

113 至 115 年美感與設計課程創新計畫

114 學年度第二學期美感智能閱讀計畫

成果報告書

主辦單位：教育部 師資培育及藝術教育司

執行單位： 臺北市士林區雨農國小

執行教師： 陳麒元 教師

目錄

一、美感智能閱讀概述

1. 基本資料
2. 課程概要與目標
3. 執行內容與反思

二、同意書

1. 成果報告授權同意書
2. 著作權及肖像權使用授權書 (如有請附上)

美感智能閱讀概述

一、基本資料

辦理學校	臺北市士林區雨農國小
授課教師	陳麒元
教師主授科目	閱讀
實際授課班級數	5 班
實際教授學生總數	131 名學生

二、課程概要與目標

課程名稱	設計之美				
報紙使用 期數及頁數	第 5 期 · 第 4.8.9 頁		文章標題	1 色彩可以改變空間-現代建築教父柯比意 2 如何成為一位創意工作者-七位台灣設計師專訪	
課程融入 議題	☒ 性別平等教育 ☐ 原住民族教育 ☒ 生涯規劃教育 ☐ 多元文化教育 ☒ 閱讀素養教育 ☐ 人權教育 ☐ 環境教育 ☐ 海洋教育 ☐ 科技教育 ☐ 能源教育 ☐ 家庭教育 ☐ 品德教育 ☐ 生命教育 ☐ 法治教育 ☐ 資訊教育 ☐ 安全教育 ☐ 防災教育 ☐ 戶外教育 ☐ 國際教育 ☐ 無特定議題 ☐ 其他				
施作課堂	閱讀	施作總節數	6 節/班	教學對象	☒ 國民小學 5 年級 ☐ 國民中學 年級 ☐ 高級中學 年級 ☐ 職業學校 年級

1. 課程活動簡介 (300 字左右的整體課程介紹)

以設計為主軸，規劃六個主題的教學活動。

主題一-心智圖設計師：教師運用葉庭語專訪文章，讓學生標記重點，並讓學生進行討論，完成心智圖創作。

主題二-字體設計師：教師運用廖韓、張軒豪專訪文章及相關影片，讓學生進行創意字體設計。

主題三-鐵窗花設計師：教師運用劉倩帆專訪文章、相關影片以及鐵窗花的故事，讓學生進行鐵窗花設計。

主題四-室內設計師：教師運用 Tamina 專訪文章、相關影片，讓學生完成招牌設計；並使用 IKEA 網站，讓學生進行室內設計體驗，完成居家空間布置。

主題五-聲光設計師：教師運用江佑洋、陳金煒專訪文章、相關影片，讓學生感受燈光、聲音設計的美感與功能性，並嘗試讓學生進行配音。

主題六-建築設計師：教師運用柯比意文本、繪本，進行不同文本的比較，以及增進學生對於建築設計的認識。

2. 課程目標（條列式）

(1)引導學生認識不同藝術職涯發展，以拓展多元視野。

(2)引導學生完成課堂任務，並進行分享。

三、執行內容與反思

1. 課程實施照片與成果（請提供 5-8 張，如有學生學習回饋可附上。）

		
學生閱讀設計師專訪文章	教師播放設計師相關影片	教師進行字體設計說明
		
教師介紹鐵窗花	學生進行居家空間布置	學生進行閱讀小挑戰

2. 課堂流程說明

以六個主題，六堂課作為課程規劃

第一節 心智圖設計師

- 閱讀設計師專訪文章
- 欣賞設計師相關影片
- 完成課堂任務-心智圖創作

第二節 字體設計師

- 閱讀設計師專訪文章
- 欣賞設計師相關影片
- 完成課堂任務-創意字體設計

第三節 鐵窗花設計師

- 閱讀設計師專訪文章
- 認識鐵窗花的故事
- 完成課堂任務-鐵窗花設計

第四節 室內設計師

- 閱讀設計師專訪文章
- 欣賞設計師相關影片
- 完成課堂任務-居家空間布置

第五節 聲光設計師

- 閱讀設計師專訪文章
- 欣賞設計師相關影片
- 完成課堂任務-小小配音員挑戰

第六節 建築設計師

- 閱讀建築師文本
- 導讀繪本
- 欣賞相關影片
- 完成課堂任務-閱讀小挑戰

3. 教學觀察與反思（遇到的問題與對策、未來的教學規劃等等，可作為課程推廣之參考。）

主題一-心智圖設計師：

考量文章內容以及學生討論的方便性，所以採取將《安妮新聞》中葉庭語設計師的專訪內容編輯成 A4 大小的方式，讓每個學生可以邊閱讀邊劃記重點，之後再進行討論，完成心智圖。

