

第四章 教學實踐

第一節 教學計畫的發展

壹、 概念了解階段

本研究案的研究目的有三，其一為建立國民中小學階段媒體素養教育之核心概念及能力指標，即本報告第二章；其二為分析現行九年一貫課程各學習領域與議題之學習內涵、教學主軸及融合範圍，此即本報告第三章，並將分析範圍集中於綜合、健康與體育、社會、藝術與人文等四領域。在建立媒體素養能力指標並分析現行教學內涵中可融入媒體素養概念之教學題材等文獻分析工作後，即進入教學實驗之行動研究階段。

研究之初，團隊原擬針對九年一貫 1-9 年級部份進行教學實驗，惟實際進行研究時，或因 7-9 年級學習知識較 1-6 年級大幅提升，以及升學壓力等現實考量，雖經幾度宣傳徵募，仍未能邀得 7-9 年級現職教師加入研究團隊。台灣媒體素養教育之推行於 1-9 年級階段採融入式，故教學實驗的進行需在媒體素養能力指標之架構下，配合現行教學內涵與教材設計之；準此，本研究案媒體素養能力指標建構、教學內容分析與教學實驗均集中以九年一貫 1-6 年級為進行範圍。

教學實驗始於教案的設計，而教案的設計又奠基於專門知識的掌握；將研究範圍集中於 1-6 年級後，為幫助現場教師掌握媒體素養概念，研究團隊透過教學會議與研習課程、講座協助教師熟稔媒體素養的背景知識。有鑒於過往媒體素養教育的推行，教師在媒體素養核心概念的掌握上，往往流於表層，使得媒體素養教育容易成為利用媒體作為輔助教材或工具的視聽教育或教育工學，而與媒體素養教育真正的目的：以媒體本身及其中的內容進行教育，亦即分析（analyze）媒體訊息；評估（evaluate）媒體內容；產製（produce）各種媒介訊息；達到愉快（pleasure）使用與溝通（communicate）思想、傳達訊息的目的；有能力接近使用（access）媒體，表達對公共議題的意見。故研習課程將核心置放於媒體素養核心概念的解析與說明，務使教師能破除媒體素養教育即運用媒體進行教學的

誤解，深入探索媒體教育的核心概念，其次則透過文獻介紹他山之石的美國、英國、加拿大以及歷史文化背景相近的日本，推行媒體素養教育多年的實踐經驗與實際作法。

媒體素養教育於高中以前教育階段採融入現有教學領域方式，乃世界各國之趨勢，原因之一固然因為媒體素養教育乃新興之教學領域，媒體、媒體形式、媒體負載內容宛如生活縮影包容萬有，以「媒體即生活」的角度看來，其影響及被影響範圍廣大深遠，任一學科均與媒體素養教育有涉，亦為重要原因。然媒體教育雖採融入式進行，卻不意味著媒體素養教育的教學，與傳統學科教學無異。

相較於國語文、社會、數學等傳統學科，不論題目形式為何：開放式或固定式，學科知識內容基本上不脫具有一套標準答案或理論的發展形式，然而媒體素養教育卻非如此。媒體教育沒有是非對錯，取而代之的是不同團體、意識形態、文化背景、知識理論的對話與討論，理解與認同；教師透過媒體素養教育，帶領學童了解媒體上的訊息乃人為建構而非天生自然，而人為建構的背後，受到何種因素的牽制或影響，閱聽人又應如何自處、決定自我的媒體使用行為，並與他人/媒體互動。因而媒體素養教育雖有核心概念的架構，此核心概念卻僅是教學過程中的指引、路標或大方向，教師雖有不同年齡層的能力指標、教學概念，教學本身卻未有所謂「正確答案」或「標準答案」作為依準：媒體教育，教學方法大有別於傳統教學，大量開放式、提點式的討論與引導，取代標準答案的建構與灌輸，具備動手做等實驗精神的課業，亦較知識問答的形式，更識於媒體素養教育的本質。緣此，研究團隊亦藉由專家講座與座談，建立現場教師有關媒體素養教學法的基礎認知(見附錄－會議紀錄)。

貳、 教案設計

在理解媒體素養教育核心概念、各國實施媒體素養教育的經驗及媒體素養教育教學法等概念之後，現場教師們即透過現行九年一貫教學內容分析的結果，設計教學教案。首先藉由分析的結果了解現行教學內容中有哪些單元可進行媒體素養教育的融入，及可融入的形式、可進行教學的概念為何；其次則針對個人感

興趣或具備先備知識的媒體素養主題，配合學期授課內容與進度，挑選融入教學的單元，而後發展教學計畫並設計教學教案。

研究團隊於教案發展之初，即進行協調與分配，以確認研究鎖定之綜合、健康與體育、社會及藝術與人文四領域，均有教師投入教學實驗。確認各教師專長及進行教學之學科領域後，即由研究團隊協助教師發展教學教案。教案的設計需同時配合既有學科領域的能力指標與要求外，並需配合媒體素養能力指標要求，務使教案能同時滿足兩領域所要求的能力標準，以達到將媒體素養融入現有領域的目的。

教師進行初步的教案發展後，則由研究團隊進行教案的審定與修改，以確認教學的活動設計與所傳達的概念，符合媒體素養教育的核心領念與精神，並提供教學活動的素材與學習單的修訂。教師們並依據修改後的教案進行教學準備。

參、 實際教學與專家座談

依據健康與體育、藝術與人文、社會及綜合四領域各出版社教科書分析的結果撰寫教案之前，研究團隊與教育領域課程及能力指標研究方面學者以及具備豐富現場教學經驗之教師進行專家座談，了解能力指標發展的學術脈絡及其意義、如何搭配設計課程等抽象概念，方著手設計教學實驗之教案。

教學實驗結束後另舉行一場專家座談，教師們分享教學過程遇到的瓶頸與教學困境，專家學者則分析可能的原因及可改進的方向，為媒體素養教學提供未來的建議與可能的改進途徑。

第二節 實施程序

本案教學實驗參與人員計有台北縣立永定國民小學六位教師、台北縣立北新國民小學一位教師以及台北市立萬芳國民小學一位教師，共計八位。每位教師教學基本資料簡列如下，並詳見附件：

壹、 台北縣立永定國民小學：

一、沈啓聰老師

學歷	學士
教學年資	15
媒體素養相關經歷	
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	康軒版，「空間與音樂」單元，「光影魔術師」主題
教學實驗班級 / 領域	四年級，藝術與人文
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	1、讓學生從視覺、聽覺中去感受聲音與光線是影響氣氛的重要因素，而這些因素也正是媒體製作時可以運用的技巧。 2、藉實際的感受分辨不同音樂所營造出的不同氣氛，並透過參與製作音效掌握表演藝術與媒體製作共通的要素。

二、潘葉棻老師

學歷	學士
教學年資	15
媒體素養相關經歷	1、新聞局「優良」電世紀廣播兒童節目評選」評審委員 2、長年參與政大媒體素養研究室研習活動 3、協助設計公共電視「別小看我」節目設計媒體素養教學活動及學習單 4、參與『課程專業攜手行－臺北縣石碇鄉永定國小「與大學攜手合作深耕九年一貫課程與教學」實施計劃』 5、舉行媒體素養教學觀摩，並與日本東京大學媒

	體教育學者交流 6、參與「媒體素養暨教案徵選教師研習會」 7、擔任「媒體素養暨教案徵選」評審 8、撰寫國語日報「校園枚體素養教學現場」系列專欄
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	康軒版，「廣告的魅力」單元，「健康加油站」主題
教學實驗班級 / 領域	一年級，健康與體育
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	五花八門的各類食品廣告加上誘人的贈品，透過媒體的大量傳播，經常讓消費大眾毫不自覺就陷入廣告的陷阱中，因此，教導兒童如何辨識廣告，抗拒誘惑，吃的營養，長的健康是非常重要的

三、黃珠美老師

學歷	學士
教學年資	4
媒體素養相關經歷	1、協助設計公共電視「別小看我」節目設計媒體素養教學活動及學習單 2、92 年參與媒體素養教育教師研習
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	康軒版，「性別新視界－職業與性別」單元，「性別你我他」主題
教學實驗班級 / 領域	四年級，綜合
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	1、引導學生認識各種職業所需要的特質。 2、協助學生澄清對於各種職業的性別刻板印象，不因自身的性別而阻礙自己未來的發展。

四、徐淳鈴老師

學歷	碩士
教學年資	3
媒體素養相關經歷	1、92 年參與媒體素養教育教師研習 2、參與「媒體素養暨教案徵選教師研習會」
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	康軒版，「從台灣走向世界」單元，「台灣與亞洲」主題
教學實驗班級 / 領域	六年級，社會
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	隨著社會結構的變遷，全台灣各地的外籍配偶陸續增多，石碇鄉的外籍配偶人口比例更是全台北縣第一名。希望透過課堂討論和資料搜尋，能使學生認識更多亞洲國家的地理位置和文化，讓學生能更了解自己身邊來自不同國家的親戚和鄰居。避免受到媒體偏頗報導的影響，而對不同的種族、文化產生不正確的刻板印象

五、張淑華老師

學歷	學士
教學年資	13
媒體素養相關經歷	92 年參與媒體素養教育教師研習
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	康軒版，「團體與生活」單元，「地緣團體－明察秋毫」主題
教學實驗班級 / 領域	五年級，社會
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	一個匠心獨運、巧妙風趣的新聞標題，的確比較吸引閱聽人的注意，但是也有許多的媒體濫用文字遊戲，他們的目的當然是希望能夠吸引更多的閱聽人來購買或是收看他們的報紙、節目等等，以達

	到商業的利益，本活動希望在社會課程中教導學生不忘本，愛護自己的鄉土之外，也將媒體素養教育融入其中，讓學生從自己的社區出發，練習找出社區活動中值得推廣的事件，並寫出標題與報導
--	--

六、管幼仲老師

學歷	學士
教學年資	2
媒體素養相關經歷	1、92 年參與媒體素養教育教師研習 2、參與「媒體素養暨教案徵選教師研習會」
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	康軒版，「珍重再見」單元，「點點滴滴的回憶」主題
教學實驗班級 / 領域	六年級，藝術與人文
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	1、讓孩童藉由拍攝自己想瞭解的師長，與共同編制的戲劇，來回想與記錄與自己成長過程息息相關的人事物。 2、讓孩童藉由擬稿、拍攝、剪輯與共同欣賞，來學習與熟悉媒體的操作方法，並能在生活中運用。

