

新聞與資訊---社會的代言人

現代社會人際複雜，社會互動密切，為了取得訊息掌握周遭環境變化，明瞭公共事務，尋找日常生活指引等，人們主動或被動透過各種媒體來得知外在環境所發生的重要新聞資訊，評估其對生活可能產生什麼樣的影響，並作為生活決策的資訊來源。

根據行政院主計處 2000 年的調查，台灣 15 歲以上民眾有 50% 以上最常收看電視節目的時段是晚間 7 點到 9 點，而收看的節目類型以新聞氣象比率最高，占 70.2%，其次才是連續劇、影集等，顯示大眾藉著收看電視作為獲取新聞資訊的主要來源之一。而兒童、青少年與家人共處時光的活動也以看電視名列前茅。雖然新聞並非是兒童最喜歡收看的節目類型，但由於其看電視的時間以 6 點到 9 點居多，加上家庭共享晚餐和共視時段也多是收看新聞節目，學童也就隨著大人習慣性地收看電視新聞。另根據郭靜晃 2000 年報告顯示，有 34.1% 學童也喜歡收看新聞節目，雖然許多家長不贊成兒童看電視，但也有部分家長唯一允許兒童或青少年收看的節目也是新聞。

人們可以利用五官來感觸近身的物理世界，利用知識和經驗來判斷四周社會環境和人。但是超出人類近身所及的世界時，人們無可避免地必須依賴媒介來告知我們四周的當代事物與其他國家人民的生活。一般人覺得新聞和娛樂節目的主要差異在於：娛樂節目是不真實的，而新聞則是反映真實世界，新聞媒介就是一面反映社會真實的鏡子。事實上，這正是一般人對新聞的刻板化印象，認為新聞是真實發生之事，缺乏對新聞內容抱持質疑的精神。從新聞製播的流程來看，讀者與觀眾並無法從媒體上獲知當日所發生的全部事件，也無法獲知新聞所報導事件的完整始末。觀眾所能接觸的新聞乃是取決於所謂的「新聞價值」，經由記者與編輯人員篩選後，認為具有價值的新聞才有機會出現在媒體上，而它所報導的角度和採取的立場也常會左右閱聽人對事件的看法。

記者依賴所蒐集的事實或意見來建構他們的新聞，在過程中受到許多因

素的影響，比如截稿時間，版面與新聞時間的限制，以及記者的新聞敏感度。一般來說，新聞建構的過程包含三種任務：（1）選擇哪些可被報導，（2）決定什麼是新聞的焦點，與（3）決定哪則新聞可以播出或刊登。我們對外在世界的認知深受新聞工作者選擇的影響，這種人為建構的真實影響我們對社會真實形貌的認知，故新聞是大眾媒介的產品，也是一種建構的真實，新聞的建構是經由人為選擇而成為的一種媒介真實。

從上面的說明，我們身為閱聽人對「誰」決定什麼是新聞，「如何呈現」事實，隱含的「新聞觀點」是什麼等，應保持健康的質疑態度。除了瞭解新聞被呈現的部分，也得重視那些未被呈現的部分；因為媒介可能呈現的不是社會現實，而是故意或無意的掩飾，或是忽略另一部分的社會真實。

因此，媒體教育強調去認識各種新聞媒介人為操作與建構的過程，是希望讓兒童與青少年瞭解到，雖然提供正確和客觀的新聞資訊是新聞媒介的理想，但是新聞經採訪、編輯、播報等流程後，其正確性與客觀性皆需由閱聽人加以判斷。雖然兒童與青少年並不是公共事務的主要行動者，但在民主社會中，新聞也是學生建立民主政治知識的重要來源，具有強大影響力，所以更應該瞭解新聞資訊是如何建構，並學會解析新聞媒介獨特的再現過程。

新聞價值

事件要成為新聞必定有「新聞價值」，而決定哪一些新聞可以被報導，這是新聞專業人員用來衡量某件事情值不值得採訪，該花費多少精神和力氣、時間來報導，以及應如何呈現的一套判斷標準。以下是一般判斷事件是否具備新聞價值的標準：

