

影视作品在思政教育中的积极心理影响研究

■文/汪婧

思政教育是我国社会教育体系和学校教育体系的重中之重,《教育强国建设规划纲要(2024-2035年)》提出教育强国建设的“八大体系”,第一项就是“固本铸魂的思想政治教育体系”。多年来,我国不断传播最新思政教育理念和思政教育内容,创新思政教育方式,促进思政教育融入社会生活和校园学习,为塑造风清气正的社会环境奠定了良好基础。影视作品作为文化传播、思想传递的重要媒介载体,在思政教育中能够发挥润物细无声的作用,对于大众心理具有积极影响,思政教育效果事半功倍。

融入主流思想,完成价值塑造

影视作品以寓教于乐的方式将主流思想观念和政治主题传递给大众,能够在无形中内化大众思想,对大众心理价值取向形成潜移默化的影响。近年来,《觉醒年代》《我们这十年》《功勋》《长津湖》《我和我的父辈》等一系列优秀影视作品引发阵阵传播热潮,包揽无数热搜好评,这些作品将思政教育贯彻到底,发挥了思政教育的作用,实现了立德树人功能。

媒介技术的日新月异使得影视作品数量呈井喷式增长,但很多影视作品尤其是一些微短剧为了博取流量而忽略了价值引导,甚至传递出过分扭曲的价值观念,对大众心理产生了严重的负面影响。在思政教育中充分发挥影视作品的积极作用,需要创作者融入主流思想,完成价值塑造。具体而言,跟随时代潮流,汲取现代思政中的积极精神和优秀政治理论进行艺术创作,自然而然地展现出影视作品的时代观;注重文化内涵的体现,尤其是要结合中华优秀传统文化和红色文化,通过文化育人实现对社会大众的心理熏陶,增强大众的民族认同和文化自信;尽可能地尊重历史事实和社会现实,防止错误的信息和扭曲的现实对社会大众产生的心理冲击,将主流思想的教育意义自然融入其

中,实现思想性与艺术性的天然统一。

丰富叙事方式,促进理解提升

思政教育的目的在于将社会大众培养成有价值的人、有责任感的人和有道德感的人,然而传统的价值传递和道德说教难以激发大众学习兴趣与学习热情,不仅达不到预期的教育效果,相反很容易引起大众的逆反心理。影视作品在思政教育过程中,要避免生硬直白的说教,通过丰富叙事方式,加深大众对思政理念的理解。

一方面,影视作品可以借助视听语言的优势进行故事化叙事,使得抽象的价值观念生动形象、生涩的政治理论通俗易懂。与此同时,故事化叙事能够增强大众沉浸感,使得大众的思想与心理暂时与现实环境分割开来,进入影视作品构造的第二世界,沉浸于影视的故事叙事之中,从而增强对故事主题的接受度,促进价值观念的内化。例如,《我们这十年》创新性地以单元剧的方式展现新时代十年中国特色社会主义的辉煌成就,让大众深刻理解新时代新思想,增强大众民族自豪感。另一方面,影视作品需要重视情感表达,通过情感叙事来实现情感共鸣。一是影视作品可以借亲情、友情、爱情等人类共通情感来增强大众的情感投射,以情动人实现思政主题升华进而影响大众思想;二是可以放大影视作品中感动、紧张、震撼、伤感等情绪体验,通过情绪起伏来引起大众的心理变化,增强大众对思政内容的理解和记忆。例如,《西北岁月》是一部重大革命题材影视作品,展现了烽火年代革命先辈的温情时刻,历史的温度以情感为媒介传递给了当代大众。

塑造典型角色,强化大众认同

影视作品中的人物往往能够在大众心中留下深刻印象,对大众思想的影响和觉悟的引领都有一定现实意义。社会心理学家阿尔伯特·班杜拉(Albert Bandura)提出的社会认知理论认为“人

们善于通过观察他人的行为来了解社会规范和形成自我的价值观”。影视作品中的人物能够有效触发大众的社会认知系统,通过榜样示范来激发大众的心理认同机制,从而完成价值观念传递。因此,影视作品可以通过塑造典型角色来强化大众对思政理念的认同。

