

乡村振兴背景下高职广告传媒类专业教学改革路径

梁爽¹ 伍子剑²

1. 柳州城市职业学院; 2. 柳州市融媒体中心

摘要:党的“二十大”提出“全面推进乡村振兴”。为了能够更好地响应国家乡村振兴战略,让学生参与到乡村发展的传媒实践中,高职院校传媒类专业应当从实践教学体系的改革出发,通过“校村融通、项目驱动、文化传承”的人才培养模式,打造高职院校与乡村之间的通路,为提高当地的乡村产业经济效益而不断探索,同时也要为新时代培养出更多高素质的传媒新农人,助力高职院校传媒类专业的健康发展。

关键词:乡村振兴; 传媒专业; 教学改革

【DOI】10.12252/j.issn.2096-627X.2024.04.008

引言

继党的十九大报告提出了乡村振兴战略后,国家又强调“举全党全社会之力推动乡村振兴”,“全面推进乡村振兴落地见效”,特别是党的二十大上,习近平总书记指出,“全面推进乡村振兴”,要求“加快建设农业强国,扎实推动乡村产业、人才、文化、生态、组织振兴。”为了落实乡村振兴战略,广西相关单位先后发布了《广西乡村振兴战略规划(2018-2022)》,《广西加强和改进乡村治理五年(2021—2025年)行动计划》,《关于贯彻落实〈广西乡村建设行动实施方案(2022—2025年)〉任务推进工作方案》,把乡村振兴、乡村建设摆在了社会主义现代化建设的重要位置。

广告传媒类专业包含了广告艺术设计、产品艺术设计、艺术设计等隶属于文化艺术大类中艺术设计类的专业与影视多媒体技术、广播影视节目制作、影视动画等隶属于新闻传播大类中广播影视类的专业。之所以将两个大类专业合并讨论是由于新媒体产业的崛起,加速了广告产业和传媒产业的融合。为了适应新媒体产业的发展,这两类专业的融合也成为必然。国内有部分院校已经完成了相关专业整合,例如:柳州城市职业学院就将广告艺术设计、产品艺术设计、影视多媒体技术三个专业进行组群,形成了广告传媒专业群。

乡村振兴战略给广告传媒行业的发展提出了新的需求,广告传媒类专业人才的培养也应该积极国家的号召,为乡村提供高质量高素质人才。目前,广西各高职院校的广告传媒类专业都在利用自身资源和方式服务乡村振兴战略,但是从前期调研中发现依旧存在人才培养目标与乡村实际岗位需求有偏差,产教融合平台缺少乡村企业,教学实践项目没有乡村特色,思政教育缺乏对应的价值观引导等现象。导致高校和乡村之间在人才供给、项目共建、资源共享等多个方面都缺乏有效的通

路。因此,在国家乡村战略的指导下,了解乡村岗位的切实需求,结合乡村的特色资源探索一条能够链接高职院校和乡村之间的路径,是高职广告传媒类专业进行教学改革的一个重要方向。

一、广告传媒助力乡村振兴发展的理论支撑

2022年4月,文化和旅游部、教育部、自然资源部、农业农村部、国家乡村振兴局、国家开发银行联合发布《关于推动文化产业赋能乡村振兴的意见》,明确表示文化产业赋能的重点工作是实现脱贫攻坚后丰富乡村文化生活、促进乡村产业高质量发展、为乡村振兴注入新活力。明确了广告传媒行业在乡村振兴中的独特责任和角色。广告传媒行业不仅具有信息传播、形象塑造的专业能力,更能够通过其独特的创意和手法,为乡村社区塑造出更加鲜明、有吸引力的形象。通过广告传媒的力量,可以让更多人了解乡村的美丽风光、丰富文化和特色产业,进而提高乡村的知名度和吸引力。

此外,通过不同的广告形式和营销手段,广告传媒行业可以将乡村独有的资源和特色展现给更广泛的人群。这不仅可以提高乡村产业的知名度,激发乡村地区人民对于美好生活的向往,更能够推动乡村经济快速发展,为乡村振兴注入强大的动力。2023年,广西壮族自治区柳州市市场监管局就曾联合柳州市广告协会创新开展“汇聚广告力量助力乡村振兴”广告助农惠企进乡村活动。广告传媒企业与乡村企业采用结对子帮扶的形式,为乡村企业节省广告费用200余万元,被帮扶农产品企业的销量同比增长5%~10%。体现了广告传媒行业服务乡村振兴的可能性。

乡村振兴,人才为先。只有汇聚了优秀的人才资源,才能更有效地挖掘和利用乡村的土地、技术、资本等核心要素,从而推动乡村的全面振兴。高职院校作为技能型人才的摇篮,其农村户籍的学生众多,这部分学

