

108 至 110 美感與設計課程創新計畫
109 學年度第 1 學期美感智能閱讀計畫

成果報告書

委託單位： 教育部 師資培育及藝術教育司
執行單位： 彰化縣立二林高級中學
執行教師： 施潤蓁 教師
輔導單位： 中區 基地大學輔導

目錄

美感智能閱讀概述

- 一、 基本資料
- 二、 課程概要與目標

執行內容

- 一、 課程記錄
- 二、 教學觀察與反思
- 三、 學生學習心得與成果

同意書

- 一、 成果報告授權同意書

美感智能閱讀概述

一、基本資料

辦理學校	彰化縣立二林高級中學
授課教師	施潤蒨
主授科目	美術、藝術生活、基本設計、新媒體藝術
班級數	2 班
學生總數	33 名學生

二、課程概要與目標

課程名稱：安妮新聞×基本設計					
施作課堂	基本設計	施作總節數	8	教學對象	高級中學二年級
<p>一、課程活動簡介：</p> <p>將安妮新聞融入高二加深加廣選修「基本設計」課程中，希望透過這份美美的報紙，讓學生享受閱讀的美好，同時感受設計的能量。</p> <p>課程進行時，提供安妮新聞紙本報紙進行小組閱讀與彙整重點、口頭報告、觀察蘊藏於報紙內的美感元素、由安妮新聞取材延伸製作美感簡報、最後安排學生成果發表。</p> <p>藉由安妮新聞的版面設計規範，及靈活創意的內容企劃，喚醒學生對於事物的感受力，學生也透過閱讀、觀察、搜尋與彙整資料、產出簡報的過程中，循序漸進培養美感識讀能力。</p>					
<p>二、課程目標：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 學生藉由閱讀紙本的安妮新聞，創造出一種怡然的專注，進入文字或圖片中的情境，亦即沉浸式體驗。2. 學生直接體驗美美的報紙，反覆感受與閱讀，帶來美感能感、美感有感、美感共感的美感體驗。3. 運用安妮新聞的內容進行延伸學習，引導學生將閱讀後所感知的美感設計元素，製成具有美感的基本設計簡報。					

執行內容

一、課程記錄

A 課程實施照片：







B 課堂流程說明：

- 【第 1 節】：學生分 4 組，閱讀安妮新聞第 5 期（設計與想像力）第 2-3、4-5、8-9、10-11 版的內容，討論並彙整重點。
- 【第 2 節】：依組別上台，每位學生輪流進行口頭報告。
- 【第 3 節】：學生閱讀安妮新聞第 4 期（傳播與溝通）內容，全班共同分享各版面所觀察到的知識重點與美感元素。
- 【第 4 節】：學生快速瀏覽安妮新聞第 1~3 期（太空探索、生物與演化、地球-居住空間與土地），並從 1~5 期的報紙挑選有興趣的主題進行延伸學習與探究。
- 【第 5-7 節】：將安妮新聞所延伸出的主題，製作成兼具文字、色彩、版面等基本設計編排美感之簡報。
- 【第 8 節】：學生成果發表。

二、教學觀察與反思

多數學生回饋安妮新聞內容豐富、有意義，值得花更多時間深入閱讀與探討，然因課程節數有限，故採取讓學生瀏覽過第 1~5 期的報紙後，自由選

擇有興趣的主題進行延伸學習，進一步製作成有美感的基本設計簡報。

三、學生學習心得與成果

學生學習成果 1



主題

- 1 媒體識讀納入科目
- 2 假新聞的產生
- 3 5W1H
- 4 結語

媒體識讀納入科目

保加利亞的NGO組織連續三年公布的媒體素養指數報告中，由北歐的芬蘭三度獲選冠軍，他們是如何在這場假資訊大戰取勝的呢

核心關鍵

1. 批判性思考
2. 實事求是
3. 解讀與分析來自各管道的所有資訊

在各科目的應用

數學：統計數字的真實性
國文：文字如何被用來混淆、誤導、欺騙歷史：分析知名的政治宣傳手法
美術：圖像的意義如何被操縱、扭曲



假新聞的產生？

媒體再現

事實經過守門人的過濾、篩選或編輯刪減等審核流程，變成新聞內容「再次」呈現的過程。

- 影響因素：
 1. 市場與媒體立場
 2. 權威機構與團體
 3. 社會風尚與潮流
 4. 媒體組織

問題

媒體傳播的內容並非完整客觀，而是二次加工，因此可能與真正事實有所出入。



5W1H

- WHO** 誰製造的資訊？目標客群？誰給的消息？
- WHERE** 資訊在何處被發布？哪裡的媒體？影像來源在哪裡？
- WHEN** 新聞內容的具體時間？是否為舊新聞炒作？
- HOW** 如何產生？如何傳播？你如何看待？
- WHY** 為什麼要製造這則資訊？目的？為什麼發生？
- WHAT** 傳達什麼？來源是否有得到證實？新聞的立場和類型？

