



# 新北市政府教育局國民教育輔導團國小性別平等教育輔導小組

## 性別平等教育議題學習活動設計

教學主題	破解行銷密碼	教學時間	40 分鐘（共一節課）
適用對象	高年級	教材來源	自編
教案設計者	劉宜、翁麗淑、林宜龍	教學者	林宜龍
教案類別	<input checked="" type="checkbox"/> 主題式課程 <input type="checkbox"/> 單一領域融入(領域: ) <input type="checkbox"/> 跨領域融入(領域: )		
學習設計理念	<p><b>一、設計動機</b></p> <p>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，這些內容常常複製與傳遞了社會刻板化的認知。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。</p> <p>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。</p> <p><b>二、概念及素養</b></p> <p>本單元設計依據九年一貫課程主要概念為「性別角色」與「資源的運用」二軸下，次概念則分別為「性別角色的刻板化」與「資訊、科技與媒體資源的運用」；關聯之能力指標則為「2-1-1 辨識性別角色的刻板印象」、「2-3-1 瞭解家庭與學校中的分工，不應受性別的限制」、「3-3-1 解讀各種媒體所傳遞的性別刻板化」。</p> <p>至於在 12 年國教總綱方面，係核心素養「溝通互動」面向下，「科技資訊與媒體素養」總綱核心素養，「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」性平核心素養項目，「科技、資訊與媒體的性別識讀」學習主題，及國小階段實質內涵「性 E7 解讀各種媒體所傳遞的刻板印象」軸性概念下發展出的教學設計，橫向相關概念則主要與性平核心素養「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」相關聯。</p> <p>而本次教學，則以媒體識讀為焦點，概念及素養其要則如以下表列。</p> <p><b>三、教材分析</b></p> <p>本教材原本係針對六年級學生而設計的兩節課，內容因配合授課時間、教學需要與對象而略加修改，並濃縮成一節。以目前五年級上學期的兒童，其批判思考和經驗狀態仍與四年級相差未多。因此，教學活動設計採較線性的發展，以生活情境中的送禮物經驗與廣告為始，進而引導學生覺察與思考，在社會生活中習而未察，甚至視為理所當然的性別刻板印象及期待，常隱含在廣告中並不斷複製、再現。第二部分，則就生活中可見的電視媒體廣告，循序引導，討論其內容，掌握其廣告標的、覺察其中刻板觀點所在，並加以破解，最後以另</p>		

		一廣告分組進行討論，並鼓勵學生加以破解，創發加以重構，同時強化兒童性平觀念，以期更加穩健發展。 若用於六年級學生，加以時間允許 則可如原設計在兩節時間，增加討論時間，並提供更多符合主題之不同廣告，供學生分組討論不同文本，在組內與組際交織所見及創發，在相互觀摩之外，同時加大文本的覺察廣度，及更深度的思考，希冀能自性平觀念的覺察改變，繼而產生性平具體實踐的行動。 四、學習策略及評量 本教學設計，係自觀察生活當中的平面廣告為始，進行師生間的問答，進而共同觀察電視媒體廣告，以 4F 引導思考法，協助學生覺知、感受、體察、反省廣告中的性別刻板印象和期待的再現或重製，作為主要學習策略。 評量上則以學生的發表情形、對廣告性別刻板印象的覺察程度及小組合作情形，作為形成性評量的標的。最後則可以吸塵器廣告各組分析報告的正確度與創發破除程度作為整節課的總結性評量。			
九年一貫	性平概念分析	主要概念	次要概念		
		資源的運用	資訊、科技與媒體資源的運用		
	性平議題能力指標	3-3-1 解讀各種媒體所傳遞的性別刻板化。			
十二年國教	核心素養	總綱核心素養項目	性別平等教育核心素養		
		B2 培養性別平等的媒體識讀與批判能力，思辨人與科技、資訊與媒體知關係。	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。		
	學習主題與實質內涵	性別平等教育學習主題	性別平等教育實質內涵		
		6. 科技、資訊與媒體的性別識讀。	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、電視廣告、學習單、中細彩色筆。			
學習活動流程分析		1. 課前準備，學生嘗試瞭解廣告的內容、方式。 2. 活動 1：從送父母禮物的平面廣告，覺察廣告中隱含對父母的性別刻板期待。 3. 活動 2：解讀家務分工和親職角色相關的電視廣告，進行 4F 思考引導，再探社會的性別刻板期待及對廣告的解碼與破解。 4. 活動 3：突破的創意大爆發，對廣告的識讀辨識與再構。 5. 教師總結。			
學習目標		學習活動		學習時間	備註

