相關活動與計畫。換句話說，在我國民間業者的主導之下，亦應也可聯合推動媒體素養之憲章，一方面提高民間團體之公信力，另也可使推動計畫更具一致性與統合性，有助於使施行計畫更為統一且完整。

而廣電媒體（尤其特指公共廣電媒體）更應積極扮演推動媒體近用之角色，使民眾認識媒體、了解媒體，進而才得以透過媒體教育發揮媒體素養之批判性思考精神。

我國媒體事業主管機關可透過積極輔導措施，來協助公共廣電媒體發展媒體素養相關節目內容或計畫。如參考韓國制度，由政府設立之基金會來輔佐公共媒體於地方設立媒體素養中心或推廣單位，增加民眾近用媒體機會。

二、 中長期政策建議：考慮修法或設立專法，使媒體素養相關政策更為具體

而在中長期政策建議上，本研究認為由行政院層級統籌成立跨部會之媒體素養之專責委員會，並成立相關工作小組以作為國家智庫之角色，除研擬我國媒體素養之政策外，亦可思考將媒體素養之法定推動義務寫入法規中。

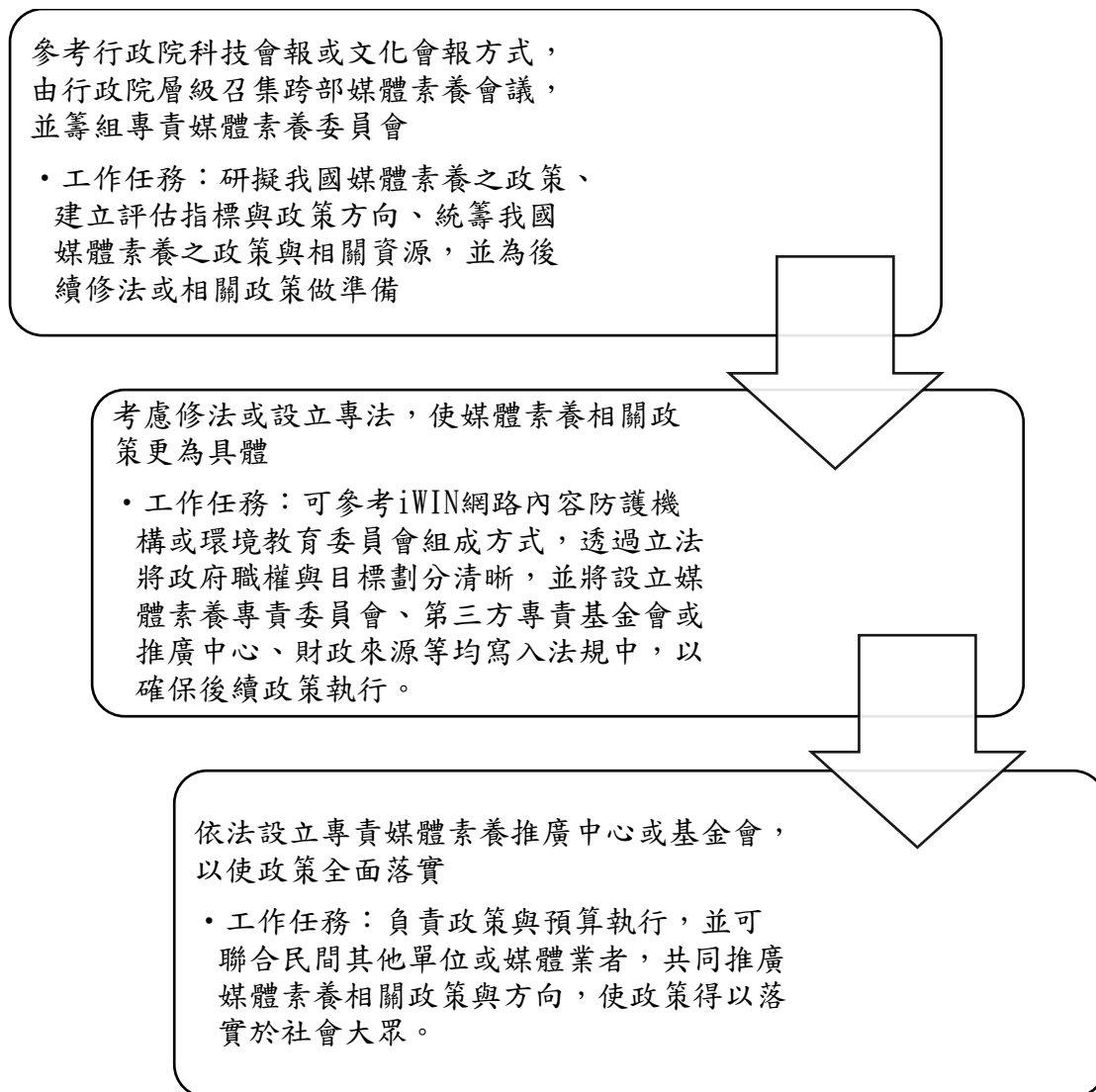
舉例來說，從國外發展經驗可見，例如韓國就積極討論設立媒體素養專法，以解決專責機關、統籌機關與政策定義不明確的爭議，清楚劃分政策推動責任，並於中央級行政單位建立統籌委員會，同時引進民間專家學者進入，讓政策納入多方意見，惟南韓關於媒體教育專法的倡議自 2007 年延續至今，草擬之法案換了又換，仍未定論。

除此之外，參考歐盟在《視聽媒體服務指令》和英國相關法規中，均有將視聽媒體主管機關列入媒體素養之主責機關之討論。我國對跨部門合作機制建立在座談會中也出現不少相關論述，本研究建議，就政策發展長遠角度而言，立法還是有其必要。建議可由行政院層級之媒體素養專責委員會負責擬定後續法規措施，同時也將政府職權劃分清晰，惟修法曠日廢時，其中利益相關人的意見角力與衝突都可能面臨問題；再者立專法或增修於現有的法規中亦牽扯部門間分工與對媒體

素養推動目的的考量，應審慎為之，短期間不適合也不可能倉促立法，因此本研究建議立法措施可從長計議，釐清法規目的，思考相關的配套方案，再進行謹慎的法制規劃，並將媒體素養定期之評鑑計畫納入施政之重要參考指標，以回頭檢視政策方向，落實公私協力與跨部門之媒體素養政策制度。

而除了由行政院層級來增設媒體素養委員會之外，亦可透過立法程序，將實務推廣面之工作，交由第三方媒體素養專責推動基金會或推廣中心來執行，以形成公私協力模式。例如參考過去 iWIN 網路內容防護機構模式，即時在主管機關召集跨部會的合作下，依照兒少法第 46 條授權，共同籌設並委由民間單位來執行相關實務面工作任務。而與各部會職掌有關之工作任務，則又回歸各部會分工掌管監督與規劃，例如與媒體素養教育相關之第三方組織主責機關即為教育部；與媒體自律、新聞產製相關之主責機關，則為通傳會或文化部，以確保資源投放的長期穩固性。為加強第三方組織存在的正當性，政府應積極透過立法程序來設置基金或專案等方式，制定政策目標與成效評估指標，積極扶助第三方組織運行。

本研究綜整參考各國與我國 iWIN 網路內容防護機構模式等設立模式，繪製我國媒體素養推動政策步驟如下圖 9-2。



資料來源：本研究。

圖 9-2 我國媒體素養政策推動步驟與執行建議

目前我國於 107 年在行政院推動下，教育部已於 108 年提出「推動媒體素養教育行動方案」，並召集通傳會、文化部與產學界專家學者等，共同組成「教育部媒體素養教育推動會」，為我國媒體素養政策推動畫下重要里程碑。然而後續能否讓政策延續執行，甚至透過委員會設立來對於國家政策發揮影響力仍具有諸多挑戰。本研究建議，為延續媒體素養政策之目的，後續仍應透過立法、設立專責第三方民間基金會或推廣中心等方式，來使政策落實更為具體且確實。

附錄

附錄一 第一次焦點座談會議紀錄

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」

第一次焦點座談會議

一、 會議時間：108 年 11 月 8 日（五）上午 10:00-12:00

二、 會議地點：台經院本棟 201（雪山）會議室

三、 與會人員：

詳見附件簽到表。

四、 會議說明：

本院承接國家通訊傳播委員會「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，研析國內外政府部門、民間團體與媒體業界推動媒體素養之政策與作法，以作為我國各部會研擬相關政策之參考。

在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。於產業變動的環境中，各國政府如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，進而保護弱勢甚至維護公民權益，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織推動媒體素養之相關政策與經驗，盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，包括研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等；並在研究期中，邀請我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開焦點團體座談會議，針對建立跨部會溝通平臺及設置推動媒體素養推廣中心等議題進行討論，以凝聚產官學界意見，研提我國媒體素養發展政策建議，供主管機關參考。

五、 會議議程：

時間	議程
9:40 – 10:00	【報到】
10:00 – 10:15	<p>【引言報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」初步研究成果報告
10:15 – 12:00	<p>【議題討論】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主持人：國立海洋大學共同教育中心 助理教授許文宜（本案研究顧問） 討論議題： <ul style="list-style-type: none"> 一、我國媒體素養政策方向 <ol style="list-style-type: none"> 媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」意義涵蓋範圍廣泛，您認為在當今媒體與數位發展環境下，我國媒體素養政策方向應著重在哪個領域與方向？ 二、我國媒體素養政策制度 <ol style="list-style-type: none"> 現行我國政府部門推動媒體素養，制度上是否有可改進之處？參考國際間政府部門分工作法，我國是否有可借鏡或參考之處？政府、民間團體與媒體業者各應扮演什麼樣的角色？ 您認為我國媒體素養政策應由哪一個部會來主導？ 政府與國家可以提供民間團體或媒體業者什麼樣的資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等？ 三、跨部門溝通合作平臺 <ol style="list-style-type: none"> 為健全我國媒體素養之跨部門政策，我國政府各部會是否應建立跨部門溝通合作平臺？ 若參考國際作法，包括設立專法、成立媒體素養專責委員會與設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心等，上述三種方式哪種較為可行？您的建議為何？ 對於政府與民間單位應如何推動公私協力合作模式？ 四、未來趨勢建議 <ol style="list-style-type: none"> 面對網路假訊息等爭議事件，對於我國未來媒體素養相關政策有何建議？ 對於我國媒體素養推動，有其他政策建議嗎？

六、 會議紀錄：鄭研究助理雅心

七、 會議內容：

(一) 各國媒體素養政策研究期中成果報告

本案計畫主持人曾筱媛簡報（略）

(二) 專家意見

1. 議題一

● 台灣媒體觀察教育基金會鄭人豪政策專員

就現行台灣對於定義而言，各部會的想像並不一致，今年有參與 NCC 關於媒體素養培訓的工作坊，NCC 認定這是在媒體素養範疇下，但有些奇怪，因為是對媒體工作者的專業能力培訓，一般會認為媒體素養是對公民媒體素養能力的培養，但工作坊是針對專業媒體工作者如何增進各項知能，可能是 NCC 在政策執行上需要達到某些目標，所以必須將此認定在媒體素養範疇下。目前另個推動部會是教育部，108 課綱把資訊科技跟媒體素養合為核心領域，但我們最近發現國中小、高中老師對於媒體素養的認定不相同，部分學校很側重在使用媒體技能，如利用空拍機、剪輯影片；另一部分是了解產業環境、理解內容背後意義，偏重媒體文本內容。但教育部也沒有太清楚的定義。

對我們來說定義偏向陳世敏老師對於個人內涵媒體內容的認知、近用與能力的培養。在這樣的目標下，政策方面仍較側重於教育領域，目前教育部是一個核心，但在各部會或教育部內部也沒有很好的統合，會希望他們在內部或跨部會合作可以更加密切，以公民能力培養為核心去討論。

● 卓越新聞獎基金會邱家宜執行長

我認為用「媒體素養」較「媒體識讀」佳，素養定義較為廣泛。識讀由 Literacy 直接翻譯，原意為識字率，與國民教育程度相關。

關於媒體素養和資訊素養，我認為該兩者混淆指涉的是一個現象，資訊素養指的是去了解所有資訊提供平台的操作，屬於技術性層面，了解各種資訊平台產製的過程；媒體素養是對媒體內容判讀的能力，對於訊息內容判讀，媒體素養包含兩種層面，一為內容正確性、可靠性的判斷，二為內容牽涉價值觀的問題，如刻板印象，或某媒體持某種立場，閱聽人沒有判讀能力就會被帶風向。

媒體素養與資訊素養兩者之所以會混淆，牽涉到資源分配的問題，資訊素養是有經費的科目，傳播學界與 NGO 都知道需做媒體素養，但礙於經費限制，就將媒體素養內容夾帶在資訊素養裡，而後逐漸混淆。官方可能覺得要正名，將來在媒體素養有經費時，就不須被夾帶或藏身在資訊素養中，是歷史過程導致混淆結果。如果有經費可以獨立科目，就能夠釐清定義。

- **台灣音像教育行動協會 林瑞婉董事**

公司成立初期，董事會設立目標做包含公眾近用的媒體識讀推廣，吳翠珍老師那時提醒我是「媒體素養」的概念，她認為必須具備理解、應對、判斷資訊提供者的基本知識能力，所以我們規劃了「別小看我」及兒童影展等。

我個人較偏向「媒體素養」定義，因識讀是外在技能，在資訊爆炸的現代如何去解讀文本內容是比較重要的。我們也教兒童如何使用媒體，將自我觀點散播出去，最後仍與素養相關。現今新媒體發達，公民要知道自己是可以使用媒體的。

這世代資訊素養與媒體素養混合一起，如網路兩者皆是。在這時代我們要求自己要有第二、第三專長，無法以單一技能了解世界，我認為兩者混合是沒問題的。透過各種方式讓民眾知道如何成為「公民」，實際操作後就會了解並質疑媒體觀點。

- **技嘉教育基金會周麗華副執行長**

我認為這應該算在公民教育、公民素養裡，我們有推動公民素養需要具備的終身學習能力。就現在的媒體亂象而言，教育部一定要實行，我們從小開始教育，成人也應該要教育。現在有農科院、台經院、台灣創意設計中心等，我認為公民教育涵蓋範圍很廣但不受重視，各推各的部分，是否可統整，將公民所需具備的素養統整，如設立公民院整合去做分價，再做跨平臺的組織。教育部要推行毒品教育，但都用強迫的方式才會有聽眾，而如果像科普教育做機器人加上反毒，學生較有興趣也能達成目的。政策面著重在領域方向，應為公民素養與公民教育是否要統整再作了解。

- **假新聞清潔劑簡艾薇共同發起人**

我們到許多資訊不發達的鄉鎮，接觸到長輩看的訊息，觀看內容一為內容農場，在長輩生活圈已經得到相當的信賴度；二為境外資金影響國內內容。媒體還需要去關注的範圍，是分眾或封閉的傳播管道，如 LINE、Facebook 社團、YOUTUBE、廣播等，在雲嘉等地，三大有線電視系統會被地方人士控管，我們只能回報現象，執行上還需支援。

關於素養方面，所針對的 TA 都是長輩，其於教育過程中未接受批判性思考教育，缺乏對權威的質疑及對於多元資訊取得能力。關於不實健康資訊隨時都在

手機的內容農場中，影響力很強。

公眾媒體素養也需提升，究責時平臺會宣稱僅負責散布，並無後續責任規範。我們所做的澄清已經是末端，前端的境外消息、風向文、意識形態，是來自完整產業鏈在處理。又如近期的 YOUTUBE，完全沒有機制去應對。

2. 議題二

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

未來政策可能要針對比較封閉的族群，而這些東西是非常個人、區域性的，公民團體能做什麼，經費也許比較不足。

現在問題兩難，如果社群媒體可以決定上下架，私人企業有權力，但也不希望企業因此下架對於自己不利的言論。

網路是沒有邊界的環境，國際間各政府有分工方法，臺灣有自己的環境和文化，無法完全跟隨其他國家，但可以由政府、民間團體、媒體業者共同思考，目前雖然由教育部主導，但有些部分無法管制。

● 假新聞清潔劑簡艾薇共同發起人

關於主導部分，鄉里長、村里長或社區發展協會等社區組織，能夠協助推動的效益會很大，我們也是從這部份去推動。從層級來說，我們也有跟一些政府單位去交流，政府單位本身與地方的連結不足。

負責單位為教育部與國安部門，年初時有假消息的分析，多來自養生訊息與國安訊息，而臺灣又有境外訊息來傷害民主與製造混亂，若單純從民眾末端來做是不夠的，有些訊息很明顯要影響選情，可從醫院或監理所、戶政事務所等單位，或內政部隸屬部會列入。

● 台灣媒體觀察教育基金會鄭人豪政策專員

今年有與假新聞清潔劑合作，到臺北市圖書館的樂齡中心宣導辨識假新聞，樂齡中心的主管機關是教育部終身教育司，終身教育司轄下的樂齡中心在各地有密切的終身學習網路，教育部在國教、終教、青年署等，可以觸及的範圍很廣，若教育部能統整單位，由教育部來做媒體素養教育的效果比較好。現在比較大的問題是各部會都有平臺，但沒有整合，雖現階段已有平臺可互相溝通，卻看不出

政策整合成效。

- **卓越新聞獎基金會邱家宜執行長**

負責機關牽涉到內容面與機制面，內容面為生產論述，納入教材、媒體及各種管道，如艾薇所提教導高齡者如何使用；機制面為政府、第三部門如何合作。兩者概念上是區分的，但機制上是重合的。政府部門應由教育部終身教育司、國教司來處理，後者為公民教育；而高教司比較偏向通識課，大學有學術自由，故教育部不應過度介入。可進行的部分，包括列入課綱等。

新加坡因管制娛樂所以沒有參考價值，作為技術理解。韓國 KCC 文化媒體跟我們很像，文化部在英國跟媒體是合在一起，但我們概念上模仿 FCC 將文化跟媒體規管分開。我認為文化部責無旁貸，公共媒體的內容是文化建設中很重要的部分，NCC 可能需扮演技術面與專業面的輔助角色，預算還是由教育部跟文化部承擔。草根行動方面，由教育部終身教育司承擔責任，內政部的老人照顧與服務則是輔助的角色。

民間與政府合作的機制如何建立，我認為應有一個健全、持續、長期的第三部門來推動媒體素養，可請教育部贊助財團法人，政府應去強大一個第三部門，初期贊助以令其能運行。如 NCC 管制節目內容，將來使用拍賣頻譜經費，或長期合作將業務放到第三部門，減少政府黑手的批評及紛擾。這是民主國家的潮流，公民參與強調第三部門參與，政府提供有規範、合適的方式提供給第三部門。

- **技嘉教育基金會周麗華副執行長**

終身教育司負責出社會後教育，但教育部如果要負責這麼多，他能力是有效的，專業與準則應由 NCC 專責，因為經費應較多。國教司已經編列教材，而終身司有對社會大眾、部分媒體業者做媒體素養教育。

我認為要成立一個專責的推廣中心主責去推，複合式跨平台、跨部會，不一定是第三部門，因人力物力有限，要像早期的台灣創意中心，經濟部給予很多資源，專業性也高。可集合起來成立一個單位，教育層面、銀髮族做分支延伸。我們跟教育部互動很多，可看出媒體素養放在國教司與終身司基本上成效不彰。

- **台灣音像教育行動協會 林瑞婉董事**

我認為主管機關還是教育部，可將台灣媒體觀察教育中心視為一個單位，後面小的協會共同把事情做好。目前想做事的都是小單位，我們曾辦過中日的媒體素養交流座談會，現在教師沒有媒體素養能力，我們協助師資培養，而在申請預算、核算過程十分困難，現在小單位盡量不跟教育部合作。

- **技嘉教育基金會周麗華副執行長**

終教司與老人相關，如果媒體素養沒有媒體部門加入協助去做，策略上有點難。新媒體的管制單位是誰？

- **台灣媒體觀察教育基金會鄭人豪政策專員**

委員會如果在教育部裡面，NCC 會認為與業務無關，跨部會溝通就需要介入，成立另一個第三方基金會，但在臺灣可能無法指揮既有政府機構。跨部門的合作該怎麼做，行政院是否能有平臺，或如何令現在的委員會更有效連結，又牽涉到各部會之間本位思考的問題。

- **卓越新聞獎基金會邱家宜執行長**

不用立專法，重點是執行，有關國民媒體素養可修法於《文化基本法》，行政院規定政府要有跨部門機制、協調，或捐助相關財團法人。文化部現在是一個上升部會，在歐盟大國裡文化很重要，用文化做更多面向。僅有第三部門不太可行，要有行政院跨部會的機制協調運作，第三部門做實際執行，第三部門的好處是資源，廣納各個領域人才。經費要由政府適度提供，第三部門較彈性，在政策面方向是要政委層級的任務編組，如科技會報或文化會報，以政委督導。

若放進《文化基本法》主管機關就是文化部，我原本想法是教育部比較有經費，文化部和教育部如何合作，政府部門本位主義還是個問題，尚未想出解法。

- **技嘉教育基金會周麗華副執行長**

如果加入政委協調，要讓 NCC 加入。

3. 議題三

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

文化政策在核心，旁邊有教育部、媒體政策，將媒體素養設為公民教育，以

文化部的《文化基本法》為核心。

- **台灣音像教育行動協會 林瑞婉董事**
贊同邱執行長的意見，以文化部為核心。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**
美國只管理反托拉斯、兒少法，管理很少，他們認為 NCC 管很多，但因為台灣民間會有要求跟期待。

- **技嘉教育基金會周麗華副執行長**
基本法可用，但重點是人，要看推動者的想法，是文化部還是教育部有使命要執行。

- **假新聞清潔劑簡艾薇共同發起人**
提出三點：預防、防堵、根絕，預防由教育部的媒體素養來實行；防堵則由行政院要成立專責委員會，快速應對謠言產生、分類；根絕則回到民間，將宣導資源放在第一線，如醫院、菜市場，民眾接觸的公共場合，從生活中推動，半強迫式的把資訊傳達給他。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**
每個國家的國情不同，如有線電視斷訊，加拿大政府、日本總務省會出來主持價格，NCC 不是這種角色。目前大家對立專法較無共識。

4. 議題四

- **卓越新聞獎基金會邱家宜執行長**
大家觀察面向不同，NCC 是末端規管並做懲處，NCC 規管基本上是 FCC 的體制，在媒體素養的長期與結構性方面，NCC 沒辦法承擔這麼長遠的結構性任務，但可作為在法律前的 Button Line。雖然教育部有編製教材、培育種子教師，但將來應把媒體素養的責任扛起。制式或非制式的教育機構，以上機構教育部一定沒辦法不管，但在法律立法可以放在《文化基本法》，教育部如何配合，文化部角色進來，往上升部門走。

《公共媒體法》若立法，臺灣媒體會比較顯著，對媒體素養承擔較大責任，

有經費資源願意承擔核心。如何透過跨部會的協調，讓第三部門捐助實現，教育部跟文化部合作，政策具體實踐執行，再結合民間草根力量、NGO 自發性加入，第三部門可以發揮協同角色。我們需要知道既有機構都在教育部轄下，再立一個專法教育部會很困擾，所以他們應該與文化部合作。

- **台灣媒體觀察教育基金會鄭人豪政策專員**

同意邱執行長，提出兩個建議，其一對媒體素養的定義需要釐清，有些單位認為拍片就是媒體素養，但拍片只是工具，透過拍片表達自己想法才是重點。

其二為政策延續性，十幾年前就有媒體素養白皮書，約 2008 年教育部的種子教師培育是最後一次相關計畫，中間十年都未再進行，但媒觀持續在做，中間時期很無力，也無法找教育部協助，最多跟 NCC 申請補助，希望政策不要只是一時。

- **台灣音像教育行動協會 林瑞婉董事**

贊同邱執行長的結論，加入《文化基本法》以文化部為主，與教育部合作。協會先前聚焦兒童方面，今天了解假新聞對於老人影響的嚴重性，也可讓我帶回公共電視思考。

媒體素養非單一部會責任，而是全部都有責任，師資培育也是很大的問題。而現今科技進步速度太快，如 Deep Fake，對於無法眼見為憑的高科技的相關政策，是否需要修法制止運用該像科技的行為，如韓國有人工合成的影片，造成名譽受損，政府要領先科技。

- **技嘉教育基金會周麗華副執行長**

除了從基本紮根也需面對現實，LINE 上的國家災害防治中心可作為例子，若有確實假新聞且嚴重性高，可如災害防治中心傳遞給民眾。全民有知的權利，設立即時的澄清平臺，除天然災害外，假訊息影響重大也是災害。要找對人，願意、有心去做，可尋找部會集結政府、第三部門。相關運作成功案例是由經濟部成立的台灣創意中心，現為台灣設計院，台創所有經費來自經濟部，但執行長仍需籌錢。KPI 呈現方法是國家品質獎、協助中小企業推行。

關於成效及表現如何被顯現，如中小學 Coding 辦全國競賽即可展現。普

及表現在數據上，媒體最重要的是可視度，透過活動擴大影響，有內容就能行銷策略，擴大參與及深化影響。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

媒體素養的 KPI 很難算，如教育般難以計算算。輔導產業有產值，產值會增加形成一個循環。產值很重要。

- **假新聞清潔劑簡艾薇共同發起人**

教育資源配置要著重在成人與現場教育，NCC 對媒體有管理權，但後續是否落實監督。我們也需要去著重媒體人素養。行政機關本來就有可能會遇到民眾對政策扭曲跟誤解，這是行政機關需要面對的。

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」
第一次焦點座談會議 簽到表

時間：民國 108 年 11 月 8 日 上午 10:00
 地點：本院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）

單位名稱	姓名	職稱	簽名處
台灣媒體觀察教育基金會	鄭人豪	政策專員	鄭人豪
卓越新聞獎基金會	邱家宜	執行長	邱家宜
新聞公害防治基金會	林祖儀	執行長	林祖儀
台灣音像教育行動協會	林瑞婉	監事	林瑞婉
技嘉教育基金會	周麗華	副執行長	周麗華
假新聞清潔劑	簡艾薇	共同發起人	簡艾薇

附錄二 第二次焦點座談會議紀錄

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」

第二次焦點座談會議

一、 會議時間：108 年 11 月 8 日（五）14:00-16:00

二、 會議地點：台經院本棟 201（雪山）會議室

三、 與會人員：

詳見附件簽到表。

四、 會議說明：

本院承接國家通訊傳播委員會「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，研析國內外政府部門、民間團體與媒體業界推動媒體素養之政策與作法，以作為我國各部會研擬相關政策之參考。

在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。於產業變動的環境中，各國政府如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，進而保護弱勢甚至維護公民權益，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織推動媒體素養之相關政策與經驗，盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，包括研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等；並在研究期程中，邀請我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開焦點團體座談會議，針對建立跨部會溝通平臺及設置推動媒體素養推廣中心等議題進行討論，以凝聚產官學界意見，研提我國媒體素養發展政策建議，供主管機關參考。

五、 會議議程：

時間	議程
13:40 – 14:00	【報到】
14:00 – 14:15	<p>【引言報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」初步研究成果報告
14:15 – 16:00	<p>【議題討論】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主持人：國立海洋大學共同教育中心 助理教授許文宜（本案研究顧問） 討論議題： <ul style="list-style-type: none"> 一、我國媒體素養政策方向 <ol style="list-style-type: none"> 媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」意義涵蓋範圍廣泛，您認為在當今媒體與數位發展環境下，我國媒體素養政策方向應著重在哪個領域與方向？ 二、我國媒體素養政策制度 <ol style="list-style-type: none"> 現行我國政府部門推動媒體素養，制度上是否有可改進之處？ 參考國際間政府部門分工作法，我國是否有可借鏡或參考之處？ 政府、民間團體與媒體業者各應扮演什麼樣的角色？ 您認為我國媒體素養政策應由哪一個部會來主導？ 政府與國家可以提供民間團體或媒體業者什麼樣的資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等？ 三、跨部門溝通合作平臺 <ol style="list-style-type: none"> 為健全我國媒體素養之跨部門政策，我國政府各部會是否應建立跨部門溝通合作平臺？ 若參考國際作法，包括設立專法、成立媒體素養專責委員會與設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心等，上述三種方式哪種較為可行？您的建議為何？ 對於政府與民間單位應如何推動公私協力合作模式？ 四、未來趨勢建議 <ol style="list-style-type: none"> 面對網路假訊息等爭議事件，對於我國未來媒體素養相關政策有何建議？ 對於我國媒體素養推動，有其他政策建議嗎？

六、 會議紀錄：鄭研究助理雅心

七、 會議內容：

(三) 各國媒體素養政策研究期中成果報告

本案計畫主持人曾筱媛簡報（略）

(四) 專家意見

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授開場

這世界有很多國家，並不是拿哪個國家的例子與經驗來做就好，我們會看這個國家的例子值不值得參考，看體制、分工、權責大小、規模和經費運用等。這個案子的重點有幾個，媒體素養在十年來慢慢成為一個上升的議題，對於媒體素養的定義各個國家不一樣，當定義不同時，政府的政策方向應該著重在哪裡也是一個困難點，加上媒體素養的政策跨部會相關分工要不要由哪個單位來主責？還有大家需要的資源是什麼？是資金？培訓？計畫？其實沒有一個單位可以負責全部的事情，因為媒體素養涉及到很多面向，所以不是一個單位可以做到，所以想說這案子能不能有跨合作的方式，但過去也有跨合作的案子變成三不理的狀況，希望這個案子可以找到一個解決方案，也期許最後能在政策研析方面給政府部門相關意見。

1. 議題一

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

主要是針對媒體、公民團體、學者專家的「定義」，我們一般在研究媒體素養時素養是來自英文 Literacy，早期有翻成識讀，現在叫素養。比如我的課開成素養，是因為素養的範圍比較大，除了文本、認知、再現、組織等等，這些之外我們可能還包括傳播技能，學了這個後最後還要有所行動，所以會有傳播技能。

如果純粹就識讀的話會比較著重在文本，例如到底怎樣識讀，這個訊息如何、如何辨識等等。今天早上的公民團體長期在第一線，綜合大家的意見，第一個是不管翻成識讀還是素養，他們也認同我這個定義，總之媒體素養是件要做的事情，跟它是什麼定義沒有關係，我們今天要做這件事。

所以這個題目就政府部門來講比較需要回答的是，各個單位現在對於媒體素養這件事主要相關的政策與方向，未來或是最近在從事跟媒體素養相關的規劃、具體政策、方向等。

● 教育部終身教育司許嘉倩專門委員

其實針對媒體素養概念和範疇到現在還是滿多疑問的，在新的 12 年國教課綱裡有把科技資訊與媒體素養放進去，這是大家非常期待的，希望未來小朋友能有科技資訊與媒體素養這方面的能力。然後我們針對科技資訊與媒體素養也有它

相關的定義，包括在每一個不同的教育階段應該學習到這方面的什麼能力，大概都有規定出來，可是光在課綱討論這個素養的定義與內涵的時候，各委員其實就吵翻天了，因為有的委員是認同像這樣一個複合式的概念，像這邊報告指出來的，但還滿多委員是認為說科技資訊跟媒體是兩件事，不完全是等號。

