

理解媒體素養： 以大學生的批判性消費素養認知為例

江宜芷、林子斌*、孫宇安

本研究目的是以多重個案研究法探討大學生對於媒體素養的認知，以及大學生在實際解讀媒體文本的過程之中，如何運用其分析、綜合與評價等批判性消費能力。本研究以就讀國立臺灣大學聯盟三所大學的 35 位大學生為研究對象，設計半結構式訪談大綱，搭配四篇案例閱讀以蒐集資料。研究發現，參與者對於媒體素養的理解侷限於閱聽人識讀媒體的層次，同時參與者並未將產製相關的知識與技能視為媒體素養的一部分；進一步探究參與者閱讀報導的歷程，研究者發現研究參與者質疑報導的表現源於對媒體的不信任，同時研究參與者的批判性消費能力尚待加強。緣此，研究者建議我國未來媒體素養教育的發展，須擴展學生對媒體素養理解的範疇，並在高等教育階段持續深化其運用能力。

關鍵詞：大學生、批判性消費素養、媒體素養、媒體素養教育

江宜芷：國立臺灣師範大學教育政策與行政研究所碩士

* 林子斌：國立臺灣師範大學教育學系副教授

（通訊作者：tzubin_lin@ntnu.edu.tw）

孫宇安：國立臺灣師範大學教育政策與行政研究所碩士

Unpacking Media Literacy: Exploring Undergraduate Students' Understanding Towards Critical Consuming

Yi-Chih Chiang, Tzu-Bin Lin*, & Yu-An Sun

This study explores how undergraduate students understand media literacy (ML), and how their critical consuming abilities function during a news-reading process. The participants were 35 students from the NTU Triangle Alliance. Semi-structure interview and article reading for four cases were designed for data collection. The findings show that interviewees have limited understanding of ML, and they did not consider the knowledge and skills related to media production as part of ML. While questioning the credibility of Taiwanese media, their reaction to the articles was only based on the distrust of Taiwanese media, not on the function of their ML ability such as analysis, synthesis, or evaluation. Thus, the authors suggest that Taiwanese media literacy education should not just focus on offering knowledge of ML at a cognitive level, but enhance students' competence in media literacy in higher education.

Keywords: *critical consuming, media literacy, media literacy education, undergraduate students*

Yi-Chih Chiang: M.Ed., Graduate Institute of Educational Policy and Administration,
National Taiwan Normal University

*Tzu-Bin Lin: Associated Professor, Department of Education, National Taiwan Normal
University (corresponding author: tzubin_lin@ntnu.edu.tw)

Yu-An Sun: M.Ed., Graduate Institute of Educational Policy and Administration, National
Taiwan Normal University

理解媒體素養： 以大學生的批判性消費素養認知為例

江宜芷、林子斌、孫宇安

壹、前言

在資訊爆炸的二十一世紀，不同媒介紛紛出現，如何在眾多媒體訊息中成為「耳聰目明」的閱聽人，此一需求使媒體素養成為教育中不可或缺的元素（Lin, Li, Deng, & Lee, 2013）。從聯合國教科文組織（The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization）、歐盟到東亞的韓國、新加坡、中國（含香港）等，媒體素養皆為學校教育中的一部分（Cervi, Paredes, & Tornero, 2012；Cheung, 2009；Jeong, 2009；Lin, Mokhtar, & Wang, 2015）。教育部於2002年10月發布《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002），以政策方式展現對媒體素養教育的重視。此外，2014年公布的十二年國民基本教育課程綱要的總綱，更將「科技資訊與媒體素養」列為國民所必須具備的九大核心素養之一（教育部，2014）。過去十餘年來，在教育部與其他相關組織的推動下，媒體素養教育之研究與課程已有部分成果，具體之呈現為媒體素養教育作為議題融入正式課程，在現行社會科課程綱要及普通高級中學課綱中保有一席之地。例如：高中「公民與社會」課程中，即有出現「媒體識讀」單元，教導學生以批判性態度閱讀媒體報導（教育部，2008；教育部，2012）。未來在十二年國教總綱引領下，媒體素養作為核心素養之一，其角色益發重要而需更深入的探究。然而，媒體素養不僅是紙上談兵，學習者必須能將課堂上對媒體與媒體素養的理解，成功地運用於生活中，才代表媒體素養教育的效果。融入式課程設計雖可避免老師和學生之負擔，但此種媒體素養課程是否流於形式，及學生對媒體素養之學習是否能轉化並運用於生活中，皆有待進一步探究。此外，目前在臺灣對媒體素養的相關研究，多著重國小至高中階段，較少著墨於大學生與成年人之媒體素養。

因此，為瞭解媒體素養在臺灣的現狀，補足研究之缺漏之處，研究者選擇以大學

生作為研究參與者，除探究其對媒體素養的認知外，更將網路健康報導設計為案例及訪談問題，以取得大學生如何解讀報導，與其媒體素養展現之資料以供分析。具體而言，本研究希冀探討的問題如下：

一、大學生對媒體素養之認知為何？

二、大學生媒體素養之能力有哪些？

從教育部（2002）發布的《媒體素養教育政策白皮書》，到 2019 年推動的十二年國教新課綱中，分析、思辨、批判、理解各類媒體資訊的能力，是我國媒體素養教育的主軸（教育部，2002，2014）。本研究希望透過理解大學生對媒體素養之認知，及閱讀與思辨網路新聞報導之過程的實際表現，進行研究分析，研究發現將有助於提供臺灣媒體素養教育未來可行研究方向與相關建議。

貳、文獻回顧：媒體素養教育的過去與現在

自 1987 年解嚴後，快速增加的媒體堪稱另類之臺灣奇蹟（Lin, 2009）。然而，缺乏管制造成臺灣媒體亂象叢生，例如：新聞綜藝化、網路霸凌等，甚至被視為洪水猛獸之流的公害（郭玉慧、葉興華，2014）。正在進行教育改革的臺灣，也希望透過教育解決媒體這個「公害」，而媒體素養教育正是回應此一需求而來之教育實踐。作為亞洲首個由中央政府層級來推動媒體素養教育的國家，臺灣的《媒體素養教育政策白皮書》宣示在正式學校體系與成人教育體系推動媒體教育（Lin, 2009）。本節將就媒體素養教育在國內外的發展進行探討，接著透過國內媒體素養相關研究之比較分析，歸納出臺灣脈絡下媒體素養教育研究的趨勢與重點，最後說明媒體素養在全球的最新發展，為臺灣的媒體素養教育研究提供一個可能的發展方向。

一、媒體素養與媒體素養教育：國際之發展

在全球媒體素養的研究與實踐中，媒體素養（media literacy）、媒體教育（media education）與媒體素養教育（media literacy education）都被研究人員所使用，各名詞的界定與劃分在不同國家脈絡下，會有相異的理解，因此，本研究必須先界定這些名詞。首先，媒體教育是教授媒體素養的過程，而媒體素養即是媒體教育的產出，在臺灣的脈絡中，媒體素養教育一詞就包含前述兩者，本研究使用媒體素養教育代表教授

媒體素養的過程，媒體素養則為其產出。

如何界定媒體素養呢？以全球推動媒體素養教育最久的英國為例，英國國家通訊辦公室（Office of Communications）（2004）將媒體素養界定為在多樣的情境中，擁有近用（access）、瞭解（understand）與創造（create）溝通傳播的能力。而美國長期推動媒體素養教育之「媒體素養教育協會（National Association for Media Literacy Education）」（National Association for Media Literacy Education, n. d.）則定義媒體素養為：在包含印刷與非印刷之不同媒體形式中近用、分析、評估（evaluate）與溝通信息的能力。由此歸納，媒體素養中的媒體其實包括各種媒體形式（從口語到文字與影像、從傳統紙本到電子媒體等），基本上包含近用、理解、評估分析、產製等能力。

而以媒體素養教育目的觀之，主要在於促進公民之民主參與、增進知識經濟時代競爭力與終身學習（Livingstone, Van Couvering, & Thumim, 2004）。例如：促進公民的民主參與，可視為公民教育、政治哲學與媒體研究的匯集，由此可見媒體素養為一跨領域的研究範疇。此外，Cappello、Felini 與 Hobbs（2011）指出媒體素養教育有兩大面向，分別是對媒體之批判分析與媒體產製，這也呼應英國國家通訊辦公室與美國媒體素養教育協會所提出之定義。目前最常被引用的媒體素養教育模式當屬 Buckingham（2003）提出的四大面向與六項教學策略，四大面向包括媒體產製、媒體語言、媒體再現與閱聽人，而六項教學策略為文本分析、脈絡分析、個案研究、轉換、模擬與產製。

不過，隨著不同思潮與新科技的出現，媒體素養的範式歷經幾次轉換，由最早的保護主義取向、文化研究取向、銀幕教育與去迷思化取向（Buckingham, 2003；Lin, 2010）到近幾年受到 Web 2.0 技術出現而提出之媒體教育 2.0（Media Education 2.0）（Berger & McDougall, 2012），因為在 Web2.0 技術出現後，過去媒體素養所強調的面向，已不足以回應當前世代的需求。因此，部分媒體素養支持者提出媒體教育 2.0 的必要性，認為在新媒體時代需要新媒體素養（Berger & McDougall, 2012）。

二、臺灣的媒體素養教育

從臺灣的脈絡出發，《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）將媒體素養定義為「了解媒體訊息內容、思辨媒體再現、反思閱聽人的意義、分析媒體組織、影響和接近使用媒體」這五個面向。而十二年國民基本教育課綱將媒體素養列為三面九項核心素養中的要素之一，則界定科技資訊與媒體素養為：「具備善用科技、資訊與

各類媒體之能力，培養相關倫理及媒體識讀的素養，俾能分析、思辨、批判人與科技、資訊及媒體之關係。」（教育部，2014）也就是說，擁有分析、思辨與批判媒體的能力一直是媒體素養教育的重點項目，而在媒體素養教育推廣十多年以後，媒體素養在教育中的地位更從融入教學的議題，昇華為課程綱要的核心素養。自教育部（2002）《媒體素養教育政策白皮書》出現後，臺灣媒體素養研究蓬勃發展，研究者透過搜尋 2002 年至 2016 年間發表的期刊與博碩士論文，共有 82 篇相關研究，以下便以研究對象、研究主題和研究方法三個向度，對臺灣的媒體素養教育研究進行簡單的內容分析。

