

佳作

X 中代言人

形象廣告自己來

張簡啓東 / 台北市立建國中學實習教師

柯宜均 / 台北市立建國中學實習教師

呂學怡 / 國立臺灣師範大學美術系四年級學生

課程說明

設計理念

美術課不應侷限在美術課本中，從學生生活中出發的設計更能產生潛移默化之功。「中國美術史」固然廣博，然學生若不能找到自己與它的關係，即使考試寫得再好、背得再多，考完就忘了。反之，以引導的方式讓他觀察週遭環境、關心旁人，雖不見他短期內累積豐富學識，觀看事物與思辨的能力卻在無形中建立了。「學校」是人們在求學過程中一個重要的場所。在學校這個大家庭中，每一份子都如同家人般扮演著不可或缺的角色；不論師長或學生，他們的行為與想法都形塑了學校的校園文化與特色。

廣告片是電視機一扭開便不斷流出的視覺藝術。一樣的廣告，對一個人來說是垃圾或是珍寶，端視其對廣告的鑑賞與判斷能力。希望藉著課中實作的機會，培養學生「實際帶得走」的能力。本課程試圖帶領學生認識校園、關心學校的今昔變化，以強化學生對學校的認同感，並藉由視覺影像創作的方式，讓學生發表心目中對學校的印象。

單元內容(子題)

a. 超級比一比——校園中的視覺經驗

從校園老照片的介紹，引起學生認識學校的好奇心，其中穿插一個帶動學習氣氛的搶答活動，「看圖說故事」不僅在學校印象的討論與分享的單元中，刺激學生的思考，練習與眾人分享感受，也為下一階段的課程做暖身。這些特點在教學成效、學生學習興趣及班級風氣經營上都達到了三贏的局面。透過充分的教學準

備、活潑的講述及小型團康，以期達到良好的學習態度。

b. 搶救創意大作戰——如何撰寫廣告企劃

從日常生活的廣告談起，由淺至深、循序漸進：播放高曝光率、易於理解的電視廣告，再播意識形態強烈或具有隱喻內涵的廣告片，讓學生從中思考其涵義。首先由老師講解廣告的類型分析、賞析要點及廣告短片拍攝的流程。透過腦力激盪，讓學生分組開始創作「代表學校風格」之形象廣告。

c. 給我廣告金像獎——製作形象廣告

經過(團體思考討論)集體創作與密切地合作，把視覺影像拍攝之後經過簡易的電腦軟體處理成創作作品(包括動態、音效)。目的在培養學生對於廣告手法賞析與思辨的能力；更期望能讓學生養成人際間合作且負責任的學習態度。

子題

超級比一比、搶救創意大作戰、給我廣告金像獎

教學對象

高中二年級學生

教學時數

共四週，每周一節，共四節。

課程目標

1. 認知：培養學生敏銳的視覺觀察，能覺察周遭的環境變化與建築、生態、地域間的關係。
2. 情意：藉著開放式的討論，激發學生的想像力與思辨能力。
3. 情意：分組討論、集體創作，培養團體分工合作精神。
4. 技能：訓練學生美感創作及電腦繪圖、剪輯等多媒體軟體的運用能力。

教學活動設計表

主題	X中代言人		
目標	一、從老照片認識學校、關心學校，比較今昔之別，加深、加廣視覺觀察的能力。	二、能學會創意發想的方法，並應用為往後創作的藍圖及基礎。	三、經由師生間互動，學會廣告的製作。
時間	一周，一節	一周，一節	二週，二節
子題	超級比一比	搶救創意大作戰	給我廣告金像獎
子目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 認識過去的學校與台北城。 2. 知道如何藉視覺藝術影像理解歷史軌跡。 3. 加強觀察與體驗的機會和能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學會創意思考。 2. 使學生具備廣告企劃製作的基本概念。 3. 使學生具備企劃活動的能力。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能比較廣告的內容和手法及其效果。 2. 認識廣告短片的拍攝流程與規劃。 3. 能藉由團體合作完成創作並發表成果。
教學媒體與教學資源	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學生 — 學習單a。 2. 教師 — 電腦、單鎗投影機、幻燈機、圖卡。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學生 — 學習單b。 2. 教師 — 電腦、單鎗投影機。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 學生 — 互評單。 2. 教師 — 電腦、單鎗投影機、黑板。
主要教學活動	<ol style="list-style-type: none"> 1. 讓學生欣賞校園紅樓及台北的老照片。 2. 分組討論學校的特色、優缺點（包括傳統、傳承、今昔之比）。 3. 活動：校園遺忘角落大搜查搶答，（以校園圖片作為主題搶答其名稱及歷史背景或其他特點，答對者給予適度鼓勵）。 4. 介紹日治時期美術教育家亦為本校教師—鹽月桃甫（畫家筆下的台北及其故居）。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動：<哪裡蹦出的文字？>：一分鐘內不停書寫、不能思考。待時間一到即發表分享。 2. 播放教師自製的<x中代言人>power point簡報，講述廣告概念及廣告定義。 3. 分組，進行文案發想、規劃拍攝流程和畫分鏡圖。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 播放廣告範例，討論廣告代言人與商品性質的關係、廣告定義及廣告概念互相印證比較。 2. 「全民開講」辯論會 3. 團體創作與教師討論創作過程。 4. 各組作品發表分享。 5. 由老師總結講評

