

第五章 研究結果與討論

本研究之媒體素養教育能力指標篩選係採模糊德爾菲術。透過計算模糊數的明確值，以求取出能力指標重要性的評比。依據 Linstone 和 Turoff(1975)指出，模糊德爾菲術通常約需 15 至 25 人參與，受邀參與率至少為 50%~60%(引自張毓敏，2005)。本正式問卷共發出十六份，回收十四份，回收率 88%，符合模糊德爾菲術通常約需 15 至 25 人參與，受邀參與率至少為 50%~60%的基本要求。

本章節旨在根據研究問卷調查所得的資料結果，進行研究分析與綜合討論，總共分爲三節：第一節針對正式研究問卷調查結果，進行指標重要性評比；第二節則是針對評比結果與相關文獻進行討論分析；第三節則是綜合整體分析各主題軸下能力指標的重要性差異。

第一節 媒體素養教育能力指標重要性評比

本節主要係依據問卷調查結果，透過統計技術軟體加以分析，將擬定之媒體素養教育能力指標加以評比。其中，總評分值係專家群意見之共識，數值越高則越重要。統計結果呈現指標之相對重要性，亦即評分較高的指標表示該指標被認為比較重要，但評分較低的指標並不表示不具備教學價值，而是需討論受到忽視的內部因素與存在價值。

以下則依據擬訂之媒體素養教育能力指標之五大主題軸進行分類分析：(一) 瞭解媒體訊息內容、(二) 思辨媒體再現、(三) 分析媒體組織、(四) 反思閱聽人的意義、(五) 影響和近用媒體。由於本研究之能力指標有因應能力分層區分出兩階段學習，因此會更深入探究在不同學習階段的能力指標重要性差異。

一、瞭解媒體訊息內容：

在「了解媒體訊息內容」主題軸中第一階段的能力展現，在於讓學童透過認識媒體各式各樣的傳播管道，從中尋找媒體的資訊並欣賞媒體各種不同的訊息類型，以描述所學習到的資訊。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第一學習階段中，各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-1。其中，各指標間重要性的區別並不顯著，大致約界於 0.6-0.65 間，以指標「1-1-4 看、讀、聽媒體的訊息，並描述所學習到的事物。」總評分

值最高。其次分別是「1-1-2 欣賞與區別媒體中各種不同的媒體訊息類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告等)」，而指標「1-1-3 知道如何從生活中各種不同媒體傳播管道(平面、電子)尋找資訊。」的重要性相對低。

表 5-1-1 第一主題軸「了解媒體訊息內容」第一學習階段問卷調查結果

第一主題軸第一學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
1-1-1 認識生活中各種媒體傳播管道(平面、電子)。	0.765	0.536	0.614
1-1-2 欣賞與區別媒體中各種不同的媒體訊息類型 (如新聞、戲劇、卡通、廣告等)。	0.776	0.496	0.64
1-1-3 知道如何從生活中各種不同媒體傳播管道 (平面、電子)尋找資訊。	0.741	0.551	0.595
1-1-4 看、讀、聽媒體的訊息，並描述所學習到的事物。	0.785	0.491	0.647

在「了解媒體訊息內容」主題軸中第二學習階段的能力展現，在於較高層次對於媒體各種傳播管道、各訊息類型進行特性與差異性的理解，從中分析媒體內容中組織材料的形式，並知曉傳播管道的差異會影響理解力等認知性能力，而此些能力的培養皆是對媒體文本進行最基礎的認識。除此之外，在同一主題軸下此階段有別於第一階段的另一特色，即是增加媒體工具的操作技能培養，透過認知媒體工具、媒體流程、製作技巧等實際操作技能，鼓勵創作出靜動態媒體作品，以做為溝通表達工具。另外，也由於新科技的到來，將影響著傳統媒體內容的呈現方式，鑑於此，探討傳播科技的禮儀使用與影響性，也成為此階段在「了解媒體訊息內容」主題軸下重要的學習內涵。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸中第二學習階段各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-2。其中，各指標類型的重要性區別，大致以對媒體文本進行基礎的認識與操作媒體工具做為溝通工具最為最重要，以指標「1-2-2 了解各種媒體訊息類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告等)的主要特性及差別。」總評分值最高。其次為「1-2-10 運用各種媒體工具/科技(照相機、網路等)創作靜動態媒體作品，做為溝通表達工具。」與「1-2-1 分辨生活中各種媒體傳播管道(平面、電子、數位)的特性與差異。」，而指標「1-2-8 了解傳播科技(網路、手機等)對媒體內容的改變與影響性。」的重要性則相對偏低。

表 5-1-2 第一主題軸「了解媒體訊息內容」第二學習階段問卷調查結果

第一主題軸第一學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
1-2-1 分辨生活中各種媒體傳播管道(平面、電子、數位)的特性與差異。	0.741	0.552	0.595
1-2-2 了解各種媒體訊息類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告等)的主要特性及差別。	0.751	0.545	0.603
1-2-3 察覺媒體訊息類型混淆的現象(如新聞廣告化、節目廣告化等)。	0.747	0.602	0.572
1-2-4 比較不同的媒體傳播管道的資訊，了解相同的訊息經不同的傳播管道會有不同的理解力。	0.698	0.534	0.582
1-2-5 分辨媒體內容中組織材料的形式(如報紙編排方式、戲劇公式等)。	0.668	0.591	0.539
1-2-6 認識製作媒體靜動態作品的相關器材，並了解媒體製作流程對媒體訊息內容的影響。	0.695	0.569	0.563
1-2-7 認識媒體靜動態作品的製作技巧(如攝影、音效、動畫、剪接等)，並了解這些技巧對媒體成品的影響性。	0.657	0.653	0.502
1-2-8 了解傳播科技(網路、手機等)對媒體內容的改變與影響性。	0.663	0.671	0.496
1-2-9 了解並遵守傳播科技使用的禮儀與法律規範。	0.728	0.589	0.57
1-2-10 運用各種媒體工具/科技(照相機、網路等)創作靜動態媒體作品，做為溝通表達工具。	0.746	0.548	0.599

總言之，此主題軸中第一階段的能力指標，在重要性上相當平均且共識性高，以理解媒體訊息能力為主；而在第二階段的能力指標，普遍而言重要性區別並不顯著，大約在 0.5-0.6 間，相當重視理解媒體基本特性與區別上，而在學習媒體使用的技巧、與了解新傳播科技的影響力較不受重視，需再加以探討。