生往往对乡村怀有深厚的情感，更倾向于在学成后返回家乡，投身于乡村建设。

然而，我们也必须正视现实中存在的挑战。乡村工作机会相对较少，薪资待遇普遍低于城市，职业发展前景不明朗，以及可能缺乏工作上的成就感，这些都是阻碍高职学生回乡村工作的重要因素。这些实际问题不仅削弱了高职学生回乡工作的积极性，也制约了乡村振兴的进程。

相较于传统行业，广告传媒行业能更灵活地规避地理的局限性，为从业者提供了更广阔的工作空间。对于广告传媒专业的毕业生而言，这意味着他们无须局限于大城市，即使在乡村，只要有技术和创意，同样能够创作出有影响力的广告作品，实现个人价值与经济收益。正是基于这样的背景，各高校通过对广告传媒专业人才的培养，能够丰富乡村振兴工作人才储备，同时提高乡村产业宣传质量，为乡村振兴工作贡献出自己的一份力量。

二、校村融通、项目驱动、文化传承的人才培养模式

（一）以“校村融通”的理念定位人才培养

在“校村融通”的理念下，人才培养方案的制定应该充分体现与乡村的紧密联系。在方案制定前期，进行深入的调研是至关重要的环节。调研对象不仅包括乡村政府、企业、机构，还应该涵盖当地的农民。这种全方位的调研，有助于教育机构深入了解乡村的实际岗位情况和真实需求，从而为优化原有的职业面向和培养目标提供有力的数据支持。

为了确保人才培养方案的针对性和实效性，将村委、村政府作为重要的咨询和编撰成员是必要的。他们的参与不仅能提供宝贵的意见和建议，更能确保人才定位的准确性。这种紧密的校村合作，使得高校的人才培养更加接地气，更加符合乡村发展的实际需要。

其次，在专业课程标准的制定上，“校村融通”的理念同样发挥着重要作用。为了满足乡村对专业人才的实际需求，教育机构需要调整和优化课程结构，增加与乡村发展密切相关的课程内容。通过与乡村社区的紧密合作，教育机构可以开发出更加实用的专业课程，提升学生的实践能力和解决问题的能力。

此外，将学生的校外实训基地、实习基地等校外教学场所设置在乡村，也是“校村融通”理念的重要体现。这种安排不仅为学生提供了更多的实践机会，还增强了学生与乡村社区的联系。在乡村实地学习和实践，

有助于学生更深入地了解乡村的实际情况和需求，培养他们的责任感和使命感。

（二）乡村真实项目驱动教学实践

广告传媒类专业是实践性很强的专业，学生需要具备解决实际问题的能力。将乡村真实项目引入课堂，可以为学生提供更加真实、生动的学习环境。通过分析和解决乡村传播中的实际问题，学生可以更加深入地了解广告传媒行业的运作机制，提升他们的实践能力。同时，乡村品牌建设是乡村振兴的重要组成部分。现在很多乡村企业或者产品还没有自身品牌。通过引入乡村真实项目，学生可以更加直观地了解乡村的特色和优势，从而为乡村品牌建设提供有针对性的建议和方案。这不仅可以提升学生的专业素养，还能为乡村的经济发展和文化传播提供有力支持。最重要的是，乡村振兴是一个系统工程，需要多方面的支持和努力。将乡村真实案例引入高职院校广告传媒专业课堂，可以培养出一批了解乡村、热爱乡村、具备专业技能的广告传媒人才。这些人才将成为推动乡村振兴的重要力量，通过他们的努力，可以将乡村的魅力和价值更好地传播出去，吸引更多的资源和关注。

柳州城市职业学院建筑工程与艺术设计学院通过与三江侗族自治县高秀、高友两个村达成合作协议，成功将乡村项目融入课堂。广告艺术设计专业的师生通过深入调研和精心策划，学院帮助高秀、高友两村的特色农产品明确了品牌定位，优化了包装设计，成功孵化了如“高薯叔”、“高有菜”等多个农产品品牌，使得这些原本深藏在山区的农产品得以焕发新的光彩。影视多媒体专业的师生新媒体平台进行品牌推广，以两个村子的地理、文化、产品为内容，拍摄了短视频100多条。这一成功的合作模式，无疑体现了将乡村真实项目融入课堂教学在乡村人才培养上的巨大潜力。

（三）以文化传承为支点引导学生热爱乡村

乡村文化，蕴含了丰富的历史、民俗和艺术元素。特别是少数民族地区，大多具有丰富的非物质文化遗产资源。将乡村文化融入高职思政教育中，不仅可以丰富教学内容，还能帮助学生建立对乡村文化的正确认知，培养他们的文化自信。同时，通过了解和学习乡村文化，学生可以更加深刻地理解乡村的价值和意义，从而激发他们对乡村的热爱之情。高校可以通过组织学生深入乡村考察，挖掘乡村的文化资源让学生亲身感受乡村文化的魅力，从而增强对乡村的认同感和归属感。也可以将传统文化搬入到校园里，邀请各类民间艺人入校开