然後就我們部裡實際作為來說，其實媒體素養這件事早在 91 年就已經提出了媒體素養教育的政策白皮書，當初也有成立類似委員會的組織來做推動，但如果是在做數位資訊這部分的話，是我們另一個部門資科司在做的，他們長期以來一直都有在做包括網路素養、數位素養等這方面業務的推動，也有一個科學教育指導委員會。光是這一件事情就是兩個不同單位在做，像我們覺得媒體素養這個概念還是滿大的，要怎麼做可能還包含了教育，媒體如何自律，或是還包括整個媒體環境等等，我們在我們部裡都是聚焦在教育這塊，我們的委員會也是叫媒體素養教育委員會，教育以外的部分我們比較沒有去著墨的，所以可能跟這邊的範圍又不完全一樣。因為這裡的範圍看起來除了媒體還包含了很多數位資訊、整個媒體素養的政策部分都有納進來。

我們這邊目前有成立媒體素養教育推動會，今年有訂一個新的媒體素養教育的行動方案，著墨在如何推動媒體素養教育這塊，在這部分我們今年大概開過幾次會，那我們委員會也是有找通傳會、文化部、學者專家、民間團體跟媒體代表像是華視等等，在會議上主要針對說如何教導包括小朋友、學生、社會大眾，希望能強化這方面的素養知能，目前是分階段，第一階段是針對中小學學生，雖然大家會認為一般社會大眾也需要教導，但也有人覺得現在社會大眾已經有刻板印象，會看哪一台已有某部分的政策立場等，他們會覺得那塊是比較難去撼動的，所以希望是從學生方面開始著重。

除了這個之外其實我們也有找些公司協力，包括有很多基金會，也有成立基金會的學習圈，長期像媒觀、富邦或是金車這些基金會長期在媒體素養這方面有很多著墨，他們也有開發很多教材教案跟一些老師的培訓，所以在這方面的資源我們都有在跟他們做合作，我們也正在建媒體素養教育的資源網，未來會把相關資源與師資都放在上面。另外比較大的民間單位像是 Google、FB、LINE 這些我們也知道他們這一年來也有推動這方面的相關教育，我們這邊也有在跟他們談，第二階段可能跟他們合作，把他們的資源連結到我們這邊，那我們可以再做一個

媒介，給學校單位做教育方面的素材，或是他們好的師資可以做個媒合。

在一般社會大眾部分，其實像這一兩年來，一些社區大學、樂齡學習中心、樂齡大學或是其他的民間團體，他們其實對於這個議題滿熱衷的，像宜蘭社區大學這幾年針對媒體素養這一塊議題辦了一禮拜的媒體素養週，專門探討這樣的議題，所以我們可以發現很多民間團體對這個議題其實是滿熱衷的，甚至聽了講座後有進修相關議題的意願，這還滿讓我們意外的，所以我們發現一般的大眾對這議題其實是滿有興趣的。我們現在在樂齡中心，雖然都是一些年紀較大的長者，但我們用淺顯的方式去教導他們，例如教他如何去辨別廣告的真假，或是教導不管看到任何資訊，第一個要先猶豫一下，不要馬上相信，只要讓他可以學到這個就是成功一半了，至少讓他們先有一個懷疑的想法，不要馬上相信。

社會各界都有在推動中，希望可以形成風氣，行政院跟我們在 12 月會辦一個座談，會講各國是怎麼做的，我國又是怎麼做的，那我國這邊的作法可能不會只侷限在媒體素養這部分，可能會從整個假訊息到如何識假、破假、譯假、懲假這整套去做個說明，再講一下我們教育部分是怎麼做的，希望可以帶動風氣讓大家都具有媒體素養的意識。

● 文化部人文及出版司游惠容科長

文化部有關媒體這部分分為平面媒體跟影視媒體，我們主要是出版這塊，基於輔導產業面的角度，所以我們傾向在媒體識讀這部分，那我們大概可以從幾個面向來談我們目前所做的，第一個面向比較是整體性的，補助專業的新聞媒體舉例我們補助過卓馨基金會，他會發行一些電子報，主要是摘譯國外對於新聞倫理、新聞專業的一些文章或內容，然後他們也會就一些資深的議題委由資深記者撰寫專文、專論的內容，內容層面是大眾性的或是針對新聞專業人員的參考，之前也做過一些教案，是可以讓老師作為在學校媒體識讀的教材，第二個層面是針對青少年，是因為基於兒少保護法裡對於出版品分級，因為新聞報紙類的分級完全是由媒體業者自行自律，對於出版品、圖書這些目前還是會有法規要做分級，本來就是希望由出版業者自行自律，那我們有訂一個分級的管理辦法，我們會做一些補助案去補助出版業者的中介團體，讓他們去做宣導，他們會走進校園也會跟業者宣導，希望業者可以自律，對學生的宣導則是希望青少年在接觸出版品的時候，能去辨識比較適合他們的出版品，避免接觸到不適合的。

關於媒體報導這部分的媒體識讀，除了補助或委託，像會委託臺北市報警公會或雜誌工會，他們會對內部的從業人員進行專業的訓練、經驗分享或宣導，議題可能很廣泛，例如最近側重在性別平等，或其他新聞自律的部分。我們也會委託兒少保護的專業團體，類似像台少盟等團體來主持專案，專案有部分會針對學校學生怎麼去辨識新聞、媒體報導中哪些是不適合、不恰當的，有可能過當或是不適宜的，有些媒體識讀的課程會協助他們去辨識這樣的新聞內容，也有一些課程可能會結合社工人員，在第一線跟兒少接觸的社工人員，協助他們去辨識，因為有一些媒體去採訪兒少事件的時候，他們可能會用比較不正當的方法從這些一線人員口中套話，所以有時會有工作坊分享這樣的經驗，對學生或是大眾或對業者的部分。媒體識讀到數位資訊這部分，如果說稍微透過擴大一點範圍，這部分我們目前的作法是透過 iWIN，與其他部會共同支持 iWIN 的運作，因為我們是輔導出版業，所以可能大部分還是側重在業者這部分。

- **文化部影視及流行音樂發展司郭聯德專員**

針對媒體素養在公共媒體的部分主要是協助公視製作質量兼具的節目，目前比較直接有推動媒體素養的是公視基金會那邊有成立一個 PEOPLE 公民素養平台，這個新聞平台其實就是讓所有的民眾都可以上去做你自己的新聞，是非營利組織，不管是文字或是影音新聞，這個平台也訂有使用公約，所以使用平台的人也要按照公約使用，才能生產公正又不偏頗的新聞內容，這個平台也一定有自律委員會去審查，基本上這平台不做事前審查，等於是如果你上傳上去這新聞內容如果有問題的話執行委員也會說出。

然後在節目的部分基本上是尊重公視去執行相關的節目內容製作，基本上他們也有把媒體素養的概念散佈在他們的節目當中，像是青春發言人，是以青少年議題為主的節目，也曾針對媒體素養方面做一個主題，在網路上也有不錯的聲量。另外我們部內直接對於媒體素養有一小塊是在錄影節目帶的分級宣導，因為錄影節目帶的主管機關是在我們文化部這邊，這部分的宣導活動是委託一個協會辦理，這協會會跟大學院校合作，在大學內開課去做錄影節目帶的宣導。

- **科技部科教發展及國際合作司曾黛如科長**

部裡面老實說比較少用到識讀跟素養這兩個詞，就科技部而言我們在做科學

傳播，那科學傳播治理其實包含了兩大塊，一個是科普活動計畫，以科技部的立場而言我們是在推動科普，科學的普及化，還有一個就是在做科學傳播，有做電視的、媒體的，也有電子的，也有與資科司納編相關的計畫。那我們這兩塊其實很重要的是，我們在部裡一直討論說只要做到傳播媒體就會有很重要的 TA，我們的受眾到底是誰，以科技部來講，我這邊處理的是大眾科學教育及科學傳播，其實受眾就是大眾，但是在引發科學興趣的這一端，我們這邊做的科學傳播就會以中小學小朋友為主，所以我們的受眾有不同的節目與分法，我這邊有很多的計畫，會依照不同的受眾有不同的行動策略與方案，那我這邊做的東西其實不太像是識讀或是素養，我之前有詢問過為什麼是素養我這邊處理的好像沒有到媒體素養，真的是在做傳播，是在做正確地把科學知識傳播出去，所以部裡面現在也有個科技大觀園網站，所有我們科普的成果都會放在科技大觀園網站裡，網站其實很早就建立了，現在其實比較少人去看網站，網站就會放在那裡，部裡有因應新媒體的成立，有辦 FB、IG、YOUTUBE，在 YT 這部分最近剛成立一個科普新世界，把我們所以科普的影片都放上去，這是我們部裡現在正在操作的關於傳播的這部分，我們也很重視這塊，因為早期科技部在國科會的時代，國科會其實是個補助單位，那麼補助給誰、做了什麼，以前這些東西都涉及到研發成果與內容，所以不公開或改名後公開，可是在現在這樣資訊開放、大家都知道的時代，我們需要透過一個公開程序跟傳播的方式，把艱澀難懂的新興科技的東西轉譯再散播出去。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

我之前也擔任過科普的審查委員，如果我們把它翻成 Literacy 其實在某種程度上，其實就是聽說讀寫，但是現在之所以會翻成識讀，是因為要教大家看得懂，因為自己不是 Production 的製作者，但是因為現在新媒體太多了，變成製作的人其實不一定是專業的人，就變人人人都可以當記者，人人都可以去做，微波爐到底會不會傷害心臟之類的，就傳上去了，這個會不會打壞什麼東西，然後就自己做了，這樣從聽說讀寫的角度來講，你如果要傳播一個正確的科學知識，說真的在製作的時候也要有 Literacy，也就是說以前不是人人都是製作者，但現在人人都是 Reporter，這是最大的問題所以在審查的過程中其實有看過非常多案子，他訂的題目真的是現在網路上一堆小孩在做的，也就是說以前我們早期做科普，

可是現在人人都可以做科普，就變成說不勞科技部做科普了，但現在的重點是他做的科普是對的嗎？如果就現階段的媒體發展下過去的科普對現在來講的識讀，是個非常重要、跨領域的一點。

● **科技部科教發展及國際合作司曾黛如科長**

以前就叫科學普及，什麼是科學，我告訴你什麼是科學，是由上對下，可是現在是叫做 Science Communication 是溝通的，在轉型叫做科學傳播，因應剛剛說的新媒體時代的到來，人人可以當 YOUTUBER，人人都可以當專家。最重要的是考驗正確性，科學在遞移、在演進，八年前我們做的科普影片，不能說它舊、它錯，有一些像是二氧化碳封存技術現在已經不太一樣，現在技術更好了，所以科學只有進步，可能沒有對錯。YT 是我們今年的新亮點，發現以前拍攝的手法、節奏、長度都不適合現在。所以現在強調的是如果公民要參與，要一直地溝通，而正確性是科技部要去把持的，我們有反覆的驗證，雖然速度慢，其他的科普 YOUTUBER 速度又快，但比起速度我們還是寧願強調正確性。

● **內政部警政署刑事局林盟峰研究員**

事實上講到很少提到素養這兩個字，那一般我們會比較強調媒體的互動，通常我們會聚焦在新聞的發布，還有一些犯罪宣導，大概是這些，但當然在這些新聞發布或是犯罪宣導的過程裡面，我們必須配合一些政策，例如偵查不公開等規定，尤其是最近選舉也快到了，有一些假新聞、假訊息，在運用媒體的過程裡識假、懲假的部分也希望讓民眾能有相關的素養能力。

● **衛福部保護服務司郭彩榕副司長**

跟我們比較有連結的應該是我們是做兒少保護，除了禁止兒童虐待，有一部分是講媒體對兒少造成的傷害，大概有兩個部分，一是保護對象的個資保護，另外一塊是有害內容對兒童的身心影響跟傷害，這兩塊我們目前的作法一個是對我們自己的從業社工人員，他在做個案服務的時候，當然大眾或是媒體有所謂知的權利，但被害人的個資保護也是很重要的，所以你在傳達我們政府部門對被害人或兒少所提供的保護的同時，也就是我們做了哪些事適度地傳達很重要，但被害人的個資保護我們放在更前面，這點某種程度會抵觸到一些媒體報導者的權益，

所以需要與媒體有一些溝通。

另外一個是有害兒少身心的媒體內容，大部分是跟 NCC 這邊合作，NCC 有召集文化部、教育部還有我們，共同出資然後由 NCC 共同委託 IWIN，IWIN 會針對網路上一些對兒少有害的內容接受大家的申訴，會去做些過濾，如果有違反相關的法律規定，他們會讓地方政府去做相關的認定跟裁罰。

2. 議題二

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

討論定義與各單位做的事情不一樣後，第二個部分就是關於媒體素養的政策制度，剛剛簡報中有看到各個國家政府部門去推動媒體素養很多制度是不一樣的，現在要請教各位的是，政府部門剛剛提到了有很多不同的分工，也看到了各個國家分工的作法，也確實有的因為預算的編列，有的不成立新的部門，用既有的核心部門去分工，我們現在有點像這樣，在政策制度下推動媒體素養，很多人會和民間團體合作，你們覺得政府和民間團體以及媒體，在政府的角色和這些不同的團體，政府扮演的是一個什麼樣的角色？今早共同問了公民團體一個題目，這麼多的政府部門按照現有的分工方式，都不更動也不成立新的單位，也不另編預算和其餘事情，那你們覺得應該由哪個部會來主導？

右上角是由通傳單位，主要像英國的 Ofcom；韓國是因為有些的文化相關部門，再看看左上角有些國家是由教育單位去主導，因為他認為主要是教育政策，左下角是內政部，因為包括老年、婦人、青年等，甚至是社會上的特殊族群等等，所以由內政部主導。至於在右下角的部分因為現在很多部分都跑向 ICT，變成說媒體素養或是個資，變成是所有人都要知道的，因為是科技相關的所以是由科技部負責，新加坡就是這代表，不管你是資訊素養還是媒體素養，或資訊媒體素養，他是著重在資訊的部分。

公民團體從經驗來講認為主管單位是誰，意見一，認為應該由教育部，因為涉及教育與教育政策，與教育相關推動。第二個，也有人認為要把文化部放在中間，由他們來統合，也有人認為畢竟是媒體素養，不管是文化部或是教育部，NCC 一定會在裡面；剩下的也有人認為跟科技有關，但新加坡有很多經驗跟台灣不一樣，可能有落差。至於第三部門會隨著放哪個為中心而連結就會強一點，公民團體都很願意進到這裡面。

● **教育部終身教育司許嘉倩專門委員**

我想應該沒有哪個部會會覺得自己應該在中間，我們在行政部門的經驗，民眾通常會想要政府部門有個單一的窗口，遇到什麼問題只要問這個就好了，他可以幫我解決所有問題，可是我們行政部門就是不一樣，是很多單位在分工，現在媒體素養的議題就牽扯到這麼多的部會，就我們以前的經驗，比如說像以前是提升到行政院層級的一個委員會，事實上行政院背後也沒有人力能做這樣的業務，所以通常還是會下放到某一個部會去做，如果民眾覺得這個層級要提升到行政院的話，這是以前的作法。以前比如說行政院教育經費委員會它名稱掛的是行政院，照理說是行政院要做但沒有人力，所以就下放到教育部，還是有跨部會的問題，這個委員會還是法有明訂的，還是變成這樣子。然後現在的作法，到最後都不會真的符合民眾的期待，因為每個部會都還是有它各自的職掌跟專長等，到現在的部門運作的話，以我們最近跟行政院開會的感覺，或是他們的運作模式，政委就是會常有跨部會、很多部會都是同一個政府督導，比如說像假訊息這個議題的話，那時政委就覺得假訊息是不是要由哪一個部會做最後的總整理？結果最後也沒有，最後是政委將各部會的東西做個統籌，包括最近在吵的新住民，也是跨了很多部會，像是內政部、警政署等，本來立委也是要求要由一個部會或是單位來專門處理這件事情，可是後來政委說沒關係，各部會各自做了什麼，他那邊是一個溝通平台，他有事情就會找各部會討論，然後在他那個平台做一個溝通，他們覺得這樣反而是比較快速的。這樣會比較好，因為你說落到哪個部會的話，那部會其實很難叫得動其他部會，因為大家都是平行單位，反而到政委那邊去溝通時是比較快速的。政委也有分工，上次遇到的案子也是有兩位政委，政委可以橫向聯繫，反而是強調跨單位溝通的橫向聯繫平臺反而是比較重要的，是不是一定要有單一的單位或是組織去處理可能反而不是這麼重要。

如果是教育部的話，我們真的比較聚焦在教育這塊，如果今天這個議題是媒體素養教育跨部會合作模式，那我們一定在裡面因為就是教育，但今天是媒體素養的話可能不只教育，還包含了很多像是剛剛各部會說到在做的事情，這部分我們比較沒有辦法。政委認為教育部在推媒體素養教育這塊算是比較有一個完整的計劃和方案，他還滿認同的，他還有問你們自己做可以嗎？有沒有需要其他部會幫忙的，可以直接行文去問有各部會有沒有相關資源，可以提供給教育部，那

我們就直接這樣去問了，只要是跟媒體素養教育有關的，會提到推動會上面，之後會做整理，放在資源網路上面，類似這樣的運作模式。所以就我的經驗來講說，可能民眾會覺得一定要有個組織會比較好，但在政府部門這樣不見得比較好，現在是偏向跨單位的橫向聯繫。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

事實上媒體素養確實是要跨部會，絕對不可能是某個單位，剛剛所突顯的問題不是只有媒體素養有這個問題，因為由下而上的一端，會覺得單一窗口比較好，這對他們來講很重要，各個議題都一樣，但是剛才所講的政委跟政委他們跨單位，然後今天他只要都動的了，可能像是公民團體也不在意你把它定義在哪裡，你做就對了，所以對於上面來講，這是其中一個方案，可能可以由行政院方面在政委這個層級，不需要再成立什麼，不需要由別的單位，不用特別怎麼樣，既有的分工，然後大家能夠動的了，能把事情到位，這可能就現階段來講你覺得這是可行的作法。

- **文化部人文及出版司游惠容科長**

就這個象限來看，很難說只有一個部會來統籌這件事，剛剛提到早上的公民團體有提到文化部，我先來講一下如果文化部要作為一個統籌單位馬上要面臨到的困難，第一個文化部目前所做的業務，對於監管法令幾乎都沒有了，早上比較接近媒體這部分的話，雖然我們現在強調的是自律他律，但最終還是要有法律，才有辦法強制的約束力，但現在規管法令到 NCC，平面媒體部分、出版法令完全廢止，回到各個現有的相關法令去，那其實是沒有在一個法規裡，光是這邊它的規制力就比較弱，第二個是資源的部分，我也不敢說文化部人力、資源、預算，但其實我們業務也滿龐雜的，我們還有很多是實體比如博物館、社區營造等很多這方面的業務，媒體素養或資訊素養很多是從小的教育這部分進來的，這部分也不是文化部可以全面性進入校園，我們目前很多的執行方式是補助或是委託案，比較點的、活動的，沒有辦法用教育的方式、扎根的方式去做，所以文化部這邊會有這樣的困難。

- **文化部影視及流行音樂發展司郭聯德專員**

因為我們影視司是負責公視基金會的部分，如果廣論媒體素養直觀以傳播產業為主的話，基本上是由 NCC 去主管，那我們的部分就是公視基金會，基本上公視基金會它怎麼樣去處理或義務要去做媒體素養的節目，那我們也是尊重他們的意願，基本上文化部是沒辦法去主導公視基金會製播的節目內容。

- **科技部科教發展及國際合作司曾黛如科長**

單一政府部會很難去處理綜合的問題，一個東西很難用二分法或是象限法去分。以新加坡的例子是用資通訊，但我想強調媒體科技只是個媒介，只是個工具，所以我們今天討論到底要放在文化部、教育部還是 NCC，應該去討論說這個政策是什麼目標，像是英國、加拿大放在教育部是不是為了提升媒體素養教育為主，德國放內政部是不是為了安全，是因為哪種政策目標而放在哪個部會，不管台灣這邊我們要怎麼做，我都同意很難讓單一的單位去主導，這邊有成立專責委員會的作法，這可能比較像政策跨部會型的合作模式，如果是用 NCC，對媒體他是監理單位但沒有目的性，如果是文化或是教育部的話就知道是不是要提升文化與素養部分，如果是為了安全性就放在內政部，應該是看我們的目的放在哪裡，科技部其實是國科會改制來的，是補助單位它沒有監管的相關法規，所以好像也很難主導。

- **內政部警政署刑事局林盟峰研究員**

其實就目前看到的四個部會，我個人都有代表部會跟他們開過會，跨部會都是在不同的領域、不同的問題，所以說就警察機關來講沒有特別的意見，不過就我個人來看覺得的確是滿困難的，若要找一個專責的單位來負責的話。

- **衛福部保護服務司郭彩榕副司長**

其實意見可能在行政機關都會有些為難。會覺得比較是像跨部會的機制，只是要想如何讓它運作。

3. 議題三

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

老實講真正的問題應該出現在跨部會溝通的合作平台，從第一題的討論說明到剛剛的回覆，我們現在討論一個實際執行作法，我同時也把今天早上一些公民

團體的意見提出來。前面討論到這麼多，顯然跨部會的溝通是必要的，至於是一個實際還是虛擬的合作平台，等下給大家看一下剛剛報告的圖，因為我們參考了各個國家的作法，如果今天我們要讓跨部會可以溝通合作的話，你可能牽涉到的是法，或者說有沒有必要成立委員會，還是第三部門基金會或推廣等等，這部分要看看各位具體的建議，民間單位非常積極想跟政府合作，至少這是今天早上跟他們溝通的結果。問題是你得讓他們有門有窗口，讓他知道要跟誰。

我們整理各個國家作法之後，第一個作法是設立專法，但是最大的問題是真的要花時間，而且有必要為了媒體素養設了一個法嗎？像韓國一樣，第二個是不需要成立一個專責委員會，就像歐盟跟新加坡，新加坡是可以想像的，但像歐盟有一個問題是還是會回到原點，到最後它的資金來源，假設說今天誰上台，它的政策方向也會有些變化。第三個是設置專責基金會或推廣中心，這在今天早上民間團體和公民團體有提出來說，是不是成立一個第三方的民間團體，但第三方民間團體它還是要有一個對口單位，因為它不需要對口到政委，所以還是需要一個對口單位。這個單位也有人提出很具體的建議，舉例來說有人提出文化部，認為不用設立專法。早上也有人覺得不用特地成立專法，因為法也真的太多了，但在既有的法裡面可以將媒體素養的概念放進去，會使得大家都有準則，但如果要把它放進去的話，要放在適當的地方。

所以舉例來講關於文化部作為準則單位，可能可以在文化基本法裡有一條人民媒體素養相關的，那就不必成為專法也不必再改動別的法令，在這個準則單位的部門，它的文化基準法或是每個單位都有基本法、組織法，訂在這個裡面，那麼大家就會有跡可循，就有個對口或主責，那這樣成立的第三方就可以跟他合作，有人提出這樣的看法。

早上大部分的意見認為不需要設立專法，這只是公民團體的意見，下禮拜也會請教媒體和學者專家同樣的問題，因為想法會不一樣。第二就是也好像沒有那麼需要成立專責委員會，因為各個部門在運作，大家都在做，這麼跨部會的東西業務抓過去也抓不清楚，但如果沒有個對口，那麼所有的單位都是婆婆媽媽那它要對到哪裡去，所以作法三有人提出來，但必須要解決過去行不通的狀況。

- **科技部科教發展及國際合作司曾黛如科長**

第三方基金會當然可以，它是最容易、最快速可以做的，但它可能會面臨到

資金不到位或是強制性的問題，但如果真的要做的話我覺得可以從這邊試試看，一二都是緩不濟急的方案，是不是直接由第三方來做做看，但有強調這個作法政府部門還是要成立一個對口單位，在基本法內增加的狀況，專法跟修法其實是一樣，要經過立法院，可能都還不是這麼容易。如果真的想要做一些事情的話，我覺得第三方比較快速，但還是回到哪一個部會的基本法要去構思，這部分我的意見跟剛剛一樣。

第二個作法我們是不是可以改一下，現在如果類似是由政委這邊來執行，政委這邊當然就不是專責委員會，但政委那邊要開會我相信是比較彈性，有必要時就請各部會來開會，可是他可能不是以委員會的形式，這種委員會比較像是行政院下面成立的各種委員會，當然是有專責部會在立的這種當然也可以。

● **內政部警政署刑事局林盟峰研究員**

在跨部會開會裡面，像政委的會議事實上我參加過很多次，包括我舉個例子像警察事務裡最高有到行政院的治安會議，事實上很多跨部會就算解決不了，但我們提到行政院治安會議，到院長這個層級與高度就能去裁示，變得有效率，我遇到的是這樣。

● **衛福部保護服務司郭彩榕副司長**

我覺得素養是要長期去累積與慢慢推動的，專法是最快速但上往下不見得很落實，作法二的部分行政院一聲令下給誰做就必須去做，但這裡面也有一些問題，像行政院也有很多會報，資通安全會報啊科技、文化會報等，我看了一下要點，裡面的組成好像政府各部會、地方政府，好像也有民間專家學者，我不知道實際上有沒有聘專家學者，我想不知道民間團體有沒有機會進到會報裡面表達意見，假設今天他們有機會去講他們的意見的話，是不是就比較不會出現現在的問題，也許通傳會這邊可以稍微說明一下資通安全會報要點裡面好像有專家學者，但實際上不知道有沒有，這些團體有沒有成為裡面的委員之一。

作法三的部分，由一些有想法的民間團體、NGO 去經營的話，我相信他們應該會很有熱情地去做事，當然他們也會遇到一些碰壁的狀況，假設他們可以做到像消基會那樣，我查了一下是先有消基會才有消保法，後來他們去促成消保法，另外一個剛好相反的是先有法律輔助法，法裡訂定說要成立一個基金會，他們的

方向不一樣但原則上某種程度扮演民間的監督力量。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

今天早上有人說經濟部跟台創是個比較好的例子，台創是屬於第三部門、民間的，後來我問了一下，通常要活下去的民間團體或是第三部門，它可以跑出 KPI，以台創來講的話，第一個它輔導產業，第二個產業裡面會有營創，最後它還可以出口再轉內銷，他是一個可以活得下來的，這樣的話不必全部的經費預算給它，因為政府來養也是一個很大的負擔，它本身是很有創能的，如果今天和政府部門合作，它今天要走的長長久久，像剛剛講的消基會，最後他有一個法源，它是個有名有姓的單位，今天才有辦法走下去，所以看看各位在你們的經驗範圍裡面，怎麼樣能夠讓一個...剛才提到您說是政委，除了這個之外，因為這個大家都認可，覺得是現在可行的，但這個也跟人有關係，比方說現在這個位子上的人有變動的話，不一定可行，所以說往制度裡去把跨部會的公司協力模式做出來，可能就是不管人換到哪裡去，計劃還是可以繼續進行。所以政委這部分我們會列入記錄，作為其中一個選擇。

● **教育部終身教育司許嘉倩專門委員**

政委是強調行政院可以做一個跨部會的溝通平台，政委就好或是像各會報就像是行政院層級的溝通平台，我是比較不建議再成立委員會，因為還是需要組織的規定，也還是要歸到一個部會，他還是叫不動其他部會，所以我比較傾向一個溝通平台，但這平台要怎樣可以再設計。第三個我比較關心的是，就我們來說其實基金會很多個，目前關注媒體的基金會很多，那到底哪一個基金會在這方面是比較具有公信力，我們很難去評斷，你說消保，那是因為一開始比較只有它，所以慢慢走就比較有公信力，是一開始比較少人關注的議題。但媒體這塊可能不太一樣，目前已經有很多基金會、社團都滿關心的，不太知道要找哪一個團體，覺得都很難以服眾。當初建議要有個第三方的事實查核機制、平台，那也是政府部門跟他們合作的，背後是媒觀基金會，會有類似這樣的問題，有個場合聽到說事實查核中心也不見得是對的，因為事實查核中心背後有他們自己的想法，哪些是對的、錯的，他們覺得那個不見得是大家都認同的，所以我覺得媒體這一塊，要找公信力、大家都信服的去專責這部份有它的困難度。

- **文化部人文及出版司游惠容科長**

從這幾年做媒體識讀的經驗，會發現其實文化部主管的平面媒體其實都在式微當中，現在馬上面臨到的就是網路或是數位的問題，兒少保護法 46 條的模式下籌組了 IWIN，IWIN 這幾年它在協助各部會、處理網路不當內容的模式還是可以參考。不一定要專法，可能用現有的法令，成立第三方組織去推動，我想到的法是因應未來數位的發展，數位匯流主要的大趨勢，那我們政府現在也打算要訂定數位匯流法，很多言論與素養的問題其實是發生在網路上，我們何不將來在訂定數位匯流法的時候，可能有一個條文可以仿照兒少保護法 46 條，成立第三方組織協助政府推。像 OTT 的問題原本草案就有一個條文是提到說數位通訊傳播法第三條第一項，數位通訊傳播素養尊重人性尊嚴，保障弱勢權益提升。我最近幾次參與一些跟教育部一起的青年座談會，其他政委主持的會議，我發現教育部已經將媒體素養放在課綱裡面，在教育系統裡貫徹從小學、國中一路上來的都要去注入素養的教育。我覺得教育體制開始扎根也是個很好的作法，我們自己在輔導我們自己的產業的時候，比如說去補助雜誌公會，或是補助財團法人中央社，它會有些專案，例如中央社有個海外特派員專案，可能會進入大專院校宣講活動，把他們在實務中的經驗跟新聞傳播學系的學生們做個溝通。這樣的作法是結合教育有教育的作法，輔導產業也有輔導產業的作法，其實也滿好的，例如雜誌公會會跟大專院所開幾堂、幾小時的課去講授實務經驗。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

我確認一下教育部現在有把媒體素養列為高等教育的深耕的門檻嗎？有把它綁在一起嗎？

- **教育部終身教育司許嘉倩專門委員**

你說的是高教的深耕嗎？目前是沒有，但有跟高教司談，去鼓勵大學開這方面的課程。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

因為鼓勵跟門檻是不一樣的事情。

4. 議題四

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

剛剛有提到說網路假訊息，也確實讓大家開始去注意媒體素養，但如果你們問我說現在國際上的研究，我昨天剛看了一段，108年，才上個月最新的期刊，它的標題是「媒體素養不是假新聞的萬靈丹」，這個研究的主題其實世界各國都在做，這是其中一種意見，媒體素養的研究資訊會越來越多，這也就表示說媒體素養成為一種大家會去研究的議題。108年最新的文獻兩種意見都有，有人提醒不要把媒體素養當作萬靈丹，它不能解決所有問題，但是現在媒體素養裡面從科技、各方面裡做的研究越來越多，也表示說大家還是寄望於它是不是能產生一些效果。所以對於未來的趨勢建議，就從各部會的角度上去看，有沒有想法？

- **科技部科教發展及國際合作司曾黛如科長**

假訊息跟科技部這邊關聯比較少，可以除此之外但我們常常被委員挑戰的是偽科學，如果說從科技部的立場來講的話，我們處理的是個偽科學，怎麼樣裁示科學呢？我們會被要求建立一個正確的傳播的科學議題，跟網路上的假訊息也有點雷同，處理上面，雖然剛剛說媒體素養不是萬靈丹，我覺得還是要從媒體素養開始，媒體素養教育跟這些地建構還是很有關係。不管是假訊息還是偽科學也好，這部分能力的培養建構可能還是很重要的。科技部這邊主要是負責所受的大眾，鎖定我們要推的，因為偽科學一定有它的受眾，例如食安的問題可能是假訊息，就從食安受眾來講，有些是小學生族群就會從那方面做出不同因應。

