

關於我...



姓名：郭 曜 棻

學歷：1.國立台灣師範大學社會教育研究所碩士
2.東吳大學社會學系

現職：1.南華大學傳播系兼任講師
2.郭曜棻工作室
3.社工師
4.NLP(神經語言程式學)訓練師
5.中華創意生活協會秘書長、中華民國NLP協會理事

考試：1.國家考試社工乙等特考及格
2.國家考試社工師高考及格

經歷：1.公務員(社會福利、勞資協商與談判、商業管理、觀光規劃與管理、員工培訓...)
2.和風談判顧問公司合夥人與專案顧問
3.麥田廣告公司總經理
4.其他...

廣告與社會

郭曜棻

porsmo62@gmail.com

0935376478



說在前面的...



媒體會改變人的情境地理，
讓人彷彿進入另一個空間，
人們透過媒體建構生活方式與文化，
媒體之於人猶如水中之魚，
儼然變成我們的陽光、空氣、水…

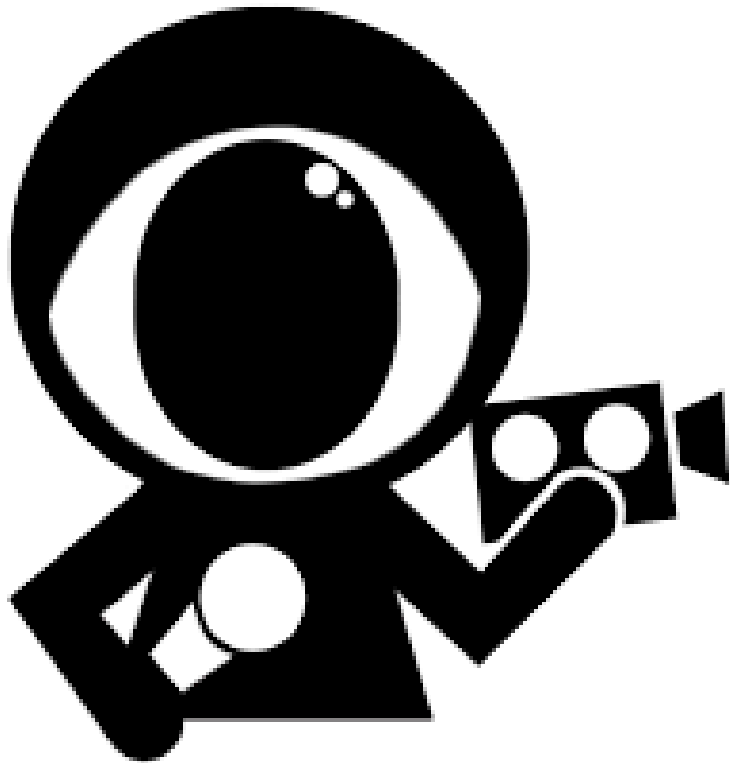


人們長期受到媒體影響，
媒體日新月異，有如魚缸日益更新，
人們變得自戀，執戀影像、只重表象，
透過識讀有助於揭示這份執迷…



當代文化日趨傳媒化

因此，我們可以…



- 1.透過廣告的近用、分析、評價、傳送訊息的知識技能，學習批判思考。
- 2.學習認知、情感、美學、道德。
- 3.學習當個耳聰目明現代公民。

廣告是甚麼？



你的眼界可以轉動世界



I SEE YOU

EVA AIR 加入星空聯盟 · 與你看見世界更多感動

在台東，看見人情味的純淨，樂園近在身邊

在奈良，看見無保留的感動，信任觸動你心

在巴黎，看見最華麗的故事，寶藏深留回憶

放開眼界，重新看見世界，EVA AIR加入星空聯盟

接軌全球1328個航點，通航擴增至195國

歡迎你隨著長榮航線盡情探索，就有機會贏得「機票週週抽」加碼送

總值超過百萬「不限航點來回機票」週週抽出，放眼世界就此起飛

機票週週抽 飛向全世界 >

廣告如何挑逗你的慾望

～廣告如何挑逗起你的慾望!然後，榨乾你的荷包!