主題二-字體設計師：

考量學生沒有接觸過「字體設計」，可能在設計時沒有太多想法，所以教師事先準備不同字體的文字提供學生參考，但又煩惱學生的設計想法會因此受到限制，所以最後採取的引導方式是依學生意見做調整，如果學生需要參考，教師才會進行不同字體的分享。

主題三-鐵窗花設計師：

學生對於鐵窗花的故事滿感興趣，因此創作時有較多靈感，彼此分享作品時也有很多共鳴。雖然在介紹鐵窗花時，教師有提及彩色的鐵窗花，但進行創作時，多數學生仍採取單色設計為主，讓教師覺得有點可惜，或許能找更多不同色彩的範例，提供學生參考，激盪學生的創作想法。

主題四-室內設計師：

想讓學生體驗空間設計並製作立體作品，但因為課程安排的考量，所以改採以運用 IKEA 網站讓學生體驗。學生對於選擇居家空間並進行布置的反應很好，因此有不少學生覺得室內設計師的工作滿有趣的。不過當進行說服同學認同自己的設計時，多數學生覺得設計師不能依照自己的想法進行創作，必須考慮客戶需求，是件辛苦的事情。

主題五-聲光設計師：

想規劃燈光體驗活動，所以教師事前在教室嘗試了不同做法，但因為效果不好，最後選擇分享演唱會影片，讓學生討論燈光安排為演唱會帶來的優缺點。讓學生進行配音體驗時，因為多數學生感到害羞，所以體驗活動並不是很成功。或許可以先安排簡單的聲音體驗遊戲，等學生有了興趣、勇氣後，再引導學生進行配音活動。

主題六-建築設計師：

考量學生劃記重點的方便性，所以採取將《安妮新聞》中的柯比意文本編輯成 A4 大小的方式。在進行繪本導讀時，也引導學生觀察 2 種文本，比較彼此的異同，進行不同觀點的分

享。閱讀小測驗是運用線上遊戲的模式，學生可以對照手邊的文本找出正確答案回答問題，達到遊戲化學習的成效。

整體課程：

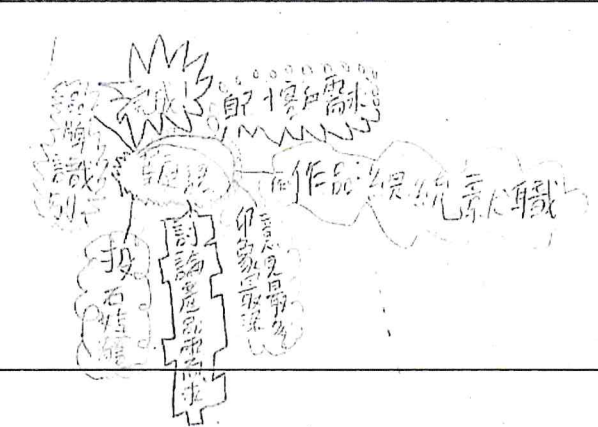
(1)在進行課程規劃時，原本設定要跟學生分享文本中介紹的 7 位設計師的相關影片，但是只找到其中幾位設計師的影片(也不是專訪的影片)。為了增加課程的豐富度，因此改以其他視覺設計、聲音設計、燈光設計的影片進行分享。

