

第二次寫作測驗評分規準及教學引導

一 題目

請依題意作答。測驗時間為 50 分鐘，請注意作答時間的控制。

請先閱讀以下資訊，並按題意要求完成一篇文章。

以下是一些常見的廣告口號：

全家就是你家 (便利商店)

Think different (3C通訊用品)



We are family (銀行)

相信你的直覺，順從你的渴望 (飲品)



Just do it (運動產品)

因為你值得 (保養品)

數學不會就是不會 (茶飲)

「廣告口號」的設計，樹立了品牌形象，同時因為淺顯易懂易記，而具有極佳傳播力及強烈感染力，甚至蘊含深意。這些口號不僅打動人心，其中可能也反映了某些群眾心理或社會面貌。

請思考上述廣告口號為何能引起共鳴？這樣的廣告口號設計是受到什麼原因影響？背後反映了什麼現象？背後是否有隱藏的社會問題？請結合你的生活經驗或見聞，寫下你的觀察與想法。

※不必訂題 ※不可在文中洩漏私人身分 ※不可使用詩歌體

二 閱卷暨解題分析

一、審題

〔1〕題目範疇：本題不須訂題目，以「廣告口號」為範疇，寫下經驗或見聞，以及觀察與想法。

〔2〕內容期許：

以過去曾聽過的一個或多個廣告口號為分析探討的寫作題材。

說明對此廣告口號印象深刻的理由，並結合經驗與見聞，表達自己的想法。

寫下觀察後的感受與心得，或從中得到的啟發及處世智慧。

二、立意

本題立意可由「令人印象深刻的廣告口號」來延伸、闡述。立意構思參考方向，可參考以下幾點：

- 分享經驗→回饋他人：分享自己或親友被廣告口號誘導或上當的經驗，讓他人引以為鑑。
- 檢討過去→策勵將來：檢討過去輕信廣告口號的盲目，策勵將來對廣告行銷話術的真實性要有明智的判斷力。
- 常識→知識→見識：援引廣告口號，再進一步闡釋對於廣告口號的見解。
- 陽光、積極、正向、健康：由廣告口號內容獲取積極正向的態度與精神，或作為生活實踐的依據。
- 宏觀、轉念、智慧、哲理：針對「觀察發現」，寫出從中所得的啟發及處世智慧。

三、取材

〔1〕取材類別：寫作者可直接選取「題目中所提供的廣告口號」，亦可「另擇其他廣告口號」來進一步分享自己的相關經驗或見聞。

〔2〕取材項目：建議取材「一則廣告口號」以聚焦探討，並深入分析；或是取材「三則廣告口號」，涵蓋多元的面向，以寫出觀察的廣度。

四、結構組織

〔1〕結構評估：本題屬「知性類」的寫作題型，故建議布局結構設計可採「起承轉合（順敘模組）」或「總分總」。

〔2〕結構細節：

1. 本題為「知性題」，期許寫作者能夠藉此議題來觀察「大環境」的問題，關注的是「人群共相、時代議題、社會問題」。
2. 建議布局結構採「起承轉合（順敘模組）」取材對「某一則或某一類廣告口號」的經驗或見聞，或採「總分總」取材對「三則或三類廣告口號」的經驗或見聞，再進一步提出自己觀察後的想法，即問題解決之道。
3. 若採「總分總」撰寫，可參考以下布局：(1)總：較建議「說明或舉例入題」。(2)分：對於「第一則／第一類廣告口號」的觀察與想法。(3)分：對於「第二則／第二類廣告口號」的觀察與想法。(4)分：對於「第三則／第三類廣告口號」的觀察與想法。(5)總：總結。

三、具體評分內容及注意事項

一、具體評分內容

〔1〕取材與敘寫能力：

1. 不須訂題目，但取材若非「廣告口號」，或內容與「廣告口號」完全無關，即為離題，給予零級分。
2. 全文內容若無法具體敘寫、描寫或摹寫「廣告口號」，而是僅有少數字句、少量篇幅涉及「廣告口號」，或是僅有與「廣告口號」相關的空泛敘述或說明，或是與該項「廣告口號」相關的事件情節交代不清，文意破碎不完整，最多給予三級分。
3. 全文內容若能針對「廣告口號」做具體敘寫，即使沒有細膩的描摹，但能大致交代與此「廣告口號」的「相關觀察與發現」，並有簡單寫出關於此「廣告口號」之一般性、普遍性的心得，即屬合題，可給予四級分。
4. 全文內容若能針對「廣告口號」做具體且細膩的觀察，並把「見聞及發現」敘寫完整，尤其是情節部分不僅能清楚交代，甚至因有「轉折設計」而讓情節發展與人物心理歷程更顯精彩。如此已屬中上、上等水準，應根據「立意」發展的狀況，給予五或六級分。