貳、 台北縣立北新國民小學

一、 張嘉倫老師

學歷	碩士
教學年資	5
媒體素養相關經歷	修讀國立政治大學開設之「媒體素養概論」及相關課程，協助編製《別小看我－九年一貫互動教學手冊》，並將之實踐於教學現場

運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	牛頓版，「食物的保存」單元，「能源與食物」主題
教學實驗班級 / 領域	四年級，自然與生活科技
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	1、從食物本身受空氣、水、溫度變化的特質探討廣告中所拍攝食物的技巧。 2、知曉食物廣告拍攝技巧中有很多人為刻意擺設或假造的道具的過程。 3、透過操作體驗假道具仿真食物的效果。 4、探討廣告中為何要使用使用這些假道具與人為刻意擺設的動機，並知曉自己身為廣告中的消費者角色

參、 台北市立萬芳國民小學

一、 鄭智仁老師

學歷	碩士
教學年資	7
媒體素養相關經歷	就讀國立政治大學廣播電視系接觸媒體素養相關理論，並將之實踐於教學現場
運用版本 / 活動主題 / 單元名稱	南一版，「營養知多少」單元，「廣告內幕大公開」主題
教學實驗班級 / 領域	六年級，健康與體育
教學時間與節數	2 節 80 分鐘
教案設計理念	1、從食物本身受空氣、水、溫度變化的特質探討廣告中所拍攝食物的技巧。 2、知曉食物廣告拍攝技巧中有很多人為刻意擺設或假造的道具的過程。 3、透過操作體驗假道具仿真食物的效果。 4、探討廣告中為何要使用使用這些假道具與人為

	刻意擺設的動機，並知曉自己身為廣告中的消費者角色
--	--------------------------

第三節 教學觀察：教學實踐過程總結

每堂教學實驗均配置教學觀察助理一名，由參與研究第一階段教科書分析工作之助理擔任，於教學現場觀察教師教學所遇到的問題，並紀錄兒童的反應，做成教學觀察紀錄如下：

壹、 沈啟聰老師：

綜觀沈啟聰老師的課程施行過程，依據課程進行的順序，以及幾項現場觀察的評核項目，包括課程實施能夠呼應教學目標、課程實施能符合課程設計、課程轉化能力指標後實施的可行與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並提出相關建議：

一、引導活動：

沈老師先播放不同風格的音樂，帶領學生討論音樂給予人的感受，並請學生分享在每日生活中不同時間聆聽的音樂類型（如寫功課、閱讀、吃飯時），播放事前請學生帶來在家中常聽的音樂 CD。過程中學生踴躍發言提出音樂所引發的感受，而在學生分享於家中不同時間常收聽的音樂時，有不少學生準備音樂 CD，播放時教師請每位學生提出不同的意見，學生也很積極的發表，例如有人寫功課常聽的音樂對另一位學生來說卻不適合寫功課。教師在此時並不給予價值的判斷，只表示每人有不同的音樂品味，如此將可培養學生對多元品味的尊重，而尊重多元也是媒體素養的關鍵原則。接下來，教師播放不同風格的音樂，並放映不同場合的圖片，讓學生做出適當的配對，讓學生瞭解音樂與氣氛、空間的關係。同樣的，學生也積極的表達自己的意見，且幾乎每位學生都有參與討論。

觀察本階段的教學活動，實施的成果可以達成媒體素養能力指標 1-3-6，且實施過程順利，學生能夠輕鬆的理解音樂與氣氛、場合的關係，可見教學計畫的

可行性佳，且學生回應與互動性高，顯見如此的教學設計確可引發學生的對該議題的興趣；然而有部分未能盡符合預設的教學目標，原因是本次教學活動以音樂為主，未涉及燈光的部分，建議可在未來的課程中，可以另外的單元結合光影設計的主題。

另外，在教學設計上，建議可以再延伸，思考在媒體文本中，聲音、音樂也可以具有象徵意義，作為一種特殊的符號（喇叭聲、鐘聲、鈴聲、用重低音表現巨人走路的声音等等），讓學生看得懂這樣的媒體文本，也在製作中可以運用，如此的設計可以拓展與媒體素養結合的廣度，擴及「媒介文本」的層面。

二、發展活動：

接下來教師播放「別小看我」影集的「尋找聲音的魔術」單元短片，在觀影過程中，提示學生音樂的強弱、高低與節奏等音樂的表情，而幾乎每位學生學生都在觀影時模仿影片中人物學習配樂與音效的動作，例如拍打雙腿模仿馬蹄聲。本過程依據現場觀察，學生應能理解影片內容，明瞭音樂與配樂在影片中的作用及產製過程（此亦為本階段活動的教學目標），而教師適時的提示也可強調影片重點所在，抓住學生的注意力。

三、統整活動：

最後一階段的活動，請學生分成兩組選擇不同的故事，並自行尋找道具為其配上音效。學生多以前一階段活動中觀賞的「別小看我」影片作為學習的範本，而每一位小組成員也都有表現的機會，負責不同的配音工作，可見本教學活動設計可以引發高度的學生參與，學生也能夠充分的理解教學活動的理念，並實踐在本階段的綜合活動中。在這個階段可惜的是未能給學生為自己的文本選擇適當配樂的機會，本次教學活動花了一半以上的時間在引導學生思考音樂給予人的感受，但在最後的綜合活動中卻沒有讓學生有實際操練的機會，建議可延長教學時數，讓學生自行選擇喜歡的文本（無論何種媒介類型，可以是影片、繪本或故事書），並選擇適當的配樂，若文本原本已有配樂與音效，可請學生重新做不同的嘗試，體會不同的配樂與音效對文本呈現的影響。另外，建議延伸討論「廣播劇」，

本課內容恰巧能應用在廣播劇的製播上，可對廣播劇的內容與製作流程多加解釋，也讓學生有機會運用學校的廣播時間將課程所學實際應用，也是一種近用媒體的方式。

四、結論：

綜論本次教學觀察，發現課程進行的流暢性佳，並順利的引發學生討論與參與，也都能達成預設的學習目標，可見教學計畫的可行性高。教學活動也緊密相扣，唯獨在最後的綜合活動中可在配樂的層面上稍做加強，亦即讓學生有實際為文本選擇適當配樂的機會。除此之外，本次教學活動雖在設計理念中包含了聲音與光線兩個面向，然而整個教學計畫的設計以音樂為主軸，不見對於燈光、光影的介紹，建議可延長教學時數，或在其他的藝術與人文領域課程中再做結合。另外也發現，「別小看我」影集的「尋找聲音的魔術」單元短片對於本次選擇的課程單元來說，可以充分的引起學生對此主題的注意與興趣，也是很好的學習範本。

研究計畫顧問對教學計畫建議延伸討論，盼能藉此更為拓展媒體素養融入的深度與廣度，除了上述討論聲音在媒介文本中的象徵性用法之外，建議還可延伸探討哪些媒體文本類型(genre)會常用哪些音樂或聲音，可以選擇學生經常接觸的媒體文本作為範例（如戲劇、電影、卡通、廣告等），除了因為學生較為熟悉，對學生也更有吸引力，也許能有更佳的體驗效果。此外，還可觀察現在的新聞，檢視新聞中的配樂跟音效，引發何種觀影感受，並討論新聞適不適合用配樂跟音效。

貳、 潘葉棻老師

綜觀潘葉棻老師的課程施行過程，依據課程進行的順序，以及幾項現場觀察的評核項目，包括課程實施能夠呼應教學目標、課程實施能符合課程設計、課程轉化能力指標後實施的可行與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並提出相關建議：

一、引導活動：

在引導活動中，讓同學分享自己常喝的飲料，並討論廣告包裝對學生的影響，教師並略為介紹包裝上的飲料成分，此階段活動目標為讓學生瞭解廣告促銷手法以及對消費者的影響。現場觀察結果發現，活動順利進行，可見活動可行性佳，而學生反應熱烈，並隨著教師引導，思考廣告包裝對自己選擇飲料時的影響，因此也順利的達成預設的教學目標。然而在教學活動設計上，發現切入媒體素養的深度不足，現代廣告促銷的手法多元，尤其是針對低年級學童的廣告行銷手法，還包含置入性行銷、網路遊戲行銷、從動畫人物衍伸出來的各種商品，隨著商品附贈玩具等行銷方式，皆使得仍無法清楚分辨文本商業意涵的低年級學童難以抵擋廣告的誘惑；然而課程設計上也必須考量，若設計過於複雜，可能讓低年級學童無法吸收建議教師若有心教學。因此若教師有心投入此議題的媒體素養融入教學，建議可延長活動節數，對於廣告在食物方面的行銷手法多做介紹，並從讓學生瞭解文本的商業意涵，再深入討論其他透過多種行銷活動來建立關係、獲得認同，進而培養消費者忠誠度等的食品廣告影響（例如麥當勞不只廣告中的食品很可口，還有許多行銷方式，讓小朋友認為他們的食品是最營養的，或是透過附送玩具的餐點來吸引兒童，再加上麥當勞的友善形象，麥當勞叔叔、麥當勞阿姨、生日餐會等等）。

二、發展活動：

此階段中，教師取出兩瓶內容物相同但包裝不同的飲料，讓學生試喝後選出較喜歡的一瓶，並說明原因，接著揭曉兩瓶果汁實為相同的商品；接著並以餅乾做相同的實驗。在此活動後播放「別小看我」的「做聰明的消費者」影片片段。本階段的活動亦順利進行，並獲得學生熱烈的參與與討論，當活動結束，教師揭曉兩種飲料、餅乾實為同種商品時，多位學生不停嚷著「被包裝騙了」、「不要被騙了」，可見活動確實達到讓學生瞭解商品包裝影響消費者的效果。然而，儘管活動順利進行且引起學生對本議題的關注，卻與預設的教學目標不符。教師計畫的教學目標為「建立健康飲食的重要性」，然而本階段教學活動並沒有提及食物與健康的關係。建議可讓學生瞭解廣告的意義與功能，瞭解廣告包裝只是眾多廣告方式的其中之一，並可能對誇大商品成分與效果，或教學生養成看食品營養標

