

第三單元創新為本的社交連結：凝聚人的力量

預期學習目標

- 運用創新思維並結合社交平台策劃公益項目
- 在新媒體上利用成熟的口語技巧與態勢語推介公益項目
- 使用恰當、得體的標準中文撰寫社交媒體貼文

課題三：感性分享與理性分享

具體學習目標

- 辨析感性分享和理性分享及其作用
- 運用感性和理性表達的方式傳意
- 擬定網絡直播內容大綱

知識要點

- 感性分享與理性分享的特點
- 推敲可能性模型（ELM）
- 直播大綱之要素

任務一：探究感性認知與理性認知

人類的認知簡單來說可以分為兩類，一類是感性認知，一類是理性認知。感性認知是人類通過自己的感官直接接觸客觀世界，對各種事物、現象的外在進行認知。而理性認知是藉助人們的抽象思維，對事物、現象的整體、本質及內在規律進行認知。

感性認知與理性認知曾在很長一段時間內被當作相互對立的兩個個體來看待，但是現在普遍的觀點是感性認知為理性認知打下基礎，是理性認知的準備階段，理性認知是感性認知的分析、加工、歸納、演繹和昇華，兩種認知是互補互助的關係，共同構成了人類豐富多彩的認知世界。

實現由感性認知過渡到理性認知的先決條件是佔有豐富且全面的感性材料，即在現實生活中的具體經歷和主觀感受等，而且其過程也需要依靠理性的思維方法來完成。同時，理性認知的過程需要使用感性材料進行印證和說明，這個過程也離不開語言、文字等訴諸感官的形式作為物質外殼和表現形式，其結果也需要藉助感性材料進行檢驗。

活動一 課前熱身：你偏感性還是偏理性？

美國心理生物學家 **Roger Wolcott Sperry** 的左右腦分工理論指出，左腦負責處理偏邏輯化（包括語言，理解力等）的信息，右腦則負責偏形象化（包括想像力、感情等）的信息，於是有了「左腦派智商高」和「右腦派情商高」的說法。嘗試將雙手握在一起，看看你的右大拇指和左大拇指哪一隻手指在上方？

活動二 合作探究：體悟感性材料與理性材料之別

觀看兩段短片（**Toyota Safety Sense 智動駕駛輔助系統**），在下表中按照左側的提示記錄你的想法，體悟不同的材料對於你認知方式和結果的影響：

項目	<u>電視廣告</u>	<u>視頻介紹</u>
你看到、聽到了哪些內容？	從小到大	
對你來說，這些內容是感性的還是理性的？	感性	
你得到的核心信息是什麼？	買！	
你認為短片的目標觀眾是什麼人？	中年男人	
你認為短片希望達到什麼傳播目的？	買Toyota 全家安心	
作為觀眾你認為兩段短片達到目的了嗎？為什麼？		

完成上述表格後，嘗試與組員分享，並一起分析總結感性材料與理性材料在信息傳遞方面的效果差異。各小組把自己的看法告訴全班，看看其他同學是否有相似的想法。

活動三 小組討論：探究口語表達中的感性分享與理性分享

口語表達中存在幾個層面的認知問題。第一個方面是說話人對聽眾的認知，這會體現其對說話內容的選擇和形式的設計中；第二個方面是說話人對自己話題的認知，這體現在其藉助各種感性或理性的材料對話題進行解讀、詮釋之中；第三個方面是聽眾對聆聽內容的認知，這體現在聽眾藉助自己的「已知」去理解說話人希望透過感性材料或/及理性材料帶出的「未知」。這三個層面的認知既可以是感性的，也可以是理性的。前兩個認知服務於最後一個認知，說話人需考慮合理運用感性和理性材料進行分享以幫助聽眾打開相應的認知通道，樂於並準確理解說話內容。

感性材料與理性材料有不同的功用。一般而言，感性材料，如親身經歷、事例、故事、感受等，容易吸引聽眾的注意，調動觀眾的情感，從而引發共鳴，而理性材料如理論、研究、至理名言等，則可以反映講者對自己所講主題的思考、洞見等並以其個性特徵及創造性來吸引聽眾。

請觀看一段視頻，嘗試在下表中分析演講中的感性分享與理性分享，並從一個普通聽眾的視角感受不同的效用。試與小組成員討論你的發現。

《唱歌總跑調？不要緊，因為只有 0.01%的人擁有絕對音準》

https://www.bilibili.com/video/BV1hf4y1x7ws?vd_source=27447a1e7954ff7ad2df7a223fd3e827