首先，研究對象為小學生者共有 54 篇、國中生共有 6 篇、高中職生共有 6 篇、大學生共有 16 篇，由上述統計可以發現，我國媒體素養教育的研究焦點，是以初等教育階段為主，高等教育階段次之，中等教育階段居末。若十二年國教課綱希望媒體素養成為國民教育的核心素養，如何提供適合青少年的媒體素養教育，必然是教育研究者應當關心的課題。

進一步地探究，臺灣媒體素養相關研究主要可以分為兩種類型，一種是以媒體教育為核心，研究方法為行動研究或設計導向研究，研究主題為媒體素養的課程教學，探討不同主題的課程設計之融入教學成效，總計有 49 篇，例如：媒體素養融入國小社會學習（章五奇，2010）、媒體素養融入國中數學教學（李祐宗，2011）等等。另一種是以媒體素養為核心進行調查研究，發放問卷以瞭解研究對象之媒體素養表現，或是探究其媒體素養與其他行為之關聯性，總計有 28 篇，例如：國小生網路媒體素養與網路成癮關聯性（劉子利、徐錦興、蔡存裕，2010）。在國中小與高中職的階段，多是媒體素養課程教學的研究，大學階段則以大學生之媒體素養調查研究為主。

其中，研究者分析以大學生為研究對象的 16 篇媒體素養研究，發現多以問卷調查為主，共有 9 篇；以媒體素養課程教學為主題者，包含個案研究 2 篇、行動研究或設計研究有 4 篇以及實驗研究 1 篇。這 16 篇研究的資料蒐集方式，有 8 篇以問卷或測驗的方式蒐集量化資料，有 4 篇採用質性的方式進行訪談或參與觀察，有 4 篇則是混合質性與量化的資料蒐集方法進行研究。9 篇問卷調查研究之中，研究人員主要探討媒體素養與其他變項之間的關係，包含社群網站使用習慣（黃拓遠，2016）、智慧型手機使用習慣（張滌今、陳珮文、林筠婕，2013）等；也有針對特定學校大學生的媒體素養能力進行探究，例如：國立臺灣藝術大學（謝戊秋、陳韶翎、呂雅婷、楊憲郎、韓豐年，2007）等。這些問卷調查的研究，是各研究人員經過文獻探討後，根據研究目的將其構念發展為不同面向，因此不容易比較研究結果之間的差別。

其他 7 篇的研究方法各異，但皆以大學通識課程為研究對象，結合其他的主題加以設計，因此這些研究者大多同時扮演教學者的角色。例如：以媒體議題討論和專題製作來增進學生的媒體素養，並檢驗線上課程平臺中的教學策略是否有助於建構學習社群，此為一媒體素養課程之線上學習社群的個案研究（陳奕樺、高台茜，2011）；或是以運用遊戲教學於媒體素養的通識課程為個案進行研究，設計著重於對話與互動的課程，探討學生如何在課程中獲得媒體經驗的賦權過程（鄧宗聖、李律鋒，2012）；或是設計一個問題導向學習的通識課程，引導學生進行小組合作學習，提升學生的批判思考與解決問題的能力，並且增進學生的資訊媒體素養（劉毓芬，2013）等等。另外，也有以整個系所作為研究對象者，研究臺東大學數位媒體與文教產業學系的跨課程專題製作，如何融入公民素養於媒體創作之中，培養學生批判思考、問題解決與行動等公民素養（王前龍、張如慧、蔡東鐘，2014）。上述研究皆處於通識教育的脈絡之中，希望透過媒體素養教育，來培養學生的批判思考與解決問題的能力。

綜上所述，以大學生為主之媒體素養研究多為量化研究，而少數針對大學之媒體素養課程進行個案探討，其中僅有謝戊秋等人（2007）「國立臺灣藝術大學學生媒體素養調查研究」，係探討大學生對媒體素養的認知，而非單純檢驗大學生的媒體素養表現。該研究的內容包括瞭解大學生對媒體素養的看法，以及大學生媒體素養的自我認知，不過，該研究以量化問卷調查的方式進行，研究人員固然可以檢覈大學生的媒體素養表現，但卻無法探索大學生對於媒體素養的認知有何不足或是創新之處。另外，該研究仰賴學生的自我認知進行填答，但媒體素養能力的發揮是發生於學生的生活之中，研究者認為必須透過實際的操作與問答，才能驗證學生表現出的能力是否與其自我評估相符。

為了瞭解大學生對於媒體素養的理解，以及大學生實際閱讀媒體報導時的思考過程，本研究嘗試運用訪談的形式進行資料蒐集。本研究採質性取向，從訪談者與受訪者問答的過程之中，研究者得以更加具體地勾勒媒體素養教育對於學生認知和實踐上的影響。

三、「新」媒體素養：一個理論架構

過去二十年來，媒體傳播技術的發展與全球化的浪潮結合，許多新現象因而出現，例如：網路傳播、臉書（Facebook）的興起、社群網站與社會運動的連結（如：茉莉花革命等），傳統媒體（如報紙、電視）與新媒體（如網路）的聚合，更提供大

眾多新資訊來源。因此，媒體素養的內涵亦必須與時俱進，方能反映媒體生態快速的變化。

而 Lin 等人（2013）所提出的「新」媒體素養之理論架構，不僅考量 Web 2.0 時代的新媒體內涵，更輔以實證研究（Lee, Chen, Li, & Lin, 2015），因此本研究將選用此理論架構來進行相關討論。Lin 等人（2013）提出的新媒體素養之理論架構，將媒體素養區分為四個面向，共包含十種能力（請參見圖 1）。此理論架構含括傳統媒體素養的內涵，並因應新媒體科技所產生之改變將媒體素養理論化。

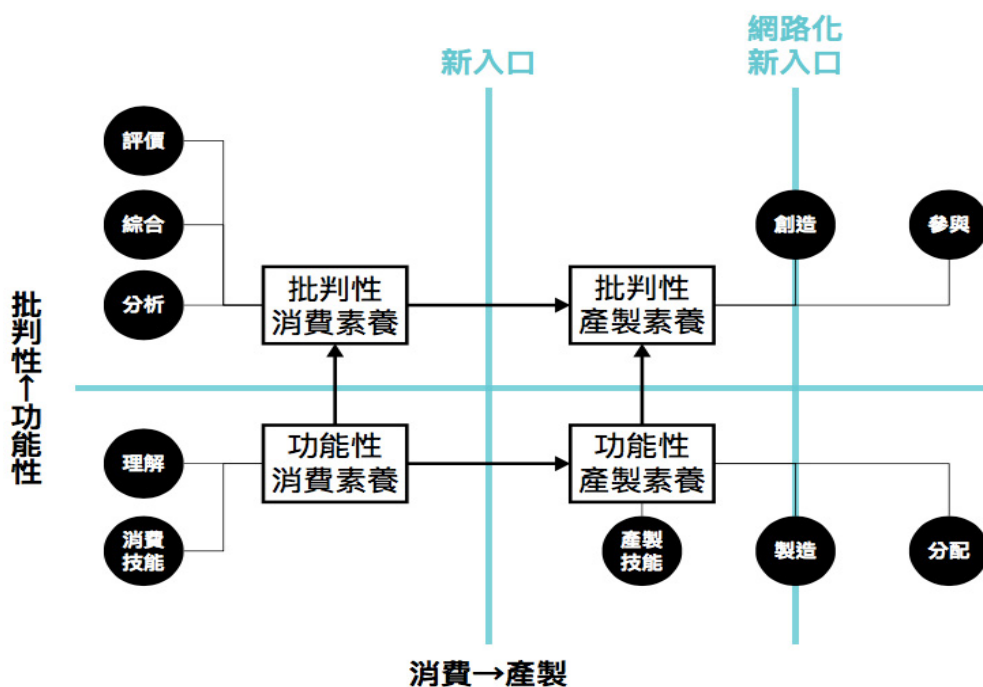


圖 1 新媒體素養的面向與能力

資料來源：“Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework,” by Lin et al., 2013, *Educational Technology & Society*, 16 (4), P.163.

不同於以往將媒體素養視為是一組獨立的能力組合，這個理論架構係採用一種連續性的概念。在這個四個象限的理論架構中，個體具備的媒體素養應該由第三象限出發，往上與往右展開，由功能性消費（第三象限）往批判性產製（第一象限）的方向

發展。其中，功能性素養代表消費媒體訊息或產製媒體訊息所需要的基本能力，沒有批判性或反思性的成分；而批判性素養代表個人擁有較高端的能力，能夠對訊息分析與評價，進而創造有意義的媒體訊息。由此可見媒體素養與批判思考（critical thinking）的能力有密切的相關，而這也在其他文獻中可得到呼應（Buckingham, 2003；De Abreu & Mihailidis, 2014）。

在這個架構當中，功能性消費素養包含消費技巧（Consuming Skill）與理解（Understanding）兩項能力，著重於媒體資訊的近用（Access）以及媒體文本的理解；批判性消費素養包含分析（Analysis）、綜合（Synthesis）與評價（Evaluation）三項能力，強調思辨媒體再現、吸納多元觀點、對媒體的內容提出質疑並且做出判斷的能力。功能性消費與批判性消費是媒體消費者所表現出來的能力，傳統的媒體素養多著重在這兩個層面，尤其是 1980 年代之前，這兩個向度主宰了媒體素養的討論。然而，隨著前述提到的資訊與通訊科技之進步讓媒體產製變得日漸容易，甚至自媒體（self-media, we media）與社群媒體（social media）的出現，讓媒體產製者與媒體消費者的界線愈趨模糊。正因為如此，媒體素養的內涵再度擴大，產製成為媒體素養教育中的重要環節（Buckingham, 2007；Burn, 2009）。

功能性產製素養包含產製技術（Prosuming Skill）、傳遞（Distribution）與製造（Production）三項能力，擁有該項素養代表擁有創作媒體內容的技術、能夠運用國際網路分享資訊並且運用各式媒體技術產製媒體內容與他人進行有意義的互動；而批判性產製素養則是媒體素養教育的最終目標，包含參與（Participation）和創造（Creation）兩項能力，期望個人在透過媒體與社會互動的過程中，能夠創造連結與價值，以批判思考的態度處理議題並且創造新的、有意義的媒體內容。

與過去的媒體素養理論相比，Lin 等人（2013）所提出的理論架構重視媒體產製素養，將批判性產製素養視為最終目標，而非僅僅作為一個面向或教學主題。此一理論架構之四個象限（功能性消費素養、批判性消費素養、功能性產製素養、批判性產製素養）不是相互獨立的，而是一個連續的過程，從功能性消費素養開始，到批判性產製素養結束，如果一個人擁有批判性產製素養，那麼他必定也具備其他三項素養，這時可說此人具備新媒體素養。