二、思辨媒體再現：

在「思辨媒體再現」主題軸中第一階段的能力展現，僅在於讓學童懂得分辨媒體內容呈現的生活樣貌，將會與自己的現實生活有所差異，媒體並不能真實反應社會真實，進而明白最常接觸的廣告訊息，其實背後都有商業意涵的存在。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第一學習階段中，各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-3。其中，兩指標間重要性的區別差異相當大，以「2-1-2 明白廣告的訊息是爲了推銷商品或觀念。」所獲重要性共識相當高，值得探究。

表 5-1-3 第二主題軸「思辨媒體再現」第一學習階段問卷調查結果

第二主題軸第一學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
2-1-1 分辨自己現實生活與媒體內容呈現生活樣貌的差異。	0.726	0.591	0.567
2-1-2 明白廣告的訊息是爲了推銷商品或觀念。	0.823	0.433	0.7

在「思辨媒體再現」主題軸中第二階段的能力展現，則主要讓學童了解媒體所傳遞的訊息是不能完全再現社會真實的面貌，媒體常會透過一些刻板印象、或意識形態的型塑，讓我們誤以爲媒體內容所呈現的樣貌，是普遍存在社會的流行現象。因此，在此主題軸中的學習，主要是讓學童學會辨識媒體內容的真實度與可信度，進而針對刻板印象與意識型態進行訊息上的意圖判斷。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸中第二學習階段各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-4。其中，各指標間重要性的共識相當高，皆有很高的評價，大致皆界於 0.6-0.65 間，以指標「2-2-3 詮釋媒體的訊息並判斷意圖。」總評分值最高。其次爲「2-2-2 辨識媒體內容的真實度與可信度。」，而指標「2-2-1 了解媒體所傳遞的訊息不能完全再現社會真實樣貌。」的重要性則相對偏低。

表 5-1-4 第二主題軸「思辨媒體再現」第二學習階段問卷調查結果

第二主題軸第二學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
2-2-1 了解媒體所傳遞的訊息不能完全再現社會真實樣貌。	0.78	0.554	0.61
2-2-2 辨識媒體內容的真實度與可信度。	0.814	0.509	0.652

2-2-3 詮釋媒體的訊息並判斷意圖。	0.794	0.486	0.654
2-2-4 辨識媒體內容中關於年齡、性別、種族、職業、階級、性傾向等面向的刻板印象。	0.789	0.551	0.619

總言之，此主題軸中不論第一階段或第二階段的能力指標，專家們的重要性評比普遍而言相對高，相當重視媒體訊息的潛藏意圖，以冀透過對訊息意圖與真實度的解讀，以習得獨立判斷的思辨能力。

三、分析媒體組織：

在「分析媒體組織」主題軸中第一階段的能力展現，則在讓學童簡單知曉媒體內容都是經過層層包裝才得以呈現在大眾面前，不是自然真實的發生，也間接了解訊息在經過人的主觀處理下，將會產生不同的結果，再加上每個媒體內容在製播上都會受到許多因素的影響，而無法如想像中完全反映出社會的面貌。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第一學習階段中，各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-5。其中，兩指標間重要性的區別並不顯著，大致皆界於 0.6-0.63 間，以「3-1-1 知道媒體訊息是經過人的主觀處理而會產生不同的結果。」重要性較為高。

表 5-1-5 第三主題軸「分析媒體組織」第一學習階段問卷調查結果

第三主題軸第一學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
3-1-1 知道媒體訊息是經過人的主觀處理而會產生不同的結果。	0.781	0.527	0.627
3-1-2 明白媒體內容的製播會受到許多因素的影響。	0.752	0.544	0.604

在「分析媒體組織」主題軸中第二階段的能力展現，則深入讓學生了解媒體組織、廣告主、節目、閱聽人間的商業關係，知曉媒體從中扮演的角色與目的；透過媒體組織內部專業人員的工作性質了解，深入探究媒體訊息在經過層層守門中，可能影響訊息的選擇與組合，進而體驗媒體內部組織與外在權力(如廣告主)對媒體內容的影響性。除此之外，也對商業競爭媒體生態有較深刻的體認，以區別出公共媒體與商業媒體的不同，真實揭露商業媒体的本質。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸中第二學習階段各項指標所獲得的總評

分值，如下表 5-1-6。其中，各指標間重要性的區別差異大，以指標「3-2-2 察覺媒體訊息所使用的各種行銷勸服技巧。」總評分值最高。其次為「3-2-6 探討商業媒體競爭激烈對傳播內容的影響。」，而指標「3-2-3 辨識參與媒體製作的專業人員(如攝影師、導演等)，並描述基本工作內容。」的重要性則相對偏低許多。

表 5-1-6 第三主題軸「分析媒體組織」第二學習階段問卷調查結果

第三主題軸第二學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
3-2-1 了解媒體組織、廣告主、節目、閱聽人間的關係。	0.652	0.658	0.497
3-2-2 察覺媒體訊息所使用的各種行銷勸服技巧。	0.737	0.584	0.576
3-2-3 辨識參與媒體製作的專業人員(如攝影師、導演等)，並描述基本工作內容。	0.595	0.721	0.437
3-2-4 了解媒體內部組織與外在權力(如廣告主)如何影響媒體內容的選擇與組合。	0.686	0.605	0.54
3-2-5 欣賞公共媒體的內容，並比較其與商業媒體的差別。	0.697	0.615	0.541
3-2-6 探討商業媒體競爭激烈對傳播內容的影響。	0.724	0.592	0.566

總言之，此主題軸中第一階段的能力指標，在重要性的評價與共識上皆高；而在第二階段的能力指標，普遍而言重要性區別顯著，以察覺訊息內容中的勸服技巧與討論商業媒體競爭最為重要，而不甚重視媒體專業人員的工作性質。

四、反思閱聽人的意義：

在「反思閱聽人」主題軸中第一階段的能力展現，在讓閱聽人從小學會勇於發表自己的媒體經驗，並懂得尊重他人所分享的媒體經驗，進而檢視自己使用媒體的行為是否恰當，省思自己是否曾受媒體影響，知曉有些特定的媒體訊息是會設定銷售族群，而自己則可能是其中的目標對象。透過自我省思媒體與自身的關係，進而學會主動選擇媒體，讓使用媒體的主導權從小是掌握在自己手上的。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第一學習階段中，各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-7。其中，各指標間重要性的區別並不顯著，大部分皆在 0.6 以上，相當具有高度顯著性。其中，以指標「4-1-6 知道自己是特定廣告中的銷售對象。」總評分值最高。其次為「4-1-5 說出自己日常生活中受到媒體影響的

