

### 第三章 研究方法與設計

#### 第一節 研究設計

根據研究目的，本研究採取實驗研究法，探討幼兒媒體素養教學對於解構幼稚園大班幼兒的性別刻板印象之效果，藉由十二次媒體素養教學活動的實驗處理，看看有接受媒體素養教學的幼童，和沒有接受媒體素養教學的幼童，在性別刻板印象上是否有顯著的差異。

##### 一、實驗設計

研究採實驗組—控制組前後測設計（如圖 3-1），以幼稚園大班隨機抽取出的 50 名的幼兒為受試對象。以隨機的方式分成實驗組與控制組，分別施予「性別角色量表」之前測。

實驗組接受為期六週，總共十二個單元的媒體素養教學，每個活動約為 40 分鐘；控制組在實驗過程中不接受媒體素養教學的實驗處理，在原班進行該時段的自由活動，待研究結束，兩組在施以與前測同一份「性別角色量表」，進行後測，並計算各組的分數，比較兩組前後測分數的差異，進而推論教學實驗的效果。

	前測	處理	後測
實驗組 (R)	T1	X	T2
控制組 (R)	T1		T2

圖 3-1 實驗設計

##### 二、研究架構

為進行本研究實驗處理，研究者先自相關文獻探討，歸結出媒體素養教育之內涵，設計出十二個媒體素養教育教案，並邀請專家審核修訂及實際進行試教，發展出一套以性別刻板印象為議題，合適的媒體素養教學方案。

實驗時，先選取能力與特質大致相等的兩組大班男女幼童為對象，隨機分成實驗組與控制組，其中一組幼兒接受媒體素養教學，另一組幼兒未接受媒體素養

教學，歷經十二次方案教學後，測量比較兩組幼兒的性別刻板印象，由其差異情形來推定媒體素養教學的效果。

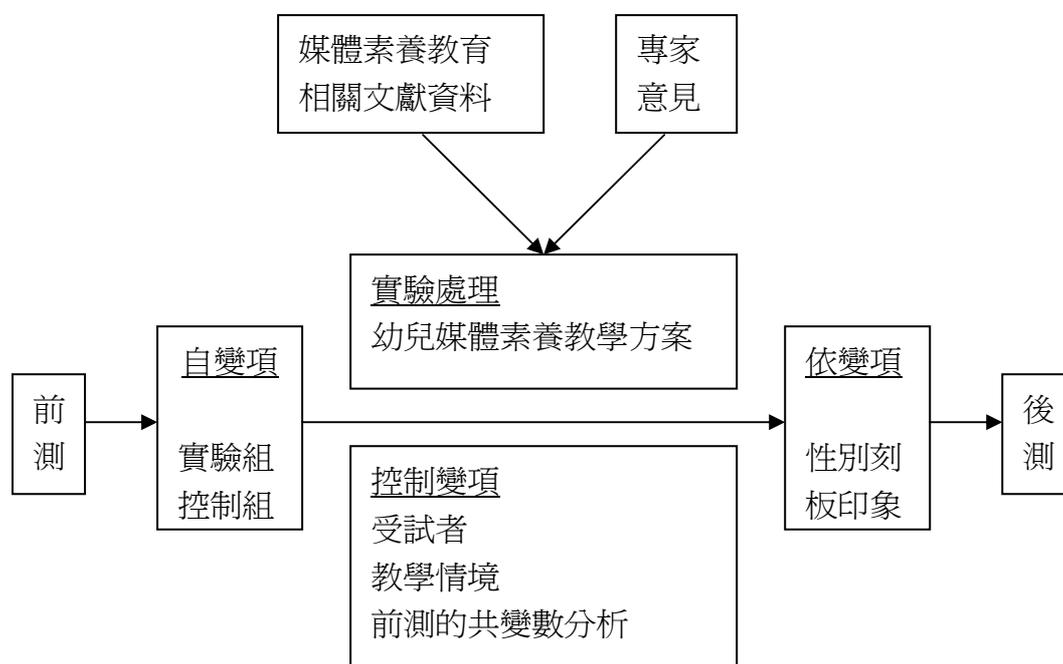


圖 3-2 研究架構

### 三、研究變相

#### (一) 自變項

即本研究的幼童性別及實驗處理；性別分為男女二水準，實驗處理又分為：

1. 實驗組：接受為期六週每週兩次，共計 480 分鐘的媒體素養教學，著重於媒體中性別刻板印象的解構，由研究者根據媒體素養教育內涵及參照相關學者曾規劃之類似課程所設計。
2. 控制組：在十二次的實驗教學期間內，不接受任何的媒體素養教育教學的實驗處理，但皆參與實驗組影片觀看的活動。

