

第四章 研究結果分析與討論

本節旨在探討媒體素養教學對於降低幼兒性別角色刻板印象之成效，分析實驗組與控制組幼兒在性別角色刻板印象測驗上是否有所差異。在實驗組幼兒接受了十二個單元的媒體素養教學活動前後，針對實驗組與控制組的幼兒實施「性別角色刻板測驗」，本節將分述媒體素養教學之成效結果。

第一節 媒體素養教學對於降低幼兒性別刻板印象之成效分析

本研究的依變相為受試者幼兒在「性別角色刻板測驗」量表的得分，下表為實驗組與控制組幼兒在「性別角色刻板測驗」量表前後測的得分情形。

組別	性別	編號	前測	後測	組別	性別	編號	前測	後測
實驗組	女	01	35	5	實驗組	男	13	37	5
		02	30	3			14	33	6
		03	32	7			15	30	5
		04	30	9			16	30	3
		05	30	11			17	33	7
		06	27	4			18	35	8
		07	35	7			19	31	3
		08	36	11			20	26	3
		09	33	10			21	17	0
		10	25	3			22	28	6
		11	35	4			23	24	8
		12	36	7			24	32	4
控制組	女	25	36	36	控制組	男	37	37	38
		26	31	27			38	33	33
		27	33	36			39	30	30
		28	29	27			40	32	29
		29	36	36			41	37	36
		30	30	29			42	29	27
		31	30	26			43	34	36
		32	30	24			44	31	30
		33	35	29			45	31	35
		34	31	32			46	26	26
		35	23	22			47	30	30

		36	25	26			48	26	21
--	--	----	----	----	--	--	----	----	----

表 4-1 受試幼兒在「性別角色刻板測驗」量表前測與後測的得分

一、不同實驗處理在性別角色刻板印象前測分數之差異分析

實驗組與控制組幼兒，扣除未能參與全部課程的樣本，在性別角色刻板測驗上前測、後測總分之平均數與標準差，如表 4-1 所示。

表 4-2 性別角色刻板測驗前測分數總得分之組別統計量

項目	組別	個數	平均數	標準差	T 值
前測	實驗組	24	29.9167	4.3129	-1.377
	控制組	24	31.5000	3.6236	

為瞭解前測之影響，幼兒在性別角色刻板印象測驗所得之前測分數進行獨立樣本 t 考驗，經比較兩組前測分數之平均數，發現其差異未達顯著水準 ($t=-1.337$ ， $p=.175$)。在前測中實驗組樣本的標準差為 4.3129，變異數為 18.601，經過 Levene 法的 F 考驗結果 F 值為.132 ($p=.718$)，未達.05 顯著水準，表示兩組樣本的變異數差異未達顯著水準，變異數具有同質性，也就是說再施以媒體素養教育之前，實驗組與控制組與性別角色刻板印象分數變項間沒有因果關係存在，因此更可以突顯兩組在後測分數的表現上，足以有效顯示媒體素養教學的成效是否達顯著。

二、實驗組與控制組幼兒在性別角色刻板印象後測總分之比較

由於表 4-1 的結果顯示實驗組與控制組的幼兒在前測表現上並無顯著差異，因此為瞭解實驗組與控制組幼兒在性別角色刻板印象測驗的後測表現上是否有顯著的差異，研究者以兩組學童的性別角色刻板印象後測總分進行 t 考驗。由表 4-2 可以得知，實驗組與控制組幼兒在性別角色刻板印象後測總分上有顯著差異，實驗組顯著的優於控制組 ($t=21.63$ ， $p<.01$)。