經驗。」，而指標「4-1-1 尊重每個人分享的媒體經驗。」的重要性則相對偏低一些。

表 5-1-7 第四主題軸「反思閱聽人的意義」第一學習階段問卷調查結果

第四主題軸第一學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
4-1-1 尊重每個人分享的媒體經驗。	0.713	0.601	0.556
4-1-2 檢視自己使用媒體的習慣。	0.788	0.552	0.618
4-1-3 分享自己對媒體內容的喜好與排斥。	0.771	0.532	0.619
4-1-4 學習主動地選擇媒體內容。	0.769	0.563	0.603
4-1-5 說出自己日常生活中受到媒體影響的經驗。	0.799	0.445	0.677
4-1-6 知道自己是特定廣告中的銷售對象。	0.822	0.434	0.694

在「反思閱聽人」主題軸中第二階段的能力展現，則是強化從閱聽人角度重新省思對媒體的觀感，以尊重每個人不同的媒體品味為開端，勇於表達出自己對媒體的見解，與思考使用媒體的習慣對生活的影響，進而能學會主動適度適宜的使用媒體。此部份的學習大致上是延續第一階段的加深，在加廣部份，則是察覺各種媒體訊息對於自己、家人、社會流行文化的影響層面，以深刻了解媒體可能會形塑流行文化的產生，而重新釐清自己從中的角色與受影響層面。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第二學習階段中，各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-8。其中，各指標間重要性的區別並不顯著，重要性評價相當高，皆在 0.6 以上，相當具有高度顯著性。其中，以指標「4-2-4 評估媒體內容的適切性，並學會選擇適宜的媒體內容收視。」總評分值最高。其次為「4-2-2 思考自己使用媒體的習慣對生活的影響，能適度使用。」，而指標「4-2-5 察覺各種媒體訊息對於自己、家人、社會流行文化的影響層面。」的重要性則相對偏低一些。

表 5-1-8 第四主題軸「反思閱聽人的意義」第二學習階段問卷調查結果

第四主題軸第二學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
4-2-1 尊重每個人不同的媒體品味。	0.781	0.556	0.613
4-2-2 思考自己使用媒體的習慣對生活的影響，能適度使用。	0.798	0.484	0.657

4-2-3 表達自己對媒體內容的經驗與觀點。	0.765	0.536	0.614
4-2-4 評估媒體內容的適切性，並學會選擇適宜的媒體內容收視。	0.804	0.481	0.661
4-2-5 察覺各種媒體訊息對於自己、家人、社會流行文化的影響層面。	0.751	0.545	0.603
4-2-6 了解媒體資訊是為特定對象(包括自己)設計內容。	0.763	0.504	0.63

總言之，此主題軸中第一階段與第二階段的能力指標，普遍而言重要性評價皆相當高，大致上皆在 0.6 以上，在第一階段則重視學童對於媒體影響的認知，在第二階段則相當重視選擇適宜的媒體內容收視與培養適度使用媒體行為的習慣。

五、影響和近用媒體：

在「影響和近用媒體」主題軸中第一階段的能力展現，則主要集中在讓學童知曉自己有對媒體內容有表達意見的權利，以奠基兒童青少年傳播權的第一步，知曉自身的傳播權與保障知的權利。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第一學習階段中，此項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-9。雖無其他指標數值可以比較，但從總評分值 0.672 中可得知其重要性是相當高的。

表 5-1-9 第五主題軸「影響和近用媒體」第一學習階段問卷調查結果

第五主題軸第一學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
5-1-1 知道自己有對媒體內容表達意見的權利。	0.818	0.474	0.672

在「影響與近用」主題軸中第二階段的能力展現，積極培養學童知曉自己的兒童傳播權，進而主動探討與參與表達自我意見的權利，從中關注兒童的隱私權、肖像權，及懂得選擇較為優質的電視節目觀看，以達其賦權（empowerment）的深層意涵。除此之外，「近用」此概念的學習目標呈現在能多參與體驗媒體製作過程的各種活動，及懂得運用各種媒體傳播管道表達出自己的意見與想法。而「影響」此概念的學習目標，則在於能主動將好的節目或不好的節目內容反應給製作單位知道。

根據問卷調查結果顯示，在此主題軸第二學習階段中，各項指標所獲得的總評分值，如下表 5-1-10。其中，各指標間重要性的區別大。其中，以指標「5-2-4 能主動將好的節目或不好的節目內容反應給製作單位知道。」總評分值最高。其次為「5-2-3 運用各種媒體傳播管道表達自己的意見與想法。」，而指標「5-2-2 體驗媒體製作過程的各種活動。」的重要性則相對偏低一些。

表 5-1-10 第五主題軸「影響和近用媒體」第二學習階段問卷調查結果

第五主題軸第二學習階段能力指標	右界值 μR	左界值 μL	總評分值 μT
5-2-1 討論媒體中關於兒童隱私權、肖像權的保障。	0.772	0.619	0.552
5-2-2 體驗媒體製作過程的各種活動。	0.677	0.656	0.511
5-2-3 運用各種媒體傳播管道表達自己的意見與想法。	0.789	0.489	0.65
5-2-4 能主動將好的節目或不好的節目內容反應給製作單位知道。	0.797	0.484	0.657

總言之，此主題軸中第一階段的能力指標，在讓兒童知曉自身有表達意見權力上相當重要；而在第二階段的能力指標，區別差異大，相當重視對媒體意見的表達，而在體驗媒體製作過程的各種活動上，較為低重要性。

第二節 媒體素養教育能力指標重要性分析

根據問卷調查結果，本節將分別從媒體素養教育能力指標之五大主題軸（一）瞭解媒體訊息內容、（二）思辨媒體再現、（三）分析媒體組織、（四）反思閱聽人的意義、（五）影響和近用媒體，進行重要性的高低排序，再從中挑選重要性較為顯著的指標，進行與理論間的印證分析說明，由於本研究之能力指標有因應能力分層區分出兩階段學習，因此也會更深入探究在不同學習階段的能力指標重要性分析。

