

### 【附件三】

新北市政府教育局110年度國民小學「性別平等教育課程與教學教案甄選活動」及「辦理性別平等教育課程與教材觀摩發表會」教案(參考格式，可自行調整)

教學主題	破解行銷密碼	教學時間	兩節課，80分鐘
適用對象	國小六年級	教材來源	廣告單、網路廣告、自編
教案設計者	劉宜、翁麗淑	教學者	劉宜、翁麗淑
設計理念	廣告具有在短暫時間內讓讀者容易閱讀閱聽的特性，因此為了讓閱聽者能快速掌握廣告商品目標，廣告中會運用大量具象徵意涵的符碼、語言，來烘托商品特性，這些內容常常再製與傳遞社會刻板化的認知。其中，與家務分工和親職角色相關的廣告，更是明顯地不斷再製與呈現了性別角色的刻板化。廣告的特性使其影響力無遠弗屆，因此本教案的設計，意圖引導學生從媒體識讀的角度對廣告進行思辨，在進行教學過程中，藉由問答與小組討論，透過對話的過程，讓學生反思廣告內容隱含的預設立場，萌生批判思考能力，更進一步，能發展出破解的策略。		
教案類別	<input checked="" type="checkbox"/> 主題式課程 <input type="checkbox"/> 單一領域融入(領域:綜合) <input type="checkbox"/> 跨領域融入(領域: / )		
性別平等教育議題	核心素養	學習主題	實質內涵
	1. 性(A2)覺知生活中性別刻板、偏見與歧視，培養性別平等意識，提出促進性別平等的改善策略。 2. 性(B2)培養性別平等的媒體識讀與批判能力，思辨人與科技，資訊與媒體之關係。	1、性別角色的突破與性別歧視的消除。 2、科技、資訊與媒體的性別識讀。	1、性 E3覺察性別角色的刻板印象，了解家庭，學校與職業分工，不應受性別的限制。 2、性 E7解讀各種媒體所傳遞的刻板印象。
學習目標	1. 學生能解讀廣告商品中隱含的刻板化性別角色期待。 2. 學生能對廣告進行批判思考，發展出破解刻板印象的策略。		
學習資源	母親節與父親節禮品促銷廣告宣傳單、相關購物網站截圖、學習單、資訊車(ipad)。		

學習目標	學習活動	學習時間	評量方式
	<b>第一節課</b>  <b>課前準備</b> 1. 學生收集母親節各種促銷平面廣告單，以及相關購物網路平台的促銷截圖。 2. 老師準備父親節各種促銷平面廣告單與相關購物網站截圖。		

<p>學生能解讀廣告商品中隱含的刻板化性別角色期待。</p>	<p>3. 全班分成六組，以便進行分組討論。</p> <p><b>【活動一】母親節，快樂?!</b></p> <p><b>活動1-1 提問與發表</b> (教師提問，學生舉手發表)</p> <p>1. 母親節時，大家都會怎麼慶祝? 學生可能回答: 吃蛋糕、寫卡片、吃大餐……</p> <p>2. 看到這些廣告，如果不考慮金額，你會想買什麼送給媽媽?為什麼? 學生可能回答: 廚具，這樣他可以煮更多美食給我吃；保養品，讓媽媽更漂亮……</p> <p>3. 廣告會不會影響你或社會大眾買什麼樣的禮物送給媽媽? 學生可能回答: 會，因為跟著廣告選比較不會出錯…… 不會，因為自己才知道媽媽喜歡什麼……</p> <p><b>活動1-2 破解促銷密碼</b></p> <p>(一)分門別類：</p> <p>1. 每一組同學依據學習單上的分類，將事先準備的百貨公司母親節 DM 與購物網截圖上促銷的商品品項分類統整。 **請各組統整，大致如下： 「保健類」：健康食品 「家電類」：吸塵器、廚具烹調用品 「時尚類」：化妝品、衣服、包包</p> <p><b>【教學小提醒】</b> 學生可將品項剪下分類放置，或用不同顏色的筆分類圈出，便於識別。</p> <p>2. 老師再將蒐集到父親節 DM 發下，請同學依據學習單上任務一的分類，將商品品項分類統整(方式同上)。 **請各組統整，大致如下 「保健類」：健康食品 「家電類」：刮鬍刀、按摩椅 「時尚類」：衣服、領帶、手錶、</p>	<p>6”</p> <p>12”</p>	<p>口頭發表</p> <p>實作分類</p> <p>參與討論</p>
--------------------------------	--	----------------------	-------------------------------------

