

目錄

一、美感智能閱讀概述

1. 基本資料
2. 課程概要與目標

二、執行內容

1. 課程紀錄
2. 教學觀察與反思
3. 學生學習心得與成果

美感智能閱讀概述

一、基本資料

辦理學校	臺中市立西苑高級中學國中部
授課教師	張祐慈
教師主授科目	國文
班級數	1 班
學生總數	40 名

二、課程概要與目標

課程名稱	廣告男女糾察隊—你發現了嗎?				
報紙期數 / 頁數	第 9 期，第 10 頁		文章標題	廣告糾察隊	
施作課堂	營隊	施作總節數	3	教學對象	國民中學 1~2 年級

1. 課程活動簡介

翻閱「安妮新聞」時，看到標題「粉色和藍色」性別刻板印象正在摧殘英國年輕人的心靈，覺得非常適合中學生探討，因為許多學生從小就被灌輸性別意識，漸漸形成他們的價值觀。因此，本次課程透過學生日常生活隨處可及的廣告素材，讓學生認識性別無關乎顏色、無關乎商品，以此察覺自身對於性別的意識。

課程首先透過提問討論廣告與媒體之間的關係以及勸服關係，讓學生了解到廣告帶有商業行為，是有其背後利益。接著進行「廣告放大鏡」活動，討論日常生活中接受到的廣告資訊，透過觀看影片討論廣告中的刻板印象以及性別議題。再來進行「大家來找碴」單元，透過學習單圖片與影片，找出廣告中是否存在刻板印象或性別不平等現象。最後一節課將帶學生至 7-11 超商選購商品，利用檢測表請學員自行勾選，購買商品時的廣告性別意識，並於課堂公開分享結果並進行討論。

2. 課程目標

- (1)能發現廣告與媒體之間的關係以及勸服關係。
- (2)能透過觀看影片發現廣告中的刻板印象以及性別議題。
- (3)能找出廣告中存在刻板印象或性別不平等現象。
- (4)能察覺自身對於性別的意識。

執行內容

一、課程紀錄

1.課程實施照片



播放經典廣告讓學生思考性別議題



討論廣告與媒體之間的關係以及勸服關係



學生利用電腦施作「性別意識量表」



帶學生到超商體驗購物並檢視自身對商品的性別意識



請學生討論自己在看待商品時有無性別刻板印象

營隊結束大合照

2. 課堂流程說明

課程內容	所需時間	所需資源
一、廣告與媒體的關係 1.透過提問討論廣告與媒體之間的關係以及勸服關係 二、廣告放大鏡 討論日常生活中接受到的廣告資訊 透過觀看影片討論廣告中的刻板印象以及性別議題 三、大家來找碴 1.透過學習單圖片與影片，找出廣告中是否存在刻板印象或性別不平等現象	二節課	Youtube 網路資源 學習單
四、你也入坑了嗎？ 1.帶學員至 7-11 超商選購商品 五、廣告意識大檢測 1.利用檢測表請學員自行勾選，購買商品時的廣告性別意識 2.於課堂公開分享結果並進行討論	一節課	

二、教學觀察與反思

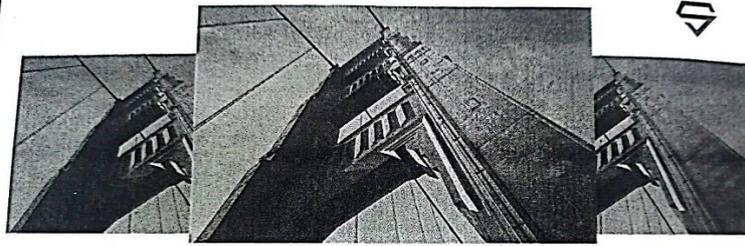
(1) 遇到的問題與對策

學生根深柢固的性別觀念，無法透過三堂課的時間深入探討，僅能就認知層面理解，無法深入到情意層面，要全面改變有待從家庭的日常生活開始，或與正式課程的融入協作。

(2) 未來的教學規劃

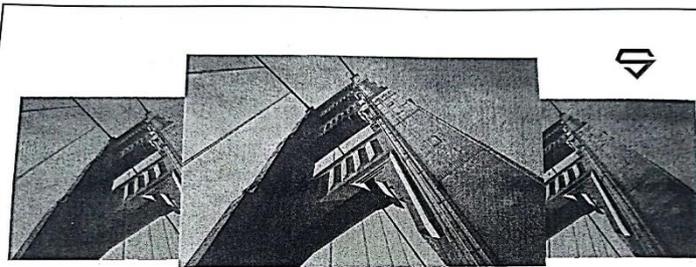
未來在使用「安妮新聞」時，可盡量尋找類似的性別主題或延伸議題，藉此當作活動的深化。

三、學生學習心得與成果



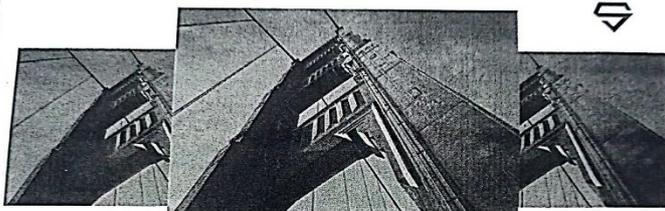
請填下課堂回饋

體會到現實與廣告有很大的差別，判斷廣告一
定要用理智的邏輯判斷。



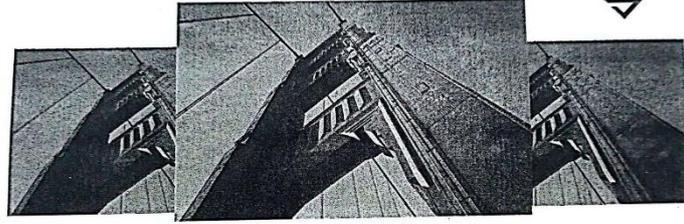
請填下課堂回饋

讓我對廣告和性別的認知，又^結多了。



請填下課堂回饋

非常有趣，因為我買東西時都是不太看廣告的，
今天真的學到了如何防衛廣告。



請填下課堂回饋
內容很有趣，讓人用一個不
同的角度看待廣告

【媒體放大鏡 PART2】

讓我們再欣賞以女性為訴求
的洗髮乳廣告



2023 森歐黎潔 品牌全新代言人 鄧紫棋



【影片討論 PART2】

1. 影片中強調洗髮乳的功能有哪些? 第一個是亮 第二個是清爽
2. 這些功能與普遍認知的女性特質有關嗎? 有
3. 這些功能也能用在男性上嗎? 可以, 但銷量可能不好
4. 你認同這樣的行銷方式嗎? 可以 穿個
5. 會受影響購買嗎? 不會



【媒體放大鏡 PART3】



讓我們再欣賞以男性為訴求
的洗髮乳廣告



2009 屈臣氏廣告 - 頭髮篇

【Clear男士】去屑洗髮乳



【影片討論 PART3】

1. 影片中強調洗髮乳的功能有哪些?
抗油、頭皮屑、頭髮生長、分叉、掉髮
2. 這些功能與普遍認知的男性特質有關嗎?
有
3. 這些功能也能用在女性上嗎?
可以
4. 你認同這樣的行銷方式嗎?
可以
5. 會受影響購買嗎?
不會