示的習慣，或向學生說明兒童喜歡的零食飲料等食品在日常生活中應該攝取的比重，讓學生學會在觀看食品廣告等媒體文本時，可以應用實際的健康飲食知識，也加深了媒體素養與實際課程的結合。此外，現場觀察也發現，對於一年級的學童來說，播放的影片長度不宜太長，學生無法長時間投注注意力，容易受外界干擾而分心，建議未來一年級的媒體素養融入教學在使用媒體影片時，儘量分成片段播放，並鼓勵學生隨時發問、發言，或讓學生邊看影片邊分享個人經驗，以抓住學生的注意力，提升影片使用功效。另外也發現，透過實做的教學方法適用於一年級學童，可讓學童持續集中注意力，並且認為教學活動「好玩」。

三、統合活動：

最後的綜合活動階段，請學生分享因為包裝或附贈禮品而購買商品的經驗，並給予回家作業與學習單，請學生找出三樣「健康食品」，及此食品的健康定義的由來。可延伸討論廣告中所有標榜「健康食品」的食品飲料。本階段活動算是為整個課程做一總結，教師並在下課前請同學回答：「今天學到什麼」，學生也熱烈回應，「不要被包裝騙了」的聲音四起，可見整個課程順利轉化預設的媒體素養能力指標，學生也多能深刻體會廣告的影響。本研究也建議在未來的課程中可延伸討論廣告中所有標榜「健康食品」的食品飲料。

四、結論：

綜合本次教學觀察，發現教學計畫的可行性與流暢性佳，並能夠緊密扣合媒體素養融入面向，順利的引導學生思考廣告對消費者的影響，並讓學生親身體會。然而也可以發現一個重大的問題，教案中明確列出健康與體育領域的能力指標，但教學內容卻難與之結合，側重在媒體素養概念的介紹，無法兼顧健康知識的提供。建議未來投入此議題的媒體素養融入教學教師可多加注意，而本研究亦提出以下綜合性的建議：

1. 食物廣告的促銷手法越趨多元，教學設計可集中心力討論一種手法，但將討論或作業延伸至其他學生常接觸的廣告方式。在此階段，讓學生瞭解何謂「廣告」是最重要的前題，可先透過一個前導活動，瞭解一種廣告手法對消費者的影響，再深入介紹文本的商業意涵，讓學生懂得分辨

何為「廣告」，再思考生活中其他可能存在的廣告方式。

2. 對於一年級學童來說，如何抓住學生注意力並使之持續是決定教學成果的關鍵因素。透過本次教學觀察，本研究建議使用影片片段，並鼓勵學生於影片進行中發言，以及透過實際的體驗教學活動，皆可抓住並維持學生的注意力，並強化學習效果。
3. 需強化健康知識與媒體素養的結合。健康知識與媒體素養同樣重要，近幾年國內外的調查都發現看電視越多的兒童越容易罹患肥胖症，可見媒體對兒童健康的影響不容小覷。因此在食物飲料廣告的媒體素養融入教學方面，可以提及正確的飲食習慣，以減少零食與垃圾食物的攝取，及均衡攝取各種營養，如此教學設計包含本次進行的透視廣告促銷方式對消費者的影響，讓學生不被廣告引誘而購買零食與垃圾食物，以本教案為例，即可增加均衡飲食的教學。

參、黃珠美老師

綜觀黃珠美老師的課程施行過程，依據課程進行的順序，以及幾項現場觀察的評核項目，包括課程實施能夠呼應教學目標、課程實施能符合課程設計、課程轉化能力指標後實施的可行與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並提出相關建議：

一、引導活動：

黃珠美老師本教案的教學目標為使學生瞭解各行業所需的能力、特質與興趣，實際的教學活動則為由教師展示特質、能力、興趣與工作專業等提示字卡，讓學生進行職業配對遊戲。學生現場反應相當踴躍，也多能做出教師預設的回答，從此可見課程確實能呼應教學目標，也如課程設計順利的開展，並能夠得到學生踴躍的參與，然而，在學生反應面，可發現每次舉手應答的學生多為固定的幾位學生，且一些學生不瞭解字卡用語的真正意義，需要教師進一步解釋。另外，由現場觀察也可發現課程設計的盲點，雖然課程順利的進行，但從學生不解字卡用語的情形可發現，這些職業與相對應的特質、能力等在課程進行前學生仍不甚了解，可能需要進一步在課程進行前另外設計前導課程，或拉長前導活動的時

間，先就各職業做簡短的介紹，可藉由蒐集相關媒體內容來達成，例如短片、圖片等，僅用字卡來提示也許不夠充足，可用多媒體輔助；而僅用字卡用語另一個缺點，字卡的遣詞用字可能基於教師個人主觀，若以多媒體輔助，可讓學生以自己的觀點提出對於各職業的特色、興趣與專長的觀察，由學生在親自觀察過後自己提出描述各職業的關鍵字，如此將可提高學生的參與度與理解度，更有利於後續課程的進行。

二、發展活動：

進入發展活動的第一個活動為「快問快答」，目標是讓學生角色楷模事蹟中察覺成功不受性別限制。現場活動則為教師唸出以上活動的各項職業名，由學生直覺回答適合從事的性別，女性雙手在胸前打叉，男性則在頭頂舉圈，不一定由固定性別從事則雙手插腰。學生參與度相當高，幾乎都能在第一時間做出回應，且互動氣氛熱烈。接下來教師請學生發表對於各職業的刻板印象，並分享自己的媒體經驗，討論刻板印象的成因。分析此階段的教學設計與表現，可以從學生的直覺反應中發現學生對於各職業的性別刻板印象，適合作為探討職業與性別議題的導入活動，然而卻不符課程的教學目標。本階段課程只討論了職業的性別刻板印象，及與媒體再現的關係，既沒有介紹各職業的成功楷模，更沒有提及成功人士的性別。本階段可以呼應綜合能力指標 1-2-3，以及媒體素養能力指標 2-2-5，並確實達到引導學生思考對職業的性別刻板印象與媒體的關係之效，然而與教師預設的教學目標卻相去甚遠，建議可以修改教學活動，將本階段活動挪至引導教學中，就如前所述，延長引導教學的時間，而針對教師預設的教學目標則可請學生進行蒐集資料的活動，在引導教學之後，請學生透過多元資訊管道蒐集各行業的成功人士資料（或訪查身邊親友），並在課堂上發表。另外，對於教師原本的活動設計「適合由女性擔任的工作打 X」方面，容易造成對於女性擔任工作的負面印象或情緒傾向，而由老師開始分享媒體經驗可以啟發學生思考媒體再現，然而，若請學生分享生活周遭的實際所見所聞，以茲對照，或分享在哪些媒體文本中的所見（儘量能夠說出確切的文本名稱，也可由老師提示學生經常接觸的文本）影響學生對職業的觀感等，將更能加深學生對本議題的印象與感受。

三、統整活動

第三階段的教學活動包括教師讓學生觀賞五則電視廣告，以及「別小看我」關於職業性別刻板印象的「男主外、女主內」單元剪輯短片，以及「職業性別挖挖挖」活動，即發下平面廣告樣本，讓學生解析平面廣告再現的職業刻板印象並討論其成因，觀賞影片與平面廣告解析活動之間間隔 10 分鐘的下課時間。本階段呼應媒體素養能力指標 2-2-5，但教師卻沒有規劃本階段的教學目標，因此難以評估教學實施成果是否符合教師預設的目標，然而從學生的熱烈參與，以及課程順利照計畫進行，可以發現確實達到引起學生對媒體再現的注意，以及個人對於職業刻板印象的省思。對於本階段的活動設計，本研究認為連續、不間斷的觀看影片，觀畢直接下課，將大幅影響觀看影片的效果，源於學童的注意力有限，並且是第一次接觸相關議題，若觀影過程不加以解說及討論，可能讓學生來不及吸收與思考，且下課時間亦干擾學生的注意與記憶力。建議可看完一則影片片段即開始討論，可以隨時中斷，並鼓勵學生在觀賞中發問、發言，如此可以讓學生在記憶仍清晰時參與討論，並隨時回應，甚至分享類似的媒體經驗，讓影片播放發揮最大功效，加強學生的記憶與吸收力，並不讓教學訊息受到干擾，且能強化課程的連貫性。

四、結論：

總和對於黃珠美老師的教學觀察，發現其課程設計的可行性與流暢性佳，且學生的回應熱烈，每一階段的教學活動也都能達到一定的正向效果。然而在教學目標與教學活動的設計上，一方面需有更多符合教學目標的活動設計，另一方面，活動設計可以有以下方式來強化教學效果及媒體素養融入的深度：

1. 考慮到學生事先瞭解該議題的程度，準備充分的前導活動，讓每位學生都有足夠的時間對該議題有初步的瞭解。
2. 考慮到學生的注意與記憶能力，在設計教學活動時，可以有更多讓學生參與討論的部分，尤其在觀賞影片時，鼓勵學生隨時對影片內容做出回應。
3. 讓學生有更多分享自我經驗的機會，除了可提升學生的參與程度外，也使學生體會該議題與自己切身相關，而媒體素養的能力則可隨時應用在

生活周遭的各種媒介上。

另外可以延伸討論：

- (1) 觀察其學習單的設計，討論廣告中兩性擔任的角色差異，則可以延伸討論商品代言人的性別，商品代言人的性別與在廣告中擔任什麼角色具有不同意義，但都是屬於刻板印象的一部份。廣告中擔任的角色可能具有職業的性別刻板印象（例如醫生多由男性扮演），而商品代言人的性別則可能造成商品的性別區隔（例如洗衣機等家用品的代言人多為女性），可延伸討論。
- (2) 除了職業別的性別刻板印象，建議可延伸討論職場中擔任職務、位階的性別刻板印象，在媒體文本中，上司多半由男性扮演，而女性與男性扮演的上司通常具有不同的特質、不同表演方式，例如將女性上司呈現為性格陰晴不定的、喜歡三姑六婆的、較無工作能力的、較不理性的等等。再進一步可以思考，是否女性擔任的多為受男性管理、照護，擔任輔助的角色，而男性則多負責管理、主控？

只要在教學活動或學習單中多加設計，即可拓展媒體素養融入教學的深度，另外，也可設計讓學生將活動擔待回家填寫，內容即設計為檢視日常接觸的媒體文本，可自行填寫或由家人協助，相信更能讓學生與家長體會媒體素養教育的重要及切身性。

肆、 徐淳鈴老師

徐老師本次設計教案之設計理念由社會領域課程認識台灣在亞洲的地理位置及台灣與各國的關係出發，結合認識媒體對外籍新娘的偏頗報導以及閱聽人隨之衍生的刻板印象，融合進媒體素養教育核心概念中「媒介再現」乙項下之族群刻板印象。