結語

Tuesday/12/29/2020



所以在現今資訊大爆炸的社會不僅是需要媒體自律，身為閱聽人的我們更是要有相當的思辨能力。遇到釋放假消息的節目，除了不看聽外，可以更積極地採取媒體行動，以發揮媒體監督的力量。

參考資料

【課堂】媒體識讀：5W1H 2019-12

<https://medium.com/%E8%B8%A2%E4%BB%96%E7%A2%8F%E7%A2%8F%E5%BF%B5%E8%AA%B2%E5%A0%B2-%E5%AA%92%E9%AB%9A%E8%AD%98%E8%AF%80-5w1h-7d550e61977a>

值得借鑒的歐洲媒體素養指數大調查 2020-3-30

<https://mlearn.moe.gov.tw/TopicArticle/PartData?key=10508>

學生學習成果 2

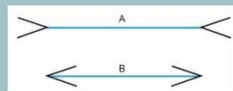


引用資料：安妮新聞第 5 期、第 1 版

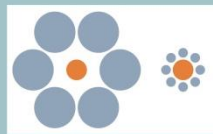


一、幾何學錯視

視覺上的大小、長度、面積、方向、角度等幾何構成，和實際上測得的數字有明顯差別的錯覺，稱為幾何學錯覺。



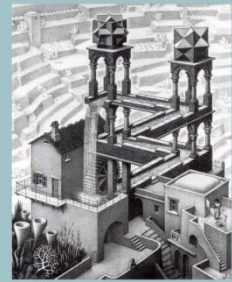
艾賓浩斯錯覺



繆萊二氏錯覺

二、矛盾空間

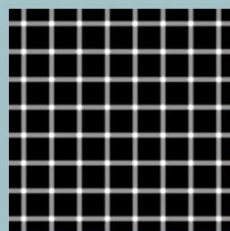
不可能存在的空間與造形。平面可表現，但立體空間無法存在，稱為「不可能圖形」。矛盾的立體與空間圖形的現象是來自於觀賞者視點的轉移，並且連結不同的心理知覺產生



艾雷——〈瀑布〉(Waterfall, 1961)

三、生理錯覺

主要來自人體的視覺適應現象，人的感覺器官在接受過久的刺激後會鈍化，也就造成了補色及視覺暫留的生理錯覺。



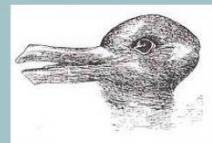
〈赫曼方格〉

四、認知錯覺

人腦會自動將和腦中印象相似的物件做比對來判讀並賦予圖像意義，只要該圖具有人腦中對該物的主要形象就會做出判讀，不破壞主要認知特徵的情況下再加上另一個特徵，就會造成大腦的誤判。人的知覺具有組織性，會想辦法將視覺對象由背景中獨立出來



魯賓——〈魯賓之杯〉



〈鴨兔錯覺圖〉

結語

由於錯視圖能帶來令人意想不到的視覺感受，所以成為設計者以及藝術家重要的表現方式，也曾經被廣泛應用至設計上，如：商業設計、海報、包裝圖案設計、藝術表現以及服裝設計等。雖然學者建議強烈的視覺錯視圖不適宜長時間觀看，但我們不得不承認，這種奇幻的視覺藝術，的確深藏著致命的吸引力。

資料來源：

【視覺錯視原理】

<https://sites.google.com/a/chsc.tw/75/zhuan-ti-yan-jiu?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>

【視錯覺維基百科】

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%A6%96%E9%8C%AF%E8%A6%BA>

【超過55種創意海報概念、模板和設計訣竅】

<https://hk.venngage.com/blog/%E6%B5%B7%E5%A0%B1%E5%89%B5%E6%84%8F/>

報告歷程

課題延伸-我透過錯視圖概念了解到「眼見為憑」不一定就是真理。有時平面的事物也能輕易迷惑我們。

製作簡報一

結合安妮雜誌中的技巧來排版 例：

1. 提出重點文字做主軸 (p.2圖表)
2. 運用相似色調做背景)和體感
3. 反之運用對比色可凸顯要點

3. 運用非縱線字體使標題存在感增加

反省一

1. 因追求完善而在同處耗費時間過多
2. 重點截取與排版設計尚有進步空間
3. 資料源於網頁，非實際操作所得結果

課程心得

教學內容：

1. 設計步驟
2. 安妮新聞
3. 期末報告

基本設計十分有趣，是我們一般正課接觸不到的。我原以為的設計是只要畫出來就好了，但並非如此，同理、定義、發想、實作、測試，用心血投入在不斷思考與修改的過程中，才能逐步創造出出色的設計。

因時間有限讓我們無法對這門課程更加深入，對此感到十分可惜，往後若有機會，希望能再次發掘設計方面。