

电视广告教学中“问题+案例教学法”的整合与创新

孙会, 王志东, 杜春娥

(河北师范大学 新闻传播学院, 石家庄 050000)

[摘要]在电视广告教学中,整合传统的问题教学法和案例教学法,创新“问题+案例”的教学新方法,以学生为主体,以学、思、练为任务,将课堂知识内容设计为不同的问题,并结合精选案例进行讲解和分析,以生动形象的案例,清晰学生对问题的认识和对知识的学习,同时结合课后作业,强化学生学习的成果,形成学习的链条,以达到最佳的教学目的。

[关键词]问题+案例 教学法 电视广告

doi: 10.3969/j.issn.1673-9477.2015.03.034

[中图分类号] G642.0 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1673-9477(2015)03-114-03

广告教学最大的特点就是突出其实践性的特色,电视广告教学既是如此。各种教学法中,案例教学法是最好的结合实践、突出实践特色的方法。但为了引导学生积极参与到教学中来,启发其思考和训练其能力,还需要结合问题教学法,即通过问题设置来贯穿教学内容,强化教学效果。因此,整合问题与案例两种教学方法,创新出“问题+案例”教学新模式,充分利用各种教学资源优势,将研究教学内容与研究教学对象相结合,激发教学热情与学生学习的乐趣相结合,从而收到更好的教学效果。

问题教学法也称“问题解决式”教学模式,即将所要传授的知识设置成各种问题,启发学生通过在教师的指导下分析和解决问题,从而达到学习和掌握知识的一整套较为稳固的教学程序。“问题解决式”教学模式强调把学习设置到复杂的、有意义的问题情境中,通过让学生解决真正的问题,来学习隐含于问题背后的科学知识,形成解决问题的策略,并发展自主学习的能力。

案例教学法则是一种以案例为基础的教学法(case-based teaching),教师在备课时按所授知识的内容,选择典型案例,通过在课上讲解,将知识的内容融入其中,引导学生参与案例的解读,从而完成学习知识的教学方法。

两种教学法都有各自的优势和不足,如问题教学法中,问题的设置如果只是脱离案例的纸上谈兵,实践性的课程特色难以体现。同样案例教学中,如果不设置问题情景,可能也只是停留在举例说明的传统教学法上。而“问题+案例”教学法,就是将两种方法结合在一起,克服各自的不足,充分发挥其优势。

概括地说,电视广告教学中的“问题+案例教学

法”就是根据教学目标的需要,以典型的电视广告案例作为教学资料,结合教学内容,设计各种问题,通过案例解读来讲解知识、解答问题、启发学生独立思考,引导学生从个别到一般,从具体到抽象,进一步学习理解广告原理的一种理论联系实际的教学方法。它是以学生为主体展开的自主型学习、趣味型学习、研究型学习和训练型学习的综合式教学方法。在案例分析中解决问题,在问题分析中结合案例,让问题和案例最好地结合在一起,激发学生的兴趣和主动性,有目的地引导学生去探讨案例所涉及的问题,同时又能更好地将问题明确化、清晰化,达到形象与抽象、感性与理性及实践与理论的完美结合,促使课堂教学达到最佳的效果。

教学是一门艺术,“优化的教学过程蕴含着无穷的魅力,教师通过精心的设计和准备,通过联系学生实际,创设师生共同体验,共同探索,共同讨论的教学情景,激发学生学习的兴趣和活力,让教学过程之美吸引学生,滋润陶冶学生。在这种教学中,师生充分交往合作,或质疑辩论,或分析思考,师生一同为学问而探究,为成功而喜悦,师生情感交融,心灵同往,以学生作为学习的主体,充分发挥学生学习的自主性、能动性,倡导学生积极参与,亲身体会。”^[1](p537)]大学教育更应当突出教会学生自主学习、掌握学习方法和培养运用知识能力的特点。结合新媒体教学环境,教学改革要注重学生的参与、新设备的利用和新资源的运用,问题+案例式教学法的优势也正能体现在这些方面。

