

应用型高校专业课程与思政教学融合路径探略

——以《广告策划》课为例

马一卉

四川文化艺术学院, 中国·四川 绵阳 621000

【摘要】课程思政是高校专业课程发展的必经之路,是专业人才培养工作中的精神指南。广告策划课是应用型高校教育的基础课程,根据课程特色,以及当代大学生的学习习惯,充分剖析思政教学融入广告策划课的必要性和可行性,结合思政课特色教学的具体表现,尝试分析教学实施中存在的问题,进一步探索广告策划融入思政教学的有效发展路径。

【关键词】课程思政; 广告策划课程; 教学融合; 路径探索

2016年,习近平总书记在全国高校思想政治工作会议中提出:“坚持把立德树人作为中心环节,把思想政治工作贯穿教育教学全过程,实现全程育人、全方位育人,努力开创我国高等教育事业发展新局面”,此次讲话充分指明高校思想政治工作与专业建设融合的重要方法论,对如何立德树人、怎样专业思政育人提出了一个新的探索方向。

1 广告策划课程与思政教学融合的必要性分析

将思政教育和广告策划课程相融合,是时代对高等教育发展的规划与要求。广告作为传播媒介的特殊功能,肩负着传播文化与思想的重要责任。将二者相结合,是进一步夯实学生文化基础、坚定政治立场的有效举措。教师在优化课堂建设、提升学生专业素养的过程中具有指导性意义。

1.1 广告作为传播媒介的特殊性

自1979年我国广告业恢复以来,人们逐渐认识到广告不仅仅是说什么,更多地是怎样说的问题。经过长时间的探索,“以调研为先导,以策划为基础,以创意为灵魂”的运作理念成为现代广告发展的核心观念,广告策划也凭借其自身严密的系统性、明确的方向性、鲜明的创造性和学科的综合性的特点,成为当代大学生的专业必修课程。我国是社会主义国家,广告运营自然要紧紧凸显中国特色社会主义的鲜明特征,广告从前期调研、中期策划以及后期制作中,不仅要以提升经济为目的,更要承担其作为传播媒介的社会责任,时刻体现中华民族上千年的优秀传统文化和道德规范准则。广告策划课是培养广告专业人才的核心基础课程,将思政元素融入广告策划课对帮助学生树立社会主义核心价值观、提升学生的职业道德素养具有重要作用。

1.2 学生提高专业素养的指导性

高等教育阶段是学生融入社会至关重要的一步,在此阶段,学生的价值观、世界观、人生观需要正确引导。除了日常与同学接触外,对学生影响最大的就是授课教师,因此老师应该更加注重对大学生价值观的培养,在讲授专业知识之余也要有效引导学生学习新时代我国社会主义核心价值观,从而身行力践地传播正能量,承担公民相应的社会责任。教师在讲授广告策划课时,应该将“爱国精神”、“公益活动”、“民族企业文化”、“民族振兴”、“中国魂”等内容作为广告策划课程的思政内容。建设一种平等、民主的课堂关系,改变填鸭式教育方法,创新课堂互动模式,采用交互式课堂。将教学思路转向启发式教育,培养学生独立自主的学习习惯,提升学生的批判性思维,不断指导学生在广告策划过程中认识社会,深入了解社会的综合性,科学地将思政教学融入广告策划课程中,对提升学生的专业素养具有指导性作用。

2 思政教学融入广告策划课程的教学特色表现

思政教学的本质是研学中育人德行、诲人修养。因此,在思政课程改革建设过程中,要寻求每次行课时教学内容、教学形

式上的创新,利用交互课堂的授课形式,以老师教授为辅、学生研学为主,建立一个共享和谐的教学关系,进一步探索思政教学与广告策划课程的特色表现。

2.1 教学内容设置中的思政实践训练

育德树人是广告策划思政课程改革的核心理念^[1],在设置教学内容时应该从课前、课中、以及课后等多纬度挖掘思政元素,始终围绕“以赛促教、以赛促学”的教学理念,结合广告比赛,采用行动导向方式实施教学,培养学生的实践能力。本课程主要围绕全国大学生广告艺术大赛以及大广赛的学院奖展开内容联合教学,在教学内容设置上分为公益广告与商业广告两部分。在公益广告这部分,围绕民族传统美德:“讲文明、树新风”、“反腐倡廉”;民族传统文化传承:“中国根·中国魂·中国梦”、“一带一路”、“依法治国”;民族气节精神:“四个自信”、“爱国精神”。结合时政与公益广告《传承篇》、《筷子》等更优秀案例,引导学生以公益性内容为主题进行公益广告的策划与制作,通过案例,让学生从各个方面了解中华民族的优秀传统,在策划中要求学生彰显社会主义核心价值观,增强青少年对国家文化及精神的深度认知,培养学生崇德向善的精神情怀,进一步扩大公益广告的影响力,传播核心价值观,弘扬中国民族的精神智慧。同时除课堂案例分析以外,鼓励学生在生活中自选题材,以加强学生的实践执行力。

