

媒介素養與媒體教育

潘玲娟

新聞系

講師

摘 要

現代閱聽人的媒介接觸量，多不勝數，而不良的媒介訊息不斷的在閱聽人的生活周遭中出現，閱聽人很難自外於媒介訊息，既然無法消極的排拒，唯有積極的培養媒介素養，才能正確解讀媒介訊息，免於受到其負面影響，而媒體教育是培養閱聽人具有媒介素養的良策。媒體教育的目的是，教導閱聽人瞭解各種媒體，學習以分析和批判的思考方式解讀媒介訊息，培養閱聽人成為不受媒介訊息任意左右的高媒介素養者。

關鍵詞：媒體教育 (media education)、媒介素養或媒介識讀 (media literacy)、媒介識讀者 (media literate)

壹、前言

現代閱聽人，身處於傳播科技發達的社會和沉浸於以傳播科技為中介的文化，幾乎無時無刻不在接觸媒體，接收絕大部份經過媒體過濾和處理的訊息，而其中許多訊息參雜各種意識形態，影響、甚至形塑閱聽人的認知、態度和行為。

不僅如此，媒體也影響、形塑我們的社會和文化，甚至媒體本身就是社會和文化的一部份，在此情況下，我們想排拒媒體、自外於媒介訊息，似乎難如登天。

閱聽人既然無法消極的排拒媒介訊息，唯有積極的培養媒介素養，才能正確解讀媒介訊息，免於受到其負面影響，而媒體教育是培養閱聽人具有媒介素養的良策。

媒體教育的目的是，讓閱聽人在面對這個因傳播科技不斷發展而快速變遷的多元文化社會時，不再只是消極的排拒不良的媒介訊息，以免受到其負面影響，而是積極的教育閱聽人瞭解各種媒體，並且學習以分析和批判的思考方式解讀媒介訊息。然而，媒體教育並非鼓吹對媒體盲目批評，而是希望閱聽人能對媒介訊息的優劣具有鑑賞力，能解讀媒介訊息背後的意識形態，了解媒體在他們的日常生活中扮演的角色，進而鼓勵閱聽人做「主動的受眾」，不受媒介訊息任意左右，培養他們成為高媒介素養者。

貳、媒介素養 (media literacy) 的意涵

聯合國教科文組織 (UNESCO) 於 1982 年提出媒介素養的重要性：「我們必須培養年輕一代具備生活在這個充滿具有影響力的影像、文字和聲音的世界的能力」。這個能力就叫做「媒介素養」。

美國紐約哥倫比亞大學的自由論壇媒體研究中心 (the Freedom Forum Media Studies Center) 的前執行主任 Everett Dennis 指出，不具媒介素養「對人類心靈潛在的傷害和毒害，就如同受污染的水和食物對我們健康的傷害和毒害一般」 (Dennis, 1993, 轉引自 Potter, 2001)。

一、媒介素養的意義

在許多人的觀念中，識讀 (literacy) 這個字，意指閱讀書報、雜誌的識字能力，應該只與印刷媒體有關。然而，隨著傳播科技的發展，為了涵蓋電子媒體，如影片和電視，有些人將這個字的意義，擴大為影像識讀 (visual literacy)。而

以電腦為媒體時，另外一些人則使用電腦識讀（computer literacy）。

學者 Potter 主張，閱讀識讀、影像識讀和電腦識讀並不是媒介素養的同義字，而是構成媒介素養的要素，亦即媒介素養包含這幾種專業能力（Potter, 2001）。

加拿大媒體教育學者 Barry Duncan 也認為，雖然識讀的重點在於文字，意指讀、寫的能力以及解譯和建構文字所需的技巧，然而，媒介素養則意指，解譯所有的媒體，特別是電視。具有媒介素養就是，閱聽人在觀看節目時，就在從事一項稱為「解構」（deconstruction）的過程，在此過程中，閱聽人將節目中被建構為真實的部份一一分解，且批判的審視所蘊含的價值觀和所欲傳達的訊息。以電視暴力為例，一個媒介識讀者，瞭解製作過程所需的技術和技巧，包括暴力的陳述方式，因此，能從社會的、道德的以及其他觀點，觀看電視暴力節目，而不是僅單純的視其為娛樂（Alter, 1997）。

