

國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系  
教學碩士論文

指導教授：王錦雀 博士

雙北地區國中學生媒體識讀能力研究

研究生：許心怡 撰

中華民國 一百零二 年 七 月

## 謝 誌

終於到了論文付梓的這一刻，心中滿是感激與感動！

最要感謝我的論文指導教授王錦雀老師，從論文题目的擬定、前三章的論綱、到最後論文的完成，老師在每次的討論會議中，無不傾囊相授、盡其所能的給予指導，而曾永清教授及鄭自隆教授兩位口試委員，也在我論文寫作過程提供寶貴意見，是我論文寫作的一大助力。

特別感恩我的論文寫作夥伴：陳容、俐伶和佳俐，有妳們一起和指導教授討論、共同規劃進度，增添了不少安定感；另外，在量化研究過程中，有再好的研究動機和研究設計，若少了協助問卷發放的中介者，本研究是難以順利完成的，在此要感謝臺北市南港高中國中部黃昭雅老師、仁愛國中邱家玲老師、信義國中李思招老師、麗山國中洪芯蕾老師和敦化國中陳逸駿老師；新北市樹林國中鄭金城老師、泰山國中賴桂玲老師、金山高中國中部陳顥安老師、海山高中國中部陳俐伶老師、汐止國中游亞儒老師、明志國中陳佳伶老師、土城國中吳建緯老師以及石碇高中國中部鄭皓璟老師；還有寫作過程在統計及英文方面提供意見的琇云、炫光、佳霏，謹此致上最深謝意！

最後，一篇論文的完成並非一兩個月就能結束，這種長達一年的寫作過程，必須有心靈上的支持才能持續，謝謝我的爸爸、媽媽、姊姊、姊夫和妹妹，家人的陪伴是我最大動力，另外，摯友在我面對寫作瓶頸時的悉心開導、無私分享，也令我十分感動，謝謝雅璇、瑞君、毓明、育榕、亞芊、雅文、依芸和俊穎，我好愛你們！

千言萬語道不盡的感謝，願以此與大家分享我的喜悅。

許心怡 謹誌於

國立臺灣師範大學公民與社會教學碩士班

中華民國一百零二年六月

## 中文摘要

本研究旨在探討雙北地區國中學生媒體識讀能力的現況。首先，透過文獻討論媒體識讀的意義和發展歷程、國中學生應具備的媒體識讀能力，以及檢視過往對學生媒體識讀之相關研究。藉由問卷施測了解國中學生媒體使用情形、媒體識讀能力現況、不同個人背景變項及媒體使用習慣是否會在媒體識讀能力上產生顯著差異，以及相關情形如何等問題。針對雙北地區國中學生的問卷調查資料，以 SPSS 20.0 軟體進行統計，主要研究結果如下：

- 一、較常使用的媒體是網路，其次是電視，且假日使用時數比平日多。
- 二、使用媒體以休閒娛樂為主要目的，半數學生使用媒體時偶爾有父母親陪伴。
- 三、整體學生媒體識讀能力屬於中高程度，在媒體識讀能力中的訊息解析方面表現最佳。
- 四、就讀於臺北市的國中學生媒體識讀能力優於新北市國中學生。
- 五、九年級國中學生的媒體識讀能力優於七、八年級國中學生。
- 六、高家庭社經地位學生在媒體識讀能力的表現上優於中或低家庭社經地位的學生，且家庭社經地位愈高，媒體識讀能力表現愈佳。
- 七、平日使用媒體時數 1.5 小時以內，媒體識讀能力優於使用時數超過 1.5 小時的學生，然而假日完全不使用媒體，媒體識讀能力低於有使用媒體學生。
- 八、接觸媒體時偶爾有父母親的陪伴，媒體識讀能力較高。
- 九、使用媒體時數愈多，媒體識讀能力表現不一定愈佳。
- 十、在認識媒體方面表現愈佳，訊息解析方面愈好。
- 十一、認識媒體、訊息解析及媒體近用任一方面表現愈佳，媒體識讀能力愈好。

**關鍵字：雙北地區、國中學生、媒體識讀能力**

## Abstract

The purpose of this study is to investigate the current media literacy ability of junior high school students in Taipei and New Taipei City. Through literature, we discuss the meaning and developing process of media literacy, think the ability of media literacy for junior high school students, and view the previous studies about media literacy for students. A questionnaire filled out by current junior high school students focused on media usage, media literacy ability status, the ability differences of students from different personal background and habits in media literacy, and other related issues. To analyze media literacy ability, a survey data in Taipei and New Taipei City used SPSS 20.0 statistical software. The study indicates as follows:

1. The Internet is the most popular medium, followed by television, and the frequency is higher on weekends.
2. The major motivation for the use is for entertainment, and only half of the students accompanied by their parents.
3. The ability of media literacy of all students located in higher intermediate level and have best performance in message parsing.
4. Junior high school students in Taipei City have better media literacy ability than those who study in New Taipei City.
5. Ninth-grade students have better media literacy ability than the seventh and eighth grades.
6. The students whose family with higher social economic status would have better media literacy, and the higher social economic status is, the better the performance of the media literacy is.
7. The media literacy ability of the students in using the media within 1.5 hours daily is better than those whose in using it over 1.5 hours a day; moreover, the ability of the students who use it in holidays is better than those not use it at all.
8. The media literacy ability is higher when accessing to media accompanied by parents occasionally.
9. The more hours students spend on media literacy, not certainly the better their performance in media literacy is.
10. The better performance in recognition of the media is, the better performance in message parsing is.
11. The better performance in any of recognition of the media, message parsing and media accessing is, the better performance in media literacy is.

**Key words :** Taipei and New Taipei City, junior high school students, media literacy

# 目次

<b>第一章 緒論</b> .....	<b>1</b>
第一節 研究背景與動機 .....	1
第二節 研究目的與問題 .....	6
第三節 重要名詞解釋 .....	8
第四節 研究範圍與限制 .....	9
<b>第二章 文獻探討</b> .....	<b>11</b>
第一節 媒體識讀的意義和發展歷程 .....	11
第二節 國中學生應具備的媒體識讀能力 .....	20
第三節 學生媒體識讀之相關研究 .....	34
<b>第三章 研究設計與實施</b> .....	<b>43</b>
第一節 研究架構 .....	43
第二節 研究對象 .....	45
第三節 研究工具 .....	48
第四節 研究流程 .....	66
第五節 資料分析 .....	69
<b>第四章 研究結果與分析</b> .....	<b>71</b>
第一節 雙北地區國中學生背景資料及媒體使用習慣之分析 .....	71
第二節 雙北地區國中學生媒體識讀能力現況分析 .....	77
第三節 雙北地區國中學生背景變項與媒體識讀能力之差異性分析 .....	82
第四節 雙北地區國中學生媒體使用習慣與媒體識讀能力之差異性分析 .....	88
第五節 雙北地區國中生背景變項及媒體使用習慣與媒體識讀能力之相關性分析 .....	94
第六節 雙北地區國中學生媒體識讀能力各量表之相關性分析 .....	97
<b>第五章 結論與建議</b> .....	<b>99</b>
第一節 結論 .....	99
第二節 理論討論 .....	99
第三節 建議 .....	108
<b>參考文獻</b> .....	<b>113</b>
中文文獻 .....	113

西文文獻 .....	119
<b>附 錄</b> .....	<b>121</b>
附錄一 吳翠珍提出媒體教育的學習內涵—以七至九年級為例 .....	121
附錄二 臺北市及新北市的公、私立及附設國中學校資料 .....	125
附錄三 國中學生媒體識讀能力調查問卷（原版） .....	125
附錄四 專家效度內容審查意見彙整表 .....	132
附錄五 國中生媒體識讀能力調查問卷（預試問卷） .....	140
附錄六 國中生媒體識讀能力調查問卷（正式問卷） .....	145

## 圖表目次

### (1)表次：

表 2-1-1 學者 Hobbs 提出數位與媒體識讀的基本能力	14
表 2-2-1 九年一貫課程目標中與媒體識讀貼合之基本能力	27
表 2-2-2 國中階段媒體識讀能力指標	28
表 2-2-3 國中學生應具備的媒體識讀能力與相關媒體識讀能力內涵之符應關係	31
表 2-2-4 國中學生媒體識讀能力之構面與其應包含的能力指標	32
表 2-3-1 學生媒體識讀之相關研究整理	34
表 3-2-1 雙北地區國中分層與叢集抽樣樣本分配表	46
表 3-2-2 本研究抽樣學校與問卷發放及回收狀況一覽表	46
表 3-3-1 分量表一：「認識媒體」題號調整	49
表 3-3-2 分量表二：「訊息解析」題號調整	49
表 3-3-3 分量表三：「媒體近用」題號調整	49
表 3-3-4 為符合「一個題目只測一個觀念或事件」而調整的題目	50
表 3-3-5 為了語句通順而調整的題目	50
表 3-3-6 為了邏輯正確而調整的題目	51
表 3-3-7 專家效度名單表	60
表 3-3-8 預試問卷「國中生媒體識讀力量表」構面與題號分配	53

表 3-3-9 預試問卷「國中生媒體識讀能力量表」各題目項目分析摘要表	54
表 3-3-10 預試問卷「國中生媒體識讀能力量表」的 Cronbach $\alpha$ 係數	65
表 3-3-11 國中學生媒體識讀能力調查預試問卷與正式問卷題號對照表	57
表 3-3-12 正式問卷「國中生媒體識讀能力量表」構面與題號分配	54
表 3-3-13 正式問卷題目與國中學生應具備的媒體識讀能力指標對應	60
表 3-3-14 職業分類表	59
表 3-3-15 家庭社經地位指數計算	59
表 4-1-1 雙北地區國中學生背景資料之分析	72
表 4-1-2 雙北地區國中學生較常使用的媒體類型次數分配表	73
表 4-1-3 雙北地區國中學生平日平均每日使用媒體的時數次數分配表	74
表 4-1-4 雙北地區國中學生假日平均每日使用媒體的時數次數分配表	75
表 4-1-5 雙北地區國中學生使用媒體之目的次數分配表	76
表 4-1-6 雙北地區國中學生使用媒體時父母親陪伴情形次數分配表	76
表 4-2-1 媒體識讀能力量表得分情況表	78
表 4-2-2 媒體識讀能力量表各題得分情況表	78
表 4-3-1 不同性別的國中學生在媒體識讀能力之 t 檢定摘要表	82



表 4-3-2 不同國中所在地的國中學生在媒體識讀能力之 t 檢定摘要表	83
表 4-3-3 不同年級的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表	84
表 4-3-4 不同家庭社經地位的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表	86
表 4-4-1 平日使用媒體時數不同的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表	88
表 4-4-2 假日使用媒體時數不同的國中生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表	90
表 4-4-3 不同父母親陪伴情形的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表	91
表 4-5-1 家庭社經地位與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表	94
表 4-5-2 平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表	95
表 4-5-3 假日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表	96
表 4-6-1 平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表	97

(2)圖次：

圖 2-1-1 學者 Hobbs 提出數位與媒體識讀能力內容	14
圖 3-1-1 雙北地區國中學生媒體識讀能力調查研究架構圖	43
圖 3-4-1 研究流程	68

# 第一章 緒論

本研究旨在進行雙北地區國中學生的媒體識讀能力調查。本章共分四節，依序說明研究背景與動機、研究目的與問題、重要名詞解釋以及研究範圍與限制。

## 第一節 研究背景與動機

### 壹、研究背景

#### 一、媒體無所不在，影響深遠

在二十一世紀的今日，生活中，媒體幾乎無所不在！我們對這個世界的了解，不再只是透過書面文字的訊息，更多是透過強而有力的聲音或影像(Thoman & Jolls, 2005)，從電視、網路、廣播、報紙、雜誌到電影等等，人們經常性的接觸各類媒體，花費許多時間與金錢在媒體上，經由媒體獲取訊息、娛樂、教育文化，甚至透過媒體表達意見，成為公民參與的重要管道，正如 Roger Silverstone (1999) 曾說：「現在的媒體位居人們經驗的核心，並且決定我們是否有能力理解我們所生活的世界。」此些現象在在顯示出我們的生活離不開媒體！

根據 NCC〈廣播通訊事業概況總覽〉(2010) 資料顯示，以國內合法傳播事業的概況統計，也可看出傳播媒體的普及性和影響力：2010 年第 1 季無線廣播共 172 家、無線電視 5 家、衛星頻道及有線電視有 60 家、衛星廣播電視事業共 107 家（國內有 79 家、境外有 28 家），擁有總頻道數高達 231 台，數量繁多；另外，2010 年 3 月調查 3G 行動通信網路的普及率，達 71.7%，可見現代人隨時隨地接觸媒體的機會大大增加，它如同空氣一般密佈在我們的生活周圍，無形中強化了媒體在生活中的重要性。媒體在今日已經不是影響人們的生活，媒體本身就是人們文化的一部分(Thoman, 1999)。

長久以來，學校一直被認為是教育的代名詞，但時至今日，學習方式已經

穿透了學校的圍牆，不僅撼動了學校教育的權威地位，家庭教育的功能也在逐步瓦解中，媒體教育的角色已直逼傳統的「第一教育體制」（徐明珠，2007；楊洲松，2003）。媒體是一個教育環境，每個人都透過媒體來認識這個世界，體認人、事、地、物與自己的關係，無論我們是否感受到媒體對我們的影響，我們與他人已透過複雜的媒體互動關係，以及其所建立與型塑的社會，整合成爲現今日常生活的樣貌（吳翠珍、陳世敏，2007）。然而，傳播媒體的大眾思想與行爲的滲透力相當強，從正面而言，可以塑造大眾文化；從負面來說，媒體也會影響到社會與家庭的和諧（張宏源，2001）。水能載舟，亦能覆舟，隨處可及的媒體會爲人類社會帶來什麼影響，端看人類如何使用媒體來決定！

當這些多樣的媒體已經是我們獲取資訊及與他人溝通的基本，媒體在公民社會裡愈形重要，且媒體識讀能力已成爲積極、成熟公民所具備的重要能力之一（as cited in Nijboer & Hammelburg, 2010）；甚至學者 Hobbs（2005）指出，通訊和教育領域交集所產生的媒體識讀將是一個新興議題，並在整個二十一世紀初期更加茁壯；當我們具備了媒體識讀能力，你可以去建造你想要的世界，而不是任由媒體創造他想給你的生活（Potter, 2010）。

## **二、媒體識讀能力 100 學年度正式納入國中小課綱**

經濟合作與發展組織（Organization for Economic Co-operation and Development, 簡稱 OECD）所提出的「公民關鍵能力」有三個維度，其中第一項即爲「能使用工具溝通」，包含資訊科技（媒體）的正確使用，另外，美國規劃培育二十一世紀人才核心能力之架構，也強調「資訊、媒體與科技能力」（張鈿富，2009），這表示各國教育對媒體識讀與運用能力的重視。而我國教育部於 2002 年 10 月 24 日公佈《媒體素養教育政策白皮書》（教育部，2002），希望透過媒體素養教育的機制，強化全民對媒體的釋放與賦權，以建立一個「健康媒體社區」（Healthy Media Community）。並在 2003 年 6 月正式成立媒體素養教育委員會，其後於 2008

年 5 月公布微調後的國中小九年一貫課程綱要，增加媒體識讀基本知能，並在 100 學年度成爲正式教科書內容。此一政策推動的過程，教育部、世新大學與富邦文教基金會，成立「國民中小學媒體素養教育推廣計畫」專案小組，透過媒體素養教學手冊的研編、種子師資及種子學校培育、100 場巡迴講座、到校服務等各項媒體宣傳與活動推廣，期待讓媒體素養教育落實於國民中小學。

政府透過現行教育體系推展媒體素養教育，無非就是要讓國民中小學的學生，培養可以帶得走的媒體識讀能力，自教育部 2002 年公佈《媒體素養教育政策白皮書》至今，也經過了十多年的時間，我們的孩子是否已經具備媒體識讀的基本知能了呢？正是研究者想要了解與探究的議題。

## **貳、研究動機**

### **一、教學現場發現國中學生受媒體影響甚鉅**

研究者在教學場域中的實際經驗，深刻體會國中學生受傳播媒體的影響甚深。在一次向國中七年級學生解題的過程中，討論到女性演藝人員以露出「事業線」與否決定所占的媒體版面大小，原本是在說明對女性的物化及性別不平等現象，研究者卻發現在國中學生的觀念裡，女藝人露出「事業線」來搏取版面本來就是理所當然，因爲電視和報紙都是這樣，沒有物化女性的問題，此一狀況，實在令人憂心。

此外，研究者本身任教於臺北市的國中，曾擔任導師職務。發現全校導師早自習進班的第一件事，就是請全班同學將身上的手機繳交出來，由導師統一保管，等到放學再發還學生；此一舉動在二十年前的國中教室，幾乎不可能發生，這現象說明了受通訊科技快速發展的影響，現在的國中學生「人手一隻手機」的狀況，變得不再稀奇，甚至手機配有上網功能的情形，也有漸增的趨勢。從前，孩子學習的對象是父母、師長，現在卻是由商業媒體打造，提供他們角色典範（林倖妃，2011），國中學生與媒體的連結關係越是緊密，媒體識讀能力

的培養就越是刻不容緩！

## 二、缺乏區域性國中學生媒體識讀能力調查的相關研究

根據研究者在 101 年 10 月至「臺灣博碩士論文知識加值系統」的查詢，於搜尋主題中鍵入「媒體識讀」及「媒體素養」兩個關鍵詞，共可找出 86 篇國內相關學位論文的發表，經過整理歸納，發現論文題目主要與學生媒體識讀能力相關的占了 17 篇，與教師相關的占了 16 篇，其餘還有和被視為閱聽人的社會大眾相關，以及與媒體或媒體非營利組織本身相關的研究，而占最多的主題是媒體識讀課程與教學的行動研究。

進一步分析與學生媒體識讀能力相關的 17 篇論文中，對象為幼稚園的有 1 篇，國小的有 8 篇，國中的有 2 篇，高中職的有 3 篇，大學學生的則有 3 篇。研究對象為國中學生的主題仍為少數，且其中對國中學生媒體識讀能力的調查只限於新北市和基隆地區。

當然，以「臺灣博碩士論文知識加值系統」為平台搜尋相關研究，必定會有所疏漏，但就同樣身為研究生的研究者而言，不失為一客觀的參考準則，從中發現以國中學生媒體識讀能力為研究題目者已占少數，又研究地區以單一縣市為主，更無將研究地區設定為雙北地區的研究；研究者認為臺北市、新北市兩個區域的地緣關係接近，人口密度居全臺之冠，是臺灣政治、文化、商業、娛樂、傳播等領域的中心，而在國中階段的教育政策常形成策略聯盟，就升學的考區畫分亦為同一考區（基北區），也可說是台灣的首善之區，研究者好奇此地區的國中學生媒體識讀能力現狀，有調查之必要。

## 三、欲了解國中學生媒體識讀能力現況

由富邦文教基金會（2008）委託政大媒體素養研究室策劃執行的「2008 全國青少年媒體使用行為研究調查」顯示，電視（佔 97.3%）及網路（佔 90.2%）是青少年最常使用的媒體，近半數（53.9%）青少年一週內曾閱讀雜誌，近 5

成（48.9%）青少年一週內曾收聽廣播節目，另外，73%的青少年有手機，平均1.3年汰換一支手機。由以上數據可知，當今社會媒體的發展已經成為影響人們生活的重要因素，是人們獲取信息的重要渠道，更是現今青少年形成世界觀、人生觀和價值觀的重要影響源頭，青少年已然成為媒體時代的「原住民」，媒體更被稱為「看不見的學校」（党靜萍，2008）。

因此，培養青少年成為耳聰目明的觀眾或讀者，必須對媒體有深入的瞭解，不再消極地閱讀和接收媒體訊息，而能積極「解毒」與「解讀」媒體，成為主動的閱聽人（政大傳播學院媒體素養研究室，2001）；然而，「使用」媒體和「會用」媒體，是否能畫上等號呢？研究者想透過國中學生媒體識讀能力現況的調查，窺知一二。

#### **四、了解不同背景學生的媒體識讀能力差異以提供教學助益**

對於教學現場的教師而言，提升學生能力是首要目標。從教案設計的流程可知，教學者必須先了解學生的起點行為，才能以此為基礎，讓學生的學習產生伸展跳躍（佐藤學，2012）。

由於國中學生可能因為不同的性別、就讀年級，或來自不同的學區、不同的家庭背景，而在媒體使用行為上有所差異，這是在教學現場的教師無法得知的，因此，研究者欲透過對國中學生媒體識讀能力的調查，了解個人背景變項及媒體使用習慣不同，在媒體識讀能力上是否產生顯著差異，將研究結果提供教師作為教學設計時的參考。

## 第二節 研究目的與問題

### 壹、研究目的

- 一、了解雙北地區的國中學生媒體使用情形
- 二、調查雙北地區的國中學生媒體識讀能力現況
- 三、探討國中學生個人背景變項不同，展現在媒體識讀能力的差異情形
- 四、了解國中學生不同的媒體使用習慣，呈現在媒體識讀能力的差異情形
- 五、分析學生個人背景、不同媒體使用習慣與媒體識讀能力之間的相關
- 六、分析國中學生媒體識讀能力各層面之間的相關

### 貳、研究問題

依據上述研究目的，提出研究問題分述如下：

- 一、雙北地區的國中學生媒體使用情形為何？
  - (一) 國中學生較常使用的媒體類型是什麼？
  - (二) 國中學生平日平均每日使用媒體時數為多久？
  - (三) 國中學生假日平均每日使用媒體時數為多久？
  - (四) 國中學生使用媒體之目的為何者？
  - (五) 國中學生使用媒體時父母親的陪伴情形如何？
- 二、雙北地區的國中學生媒體識讀能力現況為何？
- 三、不同學生個人背景對國中學生媒體識讀能力是否有顯著差異？
  - (一) 國中學生的性別不同，其媒體識讀能力是否具有顯著差異？
  - (二) 國中學生的學校所在地區不同，其媒體識讀能力是否具有顯著差異？
  - (二) 國中學生的年級不同，其媒體識讀能力是否具有顯著差異？
  - (三) 國中學生的家庭社經地位不同，其媒體識讀能力是否具有顯著差異？
- 四、不同媒體使用習慣對國中學生媒體識讀能力是否有顯著差異？
  - (一) 國中學生平日平均每日使用媒體的頻率不同，其媒體識讀能力是否具有

顯著差異？

(二) 國中學生假日平均每日使用媒體的頻率不同，其媒體識讀能力是否具有顯著差異？

(三) 國中學生使用媒體時父母親的陪伴情況不同，其展現在媒體識讀的能力是否具有顯著差異？

五、不同學生個人背景及媒體使用習慣與媒體識讀能力之間是否有相關？

(一) 國中學生擁有的家庭社經地位與媒體識讀能力之間是否存在關聯性？

(二) 國中學生平日平均每日使用媒體的頻率與媒體識讀能力之間是否存在關聯性？

(三) 國中學生假日平均每日使用媒體的頻率與媒體識讀能力之間是否存在關聯性？

六、國中學生媒體識讀能力各層面之間是否有相關？

(一) 國中學生認識媒體能力與訊息解析能力之間是否存在關聯性？

(二) 國中學生認識媒體能力與媒體近用能力之間是否存在關聯性？

(三) 國中學生訊息解析能力與媒體近用能力之間是否存在關聯性？

(四) 國中學生認識媒體能力與總量表之間是否存在關聯性？

(五) 國中學生訊息解析能力與總量表之間是否存在關聯性？

(六) 國中學生媒體近用能力與總量表之間是否存在關聯性？



## 第三節 重要名詞解釋

### 壹、雙北地區

本研究所稱之雙北地區，是指臺北市與新北市兩個行政區。依據我國憲法、憲法增修條文及地方制度法規定，臺北市於民國七十九年將原來十六區劃分為目前之松山、信義、大安、中山、中正、大同、萬華、文山、南港、內湖、士林及北投等十二區之建制。

新北市於民國九十九年十二月二十五日改制為直轄市，二十九鄉鎮市亦改為區，目前下轄二十九區分別為：板橋區、三重區、永和區、中和區、新莊區、新店區、土城區、蘆洲區、樹林區、鶯歌區、三峽區、淡水區、汐止區、瑞芳區、五股區、泰山區、林口區、深坑區、石碇區、坪林區、三芝區、石門區、八里區、平溪區、雙溪區、貢寮區、金山區、萬里區、烏來區。

### 貳、媒體識讀能力

本研究所稱之媒體識讀能力，是指以多種媒體形式去認識、分析、評估、近用媒體，並且達到溝通訊息的能力。本研究改編自「國中學生媒體識讀能力施測問卷」(郭宜婷，2010)，以受試者施測之得分作為操作型定義，平均得分越高，代表受試者在認識媒體、訊息解析及媒體近用能力越強，反之，則此三方面能力越弱。

## 第四節 研究範圍與限制

### 壹、研究範圍

本研究為調查雙北地區國中學生媒體識讀能力，擬探討的研究範圍如下：

#### 一、就研究變項而言

##### (一) 自變項

##### 1. 學生個人背景變項

個人背景變項方面，以性別、就讀國中所在地區、年級、父母親教育程度及職業類別所呈現的家庭社經地位為研究範圍，了解這四方面對雙北地區國中學生的媒體識讀能力是否產生影響。

##### 2. 學生媒體使用習慣

媒體使用習慣上，以學生最常使用的媒體類型、平均每日使用媒體頻率、使用媒體目的，以及使用媒體有無父母陪伴等四方面，探討使用媒體習慣的不同是否對其媒體識讀能力產生影響。

##### (二) 依變項

針對雙北地區國中學生的媒體識讀能力，將問卷分成認識媒體、訊息解析及媒體近用三個分量表進行調查，以了解其媒體識讀能力現況。

#### 二、就研究地區與對象而言

本研究以雙北地區國中學生為研究對象，包含公、私立國中及附設國中部的七、八、九年級學生，臺灣其餘各縣市的國中學生則不在本研究之研究範圍中。

### 貳、研究限制

#### 一、研究變項方面

本研究所選擇的自變項包括：學生個人背景變項（性別、就讀國中所在地

區、年級、父母親教育程度及職業類別所呈現的家庭社經地位)以及學生媒體使用習慣(較常使用的媒體類型、平日、假日平均每日使用媒體頻率、使用媒體目的、使用媒體時父母親陪伴情形)兩大類,然而,相關研究調查結果發現,國中學生媒體識讀能力有顯著差異的背景變項,可能還包括學生城鄉差距、學科成績、對媒體相信程度、父母原生國籍、文化活動參與程度等等;由於此些變項非研究者旨趣所在,僅就研究者整理相關文獻後,擷取重要的研究變項進行調查,因此可能有缺漏之處,為本研究之研究限制。

## **二、研究地區方面**

本研究欲調查國中學生媒體識讀能力,照理說研究地區應該涵蓋全臺灣各縣市的所有國中學生,但根據研究者評估個人時間、財力及物力,已由調查臺北市地區擴大至雙北地區,要再擴及全臺各縣市,確實有執行上的困難,故研究結果若欲推論至臺灣其他地區的國中學生,恐有所限制。

## **三、研究對象方面**

本研究對象為公、私立及附設國中部的國中學生,無法擴及國小、高中、大學或研究生,原因除了研究者個人時間、財力及物力不足之外,由於不同求學階段的學生,其認知發展程度不同,被期待達到的媒體識讀能力也各不相同,無法用同一問卷測出其媒體識讀能力;又研究者本身任教於國中,對國中學生的認知發展程度有進一步了解,故本研究之研究對象僅設定在同一求學階段的國中學生,此為研究對象上之限制。

## 第二章 文獻探討

為提供本研究一個好的學術基礎，進行相關文獻探討，將本章分為三節論述，第一節探討「媒體識讀的意義」，第二節針對「國中學生媒體識讀能力的內涵」加以分析，最後第三節談論「學生媒體識讀之相關研究」。

### 第一節 媒體識讀的意義和發展歷程

#### 壹、媒體識讀的意義

##### 一、媒體識讀與媒體素養

「媒體識讀」是由英文「Media Literacy」翻譯而來。其中「Media」可譯為「媒介」或「媒體」；若作為「媒介」，是指兩個地方或事物之間的連結或中介物，在化學上解釋為可將粒子結合的「介質」，也可作為到達另一處的「運輸工具」（孫憶南譯，2006）；當我們想與他人進行非直接的接觸或溝通時，就會使用媒介。所謂的「媒體」，不再只是作為傳達想法的工具或中立的載體，重點在於有意義的訊息內容，它所提供的是篩選過的看法（林子斌譯，2006）；媒體是權力的中心，自有一套結構、規則與規範（孫憶南譯，2006）。本研究所欲調查國中生之能力，著重於解讀及分析多種媒介管道所提供之訊息內容，是以採用「媒體」一詞較為合宜。

「Literacy」較常被轉譯成「素養」或「識讀」，前者為政治大學傳播學院教師積極提倡，也是政府部門發表媒體教育白皮書所採行的用詞；而「識讀」一詞則為本地社會所廣泛使用，非但簡易上口，從其字面解釋也能清楚其義（成露茜、羅曉南，2004）。查閱工具書，「素養」在教育部國語推行委員會所編纂的辭典中，解釋為「平日的修養」，再翻查其他辭典，皆未脫此一抽象解釋，不但隱含道德論調、含意空泛，在不加以申論說明下，一般人難以自行領略「素養」應用在媒體教育中的切確意義。反之，「識讀」一詞若翻查辭典，可能無法

找到此一解釋，因此可分別拆解為「識」與「讀」兩字來註解，「識」一字有「知道」、「認得」（教育部國語小字典第二版，2012）、「審查」、「辨認」、「判別」之意；而「讀」則有「閱讀」、「研習」、「研究」的意思，恰能吻合媒體教育所欲推展的知能，也由字面直接反映出「Literacy」的基本內涵（成露茜、羅曉南，2004）。余陽洲（2005）認為，若欲強調媒體教育的目的與理想境界，可翻譯成「媒體素養」；但若側重於辨識、解讀和分析媒體等相關技能的提升，且能明白揭示課程意涵的翻譯，則應使用「媒體識讀」。歸納可知，素養比較抽象，而識讀則較為具體而且強調行動力（吳聲品，2008）。

