

海外社交平台中青年影视创作的媒介素养表征与国际传播效能

■ 文/周亚莉

当代青年影视创作者凭借鲜活的创作思维、娴熟的数字技术和开放的跨文化视野,成为中国影视国际传播的新生主力军。区别于传统主流传播的宏大叙事模式,新时代青年影视创作立足 TikTok、YouTube、Instagram等海外社交平台,借助轻量化、生活化、个性化的影像表达消解中外文化隔阂,挣脱中国故事固有的刻板叙事框架,触达海内外青年群体。青年创作者的媒介素养,不仅是个人创作能力的体现,更是新时代中国国际传播能力建设的微观缩影。基于此,探析海外社交平台中青年影视创作的媒介素养表征,厘清其传播优势与现存短板,对激活民间传播活力、提升中国影视国际传播效能、构建多元立体的国际传播格局具有重要意义。

立足媒介优势 彰显青年传播鲜活特质

当下,诸多青年影视作品在海外社交平台出圈走红,从爆红海外的《逃出大英博物馆》温情诉说家国情怀,到各美国风短视频演绎传统非遗、中式美学、市井烟火,再到轻量化微短剧展现当代中国青年的生活百态,充分印证了青年媒介素养赋能国际传播的强大活力。借助海外社交平台开展影视创作的实践过程中,成长于数字环境之下的当代青年影视创作者展现出适配全球化传播的优质媒介素养表征。其一,具备精准的媒介适配能力。青年创作者跳出传统影视创作的固化框架,贴合 TikTok、YouTube、Instagram等平台的传播特性,将国风美学、市井生活、传统文化、时代发展等宏大主题拆解为具象细腻的视听片段,创作出短时长、高质感、强互动的影视内容,契合 Z世代碎片化、场景化的阅读习惯。其二,拥有包容的跨文化共情能力。青年创作者摒弃单向输出的传播思维,立足人类共通的亲情、成长、奋斗、热爱等情感内核,以影视镜头为纽带,弱化文化差异、强化情感共鸣,有效规避文化隔

阂与传播误区。其三,兼具创新的内容生产能力与灵活的互动传播能力,善于挖掘小众优质题材,将非遗技艺、乡村振兴、青年奋斗等鲜活素材转化为年轻化影视内容,同时主动与海外网友互动交流,在评论对话中消解认知偏差,构建双向奔赴的传播格局。

深耕内容创作 夯实国际传播内容根基

优质的影视内容是提升国际传播效能的前提,也是青年媒介素养的核心体现。提升海外社交平台青年影视传播力,首要立足内容深耕,以高质量创作破除传播壁垒,打造兼具中国底蕴与全球质感的影视作品。青年创作者应坚守“内容为王”的创作理念,跳出流量至上的创作误区,拒绝同质化、套路化内容生产。一是挖掘差异化文化素材,将传统戏曲、古典美学、民俗文化与现代生活、青年潮流、时代发展深度融合,以年轻化视听语言重构传统文化表达,将静态的文化资源转化为动态的影视传播内容。米哈游青年创作团队打造的《原神》剧情短片《神女劈观》,以京剧旦角唱腔、戏曲扮相与武打身段为核心元素,搭配二次元动画叙事、潮流游戏视听包装,完整保留戏曲原声唱词在 YouTube 上线,全网播放突破 544 万,海外网友主动检索京剧知识、翻唱戏曲曲目,促使传统戏曲借助青年流行载体实现了全球化破圈传播。二是聚焦当代中国真实图景,用镜头记录青年奋斗、城乡发展、民生温情的鲜活瞬间,以小切口展现大时代,用生活化叙事替代刻板说教,让海外受众透过影视片段读懂真实、立体、全面的中国。三是需强化内容价值提炼能力,平衡趣味性与思想性、娱乐性与传播性,在创意表达中植入中华文化内核与人类共同价值,让影视内容既有青春质感,又有文化深度与时代温度,持续提升内容的跨文化适配力与持久传播力。