(一) 利用多媒体教学资源,突出专业的实践性特色

实践是这一专业课程最大的特色,案例教学法是课堂上体现实践性最好的方法。同时,多媒体的

[投稿日期] 2015-01-06

[基金项目] 2014年度第14批河北师范大学校级教学改革课题项目

[作者简介] 孙会(1968-),女,河北蔚县人,副教授,博士,研究方向:广告学与电视广告。

设备和媒体资源提供了收集大量案例和课堂上进行演示的可能。但传统的案例教学法，主要是结合教学内容以举例说明的方式来呈现，这就使案例不能全面展开和细致分析，其作用受到限制。同时，学生处于被动地“看”的状态，没有参与到案例分析的过程中，教学效果有限。^{[2] (p46)}而问题+案例的教学方法，是在注重案例分析的前提下，将教学内容设计成问题，通过启发学生对案例的解读和回答问题来学习这些知识，从而克服了传统、单一的案例教学和问题教学的弱势，强化了教学的效果。

（二）强化教与学的互动性，体现学生的主体地位

教学中学生的地位和角色日益受到重视，教学不再是简单的填鸭和单向传播，老师的作用更多要体现在对学生课堂积极性的调动、能力的训练和问题意识的培养上。因此注重师生互动和学生参与教学是教学改革要关注的核心问题。在“问题+案例”的教学模式中，既可以通过案例来提升兴趣，也可以通过问题来使兴趣变成其探究的源动力，既可以挖掘教师对教学内容的深入理解，也可以训练学生分析、研究问题的能力这样就“有利于培养民主社会所需要的具有自己的理想、思想和情感方式的独立人格的公民，有利于培养学生的独立性、主动性、积极性、创造性和创新性。”^{[3] (p118)}

（三）深化知识解读与能力培养的结合

知识的学习是教学中的一个方面，而问题的设置是通过把知识内容变成有探究性的问题来提高学生的学习兴趣 and 探究意识。同时，如果只有知识的讲解一方面会使学生变成被动的接受者，另一方面会让学生感到自己离实践远些，效果不好。另外，在课堂作业的设计中，也会让学生结合学习的知识来寻找案例进行分析和讲解，这样就使他们更深入地参与到教学中来，学习的自觉性和能力的训练都会更强。因此，把案例教学法引入其中，通过鲜活的电视广告案例，让知识变得丰富而有趣，问题变得生动而形象，也使课堂效果最大化，最优化。同时，通过引导学生对案例的分析和讲解，也培养了他们沟通、总结、表达的能力，使其在更多的方面得以训练。

（四）提升拓展思考与深度学习的能力

通过问题+案例教学，将案例与问题结合起来，使学生能够从案例中找到一般性的规律，又能从对问题的诠释中理解案例的个性特征，从而深化和拓展了知识内容。同时，大量的案例收集又能让学生

做到举一反三，充分而全面地考虑问题，提高了他们学习的深度和广度。

总之，“问题+案例教学法”就是整合这两种方法的优势，规避其不足，充分发挥电视广告的课程特色，调动学生参与学习的积极性，以求达到最佳的教学效果。

三

为了更好地诠释“问题+案例教学法”模式，下面以“运动镜头”这一课程内容为例进行详细分解。

示例：

“运动镜头”教学设计

教学目标：理解和掌握运动镜头的基本概念和运用运动镜头的意义及电视广告中的不同运动镜头运用的技巧等基础知识，能够分析出不同运动镜头在电视广告中所产生的心理效应，学习运用不同运动镜头进行电视广告创意，培养学生对运用运动镜头创意和表现电视广告的兴趣和能力。

教学内容：运动镜头的概念、种类、各种运动镜头的不同心理效应、电视广告中不同运动镜头的运用及表现等。

重点、难点：运动镜头的不同心理效应

教学方法：“问题+案例教学法”

基本模式：“问题+案例教学法”模式

在这个教学模式中，教师首先要根据课程内容精心设计问题和选择典型案例，问题的设置要涉及三个部分的内容：基础知识、拓展思考和能力训练。针对这三个不同内容的问题，将选择适当的案例进行分析和讲解。如基础知识方面的问题一般找一些影视资料和简单表现的广告案例，拓展思考方面的问题就要找一些有深度和技巧的案例，特别是运用运动镜头创意的电视广告。而对于能力训练方面的案例，是把它作为课后作业分配给学生去做，一部分作业是学生负责收集相关案例，另一部分是让学生根据所学知识和对案例的理解进行自己的广告镜头设计，等下次上课时进行检查。这样既可以关注到学生对知识的学习、理解和运用情况，也可以对教学的效果进行评价，同时查漏补缺、强化重、难点内容。概括地说，该教学方法做到了：案例、知识、问题相结合；教、学、思相结合；教师讲授、引导、启发与学生学习、思考、回答相结合；课前、课中、课后相结合等，不仅发挥了教师积极备课、认真教学的主动性，也激发出学生学习、思考、训练的主动性，始终参与其中，变被动为主动、变消极为积极，不仅对专业知识和能力的学习有意义，

