

电影作品融入高校思政教育的路径与意义

■文/周琦

当前高校思政教育面临理论阐释抽象化、互动模式单向化等现实困境。传统课堂中,“理想信念”“家国情怀”等核心概念常因缺乏具象化呈现而难以引发青年的共鸣,新世代学生对影像化叙事的认知偏好与传统文本教学的矛盾日益凸显。在此背景下,电影作为“第七艺术”的教育价值亟待激活,其通过视听语言将社会现象、价值观念转化为可感知的叙事文本,与当代青年大学生的认知习惯和情感需求形成了深度契合。

从理论层面来看,电影作品融入高校思政教育,可有效拓展思政育人工作的学科交叉维度。电影作品蕴含丰富的哲学、社会学内涵。一方面电影通过符号隐喻诠释马克思主义世界观,将抽象的思想政治教育理念转化为可视化叙事,为马克思主义理论提供艺术化阐释路径。另一方面,电影叙事中的矛盾冲突可与唯物辩证法的矛盾论形成理论呼应,推动学生从感性认知向理性思考升华,拓展思政教育的理论阐释空间。从实践层面来看,电影作品的融入可有效破解传统教育的实效性困境。传统思政教育中,“理想信念”“爱国主义”等概念易流于抽象,而电影可通过具体场景呈现概念的场景化呈现。例如《长津湖》以冰雕连的牺牲场景诠释了“爱国主义”的内涵,学生可通过视觉冲击直接感知“集体利益高于个人”的价值内涵,较单纯的理论讲解更具说服力。而且电影的叙事特性能够突破代际隔阂,引发青年的情感共振。例如《我和我的祖国》通过七个微观故事串联国家记忆,将宏大叙事转化为个体叙事,学生在观影中通过共情机制实现对社会主义核心价值观的内化。基于思政教育目标与电影作品艺术特性的深度耦合,高校可从内容设计、教学方法以及实践体系等维度,探索兼具创新性与实效性的实施策略,将电影的教育潜力转化为切实的教学效能。

第一,精准对接思政教育目标,建立思政电影资源库。高校马克思主义学院可遵循经典性、时代性和问题导向性原则,构建电影作品分类体系。其一为历史传承类,收录反映中国革命历程、社会主义建设成就的主旋律作品,如《焦裕禄》《红旗渠》等,侧重政治认同与理想信念培育;其二为现实观照类,选取聚焦当代社会问题、体现发展成就的影片,如《我不是药神》,引导学生运用马克思主义立场、观点和方法来分析现实矛盾;其三为国际比较类,选取《辛

德勒的名单》《摔跤吧!爸爸》等具有跨文化视野的作品,通过中西制度、文化的对比参照,深化学生对中国特色社会主义制度优势的认知。在具体备课环节,教师应依据《高等学校思想政治理论课建设标准》及各课程教学大纲,将电影资源按思政教育核心模块进行系统化分类,形成与教学目标深度契合的资源矩阵。例如针对《毛泽东思想和中国特色社会主义理论体系概论》中“毛泽东思想及其历史地位”的教学内容,可精选《建党伟业》《遵义会议》等革命历史题材的影片,通过具象化的场景还原,帮助学生理解重大事件的因果逻辑与价值意义。

第二,打造强互动课堂场景,有机融入电影作品。在思政课堂上有机融入电影作品的关键在于打破片段播放的单向传输模式,构建互动教学链条。教师可通过场景化教学设计,将电影片段转化为激活课堂的载体。例如在讲解“社会主义核心价值观”时,可选取《十二公民》中模拟法庭辩论的片段,引导学生围绕司法公正、程序正义等议题展开案例分析,运用理论剖析影片中的矛盾冲突。这种将影像叙事转化为问题情境的教育策略,能够激发学生运用理论知识解码现实问题的兴趣,使抽象的价值理念在具体情境分析中得以具象化。为增强学生的参与性,可引入沉浸式课堂活动提升互动深度。例如,组织电影叙事情境再现活动,让学生以小组为单位,从编剧、导演视角对《红岩》等作品中的经典段落进行改编创作,通过角色扮演、台词重构等实践环节,切身体验革命历史场景中的价值抉择。或开展“电影与哲学”座谈会,结合《楚门的世界》《盗梦空间》等具有哲学隐喻的影片,引导学生探讨自由意志、真实与虚幻等议题,在跨学科对话中深化对马克思主义认识论的理解。此类互动活动打破了传统课堂的单向灌输模式,使学生从被动接受者转化为了意义建构者,在分析和辩论等多元参与中实现了对马克思主义理论的深度内化。另外,对于在线思政课程,教师同样可以搭建电影主题互动场景,例如设置“电影思政微论坛”,鼓励学生上传自主剪辑的主题短片并开展互评,形成课堂内外衔接的立体化互动场景,进一步拓展电影作品与马克思主义理论的对话空间。