- **內政部警政署刑事局林盟峰研究員**

假訊息牽涉層面很廣，可能牽涉農業、氣象、交通、治安等等，其實院裡面警政署的定位在懲假，所謂懲假就是在治安面的部份，希望能提升民眾識假的能力，在這樣的能力提升前，也希望在收到訊息時不確定真偽時就收起來，不要再傳播，可能我們要做的是這部分。

- **衛福部保護服務司郭彩榕副司長**

假訊息事後立即澄清，我們現在各部會都配合行政院即時澄清，不確定是真的就不要隨便轉傳，事前的話就是剛剛大家講的教育，對民眾的宣導。

- **教育部終身教育司許嘉倩專門委員**

假訊息其實是個老問題，因為新科技而火上加油，但新資訊科技應該也要配合這方面來提升大眾的能力。結論的話教育部沒有辦法當眾包部會。

- **文化部人文及出版司游惠容科長**

文化部也不能無法眾包，對於假訊息 文化部做的就是會舉辦一些媒體識讀的活動，第二是每年不定期針對業者，會發函給各縣市政府在轉寄給他們的媒體公協會，再轉寄給他們的會員，呼籲媒體自律，我們也會匯集跟媒體相關的各法規，請他們了解並遵守法令。最後是媒體素養政策推動的整體建議，我認為這整體中教育跟數位發展趨勢是十分重要的，若這兩部分可以有個法規，像剛剛說的可能參考兒少法推動 IWIN 去籌組的第三方組織協助政府部門推動，各相關部門還是要在他的業務權責裡繼續推動，不會都是別的部位，因為各部位也有現有的職責嘛，大家一起推動。

- **國家通訊傳播委員會黃財振科長**

第一個問題是對於素養的範圍如何去界定的問題，一開始我們也被交付一個任務，去了解各部位做了什麼有關媒體素養的工作、提了多少經費，很多比較是資訊、教育的部分，大家對於素養沒有一致的標準。第二個問題是去年年中時立委問假訊息這麼多 NCC 應該要出來處理，又說媒體素養很重要你們 NCC 也要參與一部份，但是我們要參與哪一部分？我們知道媒體素養課程已經入課綱了，那我們要怎麼做這些事情，我們也要做，教育部也要做，那從我們的立場要怎麼切？各部位才不會有重疊的部分？第三個跟時間發展的脈絡也有相關，這案子是去年年底確定要做，羅政委大概是在去年 9 月召開各部位去分配一些工作，比較確認的四個方向是識假、澄假、抑假、懲假，第一個識假就找教育部，第二個澄假的部分就請薪傳處處理，抑假的部分就請 NCC 來處理，第四個懲假的部分就請法務部就現有法令部分做些處理。第三個問題是要不要建立溝通平台，大概在今年的 4 月吧，教育部部下就成立了媒體素養教育推動委員會，在推動會上找了各部位還有專家學者。

因為有這樣的脈絡所以想說委託研究來做個系統性的理解。有關素養的作為除了政府機關要做，對民眾一些教育的部分才是我們想做的事情，但這件事情除了民眾之外，還有媒體是關鍵。我們後來定調我們 NCC 想做的事情，的確我們

是監理機關，但我們只負責廣播電視部分的監理，很明確的職責，第一階段主要會針對我們的從業人員做專業的教育，今年也花了 380 萬的經費委託泛科來舉辦今年的從業人員教育訓練，內容有關的是落實事實查證工作、性別議題、偵查不公開還有調查員保護等教育課程，希望做些宣導，這之中也有做一般民眾的推廣，透過徵件去宣導不轉傳等活動。假訊息這部分我們也想了解關於業者的部分，業者在這塊是不能脫節的，所以也跟平台業者有合作，我覺得平台業者像是 Google、LINE 也需要對民眾進行教育與宣導，這也是未來我們可以去努力的方向。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

國內各相關部門在媒體素養這塊，因為專業上的分工其實本來就有在推動，只是因為這次議題的關係更專注地一起解決問題。素養的由來 Literacy 是指聽說讀寫，用在媒體裡面的話，也就是說第一，今天媒體報導你能不能看得懂，第二，這個媒體所報導的，它再現的形式你能不能分辨，第三，做一個閱聽人你如何理解與反思，再來是說你有沒有辦法知道這個新聞或內容呈現背後的組織跟它的關係，而影響到這個媒體的內容，最後一個部分就是你可以做什麼，這五個步驟就是我們一般在講媒體素養在做的事情。所謂你可以做什麼，裡面很大一部分是你要不要針對你看到不好的內容，一你能判斷，二你能跟相關單位反應，三你能自己製作一個內容，然後也告訴別人正確的，或者是說你今天有其他更好的方式能夠表達出來，你作為一個閱聽人或是製作者然後傳達那個正確訊息，這就是說為什麼媒體素養最後會綁一個傳播技能。你知道了、你看懂了，你會了，那它不是理論，最近看到上個月最新的研究寫媒體素養是一個「動詞」，不是一個名詞，媒體素養是個動詞，意思是要有動作的，很多人把媒體素養當作一個 term，好我知道了它就是一件事情，不，它是一個綁著後面會有行動的。這案子下禮拜還有兩場，一場是媒體高層主管，另一場會請學者專家，也會把今天討論的延伸下去。



「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」
第二次焦點座談會議 簽到表

時間：民國 108 年 11 月 8 日 下午 14:00
地點：本院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）

單位名稱	姓名	職稱	簽名處
衛福部保護服務司	郭彩榕	副司長	郭彩榕
教育部終身教育司	許嘉倩	專門委員	許嘉倩
文化部人文及出版司	游惠容	科長	游惠容
文化部影視及流行音樂發展司	郭聯德	專員	郭聯德
科技部科教發展及國際合作司	曾黛如	科長	曾黛如
內政部警政署刑事局	林盟峰	研究員	林盟峰
國家通訊傳播委員會	林慧玲 黃外振	簡任視察科長	林慧玲

附錄三 第三次焦點座談會議紀錄

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」

第三次焦點座談會議

一、 會議時間：108 年 11 月 15 日（五）上午 10:00-13:00

二、 會議地點：台經院本棟 201（雪山）會議室

三、 與會人員：

詳見附件簽到表。

四、 會議說明：

本院承接國家通訊傳播委員會「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，研析國內外政府部門、民間團體與媒體業界推動媒體素養之政策與作法，以作為我國各部會研擬相關政策之參考。

在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。於產業變動的環境中，各國政府如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，進而保護弱勢甚至維護公民權益，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織推動媒體素養之相關政策與經驗，盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，包括研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等；並在研究期程中，邀請我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開焦點團體座談會議，針對建立跨部會溝通平臺及設置推動媒體素養推廣中心等議題進行討論，以凝聚產官學界意見，研提我國媒體素養發展政策建議，供主管機關參考。

會議議程：

時間	議程
9:40 – 10:00	【報到】
10:00 – 10:15	<p>【引言報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」初步研究成果報告
10:15 – 12:00	<p>【議題討論】</p> <ul style="list-style-type: none"> • 主持人：國立海洋大學共同教育中心 助理教授許文宜（本案研究顧問） • 討論議題： <ul style="list-style-type: none"> 一、我國媒體素養政策方向 <ul style="list-style-type: none"> 3. 媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」意義涵蓋範圍廣泛，您認為在當今媒體與數位發展環境下，媒體業者於媒體素養相關行動計畫上主要著重在哪個領域與方向？ 4. 媒體業者推動媒體素養之現況為何？ 5. 媒體業者在我國媒體素養政策中扮演什麼樣的角色？ 6. 過程中碰到那些困難與挑戰？ 二、我國媒體素養政策制度 <ul style="list-style-type: none"> 9. 現行我國政府部門推動媒體素養，制度上是否有可改進之處？ 10. 參考國際間政府部門分工作法，我國是否有可借鏡或參考之處？ 11. 政府、民間團體與媒體業者各應扮演什麼樣的角色？ 12. 您認為我國媒體素養政策應由哪一個部會來主導？ 13. 通傳會作為我國媒體與通訊業者主管機關，您認為在政策制度上可以如何鼓勵業者推動媒體素養計畫？例如從立法要求、政策指導或輔導補助等？政府與國家在推動媒體素養政策過程中可以提供媒體業者什麼樣的資源，例如資金、教材、專業培訓計畫等？ 三、跨部門溝通合作平臺 <ul style="list-style-type: none"> 7. 為健全我國媒體素養之跨部門政策，我國政府各部會是否應建立跨部門溝通合作平臺？ 8. 若參考國際作法，包括設立專法、成立媒體素養專責委員會與設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心等，上述三種方式哪種較為可行？您的建議為何？ 9. 媒體業者作為訊息主要的傳播者，如何建立公私協力合作模式來把關訊息的產製與播送？ 10. 對於政府與民間單位應如何推動公私協力合作模式？ 四、未來趨勢建議

	<p>5. 面對網路假訊息等爭議事件，對於我國未來媒體素養相關政策有何建議？</p> <p>6. 媒體從業人員如何因應網路假訊息或假新聞等爭議事件？對於媒體產業造成什麼樣的影響？</p> <p>7. 對於我國媒體素養推動，有其他政策建議嗎？</p>
--	--

五、 會議紀錄：鄭研究助理雅心

六、 會議內容：

(一) 各國媒體素養政策研究期中成果報告

本案計畫主持人曾筱媛簡報（略）

(二) 專家意見

1、 議題一

● 公共電視文化事業基金會謝翠玉執行副總經理

媒體素養包含數位、資訊，若只關注傳統頻道、無線、有線電視，顯然無法符合大家對這個主題的想像與需求。公共電視雖以無線電視為主，同時也經營網路平臺，如「P#新聞實驗室」，關於媒體識讀或素養已至少有三個專題，成效很好。

關於素養議題，較傳統的問題如媒體近用已討論許久，但因數位化，人人一媒體，較不擔心近用權問題。近用權問題也是屬於政策補助最容易達成的，如針對視聽障礙者口述影像的媒體使用，目前也編列預算並執行中，如手語新聞、聽聽看與點點愛等節目，服務弱勢或是身障的朋友，近用權問題近年來已改善許多，也是相對容易解決的。

媒體識讀與素養確實是大眾較關心的新興議題，如何使青少年和長輩於數位匯流的時代下對媒體有一定的素養或認識。很多人將打擊假新聞、網路霸凌等牽涉法律問題的內涵也納入，議題十分廣泛。不管治理方式或推行方式如何定案，設定近程、中程、遠程目標按步執行即可。

關於戲劇部分我也相對不擔心，因為台灣影劇圈、導演與編劇們意識很高，會主動依社會現況產生對應主題，公共電視有部分是公開徵案，可以吸引他們。目前夜間節目「糖糖 Online」探討青少年網路沉迷與霸凌；也與民視合作「鏡子森林」，主角是媒體從業者，探討媒體業生態環境與倫理道德。只要不去限制，台灣這種環境內容會主動出現。預算能再挹注更佳，可提升品質。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

媒體業者做了很多，但未必能被社會大眾得知。我們如何檢驗成效及評估效益？

- **公視新聞網卓冠齊製作人**

補充網路部分，公共電視已花費相當時間在媒體素養或教導社會大眾認識媒體，最早期「PeoPo 公民新聞」至今已超過 10 年，近期也有針對青少年的新聞性節目「青春發言人」，最近也成立公廣新聞網的「P#新聞實驗室」。今年所做的兩大部分，一為透過「記者真心話」推動媒體識讀跟媒體素養，節目當中與社會大眾溝通媒體定義、媒體黨政軍退出歷史與媒體改革運動等，近期為如何辨識媒體內容。效益評估方面，目前三集的点閱率總合已超過千萬，於 Facebook 與 youtube 皆各自累積兩、三百萬點閱率，迴響甚大。二為事實查核，許多公民團體倡議媒體查證，公視今年與其他媒體協力合作候選人發言事實查核及新聞事實查核，過去大家可能會認為很冷門，但近三個月的操作觀察，議題在網路上獲得很大回響。

關於困難跟挑戰，因我們目前著眼 45 歲以下的青少年、年輕人與網路使用族群，下個挑戰是銀髮族群，無論於網路或傳統媒體是否有關注到他們的媒體素養，運用何種溝通方式等。

- **民間全民電視公司企劃室賴乃綺執行主任**

補充戲劇推廣，我們針對大專院校新聞科系或與該主題相關，到現場跟學生直接做互動、討論，效果很好，如探討新聞記者的初衷，記者一旦執筆就是兩面刃，所有的決定、思考、出發點等佈局等對社會產生重大影響，雖尚未有實際數據，但可以發現學生迴響很大。但是宣傳期有一些成本的壓力，希望政府有資源可以挹注我們，針對將邁入這個領域的年輕學子而言是很好的切入點。

公視針對年輕人的「peopo」做得很好，但畢竟民視是商業電視台，較缺乏資源查證真實性，只能基本篩選但無法持續追蹤。我們提供多元新聞觀點，作為媒體素養的出發點，如經營 Facebook 社團「how 新聞（諧音好新聞）」，觀眾可分享認為的好新聞於社團，雖然成果未彰，但我們有嘗試去推行。及對年輕人的網路型節目「你在大聲什麼」，找兩方對立觀點對談，這也是我們能力所及的多

元觀點呈現。

困難的部分，我認為新媒體的媒體素養、數位素養十分重要，我們內部也因此常產生許多衝突。媒體價值在公眾廣播是有共識的，但數位媒體、網路部分如何呈現，連電視台的同仁都尚未釐清定位，要點閱率還是炒話題？我們自己內部在數位媒體素養訓練都應再加強。

- **三立電視股份有限公司財務暨投資部法務室張明滄經理**

電視臺同時具備兩個角色—利用資訊與提供資訊，因此也建立機制確保內容的真實客觀平衡，包括新聞採訪前的編採會議確認消息來源正確與否、是否值得報導，記者採訪時要求查證，送回的資訊用平衡報導的方式，剪輯後才播出，整個過程以流程管理操作確保，自編採會議、記者、相關主管至專業編審，確保提供的資訊真實性。亦建立自律、他律機制，含自律委員會與客訴機制，自律委員會由外部專家委員擔任召集人，可以主動召集會議，也有定期會議，最後會議結論會提供給從業人員依循。以上所有機制確保我們所利用與提供的資訊真實、客觀、平衡的。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

是否需要 NCC 提供培訓令同仁更具媒體素養，亦或需要補助內容製作？

- **三立電視股份有限公司財務暨投資部法務室張明滄經理**

因為我們的同仁從學校到職場就已經訓練完成，內容製作是花費最鉅的，且內容要有趣、觸及群眾，就需要花費。

- **凱擘股份有限公司法務法規室林雅惠副處長**

關於範圍部分，從傳統媒體、新媒體至網路，不同媒體的影響息息相關，因大眾不會只接受單一平台的訊息，尤其目前像 Facebook 使用頻率時間占比高。

凱擘本身經營有線電視，包含地方頻道與製播節目，每天一節新聞中，我們希望做的不是全國性新聞，而是發掘地方值得探討的社會、公益與民眾息息相關的新聞，這是地方媒體的特色。媒體近用的部分，因為有地方頻道 ch3，我們定期與社區合作，教導他們應用、剪輯，拍攝生活中重要影像。部分新聞臺也下鄉與學校合作，政大最近與跟地方小學建立小小記者營的活動，能讓小朋友了解

節目或新聞製作的流程，也讓他們瞭解我們在選擇、採集新聞的主題、採訪中或後製需注意之處，力求公平、公正、不腥羶，這是地方性媒體的特色所在。

我們也有轉投資的電視臺，如在 MOMO 播出兩個帶狀節目——「大雲食堂」與最近的「若你有約」，節目特色是高端、高知識性的節目傳播，像在「若你有約」的部分會推薦書籍，我們請作者跟其他人來討論這些很重要的議題，先前我們討論媒體爆料，關於界線跟作為媒體製作者的立場，透過節目製播，把正確的觀念傳達給受眾。

我們集團也有富邦文化基金會，如廣播節目「媒事來哈啦」，討論內容包括親子教育、法律生活、金融理財等，多面向做社會公益性或時事性討論。

- **凱擘股份有限公司法務法規室洪依凡律師**

我們目前有跟 MOMO TV 合作「理財透」，現在資訊太過氾濫，我們請專家學者和民眾近距離討論如何投資理財。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

地方服務可教導在地學生或參訪團體傳播技能，以目前廣義而言除媒體識讀外，也需有傳播技能去了解背後產製過程，對於現今社會十分有助益。

- **中嘉網路股份有限公司法務部張書銘協理**

我們於去年 12 月有交易案，交易案後的承諾事項持續進行中。媒體素養是很重要的一塊。

有些地方媒體傳授傳播技能，不論是透過標案或費率審議的要求。媒體素養分為四個層次去做，第一為一般民眾，我們會配合市府、區公所等辦理活動，與社區里長做媒體學習營或有線電視台參訪等，我們對學生的有線電視的基本介紹持續進行中。素養的部分最主要是針對社區，配合標案或政府政策，如新北市每年都有推廣公用頻道，從原先的認識公用頻道，推廣到可以隨時用手機當一個記者，只要拍攝的內容符合公共目的即可傳上網。有線電視第三頻道其實是閒置的，鼓勵大家近用，當然第四頻道也是相同道理。

關於學校素養的部分，我們利用暑假期間舉辦免費的小小記者營、主播營，礙於經費通常是半天到一天，一個梯次約 50 位，讓他們上主播臺，透過電視看

到他們自己。社區也有辦針對銀髮族的類似活動，過去多針對兒童，但現在教育是全民的，大學生教育當然一定也要納入。

也希望能舉辦較聚焦的專家學者論壇，不論對於未來政策、產製內容及記者，都可能產生教育性質。原先我們系統不涉及這塊，因需要的經費相對高，但因交易案後有被要求，所以我們與媒觀合作，在媒體新聞報導中調查新聞可信度，預計年底做調查報告發表，也會邀請專家學者針對報告做討論，提供具體建議，預計明年一月底發表成果。

我們股東在九月時捐贈微課程，目前針對高中學生多元學習時間，內容可能跟與課綱相關，包含媒體素養、生物科技等素材，目前剛起步，現階段先與五所高中合作。捐助微課程教師費用這個想法是北一女楊前校長提出，認為企業可以贊助，高中課程教師師鐘點費是四百多塊，但有些企業或大學教授不只這個費用，學校無法自行吸收。我們目前贊助兩年，先贊助鐘點費不足部分，未來可能再擴大。素養的部分我們分成幾個階段與面向，目前持續進行中，微課程中的媒體素養亦持續進行。

2、議題二

● 年代電視台行銷公關部張怡榆經理

媒體素養涵蓋範圍很廣，但 NCC 宣導不足，許多單位都不清楚可申請。

目前我們每季會舉辦倫理委員會，邀請相關領域教授探討尺度、經營、內容及新聞自律等議題，委員也提供明確意見。媒體自律部分，我們內部主管也指示要求證及編審，並鼓勵員工有第二技能，如文字記者也學習攝影，不只關注現階段工作任務。一年有七至八組學校申請參訪電視臺，我們也會提供教育內容。針對年長部分，我們有節目邀請長青社團，令他們有機會了解攝影棚及攝影流程，自然產生教育意義。而困難點如「動物方程式」，該節目探討生態環境、保育，但收視率回饋不佳，十分挫折。我們很樂意宣傳公共政策，但會有課題感、嚴肅感，回饋不如付出。

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

各家媒體皆有實作，需思考如何擴大成效讓大家有感，否則做得辛苦、分散。政府的資源尚未集中於真正需要的地方。

- **公共電視文化事業基金會謝翠玉 執行副總經理**

公共電視主管機關有兩方：預算來自文化部，執照來自 NCC。回到議題，將教育與實際媒體政策擬定綁在一起，兩者很難並存，我認為教育部分毫無疑問是由教育部管理，但媒體管理、政策引導及輔助應該是 NCC。若依目前面臨問題而言，教育部已有獨立運作系統，持續進行即可，應由 NCC 提供法規協助，如節目製播準則應用於傳統媒體部分，關於新媒體部分就沒有標準，我們對於資訊素養、個資保護及尺寸拿捏等仍在適應中，若有單位提供協助會有很大助益。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

若主管機關為 NCC，立法上要求、輔導輔助，所需提供協助為何？

- **公視新聞網卓冠齊製作人**

立法耗時、耗成本，若以 NCC 主導，會對資金、內容製作方面有實質幫助。雖其為監督機構，但可以立法精神面對業者推動媒體素養，若要求一年製播幾小時相關內容，對業者來說更加麻煩。建議 NCC 對資金、培訓計畫提出更具體的方案，因過去以負面表列媒體製作內容，現可以正面表列方式鼓勵媒體，以質的方式檢驗而非從量。

- **公共電視文化事業基金會謝翠玉執行副總經理**

建議 NCC 可建置分階段執行的專案並設定目標，業者可自行辦理或者向其申請所需協助，NCC 可在管制外以專案輔導，檢驗之前先進行輔導。

- **民間全民電視公司企劃室賴乃綺執行主任**

主導機關最相關是 NCC 與文化部，NCC 定位接近媒體近用，文化部是內容相關。我傾向文化部主導內容，由內容去推行觀念，朝獎勵方向走，如參訪機會中的媒體素養養成教育，若有獎勵基礎措施，我們就會盡量制度化，系統性加入於參訪跟節目製作，使其有明確方向目標，就能以媒體專業去設計內容。

政府給予幫助沒有很多，應獎助系統計畫，協助業者配置人力、資金跟教材，培訓業者如何推動媒體素養，可透過戲劇或新聞，業者間交流也很好，而培訓的另一部份是資金內容。政府目前沒有以媒體素養為主題的計畫，文化部的優良劇

本補助有媒體素養，而媒體素養獨立劇本補助，會牽涉到劇本落實性的問題。

- **三立電視股份有限公司財務暨投資部法務室張明滄經理**

認同主導機關為文化部。NCC 的政策標案的規格不划算，對業者而言沒有二次利用機會，如視障口白標案， 一次性撥出沒有意義也沒有獎勵。

文化部可用多元方式推行，思維應更加開放，不能要求商業電視去做公共電視內容，我們希望觸及普羅大眾，太藝術性質的內容難以銷售。希望文化部讓業者有更多空間。

- **凱擘股份有限公司法務法規室洪依凡律師**

贊同主導機關為文化部。NCC 為高度監理單位，設專案小組等強度還是很高，內容需要有彈性空間，否則可能造成反效果。

我們較需要資金補助於地方內容。

- **中嘉網路股份有限公司法務部張書銘協理**

民國 90 年新聞局時代，政府請媒體做媒體置入的招標案，三立、民視等都有加入，如親戚不計較、天天開心等節目，主持人會提醒最近假新聞很多。主導機關依以後持續推動的決定，當時的標案分很多層次去做政策推廣。

目前沒有特別的想法。剛開始需要跨部會，既然屬於教育就需很多層面，自孩童自到熟齡者。媒體的地方系統會執行在自己區域，很需要資金，NCC 也可全國性招標再下放給子公司。而媒體素養是新資訊，我們釋放經驗並不苛求對象直接理解，只要令其產生懷疑即可。

關於素材，我們也希望正確資訊傳遞給在地民眾，但缺少經費便難以行動，初期經費最多者就能做更多。

- **年代電視台行銷公關部張怡榆經理**

應在文化部下設專責機關，因文化部對其他部會具匯整及分配資源能力。對媒體而言，資金是相當重要的因素，可讓我們辦座談會、節目及新聞宣導，能系統性達成。也不要一次性，希望能長期給予資金挹注、人力或其他資源。

- **中嘉網路股份有限公司法務部張書銘協理**

短期若希望社會熱議，可運用特別預算，不需主導單位介入，如政務委員籌組等。

- **公共電視文化事業基金會謝翠玉執行副總經理**

應是行政院層級的跨部門組織，背後仍要有主責單位，我認為 NCC 適合的原因是政策工具，因文化部僅能提供補助，教育部或許比文化部適合，因其可利用課綱教育等。

3、議題三

- **凱擘股份有限公司法務法規室洪依凡律師**

立專法各有優缺，我也不太清楚實際執行狀況。最好方法是有法源依據立專法，但耗時且可能需要更改。可先設立專家委員會推動，過渡期後再思考如何立專法，最終還是要立法。

- **中嘉網路股份有限公司法務部張書銘協理**

現在時間點立專法不是很恰當，緩不濟急，可設權限、經費的一條。可能以終身學習法作為法源依據，或以前瞻預算方式，但勢必要成立短時間跨部會。

專責委員會部分，民國 90 年時新聞局是對口，執行完後驗收，初期可以用這種方式。以單一窗口方式協調，如請 NCC 再聯絡文化部、教育部，教育部會是一個主責單位，媒體部分則以 NCC 為主，但 NCC 要協助聯絡教育部。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

專家委員會如新加坡諮詢性質，公民團體建議第三方部門，但勢必有個對口，令民眾能夠有窗口。

- **中嘉網路股份有限公司法務部張書銘協理**

若現在要立專法，需窗口協調。

第三方是諮詢性質，需有主責單位盤點目前部會情況並回報，視不足之處再補助。

- **年代電視台行銷公關部 張怡榆經理**

短期由第三方推動較快，因政府有介入有公權力；長期則以法源依據立專法。

若只是立一條在專責單位，跨部會要很多協調，很難侷限小地方。

- **三立電視股份有限公司財務暨投資部法務室張明滄經理**

短期應該由作法三最容易，由基金會推廣中得到經驗，但日後長期仍需立法。立於基本法內或獨立一條，個人不認為難度很高，因沒有複雜的政治因素，修一條跟立法程序是一樣的，政府只要當成優先法案則速度會很快。

- **民間全民電視公司企劃室賴乃綺執行主任**

從執行面來看，作法三是否由單一部會主導？若編制基金會，相較作法二更加落地，對業者而言有單一窗口，也或許未來隨著科技進步產生更多問題。傾向作法三加上二，期待設立跨部門的專責委員會，包含各部會代表、專家業者，下游的基金會確實的編制與方向。

- **公視新聞網 卓冠齊製作人**

立專法的國家不多，而立法對業者而言長期是必要的。作法二、三隱含智庫概念，我們實際執行面上也需要智庫的資源、監督，如綱領了解如何實作，或者年度提供近期計畫。智庫要有定期調查，給予我們方向性。

- **公共電視文化事業基金會謝翠玉執行副總經理**

三種方法沒有衝突，初期由行政院政委處理，第三方部門、智庫或基金會需要時間培育，且無公權力。時序上先由中央權責單位擬定主導單位，若未來目標成立基金會或第三方部門，立法一定要有依據，但不一定需要專法，媒體素養可能不需到法律層級，也許以行政命令方式，只要推動能有法源依據即可。但若未來如打擊假新聞等，可再去研擬專法。

4、議題四

- **凱擘股份有限公司法務法規室洪依凡律師**

設立專法有利有弊，益處是可提供方向性，壞處是有侷限性，有些立法初步立意良好，但後期推動時執行可能有問題，可立一條法源依據，用行政命令或指導即可，若跨部門能靈活配合會更好。

未來趨勢建議，我認為網路假訊息很多，可由地方頻道系統播放相關主題，

養成民眾主動查證的習慣。

- **中嘉網路股份有限公司法務部張書銘協理**

杜絕假新聞由根部開始，專責單位用謠言破除的方式，我們用多元觀點屏除假新聞，包含通訊軟體的真實性，政府機關專責機構擔負什麼樣的責任。以即時、多元觀點的單位，提供不同思維引導受重。

媒體素養最終還是要有一條法律專責補助，以教育觀點和政府義務、人民權利相關，若長期仍需法律約束，提供資源讓部會去執行。

- **年代電視台行銷公關部張怡榆經理**

假新聞從自律開始，查證很困難，如難以查證香港反送中新聞真偽。現今許多電視媒體報導網路新聞，自律方面是問號。

媒體素養的推動應由學校教育深耕，長者的既定觀念較難改變。

- **三立電視股份有限公司財務暨投資部法務室張明滄經理**

應率先區分假新聞與假訊息，因網路非實名制，沒有法律及單位規管，政府將來對網路應有適度規管，如境外媒體規管，需要機制確定假資訊的封鎖、下架。

媒體素養推動不是學習物理、化學，而是有趣的行為，不建議由 NCC、教育部執行，建議由文化部來執行。

- **民間全民電視公司企劃室賴乃綺執行主任**

假新聞、假內容無法避免，政府應從資訊力、科技力協助。媒體素養要長期教育，要有意識，假訊息增長速度太快，政府藉由 AI、語意分析，參考推特作法，以資訊、科技研發協助判斷標準，媒體素養及自律同步，才可能平衡科技進展。

- **公視新聞網 卓冠齊製作人**



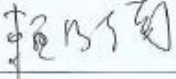
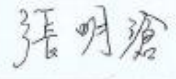
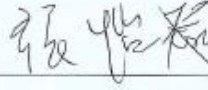
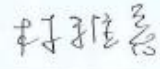


政府已花許多心力在釋假打假。在媒體、資訊素養推動上，政府應以宏觀、未來視野去看治理假新聞的想像，以資訊結合媒體素養思考。

- **公共電視文化事業基金會謝翠玉執行副總經理**

假新聞部分法務部應協助，除惡意的犯罪調查，其他領域假訊息治難以分而治之，可由市場區隔，支持公信度較高的平臺。

各媒體設新媒體平臺過程，是否可要求設立澄清專區。

政府科技力要加入協助，同溫層的問題很嚴重，大數據造成推播的情況，是否能用反大數據操作的邏輯，呈現不常看的內容。

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」 第三次焦點座談會議 簽到表			
時間：民國 108 年 11 月 15 日 上午 10:00 地點：本院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）			
單位名稱	姓名	職稱	簽名處
公共電視文化事業基金會	謝翠玉	執行副 總經理	
公視新聞網	卓冠齊	製作人	
民間全民電視公司企劃室	賴乃綺	執行主 任	
三立電視股份有限公司財 務暨投資部法務室	張明滄	經理	
年代電視台行銷公關部	張怡榆	經理	
凱擘股份有限公司法務法 規室	林雅惠	副處長	
凱擘股份有限公司法務法 規室	洪依凡	律師	
中嘉網路股份有限公司法 務部	張書銘	協理	

附錄四 第四次焦點座談會議紀錄

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」

第四次焦點座談會議

一、 會議時間：108 年 11 月 15 日（五）14:00-16:00

二、 會議地點：台經院本棟 201（雪山）會議室

三、 與會人員：

詳見附件簽到表。

四、 會議說明：

本院承接國家通訊傳播委員會「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，研析國內外政府部門、民間團體與媒體業界推動媒體素養之政策與作法，以作為我國各部會研擬相關政策之參考。

在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。於產業變動的環境中，各國政府如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，進而保護弱勢甚至維護公民權益，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織推動媒體素養之相關政策與經驗，盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，包括研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等；並在研究期程中，邀請我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開焦點團體座談會議，針對建立跨部會溝通平臺及設置推動媒體素養推廣中心等議題進行討論，以凝聚產官學界意見，研提我國媒體素養發展政策建議，供主管機關參考。

