

2022「元宇宙迷因梗圖」記者會

2022台灣青少兒美感素養與上網趨勢報告

計劃主持人

黃葳威 博士

國立政治大學傳播學院教授

政大數位傳播文化行動實驗室執行長

白絲帶關懷協會執行長

2022年12月



2022台灣青少兒美感素養與上網趨勢報告

壹、 研究背景與目的

聯合國經濟合作暨發展組織 (Organization for Economic Cooperation and Development, OECD) 提出《2030年經濟合作暨發展組織教育和技能的未來計畫》(OECD Future of Education and Skills 2030 project)，直陳面對不可預測的未來趨勢，學生不僅需要培養知識和技能，且要培養態度和價值觀。創造新價值需要批判性思維和創造力來尋找不同的解決方法問題，與他人合作尋求複雜問題的解決方案 (OECD, 2019)。

STEAM (Science、Technology、Engineering、Arts、Math) 教育行動應運而生。2011年總統歐巴馬在國情咨文提出創新與科技、教育的重要性，發布《總統2012預算要求和中小學教育改革藍圖法案》(A blueprint for reform: The reauthorization of the elementary and secondary education act)，推動STEM課程，2014年投入31億美元推動STEM教育。STEM是Science、Technology、Engineering以及Math 4字縮寫，即結合科學、科技、工程以及數學等四專業領域的新興教育議題。

美國羅德島設計學院 (Rhode Island School of Design)，發起「從STEM到STEAM」的運動，並且設立了相關推廣組織stemtosteam，在民間、地方政府與各國教育逐漸發酵 (Maeda, 2013)。

香港學者陳怡倩(2017)歸納STEAM課程的觀察與實踐文獻，對A兩個看法：1. ART=外顯的美，2. ART=設計思維。藝術及傳播媒體背景的學者專家認為，STEAM最有效的切入點，便是從設計的角度來結合科技、科學與藝術 (Bequette, & Bequette, 2012; Vande Zande, 2017)。

解決問題的過程中，設計給予藝術融合科技、科學學術明確的目的性，解決問題是STEM與ARTS兩者緊密相接的共通性，STEM的解決問題以實用性為主，ARTS的解決問題以創造力表達力為主 (陳怡倩, 2017)。

108課綱強調素養導向教學，藉由12年國民教育培養學生的知識、能力、態度，核心素養中一項是「藝術涵養與美感素養」，作為「溝通互動」中重要一環。但在重視升學的臺灣，藝術相關課程或教育，常被數理語文課借走，無形剝奪年輕學子涵詠美感生活的機會。

疫情衝擊生活，也凸顯數位學習與視訊會議價值，青少兒學生高密度的上網作息，是否也透過數位平台接觸各式美感經驗？台灣青少兒的上網趨勢與美感素養如何？

本報告採取問卷調查，受訪青少兒在學學生分別來自21縣市，以新北市最多，其次為台北市、新竹市，其餘皆低於一成。

表1：縣市分佈

	次數	百分比
基隆市	100	1.2
新北市	2208	26.4
台北市	378	4.5
桃園縣	775	9.3
新竹縣	785	9.4
新竹市	1099	13.1
苗栗縣	98	1.2
台中市	198	2.4
彰化縣	58	0.7
南投縣	431	5.2
雲林縣	572	6.8
嘉義縣	207	2.5
嘉義市	455	5.4
台南市	97	1.2
高雄市	315	3.8
屏東縣	286	3.4
宜蘭縣	64	0.8
花蓮縣	74	0.9
台東縣	135	1.6
澎湖縣	16	0.2
金門縣	13	0.2
其他	2	0.0
總和	8365	100.0