<p>學生能解讀廣告商品中隱含的刻板化性別角色期待。</p>	<p>(二) 解讀密碼</p> <p>提問與討論:</p> <p>1. 請同學討論母親節和父親節的促銷產品中，家電類和時尚類的產品有什麼不同？</p> <p>學生可能回答:</p> <p>家電類~爸爸:刮鬍刀、按摩椅 / 媽媽:吸塵器、廚具 .....</p> <p>時尚類~爸爸:手錶 / 媽媽:保養品、化妝品.....</p> <p>2. 這些產品的差異，反應了社會上對父親和母親的角色有什麼不一樣的期待？</p> <p>學生可能回答:</p> <p>家電類~爸爸:刮鬍刀 ~要把鬍子刮乾淨 媽媽:吸塵器~把家裡打掃乾淨</p> <p>時尚類~爸爸:手錶~上班開會要準時 媽媽:保養品、化妝品~打扮得漂亮一點</p> <p>【教學小提醒】</p> <p>老師引導學生看到，從母親節和父親節的促銷商品不同，可以看到社會期待的性別刻板印象，例如：母親總是要下廚、打掃，重視外表打扮，而父親重視的主要是乾淨(刮鬍刀)、消除身體的疲勞(按摩椅)，以及展現秩序、正式與威嚴(領帶、手錶)等。</p>	<p>4"</p> <p>8"</p>	
<p>學生能對廣告進行批判思考，發展出破解刻板印象的策略。</p>	<p>3. 看到這些廣告呈現的性別刻板的角色期待，你同意/不同意每個當媽媽或爸爸的人都應該符合這些期待？為什麼？</p> <p>學生可能回答:</p> <p>同意，我爸媽就是這樣啊，沒有甚麼不好</p> <p>不同意，有些人為了符合期待，過得很辛苦</p> <p>不同意，為什麼家事都是媽媽在做，不公平...</p> <p>【教學小提醒】</p> <p>老師引導討論，為了符合社會刻板的角色期待，對爸爸或媽媽兩邊都無法公平，有些爸爸可能很喜歡育兒喜歡烹飪，就因為角色的刻板而無法讓自己開心自在地做這些事情，這樣不是很可惜。我們期望這個社會能友善地看待每一個個體，每個人都可以自在地做自己喜歡的事。</p> <p>4. 完成學習單任務一的書寫，並交回給老師。</p>	<p>6"</p>	<p>參與討論與發表</p>

<p>學生能解讀廣告商品中隱含的刻板化性別角色期待。</p>	<p><b>活動小結：</b></p> <p>從母親節和父親節的禮品廣告，可以看出社會對性別角色有刻板化的期待。這樣的刻板化期待，可能會讓許多非典型的母親和父親覺得自己做得不好，為了符合社會期待，強迫自己做不擅長或不自在的事情。我們都希望家裡的每個人可以依據興趣與專長，更自在的展現自己，互相理解協商，讓家庭更和諧。日常生活中，還有許多類似的例子，下一節課我們將從不同的媒體來進行破解。</p> <p style="text-align: center;">~第一節課結束~</p>	<p>2"</p> <p>2"</p>	<p>完成學習單</p>
	<p><b>第二節課</b></p> <p><b>課前準備</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 老師準備可供學生使用的 ipad。</li> <li>2. 老師閱畢學生任務一學習單。</li> </ol> <p><b>【活動二】廣告大解構</b></p>		
	<p><b>活動1-1 解讀廣告</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 老師播放以下兩個廣告，看完後提問：「這兩個廣告呈現了什麼性別刻板印象？」</li> </ol> <p>橘子工坊洗衣精(20秒)  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=Y-quMtx3zKE&amp;list=PL-F4hhnbA6qXZMN97zclk9OfzR6UrVgBo">https://www.youtube.com/watch?v=Y-quMtx3zKE&amp;list=PL-F4hhnbA6qXZMN97zclk9OfzR6UrVgBo</a></p> <p>學生可能回答：          洗衣服是媽媽的事……</p> <p>加倍潔洗衣精(30秒)  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=VLfYyjC1QV8&amp;list=PL-F4hhnbA6qXZMN97zclk9OfzR6UrVgBo&amp;index=2">https://www.youtube.com/watch?v=VLfYyjC1QV8&amp;list=PL-F4hhnbA6qXZMN97zclk9OfzR6UrVgBo&amp;index=2</a></p> <p>學生可能回答：          媽媽是洗衣服的專家、男孩子都很髒或不會洗衣服……</p>	<p>6"</p>	<p>認真觀賞與思考</p>