1. **影響力 (Impact)**: 比如一家工廠關閉影響很多人，比個人失業更加嚴重，就會是一條大新聞；災難是大新聞也因為讓很多人受傷或無家可歸，或影響交通等民生問題深具影響力，容易成為新聞。
2. **衝突性 (Conflict)**: 一場和平抗議的活動只舉標語通常較不會成為主要的新聞，但弱勢抗議者和工廠管理階層或警察間發生激烈衝突，有人受傷，這就會成為一則重要新聞。
3. **顯著性 (Prominence)**: 如果新聞中有名人或政治人物參與往往會是一

條大新聞。如英國王儲離婚會是國際新聞焦點，又如總統女兒結婚也會是國內主要新聞。但若是你家鄰居離婚，就連地方版的報紙也不去處理。

4. **鄰近性 (Proximity)**: 假如台北總統府旁有失業的勞工餓死會是一條大新聞，但奈及利亞首都有路人凍死，因為奈國與本地讀者關係不大，台灣的媒體可能不會當新聞來報導。
5. **新鮮感 (Freshness)**: 新聞生命非常短暫，假若一則新聞在截稿前半小時發生，其新聞的時效性與重要性要大於多天以前發生的新聞事件。
6. **新奇性 (Novelty)**: 人都會對珍奇、不尋常的事感興趣，如 96 歲老人橫渡海洋，貧苦夫妻撫養 20 個孩子，無尾熊交配成功或小企鵝出生等都會吸引人的興趣而成為新聞題材。
7. **負面事件 (Negative something)**: 壞新聞通常比好新聞更受到關注。
8. **持續性 (Continuity)**: 一則重要新聞的追蹤或後續報導，也具有新聞價值與重要性。
9. **情緒性 (Emotions)**: 新聞事件人物的情緒因素增加了觀眾興趣，如恐懼，嫉妒，愛與恨。
10. **人情趣味 (Human Interesting)**: 新聞中出現溫馨和人情味的故事，比如出動大批消防隊員拯救卡在電線桿上的小貓等。

這套新聞判斷標準還包括事件發生的時間、地點、所蘊含的情感認同必須貼近大眾或事件包括的新聞價值類別越多，就愈可能受到新聞工作者的重視而成為報導內容。

總括來說，新聞可區分為兩大類--硬性新聞 (hard news) 與軟性新聞 (feature news)。硬性新聞通常指的是當天重大事件或政策，是即時、事實性的，得盡快在媒體中呈現最新狀況。軟性新聞通常較無時效性，或者並非最重要的新聞事件，而是特殊有趣的一個新聞話題。這兩大類新聞會依其性質出現在報紙不同版面，或影響新聞的播出順序。

新聞採訪編輯的作業流程

新聞的形成可簡化成這樣的模式：

1. **採訪**：一件新聞事件發生，記者接獲消息前去採訪，在時間壓力限制下，

記者在事件現場進行觀察和採訪，採訪當事人、參與者、目擊者、相關的其他人員，並記錄或拍攝採訪內容。

2. **寫作**：記者依據採訪資料，寫下新聞稿，並撰寫新聞摘要。
3. **編輯**：編輯收到記者完成的文稿後，進行文稿編輯，考慮空間和時間限制，以及媒體組織的編輯政策與可能對廣告商的影響，來決定新聞標題和新聞採用的版面與順序。
4. **新聞刊登與播出**：新聞上媒體後，力求時效的傳播給大眾。

從這個新聞形成的過程中，發現多個影響新聞的重要角色---**守門人 (gatekeeper)**，包括新聞記者、編輯、新聞節目製作人與總編輯等人。這些守門人決定新聞的採訪價值與撰寫立場外，也決定媒體中刊出哪則新聞與哪些新聞不予報導。另外媒體組織的政治與商業立場等，也會影響新聞所呈現出來的觀點。我們通常可以藉著比較兩家不同媒體的新聞處理來瞭解守門人的角色是如何影響同一個資訊的呈現，包括新聞語言的使用，新聞的選擇與新聞版面位置、順序等。

在新聞重要性的呈現上，報紙由新聞刊登的版面位置和大小，來表現當日新聞的重要性，並輔以標題文字大小以抓住讀者的閱讀焦點；而電子媒體則靠新聞播出的優先順序和時間長度，來彰顯新聞的重要順位，並且透過影像和聲音以及標題運用、跑馬燈等來吸引觀眾收看。