以往一些影视作品为了能够突出思政教育价值,在人物塑造上一味追求“高大上”,甚至出现了神化的现象,无形之中使得思政教育的方向发生了偏离,拉远了大众与角色之间的距离。影视作品的角色塑造需要做到形象丰满且贴近生活,才更能够拉近与大众的心理距离,也更容易借助角色的理想信念和美好人格感化社会大众,最终实现精神共振。例如,《我和我的祖国》在大时代背景下塑造了小人物群像,通过一个平凡人物的形象展现,向大众传递着历史滚滚向前的过程中,每一个人都发挥着关键作用,汇聚成为大时代的洪流的理念,对于当代大众的思政教育有着振聋发聩的作用。此外,年轻大众作为民族振兴、时代发展的中流砥柱,他们的思政境界至关重要,影视作品可以通过塑造一些贴近年轻大众心理的角色来实现对年轻人的教化。例如,《觉醒年代》真正做到了见史见人,将镜头聚焦在新文化运动和五四运动中成长起来的一代青年角色,他们的青年热血、革命理想与新时代青年隔空交响。

影视作品既是历史的记录者,也是时代的传声者,更是未来的开拓者,其价值不仅在于社会娱乐,更在于思想传递和价值观塑造。影视作品是链接思政理论与社会实践、民族历史与社会现实的重要桥梁,有效弥补了传统思政教育的短板,彰显了影视作品“培根筑魂”的价值,为影视作品思政教育发挥积极的心理作用提供了有效路径。

(作者系文华学院讲师)课题项目:科技企业远程协作模式下员工心理健康干预与团队效能提升策略研究(编号:2025H63)

动画电影音乐在幼儿音乐启蒙教育中的应用策略

■文/贺琳娜

在幼儿音乐启蒙教育领域,以单一听觉训练与机械节奏模仿为主导的传统教学模式,因与幼儿以直观形象思维为特征的认知规律及趣味性学习需求存在适配偏差,其教育效能往往受制于抽象音乐符号与幼儿具象化认知之间的天然鸿沟。而动画电影构建的视听艺术世界为音乐启蒙提供了独特载体,其音乐作品凭借通俗易懂的旋律架构以及与视觉叙事深度耦合的艺术特征,能够将音乐元素的抽象维度转化为可观察的画面场景,为幼儿打开音乐启蒙的生动窗口。

动画电影音乐的教育特性集中体现在其与幼儿认知规律高度契合的多重艺术特质上。首先是视听整合性,动画音乐并非孤立的听觉符号,而是与画面叙事形成有机整体,能够将抽象的音乐情感转化为具象可感的视觉符号,如《冰雪奇缘》中《Let It Go》的旋律起伏与角色艾莎施展魔法的动作轨迹同步,能使幼儿在观察画面动态时自然建立多感官协同体验,帮助幼儿突破纯听觉感知的抽象性,形成对音乐要素的直观理解。其次是节奏鲜明性,动画音乐多采用规整的节拍、重复的乐句结构以及富有动感的节奏型,例如《疯狂动物城》主题曲《Try Everything》以轻快切分节奏贯穿全曲,这种规律性强且易于捕捉的节奏特征,天然适配幼儿对重复与韵律的感知偏好,为其开展拍手、踏步等律动训练提供了理想载体。再次是情感体现的具象性,动画电影音乐的歌词内容与旋律基调往往围绕简单明确的情感主题展开,如《寻梦环游记》中《Remember Me》通过抒情的旋律与温情的歌词,将“思念”这一抽象情感转化为可感知的音乐形象,幼儿通过跟唱演唱、感受旋律变化,能够直接体验不同的音乐情绪,有效突破传统音乐启蒙中情感传递的抽象化困境。

