



別小看我

九年一貫互動教學手冊



九年一貫互動教學手冊

序

媒體教育第一線，公視竭誠為您服務

有人戲稱，媒體是地下教育部長，也是生活的導師。依現今兒童、青少年與媒體接觸的頻繁率而言，前述說法自有所本。許多先進國家，早已將『媒體教育』納入國小學校正規的課程之中，內容包括認識新聞、廣告、影像符號、媒介組織等等。之所以有此作法，是體認到『媒體』對現代兒童認知發展及價值判斷的影響力，其中電視、網際網路裡的資訊，甚至威脅、動搖到學校正規教育的地位和重要性，極可能成為最具影響力之『教育體制』。

媒體教育的意義，與其說是給孩子評判『是非對錯』的度量衡，不如說是教導孩子接觸媒體之道，亦即本手冊所揭示『媒體素養教育』的積極意涵——培養兒童青少年有能力去利用、分析、評估各種媒介訊息，並達到溝通思想和表達情感的目的，進而成為具敏銳觀察力與思辨力的未來公民。

公共電視基於公共性及教育性的使命，除製作具正向價值的節目外，亦不斷嘗試各種節目及方法，以協助提升觀眾認識媒體、運用媒體進而判斷媒體的能力。製播了兩年的『別小看我』為兒童青少年解開媒體的迷思，『少年哈週刊』為兒童解讀新聞報導的訊息，『大家來開講』提供觀眾在媒體公共近用的園地，此外，還設計諸多節目配套的輔助教材，協助觀眾善用媒體資源。

政大吳翠珍教授是一位既具『兒童與媒介』專業研究背景，又深具媒體教育使命感的學者，由吳教授主編之本教材，不僅在內容上有精闢的概念鋪陳，還有豐富而實用的教學活動設計，實為一本『寶藏級』的教學指南，也是家庭不可或缺的媒體環保手冊。

在此，本人要感謝內政部兒童局、教育部國教司協助本會推廣『別小看我』與媒體素養教育，並衷心期盼社會上有識之士、教師與家長運用本手冊和節目光碟，搭配相關的學習計畫與親子活動，與學生激盪出更多多元的媒體主張，讓每位學生均能成為具備媒體素養的公民。

公視董事長 吳豐山

關於本書---

媒體素養教育全民動起來！

政大傳播學院媒體素養研究室承辦『媒體教育政策白皮書』的規劃工作。由十位來自教育、傳播學界、現場教師、高中校長、媒體專業的委員共同完成草案，並舉行全省 4 場的政策公聽會後加以修正。教育部於 2002 年 10 月 24 日正式公布「媒體素養教育政策白皮書」。

很遺憾的，這個即將納入正規與終身教育的重大教育思潮與內涵，在當天電子媒體全都漏掉這項重要政策，而隔天的報紙雖有若干篇幅報導了這個議題。但是或許囿於版面，使得媒體只在意媒體素養教育政策中的「媒體」二字，對於「教育」少有著墨，許多媒體教育的設計機制和政策規劃，並未在媒體上充分報導與討論。但至今許多社會大眾與教師仍不知何謂媒體素養教育，因此在許多場合裡，我聽到了一些疑問，從媒體素養是什麼？教什麼？為什麼要教如何看電視？不看不是更好嗎？到誰來教？用什麼時間/課程來上？等等的問號。許多教育現場的教師和關心學生的家長們，對媒體教育的內涵與教學充滿疑惑。首先要闡明的概念是，媒體教育既不是教導學生或大眾熟背『如何看電視的守則』，也不是教大家『如何撻伐媒體』。

教育與媒體已經成為影響人類生活的兩大社會動力，一般學校教育有階段性與系統性，而媒體在每個人的生命裡，則是從搖籃到墳墓的終生伴侶，媒體素養的重要性已無庸置疑，而且應該納入學校教育的一環。我們認為父母與教師掌握處處存在的關鍵時刻，教導學生如何正確地解讀媒介訊息，使學生具備思辨的能力，並時時省思、質疑，以更多元判斷的角度，慎辨媒體與自己的關係，而這也是現代公民應該具備的能力與態度。