五、 會議議程：

時間	議程
13:40 – 14:00	【報到】
14:00 – 14:15	<p>【引言報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」初步研究成果報告
14:15 – 16:00	<p>【議題討論】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主持人：國立海洋大學共同教育中心 助理教授許文宜（本案研究顧問） 討論議題： <p>一、我國媒體素養政策方向</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. 媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」意義涵蓋範圍廣泛，您認為在當今媒體與數位發展環境下，我國媒體素養政策方向應著重在哪個領域與方向？ 15. 我國媒體素養政策目前推動面臨的最大挑戰與問題為何？ <p>二、我國媒體素養政策制度</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 現行我國政府部門推動媒體素養，制度上是否有可改進之處？ 2. 參考國際間政府部門分工作法，我國是否有可借鏡或參考之處？ 3. 政府、民間團體與媒體業者各應扮演什麼樣的角色？ 4. 您認為我國媒體素養政策應由哪一個部會來主導？ 5. 是否需透過立法或修法來帶動跨部會之間的合作關係，以建立部會溝通平臺；或透過立法措施來建立第三方的媒體素養專責推動基金會或財團法人機構？ 6. 政府與國家可以提供民間團體或媒體業者什麼樣的資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等？ <p>三、跨部門溝通合作平臺</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. 為健全我國媒體素養之跨部門政策，我國政府各部會是否應建立跨部門溝通合作平臺？ 12. 若參考國際作法，包括設立專法、成立媒體素養專責委員會與設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心等，上述三種方式哪種較為可行？您的建議為何？ 13. 對於政府與民間單位應如何推動公私協力合作模式？ 14. 例如是否可參考 iWIN 網路不當內容申訴系統創造模式來促成跨部會與民間合作機制；或者參考台灣創意設計中心成立方式，由經濟部工業局出資，成立民間單位來統籌相關工作事宜；另一種民間運作模式則是參考中華民國消費者文教基金會，由民間力量來主導並影響政府施政。上述不同的運作模式哪一種較適合媒體素養政策來借鏡？ <p>四、未來趨勢建議</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. 面對網路假訊息等爭議事件，對於我國未來媒體素養相關政策有何建議？

	<p>9. 公民、媒體業者和政府等應如何因應網路假訊息或假新聞等爭議問題？</p> <p>10. 對於我國媒體素養推動，有其他政策建議嗎？</p>
--	---

六、 會議紀錄：鄭研究助理雅心

七、 會議內容：

(一) 各國媒體素養政策研究期中成果報告

本案計畫主持人曾筱媛簡報（略）

(二) 專家意見

1、 議題一

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

我覺得第一個題目要請各位學者專家分析一下，就是從媒體素養這個字，因為他從 Literacy 翻過來之後，有些人認為 Literacy 是識讀，針對文本，但是有人認為 Literacy 聽說讀寫，其實說如果放在媒體素養當中，他包括的是認知與傳播技能，每個老師在教媒體素養的範圍也不一樣，那公民團體在定義上，發現國際間有點分歧，甚至國內的學者們對於媒體素養是否應包括媒體素養想法也不一樣。所以第一個問題是媒體素養範圍這麼廣，常常討論到最後，不管公民團體、政府部門或媒體他們都認為媒體素養的範圍真的很廣，那這麼廣的問題要如何切分，那現在要請專家學者來討論一下，現在談媒體素養政策上面範圍應為何？那在定義上面學者想法其實都不一樣，以剛才介紹的各國論，各國政策跟我國相似，文化部會認為他是在做出版，NCC 會覺得說他是個監理單位，科技部會認為他只負責科普傳播，然後甚至包刮文化部、內政部會覺得這個跟他們的關係是有點遠的，因為他們可能沒有辦法做到這麼多。那反應比較大的是教育部，因為教育部來的時候她覺得我們只是個終身教育單位在做這個，那你們不能認為媒體素養的教育皆應由其負責。

● 中正傳播大學傳播學系羅世宏教授

有關素養定義，我會把它當作現代公民的素養，但需要有法律、媒體、資訊等素養，就是說媒體素養可以跟很多主題發生關聯，所以它不純粹只是技術，亦涉及公民身分、公民責任或說公民自決的認識，結合起來會有能力去批判、思考與判斷，在這樣的基礎下，公民素養內涵應與時俱進，要不斷地做調整。以狹義

媒體素養來說，線上媒體的樣態不斷改變，且在數位匯流之下，事實上我們很難區分傳統媒體與數位媒體，比如說只關注電視，不關注網路，事實上是不切實際的。當然主管部門會做很多區分，例如主管機關說只管電視或體制內教育，網路部門不歸他管，但是我們會需要跨部會的合作。媒觀其實跟很多單位合作，像是我們跟終身教育司我們會做成人以及大學端的通識教育、訓練通識教育的教師，還有高中這個部分，有些像是共同準備，就是教案、教材的共同準備與編寫，還有很多教學方法或是教學模組內容，這些需要不斷翻修，而且要留有讓現場老師彈性運用的空間，並非是機械式的套用。例如配合 108 課綱跟媒體素養有關的內容，因為媒體素養非單一課程或章節，其連結很多事情比如選舉、國際關係都可能與媒體素養有關，那涉及到媒體素養我們就會建議他可以有幾個模組會範例中，由教師彈性應用，它可以視需求、學生程度或是學生感興趣的方式去運用其中範例，或自行去尋找更合適的內容，所以媒體素養的教材本身很難說編好就可以一體適用或長久不變沿用，我所強調的是它就是需要一直與時俱進，例如網路隱私、網路霸凌這些主題也很重要，教育學事實上都需要不斷的調整，我並不覺得資訊跟媒體或說媒體跟非媒體素養有那麼嚴格的區分，而且他在教學上應有互動，而且跟設備要能結合，事實上學生有很多東西可以教老師，像是網路使用的使用行為上面，他們甚至比我們更有經驗，所以教跟學不是一個單向的、填鴨式、灌輸式的一種方式，他廣義上就是一個公民課，從學校到社會終身教育階段，我們也需要公民課，那教媒體素養的老師也需要不斷學習，我們這一行最有趣的東西就是我們可以學的東西實在太多了。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

因為羅老師也是媒觀的董事長，所以他從這個角度來說，聽起來感覺資訊和媒體其實他的範圍應該是這樣，媒體素養應該要把資訊包含在裡面，那因為媒觀現在也和教育部合作，其實我們教媒體素養的老師也都在炳宏老師北區的合作裡面，所以提出來一個現階段來講如果要推動媒體素養，羅老師剛才提出來教材要與時俱進，光是教材要與時俱進就是一個挑戰，因為不同老師的課綱無法給其他老師去上，因為每個老師的課綱有其獨特的地方。

● **中正傳播大學傳播學系羅世宏教授**

簡單補充一點，官方在做媒體素養工作的時候經常沒有考慮到實務、現場需求，他可能是由上而下、應付是交差式的去做，例如教育部在推一個媒體素養的資源網，現在正在做，已經發包快要上線，是雲科大在執行的執行，他是透過架設一個雲端網站，就發了公函要求提供素材、上傳，而且要簽署很多文件，放棄智慧財產權、要授權、要切結，那我為什麼要上傳？他想得很簡單，如果有一個資源網，需要的人就可以上去弄，但不是你想就有的，而且他需要維運，官方做的很多網站，往往就是一個計劃結束之後，網站沒有持續運營。

● 政治傳播大學傳播學院陳憶寧教授

我過去公家機關做事的時候，NCC 認為這件事情跟他關係很少，因為他們主管的媒體基本上就是傳統的媒體還有電信公司，但是這幾年來大家討論的東西都是在網路，所以以政府分工的方式去讓 NCC、教育部、科技部去做媒體素養都有困難的地方，因為法定職掌範圍不包含網路上所有發生的現象。我覺得媒體素養這個概念像我們在學校教的傳播理論一樣，你怎麼定義傳播理論的範圍要看老師個人怎麼理解定義何謂傳播，大家教的都不一樣，縱使老師畢業自同一個學校，想法都不太一樣，這表示我們對這個概念是有分歧的。另外就是我們是不是大家都需要有一個共識，我覺得很難也沒有必要，共識這件事情是在這個社會下沒有標準，就是做就對了，今天不管是政府官員、學校專家學者，我覺得我們都有能力去辨識、定義我們覺得最重要的東西，最重要的是我們要保持這種合作上的關係，像是在教媒體素養一樣，希望不同師資加入，大家彼此對媒體素養的模糊概念，一個大家都能一起努力的一個場域，我想這個我們可以做起來，不要把他弄死。例如遊戲是一個未來重要的產業發展契機，同時也是未來發展問題所在，這個也是媒體素養。所以看每個老師自己覺得在他的專長裡面他看到什麼樣的媒體素養的解讀，所以這樣的定義回到主管機關他就很頭大，他覺得很複雜。像新加坡 MLC 他是由公部門、企業與公民團體三方合體，裡面有很多專家學者，政府官員大力贊助提供資源資金，像 Facebook、Google 與新加坡傳統媒體都在裡面，這種三方合作的模式其實我們做的出來，那我們也可以參考新加坡 MLC 這種作法，也許公部門也許私部門也許是專家媒觀都可以進來，然後去強烈主導這樣的一個團體的誕生，然後大家共同去製作適合的教材。至於教材的問題，因為剛才談的是 108 課綱或中小學教育，我覺得我在 NCC 遇到比較大問題是中老年

人，他們不常用網路，我們要從傳統媒體切入，他才知道網路上的問題，所以每個不同人口有自己的問題，因此在教材選擇上，針對老年人也許真的要從紙媒下手讓他認識網路，那小朋友的媒體素養是另外一回事。簡言之，面對不同對象的媒體素養問題，應該有不同的教材。

● **政治傳播大學傳播學院劉昌德教授**

剛才兩位老師分享很多，那像 PPT 第 34 頁這邊我們在講媒體素養的語意或方向好像以目前台經院的研究來說，那可以分成這樣來看，是偏大眾媒體還是偏數位資訊，是偏素養或是識讀，剛剛就兩個老師的看法來說，我覺得好像是說過去比方說我沒有教媒體素養之前，我自己在新聞系比較注重新聞媒體和大眾媒體這個部分，而且他是一個專業的，以這個為職業的人的一些技術上的訓練，就是最狹義的新聞技術，過去我會教一門課很像是傳統的新聞學叫做媒體經典個案，課程中會討論一些過去新聞媒體的議題，我這個學期接手媒體素養課後，看了一下以前素養的大綱，發現他很多內容跟我過去上課的主題一樣，回到現在討論方向來說，也許我過去教的偏向大眾媒體，他不只是素養，不只聽說讀寫，他還拿來做職業，也就是說他是光譜上面方偏向右上方的部分，那像剛剛兩位老師說的，如果我們現在面對的是公民在做不管是看、做媒體，其實他本身是相通的，那特別是現在如果我們還把科技納入，把目前聽說讀寫，跟過去也許有人認為只要識讀這件事情，也就是把他分得很清楚這件事基本上很困難，以我個人經驗而言，他們主題相通，尤其當代科技下，我們也無法區別記者跟公民記者的差別，而且越來越困難，我現在教媒體素養跟教以後想要當記者的新聞系學生之間的差別，他的差別是一個是職業，法律用語是說以傳播為常業，那另外一群人他可能是業餘的，他不以這個為業，但他面對狀況是一樣，以這樣的經驗回到剛剛文宜老師提到第一個問題，我覺得已經不用去切割大眾媒體或數位，因為他非得要合在一起，像剛剛憶寧老師也提到那遊戲，比方遊戲裡，我就不懂實況主的轉播有什麼好看，但他話會讓我很緊張，他其中用語有時候很厭女，的確這也是我們覺得媒體素養裡面應該要有的一部份。我也呼應世宏老師剛剛提到我們不太可能在這個時代去區分傳播媒體跟大眾媒體，那一樣識讀跟素養也不太可能去跟公民說我們只要識讀就好，他們也在產製。他會越來越無法區分，也需要持續不斷的改進，他沒有一套課綱可以用到死。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

說真的在我們教學得第一現場，他到底是媒體素養或資訊素養在教學範圍內，所以很可能這個範圍會隨著科技還有媒體就是 telecom 跟 masscom 已經匯流了，他的疆界識模糊的，我們教學現場也會模糊。

- **交通大學傳播研究所李秀珠教授**

我覺得需要教媒體素養的對象應該不是針對傳播領域的學生，因為在經過相關課程之後，他們對整個傳播的運作一點問題都沒有，現在比較擔心的是他不是傳播領域的學生，他其實需要的是要了解媒體是怎麼運作的。現在各學校都在推資訊素養，像世新他們大一進來全部都要學資訊素養的課。交大現在重視的是學術倫理素養或是網路素養，強調學生從網路上 copy and pass，所以推動很多課教網路上的東西如何合學術倫理的使用，其實還有另外科技部提供幾億元做科學素養，所以其實前要用到刀口上，我們其實不用包山包海把什麼都做了，我們比較需要的是讓一般大眾了解媒體、廣告產業怎麼運作，讓他們有基本的了解。所以我認為 媒體素養要的對象不是傳播領域的學生，因為他們經過很多課程會有基本的媒體素養，如果傳播學生沒有媒體素養，那是我們傳播領域的抉擇，需要檢討的。那我比較贊成還是要定義媒體素養的範圍，不然說教了老半天範圍都偏向科學傳播或科普內容，那其實有一點浪費。

我覺得就是兩個方向—正規與非正規教育，因為我們在推科學傳播的時候，那一個學門包括關尚仁老師那一大堆的錢，關老師拿的錢很多因為他有一大筆錢幾億（科普製作）媒體產業，鼓勵媒體做「謠言追追追」、「新聞中的科學，科學中的新聞」，他有拿一半的錢是科技部的補助，就很多包括中正大學的廣播等等，他們參考國際作法，發現有三大部分，一塊是學術界，所以學術界後來成立科技社會與傳播這個學門，就我跟憶寧還有慧苓老師都常常在裡面，這是其中一個部分讓學者來做專題研究。另外一個部分就是教育裡面要開始紮一些科學素養的根，這是最有效的，從小學開始效果最好。那我覺得媒體素養不可能從小學就教，所以必須是教育部的配合，因為正規教育只到大學，大學之後非正規教育這群人怎麼了解媒體素養，他就要經過大眾媒體，現在有各種類型包括社交媒體、泛科學。然後另外第三個部門就是拿一筆錢給媒體產業來做，作法是由媒體提案，最多補

助一半，如果需要 3000 萬，最多補助 1500 萬，但常常沒有補助到這麼多，好像做出來的著作權會去談有點複雜，我的意思是說可能還是要朝這個方向，不能什麼都做，這樣效果可能不好，但是我的觀點是正規教育的效果會是最好，因為在正規教育裡面要考試就會有動力，弄個娛樂網站沒有人要去，不然就是有趣的看無趣的不碰，效果並不是很好，正規教育會是最好的，但正規教育只到大學。不過大家還是要來討論什麼叫媒體素養，應該包含哪些內涵？那可能我跟世宏老師、昌德老師觀點不一樣，但媒體素養可以是 inclusive，所謂 inclusive 就是我們把不同的意見囊括進來。

● 交通大學傳播研究所黃惠萍教授

我之前在師大叫媒體素養，大了交大我在通識教 Media Literacy，那基本上我其實還蠻認同 PPT 34 頁這個圖，因為我之前也做了長期兒童媒體素養教育方案研究，有涉略一些文獻，那基本上 Media Literacy 引進台灣之後他有兩種譯法，世新那邊譯為媒體識讀，師大與政大則為媒體素養，不同的老師對他的解讀還是不太一樣。我認為識讀論比較偏防疫主義、保護主義，也就是說著重理解媒體內容，盡量去培養學生、公民批判性理解；素養面這邊為準備主義，就是培養或幫助公民或成年人「準備」加入公民社會，比較強調創意性，就像剛剛提到的是一個光譜，涵蓋從理解到創制都有。至於說素養的部分，那如剛剛世宏老師所言，媒體多樣性非常多，隨著科技發展日新月異，我們不知道以後新媒體會怎麼出現，IOT、AI 出現後，機器人或許也算媒體，隨著傳播科技的發展會有各種不同的平臺、文本出現，可是回顧媒體發展，就算新媒體出現，舊媒體還是存在，媒體是可以涵蓋各種型態，如果這樣去構思媒體素養政策的話他就必須涵蓋不同光譜不同的媒體，所以就像剛陳老師說的，我們要怎麼構思一個政策涵蓋各種媒體形式，我想就是要有一個跨部分層次，又以現階段來講，要立法一定曠日廢時，所以我的思考是說比較有相關背景的政務委員邀請相關專業背景的專家來討論。

就媒體素養的範疇而言他比需要 cover 很多東西，是比較 inclusive，那針對如何實施媒體體育，必須分正規與非正規的思考，要由不同部門推動。正規是教育部範疇，我看過課綱的問題，其實課綱有很大的問題，今年九大核心素養有包括科技與媒體素養，陳炳宏老師他有對此發表過意見，他認為定義不清，到底是科技、資訊、媒體三種素養或是科技資訊與媒體兩種素養，我進一步研究我發現

定義包含三種，但是在實施的時候國小以下完全都沒有，國中高中才有，且實施方向偏向科技資訊，尤其科技能力的培養與運算思維跟設計思考，已經偏離媒體素養，媒體部分被忽略，一方面忽略扎根的部分，且我們從來不是全面式實施，都僅是點的實施，且計畫結束就沒有了，他從來不是線、面的連結這是最大的問題。

● **臺灣藝術大學廣播電視學系李慧馨副教授**

我覺得要講哪個領域、方向不太容易，但是關於媒體素養這個問題因為我們在學校也有開這個課，所以我們第一個當然要先理解現在的問題，那這些問題我們都清楚，可能會發覺說製作者、閱觀眾使用媒體可能發生很多問題卻不自覺，所以才需要媒體素養。所以我想說從全面結構來看，先從為什麼需要媒體、了解媒體的基本面與宏觀面向來討論，這樣的架構可以幫助我們理解更完整。再者傳統媒體有四大功能，他告知、監督政府還有娛樂教育等，但是如果從批判角度來看，媒體是意識形態機器，所以我不喜歡由政府成立一個組織來做，因為他很可能會走偏。第三個概念當然是現在新媒體產生與應用，在傳播、表現、溝通上面是非常普及亦是 21 世紀如手機、LINE 是最強的發明，我們要知道媒體有這些功效。第四個是我們既然有媒體，我們還要知道最基本概念是新聞自由與言論自由，如果沒有這個概念我們就不用談媒體素養，因為就是由國家政府控制，但是這個概念我們也要讓不管是使用媒體的人還是產業也應了解自由是什麼概念，不管世界性或本地到底產生什麼問題有什麼爭議，我們理解媒體這塊產業要了解他發展複雜性、結構性、影響性以及政經關係，我覺得這是當代媒體素養的基本議題跟理念在這個地方，我們進到傳播的模式，誰在使用媒體就很多種，就剛剛說的公民、媒體跟大眾，每個人都有不同的目標、目的，我覺得現在公民團體感覺都不見了，各種各樣的內容產生很多問題，那不管說媒介本身產生什麼問題或公民團體有什麼需求為何無法出力（不見了），媒體包括傳統的數位的，所以說這個過程出像兩個討論面向一個是內容與結構面向，一個是產生哪些議題的面向這樣交錯起來，會交織出相當多細膩的問題，參照現在社會的發展、文化，會發現新的問題需要不管正規或非正規教育來做。所以我是建議應該立法，由教育部終身司統籌，立法然後要有基金，同時也要讓媒體業者有定期成長研習的機會。

- **交通大學傳播研究所李秀珠教授**

剛剛惠萍老師提到課綱，所以我覺得我們還是要定義媒體素養，不要跟科技素養靠在一起，因為教育部會敷衍我們，他就弄的是科技素養。

2、 議題二

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

牽涉的部會這麼多，如同大家方才所言，每個部會都有在做一些事，只是因為做的很分散針對不同的部分去做，你如果真的問台灣的民眾說，政府有在做媒體素養可能是無感的，因為大家都在做，但成效為何？現在要請大家談談如果說每個單位都有在負責，當然跨部分是前提，但是沒有一個對口的主責單位會有問題。因為就算掛在政委，但因為政委會換人就會有影響，所以接下來要請教各位，誠如剛才所言政府分工是不同的，各國分工也依專長分責，但如果要由政府民間協力合作，那扮演主導單位的部會為何？那要透過立法還是修法，還是成立第三方部門來發展？之所以提及這個問題是因為有一個主導就有一個窗口，其可對應資源、教材、部門等，那我們推媒體素養真正需要者為何？教材、課程、資金或其他？

- **政治傳播大學傳播學院劉昌德教授**

簡報第 15 頁符合剛剛的狀況，現在台灣的作法是由教育部來主導，但其偏向左邊的方向，他負責識讀與正規教育，在官方的部分我贊成用現在教育部主導的形式，因為向公民素養或正規教育中非傳播學院的這些人的媒體教育，他從正規教育到非正規、終身學習的部分，以台灣現在的政府主管業務來說，以教育部主導比較合適，當然還是需要其他單位協力。第二個是說以其他國家來看，公民素養與公民教育單單都一致把他丟去把官方，的確不是最好的作法，如果成立一個第三方、官民合作比較好，不見得要立法，但是如果有一個官民合作基金會或形式的組織來負責，官方再由教育部來統籌會比較好。

- **政治傳播大學傳播學院陳憶寧教授**

教育部放中間一定是最適合的，其他部會當然有牽涉都應該進來。但教育部放中間是在法條授權的時候，教育部是主管機關但是媒體素養第三方機制，教育部做這件事可能能力不太夠，不是他能夠做的，這個很需要民間、業者、學者能量進入。我一直贊成是 PPP (Public—Private—Partnership) 的模式，就是官方、

業者與公民團體三方，公民團體很想做事，但政府沒資源幫他非常可惜，所以哪個單位應給與公民團體提供支援？那顯然公民團體也不太知道哪裡有資源，所以在找資源上耗時費力，效果不彰，所以我覺得要有一個組織，清楚資源在哪裡、資源正當分配很可惜。所以要有一個主管單位，主管單位要成立一個外援，也許是智庫。

比如美國，智庫非常重要，大家都很忙的時候，由至智庫去做研究調查對政策制定很重要，智庫可以容納很多專家學者去做調查，幫助政府為擬制政策、檢驗的標準與公民接觸交流。

● 交通大學傳播研究所李秀珠教授

如果是媒體的話，其實教育部不太能做什麼，當然 NCC 可以管媒體但沒有錢，是文化部有錢。我同意教育部其實目前媒體素養花最多錢的，但教育部曾經有很大筆錢不是由傳播界主導，而是教育界主導，最後做成的是網路素養，不是媒體素養，因為他們覺得媒體素養太窄了，既然大家說應該包山包海，那網路最能夠包山包海。所以大家要想清楚我們關心的是與媒體相關之運作，讓其他不是我們領域的人也能理解媒體基本運作，媒體應該怎麼運作才是正確的，並應對錯誤作法抵制唾棄，這才是公民素養該有的作法。

正規教育一定是教育部，其實正規教育很重要，但小學初中不可能把媒體素養推進去，最多能推到高中，但要做很多事情，首先要培訓高中教師媒體素養，不能依賴傳播界的人，大學通識來做媒體素養可能變成營養學分、看娛樂性質，未來如果真的要在大學開課應走向系所必修，就像世新把資訊素養變成學校最基本的課程。非正規教育教育部沒辦法，應該由 NCC 跟文化部，綜合棍子跟胡蘿蔔。教育部有媒體素養相關經費，但因為執行者不懂媒體，最後做的偏向網路素養跟媒體無關。

● 交通大學傳播研究所黃惠萍教授

正規跟非正規應該是不同部門主導，教育部負責正規部分，因為他要負責課綱與核心素養，另外一個應以文化部為準。我這邊有去年年底資料，兩位立委召開「打擊假消息！建構媒體識讀教育」公聽會。公聽會，他們邀請各部門，其中文化部官員表示他們願意鼓勵公視做相關節目跟研究，他們應該有認知問題也願

意出錢去做這種事情。所以無論業者、公民團體他們有能力去製作教材也好，無論影音、平面，文化部有機會的話就應扮演重要角色去推動非正規媒體素養發展，因此媒觀也是很重要的角色，因為他也經營很久了，應該多去跟公部門申請款項，中介組織也不能只有媒觀，台灣的媒體素養教育是 button up 而非 topdown，topdown 是從 2002 年那時候有白皮書才開始正視這個問題，之前都是民間團體、學界的倡導，但感覺民間團體有比較下降的趨勢。

● 臺灣藝術大學廣播電視學系李慧馨副教授

終身教育司應該下個月會開媒體素養會議，關於新住民輔導教育計畫，主管機關為內政部移民署，他們有成立新住民輔導科，以前是管出入境的，那現在它們要做輔導，但輔導要錢，早在二三十年前就已經成立新住民發展基金，每年規定相關新住民單位可以來申請計畫，計畫由專家委員會審備，其成員為相關的政府、新住民代表遇相關領域專家等，每年會有很多計畫釋出，那感覺有一個基金整個運作就會比較穩定。

我這十年參加教育部終身教育司負責的樂齡計畫，他是由教育部主導，但執行單位是各地方政府教育局中的社會教育科，並於其中專門成立終身學習輔導團，輔導團裡包含各國小校長主任，職司社會教育，但裡面有一個問題是資金不足，且研究案無法繼續。所以我覺得應該成立一個媒體素養教育法，教育部是主導，裡面要有一個基金會，要各單位出錢、要有法規規定成立媒體學習基金，且這基金會的委員各部門代表、專家、公民團體跟教師代表。

● 中正傳播大學傳播學系羅世宏教授

從執行面著手，PPP 還是最重要的模式，因為由官方主導很難成功或者會有問題，那 PPP 的部分當然政府官方一定是一個，需要挹注資源角色，民間部門包括媒觀各種第三方民間組織，還有業者包括臉書平臺、MSO 中嘉、富邦等。誰在中間這件事其實沒那麼重要，應該要看對象、承擔的資源以及能提供多少資源來看誰在中間，若是正規一定教育部在中間，不管職責或資源都是投入最多且持續的，但媒體素養的推行不應只是推給教育部，各部會一起職司亦應擔負不同角色，像內容製播一定是文化部需要補助的，NCC 則應監督、協助媒體從業人員培訓，那內政部、科技部各有各的職能。

媒觀長年在做沒有中斷的是跟富邦的合作，已經延續 20 年了，只是成果沒有被看到，因為經費不足，包括營隊、國中教師培訓與媒觀底下的事實查證機制與公民媒體培訓，這事實上也有來自民間的經費，這個反而不適合拿政府的錢，因為會有中立問題，所以臉書有給錢、企業界還有小額捐款，其次媒觀也有跟教育部合作，惟僅四年，結束後不知道怎麼樣；媒觀還有跟泛科學、NCC、文化部（國人自製優質兒童節目評選與獎勵），其實誰在中間要看他針對那些對象，如果社會對像、高齡、移民與新住民那一定是內政部，如果是媒體從業者或者是要監督 MSO 去做地方的媒體素養應該是 NCC，但 NCC 要有更多經費才能做更多，例如通傳基金其實是有成長的空間，因為有通傳各種規費收入 7%，其實法定是可以到 15%。教育部、內政部與文化部是台灣資源相對充沛的大部會，包括像原住民委員會錢也很多，其實針對族群的各自有可努力的方向，媒體素養是大家的事情，但不是因為是這樣就沒人主導。理想上來說如果有媒體素養的專法或是有國家級的、總統府，像馬政府的人權委員會，只是說我也沒有信心當期設置於總統府，看起來地位很高但可以做多少，現在既然各部會有相關政策與經費要執行，那個部會亦應有內部結合利害相關人，包括媒體業者、學者專家、公民團體可以一起來做，成立各自的媒體素養委員會，在各部會內部有那麼多業務跟預算要推行媒體委員會，至少要有管理考核跟績效展示的專業委員會，另外也要設置與外流之窗口，或政府跨部會要有一個基金，但台灣要設基金不容易，所以也不一定需要有一個實體基金，可以考慮虛擬基金，此外各次會如果每年編列媒體素養的經費，甚至說只能增加不能減少或是各部會要逐年增列預算就會有作用。

3、 議題三與議題四總結

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

我們剛才討論行政命令、專法、成立中心或基金，這個部分大家怎麼看？那如何解決成效難以評估，運行無法繼續的問題？此外專法會有時間與實踐上的困難，修法範圍、法源依據都需要抉擇，無論修法或設立專法都需要立院三讀耗時費力，如果以行政命令推動的可行性呢？

● 臺灣藝術大學廣播電視學系李慧馨副教授

十年前因為極端氣候，大家認為全民都需要環境教育，教育工作者在推《環境教育法》，而後環境基金，有法才會成立基金，且基金來源是空汙費、交通費，

但目前資金運用仍有疑慮空間，但其專責單位是環保署，在各縣市都有環保局旗下有環境教育科，新北是成立就是一個輔導團，包括教材編纂、教師訓練、社會教育。至於樂齡教育是終身教育司主導，對應的單位各地方單位社會局的社會教育科，其為非正規教育辦很多活動研習。終身學習有《終身教育法》，107年修正把新住民、老人都放進去。

所以像媒體素養如果有法的話，他才會有預算，那依法成立委員會，委員應是跨部會的。其實還有一個方法就是教育部或教育局都有一個終身學習推展委員會，那這個委員是跨部門的，有各方代表會進來，每半年開一次會分享各單位針對終身學習做了哪些事情。還是要有專法比較好，因為半年開一次會跟有專法有基金有專職執行者的情形會差很多，無論移民署、教育部他們只是做行政而已，真正主導者是裡面的專家學者。

- **中正傳播大學傳播學系羅世宏教授**

呼應前面，若我們有一個媒體素養推動法，那我們就可以類似像《環境基本法》、《性別平等教育法》，就算是不同性質部會都要設性平會，其實接續我前面所說各部會都有責任，只是管考、成效還有資源統合與應用實效，需要由各部會專責單位統籌。例如內政部要有媒體素養委員會，通傳會內部亦應設立一個，他不是純機構內的單位，他應適時吸納外部合作，就像通傳會有一個節目與廣告內容資訊委員會，那麼是不是在NCC下設置，在有法源依據的情況下引進利益相關人、第三部門、業者參與的機制、監督甚至規劃該部會推動媒體素養之政策，對外需要是可以苛責、問責的。

- **臺灣藝術大學廣播電視學系 李慧馨副教授**

推動樂齡教育已經第十一年了，教育局社教科有成立樂齡訪視委員會去考評，承辦優等的學校，從課程設備跟老師教學等等給予意見。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

談到這邊就變成要有專法，再者相關單位都要自己設有委員會，這個基金還要與法有據且執行需要管理考核機制。

- **交通大學傳播研究所黃惠萍教授**

各部會內部要有一個負責的單位，但尚須跨部會統籌窗口，剛剛雖然說專法

很難成立，但《環境基本法》還是通過了，所以應該要雙軌進行，但是我也贊成也許可以先成立像新加坡這種專責委員會，這是過渡期間的作為，不是站在原地等待法源修訂。

- **中正傳播大學傳播學系 羅世宏教授**

建議設在行政院層級。

- **政治傳播大學傳播學院陳憶寧教授**

在政府工作幾年經驗，我覺得要有法才有錢，但還要有人，主管領導亦是關鍵問題，要有真正懂媒體的人，不是找做資訊的人來做這些事情很重要，所以有錢、有人、有資源、有法都是很重要的事情。

- **交通大學傳播研究所李秀珠教授**

做科學素養每兩三年會做一個全國性的民調，中山大學黃老師他那個可以當一個指標，所以我說什麼叫做媒體素養不能沒有定義，沒有定義會跑偏到網路素養甚至法律素養，因為資訊與法律素養相關，所以我們要先組織媒體素養的要件才能推行。美國曾經評估發現，一個國家的媒體素養跟國力有關係，所以推動的評估很重要，一定要有一套指標計算 KPI。