#### (二) 依變項

即指本研究之焦點---性別角色的刻板印象程度。

#### (三) 控制變項

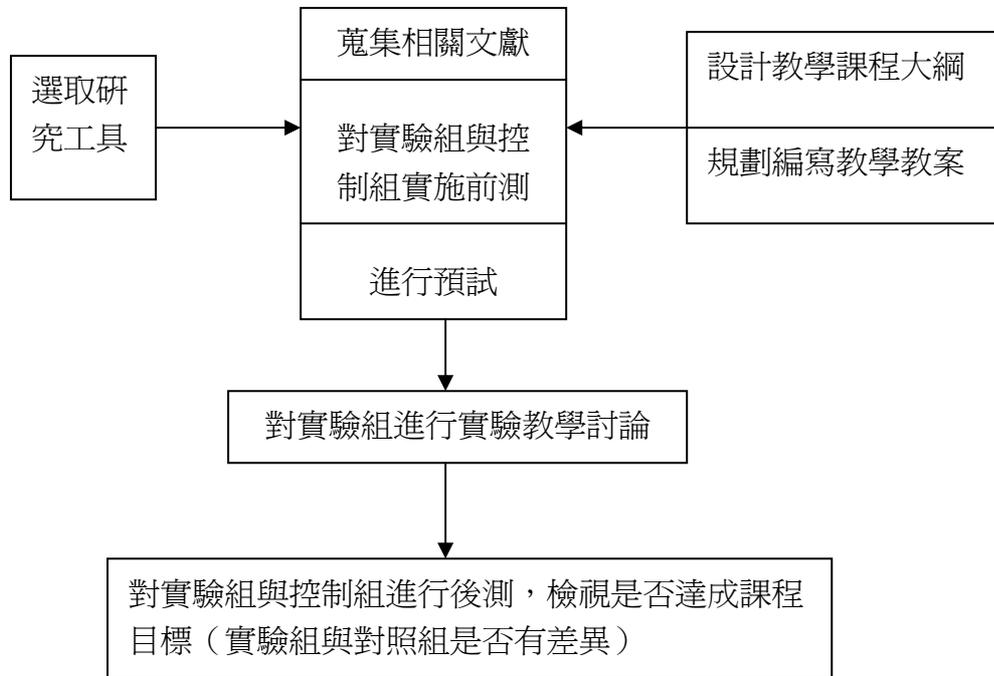
本研究的控制變項如下：

1. 教學情境：由研究者擔任教學者，並請受試三個班級的一名原班導師在旁協助，帶領固定的 30 名受試成員，借助萬芳國小附幼完善的媒體設備，在相同的教學場域中進行十二次的活動。而教學者皆由研究者擔任，研究者本身於政大媒體素養研究室擔任助理，曾多次參與國教院、富邦文教基金會的媒體素養教師研習，以及參與發展九年一貫媒體素養教材的研究案，相較於原班教師對於媒體素養教學更有經驗。
2. 受試者：為考量受試者於實驗過程中流失，抽樣 30 名幼兒為受試組，受試結果扣除未能全程參與課程者，估計以 24 名計算。
3. 歷程變項：研究者在每個單元活動的開始與結束，必須與教學者及帶班老師討論教學活動內容、幼兒反應以及特殊狀況的處理；並從錄影、幼童每次活動時的表現，以及帶班教師在旁觀察的回饋等三方面進行檢討，並提供用來分析媒體素養教學成效的依據。

## 第二節 研究步驟與時間流程

### 一、教學實驗研究流程

本研究實施過程如下圖所示：



### 二、實驗研究步驟

根據本教學實驗研究流程圖，其說明分為四個階段：茲分述如下：

#### （一）準備階段

包括蒐集國內外文獻，以建立本研究的理論基礎並選取合宜的研究工具及合適的媒體文本發展教案並設計學習單。並以台北縣新埔國小最為預試對象，然後建立正式的教學方案。另外，並收集研究對象的背景、收視狀況等基本資料，瞭解三個班級的幼兒的電視收看的情境。