〔2〕立意：本題立意應由「廣告口號」的「句意解讀」及其「反映的現象」來延伸。

1. 若幾乎無法從「廣告口號」寫出自己的觀察發現與想法，或是所寫出的觀察發現與想法和「廣告口號」相關連結性不高，甚至是令人匪夷所思，則屬三級分或三級分以下水準。
2. 若僅能從「廣告口號」的內容簡述一般性、普遍性、通用性的心得，體悟不深刻，且不具有「知識性」與「見識性」，如：「這則廣告淺顯易懂，讓我對產品印象深刻，對於廣告中的口號也是印象深刻！」、「這些口號與我的生活息息相關，還教會我一些課本或課堂中學習不到的知識與道理，突然覺得廣告不僅僅是賣商品而已，其內容有些也值得我們去學習。」、「廣告口號的存在，呼應現實的生活，反映大眾的期待，滿足社會性的交流，也是需要非常用心去設計的！」則屬一般的四級分水準。
3. 若能從「廣告口號」的觀察發現中得到啟發、提煉處世智慧，或是具有「人生智慧哲理」的想法，甚至是提出「獨到見解」，算是「體悟深刻」或是「見識卓越」者，當屬中上或上等的五、六級分水準。

〔3〕結構組織：常見的結構組織方式有下列三種：

1. 平鋪直敘的布局：簡單地破題、敘事及簡單地情感呼應，前後段銜接順暢，文意具有相關性者，為表現普通的四級分。但依此布局，在記敘上卻前後失序，跳脫應有常軌，或是段落銜接不順，只能為部分符合的三級分。
2. 時空錯綜跳躍，情景交融的布局：巧妙運用文字，顛倒時間順序，以逆向（追憶、插敘）方式，甚或「虛（情感）實（客觀事實）」交錯呈現，讓平鋪直敘的布局增添變化，表現出一般水準以上的布局，屬於表現優秀的五、六級分。
3. 凌亂記敘，未見條理的布局：記敘事實沒有時間邏輯，東拼西湊式地記流水帳，無法有效結合自身經驗，呈現內心情感，屬於表現不佳的一、二級分。

〔4〕遣詞造句、錯別字、格式、標點符號：（請參考P.4「心測中心寫作測驗具體評分規準」）

二、注意事項

1. 評分時應客觀依據「心測中心寫作測驗具體評分規準」，勿涉入個人主觀因素（如政治、宗教、好惡、意識型態、教學理念等）評分。
2. 依據學生符合題意之書寫內容，採「加分制」、「從寬解釋」。
3. 在字跡尚可辨識下，以內容評分，忽略字體美醜。
4. 若洩漏私人身分，如人名、校名、某師之學生或子女等，視情節狀況斟酌處理。若非本人人名，原則上不予扣分。若洩漏的私人身分之資訊足以影響評閱之公正性，則視情節斟酌扣分。若故意情事明顯且拙劣，甚至可給予零級分。

四 範文示例

〈示例〉章法布局：總分總

取材：「廣告口號」三則

布局	範文內容	說明
總	每一則廣告，都代表著一個品牌的形象，廣告中的口號反覆地達成一個概念或目標，這不僅是品牌策略或自我介紹，更多的是利用感染力深植人心。如何才能擁有感染力呢？當然就必須符合時代、反映內心、表達訴求，甚至能反映出社會的某些樣貌或問題，藉以取得觀眾深度的共鳴。如此一來產品讓人難忘的程度，將遠勝於僅僅只是介紹商品本身，若能引起社會議題的討論或喚起人們心中真正的意識，則更是具有高度的意義與價值。	※說明入題： 敘寫對廣告口號的理解觀察。
分	「學校會離開你，……只有數學不會！數學不會就是不會！」飲料廣告中的少女，用雙關語的方式喊出心聲，你會心一笑了嗎？青春年少也許無知輕狂，卻能大膽表達出自我的情緒，好過於內心留著遺憾，這也是這則廣告口號想要傳遞的精神！人們常常不敢全然真實表達內心，若因此而心靈生病、精神受創，將可能造成更大的問題，適當地宣洩，不啻為現代人心靈健康的良藥！	※對於「第一則廣告口號」的觀察與想法。
分	「相信你的直覺，順從你的渴望」，從身體的渴望延伸到心靈的渴望，這則飲料廣告的口號喊出——在精英集聚的社會中，若想要有一番作為，則不能不相信自己！不單要相信自己的能力，更要明白心中真正想要的。因為這樣才有無限的動力，驅使自己向前去追尋，若不能如此，則抑鬱一生無所作為，對社會或人類亦是不具貢獻之負累。人常常忽略內心的聲音，甚或刻意壓抑，讓我們從這個口號開始，聽從內心所散發出來的訊息吧！	※對於「第二則廣告口號」的觀察與想法。
分	「Just do it!」簡短的三个字、有力的一句詞，這則運動用品廣告詞作為口號之極致當之無愧，無怪乎屹立數十年而不搖。從西方社會中傳來這種「做就對了」的氛圍，雖偶有莽撞、思慮不慎之憂，但卻值得守舊的人們以此為借鏡，畢竟在這個年代，頭角崢嶸不再是愛現，而是成就自我。若不能具體做出成果，如何能好好展現自我？如果前人都是怕多說多做即多錯之輩，那麼人類文明如何能進步到今天的局面？坐而言不如起而行，人思慮過多、舉步不前的毛病，在這則口號下也得到了釋放。	※對於「第三則廣告口號」的觀察與想法。
總	廣告的影響力，端看它在人們心中泛起多少漣漪。我常發現這些廣告口號，被身邊親友多方討論，不單成為大家茶餘飯後的話題，更是讓人人都點頭附和，所以我相信廣告口號具有一定程度的影響力。這些宣傳也能反映出人們心中所想、所缺，或所嚮往，無疑是個自我檢視的機會。符合時代思想與意念的廣告口號，帶給我們的不僅是幾秒鐘的認同，更是我們檢視內心，甚至檢視人生的一個媒介，從發現自我真心到勇於表達進而澈底執行，你看這不就是實踐人生理想最好的方程式嗎？下一次，當又有廣告口號喊出時，請敞開心懷與之共鳴，或許就能找到，屬於自己戰勝自我、創造新局的契機。	※總結 立意： • 常識→知識→見識 • 宏觀、轉念、智慧、哲理。