本研究欲了解國中學生是否認識媒體、如何解讀媒體訊息以及近用媒體的能力，故以「媒體識讀」一詞為其指稱，優於強調情意層次的「媒體素養」；唯在此並非將「媒體識讀」與「媒體素養」截然二分，研究者在探討媒體識讀的意涵與相關研究上，仍會納入其他採用「媒體素養」一詞的論述或研究，因為各研究者對文字的掌握和解釋有其主觀上的差異，於此特別說明。

## 二、媒體識讀的意義

對於媒體識讀的定義，國內外許多學者均提出自己的看法，其所強調的層面也不盡相同。早在1981年學者Anderson（1981）指出，媒體識讀能力是個體為了某種目的而吸收、利用傳播訊息的技能，此一技能包括蒐集、解釋、試驗及運用資訊，使個體能不受媒體表面呈現的訊息所影響；其後Young（1990）在《電視廣告與孩子》此一著作中提出：媒體識讀能力是指能了解、欣賞電視的形式與內容；而Considine（1994）認為媒體識讀是理解訊息中隱含意義的批判性能力，並藉此分析和評估訊息；Neuman（1995）則認為媒體識讀能力是運用邏輯批判思考，使個體在接收電視所傳達的訊息時，能免於輕易全盤接受、被說服。綜合以上四位學者對於媒體識讀所提出的看法，主要著重在媒體訊息內容的解讀、分析，強調閱聽者要有獨立判斷思考的能力，不要被媒體所傳遞的

表面訊息牽著鼻子走。

媒體識讀能力除了對媒體所傳遞的訊息要有批判性的了解以外，學者 Shepherd（1993）還提出此能力應包含對媒體的操作、應用，以及審查媒體製作公司，並認知到閱聽者扮演著賦予媒體資訊意義的角色；Hobbs（2000）也強調對媒體組織運作的認識、洞悉誰擁有媒體所有權以及認識廣告行銷的宣傳等。此兩定義相較於前段所述，主要增加了審查媒體製作公司與對媒體製作單位的掌握，表示閱聽大眾應先認識媒體的組織，並且學會對製作媒體節目的公司進行把關，如此便能從源頭杜絕不良的媒體訊息傳播。

另外，日本媒體教育專家鈴木（Suzuki Midori）教授：「所謂媒體素養，乃是公民對媒體加以社會性、批評性的分析、評論，並接觸、使用媒體，更以多樣的型態創造互動、溝通的力量。而獲得這種力量所做的努力，便可稱之為媒體素養（引自林亦君，2000）。」也就是在建立媒體素養的過程中，除了培養積極批判、思考媒體訊息的能力，還要能正確的接觸且使用媒體。而學者鄧宗聖（2010）更明白指出，了解如何產製媒體、學習使用媒體，都只是「近用媒體」的過程，十分強調媒體識讀能力中的媒體近用能力。

Hobbs（2011）認為數位與媒體識讀能力包含五項內容，並將所提出的概念繪製成圖（如圖 2-1-1 所示）並整理成表（如表 2-1-1）：一、能使用文本、工具與科技獲取資訊和娛樂；二、批判性思考、分析和評估的能力；三、媒體訊息組成與創作的實踐；四、對媒體訊息從事反思與道德性思考；五、透過個人和團體合作的努力，積極參與社會行動。此一媒體識讀的定義，含有運用與解析媒體訊息、媒體近用的內涵，且更進一步強調藉由媒體識讀能力的培養，關心社會議題並積極參與社會運動，達到改善社會的效果。

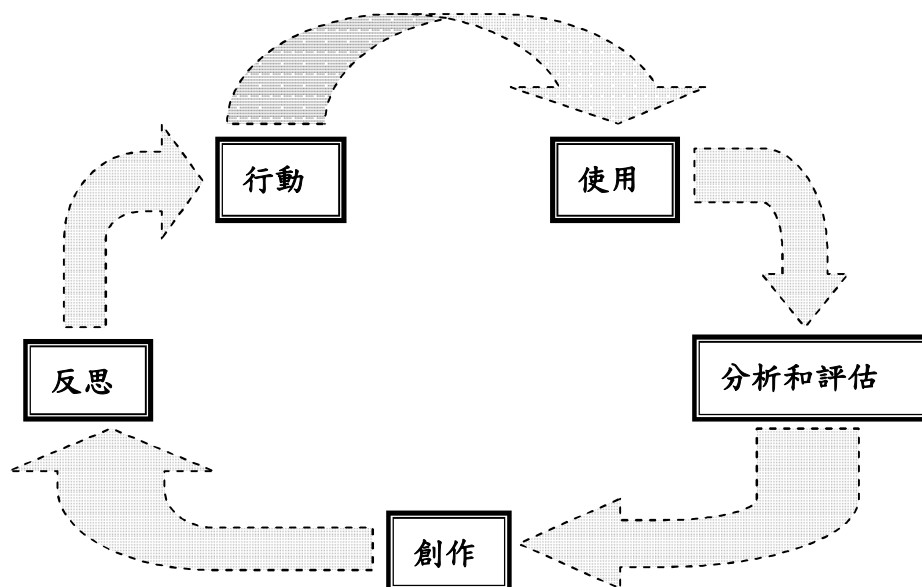


圖 2-1-1 學者 Hobbs 提出數位與媒體識讀能力內容

資料來源：Hobbs, R. (2011). Empowering learners with digital and media literacy. *Knowledge Quest*. 39(5), 12-17.

表 2-1-1

學者 Hobbs 提出數位與媒體識讀的基本能力

數位與媒體識讀的基本能力
1. <b>使用</b> 精確的搜尋和使用媒體與科技工具並且和他人分享適切和恰當的資訊
2. <b>分析和評估</b> 理解訊息並運用批判性思考去分析訊息的品質、真實性、可信度及其觀點，同時考慮此一訊息所帶來的潛在影響或後果。
3. <b>創作</b> 運用創造力和自信的自我表現產生或組成創作內容，並且要察覺到此一創作內容的目的、觀眾和寫作技巧。
4. <b>反思</b> 以社會責任和倫理的準則思考個人自己的身分和生活經驗、溝通行為是否適切。
5. <b>行動</b> 在家庭中、工作場所和社區，透過個人和團體合作的方式分享知識並解決問題，並且能參與地方性、地區性、國家性和國際性組織。

資料來源：Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: a plan of action*. Washington, D.C.: The Aspen Institute.

研究者認為最廣為人知，也是最重要的媒體識讀定義出現在美國 1992 年舉行的「媒體素養領袖會議」(National Leadership Conference on Media Literacy) 中，與會學者專家提出媒體識讀的一致定義：閱聽人有能力近用 (access)、分析 (analysis)、評估 (evaluate) 各種媒體訊息，並達到溝通 (communicate) 的目的 (Rubin, 1998)。

總結上述對媒體識讀的定義，研究者將媒體識讀的意義歸納為三個層面：

- (一) 閱聽人必須認識媒體：對於媒體的製作、媒體的組織構成有所了解，才能洞悉媒體內容的產製過程背後傳遞了什麼價值。
- (二) 閱聽人有解析媒體訊息的能力：運用邏輯批判思考面對媒體所傳達的訊息，著重訊息內容的解讀與分析，不輕易全盤接受。
- (三) 閱聽人要能近用媒體：利用多樣的媒體型態創造互動、溝通，使閱聽人從被動的媒體接收者，轉變為主動的媒體使用參與者。

此外值得一提的是，「媒體識讀」尚包括下列幾個主要的意涵 (整理自張宏源, 2005)：

- (一) 媒體識讀是連續性的：它是一個整體、連續的概念，無法用有或無媒體識讀能力來二分，只有程度上的區別，當閱聽者對媒體產製有深刻的瞭解，便稱其具有「高度的素養」，而識讀能力必須不斷學習充實，但卻非整天看電視、看報紙就可以精進，應藉由進一步學習來認識媒體。
- (二) 媒體識讀能力使我們更能掌握訊息內容，需要被發展：媒體內容多依產製者的觀點、期盼所產生，其呈現為背後多股政經既有勢力競逐的結果，使得媒體內容的目的並不單純，訊息內容為產製者影響你我、宰制閱聽人的工具，若你我能擁有媒體識讀能力，將不受制於媒體表面意涵的擺佈，帶著一顆存疑的心，探究媒體內容的本質，掌握媒體訊息的意義，因此，發展媒體識讀能力有其必要性。
- (三) 媒體識讀是多面向的：媒體識讀有四個相關面向，涵蓋認知領域的心理



思考、情感領域的情緒瞭解與經驗、美學領域的賞析能力與道德領域的價值判斷。擁有高度認知可以透析媒體符號的複雜意義，情緒敏銳者足以體認媒體產製者欲傳達的情感，而高度審美觀可以欣賞並享受媒體內容，最後，高度的道德感則可以免受不良訊息危害並抵制媒體傳遞的不良觀念。

## 貳、媒體識讀的發展歷程

有學者認為媒體識讀最早起源於 1933 年英國劍橋大學基督學院（Dowing College, Cambridge），由教授 Frank Raymond Leavis（1895-1978）和其學生 Denys Thompson 合著了一本書：《文化與環境：批判意識的訓練》（Culture and Environment: The Training of Critical Awareness），首次為在學校中教授大眾媒體提出一套有系統的計畫（林子斌譯，2006）。然而，這本書並非明白地指出媒體識讀的概念，而是由「文化素養」演變過來的，作者認為在大眾傳播發展的新時代，傳統的文化概念已經不再適用，文化素養的涵義再起變化，才蘊含了媒體識讀的理念（党靜萍，2011）。

真正的媒體識讀運動風潮發端於 1980 年代的英國，媒體識讀研究與教育的推廣進入了高等學府，成為傳播教育研究的重要領域。英國在 1989 年開始實施的國定課程（The National Curriculum）中，明文賦予媒體教育有：教授閱聽人相關的媒體識讀概念、辨識事實與意見、討論大眾文化之小說與戲劇、發展廣告、宣傳與勸服內容的教學方法等任務（王錦雀、吳盈萱、黃雅鈴、劉怡婷，2008）。歐洲的其他國家也注意到媒體識讀能力的議題，芬蘭早在 1970 年即將媒體識讀引入小學課程，1977 年在高中課程相繼融入，惟當時的媒體識讀理念與現今不盡相同（朱則剛，2005）。

在美國，也於 1989 年成立「媒體識讀中心」（The Center for Media Literacy），此一非營利組織展開有系統的推廣媒體識讀活動，開始關注媒體暴力、兒童收

視等議題。90 年代中期，美國政府簽署「目標 2000：教育美國法案」，進一步推動了媒體識讀教育的發展（王倩，2005）；至 1998 年成立了「媒體教育聯會」（the Partnership for Media Education），象徵著美國的媒體識讀觀念進入另一個成熟的階段（王錦雀等人，2008；吳聲品，2009）。而加拿大在 1978 年便創立了第一個以媒體識讀為名的組織－「媒體素養協會」（The Association for Media Literacy，簡稱 AML），但主要的媒體識讀教育是在 1980 年代末期與 1990 年代才正式步上軌道（轉引自朱則剛，2005）；1989 年，加拿大安大略省正式將媒體識讀內容納入必修課「語言」課的教學大綱，標示著媒體識讀在加拿大進入了學校教育體系（王東，2002）。

另一英語系國家澳洲吹起的媒體識讀風氣，起源於 1950 年代多元文化主義的蓬勃發展，且有感於西方好萊塢流行文化對在地文化造成的影響而發端（教育部，2002）；澳洲 2008 年發展之國定課程草案，更積極融入媒體識讀教育，計畫於 2011 年逐步實施，目前無論在師資、課程設計甚至在評鑑制度上，皆屬於發展完整的國家（陳琬宇，2011）。

亞洲國家方面，媒體識讀觀念的興起稍晚於西方。日本在 1990 年代末開始推廣，得益於電視界的推波助瀾，1999 年電視台 NHK 與日本民間放送聯盟共同成立了「電視與青少年問題專家委員會」，探討電視界開展媒體識讀活動的方法和途徑，製播一系列電視節目普及媒體識讀知識，使得此一概念廣為人知，並從 2002 年起，日本文部科學省在中小學增設「綜合教育」科目，鼓勵教師進行媒體識讀教育（王東，2002）。同樣位處於亞洲的香港，由於狗仔文化興盛、媒體亂象嚴重，在 1997 年之後，媒體識讀教育發展迅速，一群教育工作者在 2000 年初更組成「香港傳媒教育協會」，到了 2001 年，參與相關活動的學校及團體愈來愈多，由下而上的網絡鋪延，使得媒體識讀議題在香港受到極高的重視（李月蓮，2001）。

媒體識讀的發展在各國可說是方興未艾，為了培育國人有認識、分析、近

用媒體的能力，各國紛紛將媒體識讀的理念納入正式課程體制當中，而臺灣也無法置之度外。

### 參、我國媒體識讀的發展現況

臺灣媒體識讀教育的推動約莫於 90 年代才開始萌芽，1999 年教育部於終身學習列車計畫中，規劃「媒體探索列車」辦理媒體素養相關活動，並於 2002 年 10 月 24 日率先亞洲各國，公布「媒體素養教育政策白皮書」。為推動媒體識讀教育，教育部遴聘學者專家、民間團體代表及媒體實務工作者，在 2003 年 5 月正式成立「媒體素養教育委員會」，2008 年開始教育部連續四年委託世新大學和國內多所大學及非營利組織，推動「國民中小學媒體素養教育推廣計畫」，內容包含：課程與教材研編、教育訓練與師資培訓、到校服務與巡迴講座、種子學校輔導、活動推廣與競賽、網路平台建置及媒體資源整合……等計畫之執行。同年亦修訂了九年一貫課程綱要，增訂了「媒體素養」基本知能，預計於 2011 年正式編入教科書中（曾敏玲，2008）。

目前國內主要推動媒體識讀能力的機構有：政治大學媒體素養研究室、媒體識讀推廣中心以及富邦文教基金會等，而在國中小學校推動上，目前仍停留在選擇性的指導及議題融入方式（黃鏗嘉，2008）。學者許育典（2010）曾指出，在我國九年一貫課程綱要中，與媒體識讀教育較為相關者是重大議題中的資訊教育，其核心能力主要包括：資訊科技概念的認知、資訊科技的使用、資料的處理與分析、網際網路的認識與應用、資訊科技與人類社會；其中的「資料的處理與分析」及「資訊科技與人類社會」是和媒體識讀教育密切相關的能力，然而探討其能力指標階段，僅在國小和國中最後一學期才短暫出現，有其不足之處。

另外，魏慧如、楊燕青（2012）在其發表的文章中指出，媒體素養教育政策白皮書建議採用融入方式進行媒體素養教育課程，這將會影響與壓縮到其他

現行課程的進行，再加上目前教學現場教師對媒體識讀能力融入課程的涵養不足，無法得心應手的進行課程融入，因而容易產生空有計畫而無實踐的現象。

雖然學者提出以課程融入方式難以將媒體識讀能力真正落實於國中小校園中的疑慮，但教育部仍努力嘗試，甚至選定多所學校成立「媒體素養特色中心」，做為培養師生對媒體識讀有基本認知及落實使用媒體的示範學校，並希望能以「特色中心」向外擴散媒體教育的種子力量，成為社區及經驗傳承的基地。

## 第二節 國中學生應具備的媒體識讀能力

### 壹、媒體識讀能力內涵

#### 一、媒體識讀的核心概念

Hobbs (2011) 認為透過三個基本問題的檢視，可以判斷某個媒體訊息是否值得被信賴：一、這個訊息是誰建構的？二、這個訊息的目的為何？三、這個訊息是如何被建構的？綜觀許多學者對媒體訊息的解讀，難脫此一說法，漸形成媒體識讀的核心概念，而美國「媒體識讀中心」(the Center for Media Literacy) 多年來彙整許多專家的看法，擬定出媒體識讀的五個核心概念及關鍵問題 (Thoman & Jolls, 2005; Share, 2009)：

第一：所有的媒體訊息，都是經過建構產生的／這個訊息是誰建構的？

第二：媒體訊息的建構，都會使用一套自成規則的創意語言／這個訊息運用哪些手法技巧來吸引我們的注意？

第三：同一則媒體訊息，個人的體驗因人而異／對於同一個訊息，別人和我的理解有何差異？

第四：媒體訊息嵌入了價值和觀點／這些訊息呈現或隱藏了何種生活型態、價值或觀點？

第五：大多數的訊息是用來搏取利潤或權力的／媒體傳送這些訊息的用意為何？

另外，余陽洲 (2004) 將媒體識讀的核心重點融入 Altschull (1995) 「新聞學七大法則」的部分要義，重新歸納為四項概念／原則：

一、我們生活在一個媒體建構的世界當中；也可以說，閱聽大眾的所見所聞是人為形塑，未必是真實自然的。

二、媒體的運作與表現隱含有出資者的價值觀、利益等意識型態。

三、媒體擁有獨特的符碼形式、美學觀，以及作業常規，進而影響閱聽人

的感知與評估。

四、媒體訊息的意義，可由接收者決定，閱聽人不必完全接受，甚至可以拒絕或否定媒體所傳達的意義。

由以上學者對媒體識讀核心概念的闡釋分析，成露茜與羅曉南（2004）所列出的四項概念，其實是把 Thoman & Folls（2005）所提的第四及第五個概念融合在上述第二點當中，另外，在閱聽人接收媒體訊息的意義上，後者比前者更強調閱聽人的主動性，對同一則媒體訊息的理解不單因人而異，更可選擇接受或拒絕媒體所傳達的訊息意義；其餘各點皆能互相對照涵蓋，表示對於媒體識讀的核心概念與關鍵問題，學者所提的理念接近、脈絡相通。

## **二、學者及相關機構提出媒體識讀能力的內涵**

### **（一）英國電影學會界定的媒體識讀課程內容**

英國電影學會（British Film Institute）曾集結二十二位教師共同合作，歷經三年的教學及研究討論，制定出媒體識讀教育的課程，其課程內涵界定為下列六大範疇（吳知賢，1998；張憲庭，2008），分述如下：

1. 媒體機構（media agencies）：掌握媒體傳播訊息的目的、立場和意識型態。
2. 媒體種類（media categories）：區辨不同的媒體形式、類型，建立區分節目類別的觀念，瞭解媒體內容的真實或虛幻，並分析其對我們造成的影響。
3. 媒體科技（media technologies）：瞭解不同科技產生不同的節目效果，並洞悉媒體內容製作時運用什麼科技手法，以產生最有利的視聽覺刺激，才不致被表面效果所迷惑。
4. 媒體語言（media language）：分析媒體內容如何產生意義，包含視覺符號、聽覺符號和結構符號三者的關係、意義及其運用規則。
5. 媒體觀眾（media audience）：思考媒體製作者如何設定消費族群、觀眾的回饋如何進行、媒體如何掌握觀眾的興趣和需求，以及收視率情況。

6. 媒體再現 (media representations)：評估媒體所呈現的內容是否客觀公正、有無存在刻板印象，並知曉是否有政府機構、政治團體或商業組織的介入操弄。

研究者思考英國電影學會所提出的媒體識讀課程六大內容範疇，發現其所傳授予學生的知識聚焦於「認識媒體」及「媒體訊息解析」，對媒體機構、種類、科技及語言的認識，是爲了幫助媒體閱聽人（觀眾）能分析媒體內容中存有的意識型態、刻板印象等。惟「媒體近用」的概念在此被忽略了，對閱聽人的媒體接近使用權少有著墨，僅在媒體觀眾一項中，提到觀眾的回饋如何進行，此部份若加以補足，定能使媒體識讀能力的培養更爲完整。

## （二）吳翠珍提出國中階段媒體教育關鍵知能

政大廣電系副教授，也是媒體素養研究室召集人吳翠珍（1998）教授，在發表的一篇〈爲何需要媒體教育〉文章中，指出國中階段（七至九年級）媒體教育應具備的關鍵知能與能力描述，整理如下所示：

1. 學生具備接近與使用各種媒介的能力，使用媒介來探索議題，包括印刷、視覺及電子媒介
2. 學習與媒介產製的相關概念，包括技術、科技、組織等面向
3. 學生能認知所有形式的媒介皆是人爲建構的訊息
4. 學生習得解碼及分析媒介訊息的技巧
5. 學生經由思辨分析的過程對媒介有深入的了解
6. 學生在歷史、社會及文化脈絡下，辨識及詮釋訊息，了解閱聽人、媒介訊息與社會的關係
7. 學生能評估及說明個人的媒介使用及他人的媒介使用
8. 學生能使用不同媒介的知識與技術來解決問題、溝通、傳播以及生產自發性或教師指定的媒體作業

上述針對國中階段學生所提出的八項知能，梳理其內涵可歸納為「認識媒體組織」（第2項）、「解析媒體訊息」（第3、4、5、6項）以及「近用媒體」（第1、7、8項）三大類；端看其每一項列出的能力描述內容（見附錄一），幾乎將國中生應具備的媒體識讀能力細節描繪得十分清楚，例如：觀察、辨識及討論視覺／聽覺媒介文本的特質部分，舉出不同的攝影角度與距離、人物在鏡頭內的安排、彩色與黑白的差異、鏡頭與鏡頭間的轉換與銜接……等，非常詳盡。但研究者以為，在國中現有的課程架構之下，若要達成如吳翠珍學者所提出之每項媒體教育關鍵知能，會有其執行上的困難。

### （三）林士珍對閱聽人媒體識讀能力的四個評估取向

根據林士珍（2007）的研究，將媒體識讀能力取向，概括分為四個方面：一、瞭解媒體產業、內容產製過程與社會互動關係；二、分析、認知媒體訊息內容的能力與影響；三、思辯媒體再現並反思閱聽人意義與價值；四、批判與接近使用媒體。林士珍認為以上四個取向在識讀能力的培養有從「初階」逐步向「高階」發展與努力的意涵。另外，在其研究中更進一步將上述四個面向予以指標化，再區分為四個評估取向，分述如下：

1. 「認識媒體」取向：包含了解媒體的產業組織、類型、政治經濟特性、訊息內容產製過程、媒體與社會互動關係。
2. 「媒體訊息」取向：包含瞭解媒體建構真實的本質、分析與明辨訊息來源與內容、正確選擇媒體。
3. 「文本解析」取向：包含正確解讀文本意義、意識形態與價值觀等能力，具體思辨「媒體再現」與「媒介真實」的解析，並反思閱聽人意義與價值。
4. 「媒體近用」取向：包含對訊息內容之批判、文本製作與接近使用媒體、藉由公共論壇抒發己見等能力與經驗。

以上四個評估取向，研究者認為第二個「媒體訊息」取向與第三個「文本



解析」取向可以合併為「媒體訊息解析」，因為面對媒體訊息要能正確解讀其中意義，前提便是明白媒體建構真實的本質及其來源，這是不可分割的，可整合成一個取向。

另外，尚有許多學者也相繼提出對於媒體識讀能力應涵蓋的內容，如林秀美（2007）指出媒體識讀包括下列面向：一、認識媒體，並瞭解媒體如何產製內容；二、能夠察覺與分析媒體內容所隱含的意識型態與刻板印象；三、瞭解電視工業與社會的關係；四、瞭解觀眾的權利；五、能夠創造符合自身需求的媒體與內容。或者徐明珠（2007）認為媒體識讀教育，具有以下幾個面向：一、傳播的發生與演進、大眾傳播的角色與功能，二、媒體訊息產製過程，從第一現場到報導的呈現，三、大眾傳播媒體建構下的台灣社會，四、大眾傳播媒體的現象與亂象，五、解讀大眾傳播媒體訊息能力的培養，六、個人媒體素養自我評鑑，七、運用大眾傳播進行終身學習，以隨時適應職場所需。

以上無論是提倡媒體識讀相關機構，亦或是學者所指出的媒體識讀能力內涵，其內容均離不開「認識媒體」、「訊息解析」及「媒體近用」三大項，是以研究者認為此三項指標可做為媒體識讀能力內涵的精髓。

## **貳、我國國中學生媒體識讀能力內涵**

### **一、《媒體素養教育政策白皮書》中的國民媒體素養能力**

根據教育部（2002）《媒體素養教育政策白皮書》的內容，建構「由融合統整到互補開放」的實施策略，在國中教育階段，媒體素養教育將藉由主題統整的教學，與九年一貫的七大學習領域和六大議題，進行融合，並在課程、教法、評量等教材教法上，以實踐知識、行動中學習為設計基準，在活化的教學中達到成效。媒體素養教育主要培養國民洞察媒體資訊時，應具備下列基本能力（教育部，2002，頁 14-15）：

（一）在媒體素養方面：

1. 瞭解媒體訊息內容
  - 1-1 瞭解不同媒體的表徵系統（媒體語言與成規）
  - 1-2 瞭解媒體類型與敘事如何產製意義
  - 1-3 瞭解並能應用媒體製作技巧與技術
  - 1-4 瞭解科技與媒體文本的聯動關係
2. 思辨媒體再現
  - 2-1 辨識媒介內容中年齡、性別、種族、職業、階級、性傾向等各種面向的刻板印象和權力階級間的關係
  - 2-2 比較媒介內涵與實際生活中的情境、人物、事件等媒介與社會真實的關係
  - 2-3 解讀媒介再現所潛藏的價值意涵與意識型態
3. 反思閱聽人的意義
  - 3-1 反思個人的媒體行為
  - 3-2 瞭解個人與文本的意義協商本質
  - 3-3 瞭解文本的商業意涵中「閱聽人」的概念
  - 3-4 認識廣告工業的主要概念：收聽/收視率、廣告的社會與文化意涵
4. 分析媒體組織
  - 4-1 瞭解媒體組織的守門過程如何影響文本產製
  - 4-2 檢視媒體組織的所有權如何影響文本選擇與組合
  - 4-3 瞭解公共媒體與商業媒體的區別
  - 4-4 檢視資訊私有化的影響
5. 影響和近用媒體
  - 5-1 瞭解媒體公民權的意義
  - 5-2 實踐接近與使用媒體
  - 5-3 區辨被動媒體消費者與主動媒體閱聽人

#### 5-4 主張個人肖像權、隱私權

#### 5-5 主張公共資訊開放

(二) 在媒體教育方面：

1. 使社區民眾具有推廣「健康媒體社區」的能力（advocacy competency）。
2. 在媒體落實「接近使用媒體權」，彰顯「接近使用媒體權」是人權也是公民傳播權。
3. 在社區（團體）創造討論媒體的公共論壇或對話空間，提供社區媒體製作技術和實驗場域，以社區的自主力量，藉由集體參與來改善文化環境、提升生活與文化品質，並使高素質的文化品質成為未來的核心價值。

由上述內容可知，《媒體素養教育政策白皮書》應可分為兩部分來探討，一部分是素養，另一部分是教育：「素養」是指個人思辨、了解、反思媒體訊息內容及媒體環境，並認識自己是參與媒體公共領域中的公民，具有近用媒體的能力；而「教育」則融入在社區團體之中，使其有「使用」與「近用」媒體的能力，藉以關心並參與社區的公共議題（鄧宗聖，2010）。

## 二、我國國中階段媒體識讀能力

### (一) 九年一貫課程目標中與媒體識讀貼合之基本能力

我國九年一貫國民教育之目的在透過人與自己、人與社會、人與自然等人性化、生活化、適性化、統整化與現代化之學習領域教育活動，傳授基本知識，養成終身學習能力，培養身心充分發展之活潑樂觀、合群互助、探究反思、恢弘前瞻、創造進取、與世界觀的健全國民。基於此些理念，教育部在民國 87 年公布「國民教育階段九年一貫課程總綱綱要」，其中明定了九年一貫課程的基本理念、課程目標與基本能力等，做為我國中小學生的學習指引。

根據吳翠珍與陳世敏（2007）的分析，媒體識讀與九年一貫十大課程目標貼合的項目大致有：「一、增進自我了解，發展個人潛能」、「二、培養欣賞、表現、審美及創作能力」、「四、培養表達、溝通和分享的知能」、「五、發展尊重

他人、關懷社會、增進團隊合作」、「八、運用科技與資訊的能力」與「十、培養獨立思考與解決問題的能力」六個部份。下表 2-2-1 將九年一貫的課程目標、基本能力與媒體識讀貼合處加以羅列對照：

表 2-2-1

九年一貫課程目標中與媒體識讀貼合之基本能力

課程目標	基本能力	媒體識讀能力
一、增進自我瞭解，發展個人潛能	瞭解自我與發展潛能	「反思閱聽人的意義」：試圖透過對自我與媒體關係的瞭解，以知曉自身做為媒體公民概念，進而分析媒體對自身的影響
二、培養欣賞、表現、審美及創作能力	欣賞、表現與創新	「瞭解媒體訊息內容」：欣賞媒體作品，進而分析其中的結構與符號系統意涵，以使用媒體做為創新創作題材
四、培養表達、溝通和分享的知能	表達、溝通與分享	「瞭解媒體訊息內容」：善用傳播工具做為溝通與表達意見的管道，並瞭解科技對媒體內容的影響性
五、發展尊重他人、關懷社會、增進團隊合作	尊重、關懷與團隊合作	「影響和近用媒體」：為了實踐媒體公民權概念，讓閱聽人運用各種媒體形式與管道表達意見和想法，將媒體近用的影響力擴大，進而共同營造媒體公共論述空間。
八、運用科技與資訊的能力	運用科技與資訊	「瞭解媒體訊息內容」：瞭解傳播科技對媒體內容的改變與影響，以及明白其使用的禮儀與法律，進而能有效利用科技與資訊
十、培養獨立思考與解決問題的能力	獨立思考與解決問題	「思辨媒體再現」：透過對媒體資訊內容真實度的思辨，對各類型媒體所傳遞的訊息進行獨立思考判斷。