电影中思政元素提炼及在广告学专业课程思政教学中的应用

■ 文/杨欣

课程思政是新时代应用型高校落实立德树人根本任务的重要举措。电影作品以其叙事性、情感性和视听结合的优势,为广告学专业课程思政提供了丰富的教学资源。广告学专业作为新闻传播学科的重要组成部分,其课程具有较强的应用性与实践性,广告学专业学生在校期间参与实践、实践的过程中,以及学生毕业后将直接参与广告信息的生产与传播,广告学专业学生的价值观念与职业道德会直接影响广告传播环境与精神文明建设。广告学专业作为应用性与社会性极强的学科,其课程思政建设具有特殊的重要性与紧迫性。

一、当前广告学专业课程思政教学面临的困境

在广告学专业课程思政教学中,课程思政元素与广告学专业知识融合依然存在“两张皮”现象。部分广告学专业教师在专业课教学过程中将思政内容生硬加入,缺乏与专业理论知识进行合理、深入、有效的融合。广告学专业课程思政教学资源的转化能力不足,部分广告学专业教师在挖掘课程思政元素时经常局限于传统教材和常见热门案例,缺乏对影视资源的系统与深入开发。部分广告学专业教师开展课程思政教学方法的吸引力需要进一步提升,倘若只采用传统的理论教学方法则难以有效激发广告学专业学生的学习兴趣,不利于有效提高广告学专业课程思政的教学效果。电影作品作为一种与影视广告关系密切的艺术形式,蕴含着丰富的思想政治教育资源与课程思政教学元素,将优秀国产与国际电影作品中的思政元素加以系统归纳与分析提炼,将其有机融入广告学专业课程思政

教学之中,既是破解当前广告学专业课程思政教学面临困境的有效路径,也是推动广告学专业课程思政教学改革创新的重要方向。

二、电影作品中思政元素的内涵与类型

电影作品中的思政元素是指蕴含在电影叙事、人物塑造、主题表达、影像语言、电影营销、电影广告之中,能够对受众的理想信念、价值观念、道德认知产生积极引导作用的思想教育资源。这些元素并非外在于电影艺术的生硬说教,而是内嵌于故事情节和艺术表达之中。电影作品中的思政元素可以分为以下三类:

红色文化与家国情怀类元素。主旋律电影和重大革命历史题材影视作品通过再现中华民族奋斗历程与英雄人物事迹,激发受众的爱国情感。例如,《我和我的祖国》《四渡》《钢铁意志》等影片将家国情怀融入感人至深的电影叙事之中,具有深厚的时代印记,能够有效的激发观众们的爱国情感。

职业道德与专业伦理类元素。部分优秀电影作品在讲述故事的同时,展现了特定职业群体的职业道德修养专业操守及精神追求。例如《中国机长》中机组人员面临突发险情与困境时的专业素养与责任担当,又如《楚门的世界》主角生活在一个被广告植入包围的巨型摄影棚环境之中而不自知,影片中媒体为追求广告利益不惜一切,电影中展现了生硬的广告植入与模式化的广告宣传语对男主角造成的困扰,都为广告学专业学生的职业道德与专业伦理教育提供了生动的课程思政素材。

文化自信与创新精神类元素。近年

强化素养培育 筑牢长效传播支撑体系

Z世代青年创作者依托短视频、长剧集、动画、纪录影像等多元视听形态,更容易打破地域文化壁垒、契合全球青年审美范式,成为国家国际传播格局里极具成长性的核心力量。其国际传播的底气与后劲来源于扎根日常、持续深耕的媒介素养培育。第一,高校、行业机构应与传播平台联动搭建培育平台,开设跨文化传播、海外媒介运营、影视创意创作等专项培训课程,引导青年创作者树立正确的传播理念,提升内容创作、舆论把控、跨文化沟通的综合素养,规避片面化、情绪化创作误区。第二,完善正向引导与激励机制,挖掘扶持优质青年影视创作团队与个人,打造标杆性出海影视作品,并建立内容审核与指导机制,引导青年创作者坚守传播底线,自觉维护国家形象,在创新意识中坚守文化立场、传递中国声音。第三,搭建青年影视创作交流平台,推动国内外青年创作者之间的深度交流,助力青年创作者精准把握全球传播趋势,积累跨文化传播经验,持续提升国际传播的专业性与实效性。