新聞觀點與報導原則

新聞媒體是一個組織，而這個組織的文化也足以影響新聞的表現，其中最深的影響就是新聞觀點。所有新聞的選擇和建構都由『新聞觀點』在背後主導，這是記者進入新聞組織經社會化後，所融入的新聞價值觀，其優點是早日熟悉新聞組織的作業方式和價值，爭取在最短時間內處理新聞，但缺點是記者以有限的觀點和價值來報導新聞，忽略對新聞更深層意義的探討。比如當新聞組織太過重視商業競爭效益時，媒體的新聞觀點就可能由社會責任觀而朝向市場行銷觀點，結果一些過度誇大、渲染和夾敘夾議的新聞就成為媒體主流，忽略新聞記者不宜介入新聞事件的基本立場。

客觀是記者最重要的新聞專業規範之一，記者和編輯被要求對新聞一視同仁，不偏好個別新聞和人物。然而在種種選擇和決定過程中，卻很難避免有主觀的介入。因此記者信條之一便是要平衡、客觀報導，雙面併陳，不可單取一面之言，新聞報導要讓事實與意見分開，不讓事實與意見混雜。

查證也是記者相當重要的工作項目之一，新聞事件往往牽涉許多複雜的人、事、物，一般而言，記者對即將發佈的新聞事實與數據，理當應做二次查證的工作，詢問過兩個以上的消息來源，確定訊息的可信度與正確性，尤其遇有爭議性、牽涉個人名譽隱私、公共利益之事，更需對消息來源做進一步查證。2002 年 10 月的『涂醒哲舔耳』新聞事件，就是一個最好的例證，媒體在未能進一步查證前即大幅報導，將單一的消息來源意見誤判為事實，更嚴重的是引起其他媒體群起未審先判，媒體扮演起法官的角色，未充分調查事件原貌前，即公開臆測，並評斷個人道德操守，傷害當事者名譽，使得媒體在此事件中喪失其公信力。

區分新聞事實、意見與新聞廣告化

一般大眾判斷新聞報導中那些是事實，那些是意見，是一件重要的事，但對師長們來說原本就不是一件容易的事，要怎樣讓兒童與青少年學會呢？首先可教導學生新聞媒體，如報紙和電視所出現的資訊除了新聞事實外，還有一種資訊稱為『意見』，比如報紙的社論和民意版，就是媒體邀請專人作評論，或是讀者表達個人想法的園地，這些訊息必須與新聞事實分開處理。但現在許多新聞卻出現事實和新聞混雜的情況，不易區分。

所謂**事實 (facts)**，就是真實的陳述，經查證是正確的，而新聞記者重要的責任就是報導事實。**意見 (opinion)**，是一種判斷，表達對一個主題的觀點。一般而言，記者應報導事實不宜加入個人意見，但是記者若對報導未能平衡處理，可能會加入個人意見。因此最好的區辨標準就是可查證或可獲得證據的為事實，不能者稱為意見。

建議教師帶領學童區辨新聞事實和意見的方法，就是透過分析新聞語句來練習分辨。比如『中度納莉颱風帶來強勁的雨勢，造成台北市八個行政區

嚴重淹水與 60 萬戶停水停電。』這是一種純粹新聞事實的報導。另一種寫作『號稱 60 年來最兇狠的颱風納莉，夾帶狂風豪雨造成台北一片水鄉澤國，民眾苦不堪言。』這種新聞寫作運用很多形容詞，但並未陳述數據等具體事實，比較偏向是意見而非純淨的新聞報導。

另一項解析新聞的目標是區辨新聞與廣告資訊的差異。由於商業化的激烈競爭，許多媒體的新聞部門被要求採訪許多商業或企業的公關新聞，但值得注意的是，新聞是為社會大眾報導重要的社會事件，而廣告的目的卻是進行廣告促銷達到商業的目的，因此，如果新聞中夾雜廣告或淪為廣告商的播出管道，不但喪失新聞公正客觀的立場，將使新聞反變成另一種服務商人的廣告。教師與學生可以仔細觀察一些介紹新產品或新資訊的新聞，如果新聞內容不斷吹捧單一產品優點或畫面停在某個商品的牌上，這些大概都已經涉及新聞廣告化，而非純淨的新聞事件報導。