日本媒體教育專家鈴木（Suzuki Midori）教授，針對媒介素養提出的定義為，「所謂的媒介素養，乃是公民對媒體加以社會性、批判性的分析、評論，並且接觸、使用媒體，更以多樣的型態創造互動、溝通的力量。而為獲得這種力量所作的努力，也可稱為媒介素養。」也就是說，在建立媒介素養的過程中，最重要的一點便是培養積極批判、思考媒介訊息的能力（電視文化家書，第 161 期）。

另外，學者 Thoman 認為，媒介素養是指，能從每天所接觸的電視、廣播、電腦、報紙、雜誌和廣告等各種媒介的語言和影像符號中，創造個人的意義的能力。

而除了包含各種媒介的識讀能力外，Thoman 同時認為，媒介素養還是一種技巧、一個過程、一種思考方式（Thoman, 1999）。

除此之外，媒介素養也是一種觀點。Potter 對媒介素養所下的定義：媒介素養是當我們接觸媒體時，為了闡釋訊息的意義，主動使用的一種觀點。我們從知識結構建立觀點，而為了要建立知識結構，我們需要工具和材料。工具就是我們的技巧，而材料就是來自媒體和真實世界的訊息。主動使用意指，我們注意到訊息而且本身知覺的與這些訊息產生互動。

Potter 對媒介素養的定義是根據三個基本概念（Potter, 2001）：

（一）媒介素養是連續性的：

媒介素養不是知識類型，而是一種知識的連續狀態。因此，個人在媒介素養的差別，不是黑白二元、有或沒有，而是程度的區別。

個人的技巧和經驗，構成個人知識結構的質與量，而個人知識結構的質與量，又構成個人對媒體的整體概念。對媒體具有非常強的整體概念者，就是高媒介素養者。

(二) 媒介素養是多面向的：

訊息通常包含四個層面：認知、情緒、美學和道德。認知層面意指訊息的事實資料，如日期、姓名和定義等；情緒層面意指有關情緒的資料，如愛、恨、悲傷、快樂、挫折和生氣等；美學層面意指有關製作訊息的資料；而道德層面意指有關價值觀的資料。

認知層面幫助我們知曉媒介組成的複雜意義和產製者所欲傳達的價值，情緒層面使我們能感同身受產製者所欲表達的情感反應，美學層面使我們能欣賞媒介內容，道德層面使我們能辨別訊息內容價值的是非對錯。

(三) 媒介素養的目的是使閱聽人更能掌握對媒介內容的闡釋：

所有的媒介訊息，都有表面的意義和更深層的意義。低媒介素養者，因為知識結構較小、較表面、也較缺乏組織，因而在闡釋媒介訊息的意義時，無法提供適當的觀點，所以對媒介訊息的觀點有限，受限於接受媒介訊息的表面意義以及其所呈現的價值觀、信仰和闡釋，易受到媒體控制。

反之，高媒介素養者，在闡釋媒介訊息的意義時，能提供較多的觀點，具有較多選擇，而這些選擇會轉化成力量，使個人更可以掌握自我的信仰和態度。

高媒介素養者，可以清楚知曉媒介訊息的多層意義，因而增加瞭解能力；也可以掌握意義的決定和選擇，因而增加掌控能力；再者，更可以從媒介訊息中得到自己想要的，因而增加鑑賞能力。因此，高媒介素養者可以達到高瞭解能力、高掌控能力和高鑑賞能力的目標。

二、媒介素養的內涵

1992年，the Annenberg School for Communication 的與會者大致都同意這個定義：媒介素養是指個人對所使用的媒體，具有選擇、瞭解、質疑、評估、製作以及深思熟慮的回應能力。它是用心的觀看、省思的判斷……一種持續進行的過程。

