

廣告放大鏡



五花八門的廣告常常隱含著社會上對性別的價值觀，同時也會讓孩子再製性別刻板。一小時的電視節目，中間的廣告大約有幾十則，代言的性別角色更傳達著許多主流價值體系下的性別刻板印象。

希望藉課程討論，喚起學生對媒體中性別角色迷思的覺察與識讀，從不知不覺的被動接收，到對媒體所傳達的性別角色迷思有敏銳的主動判讀能力，且能以行動創作突破刻板的廣告文案與廣告短片，並與同學分享創作理念，最後能學習遷移到其他媒體的性別識讀。

方案名稱	廣告放大鏡		
課程說明	<input checked="" type="checkbox"/> 性別平等教育議題 主題式 課程		
教學節數	5	學生人數	30
適用年級	國小 <input type="checkbox"/> 低年級 <input type="checkbox"/> 中年級 <input checked="" type="checkbox"/> 高年級 國中 <input type="checkbox"/> 七年級 <input type="checkbox"/> 八年級 <input type="checkbox"/> 九年級		
學生先備學習 條件要求	1. 有基本圓餅圖統計解讀的能力。 2. 可以用手機、相機、攝影機進行簡單動態拍攝。 3. 用軟體進行基本剪接後製的能力。		
設計理念 (100-200 字)	<p>五花八門的廣告常常隱含著社會上對性別的價值觀，同時也會讓孩子再製性別刻板。一小時的電視節目，中間的廣告大約有幾十則，代言的性別角色更傳達著許多主流價值體系下的性別刻板印象。</p> <p>希望藉課程討論，喚起學生對媒體中性別角色迷思的覺察與識讀，從不知不覺的被動接收，到對媒體所傳達的性別角色迷思有敏銳的主動判讀能力，且能以行動創作突破刻板的廣告文案與廣告短片，並與同學分享創作理念，最後能學習遷移到其他媒體的性別識讀。</p>		
性別平等教育議題	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(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。	
	學習主題	科技、資訊與媒體的性別識讀。 性別角色的突破與性別歧視的消除。	
	實質內涵	性 E7 解讀各種媒體所傳遞的性別刻板。 性 E3 覺察性別角色的刻板印象，了解家庭、學校與職業的分工，不應受性別的限制。	

<p style="text-align: center;">學習目標</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能透過實際觀察與紀錄，解讀與分析廣告代言中隱含的性別角色刻板及造成的原因 2. 能創作廣告文案並實際拍攝廣告短片，突破廣告代言人的性別角色刻板。 3. 透過課堂中廣告的性別媒體識讀，孩子可將識讀能力遷移到生活中的其他媒體。 	
<p style="text-align: center;">素養導向 教學轉化</p>	<p>1. 整合知識、技能、態度</p>	<p>課程中透過看到結構、解構、再建構的方式，不只讓孩子變成媒體閱聽的主體，能主動覺察媒體隱含的性別訊息外，也有知能來行動。</p>
	<p>2. 情境化、脈絡化學習</p>	<p>透過孩子日常生活常接觸的媒體-電視廣告，讓孩子在生活情境中學習，利用生活中的廣告素材更能連結學習經驗。</p>
	<p>3. 強調學習歷程、策略及方法</p>	<p>孩子學習利用觀察統計的方式，學習解讀媒體中的性別角色刻板，並用行動策略撰寫與拍攝廣告來破除性別角色的刻板印象。</p>
	<p>4. 實踐表現與學習遷移</p>	<p>透過其他廣告及媒體讓孩子演練性別的媒體識讀，孩子才有可能在日常生活中覺察並解讀其他媒體中的性別刻板。</p>

評量策略（含評量基準與規準說明）

本教學方案採取「多元評量」的方式，對學生的上課和活動參與的狀況做最即時的評量及回饋，也對學習單書面資料的整理狀況給予成績評量，最主要的評量為學生以小組為單位自行創作的廣告文案及廣告的設計理念與創意，說明如下：

