

# 1999 媒體識讀教育研討會

## Media Literacy Education Conference

### 研究報告

袁乃娟 巫知諭 1999/7/13

#### 前言

一九九九年六月二十六日至六月三十日，四百多名來自世界各地的媒體識讀教育工作者，齊聚於美國明尼蘇達州聖保羅市，參加美國媒體識讀教育中心所舉辦的第二屆媒體識讀教育研討會。此次研討會的主要目的，除了推廣媒體識讀教育的觀念之外，還包括媒體識讀教育學術理論中的議題討論，以及施行媒體識讀教育時所面臨的困難與經驗交換。此外，美國學界與媒體界這幾年推廣媒體識讀教育的成果，錄影帶、網際網路等教材的製作，更在會中藉由座談會、分組討論會及影片欣賞等形式，達到充分的交流。

本會此次指派新聞部副理袁乃娟與節目部規畫組巫知諭兩人參與此次會議，就參與研討會會後心得，提出本份報告。

本報告計分四個單元，有鑒於會內雖已考慮製作媒體識讀教育節目，但對於媒體識讀教育內容的了解仍在摸索階段，第一單元將從簡介媒體識讀與媒體識讀教育的內容開始，並於簡介中，加入會議中較被廣泛討論的議題；第二單元則根據研討會所提，美國現階段媒體識讀教育推廣經驗，分析美國在此一領域所面臨的問題與解決方式，以作為公視「他山之石，可以攻錯」的根據；第三單元係根據研討會所播放的影片，提出分類討論；第四單元則將針對公視目前的狀況，對未來規畫媒體識讀教育相關節目與周邊配合作法，提出建議。

#### 壹、媒體識讀與媒體識讀教育的內容

##### 爲什麼要有媒體識讀教育

要了解媒體識讀和媒體識讀教育的內容之前，需先了解爲什麼要有媒體識讀教育。其實媒體識讀教育的觀念早在二次大戰前就有了，隨著時間的推移，媒體識讀教育也因不同的政權和國家，而有它存在的不同目的。從最早是如何欣賞電影和節目製作，而至七零年代對媒體被濫用的覺醒與批判，到目前對媒體的瞭解與分析，媒體識讀也從專家才擁有的專業權力，慢慢的成爲每個人都具有的基本能力，這也是媒體識讀教育的最終目標。特別是在媒體氾濫的今天，你我生活中，處處是媒體，如何不讓媒體影響兒童（也就是人類的未來）身、心和腦部的正常發展，以及如何讓兒童而至成年人，能夠不致淹沒於媒體與資訊的洪流中，而失去自己的判斷力、價值觀與創造力，就不能不推廣媒體識讀教育。

## 什麼是媒體識讀

簡而言之，媒體識讀就是認識和解讀媒體的能力。這裡所指的媒體，包括了所有文字及圖片的印刷品、廣告、電視、電影、網站、電動玩具等。而在培養媒體識讀能力之前，對媒體必須有五點基本的認知，這也是媒體識讀觀念被提出後，經由英國、澳大利亞、加拿大等國的媒體識讀教育學者所發展出來的基本理論架構：

- (一) 媒體資訊是被建構而成的
- (二) 媒體資訊有其特殊的語言及建構系統
- (三) 因為種族和文化等差異，不同的人對同樣的媒體資訊，都有不同的詮釋方式
- (四) 媒體資訊大多有其商機和利益的考量
- (五) 媒體資訊一定有其本身的價值觀和觀點