动画电影音乐作为连接形象思维与音乐感知的桥梁,为幼儿启蒙教育提供了兼具趣味性 with 教育性的优质载

体。在实际启蒙教育中,如何把动画电影音乐对幼儿发展的这些独特功能充分释放出来,笔者认为可采取以下策略。

第一,精选适配的动画电影音乐作品。依据幼儿不同阶段的认知发展特点,系统筛选兼具艺术性与教育性的动画音乐,形成层次分明的素材体系。对于3-4岁处于音乐感知初级阶段的幼儿,应侧重选择旋律音域较窄、节奏简单且具有重复性特征的动画音乐。这类作品往往以四分音符、八分音符为主要节奏型,乐句短小便于模仿,如《小猪佩奇》主题曲,其朗朗上口的旋律与重复出现的节奏模式,能有效降低幼儿的学习难度,帮助他们在跟唱与律动中建立对音乐节奏的基础感知。针对5-6岁进入音乐认知进阶阶段的幼儿,可选取节奏变化相对丰富且具有多元乐器音色特征的动画电影音乐作品作为教学素材。以《玩具总动员》中融合木琴清脆音色与小提琴抒情旋律的配乐为例,该类音乐通过不同乐器音色的交织与节奏型的多样化呈现,能够有效引导幼儿在听觉体验中辨别木琴、小提琴等乐器的音质,感知附点音符、切分音等较复杂节奏型的韵律特征,满足其随认知能力发展而产生的音乐探索需求。在按年龄分层筛选的基础上,还可依据具体教育目标对动画音乐进行分类整合。例如以节奏训练为目标,可选用《海底总动员》中《Fish Are Friends》等鼓点鲜明且具有动感节奏的音乐;针对旋律感知能力培养,《魔发奇缘》中《I See the Light》的旋律线条与画面中的漂浮天灯动态结合,可作为引导幼儿用手势模拟旋律走向的绝佳素材,帮助他们将听觉体验转化为视觉认知。

第二,构建视听动三位一体的互动教学模式。基于动画电影音乐的视听结合特性,教师可以先播放动画电影片段,带领幼儿观察画面元素与音乐要素的对应关系。例如在《狮子王》主题曲《Circle of Life》的教学中,教师可引导

幼儿注意朝阳升起时弦乐渐强的动态变化,帮助幼儿建立音乐与画面情境的直观联系。之后,设计听觉训练环节,让幼儿使用沙锤、铃鼓等打击乐器,根据音乐强弱变化调整敲击力度,深化对音乐力度的理解,建立音乐要素与感官体验的联结。最后,教师还可鼓励幼儿自主进行音乐表达,选取具有开放性叙事空间的动画场景,引导幼儿即兴哼唱旋律,并用肢体动作模拟角色姿态,实现从音乐感知到创造性表达的转化。

第三,设计游戏化音乐活动。将启蒙教育目标自然融入情境模拟、节奏认知与音乐记忆等游戏形式中,以游戏渗透启蒙效果。情境模拟游戏主要依托动画的叙事场景,如以《冰雪奇缘2》的探险主题设置音乐寻宝任务,要求幼儿随音乐节奏“探险”,当音乐停止时迅速摆出动画角色造型,在游戏中无意识训练对音乐终止式的感知。教师也可以借助柯达伊手势等教学工具设计节奏类音乐游戏,比如将《疯狂动物城》中《Try Everything》的节奏型转化为可视化符号图谱,幼儿通过摆放强拍、弱拍等卡片组合,在具象操作中理解抽象的乐理知识,变机械学习为趣味探索。音乐记忆游戏则通过对比不同动画角色的主题音乐,如《玩具总动员》中巴斯光年的主题曲与胡迪的牛仔音乐,让幼儿在聆听后匹配对应的角色图片,或通过音乐接龙续唱副歌片段,在轻松的游戏氛围中提升音乐辨别力与旋律记忆力。

幼儿启蒙教育是塑造个体终身学习能力与审美素养的基石,音乐作为情感表达与认知发展的双重载体,在幼儿心灵成长中起着不可替代的作用。动画电影音乐以其天然的情境适配性与艺术感染力,为幼儿打开了通往音乐世界的趣味之门,让抽象的音乐启蒙转化为可看、可感的具象化体验,也为幼儿在“玩中学”过程中建立音乐兴趣、培养基础核心素养提供了有效路径。

