**文本來源：****112年6月3日第3版(國際)**

**設計者：林玫伶（清華大學客座助理教授、兒童文學作家）**

**多文本讀報學習單（解答篇）**



**為了行銷某件事，許多機構單位經常會找「名人」來代言，這位名人可能是真實世界的人，也可能是虛擬人物，這次要閱讀的主題就與後者有關，他們代言的效果如何呢？**

**🕮任務一：維納斯**

閱讀6月3日第3版〈女神維納斯變網紅 宣傳義大利觀光〉，完成以下問題：

1. 根據文章，為維納斯設計一張履歷表。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 照片  (用畫的) | | **名字** | 維納斯 |
| **國家** | 義大利 |
| **性別** | 女 |
| **年齡** | 約537-541歲/500多歲  註：約於1482年－1486年完成 |
| **創作者** | 波提切利 | | |
| **代言工作簡述** | 義大利國家旅遊局將維納斯化身為（ 虛擬網紅 ），有（ IG ）帳號，可看到維納斯吃（ 披薩 ）的自拍照，以及和（ 著名景點 ）的合照。 | | |

1. 你曾在哪些地方看過〈維納斯的誕生〉這幅名畫嗎？想想看。

參考答案：拼圖、壁畫、商品包裝等。

■給師長的話：了解義大利由維納斯代言觀光的情形與正反意見。

🕮**任務二：熊本熊**

閱讀同一版〈熊本熊出公差 任南韓觀光大使〉，同樣完成下面的問題。

1. 根據文章，為熊本熊設計一張履歷表。

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 照片  (用畫的) | | **名字** | 熊本熊 |
| **國家** | 日本 |
| **性別** | 沒有說明性別 |
| **年齡** | 算到2023年，已經13歲 |
| **創作者** | 熊本縣 | | |
| **代言工作簡述** | 1. 宣傳（ 熊本縣 ）的物產。 2. 在九州新幹線沿線城市展開（ 熊本驚喜運動 ），接待外地遊客。 3. 經常出差，日前受（ 南韓 ）邀請，成為促進日韓交流的（ 觀光親善大使 ）。 | | |

1. 熊本熊知名度大增，主要原因是什麼？

熊本熊的肖像授權不收費用，許多廠商就在自家商品印上熊本熊，知名度於是急速飆升。

■給師長的話：了解日本熊本熊代言觀光的情形與知名度大增的原因。。

🕮**任務三：誰來代言**

1. 回到任務一，義大利國家旅遊局請維納斯觀光代言，引發正反兩方不同的意見，請根據文章把不同觀點整理出來。

|  |  |
| --- | --- |
| 贊成者的身分/意見 | 反對者的身分/意見 |
| 負責計畫的旅遊局官員/  〈維納斯的誕生〉擁有（ 不朽的影響力 ），完全可以（ 代表義大利 ）。 | （ 藝術史 ）學家/  此舉是最粗俗的方式，貶低了義大利的（ 文化資產 ），讓維納斯變成充滿（ 刻板印象 ）的女性美，也大大削弱原作的（ 美麗與神祕 ）。 |

1. 同樣是代言，請出維納斯卻引發爭議，日本的熊本熊則似乎沒有看到反對意見。以下是幾個同學的討論，你認為誰的看法有道理？

既然維納斯的知名度和藝術價值享譽全球，更應該藉由她為自己的國家振興觀光代言，讓每個人一看到維納斯就聯想到義大利。



維納斯幾乎是義大利國寶級的藝術品，用P圖方式重現，才會引發爭議。

熊本熊一開始就是為了代言觀光而設計的，它的任務明確，就是要行銷熊本縣的物產，和維納斯不同。

1. 請你也加入上面的討論，你的看法又是什麼呢？

■給師長的話：比較兩種虛擬人物的觀光代言，分析差異並提出想法。圖片來源：<https://reurl.cc/AA71mK>