一、引導教學

實際進行教學時，本項教學活動由原定之【猜猜我是誰】修訂為瀏覽各式

各樣的外籍新娘仲介廣告，教師先請兒童根據所搜集得之外籍新娘仲介廣告文字，猜測此文宣文字所欲「販售」或推銷之商品為何？繼之討論這些文字在消費者腦海中產生什麼樣的印象？雖然永定國小位處之石碇鄉外籍配偶人口比例於臺北縣居首，許多兒童均有與外籍配偶及其子女相處的經驗，然而絕大多數的學童表示並未看過這些廣告文宣，猜測不同的文宣所販售物品為何時，亦多以生活中較常經歷的大賣場或 3C 產品展覽為答案。另或因討論題材均限於平面廣告的文字內容，欠缺影像文本，故討論所使用之廣告文字並不能引起兒童濃厚的興趣，討論過程教師居強烈主導地位，學生少有互動，而互動或意見回饋亦集中於少數學童。另外大部分學童也對這些文宣內容所透露出的刻板印象或社會價值觀念，缺乏討論的興趣。

本活動由探究宣傳廣告單的文宣語言出發立意甚佳，可藉由目前所使用的促銷語言，快速且忠實地了解當代對外籍新娘的一部分價值觀；然而在兒童缺乏實際接收或觀看外籍新娘仲介文宣或廣告的經驗時，宜提供以媒體實例，如廣告文宣、影像資料等。唯這些資料的搜集，對現場教師而言執行難度甚高：無法於電視前長久守候以側錄未知播映時間的電視廣告，而廣告文宣的流傳亦有特定場域，非隨處可得，更增教師取得文本的難度。然而媒體素養教育之基礎即在探究媒體本身，因而文本的取得可說是媒體素養教育成功推行的基本要素，若無法解決此問題，則無法提升教師融入媒體素養教育的意願。

二、發展活動

此處徐老師原欲透過前陣子因拍攝手法幽默，頗引起大眾關注的富邦銀行「碼碼都有獎」之廣告短片著手，讓兒童討論文本中所呈現的族群刻板印象，鋪陳後續與生活中印象對比的活動。此舉立意甚佳，可透過實際播映之文本了解媒體上所呈現的外籍新娘是否落入刻板印象，及其呈現手法，亦可延伸討論廣告此種文類的形式及其特殊的語言符號，帶領兒童淺要認知不同媒體形式與符號語言、衍生意義的關連。唯因該廣告片已過宣傳期，早已不在媒體上播映，無從取得，因此教師改由口頭敘述的方式，繼而討論該廣告所呈現的東南亞族群形象與常生活所接觸者之差異。

雖部分學童表示曾看過該廣告片，然教師敘述的過程中，難免滲入主觀性的描述，亦使得後續討論該廣告影片的內容以及使用的手法時，呈現教師權威的氛圍，而少了學童的主體性與意見。媒體素養教育之不同於其他傳統學科知識，其中一點即在於媒體素養教育的施行，教育者與被教育者的關係並非絕對或固定的，討論不同的內涵或科技時，傳統概念中的教育與被教育者關係往往可能翻轉，在不強調固定答案、開放性的對話情境中，共同探索、創造意義與價值。此亦接受傳統學科知識的教師施行媒體素養教育時，應多加留意之處。

此階段其後進行的活動為討論討論問題(詳見教案附件)，討論活動之討論提綱，與前述活動相同，此時值得注意的問題仍在於教學情境仍由教師主導，而少見學生發表自己的意見或經驗。

三、統合活動

討論活動之後，進行「別小看我－我的名字不叫外籍新娘」影片欣賞，該片由解析外籍新娘刻板印象角度著手拍攝，清楚地呈現外籍新娘的真實多元面貌，惟在單次(80 分鐘)課程中，此段活動的進行即長達 20 分鐘，稍嫌過長，亦使得教學氣氛不易掌握。影片觀賞後，原定之教學活動為分享活動，惟實際教學中因學童並未按照進度蒐集外籍新娘相關資料，故並未進行。此處建議應將分享活動修正為分享觀影心得，討論影片及前列討論對於學童對外籍新娘刻板印象的影響(鬆動刻板印象、無影響、強化原有刻板印象等不同反應)，此舉可對過往所接收的媒體內容進行反思，了解當中是否存有外籍新娘刻板印象，亦可對幫助解構刻板印象的影視文本「別小看我」，再一次反思，與生活中所得之經驗進行比較，翻轉過往被動接受媒介訊息的習慣。

觀賞別小看我之後，教學活動即回到所欲融入的社會領域，教師帶領學生翻閱課本，了解台灣在亞洲地區的地理位置及周邊國間。或因此堂課一開始的活動即由媒體素養活動展開序幕，教學最後才拉回社會領域的教學，使得媒體素養教學活動到社會領域活動的銜接，不甚順暢。

四、結論：

綜合本次教學活動，教案中設計的各项活動銜接順利，並能掌握媒體素養教育所欲探討的概念，惟實際教學仍有下列改進建議：

1. 教師主導的討論情境應逐漸修正為兒童與教師共同對話：不僅為實踐媒體素養教育的「賦權」與「解放」概念，亦為配合媒體素養教育並未有固定答案知識本質。
2. 利用現有影像資源：若所欲使用之影視文本難以取得，建議應由現有資源著手，盡量避免由教師口述，落入主觀陳述引導兒童想像與討論空間的情形。
3. 影像文本「去自然化」：不論是課堂一開始描述的外籍幫傭刻板印象之廣告片段，或是課堂最後翻轉刻板印象之文本「別小看我」，均應強調「去自然化」的解讀，認知媒體內容均為人為建構的本質。

伍、張淑華老師：

綜觀張淑華老師的課程施行過程，依據課程進行的順序，以及幾項現場觀察的評核項目，包括課程實施能夠呼應教學目標、課程實施能符合課程設計、課程轉化能力指標後實施的可行與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並提出相關建議：

在這次教學前，已另外進行前導活動，教學內容為介紹平面報紙中新聞標題的功能（包括各種吸引讀者注意的元素），並以台鐵意外新聞為觀察對象，比較同一事件的新聞標題（如不可聳動不實、必須客觀中立，而同一事件可能有不同的報導角度，因此有不同標題），而本次教學即延續前次的教學，以永定國小的社區特色出發。前次教學缺乏現場觀察，但依據教師簡述的教學內容，本研究建議可詳細介紹新聞標題的種類，讓學生具有讀報素養，除了頭標還有副標等等；此外，可加強討論新聞內容可能因為不同人、不同報社、不同考量而有不同的報導角度，而新聞標題也有議題設定的效果，引導讀者的閱讀思考方向。另一個問題是以台鐵意外事件的報導作為引導是否合宜？相關報導由於不同報社的政策可能有不宜兒童接觸的文字或圖片，教學採用的報紙不是兒童讀者為主要目

標的報紙（如國語日報）為主，而是以成人為主要讀者群的聯合報、中國時報與蘋果日報，以意外事件的新聞照片來說，必定有許多不堪入目的災難畫面。建議未來教師進行相關教學時可以慎選主題，先對教學教材進行篩選。

一、引導教學：

本次教學導入活動開始，教師發給各組介紹社區特色的新聞，並請學生根據新聞內容上網尋找對應的標題，各組並為這些新聞訂出標題；本階段活動的教學目標為「能與他人合作，完成設計任務」。根據現場觀察，學生對於使用網路蒐集資訊很感興趣，各組也能夠順利的找到需要的資訊，只有少數同學在老師協助下才完成任務。然而仍有幾個問題，其一為本階段活動目標與能力指標無關，既然活動內容確實使兒童有機會使用網路蒐集資料，即以符合媒體素養能力指標 1-2-3，建議可修正教學目標；而教師也許考量到學生無法快速的找到需要的資料，而限制了學生搜索的範圍，即將正確的網頁事先蒐集放在桌面上讓學生選擇，大大降低了學生學習使用網路的效果，建議可讓學生有機會實際練習搜尋引擎的使用方式，增進資訊素養，也更能符合能力指標的要求。第二個問題是，小組合作使用電腦尋找資料時，因設備有限，一組配置一台電腦，有幾位學生參與程度不高，未來的教學設計必須留意。

二、發展活動與統合活動：

接下來的活動中，活動目標為探討新聞標題對觀眾產生的正負面影響以及培養愛物鄉土的情感，活動內容則為討論標題內容的影響，播放「別小看我」影集的「新聞標題完的文字遊戲」單元影片片段，接著便讓學生分組為各組負責的新聞內容寫出適當的標題，並評析各組標題的表現，包括有何特色、是否符合新聞內容，及對讀者的吸引力強或弱等。各組在討論、產製新聞標題時，小組成員間互動良好，只有固定幾位學生參與程度低；學生也能確實利用新聞標題吸引讀者的各個元素，包括標題字型大小與顏色、較為誇張的詞彙等，而經過實際操作，也體會新聞標題必須能夠點出內容，瞭解誇大不實的新聞標題的負面效果。整體來說，本階段活動讓學生實際操作訂定新聞標題的技巧，瞭解不同的新聞標題引發的讀者觀感，並讓學生知道社區特色文化產物，順利達成教學目標，且呼應預

設的媒體素養能力指標 2-2-3。

三、結論：

綜合以上分析，本次的教學活動在與媒體素養結合方面，確實能達到能力指標 1-2-3 與 2-2-3，但無法達到 5-2-1，而能力指標轉化為教學目標也有待加強。在活動進行上，教案實施的可行性與流暢度佳，而在學生回應方面，只有少數幾位學生參與度較低，多數學生都樂於參與活動且做出正確的、符合預設目標的回應，最後也能體會新聞標題的訂定方式及影響。本研究建議，為了提升學生的參與程度、媒體素養與課程的融合程度，以及融入的廣度：可以讓學生在課程前先自行上網搜尋資料找出社區的文化特色產物，並實地訪查，再將成果帶到課堂上，在老師的只到下寫成新聞文章，並訂定標題，最後再將每組作業成果綜合，可以編成一份報紙，或放到學校網頁上，成對學校網站電子報的內容。如此的設計，將可提升每位同學的參與程度，並可呈現學生觀點，並與媒體素養另一面向「媒介近用」結合，讓學生學習透過多元資訊管道獲得需要的資料，實際操練新聞採訪工作，最後更能將自己努力的成果編製成一份媒介刊物。盼如此的設計能夠提升學生興趣與參與程度，改善原本的小組作業中，有幾位學生較不參與討論的情形，更加强與社會領域能力指標的結合，以及媒體素養融入教學的廣度。

