

國文

多元選修+

第一期

跨界聯盟

P02

軟實力

P06

行動學習

P11

跨科教學

P16



#1



55001N1/E/000000

1



龍騰文化



康熹文化

IG中的 文學與情感

—如何創作觸動人心的圖文

士林高商
謝湘麗 老師

一、規劃過程

在資訊發達的現代，社群網路平台已經是青年學子生活中不可或缺的一環，大至人際關係，世界視野；小至個人心情，身旁大小事，學生們點閱的、展現的，都與此平台密不可分。

E 化世代主要以 **Instagram**（以下簡稱 **IG**）為社交應用軟體，如今高中生認為臉書是「老人用的」；對這群數位原生代來說，圖像、影像導向的媒介，更容易吸引他們，學生們也期待自己「被看見」，而用心的經營自己 **IG** 內的圖文創作。

在學校擔任圖書館教師的第二年，由於本校每個學期都要邀請一至兩位作家蒞校，與學生分享閱讀的美好。2017 年冬天，邀請到在 **IG** 上有三十萬人追蹤的圖文作家樂擎到校演講，在講座日期接近一週前，作家在 **IG** 上發佈要到士商舉辦講座的消息時，立刻就有許多學生至圖書館詢問報名資格，想要參加這場讀書會（惜早已過了報名時間），作家蒞校當日，大約有上百位學生湧入圖書館想要旁聽這場講座，演講結束後的簽書會，拿著書讓作家簽名與合照的學生更

是大排長龍，這個場面，讓筆者震驚，在國際網路的天空之中，原來有這麼多人與人連結的契機，於是，在與作家樂擎洽談之後，便有這次課程設計的想法。

IG 上作家分享的圖片，並在其上寫著搭配情境的佳言美句，會吸引學生想去閱讀相關內文，作家透過文字敘述，娓娓道來的生命故事，觸動孩子們的心，無形間也能增進學生的語文能力。若此平台只是讓學生當成消遣或追星的休閒活動，未免太過可惜；要如何讓學生培養出從圖像中閱讀出自己的想法的能力，創造出具自我特色的作品，及訓練學生掌握文字的力量，是以此主題打造出國文科跨界閱讀的初衷。

二、課程設計

1. 國文科為什麼要進行跨界合作

國文不該是選文的賞析和考試的材料，更重要的是要走入生活，既然 **IG** 平台廣受學生歡迎已是既定的事實，是學生獲得許多資訊來源之處；教師應思考如何，引導學生在記錄自己心靈點滴時，能統整概念和資訊，設計出能傳達自己情感的好文句，國文

科的跨界，不啻為此提供了一個很好的創作內涵。

2. 國文科如何融入外界資源（可以怎麼搭配）

新世代的閱讀素材，該如何思考；國文科跨界課程的設計，又該在什麼樣的地方，能夠激起學生學習的火花？在這門課程設計中，筆者希望能夠讓學生明白如何發揮自己的優勢和介紹，也期盼能夠在學習歷程檔案的自傳撰寫中，得到更多的靈感和創意。

IG 上的作家很多元，有人氣超高的知名影星，也有許多熱衷經營自己的文學創作及生活品味的寫手，教師可選擇針對學生需求，找出與文本主題對應的素材，讓學生從中開展出多元的生活經驗。

在進行圖文創作，觀摩作家作品的同時，反思自己是否能有相同觀感的體現，透過學習共同體的互動回饋與分享，小組報告，其中的構思、討論及成果發表，都是讓學生學習成長不可或缺的元素。

三、教案分享

本課程設計為期四週，從設計自我介紹中體察人我關係，自我探索及明確表達的重要，還能從中展現美感欣賞的能力。在探討選文作者生命歷程、創作背景的同時，能更進一步賞析作品，抒發情感；透過作家的經驗分享，汲取講座內容精華，累積更豐富多元的智慧。

此系列課程為四週八節課的教學規劃，以下為教學進度表：

週次	主題	進行時間	進行方式
1	設計 IG 自我介紹	二堂課	教師講述、小組成員互動交流、照片拍攝、IG 自我介紹寫作練習
2	選文作者的 IG 設計	二堂課	教師講述、小組討論、學習單
3	圖文作家樂擎講座	二堂課	講座邀請
4	圖文撰寫	二堂課	寫作練習、上台分享

• 第一週：設計 IG 自我介紹：

先將班上同學分為 4 ~ 6 人的小組，以分組討論及小組報告的方式進行。

在求學經驗裡，每進入一個新的階段，都免不了要有書面的自我介紹，有些須填寫表格，更多時候會以單篇的方式呈現，在 IG 上的自我介紹，未有固定的格式、內容、字數，但自我介紹若能與 IG 上的圖文創作結合，學生會感到興味盎然；學生們先寫自己的基本資料後，延伸出自己的特色，對同組夥伴的人格特質提出中肯適切的建議，統整同組夥伴給你的意見，最後以一句話來形容自己。

拍一張自己的照片，附在學習單中，並說明構思的過程；寫下自己未來的升學目標，現在是 OO 學校的學生，下一站會到什麼學校及科系，確立自己要前進的方向，能產生更多的學習動力。

• 第二週：選文作者的 IG 設計

——以杜甫的旅夜書懷為例

在選文中輯錄的作者及作品中，大多會從文字中營造出生動的畫面感，透過譬喻、轉化、象徵、示現、摹寫的方式傳達情感及意念，學生從中更能體會出作家的內在底蘊。

以杜甫的〈旅夜書懷〉為本單元的示例：首先播放蔣勳老師談杜甫的影片，《殷瑗小聚 20170611》2'57" ~ 12'05"