運用 Lin 等人（2013）新媒體素養理論架構檢視，可以發現臺灣目前的媒體素養教育是以識讀媒體、分析思辨媒體內容為主，可對應至其中「批判性消費素養」的面向，其中關於媒體的產製和使用則是「了解媒體訊息內容」和「影響和接近使用媒體」

這兩個面向底下的子項目，並非媒體素養教育的核心目標。不過在當代數位科技的發展之下，媒體環境已有很大的轉變，因此 Lin 等人（2013）的研究將批判性產製素養視為新媒體素養教育的終極目標，我國的媒體素養教育是否應加強對於媒體素養產製方面的重視，值得進一步探討。

另外，以往對於媒體素養教育的思考，大多從學習面向的角度出發，例如 Buckingham（2003）將媒體素養拆解為媒體產製、媒體語言、媒體再現與閱聽人四大面向，我國的媒體素養教育也不例外，同樣從媒體素養教育內涵的角度出發，提出「了解媒體訊息內容、思辨媒體再現、反思閱聽人的意義、分析媒體組織、影響和接近使用媒體」五種培育基本能力的學習領域。《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）固然方便教師以該架構設計媒體素養教案，但是這個架構屬於媒體素養教育，儘管涵蓋各種面向的媒體使用，勾勒出媒體素養課程所應強調的主題，但實際上學生在生活之中是如何面對媒體報導，卻難以從這個以學習領域為主的架構進行分析。為了回應本研究的需求，同時也配合科技與教育環境的變遷，研究者選擇 Lin 等人（2013）的媒體素養理論架構研究做為研究分析的參考標準之一，除了有助於分析個人媒體素養表現行為，也能夠作為我國媒體素養教育進步的參考。

參、研究方法

本研究目的在於探究大學生對於媒體素養的認知，及閱讀報導的過程其媒體素養的表現，採多重個案比較方式進行。換言之，本研究中將每個訪談的學生視為一個案，再進行多重個案研究，研究採半結構式訪談及案例閱讀，訪談時間介於 40 分鐘與 70 分鐘之間。此外，國內迄今媒體素養研究，多半專注小學階段的媒體素養研究，而少數針對高等教育的媒體素養研究，也多以量化研究和問卷調查為主，根據自我回報的方式衡量其媒體素養表現，無法深入探討媒體素養的意義，或是比較大學生之媒體素養。因此，本研究以 35 名臺灣大學聯盟的大學生為研究參與者，除瞭解他們對媒體素養的理解外，也設計案例閱讀的環節，透過案例閱讀之過程分析參與者媒體素養中批判性消費素養的表現。由於我國媒體素養教育著重於對媒體的分析思辨和批判思考，同時也是 Lin 等人（2013）新媒體素養架構中批判性消費素養的面向，是以研究者設計這樣的研究方法，希望以質性研究的方式進行探究。以下將分別針對研究參與

者、研究設計與資料分析處理加以分析說明。

一、研究參與者

本研究之研究參與者來自於臺灣大學聯盟三所學校（國立臺灣大學、國立臺灣科技大學、國立臺灣師範大學）之大學生，因為三所學校在學院設置上各有所長，以臺灣高等教育來說，這三校所包含之系所齊全，可確保訪談對象來源科系背景的多樣性，故選擇臺灣大學聯盟之學生為研究參與者。35 名研究參與者的學校、性別、科系與年級分布如下：臺灣大學 11 人、臺灣科技大學 5 人、臺灣師範大學 19 人；21 位女性及 14 位男性；20 位就讀人文社會學領域、15 位就讀理工生醫領域；大學一年級 5 位、二年級 9 位、三年級 8 位、四年級 13 位（研究參與者的編號與背景變項呈現於附錄一）。研究者選擇不同背景的研究參與者，是希望能夠觀察背景變項的差異是否影響參與者對於媒體素養的認知或是其媒體素養表現，不過實際研究結果發現參與者之間的差異不大，且無法由其背景變項（如性別、年齡或學校等）之差異加以解釋，因此以下不列入分析探討。

二、研究設計

本研究為探索大學生對媒體素養的認知及媒體素養中批判性消費素養的表現，有別於過去以問卷調查進行的研究方法，研究者選擇以訪談研究的方式進行資料蒐集，並且在訪談研究之中與研究參與者進行媒體文本的閱讀與詮釋，藉以探究參與者在過程之中所表現的「分析」、「綜合」以及「評價」這三項媒體素養能力有什麼樣的特色。

（一）訪談題目設計

本研究訪談題目設計為半結構式的訪談，依照既定的訪談大綱進行訪談，並配合受訪者的回答進行調整，訪談時進行錄音與紀錄，並繕打逐字稿供進一步分析。為對受訪者的背景有所瞭解，以便研究者在訪談之中追問受訪者的想法，研究者在訪談之前設計一份 Google 線上問卷，針對受訪者日常生活習慣以及對於網路健康報導中常見消息來源所抱持的看法進行初步瞭解。正式訪談分為三個部分，簡述如下：第一部分是封閉型題目，屬於基本認知，詢問受訪者對於媒體素養的認知與理解；第二部分是案例閱讀，受訪者閱讀四則網路健康新聞後，透過訪談問題瞭解其對於文本內容中

媒體消息來源之想法，藉以評估受訪者媒體素養與批判性消費素養相關的表現；第三部分則是請受訪者自我反思對於媒體的使用情況，並評論對於目前媒體的看法。

（二）案例閱讀設計

本研究選擇健康報導作為閱讀案例，以咖啡和維他命 C 作為報導主題，所使用的案例係由醫學專家提供相關資料，並邀請專業記者撰寫成報導。本研究中的案例閱讀文本共有四篇，所涵括之主題如下：「喝咖啡抗癌 黑金風潮席捲全台」（咖啡正面資訊）、「咖啡過量 當心喝出胰臟癌」（咖啡負面資訊）、「抗氧化抗感冒 維他命 C 榮登國人最愛保健食品」（維他命 C 正面資訊）、「過量攝取 當心維他命 C 誘發病症」（維他命 C 負面資訊）。四篇文章內容結合醫學研究、醫生或營養專家現身說法、民眾經驗以及商品置入性行銷，以相同的文章結構呈現立場相反的健康報導。

選擇健康報導作為閱讀案例，是因為與社會議題或政治議題相比，網路健康資訊的是非黑白比較清楚，不會受到意識形態影響。此外，網路上經常流傳以保健與預防資訊為主題的健康謠言，這些謠言採用敘事、新聞報導的形式敘述，其中查證屬實的健康資訊與錯誤訊息之間呈現方式差異不大（羅文伶、邱銘心，2015）。面對真假難辨的健康報導，受訪者對於媒體內容的分析策略與想法，便是其批判性消費媒體素養能力得以展現的時刻。

根據 Lin 等人（2013）的研究，批判性消費媒體素養包含「分析」、「綜合」和「評價」三者，研究者希望透過訪談的歷程，探究受訪者如何分析媒體再現的消息來源、綜合比較不同立場的報導、評價報導的內容與意圖。第二部分訪談由日常喝咖啡與服用維他命 C 習慣的詢問開始，瞭解受訪者平時對咖啡與維他命 C 的攝取情形與看法，接著讓受訪者同時進行咖啡與維他命 C 案例的閱讀，第一次先閱讀兩篇報導，閱讀完畢後進行訪談，第二次再閱讀另兩篇報導。研究操作步驟由圖 2 所示：

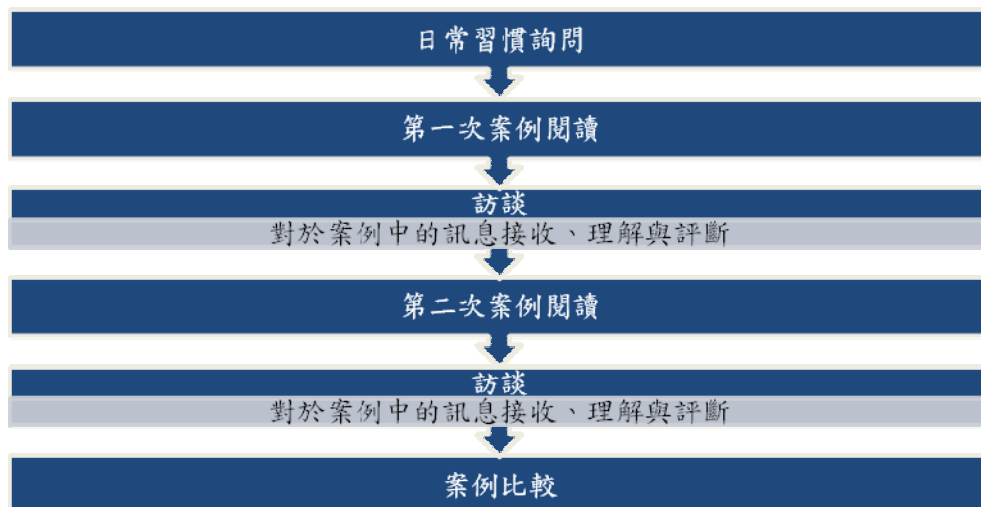


圖 2：第二部分訪談—案例閱讀流程進行示意圖

資料來源：研究者自行整理

三、資料分析與處理

研究者於訪談結束後繕打錄音檔為逐字稿，共有三位研究者（計畫主持人、兩位研究助理）參與編碼的過程，並利用編碼軟體 Nvivo 分析稿件。三位編碼者在初步瀏覽訪談稿後，依據研究目的建立資料分類的節點，並依照訪談的時間順序將受訪者依序編號為 1 至 35，分別進行資料編碼，是為第一輪的編碼，接著三位編碼者針對編碼內容中，彼此詮釋有差異的部分進行討論。第一輪的編碼結束之後，研究者納入《媒體素養教育政策白皮書》以及 Lin 等人（2013）的新媒體素養理論進行分析，進行第二輪資料編碼。本研究亦請兩位相關領域學者專家檢視編碼過程並回饋，以增加資料分析之信實度。

為了妥善回應本研究所設定的研究問題，研究者選擇以不同的媒體素養架構分析不同的研究問題。第一個研究問題：「大學生對媒體素養之認知為何？」本研究選擇以《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）當中描述媒體素養教育的五項重點，分析媒體素養教育自 2002 年以來的推動成效，以下為《媒體素養教育政策白皮書》中的五項重點和對應指標：

