

108 至 110 美感與設計課程創新計畫

111 學年度第 1 學期美感智能閱讀計畫

成果報告書

主辦單位： 教育部 師資培育及藝術教育司

執行單位： 高雄市鳳山國中

執行教師： 蕭怡文 教師

輔導單位： 南區 基地大學輔導

目錄

美感智能閱讀概述

- 1、 基本資料
- 2、 課程概要與目標

執行內容

- 1、 課程記錄
- 2、 教學觀察與反思
- 3、 學生學習心得與成果 (如有可放)

美感智能閱讀概述

一、基本資料

辦理學校	高雄市鳳山國中
授課教師	蕭怡文
教師主授科目	音樂
班級數	5 班
學生總數	140 名學生

二、課程概要與目標(以下紅字部分為舉例說明)

課程名稱：校園心發現					
施作課堂 (eg.國文)	音樂	施作總節數	4	教學對象	<input type="checkbox"/> 國民小學 年級 <input checked="" type="checkbox"/> 國民中學 八 年級 <input type="checkbox"/> 高級中學 年級 <input type="checkbox"/> 職業學校 年級
<p>一、課程活動簡介 (300 字左右的整體課程介紹):</p> <p>根據社會科學家丹尼爾·楊克洛維奇(Daniel Yankelovich)於 2007 年的研究，人一天會接觸到 5000 多個廣告。而隨著各式電子載體的發展，媒體的型態不停進化，從早期的紙本、電視到現在的社群照片、影片，我們無時無刻不在接觸大量的廣告。但這些廣告都傳達了哪些訊息呢?此外，除了廣告，我們在日常生活中還會接收到各式各樣的觀念，但在吸收這些觀念前，可以先停下來想一想、問一問，這個觀念真的成立嗎?為什麼成立呢?有沒有還有其他的可能性?希望學生在上完這個單元之後，可以更加敏銳的觀察與判斷，把所接收到的觀念視為一部分人的選擇，而不是所謂的單一選項，照單全收。進而透過小組的模仿或發揮創想，將日常生活中某個廣告主題商品以其自身具備的美感養成，將之呈現於舞台而達成藝術的生活實踐功能。</p>					
<p>二、課程目標 (條列式)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 讓學生透過生活情境的觀察，了解廣告 Jingle 的特色，並試著創作出 Jingle。 2. 藉由生活中的廣告與廣告歌曲，理解歌詞與曲調對於產品帶來的吸引力與影響力。 3. 聆聽與唱奏廣告中的背景音樂，體會音樂與商品特色的關係。 4. 透過小組的模仿或創想，結合肢體、道具、律動與台詞，展演出具有美感的廣告商品呈現。 					

執行內容

一、課程記錄

閱讀安妮新聞、觀看並挑選 You Tube 的相關廣告影片進行準備廣告表演內容排演。





B 課堂流程說明：

- 1.先讓學生各自閱讀安妮新聞，認識紙本報刊基本內容，閱讀 15 分鐘後，進行討論—說出自己認為有特色的廣告商品或較感興趣的廣告內容。
- 2.任務說明：播放廣告相關影片讓學生欣賞觀看，口頭討論日常生活當中所接觸到的平面廣告或是動態廣告，各組進行討論並發表出大家覺得印象較深刻或是較喜愛的廣告商品並敘述原因。
- 3.小組成員一起挑選出一個廣告主題，觀看影片數次後，開始進行排演並嘗試以模仿或創新的方式來進行演出。
- 4.排練的過程中，依老師、同學的建議進行修改。
- 5.透過演出呈現來傳達並體會廣告表演與歌曲的行銷概念及手法。

教學觀察與反思

1.當初在設計此單元時，對於多數同學都害怕上台而面臨一些抉擇，究竟課堂進行口頭討論就好？還是讓學生身體力行去模仿甚而創新廣告商品演出較優？後來決定上台演出，比較能讓學生感受到一個短短 10-15 秒左右的廣告，是需透過諸多的思考，才能把重點精簡的聚焦呈出來。藉此，讓學生能以學習抓取重點的能力，經由小組一起排演過程，學習勇敢表現自我並將主題清楚呈現出來。但是，因為廣告商品的呈現，是以舞台劇的方式演出，與日常看到的電視廣告，其拍攝過程可以後製處理效果，兩者相較，現場演出的確增加了一些的困難度。

2.從討論、決定表演的商品到整個廣告排練、搭配動作、音樂，在原定的時間內成果有限，而且整個排練過程，必須一組組觀看指導並提點問題，因而學生呈現的成果不如預期的精采。下次教學可以設定他組小組長出來觀看並給予建議，透過旁觀者的角度來給予回饋，效果應會較佳！

三、學生學習心得與成果