一、瞭解媒體訊息內容：

媒體素養教育一開始的重點係在於讓學童能透過媒體文本的理解，懂得區別與知曉媒體中各種傳播管道與媒體類型訊息的特性與差異，進而運用媒體工具

創作，做為溝通表達的工具。根據問卷調查的結果，在「瞭解媒體訊息內容」主題軸中，最受到重視的指標，分別以粗體字標示，從中可發現在了解媒體的訊息類型與訊息意涵上，可說是最受到重視的層面。

表 5-2-1 第一主題軸「瞭解媒體訊息內容」之整體能力指標排序結果

1-1-4 看、讀、聽媒體的訊息，並描述所學習到的事物。0.647
1-1-2 欣賞與區別媒體中各種不同的媒體訊息類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告等)。0.64
1-1-1 認識生活中各種媒體傳播管道(平面、電子)。0.614
1-1-3 知道如何從生活中各種不同媒體傳播管道(平面、電子)尋找資訊。 0.595
1-2-2 了解各種媒體訊息類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告等)的主要特性及差別。0.603
1-2-10 運用各種媒體工具/科技(照相機、網路等)創作靜動態媒體作品，做為溝通表達工具。0.599
1-2-1 分辨生活中各種媒體傳播管道(平面、電子、數位)的特性與差異。0.595
1-2-4 比較不同的媒體傳播管道的資訊，了解相同的訊息經不同的傳播管道會有不同的理解力。0.582
1-2-3 察覺媒體訊息類型混淆的現象(如新聞廣告化、節目廣告化等)。0.572
1-2-9 了解並遵守傳播科技使用的禮儀與法律規範。0.57
1-2-6 認識製作媒體靜動態作品的相關器材，並了解媒體製作流程對媒體訊息內容的影響。0.563
1-2-5 分辨媒體內容中組織材料的形式(如報紙編排方式、戲劇公式等)。 0.539
1-2-7 認識媒體靜動態作品的製作技巧(如攝影、音效、動畫、剪接等)，並了解這些技巧對媒體成品的影響性。0.502
1-2-8 了解傳播科技(網路、手機等)對媒體內容的改變與影響性。0.496

根據文獻探討中發現，知曉媒體文本所傳達訊息的意義、特色、效果，進而學會分析、評估、詮釋媒體作品與影響力，在媒體素養教育中是相當基礎重要的一部份。而 Rubin（1998）認為一個具備媒體素養的公民，不論是在平面媒體

或電子媒體，都能加以解讀（或稱「解碼」，decode）符號、評估訊息、分析訊息內涵與產製文本（text），以表達思想、傳遞訊息之能力。若依 Rubin（1998）對媒體素養教育的詮釋，可發現此主題軸之最大貢獻在於提供解碼（decode）的基模，透過對媒體的深入解構，才能知曉媒體型態的差異與特徵，媒體語言敘事的規則，與具備產製文本的能力；此皆相扣連著閱聽人如何解讀媒體訊息的基礎能力，與發揮媒體近用影響的可能性，因此，不可小覷「瞭解媒體訊息內容」此主題軸。

其中，在此主題軸中，專家們普遍的重要性認同幾乎著重於辨識與了解訊息元素的層面上。若依英國在「瞭解媒體訊息內容」類目中所區分的三大面向-「媒體型態（media categories）」、「媒體語言（media languages）」、「媒體科技（media technologies）」中分析發現，國內專家們在現階段較著眼於理解媒體型態（media categories）」，即能區辨媒體形式與文本種類、功能此基本功能上。除此之外，則是重視「媒體科技（media technologies）」中能善用傳播載具以做為表達之工具。

相較於其他國家所著重的能力重點而言，很多國家在此領域的著墨處相當多，也常透過對媒體語言（media languages）的解析，評估訊息的意圖等用處，分析其可能的原因，則與各國在實踐媒體素養教育課程時，大部分是採融入語文領域偏多，而著重於媒體文本的認識、分析與產製上。除此之外，相較其他國家在此主題軸下的能力發展，發現國內專家們所著重的重點是較為淺化些，如加拿大安大略省語文藝術課二年級之媒體素養教育在「口語和視覺傳播」學習上期許學生能達成(吳翠珍、陳世敏，2004)：

- 看、讀和聽媒體簡單訊息、事實資訊，描述學習的事物
- 使用口語或各種不同媒體的規則（如句型結構），且符合二年級的程度
- 看、讀和聽媒體作品獲取資訊，完成指派任務（如觀看和閱讀電視、報紙氣象報導）
- 分辨廣告和節目差異（如廣播和電視）、廣告和內容文章的差異（如雜誌和報紙）
- 辨識不同的產製技巧（如電視、廣播、網路、光碟、錄影機），瞭解其不同的功能。
- 創作一些簡單的媒體作品（如設計玩具廣告）

可發現加拿大在瞭解媒體訊息內容上所著重的部分，不單是針對基本的媒

體類型進行了解與區別，而是更進一步使用媒體語言形式、蒐集資訊、知曉訊息對理解力的影響等較高層次認知運用。除此之外，加拿大安大略省也相當早讓學童接觸媒體產製技巧的運用。分析其原因，研究者認為可能與國內在推行媒體素養教育為初始階段，專家們認為很多學童對於基本類型的區辨與理解能力並不強，而值得多加以重視。

二、 思辨媒體再現：

當媒體藉著特定的符號系統與敘事語言結構，再度呈現了媒體主觀下所認知的社會真實面貌，在「思辨媒體再現」此主題軸下所要關注的議題是明瞭媒體再現的社會真實與實際社會真實面貌將會有所差異，進而檢視媒體再現中的真實與虛構，及如何影響人們認知真實世界的方式。根據問卷調查的結果，在「思辨媒體再現」主題軸中，最受到重視的指標，分別以粗體字標示，從中可發現在揭示媒體訊息的背後意圖上，可說是最受到重視的層面。

