



賽馬會「知優致優」計劃

Jockey Club “Giftedness Into Flourishing Talents” Project

# 廣告天王

小學常識科 五年級

第一層：校本全班式教學



香港賽馬會慈善信託基金

The Hong Kong Jockey Club Charities Trust

同心同步同進 RIDING HIGH TOGETHER

## 背景及注意事項

此示例是由本計劃與計劃學校協作時，按實際情況編寫，所有教學設計及資源，包括教案、簡報、工作紙和學生作品等，僅供參考。在使用有關資源時，教師應考慮學校校情及學生特性，作出調整。

教師參考此示例時，亦應參閱學與教資源庫之前言、資優教育理論基礎及結語部分，以理解資優教育之理念及實踐方法。

**此示例夾附 1 份前言、1 份教案、3 張工作紙及 3 份評量表。**



期待各教育同工能因應學生的特質和興趣，把本計劃提供之教學資源，結合學與教經驗，設計合適的學習活動，融入資優教育元素，讓學生展現潛能，培育成才。

各教育同工可瀏覽、下載及參考本資源庫的資料，作教育及非商業用途。所有資源均受版權保障，版權由香港中文大學賽馬會「知優致優」計劃擁有。使用時須註明資源出處為香港中文大學賽馬會「知優致優」計劃。

# 廣告天王

適用級別：五年級

課節（學習時數）：兩課節（共70分鐘）

學生已有知識	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 學生能說出影響消費抉擇的因素</li> <li>- 學生認識廣告的不同宣傳策略</li> </ul>
學習目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 學生明白廣告吸引消費者的元素</li> <li>- 學生能發揮創意，包括設計宣傳新校舍的產品以作義賣籌款，或將舊校舍物品改良並搬遷至新校舍繼續使用</li> <li>- 學生能運用吸引消費者的元素，設計和製作具創意的廣告，並進行拍攝 / 短劇綵排 / 即場物品推銷排練</li> <li>- 學生能運用批判性思考分析廣告的不同策略，如名人效應、誇大效用、羊群心態、對專業信服</li> <li>- 學生能反思個人能力，發揮專長，如領導、美術等，協作完成學習任務</li> <li>- 學生能說出製作期間遇到的困難及其解決方法</li> <li>- 學生積極參與課堂活動</li> <li>- 學生能以持平態度給予其他組別的回饋</li> </ul>
教與學策略	適異性教學、提問、分組討論及活動、匯報、互評和自評
資優教育推行模式	第一層：校本全班式教學
資優教育元素	 高層次思維技巧  創造力  個人及社交能力

## 前言/背景

資優教育的目的是要發掘和培育學生的資賦，為他們提供適切的機會，讓他們充分發揮潛能。本計劃學校在其校本發展的優勢下，已嘗試在常識科課程滲入資優教育三元素，即高層次思維技巧、創造力及個人與社交的能力，本示例則以培育學生的創造力為其中一個重要目標。

建基於學校的校本課程「精明選擇」，賽馬會「知優致優」計劃團隊及學校教師進行共同備課，參考《小學常識科課程指引（小一至小六）》（課程發展議會，2017），設計學習活動，優化課程設計。優化後的課程在該校五年級的常識科課堂實施，該校五年級學生喜歡發問及參與分組活動，大部分學生愛思考，但學習能力差異較大。

## 協作目標

根據學生的特質和學習需要，檢視和優化常識科校本全班式課程的學習內容和活動設計，進一步照顧高能力及資優學生的學習需要，讓他們充分發揮創造力和其他潛能。重點檢視和優化的項目包括：情境設置、產品設計、廣告演譯方法、組員工作分配等。

## 基礎理論 / 理念架構

### 1. 資優教育與創造力

創造力是定義資優生的其中一項特質，也是培育資優生的三項教育元素之一。根據教育局在2000年擬定的資優教育的三層推行模式，推動資優教育的其中一環，是在課程中加入資優教育的三大元素，即高層次思維技巧、創造力和個人及社交能力。

另外，有關資優的研究指出，沒有任何單一標準可以判定一個人是否資優，但是就創造力來說，研究一致指出，被認為是資優的人都會顯示出獨特的成就和創造方面的貢獻，這也是構成「資優三環理論」的依據。Renzulli（1978）提出的「資優三環理論」主張資優人士應擁有三方面的特質，分別是中上智能、高度投入和熱忱及高創造力。可見創造力是資優生其中一項重要的特質。