展相关手作课程。柳州城市职业学院就特聘了国家级非物质文化遗产项目——侗族木构建筑营造技艺的国家级传承人杨似玉大师来校开设大师工作室，将非物质文化遗产融入课堂。

（四）实行三方评价教学评价机制

教学工作开展离不开教学评价的支持，在高职传媒类专业教学评价环节中，教师可以适时引入相关媒体行业与企业对于岗位的考核内容作为教学工作的评价标准。为了评价标准更加贴合乡村需求，应当创新教学评价环节，通过将高校的学习评价、企业与行业的岗位标准、乡村振兴服务点的能力要求三方进行有机结合，实行起全新的教学评价机制，并针对高校教学内容制定岗位技能掌握情况考核，根据企业与行业的岗位标准制定出广告作品的传播力与影响力考核，根据当地乡村振兴服务点的工作需求制定出项目转化率考核。通过三方评价制度来完善教学评价机制。

三、服务乡村振兴的高职广告传媒专业教学实践改革

（一）立足乡村真实需求，发挥专业性

高职广告传媒专业在服务乡村振兴理念下，在教学中应当与乡村振兴战略进行紧密结合，确保教学工作能够以当地乡村的发展需求为导向，通过强化广告传媒教学工作与乡村实际需求的结合力度，培养出新时代下具备全媒体运营技能的传媒新农人，为乡村振兴战略的开展提供人才储备。在传统传媒类专业的教学实践中，教师往往只关注学生专业技能的培养，对于学生的实践学习能否顺应时代的发展与当今社会需求的考虑不充分，导致教学工作缺乏相应与实际应用价值。因此，教师应当立足于当前“三农”问题现状，以乡村产业的宣传需求为实际教学方向，确保在培养学生专业能力的同时能够提高广告传媒专业与乡村振兴的契合程度，发挥出本专业对乡村振兴工作的针对性。还要让学生在实践中融入更多的乡村元素，使得广告传媒实践教学能够为当地的乡村振兴战略贡献出一份力量。

（二）创新人才培养途径，确保人才培养效果

高职传媒类专业的学生在毕业后往往会进入传媒或电商公司，而随着许多本科院校开设传媒类专业后，高职院校的学生在本行业中的竞争力逐渐降低。在当前国家大力开展乡村建设的过程中，乡村产业在发展中出现了较大的宣传缺口，对于具备全媒体运营技能的专业人才有着更高的需求量。聚焦于“三农”与“乡村振兴”发展战略，高职广告传媒类专业在进行人才培养时应当依托于当地的农情需求，明确服务乡村导向下的传媒人

才培养方向，以培养出能够进行全媒体运营的高素质传媒人才为目标，引入省级传媒中的各项岗位标准作为教学要求，严格规范教学制度与评价流程。

（三）改革教学模式，融入思政教育培养

在传统传媒实践教学，教学实践平台的生产过程过于单一且简单，与学生未来的实际工作内容与流程严重脱节，极大地限制了广告传媒专业的育人效果。在服务乡村振兴的战略下，教师可以根据当地的乡村产业特点来选择各种样式的新媒体运营方法，将教学内容进行拆分与重组，通过不同媒体的传播优势来跟当地的不同特色产业进行结合。

另外，在乡村振兴战略下，教师还可以进行思政教育工作的创新，在响应国家政策的号召下，教师可以摒弃传统思政教育过于刻意且死板的教学内容设计，通过与“乡村课堂”相结合，能够在实践教学中培养学生对于乡土的情感，在与农民的交流中能够切身感受到国家政策为人们生活带来的福利，提高学生的自豪感与国家认同感。因此，在服务乡村振兴的大背景下，高职广告传媒专业教学中应当充分融合思想政治教育。

结语

乡村振兴工作是一项复杂且迫切的任务。作为我国发展战略中的重要组成部分之一，乡村振兴工作的开展需要社会各界的通力协作与配合。在这一过程中，高职广告传媒类专业应当充分认识到本专业的教学实践特点，通过主动合作来为乡村振兴工作提供专业的传媒支持，通过关注当地乡村振兴的发展战略，结合本专业的教学内容与特点，通过产教融合等形式为社会培养出更多的高素质全媒体运营人才。

参考文献

- [1] 李延杰, 王娜, 刘传琳. 服务乡村振兴的高职传媒类专业实践教学体系构建[J]. 全媒体探索, 2022(5): 3.
- [2] 赵宇. 传媒类高职院校服务于乡村振兴的行动认知——基于对菏泽市牡丹区乡村振兴重点帮扶村的调研[J]. 现代农机, 2023(5): 30-34.
- [3] 熊飞, 秦明璜, 金乐敏, 等. 在帮助乡村振兴的同时提振媒体自身发展——专家学者话传媒与乡村振兴[J]. 中国地市报人, 2019(7): 3.

基金项目：本文系柳州城市职业学院“学习贯彻党的二十大精神”专项课题项目，课题名称：高职广告传媒类专业赋能乡村振兴路径开发研究（编号：2023ZX08）的成果论文。