表 5-2-2 第二主題軸「思辨媒體再現」之整體能力指標排序結果

2-1-2 明白廣告的訊息是爲了推銷商品或觀念。0.7

2-1-1 分辨自己現實生活與媒體內容呈現生活樣貌的差異。0.567

2-2-3 詮釋媒體的訊息並判斷意圖。0.654

2-2-2 辨識媒體內容的真實度與可信度。0.652

2-2-4 辨識媒體內容中關於年齡、性別、種族、職業、階級、性傾向等面向的刻板印象。0.619

2-2-1 了解媒體所傳遞的訊息不能完全再現社會真實樣貌。0.61

根據文獻探討中發現，當媒體成為現今疏離社群中社會真實的傳播聯繫帶時，媒體的再現社會真實觀早已不能支持鏡子反射的論點，臧國仁(1998:32)指出：Parisi 認為，「真實」乃一種建構的符號活動，世界並非由「物質」所組成，而是語言意義的組合。當媒體型塑的真實面貌與真實社會有所差異時，填補其間的空隙與操弄邏輯，無非是「意識型態」的場域，意識型態意指隱含於各項社會文化所賦予的符號意義之後的整體性、規範性及指導性的權力結構 (Fisks, 1982；張錦華，1994)。意識型態被視為是「理所當然」、「天經地義」的「真理」。因此，張錦華(1994)指出大眾媒體一向被批判學者視為「意識型態的國家機器」，

其目的多在維護現存體制與利益團體。因此，揭示媒體中再現的存在與探究訊息背後的產製意圖就格外的受到重視，此也是媒體素養教育最常被提及的任務。

其中，在此主題軸中，專家們普遍的重要性評價相當高，且幾乎認同著重於揭示媒體訊息潛藏背後的意識型態與商業意圖。此與其他各國的能力指標相比，整理如下(吳翠珍、陳世敏，2004)：

- 加拿大安大略省語文藝術課六年級之媒體素養教育：辨識有缺點的資訊（如誇大宣傳、資訊單面陳述）與其影響閱聽人的方式。
- 英國之「資訊傳播科技」課程：詮釋資訊、查對資訊是否相關而合理；思考如果使用資訊錯誤或被省略的可能後果。
- 澳洲昆士蘭於藝術課程之媒體素養教育：學生比較媒體再現與個人的經驗的差異，並認識媒體的文本是被建構的。學生可分辨媒體以特殊方式來再現人，場所，經驗，其所再現的形式與媒體本質相關。學生可分辨各媒體形式所使用的再現方式。
- 美國德州於語文領域之媒體素養教育：詮釋和評鑑視覺影像創作者（如繪圖藝術家、插畫家、新聞攝影記者）再現意義的各種方式。

綜上所述，研究者在所尋找的各國實施案例中發現，各國在「思辨媒體再現」此一現象中，並不特別著重於揭示其背後的產製意圖，而較傾向分析媒體文本的再現本質與辨視資訊的正確性，其與國內學者再現階段所著重的重點稍有些不同，就其原因，研究者認為可能與國內媒體現狀的惡質競爭環境加烈，許多媒體文本常表現出明顯的政治意圖或商業意圖有關，而認為值得透過媒體素養教育予以培養思辨能力。

三、 分析媒體組織：

當體認媒體再現社會真實的必然性時，媒體組織無非是產製媒體訊息層層把關守門的作業生產線。產製後的媒體文本不但要能符合媒體組織利益與組織規範，還可能受到各種壓力團體的影響，讓媒體文本不可能真空呈現出原本事物的樣貌，因此，為了探究再現的成因，實必須對媒體組織有更深入的分析。根據問卷調查的結果，在「分析媒體組織」主題軸中，最受到重視的指標，分別以粗體字標示，從中可發現在知曉媒體組織在訊息處理上的影響與媒體組織所使用的各

種勸服技巧，可說是最受到重視的層面。

表 5-2-3 第三主題軸「分析媒體組織」之整體能力指標排序結果

3-1-1 知道媒體訊息是經過人的主觀處理而會產生不同的結果。0.627
3-1-2 明白媒體內容的製播會受到許多因素的影響。0.604
3-2-2 察覺媒體訊息所使用的各種行銷勸服技巧。0.576
3-2-6 探討商業媒體競爭激烈對傳播內容的影響。0.566
3-2-5 欣賞公共媒體的內容，並比較其與商業媒體的差別。0.541
3-2-4 了解媒體內部組織與外在權力(如廣告主)如何影響媒體內容的選擇與組合。0.54
3-2-1 了解媒體組織、廣告主、節目、閱聽人間的關係。0.497
3-2-3 辨識參與媒體製作的專業人員(如攝影師、導演等)，並描述基本工作內容。0.437

根據文獻探討中發現，媒體文本在產製的過程中，媒體組織所從中扮演的角色，是透過每個產製環節的層層守門歷程，體現每個媒體組織的風格，透過不同風格的組織，自然而然會左右了組織成員的工作態度和守門行為

(bantz,1990)。然而，媒體素養教育在其中所強調的重點，並非是探究守門的細部歷程，而是揭示守門歷程可能對媒體訊息的影響性，Shoemaker (1991) 曾從個人、常規、組織、媒體外部、意識形態等五個層面進行分析，探發現個人層面的價值觀與特質、常規層面的作業流程與截稿時間、組織層次的老闆和主管控制、媒體外部的政經因素或利益團體、意識形態層面的文化和政治意識等等因素都會影響媒體訊息的呈現。其中，商業媒体組織在商業利益的考量下，更是透過精心設計下的文本，運用各種行銷勸服技巧以吸引閱聽大眾的接受與消費，而此正是與公共媒體組織最大在本質上的差異性，而值得加以重視。

其中，在此主題軸中，專家們普遍的重要性評價並不高，大部分傾向認同於探討商業媒體的不良競爭影響與察覺其所使用的各種行銷勸服技巧。此與其他各國的能力指標相比，整理如下(吳翠珍、陳世敏，2004)：

- 英國的媒體教育以「誰生產媒體文本 Text？」、「媒體文本形式為何？」、「媒體文本如何被產製？」、「閱聽人如何理解文本？」、「目標閱聽人爲

何？」、「文本如何再現真實？」六個面向的媒體教育內涵，施行由幼稚園大班到高中的正式學制課程，並有完整的評量系統。但從新訂「全國課程標準」中，所新增的「資訊傳播科技」中則幾乎沒有媒體組織的探究。