調查針對28所國小、25所國中、29所高中、31所大學，共計103所大學、高國中小學在學學生，發出份10000問卷，回收8365份有效問卷，回收率為83.7%。

表2：抽樣學校名單

地區	國小組	國中組	高中組(含完中)	大學				
北北基	又誠國小 幸安國小 成功國小	中和國小 德音國小	南榮國中 百齡國中 錦和國中	基隆高商工 北市高商 百齡高中 基隆女中	暖暖高中 成功高中 華江高中 錦和高中	台灣海洋大學 中國文化大學 台北市立大學 城市科技大學 台灣師範大學 臺北藝術大學 康寧大學 淡江大學	世新大學 政治大學 輔仁大學 銘傳大學 臺北大學	
桃竹苗	桃園國小 科園國小	六家國小 後龍國小	新興國中 員東國中	六家國中 三義國中	新興高中 三義高中	六家高中	中央大學 元智大學 元培醫事科技大學 清華大學	中原大學 開南大學 陽明交通大學
中彰投	台中國小 塗城國小 愛蘭國小	進德國小 忠孝國小	沙鹿國中 新光國中 精誠國中	惠文國中 和美國中	中港高中 和美高中 中興高中	台中女中 精誠高中 豐原高中	中山醫學大學 台中教育大學 逢甲大學	暨南大學
雲嘉南	廣興國小 民族國小 東區復興國小	鎮東國小 民雄國小	斗六國中 竹崎國中	南興國中 長榮國中	斗六高中 天主教立仁高中 竹崎高中	長榮高中	中正大學	崑山大學
高屏	五福國小 玉田國小	中正國小	陽明國中 里港國中	大同國中 東港國中	左營高中 民生高中	大同高中 東港高中	高雄師範大學 屏東科技大學	
宜花東	礁溪國小 豐禮國小 瑞源國小	東海國小 新生國小	慧燈國中 東海國中	壽豐國中 新生國中	慧燈高中 台東高商	花蓮高中	國立東華大學 慈濟大學 台東大學	
離島	金湖國小		鎮海國中		馬公高中			

貳、研究結果

青少兒美感素養

調查對象包括國小高年級至大學四年級階段，經由因素分析，並參考Dufrenne (1973)美感經驗理論與Feldman (1967)美感鑑賞理論主張，台灣青少兒學生的美感素養可分為美感呈現與再現反思兩層面。受訪青少兒在學學生的美感素養整理平均值為3.77分。美感呈現得分 (M=3.94) 高於再現反思層面 (M=3.59)。

進一步檢視美感呈現層面，青少兒美感素養在「我會因發現意外的美景而感到開心喜悅」(M=4.15)；其次為「我能欣賞大自然中生物生活模式，如：雲彩的濃淡、樹葉的色彩等」(M=4.04)，在選購商品時，「商品設計是我重要考慮的因素之一」(M=4.02)、「我喜歡佈置自己居家的住所、房間及書房等」(M=4.02)。這意味著青少兒學生對於生活與環境的美感覺呈現，已經有相當覺察力。

青少兒美感再現反思層面得分高於平均值的包括：「我會注意目前正在進行的藝文活動」(M=3.83)、「我能夠辨別不同文化藝術創作之特質，如：原住民文化與客家文化的差異」(M=3.73)、「欣賞藝術作品時，我能清楚理解作品的意涵，如：創作理念、創作內容與表現形式之邏輯性」(M=3.72)等。青少兒對於藝文展演作品的覺察或鑑賞，以及不同文化創作的辨識，表現較佳。這反映台灣近年多元族群文化教育、藝文教育已具備不錯的影響力。

再現反思層面表現最不足的有：「平日我會主動搜尋藝文活動相關資訊」(M=3.41)、「我能具

體說明藝術創作在不同文化所呈現的差異性」(M=3.43)、「我能夠向他人解說自己文化中的藝術創作特色」(M=3.46)、「我能夠向他人解說自己文化中的藝術創作特色」(M=3.46)、「我會利用空閒時間參與不同類型的藝文活動，例如：畫展、攝影展、立體作品展或影歌舞劇表演藝術活動等」(M=3.49)等。