過去十年，台灣的媒體教育活動活絡了起來，然而許多媒體教育活動過於強調檢視媒體表現，導致忽略了從個人層次和次級團體/次級文化中的媒體經驗與實踐中去為個人與社群媒體素養意義定位。因為，媒體教育並非為僅僅是關於媒體與個人之間的消費關係與媒體的內面隱藏著政治與商業的結構問題，媒體教育更重要的任務是重視如何從生活與社區中實踐傳播公民權。對從事媒體教育的教

學者或父母而言，我們必須不斷思索下列問題：

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

媒體素養教育的學習設計有個樂觀的假設，那就是，媒體教育可以在每個領域、每個議題都加以涵蓋與整合；每個老師都可以教，每個年級也隨「機」可學（機會，teachable moments）。這個假設建立在老師對領域有高度掌握能力與對傳播議題有尖銳的敏感度，經過研習，配合教材編撰與相關資訊平台的建制，人人都有能力在所教的科目內融入媒體教育。在教學現場上，媒體教育鼓勵所有師生與親子，從不具道德批判的學習經驗中，澄清某些我們不知而行的價值，瞭解自己的媒體行為如何影響個人的資訊擷取、應用與判斷。

基於此，『媒體素養行動派--別小看我 九年一貫互動教學手冊』的教學主題與活動設計，不但吸取國內外媒體素養教育的成功經驗，還特別邀請 8 位優秀的國中小教師，將媒體素養的教育內涵融入九年一貫的七大領域和六大議題中，統整適合的領域和議題，規劃出實用且突破過去『免疫取向、由上而下』的教學過程，強調貼近學生個體與社區的文化經驗，重視學生與教師平等對話與教學過程的設計。

如何使用本手冊

這是全國第一套集結現場教師、媒體專業和傳播教育學者的力量所編著的媒體素養教育行動手冊。目的在提供教師一套實施媒體素養教育的多媒體工具箱。除了知識的彙整外，強調『做中學』的理念，從近身的生活實踐中，反思與澄清媒體與個人、家庭與社區的關係。本手冊編撰包含基本知識與教學活動，共有四大主題：

- 一、『媒體素養教什麼？怎麼教？』：闡析媒體素養教育的內涵與教學教法。
- 二、『新聞與資訊---社會代言人』：認識新聞與資訊的建構過程與守門行

爲，以及拆解媒體訊息與學習訊息查證等方法等教學活動。

三、『廣告與消費---商業媒體的運作邏輯』：剖析廣告與媒體工業的關係，廣告的說服技法，與教師隨堂運用的偵測意圖廣告與反行銷的教學活動。

四、『媒體中的刻板印象--哈哈鏡的世界』：解構媒體呈現的各種刻板印象，並搭配反思媒體訊息對個人的性別與族群刻板印象影響等教學活動。

本手冊適用的教學對象是針對九年一貫的學生所設計，各教學主題與活動詳列適合年級、教學時數、結合領域和相關的能力指標，各教案中也提供教學目標、教學準備、導入活動、發展活動和綜合活動，以及教學評量等資料。各單元的教案與學習單，教師可單獨使用或安排連續的課堂教學。教師在閱讀教學主題的背景資料後，運用教材中所設計的教學模組，更可自行調整教材以配合個別教學現場的教學活動。

值得一提的是，本教材剪輯公視『別小看我』的精彩片段製成4集互動教學光碟，做為教師課堂中所使用的視聽教材與實驗內容。教師隨手可運用，無須費神去尋找與側錄節目片段，相當便利。另外本手冊附錄中，也提供補充的教學資源，包括教學光碟簡介、世界各國媒體素養教育網站等資料，提供有志從事媒體素養教育教師進修之用。