- 澳洲昆士蘭於藝術課程之媒體素養教育：學生研究媒體文本的製作與過程中參與的人員。學生利用視聽再現的技巧與特定媒體的形式去呈現訊息給明確的觀眾。學生利用媒體語言的知識去建構，個人化或集體地為特定目的而創作，謹慎地選擇與綜合廣泛的媒體語言，工具並產製為特定觀眾所建構的意義。
- 加拿大安大略省語文藝術課六年級之媒體素養教育：辨識各種參與媒體製作的專業人員（如新聞撰稿者、攝影師、電影導演），描述其工作內容。

綜上所述，則可發現目前各國在媒體組織的探究並不是很完整，研究者在分析各國實施媒體素養核心內涵上，除了美國較無明顯突顯媒體組織的重要性外，其他國家在內涵架構中都會提及，因此研究者推測此主題軸的能力展現可能採融入媒體其他主軸中略帶過，或是安排在較高年段的學習，但也不排除重要性較低而較少談及的可能性。而其能力展現的重點，以澳洲昆士蘭與國內學者在現階段所著重的重點稍有些吻合之處，大部分著眼於媒體訊息經過人為處理的影響與媒體訊息所使用的各種行銷勸服技巧，但整體而論，此能力指標受到重視的部份相當的少。

四、 反思閱聽人的意義：

在獲取大量媒體資訊的同時，一般的閱聽大眾卻很少從中省思個人的媒體行為，知曉媒體對個人消費與生活時間配置的影響性，及自己身為媒體資訊接收者的意義，但是這往往讓無所不在的媒體左右著我們的價值觀與態度，而值得加以重視閱聽人的相對自主性。在根據問卷調查的結果，在「反思閱聽人意義」主題軸中，最受到重視的指標，分別以粗體字標示，從中可發現在知曉自己身為媒體行銷的目標對象與適宜選擇媒體行為，可說是最受到重視的層面。

表 5-2-4 第四主題軸「反思閱聽人的意義」之整體能力指標排序結果

4-1-6 知道自己是特定廣告中的銷售對象。0.694
4-1-5 說出自己日常生活中受到媒體影響的經驗。0.677
4-1-3 分享自己對媒體內容的喜好與排斥。0.619
4-1-2 檢視自己使用媒體的習慣。0.618
4-1-4 學習主動地選擇媒體內容。0.603
4-1-1 尊重每個人分享的媒體經驗。0.556
4-2-4 評估媒體內容的適切性，並學會選擇適宜的媒體內容收視。0.661
4-2-2 思考自己使用媒體的習慣對生活的影響，能適度使用。0.657
4-2-6 了解媒體資訊是為特定對象(包括自己)設計內容。0.63
4-2-3 表達自己對媒體內容的經驗與觀點。0.614
4-2-1 尊重每個人不同的媒體品味。0.613
4-2-5 察覺各種媒體訊息對於自己、家人、社會流行文化的影響層面。0.603

以 1960 年代傳播理論大效果論的理解下，閱聽人主要指”沈默的大眾”，只能默默的接受訊息，並完全受到傳播訊息所影響的角色；到了 1980 年代後的英國，在閱聽人的傳播研究上，將閱聽人由主流效果研究取向中的被動受眾的角色加以調動，研究典範逐漸將閱聽人視為一主動、獨立的意義建構個體（Morley, 1992）。在 1980 年代，新馬克斯主義的影響下，閱聽人變成個別的使用者；到了 1990 年代，閱聽人又變成獨立的選擇者，正是市場媒體引導下的選擇者（Lund, 2000）。由此觀之，閱聽人與媒體間的關係，看似乎是擁有了相對自主性與主動權，但卻也可能成為市場媒體引導的選擇者，雖有選擇權卻不跳脫受商業意識牽制的引導。因此，唯有引導閱聽人開始思索自己理解訊息的歷程，重新看待自身與媒體之間的關係與角色時，將會深刻體認個人與媒體產製消費者關係。除此之外，吳翠珍(2006)認為媒體素養教育重視個人對於自己如何理解文本的反思歷程，藉由思索不同閱聽人對於同一文本之可能差異性，閱聽人得以擴大對於文本可能衍生意義的多元想像。

其中，在此主題軸中，專家們普遍的重要性評價相當高，且幾乎認同著重於閱聽人要能知曉自身為媒體的目標對象，進而檢視閱聽人媒體行為，選擇適當

的媒體內容。此與其他各國的能力指標相比，整理如下(吳翠珍、陳世敏，2004)：

- 澳洲昆士蘭於藝術課程之媒體素養教育：學生描述和分辨媒體中所使用的語言，辨別那些是對他們訴求的元素。學生為媒體文本選擇目標對象和呈現方式。
- 英國之「資訊傳播科技」課程：培養對閱聽人需求的敏銳，並在傳播資訊時（例如：向他人展示作品、寫信給親朋、在網際網路上公布訊息），對資訊的內容和品質能仔細判斷。
- 加拿大安大略省語文藝術課之媒體素養教育：回應對所讀和看文本，並提供解釋、舉例與支持性的論述。陳述對閱讀和觀看素材的個人觀點，有條理地鋪陳觀點。發掘文本的資訊，支持個人對於相關主題和情境的觀點和主張。

綜上所述，研究者在所尋找各國實施案例中發現，除了美國外，其他國家關注在閱聽人能力指標上，所著重的重心並不太一致，澳洲昆士蘭強調於媒體目標對象的辨析；英國強調在培養對閱聽人需求的敏銳度；加拿大安大略省則鼓勵閱聽人主動發表言論。相較於國內學者在現階段所著重的重點-知曉自身受媒體影響的省思與主動選擇媒體收視的自主性，稍有些不同，研究者分析其原因，可能還是與國內媒體惡質競爭的現狀有關，讓學者們普遍認為因應現狀媒體內容所存在的不良負面影響時，培養學童對媒體內容具獨立自主地思考判斷能力，是有其必要性。

五、 影響和近用媒體：

在我國「媒體素養教育政策白皮書」中，曾提及媒體素養教育是一種「優質公民」的教育，目的是要造就在民主社會中，對無所不在的資訊，具有主體意志、獨立思考的公民，而其最終實踐的方式，將透過此主題軸來體現。在根據問卷調查的結果，在「影響和近用媒體」主題軸中，最受到重視的指標，分別以粗體字標示，從中可發現在運用各種管道以表達對媒體內容的意見，可說是最受到重視的層面。