大綱

- 壹、廣告的魅力與魔法
- 貳、廣告為何有效？
- 參、培養正確的廣告與消費觀
- 肆、廣告媒體之心靈環保DIY

廣告的魅力與魔法

- 情人節要送什麼？
- 母親節到了要去哪家餐廳？
- 秋天到了，哪裡吃螃蟹最好？
- 冬天進補，吃什麼？
- 孩子孝順，父母最希望孩子送什麼？
- 送長官禮物，送什麼最得體？
- 現在流行什麼商品？
- 穿什麼才不會落伍？

LINE ソフビコレクション



- 廣告研究發現：
 - 人們(消費者)通常不知道自己需要什麼？
 - 通常也不知道送什麼最好？
 - 也不知道現在什麼最夯？
- 廣告，告訴你：
 - 如何買對商品(東西)。
 - 如何跟上潮流。
 - 如何讓你更有品味。



廣告的魅力與魔法



- 所以，

- 在超市/大賣場，你會知道要買哪些東西。

- 不要買哪些東西？又知道自己買對東西了。

- 你了解為什麼願意花大錢買些讓你負擔沉重的物品。

- 如LV, GUCCI, CD, YSL, 勞力士等

根據專家研究，

人活到75歲，大約花一年半的時間收看廣告。

廣告的魅力與魔法



- 此外，
 - 廣告更悄悄地偷渡某些刻板印象或被扭曲的價值觀 (瘦＝美)，這些價值觀無色、無味、無臭，就像三聚氰氨，慢慢讓你的**思想結石**。
- 讓我們很難察覺我們正悄悄地被說服，也很難解釋我們為何下意識的買一些我們根本不需要的東西。



廣告的魅力與魔法



母親節又到了(傷腦筋)，孩子會送什麼禮物給我呢？



廣告的魅力與魔法



*張君雅小妹妹→泡再久也不爛的手打麵

廣告的魅力與魔法



健康是最好的禮物 白蘭氏
用心守護家人的健康



家人與健康，都是一輩子的。但，一輩子能走多長，就要看有多健康！
知名主播張鳳瑤深知這個道理，她給家人的愛可是既溫暖又健康，
對於老公與一雙兒女，她用白蘭氏守護家人的健康。



***過年拜訪親友或給長輩禮物就送白蘭氏囉！**

這支廣告幫我們解決了什麼困擾呢?



你的眼界可以轉動世界



I SEE YOU

EVA AIR 加入星空聯盟 · 與你看見世界更多感動

看見樂園

貳、廣告為何有效？

～廣告如何挑逗起你的慾望！然後，榨乾你的荷包！





- 販賣想像：
 - 廣告行銷的目的讓我們(消費者)去感受「擁有」所帶來的「快樂」～一種全然的自我樂趣與力量。
 - 或(誤)認為其他人(other)會投以艷羨眼光的虛榮快感。

- 廣告

→承諾改變現狀(現狀不堪)，
因為擁有會讓世界變美好

- 廣告告訴/引起我們對現實生活的
不滿/不足，再暗示透過購買或擁
有的過程來撫平情緒、改變現狀。

廣告承諾你

- 1.健康的身體—烏龍茶 雞精
- 2.腰瘦的身材—瘦身廣告
- 3.幸福的家庭—房車
- 4.永遠不會累

.....



事業線帶來自信與新幸福

你要誰當你老婆/媳婦呢？



1.承諾你健康的身體

每朝健康黑烏龍→膽固醇篇



我會死心塌地的跟著你一輩子

1.承諾你清晰且聰明的腦袋 白蘭氏雞精→憶牌篇



2.承諾你玲瓏有緻的身材 →讓甩你的男友一後悔一輩子



3.承諾幸福的家庭

→唯一將幸福列入標準配備



4. 承諾你永遠不會累

→ 保利達蠻牛—你累了嗎?

→ 白馬馬力奔—疲勞嗎?

影片 09-10



事實是～
真的？假的？

廣告→ 高明的幻術

- 廣告是一場精心策劃，安排消費者沉溺其間的
夢 / 幻 / 癡 / 狂 / 妄 / 遐 / 空想。

例如樂透彩中的「**爸爸買給你**」廣告片。**中獎機率？**



- 廣告內容通常屬於未來式的訴求，無關現在生活。相信廣告會帶給你美好的未來。相對的乃暗示著現在是苦的、是失敗的—透過廣告商品的購買在於減少挫敗感。(結婚篇)
- 奧美多芬廣告告訴你的真相