不可否認，疫情期間實體的藝文活動暫停，影響受訪者實際接觸的機會，然而，青少兒學生透過網路搜尋相關藝文資訊的行為也相當有限。

表3：青少兒美感素養

題項	非常同意	同意	非常不同意	不同意	不知道	平均數
整體						3.77
美感呈現						3.94
6在選購商品時，商品設計是我重要考慮的因素之一	6.8	1.9	7.6	49.9	33.8	4.02
7我能明確瞭解自己對穿著的喜好與風格	8.4	2.2	9.7	45.2	34.5	3.95
8外出用餐時，我會重視商店的裝潢佈置、餐具擺設	7.7	2.3	12.7	48.6	28.6	3.88
9我喜歡佈置自己居家的住所、房間及書房等	6.5	2.0	10.8	44.0	36.6	4.02
10我會去氣氛優美的餐廳用餐	9.4	2.4	12.3	47.7	28.2	3.83
11我能留意生活周遭美的景物，例如：路邊的小花、天空的雲等	7.7	2.4	9.5	45.2	35.3	3.98
12我喜歡使用攝影、錄音/錄影等方式捕捉日常生活景象的感動	8.3	4.2	17.6	39.5	30.4	3.80
13我會因發現意外的美景而感到開心喜悅	6.3	1.6	6.2	43.0	42.9	4.15
14我能欣賞大自然中生物生活模式，如：雲彩的濃淡、樹葉的色彩等	6.8	2.1	8.6	45.2	37.3	4.04
15我會利用社群網站將捕捉到的日常生活美的景象與他人分享	7.7	5.8	17.6	39.2	29.6	3.77
再現反思						3.59
1我會注意目前正在進行的藝文活動	9.1	2.7	14.1	44.7	29.4	3.83
2欣賞藝術作品時，我能清楚理解作品的意涵，如：創作理念、創作內容與表現形式之邏輯性	11.4	2.6	13.6	47.2	25.3	3.72
3我喜歡推薦好的藝文活動或展覽資訊給朋友	9.6	4.4	19.0	41.5	25.4	3.69
4平日我會主動搜尋藝文活動相關資訊	9.7	8.0	31.7	32.8	17.8	3.41
5我會利用空閒時間參與不同類型的藝文活動，例如：畫展、攝影展、立體作品展或影歌舞劇表演藝術活動等	9.5	7.7	26.8	36.6	19.4	3.49
16我能夠辨別不同文化藝術創作之特質，如：原住民文化與客家文化的差異	10.8	3.0	14.1	46.5	25.6	3.73
17我會蒐集有關自己文化的藝文資訊	11.5	4.2	22.9	39.8	21.7	3.56
18我會蒐集不同文化的藝文資訊	11.3	4.6	22.7	40.4	21.1	3.55
19我能夠向他人解說自己文化中的藝術創作特色	13.9	4.8	22.9	38.4	20.0	3.46
20我能具體說明藝術創作在不同文化所呈現的差異性	15.1	4.8	22.0	38.8	19.4	3.43

青少兒手機與網路使用

受訪小學三年級至大學四年級的在學學生，家中平均擁有的電視數量為1.96台，電腦數量達2.37台。顯示電腦較電視在家中生活的重要性較高。

表4：家戶電視、電腦數量

	平均數
家中電視數	1.78
家中電腦數	2.37

超過八成小五至大四的青少兒擁有自己的手機(92.5%)，高達九成八以上都是智慧型手機，顯示疫情期間，智慧型手機與青少兒生活緊密相連。

表5：青少兒手機擁有

	次數	百分比		百分比
有自己的手機	7740	92.5	智慧型手機	98.3
			一般手機	1.7
沒有自己的手機	625	7.5		
總和	8365	100.0		100.0

整體而言，小五至大四受訪在學學生，每週使用手機時間達37.56小時，上網時間有38.56小時，收看電視時間有12.08小時，運動時間僅有9.66小時。

其中周間平日每天平均以手機使用時間與上網時間最高，皆各達4.84小時，其次為收看電視 (M=1.34)；周間平日每天運動時間為1.3小時。

周末假日每天平均以電腦使用時間最高，達7.18小時，其次為使用手機 (M=6.68)，再者為收看電視 (M=2.69)；周末假日每天運動時間為1.58小時。

表6：青少兒媒體使用與運動

	周間平均時數	周末平均時數
收視時間	1.34	2.69
電腦時間	4.84	7.18
手機/平板時間	4.84	6.68
運動時間	1.3	1.58

八成六以上青少兒每天上網，低於一成僅在週末或假日上網，其餘周間上網一天至六天不等，極少數受訪學生不上網 (1.5%)。

表7：青少兒上網頻率

上網頻率	次數	百分比
每天都用	7202	86.1
一星期用五、六天	204	2.4
一星期用三、四天	218	2.6
一星期用一、兩天	119	1.4
只有週末、假日才用	493	5.9
不用	129	1.5
總和	8365	100.0