<p>1. 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>【課前準備】</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請學生在家注意或收集各種促銷廣告單，並使試著瞭解那些廣告的促銷的產品與廣告內容、方式。</li> <li>2. 老師準備母親節和父親節促銷平面廣告單或購物網站截圖，另蒐集電視媒體廣告數則。</li> <li>3. 全班分成五組，以便進行分組討論合作。</li> </ol> <p><b>【活動 1】送禮，廣告幫大忙?!</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 教師提問： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 最近又到了送禮的季節，你們送禮物之前，在哪裡會提供相關的資訊呢？（學生可能回答電視、收音機、網路、傳單、路上的廣告）</li> <li>2. 你們覺得廣告會不會影響你或社會大眾買什麼樣的禮物送給人？（依經驗學生多半回答會受到影響）</li> <li>3. 老師手邊剛好各有一張父親節和母親節禮品促銷廣告，請你們分辨看看，哪一張是父親節的？而哪一張是母親節的？並告訴大家為什麼。（學生發表，教師協助引導）</li> </ol> </li> <li>● 活動小結： <p>廣告單上產品的差異，反映了社會上對父親和母親的角色有不一樣的期待。而這些刻板的社會期待，卻未必公平或和爸媽內心真正想要的相同，並且在廣告中一再重複出現，甚至被強化，在日常生活中，還有許多類似的例子，我們可以從不同的媒體廣告來加以破解。</p> </li> </ul> <p><b>【活動 2】廣告大解構</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 老師播放以下廣告，看完後提問，引導學生回答： <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 加倍潔洗衣精(30 秒) <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=VLfYyJClQV8&amp;list=PL-F4hhnbA6qXZMN97zc1k90fzR6UrVgBo&amp;index=2">https://www.youtube.com/watch?v=VLfYyJClQV8&amp;list=PL-F4hhnbA6qXZMN97zc1k90fzR6UrVgBo&amp;index=2</a></p> <p>(1)廣告推銷的產品是什麼？在廣告中你看到了那些內容？(Facts)</p> </li> </ol> </li> </ul>	<p>5'</p> <p>7'</p>	
-----------------------------------	---	---------------------	--

	<p>(2)看完你有什麼感覺，喜歡這廣告嗎？有沒有覺得哪裡不對勁？(Feeling)</p> <p>(3)如果廣告中兩個角色的關係和你所想的不一樣，你想故事發展會不會也不同？</p> <p>如果廣告中男主角換成女生，那原本的故事的發展會不會發生改變？</p> <p>所以在這個廣告中，你發現了什麼性別刻板印象？(Finding)</p> <p>(4)對於這樣的刻板印象，你覺得可以怎樣突破或改變？(future)</p> <p>2. 老師播放另一個也是跟做家事有關的廣告，然後提問，引導學生回答？</p> <p>印度洗衣精廣告(2 分鐘)</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=KiAxG8qnjdE">https://www.youtube.com/watch?v=KiAxG8qnjdE</a></p> <p>(引導學生步驟大致如上，惟以廣告中突破性別刻板印象的做法，再跟學生進一步討論有無其他方式)</p> <p>教師小結：</p> <p>可見大家漸漸都能看出廣告中包含的性別刻板印象或社會期待，並且能夠試著加以突破。以下老師另準備一個廣告，考驗一下小朋友，希望你們發揮小組團隊精神，共同討論，發現廣告中的問題，並發揮創意，試著加以突破，比如可以換角色、改變對話內容或情節…等等，讓廣告不再具有那些性別刻板印象或刻板期待。</p> <p><b>【活動 3】突破的創意大爆發</b></p> <p>1. 〈學生任務〉師生共同觀看吸塵器廣告，共同討論廣告內容。</p> <p><a href="https://www.youtube.com/watch?v=eiJaIAzdKLU">https://www.youtube.com/watch?v=eiJaIAzdKLU</a></p> <p>2. 請各組分別針對該組的廣告影片，討論看到廣告中的性別刻板印象或期待。</p> <p>3. 鼓勵小組在分析出廣告中的刻板性別期待後，找到一些破解方式，並以創意去改編廣告，突破後再重新結構。</p> <p>4. 張貼各組作業單，並請各組代表進行分享。</p>	9'	
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。		11'	
		5'	

	<p>5. 教師簡單講評。</p> <p><b>【教師總結】</b></p> <p>從這次解讀廣告的活動中，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>-----本節結束-----</p> <p>新北市國教輔導團研習回饋表單</p> 	3'	
--	---	----	--

## 任務一：廣告破解

組別：第 \_\_\_\_\_ 組

※觀看剛才的廣告影片後，請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. \_\_\_\_\_

3. ...

◆ 破解：