瞭解了這五項基本原則，媒體識讀能力的培養就從這五項原則推展開來。首先就要從**知覺**（aware）到媒體所傳出的訊息是刻意被建構的開始。那麼是誰建構的（牽涉到傳達者的觀點問題）？如何建構的（使用什麼樣的敘事方法，用什麼樣的音樂，有什麼樣的資訊在剪接時被刻意拿掉）？建構的目的是什麼（商機或是其他方面的利益）？對象是誰（是否刻意建立某種階層的價值觀與意識型態）？就成為一系列的重要問題。這些問題的探討，也就是以**批判性的眼光**（critical viewing）來認識和解讀媒體的開始了。當深入探討這幾個問題時，社會結構、政治經濟體制、文化傳統和價值，都將呼之欲出。因此，媒體識讀的能力，是建立於終身學習的基礎上，對社會文化的瞭解越多，就應越具有媒體識讀的能力。然而根據不同的成長經驗與文化背景，每個人對同一段資訊的解讀方式也不盡相同。所以媒體識讀並非刻意尋求某種答案，而是透過認識和解讀媒體資訊，瞭解媒體在技術上是如何運作、操控大多數的資訊接收者，在內容上所牽涉到的文化等議題又是如何的複雜。而接收者則根據自己的判斷，選擇相信與接受的程度與價值。

## 媒體識讀教育的內容

媒體所傳出的訊息是刻意被建構的。是誰建構的？如何建構的？建構的目的是什麼？對象是誰？同樣的問題，不停的質疑，這就是媒體識讀教育的內容。只是根

據不同的年齡層，不同的理解能力，學習的階段和內容也就稍有不同。大致而言，可區分為四個階段：

### （一）幼兒期

幼兒期還無法提出較深入的問題，此階段最重要的課題是讓他們看懂故事，知道是誰在說故事為主要目標。看懂故事就是理解媒體資訊是如何建構的，也就是媒體語言的學習。而知道是誰在說故事，就是學習主述者的觀點問題。此時期也正是幼兒發展語言能力的時期，同時教導他們媒體語言，可說是相得益彰。舉例而言，教導幼兒瞭解媒體如何利用音樂影響資訊接收者的情緒，可選出一段他們喜歡看的電視畫面片段，分別加入不同的音樂，讓他們感受其中的不同。或者藉著卡通人物所在的位置，讓他們理解站在高的地方看到的風景，和站在低的地方看到的風景，是不同的，以漸進式的方式讓他們理解角度和觀點的概念。此時期的幼兒較難和他們討論真實與虛構的問題。對他們來說，也許卡通人物是假的，但只要情節合情理，就是真的。因此在此階段可以不必急著讓他們分辨真實與虛構之間的關係。此外大聲的唸故事給幼兒聽，是媒體識讀教育專家一再強調的步驟。除了讓幼兒培養專心傾聽的能力，也有益於發展幼兒的想像力、表達能力、感受語言中的韻律節奏等等。

### （二）兒童期

此階段的重要課題，是節制並控制兒童看電視的時間，並學習比較節目之間的不同，再從中選擇該看的節目。這時候的兒童已可進入問問題，並促使他們思考的階段。通常在讓他們欣賞完一段影片後，可和他們討論喜不喜歡？為什麼（不）喜歡？最（不）喜歡哪一段？使他們最（不）喜歡的感覺和原因是什麼？哪一個角色對他們而言比較真實？或者讓他們試著區分節目與廣告之間的異同，以理解節目和廣告如何用不同的媒體語言來吸引觀眾，以及如何一定的時間內達到吸引觀眾的目的。對稍大的兒童，已可灌輸他們說（建構）故事的方法。譬如讓他們描述影片故事發生的時間、地點，情節的順序，之間的因果關係，並猜測下一段的內容。或者詢問如果由他們來編故事，他們會如何建構這個故事。還可以讓他們在聽過一個故事後，找同伴來扮演其中的角色，從中讓他們理解，同樣的故事，不同的人如何以不同的方式瞭解和傳達。

### （三）青少年期

此時期已可進入深度思考和分析媒體內容的階段。除了解析媒體結構和內容，許多媒體識讀教育課程已開始教導年輕人如何製作節目，設立網站等。藉著媒體資訊的製造，他們也更深入的瞭解媒體是如何運作的。然而此時更重要的是內容主題上的探討。青少年此時是學習社會行為、建立自己的價值觀的重要階段。因此

