


# 普通型高級中等學校公民與社會學科中心 分享教案

## 壹、單元學習目標

單元名稱	媒體識讀—置入性行銷	
研發教師(學校)	龐宇珍(板橋高中公民與社會科專任教師)	
學生條件分析	普通高中一年級學生，配合高一公民與社會第一冊媒體識讀單元課程，學生可具備先備知識。	
教師教學方法	網路影片引起動機，課堂口述，分組活動	
教師教學資源	網路影片、參考書籍、網路文獻	
核心素養對應	A. 自主行動： <input type="checkbox"/> 身心素質與自我精進 <input checked="" type="checkbox"/> 系統思考與解決問題 <input type="checkbox"/> 規劃執行與創新應變 B. 溝通互動： <input checked="" type="checkbox"/> 符號運用與溝通表達 <input checked="" type="checkbox"/> 科技資訊與媒體素養 <input type="checkbox"/> 藝術涵養與美感素養 C. 社會參與： <input type="checkbox"/> 道德實踐與公民意識 <input checked="" type="checkbox"/> 人際關係與團隊合作 <input type="checkbox"/> 多元文化與國際理解	
重大議題對應(選備)	第一類： <input type="checkbox"/> 性別平等 <input type="checkbox"/> 人權 <input type="checkbox"/> 環境 <input type="checkbox"/> 海洋 第二類： <input type="checkbox"/> 品德 <input type="checkbox"/> 生命 <input type="checkbox"/> 法治 <input type="checkbox"/> 科技 <input type="checkbox"/> 資訊 <input type="checkbox"/> 能源 <input type="checkbox"/> 安全 <input type="checkbox"/> 防災 <input type="checkbox"/> 家庭教育 <input type="checkbox"/> 生涯規劃 <input type="checkbox"/> 多元文化 <input checked="" type="checkbox"/> 閱讀素養 <input type="checkbox"/> 戶外教育 <input type="checkbox"/> 國際教育 <input type="checkbox"/> 原住民教育	
學習內容	單元主題	主要內容
	普通高級中學必修科目「公民與社會」 課程綱要 單元一、自我、社會與文化 主題六：媒體識讀 1-1 傳播媒體與閱聽人	<b>認知方面</b> ：能深入了解媒體識讀的意義與重要性，以及置入性行銷的各種現象與問題，藉由日常生活中隨處可得的媒材融入學習而深化認知。 <b>情意方面</b> ：能體會媒體識讀迫切性，培養監督媒體責任感，從而堅定力行的信念。 <b>技能方面</b> ：能實際從雲端蒐集資料、進行資訊統整，並且能透過各種管道對不適當的置入性行銷行為寄予關心，充分反映意見，讓政府主管單位知曉，從而維護一個獨立的媒體環境。

## 貳、單元學習活動設計

學習內容	學習活動	教具	時間	評量方式
<p>課前準備</p>	<p>本教案之設計希望幫助學生深入了解媒體識讀的意義與重要性，以及置入性行銷的各種現象與問題，並從雲端資料蒐集、資訊統整的過程中，深化學生對於置入性行銷的重要認知，了解置入性行銷就在我們生活週遭，從日常生活與生活環境中時時思考與實踐媒體識讀的作為，明辨資訊的正確性，批判資訊的真實性，並力行監督媒體的公民責任，讓媒體的第四權真正發揮應有的作用，深化民主。</p> <p style="text-align: center;"><b>第一堂課開始</b></p> <p>☆ <b>教師準備</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 蒐集整理與媒體識讀和置入性行銷相關的議題與教學資源。</li> <li>2. 進行課堂各項活動準備工作。</li> <li>3. 製作課堂活動學習單。</li> <li>4. 課程議題與資料準備著重與學生日常生活的結合。</li> </ol> <p>☆ <b>學生準備</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 學生針對老師所指定預習的本課單元先行預習。</li> <li>2. 課前以網路收看老師指定的影片。</li> <li>3. 須注意是否每位學生家中均有電腦與網路；影片內容請參考參考文獻內容。</li> </ol> 	<p>書籍、電腦、網際網路。</p> <p>課本、電腦、網際網路。</p>	<p>課前</p> <p>課前</p>	
<p>引起動機</p>	<p>傳播媒體有強大的傳播效果，是提供資訊的重要媒介，對於越聽人和公共生活也很大的影響力。但到底是我們</p>	<p>課本。</p>	<p>1 分</p>	