青年是国际传播的生力军,影视创作是文明互鉴的重要载体。在全球化传播的新时代,海外社交平台上的青年影视创作者,以扎实的媒介素养、鲜活的创作表达、真诚的跨文化对话,为讲好中国故事、传播好中国声音注入了青春活力,展现了新时代中国青年的文化自信与时代担当。未来,持续赋能青年成长、淬炼媒介素养、激活创作活力,必将推动中国青年影视创作在国际舞台绽放更多光彩,为提升中华文化国际影响力、推动中外文明交流互鉴注入源源不断的青春动能。

(作者系西安外事学院国际合作学院讲师)基金项目:陕西省“十四五”教育科学规划2025年度课题:“课程思政背景下国学经典融入英美文学课程教学路径研究”课题批准号:SGH25Y3522。

敬业专注、精益求精、守正创新的工匠精神,是新时代高等教育落实立德树人根本任务、培育时代新人的重要价值标尺,更是青年学子锤炼专业素养、涵养职业品格的核心准则。高校作为工匠精神传承、培育与弘扬的主阵地,肩负着以匠心育人、以魂魄铸人的重要使命。当下,短视频已成为全媒体时代最具影响力的大众传播媒介,抖音、视频号等平台深度嵌入青年学生的日常学习与生活,彻底颠覆了高校传统单向灌输式的思政传播模式,为主流价值文化的年轻化传播开辟了全新赛道。基于此,贴合短视频传播规律与青年审美特征,创新工匠精神传播模式、构建长效价值引领体系,是新时代高校思政育人与校园文化建设的重要课题。

一、短视频赋能高校工匠精神传播的时代价值

全媒体语境下,短视频不仅是大众娱乐传播载体,更是高校开展思政教育、传播主流价值的重要阵地,为工匠精神从理论宣讲走向情感认同、从被动接收走向主动传播提供了有力支撑,育人价值与传播价值尤为突出。

首先,革新叙事逻辑,消解主流传播疏离感。短视频打破传统叙事桎梏,以微观视角聚焦校园实训、师生成长、专业创新等真实场景,将工匠精神拆解为深耕专业的坚守、精益求精的态度、突破创新的勇气,以身边人、身边事构建具象化叙事,让抽象的精神内涵可感、可学、可共情,大幅提升主流价值传播的贴近性。

其次,适配青年语态,实现浸润式价值育人。短视频摒弃生硬的说教式话语,以纪实短片、创意剪辑、技能展演、情景故事等年轻化形式承载工匠精神内涵,契合青年审美偏好与传播习惯。学生在休闲浏览、互动转发的轻量化场景中潜移默化接受价值熏陶,实现“润物无声”的育人效果,破解了传统思政教育“重说教、轻认同”的难题。

最后,激活主体动能,构建全员传播格局。短视频创作门槛低、传播自由度高的特性,推动学生从传播受众转变

短视频视域下高校工匠精神传播创新与价值引领路径

■ 文/杨会萍 李雪琴

为传播主体。师生可结合专业特色、成长经历自主创作匠心主题影像作品,在创作、传播、互动的全过程中深化对工匠精神的理解,形成“校方引导、师生共创、全域传播”的良性生态,拓宽了工匠精神校园传播的覆盖面与影响力。

二、高校工匠精神短视频传播的现实困境

当前,多数高校已将短视频纳入校园文化与思政传播体系,但在实践过程中,传播质量与育人效果仍存在明显短板,难以实现深度价值引领。

一是内容创作同质化,叙事模式固化僵化。一些高校匠心主题短视频创作缺乏创新思维,内容多搬搬大国工匠通用事迹、简单记录实训场景、堆砌校园荣誉素材,缺乏对本校师生匠心故事、专业特色、育人内核的深度挖掘。叙事方式沿用传统宣传模板,重形式展示、轻情感表达,细节刻画缺失、内容立意浅显,同质化严重导致作品吸引力不足,难以触动青年受众,陷入“有传播、无共鸣”的困境。