表 4-3 二組幼兒在性別角色刻板印象後測總分之 t 考驗摘要表

組別	人數	平均數	標準差	T 值
實驗組	24	5.125	2.83	21.63**
控制組	24	29.625	4.77	

**p<.01

三、實驗組與控制組幼兒在性別角色刻板印象測驗各分類項目得分之比較

性別角色刻板印象測驗共包含「玩具」、「職業」、「家務工作」、「人格特質」四個層面的項目，茲分述如下：

（一）實驗組與控制組幼兒在「玩具」項目得分之比較

為了解實驗組與控制組幼兒在「玩具」項目得分是否有顯著差異，故以兩組幼兒之「玩具」項目後測得分進行 t 考驗。

表 4-4 二組幼兒在「玩具」項目得分上之 t 考驗摘要表

組別	人數	平均數	標準差	T 值
實驗組	24	1.25	1.22	17.613**
控制組	24	8.46	1.58	

**p<.01

根據表 4-3 可知，實驗組與控制組幼兒在「玩具」項目的得分上有顯著的差異，實驗組在性別角色刻板印象測驗的得分遠低於控制組，實驗組降低性別刻板印象之成效顯著優於控制組（ $t=17.163$ ， $p<.01$ ）。

（二）實驗組與控制組幼兒在「職業」項目得分之比較

爲了解實驗組與控制組幼兒在「職業」項目得分是否有顯著差異，故以兩組幼兒之「職業」項目後測得分進行 t 考驗。由表 4-4 可得，實驗組幼兒在「職業」項目得分仍低於控制組，且兩組得分上具有顯著差異（ $t=11.19$ ， $p<.01$ ）。

表 4-5 二組幼兒在「職業」項目得分上之 t 考驗摘要表

組別	人數	平均數	標準差	T 值
實驗組	24	2.21	1.35	11.19**
控制組	24	7.67	1.97	

** $p<.01$

（三）實驗組與控制組幼兒在「家務工作」項目得分之比較

爲瞭解實驗組與控制組幼兒在「家務工作」項目得分是否有顯著差異，故以兩組幼兒之「家務工作」項目後測得分進行 t 考驗。

表 4-6 二組幼兒在「家務工作」項目得分上之 t 考驗摘要表

組別	人數	平均數	標準差	T 值
實驗組	24	0.83	.82	15.80**
控制組	24	7.75	1.98	

** $p<.01$

由表 4-5 可知實驗組與控制組在性別角色刻板測驗中「家務工作」項目後測分數有顯著差異，控制組在刻板印象上得分遠高於實驗組（ $t=15.80$ ， $p<.01$ ）。

（四）實驗組與控制組幼兒在「人格特質」項目得分之比較

為瞭解實驗組與控制組的幼兒在性別角色刻板測驗中「人格特質」項目得分是否有顯著差異，故以兩組幼兒在「人格特質」項目後測所得分數進行 t 考驗。由表 4-6 可知，實驗組與控制組的幼兒，在實驗組幼兒參與媒體素養教學後，在「人格特質」項目後測分數上，兩組得分呈現顯著差異（ $t=13.73$ ， $p<.01$ ）。

表 4-7 二組幼兒在「人格特質」項目得分上之 t 考驗摘要表

組別	人數	平均數	標準差	T 值
實驗組	24	0.88	1.03	13.73**
控制組	24	5.92	1.47	

** $p<.01$

四、 討論

整體而言，實驗組的幼兒經過了十二次的媒體素養教學實驗處理後，在性別角色刻板印象測驗上的表現，前、後測得分減少的情形顯著優於控制組。

分析各層面的得分情形，實驗組幼兒在「玩具」、「職業」、「家務工作」、「人格特質」項目上，後測分數皆較控制組的得分有顯著的減少，顯示經過媒體素養教學後，實驗組幼兒較能以較無刻板化的性別態度來思考這些在傳統兩極化的男性化與女性化的項目。

綜合上述結果可得知，整體而言實驗組幼兒在性別角色刻板測驗上的表現優於控制組，也就是較控制組不具有性別刻板印象，顯示幼兒的性別刻板印象可經由媒體素養教學方案來改善，與過去國內外相關的媒體素養教學課程（饒淑梅，1995；周慧美，1999；葉芝伶，2000；吳知賢、周慧美，2000；林淑貞，2001；楊婉怡，2001；Singer, Singer, Zuckerman & Hirshmann, 1979；Singer, Zuckerman & Singer, 1980）的研究結果相符。進一步的分析評量各分類項目上的表現，實驗組的幼兒在「玩具」、「職業」、「家務工作」、「人格特質」四個層面項目上的進步的

