

短视频课程教育教学创新探析

李祖玥

(南京传媒学院, 江苏南京 315100)

摘要: 随着互联网技术高速发展, 短视频风口正盛, 而且短视频在传递碎片化信息和与用户深度互动方面的巨大潜力与优势, 对短视频制作人才所提出的要求越来越高。为解决以上问题, 各高校相继开设短视频创作课程, 培养短视频创作人才。通过该课程学习可以使学生了解短视频的规律及特点, 具备短视频作品拆解与赏析的能力, 掌握独立或联合进行短视频的策划、拍摄、剪辑及传播技能, 进而成为一名合格的短视频人才。对此, 本文对短视频课程教育教学创新展开探析, 以供参考。

关键词: 短视频课程; 教育教学; 创新

一、短视频课程教育教学存在的不足

(一) 未能明确育人路径

高校作为向社会输送高素质人才的主要阵地, 应充分利用好人才培养主阵地这一作用。然而, 教师仍然与运用传统教学模式开展短视频教学, 所培养出来的学生缺乏强烈的创新意识、未能准确把握文化传播规律、实践能力也需要增强。为此, 高校应该主动搭建短视频运营平台, 充分利用该平台, 并以校园文化传播为切入点, 将课程、教师、工作室等内容有机结合起来, 构建比较明确的人才培养路径。

(二) 师资力量仍需增强

当前, 高校所选聘的短视频课程教师均来自计算机科学与技术专业毕业生, 他们缺乏丰富的影视节目制作经验、实践能力等, 且与校外新媒体企业也没有太多接触。而影视专业科班出身的教师非常少, 高校很少聘请专家兼任教师, 这导致他们在短视频课程教学中很少给予学生有效指导, 进而影响短视频课程教学质量的提高。

(三) 注重加强实践教学

在短视频课程教学中, 实践教学属于重要的教学环节。当前, 受传统教育理念的影响, 教师倾向于讲解短视频课程知识, 缺少有效的实践平台, 造成学生无法系统性认识课程知识, 难以建立内在的知识联系, 不能将理论知识与实际有机联系起来, 很难提高他们的职业素养与能力, 从而无法培养出社会所需的应用型人才。

(四) 课程与市场融合不够

当前, 在短视频课程教学中, 缺乏系统性、立体化设计, 造成教学内容与市场需求不相适应。所以, 对于短视频制作规则理解较为浅显。短视频教学资源主要依靠校内教师制作, 教学内容较为单一, 缺少与新媒体组织交流与合作。为此, 高校应该主动与企业紧密合作, 了解市场真实的用人需求, 进而有效解决市场与短视频课程教学相脱离的问题。

二、短视频课程教育教学创新策略

(一) 运用多元教学模式, 优化课程教学模式

随着“互联网+”时代的来临, 混合式教学逐渐成为整合教学资源和优化实践教学的新途径。所以, 为了有效增强短视频课程教学效果, 教师应该积极探索如何应用混合式教学模式, 注重彰显学生的主体性, 对他们实施差异化教学指导, 动态化评价他们的各项表现。例如, 在教学“网络短视频编导”的时候, 教师要树立互联网教学思维, 引导学生对网络资源进行有效使用。即要求学生以小组为单位学习互联网教学资源, 开展线上自主学习, 通过提问、互动、PPT演示等形式, 将以往较为枯燥的理论知识转化为形象生动的教学氛围, 由此充分激活学生的学习兴趣。又或者, 在“网络短视频策划制作板块”教学中, 需要学生运用社交媒体平台, 对标各类型短视频头部账号和爆款视频, 对它们槽点、

热点、共鸣点、音乐、效果制作等亮点进行分析, 并充分利用校内实习基地, 在借鉴他人经验的基础上, 策划与制作不同类型的短视频。此外, 在“网络短视频应用”教学中, 教师可以应用情境教学方式, 将学生转变成媒体运营工作人员这一角色, 各小组按照自己兴趣爱好注册账号, 并对账号背景、昵称等进行合理设置, 教师还应该制作 KPI (绩效评估) 的标准, 以一段时间为周期, 要求小组成员自行进行日常账号更新维护, 教师根据指标考核评价运营效果。