訓練青少年對所接收的資訊提出質疑與批判是非常重要的學習。最常被提出批判的主題，包括自我形象、兩性關係、暴力與菸酒文化等議題。這些主題的詳細內容將於稍後說明。

#### (四) 成人期

在此次媒體識讀研討會上以及相關文獻上，並未提及成人時期的媒體識讀教育課程。基本上，媒體識讀本就是自動自發的終身學習，媒體識讀教育的推廣也是建立在成人本就有分辨和批判媒體資訊的能力上。然而事實上，並非大部份的成人都具有媒體識讀的能力，而沒有媒體識讀能力的父母、老師，甚至媒體識讀教育教材的製作者，如何推廣媒體識讀教育？因此在此提出成人期媒體識讀教育的重要性，作為提醒。而成人期的媒體識讀教育內容則可依不同的背景，沿襲之前不同階段的學習方式，此處不再贅述。

### 媒體識讀教育常探討的議題

儘管媒體識讀教育並不是刻意的對文化傳統、價值觀、意識型態提出質疑，但是媒體識讀教育本就是希望媒體資訊接收者能警覺到，媒體資訊的背後是有人在掌控的，進一步以批判性的眼光，解讀分析媒體資訊，再反省所接收的資訊與自身的關係，從而展開接受或拒絕相信的行動。而這樣的過程就不得不牽涉到內容中所無法避免的文化和價值觀的議題。這些議題的探討，引起的文化衝擊和反思，才真正的發揮了媒體識讀教育的功能。目前最常被提出探討的議題有下列幾項：

#### 1. 性別議題

女性主義和兩性平權觀念被提出以來，許多電視、電影、廣告等內容仍停留在過去男女不平等的對待態度上。特別是把女性當作性對象，抹滅了女性該被強調的人性部份最讓人詬病。內衣廣告中，去頭去腳的女性身體、豐胸廣告中強調胸部大就有自信的觀念、電視電影內容中女性的花瓶角色及道具用途，都被激烈的抨擊。另一方面，男性被強調的肌肉、性能力、對待女性的沙文態度，都是值得探討、反思、抗議的主題。

#### 2. 族群議題

多元文化論中的族群議題也是這幾年相當熱門的話題。此處所指的族群問題涵蓋的不只是種族之間的問題，還包括青少年的次文化等。探討的問題除了最常被提起的人物樣板化之外，還要爭取少數族群上媒體的權力，以

及學習製造屬於自己的媒體資訊的能力。目的多是爲了讓不同的觀點能夠呈現出來，不再讓單一觀點主導媒體內容。

### 3. 菸酒毒品問題

這一項問題最主要強調的，當然是國民的健康問題。另外所要探討的，除了希望資訊接收者要警覺到販賣煙、酒、毒品的龐大經濟利益之外，還有隱藏在背後的文化議題。此次研討會有相當多的健康中心爲贊助廠商，都是爲了反媒體資訊中的菸、酒、毒品等相關內容而努力。而隱藏在背後的文化議題，則是希望青少年破除吸煙就代表成熟、長大、有擔當的迷思，更希望女性不要被「抽煙就代表和男人一樣」的觀念所誤導。當然這些極具象徵性的文化符號，仍有其值得爭議的地方。

### 4. 暴力問題

是否看太多暴力畫面，就會讓人產生暴力傾向？儘管這個問題仍有爭議的地方，但是以暴力美學爲名的節目越來越多，在節目中因暴力而死亡的人數也越來越多。而電動玩具的暴力遊戲更是氾濫。根據統計，早期電視、電影的節目內容中，因暴力而死亡的人數多在十幾、二十之內，近年來，死亡人數已達千人。長期下來的結果，是對暴力問題的麻痺、對生命的不尊重、和對社會環境的憤世嫉俗。而這些結果，都有惡性循環的隱憂。