陸、 管幼仲老師

綜觀管幼仲老師的課程施行，依據課程進行的順序以及幾項現場觀察的評核項目，課程實施與實際教學目標、課程設計與課程轉化能力指標後實施的可行性與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並題提出相關建議：

一、引導活動

在引導活動中，藉由報紙媒體的八卦新聞舉例，讓學生與老師共同討論以了解媒體與自己的關係。整體來說，出發點能針對媒體素養教育的宗旨出發，讓學生對於所使用的媒體能有進一步的了解其與環境的關係與社會的意義。但可惜討論的時間過短，雖然是整堂課的重點，也試圖與真實世界做適當結合，但佔整體

課程的小部份，因此使得媒體素養觀念未能深入，缺乏充分討論。也未能讓學生多作思考，將討論的主題更加生活化，不能達到把握教育性質與教育目標的方向，並反應出未來教育重要的發展方向，建議多花點時間把觀念先釐清再進行實做。

二、發展活動

在發展活動中，學生進一步操作電腦軟體，編輯自己的媒體內容。但可惜電腦設施操作不易控制，學生稍有不專心，利用電腦網路做課堂以外的事情。實應把網路封鎖，又或是能夠禁止學生上網玩遊戲。並且若能採一對多的電腦教學，難以把細微的操作步驟短時間內讓每個人都清楚，建議可以用分組的方式，老師先教小組長，再由小組長教組員，使得課堂較好管理。或是簡化流程，讓學生做發想的部份為主，以免操作面的練習使得課程時間來不及教學。由於教學規劃與設備沒有先前準備，以至於軟體與電腦硬體設備不能良好配合，使得軟體操作產生許多問題。似乎上課內容未能精確的達到教學指標，有所遺憾。

三、統合活動

在媒體實作的教學活動中，最後是要讓學生檢視自己所編輯的內容，是否符合自己想要表達的意思，並且能清楚媒體素養意義下，影像語言的社會意義。雖然在先前的討論與課程實作中，有許多面向未能準確掌控，但在學生編輯影像之後的討論之中，可以發現學生能夠依據自己的編輯內容有所論述，並急切與老師有所討論，可知媒體素養的觀念與自我實作的主張已在其接觸後開始萌芽。雖然編輯手法與實際內容有所出入，對於內容的社會意義尚待老師進一步的教育與分析，顯現在眾多媒體素養能力與教學過程中，雖然某些操作的技術沒辦法在短時間內熟練，但學生可整體性的接受觀念與認知。

四、結論

運用多媒體素材(攝影機等)創作動態媒體作品做為溝通表達工具；知曉不同媒體類型(如新聞、戲劇、廣告)的完整製作流程以及運用各種媒體傳播工具(如電視、報紙、廣播)表達出自己、他人、社會的意見等三項能力指標似乎沒辦法在

這兩堂課就有所直接反應，也由於建於學生的心智發展，建議可移至國中時期。可增加理解媒體類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告)訊息中所傳達的意涵；解讀各媒體類型(如新聞、戲劇、廣告)所呈現生活樣貌與真實生活之差異與原因以及運用各種媒體傳播工具(如電視、報紙、廣播)表達出自己的意見等三項指標，對於國小學生來說，學習辨識媒體訊息以及學習媒體社會性意義是最基礎也最能夠讓學生體會媒體重要性的關鍵要素。雖說課堂目的是讓孩童藉由拍攝自己想瞭解的師長，與共同編制的戲劇，來回想與記錄與自己成長過程息息相關的人事物並且讓孩童藉由擬稿、拍攝、剪輯與共同欣賞，來學習與熟悉媒體的操作方法，並能在生活中運用。但站在媒體素養教育的角度，我們必須告訴學生媒體更深層的意義，才能在製作自己的媒體內容中，更了解影像、聲音等媒體內容的意義。

柒、張嘉倫老師

綜觀張嘉倫老師的課程施行過程，依據課程進行的順序，以及幾項現場觀察的評核項目，包括課程實施能夠呼應教學目標、課程實施能符合課程設計、課程轉化能力指標後實施的可行與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並提出相關建議：

一、引導教學：

此階段課程設計教師透過新鮮食物與放在常溫下一整天的照片之比較，讓學生體會與比較其中的差異。由於先前課程已討論過食物變化的可能原因，使得學生具備足夠之課程準備度與先備知識，知曉新鮮食物保鮮術與廣告影片之的食物之差異並非自然所致。因此本階段的討論相當踴躍且吻合所欲傳遞的概念。這樣的教學法與鄭智仁老師授課模式相同，在所欲融入的授課單元之前，先傳遞學童應具備的基本知識，或將媒體素養教育以延伸的方式融合進課程單元中，使得整體教學流暢而不突兀，避免「為融入而融入」的僵硬。

二、發展活動與統整活動

本段教學首先藉由「別小看我－廣告照片為什麼這麼美」影片的觀賞，讓學生認識食物拍攝的手法，觀賞過後，教師借由團體討論的方式，讓學生發言整

理影片中所習得的拍攝手法，建立深刻的印象，深化影視文本傳達的概念。討論過後則引導兒童思考無法長久維持鮮美的食物，遇上長時間的拍攝，應如何保存？繼之二次播放「別小看我—信不信由你」影片，讓學童了解廣告中看似美味的食物如何藉由各種化學製劑，人工再現，挑動你我的味蕾。影片播放之後則透過影片中介紹的果汁、冰淇淋與咖啡等手法，讓兒童親身體驗製作廣告食物道具的過程。並在統整活動階段，請兒童思考該組實作不成功的可能原因及改進方式。

本教學活動各單元間銜接順暢，值得討論的是張老師運用了兩部別小看我影片，由了解廣告照片拍攝的手法進入廣告食品道具的製作，在同一堂課中由淺而深地完整傳達了有關廣告道具、拍攝手法等概念。許多教師在實踐媒體素養教學時，一旦運用別小看我此類教學節目作教學資源，往往難以跳脫文本內討論的議題、靈活搭配現有課程使用，或出自於教師對影視文本內容不熟析，無法取捨使用片段，然如此一來，卻使得教學某個程度地為文本所限，難以順暢地與所欲融合的領域教學內容銜接。同時張老師在影片觀賞過後，均帶領兒童討論影片中看到的內容，此舉就教學技巧而言是強化印象，就媒體素養教育而言則有更深層的意義：再一次思考傳遞新知或翻轉刻板印象的廣告文本，其手法與目的是否相符，或反而再製、強化了本欲拆解的概念？不僅只是本次教學實驗，針對所使用的影視文本再次思考與對話的動作，亦是媒體教育中賦權與解放的重要開端。

實作課程的進行，透過讓兒童動手實驗廣告道具製作的方式，體驗製作過程會遇到的問題、運用的技巧與造成的效果，可加深兒童的印象。然而這樣的實作學習者需深刻認知實作的目的為何？否則實作便成為再製刻板印象或錯誤訊息的歷程，亦即所謂「技匠的陷阱」。

捌、 鄭智仁老師

綜觀鄭智仁老師的課程施行過程，依據課程進行的順序，以及幾項現場觀察的評核項目，包括課程實施能夠呼應教學目標、課程實施能符合課程設計、課程轉化能力指標後實施的可行與流暢性、此能力指標轉化課程學生的反應度等，本研究做出以下觀察並提出相關建議：

一、引導教學：

帶領學生討論廣告吸引閱聽人的手法，並討論廣告商品與實際商品的差別。學生都能熱烈參與討論，並回答出數個電視廣告用來吸引觀眾的手法，以及一般商家用來吸引消費者的手法。在讓學生對於廣告與實際商品的差異有了初步瞭解之後，進入發展活動，教師先播放「別小看我」影集「信不信由你」單元中，食品廣告製作與拍攝的片段，並在播放完畢後帶領討論，請學生舉出其他食品廣告與生活中常用的食物促銷手法。在此階段，除了討論媒體內容之外，還思考日常生活中常見的促銷手法，例如為水果打上燈光、食品加上化學藥劑、色素等，從學生的日常生活經驗出發，讓學生體會食品廣告的多元方式，真正瞭解廣告商品與實際商品的差距，達成預設的教學目標，並成功轉化媒體素養能力指標 2-1-3、2-2-4，以及健康與體育能力指標。由學生熱烈的參與程度來看，教學計畫實踐的可行性佳，且學生反應熱烈，讓教案順利進行。在此建議，食品廣告的討論可以涵蓋廣告訴求的對象與相對應的廣告行銷策略，可舉針對兒童發售的商品為例，如 Qoo 果汁飲料，讓學生瞭解與其切身相關的商品是如何強力的透過各種管道瞭解其需求並為其量身打造商品與行銷策略，使學童難以抗拒商品與廣告的威力，加強本次教學媒體素養教學融入的深度。

二、發展活動：

接下來教師介紹廣告與媒體的關係，內容為廣告收益與媒體組織的關係，介紹「廣告」、「廣告商」、「廣告主」、「閱聽人」之間緊密的聯繫及運作的方式。並介紹「公平交易法」對於消費者權益的保護。本階段由教師用 PTT 簡報軟體進行概念的介紹，學生則專心聆聽，但沒有相關的檢核工具，無法瞭解學生對本主題的吸收與理解程度，建議類似此類的媒介組織運作過程，為免因為學生第一次接觸、資訊設計過於複雜而影響了吸收與理解，可多舉例說明，或設計檢核工具測試學生的理解程度。另外，在保護閱聽人與消費者的權益方面，建議可再介紹「媒介近用」的概念，讓學生懂得使用媒介搜尋相關資訊，利用媒介將廣告不實、消費者權益受損的情況記錄下來，並透過媒介發表（如發表在個人網站，或投書相關單位或業者、或投書報社），除了喚醒大眾注意，保護更多消費者與閱

聽人權益之外，也可提醒媒介組織、業者或相關主管機關注意。

三、統合活動：

最後的綜合活動，總結選購食品飲料時需要注意食品衛生與添加食物是否合乎標準，而非貪圖食物外表美觀而購買。並發下「超商商品總體檢」學習單，讓學生到超商突擊檢查，找出實際商品與廣告商品不符者。本階段觀察發現，對於食物成分標示教師只有稍微提及，且為談到衡量食品衛生與添加食物的標準為何、應如何判定，即學生可能知道購物時應該參考食物標示的資訊，但可能不知道如何才是符合標準。另外值得一提的是「超商商品總體檢」學習單的設計，只要稍加延伸，可以培養學生平常觀察身邊事物，並將觀察成果透過近用媒體來發聲的能力。透過到超商內找出與廣告不符的商品，將消費者需要注意的事項註記下來，即可公布在學校或社區網站上或報紙上，最先受惠的便是學校與社區居民，如此實際操練的過程，除了可以加強媒體素養融入教學的深度與廣度外，還可讓學生實際體會媒介近用的影響力與重要性。