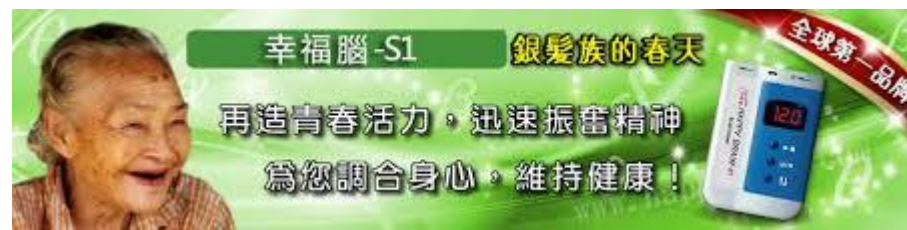
影片 12-1~12-2

讓奧美多芬廣告告訴你美麗的真相



參、培養正確廣告與消費觀

- 意識到學生/青少年/鶴齡族等都是廣告最佳和最忠誠的顧客
- 了解廣告佈滿商業行銷手法
- 廣告企圖建立從搖籃到墳墓的品牌迷思(一輩子愛用該商品)
- 了解廣告引導流行風潮(一窩蜂)，但其實可能是非理性消費(如手機)
- 廣告可能誤導金錢觀與消費觀(先消費再付款)
- 廣告會形塑美的標準，藉由大量不斷播放廣告，傳達美的價值。
 - 如瘦身廣告把女性身材好壞(D罩杯)與個人人生成就(受男性凝視的身體)畫上等號。
- 其他



廣告建構之美的標準！

美容瘦身廣告

「讓你的下半身曲線全部窈窕！」

「Trust me, you can make it！」



§幸福指數圖§





肆、廣告媒體之心靈環保DIY

- 停

與家人一起尋找不錯的節目與廣告，
約定好觀看的時間，做好時間管理。

*報紙的電視節目表與認識廣告。

*網路電視節目表查詢與認識廣告。



•看

與家人看電視時，討論節目或廣告的內容。

*節目廣告商業化→理性消費

*廣告中男女性刻板印象→不限制自我的發展能力

*廣告潛藏不太正確的價值觀（胖＝笨）



思

～廣告媒體如何建構社會真實

- 人們在不察的情境中，會依據廣告所提供的參考架構，來詮釋社會現象與真實。
- 廣告經由「刪除」或「選擇」性呈現來強調某主題內容，用簡單和凸顯的方式來表現故事人物，充滿刻板印象。
- 廣告就像是一個龐大的意識型態機器，不僅操縱人們該想些什麼，甚至告訴人們要怎樣想，什麼才是好的，什麼才是社會的主流價值。

廣告是社會價值觀的寄生蟲

- 濕的有比較好嗎？ 老大與老三 老二與老四品牌
- 濕式衛生紙要被接受的關鍵，不能只在於舒服，舒潔及其他衛生紙品牌也推出多款「柔軟」的衛生紙，有必要用到「較貴」的濕式衛生紙嗎？



5. 可在水中分解 -- 安心丟進馬桶

能在水中分解
可以安心用完後丟入馬桶
超衛生!!!



兩種不同尺寸包裝同步上市，內用外出兩相宜

家用包
40片裝



隨身包
10片裝

水做的衛生紙
更乾淨!





勇敢追求好媒體→表達您的聲音

你可以這麼做：

- 1.打電話(call-in)抗議
- 2.投書抗議
- 3.網路散發抗議信
- 4.檢舉；辦自己的媒體
- 5.街頭/社會運動
- 6.社會參與與教育
- 7.文化反堵



學生網上的怒吼與成果—蘋果日報更正

不畏寒風代言花卉 清涼舞者倒奶獻舞

2011 年 12 月 10 日 13:13 蘋果即時

雲林縣虎尾農會今天舉辦花卉文化節，展示農民辛勤種植的洋桔梗、文心蘭與菊花等，上午寒風吹襲，3 名穿戴虎尾出產花束的女舞者，一身清涼裝扮、不畏寒風，扭腰擺臀地演出中東舞曲。



學生網上的怒吼與成果—蘋果日報更正

不畏寒風代言花卉 亮麗舞者秀中東舞

2011年12月10日13:13 蘋果即時  讚

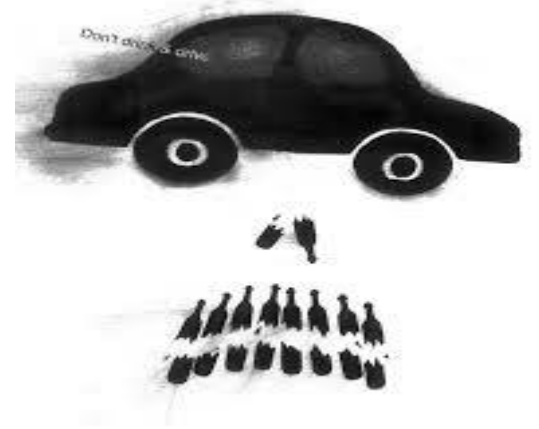
雲林縣虎尾農會今天舉辦花卉文化節，展示農民辛勤種植的洋桔梗、文心蘭與菊花等，上午寒風吹襲，3名穿戴虎尾出產花束的女舞者，一身清涼裝扮、不畏寒風，賣力地演出中東舞曲。