《殷瑗小聚 20170611》（蔣勳）

從蔣勳老師的介紹中，可以初步地瞭解杜甫作品含英咀華的精神內涵，這段影片提到詩仙李白及詩聖杜甫，兩人生命情懷的不同之處，並引杜甫的〈茅屋為秋風所破歌〉，從自己小時候頑皮的回憶，談到杜甫雖然在現實生活中是流離困頓地，但胸臆中懷有對

普羅大眾最深邃的關懷，故成就出一代詩聖的稱譽。

接下來教師說明此階段的學習任務及應注意之事項，此主題期許學生藉由設計選文作家的 IG 之時，能產生創意思考並加深學習印象：

1. 首先在作者生平部分：請學生以補充講義及自行找到的資料為本，再以曼陀羅思考法進行寫作。

職涯	親族	評價
居住地	杜甫	趣聞軼事
朋友	時代	作品

從作者的時代出發，至代表作品為止，完成從不同向度掌握作者特色的可能。

2. 接著為作者寫一段個性簽名，請學生從作者詩作裡，摘錄出最能代表作者的句子。
3. 旅夜書懷心得抒感：「一切景語皆情語」針對這首詩歌，從網路上找到與之搭配的图片（須註明出處），寫下三百字的心情抒懷，並為這首詩下一句註腳。

這一階段的作業完成後，教師可視進度安排學生發表，最好是能選出優秀作品，讓學生上台分享，若時間不允許，也可以在小組中進行互動討論，教師再擇取優良的學習單，在教室的公佈欄上張貼。

•第三週：邀請作家樂擎

圖文作家樂擎在社群平台所傳達的內容，主要是以升學、心理勵志方面為主，當日講座主題為《才十八歲，你可以成為任何人》，作家以從小到大的親身經驗為主，佐以豐富的真實故事，誠摯且熱情地談出有關人生目標、學校、親情、友情、愛情的種種，學生們熠熠的雙眼，也回應了作家傳達的心意。

這次講座讓大家最驚訝的便是絡繹不絕

的人潮，作家踏進校門不久後，就有很多學生來要作家簽名及合照；放學時，又湧進一大批學生，人雖多，但動靜有序；，作家也親切地與大家互動，師生們滿心歡喜，也讓此講座順利落幕。

分享的過程中，作家的用心準備，帶動出青春洋溢的活力，聆聽者皆沉浸在十八歲年少時光的美好，也能體察在往後未知的歲月中，無論是陽光或是彩虹，都是獨特的滋味，以此正能量創造出專屬的幸福人生。

•第四週：圖文撰寫

1. 觀摩樂擎三個圖文設計，自行挑選一則，進行改寫創作，學生作品完成後，教師給予評價並進行佳作選讀。



a 寫一句話給你最在乎的那個人



b 說個現在最困擾的問題，讓其他人能有機會暖你



c 寫給高三生的建議（學生可以改為：寫給高中生自己的建議）

2. 同一小組的成員，共同拍攝十二張以小組成員為主體的照片，至少要有三張小組全體合照，並製作成投影片，每張照片需寫下配合此情境的句子。

(1) 完成後，全組成員上講台以每組五分鐘的時間，向全班同學分享以對話的方式在講台上呈現，為這組照片說一段好故事。

(2) 教師須提醒同學，在內容呈現請先說明這組照片的核心主題。

(3) 教師也須設計一份同儕回饋紀錄單，讓每個學生都能學習聆聽和給建議的能力。

四、課程延伸操作

1. 將此課程設計延伸至一學期

跨科共備輔導老師（讓學生更深入認識自己）；美術科（圖片、照片該如何呈現才能更有美感）；除 IG 自我介紹之外，設計選文教材及圖文創作的部分均可應用在各篇章來進行，教師可以分項運用，更可將兩者結合，從 IG 社群平台中作家著眼生活、突破困境、創想未來的書寫中，找到可以點亮孩子心光的素材，值得教師們嘗試進行。

2. 「文案力」及思考的訓練

原本只是抒發生活大小事的 IG 平台，運用在學校課堂教學，其目的並非要學生刻意經營，而是以此學生們盛行的平台為媒材，在學生觀賞及希望追蹤人數增多的心情下，看看人氣作家是如何以從平凡的生活中，找出不平凡的想法，再學習以更精鍊的語句創作出具文學藝術性的篇章，以增加自己的實力。

3. 自我介紹的亮點

可從名字、性格特質、人生觀及自我期許去聯想，在小組間互相回饋時，請引導學生要寫出一具體的優點（如：繪畫能力強、聲音好聽、籃球打得很好、寫字很漂亮……等）和質性評語（勿用負面及情緒性評論）。