一、學習單

- (一) 廣告密碼：能紀錄廣告，記錄一小時電視中的廣告 20 支品牌、種類、名稱、代言性別，並依規定分類紀錄完整。
- (二) 廣角鏡：能從圓餅統計圖中發現哪些種類的廣告多以單一性別代言為主，並思考背後的性別意涵。依據觀察統計結果，分析廣告代言的刻板印象可能造成的原因。
- (三) 廣告 fun 送：創作突破性別刻板代言人的廣告文案(包含聲部與影部)並拍攝廣告短片，說明設計理念。廣告面面觀：能瞭解各組的廣告創意理念，並能探討判讀廣告及其他媒體中的性別意識。

二、最佳廣告

學生自製廣告的過程與結果呈現，評量設計如下：

項目/規準		非常 優秀	做得 不錯	可以 更好	老師的話
基準	A 廣告創意度： 廣告十分吸睛有創意。	A. B. C 兼具	必須符合 B 向 度，另兩向度 普通	A. B. C 只有一 向度符合	
	B 性別平等理念： 能突破性別角色的刻板 化印象				
	C 廣告行銷度： 廣告能引起消費者的關 注，想要購買此產品。				

教學流程及內容設計(含時間分配)	教學資源
<p style="text-align: center;">第一節</p> <p>❖準備活動</p> <p>【課前準備】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 老師事先蒐集 20 則含性別角色刻板的廣告 2. 設計學習單：「進廣告」、「廣告密碼」 3. 蒐集流行的廣告詞，製作成籤 <p>【引起動機】【猜猜是哪則廣告】：(5 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. 老師請同學上台抽流行廣告詞的籤，並念出來讓同學猜猜看是哪一則廣告 <p>❖發展活動【廣告印象】 (12 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. 有些廣告讓我們印象很深刻，老師播放事先錄製的廣告 20 則，讓學生觀賞 6. 老師提問： <ul style="list-style-type: none"> * 這些廣告中，你曾經看過哪幾支廣告呢？ * 其中印象最深刻或最喜歡的是哪一支？為什麼？ * 你平常看廣告時，會注意廣告的哪些地方呢？ * 看完這些廣告，你發現了什麼？ 7. 請學生完成「進廣告」學習單 <p>❖綜合活動【作業說明】 (3 分鐘)</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. 老師發下「廣告密碼」學習單。 9. 請學生回家觀賞廣告並記錄觀賞之頻道、日期、時段。 10. 挑選 20 支商品廣告記錄類別、品牌、名稱、代言性別（僅挑選具體商品的廣告記錄，不記錄電視節目或電影預告…等）。 11. 老師舉例說明商品類別的紀錄方法。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 20 則廣告 2. 學習單：「進廣告」、「廣告密碼」

第二節

❖準備活動

【課前準備】

1. 老師請學生利用某時段觀賞電視的廣告，並紀錄二十樣商品的品名及代言的主角性別（若沒有主角出現，可依口白的聲音判斷），二十樣商品種類不得重複，例如不得紀錄兩種牌子的洗衣精。
2. 請學生完成廣告密碼學習單
3. 設計上課統計用的 Excel 檔
4. 準備單槍、筆電

【引起動機】【廣告分享】：（5 分鐘）

5. 請幾位同學發表昨天觀賞印象最深刻的一則廣告商品、種類，並說明代言主角的性別。

❖發展活動【統計整理】（30 分鐘）

6. 老師提問：

老師依照廣告商品的類別，逐一詢問學生的紀錄結果，將結果輸入於 Excel 檔。

例如：有紀錄到家庭電器類的小朋友請起立，再依不同的家電產品逐一詢問其代言性別，若為男女一起代言或多位一起代言，則輸入於其他項。

❖綜合活動【數字會說話】（5 分鐘）

7. 將統計結果以圓餅圖方式用單槍呈現，讓學生可以看到圖表的變化。
8. 請學生將統計結果填在學習單「廣角鏡」的第一、第二部分。
9. 老師引導學生從圓餅圖中，找出其代言的性別比例最懸殊的六類廣告，
也就是幾乎都是單一性別在代言的。

1. 統計用的 Excel 檔
2. 圓餅圖
3. 學習單「廣角鏡」

第三節

❖準備活動

【課前準備】

1. 老師將上堂課找出的代言性別比例最懸殊的六大類廣告（幼兒用品類、化裝保養類、家庭電器類、交通工具類、清潔用品類、菸酒類），每一類再蒐集相關廣告 5-10 支。