(作者系吉林师范大学博达学院教育学院讲师)

新媒体时代高校教师角色转变与能力提升

■文/张雪

新媒体的兴起深刻改变了影视文艺产业的整体格局,技术革新频繁、知识更替加速、行业壁垒模糊、创作主体多元等都直接或间接地对影视人才培养构成了新挑战,也把高校影视教师推向了转型的转折点。传统“知识权威”和“技能老师”已难以满足新媒体时代的影视人才培养目标,教师能力的转型升级直接关系到高校影视教育的成败及未来发展。

从知识传授者到学习引导者与赋能者的转变

在传统课堂教学中,教师的角色为单向传授和垄断知识的主宰者。但在新媒体时代,知识获取相对容易,技能迭代迅速,学生可以从互联网上找到大量教程、案例和最新资讯,而教师需要从“授之以鱼”转为“授之以渔”。第一,掌握新的教学方法和课程设计方法。教师要学懂学好项目式学习、翻转课堂、混合式教学等新兴教学模式,在课程设计方面尽量减少单纯的知识灌输,而是引入真实案例或模拟项目,侧重对学生思辨、实践能力的培养,使学生在完成项目的过程中,自主学习、自主实践和自主内化,教师则要做好项目指导者、项目流程监管人、项目资源配置人的角色。第二,注重引导学生进行自主探究。面对纷繁复杂的信息环境,教师的教学重点在于培养学生筛选、甄别、整合和创造性运用信息的能力。在课堂上,多设置案例分析、专题研讨、辩论等活动,引导学生对新媒体现象、影视作品、传播效果进行深度剖析和批判性思考,而非简单给出标准答案。鼓励学生建立个人知识库,运用工具进行知识管理,教师则提供方法论指导和学习路径建议。第三,构建开放性、协作性、生成性课堂。摒弃教师为绝对权威的观念,营造平等对话、智慧众筹的课堂氛围。承认教师并非无所不知,其对某些技术或平台的应用水平可能不如学生,应敢于和学生共同学习、探索。利

用在线协作工具组织小组研讨、集体创作,让课堂成为知识共生、创意碰撞的场域,教师是这场集体智慧交响的“指挥家”而非“独奏者”。

从理论研究者到产学研融合实践者的转变

影视艺术具有极强的实践性和产业关联性,新媒体时代,影视艺术产业的变革速度更是前所未有的,闭门造车式理论研究与人才培养必然会与行业发展脱节。高校影视教师必须打破象牙塔的壁垒,成为连接学界与业界的桥梁。其一,深化产学研协同育人机制。高校教师应主动“走出去”,与头部短视频平台、影视制作公司、MCN机构、新兴科技企业等建立紧密合作关系,如共建实践教学基地、共同开发面向行业前沿的课程模块、引入企业真实项目作为毕业设计或课程作业、聘请业界专家担任兼职导师等,让教师深度了解一线需求,反哺教学与科研。其二,勤于实践创作和应用研究。高校应积极鼓励教师参加社会服务,如承接地方文旅宣传片拍摄、公益广告 designs 等任务,使科研聚焦行业具体应用问题,以“做中学”“研中教”的方式,及时将科研成果转化为教学资源,确保教师知识掌握前沿性技能的前沿性。

从技能导师到技术洞察与人文坚守平衡者的转变

人工智能、大数据、虚拟制作等新技术的发展,正在引起影视创作、拍摄、制作等环节的巨大变革,推动影视产业的智能化发展。高校影视教师不仅要积极拥抱数字技术,提升育人人效果,更应始终坚守影视艺术的人文内核。首先,提高教师的数字素养。高校要高位位定制教育数字化转型规划,推动教师培养模式转型升级,提升教师的数字化教学能力。同时,教师也应注重持续学习,深入理解数字技术的底层逻辑、应用场景及发展趋势,在教学中游刃有余地引导学生探索创新路径,激发其创造力与实践

