

附件四—作品格式表件—(3)學習單元設計

《114 年中小學媒體素養競賽》教案設計類

領域／科目		媒體素養教育	設計者	劉宴而
實施年級		三年級	總節數	共 1 節，40 分鐘
單元名稱		活動名稱：「食品廣告與真實性：美化手法的辨識」		
設計依據				
核心素養 (或基本能力)	總綱 (核心素養具體內涵)	■(總綱)B2 科技資訊與媒體素養 說明：具備善用科技、資訊與各類媒體之能力，培養相關倫理及媒體識讀的素養，俾能分析、思辨、批判人與科技、資訊及媒體之關係。 ■(國民小學教育)E-B2 具備科技與資訊應用的基本素養，並理解各類媒體內容的意義與影響。		
	領域 (主題、項目、條目)	■(生活課程)生活-E-B2 運用生活中隨手可得的媒材與工具，透過各種探究事物的方法及技能，對訊息做適切的處理 ■(生活課程)生活-E-A1 透過自己與外界的連結，產生自我感知並能對自己有正向的看法，進而愛惜自己，同時透過對生活事物的探索與探究，體會與感受學習的樂趣，並能主動發現問題及解決問題，持續學習。		
議題融入	主題	資訊教育、媒體素養、家庭教育		
	內涵	【資訊教育】 科 E1 了解平日常見科技產品的用途與運作方式。 資 E1 認識常見的資訊系統。 資 E2 使用資訊科技解決生活中簡單的問題。 【閱讀素養教育】 閱 E5 發展檢索資訊、獲得資訊、整合資訊的數位閱讀能力。		
與其他領域／科目的連結		無		
教材來源		自編		
教學設備／資源		簡報、投影機、音響設備、教學電腦、白板		
學習目標				
1. 讓學生了解食品廣告中常見的美化手法。 2. 透過分析食品廣告，讓學生了解廣告與實際產品之間的差異。 3. 讓學生理解食品廣告的目的是吸引消費者並促進購買行為。 4. 讓學生能夠識別廣告中常見的美化元素，例如光影效果、擺盤設計、食物造型等。 5. 學生能理解「超常刺激理論」中假的比真的更吸引人的媒體操作現象，增強廣告的認				

識與批判。

學習架構

1. 了解廣告的目的與手法，透過分析廣告中的美化技巧，辨別廣告內容與實際產品的差異，培養批判性思維。
2. 透過觀看日常生活中的食品廣告，學習識別廣告中常用的手法，例如明星代言、光影效果、擺盤設計和折扣促銷等，並討論其吸引消費者的方式。
3. 培養媒體訊息的批判性思考，幫助他們提升對媒體訊息的敏感度，避免被誤導性廣告影響。
4. 透過小組討論和互動活動，分享對廣告美化技巧的觀察與見解，並參與觀察活動以加深理解，從而發展他們的創意思維。
5. 將從日常生活中汲取食品廣告素材，進一步將所學的廣告識別和分析技巧應用於生活中，培養他們的觀察力和創意表達。
6. 結合「超常刺激理論」中「假的比真的更吸引人」的現象，協助學生從心理層面理解廣告美化手法對消費行為的影響，深化其對媒體訊息的反思與批判能力。

學習活動設計

學習活動內容及實施方式	時間	學習評量
第一節 導入活動 目標：啟發學生對食品廣告的興趣，並引導學生思考廣告的影響。 實施方式： 1. 播放一段知名的食品廣告，例如麥當勞或必勝客 PIZZA 的廣告，讓學生觀看。 2. 提出問題引導學生思考： ● 廣告中的食物看起來如何？ ● 你是否曾有過廣告中的食物與實際購買的產品不一樣的經驗？ 3. 引導學生討論食品廣告的目的，讓學生初步思考廣告的吸引手法與真實性，並簡介「超常刺激理論」，引導學生觀察廣告中哪些元素是「比真實更吸引人」的心理操作設計。	10 分	能專心聆聽