情形皆顯著優於控制組。

而實驗組幼兒在每一項目上的得分降低的情形顯著優於控制組，探索其影響此研究結果的可能原因有以下幾點：

1. 教學教材選用適當：本研究所規劃的 12 個教學活動內容選用適當，涵蓋卡通影片、兒童節目、廣告三類型的文本，確實可以提供幼兒觀察與思辨媒體中所塑造的性別角色，他們所具有的特徵、被賦予的個性、所呈現的外型服裝、從事的活動，瞭解媒體如何刻板化這些性別角色的形象，並分析這些媒體所一而再再而三複製的刻板印象，有什麼意圖、是如何影響著我們、而這樣的呈現是否公平、客觀、與真實生活相符合。
2. 教學活動設計適宜：本研究的媒體素養教學活動主要是以媒體文本的欣賞和問題討論的方式進行，除了老師引導幼兒注意觀看文本呈現的男女形象外，解析媒體文本裡所運用來刻板角色形象的符號與特徵外，並透過同儕間的討論與對話，分享彼此的生活經驗與感覺、想法，可幫助幼兒更進一步釐清媒體文本所再現的真實並不一定就是客觀的真實，媒體所呈現的世界與男女圖像也有其偏頗的觀點。

另外，根據文獻中提及，男生的性別刻板印象高於女生，但本研究之男女幼兒對於性別角色刻板印象的看法普遍上並沒有呈現明顯的差異。若要精確地深究，在玩具及人格特質的性別刻板男生稍較女生明顯，而在職業與家務工作的項目，女生則比男生明顯。整體而言，男生稍較女生不具性別角色刻板，這個結果與其他研究（林秀芬，民 90）所指出男性兒童比女性兒童更具有性別刻板印象的結果有所出入，但這背後的原因涉及了年齡、幼兒的成長情境等其他因素，值得後續研究再去深入。

而且，因為性別的議題牽涉到個人經驗、家庭經驗、價值觀、意識型態等，受試幼兒的個別經驗會影響其對性別議題的理解，進而產生多元觀點的解讀。研究

者抱持開放的態度，並不要求受試的幼兒必須有一致的看法與結論，希望幼兒能夠盡情的發表自己的觀點與想法，但研究者發現幼兒很容易受到多數同儕的觀點所影響，當自己的想法與觀點與他人不同或是被加以反駁與討論時，很容易放棄自己的想法，去修正自己的觀點，認同其他人表達的「共識」。

然而媒體素養教育的目的並非是傳遞「唯一的真理」，乃是鼓勵幼兒對於媒體訊息抱持著質疑的態度來觀看、增加其觀看的敏感度與多元觀點，並使幼兒體認到自己與媒體間的關係與受到的影響，正視媒體對於個體獨特的影響力，這些都值得未來研究去深入做個別分析。

第二節 實驗組幼兒對於實驗教學之反應觀察

由於研究對象為幼兒，所以無法以教學學習意見調查表進行來瞭解幼兒對於媒體素養教學的反映與意見，於是研究者於每次媒體素養實驗教學進行後，對於實驗組幼兒的學習表現皆做簡單的紀錄，並觀察幼兒於學習活動中所做的學習單與成果，以瞭解幼兒對於媒體素養教學的學習情況，茲將各教學活動的課堂反應與學習單表現分述如下：

一、 課堂反應與評估

（一）在「媒體的種類」主題中：

關於我們生活周遭的媒體有哪些，幼兒似乎剛開始不是很瞭解，在老師講解與舉例媒體是什麼，有哪些功用後，幼兒逐漸進入狀況，並踴躍的舉手表達意見。但再度深入什麼是大眾傳播媒體，什麼是直接互動的媒體，則有混淆不清的情形。因此，研究者在教學活動結束前，先帶領幼兒預作了「我家的媒體大調查」學習單，再度針對幼兒易混淆之處，進行觀念的澄清。

（二）在「電視的各種型態」主題中：

在進行幼兒判斷四個類型的節目型態時，以影片的實際舉例引起了幼兒極大的興趣，在請他們舉出其他範例及討論不同型態的節目特色時，幼兒很快都能掌握到各型態的相異處，尤其是大家來搶答的遊戲，引發了好勝心與表現慾，大家都非常的投入，當教學者解答答案對錯時，幼兒都很好奇的聆聽講解，甚至在題目問完時，仍然表示想要研究者再問問題。