商業邏輯下的新聞

從以上的新聞價值和種類、採訪流程、新聞觀點與報導原則、事實與意見、新聞廣告化的種種限制條件下，不難發覺許多商業媒體在新聞事件的建構過程中，有幾項特質影響新聞呈現，而無法反應真實世界。

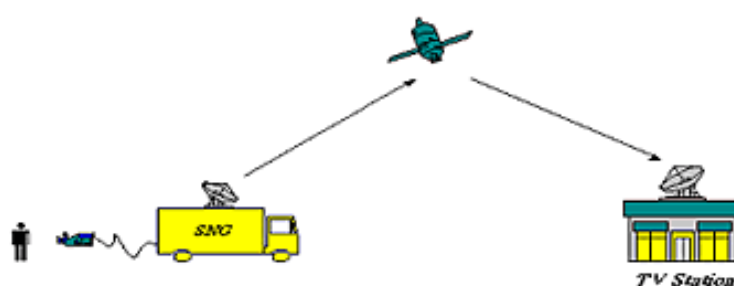
1. **新聞是一種商品：**新聞傳播媒體，屬於高成本行業，媒體的商業體質使得新聞的產銷必須由社會大眾付出代價，閱聽人得付出金錢與時間成本，才能獲得新聞，比如到便利商店購買報紙，或收看電視新聞時得附帶收看廣告，因此商業媒體的新聞的產製常因爭取發行量、收視率、收聽率而偏離專業的判斷基準，往往會有炒作新聞的現象。
2. **與時間賽跑---搶快、搶先、搶獨家的遊戲規則，造成新聞未經查證或非關公共利益議題的小題大作：**許多 24 小時的新聞台，因為新聞需求量很大，加上新聞資訊汰舊換新速度快，有時為了爭取時效利用 SNG 轉播，許多未經查證的消息或未做平衡報導就傳播出去，造成真實的扭曲，影響新聞正確度和新聞當事人權益。
3. **新聞時間有限產生排檔效應：**每天發生的新聞事件何其多，但在新聞版面和播出時間有限的情況下，新聞編輯台必須做出選擇播或不播，因此會產生新聞的排擠效應。如當新聞媒體選擇大幅報導檳榔西施露不露問題，其

所佔據的播出時間，相對地也排擠掉其他重要的民生與公共政策議題的時間，甚至無法播出。現今許多商業電視台在強調收視率為先的競爭壓力下，頻頻以增加視覺渲染性的新聞刺激收視率，以畫面精彩的價值做為新聞價值取舍標準，使過度衝突的八卦、色情、暴力或血腥的新聞畫面直入家庭。早已超越多年幼的兒童可以理解或收看的適宜性標準。

4. **新聞產製過程層層的守門過程：**新聞事件從採訪、編輯到播出與刊登，經過重重人為的關卡，除了維持新聞資訊的品質外，也顯現出新聞事件在產製過程中會受到媒體組織的文化與政經因素、商業利益的考量、新聞人員的自身價值，或受消息來源立場的影響，使得新聞絕對客觀很難達成。

SNG 細細看

SNG 現場直播堪稱是目前電視新聞最熱門的當紅炸子雞。所謂的 SNG，英文全名是 Satellite News Gathering，翻譯成中文，就是「衛星新聞採集」的意思，SNG 現場直播，最簡單的解釋就是利用衛星傳送新聞現場的情形，直接播出。它的裝備是有一個新聞採訪車，車內裝有可傳送及接收電視訊號的器材，可將現場的新聞畫面轉化為訊號，經由 SNG 車上傳衛星，電視台再從衛星接收訊號播出。在事件現場採訪的記者可以透過 SNG 新聞採訪車上的碟型天線發射設備，用微波將訊號發射至衛星，再由衛星傳達到地面的接受站。如此一來，我們就可以看到「現場直播」的電視新聞了。