#### （二）實驗處理階段

於 93 年 3 月底對實驗組與對照組三班的幼兒由研究者進行個別「性別角色刻板測驗」的施測，以瞭解幼兒對於性別角色的認知上是否已產生性別特質的分化且具有性別刻板印象。前測進行完畢後，整個教學實驗課程自 93 年 4 月開始，

至 93 年 5 月結束，共計六週，每週兩堂，預計教學時數為 480 分鐘（共 12 次，每次 40 分鐘）；教學時段的安排經由與帶班老師協商溝通後，訂於每週二及週四實施。皆由研究者進行教學，教學過程中並以錄影機及隨堂省思進行教學觀察記錄。在 93 年 5 月教學結束後一週，研究者對實驗組與對照組幼兒個別進行「性別角色刻板測驗」後測，以瞭解實驗教學是否能改變幼兒的性別刻板印象。

### （三）資料處理與分析

將實驗組與控制組的測驗資料分別整理、登錄，進行量化與質化的分析。

### （四）撰寫研究報告

根據文獻探討與實證研究結果，分析討論後，撰寫成研究論文。

### 三、研究時間流程

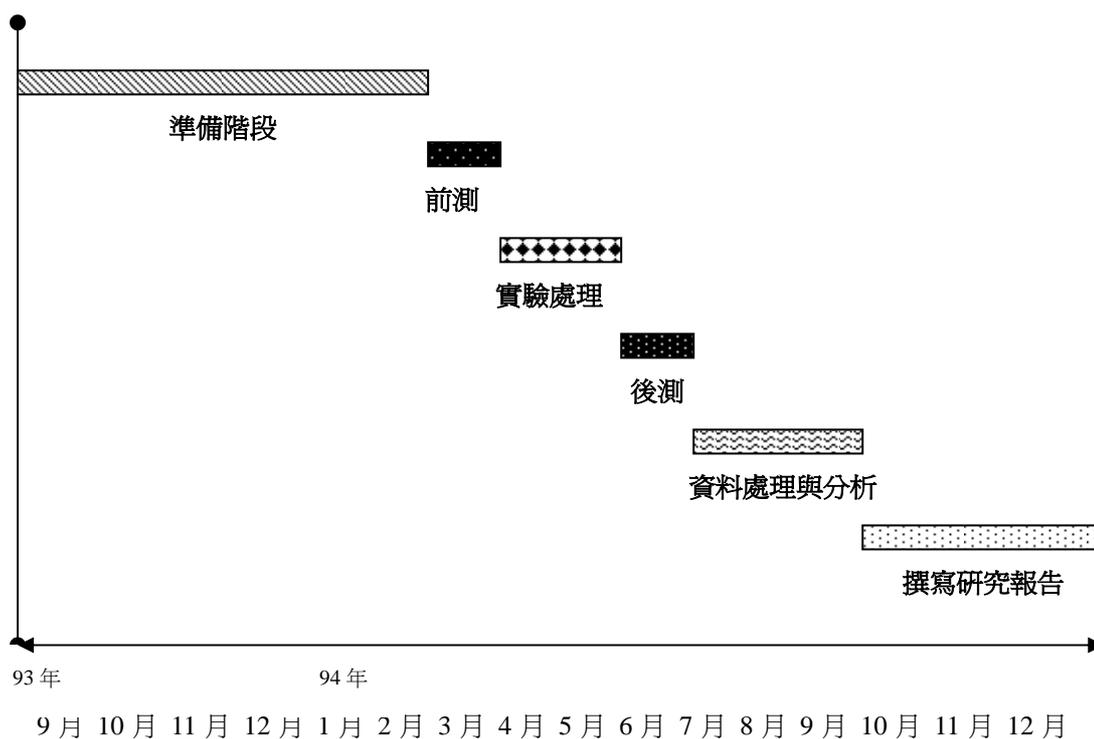


圖 3-4 研究時間甘梯圖

### 第三節 實驗方案設計

#### 一、方案設計理念

以幼兒為中心，規劃出一套能夠引導兒童主動思考辨別電視上兒童節目、卡通影片、廣告中所傳遞之性別角色訊息，培養幼童主動判讀訊息的媒體素養能力。

#### 二、方案設計依據

在設計本研究之媒體素養教學方案時，首先，研究者參考國內外相關的課程之精神與內涵、規劃與設計及基本構成之元素；其次，因應媒體之個別特性差異，以電視媒體播放的兒童節目、卡通動畫、廣告之媒體的收視與近用頻率而有所增減；另外，根據本研究的焦點是在性別刻板印象上而調整比重；再者，考量學齡前幼兒的認知發展程度與成熟度，最後歸結出本研究之教學計畫架構，期望以此架構規劃出妥善的教學方案，有效達成打破性別刻板印象的成效。