期盼學生能認識自己，淡化缺點，發揮優勢；，正視自己的人生，進而找到人生目標，並且朝理想邁進。

4. 對話式的小組報告

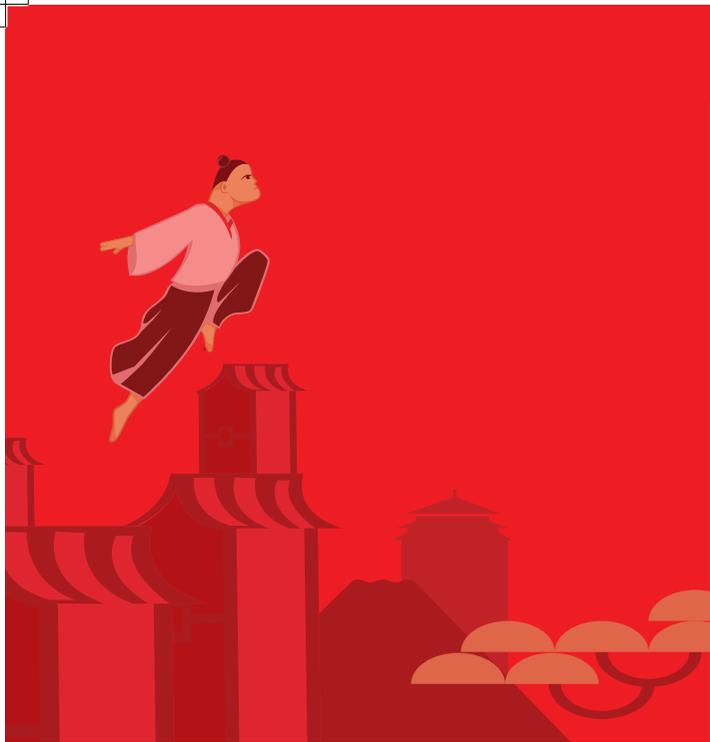
在小組發表時，鼓勵學生以對話方式呈現，照片的故事和內涵，讓每個人都有參與及上台報告的機會，而非只是派一兩位同學做代表。

五、結語

生活中俯拾即是的美好，只要有心就能看見，從圖片中構思文字，再穿透文字營造意象，用心觀察和紀錄，自能日漸得心應手，有許多熱衷經營自己的文學創作及生活品味的寫手，會在 IG 平台上，與書迷互動、討論文學、並針對議題發表看法；其中不乏已出版書籍的創作者，學生讀著他們的文字時，都覺得自己的「某些點」被戳中了，有一種「原來這世界上有人懂我，能寫出我的想法，我並不孤獨」地感覺。老師們在陪伴孩子走過人生波折時，也可以選擇運用這些作家所寫下的人生感悟，來指點學生，讓孩子從文字中得到心靈的啟迪。

這個觸動，可將之轉換為學生主動書寫的能力，學生不再是以紙筆寫日記，而是在平台上練習抒發感情。孩子們從剛開始有興趣，漸漸地構築出自己的風格，當學生能夠透過文字認識自己，曾走過的足跡，也能變為日後自我反思回饋的鏡子，生命的經驗也日漸滋長。

IG 世界性也能夠帶來視界的遼闊，增進新知；教師的引導可以讓站上 IG 舞台的學生更優秀，在無遠弗屆的網路天空中，也能有專屬於自己獨一無二的雲彩。



軟實力

廣告文案 與創意

新北高中
陳鈺芬 老師

一、前言

近年來，國文教學重視學生「閱讀、理解、運用」能力的培養，大考以此為命題方向，教學上更期許學生學會這些「帶得走」的技能，能一輩子受用。國文教材的「文、白」之爭，以文言文為經典楷模，白話文又通俗親切，兩者各有所擅。但是，可確定的是，無論「文」、「白」，相較於文字，年輕學子們更愛影音——強烈的聲光、音效刺激，視覺、聽覺的饗宴。

YouTube 影音分享平台，點擊率節節攀升，早已擄獲年輕人的心，成為日常的必需！許多年輕人未來就業憧憬是成為 YouTuber 和直播主。另外，影像為主的 IG(Instagram) 崛起，「用精美照片說故事」以燎原之勢襲捲年輕人版圖，取代社群龍頭 FB(Facebook) 文字敘述為主的地位。

而廣告，以極短的篇幅，在有限時間內濃縮一切資訊精華，既具年輕人熱愛的影音表象，又富文字敘述內涵，更蘊含主題創意思維，無疑是吸引學子關注，引發學習動機的好教材。故我以廣告為媒介，廣告中的文案為閱讀理解教材，如同作文教學，訓練學

生對寫作材料的揀選、說故事的能力，以及縮寫、擴寫、主題表述等表達技巧。再加上這是個「微縮訊息」的時代，廣告濃縮精華，具體而微地展現對時代環境、社會議題的人心關懷，對學子們多元能力的培育，必將有所助益。

二、教案分享

•第一週：廣告 DNA 解密

1. 何謂「廣告」

廣告，顧名思義，即廣為告知，廣泛地將訊息傳達給最多的「閱聽眾」知曉，以期達到宣傳的最終目的。

然而，在資訊蓬勃發展的今日，想要引發「閱聽眾」關注，而不致沉溺在茫茫資訊大海中，必須引起人們的共鳴，深入人心，並企圖開展記憶效應，才得以達到宣傳的最大效益。故廣告需與「人」結合，展現人們生活中的樣貌，予人親切、認同感，不至產生疏離、距離感；但又須像「化妝術」般，要具體而微地，勾勒出人們生活質能的精細度。

2. 廣告 DNA

每一則廣告，通常兼具以下三大部分：

- (1) 圖片、影像
- (2) 文字、敘述（文案）
- (3) 視覺配置（創意）

•第二週：「策略」孕育

天馬行空的創意開展之前，若能先就產品本身有效地分析瞭解，以及針對現有市場廣泛地行銷普查，再進而界定出專屬於自我合適的行銷「策略」，便能給予飛揚恣肆的「創意」天馬，套上韁繩，使其能收斂聚焦於一。可設法傳達產品最厲害處，或逆向思考講最痛點，增強消費者的關注度。

1. 找尋「利基」

「利基」，簡而言之就是產品優勢。在行銷時，詳列產品特性，評估競爭優勢，在市場客觀分析後，衡量局勢，找尋自我產品最佳的「利基點」，以期達成最大的機會效益。在經營品牌時，常用「SWOT」優劣分析法，進而以「USED」解決方案來操作。¹