【引起動機】【廣告強力放送】：(10 分鐘)

2. 老師利用單槍播放六大類的相關廣告，請學生注意商品性質和代言性別。

❖發展活動【廣告面面觀】（15 分鐘）

3. 老師依照剛剛六種不同種類商品廣告引導學生進行討論。

4. 老師提問：

◎ 為什麼某商品大都挑選男生(女生)來代言呢？背後有什麼意涵呢？

◎ 可以換成另一個性別來代言嗎？效果如何呢？代表什麼意義？

◎ 有什麼商品是一定要男生或女生代言的？為什麼？

◎ 有什麼商品什麼性別來代言都可以呢？為什麼？

5. 老師歸納：

◎ 大部分的廣告商品，其代言性別仍是難跳脫傳統性別的限制

◎ 現代性別平等的觀念日益提升，有部分廣告商品已跳脫傳統性別的限制。

◎ 某些商品使用的對象不分性別，不一定要用某一性別代言。

❖綜合活動【廣角鏡】（15 分鐘）

6. 請學生將討論結果寫在學習單「廣角鏡」

1. 幼兒用品類、化裝保養類、家庭電器類、交通工具類、清潔用品類、菸酒類），每一類廣告 5-10 支
2. 學習單「廣角鏡」

第四節

❖準備活動

【課前準備】

1. 老師於課前拍攝突破性別角色的廣告1支（由老師創作演出作為示例）
2. 設計「廣告fun送」學習單

【引起動機】【廣告大變身】（5分鐘）

3. 播放老師拍攝好的兩支廣告（廚房鍋具）
4. 提問：觀賞完的感受和想法是什麼？

❖發展活動【廣告文案說明】（10分鐘）

4. 承接上堂課的討論：

◎現代性別平等的觀念日益提升，有部分廣告商品已跳脫傳統性別角色的限制。

◎某些商品使用的對象不分性別，不一定要用某一性別代言。

所以我們可以試著創作顛覆傳統代言性別的廣告。

5. 配合學習單，引導學生撰寫廣告文案，包含商品名稱、廣告標語、聲部和影部的功用和寫法

❖綜合活動【廣告fun送】（25分鐘）

6. 請各組認養六類廣告其中一類，進行突破性別角色的創意新廣告改編。
7. 老師提醒各組，廣告的目的是要行銷商品，所以性別的角色的突破和劇情改編都要朝這個目標進行。
8. 請各組將改編的廣告文案及創作理念記錄於「廣告fun送」學習單。

1. 教師拍攝廣告示例
2. 學習單「廣告fun送」

第五節

【課前準備】

1. 老師於課前協助各組學生拍攝自編廣告，並用繪聲繪影軟體進行後製
2. 設計「廣告面面觀」學習單

【引起動機】【什麼？我們上廣告啦！】（20分鐘）

4. 播放拍攝好的六支廣告（面膜、口紅、汽車、冰箱、紅酒、奶粉），並請各組派代表說明廣告的創意理念和所表達的性別意識

❖發展活動【廣告面面觀】（20分鐘）

5. 老師提問：

- ◎ 你最喜歡哪一支的創意廣告呢？為什麼？
- ◎ 這支廣告突破了傳統的代言性別，你覺得合理嗎？為什麼？
- ◎ 想一想，最近有哪些廣告背後隱含性別刻板印象？請舉例說明。
- ◎ 想一想，又有哪些突破代言性別的廣告呢？請舉例說明。

❖綜合活動【媒體中的性別密碼】（20分鐘）

6. 除了廣告之外，還有哪些媒體也隱含許多性別不平等的訊息？舉例說明。
7. 完成「廣告面面觀」學習單

1. 學生拍攝的廣告
2. 學習單：「廣告面面觀」

指導要點 及注意事 項

- 一、建議在學生進行觀察紀錄前，用較大量的廣告當做說明範例，讓學生熟悉判讀的依據，則可有較精確的紀錄。
- 二、廣告內容包羅萬象不容易分類，導致統計時有有些困擾。建議歸納出性別代言比例較懸殊的類別時，老師依照那六大類，每一類都蒐集大量相關廣告，讓學生對那六大類中的性別代言比例懸殊感受更深刻。
- 三、限於時間，廣告拍攝與後製都需由老師協助，日後若能結合資訊課程，讓學生學習拍攝技巧與後製軟體的操作，學生參與度提高，學生會更有成就感。
- 四、建議可延伸教學活動，利用各種媒體素材，來引導學生討論其中是否有隱含別意涵。