### 5. 真實與虛構的問題

這是面對媒體資訊的根本性問題，也就是如何分辨所接受到的資訊是真是假的問題。其所牽涉到的，甚至包括了「三人成虎」、「白馬非馬」等多層性的心理學、哲學式辯論。然而媒體識讀教育所要做的，主要在解構媒體資訊，讓資訊接收者能夠在媒體資訊的聲色光影中，來個當頭棒喝，恢復自己判斷是非的能力。討論的焦點，主要在廣告的不實、節目內容與真實世界中時間與空間的混淆等，特別是對還不懂世事的兒童，讓他們瞭解「真實世界和電視裡的世界不一定相同」特別重要。例如有一所小學讓學生觀察影片中的暴力事件和真實世界的暴力事件有何不同。他們的結論是，影片中人受傷了，常可立即送到醫院，馬上見到醫生，傷口沒多久就癒合了。但是現實世界裡，受傷者送醫院常花費許久的時間，還要排隊掛號，等到一切就緒，受傷者很可能早已死亡。這樣的觀察訓練，除了讓小朋友瞭解媒體世界和真實世界的不同，也讓他們進一步瞭解，媒體資訊在被建構的過程中，省略簡化了許多步驟，而那些看似不重要的資訊，在生活中卻佔有一席之地。此外在數位化世界來臨後，圖像、文字皆可透過電腦技術隨意竄改，「眼見爲憑」的真理已被質疑。如何分辨真偽，成爲有待學習的課題。

## 媒體識讀教育的基本態度

要能夠具備媒體識讀的能力，以及推廣媒體識讀教育，有些基本態度是必須具備的，而且不論是家庭或學校，都必須全力配合。這些基本態度可簡化為所謂的三C（Communication，Critical thinking，Creativity）

### 1.Communication 溝通

接收媒體資訊後，最重要的就是溝通，特別是父母與孩子之間的討論。從溝通中，不但達到親子情感與觀念的交流，也訓練孩子的表達與思考能力。而父母越願意和孩子溝通，孩子也就越願意和父母分享心中的想法。

### 2.Critical thinking 批判性的思考

媒體識讀最重要的就是要具備批判性的眼光。因此父母或教育者問的問題越具挑戰性，也就越容易達到目的。因此除了問一些感受性的問題，試圖瞭解為什麼、詢問因果關係及細節、分析故事架構、角色的形成等，都有助於培養孩子的觀察力和批判分析的能力。

### 3.Creativity 創造力

媒體識讀培養的，不是只有解構資訊的能力，還包括製造影像、文字等資訊的能力。因此媒體識讀教育的方式越具創造性，孩子也就越有創造力。創造力的養成，不但讓孩子有能力在既定的成規中，以不同的角度看事情，因而不至於陷入媒體資訊的價值觀和單一觀點中，同時也有能力創造屬於自己的媒體資訊。

## 貳、美國媒體識讀教育的推廣與問題

### 美國媒體識讀教育的推廣

因為是新的學科，美國媒體識讀教育的推廣，一開始主要是學者專家之間的辯證討論。而有心的學者在試圖推行的過程中，也因大多數的人都不瞭解或者沒聽過，遇到重重困難。一直到柯林頓總統上任後，他對媒體識讀教育的重視，才讓媒體識讀教育如雨後春筍般的成長壯大。根據此次研討會中所看到的新聞片段，有不少小學、國中、高中，都已藉著英文課解讀文學作品的方法，將媒體識讀的觀念帶進課堂。英文課的教材也不再侷限在文學作品，而加入閱讀報紙、錄影帶節目欣賞等。另外有些學校也正式加入媒體識讀的課程，並與地方電視台合作。同時宗教團體和健康中心對媒體所做的預防與制約行動，亦如火如荼的展開。可以說，目前美國的媒體識讀教育，雖說仍在改進當中，但可說是從家庭、學校、