利用媒體，還是媒體利用了我們？影片內容請參考參考文獻內容。

☆ 活動名稱：『你有這樣「讀」過嗎？』

教師藉由影片來引起學生對於媒體識讀與置入性行銷的學習動機，以生活化的方式，讓學生可以嘗試去「讀」新聞、「讀」節目、「讀」廣告，而非只是「看」新聞、「看」節目、「看」廣告。

1. 影片欣賞：



2.請同學發表感想。

3. 同學口頭發表心得，教師講評。

言論自由是人民的基本人權，也是判斷一個國家民主化程度的重要指標，1948年聯合國世界宣言，以及我國憲法第11條，都清楚表示了言論自由的重要性。

媒體自由為言論自由的一種，透過媒體強大的傳播力，保障人民知的權利，民眾了解事實真相後，就可以促進討論的意願，從而形成共識與輿論，監督政府與企業，更能發揮第三

平板電腦、文章資料、學習單、麥克風、電腦、網路、視聽播放器材。

14分

發展活動

課本。

1分

<p><b>綜合活動</b></p>	<p>部門的力量。因此，媒體被稱為「第四權」。</p> <p>☆ <b>活動名稱：『眼見為憑？』</b>        根據研究，約有 68% 閱聽人，閱讀報紙只看標題，不閱讀內文；21% 閱聽人，閱讀報紙看標題後，簡略地閱讀內文；只有 11% 的閱聽人，會閱讀報紙標題後，詳細閱讀內文。</p> <p>當你只看新聞標題時，你可以看到真相？媒體上的圖文，可以讓你眼見為憑？</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 播放 PPT 簡報檔。</li> <li>2. 同學口頭發表心得。</li> </ol>	<p>電腦、視聽播放設備、投影幕。</p> <p>課本。</p>	<p>14 分。</p>	<p>同學口頭發表心得，教師講評。</p>
	<p>☆ <b>活動名稱：『媒體的公共角色』</b>        傳播媒體在民主社會中扮演了重要的公共角色，分別為報導與評論事實，設定議題促進討論，並凝聚共識形成輿論，聯合報系的願景工程系列是一個很好的例子。</p> 	<p>電腦、視聽播放設備、投影幕。</p>	<p>10 分。</p>	
	<p>1. 播放 PPT 簡報檔。</p> <p>2. 同學口頭發表心得。</p> <p>學生至此已經大致了解媒體識讀的意義，以及媒體的公共角色。</p> <p>在此處提醒學生，媒體應為社會公器，卻會為了自身立場以及廣告立意企圖影響閱聽人的認知，因此綜合活動設計兩個主題，搭配學習單，除了複習本節課本內容，還要讓學生下一堂課預習「媒體如何影響認知」。</p>	<p>課本</p>	<p>1 分。</p>	

☆ 活動名稱：『頭條有玄機？』  
分別以 2012 年 11 月 27 日和 11 月 28 日各大報頭條，讓學生討論各大媒體是以何種標準選擇頭條新聞，並發下學習單，請學生在課堂討論，並於課後完成學習單。



1. 說明學習單內容。
2. 學習單於下一堂課上課前由學科小老師收齊。
3. 公佈下一堂課「媒體如何影響認知」

電腦、視聽播放設備、投影幕。

9 分。

學習單

學習單

	<p>的「置入性行銷」課本內容預習範圍。</p> <p>4. 學習單內容請參考學習單資料「頭條有玄機」內容。</p> <p>1.課程緊湊，學生討論時間由教師以經驗掌握。</p> <p>2.若學生討論踴躍，宜引導學生將討論熱忱延伸至課後時間，把握難得的學習機會。</p> <p style="text-align: center;"><b>第一堂課結束</b></p> <p style="text-align: center;"><b>第二堂課開始</b></p>			
<p><b>課前準備</b></p>	<p>☆ 教師準備</p> <p>1.蒐集整理與媒體影響閱聽人認知和置入性行銷相關的議題與教學資源。</p> <p>2.進行課堂各項活動準備工作。</p> <p>3.製作課堂活動學習單。</p> <p>4.課程議題與資料準備著重與學生日常生活的結合</p>	<p>書籍、電腦、網際網路</p>	<p>課前</p>	
	<p>☆ 學生準備</p> <p>1.學生針對老師所指定預習的本課單元先行預習。</p> <p>2.課前完成「頭條有玄機」學習單。</p> <p>傳播媒體因為營利性、立場、價值偏好、使命感，可能企圖影響閱聽人的認知，置入性行銷即為其中一種常用手法，生活中無處不見。</p>	<p>課本、電腦、網際網路</p>	<p>課前</p>	
<p><b>引起動機</b></p>	<p>☆ 活動名稱：『置入性行銷，媒體一起來？』</p> <p>教師藉由影片來引起學生對於媒體影響閱聽人認知與置入性行銷的學習動機，以生活化的方式，讓學生嘗試從新聞影片中「讀」出置入性行銷與媒體立場，充實媒體識讀能力。影片內容請參考參考文獻內容。</p> <p>1.影片欣賞：</p>	<p>課本</p> <p>電腦、網際網路</p>	<p>1 分鐘</p> <p>3 分鐘</p>	