#### 三、方案設計內涵

正如吳翠珍（2000）所提，媒體素養教育的意涵並非固定不變的，隨著時空轉移與傳播科技的躍進，其所涵蓋的內容，會因「目的」不同、「需求」不同、「對象」不同而有增減、偏重。

承前一章所提，本研究參酌眾家學者對於媒體素養教育的主張，考量幼兒的媒體素養能力，並由於本研究焦點為性別刻板印象，方案設計也將針對性別刻板印象的議題做延展。

參酌國內外媒體素養教育之內涵，歸結出三大部分為媒體素養教育內涵架構：

1. 媒體種類的辨識（認知）：辨別不同的媒體、型式特質，分析不同種類的節目如何對我們造成影響。
2. 媒介再現的思考（情意）：洞悉與瞭解媒體所建構的真實與價值觀，媒

體文本是否與真實的生活遭遇相符？媒體內容的呈現是否客觀公平？

3. 媒介語法的瞭解（技能）：主動解讀媒體訊息，瞭解媒介所使用的語言、符號、圖像等技巧，進而學習動手做的技能。

研究者以上述架構為依歸，考量幼兒尚未發展出後設思考的能力，並遵照本研究之研究目的與焦點，以性別刻板印象為例，發展出下列三個教育目標：

1. 知道不同的電視媒體型態
2. 瞭解性別媒體呈現的多樣性別刻板印象
3. 知道媒體再現的是建構出的真實

#### 四、教學內容

因研究對象最常接觸的媒體為電視，因此針對幼兒最為喜歡也最常收視的卡通影片、兒童節目、廣告來探討其中所呈現之性別刻板印象，受限於幼兒尚未發展成熟的讀寫能力與批判能力，將以討論與繪圖的方式為主，鼓勵幼兒表達在影片中所獲得的角色訊息。

本研究從教學歷程來看這個十二個教學活動方案設計（附錄一），大致架構可分為：

幼兒媒體素養教學方案設計		
教學重點	教學堂數	教學內容
初探 1：媒體的種類	第 1 堂	旨在幫助孩子認識大眾媒體的功能與和自己生活的關係。
初探 2：電視的各種型態	第 2 堂	旨在幫助孩子認識電視的多種型態與性質。
卡通影片中兩性角色的塑造	第 3~6 堂	旨在協助幼兒觀察卡通中兩性角色的描寫，並瞭解卡通塑造了什麼樣的性別刻板印象。

兒童節目的性別角色再現	第 7~8 堂	旨在引導幼兒注意到節目中所表現的性別角色特質，瞭解媒體運用了許多特徵再現性別刻板印象。
電視廣告建構的兩性角色	第 9~10 堂	旨在帶領幼兒檢視廣告中呈現的兩性角色，以及反思媒體運用刻板印象再現的樣貌與真實生活差異。
統整活動	第 11~12 堂	整合前面課程，讓幼兒知道電視中的兩性角色，隱藏許多對性別的刻板印象，並檢核經由活動後幼兒是否對於媒體刻板化訊息能夠辨別與判讀，並能創造出平衡的兩性角色。

表 3-1 幼兒媒體素養教學架構

#### 五、課程內容與工具的相關性

本課程以知道不同的電視媒體型態、瞭解性別媒體呈現的多樣性別刻板印象以及知道媒體再現的是建構出的真實為目標，分成五個教學重點，包括媒體的種類、電視的各種型態、卡通影片中兩性角色的塑造、兒童節目的性別角色再現、電視廣告建構的兩性角色及統整活動，規劃出 12 堂不同的教學課程來進行。

對照本研究之研究工具－林敏宜（1993）所編製的「性別角色刻板印象測驗」，分別有關玩具、職業、家務工作及人格特質四個層面的項目，而本研究之課程設計則依循研究工具量表之四個層面分門別類的去深入探討，分別以不同的文本內容探討玩具、職業、家務工作及人格特質四個不同的面向，以便後測時可以更準確的探討出研究對象是否在玩具、職業、家務工作及人格特質四個層面有明顯的改變，以下是將課程設計對應研究量表來看課程內容確實針對量表的四個層面做探討：