媒體到社區都已有所成果。在此將介紹幾個特殊且有成效的例子，以作為公視推廣媒體識讀教育的參考。

#### 1. 芝加哥兒童媒體識讀夏令營

芝加哥兒童電影節的主辦單位這幾年的創舉，就是舉辦了一個兒童媒體識讀夏令營。除了傳達媒體識讀的觀念，還教小朋友們如何拍攝電視節目。預定此夏令營在舉辦三年後，將請這些受過訓練的小朋友，在所有來參加兒童電影展的節目中，選出他們認為最好的兒童節目。這個活動，讓成人不再是媒體的操控者，也讓兒童更有權力和能力，看到他們想看的電視節目。

#### 2. 舊金山社區青少年媒體營

舊金山濱海區的地方電視台 KQED，在這兩年中為青少年朋友組成了一個媒體營。驚覺到媒體把青少年的形象長期的樣版化，KQED 設置的青少年媒體營，讓同一社區，但是分屬不同族群的青少年，於課餘時間，學習電視、報紙、網站的製作。因此這個社區的青少年，能夠參與節目的製作，並提供他們的想法，有自己的報紙，自己的網站。他們能夠說自己的話，也讓社區的群眾們，進一步瞭解青少年。

#### 3. Ithaca 高中的媒體識讀課程

這兩年 Ithaca 高中已在課程中，加入兩個學分的節目製作課，並且和當地的教育電台合作，常態性的播出這個課程所製作的電視節目。這些青年學生，在電視節目上討論他們喜歡談論和關心的議題，用音樂和影像表達他們對生命的體認，製作大人眼中和自己心目中的關於自己的 MTV。誰說青少年叛逆而桀傲不馴，他們所製作的節目片段，讓研討會的參與者忍不住起立鼓掌。

#### 4. 亞洲媒體中心的媒體識讀節目

過去五年，在美國明尼蘇達州的亞洲媒體中心，為亞裔美國人的年輕朋友們，製作了媒體識讀教育的節目。讓他們了解以媒體作為社會種族運動的工具，是最有利的器具，並鼓勵他們拍攝屬於自己族群的生活群像。同時也在這些節目中，討論亞裔美國人所面對的種族問題以及解決的方法等。

#### 5. 特殊獎項的設置與相關活動

為鼓勵媒體少拍攝與性、暴力、煙、酒、毒品有關的情節，美國明尼蘇達州州政府特別舉辦了一個特殊獎項，頒獎給最乾淨而富有創意的電視、電影節目。同時，

加州部份的學者專家亦邀請媒體製作單位出席相關的媒體識讀教育座談會，請他們配合減少電視、電影中性、暴力、煙、酒、毒品等畫面。或者非不得已，在播出性交畫面之前，加入帶保險套的畫面以作為宣導、、、等等。

## 美國推廣媒體識讀教育所面臨的問題

雖說媒體識讀教育在美國已有所成績，但是對推行者來說，仍面臨許多困境。這些困境有些來自大環境，有些是接受媒體識讀教育的學生所產生的負面影響，還有媒體識讀教育本身的矛盾與弔詭。雖然有些問題是沒有解答的，但是此處仍將提出部份問題，希望公視在推廣媒體識讀教育時，亦能對這些問題瞭解與深思。

### (一)大環境的問題

1. 家長方面的問題：此次研討會中，有不少教師抱怨學生家長的不配合。儘管電視、電影中，性、暴力畫面隨時可見，但是一旦成為教材，家長們的抗議聲浪仍然高張。經討論後，其他教師建議上課前先邀請家長們一起參加課前媒體識讀研討會，讓他們理解上課內容和相關教材，即可減少反對的聲音。此方法據說施行起來還不錯。另有一個社區學校，教授媒體識讀的老師是位修女，因此佔職位之便，家長們對修女所放的任何影片畫面都無異議。這個例子說明了慎選推廣媒體識讀教育的執行者是非常重要的。
2. 學校方面的配合：此次研討會中，有不少教師本身有媒體識讀的觀念，想在課堂中提出，但是學校方面因為不瞭解，無法提供多方面的配合與支持，教師單打獨鬥，相當辛苦。因此在這次研討會中出席的學校校長、董事，都得到相當的讚許。面對此問題，專家學者特別強調推行媒體識讀教育時，行政體系中的主管、媒體製作單位、觀眾（家長、老師），三方面都需對此內容有所瞭解，才容易全力配合，一舉成功。