教學心得與省思

(含設計歷程與教學實踐反思、學生學習成效分析、未來教學的修正建議等)

在進行此教學活動時，老師和學生都玩得很開心、沒有壓力，而學生的學習成果及表現更是出乎意料外的優秀，學生的創意真的是無窮無盡。以下分享教學過程中的「獲得」。

一、取材自學生生活，引起動機最好：

利用學生熟悉且感興趣的廣告當教學媒材，很能引發學生的探索動機，而且從學生對廣告詞的琅琅上口，可知廣告媒體對學生的影響甚大。

二、藉由實際的觀察體驗，感覺最真：

學生回家看廣告，記錄廣告，親身體驗廣告中的性別意識。

三、用 Excel 檔來呈現統計結果，震撼最深：

以單槍投影呈現學生記錄廣告代言性別的統計結果，將數字化成了有顏色的原餅圖，哪類商品代言較偏何種性別，一目了然，也給學生最大的震撼，沒想到平常不是很注意的廣告中，竟然隱藏了一些性別的密碼。

四、以老師當活範例，吸引力最強：

在引導學生創作顛覆性別之廣告文案前，先以學生熟知的老師所拍的廣告為範例，學生莫不深受吸引。

五、創意顛覆廣告，破除性別刻板最佳：

學生的廣告創意文案，不但有各組設計的設計理念，更包含了其對性別刻板的批判，有效破除。

六、讓廣告文案變成廣告影片，親身實踐最有力：

在老師協助拍攝下，各組的文案由文字化為動態影像，學生看到了自己的性別平等理念真正具體化，個個都十分開心，作品也最能引起同儕的共鳴，相信日後在接收不同媒體的性別訊息時，敏銳度一定能提升。

學生作品〈學習單「廣告密碼」〉



小朋友！我們每天看的廣告裡暗藏著什麼玄機呢？讓我們一起解開廣告神秘的密碼吧！

- ◎紀錄頻道：三立都會台
 ◎紀錄日期：96年1月22日
 ◎紀錄時段：9點0分～9點56分

商品類別	代號	商品類別	代號	商品類別	代號
幼兒用品	A	化妝保養品	B	家庭電器	C
衛生用品	D	飲料零食	E	營養食品	F
交通工具	G	通訊產品	H	清潔用品	I
菸酒類	J	個人用品	K	服飾、鞋	L
烹飪用品	M	家具	N	其他	O

編號	類別 (填代號)	品牌	商品名稱	代言性別		
				男	女	其他
1	A	亞培	奶粉	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
2	K	普拿疼	藥品	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	K	蕾黛絲	內衣		<input checked="" type="checkbox"/>	
4	E	飛鷹	口香糖			<input checked="" type="checkbox"/>
5	K	舒立效	喉糖	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	O	羅亞黛蒙	金飾		<input checked="" type="checkbox"/>	
7	H	亞太	手機	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
8	O	勞斯丹頓	手錶	<input checked="" type="checkbox"/>		
9	O	台灣人壽	保險			<input checked="" type="checkbox"/>
10	H	SONY	相機		<input checked="" type="checkbox"/>	
11	G	Toyota	汽車	<input checked="" type="checkbox"/>		
12	F	維力	蚬精	<input checked="" type="checkbox"/>		
13	E	旺旺	咖啡凍	<input checked="" type="checkbox"/>		
14	E	Airwaves	口香糖	<input checked="" type="checkbox"/>		
15	O	大口吃	水餃		<input checked="" type="checkbox"/>	
16	I	摩術靈	清潔用品		<input checked="" type="checkbox"/>	
17	B	金門酒廠	面膜		<input checked="" type="checkbox"/>	
18	G	KYMC0	機車		<input checked="" type="checkbox"/>	
19	I	易拭潔	清潔用具	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
20	C	SANPO	電器	<input checked="" type="checkbox"/>		