SNG 衛星傳送原理簡圖

使用 SNG 的源由

SNG 新聞的聞名源於美國全新聞頻道 CNN 在 1980 年開播時，曾被嘲笑為「雞湯麵電視網」。美國電視界質疑 CNN 怎麼可能找到塞滿 24 小時的新聞，只能拿些湯湯水水的小事來填塞。但創辦 CNN 的泰德透納堅信，電視是一般

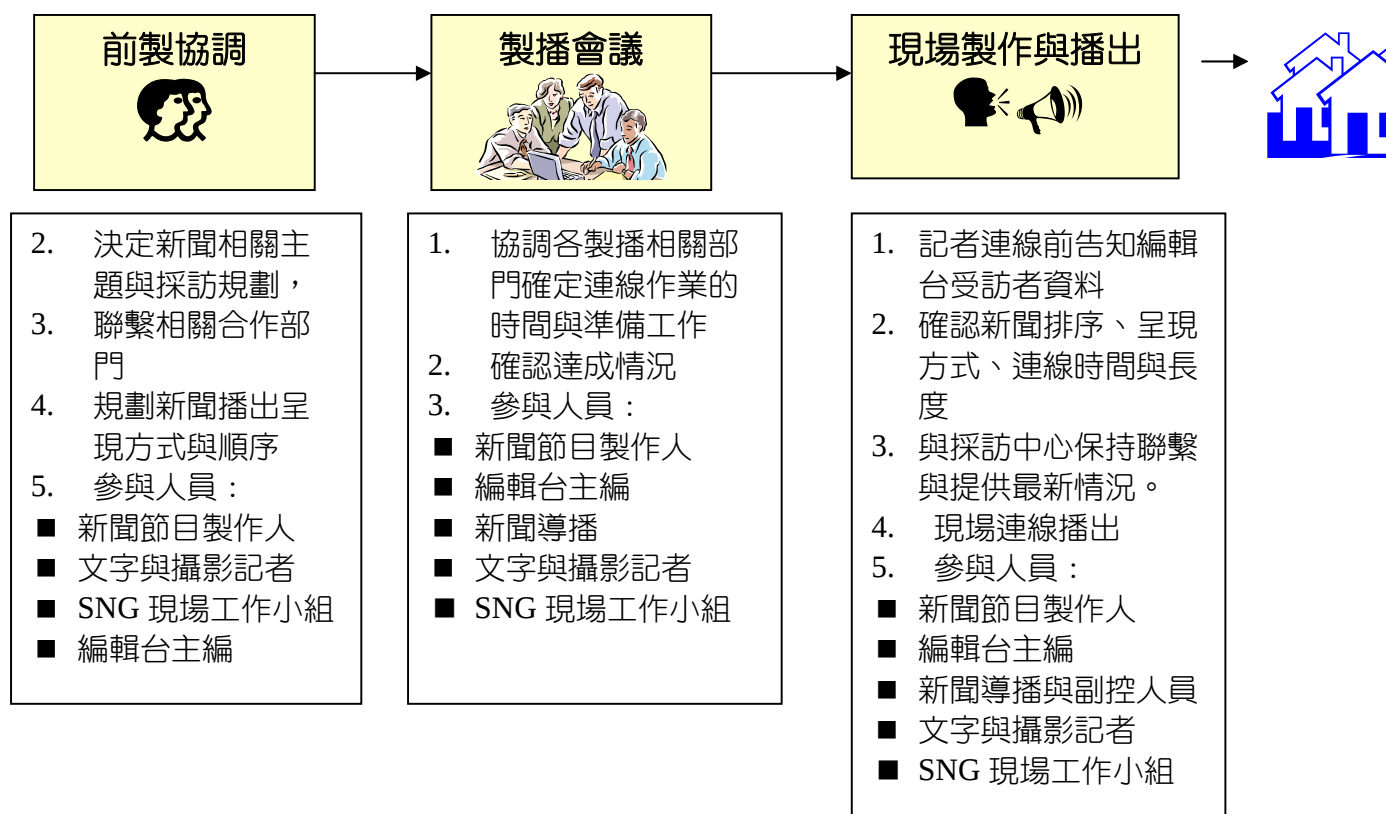
民眾吸收資訊的主要來源，科技進步讓衛星加快新聞的傳送速度，透納想創造一個全新的新聞市場。