近五成七青少兒常獨自一人上網，三成二以上常和同學友人一起上網，其次是和手足上網。

表8：青少兒在家不上網的原因及上網伙伴

上網伙伴	次數	百分比
同學或朋友	2733	32.7
兄弟姊妹	668	8.0
父母	134	1.6
自己	4742	56.7
祖父母	25	0.3
其他	62	0.7
總計	8365	100.0

青少兒最常上網的時段多在晚間十點以前。週間最常上網時段集中在傍晚六點到晚上十點，以晚上八點至十點最高 (36.5%)，其次在傍晚六點至八點 (22.9%)；週末最常於上午至下午白天時段上網，以晚上八點至十點最高 (26.4%)，其次在傍晚六點至晚上八點。

青少兒最常使用的入口網站，以「Google」為入口網站的青少兒最多 (42.4%)，其次為社群網站影音平台「Youtube」 (38.1%)，再者為其他佔8.9%、「Facebook」 (7.8%)，其餘作為入口的均不到一成。

表9：週間與週末最常上網時段

最常上網時段	週間次數	百分比	周末次數	百分比
上午(06:01~12:00)	204	2.5	480	5.8
中午(12:01~16:00)	388	4.7	1408	17.1
下午(16:01~18:00)	781	9.5	1484	18.0
傍晚(18:01~20:00)	1890	22.9	1145	13.9
晚上(20:01~22:00)	3005	36.5	2172	26.4
深夜(22:01~24:00)	1412	17.1	1218	14.8
凌晨(12:01~06:00)	149	1.8	273	3.3
不用	406	4.9	54	0.7
總計	8235	100.0	8235	100.0

表10：青少兒常用之入口網站

入口網站	次數	百分比
學校網頁	153	1.9
Yahoo!奇摩	36	0.4
Google	3497	42.4
HiNet	5	0.1
Facebook	646	7.8
PChome	22	0.3
MSN 台灣 (Bing)	13	0.2
Yam 蕃薯藤	1	0.0
YouTube	3139	38.1
其他	730	8.9
總計	8243	100.0

青少兒上網地點，近八成八以家中為主，其次為學校(8.1%)，其他地點或行進路上皆低於一成。小五至大四青少兒學生居家不使用科技用品的原因，近六成表示是自己不想用；其次是家長擔心影響視力(13.7%)、影響課業(11.8%)，其他原因皆低於一成。

表11：青少兒上網地點

上網地點	次數	百分比	家中科技產品	次數	百分比
學校	665	8.1	缺乏上網設備	542	6.5
家裡	7241	87.9	我自己不想用	4957	59.3
網咖	16	0.2	父母覺得不需要	213	2.6
圖書館	9	0.1	父母怕影響我的功課	985	11.8
路上	158	1.9	父母擔心接觸不良網站、節目或資訊	162	1.9
其他	145	1.8	父母擔心會影響視力	1142	13.7
			不會使用	363	4.3
總計	8234	100.0	總計	8365	100.0

青少兒在家中常用電子產品以智慧型手機(82.3%)、可上網的電腦為主(59.4%)，其次為數位電視(44.9%)、平板電腦(31.5%)，再來是電動遊樂器(17.8%)和智慧型手錶(10.3%)。

表12：青少兒家中科技產品使用情形

家中科技產品	次數	百分比
數位電視	3758	44.9
手機(不能上網)	519	6.2
平板電腦	2635	31.5
電腦上網	4971	59.4
手機上網	6880	82.3
電動遊樂器	1486	17.8
電子字典	315	3.8
數位相機	487	5.8
MP3/MP4	228	2.7
智慧型手錶	865	10.3
都不使用	116	1.4
其他	43	0.5