2. 界定「目標視聽眾」

不同年齡層、性別、族群都有自我特定的思想、言談方式以及憧憬、煩惱等，找出產品最適合的「目標」群眾，以其思考模式、行為態度等次文化的展現博取認同感，進而深化對產品的需求。

案例：全聯福利中心

推出將購物袋改造成全聯潮包、全聯時尚等系列，開展「全聯經濟美學」，塑造出一貫的平價、務實形象，吸引小資族群眾認同

感，勾起大環境壓迫下的族群想像與憧憬，引發龐大熱議及關注。

★搭配：「策略」訂定學習單

•第三週：創意夢想家

「廣告」是想法的戰爭，簡單、感動、創新是重要三元素，而「創意」往往佔一個廣告優劣的 60%。

1. 創意開始在創作之前

創意，絕非腦中憑空想像，忽然蹦躍而出的，需透過生活的經驗累積，持續不斷地學習而來：

(1) 觀察

廣告，可視作每一個時代的紀錄，故平日應多關心生活週遭事物，包含各式社會議題、流行趨勢、族群心理……等，透過細膩的觀察，才能展現客觀的價值評斷。

案例：乖乖塗鴉包

「做你的乖乖，做你自己才叫乖！」重新定義「乖」的意涵，呼應年輕人自我肯定，敢於做自己，甚至顛覆傳統以來的外包裝，留下大幅空白，予消費者造句塗鴉，創作獨一無二的個人零食包，迅速引爆年輕族群心底共鳴。

案例：IKEA 傢具

以「廢墟」來譏刺當今網路時代下的「3C 孤兒」，提出「家，就是要一起玩！」引發成年人的自省效應。

1 優劣分析法 SWOT Analysis：

優勢 (Strengths)、劣勢 (Weaknesses)、機會 (Opportunities)、威脅 (Threats)

解決方案 USED：

如何善用每個優勢？ How can we Use each Strength?

如何停止每個劣勢？ How can we Stop each Weakness?

如何成就每個機會？ How can we Exploit each Opportunity?

如何抵禦每個威脅？ How can we Defend against each Threat?

(2) 理解

針對周遭現象加以分辨、評析，展現對人性或價值觀的某種洞察力。

案例：104 人力銀行

藉由公司高層對年輕人履歷表的審視，開展世代衝突、張力與隔閡，近似紀錄片的現實風格，以「不怎麼樣的 25 歲，誰沒有過？」銜接兩世代，引發共鳴。並以「沒有了偏見，給予他們的就是無限——Be A Giver。」開啟一場以「幫助」為名的社會運動。

(3) 記憶

廣告大師楊傑美 (James Webb Young) 曾說：「所謂創意只是把原有元素重新組合而已。」日常的經驗積累，正是厚實自我實力的絕佳方式。

2. 創意微種子

創意的發微，常可由產品本身開啟聯想，如品牌、商標、歷史、包裝、外型、功能等。

案例：麥當勞

在香蕉奶昔上市時，以香蕉皮分彎於兩側，呈現經典的麥當勞商標「M」字 LOGO，鮮黃的意象鮮明。

案例：味味一品 牛肉泡麵

由產品包裝發想，以「上班像頭牛」為喻，由「撕開」主管的假面（封膜）、「擠出」豬隊友的蠢（醬包）、「沖進」美女懷抱（麵）、「交出」老闆口袋（肉塊），這一連串的動作讓上班族情感宣洩，並以「療癒人心的才是極品」引發共鳴。

3. 創意思維脈絡

常用的思維方式舉隅：

- (1) 垂直思考法：以邏輯、推論，點對點的直線思維開展。
- (2) 水平思考法：以一個接一個的串聯，做延續性的聯想，可深入情緒、感覺、形容等抽象感受。

(3) 情境描述發想法：以多選、聯集思考，交織一種情境，或昇華成一種意象。

★ 搭配：創意發想練習學習單、創意實作學習單

•第四週：精雕細琢撰「文」

創意是廣告的靈魂，文案則是創意的結晶。除精彩畫面外，精雕細琢的文案亦能躍進人們內心，有效地傳達背後預設的策略及目標。

一個寫得棒的點子，或一個精彩動人的文案，都能讓人在表象的吸引之後，持續地記憶在腦中，不斷地發酵，讓廣告的影響力，發揮到最大效益。

1. 就文案內容而言

廣告文案，除狹義的指廣告最末或最顯眼的那一句話，亦可廣義的涵蓋整個劇本的故事及敘述。

(1) 理性（資訊）的訴求：

屬於「硬性銷售」，集中產品或服務的實用性、功能性需求，強調商品特色及商標利益等。

案例：華歌爾運動內衣

打造「女力實驗室」，在女性胸部綁上各型小動物，以跑步時的晃動率，測試「最懂胸部的運動內衣」，是典型的功能性訴求。

(2) 感性的訴求：

屬於「軟性銷售」，感性、打動人心的形象設計，令消費者產生好感、共鳴。幽默感、娛樂性訴求亦屬之。

案例：黑松沙士

「不放手，直到夢想到手。」以實現「夢想」為訴求，在跌跌撞撞的踐履中，咬緊牙關的堅毅精神頗能激勵人心。

2. 就文案形式而言

(1) 字斟句酌簡練線條：

以簡潔有力的文字、直接了當的敘述，傳達清晰易懂的訊息。在資訊過載的今日，必須在最短的時間切入重點，有效凝聚焦點，抓住消費者瞬間注意力，直達心門，達成廣告最終目的。