能力。其次,开展技术哲学和媒介伦理教育。技术狂潮下,教师应带领学生冷静思考。将技术异化、算法伦理、数据隐私、数字鸿沟、AI和版权等议题渗入课程中,培养学生们的社会责任感与人文情怀,使其认识到技术是手段,不是目的,好的影视作品始终承载着人的情感、思想和价值。教师应成为技术时代人文精神的“守夜人”。其三,倡导“艺术+技术”的融合性创作思维。在教学和创作指导下,教师应打破艺术与技术的隔阂,鼓励学生基于对新技术的理解,进行美学创新和叙事实验。使学生不仅能用技术“制作”,更能用技术“创造”,应用前沿性技术生成具有艺术感染力的作品。

从课堂管理者到终身学习示范与社群构建者的转变

新媒体时代,学习是终身的,是泛在的。高校教师要以身作则,成为终身学习的践行者,借助信息技术,形成师生、生生平等互助的学习共同体,一是分享学习过程与心得。教师应公开自己的学习过程与学习成果,例如通过运营学术博客、分享读书笔记、发布学习vlog、参与线上研讨会并分享心得等方式,向学生展示一名专业从业者是如何持续更新知识体系的。这样不仅能为学生提供学习资源,更能为学生树立榜样。二是建立持续性的互动交流机制。高校可定期开展听课、评课、同课异构、校本培训等活动,围绕教师教学能力提升、学科交叉融合、国家战略解读以及职业生涯规划等主题,开展深度探讨,使教师互相分享教学经验与心得。

(作者系吉林师范大学博达学院助理研究员)基金项目:2024年吉林省高等教育教学改革研究课题:新质生产力驱动民办高校青年教师教学能力培养模式的研究与实践(编号:JLJY202503182729)。2024年吉林省高等教育教学改革研究课题:数字化转型下高校教学管理供给侧改革推进路径研究(编号:JLJY202508283790)。

2024年电视与网络剧集行业的业态更新

■文/吴鸿蕊

2024年电视与网络剧集行业在多方面呈现显著发展态势,其中在业态发展上,新的格局逐渐形成,主要表现在三方面:总台央视与大型视频平台分别领航电视与网络剧集传播,网络微短剧持续强势崛起,以及文旅融合成新趋势。

一、总台央视与大型视频平台领航

2024年,电视与网络剧集产业正在经历一场深刻的变革。总台央视凭借其强大的制片体系和品牌影响力持续引领电视剧市场发展潮流,视频平台也通过不断提升原创能力和优化内容布局进一步巩固了剧集市场中的重要地位。在2024年,省级卫视与中央广播电视总台之间的差距变得愈发显著,呈现出一种鲜明的分层现象:总台凭借其“大剧看总台”的强势品牌成功构建了一套完善的精品剧制片体系,在剧集制作和播出方面拥有了无可比拟的优势;相比之下,省级卫视在剧集播出方面的竞争力明显减弱,首播剧和独播剧的数量大幅减少,取而代之的是二轮剧和多轮剧在黄金时段的频繁播出。从收视数据来看,央视第一季度黄金时段单频道收视率前20的电视剧,每集的平均收视率均稳稳超过了1.098%,而地方卫视同时段的最高每集平均收视率却仅为0.652%;这一悬殊比例在第三季度收缩,央视和地方卫视的收视率分别降至0.978%和0.677%,但央视的领先地位依然稳固。在网络播放方面,“爱优腾芒”几家国内主要大型视频平台的原创能力和原创收益也不断提升,从渠道端和生产端等多个方面来看存在感均正在日益增强,强势领跑网络剧集市场;由网站投产参与的原创剧集对收入的贡献比例提高、影响力增强。2024年视频平台的剧集播放量也呈现出稳步增长的态势。上半年,爱奇艺、腾讯视频、优酷三家视频平台的剧集总播放量较去年同期实现了不同幅度的增长,播映指数均值遥遥领先其他平台,展现出了强大的内容吸引力和市场竞争力。

