

# 创新创业背景下我国广告学教育的发展思路

郭冰

(浙江农林大学人文学院, 浙江临安, 311300)

[摘要] 我国广告学教育经过近 30 年的发展取得了一定的成绩, 积累了一些经验。在创新创业背景下, 我国广告学教育要以创新为核心推动专业建设、积极开展创业教育、强化服务地方意识, 提升广告学教育水平, 更好地为社会服务。

[关键词] 广告学教育; 创新; 创业; 服务意识

[中图分类号] G40-05 [文献标识码] A [文章编号] 1674-893X(2011)01-0003-03

1983 年 6 月, 厦门大学新闻传播系创办广告学专业并于翌年开始正式招生, 这是我国大陆真正意义上院校广告教育的滥觞, 也是最早招收广告专业本科生的开始。经过近 30 年的发展, 我国广告学教育办学规模不断扩大, 办学质量逐步提升。除了普通高等院校, 还有相当数量的高职高专也开展了广告学教育。从专业的创办到课程的设置, 从办学思想到实践环节, 我国广告学教育的发展始终与整个社会发展息息相关。

当下, 创新与创业是中国社会发展的两大主题, 教育亦然。温家宝总理在 2010 年的政府工作报告中指出要优先发展教育事业。要解放思想, 大胆突破, 勇于创新, 鼓励试验, 推进教育改革。要以就业为目标, 整合教育资源, 改进教学方式, 着力培养学生的就业创业能力。由此可以看出, 创新创业是今后我国教育发展的关键。这一背景下, 我国广告学教育要如何发展才能适应社会的需要, 才能推动自身的发展更上一层楼, 以下是笔者的一点浅见。

## 一、以创新为核心, 推动整个专业建设

创新是生命力的源泉, 只有不断创新才能提高竞争力。当下, 整个社会都在追求创新, 广告学教育如果不能跟随时代的脚步创新发展, 毫无疑问会被淘汰。那么, 广告学教育如何创新呢?

## 1. 办学观念要创新

一直以来, 中国大学的广告教育存在着一定程度的产学研分离现象, 高校教研缺乏来自一线的最新观点和案例。广告实务界则觉得广告学学生脱离实际, 实践能力比较差。针对这一问题, 各院校在广告学教育中注重实践教学, 努力推进广告的产学研一体化进程, 大力提倡开展以广告媒体、企业进高校为主要形式、以产学研一体化为目标的各种有益于推动广告学教育教学的活动。各院校的做法取得了一些不错的成效, 笔者也深表赞同。因为教育是为服务、为社会服务的, 自然也要为市场、为经济服务, 广告学教育更是如此, 这无可厚非。但是, 这一观念是否应该成为我们的教育理念, 甚至像某些院校那样, 广告学教育要以业界需求为导向? 笔者以为, 这一观念颇有不妥之处。

近一个世纪以前, 教育家蔡元培先生就提出大学的宗旨是“研究高深学问”。虽然今天的大学教育已经不再是精英教育, 但大学毕竟不同于其他教学单位, 它着力于培养人的独立思维能力, 深化人在某一领域的认知。教育的价值虽有功利性的一面, 但非功利性的一面更应是教育的根本追求, 所以, 在人才培养上, 教育界最终要比业界走得更远些。广告和市场的关系如此密切, 广告学教育适应市场需求是必要的。但我们也要看到, 广告学教育不仅仅是

[收稿日期] 2010-11-24

[作者简介] 郭冰(1975-), 女, 山西晋中人, 浙江农林大学讲师, 博士, 主要研究方向: 新闻传播、广告传播、文化传播。

广告技能的教育,它还是专业认知能力的教育、人的综合素质的教育,除了掌握广告技能,还应当对市场、业界动态、广告观念理论等有总体的把握、宏观的认识,能够高屋建瓴地、超前地、预见性地引导业界发展,而不是永远跟在市场的屁股后面。这就要求我们在办学观念上要有超前意识,要有引导意识,要立足于市场又超越市场。当然,这样的目标不可能一朝一夕实现,但只要 we 坚持这样的办学理念,坚持这样的教育方针,终有一天会实现。从脱离市场教学到围绕市场教学再到面向市场又独立于市场教学,这是一个螺旋式上升的过程。