心測中心寫作測驗具體評分規準

本題目評分方式依照文章本身所表現的「立意取材」、「結構組織」、「遣詞造句」及「錯別字、格式與標點符號」等四個向度，採用「六級分」進行評分。

級分	評分規準
六級分	六級分的文章是優秀的，這種文章明顯具有下列特徵： 【立意取材】能依據題目或寫作任務，適切地統整、運用材料，並能進一步闡述說明以凸顯主旨。 【結構組織】文章結構完整，脈絡分明，內容前後連貫。 【遣詞造句】能精確使用語詞，並有效運用各種句型使文句流暢。 【錯別字、格式與標點符號】幾乎沒有錯別字，及格式、標點符號運用上的錯誤。
五級分	五級分的文章在一般水準之上，這種文章明顯具有下列特徵： 【立意取材】能依據題目或寫作任務，適切地統整、運用材料，並能闡述說明主旨。 【結構組織】文章結構完整，但偶有轉折不流暢之處。 【遣詞造句】能正確使用語詞，並運用各種句型使文句通順。 【錯別字、格式與標點符號】少有錯別字，及格式、標點符號運用上的錯誤，但並不影響文意的表達。
四級分	四級分的文章已達一般水準，這種文章明顯具有下列特徵： 【立意取材】能依據題目或寫作任務，統整、運用材料，尚能闡述說明主旨。 【結構組織】文章結構大致完整，但偶有不連貫、轉折不清之處。 【遣詞造句】能正確使用語詞，文意表達尚稱清楚，但有時會出現冗詞贅句；句型較無變化。 【錯別字、格式與標點符號】有一些錯別字，及格式、標點符號運用上的錯誤，但不至於造成理解上太大的困難。
三級分	三級分的文章在表達上是不充分的，這種文章明顯具有下列特徵： 【立意取材】嘗試依據題目或寫作任務，統整、運用材料，但不甚適當，或發展不夠充分。 【結構組織】文章結構鬆散；或前後不連貫。 【遣詞造句】用字遣詞不太恰當，或出現錯誤；或冗詞贅句過多。 【錯別字、格式與標點符號】有一些錯別字，及格式、標點符號運用上的錯誤，以致造成理解上的困難。
二級分	二級分的文章在表達上呈現嚴重的問題，這種文章明顯具有下列特徵： 【立意取材】雖嘗試依據題目或寫作任務，統整、運用材料，但有所不足，或大量引述題幹內容，發展有限。 【結構組織】文章結構不完整；或僅有單一段落，但可區分出結構。 【遣詞造句】遣詞造句常有錯誤。 【錯別字、格式與標點符號】不太能掌握格式，不太會使用標點符號，錯別字頗多。
一級分	一級分的文章在表達上呈現極嚴重的問題，這種文章明顯具有下列特徵： 【立意取材】僅解釋題目或題幹內容；或雖提及主題，但材料過於簡略或無法選取相關材料加以發展。 【結構組織】沒有明顯的文章結構；或僅有單一段落，且不能辨認出結構。 【遣詞造句】用字遣詞極不恰當，頗多錯誤；或文句支離破碎，難以理解。 【錯別字、格式與標點符號】不能掌握格式，不會運用標點符號，錯別字極多。
零級分	完全離題、只訂題目、僅抄寫題目或題幹內容、使用詩歌體、空白卷。