青少兒上網動機，七成以上主要是為看影片(80.2%)、或聽音樂(74.3%)，其次是玩遊戲(73%)、查詢資料(61.3%)、使用社群網站(60%)，均六成以上；再者，近四成七青少兒上網即時通訊工具與他人聯繫，四成二看娛樂資訊。

表13：青少兒上網動機

上網動機	次數	百分比
玩線上/手機遊戲	6009	73.0
寄發電子郵件	2066	25.1
查詢資料	5050	61.3
用即時通訊	3864	46.9
看色情網站	831	10.1
上論壇或 BBS	703	8.5
看娛樂資訊	3456	42.0
下載軟體	2899	35.2
使用部落格	324	3.9
使用社群網站	4943	60.0
觀賞影片	6602	80.2
聽音樂	6121	74.3
開直播	470	5.7
看新聞	2130	25.9
其他	167	2.0
總計	8235	554.1

青少兒網路社群參與

近六成五以上的青少兒會參加網路社群，此現象從2010-2017年呈現持續成長，爾後停滯，近一年略為升高。

2010年全臺灣小五至國一青少兒學生，參加者有1090人(1.6%)；2011年近兩成青少兒表示有參加網路社群(19.6%)。2012年，超過兩成青少兒表示有參加網路社群(24%)，2013年成長至43%。2014年，全臺灣小五至高三的學生中，近六成參與網路社群(7721人，58.7%)；2016年，近六成小五到大一在學學生參與網路社群；2017年加入大二、大三族群，參與率更突破七成。去年為六成四，今年為六成五。

疫情影響，校園學生日常作息逐漸和網路社群緊密相結合，網路社群成員以友人為主，也超出日常生活中可預期的同學圈。

表14：青少兒網路社群參與情形

	次數	百分比
有	5444	65.1
沒有	2275	27.2
不知道	646	7.7
總計	8365	100.0

青少兒學生受到疫情居家政策影響，有七成六以上不常出席或從未出席或不常出席網聚，低於一成五表示偶爾出席或經常出席。

表15：青少兒網路社群參與情形

	次數	百分比
經常出席	199	3.7
偶爾出席	569	10.5
不常出席	912	16.8
從未出席	3292	60.5
不知道	472	8.7
總計	5444	100.0

青少兒參與的網路社群以「娛樂流行」類型最多(55.8%)、其次依序為「娛樂流行」(50.2%)、「運動休閒」(23.2%)、「藝文學術」(22.7%)、「電腦通訊」(14.7%)、「聯誼交友」(14.1%)皆低於兩成。

表16：青少兒參與的網路社群類型

	次數	百分比
親友學校	2731	50.2
聯誼交友	767	14.1
娛樂流行	3036	55.8
星座命理	610	11.2
運動休閒	1265	23.2
醫療保健	214	3.9
電腦通訊	799	14.7
藝文學術	1237	22.7
商業金融	336	6.2
不知道	211	3.9
其他	432	7.9
總計	5444	213.8

參、 研究基本資料

本研究採親身問卷調查小五至大四學生，男生略多(51.2%)、女生佔48.8%。

表17：性別分布

性別	次數	百分比
男性	4279	51.2
女性	4086	48.8
總和	8365	100.0

青少兒學習階段以大學生最多 (41.2%)，其次分別是國中(23.3%)、高中(21%)，再者是國小(14.4%)。

表18：學習階段分布

年級	次數	百分比
國小	1205	14.4
國中	1952	23.3
高中	1758	21.0
大學	3450	41.2
總和	8365	100.0

青少兒家庭型態包含三代同堂、兩代同堂、單親、隔代、寄養、其他等，以兩代同堂居多(60.3)，其次為三代同堂(24.6%)、單親家庭(11.9%)。

表19：家庭型態

家庭型態	次數	百分比
三代同堂	2058	24.6
兩代同堂	5045	60.3
單親家庭	997	11.9
隔代教養	155	1.8
寄養或寄宿家庭	37	0.4
其他	73	0.9
總計	8364	100.0

青少兒家中以民間信仰較多(34.2%)，其次沒有宗教信仰(30.4%)，再者依序為道教(14.9%)、佛教(8.8%)、基督教(7.6%)。

表20：宗教信仰

	次數	百分比
基督教	634	7.6
天主教	86	1.0
佛教	736	8.8
沒有信仰	2541	30.4
伊斯蘭教	17	0.2
道教	1248	14.9
一貫道	96	1.1
民間信仰(拜拜)	2861	34.2
其他	144	1.7
總計	8363	100.0