活動 \ 量表	玩具	職業	家務工作	人格特質
什麼是大眾傳播媒體？				
電視類型知多少				
我是遊戲王	◎			◎
飛天女英雄		◎		◎
無敵戰鬥陀螺	◎			◎
美麗勇敢的愛天使？！		◎		◎
高矮胖瘦的天線寶寶	◎			◎
水果奶奶的變裝魔法			◎	
最佳代言人		◎	◎	
男強人 vs.女強人		◎		◎
我是聰明的小觀眾	◎	◎	◎	◎

表 3-2 課程活動與量表四個層面的相關性

## 六、文本選取的標準

在選擇卡通影片上，本研究選擇以日本卡通為主要範本編寫教材。因為本課程中實驗教學內容是有關於對人的性別刻板印象，迪士尼的卡通雖含有性別刻板印象，但目前在有線頻道中由於時間的限制，多以米老鼠、唐老鴨等影集式的卡通，主角多不是人類，因此不採用迪士尼卡通作為課程教材。至於日本卡通，由於他在台灣非常盛行，加上目前電視台所播放之卡通以日本卡通佔多數，因此採用日本卡通，刪除暴力、另類、主角非人類的文本，作為課程設計之依據。

在兒童節目的部分，則希望藉由特別的文本來探討兩性角色的呈現，因此以沒有特別強調分化的性別角色之「天線寶寶」，以及以男主持人做反串的「水果冰淇淋」兩個較有特色的兒童節目作為課程探討的文本。

另外廣告文本，則根據教案的設計，隨機選擇多有「職業」、「家務工作」呈

現的廣告內容。

## 七、預試方案之修正

在正式進行教學實驗前，研究者以板橋市某國小附設幼稚園大班 30 名幼兒為預試對象，於民國九十三年三月初進行媒體素養方案教學的預試性研究，做為修訂此方案的參考。分別就卡通影片、兒童節目、電視廣告的議題，分別隨機選取一個教學活動進行之，於教學結束後，參酌幼兒的反應以及老師的意見進行修正，對正式教學實驗的影響有下列項目：

### （一）教學內容方面

從預試的班級中，幼兒對於討論的題目與其生活經驗相關，非常積極參與，但有些卡通文本由於內容偏向男性或女性，男生女生收視的意願會有所差別，但大致上因屬其熟悉的文本，所以在活動進行上不會有明顯的影響。

另外，研究者發現幼兒在討論的過程中，反應與發言次數會有落差，準此，研究者擬在團討的過程中，將討論題目與遊戲及增強物結合，激發幼兒參與的動機及鼓勵他們主動發表意見的行為。

### （二）教師教學方面

由於預試的過程中，以本研究之教學者親自進行教學活動，雖然能掌握教學內容的熟習度與流暢性，但礙於對預試幼兒的陌生感與不瞭解其生活背景經驗，易產生沒有默契的尷尬場面，在秩序的維持上也較生疏。因此研究者在正式教學實驗中，採取一個媒體素養教育者，搭配一個原班課室管理者，也就是研究者搭配原班教師，彌補雙方生手的那一面，在課程進行前，研究者將與兩位老師溝通與培養默契，以期幼兒媒體素養教學的進行順利。

#### 第四節 研究對象

本研究是以台北市某一所國小附設幼稚園的幼兒為正式研究對象，進行媒體素養方案教學。

研究者在徵得園長及各班老師的同意後，研究對象選取方式，是以研究者實習的班級為優先，另外隨機選取二班有意願的班級。由於萬芳國小是以中大班混齡的方式進行編班，三個班級的組成情形如下：

	年齡	男生	女生	總共
A 班	大班	9 人	8 人	17 人
	中班	7 人	3 人	10 人
B 班	大班	9 人	10 人	19 人
	中班	8 人	4 人	12 人
C 班	大班	9 人	10 人	19 人
	中班	9 人	4 人	13 人

表 3-3 抽樣班級人數組成表

因而，研究者在兩個班級中，先過濾掉中班的幼兒後，在總共 27 名大班男生及 28 名大班女生中，因考量受試組樣本可能會流失，因此隨機抽出名 30 名男女為實驗組，男女各半，其他 25 人則為控制組，進行幼兒媒體素養教學的實證研究。