四、結論：

縱論本次教學觀察，可以發現整個教學活動進行順暢且實踐可行性高，且學生全程熱烈參與，與教師擁有良好的互動，並順利達成各項教學目標及多項能力指標；然而在健康與體育的能力指標方面，2-1-4-9 以及 2-2-4-9 較難由本次的教學活動達成，因本次教學活動對於食物安全與如何辨識與衡量健康與安全的食物方面僅稍微提及，沒有做深入的介紹，建議可以在施行媒體素養融入教學前，先以健康與體育領域原有的課程內容教授學生，有關食品健康與安全的衡量標準。本次實驗教學計畫，共有兩位健康與體育領域的老師參與，然而都發現共同的問題，即無法兼顧媒體素養融入教學與健康知識的提供，希望本研究的發現與建議可讓未來有意投入此領域的教師更為關注媒體素養教學與健康與體育領域能力指標間的結合，或可從其他健康與體育領域原本的課程中進行補強。

第四節 學生學習自我回饋

美國心理學家布魯姆(Bloom)將教學目標分為「認知」、「技能」與「情意」等三大類，在認知目標中強調知識結構的學習；技能目標則偏向肢體動作的練習；情意目標則注重情感、道德與價值觀的建立。透過教學目標的明確定位，可提供教師在課程設計時，須兼顧這三大類目標且相互關聯，安排相關活動，讓學生學習成果更加多元與豐富，才能稱之為完整的學習。藉此，評量依準也應透過「認知」、「技能」與「情意」三方面的檢核，以知曉學生在學習歷程中的學習成效。

為了得知學生在本次媒體素養融入正式課程的實驗教學中所獲，特別依認知、情意、技能三目標層面設計開放性問卷，並讓老師依課程狀況額外設計一個問題，以得知學生學習成效。

- ◎ 在認知目標上，著重在學習者自我省思新學習事物的理解記憶層次。
例：我在今天所上的課程中新學到了什麼？
- ◎ 在情意目標上，著重學習者對人事物態度或價值觀的培養學習，以表現出相關價值判斷、信念與態度的行為表露。例：我覺得今天所上的內容，有什麼用處（價值）？會不會影響我以後面對生活中媒體的態度與行為？
- ◎ 在技能目標上，著重學習者肢體動作運用熟練之能力，以喚起「知覺」經「準備狀態」而「模仿」、「機械運動」、「複雜反應」達「創新」動作之學習。例：我從今天所上的課程中，學會了哪些可以動手做的技巧？

為了不框限學生的作答範圍，此次回饋單上的問題依認知、情意、技能等三教學目標層面設計開放式題型。不過，在考量學生填答過程中，往往依其印象最深刻的部份描述，而不易測出其學習成果的全貌與能力，因此，下述所分析學生的學習成效，以提供知曉學生普遍反應之參考，不成為憑定學生在學習媒體素養教育成效之唯一依準。下面則依上課內容分析媒體素養融入各領域教學之學生回饋：

壹、 媒體素養融入社會領域

一、主題名稱：從台灣走向世界(康軒六下：一、台灣與亞洲)；2 節 80 分鐘

本融入課程談論對外籍配偶的觀感，發現學生大部分（85%）都是透過媒體資訊以形塑對他們的形象描述，很少有親身接觸體驗的經驗。在上完此次課程後，學生在「了解外籍新娘與新移民女性稱呼的差別(23%)」、「體認他們的想法與感受(28%)」、「對他們是來認真工作，而非來騙錢的印象改觀（38%）」等三方面較有所認識，並認為下次若在媒體中看到報導他們的消息，會希望媒體不應只報導壞的面向，而應把他們跟台灣人一樣辛苦工作的一面呈現出(80%)；而也有少許同學會轉而積極關心他們(9%)。

二、主題名稱：明察秋毫(康軒五下：團體與生活)；2 節 80 分鐘

本課程透過對社區的關懷，尋找媒體中相關的新聞及標題如何呈現社區現象，以了解媒體再現與現實的差異。學童在此課程中，主要學到「標題與內文搭配(53%)」及「標題內容元素(26%)」之認知知識，對此將有助於生活中解讀媒體的訊息，因此，多數學生認為「知道定標題的關鍵要素(33%)」將有助於影響生活中面對媒體的影響；至於在技巧方面的學習，大部分學童認同於學習到「定標題的技巧(93%)」。整體而言，學生對於此課程之省思大部分皆環繞在標題擬定之相關要素認知取向上。

貳、 媒體素養融入自然與生活科技

一、主題名稱：媒體保鮮術(牛頓四下：一、能源與食物)；2 節 80 分鐘

同學原本對於食品廣告片(或照片)中所呈現的食物都十分信以為真，認為有吸引自己購買的效果，後經揭示廣告片中有些食物為了拍攝效果而造假，都覺得相當有趣；並在實際操作過程中，皆瞭解製作假冰淇淋、假咖啡、假果汁的方法與學習到實際操作的能力，因而普遍認為廣告道具師是相當辛苦不易的，當下此再看到食品廣告時，大部分的同學會認為這些食物都是假的，而有少數同學主動自我呈述不會再輕易被吸引而衝動購買。

參、 媒體素養融入藝術與人文

一、主題名稱：光影魔術師(康軒四下：一、空間與音樂)；2 節 80 分鐘

本課程中延伸音樂與空間的關係，探討了音效在媒體作品中的成效。學生在學習過程中以學會製作音效的認知學習較為明顯(81%)，其他在認同音樂的多功能展現(27%)、音效功能(18%)等認知上都有些許了解，並透過課程而改變「聲音可能是假的、不一定是真實」的想法態度為多(45%)。至於在技巧上的學習，則普遍(63%)皆學會音效的簡易操作，如腳踩錄音帶、拍大腿為最多人會操作。

二、主題名稱：媒體電影院（康軒六下：三、珍重再見）；2 節 80 分鐘

為了製作畢業的紀念光碟，課程中透過媒體的操作讓學童學會使用攝影機、照相機、電腦剪接軟體等工具，紀錄校園中的回憶點滴，對此，學生自省在課程中學會電腦等軟硬體設備最為印象深刻(65%)，而在課程中以學習到編輯影片、配樂、配音等技巧的人最多(65%)，並有 29%的學童認為媒體在生活中所扮演的角色是傳遞訊息的正向中介角色，促進瞭解世界的望遠鏡或放大鏡功能。深入探究此課程對生活的幫助，最多學生(60%)認為可以將此拍片工作當成未來職業的選擇，或幫助自己及周遭朋友製作短片。

肆、 媒體素養融入健康與體育

一、主題名稱：廣告的魅力（康軒一下：健康加油站）；2 節 80 分鐘

學生對於商品的認識，往往來自於廣告中的介紹，在透過課程中揭示廣告的行銷手法與對消費者產生的影響力後，學生普遍認為(88%)此課程中所學習到的事物是廣告會騙人的，不要去相信廣告；相繼也影響大部分學童（70%）自認為會對於生活中的廣告包裝與行銷手法有所思辨，而不易衝動消費。其中，在影響學童觀看電視廣告的看法因素中，有 52%的學童會受老師的教導而影響，23%的學童自認為因聰明而具辨識能力。

二、主題名稱：廣告內幕大公開(南一五上：三、營養知多少)；1 節 40 分鐘

本課針對食品廣告的宣傳內幕進行了解，進而希望學生在選購食品時，除了不要被廣告迷惑了之外，還要注意食品衛生及添加物是否合乎標準，以確保食用的安全與健康。大部分學童在此課程中主要學習到「廣告如何製作、廣告產業各階段的關係(33%)」、「廣告不一定是真的、廣告與實際商品的差別(33%)」、「為

什麼要用假產品拍廣告（33%）」的觀念，進而影響認為食品廣告與實際商品會有差距，比較不太信任媒體(51%)，也有 22%的學童認為不會受到影響。至於，所學習到的技能，以製作出廣告中常出現的假食品操作能力最多(66%)。

伍、 媒體素養融入綜合領域

一、主題名稱：性別你、我、他(康軒四下：二、性別新視界)；2 節 80 分鐘

媒體中常涉及對於性別的描述，此課程透過了解性別的差異與對團體的重要性，以探究媒體內容中對性別的不當刻板印象。學生在此課程中主要認同於「男女職業平等是相當重要的(100%)」，並認為課程內容會影響以後看電視廣告時，會注意到訊息與現實的差別(66%)，及體認到廣告對生活的影響性，在於傳遞錯誤的觀念(77%)。

綜上所述，發現大部分的學生在認知方面有較明顯的改變，不論是知曉媒體再現與生活真實面的落差、廣告的行銷手法、媒體操作知能等，在經媒體素養教育的教學後，大部分學童都能明白媒體並非能完全正確地反映出真實的一面，其所呈現的訊息中，皆有複雜的產製過程。除此之外，還發現學生普遍對於操作知能有較高的理解成效，探究原因，在經由實作的過程中，學童對技能知識有較高的興趣與深刻的印象。在情意態度方面，則發現學生在經由課程學習後，對於媒體文本會有較為謹慎思考的態度，不太相信廣告的訊息，甚至會有學童認為廣告對生活的影響性，在於傳遞錯誤的觀念，傾向負面的批判態度。相較之下，在技能學習上，只要課程設計中有操作性學習，則普遍受到學生的深刻記憶與自我肯定學習成效，但受限於沒有實際操作檢核，因此，只能透過學童自我描述其操作的學習成效。

第五節 教師省思回饋

教師在參與整個實驗性教學歷程，一開始從適切的領域中選擇可融入媒體素養概念的教材，後經引用本研究所擬定之媒體素養教育能力指標，依此分析課程目標與教學方法，規劃出課程教案以實踐。藉此，為了得知本研究所擬定之媒體素養教育能力指標之適切性與教師參與實踐性教學的省思，特設計相關量表，以