- **政治傳播大學傳播學院劉昌德教授**

這三種作法並沒有互斥，也許可以用短中長期來看，但我自己會認為目前最有效的作法為第二與第三作法可以開始推動了，不管立專法或修法本來就是曠日廢時的事情，那一定放在最後，還是要按照階段來做。

- **中正傳播大學傳播學系羅世宏教授**

還是要回到說這也不是只靠政府就能做好，但政府要做好要有權責、資源、預算也要有指標與管考機制，如果能有專法、專責委員會，又各部會能夠投入相當預算，投入多少預算也反映政府多重視這事情，而且應有明確步驟與長期計劃推動，不能常常改變或中斷。

除了政府民間的力量也很重要，包括企業、媒體責任，媒體本來就有跟觀眾互動的責任，了解他們自己的成品對觀眾的影響，是媒體重要的社會責任，讓它

們更貼近觀眾的需求、協助解決社會問題。

公民組織與學界也很重要，比較狹義的定義媒觀比較在行，如果說是網路資訊媒觀可能不那麼在行，需要跨界合作，不過我不會覺得一定要媒觀或媒體學者為之，應跨界跨域合作。過去資科學系拿到很多資源卻沒有進行跨界合作，但是反過來如果我們得到重視要執行跨界合作才會產生良性循環，與時俱進才是重點。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

媒體素養是階段性的，作法不互相排斥，還有執行作法最後的實效性檢核也很重要。今天謝謝各位來這裡，我說過我主持會議很準時，不耽誤大家的時間，我們會議準時在四點結束。

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」
 第四次焦點座談會議 簽到表

時間：民國 108 年 11 月 15 日 下午 14:00
 地點：本院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）

單位名稱	姓名	職稱	簽名處
中正大學傳播學系	羅世宏	教授	羅世宏
政治大學傳播學院	陳憶寧	教授	陳憶寧
政治大學傳播學院	劉昌德	教授	劉昌德
交通大學傳播研究所	黃惠萍	教授	黃惠萍
交通大學傳播研究所	李秀珠	教授	李秀珠
臺灣藝術大學廣播電視學系	李慧馨	副教授	李慧馨

附錄五 第五次焦點座談會議紀錄

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」

第五次焦點座談會議

一、 會議時間：108 年 11 月 29 日（五）10:00-12:00

二、 會議地點：台經院本棟 201（雪山）會議室

三、 與會人員：

詳見附件簽到表。

四、 會議說明：

本院承接國家通訊傳播委員會「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，研析國內外政府部門、民間團體與媒體業界推動媒體素養之政策與作法，以作為我國各部會研擬相關政策之參考。

在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。於產業變動的環境中，各國政府如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，進而保護弱勢甚至維護公民權益，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織推動媒體素養之相關政策與經驗，盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，包括研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等；並在研究期程中，邀請我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開焦點團體座談會議，針對建立跨部會溝通平臺及設置推動媒體素養推廣中心等議題進行討論，以凝聚產官學界意見，研提我國媒體素養發展政策建議，供主管機關參考。

五、 會議議程：

時間	議程
9:40 – 10:00	【報到】
10:00 – 10:15	<p>【引言報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」初步研究成果報告
10:15 – 12:00	<p>【議題討論】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主持人：國立海洋大學共同教育中心 助理教授許文宜（本案研究顧問） 討論議題： <p>一、我國媒體素養政策方向</p> <p>7. 媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」意義涵蓋範圍廣泛，您認為在當今媒體與數位發展環境下，我國媒體素養政策方向應著重在哪個領域與方向？</p> <p>8. 我國媒體素養政策目前推動面臨的最大挑戰與問題為何？</p> <p>二、我國媒體素養政策制度</p> <p>16. 現行我國政府部門推動媒體素養，制度上是否有可改進之處？</p> <p>17. 參考國際間政府部門分工作法，我國是否有可借鏡或參考之處？</p> <p>18. 政府、民間團體與媒體業者各應扮演什麼樣的角色？</p> <p>19. 您認為我國媒體素養政策應由哪一個部會來主導？</p> <p>20. 政府與國家可以提供民間團體或媒體業者什麼樣的資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等？</p> <p>三、跨部門溝通合作平臺</p> <p>15. 為健全我國媒體素養之跨部門政策，我國政府各部會是否應建立跨部門溝通合作平臺？</p> <p>16. 若參考國際作法，包括設立專法、成立媒體素養專責委員會與設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心等，上述三種方式哪種較為可行？您的建議為何？</p> <p>17. 對於政府與民間單位應如何推動公私協力合作模式？</p> <p>18. 例如是否可參考 iWIN 網路不當內容申訴系統創造模式來促成跨部會與民間合作機制；或者參考台灣創意設計中心成立方式，由經濟部工業局出資，成立民間單位來統籌相關工作事宜；另一種民間運作模式則是參考中華民國消費者文教基金會，由民間力量來主導並影響政府施政。上述不同的運作模式哪一種較適合媒體素養政策來借鏡？</p> <p>四、未來趨勢建議</p> <p>11. 面對網路假訊息等爭議事件，對於我國未來媒體素養相關政策有何建議？</p> <p>12. 公民、媒體業者和政府等應如何因應網路假訊息或假新聞等爭議問題？</p> <p>13. 對於我國媒體素養推動，有其他政策建議嗎？</p>

六、 會議紀錄：鄭研究助理雅心

七、 會議內容：

(一) 各國媒體素養政策研究期中成果報告

本案計畫主持人曾筱媛簡報（略）

(二) 專家意見

1、 議題一

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

在我國媒體素養政策上，有資訊素養、媒體素養等各種素養，各國也有不同名詞。有的專家認為資訊素養跟媒體素養應該要分開，因為牽涉到經費的問題，如果混在一起的話補助的到底是資訊還是媒體？但也有專家認為資訊素養與媒體素養已經是複合的概念，沒有辦法分開，若分開的話新、舊媒體要把它切開來嗎？光譜這東西事實上已經沒有辦法切開了，這部分是我們的議題一。我們現在要做媒體素養政策，如果連定義都沒搞清楚那素養政策到底該聚焦在哪個部分？我們在四場座談會下來，大部分的專家認為媒體素養已經是複合的概念，不管給它什麼 term，要跨部會共同推動是一定要做的，定義上要怎麼做今天也可以再請教大家的意見。當然還是有一部分的專家認為，媒體素養和資訊素養在過去政府經費當中，通常資訊類所占的經費比較多，把媒體的東西放到這裡來當然一樣會有經費，但是在執行上是促進資訊還是媒體的部分？過去我們查了非常多的文獻，其實媒體新聞、廣告素養等上百種素養都有，但現階段以這個為主要政策的時候，我們在定義政策的方向上這樣的 term，大家意見是如何？

● 世新大學廣播電視電影學系何吉森兼任副教授

談媒體素養一開始大家都認為說資訊素養還是跟媒體識讀放在一起，好不容易在 108 年教育部將媒體素養納入新課綱，以前在 2014 年只是 12 年國民教育的總綱，2012 年時只是媒體素養政策白皮書，2019 正式納入課綱，可是名字是科技資訊與媒體素養。縱使教育部用更廣泛的態度來看，但要看最後實際執行，可以看到過去在學校的課程安排竟然只寫科技兩個字，這也讓大家很擔心認為媒體素養跟資訊素養會有區別，更擔心的是不應該只是學技巧，學會拍影片編輯等，結果對媒體識讀、智能、認知都沒有學到，只會去拍反而對社會造成更大的傷害。第一個問題我認為會牽扯到後面，也就是說要不要有整個統一單位，隨時可以檢視中、小學甚至到大學教育，當然這是屬於教育部分要去推動的。在媒體部分當

然是文化部跟 NCC 或公共媒體跟一般商業媒體，但剛剛提到的很好，也就是不要有一個專責委員會，或是至少要有個推動委員會，可能是短中長期的情況。我們可以看到美國有兩個推動的委員會，例如美國的 NAMLE，它對媒體識讀雖然沒有寫得那麼清楚，但它對媒體識讀的定義是任何形式的報導都應該要具備如何去接觸、分析、評估、傳播、創造與行動的能力。這滿有趣的，你會看到各個國家比如說法國最近我看過一些報導，他們最近將之前發生恐怖攻擊的查理雜誌社案例放在小學生的媒體識讀教材裡，他們會認為說學生不是被動地接收資訊，因為小學生也會碰到，所以要他們主動扛起認知的權利與責任。所以為什麼要放入課綱裡，是指你要成為一個社會人、你要教育時這是你應該要有的能力，不該只是當作是一個教育，就像是你應該要懂我們國家語言等等的情況。至於說是不是要分清楚就看大家的共識，在加拿大是已經有將媒體素養跟資訊素養結合的趨勢，認為越來越不可分，我在學校教廣電政策跟法規，越教我越覺得教下去沒意義，因為大家都不看了，但是那一塊還是很重要，包括可能從資訊媒體、網路媒體裡去認知來源的問題，但加拿大結合圖書館、家長會長的情況，我們可以看到未來媒體素養的前景，美國倒是一個更開放地去整合，主要的目的是希望他們的學生在學校制度裡面能有獨立思考的能力，但到了英國是最古老的，本來英國在媒體素養這一塊就有他的堅持，從歷史上一開始做一個媒體批判到文化批判，到最後產生媒體結構的面去分析，最後都屬於要認知媒體，每個學生要培養成能解讀的能力，而且這是責任，一個公民該盡到的能力。第一個議題我先簡單的回應，如果只是為了資源的問題我認為可以到後面的協調委員會，它可以去要求，但是不可否認地資訊已經和傳統媒體有在做整合了，未來傳統媒體識讀的那一塊還是需要關切，包括批判、去了解資訊是怎麼來的、怎麼被建構的，以及如何成為一個合格的社會公民。

● **世新大學新聞系林宇玲系主任**

首先我不理解識讀跟素養，因為 Media Literacy 在臺灣其實翻成媒體識讀，我們世新自己出的教科書一直是媒體識讀，政大和師大都是媒體素養，事實上這是兩個 approach，英國是走媒體識讀，我們翻媒體識讀是因為是根據它的典範來做設計，因為早期批判識讀的課程我有參與編撰，我想問的是說不管是翻成媒體識讀或媒體素養，為什麼要這麼做，它最後的目的是為了什麼？我們希望賦予權

力給民眾，希望他們能成為公民，當他有了判別媒體的這些能力之後，他可以進一步的借用這些媒體去參與社會，有公民的行動與實踐。主軸上識讀不是外顯的能力，因為按照歐洲批判研究的走向，事實上在分析的時候是要進入媒體更深層的，也就是意識形態、文化意識的運作。識讀的意思不是很簡單地判別媒體是不是正確的，更重要的是說這樣的文化挪用有沒有傷害到另一個族群以及其文化形象。我們推廣是希望能促進社會的多元與尊重、容忍與共和，在這種情況下這個圖畫成這樣我實在不太能理解，因為素養感覺好像有個水平、水準，經過了某些的學習之後可以有一個水準之類的，可是識讀更重要的是說你能夠在近用、辨識的過程當中，可以自覺到這些東西裡面是有些問題的，而這問題已經超越了所謂的假訊息。我們不應該全部聚焦在假訊息，當初提出媒體識讀或媒體素養更深層的希望是賦予閱聽眾權利，他可以理解到這個訊息不管是表面上的對錯或是背後所挪用的文化價值，會不會去傷害了另外的族群，而有礙於社會共同和諧的發展。圖上我真心建議，識讀素養後面應該是參與與實踐，世新跟政大、師大的走向可能不太一樣，但最後大家關切的是透過水準的增加促進民主參與。在當今如何發展？過去的確在編撰批判媒體識讀時真的是著重在大眾媒體，也就是傳統媒體，但別忘了網路在 1982 年出來之後，在整個大眾傳播社群的研究、90 年代後確定了網路是第六媒體，第六個大眾媒體，是以一個個人小眾分散數據，但還是可以達到大眾性的效果，我覺得 web1.0 跟 2.0 最大的差別是在 web2.0 社群的使用，它讓人人都可以成為記者、攝影師、出版師，最大的問題是傳統教科書中忽略了現在已經不是單純的接收者，它是一個生產者跟接收者合在一起。換言之，今日的閱聽人不是單純地看，他看完後會推播、分享、會做很多事，但在做的過程中可能就會造成問題，我覺得是後段的公民責任義務沒有出來，最糟糕的部分並不是在識讀的地方沒推廣，而是沒有法律的概念。很多閱聽人包含我的學生不知道他不可在臉書上批評別人的作品，所以別人開始控告他誹謗，他會覺得這是我的臉書啊！我為什麼不能說我的心情跟感覺呢？也就是我們的閱聽人不像一般的大眾媒體有法務部，也會很注意著作權與隱私的侵犯，但是一般人沒有這個概念，他不知道他這麼做是觸法的，因為一旦透過社群媒體發散出去，影響力是他沒有顧及的。未來 2.0 的時代，現在社群媒體也不是單純公民用而已，大眾媒體也用，所以你要說這兩個是分開，其實他不是，現在大眾媒體在線上平臺也經營

線上粉絲，都在線上作業，線上不只是接收還有使用生產創造，那內容一旦出去之後沒有辨別真假的情況下，你分享了就會造成一些問題，那個部分是要加強的，加強法律方面的常識。我們的法律對於假新聞其實也是有很多規範，很多人每次來討論假新聞都說要不要加更多條文，但是現有的法律大家都不理解，這是告訴乃論，事實是你被侵犯了是有權去提出告訴的，可以去要求對方說明，如果是大眾媒體新聞的話可以在播出之後 15 日要求做更正，可是一般民眾不知道使用權，一旦發生問題是可以求償回覆的。當一般公民成為出版者、記者時也應該要有這個 sense，內容一旦做出去就要承擔義務責任，一旦你的訊息是假的，你就要受到一定的規範，我覺得這部分是現在可以再加強的，在倫理跟法律義務上是可以對閱聽人，特別是一般民眾進行再教育的。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

像林主任剛剛講的重點是為什麼我們現在上媒體素養，除了一般所知道的收視率、假新聞等，其實裡面還要安排很多政策法規的課程，來講隱私權、被遺忘權等相關法規，中華民國有很多作用法，那些作用法是有用的。現在有很多問題是出現在你是生產者也是接收者，這些問題所涉及與衍生出的其實已經是一件事了。

- **台灣少年權益與福利促進聯盟葉大華秘書長**

我贊同剛剛林主任講的，我們大部分做的是兒少新聞的監看，發展一系列檢舉，所以我們在做的比較像是媒體識讀。我的看法會覺得現在實務上有在推動媒體識讀與媒體素養的團體不是很多，連學校端也是，所以以現行直接提供媒體識讀、素養教育教材的公民團體，及近年新的事實查核 APP，我自己認為推動的重點，未來不管是立法或什麼，其實還是要從媒體治理的角度來思考，因為是一個數位匯流的環境，人手一機，大部分學生都習慣在網路上看了，跟他區分網路、平面報紙、電子媒體的意義不大。如果未來要推核心還是會從媒體治理的上面來看，新聞自律的挑戰還是來自網路治理、網路新聞媒體的問題，教育部我自己接觸的經驗是一部分不是很普及，二來是課綱雖然入了媒體素養教育或媒體識讀，但是科技資訊跟媒體有不同面向，以我們現在實務上我們長年跟學校合作推動服務學習也是種方式，就是教他們監看新聞報導，很清楚的步驟，是希望協助他直

接採取行動，我們不去講怎麼破解，這是課程，課程之後的重點是行動，這樣對學生才會產生直接的體驗與效果。公民素養的養成是要從體驗與行動，如果光只是上課、看個影片、看性別刻板印象，基本上效果都不是很好，所以我們實驗這麼多年後出了手冊，學生的回饋也都很好，會覺得學到一個能力，以後看新聞學生不會亂看，他知道可以申訴、可以參與改變媒體的環境。

從教育來講被限制綁在教育部門我是沒有這麼認同，我認為媒體識讀的能力是全民都要有，現在更大的問題是中高齡族群，我們的情境脈絡跟其他國家不太一樣，歐洲有恐攻可是臺灣有很多境外假訊息，特別是政治性的訊息，攻擊對象是中高齡，反而他們更需要媒體素養，只是我們現在重點全都放在年輕人，年輕人需要知道是什麼，不當內容產生的帶風向、轉傳、霸凌、毀謗，這些問題是屬於資訊素養、倫理教育，這是法治方面的問題，所以我覺得不同年齡層需要的媒體識讀或素養的教育政策要分開來做思考。

● **世新大學廣播電視電影學系何吉森兼任副教授**

回應林主任的意見，為什麼現在主管機關委託案都是用媒體素養，可能是教育部放進課綱，用了科技資訊與媒體素養。但我同意這也是我剛剛提到，我們現在可以看到已經結合在一起，我覺得素養是要參與社會最低的資訊素養，像是要會用 LINE 與社群軟體，資訊也含括傳統媒體，如果是談到媒體識讀的話那就是更高的態度、認知，包括要去了解媒體產製新聞的架構、如何解構、閱聽眾是誰，呈現手法會產生什麼樣的影響，有哪些訊息在報導中被刻意忽略或強調，這就是媒體識讀。或許跟資訊素養可以區分得更清楚，這可能到未來的協調推動去解決，但不能否認這兩個已經慢慢結合，可以看到英國幾個階段性從批判理論到文化批判到整個媒體產業結構等等。

● **中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理**

我認為很難切割，如何定義媒體，在所上兼課會要求加入新媒體的課程，我自己就不斷思考什麼是新媒體，傳統定義上新媒體還新嗎？台大有個新興媒體中心，多新可以叫新興媒體？今年的新興媒體明年還算是嗎？以傳統上說的新，它真的還新嗎？

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

現在的 term 是 emerging media，新興媒體，有很長一段時間大家沒在講 new media。我通常不用新舊，用既有媒體或直接稱呼我們都很熟悉的，台大為什麼成立新興媒體中心，你可以去問問看。

- **中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理**

現在媒體界都是講融媒體，現在已經很難分了，因為所有的媒體都已經跨界匯流了，比如說電視臺也一定有網路，新聞會上 youtube，也一定有個新聞網，所有新聞都放上去之外也有網路小編自己做新聞，其實是很難切割的。現在單純的紙本媒體幾乎已經快沒有了，紙本媒體跟網路更是已經重疊了，現在還有所謂大眾媒體嗎？跟以前定義的還一樣嗎？以前覺得廣播電視與報紙是大眾媒體，可是現在的大眾媒體還是大眾媒體嗎？以電視台來說收視率破 1 的節目一整天已經沒幾個了，所謂破 1 是指觸及 20 萬人，以現今的電視狀況來說算了不起的，可是去看看網路，這群人的訂閱 308 萬，很多影片超越一千多萬次的觀看次數，那他是不是大眾媒體？(林宇玲：大眾媒體應該是指他的生產方式還是中心化的，以在電視台等還是中心化、階層化的生產)我的意思是我們對於這些名詞的定義也是不斷地在改變，以前叫大眾是使用觸及的人數最多，但現在不見得大眾媒體觸及最多(許文宜：我們講分眾講很久了)(林宇玲：分法其實是用生產的方式，中心化、階層化、守門循序的那種)(許文宜：以華視現在來講就是屬於這樣子的)。

用傳統媒體來說，是中心化、階層化的守門機制，我提出這個問題只是想說，當我們在思考什麼是媒體，什麼是媒體識讀與媒體素養，媒體這兩個字本身已經不容易定義了，還要再區分大眾媒體、新媒體、新興媒體，其實我覺得定義本身已經很困難了(林宇玲：都是阿，遊戲啊都算是媒體)。那在這樣的前提下不用特別區分它跟科技資訊素養，科技資訊素養是包含在廣義的媒體素養裡面，大家對媒體的包容度越來越大的時候，紙本、廣播、電視、網路，反而是媒體素養這個大框架下的小的單位。

- **文化部影視及流行音樂發展司郭聯德專員**

我的意見跟大家差不多，現在人人都是媒體，針對媒體素養、資訊素養區分

確實是滿困難的，在媒體上面很難區分。

2、 議題二

● 國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授

關於媒體素養的政策，有些國家集中在內政部、文化部、教育部或是管理影音媒體的相關單位，每個國家不一樣。這四場座談中大部分的專家，不管他是公民團體、專家學者或政府部門，認為由單一部門來做不太可能，跨部會的話會遇到的問題也是今天主要要請教各位的部分。主流意見認為說，媒體素養不管怎樣就是教育的核心，就算是跨部會的話還是要有一個窗口，這個窗口如果由教育部來執行的話可以比較就近，可是也有人認為說媒體素養雖然是教育的核心，畢竟牽涉媒體，尤其是涉及到影音、廣電或是未來的新興媒體，這部分的話應該由媒體相關部門例如說文化部和通傳會來統籌，跨部會這種事情大家都要管，到最後他也只能到某個階段，案子來了也只能送出去，為什麼？因為有很多部會都可以管，變成大家只有一個窗口，但那窗口本身沒有實質作用，所以就有人建議是不是由第三部門，然後讓它有實際作用，但這個第三部門最後還是需要一個政府部門窗口，不然沒有公權力。

● 中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理

假設大家都覺得媒體的概念很大，是複合式的概念，沒有任何單一部會可以涵蓋這些內容，但沒有人主導又會不行，我也是教育部媒體素養推動會的成員，三個月開會一次其實我也很懷疑成效，已經是單一部會了所以我更擔心跨部會的狀況。當然每開一次會有一些進展，請了很多學界跟業界人士擔任委員，但委員三個月開會一次，可能還是在忙自己的工作，這中間也沒有給我們資料，開會那天告訴我們進展，我們實際上很難去督導或參與太多，就只能給一點意見（許文宜：如果今天不管是在教育部或是其他部門，只是在部內邀請學者、專家去成立一個不具有權責的委員會，純就諮詢意見的話，效果是有限的？）。效果是有限的，我比較贊成基金會專門來做這個（許文宜：從你的角度來講你會覺得要有個窗口）。我覺得重點是要看對象，如果是站在教育主要的接收者、社會大眾的角度，或是從學生做起，那教育部當然是最有力量，它只要列入課綱、會考就可以，但媒體素養如果希望從更根本，從媒體本身來改善，那教育部對媒體完全沒有規範效力，

就要由文化部跟通傳會這邊來做。所以我覺得是要看我們在媒體素養上要達成的目的，就可以由不同單位來負責不同事務。(許文宜：單一部會太沉重，等下再談談如果在單一部會成立委員會沒有權、沒有責、沒有法源依據的話，可能就是開開會，大家都有自己的正職工作)。其實有法源依據。

● **文化部影視及流行音樂發展司郭聯德專員**

基本上一定是跨部會去執行，但還是需要有主政單位去做主導，不可能各自為政，不管是哪個單位主導。如果是以文化部為主導，目前在針對媒體素養沒有做太多東西(葉大華：他們真的沒在做。許文宜：現在沒做但可以想接下來可以怎麼做)。如果以文化部來主導，要涉及後面的修法，至少有預算來做事，可能還是要由專法這邊去做處理，如果有預算才可以做細部的政策。

● **世新大學廣播電視電影學系何吉森兼任副教授**

我反對設立專責機構，畢竟當了三十幾年文官，如果有專責機關的話大家都會推給他。所謂的媒體識讀、資訊素養、科技資訊跟媒體素養是大的，如果把媒體素養當核心來推，有各個面向，以各部會各自專長的地方去推動，這樣才不會說反正有專責機關，就由它去推，而且經費也只有那些你完全推動不了。所以我會認為媒體資訊素養或媒體識讀是一個全民推動的情況，除了相關部會以外，公共電視以外商業媒體也都要進來，公民團體、學術界這些一起來，所以我會覺得不是專責機關，而是一個整合的推動中心比較適合。不用一下子到那麼遠的未來，現在是因為沒有專責機關才讓很多推動的事好像只是形式上去配合這樣嗎？其實並不是，我會覺得各自都有資源，好好地發揮資源再去強化。比如說 NCC 從 1 年 100 萬到今年 500 萬的媒體識讀，做這個研究的 120 萬就是從那邊來的，NCC 也是為了配合政府的假新聞，各部會要做什麼，從小學、中學到大學，這絕對是教育部去做的，很多課綱與需要學校落實的部分，可以在協調推動的時候找學者、可以配合的 NGO 組織，教改怎麼擬定可以找各部會來協助，文化部與 NCC 都可以來協助，教育部有它的資源，且資源更大，文化部也有很多資源，至少在公共電視、影視司部分，媒體識讀最擔心兒童電視媒體識讀這塊，需要公共電視花更多經費，出版司也可以進來幫忙。至於 NCC 我不太理解，以前一百萬才花 80 幾萬，為了要符合 KPI 那問卷做出來，實際上去看，大部分給媒體一些補助，

大部分是有線電視或各媒體，讓他們去做課程，說真的能達到成效嗎？有時候來申請媒體是為了每幾年的評鑑，那 KPI 弄出來是不是真的有作用？我覺得 NCC 不只可以做這種輔導，如果我們期待公共電視去做一些教材、好好地拍一些節目。剛剛 NCC 一直強調它是監理機關，監理的可能是商用媒體的部分。一個月前去台中教媒體識讀的課，我剪輯了拿到金鐘獎的《我們與惡的距離》，我只放那六個片段，上課的對象都是小學老師，播放片段完我以學者身分去分析，從社會低薪導入到認識媒體的運作。那天是因為教學，如果未來要變成教材，NCC 有沒有可能用你們的力量去做？還有要求各個商業媒體有沒有可能去做一點的媒體識讀教材，這塊未來可以納入對業者評鑑，NCC 號稱臺灣第一個以通訊傳播為主要的圖書館，我曾去香港考察過廣電局，十幾年前它裡面拍好了很多真正媒體現況，有一點是資訊跟媒體素養，現在媒體已經發展到哪邊的現況，如果有人想去 NCC 看媒體發展到哪個現況，有線電視授權調整的難處，這些剛好是你監理的議題、核處的案例，有沒有可能這些代表說哪些媒體是被認為要改善的等等這些問題，我會覺得 NCC 有沒有可能可以在這邊做的更好一點。再來一個情形是除了通傳會是這樣，其他部會就沒有嗎？最近看到民眾對於司法的不信任，很多人檢討說是法院判決等問題，我認為其中很大因素是媒體對司法的誤導，只要有人輸了就去跟媒體說怎樣，媒體有沒有媒體審判？我的意思是說司法院、法務部可不可以將有些案例造成媒體審判、對於整個社會對於司法的認知產生問題，除此之外包括客委會、原民會本身有沒有利用資源整理素材，比如說原住民或客家族群，特別屬於他們的媒體素養教材。我會認為是各部會都有資源，各部會都去關切它自己關心的那一塊，NCC 去做商業媒體這邊，真正從媒體素養這邊切入；文化部在公共電視有更多資源，教育部也可以做，各自去做，最後才到第三議題最後一個單元整合。

● **世新大學新聞系林宇玲系主任**

我自己是比較走歐陸批判，我會認為已經牽扯到言論自由，我會希望是一般民眾，應該是由去教育來推廣支持，我贊成何教授所說的，包括行政院底下有性平處，基本上有很多客委或原委都有一些自己族群的形象、教材等，可以有一個專責推廣中心，結合政府這方面的資源，有關於在平權方面的。因為我覺得媒體業者應該在自己的媒體內容上要自律，現在的一般民眾也可以生產內容，要怎麼

強化一般民眾的自律，民間團體如媒觀、事實查證，可以就內容不實的部分提供檢舉，在教育民眾這方面，可以配合國中、小學不同學習階段，去強調不同的能力，到了民間這部分可以結合公共電視、公共圖書館，也是一個管道。政府部分應該是管理媒體的不當，一般人去檢舉有關不實言論跟網路安全的緝查或是推廣，事實上好像有到懲罰這一部分，但對整個媒體自由的發展是不是個好方向是可以思考的，還是鼓勵媒體自律，一般民眾要了解可能觸法的可能性。

- **台灣少年權益與福利促進聯盟葉大華秘書長**

目前有法源就是 Iwin，它是四個部會出資、委託，當初我們在法條設計上是委由 Iwin，它是一個民間的角色來執行這些經費、預算、計畫等各方面授權要裁罰或是裁處的部分，如果今天我們要講媒體素養，我們可能要去查現行有哪些相關法律授權的機制，正在運作的，同業公會也是有裁罰效力的，廣電的話就是 NCC 處理，我認為在這個議題上，如果從媒體治理這角度來推動的話，不是只有文化部和通傳會，也有衛福部，因為衛福部其實是檢舉最多的，不要什麼是都往教育部丟，這樣不一定好，它就是針對教育現場觸及的學生，發展教材提供利害關係的意識、讓學生上課。但我們現在最大的困難、需要識讀的對象不是在主流階段的學生，學生都很聰明知道要怎樣做，大部分是中高齡的問題，性平議題、政治人物的言論都是很大的問題，所以我會傾向是跨部會，應該去盤法源依據，哪個部會該整合處理進來，不建議都丟給教育部。

3、 議題三

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

跨部會合作溝通平臺，很多專家認為有科技會報、文化會報，某種程度上也就是說由政委召集相關部會，大家共同推動，我們也有些實際的例子是可行的。我們看了其他國家，以各個國家來說立法確實花費時間，但若沒有法源依據的話，包括政策、預算、權責劃分會變得不清楚，所以專家們覺得不管怎樣在法上面要有依據，至於說是要立法還是要設一個條文，還是行政命令，都有不同層次，跨部門的實際作法就要請教各位。我初步認為應該是短中長期，意思是說像圖上很多國家，今天之所以要讓跨部會來執行，我們的座談中曾經也有人建議說以文化部來講是個上升部會，預算又比較多，那是不是在文化基本法中設一條，依據這條文去做事；但也有人認為應該由教育部當窗口，立一條以它為窗口，除了正規

教育，其他非正規教育大家來推動、由它當窗口，這也是種作法。短期來講，不管是設第三方的媒體素養的專責、推動單位，或設專責的基金或是推廣中心，但都需要一個主導的窗口，且有相關的法源依據，或是行政命令也好，或是有相關根據讓錢與人都能聚焦，但立法曠日廢時，所以你看中期和長期上面，討論到最後其實有專家覺得說由專責委員會來做，其考量是什麼呢？例如現在的文化會報、科技會報或未來弄一個會報，政府的制度是今天誰做政委，會有人的因素，如果這人積極，大家也就配合得順利，但如果今天換了政委就沒有這樣執行了，是靠一個政委的概念。所以長期來講，要不要成立一個媒體素養專責委員會，當作公民教育一樣長期推動，像韓國在推動立法也是卡了很多年，還沒也立下來，但他們認為趨勢上是要立法的。