林幸台（1994）認為資優學生之所以需要特殊教育，是因為他們有特殊的學習需求，因而有必要在普通教育之外給予適當的教育協助。吳武典（2010）指出創造力屬於高層次範疇的思考能力，因此需要教育的誘發與引導。張昇鵬（2005）則認為資優學生與普通學生的後設認知能力與創造思考能力有部分差異，因此教學時應該重視不同學生的優勢能力、潛能與特質，妥善安排與設計不同層次的教學，才能引導資優學生進行更具深度與廣度的學習，以激發其創造思考能力的展現。綜合上述，資優學生的學習內容應具適異性及啟發性，而創造力的培育則是刺激資優學生高層次思考能力的方式之一。創造力教育能讓資優學生以彈性的態度和多元的視野來看待生活中各項事物，對其整體生涯發展有助益。

## 2. 創造力的意義

Guilford (1956) 指出，創造力是多元的反應能力。創造是個體產生一種新的觀念、產品或融合現有觀念或產品並改成一種新穎的形式。而Williams (1980) 承襲了Guilford的理論，並加以發揮，他認為創造能力包含了認知和情意兩方面，二者相輔相成，互為補足。認知指流暢性、變通性、獨創性、精進性；情意則指好奇、想像、冒險及挑戰（林幸台與王木榮，1998）。總而言之，創造力是個體在環境下結合敏感、流暢、好奇、冒險等特性，透過思考歷程，對於事物產生分歧性觀點，賦予事物獨特新穎的意義，其結果不但使自己也使別人得滿足（吳靜吉，1993）。

Torrance指出，創意思維的探討方向及表現特質眾多，是以他們將研究的焦點放在探索孩子的獨創力、變通力、精進力及敏覺力，以及孩子的創意態度（Torrance, 1981）。獨創力指新奇獨特的思考，孩子對難題會有不尋常的反應，但亦是一種聰慧而新穎的獨特見解，並形成不同凡響的結果；變通力指孩子有轉移類別的能力和迂迴變化的思路，能採取不同的途徑來對問題作出反應；精進力是指看問題有很多意念，並能深入而完整地描述這些意念；而敏覺力則是指能敏銳地觀察事物；創意態度指可以包容或接受他人的見解，不會盲目跟風或不接納他人（林幸台與王木榮，1998）。

## 3. 創造思考教學模式

陳龍安（1998）綜合國內外學者的理論，提出「問想做評」創造思考教學模式，即透過問、想、做、評四組教學策略，增進學生創造思考能力，其基本內涵為：

1. 問：教師設計或安排問題的情境，提出創造思考的問題。當中特別重視聚斂性問題及擴散性問題，提供機會供學生創造、思考與解決問題。
2. 想：教師提出問題後，鼓勵學生自由聯想，並給予學生作擴散思考的空間，以激發創意。
3. 做：教師利用各種方式，讓學生邊想邊做，從實際活動中尋求解決問題的方法，並能付諸行動。
4. 評：師生擬訂評估標準，共同評鑑，選取最適當的答案，相互欣賞與尊重，使創造和思考由萌芽轉入實用的階段。當中強調的是師生的回饋與尊重，也是創造思考教育的「延緩判斷」原則之表現。

#### 4. 創意思考法

美國心理學家羅伯特・艾伯爾 (Robert Eberle) 提出一種開展創意的思考法，稱為「奔馳法」(SCAMPER)，在產品改良中常被應用 (Eberle, 1971)。這思考法共有七個改進或改變的思考構面，能幫助推敲出新的構想。下表簡列了奔馳法的概要及內容（陳龍安，2004）：

<b>S</b>	Substitute（替代）	何物可被「取代」？
<b>C</b>	Combine（合併）	可與何物合併而成為一體？
<b>A</b>	Adapt（調適）	原物可否作出調整？
<b>M</b>	Modify（修改）	可否改變原物的某些特質，例如意義、顏色、聲音、形式等？
<b>P</b>	Put to other uses（其他用途）	可有設計原意以外的用途？
<b>E</b>	Eliminate（消除）	可否將原物變小、濃縮，或省略某些部分，使其變得更完備、更精緻？
<b>R</b>	Re-arrange（重整）	可否重組或重新排列原物的各項要素？