實際實施方式	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以power point播放影像圖片，其後討論。 2. 校園角落探索小搶答。將校園景觀圖片投射出來，學生搶答。 3. 以power point電子檔介紹鹽月桃甫。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 在紙上記錄各種創意痕跡。 2. 講述廣告定義及製作。 3. 分組進行初步構思與計畫。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 播放廣告實例並討論，讓學生有創作上的範本依據。 2. 各組團體創作。 3. 分享與發表廣告作品。
學習評量	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課堂參與（討論、發表、搶答）。 2. 學習單a。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課堂參與（討論、發表）。 2. 學習單b（包括分鏡圖）。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 課堂參與（討論、發表、分享）。 2. 互評單。 3. 各組廣告創作成品。

SWOT策略分析表

本校SWOT策略分析				
	S(優勢)	W(劣勢)	O(機會點)	T(威脅點)
地理位置	1. 位於台北市中心，交通便利，資訊豐富，鄰近植物園、歷史博物館等國家文教中心（如：展覽，書籍取得容易）。	老式校區，仍有許多可利用的校地未完全回收利用。	鄰近文藝展場，可作為成果發表分享場所。	不明顯。
學校規模	校史悠久，學術及社會地位均很高。	面臨教育政策——高中社區化的危機。	菁英教育的前哨站，培育出極優秀的高中生。	資源充足，但有效運用的程度仍需評估。
硬體設施	軟硬體設備均相當充足。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 部分校舍老舊，待整修。 2. 校園整體規劃仍進行中。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 興建大樓，增加專科教室。 2. 積極爭取經費及回收校地，充實軟硬體設備及校舍更新。 	校舍老舊，硬體設施的增建資金或有困難。
資教源師	熱心、專業、資深。	行政與教學的取捨困難。	聘任年輕優秀的適任教師。	較缺乏新血及年輕教師。
人行員政	分工完善，各司其職。	班級及人事數量多，行政負擔較重。	增加新進老師及人員，帶動新氣象。	多半年紀較大，工作活力較差。
學生	<ol style="list-style-type: none"> 1. 普遍資質優異。 2. 有活力、年輕、可塑性高。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 缺乏多元生活經驗。 2. 對於藝文活動或許較缺乏概念與文化刺激。 	學生的向心力很強烈，資質都十分優異。	社會環境的誘惑力而言，台北市比較高，學生容易受外界影響而分心。
家長	家長非常注重孩子的教育問題。	忙於工作，或許無多餘時間心力陪伴子女增加美感經驗，或者是太過度干涉教學活動。	促進親子互動與雙方的美感成長和評鑑力。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 雙薪家庭忙碌。 2. 工作量大，陪伴孩子的時間或有不足。
社區參與	<ol style="list-style-type: none"> 1. 良好生活品質。 2. 良好、機能多元的社區型態。 	不明顯。	提升社區互動的活動機會。	不明顯。
資地源方	文化機能方向極強的社區。	課堂上較不易運用連結。	學區內多文藝機構。	經濟不景氣，影響地方財力與建設。