青少兒父親教育程度從國中以下至博士不等，以大學/專比例最多(32.5%)，其次為高中/職 (31.6%)。母親教育從國中以下至博士不等，以為大學/專比例最高(38.1%)，其次高中職教育程度(33.5%)。

表21：父母教育程度

教育程度	父親人數	百分比	母親人數	百分比
國中以下	648	7.7	558	6.7
高中(職)	2647	31.6	2805	33.5
大學(專)	2719	32.5	3185	38.1
碩士	955	11.4	640	7.6
博士	237	2.8	111	1.3
不知道	1158	13.8	1066	12.7
總計	8365	100.0	8365	100.0

青少兒父親行業別以工業居多(23.2%)，其次為服務業服務業(15.3%)、商業(12.4%)，有一成二以上不知道父親職業。

母親職業以服務業居多(23.6%)，其次為商業(14.3%)，一成以上表示不知道。

表22：父母親職業

行業別	父親人數	百分比	母親人數	百分比
工	1941	23.2	586	7.0
商業	1249	14.9	1194	14.3
農漁業	247	3.0	116	1.4
服務業	1277	15.3	1976	23.6
軍公教警	788	9.4	731	8.7
專業(醫護、律師、會計師)	425	5.1	703	8.4
無業	75	0.9	817	9.8
自由業	472	5.6	578	6.9
退休	252	3.0	182	2.2
不知道	1035	12.4	894	10.7
其他	603	7.2	588	7.0
總計	8363	100.0	8364	100.0

青少兒家長在家使用語言，以國語為主，母親居家說國語佔 95.9%、父親家中使用國語者達 95.2%；其次為閩南語/台語，包括客家、原住民語、英語、或其他語言均低於一成。

表23：家中語言使用

家中使用語言	父親人數	百分比	母親人數	百分比
國語	7960	95.2	8024	95.9
客語	367	4.4	377	4.5
閩南語/台語	4173	49.9	3659	43.7
原住民語	126	1.5	130	1.6
英語	247	3.0	265	3.2
其他	164	2.0	263	3.1
總計	8365	155.8	8365	152.1

肆、 結論、討論與建議

2015年9月，聯合國永續發展會議(UN Sustainable Development Summit)通過2030年永續發展議程(2030 Agenda for Sustainable Development)，在兼顧「經濟成長」、「社會進步」與「環境保護」等三大面向，提出17項永續發展目標(SDGs)與169項細項目標(Targets)，目標在2030年前，共同解決包括優質教育、縮減教育不平等、貧窮、氣候變遷、城市永續等問題。

另一方面，迷因梗圖也成為網路行銷的途徑。從青年學子、上班族到公私部門，運用各式圖文型態的迷因梗圖，傳遞其主張、服務、價值等。

教育部主任秘書廖興國在「2022臺灣跨域美感教育國際論壇」表示(教育廣播電臺,2022/11/11)，美感教育以創新跨域、從小扎根進行推動，希望內容是活潑、好玩、專業又具有意義，期盼在疫情的時代下，能夠讓美感教育及美感素養繼續向下扎根，達到「藝術生活化、生活藝術化」的目標。