当然,教学内容设置不仅仅局限于传统公益广告的策划与制作,除了公益广告是部分内容设置外,在商业广告中同样融入思政元素,并带入案例同学生一起拆解商业广告与思政元素的融合,如:以“国产手机品牌标杆”——华为的发展历程为案例,以小见大地讨论企业形象广告案例与“民族振兴”、“民族企业品牌精神”之间的重要联系;以娃哈哈企业的“家文化”为案例,探讨民族企业文化、民族创新精神与商业广告的火花。总之,在教学设定中以比赛为手段,以实践训练为内容,公益广告与商业内容相辅相成,探索大学生思政教学的特色方法。

2.2 行课环节管理中的思政元素传播

广告策划课程采用行动导向教学方式实施教学,教师在行课中承担着对学生引导的重要任务。学生获取指定的广告项目,分5-6人小组完成项目策划,在策划过程中,拟定阶段性实施计划表,详细记录工作内容,以便反思自评。独立完成前期调研,再以头脑风暴的策划会形式制定策划方案,做出决议后小组成员向老师介绍广告方案,通过方案后进入实施阶段,根据实际情况控制策划工作,开始自评与他评,在选题、前期调研、创意风暴、文案创作、广告制作、提交作品这一系列的操作中培养了学生团结协作、创意创新、专业表达及职业操作等多项能力。让学生通过学习获得广告策划与制作的实践技能,同时学生在解读命题和前期调研搜集资料的过程中,会对涉及到的思政元素有自己的解读,

能够更深刻地总结民族优秀传统文化的历史脉络和继承形式,会潜移默化地收到文化精神的熏陶。

2.3 课堂成果评价中的思政融合改进

课程最终考核是对学生和教师的双重评定,是进行课程设计反思的首要步骤,也是再次重点强化思政元素的重要手段。广告策划课程的最终评定可以根据校内教学评定和校外评定两种系统综合展开。在校内可根据年级授课情况举办广告策划与制作的竞赛展,对优秀作品进行点评奖励。校外评定则是联合大广赛、学院奖等全国性广告大赛,参考社会对课程作品的评价及采纳度进行点评。通过多渠道参赛、多角度点评的课程实践,提升学生对广告策划中思政教学的理解。作品获奖一方面是对学生思政认知的肯定,另一方面在传播过程中再次起到了承担社会责任、传播社会主义正能量的引导作用,彰显了实践教学的社会价值,同时,校内外同时对作品点评,更有利于思政融合教学的改进,有助于实现课堂的良性发展与传播。

3 广告策划思政课教学实施过程中存在的问题

根据广告策划的学科特性,把握课程内容、环节管理以及课终评价的思政教学设置,是完成思政课改的重要步骤。但在思政元素融入广告策划课的实施过程中存在着一些亟待解决的问题。

3.1 形式大于内容成为课程改革的首要阻碍

课程思政是新时期高校对思想教育的新路径探索,是培养有担当、有责任的社会新青年的必然选择。广告策划课在如此大环境中进行思政教学探索、改革符合高校专业课程的建设与发展潮流,但同时在实施中出现了形式大于内容的现象。个别教师在思政课堂设计时舍本逐末,为追求形式上的“理想化”忽略了内容的根本定位。尤其是在广告策划课程的思政改革中,由于对部分内容理解不透彻,将思政元素放大,未将思想教育真正融入课堂,成为专业思政课改中的首要阻碍。

3.2 学生对课程思政元素的理解浮于表面

高质量课堂的标准不仅是教师在内容上的自我完成,学生对课程内容的接纳度与吸收情况更是关键。目前,大学生对思想政治课堂的理解普遍不到位,日常生活中对思政理论接触度少,以及教师传统填鸭式教学让学生丧失了学习的兴趣,多种原因导致部分大学生对思政课程的期待值降低,思政课几乎变成了大学生完成学分研修的手段,而非真正领悟思想教育的重要性。因此,专业课中融入思政元素,如果不调整授课方法,会让学生彻底丧失兴趣,从而造成对思政和专业课的理解都浮于表面。