第三,拓展校外内外实践场域,延展电影作品育人价值。电影作品的育人功能不仅体现在知识传授层面,更需通过实践转化为学生价值认同与行为

自觉。高校应构建立体化实践体系,将银幕上的精神力量转化为现实生活中的行动指引。在校园内,可设计观影主题的实践活动。观影前,先布置与影片相关的理论预习任务,如观看《流浪地球》系列前,要求学生梳理马克思主义自然观、人类命运共同体理念的核心内涵;观影过程中,引导学生进行主题式批注,记录影片引发的理论联想;观影后,组织小组研讨、撰写影评或创作微电影,将感性体验升华为理性认知。在校外实践场域,可依托电影取景地、历史纪念馆等资源打造沉浸式研学基地。例如,组织学生赴《古田军号》拍摄地开展“重走革命路线”实践活动,将影片所呈现的古田会议场景与实地参观、党史专家现场教学相结合,使学生在银幕影像与历史现场的对照中,具象化理解思想建党、政治建军的深刻内涵。再如结合《我和我的祖国》中的“女排精神”片段,带领学生参观体育博物馆、访谈退役运动员,将电影中的集体主义叙事转化为可触摸的实践体验。此外,借助社会实践与志愿活动搭建价值践行平台。如观看《焦裕禄》后,组织学生参与社区公益服务,在帮扶弱势群体的实践中体悟为人民服务的宗旨意识,形成“观影—认知—行动”的完整育人链条。此外,网络空间同样是延展电影育人价值的重要场域,可通过开发“电影思政虚拟展馆”、举办线上红色电影配音大赛等活动,构建跨时空实践共同体,让电影承载的精神价值在多元化实践中得以传承与创新。

总之,将电影作品融入高校思政教育,是回应思政育人工作实效性提升的需求,也是在拓宽文化育人、艺术育人的创新路径。依托电影作品与马克思主义理论的深度耦合,不仅能提升思政教育的吸引力,更能借助电影的艺术特质,让抽象的价值理念在视听叙事中实现具象表达,使思政教育突破课堂边界,在艺术共鸣中实现“润物无声”的心灵浸润。

(作者系上海民航职业技术学院马克思主义学院副教授)本文系中国航空运输协会2025年度民航教育科学课题研究课题:《基于LDA算法的民航院校微观教育政策主题分析研究——以上海民航职业技术学院为例》(项目编号:2025CATA—JY301)、民航局教育人才类项目:《交通强国背景下民航院校学生核心素养培育行动研究——以上海民航职业技术学院空中乘务专业为例》的阶段性研究成果。

业财融合视角下电影企业预算管理体系优化研究

■文/廖思

从主旋律电影的票房突围到多元题材材的创新探索,我国电影市场正经历着从高速增长向高质量发展的深刻转型。在这一进程中,电影企业作为产业核心主体面临项目周期长、资金投入大、盈利模式复杂等多重风险,每个环节都与业务决策与财务管控存在复杂关联。预算管理作为统筹资源配置、控制成本风险的核心工具,其重要性在电影企业的全产业链运营中已愈发凸显。而业财融合作为一种业务与财务协同的新型财管模式,为电影企业预算管理工作提供了优化路径。

业财融合是一种基于新市场环境的新型管理模式,强调企业业务部门与财务部门统一战略目标导向,实现“业务驱动财务、财务赋能业务”的深度协同,打破传统“业务管执行、财务管核算”的割裂状态。对电影企业而言,业财融合的关键在于围绕电影项目开发、制作以及宣发的全生命周期,实现拍摄进度、演员片酬等业务数据与制片成本、收入分账等财务数据的实时互通与协同决策,从而在项目制运作模式下提升资源配置效率、增强风险管控能力,达成战略目标与经营效益的动态平衡。电影企业预算管理体系受行业特性约束,例如演员片酬可能因市场热度临时上涨、拍摄场景可能因天气或政策变更增加成本,而且电影收入主要依赖上映后的票房分账,票房受题材、档期竞争等多重因素影响,难以精准预测,可见其预算管理难度。而构建全流程业财融合预算管理体系,可将电影企业的财务管控嵌入其业务全生命周期,并以业务数据驱动预算动态调整,具体实施路径如下。