媒體教育者大都同意媒介素養的四個基本內涵 (Megee, 1997a, 1997b)：

- (一) 近用 (Access)：瞭解如何使用各種媒介，如廣播、有線電視、互動式媒介和其他形式的媒介，以及知曉如何運用透過這些媒介傳送訊息的新科技。
- (二) 分析 (Analysis)：具有能力解讀媒介訊息和媒介組織的要素，瞭解媒介的形式和功能，所有權和管理結構，經濟方面和政策方面的隱喻，訊息、內容、企圖和影響以及解碼其意義。
- (三) 評估 (Evaluation)：具有能力對媒介作判斷，評估和運用新聞道德，

評論美學的要素以及比較媒介訊息的價值和組織。

(四) 製作 (Production)：具有能力以不同的媒介，包括印刷媒介、視覺媒介和電腦等，製作訊息。

因此，媒介素養是指閱聽人有能力去近用 (access)、分析 (analyze)、評估 (evaluate) 各種媒介訊息並進而達到溝通 (communication) 的目的。而一個具備媒介素養的閱聽人，不論對於印刷媒介或電子媒介，都能加以解讀符號、評估訊息、分析訊息內涵甚至產製內容以表達思想，傳遞訊息 (家書，第 159 期)。

美國的 National Telemedia Council 指出，媒介素養是一種現代公民必須具備的能力，是一種「懂得選擇媒介，能瞭解媒介的意義、形式、風格、影響，也知道生產媒介的企業與產品間的關係，並且能質疑、評鑑、創造、製作媒介的能力」。因此，媒介素養必須發展以下幾種能力 (吳知賢，民 87)：

- (一) 瞭解媒介對個人和社會的影響
- (二) 瞭解大眾傳播的過程。
- (三) 發展分析媒介訊息的策略
- (四) 知曉媒介內容是提供當代文化和個人生活的藍本
- (五) 因為懂得欣賞媒介內容而開發更深一層的快樂

參、媒體教育的內涵

一、媒體教育的主要概念

聯合國教科文組織於 1993 年第一次發表媒體教育的概念為：「對現代傳媒的溝通方式和表達方法進行專門研究、學習以及教授的學科，在教學理論和實踐中成為專門和自主的研究項目，並作為其他學科，如數學、科學和地理等的輔助教學工具」 (媒體識讀教育月刊，第 10 期)。

媒體教育涵蓋的層面很廣，涉及心理學、傳播學、美學、社會學等學科領域。對於媒體教育的內容，學者專家強調的重點不同，但近年來經由歐美各國老師的參與討論，逐漸建立起核心概念的共識，茲以北美地區第一個立法通過教授媒體教育的加拿大安大略省為例，說明媒體教育課程內容所依據的八項核心概念 (Ontario Ministry of Education, 1989)。

(一) 所有的媒介訊息都是建構出來的 (All media are construction.)

媒介所呈現的內容，並不全然是外在真實的反映。許多互動的因素形塑或決定媒介的建構。這些因素包括：媒介產物或文本 (text) 本身、產製過程的環境和使用的技術、目標閱聽人以及媒介產物的製作人或創造者，如作者、卡通繪圖

者、電影導演、電視編劇和音樂作曲者等。

媒體選擇文字、影像和聲音，以重新創造和重新呈現真實，而且媒體通常都很成功的呈現真實，以至於閱聽人總是將媒體呈現的真實視為真實本身。以新聞報導為例，報導呈現出來的是事件的某個或某些層面，而不是事件的全貌。而且呈現出來的某個或某些層面，是經過許多人過濾後的結果，不盡然能正確、客觀的還原事件的真相。

事實上，所有的媒介內容都是建構出來的。都有其目的，包括供給娛樂、提供訊息、達到勸服或是宣傳的目的等。而這些目的，都是運用各式各樣的媒體工具仔細設計出來的。

媒體教育就是試圖解構這些隱藏在媒體訊息背後的機制，讓學習者了解為何會呈現這樣的媒體面貌。

(二) 媒介建構所謂的「真實」(The media construct reality.)