<p>發展活動</p>	<p>自由時報批新聞置入 卻也接置入行銷</p>  <p>2.請同學發表感想。</p> <p>置入性行銷是一種媒體影響閱聽人認知的方式，又稱為產品置入，企圖將想要行銷的商品、觀念、政策等，以巧妙的手法結合電視節目、戲劇、新聞、電影等內容，透過高曝光率來達到影響閱聽人認知的效果，生活中無處不在。</p> <p>透過以下一系列的課堂活動，讓學生可以清楚明白，深入了解。</p> <p>☆ 活動名稱：『美食節目，美食廣告？』</p>  <p>「節目廣告化」是在節目裡頭出現置入性行銷的產品。『廣告節目化』是把廣告作的很有情境，並有主持人引導商品置入節目內。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 播放影片。</li> <li>2. 同學口頭發表心得。</li> <li>3. 影片內容請參考參考文獻內容。</li> </ol> <p>☆ 活動名稱：『鄉土劇超強神置入』</p> <p>藉由「鄉土劇的置入性行銷揭密」，讓學生知曉戲劇中的置入性行銷。</p>	<p>路、視聽播放設備、投影幕</p> <p>課本</p> <p>課本、電腦、視聽播放設備、投影幕。</p> <p>課本、電腦、視聽播放設備、投影幕</p>	<p>1 分鐘</p> <p>10 分鐘</p> <p>10 分鐘</p>	
-------------	--	--	---------------------------------------	--

<p>綜合活動</p>	 <p>1. 播放影片。 2. 同學口頭發表心得。 3. 影片內容請參考參考文獻內容。</p> <p>☆ 活動名稱：『電影裡頭賣東西？』</p>  <p>借由各式電影和影集為例，讓學生知曉電影中的置入性行銷。</p> <p>1. 播放影片。 2. 同學口頭發表心得。 3. 影片內容請參考參考文獻內容。</p> <p>學生至此已經大致了解媒體如何以置入性行銷來影響閱聽人的認知，以及如何分辨置入性行銷的手法。</p> <p>1.讓學生針對置入性行銷的利弊得失自由發表感言。 2.教師藉由學生發言澄清學生觀念，並複習本課所教內容。 3.簡略告知下一堂課將讓學生直接藉由未來教室、雲端學習的概念，自己蒐尋、判斷、分析「置入性行銷」的案例。 4.發下學習單。</p> <p><b>實施原則與注意事項</b></p> <p>1. 課程緊湊，學生討論時間由教師以經驗掌握。 2. 影片播放或簡報檔播放，要隨時留意學生的專注力情況。</p>	<p>幕。</p> <p>課本、電腦、視聽播放設備、投影幕。</p> <p>課本</p>	<p>10 分鐘</p> <p>15 分鐘</p>	<p>學習單</p>



<p>課前準備</p>	<p>3.若學生討論踴躍，宜引導學生將討論熱忱延伸至課後時間，把握難得的學習機會。</p> <p style="text-align: center;"><b>第二堂課結束</b></p> <p style="text-align: center;"><b>第三堂課開始</b></p> <p>☆ 教師準備</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.事先預約商借互動教室。</li> <li>2.確定互動教室的各項電腦系統與網路的妥善率。</li> <li>3.製作課堂活動學習單。</li> <li>4.學生完成第二堂課學習單。</li> </ol>	<p>平板電腦、網際網路。</p>	<p>課前</p>	
<p>引起動機</p>	<p>☆ 活動名稱：『我國置入性行銷超嚴重？』</p> <p>教師藉由新聞來引起學生對於我國媒體置入性行銷情況的關心。</p> 	<p>電腦、網際網路、投影幕</p>	<p>2 分鐘</p>	
<p>發展活動</p>	<p>我國國家通訊傳播委員會 NCC 對於政府、新聞、戲劇、節目的置入性行銷皆有所規範。</p> <p>讓學生上網國家通訊傳播委員會 NCC (<a href="http://www.ncc.gov.tw/">http://www.ncc.gov.tw/</a>) 了解相關規範。</p>  <p>☆ 活動名稱：『大家來找碴』</p>	<p>電腦、網路。</p> <p>課本、電</p>	<p>3 分鐘</p> <p>35 分鐘</p>	

