(一)媒體與社會學習單

**班級: 姓名: 座號:**

1.你認為眼見就為憑嗎?

2.媒體訊息會反映真實世界嗎?

3.你認為媒體扮演的角色是甚麼，請敘述?

4.你認為媒體應該如何呈現，才是正向媒體，請敘述?

5.請分析背面的新聞，分享你的想法?

新聞範例:

您發現了嗎？最近，大街小巷常常看到外送員騎車送餐，外送平台為了搶攻市場，可以說是各出奇招，形成過度競爭的局面。  
將餐點掛上，無人機開始在空中飛翔，執行送餐任務，美食外送平台運用新科技，縮短外送時間。  
Uber Eats總經理 李佳穎：「無人機、無人車這個是一定會發生的未來，只是到底什麼時候會發生的部分。」  
目前無人機送餐，還需解決飛行法規限制，飛行中食物品質變化，及運費等問題，但已顯示外送平台屢出奇招，搶攻市場。2018年全台餐飲業營業額4745億元，外送就占了5%，相當於237億元商機，懶人經濟正在發燒。  
戶戶送香港區總經理 羅家聰：「我們希望下一年2020年底之前，可以台灣全覆蓋，到時候我覺得可能是1萬到2萬，也可以到2萬家餐廳，也應該可以達到。」  
目前台灣大約只有18%的餐廳與美食外送平台合作，根據外送平台的統計2019年一個星期的訂單總數，等於成立6年來的總和，每日訂單年增25倍。  
Foodpanda董事總經理 方俊強：「小吃店或大型的連鎖(餐廳)都會有，那在獨家(合作)這邊的話，我們也會投入比較好的資源，我們很多的一些廣告交換，或是廣告置頂都會比較針對獨家店家。」  
Uber Eats總經理 李佳穎：「我們有將近9千家的餐廳夥伴，然後有三十種以上的餐飲類型，然後也有上萬種的餐點在我們平台上。」  
從早餐到宵夜，餐點種類繁多，外送平台更利用大數據分析各區域的餐飲需求，成立虛擬餐廳。  
戶戶送香港區總經理 羅家聰：「哪個區域可能比較多一些新興的辦公室在那邊，他們午餐都喜歡找沙拉，那我們就跟這家店就是配合說，會不會你可以就是把你現在廚房裡面可以做的一些材料做幾個沙拉出來，然後做一個新的品牌。」  
Uber Eats總經理 李佳穎：「我們就可以看到哪一些消費者搜尋的某一些詞彙，他沒有辦法導到一個消費，那我們也可以知道，在這一區有很多人，他在找泰式(口味)的東西，但是都沒有完成訂單，那我們就會知道在這裡可以引進泰式的餐廳。」  
師傅大火快炒烏龍麵，加上清爽的蔬食小菜，台北市萬華區的這家日式餐廳，加入外送平台，希望老店翻新，衝高營業額。  
除了原有的餐點，業者更運用餐廳其他空間，開發出鬆餅點心及果醬新品牌。  
餐廳經理 莊濬綺：「我在做鬆餅做果醬給小朋友吃，然後他就覺得說，我可以試試看虛擬品牌，多了一個鬆餅的話，客人可能就會想說，就多一個選擇，吃完飯吃個鬆餅這樣子。」  
戶戶送香港區總經理 羅家聰：「85%以上的店家都跟我們說，過去幾個月他們都有大概10%-15%收入的增長。」  
Foodpanda董事總經理 方俊強：「幫店家再做更多的訂單以外，他其實有非常多的(廣告)露出，然後他們是可以拓展到他們，他們其實原本沒有辦法拓展到的這些消費者。」  
台灣美食外送市場，今年第2季開始競爭更加激烈，外商平台祭出廣告行銷，免運費的資本戰，使得「誠實蜜蜂」及「吃飽沒」二家外送平台營運大受衝擊，黯然宣布退場。  
商研院創模所副所長 李世珍：「他可以用所有資本主義，資本市場拿到的資金投入，去做這些行銷活動，讓他曝光更多。」  
外送平台進入戰國時代，但李世珍認為過度競爭，無法維持外送市場正常發展。  
商研院創模所副所長 李世珍：「比如說他的東西或品質變差了，或者是裡面的東西變少，料變少，這些都是可能會最後還是回到消費者身上。」  
李世珍指出，消費者要慎選商品，不陷入外送平台的價格戰，才能享用到貨真價實的美食餐點。

(二)媒體與社會學習單

**班級: 姓名: 座號:**

1.你看到是媒體影響大眾呢?還是大眾影響媒體呢?那閱聽人該有哪些社會責任呢?請闡述。

2.看完今天的媒材〜我們與惡的距離，你看到哪些令人省思 的議題?請分析闡述。