

112年度廣電媒體素養公民培力推廣活動計畫

# 數位公民的媒體素養與資訊傳播

李明穎 / 靜宜大學大眾傳播學系教授  
媒體素養教學研究中心主任

- 日常生活中，你經常使用那些媒體？



- 你知道這個社群媒體平台是？



- 108學年實施「十二年國民基本教育課程綱要」
- 總綱訂定「科技資訊與媒體素養」為核心能力
  
- 素養：科技+資訊+媒體？
- 素養：科技資訊+媒體？



# 媒體與閱聽眾之間的互動，塑造社會對議題的看法





- 你認為眼見就為憑嗎？
- 媒體訊息會反映真實世界嗎？



# 媒體訊息的本質

- 媒體從來不是客觀中立
- 媒體是社會成員主動創作
- 經過篩選、包裝、選擇與組合
  - 組織
  - 科技
- 媒體是「再現」真實

# 創用者的媒體素養

- 使用者生產內容 (User-Generated Content, UGC)
- 創用者 (prosumer) 或稱「生產性消費者」





- 網路迷因是「假訊息」？
- TVBS為何要提告網友？



# 新興資訊科技的議題

- 1. 使用行為
  - 網路成癮、電玩沉溺、手機沉溺
- 2. 資訊內容
  - 假新聞/訊息、Deep fake、網路寫手、內容農場、ChatGPT、訊息查證
- 3. 衍生問題
  - 網路霸凌、網路交友、網紅、網路隱私、網路購物演算法(過濾泡泡、同溫層)、認知作戰

# AIGC (AI Generated Content)

- ChatGPT
- Midjourney



- 2002年，教育部《媒體素養教育政策白皮書》
- 2023年，教育部《數位時代媒體素養教育政策白皮書》





圖 3：媒體素養教育能力架構

- 近用：在多種來源中瀏覽、搜尋、過濾、管理資訊
- 分析：評估資訊真實性、品質、觀點、潛在影響
- 創造：產製媒體內容來表達自我、與人交流
- 反思：在傳播行動中落實倫理原則、社會責任
- 行動：透過媒體參與社會活動、實踐民主政治



面對媒體

切入角度

怎麼看媒體

媒體文本與再現

怎麼思考媒體

媒體產製

怎麼使用媒體

公民實踐媒體近用

# 怎麼看媒體？

- 1. 瞭解媒體訊息內容：
  - 媒體語言、媒體敘事產製
  - 媒體製作技巧與技術



## 2. 思辨媒體再現

- 媒體內容呈現的價值觀與意識型態
- 年齡、性別、種族、職業、階級…
- 刻板印象



- 家樂福的中元節廣告，有什麼問題？
- 你認為模仿「阮月嬌」表演，是否有歧視意味？
- 「模仿」表演要怎麼做，才能避免加深刻板印象？



- 3. 分析媒體組織
  - 媒體內容的產製過程
  - 媒體商業化
  - 媒體的所有權





- 媒體組織的產製過程：
- 電視新聞台記者每天要交出幾則新聞？
- Nownews 新聞記者每天要交出幾則新聞？



- 媒體商業化：
- 收聽率/閱報率/收視率
- 點擊率/觸及率
- 廣告的社會/文化意涵



- 置入性行銷/業配
- 電視劇置入，但新聞可以嗎？



- 媒體組織的所有權
- 公共媒體 vs. 商業媒體
- 反媒體壟斷 → 紅媒侵台



## 5. 影響和近用媒體

- 被動消費者 → 主動閱聽人
- 創用者實踐近用媒體的公民權
- 假訊息/假新聞的隱憂與危險





- 觀察可能查詢的人、事、時、地、物
- 可疑的地方在哪裡？如：沒聽過的單位
- 訊息的內容可能不合理？如：違反常識、常情
- 訊息中的專家是誰？他是權威？有說過這些？
- 圖片上、影片上有沒有什麼細節？

- 查證多樣化的消息來源
- 接受異見，接受多元開放的觀點
- 開啟公共對話的可能



感謝聆聽 歡迎指教