感性分享	理性分享

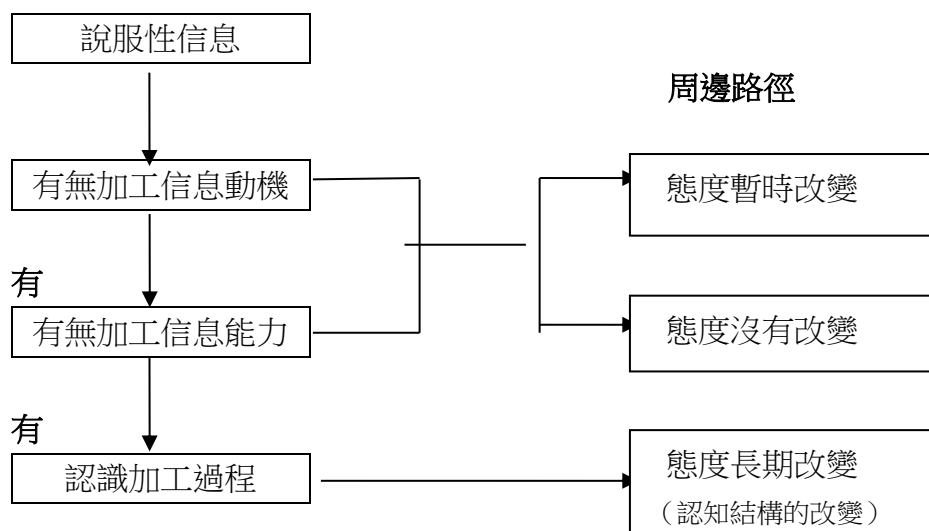
知識聚焦

推敲可能性模型（ELM）

ELM 又被稱作「詳盡可能性模型」(The elaboration likelihood model)，由心理學家理查德·佩蒂和約翰·卡斯波於 1986 年提出。該模型認為，對說服性信息引發的相關信息的推敲（或加工）過程的數量與性質是人們態度形成或改變的決定因素。

ELM 的研究者認為，人們在處理信息的時候會採用兩種方式。一種被稱為「中央路徑」，採用這種方式的人會花時間仔細傾聽，思考聽到的內容，甚至會在

頭腦中詳盡地複述信息。他們做出判斷或採取行動的主要根據是邏輯和推理（邏輯特質）。另一種被稱為「周邊路徑」，採用這種方式的人常常基於一些簡單因素進行判斷和決策，例如基於對說話人的能力、可信度和品格等因素（人格特質），或基於信息讓聽者產生的心理感受因素（情感特質）。



中央路徑

了解了人們接受信息時的處理模式，說話人就可以根據聽者的特點，合理設計說話的內容與形式。第一，我們可以藉助歸納推理與演繹推理，提出足夠的支持材料，並合理鋪排它們，證明自己主張的合理，以採用訴諸邏輯的策略來增加說服力（如跡象論證、事例論證、類比論證、因果論證、歸謬論證等）。第二，我們可以在表達中做一些小小的設計來傳達出你的善意、個人才能及可靠性，以採用訴諸人格的策略來增加表達的吸引力。第三，我們可以通過消除聽眾的消極情感（如恐懼、內疚、羞愧、憤怒、悲傷等），激發他們的積極情感（如幸福快樂、自豪、寬慰、希望、同情等），以採用訴諸情感的策略來提高聽眾的參與度。

活動四 鞏固訓練：運用感性/理性分享的方式表達所想

2-3 人一組，每位同學都結合上述三種認知策略中的一種，運用恰當的感性材料與理性材料，進行即興口語表達，同組同學判斷其語言風格屬於感性/理性分享類型，並評價其傳意效果。

任務二：創意設計：擬定直播內容大綱

同學們於組內討論，思考如下問題，並按照表格中的提示設計直播內容大綱。

- 內容方案是否具創意？
- 符合受眾需求嗎？
- 內容鋪排能否激發觀眾參與此公益項目？
- 側重點是否明確？各要點之間的銜接是否緊密？
- 15 分鐘的直播長度，內容詳略分配是否恰當？
- 開場白與結束語能吸引受眾，令其眼前一亮嗎？

	要求	具體設計
標題	<ul style="list-style-type: none"> • 簡潔、通順 • 醒目、吸引 	
開場白	<ul style="list-style-type: none"> • 引起受眾注意 • 簡介主題 • 拉近與受眾之間距離 	開場白：
主體	<ul style="list-style-type: none"> • 脈絡清晰 • 要點明確 • 銜接自然 	話題內容（公益項目的構想）：
結束語	<ul style="list-style-type: none"> • 總結內容 • 提升主題 	結束語：