● 台灣少年權益與福利促進聯盟葉大華秘書長

從實務上來說，行政院下要有政委來處理跨部會的整合資源、調動、預算、法律盤點才會有用，才能在那個平臺上去型塑說為什麼需要立法等可以討論立法，將來反歧視法也可能會修過，也可能會立法，那這些都會被併進去，現在援引的都還沒去對準所有的公約，我們簽了5個人權公約，應該更上位來看這些公約項目，對應到各部會要做的相關媒體素養內容是什麼。未來是不是應該要立專法，還是說這個平臺先運作、推動，我認為不是沒有法的問題，而是法有了但是治不足、普及率也不夠，是落實的問題，要立專法是曠日廢時，但重點是落實跟執行，怎麼提升利害關係人的能力，這是很重要的。所以我認為要到政委或行政院長的這層級來做，若沒有一個更高上位機關來做，委員會定在哪個部會都沒有用，需要更高層級才能做這樣的推動。盤點不是停在中央部會層級，思考也在中央部會，真正落實要在地方政府層級，它畢竟是最直接對準人民的第一線公部門，如果說這個縣市政府夠有概念，願意撥預算定期去做，推動園遊會等都會比上課更有用。也要關注偏鄉，那些容易被媒體汙名化的地方，需要透過這種民政或是社政系統下放去做更有用，這個委員會的高度一定要夠。成立委員會就是把他聘請進去當委員，我們還發展桌遊，這些資源都可以整併，賴鼎銘當董事長那時候還找大家說要成立平臺後來沒有下文，民間有自己的單位，這是對準政策，NCC在2004年通過兒童權利公約，做了一個兒少通盤政策，NCC有沒有定期檢視我們也沒有看到。所以其實不是沒有政策和法令，只是執行缺乏 monitor 機制，很重要的

是要把網路這塊拉進來，這些社群媒體、網路的公共自理角色是這階段最重要的一環，要對他們課責，一定要有這樣的高度去要求他們，要釋放出一定的資源進來，媒觀也抱怨跟臉書合作 2 年要求很多，然後達標之後他們自己做了，所以我們沒有一個更強而有力的公權力要求業者課責，這麼多廣告量與資源、瀏覽率都貢獻給這些媒體，結果他們一點貢獻度也沒有，把 knowhow 學起來就不合作了。要有夠高層級，把實際上真的有在做的平臺去彙整，重點是 monitor，再來去討論是不是真的要有所謂的專法，我認為不是有沒有專法的問題，是現行法無法落實，大家都用有限資源做的很辛苦。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

這跟我們以前討論匯流也一樣，全球檢視過的國家在做媒體素養的，大部分都是公共平臺，商營都沒在做。NCC 也好，在媒體或是廣電單位的應該要讓這些商營的也要做，現在檢視下來都是公共電視臺在做，所以再補助下去的話，到最後還是只有公共電視臺做。

● **中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理**

短中期我也是贊成同步。專責委員會，還是需要有第三方合作平臺。我有參與台灣事實查核中心的創辦，跟這幾個平臺接觸非常多，我們正式組織大概從去年 5、6 月開始接觸，到了今年 2 月來華視之前，不斷要找他們開會，臉書一開始態度好像很好，跟我們說趕快通過國際認證我們就會給你一大筆錢，結果我們三個月就通過認證它們就開始拖了，他們會看政府態度。他們會說也很想幫臺灣爭取資源，但涉及全球資源分配時，臺灣不會是優先國家。那怎樣會是優先國家，一定是政府給壓力、有要求的國家，像歐洲、美國他們就會比較願意給資源。以台灣事實查核中心身分去 NCC 會議時即使平臺業者都在座，我認為 NCC 也要給平臺業者更多壓力，當然後來也有變比較強硬些。當然現在已經和這些平臺開始合作了，也陸續有些贊助，臉書也給了一些固定的經費，相對其廣告還是微乎其微的。以台灣事實查核中心的例子，台灣媒觀以民間基金會的運作比較有彈性，身分也適合作為政府跟各媒體數位平臺之間的緩衝，所以我認為政府的專責組織以及第三方單位都有存在的必要，各自有各自的功能但需要互相合作。我也同意公共媒體絕對要加入平臺內，華視也是公廣集團，華視有個單元叫打假特攻隊，

會去查核假新聞，用影像方式做出來，這單元收視也不錯，很適合做為教材。香港最近很多假影片流傳，我們找專家教你如何破解假影片，華視現在沒有任何政府補助，但我們都願意這樣做，當然希望未來公共媒體與文化部都有要求，公視、華視應該都要有這樣的內容，當然新聞比較難管我們也不希望新聞內容被介入，但關於兒少的媒體識讀節目其實是很重要的，之前在公視做青春發言人，也做了很多媒體識讀單元，公視有一定資源，所以我們可以用動畫、用辯論、用各種形式去做，這是很重要的。我不是很贊成立法，在臺灣大家好像覺得立法就沒事了，問題就可以解決。

● **世新大學新聞系林宇玲系主任**

我不能理解媒體識讀或媒體素養，它的內涵要到管理的部分嗎？還是想辦法培養一般民眾，不管在校不在校，對於複數媒體概念的各種知識？還是要到提供媒體內容的人他的不當行為等等也要進行課責或是管理？

我覺得這很怪，因為如果你要 empower 的是一般民眾，媒體的部分不用去補助它，它只要被管理就好。如果要成立媒體素養的專責委員會究竟它的專職是什麼？我認為聽起來有點模糊，我當初會認為由教育部來推動是因為它是教育知識的推廣，可以輔助一般公用、進用的管道，包含公共電視和公用圖書館都是資源，當然文化部也可以提供資源。要看這專責委員會要做到什麼程度，是推動還是涵蓋更廣？從管理內容到不當內容的處置，事實上可以配合人權政策，因為是一個公民的培養到能去行動、參與，不只是媒體識讀，而是包含公民的、是整個推出去的。

● **文化部影視及流行音樂發展司郭聯德專員**

短期目標最快是成立專責委員會，是行政院最快的方式，長期的話透過基金會不知道是不是有法源依據才能成立（葉大華：要），有法源的話對人力與預算有充足的支持。

● **世新大學廣播電視電影學系何吉森兼任副教授**

希望從公私協力來談這個問題，臺灣推動媒體識讀與媒體素養一直都是從學界開始，一開始政府機關與教育部也沒有，不要忽視學界多年來的數據成果資料，

這塊力量是很大的。我們來看這個推廣或合作的平臺，如果有三個部分要做，第一個是整合資源的部分，第二個是推廣的部分，第三個是行動的部分，我會認為很多學界和民間很多人想做但缺乏資源，所以從公私協力這邊，在資源整合這邊有沒有可能放在行政院，由政委或是行政院委員會去整合議題，然後把相關部會放在一起做資源統籌，包括一部份要下放到民間去做，這個資源包括各部會自己本身要做的部分，政府單位也不只行政院，還有立法院，監察院會要求立法院，例如編列每年預算裡要求 NCC 每年五百萬就不能再低了，但你要求 NCC 去做什麼事實上很困難，因為 NCC 光每天做監理就很多事，問題是這些資源已經進來然後如何執行，這時我會認為可能來自於民間、學校配合的問題，屬於公的資源整合，行政院、立法院可以做些什麼。我們可以看到美國有一個媒體識讀的教育聯盟，這個聯盟是屬於民間整合的，包括推廣，我看學界這麼多年的研究有很多 idea，現在要做什麼？例如這一、兩年關注的假新聞議題，假新聞不一定要跟媒體識讀掛鉤，只是因為最近大家一直關切，隔了幾年後或許未來有其他議題。行動的意涵，就需要民間 NGO 或學校、學術團體，有沒有可能整合，這種行動聯盟可以參與行政院的資源整合中心，這樣從公私協力，政府站在資源整合的部分，民間可能來自於學校或是 NGO 組織，可以整合在一起，不一定成立一個，可以從任務、資源整合、推廣、行動這三個，各自去做各自的，臺灣的民間力量是很強大的，尤其在行動部分。最主要是資源，主要來自立法院只要列入預算，預算到位與如何推動。

4、 議題四

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

剛剛看了很多國家，他們政府部門有個工作之一是定期地做媒體素養調查，與定期地公布媒體素養執行的 KPI，推動之後還是要檢測執行成效，所以在這部分未來的趨勢、政策還有趨勢性的意見，主要關注假新聞，最近關注媒體素養不是因為大家不知道新媒體怎麼用，或是大數據怎麼理解，其實是因為假新聞很多以至於社群媒體造成了相當程度的影響，而這部分涉及了媒體素養，從過去到現在都需要加強的。

- **文化部影視及流行音樂發展司郭聯德專員**

新聞部分從媒體部分去處理假新聞，公部門不知道怎麼去協助，還是要聽一

下其他人的意見。

● **中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理**

假新聞只是現在很熱門，但也是一個機會讓大家重視媒體素養與媒體識讀，因為講了很久也沒什麼人真的在乎，剛好假新聞這議題讓大家感受到嚴重性，藉由假新聞讓大家對媒體素養有更多期待，藉此推動與成立委員會或是第三方基金會，這是一個時機。假新聞除了做事實查核之外，也需要媒體素養搭配，確認後如何去推動、讓大家了解，那是更深的媒體素養訓練。我也期待公私協力的方式，我不太贊成立法，不管是假新聞要用更多的法律要求，我覺得新聞自由跟言論自由還是臺灣很寶貴的資產，現有的法規已經很足夠，只是有沒有落實而已。公私協力的委員會跟基金會之外，我覺得公廣也是責無旁貸，也呼籲政府跟民間也應該要盡快推動公廣法，可以發揮很大力量。以我自己在查核中心和公廣，做了事實查核後覺得臺灣媒體還是很糟，要求媒體自律幾乎是不可能的，比如說選舉到了，中天收視率衝上來，他也不怕被罰錢，罰的錢根本微不足道，甚至它若有資金來源也不在乎罰錢，或不在乎賺不賺錢，收視率上來代表它觸及到的民眾是很驚人的，之前台灣事實查核中心只有兩三人都可以破解關西機場事件了，如果我們有一個強而有力的公廣新聞臺，每天 24 小時都可以查證假新聞，都是報導求證過的新聞，我相信對於遏止假新聞與媒體亂象是有助益的，發揮中流砥柱的功能。我以前在公視很久，公視的問題是它的新聞收視率真的不容易做起來，以華視來講是因為有很好的機器，所以華視新聞的收視可以衝到全國第一名，但人力也會後繼無援，人力只有中天的三分之一不到，新聞部只有 170 人，中天有 600 多人，其他新聞臺有 400 到 600 人，今天如果公廣可以更成功地整合，那戰力絕對不是現在可以比擬的。

● **台灣少年權益與福利促進聯盟葉大華秘書長**

下一階段要強調的絕對是網路，另一塊就是爆料平臺，現在很多問題是主流媒體都會上去撈，把它當作主要消息來源，裡面夾雜非常多假資訊，還有造成歧視與對立的極端言論，會轉換到主流媒體的新聞報導上。主流媒體是因為還有自律機制，還有這些可以把關，但到了網路上這些爆料平臺和社群媒體，主流媒體自己養的小編也在做類似操作，有問題的話只是下架或是修一修再上，先犯錯再

道歉，會變成無限循環的問題。我們自己後續的行動是針對爆料平臺還有網路的媒體自律，希望未來去修相關法令，這部分很嚴重會造成不當的訊息不斷地被轉發，連主流媒體自己都會淪陷。假新聞本來就有，不是現在才有，臺灣爆料平臺文化太興盛，所以我才會覺得媒體素養與媒體識讀很重要的是這一塊，每個人都是自媒體，要意識到不要成為一個製造、散播成為霸凌或極端言論的人，但要怎麼被究責或如何落實自律，透過教育之外可能還要在法律上去做，現在最大的問題就是為什麼只管到電子、廣電跟紙媒，可是網路完全不管，完全失守，久了會造成好不容易鞏固的三律共管效果越來越式微。

- **世新大學新聞系林宇玲系主任**

我也是同意葉秘書長說的，我覺得在網路這塊過去的法條可能沒有注意到網路的管理，可以在傳播媒體的管理部分去加強或去改變，但在媒體識讀這一塊，我認為不應該是著重在假新聞，而是應該回歸到媒體識讀最一開始的目的，比如破除歧視、遏止不當內容言論、不實訊息、有害人權的言論等都應該注意推廣，而不只是假新聞而已，因為假新聞並非今天才有，而且可能不是由新聞媒體所製造的，其實現在最大宗的叫假資訊，是由一般民眾所生產的，他們可能不知道這東西一旦上傳後經過不斷推文、分享後可能會造成的傷害。

- **世新大學廣播電視電影學系何吉森兼任副教授**

政府各部會的推動主軸應該是在破假，也就是說如果有假新聞出來涉及到哪部會，該部會要即時透過網路等方式回應，這是政府應該做的，主軸的那部份我認為要非常謹慎。至於公私協力中私的部分，最重要的是媒體識讀，讓民眾的素養提升，再來是第三方事實查證中心，這很好卻要謹慎小心，不要有太多行政的支援，怕反而會失去它的公信力，太靠近哪個政黨也要小心。也要推廣事實查證中心的人力、物力需要政府資源，但政府和民間不要介入過多，希望有更多資源後它的速度、廣度、深度要加強。

- **中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理**

之前為了要速度，假日都自己查，薪水就是三萬元真的沒有錢，關西機場那時候只有一位查核記者，後來是兩位查核記者，人力資源不足。

- **世新大學新聞系林宇玲系主任**
通傳會或許可以要求廣電業者在內部成立事實查核中心。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**
其實原先設計換照時的要求就是要有查核中心，過去有倫理委員會，那時一季開個會，會針對案子有公正的意見，但有緩不濟急的問題。後來妥協後是有編審這個角色。

- **中華電視股份有限公司新聞部黃兆徽經理**
他們在其中身兼數職，邊工作邊兼編審，查核本來就是每一個記者的工作，但今天為了搶快而忘記這件事，越來越忽視，因此公廣集團的角色越發重要，至少要讓大家知道哪裡可以找到正確資訊。

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」 第五次焦點座談會議 簽到表			
時間：民國 108 年 11 月 29 日 上午 10:00 地點：本院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）			
單位名稱	姓名	職稱	簽名處
文化部影視及流行音樂發展司	郭聯德	專員	郭聯德
國家通訊傳播委員會	朱盈璇	科員	朱盈璇
世新大學廣播電視電影學系	何吉森	兼任副教授	何吉森
世新大學新聞系	林宇玲	系主任	林宇玲
台灣少年權益與福利促進聯盟	葉大華	秘書長	葉大華
中華電視股份有限公司新聞部	黃兆徽	經理	黃兆徽
八大電視股份有限公司新聞部			

附錄六 第六次焦點座談會議紀錄

「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」

第六次焦點座談會議

一、 會議時間：108 年 11 月 29 日（五）14:00-16:00

二、 會議地點：台經院本棟 201（雪山）會議室

三、 與會人員：

詳見附件簽到表。

四、 會議說明：

本院承接國家通訊傳播委員會「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，旨在從數位匯流的角度，研析國內外政府部門、民間團體與媒體業界推動媒體素養之政策與作法，以作為我國各部會研擬相關政策之參考。

在數位資訊服務與社群媒體快速崛起的時代下，各國媒體素養之政策推動面臨新的發展課題與挑戰。於產業變動的環境中，各國政府如何有效提升公民的媒體素養，以審慎思辨各式各樣之媒體訊息，為人民建構一個安全的社會資訊網路，進而保護弱勢甚至維護公民權益，是各國政府持續思考之課題。為此，本研究擬蒐集整理各國及區域性組織推動媒體素養之相關政策與經驗，盤點國內外各政府部門、民間組織及媒體業者推動媒體素養之現況與方法，包括研析政府部門如何建立跨部會的溝通合作平臺，及民間單位間可行之公私協力合作模式等；並在研究期程中，邀請我國傳播業者、學術界、公民團體及政府部門等相關單位召開焦點團體座談會議，針對建立跨部會溝通平臺及設置推動媒體素養推廣中心等議題進行討論，以凝聚產官學界意見，研提我國媒體素養發展政策建議，供主管機關參考。

五、 會議議程：

時間	議程
13:40 – 14:00	【報到】
14:00 – 14:15	<p>【引言報告】</p> <ul style="list-style-type: none"> 「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」初步研究成果報告
14:15 – 16:00	<p>【議題討論】</p> <ul style="list-style-type: none"> 主持人：國立海洋大學共同教育中心 助理教授許文宜（本案研究顧問） 討論議題： <ul style="list-style-type: none"> 一、我國媒體素養政策方向 <p>9. 媒體素養所指涉之「媒體」與「素養」意義涵蓋範圍廣泛，您認為在當今媒體與數位發展環境下，我國媒體素養政策方向應著重在哪個領域與方向？</p> <p>10. 我國媒體素養政策目前推動面臨的最大挑戰與問題為何</p> 二、我國媒體素養政策制度 <p>21. 現行我國政府部門推動媒體素養，制度上是否有可改進之處？</p> <p>22. 參考國際間政府部門分工作法，我國是否有可借鏡或參考之處？</p> <p>23. 政府、民間團體與媒體業者各應扮演什麼樣的角色？</p> <p>24. 您認為我國媒體素養政策應由哪一個部會來主導？</p> <p>25. 政府與國家可以提供民間團體或媒體業者什麼樣的資源，例如資金、教材、師資培訓計畫等？</p> 三、跨部門溝通合作平臺 <p>19. 為健全我國媒體素養之跨部門政策，我國政府各部會是否應建立跨部門溝通合作平臺？</p> <p>20. 若參考國際作法，包括設立專法、成立媒體素養專責委員會與設立媒體素養專責推動專責基金會或推廣中心等，上述三種方式哪種較為可行？您的建議為何？</p> <p>21. 對於政府與民間單位應如何推動公私協力合作模式？</p> <p>22. 例如是否可參考 iWIN 網路不當內容申訴系統創造模式來促成跨部會與民間合作機制；或者參考台灣創意設計中心成立方式，由經濟部工業局出資，成立民間單位來統籌相關工作事宜；另一種民間運作模式則是參考中華民國消費者文教基金會，由民間力量來主導並影響政府施政。上述不同的運作模式哪一種較適合媒體素養政策來借鏡？</p> 四、未來趨勢建議 <p>14. 面對網路假訊息等爭議事件，對於我國未來媒體素養相關政策有何建議？</p>

	<p>15. 公民、媒體業者和政府等應如何因應網路假訊息或假新聞等爭議問題？</p> <p>16. 對於我國媒體素養推動，有其他政策建議嗎？</p>
--	--

六、 會議紀錄：鄭研究助理雅心

七、 會議內容：

(一) 各國媒體素養政策研究期中成果報告

本案計畫主持人曾筱媛簡報（略）

(二) 專家意見

1、 議題一

● 輔仁大學新聞傳播學系陳順孝教授

現今我們所談的媒體不只是大眾媒體，也包括自媒體的部分。由於時代轉換，當時 2002 年媒體素養教育政策白皮書最核心的概念、預設放到現在都會出現問題。以前的媒體素養重心放在批判性理解，但對於現在而言，不應只有理解，還有後續的行動，也就是在尋求資訊、批判資訊以外，並創造資訊。最新的 108 課綱納入了媒體素養，但名稱是「科技資訊與媒體素養」，令人疑惑其實質內涵。當時我被邀請參與相關的教育輔導團，就發現有些學校老師全部是教資訊的，沒人瞭解媒體，或是反過來，教媒體的老師不懂科技。108 課綱既然已經定了，就只能面對，我認為應該加強對談討論的機制，讓不同背景的老師專家可以一起討論課程，參與的老師彼此要有對話，才能讓課程名符其實。

● 中正大學傳播學系胡元輝教授

過去我們談媒體素養，內涵就是認識媒體、分析媒體和近用媒體；然現階段媒體的概念大大改變，媒體可以做更寬廣的解釋，使用者本身也可能同為媒體內容的生產者和接收者。因此，不管是用哪個名字，數位素養或數位媒體素養，應該要將傳統的內涵再加上產製，也就是認識、分析、近用和產製這四個層次，比較符合現階段需求。108 課綱採用「科技資訊與媒體素養」，現在大概也不太可能再去調整課綱，重點是具體定義哪些東西該放進去。如果我們對於新時代的媒體素養有共識，認為媒體素養應該包含哪些基本要素，就把基本要素放進去，剩下的部分再看各級學校面臨的問題再去做分配，應該是比較可行的方式。

- **臺灣藝術大學廣播電視學系單文婷副教授**

延續胡老師的發言，我覺得我們沒辦法去窮盡定義這些內容，如果在網路上搜尋，可以出現多達 25 種以上關於數位素養、媒體數位素養的名詞解釋。媒體素養這詞應該要變，課程內容應該要有點調整，比如再多新增一點定義，以符合現在的趨勢，名詞上大家可以討論是否改叫數位媒體素養或是數位資訊媒體素養。第二，我認為媒體素養的定義就是知道媒體在做甚麼，以及識讀、取用、批判，這四個概念並沒有改變。現在面臨最大的挑戰是 108 年課綱，如剛剛兩位老師提到的，我發現各學校好像就是因地制宜，如果學校裡教科技的老師多，科技課程的比重就多一些，所以我認為在課程設計上需要再釐清，而且教學現場是否準備好，也很重要。未來媒體素養的實踐上，應該分為校內跟校外，且應該同時進行，各級學校甚至是一般機構都應該加強媒體素養推廣，尤其是在公部門。

- **輔仁大學商業管理學士學程張麗華兼任教師**

我個人是比較關注中小學媒體素養教育，從吳翠珍教授那時候開始，到媒體素養教育政策白皮書的制定以及後續全國推廣，我都有參與。我現在比較擔心的是學到教這一塊，中小學老師大多非廣播學系畢業，雖然他們也有進修的工作坊活動，但都只限於短時間一天、半天的活動，而且參與的老師也大多是被迫參與的心態，導致還有一半以上的老師的觀念是：只要有教電腦就算是媒體素養教育。所以儘管我們很用心去推廣教學，但成效是很少的。此外，108 課綱推廣融入式教學，他們是否真的有在做？也是一個問題。實際上，媒體素養定義寫得再好，老師還是會很困惑。另外，現在人人有 LINE，我發現假新聞其實跟意識形態很有關係，意識形態會主導他相不相信這件事。我也很贊成成立類似台灣文創中心的跨部門單位，去進行跨部門的溝通合作。

- **臺北市政府教育局楊淑妃專門委員**

有關媒體素養的能力，在 100 學年度的課綱就已經納入，臺北市基本上也推動一段時間了。我們業務主要分為兩個單位：國教科負責中小學，大多是在閱讀課程來推動；資訊教育科則是針對 3C 的部分。我們主要推動很多研習，依循課綱的核心素養和具體內涵，新聞識讀或媒體素養係指「在各種環境中創作、操作、結合各種媒體包含圖像、聲音及錄影等，以解讀、評估、分析、製作傳播知識的

能力」。基本上，我們業務單位就關注語文閱讀還有 3C 這部分，資訊科技跟各種媒體都涵蓋在內。

● **教育部國民及學前教育署國中小組王浩然業務助理**

12 年基本教育主要是有 3 個面向、9 個核心素養，科技資訊與媒體素養就是其中一個核心素養。在課綱中，科技資訊與媒體素養是希望能夠培養學生善用科技資訊與各種媒體之能力，培養相關的倫理及媒體識讀素養，並能夠分析、思辨、批判人與科技、資訊及媒體之關係。也就是科技資訊與媒體素養做為一個核心素養，在所謂八大領域中都應該具備此學習內涵，它並非一個單獨領域或議題，而是在八大領域都應該要有對應的學習內涵。科技原本就是八大領域之一，包括資訊科技跟生活科技，而科技資訊與媒體素養本來就是各領域應該都要具備的內涵。這些連帶關係可能外界不是很理解，今後在課綱推動上可能需要做一些釐清。第二，今年 11 月 21 日召開的媒體素養推動會，責成國教院在明年舉辦一場科技資訊與媒體素養研討會，我們也會去規劃科技資訊與媒體素養的定義，以及它在 12 年國教中扮演的角色為何。

● **Skills for U 黃偉翔執行長**

我在 5、6 年前從理工學院學生成為獨立記者，中間經歷過陳炳宏等老師的媒體素養訓練才到業界，我是想說，還是要經過完整的過程才知道如何去關注一個社會議題，從新聞資訊的採集到後續的轉譯、成為媒體，進而促成社會對話。對於小孩而言，要達到這樣的程度，成本有點高，不可能期望這樣。第二點，我很常在立法院或是民間團體被諮詢技能教育、職業技能等相關議題，但很多時候問的人不是想要真正的答案，而是只想作法規或政策上的攻防，所以我覺得張麗華老師有點出一些現實的狀況。第三點，我本身在行政院青年諮詢委員會，行政院大概就是從識假、破假、抑假、懲假等四個面向去處理，其中懲假有點複雜，你要講它是真還是假，有時候涉及言論自由，所以大家現在都把希望放在識假，讓教育部去執行。那要在課程中放什麼內容給小朋友學？內容其實沒那麼難，有很多專家學者跟民間團體投入，重點是在通路，首先老師對媒體素養瞭不瞭解？第二教學現場是不是有獲得支持去實踐？另外，考科還是會影響教育現場，我們在技專校院招生策略委員會雖然有從分數上做調整，以回應課程內容，但成效還

是不多。最後想說的就是，如果現在希望把媒體素養教育推動的重點放在學生教育內容上，就需要好好去梳理通路。

- **臺北市政府教育局楊淑妃專門委員**

它不是一個科目，它就是一個通識、素養，不能把它當科目來教。媒體素養推動若需要成效，那你們希望目標效果是怎樣，這個要訂出來。

- **臺灣藝術大學廣播電視學系單文婷副教授**

我們沒辦法訂出這種目標，因為數位發展的速度比政策要快非常多。

- **臺北市政府教育局楊淑妃專門委員**

對阿，素養、態度要怎麼去測？要推動我們是沒問題。

- **Skills for U 黃偉翔執行長**

行政單位大家都經常接觸，他們能負擔的量其實有限。

- **泛科知識股份有限公司廖立潔業務總監**

在定義上，我認為媒體、資訊、科技不是三件事，而是一件事。媒體這個字本來就是中介者，所有事情應該是從資訊出發，之後被中介，以前可能是透過廣播、電視，現在的擴散工具加上資訊跟科技兩個載具。研究團隊簡報第八頁就有提到，不管是電玩還是戲劇等，我們剛剛討論聚焦在教育體系，但事實上媒體素養和資訊判讀的辯證能力不只在學校，而是整個大環境。在整個環境中，手遊廣告最容易有問題，包括性別刻板印象等，但那是經濟部在管的，經濟部不會管內容，只要廠商合法就可以。回到定義的部分，我認為是不是可以比較顛覆地思考，媒體、資訊、科技不是分開的，而是一件事的前後跟不同的角色介入。

2、議題二

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

在過去幾場座談，專家學者的意見也跟今天差不多，有人認為說，例如胡老師，這就是我們要做的事情，不管它的名字是什麼，大家覺得這名詞底下包裹的這件事情，是眼下要去做。剛剛總監提到媒體、資訊跟科技是一件事，過去大家也有提到，就是三合一的概念。回到題綱，現在大家有共識，認為這件事還蠻

廣的，有人認為根本就是公民教育，有人認為應該要關注銀髮族等非正規的，正規的有教育部去做。所以，現在針對媒體素養的政策制度上，可以確知它是一件事，但牽涉的部會非常多，絕對不是單一部會可以去做的，然各部會都有事，往往變成各部會都沒有事。這件事應該由哪一個部會主導，成為民間團體的對口？請大家發表意見。

● **臺北市府教育局楊淑妃專門委員**

我是教育體系的，當然不會說由教育部統籌。基本上，教育部在媒體素養這部分已經都有在推動了。從之前 100 學年納入課綱，現在則是因為行政院的要求，教育部成立媒體素養教育推動委員會，也就是教育部已經拉高層次，不管以後由誰統籌，教育部已經積極在做這件事，地方教育局當然也會配合。針對媒體素養和行政院打擊假訊息的要求，教育部整個政策還沒完全確定，在地方教育局我們基本上都訂定很多媒體素養計畫在推動，例如種子老師培育，也有針對學生的研習，對於小學，我們推動讀報教育、種子學校、「我是小主播」比賽等實施計畫。我們行政單位都有配合課綱的要求，包括計畫性或融入性的。我覺得可以建議跨部會，但要誰來統籌，應該是行政院決定。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

換個方式問，資源就各部會來講是分散的，資源其實是有的，現在的問題是誰來統籌資源？剛剛楊專委的看法是行政院來統籌資源，如果從統籌單位的方向去想，各位想法是如何？另一方面，推廣是重要的事情，但該如何推廣，大學教授的課程教材給小學老師去教也是不能用的，所以我認為它的問題不在這裡，包括各級學校、正規、非正規，都有資源，問題是各部會如何分工？第三個部分，我同意剛剛兩位老師說的，媒體素養當作理論課來上是無效的，必須跟行動連結在一起。所以，現在實際上是有資源的，跨部會也有，但大家都在做自己的事，如果現在這樣來分：一個是資源統籌，一個是推廣，第三個是落實行動，我們來想這個政策制度是由誰來主導？請大家針對這個來講，謝謝。

● **教育部國民及學前教育署國中小組王浩然業務助理**

行政院推動媒體素養，以識假、破假、抑假、懲假這四個部分去做，教育部

是推動識假的主要單位，負責在各級學校和社會教育推廣媒體素養的觀念。所以，是否由行政院做跨部會的整合，就這四個面向各自有各自的職掌去處理？上次11月8日教育部也有派代表出席本案座談會，應該有提到說教育部已經擬定媒體素養教育的行動方案，並且也成立了媒體素養教育推動委員會，積極從正規和非正規教育去推行。以教育部國教署來說，我們負責高中以下學校，今年5月更訂定了中小學媒體素養教育推廣計畫，從三個面向著手，分別為教師研習、教材提供及教案設計，針對此做了很多工作。我覺得按照各個面向，整合跨部會的資源，由行政院統籌。

● **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

之前會議也有媒體素養教育推動委員會的委員提出，認為這個會三、四個月才開一次，委員也都有自己的正職，這個委員會能產生什麼作用，是可以被討論的。

● **Skills for U 黃偉翔執行長**

通常委員會運作是這樣子：行政院院長主持，各部會也在，由委員提案，某個部會例如終身教育司出些經費、車馬費等，所以還是要看委員能不能去理解整個生態，有沒有想到怎麼落實？這基於提案委員的功力，所以不是委員會設在哪裡的問題，而是委員會成員的問題。剛剛提到的問題，主要有三點想說。第一，個人覺得還是由政委去督導，或許唐鳳政委比較適合。另外，我不太傾向在民間做第三方專責基金會，可能還是在院裡面做委員會比較好，而委員會裡的組成很重要。第二，我認為比較少人關注投遞的目標。除了國中小，就是高中，技職教育比較少被關注，但這些族群也很需要媒體素養。推廣工作不該只限於一般教育體系，技術型教育體系也需要，很多弱勢地區缺的不是經費，而是一個人陪伴在孩子身邊引導他向善，所以媒體素養工作不應該只在資源比較好的地方做，其他地方也需要落實。第三，我認為最重要是轉譯，因為法規大家聽不懂，這可能需要一些意見領袖的分享。以故宮為例，故宮很需要年輕化，上次故宮就跟厭世動物園合作，將所有與動物有關的文物策展出來，讓虛擬圖文跟文物共同呈現、重新包裝，變成很好玩的事情。面對新世代族群，需要新型態的轉譯，這不是做不到的事，有些部會已經這樣做了，而且也很有效地將內容傳遞。