<p><b>綜合活動</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 請學生利用網路搜尋政府、新聞、戲劇、節目的置入性行銷。</li> <li>2. 如有違法之餘，立刻記錄下來。</li> <li>3. 教師注意維護課堂秩序。</li> </ol> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 老師檢視學生認為違規的置入性行銷個案。</li> <li>2. 經認為有可能違法的置入性行銷個案，鼓勵學生上網國家通訊傳播委員會 NCC (<a href="http://www.ncc.gov.tw/">http://www.ncc.gov.tw/</a>) 檢舉。</li> <li>3. 簡略告知下一堂課將由世新大學新聞系畢業學長對學生針對「媒體識讀」進行專題演講與座談。</li> <li>4. 實施原則與注意事項：學生經驗不足，教師需多從旁協助。注意發展活動進行時的秩序問題。</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>第三堂課結束</b></p> <p style="text-align: center;"><b>第四堂課開始</b></p>	<p>腦、、網路。</p>	<p>10 分鐘</p>	
<p><b>課前準備</b></p>	<p>☆ 教師準備</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 事先預約商借演講場地。</li> <li>2. 製作課堂活動學習單。</li> <li>3. 聯繫講者。</li> </ol>	<p>麥克風、擴音系統。</p>	<p>課前</p>	
<p><b>引起動機</b></p>	<p>教師向學生簡介演講者如下：</p> <p>很高興邀請到世新大學新聞系畢業學長針對「媒體識讀」進行專題演講，後會也將進行座談，對於新聞系有興趣的同學，也可把握機會請教。</p>		<p>2 分鐘</p>	
<p><b>發展活動</b></p>	<p>☆ 活動名稱：『專題演講』講者演講。</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 播放 PPT 簡報檔。</li> <li>2. 學生專心聽講。</li> <li>3. 教師注意維護課堂秩序。</li> </ol>	<p>電腦、網際網路、視聽播放設備、投影幕、麥克風、擴音系統、簡報檔。</p>	<p>40 分鐘</p>	

<p><b>綜合活動</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.開放學生提問。</li> <li>2.演講者回應。</li> <li>3.教師做總結，並由學生致贈卡片表達謝意。</li> <li>4.合影留念。</li> <li>5.教師發下學習單，請學生於下堂上課前教學生小老師收齊。</li> <li>6. 教師注意維護課堂秩序。</li> <li>7. 學習單如後附學習單資料。</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>第四堂課結束</b></p>	<p>麥克風、擴音系統。</p>	<p>8 分鐘</p>	<p>學習單</p>
--------------------	---	------------------	-------------	------------

# 參、課程評量

## 一、學習單資料

### 1.活動名稱：『頭條有玄機』

學習單內容如下：

### 頭條有玄機？！

這是 2012 年 11 月 27 日和 11 月 28 日的各大報頭條新聞，各大媒體是以何種標準選擇頭條新聞呢？請參考這堂課上課內容與課本資料，搭配自行蒐尋的課外資料，以媒體的營利性質、媒體的立場、媒體的價值偏好、媒體的風格等不同面向加以分析，請以 500 字到 1000 字來完成學習單。請記得下節課上課前完成並交給學科小老師喔。

2012 年 11 月 27 日各大報頭條新聞



<http://www.appledaily.com.tw/realtime/news/article/politics/20121127/153999/%E5%8D%81%E4%B8%80%E6%9C%88%E4%BA%8C%E5%8D%81%E4%B8%83%E6%97%A5%E5%90%84%E5%A0%B1%E6%90%B6%E5%85%88%E7%9C%8B>

2012 年 11 月 27 日各大報頭條新聞



<http://www.appledaily.com.tw/realtime/news/article/new/20121128/154146/>

請寫下寶貴意見：

背面亦可書寫，環保愛地球

## 2. 第二堂課程學習單

- (1) 請由電視節目、網路節目、電影、影集或網路影片，找出一個置入性行銷的例子。
- (2) 寫出三點你對置入性行銷的感想。
- (3) 國家通訊傳播委員會 NCC，對媒體置入性行銷，是否有管制？如何管制？試簡述之。