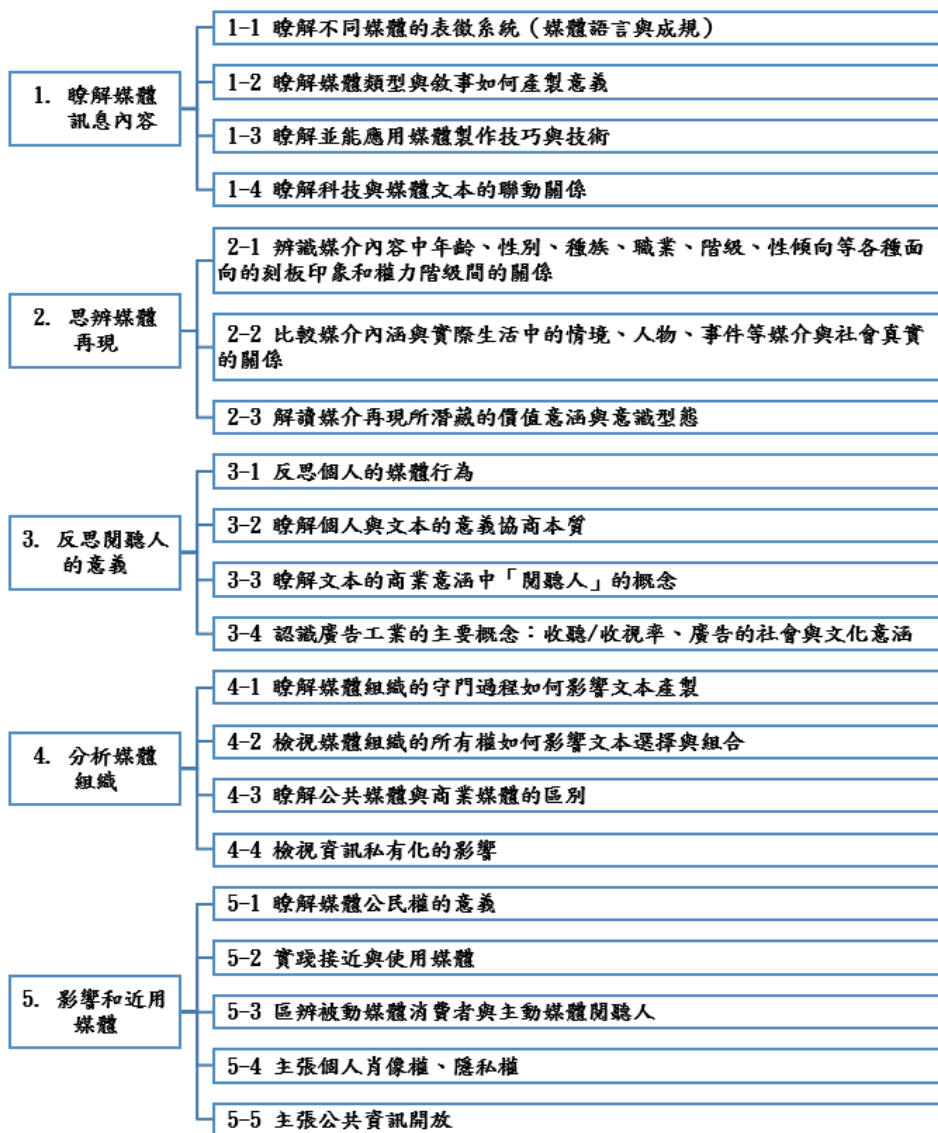


圖 3 媒體素養教育政策白皮書五項重點與指標對應示意圖

資料來源：修改自媒體素養教育政策白皮書（14-15 頁），教育部，2002，台北：作者。

針對第二個研究問題：「大學生媒體素養之能力有哪些？」本研究設計以案例文本閱讀搭配訪談的方式來檢視受訪者如何詮釋與分析健康新聞報導，對照新媒體素養架構，係針對受訪者在「批判性消費素養」面向的表現進行分析，探究受訪者對於案例文本的詮釋有何特色，與下述三項能力有何相符與差異之處：

1. 分析（Analysis）：

意指個人能解構媒體資訊，並且瞭解所有的媒體訊息都是被建構的。此外，亦必須認知到媒體產製過程中包含創造性語言和既定規則，而且觀眾對於媒體內容之詮釋是多元的。這之中包含對媒體再現（media representation）概念的瞭解，必須覺察到媒體內容絕非中立或真實，而是一種社會建構。

2. 綜合（Synthesis）：

個人能比較、重組不同媒體的觀點，例如比較同樣的新聞主題在不同資訊來源中觀點的差異。不過，這不代表個人已經做出何種觀點是真實的判斷，也不代表個人需產製出自己的觀點。

3. 評價（Evaluation）：

為個人對媒體內容做出提問、批判、質疑媒體可信度的能力，換言之，這屬於更高階的批判能力，奠基在對媒體內容僅是人為再現的瞭解上，去考慮各式認同、權力關係和意識形態的交互作用如何影響媒體內容再現之決策過程，並能評價不同資訊來源的信實度及媒體論述（media discourse）的價值與目的。若欲進一步地釐清「綜合」與「評價」的區別，個體能比較媒體資訊係屬綜合能力，能夠做出決定或判準則屬於評價能力。

選擇以不同媒體素養架構來分析不同研究問題，是因為我國媒體素養的架構與 Buckingham（2003）將媒體素養拆解為四大面向（媒體產製、媒體語言、媒體再現與閱聽人）的方式相類似，是從媒體素養教育內涵的角度出發，便於設計不同類型的媒體素養教案，以這個架構進行分析可以瞭解媒體素養教育在學校教學的廣度是否足夠；而 Lin 等人（2013）的研究是從學習者之能力（competency）角度出發，能夠區分不同面向的學習表現，更適合用來評估個人之媒體素養能力。

肆、研究分析

本節分為兩個部分說明，分別回應研究問題：

1. 大學生對媒體素養之認知為何？
2. 大學生媒體素養之能力有哪些？

至於媒體素養教育未來可行的研究方向將於本節分析比較後在結論中提出。本節受訪者訪談資料之呈現，在受訪者引文後方的括弧內兩個數字，依序分別代表受訪者代號與訪談逐字稿之行號。

一、對媒體素養的認知：以批判性消費素養為主

在 35 位受訪者之中，30 位受訪者表示瞭解媒體素養的定義，僅有 5 名受訪者表示沒聽過或是不清楚媒體素養的定義。16 位受訪者表示對媒體素養的觀念來自於國高中的課程，11 位受訪者在大學階段有耳聞或是接觸媒體素養通識課程，另有 3 名受訪者表示自報章雜誌與網路報導得知媒體素養的意義。

研究者以《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）所羅列的媒體素養之五個面向，對受訪者所認知的媒體素養進行分類與分析，發現受訪者對於媒體素養的認知，普遍聚焦於「反思閱聽人的意義」這個面向，也就是閱聽人應當要懂得判別媒體資訊的內容，不能全盤的相信媒體所帶來的資訊，要觀看不同立場的報導，要有查證資訊是否正確的能力。這些對於媒體素養的認知，則源自於中學階段的公民課程，或是大學的通識課程。本節引文係研究團隊對照受訪者敘述內容，與媒體素養架構敘述相符之處。

受訪者 02 提到一系列反思閱聽人行為的做法，是他所認知的媒體素養定義：

「以閱聽人角度的話，選擇比較好的媒體，我們也要懂得去判別媒體寫的內容，不可以輕易去相信，還要多看不同角度的文章或資料，然後再去分析出這是否可信。」（02：17）

在「了解媒體訊息內容」的部分，幾乎沒有受訪者的回答與這個面向有關聯，僅有受訪者 29 對於媒體素養的定義：「（媒體素養）大概就是對各種多媒體工具的認

識與認知吧。」與 1-3「瞭解並能應用媒體製作技巧與技術」的敘述相類似。

在「影響和接近使用媒體」的面向，有修過師大開設之媒體素養通識課程的受訪者 05 有提到媒體素養的能力包含：「可以去利用使用媒體，但是如果覺得她報導不對可以打電話去檢舉。」(05：35)，另一位受訪者 26 則將此敘述得更為完整：「我們每個禮拜都有作業，他（授課教師）叫我們打電話去給任何的媒體，就是你覺得他的資訊不正確，然後我們就是要當行動的那個人，我們就要打電話去投訴，然後我那次做的就是置入性行銷。我在那邊看新聞，覺得他哪裡有置入性行銷，我就馬上打給他，我從來沒有做過這種事情」(26：258)，由此可見兩人皆對此課程感到印象深刻，不過受訪者 26 並未將此作業與媒體素養的能力相互連結。

而唯一有提到「思辨媒體再現」該面向的受訪者 22 認為「面對媒體給你的資訊的時候，會去想這個資訊是不是正確的，或是這個資訊有沒有帶有某種意識形態，當然，意識形態一定會有，它那樣的意識型態的目的是為了認識這個世界更多不同的聲音，還是它的目的只是為了說服你這件事情他覺得是對的，而且他一定要讓其他人也認為他是對的。如果有這樣的情形，就要運用到我們的媒體素養去辨別這些有攻擊性意識的東西，想辦法不受他影響，而做出獨立的判斷。」(22：06)，雖然受訪者 22 有提及媒體資訊背後潛藏的意識形態，不過受訪者的詮釋比較接近媒體的立場與意圖，並未及於媒體如何形塑特定群體的刻板印象或是傳遞特殊價值等等。

不過，受訪者對於媒體素養的其他層面，也並非不理解，只是沒有將這樣的認知與媒體素養能力相連。當研究者進一步追問受訪者對於媒體產製過程的想法時，部分受訪者便能表現出「分析媒體組織」的能力，例如受訪者 03 所言：「首先記者可能會先收到訊息，出去採訪，採訪完有一塊資料，有一塊資料之後可能會再請示上級，說看這報導是不是能公開或是報導出去，然後這個時候上級可能有收視率的問題存在，導致這篇文章會被刪剪掉，不是原本那個記者所要討論的或是想要報導的。」(03：9)。

綜合來說，多數受訪者對於媒體素養的理解不夠全面，大多止於「反思閱聽人的意義」，而未擴及其他面向。不過從其他部分的訪談之中，研究者亦發現多數受訪者已具有「分析媒體組織」的能力，能夠了解媒體組織如何影響新聞報導的產製，只是他們並未意識到這也是媒體素養的一部分。另外，大學的媒體素養通識課程，的確有助於學生增添「影響和接近使用媒體」的能力。