此次參與手冊編撰的各位老師、編輯群與公共電視別小看我的製作群，是這本互動多媒體教學手冊能問世的推手與高手。這是一次媒體教育推動的良好示範，從教師、傳播教育學者和媒體專業的合作，誠如媒體素養教育政策白皮書所言「健康的媒體社區」是奠基於全民的媒體素養的建立與提升。期盼老師、家長和關心社會發展的公民能更瞭解推動媒體素養教育的理念與行動意涵，並加入媒體教育的行列，使媒體素養教育從草根動起來，開花結果指日可待。

政大廣電系副教授暨

政大媒體素養研究室召集人

吳翠珍

手冊編著人員

(依撰寫章節順序排列)

姓名	現職	負責內容
吳翠珍	政大廣電系副教授 暨政大媒體素養研究室召集人	計畫主持人/總編輯/撰稿
鄭如雯	政大媒體素養研究室 助理研究員	編輯/撰稿/教案撰寫：新聞與資訊
黃伊瑩	政大媒體素養研究室 助理研究員	編輯助理/校稿
潘葉棻	台北縣永定國小藝術人文教師	教案撰寫單元：廣告
張嘉倫	台北縣北新國小綜合領域教師	教案撰寫單元：廣告
張麗華	政大實小藝術人文領域教師	教案撰寫單元：廣告
蔡家惠	桃園縣山腳國小代課老師	教案撰寫單元：新聞與資訊
黃珠美	台北縣永定國小教師	教案撰寫單元：新聞與資訊
郭文信	台北縣永定國小教師	教案撰寫單元：刻板印象
劉玉琪	碧湖國小英語教師	教案撰寫單元：刻板印象
紀南施	江翠國中綜合領域教師 全國教師會中小學教學研究會綜合 領域召集人	教案撰寫單元：刻板印象

目 錄

吳董事長序	1
吳翠珍老師序	2
手冊編著人員	3
目錄	4
手冊內容架構圖	5
相關九年一貫能力指標一覽表	6
媒體素養教育教什麼？怎麼教？	7
廣告與消費—資本主義的媒體運作邏輯	15
品牌追追追	27
魅力無可檔	30
吹牛大王	33
附件：學習單	35
新聞與資訊--社會代言人	39
拆解 SNG	51
新聞畫面知說少	53
搶救新聞大作戰	54
謠言追追追	57
附件：學習單	61
媒體中的刻板印象--哈哈鏡的世界	64
身體的迷思	76
性別大考驗	79
族群大觀園	82
附件：學習單	85
附錄 1 別小看我互動教學光碟內容簡介	88
附錄 2 媒體素養教育網站資源	94
附錄 3 政大傳播學院媒體素養研究室簡介	106
附錄 4 公視別小看我節目簡介	120

相關之九年一貫能力指標一覽表

教材 單元 名稱	相關的九年一貫領域能力指標							
	自然與 生活 科技	健康與 體育	語文(國 語文)	社會	綜合 活動	重大 議題	藝術與 人文	生活 課程
品牌 追追追		7-1-2 7-1-3		7-2-1 7-3-2		家政 3-1-4 3-3-5 3-4-3		
魅力 無可檔		2-1-3 2-1-4		7-3-2		家政 1-1-2 1-3-4 3-1-4 3-3-5		7-3-1
吹牛 大王	8-3-2 1-2-4 1-3-1 6-3-1					家政 3-1-4 3-3-5 3-4-4	4-2-7	
拆解 SNG	1-2-5-2 1-2-5-3 2-2-6-1 2-4-8-6 6-3-1-1							
新聞 畫面 知多少	1-2-5-2 1-2-5-3 2-2-6-1 2-4-8-6 5-2-1-1					人權 1-2-1 1-2-3 1-2-4 1-3-1		
搶救 新聞 大作戰	1-2-5-2 1-2-5-3 1-3-1-2 1-3-4-1 1-3-4-2 5-2-1-1							