學生作品〈學習單「廣角鏡」—孫育祺〉

一、從統計圖表中，你發現有哪些廣告類別是男性代言佔大部分的呢？請在□打「√」

<input type="checkbox"/> 幼兒用品	<input type="checkbox"/> 化妝保養品	<input type="checkbox"/> 家庭電器
<input type="checkbox"/> 衛生用品	<input type="checkbox"/> 飲料零食	<input checked="" type="checkbox"/> 營養食品
<input checked="" type="checkbox"/> 交通工具	<input type="checkbox"/> 通訊產品	<input type="checkbox"/> 清潔用品
<input checked="" type="checkbox"/> 菸酒類	<input type="checkbox"/> 個人用品	<input type="checkbox"/> 服飾、鞋
<input type="checkbox"/> 烹飪用品	<input type="checkbox"/> 家具	<input type="checkbox"/> 其他

二、從統計圖表中，你發現有哪些廣告類別是女性代言佔大部分的呢？請在□打「√」

<input checked="" type="checkbox"/> 幼兒用品	<input checked="" type="checkbox"/> 化妝保養品	<input checked="" type="checkbox"/> 家庭電器
<input checked="" type="checkbox"/> 衛生用品	<input type="checkbox"/> 飲料零食	<input type="checkbox"/> 營養食品
<input type="checkbox"/> 交通工具	<input type="checkbox"/> 通訊產品	<input checked="" type="checkbox"/> 清潔用品
<input type="checkbox"/> 菸酒類	<input type="checkbox"/> 個人用品	<input type="checkbox"/> 服飾、鞋
<input type="checkbox"/> 烹飪用品	<input type="checkbox"/> 家具	<input type="checkbox"/> 其他

三、我們一起再來共同觀察這些類別的廣告，到底隱藏何種性別的秘密在裡面呢？看完這些廣告之後你發現了什麼？分組討論看看：

※幼兒用品類

我發現：大多是女生代言「幼兒用品」

可能是因為：傳統印象大多是媽媽照顧小孩，所以廠商常找女生代言

※化妝保養品類

我發現：幾乎是女生代言「化妝保養品」

可能是因為：大多是女生在使用化妝品及保養品

※家庭電器類

我發現：大多是女生代言，不過男生代言的大多是高科技的電器

可能是因為：女生常接觸的大多是一般家電，而男生大多接觸高科技產品

※交通工具類

我發現：大多是男生代言，而且男生都要西裝拍攝

可能是因為：男生的開車技術大多都以女生好，所以較有說服力

※清潔用品類

我發現：大多都是女生代言

可能是因為：女生接觸廚房的機會比較大，所以比較有說服力

※菸酒類

我發現：幾乎是男生代言

可能是因為：大多是男生飲酒、吸菸，雖然這是不好的行為，不過男生代言還是較有說服力啦！

學生作品〈學習單「廣告 fun 送~汽車篇」—第五組〉

廣告fun送

班級：六年
姓名：

座號：25.23.3.13.14

小朋友，廣告商品的代言一定非要某個性別不可嗎？試試看，我們改變某些商品常用的代言者的性別，設計新的廣告劇情，說不定有意想不到的效果喔！

廣告類別	交通工具類	廚房鍋具類	
廣告商品	竹蓮 180 房車	神奇快煮鍋	
廣告標語	認真的女人，有你就放心	有了神奇快煮鍋，讓你瞬間好吃一整鍋！	
影部		聲部	
女主角在座位改堆積如山的作業，改完站起來拿包包和戴帽子。	在繁忙的工作後，起身尋找心中的另一半	一群小朋友跑進辦公室找爸爸	爸爸，肚子好餓(小朋友一起說)
拿起包包走出教室，走過走廊	遠遠的走向他	爸爸站起來比手勢 1	好！給我一分鐘
慢慢走到自己的車旁，開鎖	他伸手微笑的迎接我	5 4 3 2 1 (換裝) 餐就煮好了	有了神奇快煮鍋，讓你瞬間好吃一整鍋！
開了車門進去，放好包包和帽子，手放在方向盤上，呈現放鬆快樂的狀態。	在他懷中，讓我有舒適安穩的感覺	小朋友看著煮好的東西	哇！好好吃喔！
車子慢慢駛向校門。	認真的女人，有他就放心！竹蓮 180	爸爸和小孩面對鏡頭推薦大家使用	推薦大家使用神奇快煮鍋