此外，儘管《媒體素養教育政策白皮書》(教育部，2002)中的媒體素養對於網

路著墨不多，也沒有提到關於社群媒體的部分，但仍有受訪者認為媒體素養便是成為自媒體：「每個人應該可以像媒體一樣，不知道你有沒有聽過（一個）臉書的社團叫爆料公社，每個人都是媒體之一，會去爆料社會上的一些事情。」（07：07），「媒體素養是每個人都是一個媒體，然後他們可能會去傳遞訊息……每個人都是傳遞訊息的媒介。」（28：20）這樣的想法顯示出這兩位受訪者對於媒體素養的理解已經跨越 Web1.0 產製素養的層次，來到 Web2.0 功能性產製素養中的「傳遞」，積極地利用社群網站來分享自己的想法和資訊。綜合來說，隨著時代的進步，社群媒體的影響力無遠弗屆，受訪者對於媒體素養的理解，也開始觸及 Web2.0 的層次。白皮書發行至今已有 15 年，其分類開始不足以描述現代數位環境下媒體素養涵括的面向，因此媒體素養研究者以及教育者需要新的理論架構，來滿足未來媒體素養教育的需求。

二、批判性消費素養的展現

根據上節分析，受訪者普遍對於媒體素養的認知，若以《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）的媒體素養五面向來看，主要聚焦於「反思閱聽人的意義」，若以 Lin 等人（2013）的新媒體素養理論架構來看，則是落在批判性消費素養的象限，包括「分析」、「綜合」和「評價」三項能力。

在案例閱讀的部分，研究者透過四篇以「咖啡」和「維他命 C」為題，分別提供正反觀點的報導，給予受訪者閱讀。研究者希望透過這個過程，探究臺灣大學生在接受媒體素養教育以後，其對於媒體文本的分析與詮釋有什麼樣的特色，將之放入新媒體素養理論中批判性消費素養的三項能力敘述下加以檢視。

（一）分析（Analysis）：思辨健康新聞中消息來源的媒體再現

「分析」的能力，除要求個人具備解構媒體資訊的能力外，還要明白媒體產製過程中包含創造性語言和既定規則，所有的媒體訊息都是被建構的，媒體內容絕非中立或真實，也就是對於「媒體再現」概念的瞭解。由於本研究選擇以健康新聞做為研究題材，因此在開始閱讀案例之前，研究者有先詢問受訪者平時對於健康新聞的態度，以及認為可信的健康資訊來源。在觀看案例報導之前，全部受訪者皆表示相信醫生或者相關專業的研究人員所為之專業判斷，不過當文本資訊實際呈現在受訪者眼前，受訪者卻很少以消息來源作為判斷資訊正確與否的依據。本節粗體為研究者分析受訪者詮釋媒體文本的策略時，研究者認為值得關注的部分。

相較於消息來源，大部分的受訪者是以過去經驗或是課堂知識作為判斷報導的依據，例如受訪者 04 與受訪者 16 所述：

「可能是**符合我的生活經驗**的關係，所以還是有可以讓我相信的地方，比如說在這份咖啡因裡面他就有提到，咖啡跟提神飲料可以提振精神，可是會影響睡眠品質，就是符合我的生活經驗的地方。……**不只是生活習慣，應該還有包括平常，從小到大所受的教育吧。**」（04：107）

「因為**維他命 C 是我上過的課程內容**，它裡面講的是滿對的，但沒有那麼神奇，維他命 C 是具有抗氧化抗老化的能力，但我不覺得它可以美白，可能可以但沒有我們想的那麼厲害，畢竟它只是一個化學分子，他不太可能那麼神奇，我覺得吃這些只是心中的安慰劑的感覺。」（16：64）

當研究者詢問受訪者對於消息來源的看法時，受訪者會回答自己對於資訊來源之權威性的看法，例如受訪者 27 為例，他表示信任相關醫學研究做為資料來源，包括知名大學或是具有學術公信力的期刊所做的研究：

「**科學吧，權威性的雜誌**，基本上就這樣吧，診所那些都是國立醫院退下來的，他們應該滿有一手的，**營養師**這個也還 OK。」（27：62）。

但是，他對於該消息來源的報導卻是抱持質疑的態度，「對於維他命 C 這篇（負面報導）不是很相信，它的內容還滿散的。」（27：60），以下為報導原文：

「**台北醫學大學保健營養研究所所長黃士懿**指出，許多研究都指出高劑量的維他命 C 能預防癌症，但對肺癌卻有相反的效果；**《科學》**期刊也指出，維他命 C 錠有可能會損害 DNA，而 DNA 受損是形成癌細胞的一個步驟。」（引自維他命 C 負面報導第一段）

上述訪談資料顯示，當受訪者回答對於消息來源的看法時，受訪者普遍未考慮消息來源後方的資訊內容，只是單純回答個人對資訊來源的偏好；這顯示出受訪者對於特定消息來源的信任，並不會擴及至媒體報導對於該消息來源的引述內容，受訪者在閱讀媒體訊息時，並不以消息來源的權威性作為判斷媒體資訊是否正確的依據。

進一步地探究受訪者的想法，受訪者 03 與受訪者 10 描述自己為什麼相信醫生或

相關專業人士，但是不相信媒體所描述的內容：

「（我）可能比較相信的（媒體訊息）是他掛了一個醫師的名字，然後說運動前喝咖啡，我可能會去找一下這一個醫生的背景，看一下他是哪一間醫院的，是不是真的有這位醫師。就是他可能是節錄醫生的某一段話，你可能要找出他原本的原文在哪，他可能講說不好的地方，只是這篇報導沒有刊出來，因為他對這間咖啡是有利的，所以他只看那段話，啊可能醫生的原文不是這樣，可能加上某個因素呀，可能因為這樣才會有某些效果。希望說這篇報導後面有備註他的來源，可以讓民眾去看說來源到底在哪裡，可能是他醫學雜誌的哪一段，然後後面提供他來源的網址。」（03：166）

「這兩篇前面都有一段商業味濃厚的敘述，然後有個共同點，他們都有一個英國醫學會雜誌研究，但大家都說英國研究不可信，然後試圖用一些研究的資料佐證他想表達的事情。……因為有看過太多的報導，看起來都很像是用同一個模板去寫出來，就根據英國醫學會雜誌，可是我也不知道他們真的做過這個研究，因為都沒有寫，好像只要提到英國研究都不會把那個過程寫得太清楚，而且也很多次被大家有查出來那個根本就是造假，所以如果是臺灣引用什麼根據英國研究，我都會給它打一個很大的問號。」（10：118）

受訪者 03 提到報導可能對醫生原話有所摘錄的問題，而受訪者 10 則認為許多報導都試圖以研究資料來佐證自己的論述，但是這些研究是否存在卻讓人質疑，甚至讓「英國研究」一詞蒙上造假的陰影。另外，受訪者 10 也提到，很多報導看起來都像用同一個模板去寫出來的，這也符合「分析」中提到的，對於媒體產製中存在有既定規則的覺察。

另外，針對受訪者對於媒體的不信任感這點，研究者在訪談後亦發現，受訪者普遍對於媒體報導的期待程度不高，認為媒體只是娛樂性質，其新聞缺乏參考價值，對生活沒有幫助。受訪者 11 與 14 直言：

「我們本來有預期媒體應該要給足夠的醫療資訊嗎？好像也沒有，就臺灣社會而言，就還好吧？我沒有預期媒體會給出多正確的醫療資訊。」（11：168）

「媒體可能只是想要挖掘一些大家比較有興趣的，獨家消息……像電視現在媒體就播一些什麼，反正就好像都沒有什麼用嘛，像最近什麼哈味，就是播一些對生活沒有幫助的，變成聊天用的。」（14：354）

由此可見，由於受訪者對媒體沒有特定的期待，因此也不會認真看待媒體的資訊，更遑論對媒體報導的內容深入分析與思考。因此綜上所述，研究者發現部分受訪者具有一定的「分析」能力，他們能夠察覺媒體報導中習於引用權威消息來源，為報導中的觀點背書，因此他們對於媒體報導中的消息來源不會輕易地相信，會質疑消息來源的存在與否以及是否有斷章取義的嫌疑。

然而，雖然所有的受訪者均未以消息來源來判斷媒體資訊正確與否，這並不代表所有受訪者都如同受訪者 03 與受訪者 10 一樣對於媒體訊息都有這樣的「分析」能力，僅僅是因為受訪者大多對於媒體訊息抱持著不信任的態度，他們傾向以過去的經驗、常識或知識來檢核媒體訊息的內容是否正確，並未思考媒體對消息來源的再現。因此，這是否能夠代表受訪者具備「分析」這個向度之中，對於媒體再現的理解與思辨？研究者認為並不夠充分。

當受訪者表示自己不會認真看待這種類型的報導時，代表受訪者的思考是源自於媒體的不信賴，因此他們不會思考媒體選擇特定消息來源的意義，也無意要對這些資訊內容再搜尋分析；如此防衛的心態與表現，或許是源自於過去媒體素養教育的諄諄告誡，但也有可能是因為媒體所展現的亂象，不管是哪一種原因所造成，受訪者在媒體素養的表現上，並沒有展現足夠深思熟慮的「分析」能力，僅僅停留於對媒體訊息的質疑，並做出不要輕信的結論。

（二）綜合（Synthesis）：比較不同立場的健康報導

「綜合」的能力，要求個人能夠比較同樣的新聞主題在不同資訊來源中觀點的差異，不過，受訪者無需產出個人的觀點，同時也不用判斷觀點的真實性。在研究者所提供的四篇報導之中，剛好是兩個主題：咖啡與維他命 C，各有一篇支持與一篇反對的文章。文章結構設計，也有讓報導之間相互呼應，藉此檢核受訪者的「綜合」能力。

由於研究設計意圖明顯，受訪者皆有發現兩篇報導之間的立場是相互對立的，而他們面對這樣的狀況，便提出應當綜合不同觀點的報導，互相參照。像是受訪者 23 對於咖啡正反立場報導的看法，以及受訪者 30 對於維他命 C 正反立場報導的看法：

「如果他真的要傳遞給閱讀者的話，應該要講說可能有什麼反面的立場或是怎麼樣，這樣讓報導感覺比較均衡的感覺，但是實際上大家應該他們應該不會想要這樣子做……要參考就兩篇加在一起看吧！會比較均衡啊，看一看正面反面，給你自己去參考，雖然說我覺得大部分（的人）都是繼續喝（咖啡）下去這樣子。」（23：654）

「報導更加全面吧！譬如說維他命 C 這兩篇 COMBINE 在一起的話，那消費者就會知道有好處也有壞處，他自己就會思考他會不會去買，會特地去買這些產品。」（30：313）