	6-2-3-2							
謠言 追追追	1-2-5-3 5-2-1-1 6-2-3-2		B-2-2-10 C-2-1-1			資訊 1-2-2 4-2-2		
身體 迷思		1-2-5 6-2-1 6-2-5	C-2-1-1 C-2-2-2 C-2-3-4	5-3-1 4-2-1	1-2-1 1-2-3 1-3-1 國中 4-4-1	兩性 1-2-5 2-3-9		
性別 大考驗	1-2-5-2 1-3-5-5	1-2-5 1-3-3 6-3-4	C-2-1-1 C-2-2-2 C-2-3-4	4-2-1 5-3-1 5-3-3	1-2-3 1-3-1 國中 1-4-1	兩性 1-3-3 2-3-9 3-2-3		
族群 大觀園			C-2-1-1 C-2-2-2 C-2-3-4	6-2-4 9-1-2	1-3-2 3-3-4 國中 1-4-3	環境 3-2-3 兩性 1-2-4 3-4-7 人權 1-3-4 家政 3-3-1	3-1-4 3-2-4 3-4-1	

媒體素養教育是什麼？怎麼教？

一般社會大眾對於看電視及使用媒體的行為仍抱持著較為輕鬆以對的態度，對所謂的「媒體素養教育」亦十分陌生。事實上，正如同人們在傳統教育中接受大量文字、語言之聽說讀寫的訓練般，使用媒體也需要學習。我們每天所接觸的媒體，是一個蘊含有豐富意義與多元訊息的潘朵拉之盒，不經過一番學習與教育，人們很容易便被五光十色、充滿扭曲的媒體訊息所惑而不自知。媒體教育的目的在於藉由了解與分析電視、廣播或網路等各種媒體的運作與操作，學會如何『看』、『聽』並『思考』媒體所傳達的訊息，以及可能對我們每個人與我們所處的社區有什麼影響。

媒體*素養教育的重要性

全台灣約有 120 萬 3-6 歲的幼童，200 萬的小學生，100 萬的國中生與 80 萬的高中職生，這些未來社會的準公民，每年每人花在媒體上的時間超過 1000 小時，超過他們在學校的時間，更是遠遠多於他們與父母、兄弟姊妹、親人及老師相處的時間。如果人的平均壽命是 70 歲的話，終其一生，將有 9 年的光陰，是日以繼夜地在電視機(以及電腦)螢幕前度過，他們的電視生涯大約是這樣的：

1. 國小兒童從放學至晚上 10:00，家庭平均的開機時間約為 3 小時 20 分；家庭全日開機時間大約是 6-7 小時。
2. 兒童平均每天看電視約 2 個小時，週末常常高達 5 小時。
3. 除了上學、睡覺外，兒童平均每天的活動時間大約是 6 小時 26 分。
4. 看電視佔兒童每天除了上學、睡覺外可以活動時間的 38%左右。
5. 兒童在看電視的過程中，約有 3 成 5 的收視決定權(決定開機或轉台)。

然而，大量看電視的結果讓兒童們「久視成良人」了嗎？那絕對是未必。研究資料顯示，大量曝露在電視機前面的孩子，對電視的虛幻世界不但沒有較好的辨識與批判能力，相反地，對於節目中不合情理的發展或超

越經驗世界的呈現，更能加以合理化地接受，缺乏主動的想像與創造能力。如同許多成人看電視的動機一樣，對一部分的小觀眾而言，看電視可以逃避實際生活的壓力，暫時終止焦慮。但研究指出，長期如此，兒童反而對生活週遭的環境缺乏安全感，對人際關係也較不信任。究其根本，可能是電視世界裡的衝突，通常在一定時間內，以極不合理的方式獲得解決，與實際生活所必須承擔的後果及解決問題所必須付出的努力差距太大，無法跨越。無數的研究也發現，經常接觸暴力電視節目的孩子，會較常呈現出急躁、不安，並有口語或肢體上的攻擊性行為。