2024年,电视与网络剧集产业在合作与竞争的交织中正逐步塑造出一个全新的格局,在这场变革中,省级卫视与中型视频平台虽然在整体行业竞争中面临着不小的挑战,但也在努力寻找着适合自己的发展路径。

二、网络微短剧持续强势崛起

2024年,网络微短剧作为一股不可忽视的新兴力量,所蕴含的巨大潜能正逐步释放为整个中国电视剧与网剧生产注入了新的活力与动能。据iiMedia Research(艾媒咨询)的调研数据显示,中国微短剧市场规模近年来呈爆发趋势,2023年中国微短剧市场规模达373.9亿元,同比上升267.659%;2024年达到504.4亿元,同比上涨34.92025%年达到677.9亿元,同比上涨34.4%,预计2027年中国微短剧市场规模超1000亿元,展现出极为广阔的发展前景。网络微短剧之所以能在短时间内迅速崛起,与其独特的魅力和适应现代快节奏生活的特性密不可分。随着市场的不断扩大,网络微短剧在内容创新、制作质量以及商业变现等方面也取得了显著的进步。2024年,网络剧情类短视频以其独特的体量轻盈、节奏明快及表现力丰富,迅速跃升为国内网络视听节目的新星,不仅吸引了广泛关注,更激发了内容创作的无限活力。精品剧目如《大妈的世界》《一梦枕星河》及《我在长征路上开超市》等,不仅赢得了口碑与经济效益,更为视听内容的创新提供了新视角与灵感。随着中国微短剧市场规模和体系的完善,网络微短剧市场将不断焕发生机。

三、文旅融合成新趋势

2024年,电视及网络剧集与文旅产业的深度融合与协同展现出了前所未有的巨大潜力。多部热门剧集的播出成功地将剧中场景转化为现实旅游热点,实现了从荧幕到现实、线上带动线下的完美跨越。电视剧方面,《繁花》在

年初的热播让“黄河路”这条在剧中频繁出现的街道成为上海市的热门旅游打卡地,剧中和平饭店、外滩27号等取景地以及排骨年糕等特色美食也迅速走红,吸引了无数游客前来探访。由剧集带动的旅游热潮,不仅促进了当地旅游业的发展,更在无形中传播了城市的文化与魅力。网剧方面,《我的阿勒泰》再次验证了剧集与文旅产业的协同效应,影片中阿勒泰草原的自然风光与人文风情让无数观众为之向往。“互联网作为传播平台,在对城市宣传的同时,也担当起将虚构文化作品延伸至现实、反向赋能文旅市场,加强氛围感营造的职能。阿勒泰即互联网作为氛围感营造起点,网民作为主要参与力量,与当地文化共情、用影视赋能文旅的例子。”2024年1月,国家广播电视总局出台了“跟着微短剧去旅行”创作计划,2024年新崛起的微短剧也在文旅融合趋势下与文旅宣传积极联动,通过将文化与旅游紧密结合,在运作机制、内容创作、产业融合等方面取得了一定成果,切实提升了作品的现实品质与美学基准,还为多个地方旅游业的发展注入了新的活力,成功地取景地带来了显著的客流增长:《我的归途有风》带动众多网友实地探访四川乐山,《一梦枕星河》让苏州非遗成果“出圈”……截至目前,国家广电总局已经推出了五批共计162部优秀微短剧作品,并纳入“跟着微短剧去旅行”推荐目录。这些作品取景地遍布全国30余个省份,涵盖了丰富的自然风光和人文景观,为观众呈现了一个个生动、立体的旅游目的地形象。在这一过程中,“政策引导与区域实践形成合力,创建了优质的创作生态环境”,“内容创作的深化与创新”“产业生态的构建与完善”与“政策引导与市场机制的有机结合”都有力地推进着微短剧结合文旅这一新兴模式的长足发展。

(作者系西安外事学院广电艺术系讲师)

《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