

思政教育与高校广告学科双语课程教学融合探索

祝璇璇

(上海理工大学 出版印刷与艺术设计学院 上海 200093)

【摘要】思政教育与专业课程的融合是我国高等教育未来发展的重要任务,双语教学是提升我国高等教育国际影响力的基础。目前我国广告学专业普遍开设了双语课程,但思政教育与这些课程的融合过程仍存在许多问题,本文基于这一现状探讨了改善路径。

【关键词】思政教育;广告学专业;双语教育

广告作为信息传递的重要形式之一,不仅肩负着商业信息的传递,同样具有影响消费者思想的重要功能,广告从过去较为单调的商业信息传递向传递价值观、品牌形象的塑造等方向发展。因此,在广告学专业的课堂教学中融入思政内容成为时代必需,也成为广告学教学内容中新的课题。近年来,国家提出建设“双一流”大学和专业的国家战略目标,旨在“提升我国高等教育的综合实力和国际竞争力”,纵观每年的世界高校排名,位居前一百位的国际知名高校均开设英语授课课程,虽然近年来我国一些名牌大学的排名有所提升,但全面提升我国高等教育水平并发挥其国际影响力任重道远,那么,在高校和专业进行双语授课无疑是实现这一目标的基础途径。

一、思政教育融入广告学科双语课程教学现状

(一)广告学专业课程国际化水平有限,限制思政教育的融入

广告学专业是一门年轻的新兴学科,在我国起步相对较晚,由于经济发展等客观因素,我国从事广告学一线教学的教师在出国留学或进修的经历相对欠缺。虽然近年来“海归”博士逐渐进入高校从事广告学教学,但在除北上广深以外的二线城市高校中能够独立开展广告学专业双语授课的教师仍然有限,限制了广告专业双语授课的发展。再者,虽然国内广告学专业教材数量颇丰,但是国际化的纯英文教材或中英对照教材缺乏,融入思政内容的中英双语广告专业教材更为匮乏,严重阻碍了思政教育与广告学科双语授课的融合。衡量一个国家高等教育的影响力不仅体现在名牌大学的世界排名上,更体现为其出版物、教材的国际化程度,广告学专业迫切需要反映中国广告行业并传递中国传统文化、价值观的教材。另外,由于学生的外语水平参差不齐,课堂很难展开讨论,影响双语专业教学效果,也成为思政教育与专业知识相融合的现实阻碍。

(二)专业教师对思政教育理念理解有限,思政教育内容缺乏创新

2020年8月,教育部发布文件要求“使各类课程与思政课程同向同行,将显性教育和隐性教育相统一,形成协同效应,构建全员全程全方位育人新格局”^[1]。该文件明确了思政教育在我国高等教育中的地位和重要性,也意味着思政教育和对大学生道德品质的培养不再只是思政理论课的职责,而应该成为专业课教学中的重要一环。从专业课的讲授到专业课与思政教育相结合的教育理念的转换过程中,如何更好地将二者结合,广告学专业教师正处于磨合和摸索的阶段。

现阶段在高校广告学科专业课的授课过程中,思政内容的讲授方法较为生硬,尤其在专业课的双语授课课堂上,生硬地插入思政教育的内容会让外国留学生产生误解,将思政教育和专业课教学割裂开来,反倒与预期的效果背道而驰。其次,思政教育是一种教育理念的进步,并不是简单的爱国主义教育。“教师的师德师风、学术涵养、人格魅力就是最好的课程思政元素”^[2],教师通过自身的行动、学识、德行潜移默化地影响学生才是思政教育工作的根本。第三,思政教育的内涵应该更加宽泛,包括中国的传统文化、优良美德、职业道德等多方面,高校专业课教师对于思政教育的理解应该向着更广阔的方向延伸,将中国优秀的文化传统杂揉进授课内容中,丰富思政教育内容。

二、高校广告专业双语教学与思政教育融合路径

(一)充分发挥广告学专业特色,将中国观念与西方理论

相结合

广告学专业不同于其他理论性学科,其本身与行业发展紧密相关。由于广告行业对于媒体的高度依赖,新媒体的发展使广告的形式、创意等发生巨大变化。新世纪开始,中国广告行业迅猛发展,许多广告作品在国际大赛上屡次获奖,这样的学科特点也为思政教育提供了更广阔的平台。在课堂上讲授广告学理论的同时,可以结合传达中国价值观、传统文化、正能量的典型案例进行讲解,既可以帮助学生了解广告学专业的相关理论,又可以“润物无声”地进行思政教育,避免枯燥无味、刻意的教学内容。例如,在讲授品牌形象时,可以选取传播中国传统文化的优秀广告作品作为案例,也可以选择中央电视台拍摄的《中国共产党人》这样的优秀素材。

(二)高校教师自身加深对思政教育的思考,延展思政教育理念内涵

想要做好专业教育与思政教育的融合,专业课教师首先要对思政教育理念有着较为深入的思考,才能更好地将其融入到专业课程中。思政教育并不仅限于爱国主义教育,其内涵非常广泛:它可以是中国梦教育、社会主义核心价值观教育,可以是在疫情期间的团结抗疫精神,可以是对国家战略的解读,也可以是对中国传统文化和美德的体现等等,教育部就曾发布文件号召高校教师“挖掘革命文化的育人内涵”^[3],将红色文化纳入思政教育的一部分。

(三)提高师资的英文授课水平,使用灵活多样的授课模式
扩大中国高等教育的国际影响力,能够顺畅地表达思想是基础。“哈佛公开课”有众多的追随者,其重要原因也是英文作为一门国际沟通的通用语言,能够最大限度地抹平语言巴别塔带来的沟通障碍。这对专业教师提出了较高的语言要求,也需要各高校提供更多的出国机会以提升专业课教师的语言能力。就广告学而言,因其独特的学科特色,教师在课堂上可以运用多种教学方法,比如翻转课堂、小组讨论、课堂提案等形式,“让课堂更具人性化”^[4],灵活多样的授课模式可以激发学生的学习兴趣,同时加深本国同学与外国留学生之间的交流,也为思政教育的融入提供了新模式。

参考文献:

[1] 中华人民共和国教育部. 教育部关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要》的通知.

http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603_462437.html, 2021/8/17.

[2] 徐杰. 对专业教育与思政教育融合的几点思考[J]. 学校党建与思想教育, 2021(06): 50页.

[3] 中共教育部党组. 关于印发《高校思想政治工作质量提升工程实施纲要》的通知.

http://www.moe.gov.cn/srcsite/A12/s7060/201712/t20171206_320698.html, 2021/8/17.

[4] 崔人元. 新媒体环境下高校思想政治教学创新路径[J]. 山西财经大学学报, 2021, 43(S2): 124页.

基金项目:

外国留学生政府奖学金服务支持体系(高校国际学生课程与专业建设)(项目编号: 10-21-309-002)

作者简介:

祝璇璇,上海理工大学出版印刷与艺术设计学院讲师,博士。