案例：臺灣啤酒

以問句「什麼是『青』？」開頭，引發消費者思考，在地製造的「青」¹才是優良傳統的好產品，所以「有『青』才敢大聲。」

(2) 感人肺腑 story 網絡：

以「逆向思維」模式思考，在一切講究快速的現代社會，試圖喚醒人們最根本、最深沉的原始渴望，營造心靈層次的共鳴與感動。

藉著故事情節的推展，一步步踏進消費者不設防的心裡，引動同理心，換得其對產品或品牌、企業的好感度，達成廣告的最佳成效。

故事型廣告常能引發漣漪般的記憶效應，但卻也容易造成故事與產品的斷裂，以致未能達成宣傳目的，故選用此創意呈現法，須著重故事與產品間的相連性。

案例：國泰人壽

一個天生背部畸形的孩童，飽受指點、嘲笑，但老師以來自天上的「天使之翼」引導轉念，展現「幸福新發現——愛他所擁有的，並看見它的美好。」充滿溫馨、暖意的小故事，是這個企業近幾年主打的系列作品。

案例：大眾銀行

「不平凡的平凡大眾」，以產品名稱發想，敘述一個傳統鄉下阿嬤，不識外語，比手畫腳，卻企圖穿越重重國際機場關卡，只為給遠在美國的心愛女兒坐月子補身。勇敢的行徑，穿透每個為人父母與子女的心防，令人動容。

★搭配：廣告「文案」試作學習單

3. 廣告金句大賞

廣告，能具體而微地反映出時代的變遷。一句經典的廣告語（slogan），不僅是創意的展現，還充滿對消費者的洞察力。2017年「廣告流行語金句獎²」以「好的句子，會不斷從別人口中聽說。」展現金句深入人心的影響力。

歷年經典廣告金句²：

- 「Just do it」 —— Nike 球鞋
- 「科技始終來自人性」 —— Nokia 手機
- 「只要我喜歡，有什麼不可以」 —— 奇檬子 飲料
- 「青春不痛不快」 —— 黑松沙士
- 「不做不會怎樣，做了很不一樣」 —— 統一純喫茶
- 「生命就該浪費在美好的事物上」 —— 曼仕德咖啡

三、設計建議

前述四週大綱，可彈性伸縮，獨立單元教學，或循此綱要脈絡，擴增至全學期十八週課程。要點是，內容骨幹先架構好，再依序帶入廣告範例印證分析，風格呈現儘量多元。建議可由歷屆廣告得獎作品，或 YouTube 高瀏覽廣告中，尋求適合的例證廣告運用。

1 青：台語，指新鮮。

2 參見 <http://event.brain.com.tw/event/2017BASA/index.html>



廣告涉時代背景、流行趨勢及族群屬性等，教材選擇上，自然是愈新穎、現代，愈能引發學生共鳴，故需定時「更新」，與時俱進；但經典廣告亦存有其不朽價值，只是須介紹時空背景，兩者可穿插併行。

上課方式，建議可採異質性分組，以小組討論進行實作及分享，增強學生參與度，並增進其表達理解力。若為全學期課程，期末可設定主題（產品），讓學生實際製作拍攝平面或影片廣告，統整所學。

四、結語

不只是產品、企業需要廣告來推銷知名度，每個人也都需要適時的運用廣告來引起注意、找尋自己的機會。藉著角色定位、策略訂定等步驟，有意識、有目的的創作，激發自我創意潛能；以創意的思維、嶄新的視角看待周遭，更能拓展生命格局。



行動學習

影像文學 課程

北大高中
郭羿彰 老師

一、規劃過程

這學期搭配語文實驗班學生的特性，他們多半來自幸福的家庭，普遍擁有更多的學習資源，家長也都很願意投資及陪伴孩子的成長過程。於是我希望傳遞給他們「幸福的目的是為了帶給別人更多的幸福」這個觀念，希望他們體認到自己擁有的是彌足珍貴，而社會上有許多需要的人正必須透過有餘的我們付出與幫助。

北大高中坐落在北大特區，離台北大學三條街。而台北大學長期有一位街友在側門販售公益雜誌《The Big Issue》。因此決定給學生觀看《遇見街貓 BOB》，裡面闡述的正是改編自 James Bowen 傳記的真實故事，描述一名戒毒者在沒有經濟能力的狀況下，如何透過《The Big Issue》雜誌的協助慢慢建立自信並能夠自力更生。

起初我希望能邀請北大販售員來參加課堂的感恩餐會，也邀請他分享自己的故事。可惜因為該販售員身體不適及其他考量無法參與，於是決定改變計畫，讓學生繪製海報後走入北大特區，向當地居民介紹這本公益性雜誌的精神、內容和購買管道。由於班上

同學來自各地，藉此也能認識學校周邊環境，增進認同感。

另外也希望透過電影裡主角街友與流浪貓相遇最後飼養的過程波折來討論社會以及學生對「以領養代替購買」的觀點，於是決定設計辯論比賽，透過正方反方的辯論引領同學一同思考。

二、教案分享

•第一週

1. 遊戲分組

選修學生總共 19 人，期待分成五組，一組 3 ~ 4 人。過去在這堂課程中，我們已經看過《非普通服務》、《稻草人》、《廢物》、《青春啦啦隊》、《活死人之夜》，所以將電影海報製作成小卡給學生抽，抽到的學生必須上台透過動作或一句台詞來讓同學猜自己抽到的電影卡為哪部，最後抽到同一部電影的同學就是同一組。