CNN 一開播大新聞就接連不斷，從聖海倫火山爆發、美國總統大選，到柏林圍牆倒塌、大陸天安門事件、波斯灣戰爭等，透過 SNG 將新聞實況直接送到全世界閱聽人的眼中，也打響了 CNN 的名號。CNN 的崛起背景也說明了要建立媒體公信力與品牌，最快的方式就是新聞——可遇不可求的震撼性獨家和大量的現場報導。而近幾年台灣社會政治角力、經濟波濤、社會亂象接連發生，媒體自然不愁沒有題材；到了選季，新聞更是發高燒，造成 SNG 現場連線漫天飛的現象。

SNG 新聞採播作業流程

一般而言，SNG 現場標準作業流程可分為四個部分，

- (1) **前製協調：**主要參與者包括製作人、文字攝影記者、企劃編輯與 SNG 現場工作小組等，工作包括由製作人負責統籌規劃及協調連繫各部門，文字與攝影記者搜集與新聞議題相關的主題與資料，SNG 現場工作小組勘查場地，並由編輯規劃節目呈現方式及排序（RUNDOWN）。
- (2) **製播會議：**，由製作人召集前製協調各參與者，確認各部門人員所司職務及器材配合情形，若為預先的 SNG 現場連線，製播會議及相關細節至少應於播出前一日確認。
- (3) **現場製作播出：**相關單位包括現場的製作人、文字記者、攝影記者、編輯台主編、副控導播及 SNG 現場工作小組等，電視新聞記者在進行 SNG 現場連線時，需充分掌握新聞現場，將受訪者資料於連線前告知編輯，確認新聞排序、確認新聞呈現方式、連線時間與長度，並和採訪中心內部保持良好聯繫提供事件發展最新情況。「SNG 現場工作小組」負責將新聞訊號確實無誤的傳回電視公司，並提供記者與公司間無障礙的溝通。「編輯台」主編負責與外場製作人及記者保持密切溝通，確認排序並與主播棚內及導播達成共識。至於副控導播則確實掌握節目呈現方式及新聞排序，並確認相關配合人員、器材及工程狀況無誤。



SNG 新聞採播作業流程圖

SNG 對新聞品質的衝擊

SNG 衛星製播作業帶來新聞上的便利是無庸置疑的，有線電視持續二十四小時的新聞報導讓平面媒體倍感威脅，因為社會大眾會覺得不想再看報紙上那些「以前」發生的新聞，而是要看電視上「現在」的新聞，所以對電視新聞而言是個很大的優勢。美國時代雜誌在一九八九年指出，SNG 對電視新聞產生深遠的影響，地方電視台因 SNG 衛星科技得以採訪更多新聞，並可透過電視台間的交流，獲得更多新聞來源，新聞節目的時段也因而得以延長。

不過由於台灣的 SNG 使用過於粗糙，許多新聞台早已省去所謂的標準作業流程的層層考量，讓 SNG 現場記者完全承擔新聞品質的主導責任，身兼報導、編輯、審核的把關責任，常常缺乏守門與查證的專業準則。資深新聞工作吳恩文曾表示，新聞競速的結果，觀眾雖然看到 SNG 的「實況」，卻不一

定是「真相」。SNG 新聞特長是「原音原樣」，可以及時將現場畫面、當事人的情緒、措詞用語直接送到觀眾眼前，但現在的現場連線常常沒有經過剪輯、處理、選擇，「只是呈現記者所在的哪個角落」，資深媒體人周天瑞曾表示，這樣的新聞只有收視差別，沒有好壞之別，台灣的 SNG 被批評為簡直就是 Super No Good。

我們都明白新聞的資訊會影響兒童與青少年對世界、國家和社區的認知，但對於日常生活離不開新聞媒體的現代人而言，要怎樣才能聽得懂與看得懂新聞，不妨就先從作個耳聰目明的新聞閱聽人開始，使學生具備能分析、評鑑與正確地轉述新聞的媒體素養；更積極而言，就是學會思辨性資訊評估的態度與方法，讓他們具備基本的新聞素養能力，去判斷新聞的價值，真實和虛假，分析新聞節目的目的，並懂得區辨事實與意見，洞悉廣告與新聞資訊的分野，進而從公民的立場說出對新聞的觀感與品質的要求。