資料來源：修改自吳翠珍、陳世敏（2007）。**媒體素養教育**（頁 282-283）。台北市：巨流。

由上列整理的表格內容可以發現，將九年一貫課程目標與教育部(2002)《媒體素養教育政策白皮書》所提出的五大媒體識讀能力搭配比對，只有四個面向有對應到九年一貫的課程目標，其中少了「分析媒體組織」這一項。研究者認

為，瞭解媒體組織的守門過程有助於理解其如何影響文本產製，以及媒體訊息的選擇與組合，學生才得以進一步「瞭解媒體訊息內容」，因此，前列有和「瞭解媒體訊息內容」貼合的課程目標，應該也能與「分析媒體組織」這一項相貼合，媒體識讀能力對應九年一貫課程目標才不致有所疏漏。

## (二) 國中階段媒體識讀能力指標

教育部媒體素養教育推動小組召集媒體專家與跨領域教師群，初擬草案後經過跨領域學者、教學現場教師及校長等近二十人召開三次大會修訂，發展出媒體識讀教育的「分段能力指標」。研究者擷取與本研究相關的國中階段媒體識讀能力指標，表列如下（表 2-2-2）：

表 2-2-2

國中階段媒體識讀能力指標

主題軸	細則條文	國中 (共 12 條)
一、瞭解媒體訊息內容	1-1 瞭解不同媒體的表徵系統(媒體語言與成規)。	1-4-1 察覺生活中各種媒體的差異與影響。
	1-2 瞭解媒體類型與敘事如何產製意義。	
	1-3 瞭解並能應用媒體製作技巧與技術。	
	1-4 瞭解科技與媒體文本的聯動關係。	1-4-2 了解傳播科技對媒體內容的影響。
二、思辨媒體再現	2-1 辨識媒介內容中的年齡、性別、種族、職業、階級、性傾向等各種面向的刻板印象和權力階級間的關係。	
	2-2 比較媒介內涵與實際生活中的情境、人物、事件等媒介與社會	2-4-1 了解媒體製作技巧對媒體內容的影響。

主題軸	細則條文	國中 (共 12 條)
三、反思閱聽人意義	真實的關係。	
	2-3 解讀媒介再現所潛藏的價值意涵與意識型態。	2-4-2 解讀媒體內容潛藏的價值觀、意識形態和權力關係。
	3-1 反思個人的媒體行為。	
	3-2 瞭解個人與文本的意義協商本質。	3-4-1 察覺媒體內容對個人、家庭、社會、流行文化的影響。
	3-3 瞭解文本的商業意涵中「閱聽人」的概念。	3-4-2 解釋廣告主、廣告商、媒體組織、閱聽人之間的關係。
	3-4 認識廣告工業的主要概念：收聽 / 收視率、廣告的社會與文化意涵	3-4-3 檢視媒體內容中置入性行銷的形式，進而判斷其影響。
四、分析媒體組織	4-1 瞭解媒體組織的守門過程如何影響文本產製。	4-4-1 探究媒體組織與外在環境對媒體內容的影響。
	4-2 檢視媒體組織的所有權如何影響文本選擇與組合。	
	4-4 檢視資訊私有化的影響。	4-4-2 分析新聞媒體的訊息應具平衡及多元觀點。
	4-3 瞭解公共媒體與商業媒體的區別。	4-4-3 比較公共媒體與商業媒體的特性及存在意義。
五、影響和近用媒體	5-1 瞭解媒體公民權的意義。	
	5-4 主張個人肖像權、隱私權。	5-4-1 理解媒體含有公共財的概念，應負起社會責任。
	5-5 主張公共資訊開放。	
	5-2 實踐接近使用媒體。	5-4-2 善用各種媒體管道，並表達對公共議題的意見與想法。

主題軸	細則條文	國中 (共 12 條)
	5-3 區辨被動媒體消費者與主動媒體閱聽人。	

資料來源：整理自國立臺灣師範大學媒體素養研究中心（2011）。**媒體素養教育分段能力指標【檢核表】**。2012年10月12日取自 <http://www.ntnu.edu.tw/cml/g-law.htm>

上表中，主題軸是依照教育部《媒體素養教育政策白皮書》所提出的五大基本能力所列，國中階段是指七至九年級的學生。仔細探究五個主題軸之下所列出的能力指標內涵，發現主題軸「一、瞭解媒體訊息內容」在國中階段的能力指標：「1-4-1察覺生活中各種媒體的差異與影響」、「1-4-2了解傳播科技對媒體內容的影響」與主題軸「四、分析媒體組織」所列出的內容（4-4-1、4-4-2、4-4-3）相似，皆聚焦於瞭解媒體產製資訊的過程、認識媒體與社會互動關係等，應可合併為「認識媒體」一項。

另外，主題軸「二、思辨媒體再現」在國中階段能力指標為：「2-4-1了解媒體製作技巧對媒體內容的影響」、「2-4-2解讀媒體內容潛藏的價值觀、意識形態和權力關係」，著重在對媒體所傳達訊息內容的正確解析，而主題軸「三、反思閱聽人意義」恰能與之相合，如「3-4-3檢視媒體內容中置入性行銷的形式，進而判斷其影響」，就是要能正確解析媒體內容；「3-4-1察覺媒體內容對個人、家庭、社會、流行文化的影響」，察覺其影響後就能不被媒體訊息帶著走；因此，主題軸「二、思辨媒體再現」與「三、反思閱聽人意義」能併稱為「訊息解析」一項。

最後，主題軸「五、影響和近用媒體」包含能力指標：「5-4-1理解媒體含有公共財的概念，應負起社會責任」、「5-4-2善用各種媒體管道，並表達對公共議題的意見與想法」，強調改變媒體刊載或播送內容的接近媒體能力，可獨立為「媒

體近用」一項。

### 參、歸納國中學生應具備的媒體識讀能力

根據研究者對文獻的掌握，歸納學者及相關機構亦或是我國教育部對媒體識讀能力所提出的相關內涵，緊扣本研究對象國中學生，可將之整理成下表「國中學生應具備的媒體識讀能力與相關媒體識讀能力內涵之符應關係」(表 2-2-3)：

國中學生應具備的媒體識讀能力與相關媒體識讀能力內涵之符應關係

	認識媒體	訊息解析	媒體近用
英國電影學會	1.媒體機構 2.媒體種類 3.媒體科技	4.媒體語言 6.媒體再現	5.媒體觀眾
吳翠珍	2.學習與媒介產製的相關概念，包括技術、科技、組織等面向	3.學生能認知所有形式的媒介皆是人爲建構的訊息 4.學生習得解碼及分析媒介訊息的技巧 5.學生經由思辨分析的過程對媒介有深入的了解 6.學生在歷史、社會及文化脈絡下，辨識及詮釋訊息，了解閱聽人、媒介訊息與社會的關係	1.學生具備接近與使用各種媒介的能力，使用媒介來探索議題，包括印刷、視覺及電子媒介 7.學生能評估及說明個人的媒介使用及他人的媒介使用 8.學生能使用不同媒介的知識與技術來解決問題、溝通、傳播以及生產自發性或教師指定的媒體作業
林士珍	1.認識媒體	2.媒體訊息 3.文本解析	4.媒體近用
我國教育部	一、瞭解媒體訊息內容 四、分析媒體組織	二、思辨媒體再現 三、反思閱聽人的意義	五、影響和接近使用媒體

資料來源：研究者自行整理。



經過研究者對媒體識讀能力內涵文獻的整理與歸納，傾向將相關概念統合為一，如教育部所提出的五大面向中，主題軸「一、瞭解媒體訊息內容」和「四、分析媒體組織」，皆聚焦於瞭解媒體產製資訊的過程、認識媒體與社會互動關係等，可合併為「認識媒體」一項；而主題軸「二、思辨媒體再現」和「三、反思閱聽人意義」，著重在對媒體所傳達訊息內容的正確解析，也能併稱為「訊息解析」一項，其他學者提出的媒體識讀能力內涵亦然，因此，研究者決定縮減為三個面向，梳理出國中學生應具備的媒體識讀能力，如下所述：

### 一、認識媒體

「認識媒體」做為媒體識讀能力之一，應包含的能力有：認識媒體的產業組織、類型、政治與經濟特性；瞭解媒體產製資訊的過程；認識媒體與社會互動關係；認識媒體建構真實的本質。

### 二、訊息解析

「訊息解析」做為媒體識讀能力之一，應包含的能力有：分析與明辨訊息來源與內容；分析訊息內容的影響；正確解讀訊息的意義、意識形態與價值觀等能力；對訊息內容之批判。

### 三、媒體近用

「媒體近用」做為媒體識讀能力之一，應包含的能力有：主張公共資訊開放；應用媒體製作技巧與技術；藉由公共論壇抒發己見等能力與經驗；改變媒體刊載或播送內容的接近媒體能力。

表 2-2-4

國中學生媒體識讀能力之構面與其應包含的能力指標

媒體識讀能力構面	包含的能力指標
1.認識媒體	1-1 認識媒體的產業組織、類型、政治與經濟特性 1-2 瞭解媒體產製資訊的過程

媒體識讀能力構面	包含的能力指標
	1-3 認識媒體與社會互動關係 1-4 認識媒體建構真實的本質
2. 訊息解析	2-1 分析與明辨訊息來源與內容 2-2 分析訊息內容的影響 2-3 正確解讀訊息的意義、意識形態與價值觀等能力 2-4 對訊息內容之批判
3. 媒體近用	3-1 主張公共資訊開放 3-2 應用媒體製作技巧與技術 3-3 藉由公共論壇抒發己見等能力與經驗 3-4 改變媒體刊載或播送內容的接近媒體能力

資料來源：引自郭宜婷(2010)。**國中學生媒體識讀能力施測問卷之建構**(頁25)。  
國立臺灣師範大學，台北市。

### 第三節 學生媒體識讀之相關研究

研究者在蒐集與本研究相關的資料時發現，除了媒體識讀與媒體素養能力的調查可以作為參考外，由於媒體的種類包括電視、網路等，因此有許多研究者聚焦在網路素養、電視識讀能力的探討，亦納入相關研究的參考；以下整理國內與本主題相關之研究，用來分析在「研究對象」、「研究地區」、「研究方法」以及「研究背景變項」方面，有何研究趨勢、結果或疏漏之處，以作為本研究之借鏡。依研究年代先後順序排列，歸納整理如下（表 2-3-1）：

表 2-3-1

學生媒體識讀之相關研究整理

研究者 (年代)	研究主題	研究對象／地區	研究方法
蔡 菁 秤 (2000)	兒童電視識讀能力與父母 介入兒童收視行為	國小學生／台中 縣市	量化（問卷調查 法）
許 怡 安 (2001)	兒童網路使用與網路媒體 素養之研究--以台北縣市 國小高年級學童為例	國小學生／台北 縣市	量化（問卷調查 法）
李 金 勳 (2002)	國小學童收看電視新聞之 情形、看法及電視新聞識 讀教學成效之探討	國小學生／台南 縣、市	量化（問卷調查 法、實驗研究法）
邱 民 才 (2003)	高中實施媒體識讀教育之 評估研究	高中學生、高中教 師／台北市	量化（問卷調查 法）
許 誌 宏 (2006)	國小學童網路媒體素養之 研究	國小學生／高雄 縣	量化（問卷調查 法）
于 力 真 (2007)	政治作戰學院學生電視收 視行為、動機與電視識讀 能力之研究	大學學生／台北 市	量化（問卷調查 法）
何 巧 姿 (2007)	台北地區大學生電視新聞 識讀能力之研究	大學學生／台北 地區	量化（問卷調查 法）、質性（深度 訪談法）

研究者 (年代)	研究主題	研究對象／地區	研究方法
林 誼 宣 (2007)	國小學童批判思考表現與 看電視行為之相關研究— 以南投縣之學童為例	國小學生／南投 縣	量化 (問卷調查 法)
陳 慶 懋 (2007)	青少年電視識讀能力與參 與文化活動之關聯性研究	高中職學生／台 北市	量化 (問卷調查 法)
潘 恆 惕 (2007)	臺南縣市國小學童收看電 視節目類型與電視識讀能 力之調查研究	國小學生／臺南 縣市	量化 (問卷調查 法)
謝戊秋、 陳韶翎、 呂 雅 婷 (2007)	國立臺灣藝術大學學生媒 體素養調查研究	大學學生／新北 市	量化 (問卷調查 法)
吳 政 峰 (2008)	基隆地區國中生媒體識讀 能力調查研究	國中學生／基隆 地區	量化 (問卷調查 法)
周 馨 怡 (2008)	台北市公立國中學生電視 素養之調查-以台灣電視綜 藝節目為例	國中學生／台北 市	量化 (問卷調查 法)
吳 翠 珍 (2009)	2009 全國兒童媒體使用行 為調查報告	國小學生／全國	量化 (問卷調查 法)、質性 (個案 研究法)
高 于 喬 (2009)	新移民子女收視行為、親 子共視與電視識讀能力之 關聯性研究	國小學生／彰化 縣市	量化 (問卷調查 法)
黃 鏗 嘉 (2009)	電視置入性行銷對學童的 影響研究—以台北縣市國 小中、高年級學童之媒體 識讀能力為例	國小學生／台北 縣市	量化 (問卷調查 法)
蘇 冠 如 (2009)	國小高年級學童電視收視 行為與電視識讀能力相關 性之研究	國小學生／雲林 縣	量化 (問卷調查 法)
王世英、 王石番、 蔣 安 國	國民小學學童媒體使用行 為之研究—教師媒體素養 教育反思	國小學生及教師 ／北 (台北市、桃 園縣)、中 (台中	質 (焦點座談 法)、量 (問卷調 查法) 並重

研究者 (年代)	研究主題	研究對象／地區	研究方法
(2010)		市、彰化縣)、南 (高雄市、台南 縣)、東部(宜蘭 縣、花蓮縣)共八 縣市	
古雅馨 (2010)	台北市高中職學生媒體識 讀能力研究	高中職學生／台 北市	量化(問卷調查 法)
羅健豪 (2010)	東部地區國小學童網路媒 體素養之研究	國小學生／宜 蘭、花蓮、台東縣 市	量化(問卷調查 法)
高健訓 (2011)	高年級資優生與普通生之 資訊素養及其相關因素之 研究-以高雄市國小學童為 例	國小學生／高雄 市	量化(問卷調查 法)
陳佩珮 (2011)	台南市國民中學學生網路 使用行為與網路素養之研 究	國中學生／台南 市	量化(問卷調查 法)
張毓珊 (2012)	桃園地區國中學生媒體識 讀能力之研究	國中學生／桃園 地區	量化(問卷調查 法)

資料來源：研究者自行整理。

## 壹、研究對象方面

研究者發現有關學生媒體識讀能力的相關研究，以國小學生為研究對象者占絕大多數，探究原因可能是我國教育部在推廣媒體識讀教育時，主要以國小種子教師的培訓為優先，進而使得國小學生的媒體識讀能力備受關注，成為許多研究者聚焦的研究對象。由於九年一貫課程的推動，中小學的學習內容常被視為不可分割且具延續性的整體課程，因此，本研究欲調查國中學生的媒體識讀能力，期望能對目前相關研究的不足有所貢獻。

## 貳、研究地區方面

在調查學生媒體識讀能力的相關研究中，研究地區以臺北市最多，其次是臺南縣市，再者為新北市及高雄市，可以發現許多研究鎖定的地區多為單一縣市，少有跨縣市的調查，而本研究將調查範圍界定在雙北地區，是以往相關文獻資料所未見，研究者認為有其調查必要與研究價值。

## 參、研究方法方面

本研究主題為雙北地區國中學生媒體識讀能力調查，一般而言，使用調查的研究方法多為量化研究，並且以問卷調查法為主，少數相關研究結合了質性的焦點座談法（王世英、王石番、蔣安國，2010）、深度訪談法（何巧姿，2007）與個案研究法（吳翠珍，2009），以求對研究對象有更全面的了解，本研究則以量化的問卷調查為研究方法。

## 肆、研究背景變項方面

### 一、性別

在探討媒體識讀能力的相關研究發現，幾乎所有的研究者都將性別納入研究背景變項當中。研究結果顯示男生的能力優於女生的是：許怡安（2001）研究顯示女生的網路媒體素養能力高於男生、邱民才（2003）發現男同學的電視識讀能力較高、黃鏗嘉（2009）發現男生較能注意到商品相關訊息出現在電視節目中、謝戎秋、陳韶翎、呂雅婷（2007）發現國立臺灣藝術大學男學生的媒體素養比女生略高；結果顯示女生的能力優於男生的是：吳政峰（2008）發現媒體識讀能力女生優於男生、陳佩珮（2011）發現女生的網路素養整體表現較男生正向積極；然而，蔡菁秤（2000）研究結果是性別與兒童電視識讀能力無相關、何巧姿（2007）發現性別在大學生電視新聞識讀能力並無顯著不同、潘恆惕（2007）研究發現性別對於電視識讀能力並未能達到顯著差異、古雅馨

(2010) 的研究則顯示性別對高中職學生整體識讀能力無顯著差異。

由上述歸納可知，以性別做為背景變項，發現媒體識讀能力男生優於女生、女生優於男生或男女無顯著差異的研究結果都有，且在比例上似乎很平均，並沒有傾向哪一性別能力較高，因此，本研究欲再一次檢驗性別在國中生媒體識讀能力上，是否具有差異。

## 二、年級（齡）

將年級（齡）視為背景變項來檢驗國中學生媒體識讀能力方面，相關研究所提出的發現如下：

蔡菁秤（2000）發現年級愈高，其電視識讀能力愈高。

邱民才（2003）指出年級和年齡在高中生電視識讀能力上無顯著差異。

何巧姿（2007）發現年級在大學生電視新聞識讀能力並無顯著不同。

吳政峰（2008）的研究顯示媒體識讀能力 14 歲優於 13 歲以下，15 歲優於 13 歲以下，其他年齡則無顯著差異。

黃鏗嘉（2009）發現國小中、高年級學童中，六年級較認為電視置入性行銷是可以被允許的，而且也較能體認到電視置入性行銷的手法，是為了刺激消費而形成的。

蘇冠如（2009）表示六年級學童的電視識讀能力高於五年級學童。

高于喬（2009）發現年級與新移民子女電視識讀能力無相關。

由以上研究結果整理可知，年級（齡）越高者，其媒體識讀能力可能越高，但也可能此變項在學生媒體識讀能力上不會產生差異，幾乎所有相關研究在年級（齡）變項方面均呈現此兩種結果，尙未有學生年級（齡）越低媒體識讀能力越高的發現。

## 三、家庭社經地位

家庭社經地位也常被用來探討是否使學生媒體識讀能力產生差異，盧嵐蘭

(2005) 指出處於不同社經地位的家庭擁有不同比例的文化資本，它們發展出來的家庭典範將會引導家庭成員傾向選擇某些種類的媒體與內容，從許多研究者的研究結果發現，高家庭社經地位的學生，其所表現出的媒體識讀能力，通常較高，如下所列：

- (一) 邱民才 (2003) 指出父母社經地位愈高者，其電視識讀能力愈高。
- (二) 周馨怡 (2008) 發現家庭社經地位的落差會影響學生電視素養能力。
- (三) 黃鏗嘉 (2009) 提出高及次高家庭社經地位的學童，較能理解電視置入性行銷的意涵，也較能體認到電視置入性行銷的手法，是爲了刺激消費而形成的。
- (四) 古雅馨 (2010) 發現教育程度越高的父母，其子女的電視識讀能力越佳。
- (五) 張毓珊 (2012) 表示家庭社經地位愈高的學生，媒體識讀能力表現愈佳。

是否家庭社經地位越高，其子女的媒體識讀能力也越高？其中的相關程度爲何？這是本研究想要探討的問題。

#### **四、媒體使用習慣**

##### **(一) 較常使用的媒體類型**

根據富邦文教基金會 (2008) 對青少年媒體使用習慣的調查，發現電視 (佔 97.3%) 及網路 (佔 90.2%) 是青少年最常使用的媒體；而賴慧玲 (2010) 彙整富邦文教基金會 2008-2009 年對兒童與青少年媒體使用行爲的調查結果，將之與英、美的研究比較，發現電視仍是兒青少投入最多時間的媒體，但是網路與手機的使用與重要性都在快速的成長中，已有超越電視的現象，而且在英、美的研究中顯示有關於孩子們如何看電視與聽音樂已因爲電腦及網路的出現而產生改變。本研究欲了解目前國中學生最常使用的媒體爲何？是否因著時代的推進行較常使用的媒體類型也有所改變。



## （二）使用媒體頻率

使用媒體的頻率是許多研究者會探討的背景變項之一，富邦文教基金會（2008）對青少年媒體使用習慣的調查顯示，青少年一週使用網路時間最長（16.1 小時），其次是看電視（15.36 小時）、手機（4.94 小時）；吳政峰（2008）研究發現基隆地區國中學生最常使用電視和網路，每天約 1 至 3 個小時；而張毓珊（2012）調查桃園地區國中學生的媒體使用時間，平均一天看電視 2-3 小時的人數最多，另外，平均一天上網 1 小時以內人數最多，1-2 小時次之。

此外，探究國中學生使用媒體的時數多寡是否與媒體識讀能力高低具有相關性，也是本研究欲瞭解的問題之一。目前相關研究顯示學生使用頻率越高，其媒體識讀能力越好（許怡安，2001）；或者學生使用頻率越高，其媒體識讀能力越差（陳慶懋，2007；蘇冠如，2008；陳佩珮，2011；張毓珊，2012）；甚至兩者之間無顯著相關（蔡菁秤，2000；邱民才，2003；何巧姿，2007；潘恆惕，2007；高于喬，2009）的研究結果都有。研究者想透過本研究再次檢驗兩者間的關聯性。

## （三）使用媒體目的

許多研究者對孩童使用媒體之目的進行調查，如吳政峰（2008）研究顯示基隆地區國中學生媒體使用動機偏向「娛樂目的」和「打發時間」；而許怡安（2001）的調查結果為，上網較常以「收發 e-mail」為主要活動的學童，其網路素養各項能力要較以其他活動為主的學童高。另外，高健訓（2011）發現上網目的為「查資料」、「線上學習」的資優生之資訊素養高於「玩遊戲」之資優生，更顯著高於「玩遊戲」、「交友」之普通生。

由過往研究可知，在媒體識讀能力的差異上，通常是以學習、接收資訊為使用動機的學童，其能力優於玩遊戲、交朋友為使用目的者。

#### （四）使用媒體時父母親陪伴情形

富邦文教基金會執行長陳藹玲（2011）在《天下雜誌》的教育特刊發表文章中提到：「親子共同使用媒體的經驗很重要，其中『親子共視』是一大重點。」因此，許多研究者曾探討學童使用媒體時有無父母陪伴，對其媒體識讀能力是否產生影響。

根據文獻資料的整理顯示，父母親會陪同使用媒體的學生，其媒體識讀能力往往優於不陪同者（蔡菁秭，2000；陳佩珮，2011；張毓珊，2012）。另外柯德勃發現，如果兒童在收看娛樂性節目時有成人置身旁提供解釋與說明，則兒童可以從節目中吸取到較多的資訊，也能培養出正確的收視態度（轉引自黃葳威，2004）。

然而，政大媒體素養研究室助理研究員賴慧玲（2010）卻指出，在臺灣對兒童、青少年的調查中，透過他們填答反映的狀況是家長鮮少陪同，而且接近一半的家長完全不限制使用電視、網路的時間與內容；研究者欲了解父母陪同使用媒體的現況是否如前所述，有必要著手調查。



### 第三章 研究設計與實施

本章研究設計與實施包含五節，依序就研究架構、研究對象、研究工具、研究流程及資料分析，逐一闡明。

#### 第一節 研究架構

##### 壹、研究架構

依據研究目的，茲繪製本研究架構如圖 3-1-1 所示。

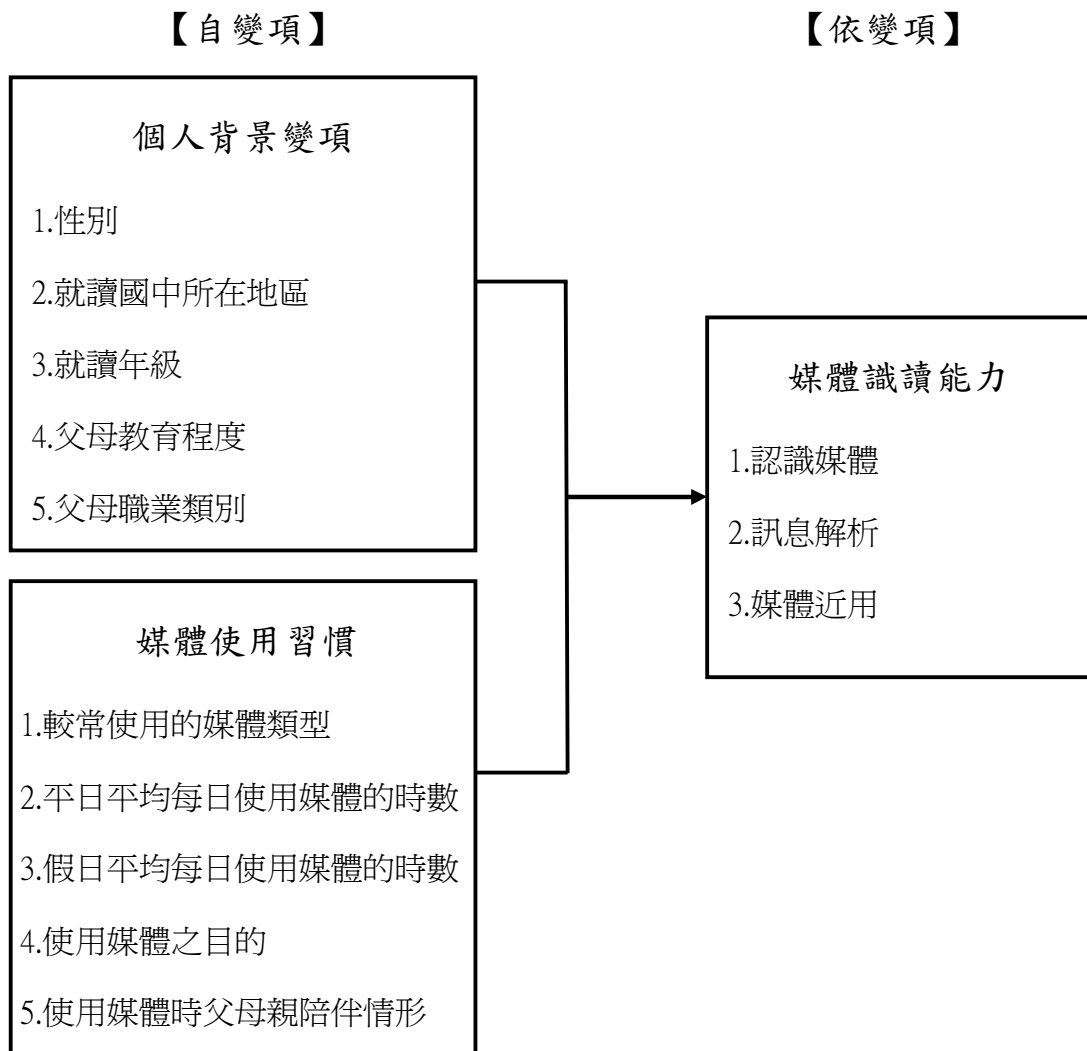


圖 3-1-1 雙北地區國中學生媒體識讀能力調查研究架構圖

資料來源：研究者自行整理。

從研究架構圖可知，本研究依據研究目的與問題，首先調查雙北地區國中學生的媒體識讀能力現況，問卷內容包含認識媒體、訊息解析及媒體近用三方面，以此量表的得分來代表其媒體識讀能力；接著，調查學生不同的個人背景與媒體使用習慣做為自變項，探求其在依變項媒體識讀能力上是否具有差異；另外，針對不同家庭社經地位、平日及假日平均每日使用媒體的時數不同之國中學生，分析其與媒體識讀能力之間是否存在關聯性；最後，再探討媒體識讀能力各層面之間是否有相關。

## 第二節 研究對象

### 壹、研究對象

本研究以雙北地區七、八、九年級國中學生為研究對象，根據教育部統計處公布的 101 學年度各校基本資料庫檔案—國民中學校別資料，整理出臺北市及新北市的公、私立及附設國中學校資料，如附錄二。

### 貳、抽樣方法

本研究為獲得雙北地區國中學生媒體識讀能力資料，在研究性質上，屬於了解大範圍現況的描述性、差異性和相關性問題，適合用調查研究法，又為顧及研究施測的時間性、經濟性與便利性，所以採用問卷調查。

在抽樣方式上，若採取隨機抽樣，不但可能受制於研究時間與人力的不足，還有問卷回收困難的顧慮，因此，先採取「分層比例抽樣」，而後進行「叢集抽樣」來選取施測對象。

本研究母群體共 214,935 人，根據 Creative Research Systems (2013) 於網路上所提供的樣本大小計算服務，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差在正負 3 個百分點以內時，抽取 1,062 位學生為樣本；抽到的學校選擇七、八、九年級各一班發放問卷，做為施測樣本。

#### 一、第一階段：分層比例抽樣

本研究主要比較臺北市、新北市的國中學生，媒體識讀能力是否具有差異，因此，第一階段採用分層比例抽樣，將所抽取的學生樣本數按比例分成兩個地區。透過教育部統計處所公布的 101 學年度國中人數資料，得出臺北市共有國中學生 84,673 人；新北市共有國中學生 130,262 人；雙北地區合計有 214,935 位國中生。按分層比例臺北市占兩區人數的 39%，新北市則占 61%。

## 二、第二階段：叢集抽樣

考慮抽樣的問卷回收率及便利性，經過分層比例計算後，第二階段研究者採用叢集抽樣的方式來獲取研究樣本。本研究以「班級」為抽樣單位，亦即在各分層中，使所有班級都有相同的被抽取機率；為了避免同一市內所抽取的班級有過度集中於某行政區，而造成學生能力落差的現象，將臺北市依行政區劃分為 12 區（中正區、大同區、中山區、松山區、大安區、萬華區、信義區、士林區、北投區、內湖區、南港區、文山區），新北市劃分為 29 區（萬里區、金山區、板橋區、汐止區、深坑區、石碇區、瑞芳區、平溪區、雙溪區、貢寮區、新店區、坪林區、烏來區、永和區、中和區、土城區、三峽區、樹林區、鶯歌區、三重區、新莊區、泰山區、林口區、蘆洲區、五股區、八里區、淡水區、三芝區、石門區），每區隨機抽取學校，以不重覆為原則，以期所抽取的樣本更具代表性。