這樣的分組方式可以避免有人落單的尷尬，也藉此重拾觀影記憶並活絡教學氣氛。

2. 認識電影

觀影前，先和學生介紹電影主要元素：

- (1) 攝影：包括導演如何取景、鏡頭的角度、光與影、色彩等會構成一部片主要的影像風格。可以請同學留心觀察導演想透過這些攝影方式傳達什麼訊息。
- (2) 聲音：音效、音樂(配樂)，甚至是演員用什麼樣的聲音、語調和音量，都是我們可以帶學生一起討論的。
- (3) 表演：演員如何選角、表演風格、如何詮釋角色。
- (4) 戲劇：整部電影設定的時間、空間和語言。例如是否使用方言、各角色的台詞如何展現人物性格，甚至戲服及佈景也都可以用來詮釋電影。
- (5) 故事：敘事方式為何？透過人物、情節和時空的安排所呈現的效果為何？最簡單的敘事便是開頭—高潮—結尾。通常高潮包含衝突，有些劇本也會在高潮之前設下懸問，在高潮處使觀眾驚奇，最後透過結尾使觀眾得到滿足。但最近有許多電影是沒有交代最終結果的開放式結局，或是令觀眾得不到滿足的結局，也可與學生探討導演用意。
- (6) 編劇：電影劇本象徵什麼？想傳達什麼觀點？
- (7) 意識型態：電影中是否有關於文化、宗教、種族、政治等議題。

•第二週：播放電影

《遇見街貓 BOB》是 2016 年金馬國際影展嘉年華單元的選片，片長一小時四十三分，改編自詹姆斯·鮑文 (James Bowen) 的同名書籍《遇見街貓 BOB》(A Street Cat Named Bob)。男主角是個有毒癮的街友，意外發現一隻流浪貓，希望可以給他穩定的生活，於是他戒毒並且想辦法自力更生，開始販賣《The Big Issue》公益雜誌。男主角在販賣過程中遭遇人情冷暖和毒癮發作。電影透過戒毒輔導員的口說出這世界有許多決心痛悔的人，可是社會有許多「可以」卻常常不願意去做的人，此處也是我想帶學生體會的，或許他們都已經是「可以」的人，期待他們能進一步成為「願意」的人。

特別的是，導演經常以貓的視角呈現鏡頭，增加電影趣味特殊的影像風格。

•第三週：小組報告

前置作業

1. 小組提問

電影播放完畢後，請各小組討論對於這部片有什麼想探究的議題，以小組為單位，到選修課的平台 Google Classroom¹ 裡輸入問題，以做為負責報告小組的內容參考。

2. 與負責小組討論報告

這堂課程是在每週四的十點到十二點，我會在中午時間和負責報告的小組討論下週報告的方向，一起篩選其他小組在 Google Classroom 上提出的問題。首先，我會帶他們將問題分類，接著帶領學生改善問題，目的是要讓問題有討論空間和討論意義。

¹ Google Classroom 是很方便教學使用的線上平台，可以公告事項、討論問題，設定截止日期讓學生繳交作業，教師線上批改也方便。學生多有智慧型手機，可以下載 Google Classroom 的 APP，每當教師在平台上張貼公告，學生的手機就會接到通知。

以下是小組提出問題的分類與改善後的提問：

(1) 攝影類

⇒ 為什麼有一些攝影視角是從貓的角度出發？

→ 為什麼有一些攝影視角是從貓的角度出發？你喜歡這樣的視角嗎？你認為導演這樣的安排有什麼用意？它帶來什麼效果？

(2) 故事編劇類

⇒ 為什麼街貓得到男主角的悉心照顧卻還是離開男主角？

→ 街貓的出走在劇本表現上有什麼張力？如果少了街貓出走這個段落，電影的感覺還會一樣嗎？

⇒ 為什麼片頭要以「美麗的我、美麗的貓」開頭？

→ 為什麼片頭要以「美麗的我、美麗的貓」開頭？這段文字和整齣電影的關聯性何在？美麗在哪？為什麼美麗？

(3) 觀點延伸類

⇒ 你願意幫助吸毒者嗎？為什麼？

→ 請依據電影來描述男主角的戒毒過程，受到哪些人的幫助？你認為這些幫助者有沒有想放棄的時刻？如果你是幫助者，你覺得你的心理感受會是什麼？

* 補充說明：這樣的問題很容易得到學生的官方答案。建議學生先去蒐集戒毒相關資料，才能帶領學生探討。學生可能會回答願意，但他們並不明白幫助過程具體需要做些什麼、可能會遭遇的困難。

⇒ 當你犯錯時，是否願意為了周遭的親朋好友改過自新並勇於面對錯誤？

→ 當你犯錯時，是否願意為了周遭的親朋好友改過自新並勇於面對錯誤？你認為戒毒者會有哪些情緒與心理變化？你身上有沒有什麼壞習慣你曾經努力想改變，但目前依舊在你身上？可以談談你努力的過程嗎？

補充說明：這個問題也很容易讓學生沒有深刻思考就回答。

⇒ 有對購買雜誌的母子向男主角表示想要買他的貓咪，男主角回應：「那我現在想要買你的小孩，可以嗎？」你認為動物的生命價值就不如人類嗎？為什麼？

→ 以領養代替購買

* 補充說明：礙於篇幅，以上問題依循相同原則帶領學生修改，但我將此題改成討論「以領養代替購買」議題，請學生設計辯論比賽，分成正反兩方辯論，並請他們準備好簡報檔以及設計給其他小組的討論問題，再和老師討論定案。

課堂活動

由負責小組先以簡報簡介電影十分鐘，留十分鐘給各小組討論問題並發表，再進行辯論比賽，依個人意願決定正反方。(也可直接指定正反方，但這議題恰巧該班正反方人數差不多)我們採三三三制奧瑞岡比賽，先和學生清楚說明規則及流程後，給予學生蒐集資料的時間並各推派三個代表，作為一到三辯。雙方在申論、質詢、結辯的時候都各有三分鐘：