網路資訊何其多，真真假假到天邊

除了一般媒體的新聞之外，網路也成了另一資訊來源的重要窗口，E 世代的老師必須關心學童使用網路的情況，因為兒童與青少年可能比大人們更早接觸資訊教育，學習上網的技巧。

根據天下雜誌（2000）的調查指出，國內只有 27% 的父母會監督兒童青少年的上網活動，與美國 78% 的父母相去甚遠，而且在監督的面向上，多集中於網路使用時間是否影響作息等，對兒童青少年上網的內容所知不多。有鑑於未來網路很可能繼電視之後成為主導性的媒介，影響兒童與青少年的生活形態以及思考方式，除了留意兒童青少年小朋友接受資訊教育「量」的增加，也須重視「質」的建立。所謂「質」的部分就是善用網路而不流於迷網，使他們具備正確的資訊學習與應用的態度，並且懂得判斷網路資訊、保持網路禮儀與實踐網路倫理。

雖然網路為人們帶來便利性，然而大量且良莠不齊的資訊，使得資訊處理能力格外重要，否則會產生資訊污染造成使用者困擾，產生資訊焦慮和超載等情況。另外有些網路資訊沒有經過專業編輯的守門過程，充斥各種不適當

或有害的內容。因此，我們必須教導兒童與青少年具有資訊判斷能力，不至於在資訊洪流中迷失方向或受到錯誤消息來源引導。資訊評估能力包括下列幾項：

1. **檢視網路資訊的可信度：**網路資訊品質缺乏守門過程，容易出現誇大不實，謠言或誹謗等，未經查證而把資訊流傳出去，將造成很大的影響，應教導兒童青少年懷疑的態度。
2. **辨識不當資訊：**辨識和處理不良內容，如色情、暴力和未經證實的資訊。
3. **教導小朋友禮儀與安全，不傳未經證實的資訊：**兒童與青少年除了上網進行連線遊戲或找資料外，可能也花了不少時間與他人傳播信息或互動交友。老師和家長可以利用網路使用行為規定，讓他們先建立一個安全而正確的網路互動行為認知，有了這些覺醒和準備後，就可減少兒童與青少年上網與網友們的互動風險。請老師先與兒童或青少年設定幾個重要的安全原則：
 - (1) 該和網路上認識的人見面，若想要與網路上認識的朋友會面，一定得約在公共場所，而且要確定有父母陪同在場。
 - (2) 教導兒童或青少年不要理會哪些讓他們感覺到不舒服的電子郵件或是聊天訊息。而且鼓勵他們遇到這種情況應該勇於誠實告知大人。
 - (3) 提醒兒童青少年遵守網路禮儀，不要亂傳遞垃圾資訊或是不良資訊給其他網友，因為在網路虛擬社會，自己對待別人的態度如何，別人就會怎樣對待他，所以需遵守網路共通的禮儀和規範，做個尊重他人的網路公民。
 - (4) 網路資訊流傳廣泛，如果有一些八卦流言，在未經證實或是查證有誤的情況下，兒童、青少年可以學習『謠言止於智者』的態度，不要再散布一些謠言資訊。
 - (5) 分辨網路廣告，網路廣告和一般的電視廣告不太一樣，通常都與重要資訊設在網站同一版面中，有時候很難分辨究竟是廣告還是網站的資訊內容，而且網站常透過遊戲或是猜謎贈獎的方式引誘網友進入廣告中，或是加上一些特殊效果，容易讓人誤以為所看到的就是真的，兒童與青少年應該學習如何分辨資訊和廣告的差異，瞭解商業網站所使用的勸服意圖。