（三）在「卡通影片中兩性角色的塑造」主題中：

在四次的教學活動中，幼兒在第一次觀看「遊戲王」的文本時，對於媒體呈現的性別角色刻板技巧都不清楚，隨著問題的引導，幼兒在接下來的課程中都能夠主動的去注意到角色外在的身體外表、動作、談吐、服裝等，但對於內在的角色性格---他們知道什麼、想些什麼、如何感覺、如何表現，則需要教學者一再的

引導與提問，但孩子已經能夠確實的表達出：「那是騙人的」、「女生才沒有穿那樣」、「怎麼可能打不死」等想法，表現出他們已經能夠區辨電視內容的真實性。

此外在教學的過程中也發現，要讓幼兒認識這些電視媒體所呈現的刻板印象特徵並不困難，但對於電視媒體如何運用這些技法，其背後的用意為何，才是教學時必須提醒幼兒與所應強調的重點，例如在飛天小女警課堂討論中，

老師：「英雄一定要是男生或是女生嗎？」

幼兒 A 男：「不一定。」

幼兒 B 男：「可是女生的英雄比較不厲害。」

老師：「為什麼呢？你從哪裡發現的？」

幼兒 B 男：「因為卡通裡面男生都比較厲害，而且力氣比較大。」

老師：「那麼，你覺得電視上這樣演都是對的嗎？你想一想平常的時候，你有沒有一定比班上的女生還要強？還要厲害？」

幼兒 B 男：「沒有啊」

老師：「那電視上這樣演不就很奇怪？」

幼兒 B 男：「不會啊！男生本來就常常比女生還厲害。」

幼兒 C 女：「因為女生的力氣比較小。」

幼兒 D 男：「女生跑得比較慢。」

幼兒 A 男：「又不一定，女生有的跑很快。」

老師：「所以電視上演女生比較柔弱，跑得比較慢並不是完全正確的。」

另外關於人格特質的討論，研究者將一些人格特質的形容詞書寫於白版上，請幼兒來發表他們認為這個形容詞是要分給女生還是男生，從幼兒的對話中發現，有些人格特質在幼兒眼中有性別差異，有些則無。他們普遍認為乖就是不打人、聽話、會幫忙等，而且傾向於認為女生比較乖；但是愛乾淨、會運動、會安慰人等性格對於幼兒來說，則沒有性別區分的。

由上述的例子可看出幼兒已經能夠提出媒體刻板化的性別訊息，但未能意識到這是媒體塑造的以及說明其目的，而在幼兒的認知裡，並沒有所謂的男性或女

性特質，每個人的人格特質也不一樣，跟電視上呈現的也不一定相同，但有些幼兒已經知道這些男性女性特質是社會或成人認同、期待的。

（四）在「兒童節目的性別角色再現」主題中：

藉由「水果奶奶」與「天線寶寶」的影片，讓幼兒透過對角色形象的特徵討論練習，進行思考與判斷，研究者發現幼兒很容易不自覺地接受媒體對於性別角色呈現的訊息，亦不覺得有何不妥，例如以「外型條件」來決定天線寶寶的性別，雖然知道水果奶奶是男生扮的，但仍以「奶奶的稱呼」決定水果奶奶的角色是老女生，就是要待在家裡面做打掃、煮飯的工作。在帶領孩子進行天線寶寶的角色特徵討論時，幼兒會以高、矮、胖、瘦、顏色、膽小、可愛等詞彙來形容天線寶寶，並將這些形容詞加以分類性別化，最後歸納出天線寶寶的性別，雖然研究者試圖以實際的案例，如女生也會穿紫色的衣服，有些女同學也比男同學高大來化解孩子對這些特徵的性別化，但幼兒最終卻以「他們認為男女具備的條件」來堅持說服研究者認同他們所分類天線寶寶的性別。另外，研究者發現除了身材條件、外貌裝扮與名字形象會影響他們對角色的性別認同外，節目的「配音」與其他製作技術也會影響到他們對於角色的性別認定，但是研究者讓孩子以角色扮演及配音遊戲的活動，讓幼兒藉由自己幫天線寶寶配音，或自己以同樣裝配扮演天線寶寶，實際體驗媒體上運用的「配音」、「裝扮」製作伎倆後，幼兒逐漸能思考電視媒體是如何塑造性別角色的形象，但仍有少數幼兒的觀念依舊未改變，而同儕間則會有互相糾正的情形出現，研究者再度針對「刻板印象」進行說明，以增強幼兒對此部分的印象。