#### 5. 適異性教學及資優教育三元素（高層次思維技巧，創造力和個人及社交能力）

可參考「引言」的相關理念。

## 課堂設計及編排

課節	創意思考教學模式	課堂內容
1	問	<p>情境：</p> <p>學校將於下學年搬遷到新校舍，學校邀請學生參與設計及製作以下其中一項產品</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 宣傳新校舍的產品，以供籌款</li> <li>- 改良的舊校舍物品，以供搬遷至新校舍使用</li> </ul> <p>應用已學習的廣告宣傳策略，設計及製作廣告宣傳</p>
	想	<p>在設計產品的過程中，鼓勵學生運用創意思考法，例如：腦振盪、SCAMPER等，自由聯想產品的設計。</p> <p>在思考廣告框架上，鼓勵學生應用已學習的宣傳策略。學生討論廣告的相關內涵與大綱、劇情內容、對白、角色安排等。</p>
於學校長假期開展	做	<p>根據組員能力及意願結果，協商工作分配，期望每一位組員在分組活動中均能發揮潛能。</p> <p>學生根據產品和廣告設計的初稿，進行實際的製作，包括產品的美工設計與製作、廣告劇本與角色排練、劇本的修改檢整，並可選擇採用短片拍攝 / 短劇綵排 / 物品現場推銷排練等（適異性元素）。</p>
2	評	<p>強調師生相互的回饋與尊重，並以多元的評估收集意見，包括學生自評、學生互評和教師評量。</p>



## 學與教策略

本示例依據學校的校本課程，作出一些調整，以提供更適切的學習機會和安排，讓高能力及資優學生發揮創造力和其他潛能。學習內容分三個部分，簡列如下：

第一部分：學生學習創意思考方法（例如奔馳法）和廣告的宣傳策略。

第二部分：學生運用第一部分所學的創意思考方法，分組進行產品設計、製作，並展示成果。

第三部分：學生運用第一部分所學的廣告宣傳策略，分組進行廣告設計、製作，並展示成果。

第一部分的學習內容給予學生基礎知識。基礎知識甚為重要，因為創意思考並不是天馬行空、無的放矢地幻想，反而必須建立在各領域的知識基礎上，才能顯示其意義與價值。

第二和第三部分的內容，則應用了「問想做評」創造思考教學模式而設計，內容也包含適異性的元素。學生因應自己的能力和興趣，選擇設計和製作的產品，以及演繹廣告的方法。

## 討論

在實踐本示例的過程，以照顧學生的學習多樣性、提供機會予資優 / 高能力的學生發揮潛能，並培育和發揮學生創造力為核心目標。課堂觀察和產品的質素可反映有關的學習成效，綜合的結論和建議簡述如下：

### 1. 學生的整體學習見成效

學校在校本發展的優勢下發展常識創意學習，學生不單在敏覺力、精進力、變通力及獨創力各方面有所提升，面對不同意見時，學習態度也較以往開放，樂於接受及欣賞他人，創意的學習氣氛也有提升。另外，只要有機會獨立思考，學生便會發揮創造力。教師察覺到學生具敏銳的觀察力（敏覺力），他們能夠以變通方法處理問題（變通力），還能細緻地描述（精進力）及發揮獨持的創意（獨創力）。另一方面，學生在創意的態度上亦有顯著的進步，在創意學習的過程中學會尊重及欣賞不同意見，在學習態度上，則開始不拘泥於生硬的「對」、「錯」觀點。

### 2. 學生展現高層次思維技巧、創造力和個人及社交能力

#### 高層次思維技巧

在製作產品和宣傳廣告過程中，學生表現非常投入，遇到製作有難處時，都會設法克服和解決，展現高層次思維技巧。



## 創造力

本示例中的不少學習活動，均能讓學生思考和發揮創造力。學生應用所學，包括創意思考方法和廣告宣傳策略。學生製作的產品獨特和多元化，廣告亦富創意，拍攝手法不錯，內容生動有趣。

## 個人及社交能力

大部分學習活動以分組形式進行，提升學生的個人及社交能力。從觀察所得，在分組分享個別的設計時，學生投入參與並給予意見。

### 3. 優化課程設計助學生發揮潛能

根據原有的校本學習活動，作出變動，以提供更合適的學習機會，讓高能力及資優學生發揮創造力。

#### 真實情境設置能提升學習意義

過去的學習活動是先讓學生運用「奔馳法」改良隨意自選的物件，再應用課本知識設計廣告，以宣傳該產品。本示例則以遷校的情境作引入，讓學生產生共鳴，加強活動的意義，提升學習動機。

