

浅析国内高校校史宣传片现状

汤广辉

(辽宁 沈阳 沈阳化工大学 110142)

摘要:随着新媒体时代浪潮的来临,高等教育的竞争也开始面向国际化,社会化。人们也有越来越丰富的网络渠道了解学校的方方面面,各高校也都早已踏入竞争的浪潮,提高学校的核心竞争力,树立良好的学校形象已是各校在如今的市场竞争中首要的发力点。在信息化普及的今天,宣传片早已不是千篇一律的“你有我也有”的插件,而是能够真正展现学校文化的重要环节。校史宣传片作为宣传片重要的一部分,在宣传学校文化氛围,阐述学校底蕴有着独特有力的作用。

关键词:高校校史;现状

Abstract:With the advent of the new media era, the competition of higher education has begun to face internationalization and socialization. People also have more and more abundant network channels to understand all aspects of the school. Colleges and universities have already stepped into the wave of competition. Improving the core competitiveness of the school and establishing a good school image are the primary starting point of each school in today's market competition. Today, with the popularization of information technology, the promotional film is no longer the same plug-in of "you have and I have", but an important link that can truly show the school culture. As an important part of the propaganda film, the school history propaganda film plays a unique and powerful role in publicizing the school cultural atmosphere and expounding the school details

Key words: university history; present situation

第一节 选题的缘由与意义

伴随着广告产业文化和宣传营销理念的发展,宣传片近年来一直被各高校、企业用于展现自身形象,宣传企业或者学校文化,宣传片将宣传对象的结构元素进行,有重点,有目的,有序的排列组合,达到展现企业风貌,传播校园文化,从而观看者增强对企业或者其他机构单位的信赖感和认同感。

校史宣传片的发展历史并不长,作为一种需要以学校历史底蕴为传播媒介的传播活动,它是对学校历史进行有秩序的艺术加工,但又不会破坏历史的真实,严肃的一种宣传方式。不管是从传播对象上,还是从传播目的上,校史宣传片都不同于其他的宣传门类。最根本的原因在于校史宣传片更注重对内影响,虽然也会存在彰显学校历史底蕴以达到招生目的,但作为在特殊场景如校庆庆典活动而制作的宣传片,最核心的作用还是在于提高校园凝聚力以及学生及教师或者其他工作人员对于学校的认同感。

校史作为一个学校发展历程的真实记录,其对于学校建立高水平,高质量大学具有非常重要的指导意义,现在很多学校更注重招生宣传片外在的学校形象条件、设施,而忽略了对于一个学校同样重要的精神层面的深刻剖析。

第二节 研究思路与方法

本文首先通过网络分析校史宣传片在如今竞争激烈的市场中的独特作用,其次以举例分析法了解各校或企业宣传片的结构及传播效果,再剖析个例校史、校庆宣传如今发展面临的问题,结合大数据分析原因,优劣。最后在此基础上提出建议并反思当今宣传片存在的问题。

1.文献资料研究法。通过收集检索关于宣传片的各种文献资料,借鉴了解国内外相关学校或企业历史及影像资料,研究校史宣传片作为思维形态传播方式在传播效果上的实践。

2.案例对比分析法。结合各校及其他企业等组织机构的宣传案例分析历史传承对于宣传片的影响比重,选取案例对比,找出宣传片存在的问题,校史宣传片在如今的宣传浪潮中该做到怎样的创新。

第三节 校史宣传片概念界定

1.校史宣传片作为高校历史传承中的延申,多出现在校庆纪念日或者其他重大的活动中,大多都以学校发展历程,所获奖项,名人校友进行宣传制作,形式感强,颇具含金量。但往往受困于模板而很难做到创新,大多宣传片都带有刻板的元素。

第二章 宣传片问题分析

第一节 宣传片内容层面问题分析

(六)内容重复度高。我们发现很多大学校史宣传片都存在非

常严重的趋同,例如某某名人走进校园进行友好交流,创办的哪些项目,开创了什么先河。这些内容自然可以展现学校的实力与形象,可是很多学校每年的宣传片都延用了这些资料,只是存在叙述方式上的不同,更甚只是作了语句的颠倒,只增加了这年的一些奖项。通过针对一些学校学生的调查访谈,很多人都对学校的宣传片没有什么印象,个别了解过学校宣传片的同学也对学校宣传片有很强的重复感,这种重复给想了解宣传片观众带来很强的疲劳感,这种简单粗糙的宣传片代表了低劣及资源的浪费,公众对学校没有了解欲,甚至给学校带来负面影响。简单机制缺乏创新,这是很多宣传片普遍存在的问题。