（五）在「電視廣告建構的兩性角色」主題中：

此部分的活動，是讓幼兒觀看所播放之廣告片，再請他們發表對廣告片中主角之職業安排、從事活動、角色特質的看法，經過了前面課程的累積，活動至此，越來越多的幼兒已能表達不贊同廣告角色的安排，甚至根據自己的生活經驗指出

廣告中對性別角色刻板的描述，例如：「我們家都是爸爸煮飯」、「我覺得女生也很強壯」、「男生也可以照顧嬰兒，媽媽沒空的時候，都是爸爸在照顧我們」、「男生也用沐浴乳洗澡」等意見。

在最佳代言人的分組活動中，請幼兒幫產品尋找代言人並說明他們的特徵，並請大家有任何想法、覺得好壞都可以講，

幼兒甲女：「我們要找 SHE 拍汽車廣告，然後開車後面有很多歌迷在追他們。」

幼兒乙男：「我覺得汽車都找男生比較好，因為他們開車技術比較好，去哪裡都開車去。」

老師：「那你們覺得換成如果男生換成女生，或女生換成男生來拍，有沒有不一樣？」

幼兒丙男：「有，男生拍的話爸爸比較會買。」

老師：「那給爸爸買跟給媽媽買有什麼差別？」

幼兒丙男：「爸爸比較有錢啊！」

從對話中發現幼兒其實已經明瞭廣告中用性別角色當作幫助行銷的手法，然而研究者也發現雖然幼兒大都注意到了這些僵化的性別角色刻板呈現，但多數幼兒對於這些廣告安排的角色特質與表演方式卻是默然接受，覺得這樣的呈現沒有什麼不好。

（六）在「統整活動」主題中：

經歷了前面十次的課程，幼兒已經掌握到辨識媒體上呈現性別刻板印象的原則與技巧，對於問題的討論表達上，也會將他們生活中的經驗帶入觀看的過程，並且同儕間的互動討論也更加頻繁，能夠有自信的贊同或是反駁對方的看法與想法，且開始注意到媒體中刻板印象的呈現，所帶來的影響，並在超級英雄的劇情發想與角色扮演上，也學會運用道具、選角（誰來扮演）、服裝等特徵來塑造角色，並且突破媒體上一再複製的傳統英雄形象。例如在呈現的時候，孩子們故事接龍創造了超級英雄的劇情，選派了一位很瘦小的女生演最聰明最厲害的女超

人，她不僅可以跑得很快追壞人，還有很大很大的力氣可以扛很重很重的石頭救人，甚至拔起大樹，而且她最喜歡和朋友一起踢足球，踢得很高很遠。戲中孩子們把讓這個小女生穿著很帥的超人裝，讓她拿著寶劍上山下海的幫助害怕壞人的小男生們，甚至女超人最好的朋友就是昆蟲們，這些相較於媒體上女生瘦弱沒有力氣、遇到危險則退縮、害怕昆蟲、不擅長運動等，都有相當的突破。

二、學習單表現

本實驗教學活動中，為讓幼兒隨時有參與的動機與興致，設計了許多學習單與遊戲單讓他們獨自或是分組完成。其中於第四堂課發下的「我的卡通體檢表」學習單中，研究者發現在我最喜歡的角色上，男生普遍認同與自己同性別的角色，女生則傾向於認同女性的角色，此結果與 Miller & Liebert (1976)、Sprafkin & Liebert (1978)、謝韻諭、陳淑芳 (1999) 的研究相符，而幼兒在畫出這些人物的表現上，尤其是女性角色可看出受電視刻板呈現的影響，不外乎是「迷你裙」、「超級長腿」、「大眼睛」和「超級長頭髮」。