### (二) 受教者的問題

1. 拒絕回答與思考：許多人因為太久不動大腦，一開始接觸媒體識讀，面對到批判性思考的壓力與挑戰，

會產生拒絕回答，拒絕思考的鴛鴦心態。面對此現象，必須有耐心的引導，並從最簡單的問題開始著

手。同時絕對不要有某種答案才是標準答案的暗示，更不可強加自己認為是對的價值觀於受教者身上。

否則又會陷入受教者只回答標準答案，而非有自己的想法的危險。畢竟媒體識讀教育的最終目標，是訓

練獨立的思考能力，而非逼入統一而樣版化的思考模式。



2. 拒絕相信任何媒體：推廣媒體識讀教育時，最常碰到的問題是，學生會認為「既然所有的媒體資訊都是被建構的，都是假的，那就乾脆什麼都別相信算了」。這種負面情緒的產生，極具危險性。他們會變得不再願意問問題，拒絕思考，拒絕去感受，對媒體而至對所有的東西冷漠且保持距離。因此推廣媒體識讀教育時，絕不可太過急切，必須讓受教者在面對所有媒體資訊時，相信某些部份的真實與可靠性，選擇自己的價值觀，慢慢的建立屬於自己的思考體系。

### （三）媒體識讀教育本身的問題與弔詭

1. 媒體版權的問題：媒體識讀教育既是探討媒體，就需要引用大量的媒體資料，此即牽涉到媒體版權的問題。此次研討會中，有些教材製作廠商，雖已研發出方便好用的教材，但因畫面版權的問題，在推出教材時遇到不少阻礙。此外，在美國，揭發其他廣告的不實與比較相關產品的異同，是廣告界常用的促銷手法。因此雖然用作負面教材，在取得版權時並不費力。在台灣，不管正、負面教材的版權取得，將來在作媒體識讀教育節目時，將有賴會內與其他媒體的溝通與協議。

2. 媒體識讀教育本身的弔詭：運用媒體作為媒體識讀教材，是最直接有效的方法，卻也是最詭譎的弔詭。就這次研討會而言，五十多家的贊助廠商，令人眼花撩亂的各種媒體識讀教材宣傳品，書籍，逛不完的網站，真的是讓與會者運用平時所學的媒體識讀教育，好好實戰一番的場地。同樣的問題，亦發生在教育者與受教者身上。如同與會中一個高中學生所講的，「當你們在批評媒體只讓觀眾看媒體想讓觀眾看的資訊時，你們在媒體識讀教育的課堂上，不是也只教學生你們想讓學生學習的內容嗎？」

## 參、媒體識讀教育影片分類與應用

在媒體識讀教育推廣的短短幾年當中，優良的媒體識讀教育節目或錄影帶其實為數不多，而此次研討會中所放映的幾部影片，則多屬佳作。在此逐一介紹其內容與表現形式，以及此類影片所要傳達的主題，以作為公視未來製作媒體識讀教育節目的參考及應用。