從出生開始，我們就根據媒體所提供的訊息建構這個世界的圖像，我們對世界的觀察與經驗往往是透過媒體，媒體形塑我們對週遭一切的看法和態度。

然而，因為媒介建構真實，因此，不斷的接觸媒介，閱聽人面臨這樣的危險——允許媒介建構真實，而不是他們自己建構真實。在某些方面，媒介幫助閱聽人擴展視野、使其洞察力和感覺更為敏銳。然而，在另外某些方面，媒介並不利於閱聽人，因為媒介並不盡然反映真實的生活。無可否認，媒介形塑閱聽人的認知和價值觀，因此，媒介也可能扭曲閱聽人的認知、腐蝕其價值觀以及阻礙其視野。

(三) 閱聽人會自行詮釋媒介訊息的意義(Audiences negotiate meaning in the media.)

所有的媒介內容都有目的，也都有其觀點。閱聽人必須自行決定媒介內容的目的和觀點並決定接受或拒絕。

閱聽人並不是被動的吸收媒介訊息，而是主動的闡釋媒介訊息的意義。閱聽人會將各種不同的觀念以及過去的經驗，帶入闡釋訊息意義的過程中，因此，這些觀念以及過去的經驗，會影響閱聽人對媒介訊息的解讀。

因為個人截然不同的價值觀和經驗，個人對媒介訊息的解讀也不一樣。如有些人可能會認為車輛追逐的場景是好玩的，令人興奮的；然而，另外一些人可能因為不愉快的聯想而無法觀看這樣的場景。

影響閱聽人對媒介訊息解讀的因素包括：社會階級、經濟地位、教育背景、種族、性別和年齡等。

受到這麼多因素影響，因此，不同的人對同一訊息的解讀可能完全不一樣，閱聽人個人自行決定媒介訊息的意義。

面對媒介訊息時，個人會因不同的興趣、需要、心情、種族、家庭、文化等背景，而有不同的詮釋以及和媒體產生不同的互動。因此同樣的一齣戲，觀看的閱聽人可能有非常歧異的感受，媒體教師應該尊重每個學生的觀點。

(四) 媒介訊息包括商業考量 (Media have commercial implications.)

大多數的媒介產物都是商業產品，也都需要獲得利潤。以電視為例，不論是新聞、運動還是娛樂節目，都要看能吸引多少觀眾以及能否得到廣告支持而定。媒體教育就是要讓學習者知道節目時段、內容安排、收視率、廣告對象、市場考量是如何運作。媒體教育也包含所有權 (ownership)、控制權 (control) 以及相關議題的探討。目前各國的媒介經營趨勢，大都朝向所有權集中在少數人之手，或是不同的媒體企業合併，如此也意味少數人就能決定播出哪一個節目、觀眾可以在螢幕上看到什麼、我們會聽到哪些歌曲、何種議題會被討論報導。

(五) 媒介訊息包含意識型態與價值 (Media contain ideological and value messages.)

所有的媒介產物不可避免的都含有意識型態或傳達某種價值觀，比如宣揚生活方式或價值理念，並傳遞兩性、種族、職業、年齡等各個層面的文化意涵。

(六) 媒介訊息包含社會與政治的運用 (Media have social and political implications.)

媒介在社會和政治層面上扮演相當重要的角色，也具有相當大的影響力，它不僅能引導一般大眾關切各種議題，如愛滋病、SARS、和非洲的飢荒等，也能左右觀眾的喜好、帶動風潮，引導流行風尚，更能在選舉時影響民眾對候選人的支持度，具有左右閱聽人政治行為的潛力。

(七) 媒介訊息的形式與內容是緊密結合的 (Form and content are closely related in the media.)