估算 101 學年度國中平均每班人數約 30 人，抽到的學校中隨機選取三個班作為問卷施測對象，但為了使樣本能平均涵蓋七、八、九年級的班級，因此每年級各選一班施測。依據第一階段分層比例抽樣的比例分配，本研究發放樣本數為 1062 份，共抽取 13 所學校，每校 3 個班。詳細的抽樣樣本分配如下表 3-2-1：  
表 3-2-1

雙北地區國中分層與叢集抽樣樣本分配表

地區別	行政區數	人數	每層比例	抽取 學校數	抽取 班級數	抽取 學生人數
台北市	12 區	84673 人	39%	5 校	15 班	414 人
新北市	29 區	130262 人	61%	8 校	24 班	648 人
總計	41 區	214935 人	100%	13 校	39 班	1062 人

資料來源：研究者自行整理。

## 參、研究樣本

本研究施測工作自民國一百零三年四月十五日開始，至民國一百零三年五月十日，共計施測 13 所學校，發出 1170 份問卷。問卷回收整理後，剔除空白及漏答題目而作廢問卷共 85 份，回收之有效問卷共計 1085 份，實際有效問卷回收率為 92.7%。本研究抽樣學校與問卷發放及回收狀況如表 3-2-2。

表 3-2-2

本研究抽樣學校與問卷發放及回收狀況一覽表

學校 所在地區	學校 名稱	發放 問卷數 (份)	回收有效 問卷數(份)	有效問卷 小計(份)	有效問卷 回收率(%)
台北市	南港區 南港高中 國中部	90	83	423	39%
	大安區 仁愛國中	90	84		
	信義區 信義國中	90	87		
	松山區 敦化國中	90	86		
	內湖區 麗山國中	90	83		
新北市	樹林區 樹林高中 國中部	90	81	662	61%
	泰山區 泰山國中	90	86		
	金山區 金山高中 國中部	90	83		
	板橋區 海山高中 國中部	90	89		
	汐止區 汐止國中	90	86		
	三重區 明志國中	90	82		
	土城區 土城國中	90	77		
	石碇區 石碇高中 國中部	90	78		
總計	13 所	1170	1085		100%

資料來源：研究者自行整理。



## 第三節 研究工具

本研究以「國中生媒體識讀能力調查問卷」為研究工具，探討雙北地區國中學生媒體識讀能力現況與不同背景變項下其能力是否具有差異，以下將研究問卷編製的過程詳加描述。

### 壹、研究問卷編製

以「國中生媒體識讀能力調查問卷」為研究工具，問卷內容包含三個部分：「國中生媒體識讀能力量表」、「媒體使用習慣」和「個人背景資料」。以下將逐步說明研究問卷之編製過程。

#### 一、編製依據

本量表是參考自郭宜婷（2010）所發展之「國中學生媒體識讀能力施測問卷」（見附錄三），此問卷採用德懷術，邀請國內十一名不同專長之媒體識讀相關領域人士組成專家群，並在為期四個月完成來回三次的匿名討論下建構而成，發表於《國中學生媒體識讀能力施測問卷之建構》論文中，研究者認為此問卷的建構方法嚴謹，並且經過專家來回檢視，具有一定的信效度，故而採之。

#### 二、初步修改問卷

##### （一）「學生背景資料」改為「媒體使用習慣」及「學生背景資料」

原問卷包括性別、父母親教育程度、父母親職業類別、每日上網頻率、新聞獲取主要來源，共有七個部分。把學生個人背景變項的資料與媒體使用習慣，開成兩個部分，更能明確區分影響媒體識讀能力因素的不同面向。另外，原問卷中「每日上網頻率」及「新聞獲取主要來源」的問題，不適用於所有受試者，可能有學生沒辦法每日上網或是根本不看新聞，如此一來便無法作答，因此在題項上略作調整。

## (二) 調整「國中學生媒體識讀能力調查問卷」

1. 將此部分問卷標題由「國中學生媒體識讀能力調查問卷」改為「國中生媒體識讀能力量表」。
2. 依據題目的排列順序考量：「簡單易答者放在前面」、「相關的題目宜放在一起」、「題目的排列須遵循邏輯順序」，將原問卷的題目順序重新調整，整理如下（表 3-3-1、表 3-3-2、表 3-3-3）：

表 3-3-1

### 分量表一：「認識媒體」題號調整

原問卷題號	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
調整後題號	12	1	2	3	8	6	9	4	11	7	5	10

資料來源：研究者自行整理。

表 3-3-2

### 分量表二：「訊息解析」題號調整

原問卷題號	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
調整後題號	23	13	16	14	15	24	18	19	17	20	21	22

資料來源：研究者自行整理。

表 3-3-3

### 分量表三：「媒體近用」題號調整

原問卷題號	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
調整後題號	35	30	33	29	34	31	25	26	28	32	36	27

資料來源：研究者自行整理。

3. 為符合「一個題目只測一個觀念或事件」而調整的題目（表 3-3-4）：

表 3-3-4

為符合「一個題目只測一個觀念或事件」而調整的題目

原題目	我會利用網際網路搜尋、獲取 <b>國內外</b> 的新知。
修改後題目	我會利用網際網路搜尋、獲取 <b>國內</b> 的新知。
修改原因	我認為國中生會搜尋國內新知即可，若列了國內外會有兩個事件在同一題目中，讓作答者不知如何填答。

資料來源：研究者自行整理。

4. 為了語句通順、邏輯正確而調整的題目（表 3-3-5、表 3-3-6）：

表 3-3-5

為了語句通順而調整的題目

原題目	媒體報導「男同志辦性愛 <b>派對轟趴</b> 、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分是如此。
修改後題目	媒體報導「男同志辦性愛 <b>派對</b> 、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分是如此。
修改原因	「派對」和「轟趴」同義，重複出現會變成贅字。

資料來源：研究者自行整理。

表 3-3-6

爲了邏輯正確而調整的題目

原題目	廣告說：「借錢是高尚的行爲！」所以我會多使用信用卡進行消費。
修改後題目	廣告說：「借錢是高尚的行爲！」所以不管有沒有經濟能力，我會多向銀行預借現金來進行消費。
修改原因	使用信用卡不一定就是借錢的行爲，若能控制好收支，信用卡也能是妥善管理財富的管道，因此我認爲應修改題目。

資料來源：研究者自行整理。

經過上述研究者對問卷的局部調整，將形成本研究之初步問卷，而初步問卷必須再進行專家效度與預試分析後，才能編製成爲正式問卷。

### 三、填答與計分

「國中生媒體識讀能力量表」採 Likert 五點量尺計分，每個題目的反應項目可分爲「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」，由受試者根據題目判斷，從中選取一項，分別給予 5 分、4 分、3 分、2 分及 1 分，若爲反向題則採取反向計分，依序從「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」，分別給予 1 分、2 分、3 分、4 分及 5 分。

### 貳、問卷信、效度之建立

研究者欲透過彙整專家效度問卷並實施預試，建立本研究問卷之信、效度。經參考郭宜婷（2010）所發展之「國中學生媒體識讀能力施測問卷」，研究者初步做題目的微幅修改，邀請相關學科知識專家提供意見，梳理後擬訂出預試問卷；隨後立即實施預試，透過統計分析，針對問卷中的「國中生媒體識讀能力量表」進行項目分析及信度分析，用來做爲問卷題目保留、修改或刪除的依據，

以確立正式問卷。

## 一、建立專家效度

### (一) 邀請專家填寫專家效度問卷

本問卷初稿分為三部分，第一部分國中生媒體識讀能力量表有 36 題，第二部分媒體使用習慣有 4 題，而第三部分個人背景資料則有 7 題，採「適合」、「修正後適合」、「不適合」三項意見勾選方式，並提供修正欄讓專家填寫具體修改意見；為提高本問卷的內容效度，協助確認題目用字遣辭是否適合國中學生、是否有語意不詳之處等，特別邀請具有媒體識讀相關學科知識專家提供意見，專家名單如表 3-3-7。

表 3-3-7

專家效度名單表

專家名冊	職稱	專業背景
王錦雀教授	國立台灣師範大學公民教育與活動領導學系 副教授	在大學開設媒體識讀相關課程
曾永清教授	國立台灣師範大學公民教育與活動領導學系 副教授	高等統計方法、問卷編製專長
林佳霈老師	台北市立三民國民中學公民老師	曾經修習過媒體識讀相關課程、參加媒體識讀教案比賽
胡傑揚老師	桃園縣立永豐高級中學國中部公民老師	曾經修習過媒體識讀相關課程

資料來源：研究者自行整理。

### (二) 彙整專家意見

將專家效度問卷加以彙整統計，若該題被評定為「適合」或「修正後適合」比例合計達 75%，則將該題列為預試問卷內容，反之則剔除，並與指導教授討論專家意見為「修正後適合」的題目，調整其用字遣詞及語意不詳之處，將之修正後再編入問卷中，整理如附錄四。

## 二、實施預試

### (一) 預試問卷內容

經過研究者對郭宜婷（2010）使用德懷術所發展之媒體識讀問卷進行初步修改之後，將此做為本研究的預試問卷（見附錄五），擬於 102 年 3 月進行預試。

預試問卷共計 47 題，第一部分「國中生媒體識讀能力量表」共 36 題，分為三個分量表：「認識媒體」12 題、「訊息解析」12 題、「媒體近用」12 題，其中反向題有 20 題，如下表 3-3-8 所示；問卷第二部分是「媒體使用習慣」共 4 題；第三部分為「學生背景資料」共 7 題。

表 3-3-8

預試問卷「國中生媒體識讀能力量表」構面與題號分配

構面	預試問卷題號	反向題號	總題數
認識媒體	1、2、3、4、5、6、7、8、9、 10、11、12	1、2、3、4、5、6、 7、10	12 題
訊息解析	13、14、15、16、17、18、19、 20、21、22、23、24	13、14、15、16、 17、18、20、22、 23、24	12 題
媒體近用	25、26、27、28、29、30、31、 32、33、34、35、36	28、34	12 題
合計	36 題	20 題	36 題

資料來源：研究者自行整理。

### (二) 預試對象

在預試問卷編製完成後，研究者於 102 年 3 月進行預試，預定選取臺北市三民國中七、八、九年級各 40 人做為預試對象，共發出問卷 120 份，得有效問卷 116 份，捨棄作答無效的廢卷 4 份，回收率為 97.7%。

## 二、預試結果分析

### (一) 項目分析

項目分析的主要目的在於檢核所編製問卷的個別題項之適切或可靠程度（吳明隆，2007）。本研究將預試結果進行項目分析的各项統計，包括極端值比較（決斷值）、題項與總分相關，以及同質性檢驗中的題項刪除後的 $\alpha$ 值，操作方法如下所述，並將各項統計量整理如表 3-3-9：

1. 遺漏值檢驗：檢視各個題項之漏答情形，評估受測者是否抗拒或難以回答某一個題目，主要以各題目漏答人數占該題總作答人數的百分比表示；本研究設定之遺漏值應小於等於 3%，不符合之題項應予以刪除。

2. 題項與分量表總分相關：分析各個題項與分量表總分之相關係數，如果個別題項與總分的相關愈高，表示題項與整體量表的同質性愈高，所要測量的心理特質或潛在行為更為接近（吳明隆，2007）；本研究設定題項與分量表總分相關須達 0.3 以上為佳。

3. 同質性檢驗中的題項刪除時的 Cronbach's  $\alpha$  值：檢視題項刪除後，整體量表的信度係數變化情形；若題項刪除後的量表整體信度係數（ $\alpha$  值）比原先總量表的信度係數高出許多，則表示此題項與其餘題項所測得的能力特質可能不同，可考慮將此題項刪除。

表 3-3-9

預試問卷「國中生媒體識讀能力量表」各題目項目分析摘要表

構面	預試問卷題號	遺漏檢驗	題項與分量表總分相關	分量表的 $\alpha$ 值	題項刪除時的 Cronbach's $\alpha$ 值	保留與否
認識媒體	1	.00%	.329	.711	.684	○
	2	.00%	.325		.685	○

構面	預試問卷題號	遺漏檢驗	題項與分量表總分相關	分量表的 $\alpha$ 值	題項刪除時的Cronbach's $\alpha$ 值	保留與否		
	3	.90%	.424		.673	○		
	4	.00%	.453		.668	○		
	5	.00%	.487		.658	○		
	6	.00%	.299		.699	○		
	7	.90%	.511		.662	○		
	8	.00%	.419		.672	○		
	9	.90%	.132		.714	X		
	10	.90%	.359		.681	○		
	11	.90%	.395		.675	○		
	12	2.60%	.088		.720	X		
	訊息解析	13	.00%		.025	.711	.746	X
		14	.00%		.503		.673	○
15		.00%	.475	.674	○			
16		.00%	.570	.664	○			
17		.00%	.382	.688	○			
18		.00%	.558	.660	○			
19		.90%	.336	.694	○			
20		.00%	.484	.670	○			
21		.90%	.332	.694	○			
22		.00%	.434	.682	○			
23		.90%	.301	.698	○			
24		.00%	-.004	.749	X			
媒體近用	25	.00%	.564	.693	.634	○		
	26	.00%	.332		.674	○		
	27	.00%	.546		.638	○		
	28	.90%	.021		.716	X		
	29	.00%	.413		.666	○		
	30	.00%	.430		.657	○		
	31	.00%	.375		.668	○		
	32	.00%	.273		.682	○		
	33	.90%	.294		.679	○		
	34	.00%	-.020		.716	X		



構面	預試問卷題號	遺漏檢驗	題項與分量表總分相關	分量表的 $\alpha$ 值	題項刪除時的 Cronbach's $\alpha$ 值	保留與否
	35	.90%	.401		.662	○
	36	.00%	.294		.680	○
判標準則		$\leq 3\%$	$\geq 0.3$		$\leq$ 分量表 $\alpha$ 值	

資料來源：研究者自行整理。

由上表項目分析統計量整理結果顯示，在預試回收問卷的遺漏值檢驗上，所有題項均小於等於 3%，表示國中學生對於本問卷所有的題目，並未產生抗拒或難以回答的情形；另外，在題項與分量表總分相關方面，判標準則為大於等於 0.3，未達標準的題項共 10 題，分別為第 6、9、12、13、24、28、32、33、34、36 題，其中，第 6 題的相關係數是 0.299，第 32 題是 0.273，第 33 及 36 題是 0.294，雖然小於 0.3，但數值十分接近，為了保持題目的多樣性與完整性，研究者與指導教授討論後，決定保留第 6、32、33、36 四題，刪除第 9、12、13、24、28、34 題六題。

最後，同質性檢驗中的題項刪除時的 Cronbach's  $\alpha$  值方面，統計出各量表的 Cronbach's  $\alpha$  值分別是：認識媒體構面 0.711、訊息解析構面 0.711、媒體近用構面 0.693。判標準則為小於等於各分量表的 Cronbach's  $\alpha$  值，未達標準的題項共 6 題，分別為第 9、12、13、24、28、34 題，予以刪除。

經過項目分析統計的綜合討論，將預試問卷中第 9、12、13、24、28、34 題刪除，保留其餘 30 題編入正式問卷。

## (二) 信度分析

「國中生媒體識讀能力量表」包含三個分量表，各分量表及總量表採取內部一致性信度，期待分量表的 Cronbach  $\alpha$  係數均大於 0.6，而總量表的 Cronbach  $\alpha$  係數能大於 0.7，且越高越好。預試問卷內部一致性信度統計結果如表 3-3-10：

表 3-3-10

預試問卷「國中生媒體識讀能力量表」的 Cronbach  $\alpha$  係數

構面	Cronbach $\alpha$ 係數	
	分量表	總量表
認識媒體	.711	.738
訊息解析	.711	
媒體近用	.693	

資料來源：研究者自行整理。

根據各分量表及總量表內部一致性信度統計結果，認識媒體構面 0.711、訊息解析構面 0.711、媒體近用構面 0.693，均大於 0.6；而總量表的 Cronbach  $\alpha$  係數為 0.738，大於 0.7。由結果顯示此份問卷具有好的信度。

### 參、確立正式問卷

#### 一、國中生媒體識讀能力量表

本研究工具經由專家效度檢核並修改後，發放預試問卷，將預試結果進行項目分析以及信度分析，設定判標準則，刪除不適宜之題項，編製成正式問卷（詳如附錄六），共 30 題，如表 3-3-11、表 3-3-12 所示。

表 3-3-11

#### 國中學生媒體識讀能力調查預試問卷與正式問卷題號對照表

構面	正式問卷題號	預試問卷題號	題目內容	題數
認識媒體	1	1	越能吸引閱聽人關注的媒體（如：網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好），代表這些媒體的品質愈好。	10
	2	2	電視連續劇拍續集的最主要目的，是爲了服務觀眾。	
	3	3	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。	
	4	4	狗仔隊追新聞，其主要目的是爲了打抱不平、維持社會正義。	
	5	5	電視新聞會將世界各地的重要大事完整呈現。	

構面	正式問卷題號	預試問卷題號	題目內容	題數
	6	6	我們能看到正在直播的國外運動比賽，是因為我國主播都會在國外比賽現場進行播報。	
	7	7	綜藝節目的主持人一定是該節目內容的設計者。	
	8	8	廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。	
	9	10	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。	
	10	11	台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，這些頻道使用的是全民共有的頻譜資源，應負擔部分公共服務義務。	
訊息解析	11	14	為了衝高人氣，我會把任何訊息都放在自己的部落格或個人網頁中。	10
	12	15	媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味著男藝人一定出軌劈腿。	
	13	16	廣告說：「借錢是高尚的行為！」所以我會多使用信用卡進行消費。	
	14	17	媒體中幫派兄弟之間為了情義相挺而以暴力解決問題，因此，我們日常生活中為了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。	
	15	18	媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。	
	16	19	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。	
	17	20	擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、名模才算漂亮且受歡迎。	
	18	21	由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。	
	19	22	媒體報導過「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分也是如此。	
	20	23	綜藝節目中取笑他人的作法，只是博君一笑，無傷大雅，不會造成任何影響。	
媒體	21	25	我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。	10

構面	正式問卷題號	預試問卷題號	題目內容	題數
近用	22	26	我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。	
	23	27	我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。	
	24	29	我會利用網際網路搜尋、獲取新知。	
	25	30	我會使用媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。	
	26	31	人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。	
	27	32	政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。	
	28	33	我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。	
	29	35	我會投書或 Fax-In, Net-In, Call-In 給媒體，以反映意見或要求改善不當內容。	
	30	36	瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道進行申訴，例如：向媒體客服部申訴或投訴 NCC(國家通訊傳播委員會)。	

資料來源：研究者自行整理。

表 3-3-12

正式問卷「國中生媒體識讀能力量表」構面與題號分配

構面	正式問卷題號	反向題號	總題數
認識媒體	1、2、3、4、5、6、7、8、9、10	1、2、3、4、5、6、7、9	10 題
訊息解析	11、12、13、14、15、16、17、18、19、20	11、12、13、14、15、17、19、20	10 題
媒體近用	21、22、23、24、25、26、27、28、29、30		10 題
合計	30 題	16 題	30 題

資料來源：研究者自行整理。

爲了檢驗正式問卷試題確實能測得國中學生應具備的媒體識讀能力內涵，因此，下表 3-3-13 將量表內的各個題目分別與國中學生應具備的媒體識讀能力指標相對應，以達成問卷施測的目的。

表 3-3-13

正式問卷題目與國中學生應具備的媒體識讀能力指標對應

構面	包含的能力指標	國中學生媒體識讀能力量表之內涵題目	
		預試題號	預試問卷題目
1.認識媒體	1-1 認識媒體的產業組織、類型、政治與經濟特性	9	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。
		10	目前台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，他們的頻道爲電視台經營者所擁有。
	1-2 瞭解媒體產製資訊的過程	3	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。
		5	電視新聞將世界各地的事情完整呈現。
		6	我們能看到國外運動比賽直播，是因爲我國主播在國外比賽現場進行播報。
		7	綜藝節目的主持人即爲該節目內容的設計者。
	1-3 認識媒體與社會互動關係	8	產品廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。
		9	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。
	1-4 認識媒體建構真實的本質	1	網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好，代表這些媒體的品質愈好。
		2	電視連續劇拍續集的目的，最主要是爲了服務觀眾。
		3	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。
		4	狗仔隊追新聞，其主要目的是爲了打抱不

構面	包含的能力指標	國中學生媒體識讀能力量表之內涵題目	
		預試題號	預試問卷題目
			平、維持社會正義。
		5	電視新聞將世界各地的事情完整呈現。
2. 訊息解析	2-1 分析與明辨訊息來源與內容	11	爲了衝人氣，我會把任何訊息都放在我的部落格或個人網頁中。
		12	媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味男藝人出軌劈腿。
	2-2 分析訊息內容的影響	11	爲了衝人氣，我會把任何訊息都放在我的部落格或個人網頁中。
		13	廣告說：「借錢是高尙的行爲！」所以不管有沒有經濟能力，我會多向銀行預借現金來進行消費。
		14	媒體中幫派兄弟之間爲了情義相挺而以暴力解決問題，因此我們日常生活中爲了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。
	2-3 正確解讀訊息的意義、意識形態與價值觀等能力	15	媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。
		16	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。
		17	擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、女名模才算漂亮且受歡迎。
		18	由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。
		19	媒體報導「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分是如此。
	2-4 對訊息內容之批判	16	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。
		18	由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。
20		綜藝節目中取笑他人的作法只是博君一	

構面	包含的能力指標	國中學生媒體識讀能力量表之內涵題目	
		預試題號	預試問卷題目
3.媒體近用	3-1 主張公共資訊開放	26	人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。
		27	政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。
	3-2 應用媒體製作技巧與技術	24	我會利用網際網路搜尋、獲取國內的新知。
		25	我會使用相關媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。
	3-3 藉由公共論壇抒發己見等能力與經驗	21	我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。
		22	我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。
		23	我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。
	3-4 改變媒體刊載或播送內容的接近媒體能力	28	我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。
		29	我會透過媒體以投書或 Fax-In, Net-In, Call-In 媒體，以反應意見或要求改善不當內容。
		30	瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道申訴，例如：向媒體客服部申訴。

資料來源：整理自郭宜婷（2010）。國中學生媒體識讀能力施測問卷之建構（頁96-99）。國立臺灣師範大學，台北市。

## 二、媒體使用習慣

媒體使用習慣調查分為幾個題目：較常使用的媒體類型、平日及假日媒體的使用時數、使用媒體之目的、使用媒體時父母親陪伴情形。各個題目的選項內容說明如下：

- 一、較常使用的媒體類型：選項列出「電視」、「網路（含電腦、手機上網）」、「報紙」、「雜誌」、「廣播」和「其他」，本題可複選，請國中學生依自身情形，在選項中勾選較常使用的媒體類型。
- 二、在平日（星期一至星期五），平均每日使用媒體的時數：分為「4.5 小時以上」、「3~4.5 小時」、「1.5~3 小時」、「1.5 小時以內」和「完全不使用」五個選項，請國中學生選出一個最符合自身情況的項目。
- 三、在假日（星期六、日），平均每日使用媒體的時數：分為「4.5 小時以上」、「3~4.5 小時」、「1.5~3 小時」、「1.5 小時以內」和「完全不使用」五個選項，請國中學生選出一個最符合自身情況的項目。
- 四、使用媒體之目的：分為「娛樂」、「交朋友」、「吸收新知」、「無聊打發時間」、「課業上的需求」和「其他」六個選項，本題可複選，請國中學生依自身情形，在選項中勾選較常使用的媒體類型。
- 五、使用媒體時父母親陪伴情形：分為「總是有父母陪伴」、「偶爾有父母陪伴」、「無父母陪伴」三個選項，請國中學生選出一個最符合自身情況的項目。

### 三、個人背景資料

個人背景資料調查是為了解受試者的性別、就讀國中所在地區、就讀年級、家庭社經地位，是否影響國中學生的媒體識讀能力。個別題目的選項說明如下：

- 一、性別：分為「男」、「女」兩個選項。
- 二、就讀國中所在地區：配合本研究施測地區，分為「臺北市」、「新北市」兩個選項。
- 三、就讀年級：分為「七年級」、「八年級」、「九年級」三個選項。
- 四、家庭社經地位：依據林生傳（2005）修譯 A.B. Hollingshead 設計之「兩因素的社會地位指數」（Two Factor Index of Social Position）區分法，將



家庭社經地位以學生父母的教育程度與職業類別，進行加權後求出一綜合指數，再根據此綜合指數區分為五等級的家庭社經地位。父母親教育程度及職業類別分類如下：

- (一) 父母親教育程度：分為「得有碩士、博士學位者」(第一級)、「大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者」(第二級)、「大學肄業、專科畢業者」(第三級)、「高中、職畢業者」(第四級)、「國中畢業者及其他」(第五級)五個選項，依序以數值(指數)5、4、3、2、1為代表。
- (二) 父母親職業類別：依職業分類表(如表 3-3-14)，分為「第一類」(高級專業人員，高級行政人員)、「第二類」(專業人員，中級行政人員)、「第三類」(半專業人員，一般公務人員)、「第四類」(技術性工人)、「第五類」(半技術，非技術工人)五個選項，依序以數值(指數)5、4、3、2、1為代表。

表 3-3-14

### 職業分類表

類別	職業項目
第一類	大學校長、大學教師、醫師、大法官、特任或簡任級公務員(高階，如部長、處長、次長、局長、主任秘書等)、國大代表、立法委員、監察委員、考試委員、董事長、總經理、將級軍官、外交官、資產階級
第二類	中小學校長、中小學教師、會計師、法官、推事、律師、工程師、建築師、薦任級公務員(中階，如科長、課長、秘書、技正等)、公司行號科長、院轄市議員、經理、襄理、協理、副理、校級軍官、警官、作家、畫家、音樂家、新聞或電視記者、一般企業負責人、經理階級
第三類	技術員、技佐、委任級公務員(初階，如科員、行員、技佐等)、科員、金融機構行員、出納員、縣市議員、鄉鎮市民代表、批發商、代理商、包商、尉級軍官、警察、消防隊員、秘書、代書、電影或電視演員、小資產階級
第四類	技工、水電工、店員、小店主、零售員、推銷員、自耕農、司機、

類別	職業項目
	裁縫、廚師、美容師、美髮師、士(官)兵、打字員、領班、監工、勞工階級
第五類	工廠工人、小販、農夫、漁夫、建築工、清潔工、雜工、臨時工、工友、建築物看管人、僱工、服務生、家庭主婦(夫)、家管

資料來源：修改自郭宜婷(2010)。**國中學生媒體識讀能力施測問卷之建構**(頁192)。國立臺灣師範大學，台北市。

本研究對於家庭社經地位的計算，是以父母親中教育程度或職業等級較高者為代表，若該生為隔代教養、寄養家庭或失親等狀況，則採法定監護人之教育程度和職業，做為家庭社經地位的衡量依據。參照林生傳(2005)加權合併教育程度與職業類別的計算方式，將教育程度指數乘以4、職業類別指數乘以7所得兩數相加，做為家庭社經地位的區分，社經地位指數52-55為第一級，41-51為第二級，30-40為第三級，19-29為第四級，11-18為第五級。研究者依本研究之需要，將第一、二級歸為高社經地位；第三級歸為中社經地位；第四、五級則為低社經地位。整理家庭社經地位指數計算(表3-3-15)如下：

表 3-3-15

#### 家庭社經地位指數計算

教育等級	教育指數	教育加權	職業類別	職業指數	職業加權	社經地位指數	家庭社經地位
第一級	5	4	第一類	5	7	$5 \times 4 + 5 \times 7 = 55$	52 - 55 (高)
第二級	4	4	第二類	4	7	$4 \times 4 + 4 \times 7 = 44$	41 - 51 (高)
第三級	3	4	第三類	3	7	$3 \times 4 + 3 \times 7 = 33$	30 - 40 (中)
第四級	2	4	第四類	2	7	$2 \times 4 + 2 \times 7 = 22$	19 - 29 (低)
第五級	1	4	第五類	1	7	$1 \times 4 + 1 \times 7 = 11$	11 - 18 (低)

資料來源：修改自林生傳(2005)。**教育社會學**(頁50)。台北市：巨流。

## 第四節 研究流程

本研究流程分爲數個步驟，各步驟間環環相扣、循序漸進、缺一不可，如圖 3-4-1 所示。茲將研究進行步驟說明如下：

### 壹、確立研究主題

結合研究者修習的專業領域課程與感興趣的議題，找出許多具研究價值的題目，並從此些題目中評估進行研究的可行性與必要性，以確立研究主題。

### 貳、蒐集相關文獻並建立研究架構

蒐集與本研究主題相關之文獻資料，如：國內外相關論文、專書、期刊、學報、網站、研討會內容、教育部出版品等等，經過研究者閱讀後的內化與彙整，建立本研究之研究架構。

### 參、編製施測問卷

本研究採問卷調查法，因此問卷的編製是研究流程中不可或缺的步驟之一。以郭宜婷（2010）所發展之「國中學生媒體識讀能力施測問卷」爲主要參考，經過專家效度檢驗，再由研究者與指導教授討論後，完成預試問卷的編製。