(二) 结合市场需求, 有效完善教学内容

在以往的短视频教学中, 基本是以各种短视频策划、写作为主, 为了更好地与教学目标相适应, 对教学内容作出适当调整, 主要包括以下三大模块: 短视频理论概述、策划制作和运作。其中, 短视频理论概述主要包含短视频的相关概念、发展历程、短视频平台类型及特征、现状及发展前景等, 通过理论讲解与实例剖析, 为后续短视频制作与策划打下坚实的基础; 策划制作是对不同类型的网络短视频项目化, 其中包含带货短视频、剧情类短视频、知识分享类短视频、VLOG、休闲娱乐类短视频等, 学生要以小组为单位, 按照教师所发布的任务, 对标头部账号或者自主创新制作短视频的分镜头写作、视频拍摄、后期剪辑等。在项目任务完成后, 各小组选出小组代表进行汇报, 由教师进行重点评价, 反馈改进方案。运营板块内容, 主要包括平台账号日常的运营与维护(比如文案撰写、图片编辑、内容发布等), 跟踪视频推广效果, 分析总结数据, 策划网络话题, 用户分析, 策划运营方案, 掌握如何维持老粉丝、吸引新粉丝的方法。另外, 为了吸引流量, 教师可以提醒学生在短视频制作中, 可以适当融入地方文化, 如漆器、木版年画等非物质文化遗产的内容, 以此丰富短视频内涵与价值意蕴, 促使他们能够主动继承与发扬传统文化, 使学生的人文素养得到显著提升, 进而全面提升短视频课程教学的成效性。

(三) 拓宽校企合作领域, 加强实践教学效果

在短视频课程教学中, 为了有效增强学生的实践能力, 教师需要根据学校定位、区域发展特征等, 主动与当地企业、新媒体企业密切联系, 将真实的商业项目引入实践教学, 促使学生获得比较丰富的实践教学体验, 有效增强学生的创造力与竞争力。在实践教学, 教师可以根据各个课程模块引入各种企业项目, 在教师的指导下, 由学生组成 4-6 个人的团队, 按照团队成员真实状况和爱好, 对企业项目进行合理筛选, 实现“实施项目计划—组织项目实施—项目检查评估—项目成果展示”的过程。例如, 高校可以主动与当地新媒体企业构建合作关系, 引入真实的商业项目—为某品牌面膜做宣传。在正式授课前, 教师与企业展开深度沟通, 老师在上课之前就和企业进行沟通, 确定合作的具体内容, 明确企业真实需求, 并将相关要求分享给学生。通过对商品销售的剖析, 让各小组在 3 个月的时间里, 写出一个带有商务性质的

小视频。各小组明确各成员的职责,由教师确定创意方案、拍摄素材、后期制作等,在项目结束之后,邀请企业负责人参与项目成果展示评估。所有小组展演结束后,由企业负责人颁发奖项,并结合市场需求传授寻找产品卖点的方法、爆款短视频的形成因素、视频推送时的技巧等。

(四) 加大师资队伍建设和提高教师综合素养

高校为了有效提升短视频课程教学质量,应该注重提升教师队伍综合素养与水平。师资培训内容包括:新媒体技术发展动态、短视频制作技巧和方法以及沟通策略设计和实现。在此过程中,教师能够及时掌握行业发展趋势,更新自身知识结构,以此不断提升他们的职业素养。学校可以鼓励教师积极参与实践项目,担任项目指导老师或顾问。通过参加实践活动,使教师能够对行业实际情况及工程过程有更深层的认识,培养学生动手实践能力和创新思维,以便更好地对学生进行有效指导,提高教学质量。另外,学校可以组建由具有丰富教学经验和专业背景的教师组成的教学团队,共同负责短视频课程的教学工作。师资队伍中教师之间可以通过相互交流、学习,对教学方法、教学资源进行研究,从而使教师教学工作质量得到有效提高。此外,高校可以搭建教师沟通交流平台。通过定期教学经验交流和教学案例分享会,使教师之间能够相互交流教学经验,讨论教学方法,相互启发,共同提高。学校应鼓励教师参加有关的研究计划或实际工作。在科学研究与实践的过程中,教师能够进一步拓宽自身的知识面,增强自身的科研与创新能力,更好地对短视频课程教学内容与方式进行革新。高校也要定期评价教师各项教学工作,对教师进行有目标的训练和引导,确保他们可以明确自身不足,并持续改进自身不足,进而有效提升教学质量。

(五) 注重实施思政教育,引领正确价值观树立

短视频课程教学需要学生不仅具备较好的专业素养,也需要树立正确的职业价值观。对此,教师也可以利用短视频“直观性”“带入感”等特点,增强学生的同理心,并有效渗透思想政治教育元素。例如,教师可以向学生分享正能量短视频,如歌颂英雄人物、事迹的优秀短视频,向学生渗透思想政治教育元素,并引导他们从摄影技巧、创作题材上展开剖析和评判。教师可以要求学生将自己身边正能量故事写成脚本,并做好短视频制作工作做好准备,选择与之相贴合的音视频。在实际教学中,教师可以布置以家乡变化、家乡美食介绍、身边楷模故事为主题制作短视频,这样学生不仅可以体验到自己家乡的风土人情,还可以体验到优秀模范的个人魅力。在这一系列短视频创作中,教师也需要对主题内容进行严格检查,一旦在思想层面出现问题,需要及时订正。与此同时,教师还可以通过对学生的价值观和思想发展进行侧面的观察与了解,让他们对中国特色社会主义核心思想有更深层的认识,并能用镜头语言来准确地讲述好的、有感染力的故事,把“思政”和艺术表现结合起来。这样,不仅能给学生更好的审美感悟,还能使他们对思想的教育、道德的熏陶,进而真正落实立德树人根本任务。