必須進一步拆解的是，媒體的內容往往不是反映真實，也無法客觀的轉述，事實上，媒體內容是經過選擇、建構的過程而產生的。一般而言，媒體在呈現資訊時有五項重要，但一般人卻習焉不察的本質：

1. 媒體的資訊並不全然真實地反應世界。
2. 媒體訊息都經過複雜的篩選、包裝、選擇與組合。
3. 訊息的呈現，可能受到包括訊息產製者與編輯者、媒體部門與組織負責人，甚或政府、政黨或財團運作的影響。
4. 媒體的傳播科技特質，塑造了媒體的表現形式或內涵。
5. 閱聽人(接收資訊的觀眾或是讀者)是媒體工業運作下所產生的市場商品，是廣告商銷售商品的目標對象。

由上面的分析我們發現，在媒體資訊形成過程中，有太多被操縱的可能；因此，當務之急就是培養每一個人成為耳聰目明的觀眾或讀者，必須對媒體有深入了解，使我們不再消極地閱讀和接收媒體資訊，更可積極『解毒』與『解讀』媒體，成為具有媒體素養的閱聽人。

媒體教育教什麼？

媒體教育所關注的教育內涵包括下列五個面向：

1. 了解媒體組織的運作

誰主宰了媒體節目的菜單？電視、廣播或報紙上的節目與資訊是誰

的看法？是寫稿的記者？節目製作人？還是媒體公司的老闆？要了解這些問題，必須了解媒介訊息事實上是重重人爲包裝、修飾以及裁剪過後的產品。我們藉以了解社會形貌的資訊往往摻雜了許多的政治與商業力量。此外，了解公共媒體與商業媒體的本質差異，也可幫助我們深入洞察媒體的運作邏輯。因此，媒體素養教育所關注的內涵有：

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

2. 了解媒體的符號特質

新聞報紙或雜誌的「標題」對我們的閱讀產生什麼影響？媒體所呈現的訊息是「事實」的描述還是記者個人的「意見」？不同的媒體會使用不同的「語言」，往往會使我們對同一件事產生不同的看法。SNG 對我們解讀新聞事件有什麼影響？網路科技是否改變了我們對訊息真假判斷的標準？了解相關的傳播科技可以幫助我們更能區辨真實與虛假。不同的媒介(電視、廣播、電視、報紙、網路、漫畫等)以及資訊或節目(新聞報導、戲劇、紀錄、綜藝等)都會反映出不同程度的社會真實，也會運用不同的方法去組織資料(例如新聞與娛樂新聞對同一件社會事件的呈現方式便有很大的差異)，都影響了我們對事件的看法。媒體教育有下列的學習目標：

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

3. 洞察「閱聽人」的意涵

閱聽人是媒體業者的「顧客」，還是閱聽人是媒體組織利用所謂的「收聽率」、「收視率」與「發行人」，把閱聽人賣給廣告商的「商品」？收視率是什麼意思？爲什麼這些數字如此重要？電視台、廣播電台、報

紙、雜誌為什麼一天到晚要說自己是「收視第一」或「最大報」？想想，孩子們為什麼要去麥當勞，為什麼要穿收集遊戲王卡？為什麼夢想著要去迪士尼遊樂園？名牌、偶像、流行是如何透過媒介的推銷影響我們的消費而創造出來的？因此媒體素養教育重視下列目標：

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

4. 思考媒介對真實的呈現

人在媒體當中如何被呈現？是否具有某些刻板印象？我們印象中的媳婦、老人、原住民等特定角色是如何被媒體呈現的？這些模樣又是否總是固定的“樣板”？我們心中的這些刻板印象又從何而來？其實，媒體已經把我們一輩子沒去過、沒看到、沒經驗過的「人」與「類」都塑造了一個樣板。媒體中的性別、職業、不同次級團體(如老人、青少年、原住民、勞工、資本家)的呈現往往蘊含了權力與支配的意識。媒體教育希望達成下列目標：