事实上,广告学教育应面向市场又独立于市场,并不是崭新的办学思想,不过多年以来市场经济的发展,使之蒙上了一层灰尘,今天再提出,姑且作为创新之处。

## 2. 教学方法要创新

广告学是一门实践性很强的课程,学生的实际操作能力直接反映了他们的学习成果,关系到他们的就业问题。多年来,业界一直反映广告专业毕业的学生脱离实际,动手能力太差。可见,实践问题是广告学教育中的一个关键问题。如何在教学中贯彻实践精神,各高校已有不少经验,如积极组织参加国内外的相关比赛、参与当地的宣传设计活动、与企业合作为学生提供实习机会,等等。这些都很好地锻炼了学生的动手能力。

在此基础上,笔者以为,对现有教学模式教学方法加以革新,强化实践功能,贯彻实践意识,也不失为一种好的尝试。如在学分的设置上,可以把实践环节也加进去,无论是参加比赛还是活动,都算一定的学分,以此鼓励学生的参与;还可以围绕广告比赛、企业活动等设立相应的教学模块或教学环节,围绕这些实践边教边学,边学边做,教学相长;根据相关课程的特点,实行模拟教学,围绕一单业务展开教学,让同学们真正了解广告业务的流程,真正参与每个环节的工作;组织学生现场或者通过远程方式观摩广告公司的工作;组织在校生与本专业毕业生的交流;把业内人士请进课堂等等。

## 3. 教学交流要创新

一直以来,广告学界的交流活动以各地传播学会、广告学会主办的年会及各种研讨会为主,近年来参会人数及提交著作数量日渐增多,质量逐步提高。不过,这样的交流还远远不够,

次数少不说,交流主体也单一。专业交流不仅是教师之间的交流,还要有学生的交流,业界人士也可以参与。除了面对面的会议交流,还可利用发达的网络技术,组建广告学教育的交流平台。无论是教师、学生,还是业内人士,都可以在这个平台上自由地发表观点,围绕广告理论实践展开讨论,交流信息,形成一种浓郁的氛围。

笔者在教学中常常受到教学资源不足的困扰,学生也反映可供学习利用的资料很少,尤其是比较贴近自己生活的资料。一人技短,二人技长。我们完全可以借助网络交流平台组建资源库,实现资源共享。如广告学教育界联合业界,上传各种教学资料、作品资料,供各方学习交流,在相互品评中取长补短共同进步。

人们常说,广告的灵魂是创意。何谓创意?简而言之,创意就是具有新颖性和创造性的想法。可以说创新是创意的生命,也是广告学教育发展的根本动力。广告学教育中必须秉承创新意识,敢于尝试敢于独特,大胆地打破常规,寻求自己的发展道路。

## 二、加强创业教育

当前,大学生就业是全社会的大问题。为此,国家提倡开展创业教育以推动就业。广告学教育与社会接轨极为密切,具有开展创业教育的极大优势。笔者以为,在未来的广告学创业教育中要注意:

### 1. 明确创业教育并不等于创建企业的教育

创业教育的宗旨在于培养学生的创业技能与开拓精神,培养学生形成创业所必需的领导力、全球化的眼光、敏锐的市场意识、务实的工作作风、锲而不舍的精神、组织运作能力和为人处事的技巧,还包括商业谈判技巧、市场评估与预测能力等,并使具备关于金融、财务、人事、市场、法规等方面的基本知识,以适应全球化、知识经济时代的挑战,并转变就业观念,将创业作为未来职业的一种选择。

创业教育不仅教授关于创办企业的知识与能力,更重要的是,要让学生学会像企业家一样去思考。学生接受了创业教育以后不一定都能自主创业,但一定的战略眼光、良好的沟通协调能力、营销能力和决策意识及相关技能将为他未来的发展提供帮助。

### 2. 创业教育不要纸上谈兵

当前政府视创业为中国发展之源、富民之本、和谐之基,出台了许多政策以推动创业,各高校或企业也为创业教育提供了各种具体扶助措施;社会崇尚创业之风正蔚然兴起,为创

业提供了良好的舞台；全球化、信息化、知识经济为创业提供了前所未有的广阔舞台和发展契机。这样的大环境为我们的创业教育提供了极好的平台。不过要注意，创业教育是一种综合能力的培养，多年来的教育实践表明，能力培养、素质培养虽然叫得很响，但常常流于空谈，今后的广告学创业教育一定要尽量克服这个毛病。我们要鼓励学生利用各种有利政策组建经济实体，找寻创业机会，组建团队、融资、制定创业计划、申报企业、制定发展战略、实施管理，熟悉创业流程的各个环节，在实践中锻炼创业能力。在行业的选择上，建议广告学专业的学生尽量选择与本专业相关或相近的行业，当然，如果有更好的资源，也可以选择其他行业。