將編製好的預試問卷進行預試，並把施測結果做項目分析與內部一致性 Cronbach  $\alpha$  係數考驗，隨後依據考驗後的統計資料進行分析。

預試的問卷進行統計考驗後，訂定標準決定題目的刪除、修正或保留，據以編製成正式問卷，以利施測。

### 肆、進行問卷調查

正式問卷題項內容確定後，再次確認其信度、效度與鑑別度，依抽樣範圍發放問卷進行調查。

### 伍、回收問卷

訂定問卷回收時間，依時程將施測問卷收回，經過研究者檢視與整理，剔

除無效樣本，以利分析。

## **陸、進行統計分析**

採用 SPSS for Microsoft Windows 統計軟體 20.0 版，依描述統計、t 考驗、單因子變異數分析及皮爾森積差相關方法進行分析。

## **柒、撰寫研究報告**

緊扣本研究之研究目的及研究問題，一一進行探討並撰寫研究報告，來回檢視通份研究報告是否前後貫通、文義流暢，以提高研究之品質。

另外，值得一提的是，整個研究流程是由「文獻蒐集與探討」所貫穿的；每個步驟的進行，無論是遇到困難翻找文獻資料查閱，抑或是藉由文獻的閱讀增加與本研究主題相關的背景知識，都要不斷地進行文獻蒐集與探討，強化本研究之嚴謹度與可信度！

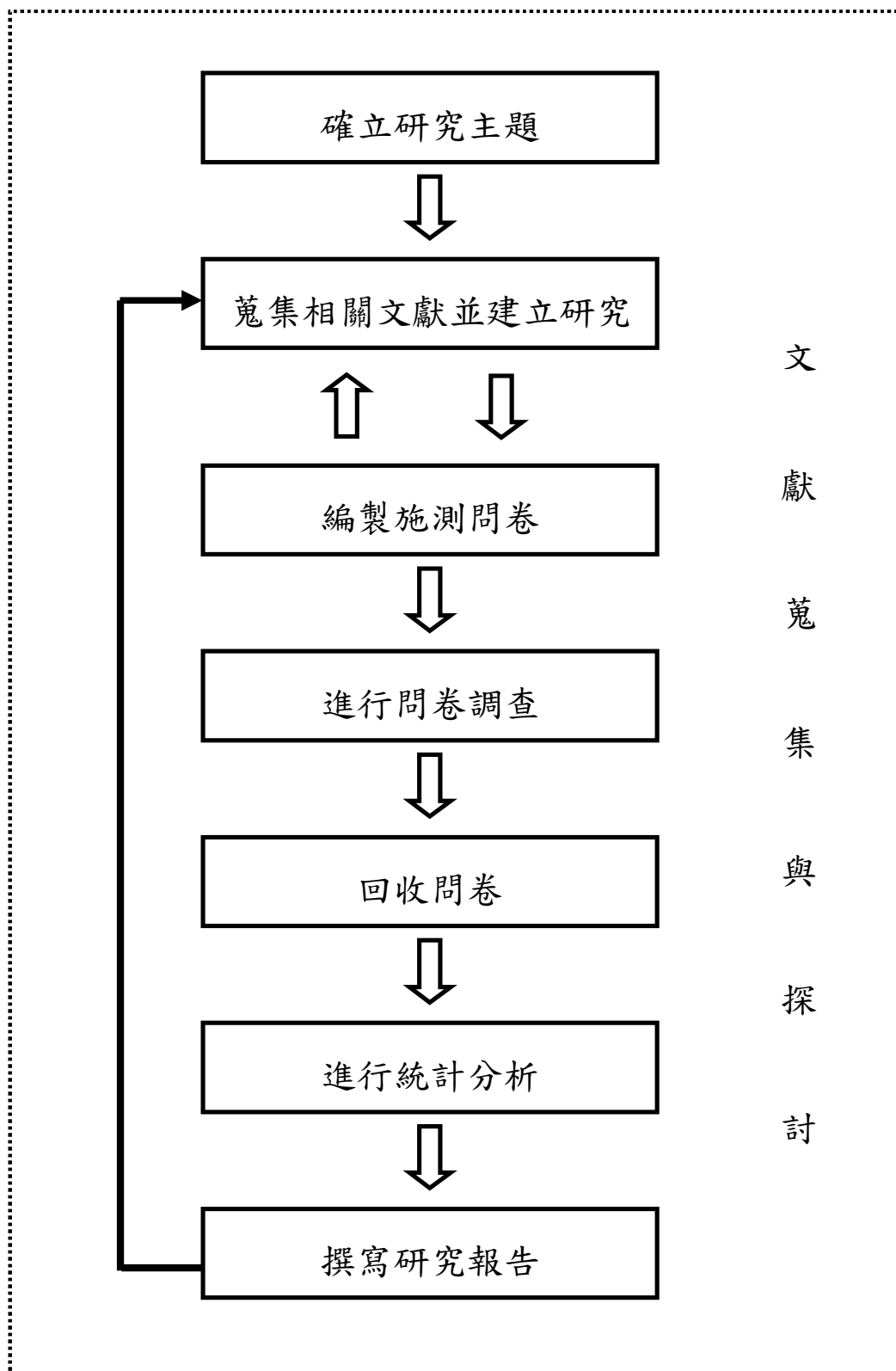


圖 3-4-1 研究流程

資料來源：研究者自行整理

## 第五節 資料分析

本研究正式問卷回收後所得之資料，經過整理、編碼後，使用 SPSS for Windows 20.0 統計套裝軟體進行資料分析。本研究所定之統計顯著水準為.05，茲將所採用的統計方法，分述如下：

### 壹、描述統計 (Descriptive Statistics)

本研究以平均數、次數分配表及百分比等描述性統計方法，了解抽樣學生的「個人背景變項」概況及分布情形，並呈現學生的「媒體使用習慣」，另外，也能看出雙北地區國中學生在「媒體識讀量表」的得分情況，用以回答研究問題一（雙北地區的國中學生媒體識讀能力現況為何？）。

### 貳、t 考驗 (t-test)

t 考驗適用於兩組平均數差異的檢定（王保進，2006）。本研究採用獨立樣本 t 考驗檢定受試學生的「性別」與「就讀國中所在地區」在「國中生媒體識讀力量表」上，是否具有顯著差異。

### 參、單因子變異數分析 (one-way ANOVA analysis)

變異數分析是使用 F 考驗的一種統計方法，用來檢定多組平均數之間的差異顯著性（王保進，2006）。本研究利用單因子變異數分析來檢驗受試者的「年級」、「父母社經地位」、「平日平均每日使用媒體的時數」、「假日平均每日使用媒體的時數」與「使用媒體時父母親陪伴情形」在「國中生媒體識讀力量表」上，是否具有顯著差異，若該項分析結果達到顯著時，則以薛費法進行事後比較。

### 肆、皮爾森積差相關 (Pearson product-moment correlation)

皮爾森積差相關用來表示兩個連續變項間的關聯程度。本研究採取皮爾森積差相關來了解國中學生「父母社經地位」、「平日平均每日使用媒體的時數」、

「假日平均每日使用媒體的時數」與「國中生媒體識讀能力量表」的得分之間，是否存在相關性；另外，亦採用此一統計方法來分析媒體識讀能力各分量表（認識媒體、訊息解析、媒體近用）之間與各分量表和總量表之間的相關性。

## 第四章 研究結果與分析

本章針對「雙北地區國中學生媒體識讀能力調查問卷」所得資料，進行統計分析並呈現結果。本章共有七節，依序就雙北地區國中學生背景資料及媒體使用習慣之分析、雙北地區國中學生媒體識讀能力現況分析、雙北地區國中學生背景變項與媒體識讀能力之差異性分析、雙北地區國中學生媒體使用習慣與媒體識讀能力之差異性分析、雙北地區國中學生背景變項及媒體使用習慣與媒體識讀能力之相關性分析、雙北地區國中學生媒體識讀能力各構面之相關性分析，逐一闡明。

### 第一節 雙北地區國中學生背景資料及媒體使用習慣之分析

本節針對雙北地區國中學生背景資料及媒體使用習慣逐一分析，以描述統計方法呈現樣本之次數分配及百分比，陳述如下。

#### 壹、雙北地區國中學生背景資料之分析

在回收之有效樣本中，進行雙北地區國中學生背景資料之描述性統計分析，如表 4-1-1 所示。

##### 一、性別

本研究回收之有效樣本中，男學生為 531 人，佔 48.9%；女學生為 554 人，佔 51.1%。男女比例將近 1：1，大致符合母群體的男女學生比例。

##### 二、就讀國中所在地區

有效樣本中，就讀國中所在地區為臺北市的學生為 423 人，佔 39.0%；就讀國中所在地區為新北市的學生為 662 人，佔 61.0%，符合母群體臺北市及新北市國中生的人數比例。



### 三、就讀年級

本研究有效樣本中，七年級的學生數為 369 人，佔 34.0%；八年級的學生數為 366 人，佔 33.7%；九年級的學生數為 350 人，佔 32.3%。七、八、九年級學生比例將近 1：1：1。

### 四、家庭社經地位

本研究回收之有效樣本中，依據父母親教育程度及職業類別加以計算後，屬於低社經地位家庭的學生有 549 人，佔 50.6%；中社經地位家庭的學生有 269 人，佔 24.8%；高社經地位家庭的學生有 267 人，佔 24.6%。由描述統計資料顯示，本研究樣本中，低社經地位家庭的學生約佔半數，而中、高社經地位家庭學生各佔四分之一左右。

表 4-1-1

#### 雙北地區國中學生背景資料之分析

背景變項	內容	人數(人)	百分比(%)
性別	男生	531	48.9
	女生	554	51.1
就讀國中 所在地區	臺北市	423	39.0
	新北市	662	61.0
就讀年級	七年級	369	34.0
	八年級	366	33.7
	九年級	350	32.3
家庭社經地位	低社經地位	549	50.6
	中社經地位	269	24.8
	高社經地位	267	24.6

### 貳、雙北地區國中學生媒體使用習慣之分析

將本研究回收之有效樣本，進行雙北地區國中學生媒體使用習慣之描述性統計分析，闡述如下。

## 一、較常使用的媒體類型

在較常使用的媒體類型上，依國中學生的個人情況勾選，並且採複選方式；本研究回收之有效樣本，如表 4-1-2 所示，較常使用網路（含電腦、手機上網）的國中學生有 1047 人，佔 96.5%；較常使用電視的國中學生有 989 人，佔 91.2%；較常使用報紙的國中學生有 328 人，佔 30.2%；較常使用雜誌的國中學生有 219 人，佔 20.2%；較常使用廣播的國中學生有 149 人，佔 13.7%；較常使用其他媒體的國中學生有 5 人，佔 0.5%。

由統計資料顯示，國中學生較常使用的媒體類型以使用網路（含電腦、手機上網）的比例最高，達到 96.5%，幾乎是人人都常使用的情況，其次是使用電視，也高達九成以上。將此一研究結果呼應文獻資料，賴慧玲（2010）彙整富邦文教基金會 2008-2009 年對兒童與青少年媒體使用行為的調查結果，發現電視仍是兒青少投入最多時間的媒體，但是網路與手機的使用與重要性都在快速的成長中，已有超越電視的現象，在本研究調查結果可看出，國中學生較常使用的媒體類型已從傳統電視轉為網際網路！

國中學生較常使用的媒體類型，由高至低排序為：網路（含電腦、手機上網）、電視、報紙、雜誌、廣播。另外，填其他的學生中，有兩位寫「Facebook」，其實也是屬於使用網路（含電腦、手機上網）的類型，可見國中學生最常使用的媒體型態以網路居冠。

表 4-1-2

**雙北地區國中學生較常使用的媒體類型次數分配表**

較常使用的媒體類型	人數	百分比（%）
網路(含電腦、手機上網)	1047	96.5
電視	989	91.2
報紙	328	30.2
雜誌	219	20.2
廣播	149	13.7
其他	5	0.5

## 二、平日平均每日使用媒體的時數

在本研究回收之有效樣本中，雙北地區國中學生平日平均每日使用媒體的時數統計如表 4-1-3 所示。平日使用媒體時數達 1.5 小時以內的學生有 356 人，佔 32.8%；使用 1.5~3 小時的學生有 350 人，佔 32.3%；使用 3~4.5 小時的學生有 169 人，佔 15.6%；使用 4.5 小時以上的學生有 166 人，佔 15.3%；平日完全不使用媒體的學生有 44 人，佔 4.1%。

由統計資料可知，國中學生平日平均每日使用媒體的時數在 1.5~3 小時及 1.5 小時以內的人數最多，加起來約佔六成五左右，而使用 3~4.5 小時及 4.5 小時以上者，合起來也有三成的學生，僅僅 4.1% 的學生在平日完全不使用媒體；若考量國中學生在周一至周五的時間分配，從早起上學至放學，在校時間將近 10 個小時，再扣掉正常睡眠時間 8 小時，以及晚餐及盥洗 1 小時，僅剩 5 小時自由運用的時間，有三成的孩子都花在媒體使用上！

表 4-1-3

雙北地區國中學生平日平均每日使用媒體的時數次數分配表

使用媒體的時數	人數	百分比 (%)
1.5 小時以內	356	32.8
1.5~3 小時	350	32.3
3~4.5 小時	169	15.6
4.5 小時以上	166	15.3
完全不使用	44	4.1

## 三、假日平均每日使用媒體的時數

在回收之有效樣本中，雙北地區國中生假日平均每日使用媒體的時數統計如表 4-1-4 所示。假日使用媒體時數達 4.5 小時以上的學生有 439 人，佔 40.5%；使用 3~4.5 小時的學生有 268 人，佔 24.7%；使用 1.5~3 小時的學生有 251 人，佔 23.1%；使用 1.5 小時以內的學生有 115 人，佔 10.6%；假日完全不使用媒體的學生有 12 人，佔 1.1%。

比較國中學生平日與假日平均每日使用媒體的時數資料發現，假日使用媒體時數明顯比平日更多，假日期間媒體使用達 4.5 小時以上的學生，達四成之強，而假日使用媒體 1.5 小時以上的國中學生更佔了八成八之多，僅有一成的學生完全不使用。

表 4-1-4

**雙北地區國中學生假日平均每日使用媒體的時數次數分配表**

使用媒體的時數	人數	百分比 (%)
4.5 小時以上	439	40.5
3~4.5 小時	268	24.7
1.5~3 小時	251	23.1
1.5 小時以內	115	10.6
完全不使用	12	1.1

#### 四、使用媒體之目的

依本研究有效樣本的統計，在使用媒體之目的上，根據國中學生的個人情況勾選，並且採複選方式，描述統計資料如表 4-1-5 所示。使用媒體之目的有娛樂的國中學生為 981 人，佔 90.4%；使用媒體之目的有無聊打發時間的國中學生為 865 人，佔 79.7%；使用媒體之目的有吸收新知的國中學生為 723 人，佔 66.6%；使用媒體之目的有交朋友的國中學生為 490 人，佔 45.2%；有課業上的需求之國中學生為 473 人，佔 43.6%；而目的為其他者為 21 人，佔 1.9%。

依統計資料顯示，幾乎有高達九成的國中學生使用媒體有娛樂之目的，近八成的學生是因為無聊打發時間，可見國中學生使用媒體以休閒娛樂功能為主；另外，傳播媒體也有提供訊息的功能，有六成六的國中學生利用媒體吸收新知；在教育文化方面，四成三的學生使用媒體是為了課業上的需求，也不算少數。勾選其他選項的國中學生，有五位填寫「聊天」，有三到四位是為了「關注自己的偶像動態」，另有國中生是為了「與同學有共同話題」。此外，值得注意的是，有國中學生在使用媒體之目的其他項目中填寫「援交」，這凸顯出部分

國中學生使用媒體的特殊需求，值得令人關切！

表 4-1-5

**雙北地區國中學生使用媒體之目的次數分配表**

使用媒體之目的	人數	百分比 (%)
娛樂	981	90.4
無聊打發時間	865	79.7
吸收新知	723	66.6
交朋友	490	45.2
課業上的需求	473	43.6
其他	21	1.9

### **五、使用媒體時父母親陪伴情形**

在本研究回收之有效樣本中，雙北地區國中學生使用媒體時父母親陪伴情形統計資料如表 4-1-6 所示。使用媒體時偶爾有父母陪伴的國中學生為 597 人，佔 55.0%；無父母陪伴的國中學生為 376 人，佔 34.7%；總是有父母陪伴的國中學生為 112 人，佔 10.3%。由統計數據可知，雙北地區國中學生使用媒體時偶爾有父母陪伴的人數佔一半，僅僅一成的學生總是有父母陪伴，近三成五的學生無父母陪伴。

表 4-1-6

**雙北地區國中學生使用媒體時父母親陪伴情形次數分配表**

父母親陪伴情形	人數	百分比 (%)
偶爾有父母陪伴	597	55.0
無父母陪伴	376	34.7
總是有父母陪伴	112	10.3

## 第二節 雙北地區國中學生媒體識讀能力現況分析

本節針對問卷回收統計後，雙北地區國中學生在媒體識讀能力量表的得分，做一分析，並將量表中各題的得分情形列出，以了解國中學生的媒體識讀能力現況。

### 壹、媒體識讀能力量表得分

本研究之「國中生媒體識讀能力量表」分為三個分量表：認識媒體、訊息解析、媒體近用，各分量表包含十個題項，總量表共 30 題，每個分量表滿分為 50 分，總量表滿分為 150 分，得分情況如表 4-2-1 所示。雙北地區國中學生於「認識媒體分量表」平均得分是 34.84 分，每題平均得分為 3.48 分，百分化得分為 69.68 分；「訊息解析分量表」平均得分是 39.45 分，每題平均得分為 3.95 分，百分化得分為 78.90 分；「媒體近用分量表」平均得分是 32.92 分，每題平均得分為 3.29 分，百分化得分為 65.84 分；「媒體識讀能力總量表」平均得分是 107.22 分，每題平均得分為 3.57 分，百分化得分為 71.48 分。

根據得分結果顯示，若將分數百分化並分成五種程度：1-20 分為低程度、21-40 分為中低程度、41-60 分為中等程度、61-80 分為中高程度、81-100 分為高程度；那麼，雙北地區國中生的媒體識讀能力屬於中高程度，在「訊息解析」的能力最強，其次是「認識媒體」能力，而「媒體近用」能力最低。

依研究者對於媒體識讀相關文獻的整理，吳翠珍、陳世敏（2007）曾將九年一貫課程目標與教育部（2002）《媒體素養教育政策白皮書》所提出的五大媒體識讀能力搭配比對，只有四個面向有對應到九年一貫的課程目標，其中少了「分析媒體組織」這一項，而「分析媒體組織」是屬於「認識媒體」構面的內容之一，國中生在此部分的得分果然較「訊息解析」為低。而在「媒體近用」的表現較差，顯示出國中學生在主張公共資訊開放、藉由公共論壇表達對社會重要時事的經驗上較為不足，也沒有足夠的信心能改變媒體刊載或播送的內

容，凸顯須加強學生媒體接近使用權之概念的重要性。

表 4-2-1

媒體識讀能力量表得分情況表

量表	平均得分	每題平均得分	百分化得分	得分排序 (1:最高)
認識媒體分量表	34.84	3.48	69.68	2
訊息解析分量表	39.45	3.95	78.90	1
媒體近用分量表	32.92	3.29	65.84	3
媒體識讀能力總量表	107.22	3.57	71.48	

## 貳、媒體識讀能力量表之各題得分情況

本研究所使用之國中學生媒體識讀能力量表，共有 30 個題項，採五點量表進行調查，每題最高得分為 5 分，最低為 1 分，得分愈高代表學生在該題的媒體識讀概念或能力愈強，反之則愈弱。各題平均得分由高至低排列，詳見表 4-2-2。

表 4-2-2

媒體識讀能力量表各題得分情況表

題號	題目	平均得分	標準差
13	廣告說：「借錢是高尚的行為！」所以我會多使用信用卡進行消費。	4.37	0.822
19	媒體報導過「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分也是如此。	4.26	0.869
24	我會利用網際網路搜尋、獲取新知。	4.18	0.864
14	媒體中幫派兄弟之間爲了情義相挺而以暴力解決問題，因此，我們日常生活中爲了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。	4.17	1.014
4	狗仔隊追新聞，其主要目的是爲了打抱不平、維持社會正義。	4.07	0.936
27	政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。	3.99	0.918

題號	題目	平均得分	標準差
16	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。	3.96	0.864
11	爲了衝高人氣，我會把任何訊息都放在自己的部落格或個人網頁中。	3.88	1.024
20	綜藝節目中取笑他人的作法，只是博君一笑，無傷大雅，不會造成任何影響。	3.88	0.935
12	媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味著男藝人一定出軌劈腿。	3.87	1.005
18	由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。	3.86	0.914
7	綜藝節目的主持人一定是該節目內容的設計者。	3.82	0.930
8	廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。	3.79	0.923
15	媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。	3.76	1.125
26	人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。	3.73	0.948
3	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。	3.72	1.079
9	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。	3.63	1.133
10	台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，這些頻道使用的是全民共有的頻譜資源，應負擔部分公共服務義務。	3.60	0.939
28	我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。	3.59	1.116
17	擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、名模才算漂亮且受歡迎。	3.43	1.099
21	我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。	3.43	1.166
23	我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。	3.28	1.098



題號	題目	平均得分	標準差
1	越能吸引閱聽人關注的媒體（如：網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好），代表這些媒體的品質愈好。	3.26	1.081
6	我們能看到正在直播的國外運動比賽，是因為我國主播都會在國外比賽現場進行播報。	3.09	1.177
5	電視新聞會將世界各地的重要大事完整呈現。	3.08	1.147
25	我會使用媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。	3.00	1.203
30	瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道進行申訴，例如：向媒體客服部申訴或投訴NCC(國家通訊傳播委員會)。	2.91	1.083
2	電視連續劇拍續集的最主要目的，是為了服務觀眾。	2.79	1.019
29	我會投書或Fax-In, Net-In, Call-In給媒體，以反映意見或要求改善不當內容。	2.70	1.131
22	我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。	2.11	0.957

由上列彙整資料可知，雙北地區國中學生媒體識讀能力調查問卷的填答結果，在第 13 題「廣告說：『借錢是高尚的行爲！』所以我會多使用信用卡進行消費。」的平均得分最高，為 4.37 分，標準差 0.822；此一結果與張毓珊（2012）針對桃園地區國中學生媒體識讀能力研究所呈現的學生答題表現相同，平均分最高的題目為：「廣告說：『借錢是高尚的行爲！』所以我們應該多使用現金卡借錢來消費。」根據雙北地區與桃園地區國中學生在量表得分的一致結果，研究者認為學生對於廣告訊息的行銷目的，有正確的認識，不輕易受影響。

值得注意的是，在現今媒體使用普及的社會，國中學生利用網際網路搜尋、獲取新知的能力大幅度提升，第 24 題：「我會利用網際網路搜尋、獲取新知。」平均得分為 4.18，標準差 0.864，是第三高分的題目，就如同 Roger Silverstone（1999）曾說：「現在的媒體位居人們經驗的核心，並且決定我們是否有能力理解我們所生活的世界。」，國中學生是媒體社會的原住民，由此題得分情況可知，

他們有能力使用媒體理解這個世界！

另外，得分最低的題目為第 22 題：「我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。」平均得分是 2.11 分，標準差 0.957；此一結果顯示，國中學生對於公共議題的關注較少，主動在媒體上發起討論的動機不強，缺少此方面的能力與經驗。

### 第三節 雙北地區國中學生背景變項與媒體識讀能力之差異性分析

本節將學生個人背景變項作為自變項，媒體識讀能力為依變項，進行獨立樣本 t 檢定或單因子變異數分析，分別探討性別、就讀國中所在地區、年級以及家庭社經地位不同的國中學生，在媒體識讀能力的表現上是否具有差異。

#### 壹、性別與媒體識讀能力之差異性分析

為瞭解不同性別的國中學生在媒體識讀各分量表及總量表的表現上，是否具有顯著差異，本研究進行獨立樣本 t 檢定，結果摘要表如表 4-3-1 所示。

表 4-3-1

不同性別的國中學生在媒體識讀能力之 t 檢定摘要表

量表	性別	人數	平均數	標準差	t 值
認識媒體 分量表	男	531	34.84	5.72	-0.053
	女	554	34.86	5.12	
訊息解析 分量表	男	531	38.94	5.52	-3.055**
	女	554	39.94	5.27	
媒體近用 分量表	男	531	33.44	6.08	2.869**
	女	554	32.43	5.52	
媒體識讀能力 總量表	男	531	107.22	10.69	-0.008
	女	554	107.23	10.24	

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

由上表可知，雙北地區不同性別的國中學生在「訊息解析分量表」( $t = -3.055, p \leq .01$ ) 的得分，具有顯著差異，且女生高於男生，另外，在「媒體近用分量表」( $t = 2.869, p \leq .01$ ) 的得分也達到顯著水準，男生的能力高於女生；但「認識媒體分量表」( $t = -0.053, p > .05$ ) 及「媒體識讀能力總量表」( $t = -0.008, p > .05$ ) 的平均數差異均未達顯著水準。

本研究結果顯示，國中學生不同性別雖然在「訊息解析分量表」及「媒體近用分量表」得分上具有顯著差異，但在「認識媒體分量表」及「媒體識讀能

力總量表」表現不因性別而有所差異，因此，整體來說，男女國中學生在媒體識讀能力上並無顯著差異。此結果與先前相關研究對照，和蔡菁秭（2000）於兒童電視識讀能力研究、何巧姿（2007）在大學生電視新聞識讀能力研究、潘恆惕（2007）對於電視識讀能力研究、古雅馨（2010）對高中職學生整體識讀能力研究及張毓珊（2012）針對桃園地區國中學生媒體識讀能力研究結果相同，男女無顯著差異。

針對此一結果，研究者以為在各個教育階段的多數研究皆顯示，男女的媒體識讀能力表現並無不同，這和近年來性別平等意識的提升或多或少有些關係，無論在家庭或學校教育場所，對於不同性別孩子的教育不再有差別，在生活中所接觸的媒體訊息也同等豐富，這也許就是性別在媒體識讀能力得分上無顯著差異的原因。

## 貳、就讀國中所在地區與媒體識讀能力之差異性分析

學生就讀國中所在地區不同在媒體識讀能力的表現上是否具有差異，是本研究的研究目的之一，研究者欲透過獨立樣本 t 檢定來驗證，並將結果呈現在下表 4-3-2 中。

表 4-3-2

不同國中所在地的國中學生在媒體識讀能力之 t 檢定摘要表

量表	所在地	人數	平均數	標準差	t 值
認識媒體	臺北市	423	35.55	5.56	3.413***
分量表	新北市	662	34.40	5.29	
訊息解析	臺北市	423	40.16	5.36	3.462***
分量表	新北市	662	39.00	5.41	
媒體近用	臺北市	423	32.78	5.82	-0.659
分量表	新北市	662	33.02	5.82	
媒體識讀能力	臺北市	423	108.48	10.40	3.190***
總量表	新北市	662	106.42	10.42	

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

透過表 4-3-2 統計可知，就讀國中所在地區不同的國中學生，在「認識媒體分量表」( $t=3.413, p \leq .001$ )、「訊息解析分量表」( $t=3.462, p \leq .001$ )及「媒體識讀能力總量表」( $t=3.190, p \leq .001$ )上，均達顯著差異，且呈現臺北市國中學生能力高於新北市的現象；惟有在「媒體近用分量表」( $t=-0.659, p > .05$ )的得分上，未達顯著差異。

依結果顯示，學生就讀國中位於臺北市，其媒體識讀能力的表現較國中位於新北市的學生優異；研究者認為，臺北市為臺灣的首善之都，享有的媒體資源十分豐富，在教育政策的推動上也領先其他各縣市，而新北市雖鄰近臺北市，卻在民國九十九年才升格為直轄市，晚了臺北市二十年的時間，在各項資源上難免有落差，這可能就是臺北市與新北市國中學生在媒體識讀能力的展現上有所差異的原因。

### 參、就讀年級與媒體識讀能力之差異性分析

爲了知道國中學生就讀年級不同，在媒體識讀能力的表現上是否具有差異，進行單因子變異數分析，若差異達顯著水準，則以 Scheffe 法事後比較各組間之差異情形，詳見表 4-3-3。

表 4-3-3

不同年級的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表

量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe 法 事後比較
認識媒體 分量表	七年級	369	34.52	5.53	5.279**	九 > 七年級 九 > 八年級
	八年級	366	34.44	5.49		
	九年級	350	35.62	5.16		
訊息解析 分量表	七年級	369	39.31	5.41	2.706	無
	八年級	366	39.08	5.32		
	九年級	350	39.99	5.49		

量表	年級	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe 法事後比較
媒體近用分量表	七年級	369	32.06	5.72	10.613***	九>七年級 九>八年級
	八年級	366	32.74	6.22		
	九年級	350	34.02	5.31		
媒體識讀能力總量表	七年級	369	105.89	10.20	14.082***	九>七年級 九>八年級
	八年級	366	106.27	9.99		
	九年級	350	109.63	10.81		

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

從表4-3-3的統計結果可知，就讀不同年級的國中學生，在「認識媒體分量表」( $F=5.279$ ,  $p \leq .01$ )、「媒體近用分量表」( $F=10.613$ ,  $p \leq .001$ )及「媒體識讀能力總量表」( $F=14.082$ ,  $p \leq .001$ )的得分上，均達顯著差異。而在「訊息解析分量表」( $F=2.706$ ,  $p > .05$ )，則沒有顯著差異之情形。

經由Scheffe法事後比較，無論是在「認識媒體分量表」、「媒體近用分量表」或「媒體識讀能力總量表」方面，都呈現九年級高於七年級的學生得分、九年級高於八年級的學生得分情形。此一結果顯示，高年級國中學生的媒體識讀能力顯著優於低年級國中學生，這與蔡菁秤(2000)、吳政峰(2008)、黃鏗嘉(2009)和蘇冠如(2009)的研究結果相同，隨著學生年級(齡)的增長，獲得更多的教學知識及生活經歷，無形中也增強了其媒體識讀能力。

由統計結果尚可發現，雖然九年級國中學生的得分顯著高於七、八年級，但在八年級與七年級國中學生的媒體識讀能力上卻無顯著差異，探究箇中原因，媒體識讀相關課程內容主要編寫於九年級第六冊公民教材中，於七、八年級教材內鮮少出現，由此可推測，透過教師配合課程落實媒體識讀教學，頗具成效。