大體說來，研討會上所見各類影片可就其應用形式作如下分類：

### （一）課堂上播映的短片：

這類影片的長度由 3-15 分鐘不等，訴求對象涵蓋 K-1（國小一年級）

到 K-12(高中三年級)程度，影片內容大多偏向基本概念的釐清，例如介紹電視的製作原理，幫助學生瞭解媒介真實：

### 影片舉隅

**義大利麵的故事：**五分鐘的黑白短片，介紹南歐某個小村莊，一棵義大利麵樹被種下，蝴蝶蜜蜂在花朵上採蜜散佈花粉，使這些樹結了果實 - 細細長長的義大利麵，而後農人如何採收加工，作成人人愛吃的義大利麵。雖是一部幽默小品，卻是極好的探討真實與虛構的教材。此影片在敘述旁白上，利用眾所皆知的常識及合理的邏輯，如蜜蜂採蜜，樹會開花結果等，讓觀眾不去質疑其內容的可信度。一直到義大利麵從樹上長出來，才讓觀眾驚覺到被愚弄了。這樣的認知，是建立在觀眾早知道義大利麵不是如此長出來的基本常識上。那麼面對資訊的氾濫，人的所知又有限，媒體像這般的愚弄大眾的例子，又不知有多少呢！

### (二) 電視頻道上播映的短片

美國各地公共電視台與媒體識讀相關教育機構合作，製作若干以國中程度以下學童為訴求觀眾的短片，短片除了在電視頻道播映，同時也販售錄影帶給學校，作為教材。

### 影片舉隅

**電視星球：**美國 Rocky Mountain PBS 製作的節目，系列四集，每集七分鐘，故事描寫來自飛樂星球的一群外星人如何透過收看地球電視節目來瞭解地球人，這一批外星人並且捕捉了三位地球小孩到他們的星球上加以觀察，但由於這三個孩子與地球媒體隔絕，他們所表現的行為與認知當然與媒體世界不符。藉由這系列戲劇手法表現的單元，PBS 試圖讓觀眾培養出對媒體的批判態度與媒體對大眾所造成的影響。

**冒險俱樂部：**也是 PBS 製作的短片，長度只有一分鐘，可以當 Filler 使用，主持人站在攝影棚內現身說法，讓觀眾瞭解電視攝影機的運鏡(如何把一個人拍得很巨大，如何製造地震效果..)，音效的製作，Key 的效果等等，觀眾可以對電視製作有基本認識。

以上所介紹的影片在販售給學校時，通常附上教案。

**狗兒離家時：**一分鐘的廣告宣傳片。一隻可愛的小狗收拾行囊準備離家出走，即使狗狗走到門口了，小主人仍然沈迷於電視。旁白道出：當你最好的朋友離家出走時，可能是因為你看太多電視了。

### (三)結合教學短片與討論形式的短片

美國媒體識讀中心曾經製作一支短片，介紹麻塞諸塞州各級校園如何應用短片來進行媒體識讀教育課程。短片播映的對象是家長與教師，

二者可瞭解如何應用短片教材引導學生討論。

### (四)單一主題的專題節目

#### 影片舉隅

**How do they make games look so easy ?**：藉由介紹廣告影片的拍攝與製作，揭露廣告的真面目。例如遙控汽船為什麼在電視上看來能翻山越嶺，事實上的產品卻遇水就下沈、廣告中的竹蜻蜓為什麼飛得又高又好，事實上的產品只會往下掉、、、觀眾看過影片後，將會理解，影片製作者如何透過剪輯、音效音樂和其他特效手法，讓廣告影片中的產品看起來比現實世界的產品好吃好用又好玩。此片因主持人年輕有活力，加上訪問一些小朋友對瞭解廣告的騙術前後的反應，看來十分輕鬆有趣，是極佳的兒童媒體識讀教育教材。

**Production Notes:**一系列的三至五分鐘短片。探討主題皆為電視廣告。呈現方式是先播放一段常見的廣告，原影音重現。再以慢動作將此廣告再播一次，但此時加入說明性的旁白。旁白內容則是此廣告在製作過程中所欲傳達的訊息與製作內幕。例如某一標題為「女孩、女孩、女孩」的麥當勞廣告，透露出其所販賣的是青春成熟有主見的女孩都愛吃麥當勞的訊息。因此在選角時，所選的女孩不漂亮沒關係，但要有特色，有個性。即使是小女孩，也要看起來成熟有個性。愛哭、軟弱、嬌滴滴的女孩都不要。如此的廣告內幕大公開，即可看出廣告中所操控傳達出的可怕的意識型態。