課程內容

依課程規畫展開教學活動，設計如下：

教學目標

(一) 超級比一比：凝聚對學校的向心力、加強學生視覺觀察的能力。

認知1、知道學校的來源演變及歷史的軌跡。

1-1 認識學校及台北城從日治時期至今的時代背景。

1-2 知道本校在過去的時代與現代的相異點。

認知2、認識校園裡的建築及自然觀察。

2-1 認識校園內的古蹟或代表性建築。

2-2 了解校園之中的自然景緻。

2-3 認識校園及周遭社區的景觀文物。

認知3、認識日據時期美術教育家同時也是本校教師的鹽月桃甫。

3-1 認識鹽月桃甫的簡要生平事蹟。

3-2 認識鹽月桃甫對臺灣藝術教育的貢獻。

3-3 認識鹽月桃甫的故居——曾長期用作校長宿舍。

情意5、能體認身為本校學生的歸屬感、關心學校的社會及學術價值。

5-1 能將所學習到的關懷態度落實到現實生活之中。

(二) 搶救創意大作戰：透過腦力激盪來規劃創作藍圖。

認知1、認識創意發想的歷程與重要性：

1-1 知道如何記錄創意發想的軌跡。

1-2 了解怎樣挑選符合題幹的創意。

1-3 了解收集創意發想的重要性。

1-4 了解創意發想對創作的幫助。

認知2、認識廣告構成的基本觀念：

2-1 認識廣告概念。

2-2 認識廣告定義。

2-3 認識文案的設計。

2-4 認識廣告製作的流程。

2-5 認識何謂分鏡圖（範例介紹）。

2-6 認識分鏡圖的功能。

技能3、分組做廣告創作的準備工作：

3-1 根據教師教學內容，學生能夠將發想創意集中討論，並取捨其一作為主題。

3-2 根據教師教學內容，學生能夠擬定製作廣告的流程。

3-3 根據教師教學內容，學生能夠討論出創作作品的文案。

3-4 根據教師教學內容，學生能夠學習畫出分鏡圖。

情意4、學習表達自己、與其他同學溝通意見。

4-1 能發表自己的感受。

4-2 能和同儕溝通交換意見。

4-3 能體認尊重他人意見、適時表達自我的重要性。

(三) 給我廣告金像獎：從集體合作中體會藝術創作的樂趣。

認知1、認識範例廣告。

1-1 了解範例廣告的成功因素。

1-2 了解範例廣告的特色何在。

1-3 了解廣告代言人和廣告的關係。

技能2、能對照廣告理論和實際。

2-1 根據教師教學內容，學生能夠指出教學範例與廣告理論相符合之處。

2-2 根據教師教學內容，學生能夠指出教學範例與廣告理論不盡相同之處。

技能3、學習團隊合作創作廣告作品。

3-1 養成與人共同合作分工，製作、討論的能力。

3-2 根據教師教學內容，學生能夠將影像放入電腦軟體做呈現。

情意4、讓學生養成樂於與人分享、欣賞創作作品。

4-1 學習如何欣賞他人特別的地方。

4-2 學習如何從容自在地準備、發表作品。

教學流程**教學活動一：超級比一比**

第一節課：

1. 導入活動：先放映視覺影像，從舊照片認識學校、關心學校以及當時的台北。
2. 學生討論及發表意見。
3. 活動：校園角落大搜查：以校園角落各景的照片作為題庫，進行搶答，答對者給予適度鼓勵。
3-1活動說明：教師將校園圖片影像投射出來，讓學生舉手搶答目標圖片的內容。
圖片可放10~15張，活動時間限制在5~10分鐘之內。要注意學生秩序。
4. 介紹前校長宿舍建築與鹽月桃甫生平、歷史定位。
5. 填寫學習單a。

教學活動二：搶救創意大作戰

第一節課：

1. 導入活動：〈哪裡蹦出來的文字〉，一分鐘內不停書寫、不能思考。時間一到即發表分享。
2. 創意廣告金句發想
2-1活動說明：以學校後門黑糖冰為虛擬廣告主，分組進行廣告標語發想，十分鐘的討論時間一結束就立即發表，看看誰的創意最棒。
3. 介紹廣告與行銷的概念
4. 填寫學習單b(廣告短片分鏡表)
5. 老師分別與各組討論劇情腳本與分鏡撰寫，並預想拍攝可能遇到的問題，尋求解決方案。

交代作業：各組利用課餘時間，參考在課堂完成的分鏡圖，拍攝成一張張的相片，再利用power point等軟體將其組織起來，成為可以方便播放的電子檔案形式。(可以加入聲音、字幕或簡單的轉場效果)並說明作品將於第四堂課舉辦「廣告金像獎」發表會，請同學事先邀請其他任課老師參加盛會。

教學活動三：給我廣告金像獎(兩節課)

第一節課：

1. 導入活動：熱門廣告短片賞析維士比集團的〈

古道綠茶—劉文聰篇〉與華義國際的〈天下無雙—劉文聰篇〉

2. 請同學發表對於片中代言人與產品的關係之看法
3. 反菸廣告賞析：
 - a. 欣賞羅景壬導演為行政院國民健保局拍攝之爭議性的反菸廣告短片〈全球最大航空公司篇〉與〈武裝自己篇〉，並連上網站，觀賞影片籌拍當時實際的分鏡圖原作，讓學生找出其中的不同之處，並解說鏡頭語言的邏輯與應用。
 - b. 「全民開講」辯論會：
活動說明：將全班分成正反兩組，針對廣告策略的適當性與否進行辯論，兩組人員各扮演不同的角色(如老煙槍、年輕學生、國民健康局主管、廣告人.....等)，以不同的立場為自己提出辯護。
4. 討論目前各組創作進度與實際遭遇的問題