对其分析、总结、讲解等能力提升也有帮助,从而使学生会学习、学会运用、学会思考和解决问题。

四

任何教学方法的探讨和实践都是以达到学生学得最佳效果为目的的,因此,必须掌握和遵循一定的教学原则进行,否则很难有预期效果。

(一) 主体性与互动性原则

教学设计中充分考虑学生的主体地位,要始终关注学生的学习兴趣和需求,如演示案例后要组织学生分析和讨论,问题提出后要启发学生进行思考和解答,从而将学生参与的积极性和主动性激发出来,切忌所有的设计与学生无关,只是教师自说自话的单向活动。

(二) 引导性与参与性原则

在这个教学模式中,教师的引导作用很重要,一方面,在备课时需要设计问题来引导学生进入问题的思考中;另一方面,在分析案例时也需要引导学生认真领会新的知识内容。同时,学生能够在此引导下,积极主动地参与到案例的解读和问题的解答中,通过运用原有的知识和能力,更好地理解新知识的内容,强化学习的效果。

(三) 针对性与趣味性原则

案例的选择和问题的设置要有针对性的目标,即以课程所授知识和保证学生会学为目的。一是有针对性选择案例,二是设计问题要突出重点、难点,能力培养要密切联系课堂所学的知识展开。同时,案例教学方法的运用能够更好地引发学生对知识和问题的兴趣,更形象地学习、理解和运用课程的内容,提升了教学的效果性。坚持这一原则,根据教学内容有针对性地设计问题、布置作业,切忌无方向性的作业要求,从而更好地保证了教学效果。

(四) 选择性与设计性原则

首先,案例要有选择,时间和程序上要有控制,都需要提前设计,切忌无设计的随意性的举例和提问,时间上要控制好,不能案例太多,或讨论时间过长,反而影响课堂效果。其次,在问题环节设计要紧密合理,密切联系每次课的知识内容,并结合案例进行考量,切忌问题与知识、案例无关。

(五) 效果性与检验性原则

教师要有效果检验的意识,认真把控教学的每个环节的效果,一方面考察教学的设计上是否合理、是否存在问题;另一方面为以后教学改进提供经验和借鉴。

综上,新的教学改革的探讨,更应该适合新形势的出现。今天,“知识不是通过教师传授获得的,而是学习者在一定的情景中,利用他人的帮助和必要的学习,通过意义建构的方式而获得的。基于此,要求学生由知识的灌输对象转变为知识意义主动建构者,教师由知识的传授者转变为学生主动建构意义的促进者,在此意义上,教师通过构建教学与学习环境,激发学生学会学习、自主学习日显重要。”^[4]“问题+案例”教学方法正是适应新媒体时代的需要,充分利用多媒体优势,发挥教与学的最大潜能,为实践型专业课程的建设提供有益的方式,以为新时代人才的培养有所贡献。

注释:

- [1] 宋秋前, 陈宏祖. 教育学[M]. 浙江大学出版社, 2010.
- [2] 宫霖. 案例教学法在广告教学中的运用[J]. 南昌教育学院学报, 2012(1):46.
- [3] 刘志军. 教育学[M]. 北京: 高等教育出版社, 2011.
- [4] 韩延明. 新编教育学[M]. 北京: 人民教育出版社, 2007.

[责任编辑 王云江]

The integration and innovation of the teaching method of “Question Plus Case” in television advertising Teaching

SUN Hui, WANG Zhi-dong, DU Chun-e

(College of Journalism and Communication, Hebei Normal University, Shijiazhuang 050000, China)

Abstract: In television advertising teaching, we integrate the traditional methods of question and case, innovate the new teaching method of “question plus case”, take students as the main body, regard learning, thinking and practicing as task, design the knowledge in class into different questions, combine the selected cases to interpret and analyze and vivid case to know clearly about students cognition towards knowledge and learning, meanwhile combine with homework to strengthen the achievement of study and form the chain of study, in order to achieve the optimal teaching goal.

Key words: question plus case; teaching method; television advertising