本研究調查台灣青少兒美感素養與上網趨勢發現：

1. 台灣青少兒學生的美感素養可分為美感呈現與再現反思兩層面。受訪青少兒在學學生的美感素養整理平均值為3.77分。美感呈現得分(M=3.94)高於再現反思層面(M=3.59)；
2. 青少兒學生對於生活與環境的美感覺呈現，已有相當覺察力；
3. 儘管數位科技成為青少兒的日常，但青少兒學生在主動選擇美感或創造性運用科技紀錄生活的部分仍有限。代表青少兒在網路空間的美感呈現面感知有限；或目前網路空間繽紛多樣，部分有美感品味的內容淹沒其中?或者不足，仍待加強；
4. 青少兒對於藝文展演作品的覺察或鑑賞，以及不同文化創作的辨識，表現較佳。這反映台灣近年多元族群文化教育、藝文教育已逐漸發揮影響力；
5. 疫情期間實體的藝文活動暫停，影響受訪者實際接觸的機會，然而，青少兒學生透過網路搜尋相關藝文資訊的行為也相當有限；
6. 小五至大四受訪在學學生，每週使用手機時間達37.56小時，上網時間有38.56小時，收看電視時間有12.08小時，運動時間僅有9.66小時；
7. 青少兒最常使用的入口網站，以「Google」為入口網站的青少兒最多(42.4%)，其次為社群網站影音平台「Youtube」(38.1%)，再者為其他佔8.9%、「Facebook」(7.8%)；
8. 青少兒上網動機，七成以上主要是為看影片(80.2%)、或聽音樂(74.3%)，其次是玩遊戲(73%)、查詢資料(61.3%)、使用社群網站(60%)，均六成以上；再者，近七成青少兒上網即時通訊工具與他人聯繫，四成二看娛樂資訊；
9. 近六成五以上的青少兒會參加網路社群，參與的網路社群以「娛樂流行」類型最多(55.8%)、其次依序為「娛樂流行」(50.2%)、「運動休閒」(23.2%)、「藝文學術」(22.7%)，「電腦通訊」(14.7%)、「聯誼交友」(14.1%)皆低於兩成。

新冠疫情衝擊，網路儼然扮演現代人接觸世界的重要窗口。家長與老師如何以身作則、從旁引導、進而關懷青少兒的身心發展？

本調查提出「跨越元宇宙的媒體識讀」MEDIA建議如下：

1. 活出美感 M (Mingle)：結合作息，活出美感日常。
2. 美感教育 E (Education)：提升品味，落實美感教育。
3. 數位品味 D (Digital)：善用科技，提升數位品味。
4. 洞察思維 I (Insight)：慧眼洞察，發掘設計思維。
5. 創意行動 A (Action)：尊重智財，展開創意行動。

參考資料：

- 行政院(2020/1/30)。「台灣5G行動計畫」, <https://www.ey.gov.tw/Page/5A8A0CB5B41DA11E/087b4ed8-8c79-49f2-90c3-6fb22d740488>
- 林妤柔 (2022/7/7)。「微軟斥 687 億美元收購動視暴雪，英監管機構展開調查」, 《科技新報》, <https://technews.tw/2022/07/07/microsoft-buy-activision-blizzard/>
- 教育部(2017)。教育部美感教育中長程計畫：第二期五年計畫(108-112 年)。台北市：教育部。
- 教育廣播電臺(2022/11/11)。「臺灣跨域美感教育國際論壇 國內外百位教師共談美感新未來」, 《Yahoo新聞》, [臺灣跨域美感教育國際論壇 國內外百位教師共談美感新未來 \(yahoo.com\)](https://www.yahoo.com/news/臺灣跨域美感教育國際論壇-國內外百位教師共談美感新未來-123456789.html)
- 陳怡倩(2017)。「從STEAM的A來看美國STEAM教育」, 《香港美術教育期刊》第一期, 頁4至9。
- 微軟斥687億美元收購動視暴雪，英監管機構展開調查
- Bequette, J. W., & Bequette, M. B. (2012). A Place for art and design thinking in the STEM conversation. *Art Education*, 65 (2), 40-47.
- Gibson, W. (1984). *Neuromancer*, London:Victor Gollancz
- Maeda, J. (2011, Sep 30). STEM to STEAM. Core77.com. Retrieved from: <http://www.core77.com/posts/20692/getting-steamy-in-rhode-island-20692>
- Maeda, J. (2013). STEM + Art = STEAM. *The STEAM Journal*, 1(1), 1-3. DOI: 10.5642/steam.201301.34
- OECD Future of Education and Skills 2030 : OECD Learning Compass 2030 (2019). https://www.oecd.org/education/2030-project/teaching-and-learning/learning/learning-compass-2030/OECD_Learning_Compass_2030_Concept_Note_Series.pdf
- Vande Zande, R. (2017). *Design Education: Creating Thinkers to Improve the World*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.