第二節課：

1. 導入活動：老師飾演主持人熱鬧開場
2. 各組作品輪番上場展演播放，留意器材的操作與維持活動進行的流暢
3. 各組進行分享與討論
4. 頒發獎座並總結講評

教學評鑑**活動一：超級比一比**

課程參與	5%
學習單a	15%

活動二：搶救創意大作戰

課程參與	5%
學習單b(分鏡)	20%

活動三：給我廣告金像獎

課程參與	5%
分組廣告創作	30%
互評單	20%

參 考 資 料

參考書目

- 李乾朗(民82)，臺灣近代建築。台北：雄獅
- 上田雄二(2001)，情熱·愛·詩情——鹽月桃甫展。日本：宮崎縣立美術館
- 陳文玲(民88)，廣告學閱讀配件。未出版(授課講義)
- 劉美琪等(民89)，當代廣告。台北：學富
- 柳婷(民88)，廣告與行銷。台北：五南
- 郭楨祥等(民92)，高中美術。台北：謳馨

參考網站

- 搶救校長宿舍 <http://camel.ck.tp.edu.tw/~cthuan/>
- 國民健康局反菸網 <http://antismoking.new9.com/cf.htm>
- 臺灣CF歷史資料館 <http://home.pchome.com.tw/soho/kiater/>
- 臺灣廣告導演羅景壬 <http://home.kimo.com.tw/chekhov1972.tw/>


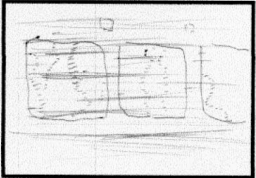

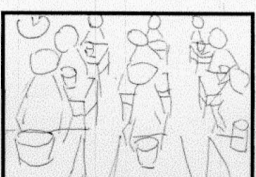
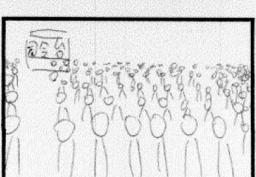
教 學 資 源

- 活動一、超級比一比：電腦、單槍投影機、幻燈機、圖卡、學習單a。
- 活動二、搶救創意大作戰：電腦、單槍投影機、學習單b(分鏡)。
- 活動三、給我廣告金像獎：電腦、單槍投影機、黑板、互評單。

學生作品分鏡

廣告短片分鏡表

班級	230	組別	6
組員(座號/姓名)	14. 莊偉宏	18. 廖士賢	25. 林志瑋 41. 陳家邦 42. 王伊凡
片名	非天使學園 拍攝張數 約10張		

Video		Audio
<p>從捷運車窗外看出去 窗外景物快速後退</p>	 <p style="text-align: right;">1</p>	<p>列車行走 敲聲</p>
<p>從月台看列車車廂</p>	 <p style="text-align: right;">2</p>	<p>咿咿...</p>
<p>車廂內人潮擁擠</p>	 <p style="text-align: right;">3</p>	<p>老歌... (or 軍歌) 開始 有時代感的</p>
<p>上課鈴響 全班動作一致 拿出泡麵</p>	 <p style="text-align: right;">4</p>	<p>老歌... (or 軍歌) 開始 有時代感的</p>
<p>朝會中整齊的隊伍 服儀全不整</p>	 <p style="text-align: right;">5</p>	<p></p>

P. 1

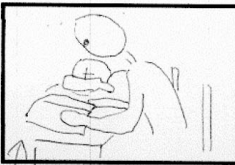
廣告短片分鏡表

班級	230	組別	6
組員(座號/姓名)			
片名		拍攝張數	

Video

Audio

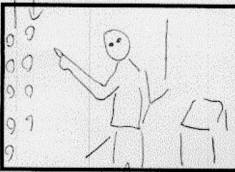
學生用功貌
後面有人已睡著



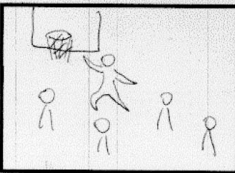
寫聲

調換

夫子也拚命
黑板上有「上課請勿吃零食」的宣導



運動場激烈比賽
人人都穿著裝



像耶穌的長者
對著純潔的白羊說話
逆光



老:「乖宝贝,這不是你該來的地方」
羊:「咩」

背景全黑,
打出校名及社名



完

P. 2.