(七)内容缺乏核心,冗杂。校友作为宣传片彰显学校实力的常客,被大量用在了校庆,招生等宣传片里,但很多宣传片缺乏内容的核心分配,简单罗列呈现,都是一带而过,缺乏重点,不能给观者带来印象,反而拉低了观赏性。

第二节 宣传片传播效果问题分析

三、传播连续性不足。在科技蓬勃发展的今天,新媒体已然成为时代的宠儿,它对于观者有着潜移默化的影响,动态的视频远比传统的报纸刊物更加富有感染力,更容易从意识形态上形成对某件事物的观念看法。随着精英教育转向大众教育,敦促着学校进行市场的高度结合,利用新媒体塑造学校形象,获取优秀的师生资源,传播渠道的多样化成为每个学校,企业机构必须要完善的层面。然而很多学校面临传播渠道疏于打理的问题,尽管建立了微博,贴吧,公众号,抖音等账号,但却形式大于实际,更是大家都有的心态,没有将学生这个年轻庞大,有着强大力量的青年团体充分融入学校的自媒体系统中,建立创新的自媒体形式,充分结合青年新时代前沿无可替代的作用,利用自身带来的新媒体资源来为学生提供锻炼的渠道,从而成为新时代的领先者,新媒体时代享受红利的赢家。

四、缺乏专业的媒体系统。宣传片的制作不同于普通短视频的拍摄,必须经过沟通、策划、方案、拍摄、后期、审核等一系列专业有体系的程序达到行之有效的宣传效果,而很少有在校学生能达到专业的水准。所以有很多学校选择宣传片的外包制作,这种外包解决了宣传片的专业问题,对市场的需求也更具有针对性。但这种方式显然也不是没有弊端,像校史宣传片作为本就容易重复的宣传形式,经过外包的制作就更是有着高度的相似性,商业气息浓厚,宣传片有形却缺乏学校独有的文化精神。由专业性较强的教师与校外进行深层次的交流合作并开展关于宣传片的校园活动组成新的合作模式是理想的操作形式。

第三章 宣传片案例研究及创新

(下转第 123 页)

学目标以及教学内容,根据学生的发展需求与社会发展所需为导向,进而制定合理的教学计划和教学内容,教师可以有针对性的帮助学生提升口语表达能力和听力,可以在大学一年级让学生掌握英语听说读写的基础能力,大学二年级在基础知识逐渐增加难度,大学三年级的就可以按照学生的专业和毕业岗位所需进行有针对性的教学,进而培养出具备听说读写综合英语能力的优秀人才[6]。此外,教师还应该重视发挥课上和课下协同教学的优势和作用,使得学生全面提升英语学习能力和应用能力。

(三)采用多元化的教学成果评价方式

在OBE教学理念下开展大学英语教学,教师需要重视提升学生的探究能力,使得学生在遇到英语问题时能够分析问题并加以解决,在教学中充分调动学生的积极性并突出以学生为课堂中心^[7]。此外,教师要重视采用多种多样的教学成果评价方式,在实施教学成果评价过程中可以作用数据分析方式,利用信息技术手段将学生的学习成果形成数据并加以分析,进而反映出学生对知识的理解和掌握情况^[8]。此外,还可以针对学生日常遇到的问题进行指导,并对其学习情况进行点评,促进学生更加积极主动学习英语。

结束语:

综上所述,运用OBE教育理念能够有效提升大学英语教师的教学质量和教学效率,为提升英语的实用性提供有力保障,进而使大学生各方面能力以及综合素养得到有效提升。新时代背景下开展大学英语教学,教师需要积极采用现代化教学模式并不断更新教学理念,培养学生拥有良好的英语听说读写各方面能力,并在日后的工作和生活中能够更好的应用英语进行沟通与交流。随着OBE教育理念的提出与深入推进,使得学生在大学英语教学中能够有效提升自主学习能力,并重视以理论与实践相结合的方式来提升学生的英语

运用能力,并帮助学生有效解决生活中和学习中遇到的英语问题,进一步提升教师的教学质量和效率以及学生的学习效率。

参考文献:

- [1] 李会菊. OBE理念与翻转课堂结合下的大学英语教学模式改革研究[J]. 长春工程学院学报:社会科学版, 2016(4):4.
- [2] 田文燕, 欧蕴灵. 成果导向理念下大学英语评价模式的研究[J]. 山西煤炭管理干部学院学报, 2019, 032(002):55-57.
- [3] 杨立梅. 基于OBE理念与翻转课堂结合下的大学英语教学改革实践与探索[J]. 中国校外教育(下旬刊), 2018, 656(36):104+139.
- [4] 王薛文, 杨平. 全球对话背景下,基于成果导向(OBE)理念的大学英语混合式教学模式改革研究[J]. 湖北农机化, 2020(7):1.
- [5] 金国臣, 惠莉君, 施洋. 基于翻转课堂理念的大学英语教学模式研究——OBE教学理论对大学英语教学的启示[J]. 林区教学, 2021(9):3.
- [6] 陈芙, 陆嘉, 王馨. OBE理念下中国文化在大学英语教学中的融入研究[J]. 黑龙江教师发展学院学报, 2021, 40(11):3.
- [7] 单李欣. 理工类院校大学英语教学改革创新研究——基于OBE教育理念的几点思考[J]. 文化创新比较研究, 2018(6):2.
- [8] 唐娜. OBE理念下课程思政融入《大学英语》教学设计探索——以《新视野大学英语1读写教程》Unit4为例[J]. 新丝路:下旬, 2020(24):2.

(上接第117页)

近几年来,宣传片已经成为许多企业争夺市场的有力手段,在资本市场的刺激下,企业宣传片无疑走在了许多学校的前面,层出不穷的广告创意,不断打破常规的宣传方案,诞生了许多亮眼的宣传片,为了理论能更好的与实践结合,对校史宣传片的创新产生正积极的推动,这里选取了建行宣传片《我和我的理想》作为案例来提供创新的思路。

第一节《我和我的理想》案例研究

提起建行,很多人都会想到一串冰冷的数字,然而这只建行财富季的宣传片却打破了人们的刻板印象,视频开场就是气吞山河的恢弘场景,一望无际的海面,沙海茫茫的戈壁,连绵起伏的沙漠,向我们展示了震撼的“深水港”、隔壁铁路、沙漠绿洲这些大国工程,然后便是情绪的深层次渗透,一砖一瓦,都将变成沉甸甸的回报,回到每个平凡人对生活的投入,也开始收获了希望,结尾高亢的伴奏再次呼应大国工程,伟大的理想和小小的愿望交相呼应,一同生长。随着音乐,画面的多次转场,情绪也一同跳动。最后一句收尾“我们是建行龙财富”简洁而有力量。相较于过往银行精致,高大的宣传片,这支宣传片抓住了与平凡人的交融,触发强烈的情感共鸣。

第二节 校史宣传片创新建议

本人认为校史宣传片的创新在于情感的共鸣,减弱让观众产生视觉疲劳的部分,文案和画面和谐统一,校史宣传片更多是传播精神,创造学校历史和观者的情感连接点,完善内容、扩展途径、优化过程。

1.拓展创作思路,在外包横行的高校宣传片市场,如何使观者眼前一亮,从浩如烟海的宣传片中脱颖而出,内容的呈现,拍摄手

法的改进创新,制造视觉效果的耳目一新都是必要的条件。校史宣传片更是如此,第二炮兵工程大学拍摄的宣传片呈现了严谨的内容结构,合理的视觉分配效果,高昂的情绪感染力,让每一个观者都不禁热血沸腾。它的内容非常完整,每个节点衔接也都不显单调,文化学习,军事训练和课后生活在宣传片中表现的张弛有度,浮雕,雕塑的细节展示也为宣传片奠定了浓厚的历史深度,让整个宣传片有了夸张的感染力。

2.突出学校特色。校史宣传片作为学校底蕴的解读,展现学校特色至关重要,因此要有强大的刺激点来吸引观众的注意,以此强化刺激点给受众留下学校的记忆点,充分展现学校的文化特色,区别于流水账式的叙述,避免受众产生疲劳感。

3.加强推广和传播。宣传片的传播方式不能再局限于传统的媒体,新媒体的传播方式更加迎合年轻人的需求,更加符合学校的传播定位,在新媒体时代,学校不应再墨守成规,可以适当的“推销”自己,加入市场竞争的浪潮,敢于突破,勇于创新。

四.结束语

宣传片的发展也印证着校史宣传片的走向,如今宣传片越来越多的采用微电影的形式来创作具有故事性和趣味性的宣传片,独特新颖的叙述方式具有强烈的观赏性,受到越来越多年轻受众的追捧,将学校文化历史以一种更加轻松的方式展现,已经成为一种日渐流行的趋势,与社会上热点话题的对接也是高校竞争的接入口。随着各种无人机等黑科技的出现,在拍摄方式上也存在着更多的可能。市场会催促着高校宣传片的不断革新前进,作为高校宣传的重要方式,虽然现在宣传片的制作还处于探索阶段,但随着社会发展,校史宣传片等一系列的方式一定会有中国特有的高校宣传特色。