內容和形式就如魚和水一樣密不可分。沒有內容，形式是沒有生命的；沒有形式，內容也毫無意義。

媒介的形式影響媒介內容的意義。收聽廣播和觀看電視針對同一個主題的報導，可能會產生完全不同的看法。最有名的例子就是，尼克森和甘迺迪競選總統時的辯論；廣播收聽者相信尼克森會贏，而電視觀看者則認為甘迺迪會贏。

每種媒介都有其特定的呈現方式和特質，掌握這些資訊能讓我們更深入的了解媒介訊息的意義。

媒體教育應教導學生了解不同媒介所使用的符碼與形式特質，才能方便他們運用與解讀媒介訊息。

(八) 每種媒介都有獨特的美學形式 (Each medium has a unique aesthetic form.)

閱聽人不應該只滿足於具有解譯和瞭解媒體文本的能力，也應該學習欣賞每種媒體的美學形式。具有瞭解媒介訊息的美學形式的能力，如懂得欣賞影片拍攝手法、分析詩句中的排比與暗喻、感受音樂中的節奏與氣氛等等，就較能提高觀看電視和電影、收聽廣播以及閱讀報紙和雜誌的愉悅程度。

媒體教育不單讓學生了解媒介文本，更重要的是讓他們欣賞每種媒體獨特的美學形式。

二、媒體教育的內容

上述媒體教育的概念是以媒介訊息的特性為基礎而發展的，因此，媒體教育的內容以瞭解媒介和媒介訊息為主。

媒體教育的內容首先是確認、瞭解媒介是社會建構和陳述的方式，其次是瞭解媒介使用的語言、符號、圖像等技巧，更進一步則是超越文章表面，深入的探討內容意義、結構、主題、價值、需求等意識型態。因此，媒體教育除了傳統的讀（接近、瞭解）、寫（創造、設計、產生）內容，還應包含更高層次的批判思考技巧，進而質疑、分析、評估訊息，包括文字、聽覺和視覺等各種媒介訊息（吳知賢，民 87）。

學者吳翠珍（2002）認為，媒體教育的內涵是：瞭解媒體的符徵與科技、思辨媒體再現、反思閱聽人的意義、分析媒體組織以及影響和近用媒體。

事實上，媒體教育的內涵是多面向的，涵蓋認知領域的心理思考，情感領域的情緒瞭解和經驗，美學領域的賞析能力，以及道德領域的價值判斷等。媒體教育主要教導個人對媒介內容作詮釋時，以多元的觀點作為批判媒介內容的態度，並非追尋真實和客觀的標準。媒體教育不只是一套知識或技術，更涉及知識結構的重組，而且也不僅注重認知的面向，更涉及個人在美學情感與道德面向的省思（Potter, 2001）。

因此，就媒體教育的具體施行面向而言，應包含以下層面（張宏源，民 90）：

- （一）媒介內容的組成：瞭解每種類型的媒介組成、特性和代表意涵
- （二）媒介內容的產製：瞭解媒介內容的產製流程
- （三）媒介內容對閱聽人的影響：各類型媒介對閱聽人的正、負面影響
- （四）媒體組織的運作：影響媒體組織運作的可能內、外部因素

為使一般閱聽人能更能掌握媒體教育的精髓，美國學者 Thoman 將媒體教育分為三個階段（Thoman, 1995，轉引自吳翠珍、關尚仁，1999）：

- （一）第一階段：知道如何選擇和分配花費在媒介的時間
- （二）第二階段：發展批判思考的分析能力，以檢視媒介傳遞的訊息，並瞭

解訊息是如何建立的

- (三) 第三階段：從社會、政治以及經濟各面向進行分析，進而根據既有經驗判斷如何由媒介獲得所需訊息，同時知道媒介如何推動全球的消費經濟

此外，加拿大媒體教育學者 Barry Duncan 提出，由日常生活中尋找媒體教育的素材，將可使得媒體教育更為生動、更有效果，而這也點出媒體教育的重要本質：媒體教育雖是以研究媒介為主，但所關心的，卻是我們周遭俯拾可見的生活現象，所以，更貼切的說，媒體教育應該是屬於生活知識，是以批判性的思維和多元的角度關懷和審視生活周遭的傳播現象。