⇒ 申論：一辯強調立論以建立己方的論點，三辯強調駁論。

⇒ 質詢：目的是確知對方的論點與立

場，澄清及強化己方立場，也可暴露對方論點缺失並反擊對方的駁論。惟質詢者只可提出清晰問題，不陳述或評論，也要隨時控制停止被質詢者之回答。

⇒ 結辯：答辯總結。

有興趣的老師可以參考奧瑞岡比賽的賽制，辯論活動目的不在結果，而是學生可在準備辯論資料的過程中學習蒐集資源，也在辯論的過程中學習如何以理服人和邏輯展現。

•第四週：行動學習

1. 目的：推廣《The Big Issue》雜誌
2. 對象：北大特區居民
3. 推廣地點：臺北大學、家樂福、街道、公園
4. 推廣方式：由小組自製海報，帶著雜誌向居民介紹《The Big Issue》的創刊緣由、刊物內容以及販賣方式，請居民在海報簽名及合照代表認可。
5. 回饋：照片須及時傳上 Google Classroom，在約定時間回到教室展示簽名海報並小組分享遇到的狀況以及感想。大部分的學生都有被拒絕的經驗，但也有小組遇到熱情的民眾，藉此感受街頭的人情冷暖，也成功帶領居民認識這本公益性雜誌。其中一組被大部分的居民拒絕，因此改而請他們向校內師生宣傳，埋下更多公益種籽。

三、課程操作經驗分享

影像文學課程已經實行第四年，第一年，我和另一位國文老師合開「抽絲剝繭看電影」，介紹各種電影類型，並以學生接受度為優先考量。第二年後開始帶領學生認識紀錄片與電影的差異，並引導學生自己創作

十分鐘的紀錄短片。開課至今，一路滾動式修正，每年開課的目標也都不大一樣，但電影選片始終是課程最關鍵的要素。建議在挑選時可以從學生視角出發，尋找他們關心的議題；從文學改編下手，比較不同載體的表達方式；用臺灣電影或華語電影為主題，看電影成長史。

而操作過程其實也遇到不少問題，其中最大的問題有兩點：

1. 尋找可以在兩節課內播完的電影，最長只能 110 分鐘，這方面須教師積極篩選影片。
2. 非商業片常較為沈悶，學生容易失去興趣。多數學生注重影片的聲光效果及情緒渲染力，但有些導演更想強調生命中的真實，帶領觀眾走進角色處境，情節不如商業片緊湊。其實觀影的耐心是可以培養的，為此，我曾經和學生分享以下這段文字：

【快慢之間】

我曾經很不懂得欣賞慢，無法忍受雲門舞集、無法理解蔡明亮拍李康生走路。我什麼都很快，情緒很快、講話很快、傷人很快、成就自己很快、毀掉自己很快。

可是和你們一起看紀錄片，你們常常覺得紀錄片的敘事慢得令人不耐煩，無法像電影爽片一樣享受。大概和人生一樣吧！我們都想快轉我們的生命，尤其痛苦的時刻、蟄伏的時刻……。不過許多時候人生是很慢的，不是像年表一樣 18 歲升大學、22 歲出社會、然後結婚，然後生子，然後退休，再搭配個社會大事件，比如 921，比如政黨輪替……而是這中間每一刻、每一分、每一秒的迷惘有時、黑暗有時、光明有時、跳舞有時、悲傷有時……都曾經真實的令你屏氣凝神。所以讓我們一起欣賞這樣慢速度中真實的美感吧！

分享過後，我發現學生是願意打開心來接受的，當他願意接受更多超出他原本對電影的享受方式時，那代表他的心也逐漸柔軟，願意被餵養，甚至更願意餵養這個世界。

在這堂課程中，行動學習也是很重要的一環。為了進行《The Big Issue》推廣，課前我和雜誌社接洽，但雜誌社基於尊重獨立販賣員，只提供販賣時間和地點，聯絡方式需自行取得。同時也建議先進行踩點，確認該點是否適宜學生活動，比如麥當勞或某些大賣場會擔心客人被干擾，無法提供學生使用。而在與居民互動的部分，這次僅讓居民口頭回饋及在海報簽名，由學生帶回分享。但其實也可事先設置 Google 問卷，做成 QRcode，請居民點選，最後再統整分析。該如何操作這部分，端看社區狀況調整。

四、結語

我本身非常喜歡看電影，大學時期大量觀影後，視野開拓許多，也開始留心國際情勢、國家歷史、家庭情感、人性關懷等議題。因此任教職後，我總希望把這份感動帶給學生，期待他們比我更早參與這個世界。以上是個人的教學分享，希望能與老師們交流，透過影像的帶領，讓學生看見別人如何使用影像載體傳達觀點、如何說故事，進而明白高中生也能用行動表現自己對觀點的支持。

桌遊創作—— 紅樓夢

松山家商
王盈方 老師

一、規劃過程

1. 紅樓夢桌遊的製作動機

本校國文老師李美娟在教學過程中，一直思考的問題是：如何讓她授課的學生喜歡閱讀古典文學中的經典作品。2017年適逢李老師任教廣告設計科一年級，每當欣賞到學生設計的作品時，總是希望他們苦心設計的作品能夠有文學經典的內涵作為文化底蘊，如此更能夠凸顯這些精美作品的藝術價值。加上國文科正在推行以桌遊融入國文教學的活動，因此，情商廣告設計科的導師高淑芬老師為學生指導美術設計，就在這些初步構想、彼此的討論之下，興起「桌遊—紅樓夢」的製作動機。