<p>學生能對廣告進行批判思考，發展出破解刻板印象的策略。</p>	<p>2. 老師播放不一樣的廣告，結束後提問：「思考一下，同樣是洗衣精的廣告，你認為它破解了什麼性別刻板印象？」</p> <p>印度洗衣精廣告(2分鐘)  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=KiaxG8qnjdE">https://www.youtube.com/watch?v=KiaxG8qnjdE</a></p> <p>學生可能回答：          家事應該由家人一起分擔、每個人都可以學會做這些家事…</p> <p>印度洗衣精廣告的新聞報導(1 分 41 秒)  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=5AITiY4mkHY">https://www.youtube.com/watch?v=5AITiY4mkHY</a></p> <p><b>小結</b>          從以上兩個影片，我們可以看到大部分的媒體雖然複製了刻板印象的觀點，但也有媒體試圖破解刻板印象，我們可以從翻轉刻板印象的觀點去做改變。</p> <p><b>活動1-2 廣告破解</b></p> <p>老師發下學習單與 ipad。</p> <p>一、刻板印象在哪裡?(分組討論與發表)          請各組分別針對老師給的廣告影片，試著看出裡面呈現了什麼刻板印象？          (分成六組，一組掃描一個廣告的 QRcode)</p> <p>廣告一：吸塵器  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=eiJaIAzdKLU">https://www.youtube.com/watch?v=eiJaIAzdKLU</a></p>  <p>學生可能回答：          男生重視事業，女生喜歡下午茶……</p> <p>廣告二：吸塵器  <a href="https://www.youtube.com/watch?v=-mW7ea_RKNA">https://www.youtube.com/watch?v=-mW7ea_RKNA</a></p> 	<p>6”</p> <p>18”</p>	<p>參與討論與發表</p>
-----------------------------------	--	----------------------	----------------

學生可能回答：  
家裡清潔是女生的工作，家裡應該一塵不染……

廣告三：氣炸鍋

<https://www.youtube.com/watch?v=wF0zPzu7cKE>



學生可能回答：  
烹飪是媽媽的責任，照顧小孩應該要親手料理、無微不至……

廣告四：洗碗機

<https://www.youtube.com/watch?v=jbe9GIyuCr8>



學生可能回答：  
男性不喜歡做家事，總是想偷懶；男生比較喜歡看運動賽事……

廣告五：洗碗機

<https://www.youtube.com/watch?v=Ig2lizYZsHk>



學生可能回答：  
家事都是媽媽的責任，做不好就是失敗；有了高科技的廚房用具，媽媽就很萬能……

廣告六：洗衣精

<https://www.youtube.com/watch?v=-OiukLuUy04>



	<p>學生可能回答： 媽媽要照顧小孩的健康，男性總是比較專業……</p> <p>【教學小提醒】 在進行解讀廣告之前，可以提示學生幾個觀察的面向，例如廣告中主要使用產品的人、旁白的聲音、產品與人物的關聯性等等。</p> <p>二、破解密碼(分組討論與發表) 請各組分別針對該組的廣告影片，試著想出一個可以翻轉或破解廣告中所呈現的刻板印象的創意。</p> <p>學生可能回答： 將角色互換、修改台詞……</p> <p>【教學小提醒】 這個活動可以有幾種不同的呈現方式： (1)請學生比照前面的印度創意廣告，小組討論出一個商品的文案。 (2)針對該組廣告所找出的刻板印象，想出一個破解的策略。</p> <p>活動結束收回學習單</p> <p><b>活動總結：</b> 從這兩節解讀廣告的活動中，可以看到刻板印象會隨著廣告播放不斷被複製和傳播，我們在閱讀或看廣告的時候，要多思考辯證，刻板化的性別角色不是理所當然，每個人都可以有不受限制的多元角色面向，希望大家都能依照自己的興趣去從事喜歡的工作。</p> <p>~第二節課結束~</p>	<p>8”</p> <p>2”</p>	<p>完成學習單</p>
--	--	---------------------	--------------

附件：【破解行銷密碼】學習單

任務一：

聯想或社會期待	促銷產品	母親節	父親節	促銷產品	聯想或社會期待
		保健類			
		電器類			
		時尚類			

1.從上面呈現的母親與父親的社會期待，你有什麼想法？為什麼？



## 任務二：廣告破解



請掃描 QR Code ，觀看自己組別的廣告影片，從廣告中找到其中的性別刻板印象，和同學討論並想辦法破解。

廣告產品：\_\_\_\_\_

廣告中呈現的性別刻板觀點：

1.

2.

破解：