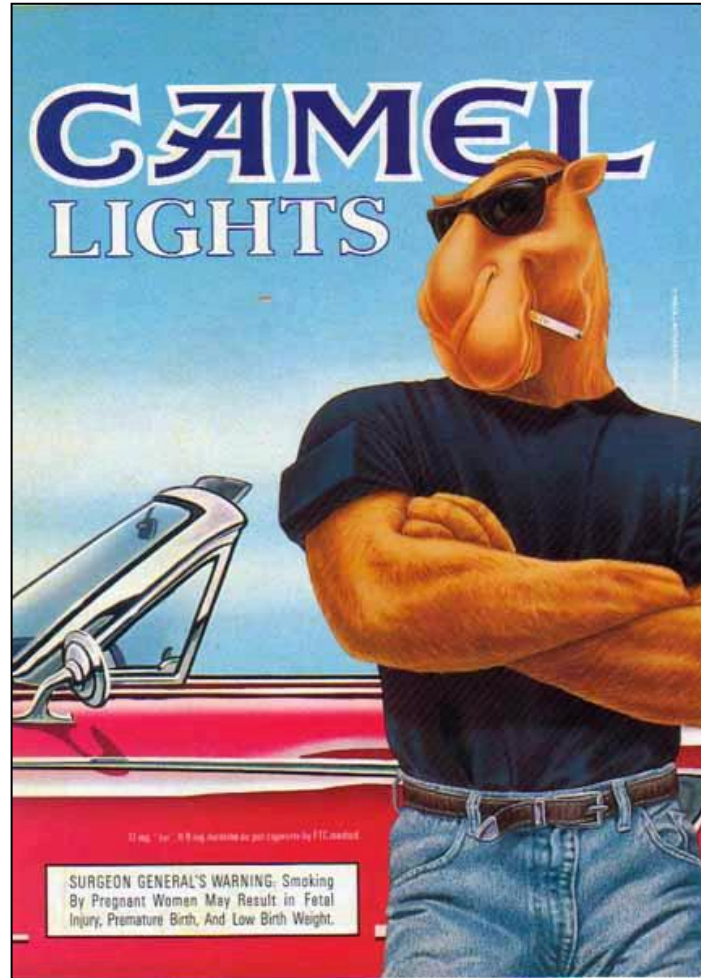
虎尾花卉節寒風中清涼獻舞。林靜盛攝

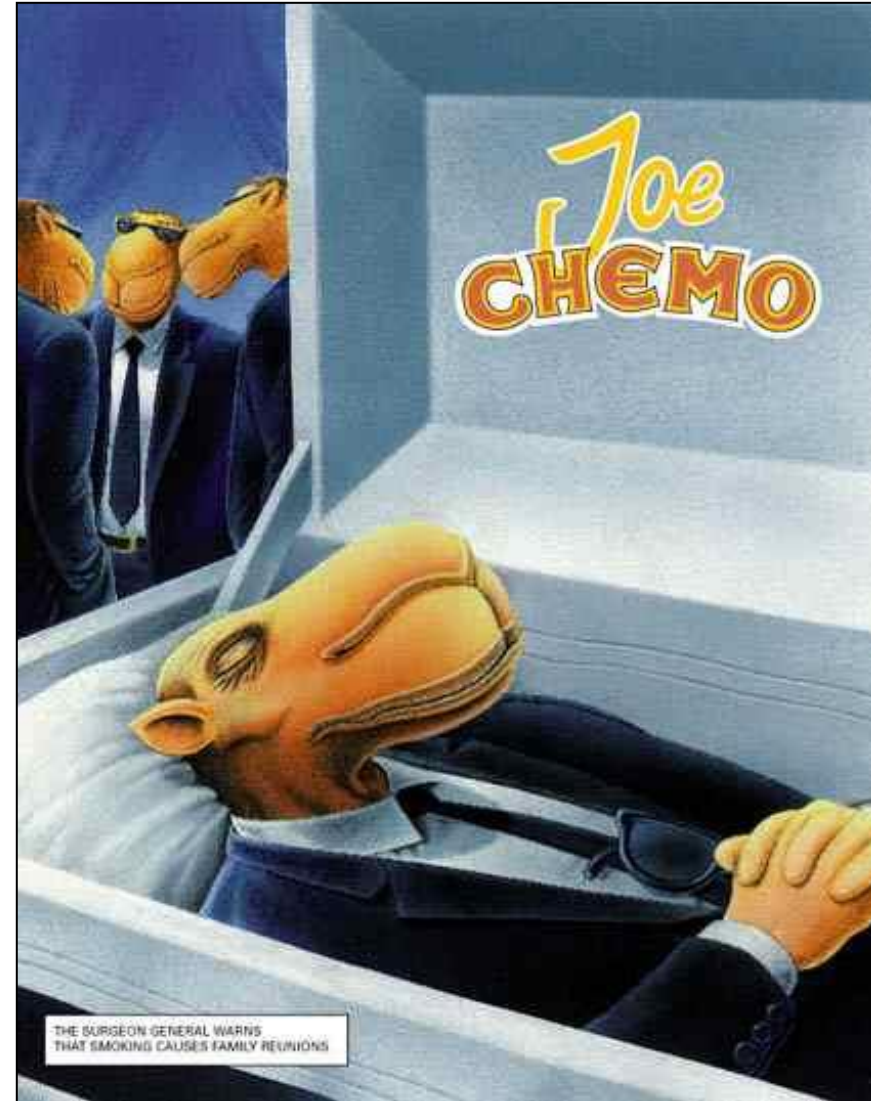
成癮性商品與健康議題

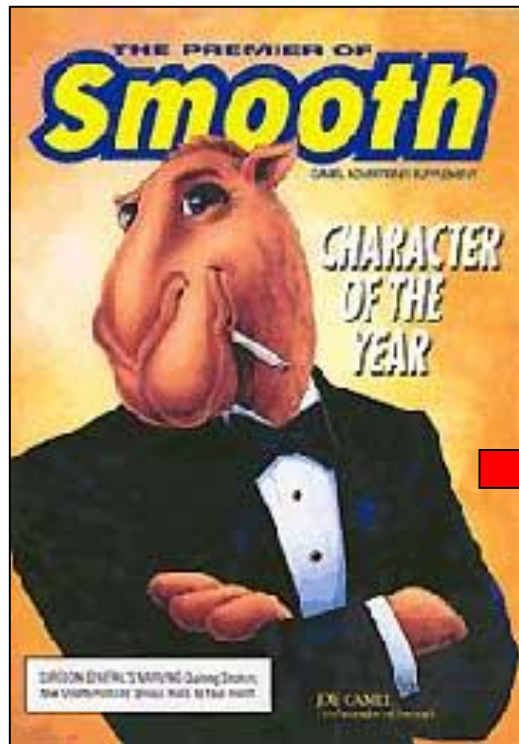
- 針對成癮性商品所做的文化反堵運動。如煙、酒廣告，從健康面向切入，告知人們這些成癮性商品如何行銷全球的伎倆，以及在廣告、公關活動背後不為人知的事實。



Camel 香菸的卡通吉祥物：Joe Camel







幾個例子...