#### 肆、家庭社經地位與媒體識讀能力之差異性分析

國中學生家庭社經地位不同，在媒體識讀能力的表現上是否具有差異，本研究進行單因子變異數分析，若差異達顯著水準，則以 Scheffe 法事後比較各組

間之差異情形，詳見表 4-3-4。

表 4-3-4

不同家庭社經地位的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表

量表	家庭社經地位	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe 法事後比較
認識媒體分量表	低	549	34.30	5.16	8.805***	高>低社經 高>中社經
	中	269	34.83	5.54		
	高	267	35.99	5.67		
訊息解析分量表	低	549	39.07	5.21	5.891**	高>低社經 高>中社經
	中	269	39.26	5.39		
	高	267	40.43	5.74		
媒體近用分量表	低	549	32.83	5.67	0.213	無
	中	269	32.93	5.78		
	高	267	33.11	6.17		
媒體識讀能力總量表	低	549	106.20	10.07	9.261***	高>低社經 高>中社經
	中	269	107.02	10.42		
	高	267	109.52	10.95		

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

從表4-3-4可知，不同家庭社經地位的國中學生，在「認識媒體分量表」( $F = 8.805$ ,  $p \leq .001$ )、「訊息解析分量表」( $F = 5.891$ ,  $p \leq .01$ )及「媒體識讀能力總量表」( $F = 9.261$ ,  $p \leq .001$ )的得分上，均達顯著差異。而在「媒體近用分量表」( $F = 0.213$ ,  $p > .05$ )，則沒有顯著差異之情形。

經由Scheffe法事後比較，無論是在「認識媒體」、「訊息解析」或「媒體識讀能力總量表」方面，都呈現高社經地位家庭優於低社經地位家庭的學生得分、高社經地位家庭優於中社經地位家庭的學生得分情形。根據本研究結果將之和過去相關研究對照，發現邱民才（2003）、周馨怡（2008）、黃鏗嘉（2009）、古雅馨（2010）及張毓珊（2012）的研究均顯示：家庭社經地位不同，其子女的媒體識讀能力表現具有顯著差異，且家庭社經地位高的學生在媒體識讀能力的表現上優於家庭社經地位中或低的學生。

此外，研究者由統計資料發現，在媒體識讀能力的表現上，雖然高社經地位家庭學生優於中、低家庭社經地位者，但卻未有中家庭社經地位優於低家庭社經地位學生的現象。試分析其中原因，或許和研究者採用林生傳（2005）設計之「兩因素的社會地位指數」（Two Factor Index of Social Position）區分法有關，由於此一社經地位指數在教育程度及職業類別的分類上，是符應2005年的時空背景，在2013年的今日，就業市場已新增許多職業類別，如與E化相關的職業型態等，再加上對許多職業的社會地位認定，隨著社會的快速變遷，也有所異動，因此，產生統計上的誤差確有其可能。



## 第四節 雙北地區國中學生媒體使用習慣與媒體識 讀能力之差異性分析

### 壹、平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之差異性分析

為瞭解國中學生平日平均使用媒體時數不同，在媒體識讀能力的表現上是否具有差異，本研究進行單因子變異數分析，若差異達顯著水準，則以 Scheffe 法事後比較各組間之差異情形，詳見表 4-4-1。

表 4-4-1

平日使用媒體時數不同的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表

量表	平日使用媒體時數	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe 法事後比較
認識媒體分量表	4.5 小時以上	166	34.81	5.66	2.474*	無
	3~4.5 小時	169	34.27	5.12		
	1.5~3 小時	350	34.41	5.19		
	1.5 小時以內	356	35.53	5.38		
	完全不使用	44	35.14	7.10		
訊息解析分量表	4.5 小時以上	166	38.39	6.04	6.300***	4>1 4>2
	3~4.5 小時	169	38.38	5.04		
	1.5~3 小時	350	39.45	5.24		
	1.5 小時以內	356	40.42	4.98		
	完全不使用	44	39.77	7.42		
媒體近用分量表	4.5 小時以上	166	33.32	6.15	1.569	無
	3~4.5 小時	169	33.25	5.31		
	1.5~3 小時	350	32.77	5.86		
	1.5 小時以內	356	32.97	5.68		
	完全不使用	44	31.02	7.00		
媒體識讀能力總量表	4.5 小時以上	166	106.52	10.86	3.696**	4>2
	3~4.5 小時	169	105.90	9.30		
	1.5~3 小時	350	106.63	10.28		
	1.5 小時以內	356	108.92	10.36		
	完全不使用	44	105.93	13.64		

註：在 Scheffe 法事後比較欄位中，4 代表 1.5 小時以內，2 代表 3~4.5 小時，1 代表 4.5 小時以上。

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

從表4-4-1統計內容可知，國中學生平日使用媒體時數不同，在「認識媒體分量表」( $F=2.474, p \leq .05$ )、「訊息解析分量表」( $F=6.300, p \leq .001$ )及「媒體識讀能力總量表」( $F=3.696, p \leq .01$ )的得分上，均達顯著差異。而在「媒體近用分量表」( $F=1.569, p > .05$ )，則沒有顯著差異之情形。

經由Scheffe法事後比較發現，在「認識媒體分量表」部份，國中學生平日使用媒體時數不同，在變異數分析的檢定雖有達到統計的顯著水準，但在進行事後比較時無法比較出來，推測原因可能是以Scheffe法進行事後比較，其敏感度較低，所以總體的F值檢定達顯著，但事後比較仍有未達顯著的情形產生(張芳全, 2008)；在「訊息解析分量表」部份，平日使用媒體時數1.5小時以內的國中學生，其得分優於使用4.5小時以上及使用3~4.5小時者；在「媒體識讀能力總量表」部份，平日使用媒體時數1.5小時以內的國中學生，其得分優於使用3~4.5小時者。

依上述結果顯示，國中學生在平日使用媒體時數不同，表現在媒體識讀能力上有顯著差異，且使用媒體時數在1.5小時以內的學生，相較於使用時數超過1.5小時者表現為佳。

## 貳、假日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之差異性分析

國中生假日平均使用媒體時數不同，在媒體識讀能力的表現上是否具有差異，本研究進行單因子變異數分析，若差異達顯著水準，則以Scheffe法事後比較各組間之差異情形，詳見表4-4-2。

表 4-4-2

假日使用媒體時數不同的國中生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表

量表	假日使用媒體時數	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe 法事後比較
認識媒體分量表	4.5 小時以上	439	34.84	5.55	2.621*	4>5
	3~4.5 小時	268	34.71	5.05		
	1.5~3 小時	251	34.91	5.52		
	1.5 小時以內	115	35.54	5.05		
	完全不使用	12	30.33	7.85		
訊息解析分量表	4.5 小時以上	439	39.18	5.53	4.045**	1>5
	3~4.5 小時	268	39.72	4.79		2>5
	1.5~3 小時	251	39.94	5.33		3>5
	1.5 小時以內	115	39.38	5.47		4>5
	完全不使用	12	34.00	10.65		
媒體近用分量表	4.5 小時以上	439	33.02	5.96	0.602	無
	3~4.5 小時	268	32.93	5.58		
	1.5~3 小時	251	33.03	5.65		
	1.5 小時以內	115	32.53	5.95		
	完全不使用	12	30.75	8.27		
媒體識讀能力總量表	4.5 小時以上	439	107.04	10.57	4.403**	1>5
	3~4.5 小時	268	107.35	9.45		2>5
	1.5~3 小時	251	107.88	10.66		3>5
	1.5 小時以內	115	107.45	10.07		4>5
	完全不使用	12	95.08	18.86		

註：在 Scheffe 法事後比較欄位中，5 代表完全不使用，4 代表 1.5 小時以內，3 代表 1.5~3 小時，2 代表 3~4.5 小時，1 代表 4.5 小時以上。

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

從表4-4-2統計內容可知，國中學生假日使用媒體時數不同，在「認識媒體分量表」(F=2.621,  $p \leq .05$ )、「訊息解析分量表」(F=4.045,  $p \leq .01$ )及「媒體識讀能力總量表」(F=4.403,  $p \leq .01$ )的得分上，均達顯著差異。而在「媒體近用分量表」(F=0.602,  $p > .05$ )，則沒有顯著差異之情形。

經由Scheffe法事後比較，在「認識媒體」部分，假日平均使用媒體時數1.5

小時以內的國中學生得分高於完全不使用者；在「訊息解析」部分，假日平均使用媒體時數4.5小時以內、3~4.5小時、1.5~3小時及1.5小時以內的國中學生得分均高於完全不使用者；在「媒體識讀能力總量表」方面，假日平均使用媒體時數4.5小時以內、3~4.5小時、1.5~3小時及1.5小時以內的國中學生得分均高於完全不使用者。

據上結果顯示，假日平均使用媒體時數不同的國中學生，在媒體識讀能力的展現上是有顯著差異的，綜觀來說，國中學生在假日完全不使用媒體，其媒體識讀能力會比有使用媒體（無論時數多寡）的學生差，可見學生若完全不接觸媒體，其媒體識讀能力將無法提升。但是，針對統計結果，研究者提醒，因為假日平均使用媒體時數各組人數落差較大（4.5小時以上有439人，完全不使用僅12人），因此對於統計結果的解釋，會產生較大的誤差可能。

另外，對於在假日期間完全不使用媒體的12位樣本學生，研究者好奇原因是父母親完全禁止使用？抑或是無媒體設備可用？也或許是已接觸媒體卻渾然不知？畢竟在現今媒體充斥的社會中，又身處於資訊發達的雙北地區，能完全不使用媒體的情況實在為數不多，頗值得探討。

### 參、父母親陪伴情形與媒體識讀能力之差異性分析

爲了知道國中學生使用媒體時不同的父母親陪伴情形，在媒體識讀能力的表現上是否具有差異，進行單因子變異數分析，若差異達顯著水準，則以 Scheffe 法事後比較各組間之差異情形，詳見表 4-4-3。

表 4-4-3

不同父母親陪伴情形的國中學生在媒體識讀能力之變異數分析摘要表

量表	父母親 陪伴情形	人數	平均數	標準差	F 值	Scheffe 法 事後比較
認識媒體 分量表	總是有陪伴	112	33.08	5.83	6.746***	偶爾>總是 無>總是
	偶爾有陪伴	597	35.09	5.26		
	無陪伴	376	34.99	5.46		

訊息解析 分量表	總是有陪伴	112	38.79	6.47	4.792**	偶爾>無
	偶爾有陪伴	597	39.91	5.01		
	無陪伴	376	38.93	5.62		
媒體近用 分量表	總是有陪伴	112	33.38	6.47	0.608	無
	偶爾有陪伴	597	32.97	5.49		
	無陪伴	376	32.72	6.12		
媒體識讀能力 總量表	總是有陪伴	112	105.25	11.41	4.129*	偶爾>總是
	偶爾有陪伴	597	107.97	9.97		
	無陪伴	376	106.63	10.82		

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

從表4-4-3內容可知，國中學生使用媒體時不同父母親陪伴情形，在「認識媒體分量表」( $F=6.746$ ,  $p \leq .001$ )、「訊息解析分量表」( $F=4.792$ ,  $p \leq .01$ )及「媒體識讀能力總量表」( $F=4.129$ ,  $p \leq .05$ )的得分上，均達顯著差異。而在「媒體近用分量表」( $F=0.608$ ,  $p > .05$ )，則沒有顯著差異之情形。

經由Scheffe法事後比較，在「認識媒體」部分，使用媒體時偶爾有父母陪伴的國中學生得分高於總是有父母陪伴者，無父母陪伴的國中學生得分亦高於總是有父母陪伴者；在「訊息解析」部分，使用媒體時偶爾有父母陪伴的國中學生得分高於無父母陪伴者；在「媒體識讀能力總量表」方面，使用媒體時偶爾有父母陪伴的國中學生得分高於總是有父母陪伴者。

此一結果顯示，國中學生使用媒體時不同父母親陪伴情形，對其媒體識讀能力的表現有顯著差異，能力高低趨勢大致可歸納為：偶爾有父母陪伴的國中學生優於無父母陪伴者，而無父母陪伴的國中學生又優於總是有父母陪伴者。在文獻探討中，許多相關研究均顯示，父母親會陪同使用媒體的學生，其媒體識讀能力往往優於不陪同者（蔡菁秤，2000；陳佩珮，2011；張毓珊，2012），與本研究結果不完全一致，深究其原因，除了各組人數落差較大可能產生統計上的誤差之外，填答者對於「陪伴」一詞的定義也許不同，有學生認為只要父母坐在旁邊，即使不交談也不知道媒體內容為何，也算陪伴，而另有學生認為

使用媒體時父母親必須在身旁提供解釋與說明才算陪伴。

若除去統計誤差或個人填答主觀解釋的問題，由此一結果可推測，國中學生在接觸媒體時父母親的適度陪伴達到的效果是最佳的，一直陪在身旁反而無法培養其自我獨立判斷的能力，又完全不陪伴也難以適時導正國中學生使用媒體時的錯誤觀念，因此，父母親適度陪伴對國中學生媒體識讀能力的提升具有正面的效果。

## 第五節 雙北地區國中生背景變項及媒體使用習慣 與媒體識讀能力之相關性分析

爲了解雙北地區國中生背景變項中的家庭社經地位，以及媒體使用習慣中的平日、假日平均使用媒體時數，與媒體識讀能力之間是否具有相關性，研究者將之進行皮爾森積差相關，統計結果分述如下。

### 壹、家庭社經地位與媒體識讀能力之相關性分析

國中生家庭社經地位與媒體識讀能力之間，是否存在關聯性，研究者在進行皮爾森積差相關後，結果呈現如表 4-5-1。

表 4-5-1

家庭社經地位與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表

相 關 係 數	變 項	家庭社經地位
	認識媒體	0.124**
	訊息解析	0.096**
	媒體近用	0.020
	媒體識讀能力總量表	0.125**

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

由表 4-5-1 可知，國中生的家庭社經地位與「認識媒體」( $r=0.124$ ,  $p \leq .01$ ) 構面、「訊息解析」( $r=0.096$ ,  $p \leq .01$ ) 構面及「媒體識讀能力總量表」( $r=0.125$ ,  $p \leq .01$ ) 得分都有顯著正相關，唯有與「媒體近用」( $r=0.020$ ,  $p > .05$ ) 構面的得分間未達顯著相關。表示國中生的家庭社經地位愈高，在認識媒體、訊息解析及媒體識讀能力總量表的得分亦愈高。此結果與邱民才 (2003)、周馨怡 (2008)、黃鏗嘉 (2009)、古雅馨 (2010) 及張毓珊 (2012) 的研究相同。

## 貳、平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之相關性分析

國中學生平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之間，是否存在關聯性，研究者在進行皮爾森積差相關後，結果呈現如表 4-5-2。

表 4-5-2

平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表

相 關 係 面	變 項 數	平日平均使用媒體時數
認識媒體分量表		0.057
訊息解析分量表		0.138**
媒體近用分量表		-0.048
媒體識讀能力總量表		0.075*

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

由上表 4-5-2 統計結果得知，國中學生平日平均使用媒體時數與「訊息解析分量表」( $r=0.138$ ,  $p \leq .01$ ) 及「媒體識讀能力總量表」( $r=0.075$ ,  $p \leq .05$ ) 得分有顯著正相關，但與「認識媒體分量表」( $r=0.057$ ,  $p > .05$ )、「媒體近用分量表」( $r=-0.048$ ,  $p > .05$ ) 的得分間未達顯著相關。表示國中學生在平日平均使用媒體時數愈長，在訊息解析及媒體識讀能力總量表的得分亦愈高。

根據邱皓政 (2005) 以 0.10 以下為微弱相關或是無相關，0.10 至 0.39 為低相關，0.40 至 0.69 為中度相關，0.70 至 0.99 為高度相關，並以 1.00 為完全相關之特性為評量標準，本研究在國中學生平日平均使用媒體時數與訊息解析 ( $r=0.138$ ) 構面雖達到顯著正相關，但相關程度僅為低相關，而在平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力總量表 ( $r=0.075$ ) 相關分析上，更是微弱相關或是無相關，因此，可推定國中學生平日平均使用媒體時數與其媒體識讀能力之間，並無顯著相關，與蔡菁秭 (2000)、邱民才 (2003)、何巧姿 (2007)、潘恆惕 (2007)、高于喬 (2009) 的研究結果相符。



### 參、假日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之相關性分析

國中學生假日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之間，是否存在關聯性，研究者在進行皮爾森積差相關後，結果呈現如表 4-5-3。

表 4-5-3

假日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表

相 關 係 面	變 項 數	假日平均使用媒體時數
		認識媒體分量表
	訊息解析分量表	0.005
	媒體近用分量表	-0.027
	媒體識讀能力總量表	-0.011

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

由上表 4-5-3 統計結果得知，國中學生假日平均使用媒體時數與「認識媒體分量表」( $r=0.003$ ,  $p>.05$ )、「訊息解析分量表」( $r=0.005$ ,  $p>.05$ )、「媒體近用分量表」( $r=-0.027$ ,  $p>.05$ )及「媒體識讀能力總量表」( $r=-0.011$ ,  $p>.05$ )的得分之間，均未達顯著相關。由此可推知，國中學生假日平均使用媒體時數與其媒體識讀能力之間，並無顯著相關，同樣的，此結果與蔡菁秤（2000）、邱民才（2003）、何巧姿（2007）、潘恆惕（2007）、高于喬（2009）的研究結果相同。

## 第六節 雙北地區國中學生媒體識讀能力各量表之 相關性分析

本研究欲了解雙北地區國中學生之媒體識讀能力各量表之間的得分，以及各分量表與媒體識讀能力總量表之間的得分，是否具有關聯性，進行皮爾森積差相關，並將結果呈現於下表 4-6-1。

表 4-6-1

平日平均使用媒體時數與媒體識讀能力之皮爾森積差相關分析表

相 關 變 項	變 項 係 數	認識媒體 分量表	訊息解析 分量表	媒體近用 分量表	媒體識讀 能力總量表
認識媒體分量表			0.566**	-0.185**	0.708**
訊息解析分量表	0.566**			-0.075*	0.769**
媒體近用分量表	-0.185**	-0.075*			0.422**
媒體識讀能力總量表	0.708**	0.769**	0.422**		

\* $p \leq .05$ . \*\* $p \leq .01$ . \*\*\* $p \leq .001$

### 壹、認識媒體能力與訊息解析能力之相關性分析

由上表 4-6-1 的統計內容可知，「認識媒體分量表」與「訊息解析分量表」之間的得分呈現中度正相關 ( $r=0.566$ ,  $p \leq .01$ )，即國中學生在認識媒體分量表的得分愈高，訊息解析分量表的得分亦愈高。可見此兩分量表對媒體識讀能力的提升是相輔相成的，學生對於媒體的製作、組織構成有所了解，才能洞悉媒體內容的產製過程背後傳遞了什麼價值，進一步運用邏輯批判思考面對媒體所傳達的訊息，不輕易全盤接受。

### 貳、認識媒體能力與媒體近用能力之相關性分析

透過上表 4-6-1 的內容可知，「認識媒體分量表」與「媒體近用分量表」之間的得分呈現低度負相關 ( $r=-0.185$ ,  $p \leq .01$ )，即國中學生在認識媒體分量表的得分愈高，媒體近用分量表的得分反而愈低。此結果與一般認知不符，研究

者分析認為，由於本研究於問卷題目設計及預試後的項目分析，並未採取最嚴格的題目篩選標準，因而可能產生統計結果上的誤差，是有待改進的部分。

### **參、訊息解析能力與媒體近用能力之相關性分析**

由上表 4-6-1 的內容可知，「訊息解析分量表」與「媒體近用分量表」之間的得分呈現微弱負相關 ( $r=-0.075$ ,  $p\leq .05$ )，即國中學生在訊息解析分量表的得分愈高，媒體近用分量表的得分反而愈低。透過此兩分量表間的相關係數可知，係數低於 0.10 為微弱相關或是無相關，因此，兩分量表間的關聯性不大。

### **肆、認識媒體能力與媒體識讀能力總量表之相關性分析**

表 4-6-1 的內容呈現出，「認識媒體分量表」與「媒體識讀能力總量表」之間的得分呈現高度正相關 ( $r=0.708$ ,  $p\leq .01$ )，即國中學生在認識媒體分量表的得分愈高，媒體識讀能力總量表的得分亦愈高。

### **伍、訊息解析能力與媒體識讀能力總量表之相關性分析**

透過上表 4-6-1 可知，「訊息解析分量表」與「媒體識讀能力總量表」之間的得分呈現高度正相關 ( $r=0.769$ ,  $p\leq .01$ )，表示國中學生在訊息解析分量表的得分愈高，媒體識讀能力總量表的得分亦愈高。

### **陸、媒體近用能力與媒體識讀能力總量表之相關性分析**

由表 4-6-1 的統計結果可知，「媒體近用分量表」與「媒體識讀能力總量表」之間的得分呈現中度正相關 ( $r=0.422$ ,  $p\leq .01$ )，表示國中學生在媒體近用分量表的得分愈高，媒體識讀能力總量表的得分亦愈高。

## 第五章 結論與建議

本研究旨在探討雙北地區國中學生的媒體識讀能力，目的為了解雙北地區的國中學生媒體使用情形、調查雙北地區的國中學生媒體識讀能力現況、探討國中學生個人背景變項不同，展現在媒體識讀能力的差異情形、了解國中學生不同的媒體使用習慣，呈現在媒體識讀能力的差異情形、分析學生個人背景、不同媒體使用習慣與媒體識讀能力之間的相關、分析國中學生媒體識讀能力各層面之間的相關。本章包含三節，第一節針對研究結果與分析回應本研究之目的，歸納成爲本研究之結論，第二節根據研究發現與結論，和前人理論相互稽證，第三節闡明提升國中學生媒體識讀能力與對未來相關研究者之建議，分述如下。

### 第一節 結論

#### 壹、雙北地區國中學生媒體使用情形

##### 一、較常使用的媒體是網路，其次是電視

根據本研究對雙北地區國中學生媒體使用情形的調查結果，發現高達九成六的學生較常使用的媒體是網路（含電腦、手機上網），其次爲九成一的學生較常使用的媒體爲電視，可見國中學生較常使用的媒體類型已從對傳統電視的依賴轉爲網際網路！

##### 二、假日平均每日使用媒體時數在一個半小時以上，比平日多

本研究調查顯示，假日平均每日使用媒體 1.5 小時以上的國中學生佔了八成八之多，媒體使用達 4.5 小時以上的學生，更有四成之強，而在平日平均每日使用媒體 1.5 小時以上者約六成三的學生，呈現假日使用媒體時數明顯比平日爲多的情形。

### **三、使用媒體以休閒娛樂為主要目的**

依據雙北地區國中學生媒體使用情形調查，使用媒體有娛樂目的之學生高達九成之多，另有近八成的學生使用媒體有無聊打發時間之目的，可見媒體的休閒娛樂功能是國中學生使用媒體的主要目的。

### **四、半數學生使用媒體時偶爾有父母親陪伴**

雙北地區國中學生使用媒體時偶爾有父母陪伴的人數佔一半，僅僅一成的學生總是有父母陪伴，近三成五的學生無父母陪伴。

## **貳、雙北地區國中學生媒體識讀能力現況**

### **一、雙北地區國中學生媒體識讀能力屬於中高程度**

本研究採用修改自郭宜婷（2010）的「國中生媒體識讀能力量表」進行施測，雙北地區國中學生的平均百分化得分為 71.48 分，屬於中高程度。

### **二、雙北地區國中學生在媒體識讀能力中的訊息解析方面表現最佳**

本研究的「國中生媒體識讀能力量表」共分為三個分量表：認識媒體、訊息解析及媒體近用，據樣本資料統計，雙北地區國中學生在「訊息解析」的能力最強，其次是「認識媒體」能力，而「媒體近用」能力最低。

## **參、國中學生不同個人背景變項，展現在媒體識讀能力的差異情形**

### **一、就讀於臺北市的國中學生媒體識讀能力優於新北市國中學生**

本研究結果顯示，學生就讀國中位於臺北市，其媒體識讀能力的各個面向表現，幾乎都較國中位於新北市的學生優異，僅在媒體近用的能力上無明顯差異存在。

## **二、九年級國中學生的媒體識讀能力優於七、八年級國中學生**

依據雙北地區國中學生媒體識讀能力調查顯示，九年級國中學生的得分顯著高於七、八年級，但在八年級與七年級國中學生的媒體識讀能力上並無顯著差異。

## **三、高家庭社經地位學生在媒體識讀能力的表現上優於中或低家庭社經地位的學生**

本研究針對雙北地區國中學生調查顯示，家庭社經地位高的學生在媒體識讀能力的表現上優於家庭社經地位中或低的學生，然而，中家庭社經地位學生在媒體識讀能力的表現上，卻未明顯優於低家庭社經地位的學生。

## **肆、國中學生不同媒體使用習慣，呈現在媒體識讀能力的差異情形**

### **一、平日使用媒體時數 1.5 小時以內，媒體識讀能力優於使用時數超過 1.5 小時的學生**

雙北地區國中學生在平日使用媒體時數不同，表現在媒體識讀能力上有顯著差異，且使用媒體時數在 1.5 小時以內的學生，相較於使用時數超過 1.5 小時者表現為佳。

### **二、假日完全不使用媒體，媒體識讀能力低於有使用媒體學生**

本研究調查發現，國中學生在假日完全不使用媒體，其媒體識讀能力會比有使用媒體（無論時數多寡）的學生差，可見學生若完全不接觸媒體，其媒體識讀能力將無法提升。

### **三、接觸媒體時偶爾有父母親的陪伴，媒體識讀能力較高**

由本研究統計結果顯示，國中學生使用媒體時不同父母親陪伴情形，其媒體識讀能力表現高低趨勢大致可歸納為：偶爾有父母陪伴的國中學生優於無父母陪伴者，而無父母陪伴的國中學生又優於總是有父母陪伴者。可見，雙北地區國中學生在接觸媒體時，父母親適度陪伴的學生媒體識讀能力表現最佳。

## **伍、學生不同個人背景及媒體使用習慣與媒體識讀能力之間的相關**

### **一、家庭社經地位愈高，媒體識讀能力表現愈佳**

針對雙北地區國中學生所進行的媒體識讀能力調查結果，國中學生的家庭社經地位愈高，在認識媒體、訊息解析及媒體識讀能力總量表的得分亦愈高。

### **二、使用媒體時數愈多，媒體識讀能力表現不一定愈佳**

經過本研究調查顯示，雙北地區國中學生無論在平日或假日，平均每日使用媒體時數多寡與媒體識讀能力之間，並不必然有相關，也就是說，使用媒體時數愈多，媒體識讀能力表現不一定愈佳，反之亦然。

## **陸、國中學生媒體識讀能力各層面之間的相關**

### **一、在認識媒體方面表現愈佳，訊息解析方面愈好**

由研究樣本統計可知，國中學生在「認識媒體分量表」的得分愈高，「訊息解析分量表」的得分亦愈高，表示學生對於媒體的製作、組織構成有所了解，才能洞悉媒體內容的產製過程背後傳遞了什麼價值，進一步運用邏輯批判思考面對媒體所傳達的訊息，不輕易全盤接受。

## **二、在認識媒體、訊息解析及媒體近用任一方面表現愈佳，媒體識讀能力愈好**

根據本研究問卷回收統計結果，國中學生在認識媒體分量表、訊息解析分量表或媒體近用分量表的得分愈高，媒體識讀能力總量表的得分亦愈高；總結可知，學生在認識媒體、訊息解析及媒體近用任一方面表現愈佳，媒體識讀能力愈好。



## 第二節 理論討論

根據本研究所得結論，有些重要發現值得詳加論述，並可與前人所提出的理論相互稽證，本節逐一討論。

### 壹、媒體識讀能力與城鄉差距

#### 一、城鄉差距相關論點

在許多城鄉差距與學生教育成就的研究中，學者提出類似論點：區域發展與資源的差異，往往是造成教育機會不均等的原因，特別是都會區由於人口較密集，經濟活動較活絡，因此區域內有較多教育機構，所分配到的教育資源也較鄉鎮地區充足，進而造成教育機會上的城鄉差距（陳奕奇、劉子銘，2008）。而媒體識讀能力的培養也屬於教育的一環，亦可能因為區域發展的差異而產生能力的落差。

依據行政院研考會《九十六年數位落差調查報告》的結果，在城鄉差異與電腦使用、網路使用、線上學習、數位應用、Web 2.0應用、特定資訊搜尋能力、英文網頁閱讀能力自我評價、家戶電腦設備擁有率、家戶網路可上網比率等方面，都與都市化程度呈正比，亦即都市化程度越高的地區，資訊能力與使用率越高（台灣教育長期追蹤資料庫，2009）。

#### 二、與本研究結論相互稽證

本研究的結論顯示，學生就讀國中位於臺北市，其媒體識讀能力的各個面向表現，幾乎都較國中位於新北市的學生優異，僅在媒體近用的能力上無明顯差異存在。此一結果若以學生所就讀國中的城鄉差距來解釋，似乎很難令人接受，原因在於臺北市與新北市，在一般人的認知上同為都會區，又何來城鄉之間的差異呢？

在行政院研究發展考核委員會所委託的報告—鄉鎮市區數位發展分類研究

報告中，將鄉鎮市區e化發展程度，分為發展最慢的「5級區域」，至發展最快的「1級區域」，共五級，而臺北市不僅e化條件佳且轄內行政區發展步調類似，各行政區都集中在2級或1級區域，但新北市則因轄區幅員廣大，市內發展存在相當落差，轄內行政區分布在1級、2級、3級與5級區域，e化發展程度呈現落差。