肆、媒體教育的重要性

在此資訊發達的時代，閱聽人的媒介接觸量，多不勝數。例如美國的 Kaiser Family Foundation 於 1999 年公佈一項有關兒童和青少年媒介使用的數據，其中引人注意的是，此項調查指出，全美兒童和青少年閱聽人每週大約花費將近 40 個小時在媒介使用上，相當於成人的全職工作時數（家書，第 159 期）。

而不論喜不喜歡、接不接受，媒介負面訊息確實不斷的在我們的生活周遭中出現，因此，採用較積極的措施，教育閱聽人認識媒體、瞭解媒體並進而評估媒體，才是減低閱聽人遭受媒介負面訊息影響的有效作法。

許多研究都強烈建議，媒體教育可以減輕閱聽人受到媒體負面影響的程度（Brown, 1991; Huston et al., 1992; Singer et al., 1980）。

一些以兒童閱聽人為對象的研究發現，兒童在接受過以小學課程為基礎的媒體教育後，就比較能以批判思考的方式評估節目和廣告的內容（Dorr et al., 1980; Roberts et al., 1980）。

另外，一些研究也指出，經常觀看暴力節目者，在接受過媒體教育後，就比較無法接受暴力而且表現攻擊行為的情形也減少許多（Huesmann et al., 1983; Gunter, 1994）。

Long 研究曾參與媒體教育的兒童下決定的策略，如購物或挑選餐館。研究發現，與未參與媒體教育的兒童比較，曾參與媒體教育的兒童明顯的能善用較多的資訊，而且，在下決定的過程中運用比較細膩的思考，可見，媒體教育對發展兒童的批判思考能力有所助益（Long, 1989，轉引自吳知賢，民 87）。

美國小兒科學會（the American Academy of Pediatrics），於一九九〇年代出版五大冊，經過仔細研究、有關媒體的政策宣言。其中，於 1999 年出版的媒體教育（Media Education）是根據這個前提：許多研究的結果建議，媒體教育會降

低青少年受到媒體負面影響的程度。此政策宣言中引述加拿大、英國、澳洲以及一些拉丁美洲的國家，成功的將媒體教育融入學校課程中的例子，呼籲美國將媒體教育視為減緩媒體對兒童產生負面影響的有效措施。

的確，在此資訊發達的時代，媒體不僅影響、形塑我們的社會和文化，媒體本身就是社會和文化的一部份，我們無法排拒媒體於外而生活，因此，瞭解媒體、評估媒體的影響、並採取適當的措施降低其負面影響，就顯得重要且刻不容緩。

美國杜保羅大學心理學教授曾為文呼籲大眾，基於電視內容可能帶來不良的影響、而且看電視會剝奪其他活動產生排擠效應以及兒童可塑性高但又喜歡以互動式遊戲的學習方式等因素，面對電視可能會對兒童產生重大負面影響的疑慮，以媒體教育強化兒童的媒介素養，是最可行的措施（媒體識讀教育月刊，第 14 期）。

處於目前這個充斥著各種訊息的社會，為培養具有媒介素養的閱聽人，推展媒體教育至為重要，綜合學者專家的看法，主要因為（吳知賢，民 87；家書，第 159 期；張宏源，民 90）：

（一）媒介消費時間在日常生活作息時間中佔極大的比例

媒介是現代人獲得訊息的主要管道，甚至形成現代人日常生活的一大部份。以電視為例，根據尼爾森媒體研究（Nielsen Media Research）的資料，於 1996 年，在美國，平均每個家庭每週約花費 51 小時看電視，而平均每個人每週約花費 28 小時，大約為每天花費 4 小時看電視（Head & Sterling, 1998：296-297）。而根據國內學者的調查，平均每個兒童每週約花費 20 個小時看電視（吳知賢，民 81）。大眾對媒介的過度依賴，導致媒介內容的影響在無形中深植於閱聽人的心中，因此，媒體教育非常重要。