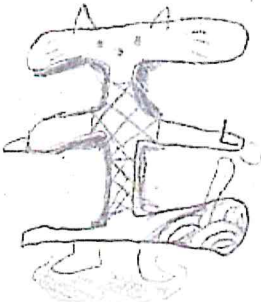
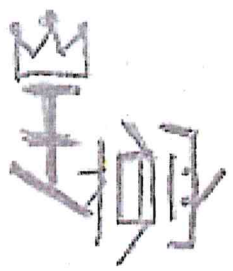
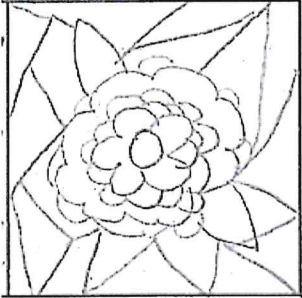
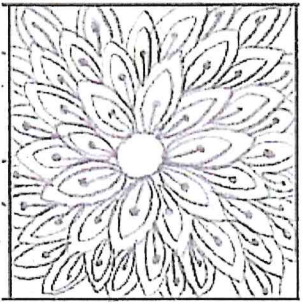
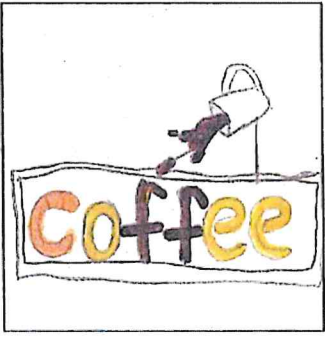
(2)原本有設計讓學生進行空間設計立體作品創作，後因課程安排考量而取消，覺得有些可惜。或許可以進行跨領域的合作，邀請藝文教師成為夥伴，一同規劃完整課程，帶領學生完成立體作品的創作。

建議：

希望《安妮新聞》網站能夠增加設計師的訪問影片，因為閱讀文本與欣賞影片所能達成的學習目標是不一樣的，如果在閱讀文本之餘，也能欣賞設計師的訪問影片，對於學生來說，不僅機會難得，也更有貼近「設計」的臨場感受。

4. 學生學習成果

蔡庭瑤 我是平凡家庭的老么，自幼沒有什麼太大大的人生波折，從小就很喜歡畫畫，不太愛讀書，但沒有讀美術班。高中時在媽媽的建議下，決定去畫室畫畫。初期先接觸純美術，對於視覺設計的概念一點觀念也沒有，應該算是大三開始接觸。大一和大二時，還在猶豫往哪個方向發展，直到上了「品牌識別」課程，逐漸產生興趣。大四畢業製作時，下定決心往視覺傳達的方向走。大學畢業，第一份工作就進入了投石媒體，算是我第一份從事視覺設計，也一直持續至今。面試前準備作品集是非常重要的，所以我花了很多心思。面試當下，因為超緊張，所以假惺惺地把自己包裝得很很有氣質，但沒多久後，依舊整個崩壞。回想當時，應該是對自己的作品沒有信心，其實現在有時也會，感謝公司一直努力服務客戶給設計師極大空間好好發揮。我們通常會先跟客戶討論「產品」需求與受眾，消化與分析後定調策略，再開的發想視覺方向與創意，基本上我們是團隊合作，而設計師的創作自主權蠻大的，創意總監與企劃除了提供方向上的建議，也會協助確認設計是否符合客戶需求。 至於印象最深作品，我直覺想到是一個做到極度煩瑣的品牌周年級別。提案過程，客戶執行端到主管都非常喜歡我們的提案，但最終決策者（老闆）有很多自己的想法，並且希望將所有想法放在那個 logo 上，還記得老闆自己畫了草圖讓我幫他向量化，真的很難忘。另外，今年 520 總統副總統就職典禮的主視覺上，為了將時事與設計整合，我找出主軸，定調整體視覺，以耳朵象徵鎖匙，玉山象徵台灣，手拉耳朵象徵相親，飄揚的國旗象徵自信與世界同行，以此建構出核心概念——台灣是座堅韌之島。 最後我覺得，設計最重要的是如何將自己擅長的技術與美學，和客戶的產品需求相結合。不過提案過程最重要的是要讓客戶「聽得懂」，讓客戶看到他的需求「有被傳達」，這些都需要累積很多實戰經驗與提案技術。最喜歡的部分則是印刷成品的時刻啦！每次印刷時都會有種感動一點解脫的感覺。	
劃記文本重點	依據文本重點完成心智圖

	
字體設計	字體設計
	
鐵窗花設計	鐵窗花設計
	
招牌設計	招牌設計
	
居家空間布置	居家空間布置