以上報告或許就是臺北市與新北市國中學生，存在著媒體識讀能力差異的可能原因，也印證了城鄉差距（實質上的e化發展程度差異），確實會產生媒體識讀能力的落差。

## **貳、媒體識讀能力與學生家庭社經地位**

### **一、家庭社經地位相關論點**

Bourdieu（1986）提出文化資本理論，高家庭社經地位的學生，從家庭中所獲取的資源相對豐富，此資源包括父母透過語言、物質與精神生活等行為模式所傳遞的價值觀、知識內容，甚或批判思考能力等，涵蓋與本研究相關的媒體識讀能力。另外，黃毅志、陳怡靖（2005）進一步認為，高社經地位的學生擁有較高的文化資本，得到較多教師的關照及評分的優勢，而低社經地位的學生，文化資本不足，導致學習及升學的過程處於劣勢；再者，Coleman（1988）將父母的教育程度視為人力資本，父母教育成就越高者，代表人力資本越高，能夠提供子女較好的學習環境及學習上的認知，並且提出物質上的財務資本，反映在家庭的收入或財富，透過財務資本的運用可營造有利的物質環境，影響子女的學習。

上述學者所提出的論點，無論是從文化資本理論，抑或是人力資本、財務資本觀點出發，皆緊扣著由父母教育程度及職業類別所形成的家庭社經地位，且社經地位愈高，學習成效愈好。

### **二、與本研究結論相互稽證**

本研究結論顯示，雙北地區國中學生家庭社經地位愈高，媒體識讀能力表

現愈佳，和學者提出的家庭社經地位影響學習的相關論點，完全契合。媒體識讀能力的培養，與學生在家庭背景影響下所能接觸的資源息息相關，的確不容輕忽。

## **參、媒體識讀能力與使用媒體時父母陪伴情形**

### **一、使用媒體時父母陪伴情形相關論點**

父母對子女使用媒體的介入行爲，在相關的文獻中主要可歸納爲三種型態（林佳蓉等譯，2010）。「主動型介入」需要家長與孩子共同談論媒體，一開始由家長先談論媒體，目的在促進孩子有更多的觀點，也可以由孩子先討論人物角色的行爲動機或理解媒體內容中的對話；而「限制型介入」主要是孩子在使用媒體時，家長扮演監督的角色，規定孩子可使用的媒體類型、頻道、時間等；最後，「共視型介入」是指家長和孩子一起使用媒體，而不管其彼此間是否有談話。

相關研究顯示，主動型介入可以降低影片中暴力內容所帶來的負面影響以及增加正向社會行爲；限制型介入則對年幼者來說較適合，當家長用這樣的介入對年紀較長的孩童（主要是高中生），可能導致反效果，成爲他們面對媒體時無法做出好選擇的藉口；然而，家長和孩子共同使用媒體，以《芝麻街》這個節目爲例，研究顯示與家長共同觀看的孩子比獨自觀看者，從節目中獲得更多的知識，但是，若使用的媒體內容涉及暴力，孩子可能會誤認爲父母是允許暴力存在的，而導致偏差價值觀的形成（林佳蓉等譯，2010）。

由上觀點可知，對於父母陪伴孩子使用媒體，其所產生的影響並無絕對好或壞之分，主要取決於家長陪伴的方式、孩子的年齡長幼及媒體的內容等等，視情況而定。

### **二、與本研究結論相互稽證**

由本研究結論顯示，國中學生使用媒體時不同父母親陪伴情形，其媒體識

讀能力表現高低趨勢大致可歸納為：偶爾有父母陪伴的國中學生優於無父母陪伴者，而無父母陪伴的國中學生又優於總是有父母陪伴者。可見，雙北地區國中學生在接觸媒體時，父母親適度陪伴的學生媒體識讀能力表現最佳。

此一結論與學者所提出的相關論點參照，發現本研究並未定義「陪伴」兩字，是屬於父母主動型介入、限制型介入或共視型介入，是一缺失。另外，父母親適度陪伴的學生媒體識讀能力表現最佳，可呼應父母陪伴孩子使用媒體，其所產生的影響並無絕對好或壞之分，應視情況而定，總是陪伴或完全不陪伴都不是最好的方式。

### 第三節 建議

依據本研究所得結論，研究者期望國中學生媒體識讀能力持續增長，進而針對政府、教育相關單位、教師及家長提出建議，另於學術研究領域亦提供建言，期待相關研究更臻完備。

#### 壹、對提升國中學生媒體識讀能力之建議

##### 一、對政府單位之建議

透過本研究對雙北地區國中學生所做的媒體識讀能力調查結果可知，國中學生較常使用的媒體類型已從傳統電視轉為對網際網路的依賴，且使用媒體有娛樂目的之學生高達九成之多，因此，政府單位應該正視學齡兒童使用網路的行為，甚至修訂相關法規對網路內容分級嚴格把關。

國家通訊傳播委員會 NCC 於 2012 年 6 月 13 日廢止「電腦網路內容分級處理辦法」，因為此分級辦法是依照原「兒童及少年福利法」第 27 條第 3 項「電腦網路應予分級」規定授權主管機關訂定，但兒少法在 2011 年 11 月 30 日修正後，已刪除相關授權規定，因此在失去法源依據下，委員會決議廢止（媒體公民行動網，2012）。另規劃成立網路內容防護機構「台灣網路觀察基金會」（TIWF），負責兒少網路使用行為觀察、內容分級、過濾不當內容軟體建置等。據研究者了解，目前 NCC 確實有透過台灣網站分級推廣基金會（TICRF）提供網路分級服務，但並未大力推廣，能知道並下載使用的家長仍佔少數，針對網路分級制度的落實是政府未來可努力的方向。

此外，由本研究結論顯示，家庭社經地位高的學生在媒體識讀能力的表現上優於家庭社經地位中或低的學生，且家庭社經地位愈高，在媒體識讀能力總量表的得分亦愈高，這或許符應了 Bourdieu（1986）所提出的文化資本理論，高家庭社經地位的學生，從家庭中所獲取的資源相對豐富，此資源包括父母透過語言、物質與精神生活等行為模式所傳遞的價值觀、知識內容，甚或批判思考

能力等，涵蓋與本研究相關的媒體識讀能力。而政府所扮演的角色，應該是在物質上設法補助弱勢家庭學生得到基本的媒體設備與資源，在精神上提供家長媒體識讀相關知識的免費課程，從軟硬體雙方面給予協助，將有助於「健康媒體社區」的實現。

## 二、對教育機關之建議

由本研所得結論表示，九年級國中學生在媒體識讀能力的表現上優於七、八年級的學生，深究其原因，研究者推想或許是在教科書內容編寫上，九年級下學期的公民課本論及「科技發展」主題，其中提到傳播媒體的功能、媒體接近使用權等媒體識讀能力內涵，有助於國中學生對媒體的認識。因此，研究者認為，若教育機關能在課程大綱擬定、教科書審查時，將媒體識讀相關概念編撰於教科書中，其成效會更加卓著。

另外，本研究也指出國中學生在媒體識讀能力內涵中，「訊息解析」能力最強，其次是「認識媒體」能力，而「媒體近用」能力最低；這也提醒了相關教育機關，可加強「認識媒體」與「媒體近用」課程內容的份量，如此，將可預見國中學生媒體識讀能力的提升。

## 三、對教師之建議

從雙北地區國中學生的媒體識讀能力為中高程度可知，教師們對於此方面的教學努力是有基本成效的，但不應以此而自滿，為了力求精進，針對國中學生在媒體識讀能力上較為不足的「認識媒體」及「媒體近用」部分，應試著開發內容更為紮實豐富，教學活動更為新穎有效的方法。據研究結果也可看出，學生在認識媒體、訊息解析及媒體近用任一方面表現愈佳，媒體識讀能力愈好，建議可參考王錦雀等人（2008）編寫的「媒體識讀：完全教學手冊」，書中提供許多教學範例，涵蓋媒體識讀能力各面向的內容，有助於教師在實際教學上的應用。

## **四、對家長之建議**

依本研究結果，在國中學生媒體使用時數上，假日平均每日使用媒體 1.5 小時以上的國中學生佔了八成八之多，而在平日使用媒體 1.5 小時以上者也有六成三的學生；由常理可知，國中學生在校時間有系統性的課程安排，能使用媒體的時間較少，所以，大部分學生是利用放學後或假日接觸媒體，而家長在孩子使用媒體時，就扮演了重要的角色。

本研究發現國中學生使用媒體時，父母親適度陪伴的學生媒體識讀能力表現最佳，而使用媒體時數在 1.5 小時以內的學生，相較於使用時數超過 1.5 小時者表現為佳，因此，家長應掌握這些原則，不宜讓孩子使用媒體時數過久，並在其使用媒體時表達適度的關心與陪伴。

## **貳、對未來相關研究之建議**

### **一、研究地區方面**

本研究以雙北地區國中學生為研究對象，礙於人力、時間與經費不足，無法擴及臺灣其餘各縣市，而在過去研究中，關於國中學生的媒體識讀能力調查，有針對基隆地區、桃園地區及台南市的研究，北部資料較為完整，其他各縣市尚未有相關調查，期許後繼研究者能拓展研究地區，使我們對國中學生媒體識讀能力的瞭解更為全面。

### **二、研究變項方面**

在研究變項的選取上，研究者顧及國中學生答題的耐性，謹守題目數量不宜過多的原則，因此，對於學生個人背景變項或媒體使用習慣的題項設計上，只著重大方向而未細問，建議其後研究者可站在本研究基礎上，設計更為深入的題項，如：本研究只問學生使用媒體時父母親的陪伴情形，可延伸題目進而

探討父母是否有從旁指導、說明等。

另外，在國中學生家庭社經地位的分類上，本研究採林生傳（2005）設計之「兩因素的社會地位指數」（Two Factor Index of Social Position）區分法，隨著社會的快速變遷，其中教育程度及職業類別訂定已有所異動，建議後繼研究者可另外採用更符合現今社會的家庭社經地位判別工具。

### **三、研究工具方面**

本研究工具是參考並修改自郭宜婷（2010）所建構之「國中學生媒體識讀能力施測問卷」，再經由專家效度評估、實施預試進行項目分析，過程雖盡可能嚴謹，但仍有改進空間。建議未來研究者可以本研究問卷為基礎，參酌國內外最新的相關文獻，發展出更具信、效度的研究工具。





## 參考文獻

### 中文文獻

- 于力真（2007）。政治作戰學院學生電視收視行爲、動機與電視識讀能力之研究。世新大學。
- 王世英、王石番、蔣安國（2010）。國民小學學童媒體使用行爲之研究—教師媒體素養教育反思。教育資料與研究雙月刊，95，59-86。
- 王東（2002）。日本媒介識讀教育的興起及其背景分析。山東師範大學學報（人文社會科學版），47(3)，81-83。
- 王保進（2006）。中文視窗版 SPSS 與行爲科學研究。台北市：心理。
- 王倩（2005）。媒介素養教育：一個值得關注的課題。北京聯合大學學報（人文社會科學版），3(3)，46-50。
- 王錦雀、吳盈萱、黃雅鈴、劉怡婷（2008）。媒體識讀：完全教學手冊。台北市：學富文化。
- 古雅馨（2010）。台北市高中職學生媒體識讀能力研究。國立台灣師範大學。
- 台灣教育長期追蹤資料庫（2009）。城鄉差距會影響教育成就嗎？（續）。2013年6月25日取自 <http://tepsb.nccu.edu.tw/wordpress/?p=110>
- 成露茜、羅曉南（2004）。媒體識讀——一個批判的開始。台北縣新店市：正中書局股份有限公司。
- 朱則剛（2005）。加拿大媒體素養教育探討。圖書資訊學刊，3（1/2），1-13。
- 何巧姿（2007）。台北地區大學生電視新聞識讀能力之研究。國立台灣師範大學。
- 佐藤學（2012）。學習的革命：從教室出發的改變。臺北市：天下雜誌。

- 余陽洲（2004）。「媒體識讀」的素描與想像。載於成露茜、羅曉南（主編），**媒體識讀——一個批判的開始**（11-12頁）。台北縣新店市：正中書局股份有限公司。
- 余陽洲（2005）。**批判的媒體識讀**。台北縣新店市：正中書局股份有限公司。
- 吳明隆（2007）。**SPSS 操作與應用：問卷統計分析實務**。台北市：五南。
- 吳知賢（1998）。**兒童與電視**。台北：桂冠。
- 吳政峰（2008）。**基隆地區國中生媒體識讀能力調查研究**。佛光大學。
- 吳翠珍（1998）。**為何需要媒體教育**。2012年10月12日取自  
<http://www.mlsh.tp.edu.tw/service/guide/6/6-a/wu1.doc>
- 吳翠珍（2009）。**2009 全國兒童媒體使用行為調查報告**。台北：富邦文教基金會。
- 吳翠珍、陳世敏（2007）。**媒體素養教育**。台北市：巨流。
- 吳聲品（2008）。媒體識讀。**藝術欣賞雙月刊**，4(6)，117-118。
- 李月蓮（2001）。香港傳媒教育運動：「網絡模式」的新社會運動（上）。**媒體識讀教育月刊**，16，13。
- 周馨怡（2008）。**台北市公立國中學生電視素養之調查-以台灣電視綜藝節目為例**。國立台灣師範大學。
- 林士珍（2007）。**媒體識讀能力與第三人效果之研究—以2006年世新傳播資料庫為例**。世新大學。
- 林子斌(譯)(2006)。**媒體教育：素養、學習與現代文化**(原作者:David Buckingham 著)。台北市：巨流。
- 林生傳（2005）。**教育社會學**。台北市：巨流。
- 林亦君（2000）。哈日？解日？從媒體識讀教育談起。**電視文化家書**，161，2。
- 林秀美（2007）。**陪孩子善用媒體**。台北市：慈濟傳播文化志業基金會。
- 林佳蓉、林宇玲、林曉薇、陳彥文（譯）（2010）。**媒體素養教育：兒童、青少**

- 年與媒體（原作者：Strasburger, V. C., Wilson, B. J. & Jordan, A. B.）。臺北市：華騰文化。
- 林倖妃（2011）。媒體素養從小教起—搞懂潛規則換你玩媒體。天下雜誌，486，128-132。
- 林誼宣（2007）。國小學童批判思考表現與看電視行為之相關研究—以南投縣之學童為例。雲林科技大學。
- 邱民才（2003）。高中實施媒體識讀教育之評估研究。中國文化大學。
- 邱皓政（2005）。量化研究法(二)：統計原理與分析技術。台北市：雙葉圖書公司。
- 政大傳播學院媒體素養研究室（2001）。別小看我—家庭媒體環保 DIY 親子手冊。台北市：財團法人公共電視文化事業基金會。
- 孫憶南（2006）。全球媒體時代：霸權與抵抗。（原作者：Peter Steven 著）。台北市：書林。
- 徐明珠（2007）。社會需要媒體素養教育。載於國政評論，2012年11月3日取自 <http://npf.org.tw/post/1/2797>
- 高于喬（2009）。新移民子女收視行為、親子共視與電視識讀能力之關聯性研究。中國文化大學。
- 高健訓（2011）。高年級資優生與普通生之資訊素養及其相關因素之研究-以高雄市國小學童為例。國立屏東教育大學。
- 党靜萍（2008）。傳媒教給我們什麼？：青少年傳媒素養教育研究。北京市：法律出版社。
- 党靜萍（2011）。多元信息環境下公務員的傳媒素養研究。北京市：人民出版社。
- 國立臺灣師範大學媒體素養研究中心（2011）。媒體素養教育分段能力指標【檢核表】。2012年10月12日取自 <http://www.ntnu.edu.tw/cml/g-law.htm>

- 國家通訊傳播委員會（2010）。**廣播通訊事業概況總覽**。2012年1月18日取自  
[http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10052/1966\\_15307\\_100520\\_1.pdf](http://www.ncc.gov.tw/chinese/files/10052/1966_15307_100520_1.pdf)
- 張宏源（2001）。**媒體識讀：如何成為新世紀優質閱聽人**。台北市：亞太圖書。
- 張宏源、蔡念中（2005）。**媒體識讀—從認識媒體產業、媒體教育，到解讀媒體  
文本**。台北市：亞太圖書。
- 張芳全（2008）。**論文就是要這樣寫**。台北：心理。
- 張毓珊（2012）。**桃園地區國中學生媒體識讀能力之研究**。國立台灣師範大學。
- 張鈿富（2009）。**歐美澳公民關鍵能力發展之研究**。台北市：教育資料館。
- 張憲庭（2008）。媒體素養教育的理念與落實。**教育與發展**，25(1)，85-90。
- 教育部（2002）。**媒體素養教育政策白皮書**。教育部。
- 教育部（2012）。**國語小字典第二版**。2012年8月8日取自  
<http://dict.mini.moe.edu.tw/cgi-bin/gdic/gswweb.cgi?o=ddictionary>
- 許育典（2010）。教育基本權下媒體素養教育的建構與檢討。載於陳清溪（主  
編），**培養高素質現代國民與世界公民之教育規劃國際學術研討會論文集**  
（94-110頁）。台北縣三峽鎮：國家教育研究院籌備處。
- 許怡安（2001）。**兒童網路使用與網路媒體素養之研究--以台北縣市國小高年級  
學童為例**。國立政治大學。
- 許誌宏（2006）。**國小學童網路媒體素養之研究**。國立高雄師範大學。
- 郭宜婷（2010）。**國中學生媒體識讀能力施測問卷之建構**。國立臺灣師範大學，  
台北市。
- 陳佩珮（2011）。**台南市國民中學學生網路使用行為與網路素養之研究**。國立台  
灣師範大學。
- 陳奕奇、劉子銘（2008）。教育成就與城鄉差距：空間群聚之分析。**人口學刊**，  
37，1-43。
- 陳映先（2010）。**國小六年級學童電視新聞媒體素養能力之初探研究-以金門縣為**

- 例。國立台北教育大學。
- 陳慶懋（2007）。青少年電視識讀能力與參與文化活動之關聯性研究。中國文化大學。
- 陳藹玲（2011）。如何教孩子媒體解「毒」力？天下雜誌，486，322。
- 媒體公民行動網（2012）。兒少上網 NCC 規劃防護機構。2013 年 5 月 20 日取自 <http://www.nccwatch.org.tw/news/20120517/110570>
- 富邦文教基金會（2008）。2008 全國青少年媒體使用行為調查。台北：富邦。
- 曾敏玲（民 97 年 1 月 9 日）。媒體素養教育參考資料：台灣近年推動媒體素養教育大事紀。【電子郵件清單訊息】。取自 [http://distance.shu.edu.tw/97cte\\_news/e-news/enews\\_20090119\\_11.html](http://distance.shu.edu.tw/97cte_news/e-news/enews_20090119_11.html)
- 黃葳威（2004）。閱聽人與媒體文化。台北市：揚智文化。
- 黃毅志、陳怡靖（2005）。臺灣的升學問題：教育社會學理論與研究之檢討。臺灣教育社會學研究，5(1)，77-118。
- 黃鏗嘉（2008）。科技素養之媒體面—媒體識讀能力的意涵與探究。教師天地，156，34-40。
- 黃鏗嘉（2009）。電視置入性行銷對學童的影響研究—以台北縣市國小中、高年級學童之媒體識讀能力為例。國立台灣師範大學。
- 楊洲松（2003）。媒體文化與媒體素養教育。載於林志忠等合著，E 世代教師的科技媒體素養（91-118 頁）。台北市：高等教育文化事業有限公司。
- 潘恆惕（2007）。臺南縣市國小學童收看電視節目類型與電視識讀能力之調查研究。國立臺南大學。
- 蔡菁秊（2000）。兒童電視識讀能力與父母介入兒童收視行為。臺中師範學院。
- 鄧宗聖（2010）。媒體、教育與社會：媒體近用與媒體素養教育論文集。台北市：巨流。
- 盧嵐蘭（2005）。媒介消費：閱聽人與社會。台北市：揚智文化。

- 賴慧玲（2010）。「M」世代來臨，兒少最愛用網路、手機媒體。2012年11月21日取自 <http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=446>
- 謝雨生（2012）。鄉鎮市區數位發展分類研究報告。行政院研究發展考核委員會委託之專題研究成果報告（編號：RDEC-MIS-100-009）。臺北市：行政院研究發展考核委員會。
- 魏慧如、楊燕青（2012）。媒體素養教育的永續發展。國民教育，52(6)，85-89。
- 羅健豪（2010）。東部地區國小學童網路媒體素養之研究。佛光大學。
- 蘇冠如（2009）。國小高年級學童電視收視行為與電視識讀能力相關性之研究。南華大學。

## 西文文獻

- Altschull, J. H. (1995) . *Agents of Power. 2nd ED.* New York: Longman.
- Anderson, N. H. (1981) . *Foundations of information integration theory.* San Diego,CA : Academic.
- Bourdieu(1986) . *Outline of a theory of practice.* Cambridge : Cambridge University Press.
- Coleman, J. S. (1988) . Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- Considine, D. (1994) . Approaches to media education. *Telemedium. The journal of Media Literacy* , 42(2) ,20-32.
- Creative Research Systems (2013) . *Sample Size Calculator.* Retrieved from <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>
- Hobbs, R. (2000) . *Media Literacy.* New York : Newsweek Education.
- Hobbs, R.(2005). The state of media literacy education. *Journal of Communication* , 55(4) ,865-871.
- Hobbs, R. (2010) . *Digital and media literacy : a plan of action.* Washington, D.C.: The Aspen Institute.
- Hobbs, R. (2011) . Empowering learners with digital and media literacy. *Knowledge Quest*. 39(5) ,12-17.
- Neuman, S. B.(1995). *Literacy in the television age : The Myth of the TV effect.*(2nd ed) .New Jersey : Ablex Publish Corporation.
- Nijboer, J. & Hammelburg, E. (2010) . Extending media literacy : a new direction for libraries. *New Library World*. 111(1/2) ,36-45.
- Potter, W. J. (2010) . *Media Literacy.* CA : Sage.
- Rubin, A. M. (1998) . Media literacy. *Journal of Communication*, 48(1), 3-4.



- Share, J. (2009) . *Media literacy is elementary: Teaching youth to critically read and create media*. New York: Peter Lang.
- Shepherd, R. (1993, August 9) . *Why Teach Media Literacy*. Retrieved from [http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching\\_backgr\\_ounders/media\\_literacy/why\\_teach\\_shepherd.cfm](http://www.media-awareness.ca/english/resources/educational/teaching_backgr_ounders/media_literacy/why_teach_shepherd.cfm).
- Silverstone, R. (1999) . *Why Study the Media ?* London : Sage.
- Thoman, E. & Jolls, T.(2005) . Media literacy education : lessons from the Center for Media Literacy. *Yearbook of the National Society for the Study of Education*, 104(1) ,180-205.
- Thoman, E. (1999) . Skills and strategies for media education. *Educational Leadership*, February, 50-54.
- Young, B. M. (1990) . *Television advertising and children*. New York : Oxford University.

## 附 錄

### 附錄一

#### 吳翠珍提出媒體教育的學習內涵—以七至九年級為例

##### 七至九年級（國中）階段媒體教育關鍵知能與能力描述

發展階段：七至九年級（國中）	
關鍵知識與技術	關鍵能力描述
1. 學生具備接近與使用各種媒介的能力，使用媒介來探索議題，包括印刷、視覺及電子媒介	1-1 為了資訊、娛樂及傳播目的而廣泛的使用媒介 1-2 近用圖書館資料庫，檢索相關的資訊並加以選擇 1-3 觀看節目並能欣賞媒介內容
2. 學習與媒介產製的相關概念，包括技術、科技、組織等面向	2-1 辨識主要的節目類型，如戲劇、情境喜劇、動作片、紀錄片等 2-2 觀察、辨識及討論視覺/聽覺媒介文本的特質，如： <ul style="list-style-type: none"> <li>--不同的攝影角度與距離</li> <li>--人、物在鏡頭內的安排</li> <li>--彩色與黑白的差異</li> <li>--音效</li> <li>--鏡頭與鏡頭間的轉換與銜接，如淡（fade）、溶（dissolve）、特效</li> <li>--攝影機的移動，如 pan、tilt、zoom</li> <li>--文字報導風格、印刷大小及字體的變化</li> <li>--報紙版面</li> </ul>

發展階段：七至九年級（國中）	
關鍵知識與技術	關鍵能力描述
	2-3 從節目製播與文本製作過程，了解各類人員，如廣告代理商、演員、製作人、公關公司等人的角色與資訊建構的關係
3. 學生能認知所有形式的媒介皆是人為建構的訊息	<p>3-1 認識媒介影響敘事的控制元素，如聲音、符號的運用</p> <p>3-2 瞭解敘事中多元發展/平行的情節</p> <p>3-3 質疑媒介文本中傳達的訊息，並陳述個人對內容及形式的觀點</p> <p>3-4 描述媒介文本中不同的元素如何營造氣氛及形成意義</p> <p>3-5 比較媒介中出某些族群如女性的特質並且與個人的真實經驗比較</p> <p>3-6 辨識媒介文本如何呈現不同族群的刻板印象，並解釋刻板印象如何以潛藏的方式對不同社群、種族及文化族群加以評價</p>
4. 學生習得解碼及分析媒介訊息的技巧	<p>4-1 辨別娛樂、新聞、資訊、廣告等類型的不同</p> <p>4-2 辨識媒介文本中的不同的組織資訊及呈現訊息的方式</p> <p>4-3 辨識媒介中的符號，如電影、相片中不同的鏡頭</p> <p>4-4 解釋媒介符碼及成規所傳遞的訊</p>

發展階段：七至九年級（國中）	
關鍵知識與技術	關鍵能力描述
	<p>息，如淡入畫面、特寫的意涵</p> <p>4-5 檢視媒介文本中有廣告與無廣告（如公共電視）對內容的可能影響</p>
5. 學生經由思辨分析的過程對媒介有深入的了解	<p>5-1 思考相同的故事如何改編給不同的閱聽群</p> <p>5-2 辨識敘事的形式及它們如何被用在虛構及非虛構的媒介材料上</p>
6. 學生在歷史、社會及文化脈絡下，辨識及詮釋訊息，了解閱聽人、媒介訊息與社會的關係	<p>6-1 辨識及討論真實事件與媒介再現的事件的不同</p> <p>6-2 質疑媒介文本中出現的議題，如角色描述、事實的正確性，並包容多元意見及陳述個人看法</p> <p>6-3 辨識及分析不同的文化、年齡或經歷/背景的閱聽人對媒介文本的理解</p> <p>6-4 使用媒介文本來探索媒介與真實世界的人際關係、個人及其他文化的異同</p>
7. 學生能評估及說明個人的媒介使用及他人的媒介使用	<p>7-1 評估媒介文本中使用不同元素可能產生的影響</p> <p>7-2 在討論媒介產製時能表達個人意見，並對此加以解釋</p> <p>7-3 以慎重及思辯的態度使用（視覺）媒介</p> <p>7-4 有意義的選擇所觀看的電視，描述</p>

發展階段：七至九年級（國中）	
關鍵知識與技術	關鍵能力描述
	<p>節目內容如何呈現娛樂及資訊</p> <p>7-5 檢視媒介使用行為對工作及休閒活動的影響(人們如何運用他們的休閒時間)</p>
<p>8. 學生能使用不同媒介的知識與技術來解決問題、溝通、傳播以及生產自發性或教師指定的媒體作業</p>	<p>8-1 藉由改變元素或形式的方式，自相同的影像訊息中創造出不同的敘事</p> <p>8-2 思考個人的媒介使用（如相片、錄影帶、圖形、圖片、電腦繪圖），並討論及判斷自己的選擇</p> <p>8-3 完成以視聽媒體來表現個人想法</p>

## 附錄二

### 臺北市及新北市的公、私立及附設國中學校資料

#### 臺北市公、私立及附設國中資料

國中學校名錄	校數	學生數
介壽、民生、中山、敦化、興雅、永吉、榴公、信義、仁愛、大安、芳和、金華、懷生、民族、龍門、長安、北安、新興、五常、濱江、螢橋、古亭、南門、弘道、中正、建成、忠孝、民權、蘭州、重慶、萬華、雙園、龍山、木柵、實踐、北政、景美、興福、景興、誠正、成德、內湖、麗山、三民、西湖、東湖、明湖、士林、蘭雅、至善、格致、福安、天母、北投、新民、明德、桃源、石牌、關渡、國立師大附中、國立政大附中、國立台灣戲曲學院(國中)、私立立人國中、私立靜心國中、私立奎山國中、西松高中附設國中部、中崙高中附設國中部、和平高中附設國中部、大同高中附設國中部、大直高中附設國中部、強恕中學附設國中部、成淵高中附設國中部、大理高中附設國中部、萬芳高中附設國中部、南港高中附設國中部、陽明高中附設國中部、百齡高中附設國中部、私立延平中學附設國中部、私立復興高中附設國中部、私立靜修女中附設國中部、私立立人高中附設國中部、私立東山中學附設國中部、私立再興中學附設國中部、私立景文高中附設國中部、私立方濟中學附設國中部、私立達人女中附設國中部、私立衛理女中附設國中部、私立華興中學附設國中部、私立薇閣高中附設國中部	89	84673

資料來源：研究者自行整理（2013年3月）。

## 新北市公、私立及附設國中資料

國中學校名錄	校數	學生數
板橋、重慶、江翠、中山、新埔、新莊、新泰、福營、頭前、光榮、明志、碧華、永和、福和、中和、積穗、漳和、鶯歌、柑園、土城、三峽、八里、泰山、五股、蘆洲、林口、汐止、淡水、三芝、石門、萬里、坪林、文山、五峰、瑞芳、欽賢、貢寮、深坑、平溪、烏來、溪崑、自強、中正、義學、中平、鳳鳴、三和、光復、竹圍、尖山、正德、安溪、樟樹、育林、青山、崇林、二重、大觀、三多、忠孝、鷺江、桃子腳、豐珠、佳林、達觀、國立華僑中學、私立時雨國中、海山高中附設國中部、三重高中附設國中部、永平高中附設國中部、樹林高中附設國中部、明德高中附設國中部、秀峰高中附設國中部、金山高中附設國中部、安康高中附設國中部、雙溪高中附設國中部、石碇高中附設國中部、丹鳳高中附設國中部、清水高中附設國中部、三民高中附設國中部、錦和高中附設國中部、私立淡江高中附設國中部、私立康橋實驗高中附設國中部、私立金陵女中附設國中部、私立南山高中附設國中部、私立恆毅高中附設國中部、私立聖心女中附設國中部、私立崇義高中附設國中部、私立格致高中附設國中部、私立醒吾高中附設國中部、私立徐匯高中附設國中部、私立崇光女中附設國中部、私立光仁高中附設國中部、私立竹林高中附設國中部、私立及人高中附設國中部、私立辭修高中附設國中部、私立裕德國中	97	130262