分派後，研究者以通知單方式知會受試者家長，說明實驗研究目的及內容，獲取其同意後，並取得研究對象之基本資料。

##### (一) 每日平均收視時間

從第二章的文獻探討中指出，幼兒觀看電視的時間長短與其性別刻板印象程度成現正相關，因此研究者針對幼兒收視時數加以調查，結果如下：

時數 \ 組別	實驗組	控制組	共計	佔全部百分比
1 小時內	11	10	21	38.12%
1-2 小時	13	11	24	43.63%
2-3 小時	5	2	7	12.72%
3-4 小時	1	1	2	3.64%
4-5 小時	0	1	1	1.81%
共計人數	30	25	55	100%
平均時數	1.37hr	1.38hr	1.37hr	

表 3-4 每日平均收視時數表

### (二) 家裡擁有電視機數量

因媒體近用的情形也會影響到收視時間與收視情境，所以針對家中擁有的電視機數量作了調查，結果發現大多數受試者（87%）家中電視機為 1~2 台，經深入瞭解後，發現擁有 3 台或 3 台以上電視的受試者，家庭狀況多為大家庭型態，因此每個人近用電視媒體的機會不會相差太大，因此對本研究影響不大。

電視機數量	實驗組	控制組	共計（人）	佔全部百分比
1 臺	17 人	13 人	30	54.55%
2 臺	10 人	8 人	18	32.73%
3 臺	2 人	3 人	5	9.09%
3 臺以上	1 人	1 人	2	3.63%

表 3-5 家中擁有電視機數

### (三) 收視情境

鑑於幼兒解讀媒介訊息的能力與收視情境有關，若平日幼兒就與長輩共視，其對媒體訊息的認知自然會較多，因此研究者將收視情境分為獨視與共視，共視

又區分為與同輩(兄弟姊妹)或是與長輩一同收視,以問卷方式由父母填答勾選。

問卷資料發現,55名受試者平日多為與同輩共視(佔65.91%),獨視(18.18%)者較少,進一步追蹤發現皆為家中獨生子女,而固定與長輩共視(15.91%)者雖然不多,但假日父母陪同觀看的比例(29.55%)則增多。

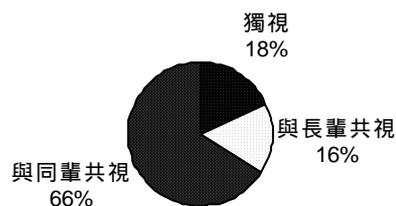


圖 3-5 收視情境比例圖

#### (四) 父母學歷

由於幼兒媒體素養能力與生活背景相關,故欲瞭解家長的教育背景。結果顯示,有17.5%的家長是碩士畢業,有27.5%的家長為大學畢業,26.25%的家長是專科畢業,26.25%家長的教育程度為高中職,另外2.5%的家長為國中畢業。

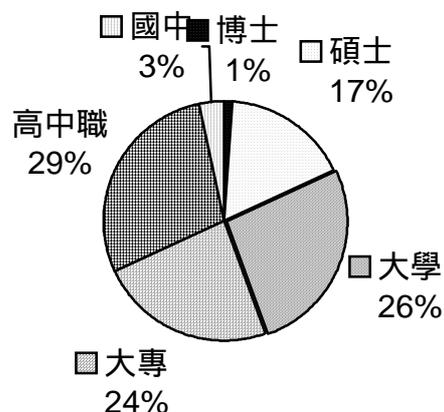


圖 3-6 受試者父母學歷分佈圖

## 第五節 研究工具

### 一、性別角色量表

#### (一) 量表選取

為配合研究目的，本研究所使用的研究工具主要有「性別角色量表」。本研究擬採用性別角色刻板印象量表，進行前測與後測的指標。關於性別角色量表的選用，研究者參閱國內以性別刻板印象為主題之量化論文所採取的量表，發現除了研究者自行編製量表外，多以引用或修改自 Wilson & Daniel (1981)、李然堯 (1983)、王雪貞 (1984)、許素愛 (1990)、林惠枝 (2000) 及蔡文山 (2001) 所編制之量表。

本研究考量 Wilson & Daniel (1981)、許素愛 (1990)、李美枝 (1981) 所編製的量表是以國中以上的學生為對象進行施測；許惠瑾 (1984)、賴美秀 (1993)、林惠枝 (2000)、蔡文山 (2001) 等人所設計之量表，針對國小中高年級學生所設計，於量表中會出現少數有兩個概念之題項，對於本研究對象之幼兒作答不易，故未引用。