（二）媒介內容是建構而成的，並非事件的真實呈現

由於時間、技術以及媒體組織的主觀因素等，媒介內容呈現出來的部份，是媒體產製者希望閱聽人看到的部份，並非真實事件的全貌，就算是新聞報導也是如此。媒體教育可以教導閱聽人知道這個事實，而不會盡信媒介內容，受到媒介內容的左右與宰制。

（三）媒介內容不僅充斥著種種意識型態和價值觀念，且經常挑戰社會的道德標準

媒介內容均隱含著特定的意識型態和價值觀念。以廣告為例，可能傳達消費無罪的意識型態，也可能傳達崇尚名牌的價值觀念，或以親情、愛情、友情等激發情感的方式作為訴求，不論為何，其最終目的都是要說服閱聽人從事消費。而戲劇節目中，也可能傳達的是悲情意識、或是時下青少年的次文化價值觀等。

更有甚者，由於傳播科技和電腦科技的緊密結合，媒介產製者為了競爭，遊

走於法律邊緣，生產挑戰社會道德標準的媒介內容。

另一方面，媒介內容也都隱含產製者欲傳達的特定意義，不全然都是正面的，甚至，還有一些媒介內容隱含足以使道德淪喪的觀念。面對這種媒介內容，唯有透過媒體教育，教導閱聽人加以分辨媒介內容的優劣，才能不受劣質媒介內容的影響，免於受有心人士的掌控。

(四) 媒介內容為許多政治、經濟、社會力量相互運作下的產物

媒介內容在產製的過程中，經常受到政治、經濟和社會等各種力量的影響，是多方面考量下的結果。以新聞報導為例，報導的內容是新聞事件相關人物、記者和媒體主管等，在各人伸張各自的主張、立場後所呈現的，早已和事件本質相去甚遠。

(五) 媒介產製者和媒介消費者之間存在不平衡的關係，媒介產製者將媒介消費者的權益棄於不顧

媒體組織以收視率、閱報率以及營收等商業利益，作為產製內容的考量，而不是從民眾知的權利上著眼，因此，只要能提高收視率、增加廣告量和營收利益，儘管是羶色腥等對閱聽人有不良影響的內容，媒體組織依然趨之若鶩，完全將這類不良的內容對閱聽人的負面影響置之不理。在此情況下，閱聽人唯有接受媒體教育、充實對媒體以及媒介內容的認識和瞭解，才能減輕媒介內容對其產生的負面影響。

(六) 傳播產業集團化、全球化的趨勢

媒介所再現的意見市場、人際關係和社群互動在全球化的經濟規模下日趨單元化。閱聽人更需接受媒體教育、培養媒介素養，以自主、多元的思考角度，發揮媒介近用權，保障自身權益，以避免傳播集團對閱聽人權利的任意剝削。

伍、結論

隨著傳播科技日新月異的發展，廣播、電視、錄影科技、電腦網路等各種媒體，已經根深蒂固的存在我們的生活中，我們無法排拒媒體於外，因此，媒體教育的工作不再只是消極的保護閱聽人，避免接觸負面的媒介訊息，更應該積極的幫助閱聽人，培養能夠瞭解並批判各種媒體的能力，如此，閱聽人得以具備能力闡釋所接觸的媒介訊息，而不是讓訊息本身所隱含的意義操控他們。

這種闡釋媒介訊息的能力就是現代公民都必須具備的媒介素養，亦即一種懂得選擇媒介、能夠瞭解媒介，並且具有質疑、評鑑、創造、製作媒介的能力。而媒體教育主要教導個人對媒介內容作詮釋時，以多元的觀點作為批判媒介內容的態度，培養閱聽人成為媒介素養者。