表 5-2-5 第五主題軸「影響和近用媒體」之整體能力指標排序結果

5-1-1 知道自己有對媒體內容表達意見的權利。0.672

5-2-4 能主動將好的節目或不好的節目內容反應給製作單位知道。0.657

5-2-3 運用各種媒體傳播管道表達自己的意見與想法。0.65

5-2-1 討論媒體中關於兒童隱私權、肖像權的保障。0.552

5-2-2 體驗媒體製作過程的各種活動。0.511

根據文獻探討中發現，媒體公民所強調的是要將媒體使用者當作「公民」，而不是「消費者」。消費者只需付費購買，通常是一種消極、被動的角色，公民角色則不然，他應有權能夠參與媒體的運作（如近用媒體），有權知道媒體的運作及相關資訊，並且要有能力辨識媒體內容的良窳，從而知所選擇，發揮牽制媒體運作的間接效果（馮建三等，1999）。而公共新聞學則興起於一九九〇年代，它要求新聞工作者將人民視為公民，即公共事務的潛在參與者，而非看熱鬧的旁觀者；協助人民採取行動，而不僅是了解問題；改善公共討論的環境，而非坐視其惡化。

反觀現在，台灣雖然自詡為民主社會，但在政策制定上卻仍沒有太多公民得以介入的空間，因此，我們無法將全部希望僅寄託於政府的政策上，最重要的應該是需要閱聽大眾的參與與實踐，透過近用得以參與媒體運作，並將自己的意見表達出來，以擴大公眾意見的影響力，進而改善目前台灣惡質競爭所產生的不當內容，共同營造媒體公共論述空間。相對應專家們在此主題軸中所著重的重點，發現專家們相當支持閱聽人應勇於表達出自己的意見與想法，並積極將媒體內容的問題反映給相關單位知曉，以其有效督促媒體的進步。

依此與其他各國的能力指標相比，會發現此為國內教育部在推動媒體素養教育白皮書之時的創見，希能透過閱聽人知曉自身的媒體公民權（兒童傳播權），而主動的接近使用媒體表達自己的意見，並免於媒體侵害自身的個人或公眾權益，促進公共利益。

第三節 媒體素養教育能力指標綜合討論

本節是針對此次問卷調查結果，進行更深入之探究，試圖從整體數值分析中，以了解各主題軸間的重要性比對，更從中探究內涵意義，及對台灣媒體素養

教育所提供的啓示。

一、 各主題軸間重要性比對

爲了更深入了解各主題軸間的重要性比對，特別於下表整理出五大主題軸內各細部指標的總評分值。

表 5-3-1 各主題軸間之重要性比對

主題軸	(一) 瞭解媒體訊息內容	(二) 思辨媒體再現	(三) 分析媒體組織	(四) 反思閱聽人的意義	(五) 影響和近用媒體
第一學習階段	0.614	0.567	0.627	0.556	0.672
總評分值	0.64	0.7	0.604	0.618	
	0.595			0.619	
	0.647			0.603	
				0.677	
				0.694	
第二學習階段	0.595	0.61	0.497	0.613	0.552
總評分值	0.603	0.652	0.576	0.657	0.511
	0.572	0.654	0.437	0.614	0.65
	0.582	0.619	0.54	0.661	0.657
	0.539	0.61	0.541	0.603	
	0.563	0.652	0.566	0.63	
	0.502				
	0.496				
	0.57				
	0.599				
平均評價	0.5621	0.632833	0.526167	0.629667	0.5925

從上述表格中則可發現，各專家學者對於「(二) 思辨媒體再現」此主題軸的重要性平均評價最高，其次爲「(四) 反思閱聽人的意義」；最低的則是「(三) 分析媒體組織」。從中可發現幾個趨勢，其一爲各專家學者對於「(二) 思辨媒體再現」此主題軸的平均重要性評價最高，此正好符應以往台灣所實驗或關注的媒體

素養教育(識讀教育)中，普遍著重於對媒體再現、商業意圖等媒體內容進行思辨與批判的教學模式；除此之外，在此次的問卷調查結果中也發現，專家們不僅強調需培養學童對媒體文本的思辨力，越來越著重於閱聽人省思媒體的角色與如何透過閱聽人主動積極發表，近而發揮閱聽人的影響力，以培養良好的媒體行為習慣。探究此原因，可能與台灣現實環境中媒體惡質競爭的文化有關，因此，專家們特別關注在不良媒體環境潛藏於媒體文本中對學童的影響，也希冀媒體素養教育能引導學生積極踴躍省思發表的行動。

相對而言，在主題軸「(三) 分析媒體組織」的重要性層次上則相對最低，而此現象與美國在實踐媒體素養教育上的缺乏較為相同，研究者探究原因，美國可能與其文化工業的產製霸權有關，較少揭示其文化產製組織的一面；然而，國內學者們較為忽視此媒體組織的探究，則可能是在與其他主題軸相較下，認為實施的急迫性不強，因此重要性較弱。但研究者認為若要真正認知到媒體內容並不能真實再現原貌的現象，則必須透過對媒體組織的深究，了解媒體內容如何經過層層選擇、刪除、組合等守門歷程，與受外界壓力的影響，才能真實體會「媒體再現」的必然存在。

另外，在第一階段「(一) 瞭解媒體訊息內容」的主題軸上，則可從一些媒體素養教育實踐課程中發現，從以前到現在就常常是被忽視的課題，不論是對於傳播管道、媒體訊息類型、媒體語言、媒體形式等基礎性認知辨識，或了解其對於媒體內容的影響性，皆是很少被提及！一方面可能源自於台灣的教師普遍對於文本符號的認識與解析能力並不深厚，另一方面則是在有限的時間下，教師會選擇其他更重要的議題進行教學，而易忽視對媒體文本的最基本探究。

如此一來，透過各主題軸重要性的比較分析，可以更加確立現在與未來實施媒體素養教育的重心與方向，更在探究重要性較為不足的主題軸原因上，可以深入知曉主題軸各有其功能的彰顯，以冀讓每個主題軸的重心皆能不被偏頗地實踐。

二、 各主題軸內較高重要性顯著指標分析

從上節分析各主題軸細部能力指標的重要性後，則可發現每個細部指標在其主題軸下，皆帶有隱含的概念與重要性存在，為更深入了解各專家學者對於各主題軸內涵下的重點認知，特別整理出每主題軸下，重要性最顯著之能力指標，

