

教案名稱：是戲劇?還是廣告?

本教案製作者：張嘉倫 老師

【讓我們來聽個故事...】

上高中的小育很喜歡看韓劇，
她最近看了一部
現在最夯的『太陽的後裔』。

她不僅喜歡浪漫劇情的安排，
還因為喜歡男女主角，
購買了許多東西，花了許多錢....

【讓我們來聽個故事】

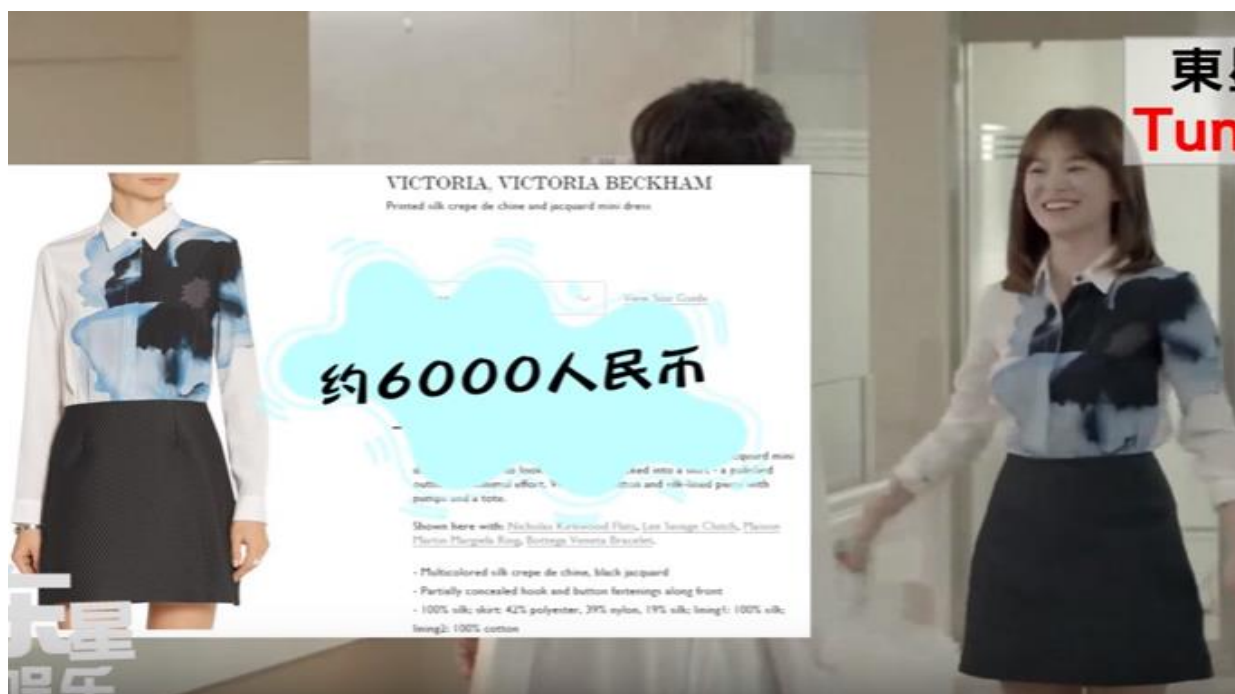
她為了想能跟女主角一樣美麗，
買了她代言的氣墊粉餅、唇膏。



试试她自己代言的粉饼和唇膏

【讓我們來聽個故事】

她幻想自己像女主角一樣美麗，
還買了劇情中她所穿的外套、鞋子。



【讓我們來聽個故事】

她很喜歡男主角的帥氣與童心，
還常買他愛吃的巧克力。



当然也少不了宋仲基的零食

【讓我們來聽個故事】

她為了感受男女主角談戀愛的浪漫，
每天去劇情中常出現的餐廳吃飯。



【讓我們來聽個故事】

她為了感受男女主角談戀愛的浪漫，
存錢飛去韓國，
去了劇情中常出現的那家咖啡店。



聽到這裡...

請你試想...

你認為小育的**行為**如何呢？

請你試想…

在戲劇中置入這些商品訊息，

誰會得**利**呢？

請你試想…

在戲劇中置入這些商品訊息，

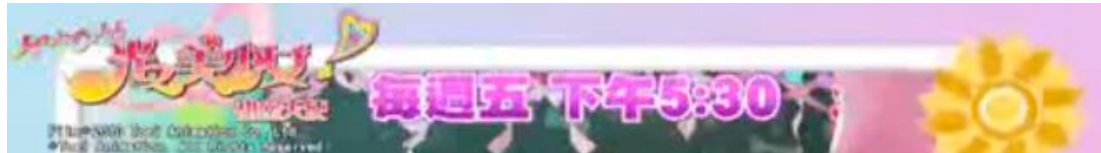
你認為適當嗎？

請從正反兩面來想一想。

置人性行銷 大解密!!

