「融合人文藝術科技　　AIGC　創意創新」　新聞稿

根據「2023台灣青少兒美感素養與上網趨勢調查報告」，台灣青少兒的入口網站除跨國搜尋引擎掛帥外，今年Instagram與抖音短影音異軍突起，已經超越臉書，短影音與AI衝擊下，台灣青少兒搜尋自己文化資訊的比例卻呈現下降趨勢。

政大數位傳播文化行動實驗室與白絲帶關懷協會24日發表調查報告，台灣國小三年級至大學四年級在學學生青少兒最常使用的入口網站，短影音平台興起，除「Google」為入口網站的青少兒最多(49%)，緊追在後的是短影音平台「Instagram」(45.6%)，再者為「YouTube」佔（35.2%）、「抖音Tiktok」(25.5%)、「Facebook」(23.4%)。

疫情拉進網路與日常作息，數位傳播文化行動實驗室執行長黃葳威教授指出，每個時代的青少年都有自己的次文化，倚重跨國科技平台的台灣青少兒，卻成為失根的世代。加上短影音的內容品質不一，但青少兒對於自己文化的認知卻沒有成長。打卡頻頻的日常，青少兒缺乏本土文化藝術資訊的胃口，台灣需要優質的青少年影音內容，兒少需要具備融合人文藝術與科技的素養教育。

因應生成式AI發展，立委邱志偉認為，教育部108課綱所重視的素養教育，應進一步強化莘莘學子對於科技平台與資訊的識讀教育，建立青少兒維護個資並分辨假訊息的能力，同時善用生成式人工智慧工具。文化部則應重視並鼓勵優良本土青少兒節目的製播。

另外，調查報告指出的青少兒在「主動」搜尋藝文活動、「比較並解說」不同文化藝術創作差異性的分數較低，邱志偉表示，行政院已核定文化部4年100億元的「匯聚臺流文化黑潮計畫」，其中文化禮金也擴大適用至16-22歲，相信都有助於提升青少兒的美感素養與藝術鑑賞力，未來也會持續爭取國中小學生也能適用文化禮金。

這項針對台灣小三至大四在學學生的調查發現，青少兒每週使用手機時間達26.21小時，上網時間有24.54小時，收看電視時間有6.01小時，運動時間僅有7.61小時。青少兒上網動機，七成五以上主要是為看影片（75.1%），其次是聽音樂（69.9%）或玩遊戲（69.4%），再者為查詢資料（56.4%）、使用社群網站（54.2%）。六成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(52.7%)、其次依序為「親友學校」(42.2%)、「運動休閒」(20.3%)等。

衛星公會陳依玫秘書長強調，台灣本土影音節目多由電子媒體穩定產製，跨國科技平台僅僅是購買、播出極少量的台灣自製節目；相較之下，政府對於

影音頻道與網際網路的治理，卻形成不對稱監理，對於受到短影音視頻、網路包圍的影音產業，猶如雪上加霜。

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。中嘉集團雙北系統台徐雪玲總經理說明，面對科技變遷，媒體素養教育將融合科技與藝術人文，第二屆迷因梗圖創作便希望透過創作展現觀察與省思。

記者會也頒發表揚2023元宇宙迷因梗圖比賽十位優勝得主，今年有三幅作品由AIGC完成。得獎作品可上白絲帶官網瀏覽。

科技與時俱進，設計始自人心。實驗室提出「善用AIGC的媒體識讀」建議如下：

1.賞識思維 **A**（Artful Thinking）：培養賞識思維，落實12年國教
2.智慧財產 **I**（Intelligence Property）：維護智慧財產，促進文創發展
3.數位品味 **G**（Good Taste）:提升數位品味，跨越資訊落差
4.創意創新 **C**（Creative Innovation）:實踐創意創新，融合人文科技