以分析其內涵意義。

(一) 瞭解媒體訊息內容：

1-1-4 看、讀、聽媒體的訊息，並描述所學習到的事物。

1-2-2 了解各種媒體訊息類型(如新聞、戲劇、卡通、廣告等)的主要特性及差別。

(二) 思辨媒體再現：

2-1-2 明白廣告的訊息是爲了推銷商品或觀念。

2-2-3 詮釋媒體的訊息並判斷意圖。

(三) 分析媒體組織：

3-1-1 知道媒體訊息是經過人的主觀處理而會產生不同的結果。

3-2-2 察覺媒體訊息所使用的各種行銷勸服技巧。

(四) 反思閱聽人的意義：

4-1-6 知道自己是特定廣告中的銷售對象。

4-2-4 評估媒體內容的適切性，並學會選擇適宜的媒體內容收視。

(五) 影響和近用媒體：

5-1-1 知道自己有對媒體內容表達意見的權利。

5-2-4 能主動將好的節目或不好的節目內容反應給製作單位知道。

從上述整理中，可發現各專家對於媒體素養教育之推展，有以下共識：

1. 相當著重於媒體中所潛藏商業意圖的行銷策略：在學童所面對的媒體文化中，學者們普遍有極高的共識，認為媒體素養教育應要能積極負起揭示媒體文本皆是媒體組織精心設計下的產物，而其意圖則往往來自於增進本身營運的商業利益考量，因此，媒體訊息中會有各式各樣的行銷勸服技巧，以吸引閱聽人收視，進而販賣廣告時段以營利。如此一來，若學童無法察覺自己是特定廣告中的銷售對象，或能具備詮

釋媒體的訊息並判斷意圖的能力，則將不知自己可能成為媒體組織中急於討好的目標消費對象，而無法抗拒媒體訊息中對自己行為所產生的影響力。

2. 強調學童應學會自主意識地選擇適宜的節目收視：在目前國內媒體環境惡質競爭的情形下，媒體亂象接踵而來，如何教導學童能主動辨識媒體內容的適切性，自主地選擇適宜的節目收視，與養成良好的收視行為習慣，相較而言，是專家們普遍認為在此現狀下，媒體素養教育相當重要的重心發展。
3. 強調發揮媒體近用概念與影響力的產生：「主動、積極、近用、影響」一直是媒體素養教育最終的賦權目標，不論是視媒體為溝通的管道或主動將對媒體表現的評價表達出以發揮影響力，皆明白揭示媒體素養教育想培養二十一世紀面對媒體的孩子，是具有主控權與積極性行動的媒體人。

三、 各主題軸內低重要性顯著指標分析

如前所述，統計結果呈現指標之相對重要性，亦即評分較高的指標表示該指標被認為比較重要，但評分較低的指標並不表示不具備教學價值，而是需討論受到忽視的內部因素與存在價值。因此，在分析完各主題軸細部能力指標的重要性，與每主題軸下重要性最顯著之能力指標後，研究者更想透過篩選出低於整體能力指標之「總評分值」低標 0.557042 的能力指標，試圖探究其原因與存在之必要性。

(一) 瞭解媒體訊息內容：

1-2-5 分辨媒體內容中組織材料的形式(如報紙編排方式、戲劇公式等)。

1-2-7 認識媒體靜動態作品的製作技巧(如攝影、音效、動畫、剪接等)，並了解這些技巧對媒體成品的影響性。

1-2-8 了解傳播科技(網路、手機等)對媒體內容的改變與影響性。

(二) 思辨媒體再現：無

(三) 分析媒體組織：

3-2-1 了解媒體組織、廣告主、節目、閱聽人間的關係。

3-2-3 辨識參與媒體製作的專業人員(如攝影師、導演等)，並描述基本工作內容。

3-2-4 了解媒體內部組織與外在權力(如廣告主)如何影響媒體內容的選擇與組合。

3-2-5 欣賞公共媒體的內容，並比較其與商業媒體的差別。

(四) 反思閱聽人的意義：

4-1-1 尊重每個人分享的媒體經驗。

(五) 影響和近用媒體：

5-2-1 討論媒體中關於兒童隱私權、肖像權的保障。

5-2-2 體驗媒體製作過程的各種活動。

從上述整理中，可發現各專家對於媒體素養教育中較不重視之能力，有以下共識及趨勢：

1. 不太重視媒體技能的操作與產製過程的了解：為了區別媒體素養教育之宗旨與媒體職業教育的行為目標是有其差異性，一般專家們普遍認為實施媒體素養教育的同時，不必太強調媒體工具技能的熟練，旨在透過媒體工具的操作體驗，表達出溝通目的即可。因此，關於了解參與媒體製作的專業人員的工作性質，或體驗媒體製作過程的各種活動等都認為必要性不強。
2. 對於新議題取向的能力題材不太重視：從上述低於整體低標之總評分值的能力指標中，可隱然窺視專家們對於媒體素養教育之主觀觀感，大部分還是著眼於對再現現象之批判與培養閱聽人自主能力，相關於探討傳播科技(網路、手機等)的影響性，或探究公共電視的重要性與兒童隱私權、肖像權的保障等議題，則採較為保守的態度，也許此與匡正媒體惡

性競爭環境的急迫性有關，而認為此些新議題的必要性不強。

3. 對於一些媒體基本概念的學習不太重視：一般而言，專家們普遍對學習媒體素養教育基本概念之重要性，相當認同。然而，令研究者不解的是對於「1-2-5 分辨媒體內容中組織材料的形式(如報紙編排方式、戲劇公式等)」與「3-2-1 了解媒體組織、廣告主、節目、閱聽人間的關係。」，此兩項能力指標皆為理解媒體文本與媒體組織之重要性概念，為何受重視的程度不強？就研究者所進行的片面性詮釋，即有可能此些概念性認知對於增進媒體素養教育之批判自主思辨能力的成效，助益不大，因此，認為重要性不足。姑且不論真正原因如何，研究者還是相當重視此兩項能力指標存在的必要性，畢竟唯有透過分辨媒體內容中組織材料的形式，才能尋求媒體內容中的規律與公式，進而解讀媒體在其中操作的勸服技巧。另外，在透過對媒體組織、廣告主、節目、閱聽人間的基本關係了解，才能簡易認識到媒體在商業機制的考量下，其所扮演的角色與欲達到的目的，進而釐清閱聽大眾對媒體間的意義與互動關係。