2. 國文科跨科合作

國文科老師當初在研發桌遊融入國文科教學時，即考慮與本校其他專業科目老師合作，在桌遊的遊戲設計前提下，將學生平素所學的各项知識做一系統整合，加上高職學生最可貴的學習能力——創作，共同研發以文學經典為主題的桌遊遊戲，因此，我們結合廣告設計科老師，為學生做美術設計指導，商業經營科和會計科老師策劃日後桌遊

作品的行銷企劃案，應用外語科老師指導應用外語科學生翻譯英文版的桌遊作品，資料處理科老師指導學生設計桌遊網頁，國文科老師指導學生閱讀經典，發想桌遊的內容。

3. 桌遊製作過程遇到的難題及其解決方法

- (1) 授課時數有限，對於經典小說內容難以敘述完整，只能在有限的授課時數中擇要說明，難以窺其堂奧。
- (2) 學生對於籌碼和地圖圖案的繪製，原本以手繪為主，難度不小，老師希望他們嘗試運用電腦繪圖方式進行，以便日後可以留存檔案，難度更高，對於學生在短時間之內的學習非常有挑戰性。但是，老師循循善誘，多以鼓勵方式引導學生進行繪圖工作，最後克服困難，勉力為之。

二、教案分享

【劉姥姥進大觀園】的桌遊課程，大致上可以分為四階段進行：

•第一週：桌遊的介紹

自從 2014 年開始，台灣社會各界風行桌遊活動，「桌遊」原文「Board Game」就是不插電在桌上進行的遊戲，都可以納入桌遊範疇。將桌遊融入國文課程中進行，「體驗」是遊戲想要傳達的目的，但遊戲的目的不只在於娛樂，更多是為了提升學生主動學習的意願。因此，在課程進行中，我們將援用「學習共同體模式」的分組教學，使桌遊活動進行得順暢，提高教學效能。先讓學生進行分組，再喚醒過去大富翁的遊戲記憶，做為開發紅樓夢桌遊的基礎。

•第二週：課文與國學常識的介紹

由於一般學生對【紅樓夢】的內容多半非常生疏，所以課程開始的時候必須先介紹有關【紅樓夢】的相關知識，以利於下列桌遊課程的進行。學生需要了解的小說內容包含：【紅樓夢】的人物世系表，小說裡重要情節與人物特質的介紹，大觀園的環境介紹，曹雪芹的背景、著書過程，高鶚續書等等事項。接著介紹古典小說的相關國學常識，包含小說起源、發展演變、卷頭語、歇後語等等，課堂可搭配講義與試題練習，以加深過去所學的知識。

•第三週：紅樓夢桌遊的製作

本階段詳細說明紅樓夢桌遊的遊戲進行規則，將學生分成四組，每一組同學需要設計和繳交的作品包含：設計說明書、地圖格子（分為四格：白玉、翡翠、胭脂、赤金）、籌碼（鴛鴦 30 張、丫鬟 25 張、僕人 25 張）、卡牌（白玉 25 張、胭脂 25 張、翡翠 20 張、赤金（任務牌）20 張）、骰子、遊戲盒子。至於卡牌题目的設計則希望學生盡量蒐集，每一類的題目需要繳交 50 題，再由老師審核篩選。各組繳交作品之前，先試玩幾次，組長將遊戲過程中發現的問題記下來，等各

組都試玩過，讓老師彙整各組產生的問題之後，聽取同學們對於規則修改的意見，再修改遊戲過程中的細節及規則。

•第四週：觀摩及試玩各組遊戲，寫回饋單

本階段讓各組輪流試玩其他組別的桌遊作品，再寫下回饋單給予他組建議與鼓勵，從中欣賞別人的創意與優點，也建立自己的學習自信心。

三、設計建議

本課程若要延伸為一學期的課程，可以進行跨科合作的共備課程，我們結合廣告設計科，將紅樓夢裡面的詩詞作品設計成書籤；商業經營科和會計科策劃日後桌遊作品的行銷企劃案，應用外語科學生翻譯英文版的桌遊作品，資料處理科學生設計桌遊網頁等等，讓學有專長的各科學生都能在國文課的經典小說導讀之後，以他們的專長和【紅樓夢】內容互相融合，展現學生的文創巧思。

此桌遊主要是配合國文選文【劉姥姥進大觀園】的單元內容而寫的，其實【紅樓夢】還有其他情節是很精彩的，也富有藝術陶冶與社會教化、人生哲理的啟迪，適合桌遊課程的設計，所以，本課程未來仍有無限發展的可能性，對於桌遊內容，遊戲規則也可以視教學現場的差異而有所調整，卡牌的題目仍可自行斟酌。

四、結語

本校自 95 學年度開始即提倡晨讀活動，在全校師生的合力推行下成果斐然，於 99 年參加教育部舉辦的教學卓越獎，國文科以閱讀的推動成績獲得教育部頒發的優等獎，在閱讀已經成為全校活動且與學生的學習融合為一的基礎下，再一次進行跨科領域的合

作，以【文創松商】為主題，於 105 年參加教育部的教學卓越獎，內容之一就是文學經典的桌遊遊戲設計，藉此競賽榮獲教育部頒發金質獎，乃本校至高之榮譽，

【紅樓夢】課程結合桌遊的進行方式，整體而言是受到歡迎的。在遊戲進行之前，先與學生討論獎勵的方式，在有誘因的前提下，能夠提高學生各組積極搶分與答題的踴躍度，課程的進行保持流暢與融洽，讓學生從桌遊的過程中重新拾回閱讀經典文學的熱誠與信心。