- (1) 辨識媒介內容中年齡、性別、種族、職業、階級、性傾向等各種面向的刻板印象和權力階級間的關係。
- (2) 比較媒介內涵與實際生活中的情境、人物、事件等媒介與社會真實的關係。
- (3) 解讀媒介再現所潛藏的價值意涵與意識型態

5. 體現媒體的公民傳播權

媒體表現的良莠是由社會中的公民與媒體共同互動的結果，傳播表達與接近使用媒體是一個公民的基本人權之一。媒體教育主張肖像權、隱私權的保護，並能實踐近用媒體的公民表達。因此媒體教育不只是教學習者使用媒體，還要善用媒體，並且產製媒體。媒體素養教育是一種「優質公民」的教育，目的是要造就民主社會中，對無所不在的資訊具有主體意志、獨立思考的公民，以達成『健康媒體社區』，提高社會

文化品質與健全公民社會的發展。媒體素養教育關懷社區可以實踐下列目標：

- (1) 瞭解媒體公民權的意義。
- (2) 實踐媒體近用。
- (3) 區辨被動媒體消費者與主動媒體閱聽人。
- (4) 主張個人肖像權、隱私權
- (5) 主張公共資訊開放。

整體而言，民主社會的媒體素養教育使命在於：

- 1、形塑健康媒體的社區和文化環境
- 2、培養學生與公民使用媒體、思辨媒體、近用媒體的行動轉化與實踐
- 3、瞭解媒體資訊對民主社會健全發展的影響和重要性
- 4、促進民主社會的公民傳播權
- 5、培育學生與公民獨立學習、批判思考與問題解決的能力

媒體素養教育政策公布，媒體教育上路

身處電訊時代，不僅全民皆需接受媒體素養教育以培養自主思辨的媒體素養能力，媒體素養教育的推動也仰賴全民的共同參與，最終發展出使用媒體表達與溝通思想的健康的媒體社區。國外的媒體教育實施有年，尤其以英國、澳洲與加拿大最為徹底，已在教育政策與學習綱要上加以明定。亞洲國家目前尚在發展階段，台灣已於 2002 年 10 月 24 日教育部公布「媒體素養教育政策白皮書」，媒體教育的對象由國小、國中、高中、大學以至社區全體居民，而媒體教育又具有跨領域的行動性，因而媒體教育的推行也應該以全民、跨學科的統合方式來進行。

目前教育部規劃的媒體教育推行策略上，在學校體制內主張以「統整、融合」的方式進行媒體教育，於現行九年一貫教育的架構下，媒體素養教育可以主題統整的方式與七大學習領域及六大議題融合，編撰出具有“做中學”之知識實踐性的課程與教材。高中階段可開設媒

體素養選修課程，大專以上則普設媒體素養的通識課程。

媒體教育事實上是一種公民教育，因而從家長、學生到社會大眾等層面，都應該有機會接受媒體教育，發展自身傳播公民的角色。而媒體教育推動最重要的促動者---老師來說，若能接受媒體教育師培活動，掌握媒體教育的精神與觀念，則能借助老師本科專業知識及現場經驗，將媒體素養的概念融入學科的教學中。

媒體素養教育推行的有利因素

過去全國都有些零星的老師在推行媒體教育的經驗與心得來看，媒體教育的推行目前有利的發展因素，大約有幾項：

1. **學生對媒體教育的興趣高：** 媒體對學生而言是再熟悉不過的生活題材，將這樣的內容運用於教學現場， 學生們往往充滿著高度的興趣與好奇心。
2. **老師們對媒體教育的接受度高：** 大部分接受過媒體教育培訓的老師們，肯定媒體教育的內涵具有教學價值。
3. **新課程的開放度高：** 於九十學年度開始實施的九年一貫新課程，強調學校可彈性規劃各校的特色課程。其中培養學生獨立思考、自主批判之目的與媒體教育的目標異曲同工。因為新課程對教材及教法的開放性較高，使得媒體教育的推行較有多元發展的空間，如融入其他學科等。