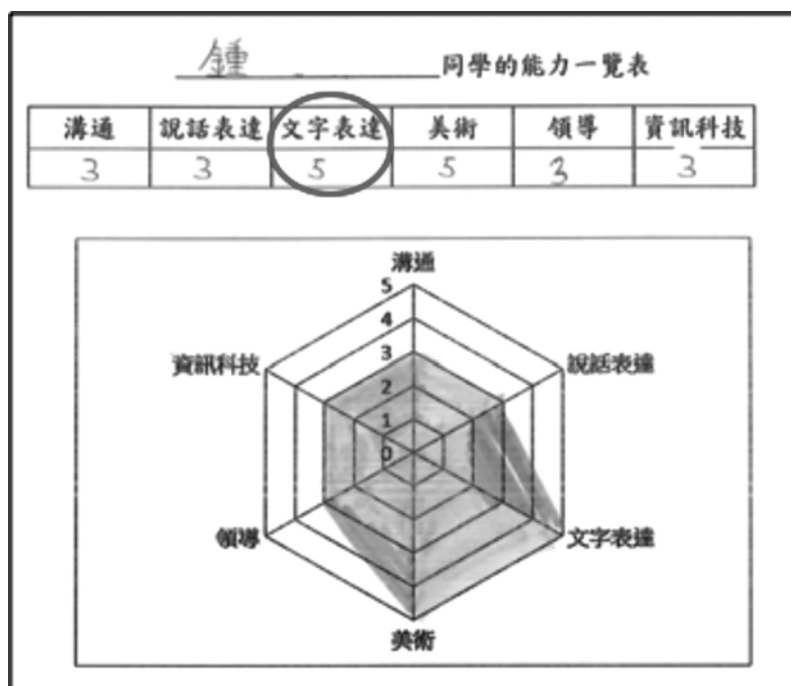
#### 適異性教學照顧不同學習者的需要

學生能選擇製作的產品及廣告的演繹方式，實踐適異性教學，既配合學生的個人生活經驗、能力及興趣，而教材的選取和課程的組織，都照顧了不同學生的學習需要。

#### 按強項和興趣分配工作有助發揮潛能

組內的工作分配按照學生的能力和興趣編排，按組員的共識，製作產品及廣告。學生學習動機和投入度高，有效地達到預期的學習成果。以下為分工的方式及安排：

自我能力分析



因應能力及興趣編排意願

1. 封面 (8)	5
2. 目錄 (6)	8
3. 自行設計產品(圖樣設計及名稱)(8)	4
4. 故事大綱 (13)	1
5. 道具 (8)	6
6. 廣告演譯 (9)、(12)、(13) (6)、(8)	9
7. 剪輯短片 (9)	10
8. 檢討廣告效能 (9)(13)	2
9. 鳴謝 (12)	3
10. 參考資料來源 (12)	7

學生因應強項和興趣，負責不同工作

組員最感興趣的工作(1 為最高，10 為最低)

組員	封面	目錄	設計 產品	故事 大綱	道具	廣告 演譯	剪輯 短片	檢討 廣告 效能	鳴謝	參考 資料 來源
張 (6)	7	1	8	6	3	10	9	5	4	2
張 (8)	1	5	3	6	2	4	7	10	8	9
張 (9)	2	6	10	4	4	1	3	5	7	8
朱 (12)	5	1	9	7	8	6	10	4	2	3
鍾 (13)	5	8	4	1	6	9	10	2	3	7
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

根據學生的強項和興趣分工

分工安排

	封面	目錄	設計 產品	故事 大綱	道具	廣告 演譯	剪輯 短片	檢討 廣告 效能	鳴謝	參考 資料 來源
人數	1	1	2-3	2-3	2-3	全體	按需要	2	1	
組員	8	6	8	13	8	6, 8, 9 12, 13	8, 9	9, 12	6	

#### 4. 實踐困難及改善建議

礙於課時不足，產品和宣傳廣告製作過程，大部份都是在假期進行，以致教師未能從旁指導和即時給予學生回饋。如能安排在課堂上進行部分的製作，效果會較佳，除了可照顧學生的學習差異外，教師亦可發掘學生的潛能。教師亦可觀察學生的表現，給予正向的鼓勵，進一步提升創造力。

學生的表現供校內學業成績評估之用，以致在活動設計時須考慮這個因素，加添了限制。設計有關創造力的課程時，建議以質性的回饋為主，以鼓勵學生發揮無限創意。

#### 5. 結論

要照顧高能力 / 資優學生的學習需要，不需要大費周章，只要就他們愛思考、尋根究底、好奇及主見多的特質，在一般學習活動中作出小變動，就能夠設計出更合適的學習活動了。