(六) 注重结合多种考核方式,注重考核结果动态性

考试是检验学生学习效果和教学效果的一种重要手段。例如,在“短视频编导”教学中,教师也可以及时革新评价方法,改变了以往的闭卷方式,采用考查的方式。综合评价成绩包括平时成绩、实践成绩和期末大作业成绩,分别占20%、30%和50%。平时成绩和实践成绩的设置,可以充分体现了考核的过程性和动态性,对学生阶段学习结果进行纵向评价。在动态评价过程中,学生的出勤和课堂表现是其重要的一部分,而且也需要将学生作品展示、互动等行为也被纳入教学评价之中,用分数激励学生自主学习、

合作探究。实践成绩主要包括短视频策划、制作、运营等方面,项目成果和运营KPI指标与实践成绩挂钩,都是跟实习的结果相联系的,通过学生的自我评估、互评、教师评价,确保教学评价均有反馈。期末大作业的成绩则是一次总结性评价,各小组根据教师命题,自己设计、制作、上传短视频作品,对学生给予综合评价。

三、短视频课程的创新及推广价值

(一) 课程方案更具灵活性

目前,高校关于短视频制作的教材及资源并不多见。为此,在课程设计中设置相应的前置课程。在这一背景下,通过对实践工作内容的梳理,提取出有典型意义的工作内容,从而简化短视频教学课程的设计,并且可以按照特定的工作内容和实际情况,灵活调整短视频课程各个模块进行灵活设计,确保工作任务可以顺利完成。

(二) 注重生产能力的提升

教师归纳并分析自身的短视频教学实践经验,发现学生实际上参与更多的是工作任务中的拍摄、后期、宣发等生产环节,只有部分学生能够参加前期策划、编导等工作,这主要是因为学生在短视频制作中创新能力不足。因此,在课程设计中,教师应该将品牌化和创造性的内容结合起来,使之更符合学生实际工作需要,同时,也可加入后期技术相关内容,提高学生创新意识与能力水平,进而确保他们可以制作出更为优质的短视频作品。

(三) 更好助力高等教育

目前,市场上的短视频制作训练班有很多,但是因为培训师的专业度欠缺,在训练过程中存在一些不够系统的问题。高校凭借其充足的教学经验及丰富的教学资源,将其打造成面向成人教育的一项服务课程。在这门课程的设计中,还可以借鉴商业方向的培训成果,针对不同的知识和技巧,选择不同专业的教师来讲授,并且配备一位企业的指导老师来确保课程的专业水准。因此,短视频制作这门课程可以在教学的同时,尝试将其拓展成为一款面向成人教育的训练产品,创新其应用价值。

四、总结

总而言之,对短视频课程教学改革是新时代高校教育的必经之路,为了实现教学目标,高校应该立足于实际情况,从以下环节着手:运用多元教学模式,优化课程教学模式;结合市场需求,有效完善教学内容;拓宽校企合作领域,加强实践教学效果;加大师资队伍建设和提高教师综合素养;注重实施思政教育,引领正确价值观树立;注重结合多种考核方式,注重考核结果动态性,进而有效提升教学质量,将学生培养成一名合格的短视频制作人才。

参考文献:

- [1] 周源源. 短视频创作与运营: 从入门到精通 [M]. 北京: 清华大学出版社, 2020.
- [2] 吴晨光. 短视频创作与推广策略 [M]. 北京: 人民邮电出版社, 2019.
- [3] 邓竹. 短视频策划、拍摄、制作与运营从入门到精通 [M]. 北京: 北京大学出版社, 2023.
- [4] 张洋洋. 数字媒体艺术设计专业短视频制作课程教学设计研究 [J]. 科技视界, 2022(20): 145-147.
- [5] 猎聘网. 猎聘发布《短视频领域就业大数据报告》[EB/OL]. 取自 https://www.sohu.com/a/448939373_162522, 2021-02-05.

基金项目: 2023年度江苏地区教学教改类型项目“基于数字化转型条件下的国际短视频人才培养模式与课程体系改革研究”(JG202311)