

教師如何做好一場教學直播——111 年 7 月前瞻教育系列講座



前瞻系列講座合照。攝影：蘇祺家

【課程及教學研究中心 陳怡如】

本院課程及教學研究中心於 7 月 28 日舉辦本年度第 3 場前瞻系列講座，採混成模式，實體參與者為本中心研究人員，同時開放有興趣的基地學校夥伴、院內同仁以線上方式參與，線上人數最高達 132 人。本次邀請 Yahoo TV 團隊劉增怡總監製擔任講師，以「教師如何做好一場教學直播」為題，分享專業見聞，並穿插重大時事議題、生活化的例子，解析如何做好專業網路直播。

劉總監製在媒體圈有非常豐富的經歷，曾擔任 FOX 旅遊節目製作人、東森媒體集團副總經理、世界日報文字記者、TVBS 導播、台視強棒出擊節目執行製作人等職務，近年於 Youtube 製作社會時事、新聞議題相關直播，單一影音可高達 200 萬次的觀看數，協助過多位知名政治人物的競選工作，獲得動腦雜誌公共政策行銷金獎以及 Asia Big Idea Chair 亞洲區傑出獎。

由於網路環境的變化，在逐步邁入 5G 的時刻，不同形式的媒體逐漸走向多元整合，其中網路直播的即時性與互動性為人們帶來更快、更直接的內容，它與其它的傳播方式相比，時常被認為更富有真實性，因而成為現今傳遞資訊、擴大影響力的重要

管道。劉總監製以烏俄戰爭為例，烏克蘭藉由馬斯克支援的 Starlink 網路服務及位於波蘭的大型中繼站，讓人民與軍隊得以保持通訊，持續掌握國內外各層面的訊息，帶來的「情報」成為戰場的核心，牽繫著戰事發展。

回到日常生活，直播的目的在於「社群經營」，除滿足人們與生俱來的社交動機，同時也獲得分眾行銷的效益。想要做好一場專業的直播，必須準備的工夫包含個人專業、粉絲互動、社群經營模式，並擁有網路、攝影、收音的設備與技術，若希望進一步取得期望目標，例如爭取積極互動、打造品牌形象、掌握社群話語群，不僅須敏銳觀察網路環境與趨勢，甚至於完成直播後，透過短影音、媒體轉載、論壇等延伸物接觸並刺激目標社群，都是有助發酵內容、擴大行銷效益的重要項目。劉總監製並提及近期受到高度關注的元宇宙，Yahoo TV 團隊已搭建直播棚，將針對沉浸式體驗、探索發現跟創作者經濟，打造直播新商機。

與談人李靜儀助理研究員從新冠疫情下誕生的 C 世代談起，想像元宇宙將為教育業、製造業、零售業、娛樂業與體育業創造新未來，我們可預見未來工作方式的改變，以及對教育產生的挑戰。她提醒，面對組織型態、生產模式、產品生命週期等迅速變化的環境，以及學用落差擴大的現象，教育應通盤思考學校、教師、學生與產業的下一步。

另外，與談人黃祺惠助理研究員則補充現今線上教學所面臨的問題，可分為政策配套、教師與學生三個面向。從疫情下的數位轉型談起，她整理了教育部制定的法規與線上資源，歸納影響線上教學的各項要素，其中提到教師除了須規劃線上教學流程與佈局，也須確保硬體、軟體的操作細項，同時注重和學生的互動與默契、維護秩序並彈性調整進度，最後分享可為線上教學加分的班級經營方法。