- **泛科知識股份有限公司廖立潔業務總監**

我本身是在法國學政治，回來後做了十年政府公關，這整個議題我想到的是食安事件，那時候的痛點是食安，現在痛點是假訊息或媒體素養。那時候政府成立食安辦公室，一直到現在都存在，相關部會都要進去，包括環保署、經濟部等等。那時候成立的一個重點是安定人心，讓民眾知道政府現在是跨部會來執行這件事，短期成立辦公室後，中長期就慢慢收攏。這模式套過來，就如同媒體素養現在是教育部佔大宗，還有文化部等等相關部會一起參加，第一年 co-work 之後一定會找出要成立什麼的答案，因為如果一開始就想著要成立什麼，一定沒辦法對症下藥。食安辦公室也是在一年後於環保署成立了毒物及化學物質局，所以或許我們也能在 co-work 後明確知道想要管什麼，才能走出一個好的行政制度。如果我們現在急著解決問題，這邊、那邊發一些錢，這不會跟現在有很大差別，最尾端的民眾可能會一直覺得聽到一樣的宣導內容，例如打擊假消息，聽久了就沒感覺。所以食安辦公室的作法是第一階段安民心，成立跨部會，第二階段再去探索成立哪一種機構。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

所以聽起來，在政府制度上面成立一個辦公室，因為它保留一定的彈性，而不是去立法或成立專門委員會，等於是說隨著議題的演化，保留彈性，在最重要的地方隨著問題的解決來進行。這個大家看怎麼修正或討論，我再提第二個想法，因為食安這件事情大家需要政府來安民心，但是訊息是有意識形態的，牽涉言論自由，食安可以由政府主導，但訊息由政府出來能安人心嗎？

- **輔仁大學商業管理學士學程張麗華兼任教師**

這個概念廖總監是很好的，但現在問題是意識形態會影響，政黨惡鬥在媒體裡面造成很大困擾，所以我想說是不是成立第三方團體去做？不管是教育部還是哪個單位，從 100 年推動到現在這麼多年，推動這件事其實是沒有問題的，但重點是落實檢驗。像剛剛王先生講的，媒體素養融入在各個領域，結果因此反而沒辦法落實，因為現在課很少，時間短，教育現場的老師常常會抱怨，首先，自己是不是真的能教？第二，有時間教嗎？而且，重點是如何落實檢驗，知識很容易，

素養卻不是那麼容易，這是我比較在意的事。另外，我也幫故宮做一些諮詢顧問，包括兒博館等，現在的故宮很靈活，所以未來如果真的成立媒體素養的第三方單位，可以學習像故宮做一些簡單有趣的動畫，在網路上散播。最好是置入在公共空間，像故宮也曾經在捷運站播放短片廣告，讓創意跟媒體素養結合，並透過一些通路去做。

- **臺灣藝術大學廣播電視學系單文婷副教授**

我覺得不能只靠行政院，但它有兩個目的，第一，象徵政府重視這件事；第二，實質上的整合部會。回到剛剛的問題，資源怎麼分配？這裡的資源是錢還是人力？假如就用一個專案辦公室，就像現在的文化會報，固定時間找大家開會，這樣的形式對外是一種象徵，代表政府重視這件事。第二，這種辦公室很大目的是在討論預算怎麼用，包括現在各部會在媒體素養領域做了哪些事？花了多少錢？但我認為應該倒過來，先問目標是什麼，再看用多少錢。回應剛剛市府專委和國教署，我們都知道政府有在做，但重點是希望達到什麼目標。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

剛剛提到資源，就算要盤點法規，也要行政院來做，我們其實不是沒有法規來做這件事，各單位應該或多或少都有。其實預算方面，行政院說要做，這預算就有了，連法都不用立。所以這部分大家意見凝聚起來，認為跨部會顯現政府對這件事的重視，但因為它處理的是資訊，應該怎麼樣去做這件事？另外，預算可不可以就由行政院決定，讓正確的人來做就會到位。

- **中正大學傳播學系胡元輝教授**

剛剛提到識假、破假、抑假、懲假這四塊，是針對假訊息，不是媒體素養；但是歷史機緣，因為大家對假訊息的關注，所以使得媒體素養教育再度受到重視。行政院不管是基於甚麼原因，最後決定羅秉成政委來協調這件事。以這案子來講，我不反對由行政院做各種安排，包括剛剛講得任何可能的機制，但我比較覺得，以現階段政治生態而言，這樣去做不容易。行政院在一個重點階段介入，無論是由副院長或是政務委員層級，針對媒體素養做一個階段性的盤整跟規劃，我覺得是可以的。但大家關注的是因為媒體素養教育分散在各部會，不過仔細來看，我

們還是必須承認，正規教育體制甚至社會教育的部分是在教育部，教育部在這一塊非常可惜，多年前我們有個媒體素養委員會，中斷以後就不再是一個重點了。這次因為假訊息的議題，借力使力，使得教育部成立媒體素養教育推動委員會，關鍵在於這委員會是否能做有效而長期的落實？至於剛剛講的各部會，NCC 該負責的是媒體專業工作者的專業素養，以及透過專業素養所能發揮的媒體素養，這是 NCC 的主責。從這角度來看，其實任務不複雜，只有一塊中空的大家不願意去管，也就是網路。這件事反而應該是透過行政院進行網路治理的重新認識跟分工，把網路治理的任務確定，我想 NCC 責無旁貸，這也包括透過社群媒體培養使用者的素養。這樣兩大塊就差不多了，因為文化部所謂的文化素養，其實是非常含糊，它就是要創建精緻文化或常民文化，那是一個長期的工作，在媒體素養的角色沒那麼大，更不用談內政部、衛福部等部會，他們都是有關單位，但角色沒那麼大。教育部必須好好做，利用委員會在社會教育和正規教育發揮功能；NCC 要扛的責任就是做好媒體工作者的素養，並落實空掉的那塊：網路平臺和社群媒體。

- **輔仁大學新聞傳播學系陳順孝教授**

我意見跟胡老師一樣，也就是現在既然有一個媒體素養教育推動委員會，我們就想辦法讓它落實。現在這個委員會只有開過兩次會，還不確定是否會真的長期穩定執行，這有兩個關鍵，第一，是否有一個主責單位？如果各單位都把它當作業務之一，只是定期開會，那就沒什麼效果。目前這是放在終身教育司，但終身司是否把它當主要業務並不清楚。第二，以目前來說，假訊息是其中一個關鍵，但上次開會時有一名主管說，假訊息這部份想等到選舉後再處理，然而假訊息最重要的時刻就是選舉期間，如果因為現在會惹爭議，就避開爭議，那這委員會就沒什麼意義了。

3、 議題三

- **臺北市府教育局楊淑妃專門委員**

短期的話，因為它有列入 12 年國教核心素養，所以未來課綱要明確訂定說媒體素養推動的目標是什麼、能力指標是什麼，將來才能在學校追蹤成效，瞭解推動情形如何。長期來講的話，這個長期是我不希望媒體素養變成那樣。現在中

小學有推性平教育，已經立法三讀通過，機關裡面要有什麼專責單位，要用什麼教材，每學期要做多少小時等等，這些都有規定。環境教育也一樣，它的層級拉高到聯合國，後來也是立法，家庭教育也有立法。性平教育在推動上就沒有專責部會，但要有一個性別平等委員會，環境教育也有一個委員會，現在媒體素養是還沒立法，我是覺得台灣什麼事情最後都是要靠立法來做，所以最後中小學負荷壓力就很大。以美國來說，各州對中小學也有一個標準，那標準沒有像我們這樣這麼多，性平教育、環境教育什麼都納進來。

- **教育部國民及學前教育署國中小組王浩然業務助理**

短期而言，教育部裡面也已經有相關行動方案，並且成立推動委員會，這委員會是有組織章程的，由部長召集委員每四個月召開一次，它也整合部、署相關業務跟資源，我相信在推動上面應該可以循序漸進。剛剛專委也提到在 12 年國教科技資訊與媒體素養作為核心素養，在課綱及推動計畫裡面的三個面向都有陸陸續續推動。

- **Skills for U 黃偉翔執行長**

最重要的是要把生態養起來，在規劃課程時，老師無法自發性地將各種大家期望的議題融入進去，這必須靠民間生態能量，讓他們跟老師連結起來，在通路跟執行面上，把媒體跟老師互動的生態養起來。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

如果以胡老師的來講，假設教育部跟 NCC 是主責單位，剛剛教育部講到已經成立委員會，還有短中長期目標，這樣循序漸進下去，或許不用另外成立委員會，也不需要立法或行政命令，也許行政院在重要政策工作方面就能展現決心，這樣短中期比較能做到。

- **泛科知識股份有限公司廖立潔業務總監**

我認為落實到各部會去做執行的話，它的 KPI 跟宣傳需要被著重，因為這樣的計畫很多會落在研究分析的部份，民間的研究分析報告一直都很難傳達到閱聽眾，這一塊可以加強。像今天這份報告非常完整，如果再轉譯之後，絕對是一個非常豐富的懶人包題材，所以我覺得是這個傳達 (Deliver) 可以列為一個重點，

而且回饋到教材端也是一個很好的材料。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

如果從行銷角度來講，政策正面宣傳效果最差，但我認為剛剛提到多元平臺，從內容出發的效果會好很多，例如做成遊戲之類，還可以當作教材。

- **輔仁大學商業管理學士學程張麗華兼任教師**

我覺得通路這塊很重要，如何用最少的錢做，讓銀髮族、一般大眾看得到，而且是很短的時間就能把重點展現出來，這是比較迫切的。至於中小學的教材，從 100 年到現在我們累積了上千個教案，幾乎兩、三年就做一個教材的競賽。但我發現，每次不管是媒觀或是其他媒體素養的平臺，老師都不會主動去搜尋，除非自己是有參與競賽，否則通常就是那東西放在那裏，沒有老師去用。應該要做生動活潑、貼近生活的短片，在大家看得見的地方，例如捷運或公車，善用大眾媒體去進行宣傳。

- **臺灣藝術大學廣播電視學系單文婷副教授**

我覺得立法是非常遙遠的事，就算立起來也是徒具形式，退一步來講，專責單位也許還是需要，如果投入五百萬或是一億去做全民媒體素養養成計畫，這樣很好，是一個宣示，但還是要回到，我們目標是什麼？政府論述要加強，不是說不好，但是想要做什麼很重要。

- **輔仁大學新聞傳播學系陳順孝教授**

延續剛剛說的，不管是哪個層級，需要一個專責單位，他們需要做幾件事，第一，釐清媒體素養教育的意義，因為大家都說要做媒體素養教育，但各自有各自的詮釋，這個單位未必有能力做釐清，但它可以去發包。具體來講我們需要一個新版的媒體素養教育政策白皮書，因為舊版那時候還沒有臉書，教育機構都會說已經開了很多媒體素養的課，但那根本不足以因應現在狀況，媒體素養需要一個新的方向。第二，公部門與私部門的協調整合，包括媒體觀察基金會、公視兒少資源網等，需要有人去做串聯，這一定需要公部門主責單位協調整合，把這個列為重點業務。第三，要發展出有效的新教材，這一樣可以透過外包，但至少是主責單位的職責，除了協調整合，創意發想、全民做知識轉譯，這些應該都要有。主責單位可能是教育部終身教育司，推廣一樣也是他們來做，還有協調民間單位、做教材轉譯，實際上這些在他們工作計畫都有。

- **中正大學傳播學系胡元輝教授**

行政院應該責成副院長或政務委員做部會間的協調，同時宣示這是一個長期的方案，作為最上層的機制。第二，教育部跟通傳會非常重要，教育部現在的問

題是，媒體素養教育推動委員會裡跨部會來參與的，像文化部跟 NCC 派來的代表連司長都不夠，教育部應該要求至少副主委或次長層級的來出席，才能感受到這平臺是被重視的。另外，教育部裡面暫時由終身教育司來承接這工作，現在就感受到其人手不足，可以考慮成立專責小組，這樣才能做長期規畫、處理的行政單位。通傳會的部分，將來在網路治理確定以後，通傳會也有一個任務編組，負責新時代的數位素養或什麼其他名字，內部由主委或副主委來重視這件事。我想這兩個部會來負責，大部分問題就解決了。第三個層級才會是民間機構，我不反對未來有一個聯絡性的平臺，但現階段蠻多機構就在做，倒不如就把這些機構好好整合起來，例如媒觀、台灣事實查核中心等，其實當時的教育部媒體素養推動委員會就把公視跟社大納進去，這兩個是很重要的社會教育機制，把這樣的民間機制統合，就可以發揮極大的力量。最後一塊，我反而覺得學術界扮演重要任務，除了學術跟其他國家政策研析，比如大學是媒體素養非常重要的推手，應該視為一個重要推動機制。因此，在行政院協調之下，通傳會跟教育部對應各自的業務任務，民間組織應該也都有各自可以對應的窗口。

4、議題四

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

最後講的就是公私協力，資源如何整合？如何推廣？且最後要落實到行動。經過剛剛的討論，意見有些收攏了，如何可以把政策成本降到最低，但是發揮最大效果？

- **臺北市政府教育局楊淑妃專門委員**

在全球化、資訊科技如此發達的 21 世紀，媒體素養是非常有需要的，而且是非常具前瞻性的公民教育一環。但是現在行政院提的識假、破假、抑假、懲假等太窄了，未來的趨勢建議跟政策剛剛胡教授都已經提到了，行政院或教育部有一個專責單位負責。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

我認為未來會出現除假新聞以外無法預期的形式，所以這是一個長期的工作，終身教育司如果要面對這件事情，如胡老師剛剛講的，不管是預算、人力等都要

做準備。

- **教育部國民及學前教育署國中小組王浩然業務助理**

我想不管就 12 年國教裡的核心素養，或是從教育部組織、計畫都將媒體素養列為重點，我相信以這些管道、面向去推動，循序漸進來發展課程教材、教案，然後在學校教育、社會教育裡來落實。

- **Skills for U 黃偉翔執行長**

第一，媒體素養教育推動委員會要有效運作；第二，剛剛講很多的通路要梳理，媒觀等推廣組織與中小學老師要串接起來；第三，也是生態的問題，也就是不同單位的人可能會有不同視角，需要有人把這些人串起來，再看局勢從行政院或從哪裡發動，大家裡應外合去促成一件事。

- **泛科知識股份有限公司廖立潔業務總監**

剛剛提到懲假，像臉書等外國大型媒體業者其實會因應本國相關法令再決定它要配合到什麼程度，所以法規終究是逃不掉，政府一定要夠強，才能要求這些業者。社群平臺我們這邊現在是透過現有法規去要求，不要讓它成為缺口。

- **輔仁大學商業管理學士學程張麗華兼任教師**

專責單位是必需的，我們希望能夠連結義工團體，類似張老師這種，因為幾個人做事是做不好的，需要更多人來參與。實踐這部分，最快最有效的辦法就是用創意的影片散播在人人看得見的地方，教育不是只有中小學、高中職或大學，而是讓銀髮族等各階層的人都能參與，這種宣導是最少的錢，發揮最大的效力。

- **臺灣藝術大學廣播電視學系單文婷副教授**

我覺得就是公私協力、跨部會，最主要是包括地方、中央和各部會，都要轉為主動出擊，現在比較是被動地做。無論是什麼政策或單位或委員會，它要有效跟有用，才能幫我們解決問題。

- **輔仁大學新聞傳播學系陳順孝教授**

最重要是訂出一個新的政策白皮書，把方向搞清楚，事情做對，由專責小組去執行、公私協力，用有創意的方式去做知識轉譯，發展教材去推動。

- **中正大學傳播學系胡元輝教授**

第一，未來推動媒體素養的時候，很重要的觀念是，現在我們會強調批判性思考、行動能力，但我們已經進入新的數位時代，使用者的倫理非常重要；第二，假訊息非常值得被關注，但不要忘了，這只是我們面對新時代數位素養的一塊；第三，我們面對資訊科技的時候，不要因為假訊息，認為科技工具只有負面價值，一定要在教育的過程中提醒，善用科技是有很多正面潛能，包括公眾參與、民主等。最後補充一點，剛剛提到能力指標，歐盟已經責成做研究，媒體素養在 OECD 國家裡納為能力指標，我不曉得研究出來沒有，這是我半年多前看到的消息。

- **國立海洋大學共同教育中心許文宜助理教授**

各國政府之所以把這個（能力指標）列為它的工作之一，因為你做了媒體素養之後需要檢驗成效，這通常是在政府部門，如果這個變成例行性公務的話，它會定期發布，另外也可能會做大調查。但要考量的是，媒體素養做量化的大調查，結果是否準確？現在比較傾向用質化的方式理解媒體素養推動情形。今日非常感謝大家對研究案的貢獻。



「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」 第六次焦點座談會議 簽到表			
時間：民國 108 年 11 月 29 日 下午 14:00 地點：本院 201 室（台北市德惠街 16-8 號 2 樓）			
單位名稱	姓名	職稱	簽名處
台北市政府教育局	楊淑妃	專門委員	楊淑妃
教育部國民及學前教育署 國中小組	王浩然	業務助理	王浩然
輔仁大學新聞傳播學系	陳順孝	教授	陳順孝
中正大學傳播學系	胡元輝	教授	胡元輝
臺灣藝術大學廣播電視學系	單文婷	副教授	單文婷
輔仁大學商業管理學士學程	張麗華	兼任教師	張麗華
Skills for U	黃偉翔	執行長	黃偉翔
泛科知識股份有限公司	廖立潔	業務總監	廖立潔

附錄七 政府部會於媒體素養推動計畫調查表

國家通訊傳播委員會

108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案

政府部門推動媒體素養之相關計畫調查表

敬啟者，您好

這裡是財團法人台灣經濟研究院研究四所，我們接受政府單位國家通訊傳播委員會（NCC）委託，正在執行「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，目的為調查我國政府部會、廣電媒體業者、民間團體等推動媒體素養之現況，以提出我國媒體素養之具體政策建議。

以下為針對我國各政府部門於媒體素養之推動現況調查表，調查對象包括教育部、衛福部、文化部、內政部、科技部與通訊傳播委員會等 6 大部會，還煩請您協助將貴單位 108 年間推動與媒體素養²⁰³相關之計畫名稱、計畫內容與經費預算等填入以下表格，謝謝您。

委辦單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院研究四所

聯絡人：曾筱媛 組長

d33545@tier.org.tw/02-25865000*132

1. 請問貴單位於 108 年間是否曾舉辦內部媒體素養相關教育訓練或講座活動？

(01) 有；

²⁰³ 本案所稱之「媒體素養」概念，係參考自聯合國教科文組織、歐盟與國內外學者等所提出之文獻資料，將媒體素養視為一複合式的概念，涵蓋資訊、媒體、廣告、新聞、電視、電影、遊戲、網路、電腦、數位媒體、言論與資訊、圖書館、社會網路、科技等廣義素養概念。

(02) 沒有【請跳答第3題】

2. 承上題，請問貴單位於108年間舉辦之內部媒體素養相關教育訓練或講座活動名稱、內容與經費預算為何？（請將內容填寫至以下表格）

年度	教育訓練或講座活動名稱	活動細項內容說明	經費預算 (單位：千元)	補充說明
範例	推廣廣電近用媒體及識讀教育	公告媒體識讀補助事項，鼓勵廣播電視事業、大專院校及相關民間機構等單位申請補助，經由教育研習等多元推廣方式，讓社會大眾體驗媒體內容的產製過程，累積其媒體識讀知識，除提升其媒體素養，亦可使廣播電視事業、大專院校及相關民間機構等單位發揮正面的傳播功效，與本會維護國民權益、保障消費者利益之整體施政目標一致。	800	
108				
	年度預算總計			

填表備註說明：年度計畫數量若超過本表格格數限制，可自行增設。

3. 請問貴單位於108年間是否曾推動媒體素養之相關活動或計畫？

(01) 有；

(02) 沒有【請跳答第5題】

4. 承上題，請問貴單位推動媒體素養之相關計畫名稱、內容與經費預算為何？（請將內容填寫至以下表格）

年度	計畫名稱	計畫細項內容說明	經費預算 (單位：千元)	此項活動是否有公開上網的成果報告或公開資訊可供參考？如有，請提供網址	補充說明
108					
	年度預算總計				

填表備註說明：年度計畫數量若超過本表格格數限制，可自行增設。

5. 對於我國媒體素養相關推動政策，是否有其他政策建議？（請將內容填寫至以下表格）

其他政策建議：

6. 填表人基本資料

單位名稱：

填表人姓名：

電話：

電子郵件：

～以上提問，感謝您的協助～

附錄八 廣電媒體業者於媒體素養推動計畫調查表

國家通訊傳播委員會

108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案

廣電媒體推動媒體素養之相關計畫調查表

敬啟者，您好

這裡是財團法人台灣經濟研究院研究四所，我們接受政府單位國家通訊傳播委員會（NCC）委託，正在執行「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，目的為調查我國政府部會、廣電媒體業者、民間團體等推動媒體素養之現況，以提出我國媒體素養之具體政策建議。

以下為針對我國廣電媒體於媒體素養之推動現況調查表，還煩請您協助將貴單位於 108 年度間推動與媒體素養²⁰⁴相關之計畫名稱、計畫內容與經費預算等填入以下表格，謝謝您。

委辦單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院研究四所

聯絡人：曾筱媛 組長

d33545@tier.org.tw/02-25865000*132

7. 請問貴單位於 108 年間是否曾舉辦公司內部媒體素養相關教育訓練或講座活動？

(01) 有；

(02) 沒有【請跳答第 3 題】

²⁰⁴ 本案所稱之「媒體素養」概念，係參考自聯合國教科文組織、歐盟與國內外學者等所提出之文獻資料，將媒體素養視為一複合式的概念，涵蓋資訊、媒體、廣告、新聞、電視、電影、遊戲、網路、電腦、數位媒體、言論與資訊、圖書館、社會網路等廣義素養概念。

8. 承上題，請問貴單位於 108 年間舉辦之公司內部媒體素養相關教育訓練或講座活動名稱、內容與經費預算為何？（請將內容填寫至以下表格）

年度	教育訓練或講座活動名稱	活動內容說明	經費預算 (單位：千元)	補充說明
範例	推廣廣電近用媒體及識讀教育	公告媒體識讀補助事項，鼓勵廣播電視事業、大專院校及相關民間機構等單位申請補助，經由教育研習等多元推廣方式，讓社會大眾體驗媒體內容的產製過程，累積其媒體識讀知識，除提升其媒體素養，亦可使廣播電視事業、大專院校及相關民間機構等單位發揮正面的傳播功效，與本會維護國民權益、保障消費者利益之整體施政目標一致。	800	
108				
	年度預算總計			
填表備註說明：年度計畫數量若超過本表格格數限制，可自行增設。				

9. 請問貴單位於 108 年間是否曾對外舉辦媒體素養相關推廣活動或計畫？

(01) 有；

(02) 沒有【請跳答第 5 題】

10. 承上題，請問貴單位對外舉辦媒體素養之計畫名稱、內容與經費預算為何？（請將內容填寫至以下表格）

年度	計畫名稱	計畫內容說明	經費預算 (單位：千元)	此項活動是否有公開上網的成果報告或公開資訊可供參考？如有，請提供網址	補充說明
108					
	年度預算總計				
填表備註說明：年度計畫數量若超過本表格格數限制，可自行增設。					

11. 對於我國媒體素養相關推動政策，是否有其他政策建議？（請將內容填寫至以下表格）

其他政策建議：

12. 填表人基本資料

單位名稱：

填表人姓名：

電話：

電子郵件：

～以上提問，感謝您的協助～

附錄九 公民團體於媒體素養推動計畫調查表

國家通訊傳播委員會

108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案

民間團體推動媒體素養之相關計畫調查表

敬啟者，您好

這裡是財團法人台灣經濟研究院研究四所，我們接受政府單位國家通訊傳播委員會（NCC）委託，正在執行「108 年度推動媒體素養之政策研析委託研究採購案」，目的為調查我國政府部會、廣電媒體業者、民間團體等推動媒體素養之現況，以提出我國媒體素養之具體政策建議。

以下為針對我國民間團體於媒體素養之推動現況調查表，還煩請您協助將貴單位於 108 年度間推動與媒體素養²⁰⁵相關之計畫名稱、計畫內容與經費預算等填入以下表格，謝謝您。

委辦單位：國家通訊傳播委員會

執行單位：財團法人台灣經濟研究院研究四所

聯絡人：曾筱媛 組長

d33545@tier.org.tw/02-25865000*132

1. 請問貴單位於 108 年間是否曾舉辦組織內部媒體素養相關教育訓練或講座活動？

(01) 有；

²⁰⁵ 本案所稱之「媒體素養」概念，係參考自聯合國教科文組織、歐盟與國內外學者等所提出之文獻資料，將媒體素養視為一複合式的概念，涵蓋資訊、媒體、廣告、新聞、電視、電影、遊戲、網路、電腦、數位媒體、言論與資訊、圖書館、社會網路等廣義素養概念。

(02) 沒有【請跳答第3題】

2. 承上題，請問貴單位於108年間舉辦之組織內部媒體素養相關教育訓練或講座活動名稱、內容與經費預算為何？（請將內容填寫至以下表格）

年度	教育訓練或講座活動名稱	活動內容說明	經費預算 (單位：千元)	補充說明
範例	推廣廣電近用媒體及識讀教育	公告媒體識讀補助事項，鼓勵廣播電視事業、大專院校及相關民間機構等單位申請補助，經由教育研習等多元推廣方式，讓社會大眾體驗媒體內容的產製過程，累積其媒體識讀知識，除提升其媒體素養，亦可使廣播電視事業、大專院校及相關民間機構等單位發揮正面的傳播功效，與本會維護國民權益、保障消費者利益之整體施政目標一致。	800	
108				
	年度預算總計			

填表備註說明：年度計畫數量若超過本表格格數限制，可自行增設。

3. 請問貴單位於108年間是否曾對外舉辦媒體素養相關推廣活動或計畫？

(01) 有；

(02) 沒有【請跳答第5題】

4. 承上題，請問貴單位對外舉辦媒體素養之計畫名稱、內容、經費預算與來源為何？（請將內容填寫至以下表格）

年度	計畫名稱	計畫內容說明	經費預算 (單位：千元)	預算來源	此項活動是否有公開上網的成果報告或公開資訊可供參考？如有，請提供網址	補充說明
108						
	年度預算總計					

填表備註說明：年度計畫數量若超過本表格格數限制，可自行增設。

5. 對於我國媒體素養相關推動政策，是否有其他政策建議？（請將內容填寫至以下表格）

其他政策建議：

6. 填表人基本資料

單位名稱：

填表人姓名：

電話：

電子郵件：

～以上提問，感謝您的協助～

參考書目

中文資料

內政部，2018。內政部：修法與時俱進 還給國人獲取正確訊息權利。

[https://www.moi.gov.tw/chi/chi_news/news_detail.aspx?sn=15223&type_code=02&search_k=%E7%A4%BE%E6%9C%83%E7%A7%A9%E5%BA%8F%E7%B6%AD%E8%AD%B7%E6%B3%95&pages=0&src=news\)%EF%BC%8C%E5%8F%AF%E4%BB%A5%E8%88%87%E5%85%B6%E4%BB%96%E9%83%A8%E6%9C%83%E7%9A%84%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A%E6%94%BF%E7%AD%96%E9%80%B2%E8%A1%8C%E9%80%A3%E7%B5%90](https://www.moi.gov.tw/chi/chi_news/news_detail.aspx?sn=15223&type_code=02&search_k=%E7%A4%BE%E6%9C%83%E7%A7%A9%E5%BA%8F%E7%B6%AD%E8%AD%B7%E6%B3%95&pages=0&src=news)%EF%BC%8C%E5%8F%AF%E4%BB%A5%E8%88%87%E5%85%B6%E4%BB%96%E9%83%A8%E6%9C%83%E7%9A%84%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A%E6%94%BF%E7%AD%96%E9%80%B2%E8%A1%8C%E9%80%A3%E7%B5%90)

台灣媒體觀察教育基金會，2017。「落實前瞻人才計畫」，全面推動媒體素養教育」我們的主張與訴求。

<http://www.mediawatch.org.tw/work/5112>

台灣媒體觀察教育基金會，媒體素養發展沿革與概況。

<http://www.mediawatch.org.tw/work/Literacy/development>

朱柔若（譯），2000。社會研究方法：質化與量化取向（原作者：Neuman, W. L.）。臺北：揚智出版社。（原著出版年：1997）

行政院，2019。防制假訊息危害專案報告。

吳美美，2004。資訊素養與媒體素養——數位時代的素養與素養教育。台灣教育期刊，第 629 期，頁 9-14。

吳翠珍，2003。什麼是兒童傳播人權。人本教育札記，163，36-38。

吳翠珍，2003。媒體素養教育教什麼。師友月刊，436，頁 17-20。

吳翠珍，2008。媒體素養與媒體教育的流變與思辨。卓越新聞獎基

金會。

吳翠珍、陳世敏，2007。媒體素養教育。臺北市：巨流圖書公司出版。

吳翠珍、陳世敏等人。2004。媒體素養教育核心概念之建立與實踐。93年教育部委託研究報告。

呂傑華、方亦白，2012。媒體素養教育與課程實踐歷程之再思與展望。課程與教育季刊，15(1)，頁1-34。

李孟灝，無日期。讓下一代說書人，創造自己的時代——時代華納基金會與影視產業。國藝會線上誌。

<https://mag.ncafroc.org.tw/special-single.aspx?id=728>

李珮瑜，2014。〈英國媒體素養教育對臺灣媒體素養教育之啟示〉，《教育傳播與科技研究》，107，頁11-27。

科技部，2018。國際公民教育與素養調查研究(ICCS 2016) 成果發表。

https://www.most.gov.tw/folksonomy/detail?subSite=main&article_uid=71e894e9-a886-4602-854e-2a949ad11478&menu_id=9aa56881-8df0-4eb6-a5a7-32a2f72826ff&l=CH

孫青，2010。2010年BBC媒體識讀研究報告摘要。

<http://web.pts.org.tw/~rnd/p2/2010/09/BBC%20Media%20Literacy.pdf>

國家教育研究院雙語詞彙、學術名詞暨辭書資訊網，2012。素養(Literacy)(圖書館學與資訊科學大辭典)。

<http://terms.naer.edu.tw/detail/1678771/>

國家通訊傳播委員會，2018。107年通訊傳播市場報告，頁135。財團法人台灣經濟研究院執行。臺北市：國家通訊傳播委員會。

國家通訊傳播委員會，2019。108 年度媒體識讀教育研習活動補助申請公告。

https://www.ncc.gov.tw/chinese//news_detail.aspx?site_content_sn=566&sn_f=41002&preview=1

國家通訊傳播委員會，2019。本會推動媒體素養之整體策略與作法。

https://www.ncc.gov.tw/chinese/news_detail.aspx?site_content_sn=5140&sn_f=41533

張佳琳，2013。美國國家課程時代的來臨：各州共同核心標準之探究。教育研究與發展期刊，第九卷第二期，頁 1-32。

教育部，2002。媒體素養教育政策白皮書。

http://homepage.ntu.edu.tw/~floratien/gen_whitepaper.files/mediaequipment.pdf

教育部，2014。十二年國民基本教育課程綱要總綱。

https://www.naer.edu.tw/ezfiles/0/1000/attach/87/pta_18543_581357_62438.pdf

教育部，2019。學習 N 次方 跨域豐世代 108 年度教育基金會終身學習圈啟動記者會新聞稿。

https://www.edu.tw/News_Content.aspx?n=9E7AC85F1954DDA8&sms=169B8E91BB75571F&s=FD3F3411073814CB

陳百齡、鄭宇君與陳恭，2016。社群媒體資料分析：特性和歷程的初探。傳播文化，第 15 期，頁 48-90。

陳炳宏，2019。108 課綱「科技資訊與媒體素養」係瞎米？公視《開鏡》季刊。

https://medium.com/@PTS_quarterly/108%E8%AA%B2%E7%B6%B1-

%E7%A7%91%E6%8A%80%E8%B3%87%E8%A8%8A%E8%88
%87%E5%AA%92%E9%AB%94%E7%B4%A0%E9%A4%8A-
%E4%BF%82%E7%9E%8E%E7%B1%B3-e4af90a374e0

陳熙文，2019。老年化嚴重！全國過半縣市老年人口超 15%。

<https://udn.com/news/story/6656/4036530>

陳熙文，2019。對付假消息 行政院四策略下手。

<https://udn.com/news/story/6656/4024383>

彭慧明，2019。中嘉 贊助五所高中媒體識讀課程。

<https://udn.com/news/story/7241/4087645>

植根法律網，教育部媒體素養教育委員會設置要點。

<http://www.rootlaw.com.tw/LawArticle.aspx?LawID=A040080011005600-0930602>

黃金益、鍾璣萱，2018。出席韓國 KCSC 2018 年國際論壇（2018 International Conference）報告書。國家通訊傳播委員會出國報告。

楊洲松，2014。解放與賦權－媒體素養教育的理念與實踐。台灣教育期刊，第 629 期，頁 2-8。

管中祥、洪貞玲等人，2006。社區媒體素養推廣工作之評估與研究：以社區大學為例研究報告。95 年教育部委託研究報告。財團法人台灣媒體觀察教育基金會執行。

劉威良，2019。守護媒體獨立是公民應盡的義務，德國「全民付費」製播公共節目。<https://www.thenewslens.com/article/120204>

劉湘瑤、張俊彥。2018。論自然科學課程綱要中的「素養」內涵。科學教育月刊，第 413 期，頁 2-9。

劉慧雯，2015。從媒體素養到新素養：試論教學策略與認識論的轉變。中華傳播學刊，第 27 期，頁 67-98

문화체육관광부, 2012. 전국미디어센터협의회. https://www.mcst.go.kr/kor/s_data/corpNaru/corpView.jsp?pSeq=1002

謝靜珍, 2018. 〈資訊素養與智慧城市建設〉。《行政》, 第 119 期, 第 31 卷, 頁 55-66。

外文資料

韓文資料

Brunch, 2019. 뉴스 만들며 ‘미디어 리터러시’ 저절로
쑥쑥. <https://brunch.co.kr/@kpf10/660>

FBC, n.d.. 기획사업 방송문화진흥회는 방송문화 발전을 위한
다양한 기획사업을 추진하고 있습니다.。
<http://www.fbc.or.kr/business/planbusiness>

KCC, 2018. 한국 미디어교육 정책 사업 실태분석 및정책체계
개편방안 연구。

교육부, 2019. 학교 미디어 교육 내실화 방안. <https://hs-jeong.net/2019/08/01/%ED%95%99%EA%B5%90-%EB%AF%B8%EB%94%94%EC%96%B4-%EA%B5%90%EC%9C%A1-%EB%82%B4%EC%8B%A4%ED%99%94-%EB%B0%A9%EC%95%88%EA%B5%90%EC%9C%A1%EB%B6%80-2019-7-29/>

노자운, 2017. 구글, 중학교 자유학기제 위한 '디지털
미디어캠퍼스' 프로그램
지원. 조선비즈. http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2017/02/07/2017020700808.html

미리하자, 2017. “미국의 미디어 리터러시 교육 체계와 교육
현장을 통해 본 국내 미디어 리터러시 교육의 발전

방향 ◦ https://www.ewha.ac.kr/mbs/ewhaker/download/pdf/2017_2_1.pdf

의안정보시스템 , 2019 ◦ 미디어교육 활성화에 관한

법률안 ◦ http://likms.assembly.go.kr/bill/billDetail.do?billId=PRC_N1I8I0C5T1Z7Y1S4V5F4U2W8S9M3T7

德文資料

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017.