受訪者 31 也提到，一個好的新聞媒體在同一主題上應當要平衡報導，不可以偏頗地呈現特定立場的資訊：

「如果可以平衡報導比較好。如果是同一個新聞媒體，他偶爾報導的話這樣閱讀人兩種資訊都會接收，我覺得這樣沒什麼問題，可是一個媒體呈現出來的都是不好或所有都是不好的，這樣就比較不好。」（31：300）

換言之，受訪者展現出初步的「綜合」能力，也就是意識到必須要關注不同立場的報導，並相互比較之間的觀點。然而受訪者如何比較報導之間不同的觀點呢？下述受訪者試圖從數字的比較出發，比對正反立場報導中所提出的相關數據，並提出數據之間相互矛盾的看法：

「四篇來說他們內容都是互相矛盾，就連他的實例都沒有講清楚，他們都是咖啡，可是一個是五倍風險，一個是降低五分之一的風險，這樣子，所以我是覺得他給的資訊太不夠，他們互相矛盾，不如都不要相信。」（16：118）

「我覺得並沒有比較衝突，一個說有攝取，一個說攝取過量，所以基本上只要有攝取但不攝取過量，兩篇都可以採信，只是有衝突的部分就比較難解釋了，像是每日兩杯咖啡發生率下降這邊有點過度美化了，另外一個卻把兩杯以上解釋為過量，這是定義標準的問題，就是你可以喝，但是怎樣才算過量，所以兩篇都沒有衝突，都可以信 30%。」（17：73）

受訪者 16 從兩篇報導中對於咖啡相關研究成果的描述出發進行比較，認為報導

資訊不足，沒有將狀況講清楚，因此選擇都不採信；而受訪者 17 則從兩篇報導建議的咖啡攝取量進行比較，認為兩者只是定義標準不同，但資訊本身沒有衝突，因此部分採信。從兩位受訪者的分析敘述中，可以看見他們對報導中不同觀點的資訊進行比較的歷程。但實際上，受訪者對於四篇報導的理解，皆限於一篇的立場是支持，另外一篇的立場是反對，並未確實地比較四篇報導的內容。他們把自己視為局外人，認為一個好的閱聽人應當要比較不同報導的觀點，但是這些受訪者自己並未實際進行這樣的比較。

根據前述分析，可以發現受訪者大多認為一篇好的報導應當正反並陳，立場偏頗的報導沒有辦法取信於人。但他們對於正反立場的報導，沒有加以分析的意願，認為只要兩者同時閱讀，便能夠吸收到足夠的資訊，成為不受媒體資訊左右的中立閱聽人。研究者認為，受訪者媒體素養中的「綜合」能力，僅限於閱讀不同立場的報導，並未深化到比較不同觀點的層次。

（三）評價（Evaluation）：判斷健康報導中的置入性行銷

「評價」的能力，是個人能夠對媒體內容做出提問或批判，並且質疑媒體的可信度。個體必須能夠考慮認同、權力關係和意識形態的交互作用如何影響媒體內容再現之決策過程，並且以媒體論述的價值與目的，進一步評價不同資訊來源的信實度。在媒體產製的過程之中，時常會因為廣告商的介入而在報導中出現置入性行銷的訊息。因此，在研究者提供的四則媒體報導之中，則有出現「星巴克」、「Caffe Bene（咖啡陪你）」「韓國維他命品牌 Lemona」等置入性行銷的資訊，希望觀察受訪者是否有能力覺察這類訊息的存在，以及他們對於這類訊息的看法。

此外，受訪者普遍均能察覺置入性行銷的存在，且對於媒體的內容也多抱持著懷疑的態度，對於當今媒體的不信任或是對於媒體資訊的不以為然，是受訪者之間共享的特質。認定正面案例為廣告性質的受訪者，判斷的標準是因其直接為廠商帶來宣傳效果，有推銷商品的嫌疑。這是受訪者 16 在閱讀正面報導以後的想法：

「這裡還有一個自然醫學中心耶，我覺得可能跟它本質有關係，因為維他命 C 在一般人心裡比較偏向輔助的藥品，他如果用這樣的方式打出來的話，因為這是咖啡，咖啡本來就是一個商品，你如果從一個商品裡面發現他有一個很棒的好處，你就會覺得它是一個新聞，但這個本來是一個輔助藥品，感覺你（媒體）就是為了提高它的銷售量，你（媒體）就會更加去介紹它。」（16：80）

與此同時，受訪者 16 認為反面報導是在宣揚該食品的壞處，這時媒體是在傳達正確的知識，有警惕消費者的作用，所以當受訪者 16 在閱讀反面報導時，他便會認為這是新聞：

「我覺得是新聞，因為廣告不就是要宣揚好處嗎？除了是為了打擊咖啡的廣告，可是我覺得沒有人會這麼……（受訪者停頓）……有可能，比如說我要行銷蔬菜，然後咖啡不好喝。我還是覺得宣揚壞處比較像新聞報導，在傳達正確的知識，我覺得更好的是好壞都要講，因為通篇都是講壞的，但後面是講好的，如果可以好的壞的然後結論，這樣可能會好一點。」（16：120）

有兩位受訪者更認為正反面案例皆為廣告，因為只要報導中提及了品牌的名字，便會在讀者心中留下印象，當消費者有需求時就會想購買，因為反面案例只有強調不要過量服用維他命 C，因此消費者仍可選擇低劑量的維他命 C 購買食用。

「直接寫品牌名字其實滿像廣告的，只要有寫到廣告名字都滿像廣告的。……（同義敘述中間省略）……就算文章是說他不好，但是一定會有印象，之後想喝的時候就會想到。」（27：84）

「這一篇它提了一些不同的單位對於維他命 C 到底是好是壞的看法，一樣是某某藝人為某某品牌的維他命 C 站台，所以我會覺得某某藝人代言某某維他命 C 是多餘的，然後後面的話這些資訊就比較不是那麼地想要打廣告的感覺，但是我覺得他們都試圖在做一件事情，就是要顛覆大家對於維他命 C 絕對是好的東西的觀念……（同義敘述中間省略）……它都在強調高劑量的維他命 C，所以可能它還是想要賣維他命 C，但它想要賣低劑量的，然後改變市場消費習慣。」（11：92）

受訪者 27 表示，就算文章說它不好，但是想喝的時候也不會在意；而受訪者 11 認為，不管是正面報導還是負面報導，背後應該都有所意圖，想要改變市場的消費習慣，例如推銷低劑量的維他命 C。

根據分析研究者發現受訪者均能覺察置入性行銷的存在，程度的強弱則因個人詮釋方式差異而有不同。不過部分受訪者認為置入性行銷的影響力沒有想像中的大，因為他們在閱讀報導時，根本沒有注意到這些資訊，反而是因為研究者訪談時詢問，才

發現有品牌名稱在報導內。此外，也發現受訪者對廣告商與媒體間的權力關係有一定的理解，研究者判斷，受訪者在健康報導中的置入性行銷這一部分，確實具備「評價」的能力，能夠對報導中的商品訊息進行衡量，並且能夠分析媒體報導內容背後的權力運作。

伍、討論

一、對媒體素養的理解有限

根據前述分析，受訪者對媒體素養都有一定程度的瞭解，然而對媒體態度卻是消極，皆採取質疑態度去看待媒體內容，並不輕易相信媒體所報導的資訊。換言之，目前大學生對於媒體素養的瞭解並不完整，他們普遍呈現「不要輕易相信媒體就是媒體素養」的態度，這可能是在過去高國中課程下保護主義的媒體素養課程所形塑的結果，但不輕信媒體並非媒體素養的完整內涵。此外，根據前述的討論，本研究發現受訪者對媒體素養的理解，多侷限於「反思閱聽人的意義」該層面，以消費素養為主而未擴及產製素養。受訪者的表現可能是因為中學階段的媒體素養教育強調閱聽人（消費者）的角色，而《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）並未將產製性素養視為媒體素養教育的重點，由受訪者回應來看，就算其具備相關產製能力，也不會將之定義為媒體素養。

Lin 等人（2013）提出的新媒體素養理論架構認為，批判性產製素養的培養是媒體素養教育最終的目標，透過培養擁有「參與」和「創造」能力的公民，讓個人與社會透過媒體相互連結，以批判性思考的方式回應公民社會中的議題與討論，產出有意義的媒體文本。緣此，研究者提出未來的媒體素養教育，應當擴及媒體產製的層面，讓閱聽人與產製者之間的界限模糊化，透過媒體產製的實作，增進大學生對於媒體素養的理解，或許有助於大學生進一步的思考媒體訊息的內容，而非僅作為一個「旁觀者」的閱聽人角色。

二、批判性消費媒體素養尚待深化

受訪者質疑報導的表現源於對媒體的不信任，而非來自媒體素養中「分析」、「綜

合」與「評價」之能力，由於本研究設計以文本閱讀為主，主要是瞭解受訪大學生的批判性媒體素養能力，分為「分析」、「綜合」與「評價」三個面向進行評估。

研究者發現受訪者傾向就資訊本身是否符合其原先的認知進行判斷，並未深思消息來源於報導中的意義。受訪者對新聞的理解，是以過去認知的權威（老師及父母）或社會普遍的說法作為基礎，這是他們對於新聞的前置理解態度，亦為他們與媒體文本互動時的基礎。這樣的理解一方面能協助受訪者對資訊進行詮釋，但另一方面限制他們對新聞的深入瞭解或進一步查證。

在「綜合」能力的方面，雖有兩位受訪者能夠對不同報導中數據上相互矛盾之處進行比較，並提出合理的解釋，但其他受訪者面對立場不同的報導，卻只是提出多方參考的意見，並未實際的比較兩篇報導的異同，受訪者的「綜合」能力亦有待加強。

在「評價」能力的方面，由於受訪者對於媒體報導大多抱持著防衛心態，均能察覺報導出現置入性行銷，並不會受到報導影響。因此，置入型行銷於報導中的地位與一般廣告並無二致，受訪者能夠將報導資訊與置入性行銷內容分開解讀，因為受訪者表示對媒體訊息會抱持懷疑態度，不會全盤相信。

綜上所述，受訪者「分析」與「綜合」能力僅止於表面，而「評價」能力則因為對於媒體的不信任感，而習慣於質疑媒體訊息，但如此表現是否代表受訪者的媒體素養已足夠？研究者並不認同，因為受訪者的批判性消費素養，並未深化到能夠且有意願實際分析媒體文本內容、對不同的內容進行比較並試圖判斷媒體文本資訊之真偽的程度，只是以防衛態度消極面對。儘管我國的媒體素養教育以批判性消費素養該面向為主，但是從受訪者閱讀媒體報導的表現看來，融入公民與社會科的媒體素養教育，僅能建立起學生對於媒體素養的初步印象，例如多方閱讀、不輕易相信媒體、要有自己的判斷能力等，但受訪者實際將媒體素養所學運用於生活時，卻缺乏更多思辨的技巧與行動，因此媒體教育如何加強媒體素養在生活中的實踐，還有待進一步的深化。

