

「大家提計策」
通識教育科校本教材設計及學與教策略系列 (2)

分析廣告讓學生慎思明辨

陳 志 華
聖公會梁季彝中學
2014 年 10 月

從不同途徑接觸到廣告，是大家日常生活的一部分，亦可能會在不知不覺當中受到廣告影響；這是因為廣告不僅在於宣傳產品，其背後更有一種隱藏的既定價值觀，影響人的思維和行動。此外，廣告亦涉及通識教育科不同單元的課程，可以促使學生反思通識教育科議題的爭議點。例如美容廣告涉及自我形象，與「個人成長與人際關係」單元有關，教師可以引導學生反思內在美和外在美兩者的重要性。又例如豪宅樓盤廣告談及家居舒適生活，與「今日香港」單元有關，它既可令學生看到香港繁華的一面，亦可進一步啟發學生探究香港不同階層在生活素質方面的差異。至於中國商品及國際品牌的廣告，則與「現代中國」及「全球化」單元有關，可令學生掌握中國在改革開放後人民生活水平的變化，以及全球化下不同文化之間的差異和融合。

另一方面，廣告背後所反映的價值觀，以及對於青少年甚至整個社會的影響，同樣不能忽視。例如某些宣傳借貸服務的廣告，強調客戶只需辦理簡單的借貸手續即可取得貸款，過程快捷簡便；惟其背後卻是不斷推動消費主義，隱含不妨「先用未來錢」的價值觀。回想昔日，大家對借錢與否必定慎重考慮，而現時卻可能只是一念之間的決定。由此反映借貸手續愈趨簡便，社會的價值觀亦隨之受到影響。教師可以利用這些廣告為切入點，引導學生深入反思，並協助他們建立正面價值觀和態度。

要令學生明白廣告的性質和影響，教師可以設計課堂以外的延伸活動，要求學生選取在電視台黃金時段播放的數個廣告，並在觀看之後利用下表作為分析工具，將分析所得依照項目所示填寫在表格的右欄：

| 項 目 | 觀看廣告後填寫分析所得 |
|--|-------------|
| 廣告編號（請自行依次序編定） | |
| 廣告名稱（請按對廣告的理解而擬定） | |
| 廣告類別（例如商業廣告／非商業廣告） | |
| 廣告涉及的宣傳類別（例如商品／服務／公司／理念） | |
| 所宣傳的商品 | |
| 廣告客戶公司名稱 | |
| 廣告客戶公司性質（例如：跨國企業／本地大型企業／本地中小企業／非政府組織／政府） | |
| 廣告內容（例如有否提供商品的具體資料） | |
| 廣告背後所反映的價值觀 | |
| 和通識教育科哪個單元相關 | |

除了填寫分析表外，學生更可以做些簡單統計，例如分別計算商業廣告和政府廣告的數量；又或是在觀看的廣告當中，找出有多少個廣告可令消費者更掌握商品的資訊。學生可以按統計所得而列表，並據此而歸納在黃金時段播出的廣告的特點。學生經過親身探究，將會更加理解廣告背後反映的價值觀及其影響。

廣告與學生的生活息息相關，教師可引導學生作多角度思考及探究，避免他們不加思索地全面接收，這不僅是課堂學與教的要求，更是學生處身日常生活當中必需具備的態度；否則他們或會成為廣告的奴隸，失去自我判斷的意識，而這當然並非通識教育科希望出現的結果。

-- 全文完 --

貴校如有關於通識教育科的教材設計或學與教策略可以與其他學校分享，請發電郵（kcli@edb.gov.hk）或賜電（2892 6515）與本組課程發展主任李傑泉博士聯絡。