## 3. 第四堂課程學習單

- (1) 請列出講者令你印象深刻的三個觀點。
- (2) 演講中，你問了哪些問題，講者如何回答？（若沒有發問或不及發問，跳答第三題。）
- (3) 若時間足夠，還有哪些問題想請教講者？
- (4) 講者提到新聞相關科系的內容，請列出你認為具有參考價值的觀點與資料（請列出至少兩點。）

## 二、教師心得回饋

### 1. 播放影片時的秩序問題：

影片撥放時，有些內容引人發笑，學生可能會轉移注意力，甚至討論，有些討論是關係到影片內容，有些則是嬉鬧。由於影片都不長，所以可以請學生先安靜觀賞，留待後面的時間討論，以免影響學習成效。

2. 談到新聞亂象，或是政論節目亂象，挑選影片，建議注意所選擇的新聞台和節目，盡量能夠擴大選擇範圍，避免因固定選擇某些電視台或政論節目做為負面教材，引發不必要的爭議。

## 肆、參考資料

### 一、影片：

1. 2007 秋季媒觀講堂—第一堂『什麼是媒體識讀』

<http://www.youtube.com/watch?v=UJwrQlvJdJ0>

2. 節目廣告化 吳淡如節目判罰 100 萬

<http://www.youtube.com/watch?v=PLo74SsXHvY>

3. 史上最強的置入性行銷

<http://www.youtube.com/watch?v=JKnz50Klmmk>

4. 自由時報批新聞置入 卻也接置入行銷

<http://www.youtube.com/watch?v=LuegU--zKNs>

5. 節目廣告化 中天遭罰 40 萬 <https://www.youtube.com/watch?v=nMECqRJQuBI>
6. 【都會人生】 鄉土劇超強神置入 <https://www.youtube.com/watch?v=1J33-1LfNbo>
7. 好東西，不買嗎？台灣品牌置入美劇 | 老外看台灣 | 郝毅博 Ben Hedges | 新唐人電視台  
<https://www.youtube.com/watch?v=7w6NymWXZNA>
8. 媒體識讀—第三隻眼  
[http://www.youtube.com/watch?v=v1\\_044BGrhc](http://www.youtube.com/watch?v=v1_044BGrhc)
9. 聯合報系願景工程  
<http://vision.udn.com/index.jsp>
10. 東森新聞主播王佳婉-東森午安新聞「投你最想看」宣傳短片  
<http://www.youtube.com/watch?v=QngJ57x83zk>
11. 公視晚間新聞(政府置入性行銷 媒體第四權倒錯)取自：  
<http://www.youtube.com/watch?v=mXRt6m3EHpk>

## 二、書目

1. 林有土等 (2012)。《公民與社會 1》。台北市：龍騰文化。

## 三、網路文獻資料

1. 違規置入性行銷 政院 1 年 4 億最嚴重  
<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20120829/139922/>
2. 國家通訊傳播委員會 NCC (<http://www.ncc.gov.tw/>)
3. 淺談廣告節目化，節目廣告化/嚴玉霜/20080825  
<http://www.feja.org.tw/modules/news007/article.php?storyid=41>
4. 20121128 各報頭條搶先看  
<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/new/20121128/154146/>
5. 20121127 各報頭條搶先看  
<http://www.appledaily.com.tw/realtimenews/article/politics/20121127/153999/%E5%8D%81%E4%B8%80%E6%9C%88%E4%BA%8C%E5%8D%81%E4%B8%83%E6%97%A5%E5%90%84%E5%A0%B1%E6%90%B6%E5%85%88%E7%9C%8B>
6. 偶像劇的置入性行銷揭密  
<http://stars.udn.com/star/StarsContent/Content8762/>
7. 變形金剛大玩置入性行銷

<http://tw.news.yahoo.com/%E8%AE%8A%E5%BD%A2%E9%87%91%E5%89%9B-%E5%93%81%E7%89%8C%E5%A4%A7%E5%BB%A0%E5%A4%A7%E7%8E%A9%E7%BD%AE%E5%85%A5%E6%80%A7%E8%A1%8C%E9%8A%B7-192005882.html>

8.廣告？新聞？辨識有撇步。

<https://sites.google.com/site/zhengzhixiaojiwan/>