陸、結語：續向前行之臺灣媒體素養教育

媒體素養教育在臺灣已有相當程度之發展，同時東亞各國（例如：日本、韓國、新加坡）都認知媒體素養的重要性，甚至提出「新媒體」素養的論述（Lin et al., 2013；Lee et al., 2015）。然而目前國內學術界之研究，以及國小到大學的課程中，多以當年

教育部之《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）內容作為規劃方向，實不足以因應數位環境的快速變遷與當代社會對新媒體和批判性產製素養的需求。幸運的是，在未來即將推動的十二年國教課綱中，媒體素養被放入核心素養之一，其重要性再次受到凸顯（教育部，2014）。在教育政策引導下，臺灣未來的媒體素養教育有個新開始，但是否能落實在各級教育，仍有待更多研究與課程規劃之投入。

本研究以 Lin 等人（2013）的新媒體素養理論，分析我國大學生在閱讀健康報導中所展現的批判性媒體素養，發現能夠將《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002）之中「反思閱聽人的意義」，拆解為更多面向來分析學生的表現，例如對於媒體再現的覺察、綜合比較不同的立場或對於媒體資訊提出批判。由此可見媒體素養的檢覈需要一個與目前不同的架構來檢視，才能夠深入瞭解學生媒體素養不足之處。另外本研究也發現，若結合 Lin 等人（2013）的新媒體素養理論架構，反思我國現行媒體素養教育的實踐，研究者認為大學生對於媒體素養的理解並未及於產製面向，顯示出我國媒體素養教育的廣度尚有待提升，重視「新媒體世代」下的產製素養，才能回應時代的快速變遷下，身兼消費者與產製者兩種角色之「網路世代原住民」的需求（鄭明憲，2011）。

最後，本研究之發現將可深化國內媒體素養研究，更凸顯媒體素養相關研究應與時俱進地考量媒體產製與新興媒體等面向。本研究的發現可回饋到媒體素養教育本土理論架構之發展，並提供未來編制測量臺灣學生之新媒體素養檢覈問卷參考之用。此外，本研究亦提供一個關於大學生媒體素養認知之研究，補足目前文獻的缺口，如前所述，臺灣的媒體素養相關研究多關注在國小、國中階段，鮮少有針對大學生或成人之媒體素養進行探究。未來如何在高等教育、成人教育階段持續深化媒體素養教育是值得持續探討的議題。

誌 謝

本研究感謝「國立臺灣大學聯盟」年輕學者創新性合作計畫：「跨領域的 21 世紀素養研究：資訊、媒體與健康的金三角」之第三子計畫：「當『媒體素養』遇上『健康素養』：以臺灣大學聯盟內的一門跨學科領域媒體素養課程設計為例」之計畫經費補助，並且謝謝審查委員與編輯委員會之意見，讓本文的意義更完整、討論更深入。

參考文獻

- 王前龍、張如慧、蔡東鐘（2014）。公民素養融入大學生跨課程專題製作之行動研究：以臺東大學數位媒體與文教產業學系為例。**通識學刊：理念與實務**，2（3），1-29。
- [Wang, C. -L., Chang, J. -H., & Tsai, T. -C. (2014). The action research on incorporating civic literacy into college students' cross-subject project-based learning: The case of the department of digital media and education industry of NTU. *Journal of General Education Concept & Practice*, 2(3), 1-29.]
- 李祐宗（2011）。媒體素養融入國中數學教學實例——新聞真相追追追。**科學教育**，340，41-53。
- [Li, Y. -T. (2011). Embedding media literacy into math teaching in junior high school: Tracing the truth in news. *Science Education Monthly*, 340, 41-53.]
- 章五奇（2010）。媒體素養融入國小社會學習領域之研究——從批判教育學觀點。**教學科技與媒體**，94，75-89。
- [Chang, W. -C. (2010). A study of media literacy on social studies curriculum in a primary school: From critical pedagogy perspectives. *Instructional Technology & Media*, 94, 75-89.]
- 郭玉慧、葉興華（2014）。媒體人與教育人的跨界實踐——以媒體素養課程發展為例。**課程與教學季刊**，17（2），43-66。
- [Kuo, Y. -H., & Yeh, H. -Y. (2014). A study on border crossing cooperation between a news deputy general editor and an elementary school teacher: An example of media literacy curriculum development. *Curriculum & Instruction Quarterly*, 17(2), 43-66.]
- 教育部（2002）。**媒體素養教育政策白皮書**。台北：作者。
- [Ministry of Education. (2002). *The white paper of media literacy education policy*. Taipei: Author.]
- 教育部（2008）。**普通高級中學課程綱要**。台北：作者。
- [Ministry of Education. (2008). *Senior High School Curriculum Guidelines*. Taipei: Author.]
- 教育部（2012）。**97 年國民中小學九年一貫課程綱要**。台北：作者。
- [Ministry of Education. (2012). *Grade 1-9 Integrated Curriculum Guidelines: School year 97*. Taipei: Author.]

- 教育部（2014）。十二年國民基本教育課程綱要總綱。取自 http://www.naer.edu.tw/files/15-1000-7944_c639-1.Php
- [Minister of Education. (2014). *12-year Basic Education Curriculum Guideline*. Retrieved from http://www.naer.edu.tw/files/15-1000-7944_c639-1.Php]
- 陳奕樺、高台茜（2011）。媒體素養通識課程之線上學習社群建構。**教育與多元文化研究**，4，225-258。
- [Chen, I -H., & Kao, T. -C. (2011). A study of developing an online learning community in one general education media literacy course. *Journal of Educational and Multicultural Research*, 4, 225-258.]
- 張靜今、陳珮文、林筠婕（2013）。大學生智慧型手機使用行為及媒體素養之研究。**圖文傳播藝術學報**，11，111-115。
- [Chang, C. -C., Chen, P. -W., & Lin, C. -C. (2013). A study of undergraduate students' behavior in using smartphone and media literacy. *NTUA Department of Graphic Communication Arts*, 11, 111-115.]
- 黃拓遠（2016）。大學生社群網站使用動機、媒體素養與批判思考關係之研究（未出版之碩士論文）。銘傳大學教育研究所碩士在職專班，台北。
- [Huang, T. -Y. (2016). *A study on the relationships among social networking sites using motivation, media literacy and critical thinking for university students* (Unpublished master's thesis). Ming Chuan University, Taipei.]
- 劉子利、徐錦興、蔡存裕（2010）。國小學童網路成癮及網路素養現況之研究：以雲林縣斗六市為例。**人文社會科學研究**，4（1），13-49。
- [Liou, T. -L., Hsu, C. -H., & Tsai, C. -Y. (2010). A study of current situation of internet addiction and internet literacy on elementary school students-exemplified by Douliu, Yunlin. *NPUST Humanities and Social Science Research*, 4(1), 13-49.]
- 劉毓芬（2013）。PBL 應用於通識課程問題設計研究—以資訊素養與倫理課程為例。**通識學刊：理念與實務**，2（2），225-240。
- [Liu, Y. -F. (2013). Promoting student information media literacy and ethics through problem-based learning. *Journal of General Education Concept & Practice*, 2(2), 225-240.]
- 鄧宗聖、李律鋒（2012）。遊戲入課：通識教育中以學生為主體的媒體素養教學法。**課程與教學**，15（3），109-133。

- [Teng, T. -S., & Li, L. -F. (2012). Incorporating games into the classroom: A student-centered media literacy teaching method for general education. *Curriculum & Instruction Quarterly*, 15(3), 109-133.]
- 鄭明憲（2011）。臺灣百年來學校藝術教育發展。台北：國立臺灣藝術教育館。
- [Cheng, M. -H. (2011). *Taiwan's art education development in school over the past hundred years*. Taipei: National Taiwan Arts Education Center.]
- 謝戊秋、陳韶翎、呂雅婷、楊憲郎、韓豐年（2007）。國立臺灣藝術大學學生媒體素養調查研究。圖文傳播藝術學報，5，977-1069。
- [Hsieh, H. -C., Chen, S. -L., Lu, Y. -T., Yang, H. -L., & Han, F. -N. (2007). A survey of NTUA students' media literacy. *NTUA Department of Graphic Communication Arts*, 5, 977-1069.]
- 羅文伶、邱銘心（2015）。網路健康謠言內容分析研究。教育資料與圖書館學，52（1），3-31。
- [Lo, W. -L., & Chiu, M. -H. (2015). A content analysis of internet health rumors. *Journal of Educational Media & Library Sciences*, 52(1), 3-31.]
- Berger, R., & McDougall, J. (2012). Editorial: Media studies 2.0: A retrospective. *Media Education Research Journal*, 2(2), 5-10.
- Buckingham, D. (2003). *Media education: Literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Buckingham, D. (2007). Digital media literacies: Rethinking media education in the age of the internet. *Research in Comparative and International Education*, 2(1), 43-55.
- Burn, A. (2009). *Making new media: Creative production and digital literacies*. New York, NY: Peter Lang.
- Cappello, G., Felini, D., & Hobbs, R. (2011). Reflections on global developments in media literacy education: Bridging theory and practice. *Journal of Media Literacy Education*, 3(2), 66-73.
- Cervi, L. M. P., Paredes, O., & Tornero, J. (2012). Current trends of media literacy in Europe: An overview. In A. Cartelli (Ed.), *Current trends and future practices for digital literacy and competence* (pp. 19-27). Frosinone, Italy: IGI Global.
- Cheung, C. -K. (2009). Media education across four asian societies: Issues and themes. *International review of education / internationale zeitschrift für erziehungswissenschaft*, 55(1), 39-58. doi: 10.1007/s11159-008-9111-2

- De Abreu, B. S., & Mihailidis, P. (2014). *Media literacy education in action: Theoretical and pedagogical perspectives*. New York, NY: Routledge.
- Jeong, H. -S. (2009). Media education in South Korea: History, dynamics and challenges. In C. K. Cheung (Ed.), *Media Education in Asia* (pp. 63-78). Heidelberg, Germany: Springer.
- Lee, L., Chen, D. -T., Li, J. -Y., & Lin, T. -B. (2015). Understanding new media literacy: The development of a measuring instrument. *Computers & Education*, 85, 84-93.
- Lin, T. -B. (2009). Navigating through the mist: Media literacy education in Taiwan. *Media Education in Asia*, 165-183.
- Lin, T. -B. (2010). Conceptualising media literacy: Discourses of media education. *Media Education Research Journal*, 1(1), 29-42.
- Lin, T. -B., Li, J. -Y., Deng, F., & Lee, L. (2013). Understanding new media literacy: An explorative theoretical framework. *Educational Technology & Society*, 16(4), 160-170.
- Lin, T. -B., Mokhtar, I. A., & Wang, L. -Y. (2015). The construct of media and information literacy in Singapore education system: Global trends and local policies. *Asia Pacific Journal of Education*, 35(4), 423-437. doi: 10.1080/02188791.2013.860012
- Livingstone, S., Van Couvering, E., & Thumim, N. (2004). *Adult media literacy - a review of the research literature on behalf of Ofcom*. London, UK: Office of Communications.
- National Association for Media Literacy Education. (n. d.). *Media literacy defined*. Retrieved from <http://namle.net/publications/media-literacy-definitions>
- Office of Communications. (2004). *Ofcom's strategy and priorities for the promotion of media literacy*. Retrieved from <http://www.ofcom.org.uk>.