其一,构建基于业财融合的预算管理团队组织架构。为打破业务与财务部门间的协同壁垒,电影企业需通过组建跨部门协同组织,实现资源整合与决策联动,确保预算管理与电影项目全周期业务需求的精准匹配与动态响应。一方面,成立由企业高层牵头融合财务与业务等多部门骨干力量的跨部门预算管理委员会,形成“业务决策与财务核算”双轨协同驱动机制。该委员会负责制定覆盖电影项目全周期的预算框架,审批重大预算调整事项,并建立兼顾业务KPI与财务指标的双维度考核体系,促使业务目标与财务目标深度契合。另一方面,推行财务业务专员派驻制,向制作中心、宣发部门等关键业务单元派驻兼具财务核算与业务支持职能的专员。这些专员深入业务一线,在拍摄现

场实时跟踪成本变动并与业务团队共同优化流程,在宣发环节结合渠道数据动态调整预算分配,推动财务管控与业务执行无缝衔接,为业财融合的预算管理奠定组织基础。在合理的组织架构的支持下,电影企业得以打破传统科层制下信息孤岛与决策滞后的局面,使预算管理真正成为贯穿项目策划、执行到收尾的神经中枢。

其二,围绕全周期业财融合编撰预算管理流程。在业财融合视角下,构建全周期业财融合的预算管理流程,需要电影企业根据项目实务环节采用差异化编制方法,实现业务与财务的深度衔接。在项目策划阶段,财务与业务团队应结合IP价值、主创影响力等业务指标,运用科学方法测算票房预期并倒推成本上限,为预算编制奠定基础;在电影拍摄阶段,应以分镜脚本等业务细节为依据,将场景设置、拍摄周期等转化为具体的财务预算,使预算与实际业务需求精准匹配;后期宣发阶段,建立“营销动作—效果转化”的业财映射关系,依据不同渠道的特性和预期效果合理分配资源,提升投入产出效率。此外,财务部门需根据业务需求清单,并结合市场价格和历史项目数据,进行任务成本预算,若成本预算超过合理区间,则协同调整业务需求,直至预算平衡。

其三,搭建实时监控与动态预警相结合的预算执行机制。为在电影行业高动态业务环境中实时捕捉预算执行偏差,应针对拍摄突发变动、市场波动等不确定性因素建立快速响应机制,避免预算超支风险并优化资源动态配置。例如,企业可建立全流程数据采集体系,围绕电影项目周期部署数据集中采集点,统一管理拍摄进度、资源消耗以及市场反馈等业务数据,确保一线业务动态即时转化为可量化的预算执行信息。在此基础上,基于电影项目的风险特征建立专门的分级动态预警规则,设定合理的预警阈值,如预算使用率触及100%或关键业务指标严重偏离,系统自动冻结该环节支出权限,同步触发“风险熔断机制”,由领导小组牵头重组资源配置方案,必要时启动外部融资或项目分阶段实施策略,避免风险蔓延至项目整体。企业也可在项目总预算中预留“动态调节基金”,专项用于应对拍摄突发变动、市场竞争加剧等不确定性事件,调节基金使用需经业财联合审批,确保资源流向高价值环节。通过上述机制,电影企业可在高动态环境中实现对预算执行的实时监控和分级预警,

既避免刚性预算导致的资源僵化,又防范过度弹性引发的失控风险。

其四,结合业财指标设计预算考核与评价体系。将业务指标与财务指标结合,可通过业务指标锚定预算的业务场景需求,以财务指标量化资源投入和产出效益,实现业务逻辑驱动财务目标,财务数据反哺业务决策的闭环,从而精准判断预算管理效益。业务指标一般聚焦电影项目全生命周期的核心价值创造环节,包括“剧本开发完成率”“拍摄进度偏差率”“票房预售转化率”等,直接反映项目执行质量与市场竞争力。而财务指标从资源投入与产出效益出发,核心要素为成本与收入,其指标包括“成本节约率”“投资回报率”以及针对电影行业的“分账收入达成率”“版权收益贡献度”等。业务指标为财务预算提供输入依据,财务指标反向约束业务边界。企业在进行预算考核时,应对业务成果与财务效益进行交叉验证,避免“单一指标失真”。比如,某现实题材电影项目为控制成本过度压缩宣发预算,导致“票房预售转化率”较低,最终上映后票房未达预期。若仅考核“成本节约率”,该项目可能被判定为“预算管理优秀”,但结合“票房预售转化率”与“投资回报率”交叉验证后,可清晰识别“为控成本牺牲市场竞争力”的管理偏差。在考核评价体系中,设置价值导向的激励反馈机制,例如将考核结果作为下一期预算分配的重要依据,对业财匹配度高、投入产出比优的业务单元增加预算授权,反之则缩减预算或启动预算刚性管控。