賦予學童新聞或網路的媒體素養的養成機會

- 1、**培養兒童青少年建立多元的訊息管道**：除電視新聞外，尚有報紙、廣播、雜誌、網路、人際溝通與親身參與等方式，協助他們加以運用判斷。
- 2、**老師、家長與學童分享，並討論對新聞時事或熱門網路話題的看法**：從共同分享與對話中，幫助學童建立正確的新聞或資訊觀點，可讓兒童與青少年去瞭解一則新聞、資訊的形成與過程，並進行媒體素養教育。
- 3、**與學童分享意見**：尋找全家或班級共視的機會，適時給予機會教育，因為兒童與青少年每天不斷地從新聞中或網路中擷取資訊，建立外在的世界觀，因此得多留心新聞與資訊的內容。因為師長不能時時陪伴，因此必須幫助學童過濾節目、推薦與選擇新聞與資訊節目、網站，並藉由分享討論，建立兒童與青少年正確與多元的媒體閱聽習慣。

最後必須體認的是，媒體的新聞與網路的資訊，並不能給我們全部事實的真相，當然也無法給我們全世界。對兒童、青少年來說，他們正處於不斷吸收資訊，思考並且內化影像，建立自身的行為和思考準則的階段，在較缺乏完整的世界觀的情況下，教師與家長必須協助學童培養良好的媒體素養能力，以期養成能在五光十色的資訊洪流中，知所依據的資訊公民。

教學資源：

（一）書籍參考資料

1. 許怡安（2001），兒童網路使用與網路素養之研究：以台北縣市國小高

- 年級學童為例，台北：政大廣電所碩士論文。
2. 石麗東（1991），當代新聞報導，台北：正中書局。
 3. 艾瑾（1999），正視廣告新聞化的氾濫，新聞鏡，553，頁 34.
 4. 吳翠珍、鄭如雯（2001），別小看我：媒體教育互動教學手冊，台北：財團法人公共電視文化事業基金會。
 5. 吳翠珍、關尚仁（1999），媒體、公民、素養：媒體公民教育訓練教師手冊。台北：富邦文教基金會、媒體公民教育發展小組。
 6. 李茂政（1987），當代新聞學，台北：正中書局
 7. 汪志堅、駱少康（2002），網路上流傳謠言類型與特性研究，清華大學 2002 網路與社會研討會論文，新竹.
 8. 周榮、周倩（1997），網路上癮現象、網路使用行為與傳播快感性經驗之相關初探。論文發表於中華傳播學會 1997 年會，台北：深坑世新會館。1997 年 6 月 20 日。
 9. 林承宇（2000），網際網路上有害資訊內容之探討—以我國法律管制可行性為中先，清華大學 2000 網路與社會研討會」論文，新竹。
 10. 翁秀琪等（1999），似假還真的新聞文本世界：新聞如何呈現超經驗事件，新聞學研究，58，頁 59-83.
 11. 梁朝雲(1997)，網路社會素養：電子郵件的禮儀，新聞學研究---網路素養專輯，54，頁 53-74.
 12. 郭靜晃（2000），台灣少年媒體使用之現況分析，論文發表於媒體公民教育國際研討會論文，台北：政大傳播學院媒體素養研究室，2000 年 4 月 2 日。
 13. 媒體觀察基金會（1999），媒體搶攻新聞現場，SNG 有功還是有過，新聞鏡，572，頁 23-30.
 14. 劉莉秋（2002），散佈電子郵件謠言因素研究--以電腦中介人際互動觀點分析，國立中正大學電訊傳播研所碩士論文.
 15. 劉麗惠（1999），挑剔電視新聞--做一個有專業素養的觀眾，成人教育通訊，2，頁 34-36.
 16. 蔣安國（2000），資訊傳播下匿名言論與傳播者的角色—網路媒體與傳統媒體之比較，2000 年銘傳展望新世紀國際學術研討會論文.

17. 蔡念中（1999），提昇電視新聞節目品質--電視社會新聞羶色腥現象之探討，廣播與電視，14，頁 167-187.
18. 蘇衡（2000），新聞背後的社會--閱讀 <新聞媒體與消息來源>，臧國仁著，新聞學研究，63，頁 273-275.

（二）網路參考資料：

1. 網路追追追，網址<http://www.ettoday.com/etrumor/index.htm>，
※本課程學習單問題引導可參考此網站（但並非唯一標準答案資料管道，僅供參考）。
2. 蕃薯藤 [http，//www.yam.com](http://www.yam.com).
3. 雅虎，<http://yahoo.com.tw>