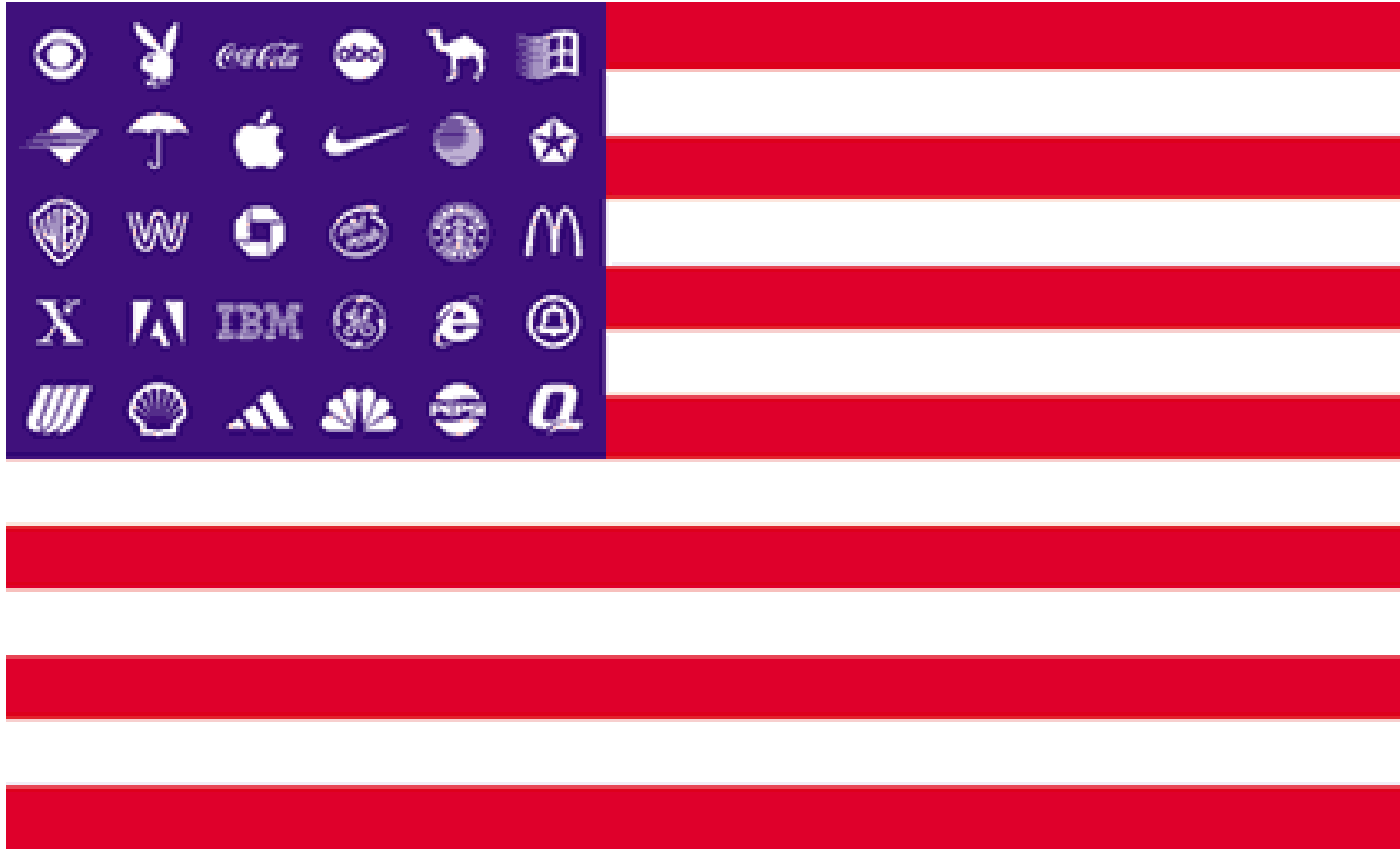
- 黑點鞋(Blackspot Shoes)



- 關上電視
(TV turn off) :

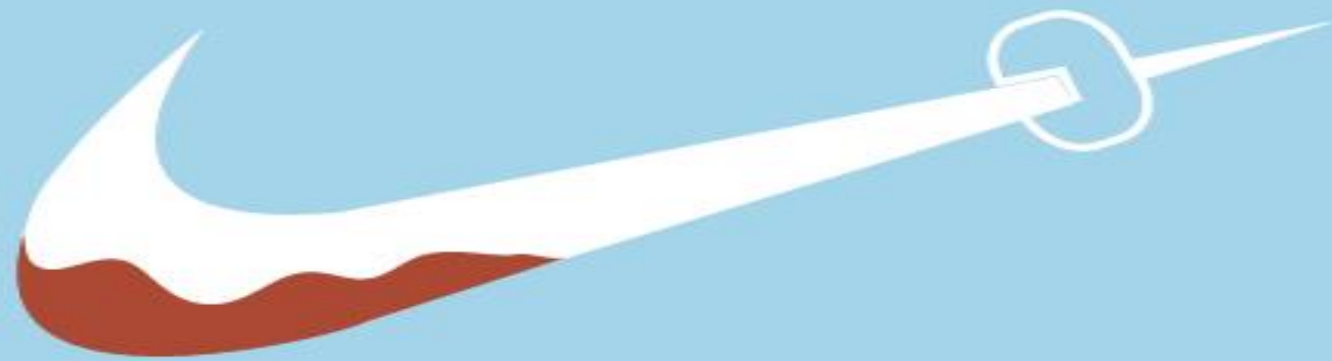


無印美國





Hell Kitty



Jesus Do It

Nike



- 不消費日
(Buy nothing day)



The End...