在文化产业深度变革的当下,业财融合不仅是企业预算管理破局的关键路径,更是其实现精准管控、价值创造的核心引擎。电影企业通过构筑全流程业财融合预算管理体系,实现了业务财务化、财务业务化的双向赋能,破解了传统预算管理与电影项目特性错配的难题,为行业提供了实践范式。未来,随着电影产业向数字化、场景多元化加速演进,电影企业应进一步布局业财融合预算管理在新市场环境中的创新,例如构建跨业务板块的预算协同机制,将业财融合延伸至产业链价值分配环节。综上所述,唯有以动态化业财融合思维重塑预算管理,电影企业才能在复杂多变的产业环境中筑牢价值底盘,实现从成本管控到价值创造的管理升级。

(作者系长江职业学院讲师、中级经济师)

全球化语境下中国影视叙事对中华民族共同体身份的跨文化传播路径研究

■文/程薇

作为承载中华民族文化基因的视听媒介,中国影视作品既是中华文明的文化镜像,更是在国际舞台上阐释中华民族共同体身份的核心载体。然而跨文化传播中的文化差异与认知隔阂导致中国影视在传递共同体价值时面临复杂挑战,能否突破文化符号的表层展示,并在异质文化语境中建构具有情感共鸣与价值认同的叙事体系,直接影响着中华民族共同体身份的国际化建构。

中华民族共同体身份的 现实语境

全球化带来的传播机遇。流媒体平台的崛起打破了传统影视发行的地域壁垒,形成了去中心化的传播网络。以Netflix为例,其2023年全球用户突破2.5亿,《山河令》通过该平台译制为19种语言,在东南亚地区创下了单集播放量超3000万的纪录,剧中的知己情谊、江湖道义等中华文化元素通过视觉符号与情感叙事实现了跨文化流转。此外,“一带一路”倡议与“走出去”工程构建了制度化传播通道。2024年国家广电总局丝路之路影路影桥工程资助《觉醒年代》《山海情》等现实题材作品译制为阿拉伯语、斯瓦希里语,在中东、非洲30国的主流电视

台播出,当地观众通过扶贫故事认知中国乡村振兴的共同体实践,实现了从文化展示到发展经验共享的叙事升级。

文化折扣效应下的传播挑战。一方面,西方观众的“东方主义”滤镜持续影响着影视解读。如《流浪地球》系列中集体主义拯救世界的叙事,在北美市场被《纽约时报》解读为“权威主义对个人自由的压制”,反映了亨廷顿文明冲突论框架下的认知偏见。这种文化预设使多元一体共同体理念被简化为单一意识形态输出。另一方面,部分国际市场对中国影视的接受仍停留在文化猎奇层面。《长城》过度堆砌长城、兵马俑、孔明灯等视觉符号,却未能传达天下观的哲学内涵,最终在北美仅收获4500万美元的票房,远低于制作成本。反观《卧虎藏龙》,其成功将武侠升华为对自由与道德的普世探讨,证明表层符号需与深层价值体系结合才能突破文化浅层认知。

中华民族共同体身份的 影视叙事创新策略

叙事视角:从国家叙事到人类叙事的融合性建构。传统影视常将中华民族共同体身份简化为宏大的国家话语或历史符号,导致了跨文化传播中的理解壁

垒。对此应实现国家叙事与人类叙事的有机融合,通过微观个体经验承载宏观价值理念。例如《流浪地球2》在科幻框架下,嵌入了刘培强与儿子的父子情、图恒宇与女儿的数字生命伦理困境等家庭情感线,将家国情怀转化为关于文明存续、代际责任的共同性探讨,使海外观众通过其中个体命运,理解中国文化中集体主义的深层逻辑。此外,还应推动文化符号的现代转译与创造性转化,避免对传统文化的静态复刻。例如《长安十二时辰》以唐代长安为叙事空间,突破历史剧的考据窠臼,通过悬疑推理的类型叙事重构盛唐气象,将开放包容、天下大同的中华文化精神融入青年观众熟悉的现代审美框架,证明了传统文化资源也可以通过现代叙事手法实现跨文化传播。

叙事结构:构建多元一体的共同体叙事框架。中华民族多元一体的文化特质要求影视叙事打破单一民族或地域文化的孤立呈现,建立多民族文化共生、传统与现代价值勾连的立体化叙事结构。在少数民族文化的共生表达上,超越奇观化的少数民族叙事,聚焦各民族在历史演进中的互动交融。例如《东四牌楼东》以清末民初的北京胡同为背景,通过满汉两个家庭在时代变迁中的命运交织,