根據學者吳翠珍（2002）的看法，媒體教育的目標主要培養兩種能力：釋放（liberating）和賦權（empowerment）。釋放（liberating）是指個人在心智上能夠看透媒體所建構的迷障，不被媒體左右，更能進行社會參與，使用媒體表達對公共事務的關心，促進公民民主素養。賦權（empowerment）則指個人有自主能力去分辨、選擇、評估媒體及其內容，進而透過理性的思考與對話，去影響、督促媒體改善內容，乃至培養公民產製創意的、良性的、教育的訊息，共同建構社區品味（community standard），從而提高社會的文化品質。

提升一般公民的媒介素養，不僅是媒體教育的首要目標，更是媒體教育的具體呈現。殷切期盼我們的媒體教育能培育具有高媒介素養的公民，如此，透過一般公民媒介素養的提升，進而創造社會的優質文化。

參考書目

一、中文部份

- 吳知賢（民 81），《電視與兒童》。台北：水牛圖書出版事業有限公司。
- 吳知賢（民 87），《兒童與電視》。台北：桂冠圖書股份有限公司。
- 吳翠珍（2000），〈迎接媒體教育的來臨〉，電視文化家書，第 159 期：頁 1、3。
- 吳翠珍（2002），〈媒體教育不是什麼？〉，人本雜誌，10 月號。
- 吳翠珍、關尚仁（1999），《媒體、公民、素養——媒體公民教育訓練》。台北：富邦文教基金會。
- 林亦君（2000），〈哈日？解日？從媒體識讀教育談起〉，電視文化家書，第 161 期：頁 2。
- 洪碧霞、吳知賢（2001），〈「媒體識讀教育在台灣」系列成果發表〉，媒體識讀教育月刊，第 10 期：頁 5。
- 張宏源 編（民 90），《媒體識讀——如何成為新世紀優質閱聽人》。台北：亞太圖書出版社。
- 張志儉（2001），〈傳媒教育在香港中學程改革中的角色〉，媒體識讀教育月刊，第 14 期：頁 6。

二、英文部份

- Alter, S. (1997). Violence on television. <http://www.media-awareness.ca>
- Brown, J.A. (1991). Television "Critical Viewing Skills" Education: Major Media Literacy Projects in the United States and Selected Countries. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Dorr, A., Graves, S.B., & Phelps, E. (1980). Television literacy for young children. *Journal of Communication*, 30, 71-83.
- Gunter, B. (1994). The question of media violence. In J. Bryant & D. Zillman (Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research* (pp.163-211). Hillsdale, NJ: Earlbaum Associates.
- Head, S. & Sterling, C. (1998). *Broadcasting in America: A survey of electronic media*. 8th Ed. Boston: Houghton Mifflin.

- Huesmann, L.R., Eron, L.D., Klein, R, Brice, P., & Fischer, P. (1983) . Mitigating the imitation of aggressive behaviors by changing children's attitudes about media violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 899-910.
- Huston, A.C., Donnerstein E., & Fairchild H. (1992) . *Big World, Small Screen: the Role of Television in American Society*. Lincoln, NE: University of Nebraska Press.
- Megee, M. (1997a) . Students need media literacy: The new basic. *Education Digest*, 63 (1) , 31-35.
- Megee, M. (1997b) . Media literacy: The new basic. *Emergency Librarian*, 25 (2) , 23-26.
- Potter, W.J. (2001) . *Media Literacy*. California: Sage.
- Pungente, J.S. (1989) . In B. Duncan (Ed.) , *Media Literacy Resource Guide*. Toronto, On., Canada: Ontario Ministry of Education.
- Roberts, D.F., Christenson, P., Gibson, W.A., Modser, L., & Goldberg, M.E. (1980). Developing discriminating consumers, *Journal of Communication*, 30, 94-105.
- Singer, D.G., Zuckerman, D.M., & Singer J.L. (1980) . Helping elementary-school children learn about TV. *Journal of Communication*, 30, 84-93.
- Thoman, E. (1999). Skills and strategies for media education. *Education Leadership*, Vol. 56 (5) , 50-54.

(投稿日期：93 年 6 月 14 日；採用日期：93 年 8 月 5 日)