觀乎國內對於學齡前幼兒所設計之性別量表，有李然堯 (1983) 針對 3~12 歲幼童所發展出的「中國兒童性別角色發展量表」，還有林敏宜 (1993) 針對 3~6 歲幼兒的「性別角色刻板印象測驗」，以及林惠雅 (1993) 參考 Fagot (1974; 1978) 及李然堯 (1983) 等文獻，針對幼稚園中班及國小一年級兒童編製而成之「性別角色刻板問卷」。

研究者考量量表的內容及施測方法，因施測過程必須以個別晤談的方式進行，題數不宜過多繁瑣，又題目陳述上若能以圖示搭配指導用語的說明，能幫助幼兒理解。而林敏宜 (1993) 所編製的量表的填答方式是配合圖片與照片，由幼兒手指出適合的性別，然後再由施測者將幼兒的答案記錄在表格中，因此研究者考量以上優點所取其所編製的「性別角色刻板測驗」為研究工具（見附錄二）。

#### (二) 量表內容

林敏宜（1993）所編製的「性別角色刻板印象測驗」參考孫敏華（1982）、李然堯（1983）、張文瓊（1985）、黃玉梅（1989）、Edelbrock 與 Sugawara（1978）等人的的性別角色刻板印象的評量內容，選擇有關玩具、職業、家務工作及人格特質四個層面的項目，經過 120 名不同職業、不同年齡的成年男女加以評定；再請教數位幼稚園老師有關幼兒對這些項目的理解程度或實際接觸程度，經過汰選及合併同類項，最後在「玩具」、「職業」、「家務工作」及「人格特質」四部分，分別取 5 個男性化項目及 5 個女性化項目。項目決定後，參酌數位幼兒教育專家、研究生與幼稚園老師的意見，擬定指導語，並設計圖片。

	玩具	職業	家務工作	人格特質
男性化項目	修理工具	交通警察	搬重的東西	勇敢的
	刀劍	卡車司機	保護家人的安全	有力氣的
	槍	消防人員	修理壞掉的東西	膽子大的
	機器人	軍人	釘東西	愛運動的
	交通工具玩具	郵差	挖東西	喜歡和人比賽的
女性化項目	化妝用品	護士	洗衣服	愛漂亮的
	小皮包	保姆	掃地	討人喜歡的
	洋娃娃	幼稚園老師	照顧嬰兒	愛乾淨的
	煮飯用具	店員	煮飯	會安慰別人的
	項鍊等首飾	美容師	買菜	聽話的

表 3-6 性別角色刻板印象的施測項目（引自林敏宜，1993）

根據上表選定的項目，拍攝玩具照片，並繪製有關職業、家務工作圖片。所有的玩具照片皆以坊間市售玩具或實物拍攝而成。而職業及家務工作等圖片，以 10x10 公分的卡片繪製而成。另為避免主角人物有性別暗示，圖中的主角以簡單的線條表現之，去除明顯的性別線索，如髮型、衣服等。另外，分別繪製男女孩及男女成年人頭部圖樣 6 張（見附錄三）。另外，施測者配合指導語（見附錄四），

一邊操作圖片，一邊將幼兒的答案記錄於「性別角色刻板測驗」表上（引自林敏宜，1993）。

### （三）施測方式

全部受試的幼兒皆採個別晤談的方式進行，施測地點選擇安靜不受干擾的空間。首先進行玩具部分的施測，施測者將男孩、女孩及男女孩皆有的三張性別圖片擺在桌上，其中男女孩皆有的圖片固定擺在中央，其餘則或左或右擺置。然後施測者拿出十張玩具照片，逐一詢問受試的幼兒認為此玩具給誰玩比較好，並將玩具照片擺放在適當的性別圖片前面，過程中，施測者並輔以口語的說明，例如：「這是修理工具，你覺得這種玩具給男生玩比較好？還是給女生玩比較好？還是給男生、女生玩都一樣好？」。

職業部分的施測方式與玩具部分相同，唯將男女孩圖片替換成男女成年人圖片，施測者每呈現一張圖片，即配合簡短的說明以利幼兒理解職業的性質。十種職業逐一施測後，再進行家務工作部分的施測，進行方式同上。

人格特質的部分沒有圖片，直接由施測者以口頭形容這些特質，然後請幼兒在男孩、女孩及男女孩皆有的性別圖片中選出其答案。施測過程中，考量幼兒的理解能力，每一個人格特質的說明都伴隨較具體的行為描述，例如：「有一個小朋友很有力氣，他可以拿很重的東西，你覺得男生比較有力氣？還是女生比較有力氣？還是不管男生或女生都一樣有力氣？」（引自林敏宜，1993）。