在天線寶寶紙板的著色中，幼兒也固著於電視上所表現的特質，著的顏色皆跟電視上一模一樣，拿到那一個天線寶寶就塗上他「該有」的顏色，可見幼兒對於媒體文本的接受與認同。在「最佳代言人」的分組學習單中，發現幼兒已經有吸收到前幾次的教學內容，開始會對演員及角色的形象主動的去注意，並且再認知到媒體呈現可以有另外一種觀點後，會依照自己的經驗刻意的突破媒體上的刻板呈現去做設計，例如奶粉要找穿著圍裙在家照顧小孩的爸爸來拍廣告，形象的設定則是爸爸很溫柔的陪小嬰兒玩；汽車則找一個穿著很炫、頭髮染成黃色的阿媽來拍，因為她要急急忙忙的要接孫子放學，結果被警察攔下來，她還很兇的罵警察。

在最後發展超級英雄劇情故事版的活動中，幼兒已經突破了媒體上對於性別角色的刻板再現，發展出了開著飛機，到處打敗壞人的女超人、身材很胖很胖但是動作很厲害的蜘蛛人、像妙麗一樣很聰明又勇敢的女巫等等。

三、 討論

研究者於教學中觀察孩子的反應，發現幼兒由期待觀看影片，到喜歡參與討論、發表意見，甚至可以表達這樣的教學活動有助於他們分辨電視呈現內容的真假和瞭解電視製作的過程。但是與幼兒討論後發現他們平日在選擇電視文本上，操控權仍然是由父母或哥哥姊姊來掌握。

而教學活動的方面，研究者發現幼兒對於卡通文本的相關討論，男生似乎對於男性主角的卡通有較強大的興趣，也比較願意表達自己的觀感，然而女生較無明顯的區隔。然而對於廣告文本的討論，雖然很多數據顯示幼兒在不知不覺中接收了很多的廣告訊息，但是研究者在帶領幼兒討論廣告文本時發現，其實幼兒對於廣告中呈現的內容反應比較沒他們熟悉的卡通與兒童節目大，推論一方面可能是研究者選擇的廣告中所賣的商品必不是孩子們喜歡的東西，所以他們雖然會注意到廣告中呈現的人物與從事的事情，但對於商品本身及廣告的訴求較沒有深刻的印象。

綜合上述幼兒的參與情形與上課表現可得知，此次的課程大體上能夠引起幼兒的學習動機與興趣，並且有助於他們對於解構媒體中的性別刻板印象。然而受限於幼兒的讀寫能力，未能看出此媒體素養教學是否有助於幼兒改善其收視的習慣以及對於各堂課程的喜好差異，也未能進一步推論幼兒在往後的收視情境中，是否能夠確實區辨出媒體上對於性別角色的刻板陳述，以及瞭解性別角色刻板印象被複製的背後意義。

第三節 研究者對實驗教學之省思

本節針對幼兒媒體素養教學之活動設計與教學實施的歷程，進行教學省思與調整。本研究之「幼兒媒體素養教學」以「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」等四大主題為課程架構，輔以「媒體素養初探」、「統整活動」構成六大學習主題，分為 12 個教學活動進行。

在教學過程中，透過研究者個人的省思與帶班老師的意見交流，茲如下述：

一、在教材選用方面

（一）研究者根據研究前調查，挑選的卡通及兒童節目文本，大體上可以引起幼童的興趣，獲得幼兒熱烈的迴響。

（二）學生在學習單的作答上，當教學者清楚說明填寫方式後，幼兒作答的情形良好，回收的情況也超乎預期，高達 90%。

二、在課程內容安排方面

大多數的單元活動內容在過程評量中，多數學生可達相當程度的學習效果。但在教學進行之過程中受到下列因素之影響，而作調整：

1. 教學時段的安排

教學仍維持每週實施兩次之原則，但由於預定上課時間安排於幼兒午休起床的點心時間後，必須視實驗組三班的幼兒狀況及其班上活動之情形，每週與三個班級的主教老師進行討論與安排。