3.3 教师自身缺少思政教学的经验与方法

课程思政是新时代对高校教师提出的新要求,需要教师不断加强自身专业素养与精神修养,在生活和课堂上以身作则,引导学生们的精神世界^[2]。面对课程改革,教师需要从无到有的探索与学习,如何合理地将专业知识与思政元素相结合,并让学生接受成为教师思考的主要问题。在探索途中,可能会因为教师缺乏经验,从而对思政与专业理论的比例把握不好,出现思政元素喧宾夺主,比例高于专业知识,模糊了专业课的概念,或者思政元素流于形式,未突出精神教育的核心内容等问题。此外,专业课教师非思政专业出身,存在自身对思政课程的要点内容掌握不到位和理解不深刻的现象,这也成为课程改革中的又一大问题。

4 广告策划专业课与思政教学融合的路径探索

为寻求质量精良的授课模式,基于上述在行课过程中发现的问题,对广告策划专业课与思政教学融合的路径做了具有针对性地分析与探索。

4.1 内容为王,注重形式与内容的创新融合

作为与学生密切接触的一线教师,在备课过程中应该关注教

学中的重点、难点,围绕课程目的及时更新思政理论知识。在面对形式大于内容的思政课误区时,时刻谨记以内容为王,梳理明确的思政课改目标,制定完善的教学计划,树立健全的课程建设理念,从方法论到实践操作,尝试整合思政教学元素,并将其系统地渗透到广告策划课程中,具有针对性、灵活性地授课,增强学生的兴趣。例如,在讲述传统文化主题的公益广告时,结合优秀公益广告《传承篇》《时光倒流篇》等案例,让学生以小组的形式自由讨论,辩证地去理解公益广告对传统文化的传承作用。将课堂内容的重点引向公益广告如何最大价值地发挥宣传作用,广告策划如何紧跟时代发展与国家政策方针,以及作为大学生,怎样将广告主题生动地展示出来。以这些问题方向为主导,充分调动思政教学在广告策划课程中的主观能动性,完成课程的创新融合。

4.2 以赛代练,满足学生自我实现的新视点

基于思政教学在传统教育中长期留有被学生忽略、给学生压力的刻板印象,要实现广告策划课程的思政改革,必须首先明确学生的真实需求,才能从真正意义上提升思政教育在学生众多课业中的地位。广告策划思政教学必须改变传统重理论而轻实践的教学习惯,采取以赛代练的授课方式,设置合理的奖惩机制,让学生在作品练习中实现专业素养提升的需求,真正架起专业课程与思政教学的桥梁。利用“校企合作+学科竞赛+课程作业”的方法,鼓励大学生树立用作品说话。例如,教师可针对学生对商业广告的了解,带领学生参观相关广告公司,并现场学习从业人员的实践理论与经验,拓展学生对行业领域的眼界,同时也可以加入行业实战训练,让学生独立操作策划步骤,完成学生自我实现的愿望。

4.3 以身作则,提升师资队伍思政素养

提升非思政专业出身教师的政治素养,是完成专业思政课改的必要基础。教师在课堂上以怎样的比例将专业、实事以及政治相融合,取决于自身对思政教育领悟的透彻度。但无论是专业知识还是时事事件,教师都应该明确一点,身为人师不能发表任何违背社会主义核心价值观的不当言论,不能当众宣讲违背法律道德的观点,不能煽动青少年做出与年龄不符的出格举动。必须严于律己,从鲜明的政治立场出发传播社会正能量。同时,还要与时俱进,将行业内的最新动态结合法律条例告诉学生,并引导学生正确对待广告新形势,从而帮助学生树立正确的职业观。

5 结语

广告策划课程与思政教学融合是新时代对高等教育的发展规划与要求,肩负着传播中华民族文化与精神的重担。在对课程进行思政课改的考量中,必须从教学内容、行课管理以及课堂评价等多个维度入手,进行思政元素的设计。同时,针对形式大于内容、理解浮于表面以及教师自身经验匮乏等问题,要及时作出课程调整,始终坚持内容为王,注重教学方式与内容的创新融合,进而满足学生在专业领域的自我提升。作为教师,更是要进一步加强自身思政素养,利用新媒体、采用交互式等多种行课手段,渗透式地将思政教育与广告策划相结合,推动课程思政的进一步发展。

参考文献:

- [1] 石蒙蒙. 新文科建设背景下《广告学概论》课程思政的探索与实践[J]. 湖北经济学院学报(人文社会科学版), 2021(6).
- [2] 刘静.《广告效果测评》课程思政的意义及要点探索[J]. 传播力研究, 2020(8).

作者简介:

马一卉,女,四川文化艺术学院,讲师,硕士研究生。