### （四）計分方式

受試者在「玩具」、「職業」、「家務工作」及「人格特質」每一個部分中，凡屬於男性化項目而受試者亦答男生者，其男性化項目的刻板印象得一分；屬於女性化項目而受試者亦答女生者，其女性化項目的刻板印象得一分。因此，每位受試者在「玩具」、「職業」、「家務工作」及「人格特質」各部分，分別得到 0~10 分，各部分的得分相加是整體性別角色刻板印象的分數（引自林敏宜，1993）。

## （五）信效度

林敏宜（1993）所編製的「性別角色刻板印象」測驗，為求其量表穩定性，其測驗施測及兩週後的重測，以積差相關求得重測信度，性別刻板印象各部分及整體的重測信度均在 60.44-93.63 之間，均達顯著水準。其量表分成「玩具」、「職業」、「家務工作」及「人格特質」四部份，每一部份為十題，此十題中男性化項目和女性化項目各佔一半。該測驗相隔兩週重測信度玩具部分為.8083，執業部份為.8673，家務工作部分為.6044，人格特質部分為.6583，全量表為.9363，已達.001 的顯著水準。

而其量表在編制過程中，對於性別角色刻板印象項目之取得，力求合乎客觀及公平之法則，項目評定以 t 考驗，找出該項目在適合男性的平均數及在適合女性的平均數兩分數上的差異達到顯著程度（ $P < .001$ ），並邀集幼兒教育專家、研究生及幼稚園老師，就測驗的內容、方式及所使用的輔助圖片提供意見。

## 二、觀察札記與攝影

觀察法能在較自然的情境中，獲得真實的資料，兼重觀察的「過程」與「結果」。此觀察札記是指研究者於每次教學活動後，簡單地將受試組幼兒的上課對話、情緒表現及師生間或同儕間互動的情形記錄。攝影則是彌補記錄的不完整，以作為日後輔以分析教學成效的依據。

## 第六節 資料處理

本研究從兩方面著手處理資料：

### 一、量化資料

研究者將每位受試者於「性別角色刻板印象」測驗的前測、後測晤談後，將所得的資料檢視、整理、編碼、登錄後，核對無誤後，利用 SPSS/PC+統計套裝軟體進行以下各項分析處理：

- (一) 計算實驗組與控制組在「性別角色刻板印象測驗」前測各項得分的平均數與標準差，以瞭解其集中與分散情形；並應用 t 考驗分析 55 名不同實驗處理的受試樣本之前測表現是否有所差異，並考驗不同性別的幼兒其性別角色刻板印象測驗上的差異性，以瞭解前測之影響。
- (二) 為考驗實驗組與控制組幼兒之性別角色刻板印象是否在教學實驗後有顯著差異，以有無接受實驗處理為自變項，「性別角色刻板印象測驗」後測分數為依變項，以兩組幼兒之性別角色刻板印象測量總分進行 t 考驗。
- (三) 為考驗實驗組與控制組幼兒在「性別角色刻板印象測驗」四個層面上是否有顯著差異，以不同實驗處理（實驗組與控制組）為自變項，「性別角色刻板印象測驗」中各部分的後測分數為依變項，進行獨立樣本 t 考驗。

以混合設計二因子變異數分析，檢視不同實驗處理（實驗組與控制組）於前、後測不同階段在工具上的差異性。

### 二、質的資料

此部分的資料包括：

1. 觀察教學之錄影帶、照片。
2. 幼兒的文件資料：指教學活動中，幼兒完成之學習單及作品等。

3. 研究者觀察札記。
4. 教學者與協同教學者之省思回饋資料。

在質化資料的處理上，訪談協同教學的教師對於教案設計與教學過程的看法，瞭解活動是否能夠符合幼兒的認知發展與需求，並就藉由觀察幼兒的上課反應瞭解媒體文本的討論對於幼兒解構性別刻板印象具有正面的教育意義，此外根據幼兒的學習單檢視媒體素養教學活動是否可以使幼兒對性別角色更具有彈性的解讀與觀點。隨著資料不斷的蒐集、累積的過程，必須將資料分析之分類架構及編碼做配合性之調整，此四部分的資料將作為衡量團體效果之佐證。