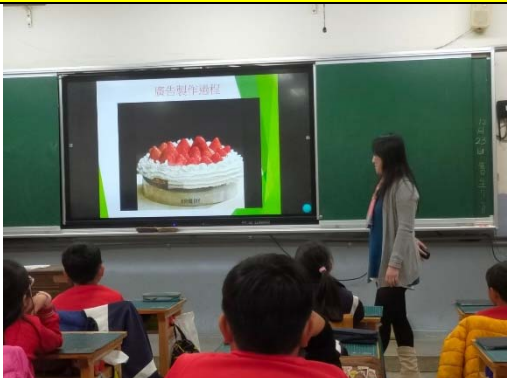
第二節 發展活動 目標：透過實際觀看與討論廣告，學生學會辨別食品廣告中的美化手法，並分析其對消費者的影響。 實施方式： 觀看與分析廣告：播放幾個不同的食品廣告，並讓學生觀察廣告中的美化元素，如光影效果、食物擺盤、明星代言、折扣信息等。 分組討論：將學生分組，每組討論以下問題： ● 廣告使用了哪些手法來讓食物看起來更吸引人？ ● 這些手法是否呈現出「超常刺激」的現象？哪一項看起來比實際更吸引人？ ● 廣告中的明星代言和折扣促銷是否增加了你對該產品的興趣？為什麼？ 上台報告：每組選出一位代表上台報告他們的觀察和討論結果，分享他們對廣告手法的見解。	20 分	口頭發表
第三節 綜合活動 目標：鞏固學生對食品廣告分析的學習成果，並鼓勵他們在生活中應用所學。 實施方式： 學習單：設計一份是非題的學習單，讓學生回答以下問題： ● 廣告中使用了哪些美化手法？ ● 你覺得廣告中最具吸引力的元素是什麼？為什麼？這個元素是否可能屬於「超常刺激」？ 觀察任務：鼓勵學生回家後觀察身邊的食品廣告，並記錄自己看到的美化手法，下一堂課進行分享。 總結與反思：老師引導學生回顧本次活動的內容，強調食品廣告的設計目的與其對消費行為的影響，並鼓勵學生在日常生活中保持批判性思維，理性面對廣告資訊，並注意「看起來比真實還完美」的心理操控手法。	10 分	能專心聆聽
試教心得		

在本次媒體素養教學活動中，以生活中常見的食品廣告為切入點，結合影片觀賞、分組討論與學習單作答等方式，引導學生理解廣告中的美化手法，並培養其批判性思考能力。教學過程中，學生對於廣告內容反應相當熱烈，特別是在觀看如麥當勞、必勝客等廣告影片時，能夠主動指出光影效果、食物擺盤與明星代言等吸引目光的元素。分組討論中，學生展現出良好的合作與觀察能力，許多學生能夠清楚地表達自己對廣告內容與實際產品落差的觀察與看法，顯示出他們已開始具備初步的媒體識讀能力。

此外，透過設計選擇題的學習單，可以評估學生對課程重點的理解程度，大部分學生能準確指出廣告中的美化手法，也能簡要說明廣告如何影響自己的消費意願。這反映出課程設計具備實用性與引導性，有效促進學生對媒體訊息的辨識與反思。最讓我印象深刻的是學生在課後主動分享自己在家中看到的食品廣告，並能應用課堂所學，分析其內容，這代表他們已將媒體素養的學習延伸至日常生活中，這是本次教學最大的收穫與成就。

總體而言，本次教學活動不僅提升了學生對食品廣告的判別力，也讓我更體會到「從生活中學習、對生活有感」的重要性。媒體素養教育是當前教育現場中不可或缺的一環，我也將持續優化教學設計，使課程更加貼近學生生活與學習需求。

以下是簡報及授課照片：

原來廣告上的漢堡 都要被整形美肌過... 	廣告透過一些手法來美化或加強 吸引消費者產品—廣告後製 看了以上廣告你的感覺.... 當下次你廣告中看到美化商品 吸引時,你會怎麼想?怎麼做?
授課簡報	授課簡報
	
觀看影片引起動機	介紹常見食品廣告



學習單作答



心得分享

教學素材

1. 讓食物看起來更美味的超強廣告拍攝技巧
<https://www.youtube.com/watch?v=BOtO19i9ZRg>
2. 美食廣告拍攝的秘密技巧和手法
<https://www.youtube.com/watch?v=mX8aFRKspvo&t=1s>
3. 32 廣告商拍攝美食的驚人訣竅
https://www.youtube.com/watch?v=s_lR6dItXiQ&t=92s
4. How McDonald's Makes Their Food Look So Good in Ads(記錄麥當勞如何為漢堡拍攝廣告，展示擺盤、用牙籤撐起食材、使用油噴霧等技巧)
<https://www.youtube.com/watch?v=oSd0keSj2W8>
5. 10 Tricks Advertisers Use to Make Food Look Delicious(以動畫方式介紹冰淇淋替換成馬鈴薯泥、牛奶替換成白膠等廣告技巧)
<https://www.youtube.com/watch?v=V3uGkLkITSM>
6. 《綁架本能的世界——影響所有決定的「超常刺激」理論》（曾繁兒、芭菈特所著，陳雅雯譯）
7. 《廣告的祕密：吸引目光的心理技巧》（親子天下出版）
8. 《小學生的第一本媒體素養書》（商周出版）
9. 國教院「媒體素養教學資源網」

註：

1. 一律以 A4 直式橫書，由左至右打字，並以中文 MS-Word2003 以上版本編寫，不接受 PDF 檔，內頁文字以 12pt 標楷體、標點符號以全形字、行距採固定行高 20pt、邊界（上下 2cm，左右 2cm）。
2. 依封面、作品設計的特色、議題融入學習領域學習單元設計(全文合計以 30 頁為限)資料順序，編列頁碼於每頁下方居中位置，並裝訂成冊。