2. 學生準備狀況及課堂反應

例如無敵戰鬥陀螺活動，因幼兒興趣濃厚、發表踴躍，為增加學童表達之機會，故需延長教學時間；另外每次穿插角色扮演、討論相關活動，幼兒很重視演出及成果之表現，故活動時間皆需要延長；而如果早上幼稚園如果有大型動態活動，幼兒學習精神很低落，故需要調整教學內容與教學進行的方式；而三個班級的受試幼兒因各班作息集合時間不同，故需要在教學的內容與順序上做些調整與

變動。

3. 教材設計之增減

因十二次的教學議題主要著眼於「性別刻板印象」，為增強幼兒的學習動機與維持其好奇心，在課程設計中增加許多範例並使用多樣的輔助教材來說明。另外帶班老師也建議可以擴充媒體素養教育的其他議題於課程中進行。

4. 突發狀況與機會教育

例如在天線寶寶的活動中，當老師帶領幼兒討論每個天線寶寶呈現的特徵時，班上幼兒喚一名男性幼兒為「小波」，因為他的身材矮矮的、很可愛，但該名幼童則認為班上幼兒在取笑他，因為小波是女生、很矮很醜；於是教學者便利用機會，掌握現場的案例和幼兒討論媒體中的胖瘦美醜與個性好壞、優缺點的問題，讓孩子們瞭解身材與個性的好壞並不一定有相關，而且大家的審美觀不同，每個人有每個人的特性，也會有令大家欣賞與喜歡的地方，而也有幼兒馬上就能舉出小波的優點，和大家喜歡他的地方，故延長時間進行教學。

三、教學者扮演的角色

研究者在整個教學活動中，扮演著相當重要的引導角色，由於幼兒有來自於媒體上不少刻板或是不客觀的資訊，因此很需要研究者運用問答的技巧、及促發同儕間意見的交流，以釐清幼兒的見解。另外，研究者身兼教學者，於教學過程中必須注意聆聽、引導幼兒的討論與對話，培養他們注意聆聽與清楚表達的能力，同時也需要留意他們的秩序反應，往往在掌握教學進行上有點吃力或是延誤到教學流程。

另外，研究者在教學過程中，為避免將個人主觀的意見傳遞給幼兒，需要非常留心提問的方式與技巧，思考如何才能夠引導幼兒發表個人的意見，而不是是非絕對的答案，譬如多用開放式的問題來鼓勵幼兒表達不同的想法。研究者也深

感身為一個教學者需要全神貫注與隨機應變，需要仔細的聆聽每個幼兒的意見，隨時積極的應變繼續引導他們深入去思考剛剛所回答的內容，也針對幼兒有興趣的議題，隨時調整教學的內容，幫助他們清楚的澄清與辨識媒體上與現實中不同的呈現，更適時的引導他們更深入探討媒體所運用的呈現手法與技巧，及媒體訊息傳遞的目的與意圖。例如在天線寶寶的討論中，幼兒因為配音的問題，延伸討論到電視新聞的真假，研究者就隨機演了一個採訪新聞的橋段，讓幼兒得以知道新聞是經過剪接處理的，不一定全然的反映事實。

此外，在設計課程內容及教材的發展與編製上，研究者花費相當多的時間與精力與指導教授及帶班教師做討論與修改，但就一個現場教師而言，若要獨立規劃此課程，可能負荷甚重。因此研究者深刻認為各個媒體素養教育資源的整合，對於教師教學是有很大的助益的。

四、原班老師對於媒體素養教學的觀感

三個班的帶班老師皆認為看影片可以讓孩子強力參與，而對於在學齡前的學習環境中，可以啟發幼兒的興趣，來延伸他們對語言和素養的能力的活動，老師們都給予肯定。雖然老師們表示對於媒體素養教學的概念並不熟悉，但在實驗教學中給予研究者一些實質建議，在課程後與帶班老師的討論中發現，實驗組的幼兒在其他影片觀賞的時間內，會主動提出自己的觀點與大家討論，而也有的老師在其他影片觀賞時間後，也逐漸開始帶領全班幼兒去思考媒體文本所呈現出的內容與價值觀，老師們也表示願意多瞭解媒體素養教學的內涵與教學議題。但也表示對於需要花時間找文本和錄卡通等資料蒐集上會有困難，如果能有現成剪輯好的媒體文本再好不過了。