資料來源：研究者自行整理（2013年3月）。

### 附錄三

## 國中學生媒體識讀能力調查問卷（原版）

### 壹、學生背景資料

#### 【填答說明】

請您依目前實際狀況，將符合的代號填入（     ）中。

#### （     ）1. 性別：

- (1) 男 (2) 女

#### （     ）2. 父親的教育程度：

- (1) 得有碩士、博士學位者  
(2) 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者  
(3) 大學肄業、專科畢業者  
(4) 高中（職）畢業者  
(5) 國中畢業者及其他

#### （     ）3. 母親的教育程度：

- (1) 得有碩士、博士學位者  
(2) 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者  
(3) 大學肄業、專科畢業者  
(4) 高中（職）畢業者  
(5) 國中畢業者及其他

#### （     ）4. 父親職業是屬於下列【職業分類表】之第幾類：

- (1) 第一類 (2) 第二類  
(3) 第三類 (4) 第四類  
(5) 第五類

#### （     ）5. 母親職業是屬於下列【職業分類表】之第幾類：

- (1) 第一類 (2) 第二類  
(3) 第三類 (4) 第四類  
(5) 第五類



**【職業分類表】**

第一類	大學校長、大專教師、醫師、大法官、科學家、董事長、總經理、特任或簡任級公務人員（十到十四職等，第十四職等為文官最高職等）、立法委員、監察委員、考試委員、將級軍官
第二類	中小學校長、中小學教師、會計師、法官、律師、工程師、建築師、薦任級公務人員（六到九職等，高考三級、二級或一級及格者）、公司行號科長、直轄市議員、縣市議員、經理、襄理、協理、副理、校級軍官、警官、作家、畫家、記者、音樂家、中型企業負責人
第三類	技術員、技佐、委任級公務人員（一到五職等，初等考、普考或高考三級及格者）、科員、行員、出納員、鄉鎮市民代表、批發商、代理商、包商、尉級軍官、警察、船員、秘書、代書、演員、服裝設計師、女警隊員、消防隊員、小型企業負責人、軍中士官長
第四類	技工、水電工、店員、小店主、零售員、推銷員、自耕農、司機、裁縫師、廚師、美容師、理髮師、郵差、士官、士兵、打字員、領班、監工、保全人員
第五類	工廠工人、建築物看管工人、漁夫、清潔人員、雜工、工友、門房、臨時人員、學徒、佃農、家務助理、侍者、家庭主婦、待業

**( ) 6. 每日上網頻率：**

- (1) 1.5 小時以內
- (2) 1.5~3 小時
- (3) 3~4.5 小時
- (4) 4.5~6 小時
- (5) 6 小時以上

**( ) 7. 新聞獲取主要來源：**

- (1) 電視新聞
- (2) 報紙(含日報及晚報、捷運報)
- (3) 廣播新聞
- (4) 網路新聞
- (5) 社群網站，例如：新浪微博、臉書(facebook)、推特(Twitter)等

## 貳、國中學生媒體識讀能力調查問卷

### 【填答說明】

- (一) 以下題目是用來瞭解國中學生媒體識讀的能力，包含媒體識讀、訊息解析、媒體近用等層面。
- (二) 每一小題均有五個選項，依序代表「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」、「非常不同意」，請根據您的實際狀況在適當的內打「」，並請針對一個選項打勾，不要遺漏。

### 一、認識媒體

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	台灣公共電視台(簡稱公視)是由政府捐贈經費但不得干預其運作的媒體。					
2	網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好，代表這些媒體的品質愈好。					
3	電視連續劇拍續集的目的，最主要是為了服務觀眾。					
4	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。					
5	產品廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。					
6	我們能看到國外運動比賽直播，是因為我國主播在國外比賽現場進行播報。					
7	媒體播報取材和分析角度會影響總統候選人在總統大選中勝出。					
8	狗仔隊追新聞，其主要目的是為了打抱不平、維持社會正義。					
9	目前台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，他們的頻道為電視台經營者所擁有。					
10	綜藝節目的主持人即為該節目內容的設計者。					

11	電視新聞將世界各地的事情完整呈現。					
12	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。					

## 二、訊息解析

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
13	綜藝節目中取笑他人的作法只是博君一笑，沒什麼關係。					
14	雖然氣象局還沒有正式發佈陸上颱風警報，但為了讓社會大眾事先防範，我認為媒體應該預測颱風的登陸時間及行徑，並立即播報。					
15	廣告說：「借錢是高尚的行爲！」所以我會多使用信用卡進行消費。					
16	為了衝人氣，我會把任何訊息都放在我的部落格或個人網頁中。					
17	雜誌社拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味男藝人出軌劈腿。					
18	在電視歌唱比賽節目中，評審都依照參賽者的歌唱技巧給分。					
19	媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。					
20	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。					
21	電影中幫派兄弟之間為了情義相挺而以暴力解決問題，因此我們日常生活中為了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。					
22	擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、女名模才算漂亮且受歡迎。					
23	關於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。					

24	媒體報導「男同志辦性愛派對轟趴、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分是如此。					
----	--	--	--	--	--	--

### 三、媒體近用

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
25	我會透過媒體以投書或 Fax-in, Net-in, Call-In 媒體，以反應意見或要求改善不當內容。					
26	我會使用相關媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。					
27	我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。					
28	我會利用網際網路搜尋、獲取國內外的新知。					
29	我認為閱聽大眾(讀者、聽眾、觀眾)的力量相當有限，不可能影響傳播媒體。					
30	人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。					
31	我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網誌文章、facebook 分享等。					
32	我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。					
33	使用媒體只是休閒娛樂，不需特別學習如何選擇和使用。					
34	政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。					
35	瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道申訴，例如：向媒體客服部申訴。					
36	我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。					

## 附錄四

### 專家效度內容審查意見彙整表

#### 第一部分「國中生媒體識讀能力量表」專家內容審查意見彙整表

層面	原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
		適合	修正後適合	不適合		
認識媒體	1.網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好，代表這些媒體的品質愈好。	50%	50%		1.越能吸引閱聽人關注的媒體（如：網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好），代表這些媒體的品質愈好。	調整部分字詞
	2.電視連續劇拍續集的目的，最主要是為了服務觀眾。	50%	50%		2.電視連續劇拍續集的最主要目的，是為了服務觀眾。	調整部分字詞
	3.記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。	75%	25%		3.記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。	維持初稿題目
	4.狗仔隊追新聞，其主要目的是為了打抱不平、維持社會正義。	100%			4.狗仔隊追新聞，其主要目的是為了打抱不平、維持社會正義。	維持初稿題目
	5.電視新聞將世界各地的事情完整呈現。	50%	50%		5.電視新聞會將世界各地的重要大事完整呈現。	調整部分字詞
	6.我們能看到國外運動比賽直播，是因為我國主播在國外比賽現場進行播報。	50%	50%		6.我們能看到正在直播的國外運動比賽，是因為我國主播都會在國外比賽現場進行播報。	調整部分字詞
	7.綜藝節目的主持人即為該節目內容的設計者。	75%	25%		7.綜藝節目的主持人一定是該節目內容的設計者。	調整部分字詞

層面	原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
		適合	修正後適合	不適合		
	8.產品廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。	50%	50%		8.廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。	調整部分字詞
	9.媒體播報取材和分析角度會影響總統候選人在總統大選中勝出。	50%	50%		9.媒體播報的取材內容和分析角度，會影響總統候選人在總統大選中勝出與否。	調整部分字詞
	10.媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。	100%			10.媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。	維持初稿題目
	11.目前台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，他們的頻道為電視台經營者所擁有。	25%	50%	25%	11.台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，這些頻道使用的是全民共有的頻譜資源，應負擔部分公共服務義務。	調整部分字詞
	12.台灣公共電視台（簡稱公視）是由政府捐贈經費但不得干預其運作的媒體。	50%	50%		12.台灣公共電視台（簡稱公視）是由政府捐贈經費，但政府不得干預其運作的媒體。	調整部分字詞
訊息解析	13.雖然氣象局還沒有正式發佈陸上颱風警報，但為了讓社會大眾事先防範，我認為媒體應該預測颱風的登陸時間及路徑，並立即播報。	75%	25%		13.雖然氣象局還沒有正式發佈陸上颱風警報，但為了讓社會大眾事先防範，某媒體立即預測颱風的登陸時間及路徑並播報，我認為這樣的作法是正確的。	調整部分字詞
	14.為了衝人氣，我會把任何訊息都放在我的部落格或個人網頁中。	75%	25%		14 為了衝高人氣，我會把任何訊息都放在自己的部落格或個人網頁中。	調整部分字詞

層面	原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
		適合	修正後適合	不適合		
	15.媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味男藝人出軌劈腿。	75%	25%		15.媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味著男藝人一定出軌劈腿。	調整部分字詞
	16.廣告說：「借錢是高尚的行爲！」所以不管有沒有經濟能力，我會多向銀行預借現金來進行消費。	25%	25%	50%	16.廣告說：「借錢是高尚的行爲！」所以我會多使用信用卡進行消費。	調整部分字詞
	17.媒體中幫派兄弟之間爲了情義相挺而以暴力解決問題，因此我們日常生活中爲了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。	75%	25%		17.媒體中幫派兄弟之間爲了情義相挺而以暴力解決問題，因此，我們日常生活中爲了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。	調整部分字詞
	18.媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。	100%			18.媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。	維持初稿題目
	19.不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。	100%			19.不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。	維持初稿題目
	20.擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、女名模才算漂亮且受歡迎。	50%	50%		20.擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、名模才算漂亮且受歡迎。	調整部分字詞
	21.由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不	100%			21.由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。	維持初稿題目

層面	原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
		適合	修正後適合	不適合		
	同看法。					
	22.媒體報導「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分是如此。	75%	25%		22.媒體報導過「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分也是如此。	調整部分字詞
	23.綜藝節目中取笑他人的作法只是博君一笑，沒什麼關係。	75%	25%		23.綜藝節目中取笑他人的作法，只是博君一笑， <b>無傷大雅，不會造成任何影響。</b>	調整部分字詞
	24.在電視唱歌比賽節目中，評審都依照參賽者的歌唱技巧給分。	75%	25%		24.在電視唱歌比賽節目中，評審都依照參賽者的歌唱技巧給分。	維持初稿題目
媒體近用	25.我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。	75%	25%		25.我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。	維持初稿題目
	26.我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。	75%	25%		26.我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。	維持初稿題目
	27.我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。	75%	25%		27.我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。	維持初稿題目
	28.使用媒體只是休閒娛樂，不需特別學習如何選擇和使用。	75%	25%		28.使用媒體只是休閒娛樂，不需特別學習如何選擇和使用。	維持初稿題目
	29.我會利用網際網路搜尋、獲取國內的新知。	50%	50%		29.我會利用網際網路搜尋、獲取新知。	調整部分字詞



層面	原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
		適合	修正後適合	不適合		
	30.我會使用相關媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。	75%	25%		30.我會使用媒體設備來拍攝、剪接，製作一段影片。	調整部分字詞
	31.人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。	100%			31.人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。	維持初稿題目
	32.政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。	100%			32.政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。	維持初稿題目
	33.我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。	75%	25%		33.我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。	維持初稿題目
	34.我認為閱聽大眾（讀者、聽眾、觀眾）的力量相當有限，不可能影響傳播媒體。	100%			34.我認為閱聽大眾（讀者、聽眾、觀眾）的力量相當有限，不可能影響傳播媒體。	維持初稿題目
	35.我會透過媒體以投書或 Fax-In， Net-In， Call-In 媒體，以反應意見或要求改善不當內容。	50%	25%	25%	35.我會投書或 Fax-In， Net-In， Call-In 給媒體，以反映意見或要求改善不當內容。	調整部分字詞
	36.瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道申訴，例如：向媒體客服部申訴。	50%	50%		36.瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道進行申訴，例如：向媒體客服部申訴或投訴 NCC(國家通訊傳播委員會)。	調整部分字詞

第二部分「媒體使用習慣」專家內容審查意見彙整表

原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
	適合	修正後適合	不適合		
1.最常使用的媒體類型：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 電視 <input type="checkbox"/> 電腦網路 <input type="checkbox"/> 報紙 <input type="checkbox"/> 雜誌 <input type="checkbox"/> 廣播 <input type="checkbox"/> 手機 <input type="checkbox"/> 其他_____	50%	50%		1.較常使用的媒體類型：(可複選) <input type="checkbox"/> 電視 <input type="checkbox"/> 網路(含電腦、手機上網) <input type="checkbox"/> 報紙 <input type="checkbox"/> 雜誌 <input type="checkbox"/> 廣播 <input type="checkbox"/> 其他_____	調整部分字詞
2.平均每日使用媒體的頻率是：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 3小時以上 <input type="checkbox"/> 2小時 <input type="checkbox"/> 1小時 <input type="checkbox"/> 1小時以內 <input type="checkbox"/> 完全不使用	25%	75%		2.在平日(星期一至五)，平均每日使用媒體的時數是：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 4.5小時以上 <input type="checkbox"/> 3~4.5小時 <input type="checkbox"/> 1.5~3小時 <input type="checkbox"/> 1.5小時以內 <input type="checkbox"/> 完全不使用 3.在假日(星期六、日)，平均每日使用媒體的時數是：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 4.5小時以上 <input type="checkbox"/> 3~4.5小時 <input type="checkbox"/> 1.5~3小時 <input type="checkbox"/> 1.5小時以內 <input type="checkbox"/> 完全不使用	將此題分為二題使作答更為明確
3.使用媒體的目的主要為何：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 娛樂 <input type="checkbox"/> 交朋友 <input type="checkbox"/> 吸收新知 <input type="checkbox"/> 無聊打發時間 <input type="checkbox"/> 課業上的需求 <input type="checkbox"/> 其他_____	100%			4. 使用媒體的目的主要為何：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 娛樂 <input type="checkbox"/> 交朋友 <input type="checkbox"/> 吸收新知 <input type="checkbox"/> 無聊打發時間 <input type="checkbox"/> 課業上的需求 <input type="checkbox"/> 其他_____	維持初稿題目

原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
	適合	修正後適合	不適合		
4.使用媒體時父母親陪伴情形：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 總是有父母陪伴 <input type="checkbox"/> 偶爾有父母陪伴 <input type="checkbox"/> 無父母陪伴	75%	25%		5.使用媒體時父母親陪伴情形：(請選一個最符合的項目) <input type="checkbox"/> 總是有父母陪伴 <input type="checkbox"/> 偶爾有父母陪伴 <input type="checkbox"/> 無父母陪伴	維持初稿題目

### 第三部分「個人背景資料」專家內容審查意見彙整表

原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
	適合	修正後適合	不適合		
1.性別： <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	100%			1.性別： <input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	維持初稿題目
2.就讀國中所在地區： <input type="checkbox"/> 台北市 <input type="checkbox"/> 新北市	100%			2.就讀國中所在地區： <input type="checkbox"/> 台北市 <input type="checkbox"/> 新北市	維持初稿題目
3.就讀年級： <input type="checkbox"/> 七年級 <input type="checkbox"/> 八年級 <input type="checkbox"/> 九年級	100%			3.就讀年級： <input type="checkbox"/> 七年級 <input type="checkbox"/> 八年級 <input type="checkbox"/> 九年級	維持初稿題目
4.父親教育程度： <input type="checkbox"/> 得有碩士、博士學位者 <input type="checkbox"/> 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者 <input type="checkbox"/> 大學肄業、專科畢業者 <input type="checkbox"/> 高中、職畢業者 <input type="checkbox"/> 國中畢業者及其他	50%	50%		4.父親教育程度： <input type="checkbox"/> 得有碩士、博士學位者 <input type="checkbox"/> 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者 <input type="checkbox"/> 大學肄業、專科畢業者 <input type="checkbox"/> 高中、職畢業者 <input type="checkbox"/> 國中畢業者及其他	維持初稿題目

原初稿題目	專家意見			彙整專家意見後 預試問卷題目	備註
	適合	修正後適合	不適合		
5. 母親教育程度： <input type="checkbox"/> 得有碩士、博士學位者 <input type="checkbox"/> 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者 <input type="checkbox"/> 大學肄業、專科畢業者 <input type="checkbox"/> 高中、職畢業者 <input type="checkbox"/> 國中畢業者及其他	50%	50%		5. 母親教育程度： <input type="checkbox"/> 得有碩士、博士學位者 <input type="checkbox"/> 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者 <input type="checkbox"/> 大學肄業、專科畢業者 <input type="checkbox"/> 高中、職畢業者 <input type="checkbox"/> 國中畢業者及其他	維持初稿題目
6. 父親職業類別（請參考職業分類表）： <input type="checkbox"/> 一 <input type="checkbox"/> 二 <input type="checkbox"/> 三 <input type="checkbox"/> 四 <input type="checkbox"/> 五	75%	25%		6. 父親職業類別（請參考職業分類表）： <input type="checkbox"/> 一 <input type="checkbox"/> 二 <input type="checkbox"/> 三 <input type="checkbox"/> 四 <input type="checkbox"/> 五	維持初稿題目
7. 母親職業類別（請參考職業分類表）： <input type="checkbox"/> 一 <input type="checkbox"/> 二 <input type="checkbox"/> 三 <input type="checkbox"/> 四 <input type="checkbox"/> 五	75%	25%		7. 母親職業類別（請參考職業分類表）： <input type="checkbox"/> 一 <input type="checkbox"/> 二 <input type="checkbox"/> 三 <input type="checkbox"/> 四 <input type="checkbox"/> 五	維持初稿題目

## 附錄五

# 國中生媒體識讀能力調查問卷（預試問卷）

## 壹、國中生媒體識讀能力量表

### 【填答說明】

- (一) 以下題目是用來瞭解國中生媒體識讀的能力，包含認識媒體、訊息解析以及媒體近用三個層面。
- (二) 每一小題均有五個選項，依序代表「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「非常不同意」，請依據您的認知和實際狀況，在符合的□內打「√」，不要遺漏！

### 一、認識媒體

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好，代表這些媒體的品質愈好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	電視連續劇拍續集的目的，最主要是為了服務觀眾。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	狗仔隊追新聞，其主要目的是為了打抱不平、維持社會正義。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	電視新聞將世界各地的事情完整呈現。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	我們能看到國外運動比賽直播，是因為我國主播在國外比賽現場進行播報。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	綜藝節目的主持人即為該節目內容的設計者。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8	產品廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	媒體播報取材和分析角度會影響總統候選人在總統大選中勝出。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	目前台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，他們的頻道為電視台經營者所擁有。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	台灣公共電視台（簡稱公視）是由政府捐贈經費但不得干預其運作的媒體。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 二、訊息解析

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
13	雖然氣象局還沒有正式發佈陸上颱風警報，但為了讓社會大眾事先防範，我認為媒體應該預測颱風的登陸時間及路徑，並立即播報。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	為了衝人氣，我會把任何訊息都放在我的部落格或個人網頁中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味男藝人出軌劈腿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	廣告說：「借錢是高尚的行為！」所以不管有沒有經濟能力，我會多向銀行預借現金來進行消費。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	媒體中幫派兄弟之間為了情義相挺而以暴力解決問題，因此我們日常生活中為了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

20	擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、女名模才算漂亮且受歡迎。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	媒體報導「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分是如此。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	綜藝節目中取笑他人的作法只是博君一笑，沒什麼關係。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	在電視唱歌比賽節目中，評審都依照參賽者的歌唱技巧給分。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 三、媒體近用

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
25	我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	使用媒體只是休閒娛樂，不需特別學習如何選擇和使用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	我會利用網際網路搜尋、獲取國內的新知。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	我會使用相關媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

34	我認爲閱聽大眾（讀者、聽眾、觀眾）的力量相當有限，不可能影響傳播媒體。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	我會透過媒體以投書或 Fax-In, Net-In, Call-In 媒體，以反應意見或要求改善不當內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道申訴，例如：向媒體客服部申訴。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 貳、媒體使用習慣

### 【填答說明】

請您依實際狀況，在最符合的內打「√」。

1. 最常使用的媒體類型：(請選一個最符合的項目)

電視 電腦網路 報紙 雜誌 廣播 手機 其他\_\_\_\_\_

2. 平均每日使用媒體的頻率是：(請選一個最符合的項目)

3小時以上 2小時 1小時 1小時以內 完全不使用

3. 使用媒體的目的主要為何：(請選一個最符合的項目)

娛樂 交朋友 吸收新知 無聊打發時間 課業上的需求

其他\_\_\_\_\_

4. 使用媒體時父母親陪伴情形：(請選一個最符合的項目)

總是有父母陪伴 偶爾有父母陪伴 無父母陪伴

## 參、學生背景資料

### 【填答說明】

請您依實際狀況，在最符合的內打「√」。

1. 性別：男 女

2. 就讀國中所在地區：台北市 新北市 基隆市

3. 就讀年級：七年級 八年級 九年級

4. 父親教育程度：



- 得有碩士、博士學位者
- 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者
- 大學肄業、專科畢業者
- 高中、職畢業者
- 國中畢業者及其他

5. 母親教育程度：

- 得有碩士、博士學位者
- 大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者
- 大學肄業、專科畢業者
- 高中、職畢業者
- 國中畢業者及其他

6. 父親職業類別（請參考職業分類表）：一 二 三 四 五

7. 母親職業類別（請參考職業分類表）：一 二 三 四 五

### 【職業分類表】

類別	職業項目
第一類	大學校長、大學教師、醫師、大法官、特任或簡任級公務員、國大代表、立法委員、監察委員、考試委員、董事長、總經理、將級軍官、外交官、資產階級
第二類	中小學校長、中小學教師、會計師、法官、推事、律師、工程師、建築師、薦任級公務員、公司行號科長、院轄市議員、經理、襄理、協理、副理、校級軍官、警官、作家、畫家、音樂家、新聞或電視記者、一般企業負責人、經理階級
第三類	技術員、技佐、委任級公務員、科員、金融機構行員、出納員、縣市議員、鄉鎮市民代表、批發商、代理商、包商、尉級軍官、警察、消防隊員、秘書、代書、電影或電視演員、小資產階級
第四類	技工、水電工、店員、小店主、零售員、推銷員、自耕農、司機、裁縫、廚師、美容師、美髮師、士(官)兵、打字員、領班、監工、勞工階級
第五類	工廠工人、小販、農夫、漁夫、建築工、清潔工、雜工、臨時工、工友、建築物看管人、僱工、服務生、家庭主婦(夫)、家管

## 附錄六

# 國中生媒體識讀能力調查問卷(正式問卷)

親愛的同學，你好：

首先十分感謝你願意填寫本問卷，此問卷是為了瞭解國中生的媒體識讀能力，這**不是考試**，亦**不記名**，請放心作答！你的填答，僅供學術研究之用，請依實際狀況勾選，並且**不要遺漏任何題目**，謝謝合作！

國立臺灣師範大學公民與社會教學碩士班

指導教授 王錦雀 博士

研究生 許心怡

## 壹、國中生媒體識讀能力量表

### 【填答說明】

(一) 每一小題均有五個選項，依序代表「非常同意」、「同意」、「普通」、「不同意」及「非常不同意」，請依據你的認知和實際狀況，在符合的□內打「✓」，**不要遺漏**！謝謝你的配合。

(二) 例如：「電視連續劇拍續集的最主要目的，是為了服務觀眾。」若你百分之百同意這個敘述，請勾選非常同意；有八成同意，請勾選同意；不同意也不反對，請勾選普通；若你認為此一敘述八成是錯誤的，請勾選不同意；百分之百錯誤，請勾選非常不同意。

### 一、認識媒體

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
1	越能吸引閱聽人關注的媒體（如：網路點閱人次愈多、電視節目的收視率愈高、報章雜誌的銷售量愈好），代表這些媒體的品質愈好。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	電視連續劇拍續集的最主要目的，是為了服務觀眾。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	記者採訪的全部內容，將會完整呈現於新聞報導中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	狗仔隊追新聞，其主要目的是為了打抱不平、維持社會正義。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
5	電視新聞會將世界各地的重要大事完整呈現。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	我們能看到正在直播的國外運動比賽，是因為我國主播都會在國外比賽現場進行播報。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7	綜藝節目的主持人一定是該節目內容的設計者。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	廠商如欲透過媒體宣傳其產品，必須先支付廣告費用給媒體。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	媒體是獨立的，因此媒體呈現的資訊和節目內容不受外界力量（如政治、贊助企業等因素）的影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	台灣的無線電視台如台視、中視、華視、民視，這些頻道使用的是全民共有的頻譜資源，應負擔部分公共服務義務。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 二、訊息解析

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
11	爲了衝高人氣，我會把任何訊息都放在自己的部落格或個人網頁中。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	媒體拍到已婚男藝人夜宿某女子家，意味著男藝人一定出軌劈腿。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13	廣告說：「借錢是高尙的行爲！」所以我會多使用信用卡進行消費。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	媒體中幫派兄弟之間爲了情義相挺而以暴力解決問題，因此，我們日常生活中爲了捍衛友情而這麼做時，是可以被接受的。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	媒體常報導經濟弱勢家庭的酗酒、家庭暴力問題，這代表大部分經濟條件差的家庭較不幸福。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
16	不同國家人民因宗教信仰、生活型態或價值觀等等差異，致使媒體播報角度和取材內容也會有所差異。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	擁有美麗臉孔、苗條身材的女星、名模才算漂亮且受歡迎。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	由於政治傾向的差異，不同新聞媒體對於一個政治事件會有不同看法。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	媒體報導過「男同志辦性愛派對、集體吸毒」，可見現實生活中的男同志大部分也是如此。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	綜藝節目中取笑他人的作法，只是博君一笑，無傷大雅，不會造成任何影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### 三、媒體近用

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
21	我會利用網路發表個人對新聞事件或時事的看法，例如：論壇留言、發表網路文章、facebook 分享等。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	我會在網路上號召網友，討論、批判重大的國家社會議題。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	我會回應別人在網路上的文章內容，提出自己的觀點供網友參考。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	我會利用網際網路搜尋、獲取新知。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	我會使用媒體設備來拍攝、剪接製作一段影片。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	人民可要求政府在做重大政策決議時，透過媒體轉播，使人民了解決策過程與內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	政府應該將重大施政和公共建設的資訊公開，並提供民眾免費查詢。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

題號	題目	非常同意	同意	普通	不同意	非常不同意
28	我可以自己決定要看的電影或節目而不會受到朋友或家人影響。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	我會投書或 Fax-In, Net-In, Call-In 給媒體，以反映意見或要求改善不當內容。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	瀏覽到或收到不宜的媒體內容時，我會主動利用管道進行申訴，例如：向媒體客服部申訴或投訴 NCC(國家通訊傳播委員會)。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 貳、媒體使用習慣

### 【填答說明】

請你依實際狀況，在最符合的內打「✓」。

1. 較常使用的媒體類型：(可複選)

- 電視    網路(含電腦、手機上網)    報紙  
雜誌    廣播    其他\_\_\_\_\_

2. 在平日(星期一至星期五)，平均每日使用媒體的時數是：(請選一個最符合的項目)

- 4.5 小時以上    3~4.5 小時    1.5~3 小時  
1.5 小時以內    完全不使用

3. 在假日(星期六、日)，平均每日使用媒體的時數是：(請選一個最符合的項目)

- 4.5 小時以上    3~4.5 小時    1.5~3 小時  
1.5 小時以內    完全不使用

4. 使用媒體的目的為何：(可複選)

- 娛樂   交朋友   吸收新知   無聊打發時間   課業上的需求  
其他\_\_\_\_\_

5. 使用媒體時父母親陪伴情形：(請選一個最符合的項目)

- 總是有父母陪伴   偶爾有父母陪伴   無父母陪伴

---

## 參、學生背景資料

---

### 【填答說明】

請你依實際狀況，在最符合的內打「」。

1. 性別：男   女

2. 就讀國中所在地區：台北市   新北市

3. 就讀年級：七年級   八年級   九年級

4. 父親教育程度：

- 得有碩士、博士學位者  
大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者  
大學肄業、專科畢業者  
高中、職畢業者  
國中畢業者及其他

5. 母親教育程度：

- 得有碩士、博士學位者  
大學校院畢業、技術學院畢業，獲學士學位者  
大學肄業、專科畢業者  
高中、職畢業者  
國中畢業者及其他

6. 父親職業類別 (請參考職業分類表): 一 二 三 四 五

7. 母親職業類別 (請參考職業分類表): 一 二 三 四 五

### 【職業分類表】

類別	職業項目
第一類	大學校長、大學教師、醫師、大法官、特任或簡任級公務員 (高階, 如部長、處長、次長、局長、主任秘書等)、國大代表、立法委員、監察委員、考試委員、董事長、總經理、將級軍官、外交官、資產階級
第二類	中小學校長、中小學教師、會計師、法官、推事、律師、工程師、建築師、薦任級公務員 (中階, 如科長、課長、秘書、技正等)、公司行號科長、院轄市議員、經理、襄理、協理、副理、校級軍官、警官、作家、畫家、音樂家、新聞或電視記者、一般企業負責人、經理階級
第三類	技術員、技佐、委任級公務員 (初階, 如科員、行員、技佐等)、科員、金融機構行員、出納員、縣市議員、鄉鎮市民代表、批發商、代理商、包商、尉級軍官、警察、消防隊員、秘書、代書、電影或電視演員、小資產階級
第四類	技工、水電工、店員、小店主、零售員、推銷員、自耕農、司機、裁縫、廚師、美容師、美髮師、士(官)兵、打字員、領班、監工、勞工階級
第五類	工廠工人、小販、農夫、漁夫、建築工、清潔工、雜工、臨時工、工友、建築物看管人、僱工、服務生、家庭主婦(夫)、家管

問卷結束，請再次檢查是否有漏答的地方

☺ 謝謝你的回答！ ☺