得知教師對於媒體素養教育能力指標之看法，與課程實施之困難度省思。

壹、 教師對媒體素養教育能力指標的看法

一、整體指標的原則性：

要進行各種政策的規劃，必須先確認規劃的原則，才能使整體的規劃達到系統性與完整性的目標。有關能力指標的建構原則，本研究參考姜鳳華（2001）、黃政傑（1996）、Gray & Jesson(1994)、余霖（1999）等論著，整理出適合建構分段能力指標之原則，有以下幾點：

1. 方向性：從宏觀思考層面上，必須把握教育性質與教育目標的方向，並能反應出重要的國家價值。
2. 一致性：從微觀思考的層面上，指標必須是具體的、行為的、反應事物本質的、與目標一致的。
3. 系統性原則：係指指標建構系統應具備有整體性、關聯性與層次性。整體性為內容的完整性，注意縱向系統的銜接與橫向統整性；關聯性即為指標之建構需考量外部環境與內部內容的各關聯性；層次性則指指標應能表現出能力分層次的概念。
4. 獨立性：指各指標之間都能獨立的提供訊息，沒有重疊的關係，以避免資訊的冗餘或加大權重。
5. 均衡性：重視學生在認知、情意、技能三大層面的均衡發展。
6. 可測性：指標內涵雖是敘述性內容，但是應可以透過調查或測量瞭解是否達成指標所定的水準，以作為修訂課程及改進教學的參考。
7. 可行性：指標的建構應考慮可行的問題，不可使其流於口號之吶喊或抽象之思辯內容，而缺少可驗證與實踐的可行性。
8. 可接受原則：包含：1.指標要切合實際；2.指標應有鑑別力 3.設計指標時應考慮有足夠的訊息可資運用 4.設計指標時要考慮有足夠的訊息可資運用；5.指標量化的方式不宜過於複雜。
9. 前瞻性：指標具有時間性，應不斷加以更新，以符應時代的改變，原則上一套指標以十年為試用期限；至於指標與課程標準應是互相參酌之依據，也可作為修正的參考依據，指標與測量間的關係亦然。

藉此，為探求本研究所擬定出媒體素養教育能力指標具原則性，將透過量表讓此次實驗教學之教師，對能力指標進行整體性檢視，其結果整理如下：

教師在量表中相當認同於此能力指標內容能把握教育性質與教育目標的方向，並認為此能力指標能適切地反映出未來教育重要的發展方向，與真實世界做適當結合，由此可知，教師們認同此能力指標是符合未來教育趨勢需求與貼切生活世界的反應。再者針對指標擬定的系統性上，教師普遍肯定此能力指標內容具備整體性，重視縱向系統的銜接和橫向的統整性，能力分層概念尚清楚，唯有些教師指出此指標間的獨立性不足，有重疊性的疑慮。在認知、情意、技能三大層面的均衡發展上，受到大多數教師的認同。但是在指標具體可行性上，則有些老師質疑指標可能不夠具體以經測量得知達成指標的水準，恐流於理想性之慮。

二、指標內容的適切性(就融入各領域的媒體素養教學指標而論)：

指標為了能成為教師擬定課程目標之依據，進而規劃課程，指標就應該具備一些基本的要素，以適切地反映出學科知識的內涵與考量課程實施之可行性。因此，本研究參考國內外敘寫指標之標準(黃政傑，1996；杜佳真，2004；盧雪梅，2004；Thompson，1999；Cronlund，2000；Mcrel，2001)，擬定指標內容適切性之要素，以讓教師評估本研究擬定之能力指標在實驗教學課程中的適切性。具備要素如下：

1. 此能力指標內容能反映媒體素養教育之重要知識、情意、技能。
2. 此能力指標內容能考量學生的先備知識、發展能力、成熟因素。
3. 此能力指標內容能適切考量實施時間(教學節數)、資源。
4. 此能力指標內容能與其他領域和相關議題形成關聯與結合。
5. 此能力指標的敘寫是以描寫預期學生的學習表現為主。(非教師的教學活動或教師表現)
6. 此能力指標的敘寫著重學生的學習結果。(非學生的學習歷程)
7. 此能力指標的敘寫能避免特定內容，才可以運用在不同的教學單元上。

在教師檢視自己實驗教學中所使用的媒體素養教育能力指標，大部分教師都認同該細部指標能反映出媒體素養教育之重要知識、情意、技能內涵。在課程的實施可行性上，部分老師認同此能力指標能反映學生的先備知識、發展能力、成熟因素與實施資源，有些表示無意見，但有一二位老師針對指標能適切考量實施時間、資源與其他領域結合之關連性，明確表示不認同，其差異的意見，值得需再針對不同教學內容所引用之能力指標作細部探討與修正。

在指標適切性要素中，提及指標的敘寫應要能符合學生的表現與學習結果，避免特定內容等要求，在經教師檢視後，大部分教師表示無意見或認同，較看不出此指標依此原則有修正的需要性。

三、指標敘寫的清晰性(就融入各領域的媒體素養教學指標而論)：

在目前九年一貫課程能力指標中有相當多的問題亟待解決，其主要問題在於未有一致規範與共識，有些指標敘寫過於模糊、有些把教學過程倒為能力指標的敘寫方式等（盧雪梅，2004）。鑑於此，本研究將參考國內外針對敘寫指標之清晰性（黃政傑，1996；杜佳真，2004；盧雪梅，2004；Thompson，1999；Cronlund，2000；Mcrel，2001），整理出以下原則，供實驗教師做為檢視之依據：

1. 此能力指標的用字遣詞清楚明確。
2. 此能力指標的敘寫能以動作為開頭。
3. 此能力指標的敘寫能讓教師清楚掌握。
4. 此能力指標的敘寫能明確寫出學習行為表現。
5. 此能力指標的敘寫能安排教學計畫或單元名稱。
6. 此能力指標的用字遣詞合乎邏輯。
7. 此能力指標的敘寫能避免有專業術語(專有名詞)
8. 此能力指標敘寫的格式有一致性。
9. 此能力指標的每個指標只包含一個一般性的學習成果。

檢視能力指標敘寫形式後，大多數教師認同於此能力指標的用字遣詞夠清楚明確，並能掌握以動詞為開頭，合於邏輯性；除此之外，在指標的實用性上，大

多數教師認同此指標敘寫方式夠清楚明確地寫出學習行為表現，與安排教學計畫。但在敘寫指標上應避免專業術語與只包含一個一般性的學習成果，則有 2 位教師對此指標表示不認同，深入了解發現在此指標中的確有涉及學科專業知識的簡稱用語，例：再現、閱聽人、媒體公民權..等，爲了尊重學科知識的簡稱用語與尋求教師解讀上的共識平衡，除了減少專業術語外，也應廣泛推廣相關知能研習。針對能力指標應包含一個一般性的學習成果，不同的學者有不同的看法，有學者認爲能力指標的敘寫方式有許多種組合，能力指標除含「能力」外，也含核心概念（卓家夙，2003），因此認爲能力指標中有單一能力搭配單一核心概念，也應有多種能力搭配多種核心概念，以避免能力指標窄化成為行為目標。

四、教師轉化能力指標教學的可能性(就融入各領域的媒體素養教學指標而論)：

能力指標是指學生在學習領域中，所應具備的知識、才能和態度，在整個教育活動中扮演著許多角色，它可以引導學生的學習方向，要求學生學習的標準，也可以作為教師教學的指標，更是教學效率或績效考核的依據，促進教育改革的泉源等。雖然，在一般實際的教學現場中，教師普遍依賴教學指引與教科書教材，很少從能力指標分析以轉化教學內容，但礙於媒體素養教育爲一課程新議題，無指引教材，需靠實驗教師從能力指標轉化成教學內容，以符應媒體素養教育之能力目標。因此在本研究中，試圖探究教師如何引用媒體素養教育能力指標以轉化實驗教學的可能性與困難度。

一般而言，轉化能力指標之適用方式，可分能力指標轉化爲學習目標的思考歷程及能力指標轉化爲課程設計的步驟兩部分。能力指標轉化爲學習目標時，教師宜先瞭解能力指標敘述內涵性質，掌握能力指標的能力與核心概念，確認關鍵詞，詮釋重要核心概念之後，再分析學生需求，決定教材範圍、層次及適合的年級，最後敘寫學習目標，且運用能力指標分析表，進行檢核。能力指標轉化課程設計時，可從教科書教材當中去建立整個學期的教材架構，再針對教材範圍深入探討、並構思各單元的基本架構以及詳細的教學活動流程與評量。並在課程實施之後，針對學生學習情形，隨時進行修正(蕭玉芬，2004)。藉此，本研究參考能

力指標轉化的歷程步驟，擬定相關量表以讓實驗教師自我評估將媒體素養能力指標轉化教學的可能性。

1. 我認同此能力指標設計的理念與意義。
2. 我認同此能力指標將有助於媒體素養課程實施。
3. 我能完全清楚此能力指標的內容及意涵。
4. 我能認同此能力指標將有助於自己在設計媒體素養課程與教學上。
5. 我知曉如何運用此能力指標轉化為學習目標。
6. 我知曉如何運用此能力指標設計課程。
7. 我知曉如何運用此能力指標轉化為評量學生的學習成效依據。
8. 我在實施媒體素養課程教學中，我認為有達到預定的目標。
9. 我在實施媒體素養課程教學中，我認為學生的學習成果不錯。

教師在自我評估將能力指標轉化教學的歷程中，都相當肯定此能力指標設計的理念與意義，認為此能力指標將有助於媒體素養課程實施。而在對於能力指標內容及意涵的了解程度上，大部份教師自我評估清楚指標內容，並認為此能力指標有助於自己設計媒體素養課程與教學上。在實際運用上，大部分教師在運用能力指標轉化為課程內容較有把握，對於能力指標轉化為學習目標與學習成效依據則較不知如何妥當運用。至於評估整體實施成效上，大部分教師較肯定自己在教學目標上的達成，對於學生的學習成效普遍以認同或無意見表示。

貳、 實驗教學省思

為了深入了解每位教師在參與實驗教學歷程中，所遭遇的困難與學生學習反應，將透過教師自我描述書寫在參與媒體素養教育實驗計畫時的教學心得感想，以深入得知其省思歷程。以下則分類整理所得：

一、教學實施之困難面向：

1. 對能力指標的理解：由於在進行實驗教學前，有針對擬定之媒體素養能力指標進行說明解釋，因此一般老師認為在理解上不造成困難，唯有些使用專業術語簡稱的文句上較難理解。
2. 將媒體素養課程融入各領域實施：有管幼仲老師反映課程內容與時間配