【置人性行銷大解密1】

如果小育是一位未滿十二歲兒童，
你覺得在兒童節目中，
悄悄放入這些商品的資訊，好嗎？



因為，兒童心智未成熟，不易判斷，
因此，兒童節目不得以商業冠名贊助或以商品置入行銷。



【置入性行銷大解密2】

如果小育常收看新聞，
你覺得在新聞中，
悄悄放入這些商品的資訊，好嗎？

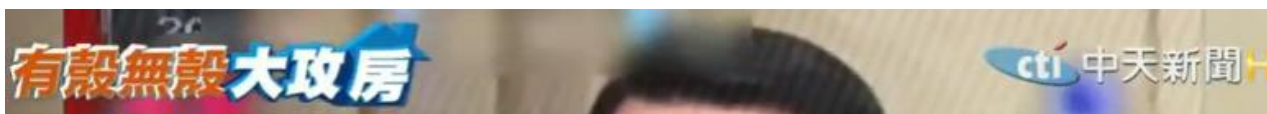


因為，新聞講求真實客觀中立性，
因此，新聞不得以商業冠名贊助
或以商品置入行銷。



【置入性行銷大解密3】

如果小育收看的戲劇中，
有商人悄悄放入一些資訊宣傳，
好嗎？



置入型行銷所宣傳的不單是商品，
有時會是訊息的傳遞。
因此，我們要小心辨識戲劇中，
潛藏不易發現的思想置入。

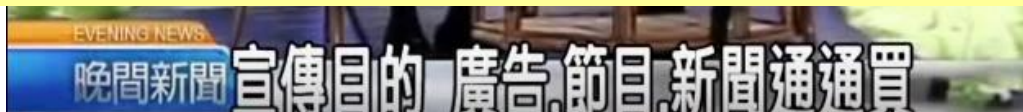


【置入性行銷大解密4】

如果小育收看的節目中，
有政府或政黨，
悄悄放入一些資訊宣傳，好嗎？



置入性行銷宣傳的不單是商品，
有時會是資訊或政策。
因此，我們要小心辨識政黨或政
府對我們進行的思想置入。

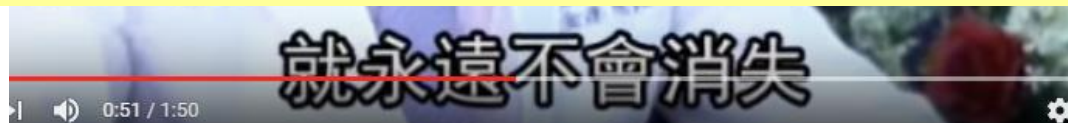


【置入性行銷大解密5】

如果小育收看的戲劇中，
有醫學美容中心悄悄放入
宣傳療效的整形資訊，好嗎？

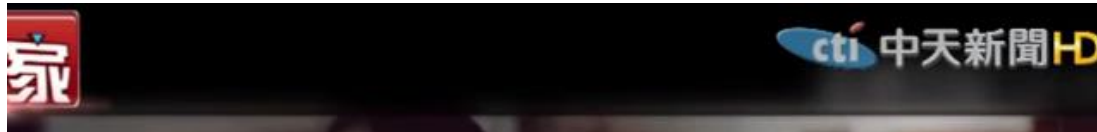


醫療法有規定，
醫療廣告不該誇大宣稱療效。
並且，在戲劇中未善盡告知風險，
實在要很小心這種危險的置入資訊。

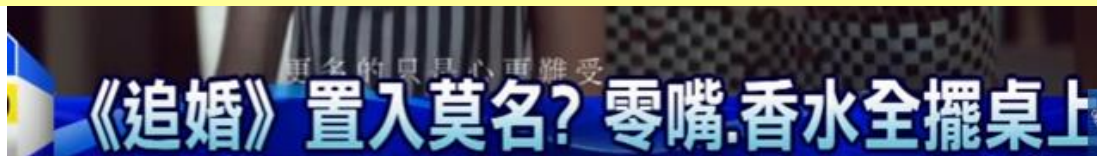


【置入性行銷大解密6】

如果小育收看的戲劇中，
商品置入過多，
而不符合情節需要，好嗎？



為了避免商品置入過多，影響觀看品質，
以「三不一揭露」為原則，包括不影響
節目獨立製作、不鼓勵民眾購買、不得
過度呈現商品和曝露業者名稱。



置入性行銷

大家來找碴!!

請你找出下面影片中，
猜猜看有哪些商品的置入行銷？

【大家來找碴1】



【大家來找碴2】



【大家來找碴3】



你找出來了嗎？

你是否發現

有些商品會透過主角身上穿戴，

有些商品會透過劇情講解，

有些商品會透過鏡頭特寫，

把商品行銷訊息潛藏在戲劇中，

因此，身為觀眾的我們，

可別輕易被戲劇中的商品資訊影響，

可得警覺這些資訊都具有行銷功能喔！

本教案結束，謝謝



本教案為世新大學承辦教育部媒體素養教育資源網、卓越新聞獎基金會共同合作，教案免費提供各級學校、教育場所採用。

進步獲取媒體素養及傳媒教育相關資訊，可藉由：



媒體素養教學資源網