展现了京剧、满族婚俗等多民族文化元素的自然融合,摒弃了他者化的文化展示模式,将共同体身份建构在具体可感的日常生活叙事中。在传统与现代价值勾连方面,电影《我和我的家乡》之《回乡之路》提供了创新实践。该片以陕北黄土高原为叙事场景,将治沙造林、苹果种植等现代生态治理实践与信天游、窑洞等地域文化符号深度融合,还特别设计了海外游子返乡寻根的情节,将安塞腰鼓、陕北剪纸等民俗元素置于全球化流动背景下。这种叙事结构将乡愁升华为了对家园共建的责任认同,既保留了陕北文化的独特性,又通过荒漠化防治、乡村振兴等全球议题对接,使海外观众通过人类共同面临的环境与发展问题,理解中华民族共同体在现代化进程中“美美与共”的实践智慧。

中华民族共同体身份的 跨文化传播路径

机制创新:推动“政府—企业—民间”协同传播。跨文化传播的有效性依赖于多主体协同发力的立体化传播机制。政府层面的政策引导与战略规划,为影视出海搭建了制度化的合作框架。例如,“一带一路”文化交流项目通过资金支

持、译制补贴等方式,推动我国影视剧集进入阿拉伯国家、东南亚市场,这些作品以中国乡村振兴、改革开放的实践为叙事载体,展现了发展经验的共享性及人类对美好生活的共同追求,避免了意识形态化的单向输出,故事化呈现中国社会的真实图景。企业层面的跨国合作与本土化运营,则能通过市场化手段提升传播的精准性。例如腾讯视频与Netflix合作制作的《三体》剧集,邀请好莱坞编剧团队参与剧本改编,在保留原著核心科幻概念的基础上,采用西方受众熟悉的美剧叙事节奏与视听语言体系,实现了中国故事、国际表达的创造性转化。此外,民间层面的自发传播与文化交流,如海外华人社群通过社交媒体分享国产影视剧观后感、海外高校学生组织中国影视研讨会等,可形成官方与民间、机构与个体的传播合力,构建更多层次、多维度的传播网络,使影视传播转化为多元参与的文化对话。

价值共鸣:寻找文化共识的“最大公约数”。跨文化传播的本质是通过价值对话实现认知共振,而中华民族共同体身份的有效传播,需在尊重文化差异性的基础上提炼全人类共同性价值议题。共同情感的挖掘是突破文化隔阂的核心策略,如电影《你好,李焕英》以母女情感

为叙事主线,虽植根于中国社会的家庭伦理,却通过对亲情、遗憾与救赎的细腻刻画,触达了人类共通的情感结构。这种情感叙事策略避免了对共同体身份的抽象言说,而是通过个体经验的具象化呈现,使海外观众在他人的故事中照见自身,进而理解故事背后的文化价值取向。对于争议性议题的包容性表达,则需将本土文化智慧与全球议题结合,构建对话而非对抗的叙事框架。以环保题材电影《狼图腾》为例,影片以蒙古草原生态保护为背景,将游牧民族“敬畏自然”的传统智慧与全球气候议题对接,既展现了中华文化中“天人合一”的哲学思想,又回应了当代人类共同面临的生态危机。

在跨文化传播语境下,中华民族共同体身份的影视叙事传播并非寻求同质化认同,而是通过影视叙事手法展现中华文明“各美其美,美美与共”的包容性,从而在全球化进程中建构兼具民族特质与世界意义的话语体系,这既是中国影视“走出去”的深层使命,也是推动人类文明交流互鉴的重要途径。

(作者系宿迁学院副教授)基金项目:江苏高校哲学社会科学重点研究基地“道德建设研究中心”研究课题“中华优秀传统文化在高校德育中的价值研究”(2022jdjddjsj2);宿迁学院“专业认证”专项教学改革研究课题“师范专业认证背景下高校思政实践教学体系优化研究”(2023ZYRZ18)。

《对联》杂志征订信息

《对联》杂志(原名《对联 民间对联故事》)创刊于1985年1月,由山西日报社主管。以教育普及、传承发展、学术研究为核心,面向社会大众,普及对联知识,提高鉴赏能力和创作水平。突出知识性、趣味性、可读性、实用性。

国内统一刊号:CN14-1389/I

国内邮发代号:22-88

定价:月刊,120元/年

订阅方式:全国各地邮局、“中国邮政微邮局”微信公众号、中国邮政报刊订阅网均可

十本以上集体订阅,直接联系《对联》期刊社

征订热线:15735155820 13269221236

广告