Gesetz zur Verbesserung der Rechtsdurchsetzung in sozialen Netzwerken. <https://www.gesetze-im-internet.de/netzdg/index.html#BJNR335210017BJNE000100000>

Bundesministerium für Bildung und Forschung, n.d.. DORIAN.

<https://www.forschung-it-sicherheit-kommunikationssysteme.de/projekte/dorian>

Bundesministerium für Bildung und Forschung, n.d.. PropStop.

<https://www.forschung-it-sicherheit-kommunikationssysteme.de/projekte/propstop>

De Bundesregierung, 2019. Geförderte Projekte.

<https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/medien/medienkompetenz/netz-fuer-kinder>

De Bundesregierung, 2019. Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung 2018.

<https://www.bundesregierung.de/resource/blob/975226/1567556/2ccf0dfef063d7b16e8c24fa94f39d70/2019-01-09-medienbericht-breg-2018-politischer-teil-data.pdf?download=1>

De Bundesregierung, 2019. Medienkompetenz.

<https://www.bundesregierung.de/breg->

de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-
medien/medien/medienkompetenz

De Bundesregierung, 2019. Vision Kino – Das Netzwerk für Film- und Medienkompetenz. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/medien/medienkompetenz/vision-kino>

De Bundesregierung, n.d.. Medien- und Kommunikationsbericht der Bundesregierung. <https://www.bundesregierung.de/breg-de/themen/medien-und-kommunikationsbericht-der-bundesregierung-823088>

Die ARD, n.d. Vermittlung von Medienkompetenz durch die ARD. http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/Vermittlung_von_Medienkompetenz_durch_die_ARD/4023440/index.html

Die ARD, n.d.. Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten der Bundesrepublik Deutschland. <http://www.ard.de/home/die-ard/fakten/ARD/534062/index.html>

Die Medienanstalten, 2019. die medienanstalten. Retrieved from <https://www.die-medienanstalten.de/en/about-the-media-authorities/>

GMK, n.d.. Kreativ und kritisch mit Medien leben – Medienkompetenz fördern. <https://www.gmk-net.de/ueber-die-gmk/>

Ingo Rentz, 2017. ZDF startet Faktencheck-Projekt zur Bundestagswahl. <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/ZDFcheck17-ZDF-startet-Faktencheck-Projekt-zur-Bundestagswahl-146032>

Klicksafe.de, n.d.. Wer ist klicksafe? <https://www.klicksafe.de/ueber-klicksafe/die-initiative/projektinfo/wer-ist-klicksafe/>

Kultusministerkonferenz, n.d.. Aufgaben der Kultusministerkonferenz. <https://www.kmk.org/kmk/aufgaben.html>

英文資料

ABC Life Literacy Canada, 2019. Take 20 to Learn Together for Family Literacy Day!

https://abclifeLiteracy.ca/sites/default/files/family_Literacy_day/FLD19%20matte%20-%20Take%2020_278words.pdf

ABC Life Literacy Canada, 2019. Welcome to HSBC Family Literacy First! <https://familyLiteracyfirst.ca/>

ABC Life Literacy Canada, n.d. ABC Life Literacy Canada About Us. <https://abclifeLiteracy.ca/about>

ABC Life Literacy Canada, n.d. abc-running programs across Canada. <https://story.mapme.com/abc-programs>

ABC Life Literacy Canada, n.d. Family Literacy. <https://abclifeLiteracy.ca/family-Literacy>

ABC, 2019. ABC Response to the ACCC Digital Platforms Inquiry Preliminary Report. <https://www.accc.gov.au/system/files/ABC%20%28March%202019%29.pdf>

ACMA, 2009. Digital Media Literacy in Australia—Key indicators and research sources. <https://www.acma.gov.au/theACMA/digital-media-Literacy-in-australia-key-indicators-and-research-sources>

Aktuella samarbeten inom EU, 2011. The EU Media Literacy Expert Group 2006-2010. Nordicom-Information, 33, pp. 57-58.

https://www.nordicom.gu.se/sites/default/files/kapitel-pdf/334_ASEU%20media%20Literacy%20expert%20group.pdf

American Library Association, 2018. Media Literacy @ Your Library. Learning and Prototyping Report.

<http://www.ala.org/tools/sites/ala.org.tools/files/content/Media%20L>

iteracy%20%40%20your%20library%20-
%20Final%20Report%20Dec%202018.pdf

Arke, E. T., 2013. Media Literacy: History, Progress, and Future Hopes.
In Dill, K. E. (Ed.), The Oxford Handbook of Media
Psychology.(P.98-108). New York: Oxford.

Association for Media Literacy, 2006. Media Education in Canada.
<http://www.aml.ca/media-education-in-canada/>

Audiovisual and Media Services Policy, 2019. Media Literacy.
[https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/media-Literacy-
background-documents](https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/media-Literacy-background-documents)

Auswärtiges Amt, 2018. #EuropeUnited against disinformation.
[https://www.auswaertiges-
amt.de/en/aussenpolitik/themen/europeunited-against-
disinformation/2172116](https://www.auswaertiges-
amt.de/en/aussenpolitik/themen/europeunited-against-
disinformation/2172116)

Auswärtiges Amt, 2018. Fake news, bots and provocative statements –
disinformation on the internet. [https://www.auswaertiges-
amt.de/en/aussenpolitik/themen/disinformation-on-the-
internet/2125634](https://www.auswaertiges-
amt.de/en/aussenpolitik/themen/disinformation-on-the-
internet/2125634)

BBC, 2013. BBC MEDIA LITERACY STRATEGY MAY 2013.
[http://www.bbc.co.uk/learning/overview/about/assets/bbc_media_Lit
eracy_strategy_may2013.pdf](http://www.bbc.co.uk/learning/overview/about/assets/bbc_media_Lit
eracy_strategy_may2013.pdf)

BBC, 2018. launches huge new international anti-disinformation
initiative.
[https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/beyond-fake-
news](https://www.bbc.co.uk/mediacentre/latestnews/2018/beyond-fake-
news)

BBC, 2019. What is BBC Young Reporter?
[https://www.bbc.com/news/education-
41001549?intlink_from_url=https://www.bbc.com/news/education-](https://www.bbc.com/news/education-
41001549?intlink_from_url=https://www.bbc.com/news/education-)

46131593&link_location=live-reporting-story

BBC, n.d.. BBC Young Reporter.

<https://www.bbc.co.uk/academy/en/collections/youngreporter#>

Brussels, 2019. A Europe that protects: EU reports on progress in fighting disinformation ahead of European Council.

https://europa.eu/rapid/press-release_IP-19-2914_en.htm

Bulger, M., & Davison, P. 2018. The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy. Data & Society Research Institute.

<https://datasociety.net/output/the-promises-challenges-and-futures-of-media-Literacy/>.

Cabinet Office, 2019. Conflict, Stability and Security Fund.

<https://www.gov.uk/government/organisations/conflict-stability-and-security-fund>

Cabinet Office, 2019. Privacy Notice – analysis of social media data to tackle disinformation.

<https://www.gov.uk/government/publications/privacy-notice-analysis-of-social-media-data-to-tackle-disinformation/privacy-notice-analysis-of-social-media-data-to-tackle-disinformation>

CAMEO, 1995. PRESENTATION TO CRTC CONSULTATIONS ON TELEVISION VIOLENCE .

<http://jcp.proscenia.net/CAMEO/CRTC/ONT.html>

Canadian Centre for Cyber Security, 2019. 2019 Update on Cyber Threats to Canada's Democratic Process. <https://cyber.gc.ca/en/news/2019-update-cyber-threats-canadas-democratic-process>

Chen, G.M., 2007. Media (Literacy) Education in the United States University of Rhode Island, DigitalCommons@URI.

https://digitalcommons.uri.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://www.google.com/&httpsredir=1&article=1007&context=com_facpub

s Accessed 04/06/2019

- Chia, L., 2018. National framework to build information and Media Literacy to be launched in 2019: S Iswaran. Channel News Asia. <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/framework-build-information-media-Literacy-launched-2019-iswaran-10890438>
- Choe, S.H., 2016. South Korea Government Accused of Using Defamation Laws to Silence Critics. New York Times. <https://www.nytimes.com/2016/03/06/world/asia/defamation-laws-south-korea-critics-press-freedom.html?module=inline>
- Choe, S.H., 2018. South Korea Declares War on 'Fake News,' Worrying Government Critics. New York Times. <https://www.nytimes.com/2018/10/02/world/asia/south-korea-fake-news.html>
- Ciurel, D. (2016). Media Literacy: Concepts, Approaches and Competencies. Professional Communication & Translation Studies,9,p.13-20.
- CML, n.d. Alliance for a Media Literate America: Founding Declaration. <http://www.medialit.org/reading-room/alliance-media-literate-america-founding-declaration>
- CML, n.d. Media Literacy: A Definition and More. <https://www.medialit.org/media-Literacy-definition-and-more>
- CML, n.d. NCTE Commission Recommends Media Education. <http://www.medialit.org/reading-room/ncte-commission-recommends-media-education>
- CML, n.d. The U.S. Department of Education. <https://www.medialit.org/us-department-education>
- Commission of the European Communities, 2006. Study on Current Trends and Approaches to Media Literacy in Europe.

http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/sites/default/files/field/adjuntos/study_media_Literacy_in_europe_0.pdf

Commission of the European Communities, 2007. A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

Commission of the European Communities, 2019. Media Literacy. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-Literacy>

Common Core State Standards Initiative, n.d. Development Process. www.corestandards.org/about-the-standards/development-process/

CRTC, 2008. Violence on TV. https://crtc.gc.ca/eng/info_sht/b317.htm

DCMS & Home Office, 2019. Online Harms White Paper. https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/793360/Online_Harms_White_Paper.pdf

DCMS, 2016. Single departmental plan: 2015 to 2020. <https://www.gov.uk/government/publications/dcms-single-departmental-plan-2015-to-2020/single-departmental-plan-2015-to-2020#supporting-our-media>

DCMS, 2019. Digital Charter. <https://www.gov.uk/government/publications/digital-charter/digital-charter>

Department for Education & Nadhim Zahawi MP, 2019. Boost for national mission to improve early Literacy and language. <https://www.gov.uk/government/news/boost-for-national-mission-to-improve-early-Literacy-and-language>

Department for Education ,2019. Department for education single departmental plan. <https://www.gov.uk/government/organisations/department-for->

education/about

Department for education, 2019. Essential Digital Skills Framework.

<https://www.gov.uk/government/publications/essential-digital-skills-framework/essential-digital-skills-framework>

Department of Education, 2008. Connect!ons/ Med!alit Moments.

Consortium for Media Literacy, Vol. 2.

<https://www.medialit.org/sites/default/files/connections/us%20department%20of%20education.pdf>

DG CONNECT, 2016. Media Literacy Expert Group meetings - 2011 –

2014. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/media-literacy-expert-group-meetings-2011-2014>

DG CONNECT, 2019. European Media Literacy Week.

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-media-literacy-week>

DigitalLiteracy.gov, n.d. National Forum on Information Literacy (NFIL).

<https://digitalLiteracy.gov/resource/national-forum-information-literacy-nfil>

Eacea National Policies Platform, 2019. Media Literacy and safe use of

new media. <https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/en/content/youthwiki/68-media-literacy-and-safe-use-new-media-united-kingdom-england#122>

EAVI, n.d. “Investing in Media Literacy is investing in people.”

<https://eavi.eu/about-us/>

EBS, n.d.. Channels.

<http://global.ebs.co.kr/global/channels/satelliteIpTv#none>

ED, 2003. Media -- Helping Your Child Through Early Adolescence.

<https://www2.ed.gov/parents/academic/help/adolescence/partx.html>

Education Technology, 2019. DfE launches advisory panel for Digital

Literacy. <https://edtechnology.co.uk/Article/dfe-launches-advisory-panel-for-digital-Literacy/>

ELINET, 2016. ELINET Position Paper on Digital Literacy.

http://www.elinet.eu/fileadmin/ELINET/Redaktion/Amsterdam_conference/ELINET_Digital_Literacy_Position_Paper.pdf

ELINET, 2016. Literacy in Germany. Country Report Adult.

http://www.elinet.eu/fileadmin/ELINET/Redaktion/user_upload/Germany_Short_Report_0116.pdf

Euro Media Literacy, n.d. The European Charter for Media Literacy.

<https://euromediaLiteracy.eu/about.php>

European Audiovisual Observatory, 2016. Mapping of Media Literacy practices and actions in EU-28. <https://rm.coe.int/media-Literacy-mapping-report-en-final-pdf/1680783500>

European Commission, 2007. A European Approach to Media Literacy in the Digital Environment. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52007DC0833>

European Commission, 2009. Commission recommendation of 20 August 2009 on Media Literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge society(2009/625/EC). https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:32009H0625#ntr10-L_2009227EN.01000901-E0010

European Commission, 2018. A multi-Dimensional approach to disinformation : Report of the High-Level Expert Group on Fake News and Disinformation. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and->

online-disinformation

European Commission, 2018. Tackling online disinformation: a European Approach. [https://eur-lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236)

[content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236)

European Commission, 2019. Commission launches call to create the European Digital Media Observatory. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-launches-call-create-european-digital-media-observatory>

European Commission, 2019. European Media Literacy Events.

<https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-Literacy-events/events>

European Parliament & The Council Of The European Union, 2018.

Directive (eu) 2018/1808 of the european parliament and of the council of 14 November 2018 amending Directive 2010/13/EU on the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services (Audiovisual Media Services Directive) in view of changing market realities. [https://eur-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN#d1e1907-69-1)

[lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN#d1e1907-69-1)

[content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN#d1e1907-69-1](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L1808&from=EN#d1e1907-69-1)

European Parliament, 2006. Recommendation of the european parliament and of the council of 20 December 2006 on the protection of minors and human dignity and on the right of reply in relation to the competitiveness of the European audiovisual and on-line information services industry (2006/952/EC). [https://eur-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN)

[lex.europa.eu/legal-](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN)

[content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN)

[content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32006H0952&from=EN)

- FCC, 2016. FCC Modernizes Lifeline Program for Low-Income Consumers. <https://www.fcc.gov/document/fcc-modernizes-lifeline-program-low-income-consumers>
- FCC, 2016. Strategies and Recommendations for Promoting Digital Inclusion. <https://www.fcc.gov/document/strategies-and-recommendations-promoting-digital-inclusion>
- FCC, n.d. Lifeline Program for Low-Income Consumers. <https://www.fcc.gov/general/lifeline-program-low-income-consumers>
- Fedorov, A. 2014. Media Education Literacy in the World: Trend. European Researcher Vol.(67), P176-187. https://www.mediagram.ru/netcat_files/99/123/h_e4ff97263d034095bf4bbbc8de2bf25f
- Freedom House, 2018. Freedom on the Net 2018- South Korea. <https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2018/south-korea>
- From Inclusion to Transformation. <https://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/digitalLiteracypaper.pdf>
- Full Fact, n.d. About : Full Fact is the UK's independent factchecking charity. <https://fullfact.org/about/>
- Fuller, J., 2019. Bringing digital and Media Literacy education to more schools in Korea. Google.org. <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-org/digital-and-media-Literacy-education-korea/>
- Funk, D. & Flamini, D., 2019. A guide to anti-misinformation actions around the world. <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/>
- Government of Canada, 2018. Democracy under threat : risks and solutions in the era of disinformation and data monopoly.

- <http://publications.gc.ca/site/eng/9.865892/publication.html>
- Government of Canada, 2019. Security and Intelligence Threats to Elections (SITE) Task Force. <https://www.canada.ca/en/democratic-institutions/services/protecting-democracy/security-task-force.html>
- Govinfo, n.d. National Information Literacy Awareness Month, October 2016. <https://www.govinfo.gov/features/information-Literacy-awareness-month>
- H.S. Jeong et al, 2009. History, Policy, and Practices of Media Education in South Korea. <http://eprints.rclis.org/17958/>
- House of Commons, 2018. Disinformation and 'Fake News' Interim Report. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/363/363.pdf>
- House of Commons, 2019. Disinformation and 'Fake News': Final Report. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcumeds/1791/1791.pdf>
- IMDA, n.d.. Our Singapore Fund for Digital Readiness. <https://www2.imda.gov.sg/programme-listing/our-singapore-fund-for-digital-readiness>
- Ingo Rentz, 2017. ZDF startet Faktencheck-Projekt zur Bundestagswahl. <https://www.horizont.net/medien/nachrichten/ZDFcheck17-ZDF-startet-Faktencheck-Projekt-zur-Bundestagswahl-146032>
- ISED, 2019. Canada's Digital Charter: A Visual Summary. [https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/vwapj/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf/\\$file/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/vwapj/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf/$file/1020_04_19-Website_Placemat_v09.pdf)
- ISED, 2019. Canada's Digital Charter: Trust in a digital world.

- https://www.ic.gc.ca/eic/site/062.nsf/eng/h_00108.html
- JEF, n.d.. Media Mashup. <https://professionals.jeugdfilm.be/nl/meer-dan-film/workshop/media-mashup>
- Jeong, H.S., 2009. History, policy and practices of media education in South Korea. *Comunicar*, 16(32), 85-95.
- Jeong, Hyeon-Seon, 2012. History, policy and practices of media education in South Korea. *Revista Comunicar*, 2009, vol. XVI, n. 32, pp. 85-95.
- Kammerl, R. & Hasebrink, U., 2014. Media and Information Literacy Policies in Germany
- Kammerl, R. & Hasebrink, U., 2014. Media and Information Literacy Policies in Germany (2013). http://ppemi.enscachan.fr/data/media/colloque140528/rapports/GERMANY_2014.pdf
- KQED, 2019. Media Literacy education certification. <https://education.kqed.org/certification/>
- Kubey, R., and Baker, F., 1999. Has Media Literacy Found a Curricular Foothold? <http://www.medialit.med.sc.edu/edweek.htm> Accessed 04/06/2019
- Kwang, K., 2019. Singapore proposes multi-pronged law to combat online falsehoods. Channel News Asia. <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/singapore-proposes-multi-pronged-law-to-combat-online-falsehoods-11400614>
- Lawrence B. Fuller, 1996. Media Education: Where Have We Been? Where Are We Going? *English Education*, 28(1), P.58-66.
- Lee, T., 2005. Internet control and auto0regulation in Singapore. *Surveillance and society*, 3(1), 74-95.
- Lianne Chia, 2018. National framework to build information and Media

- Literacy to be launched in 2019: S Iswaran. Retrieved from <https://www.channelnewsasia.com/news/singapore/framework-build-information-media-Literacy-launched-2019-iswaran-10890438>
- Martin, Elaine R., 2014. "What is Data Literacy?." *Journal of eScience Librarianship*3(1): Article 6. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.7191/jeslib.2014.1069>
- MCI, 2019. Factsheet : Our Singapore Fund for Digital Readiness.
- Media Smarts, n.d. Media Smarts What We Do. Retrieved from <http://mediasmarts.ca/about-us/what-we-do>
- Mehdi, Khosrow-Pour, 2017. Digital Literacy for the 21st Century. In book: *Encyclopedia of Information Science and Technology* Publisher: IGI-Global Editors: M. Khosrow-Pour
- MLP, 2019. GIVE FACTS A FIGHTING CHANCE A global playbook for teaching news Literacy. Retrieved from <http://newslit.org/wp-content/uploads/2019/02/NewsLiteracyPlaybook-1.pdf>
- MNet, 2011. Young Canadians in a Wired World — The Students' View. Retrieved from [https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/vwapj/06455-eng.pdf/\\$FILE/06455-eng.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/smt-gst.nsf/vwapj/06455-eng.pdf/$FILE/06455-eng.pdf)
- NAMLE, 2019. SNAPSHOT 2019: The State of Media Literacy Education in the U.S. Retrieved from https://namle.net/wp-content/uploads/2019/06/SOML_FINAL.pdf
- Nesta, 2019. Announcing the Future News Pilot Fund. Retrieved from <https://www.nesta.org.uk/blog/announcing-future-news-pilot-fund/>
- Newspapers Canada, 2011. JUST THINK TEACHING CRITICAL THINKING WITH NEWSPAPERS. Retrieved from https://nmc-mic.ca/sites/default/files/Just%20Think%20-%20Critical%20Thinking%20with%20Newspapers_0.pdf
- NFB BLOG, 2017. Media Literacy: The Critical Path to a Connected

- World. Retrieved from <https://blog.nfb.ca/blog/2017/11/01/media-literacy-critical-path-connected-world/>
- NFB BLOG, 2017. The NFB is seeking applications for its NFB Educator Network! Retrieved from <https://blog.nfb.ca/blog/2017/12/19/the-nfb-is-seeking-applications-for-its-nfb-educator-network/>
- NLP, 2018. Strategic Framework. Retrieved from <https://www.paperturn-view.com/us/news-Literacy-project/final-strategic-framework-fy20-web?pid=NTk59804&v=4>
- NLP, 2019. GIVE FACTS A FIGHTING CHANCE A global playbook for teaching news Literacy. <http://newslit.org/wp-content/uploads/2019/02/NewsLiteracyPlaybook-1.pdf>
- NMC, n.d. Media Literacy and News in Education. Retrieved from <https://nmc-mic.ca/programs/newspapers-in-education/#Curriculum>
- NMC, n.d. News Media Canada, About us. Retrieved from <https://nmc-mic.ca/about-us/>
- OCTAE , 2017. Reimagining the Role of Technology in Education: 2017 National Education Technology Plan Update. Retrieved from <https://tech.ed.gov/files/2017/01/NETP17.pdf>
- Ofcom, 2004. Ofcom's Strategy & Priorities for the Promotion of Media Literacy: A Statement. Retrieved from https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0021/72255/strat_prior_statement.pdf
- Ofcom, 2018. Media Literacy bulletin Oct 2018 . Retrieved from https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0028/124759/Oct-2018-media-Literacy-bulletin.pdf
- Ofcom, 2019. Making Sense of Media Advisory Panel. Retrieved from <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-Literacy-research/panel>

- Ofcom, 2019. Media Literacy bulletin July 2019. Retrieved from https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/157307/Media-Literacy-bulletin-July-2019.pdf
- Ovum, 2019. Emerging markets abound, but the US is still the global growth driver. <https://www.ovumkc.com/Products/Consumer-and-Entertainment-Services/Media-and-Entertainment/Emerging-markets-abound-but-the-US-is-still-the-global-growth-driver/Straight-Talk-Media-Entertainment>.
- Ovum, 2019. Germany (Country Regulation Overview). <https://www.ovumkc.com/Products/Service-Provider-Markets/Regulation/Germany-Country-Regulation-Overview7/Summary>
- Ovum, 2019. Singapore (Country Regulation Overview). <https://www.ovumkc.com/Products/Service-Provider-Markets/Regulation/Singapore-Country-Regulation-Overview7/Summary>
- Paulette, A. K., 2010. Conceptions and practice of Information Literacy in academic libraries. A Dissertation submitted to the Graduate School - New Brunswick Rutgers, The State University of New Jersey in partial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy Graduate Program in Communication, Information and Library Studies
- President Barack Obama , October 1, 2009. Presidential Proclamation 8429. <https://obamawhitehouse.archives.gov/the-press-office/presidential-proclamation-national-information-Literacy-awareness-month>
- President Barack Obama , October 1, 2009. Presidential Proclamation 8429. Retrieved from <https://obamawhitehouse.archives.gov/the->

press-office/presidential-proclamation-national-information-
Literacy-awareness-month

Promethean , 2019. How will the DfE's new advisory panel affect digital learning? Retrieved from

<https://resourced.prometheanworld.com/dfc-new-advisory-panel-digital-learning/>

Quattrociocchi, Walter and Scala, Antonio and Sunstein, Cass R., Echo Chambers on Facebook (June 13, 2016). Retrieved from SSRN:

<https://ssrn.com/abstract=2795110> or
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2795110>

Reuters, 2019. Facebook tightens rules for U.S. political advertisers ahead of 2020 election.

Robyn Penman & Sue Turnbull, 2007. Media Literacy—Concepts, Research and Regulatory Issues. ACMA.

S.1029 - 21st Century Skills Incentive Fund Act. Retrieved from
<https://www.congress.gov/bill/111th-congress/senate-bill/1029>

S.1354 - Healthy Media for Youth Act. Retrieved from
<https://www.congress.gov/bill/112th-congress/senate-bill/1354/text>

Seven West Media, n.d. About Us. Retrieved from
<http://www.sevenwestmedia.com.au/about-us/>

Shearer, L. & Gottfried, J. 2017. News Use Across Social Media Platforms 2017. Pew Research Center.
<https://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/>

Singapore Statutes Online, 2019. Protection from Online Falsehoods and Manipulation Bill. Retrieved from <https://sso.agc.gov.sg/Bills-Supp/10-2019/Published/20190401?DocDate=20190401>

SPJ, 2018. Journalism Education #Press4Education. Retrieved from

<https://www.spj.org/press4education.asp>

SPJ, 2018. THE SOCIETY OF PROFESSIONAL JOURNALISTS BOARD OF DIRECTORS MEETING. Retrieved from <https://www.spj.org/pdf/boardmeeting-archive/spj-board-meeting-materials-2018-09-27.pdf>

State Library of Iowa, n.d. Governor proclaims October Information Literacy Awareness Month. Retrieved from <https://www.statelibraryofiowa.org/archive/2013/09/governor-proclaims-october-information-Literacy-awareness-month>

Student Reporting Labs, 2019. About Student Reporting Labs. Retrieved from <https://studentreportinglabs.org/about/>

T MEDIA AWARENESS ETWORK, 2010. Digital Literacy in Canada: The American Library Association's Presidential Committee on Information Literacy, 1989. Presidential Committee on Information Literacy: Final Report. Retrieved from Association of College & Research Libraries' website:

<http://www.ala.org/acrl/publications/whitepapers/presidential>

The faith project, n.d.. The faith project. Retrieved from <http://thefaithproject.nfb.ca/>

UNESCO, 2013. Media and Information Literacy Policy and Strategy Guidelines. Retrieved from <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-Literacy-policy-and-strategy-guidelines/>

Vaswani, K., 2019. Concern over Singapore's anti-Fake News law. BBC News. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/business-47782470>

- Wallis, R. & Buckingham, D., 2019. Media Literacy: the UK's undead cultural policy. Retrieved from <https://www.semanticscholar.org/paper/Media-Literacy%3A-the-UK%E2%80%99s-undead-cultural-policy-Wallis-Buckingham/ab1e80c16ee590719bdd05bfad92e58c2560c658>
- Wallis, R., and Buckingham, D., 2016. Media Literacy: the UK's Undead Cultural Policy . International Journal of Cultural Policy Retrieved from [Internet] <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10286632.2016.1229314> Accessed 04/06/2019
- Ward-Barnes, A.K., 2010. Media Literacy in the United States: A Close Look at Texas Communication Theses, Department of Communication, Georgia State University Retrieved from [Internet] https://scholarworks.gsu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1057&context=communication_theses Accessed 04/06/2019
- Webwise Ireland, 2019. HTML Heroes What is the Internet? Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=5q9OQNujeAs>
- WEF, 2016. Global Information Technology Report 2016.
- Weiner, S. A. & Jackman, L.W., 2015. Final report on the National Forum on Information Literacy
- Weninger, C., 2017. Media Literacy education in Singapore: Connecting theory, policy and practice. In Multidisciplinary approaches to Media Literacy. Communication University of China.
- Wong, L., 2019. Parliament: New funding for community projects that boost public digital readiness. Straits Times. <https://www.straitstimes.com/politics/parliament-new-funding-for-community-projects-that-boost-public-digital-readiness>