投稿收件日：2017 年 7 月 13 日

接受日：2017 年 12 月 5 日

附錄一：研究參與者資料

編號	就讀學校	性別	就讀系所	年級
1	國立臺灣師範大學	男	第二類組	二年級
2	國立臺灣師範大學	女	第一類組	二年級
3	國立臺灣科技大學	男	第二類組	四年級
4	國立臺灣師範大學	女	第一類組	二年級
5	國立臺灣師範大學	女	第一類組	二年級
6	國立臺灣科技大學	男	第二類組	一年級
7	國立臺灣師範大學	男	第二類組	一年級
8	國立臺灣科技大學	女	第一類組	四年級
9	國立臺灣大學	女	第三類組	三年級
10	國立臺灣師範大學	女	第一類組	四年級
11	國立臺灣大學	男	第三類組	二年級
12	國立臺灣大學	女	第一類組	一年級
13	國立臺灣師範大學	女	第一類組	二年級
14	國立臺灣科技大學	男	第二類組	四年級
15	國立臺灣大學	男	第一類組	三年級
16	國立臺灣師範大學	女	第三類組	三年級
17	國立臺灣大學	女	第一類組	一年級
18	國立臺灣大學	女	第一類組	三年級
19	國立臺灣師範大學	女	第二類組	三年級
20	國立臺灣師範大學	女	第一類組	四年級
21	國立臺灣大學	男	第二類組	四年級
22	國立臺灣師範大學	男	第一類組	四年級
23	國立臺灣師範大學	男	第一類組	二年級
24	國立臺灣大學	女	第一類組	三年級
25	國立臺灣大學	女	第一類組	二年級
26	國立臺灣科技大學	男	第二類組	三年級
27	國立臺灣大學	女	第一類組	四年級
28	國立臺灣師範大學	女	第一類組	四年級
29	國立臺灣師範大學	男	第二類組	三年級
30	國立臺灣師範大學	女	第二類組	四年級
31	國立臺灣師範大學	男	第一類組	一年級
32	國立臺灣大學	女	第三類組	四年級
33	國立臺灣師範大學	女	第一類組	二年級
34	國立臺灣師範大學	男	第二類組	四年級
35	國立臺灣師範大學	女	第一類組	四年級

附錄二：訪談大綱

一、基本認知

（一）閱讀案例之前

1. 你有沒有聽過「媒體素養」這個名詞？
2. 你認為什麼是「媒體素養」？
3. 你是否了解媒體的產製過程？

（二）訪談之前的問題

1. 請問你平日是否有喝「咖啡」的習慣或服用「維他命 C」的習慣？你認為該習慣是
否有益身心健康？
2. 你平時會留意有關「咖啡」或「維他命 C」的新聞內容嗎？從何得知？

二、案例訪談

（一）閱讀案例之後

1. 請受訪者先觀看正面立場的報導，詢問以下問題：
 - (1) 請問你剛剛看到哪些訊息？
 - (2) 你相信哪些內容？會改變你平常的習慣嗎？為什麼？
 - (3) 你認為這是新聞還是廣告宣傳？為什麼？
 - (4) 文章出現過哪些訊息來源是讓你信賴的？你可以排序你對這些消息來源的信任程度嗎？
 - (5) 有沒有哪些資訊是你想知道的，但是內容沒有？為什麼？
 - (6) 這些內容足以供消費者參考嗎？正確性如何？為什麼？
2. 再請受訪者觀看反面立場的報導，再次詢問以上問題。
3. 接著進行正反面立場的比較：
 - (1) 你在看過兩篇報導之後，你比較相信哪一篇報導？為什麼？這會對你的生活習慣造成影響嗎？
 - (2) 你覺得內容有無令人質疑的地方？為什麼？
 - (3) 以後你看到這些報導，會選擇什麼立場？相信、半信半疑、或是需要多一些判斷的資訊……等？為什麼？

- (4) 當兩則報導的內容不同時，你是否會尋求其他途徑搜尋資訊？如果是的話，請說明是何種方法。

三、自我評鑑與反思

你覺得媒體刊登的健康醫療相關訊息足夠嗎？對消費者有幫助嗎？或混淆視聽、或有商業目的？請指出哪些訊息讓您有這樣的想法？為什麼？你覺得可以怎麼改善？

附錄三：研究參與者對於媒體素養的定義

編號	定 義
01	關心新聞，對任何資訊都會去留心一下。不會馬上就去相信這種東西，像是常識看過去，大概知道有這東西。
02	以閱聽人角度的話，選擇比較好媒體，我們也要懂得去判別媒體寫的內容，不可以輕易去相信，還是要查其他，多看不同角度的文章或資料，然後再去分析出這可不可信。
03	沒聽過。
04	在看到相關的媒體訊息的時候，如何去解釋你所得到的訊息意涵是什麼，譬如說他的來源，或者是他所解釋一件事情的方式，能不能值得信任。
05	一般大眾面對媒體的時候能夠判斷，然後分析資訊的能力。然後可以去使用媒體，但是如果覺得她報導不對可以打電話去檢舉。
06	沒聽過。
07	每個人就是應該可以像媒體一樣，有點像那個臉書的社團叫爆料公社，每個人都是媒體的之一，會去爆料一些社會上的一些事情讓大眾知道。
08	有聽過但不知道。
09	比如說一件資訊出來之後，你對他不能全盤接受，你要有自己的想法去查證這樣。
10	我們做為一個媒體閱聽人，面對來自不同媒體資訊的時候，要如何去判斷那些資訊是正確或錯誤。
11	就是你怎麼去看這個媒體，然後會不會去保持公正，就是你面對媒體的態度。
12	沒聽過。
13	會講到媒體權，還有媒體應該盡的社會責任，一方面講到他應該如實的報導，一方面又為了收視率呀其他方面可能抹殺嗎，或是誇大了新聞。
14	媒體會散播一些訊息嘛，然後你自己要有判斷的能力吧。
15	當你看到媒體報導一件事情，你會去想說這到底是不是真的，它的來源是可信的嗎？他切入的角度是怎樣，你會去思考。
16	好像在講雙向的東西，媒體應該傳達正確訊息的能力，我們公民也不能直接相信媒體傳達的訊息，我們要有自我思考跟審判的能力。

附錄三：研究參與者對於媒體素養的定義（續）

編號	定 義
17	對現在媒體的批評或者是對一般大眾素養的期待，批評是對主流媒體過於缺乏思考的提問，期待是獨立媒體希望藉由比較有思考性的產出，來培養一般觀眾對於比較有質感跟思考的媒體的閱讀習慣。
18	它的內容大概有分成閱聽人跟媒體人的專業素養，有講到說媒體人有關他新聞選擇跟他新聞報導上的取向和態度，閱聽人在接受這些媒體資訊的時候，他們應該要有的態度和角度。
19	要會分辨這個新聞可信度就是區分它的事實，有沒有能力去分辨，不是全然相信，也不是完全不看，就是要自己去想。
20	看到新聞的時候，可以用自己的方式去理解，然後再判斷他講的是可以相信，還是有一些需要質疑的地方。
21	閱聽的人要有自己的判斷力，對媒體傳達的東西，要有自己獨立的判斷力，不要它講什麼你就相信什麼。
22	面對媒體給你的資訊的時候，會去想這個資訊是不是正確的，或是這個資訊有沒有帶有某種意識形態，當然意識形態一定會有，它那樣的意識型態的目的是為了認識這個世界更多不同的聲音，還是它的目的只是為了說服你這件事情他覺得是對的，而且他一定要讓其他人也認為他是對的。如果有這樣的情形，就要運用到我們的媒體素養去辨別這些有攻擊性意識的東西，想辦法不受他影響做出獨立的判斷。
23	可能有兩方面，閱讀者自己的就是自己要學習怎麼去接受這些媒體的東西，還有一部份是就是他們媒體自己，媒體也要做一些事情。
24	從媒體本身來講，報導時有不論是性別或道德上都要有點素養，以閱聽人方面出發的話，是自己心中要有一個是否符合的標準。
25	閱聽人需要有媒體素養，然後媒體也需要對於自己所要報導的內容，要有篩選過。閱聽人必須知道他們的報導他們想要讓我們知道什麼，以這點為前提判斷他是不是有失公正。
26	知道我們接收到的媒體都是被操弄出來，被選擇過的才給我們看到的，現在看到的東西幾乎都已經是被選擇過的。
27	電視報導的品質跟觀眾的品質，有些新聞明顯有偏頗立場或誇大，觀眾能夠自己分辨哪些才是正確的消息。
28	每個人都是傳遞訊息的媒介。

附錄三：研究參與者對於媒體素養的定義（續）

編號	定 義
29	有聽過但忘記了，大概就是對各種多媒體工具的認識與認知吧。
30	報導的品質，臺灣的媒體就是報導關於台灣的东西，但是他們可能比較偏向注意國內的东西，如果他們有比較好的素養的話，就可能可以把一些重點放到國外，就不一定是重點是報導國內的。
31	分兩個層次，一個是去接觸媒體的能力，另外一個是分辨這個媒體資訊正確性的能力。
32	自我判斷媒體資訊是否正確的能力。
33	閱聽人必須知道媒體到底是...去辨別真偽的素養吧。
34	媒體素養應該是說資訊的正確率吧。譬如說網路上很多資料，然後怎麼去判斷內容的正確性，避免謠言一直傳一直傳。
35	就是在觀看一些媒體的時候要有一些標準吧，就不能聽了就覺得他是對的然後沒有分辨。