廣告類別	交通工具類	
廣告商品	汽車	
廣告標語	開著車 讓愛飛翔吧！	
影部		聲部
有一個小女子呀，她一個人在玩玩具車。		只有音樂 ~ ~
長大後的她也還是很愛車，她一個人座在辦公室畫畫而且她畫的是汽車。		
長大變大人完成了她的夢想		

廣告fun送

六年孝班 第 五 組 組員號碼：3、13、23、25、14

※ 廣告作品名稱：

※ 廣告商品：

汽車

※ 設計理念：

◎此類商品傳統的廣告代言性別大多是 男 女

◎可能是因為

大多都是男生比較喜歡^車車子，然後男生的技術比較好。

◎我們的廣告選擇的代言性別為 男 女

◎為什麼我們要顛覆傳統的代言性別呢？我們的想法是

女生也需要開車，有些女生的技術也很好。

例如：接送小孩，上班...等

◎我們的靈感來自

老師的幫助，我們剛好看到學校有老師開的紅色車子。

◎ 你最喜歡哪一支的創意廣告呢？為什麼？

我喜歡：第 二 組的 口紅 廣告

因為：
拍得很有趣。

◎ 這支廣告顛覆了傳統的代言性別，你覺得合理嗎？為什麼？

我覺得： 合理 不合理

因為：
讓男生出面表買女生用品，不但顛覆傳統，而且還是一種突破。

◎ 想一想，最近有哪些廣告背後隱含性別不平等的意識？請舉例說明：

金國電子的冰箱廣告，在裡面男主角對女主角很兇，對小孩也很兇。

◎ 想一想，又有哪些顛覆代言性別的廣告呢？請舉例說明：

許茹依林代言電視。

◎ 上了「廣告放大鏡」的課程後，你以後看廣告會注意哪些地方呢？（可複選）

商品的實用性

廣告的創意

商品的代言人

代言人的性別

商品的外觀

廣告的趣味性

廣告詞

其他 _____

◎ 動動腦，除了廣告之外，你是否還發現有哪些媒體（電視、電影、雜誌…等）中，有隱含性別不平等的訊息呢？請舉例說明：

電影：
魔戒三部曲，國王不讓他的女兒去打仗，但他的女兒堅持己見，最後反而救好了他。
報告班，裡面有一個女生很不滿一個男生班長，因為他認為女生不能做粗活，但那個女生很不服，用自己的力量來證明給他看。

廣告密碼

班級：() 座號：()

姓名：()



小朋友！我們每天看的廣告裡暗藏著什麼玄機呢？讓我們一起解開廣告神秘的密碼吧！

◎紀錄頻道：_____台

◎紀錄日期：_____年_____月_____日

◎紀錄時段：_____點_____分 ~ _____點_____分

商品類別	代號	商品類別	代號	商品類別	代號
幼兒用品	A	化妝保養品	B	家庭電器	C
衛生用品	D	飲料零食	E	營養食品	F
交通工具	G	通訊產品	H	清潔用品	I
菸酒類	J	個人用品	K	服飾、鞋	L
烹飪用品	M	家具	N	其他	O

編號	類別 (填代號)	品牌	商品名稱	代言性別		
				男	女	其他
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						
11						
12						
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						



廣角鏡

班級： 姓名： 座號：

一、從統計圖表中，你發現有哪些廣告類別是男性代言佔大部分的呢？請打「✓」

<input type="checkbox"/> 幼兒用品	<input type="checkbox"/> 化妝保養品	<input type="checkbox"/> 家庭電器
<input type="checkbox"/> 衛生用品	<input type="checkbox"/> 飲料零食	<input type="checkbox"/> 營養食品
<input type="checkbox"/> 交通工具	<input type="checkbox"/> 通訊產品	<input type="checkbox"/> 清潔用品
<input type="checkbox"/> 菸酒類	<input type="checkbox"/> 個人用品	<input type="checkbox"/> 服飾、鞋
<input type="checkbox"/> 烹飪用品	<input type="checkbox"/> 家具	<input type="checkbox"/> 其他