创业教育作为一种综合素质的培养，不可能立竿见影，要有耐心，坚持不懈。广告学创业教育可与以前的实践教育相结合，整合资源，优势互补。

### 三、要有服务地方的意识

创新创业不是口号，而是今后教育发展的动力。如何把创新创业落到实处，笔者以为，就广告学教育而言，要充分利用地方资源，树立服务地方的意识。

广告直接面对市场，广告学教育资源也来源于市场。在这个意义上，我们的广告学教育面对的是地方资源（当然，网络的普及使得资源共享成为可能，但现实操作中地方资源还是具有很大的优势）。尤其是实践教学，更是面向地方资源，如提供实习机会的企业、可参与的宣传策划展示活动、进行实践教学的广告人、学生就业的单位等等，多数来自地方，这就要求我们的广告学教育要面向地方，树立为地方服务的意识。

多年来，各高校在广告学教育中自觉或不自觉地实践着服务地方的宗旨。如宁波大学利用本地民企众多的优势，以杉杉、雅戈尔、罗蒙等著名企业为依托，建立了十余个教学实习基地，参与宁波国际服装节等大型活动，完成了全国体育大会广告招商策划和 VI 设计、杉杉集团 9 省市西服市场调查、上市企业敦煌集团 CIS 设计、大梁山啤酒 VI 设计、“如生”膳食纤维策划、“华裕”电器品牌设计、雅戈尔新标志推广、“商务通”、“方太”宁波市场调查、上海航道二公司展厅及“七燕鸣春”布展、奉化市班溪镇雷笋广告策划方案、甬城户外广告调查、全国广告类杂志读者调查、宁波城市形象调查等几十个项目，与社会和企业建立了广

泛的联系，为地方经济作出了巨大贡献，也使学生的实践创造能力大大提高，还为他们的创业积累了一定的经验和资源。

今后，在服务地方这方面的工作还可以从以下几个方面努力：

第一，尽早培养学生关注家乡、关注地方的意识。从一入校起就进行这方面的宣传，要求学生多了解地方的发展状况，多与相关地方机构联系，发现问题、思考问题，为今后的专业活动做好准备，不要等到要动手写论文或者要完成作业了才开始手忙脚乱。

第二，充分发掘地方广告资源，主动出击。如浙江省以民营经济闻名，民营企业众多，这些为广告实践提供了丰富的资源。学生要学会利用各种资源，创造机会进行合作，不能坐等企业上门。

第三，从自身做起。各高校可以把学生专业实践的目标首先对准自己院校，组织学生进行一系列的广告宣传策划推广活动。这不但可以加深学生对母校的认识，还能够扩大院校的知名度。

第四，抓住各地大力发展创意产业的大好时机。当前，各地出台了鼓励创意、创业的多项政策，教师要在教学中解析这些政策，鼓励学生积极发挥创意，既锻炼自己也贡献社会。大学生没有思维定势和环境束缚，他们的思想犹如天马行空，他们的创意令人耳目一新，而这正是最宝贵的创新要素。

有人说，广告就是时代镜像，它依托于现实生活，真实地反映了社会变迁。广告学教育的发展当然也离不开具体的社会环境。创新创业背景下，我国广告学教育的发展除了遵循一般的教学原则、关注业界动态，还必须要立足于社会发展，以创新为核心，深化创业教育，服务地方，为社会输送优秀的广告人才，为社会大发展贡献力量。

### 参考文献：

- [1] 陶丽萍,熊文军,熊洁芬.广告专业实践教学与改革[J].今传媒,2009(1):76-78
- [2] 张淑燕.对“业界需求导向的广告学教育”的理性思考[J].吉林省教育学院学报,2006(5):22-24
- [3] 潘向光,丁凯.中国大陆院校广告教育的历史走向[J].现代传播,2000(1):109-115.

[编辑：苏慧]