**The killing screens: Media & the culture of violence**：剖析媒介中呈現的暴力情節如何影響觀眾心理層面的模仿與傷害、對真實環境的不信任，以及對暴力美學的批判等。引導觀眾對暴力情節產生區辨力與警戒心。同時這些肌肉男人對文化造成的影響，是使男人形象與對待女性的態度，處理事情的方式，都停留在此統一的樣版上。此片的表現方式由一主持人介紹出專家，再由專家口述，穿插影片內容與探討議題。另訪問部份電影從業人員或觀眾對暴力畫面的想法。

**Scanning the Movies : The Matrix**：以「駭客任務」電影為個案，探討電影情節中，真實世界與虛構世界的不同。讓觀眾瞭解媒介營造的虛擬情境與真實世界的分別。此片主要是電影內容吸引人，其呈現方式則以專家對鏡口述，如上課一般，並無新意。

#### (五) 媒體批判為主題的論壇節目

Channel one network 製作的一個論壇節目，每週邀請四位來賓（兩位女性兩位男性）選定一媒介相關議題展開討論，節目中沒有 VCR，

論談形式與圓桌論談接近。

### 肆、對公視製作媒體識讀教育節目的相關建議

國外對媒體識讀教育已行之有年，才有目前的成績。台灣目前則有政大數位老師正積極推動種子培育的工作；電研會亦有相關的兒童媒體識讀活動與專刊。然而普遍而言，教育界、媒體、觀眾等尚無此觀念。公視欲於近期推出節目，所需籌備的工作可說是千頭萬緒。此處將就所見之國外例子與公視目前狀況稍做分析，提出幾點建議：

#### 1. 確定推行目標

基本上，媒體識讀教育的目標是讓接收媒體資訊的大眾有抵禦外侮（即媒體資訊）的能力。然而從媒體識讀小組成立以來，公視推行媒體識讀節目的目標似乎原是訂在批判媒體上，此目的則是針對媒體界提出警告與自省。如此不同的目標，將有不同的作法與方向。根據此次研習會所觀摩之內容與經驗，以大眾為目標似乎較接近媒體識讀教育的本意。

#### 2. 確定施行之觀眾群

如果確定推行目標是在大眾，因為不同的觀眾群，又有不同的推行方式與步驟，以公視現有的資源，似乎不容易一網打盡。媒體識讀小組目前的建議，是以兒童期的小朋友為目標。鑑於大多數的父母與教師並不清楚何為媒體識讀，公視若推出為兒童做的媒體識讀節目，在引導小朋友的同時，一方面扮演了父母、教師的角色，一方面也讓父母、老師同時學習了媒體識讀的觀念以及教育的實用方法。

### 3. 節目與活動同時推行

媒體識讀觀念的推展是公共電視責無旁貸的責任，但此一觀念的推展絕非侷限於節目層次，國外經驗告訴我們，節目應與活動並行，才有最大效果。亦即是，一方面製作適合台灣觀眾收視習慣與社會行為的節目，另一方面則需組成種子教師深入校園與社區，推介概念。在推廣活動的實踐中，我們可以累積節目素材與培養潛在觀眾，因此，公共服務部的參與至為重要。建議由研發室組成專案，整合公服、新聞、節目三部門資源，規畫節目型態與活動類型。

## 結語

媒體識讀教育所涉及的内容包含文化、政經體制等各專業學科，範圍實在廣泛。四天的研討會之行，所窺只是冰山一角。此研究報告所提内容多以製作節目為考量，其他如與健康中心、宗教團體、社區的結合，對媒體的反制，以及面對科技日新月異的應對之道等主題，皆未能含括。對於内容上有所誤解或疏漏的地方，還需專家的指導，媒體識讀小組亦將繼續深究研討。