二、從統計圖表中，你發現有哪些廣告類別是女性代言佔大部分的呢？請打「✓」

<input type="checkbox"/> 幼兒用品	<input type="checkbox"/> 化妝保養品	<input type="checkbox"/> 家庭電器
<input type="checkbox"/> 衛生用品	<input type="checkbox"/> 飲料零食	<input type="checkbox"/> 營養食品
<input type="checkbox"/> 交通工具	<input type="checkbox"/> 通訊產品	<input type="checkbox"/> 清潔用品
<input type="checkbox"/> 菸酒類	<input type="checkbox"/> 個人用品	<input type="checkbox"/> 服飾、鞋
<input type="checkbox"/> 烹飪用品	<input type="checkbox"/> 家具	<input type="checkbox"/> 其他

三、我們一起再來共同觀察這些類別的廣告，到底隱藏何種性別的秘密在裡面呢？看完這些廣告之後你發現了什麼？分組討論看看：

※幼兒用品類

我發現：_____

可能是因為：_____

※化妝保養品類

我發現_____

可能是因為：_____

※家庭電器類

我發現：_____

可能是因為：_____

※交通工具類

我發現：_____

可能是因為：_____

※清潔用品類

我發現：_____

可能是因為：_____

※菸酒類

我發現：_____

可能是因為：_____



廣告fun送

小朋友，廣告商品的代言一定非要某個性別不可嗎？試試看，我們改變某些商品常用的代言者的性別，設計新的廣告劇情，說不定有意想不到的效果喔！

廚房鍋具類	
神奇快煮鍋	
有了神奇快煮鍋，讓你瞬間好吃一整鍋！	
影部	聲部
一群小朋友跑進辦公室找爸爸	爸爸，肚子好餓（小朋友一起說）
爸爸站起來比手勢 1	好！給我一分鐘
5 4 3 2 1（換裝）餐就煮好了	有了神奇快煮鍋，讓你瞬間好吃一整鍋！
小朋友看著煮好的東西	哇！好好吃喔！
爸爸和小孩面對鏡頭推薦大家使用	推薦大家使用神奇快煮鍋

廣告類別	
廣告商品	
廣告標語	
影部	聲部



廣告fun送

六年孝班 第_____組 組員號碼：_____

※ 廣告作品名稱：

※ 廣告商品：

※ 設計理念：

◎此類商品傳統的廣告代言性別大多是【男 女】

◎ 可能是因為

◎我們的廣告選擇的代言性別為【男 女】

◎ 為什麼我們要顛覆傳統的代言性別呢？我們的想法是

◎我們的靈感來自



廣告面面觀

六孝 座號：_____ 姓名：_____

◎ 你最喜歡哪一支的創意廣告呢？為什麼？

我喜歡：第_____組的_____廣告
因為：

◎ 這支廣告突破了傳統的代言性別，你覺得合理嗎？為什麼？

我覺得： 合理 不合理
因為：

◎ 想一想，最近有哪些廣告背後隱含性別的刻板印象？請舉例說明：

◎ 想一想，又有哪些顛覆代言性別的廣告呢？請舉例說明：

◎ 上了「廣告放大鏡」的課程，你以後看廣告會注意哪些地方呢？（可複選）

- | | |
|---------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 商品的實用性 | <input type="checkbox"/> 商品的外觀 |
| <input type="checkbox"/> 廣告的創意 | <input type="checkbox"/> 廣告的趣味性 |
| <input type="checkbox"/> 商品的代言人 | <input type="checkbox"/> 廣告詞 |
| <input type="checkbox"/> 代言人的性別 | <input type="checkbox"/> 其他_____ |

◎ 動動腦，除了廣告之外，你是否還發現有哪些媒體（電視、電影、雜誌…等）中，有隱含性別不平等的訊息呢？請舉例說明：