合方面有困難，容易導致為融入而融入的不適切性，以自然與生活科技為例，可張嘉倫老師則表示可融入部份較少。另鄭智仁老師反映將媒體素養融入健康與體育領域在設計上並無困難，但選擇的主題教受限制，因為九年一貫第二階段健體領域能與媒體素養有較強連結的部分，多集中在消費行為與身體意識，如無螺旋式進階課程，容易變成老調重彈。

3. 將能力指標轉化為學習目標、課程設計：此次實驗教師普遍還是先透過舊經驗尋找課程的發展議題，再著手設計教學流程，最後套用能力指標。此方式在設計課程時較易入手，也符合一般教師設計課程經驗，但容易會有偏離課程目標的疑慮，因此建議將學習目標、課程設計、能力指標間形成一個環扣，不斷檢視修正，以達到扣緊課程目標的確認。除此之外，有老師建議盡速發展配套的能力指標細則，有助於課程的設計。
4. 將能力指標轉化為評量依據：大部分教師認為現有的能力指標為綱要性依準，作為評量依據時會覺得不夠細緻，應要有更清楚的能力指標細則，以協助說明評量的標準。再者，部分老師認為媒體素養教育的影響比較屬於長期、內化，對學生想法的影響性很難用量化或文字資料來加以評斷。
5. 課程準備與資源運用：實驗教師多數反應運用於教學上的媒體影音資料不容易收集，常需耗費了一些時間。因此建議應盡速成立教學資源中心，以有效提供教師使用資源。
6. 課程實施的教學現場：一般而言，進行媒體素養教育的教學現場常需運用到多媒體的教學設施，因此教學設備的充實與否，對於媒體素養教學會有直接影響，以管幼仲老師進行日常生活影像拍攝和編輯的實驗教學課程而言，由於在電腦方面的需求較為嚴格，因此無法將 DV 拍攝好的影像轉換為電腦可用的影像檔，只能拿舊有的影像檔作為操作和練習之用。因此，建議一般老師在課程實施時，積極尋求可配合的資源，並考量對器材的熟悉與掌握度。
7. 學生反應：一般學生對於此課程與日常生活相關又是有趣的活動議題，因此上課反應不錯。鄭智仁老師反映學生最大的反彈來自於課後所出的作業，學生其實還滿喜歡上課的，因為教授的題材貼近生活經驗，且不

同於一般課本較僵化的內容，可是要做學習單就讓他們覺得是額外的負擔，必須用減少其他功課項目做為交換。另徐淳鈴老師反應在課程設計上，應考量學生所處的環境與心智年齡，有時因年紀小無法體會媒體中所描述的族群刻板印象困境，很難引起學生的共鳴。

二、學生學習反應：

普遍而言，學生在上媒體素養課時，對此議題頗有興趣，與老師的互動也極為良好，尤其在討論階段，都能積極的將自己的意見表達出來，課程參與度高。而實驗教師在深入觀察學生學習互動的反應後，提出相關的意見，整理如下：

1. 學生普遍在認知學習上有不錯的成效：相當多的實驗教師認為學生在上完媒體素養教育課程後，由於課程內容有趣貼近生活，因此在認知學習上反應不錯。例：黃珠美老師認為學生上完這堂課程之後，對於媒體傳達給我們在性別與職業之間的錯誤觀念，有更清楚的認識；張淑華老師觀察大部分學生在上完課程後，已經知曉報紙的標題功能，並表達出下標題應該注意的事項；潘葉茶老師發現學生在課程後，能立即體驗自己的消費行為的確受媒體所傳遞的訊息影響，省思自己原來常常被廣告所欺騙。
2. 課程內容需貼近學生的生活經驗：徐淳鈴老師反映在課堂中放了一些媒體和仲介在「促銷」外籍配偶時所用的廣告詞，但礙於學生對於大賣場或是電腦展促銷時的用語不熟悉，與對外籍配偶的認識不深，導致課程內容不夠親近學生學習生活經驗，很難引起學生的共鳴。
3. 學生對於媒體實作部份相當感興趣：管幼仲老師反應學生在利用媒體製作畢業影片過程中，雖內容涵蓋的範圍太廣，無法針對某一環節做獨立的拍攝或紀錄，導致拍攝出來的結果總是與腳本相差甚遠。但學生經此學習後，對於媒體實作部份產生極大的興趣，且極欲尋求額外時間練習。
4. 媒體實作課程學生需要更多的時間加以摸索：管幼仲老師反映學生在操作器材與進行影像選取和編輯時，常常需花許多額外的時間來練習或做錯誤嘗試，即使事先講解過或示範過，仍無法縮短學生自由探索的時間；因次在遇到與硬體或操作相關的課程時總是會需多花時間摸索，導

致課程常常無法在預期的時間內完成。

5. 有些學生在課程後願意與家長分享：張淑華老師分享觀察班上學生的反應後，發現由於本課所進行的課程內容是關於當地地區的文化報導，因此學生很有興趣願意與家人分享心得。
6. 受限於網路設備、參考資源不足，無法事先蒐集資料：爲了讓學童對於家鄉環境的更加認識，因此張淑華老師要學生事前準備石碇鄉的資料，但學生在家並無法完成，其一原因是家裡無網路，其二原因是家中無參考書籍。
7. 廣告對學生的影響力大：鄭智仁老師觀察學生平常在跟同學的互動過程中，常會改編廣告對白當笑話，或是模仿廣告的動作，甚至連超商店員的在顧客進門的廣告招呼也不例外。在透過此次實驗課程中，讓學生製作廣告的實作，發現學生其實多多少少都有抄襲時下廣告的嫌疑，即使不是像第五組那麼明顯，卻也仍會讓人有似曾相似的感覺，再次印證了廣告對學生的影響。
8. 部分學生對於捍衛自己的消費權益缺乏體認：鄭智仁老師在教導廣告內容中常潛藏商品消費危機的過程中，學生常覺得自己的年紀還小，認爲自己沒有力量去改變現狀，因此不太重視如何改變的可能性，容易輕易妥協。

三、參與實驗的心得感想：

參予此次實驗教學的教師，有些是屬於多年參與媒體素養教育的老師，有些則剛接觸此領域教學的教師，對於擔任此次媒體素養教育融入教學的實驗教學，他們都有些不同的心得感想與寶貴意見提供，呈現如下：

1. 鄭智仁老師：我自己設計教案的經驗（很有可能也是大多數現場教師的經驗），通常不會根據能力指標來設計教案，而是當教案寫完之後，再套用合適的能力指標。這樣的習慣並非表示能力指標不能直接轉化成教學，而是因爲在設計教案之始，並沒有限定要配合哪幾項指標，所以不會先預設立場要以某幾項指標爲主體來設計教案，而是視課文內容與媒體素養議題的連結，由議題切入教案設計。然而如果是設計學年的課程

規劃，由於每個學習階段訂有必須達成的能力指標，就可以根據這幾個特定的指標項目來規劃課程，但對於大部分教師而言，通常會遇到的只是進行教學設計的情況，而非課程規劃。由此可以發現，能力指標與實際教學內容中間其實存在著不小的落差，但這是跨科目的問題，並非僅出現在媒體素養能力指標。

2. 沈啓聰老師：以往我們所做的，是將媒體素養的議題找尋適當的領域與課程中融入，雖然也是創新，但是比較容易發揮。沒有想到這一次要倒過來在原有的領域課程中，找尋適合的單元融入媒體素養議題，以實踐指標之指導，卻是難上好幾倍。這或許正是值得我們繼續努力的原因，因為原來的領域課程中竟是如此缺乏可與媒體素養連結的介面。

然而指標的建立刻不容緩，但是指標的適應性卻要小心查驗，因為對於廣大從未參與過教學實驗以及未曾涉入媒體素養領域的老師來說，這個指標是否能清楚容易地被瞭解與應用，進而引起其動機設計相關課程來提升學生媒體能力是非常相關的。另外，對於一般老師而言，一本可以輕易上手的教學活動設計範例，與豐富的媒體教育相關資源，也將是開始想要實施媒體素養教學的老師最有用的資源。期待教育部在推行的過程中，能夠對這個議題多一些實質的關注與支持，讓目前應已刻不容緩應該要實施的媒體素養教育，不再只是靠少數人熱心的學者專家與教育界伙伴單打獨鬥來對抗這個媒體紛亂的世代。

3. 潘葉棻老師：其實有一套可參照的能力指標會比較好，尤其，目前國內媒體素養教育並沒有很多的教學資源或教材可提供教學使用，對於有興趣或有使命的教學者，若有一套能力指標可參照並進行轉化，至少會有一些依據或參考。在實驗教學中我自己也是受惠者。
4. 張淑華老師：從 93 年度來到永定國小，開始接受媒體素養教師的研習，在多次的媒體素養研習課程中，我認為確實提升了我自己的媒體素養。

以前對於媒體的傳播，身為閱聽人的我，似乎只有表達不喜歡卻無法說明真正的原因在哪裡，但是經由專家的分析指導，得知所謂的不喜歡，是可以再深一層去思辨與表達的。

我想媒體的教育目的亦是如此，一個小學生，他的思想是單純的，在眾多五花八門的媒體傳播中，他們也可能只是無條件的接受，甚至被影響。卻不知這些影響到底是正面的還是負面的。我想透過媒體素養教育，培養學生思辯的能力，是在當前媒體氾濫的景象中刻不容緩該進行的教育課程。

此次參與媒體素養實驗計畫裡，我的實驗課程是新聞標題的媒體素養教育課程，在課程設計之前，經過幾次嘉倫老師的詳細解說媒體素養能力指標的運用，實際轉化在課程設計上，是容易的且很得心應手，很感謝有這一份能力指標的產出，讓我今後在進行媒體素養教育的活動中，節省許多需要自行構思的教學目標。

5. 黃珠美老師：在這次的媒體素養教學的活動中，學生對職業與性別方面的刻板印象，大多都有一些清楚的認識，對於媒體上塑造的職業刻板印象，能理解媒體是爲了方便讓大家更快的去接受他所要訴求的事物。在課程進行當中談到律師、醫生、模特兒等職業時，有學生會說只要符合這些職業所需要的特質，就能擔任這項職務，而不去考慮性別的問題，我想學生們應該對這次的課程內容有所理解了。
6. 管幼仲老師：能力指標轉化爲教學在方法上其實非常容易，但要能確實在限定時間內完成全部課程卻很難，且媒體素養無一定評量規範或表格可遵循，因此在學生評量方面也存在著不少難題。