媒體素養教學目標

不過雖然媒體素養教育政策已經公布，但是許多正式與非正式的場合裡，仍會聽到一些疑問。在此先試著來解答一媒體素養教育教學上的疑問。

媒體教育的目標主要在達成培養兩種能力：釋放(liberating)與賦權(empowerment)。

釋放(liberating)是指個人在心智上能夠穿透媒體所建構的迷障，不被媒體左右；而更能進行社會參與，使用媒體表達對公共事務的關心，促進公民民主素養。

賦權(empowerment)則指個人有自主能力去分辨、選擇、評估媒體及其內容，進而透過理性的思考與對話，去影響、督促媒體改善內容，乃至培養公民產製創意的、良性的、教育的訊息，共同建構社區品味（community standard），從而提高社會的文化品質。

媒體素養怎麼教

有許多老師擔心，媒體教育在九年一貫課程中又多了一門課或是增加新的議題？其實，媒體教育以融入九年一貫學習領域和議題為取徑，而不另外單獨開課。各國的媒體教育已經論證多年，逐漸發展出在中小學實施融入課程的「媒體教育」(media education)、高中階段獨立開設的「媒體研究」(media studies)、「媒體批評」(media criticism)的正式課程。

另外老師們擔心的問題是缺乏傳播專業訓練可能無法擔任媒體素養的教學？必須說明的是，媒體素養教育不是傳統領域知識，而是一個以媒體議題作為切入點的教學取徑。因此，最重要的是老師培養對媒體議題的敏感度，與融入教學的思考策略；另外教學方法上強調學生主動的省思與認知，尊重學習者的個別經驗理解與詮釋，從平等對話的論證過程，產生價值澄清；媒體教育的目的上不在於追尋真實與客觀的解讀標準，教師不需要去建立一套標準化的知識體系，重點在鼓勵學生掌握多元資訊的觀點與評估資訊的態度。

掌握機會的媒體教育

其實媒體教育最好的機會就是每一分鐘的生活教育，精髓在於把握機會教育（teachable moments），老師們可以在傳播或媒體事件的關鍵時刻，將媒體素養觀念傳達給學生，這樣的效果往往有事半功倍的

效果。

也許有的老師不主張學生接近媒體，或會指責媒體內容與表現這麼差，是因為政府（新聞局）不管，媒體不知自律，只要政府把媒體管好，媒體有社會責任，那麼媒體表現就會好，學生不需要媒體教育，媒體從業人員才是真正需要媒體教育的人。但是，台灣的媒體素養與文化品味表現的問題，已經不是一個個人的問題，亦非媒體單方面的問題，而是社區與社會的問題。因為，人活在社會、社區之中，因此我們期望健康的媒體文化或是媒體素養，應從社區著手。所以，營造一個健康的文化社區，是每一個住在其間的居民和機構共同的責任。

我們主張媒體是社會的一份子，而老師和學生也是社會的公民，因此在媒體教育的機制上，媒體專業組織與媒體教育者應該是夥伴關係，媒體專業不僅是媒體素養教育裡的教育接受者，也是教育工作者，因此媒體與教育是一種合作關係，而非對立關係。如媒體願意主動提供節目內容製作成教材，供教師合理的使用，這就是很好的一個合作開端。

台灣的媒體素養概念的覺醒，的確根源於過去 10 年來媒體的「大鳴大放」，及商業競爭下所產生的亂象所致。不過，值得註記的是，我們已經從抱怨亂象或是媒體批評、媒體觀察的單向性活動，邁向更紮根、更全面的媒體教育與媒體素養的推動。全國教師就是深植媒體教育落地生根的綠手指。