二是传播语态脱节,青年适配性不足。部分高校短视频创作仍固守传统宣传思维,过度追求严肃性与规范性,语言生硬、形式刻板,刻意强化说教属性,忽视短视频轻量化、生活化、互动化的媒介特质。创作语态脱离青年话语体系,不会运用年轻化、网感化的正向表达与影像手法,导致作品与青年审美脱节,难以激发学生的自主传播意愿。

三是传播矩阵松散,长效运营机制缺失。高校工匠精神短视频传播普遍缺乏系统性、整体性规划,账号运营分散、内容更新随意、平台联动薄弱,未形成多平台协同、多主体参与的传播矩阵。同时,缺少完善的内容创作、审核推广、激励保障机制,优质原创产能不足,传播热度难以持续,无法形成常态化、体系化的育人传播格局。

三、短视频赋能工匠精神传播的创新路径与价值引领策略

第一,深耕精品内容,重构匠心影

主题进行影视公益广告创作,将课堂所学的影视语言技法应用于传递正向价值的实践之中。学生不仅可以锻炼专业技能,还可以通过选题构思、分镜脚本撰写和影像表达中实现了对价值理念的深度理解和内化表达。

五、电影思政元素融入广告学专业课程的教学方法

案例教学法:以电影叙事提升价值认知。案例教学法是广告学专业最常用的教学方法之一。广告学专业教师可以选取电影作品中的段落或核心情节作为课程思政教学元素,将其嵌入广告学概论、整合营销传播等课程的知识点讲授之中。例如,在《广告学概论》课程中讲授中国广告发展史时,可引入电影《我和我的父辈》中《鸭先知》片段进行课程思政教育。该片段由中国第一支电视广告的真实事件改编,生动呈现了改革开放初期广告人敢于创新突破的时代精神。学生通过观影了解广告复兴的历史背景后,教师引导学生讨论“为什么《鸭先知》中说要做‘第一只’‘敢于下水的鸭子’”,由此引出“文化自信”“奋斗精神”等课程思政主题。电影片段将抽象的广告史知识转化为具象的叙事体验,以单纯的理论讲解更具说服力和感染力。在《整合营销传播》课程中,则可选取《我不是药神》等涉及商业伦理冲突的电影片段,引导学生围绕广告人的社会责任展开案例研讨。

项目驱动法:以创作实践内化价值理念。对于广告专业教学而言,项目驱动法是重要的教学方法之一,强调“做中学”,让学生在完成真实或模拟的广告项目中实现知识内化与价值培养。广告学专业教师可以社会主义核心价值观为主题,设计公益广告创作项目,要求学生以小组为单位完成从选题策划、脚本撰写到拍摄制作的全流程实践。在创作过程中,学生需要深入思考如何通过影像语言传递正向价值,不仅要在拍摄技术、画面构图、叙事表达等方面用心钻研,还要充分思考思政元素的融入技巧。在课程思政教育考核评价环节,可通过作品

像叙事。内容是影像传播的核心竞争力,高校需摒弃模板化、同质化创作,走精品化、特色化叙事路线。一方面,深挖校园本土素材,聚焦一线教师潜心治学、技能学子刻苦钻研、优秀校友创新创业的真实故事,以纪实影像捕捉匠心细节,用身边榜样诠释精神内涵,让传播内容更具感染力与说服力。另一方面,结合不同专业特色打造系列化内容,将工匠精神与专业实训、科技创新、职业素养培育深度绑定,丰富叙事维度,弱化说教表达,以真实故事传递匠心力量,提升作品共情力与传播力。

第二,革新传播语态,适配青年审美体系。立足青年话语体系完成传播转型,推动宣传语态从“官方说教”转向“平等对话”。在影像表达上,灵活运用轻量化剪辑、沉浸式镜头、适配的背景音乐与字幕包装,打造年轻化、趣味化的视觉作品。在语言表达上,融合正向网络话语与青春表达,通俗生动解读工匠精神内核,让主流价值接地气、有朝气。同时,设计多元化互动传播场景,通过匠心作品征集、主题挑战赛、弹幕互动等形式,调动学生创作与传播积极性,实现从“被动观看”到“主动认同”的价值升级。

第三,搭建全域矩阵,拓宽价值传播边界。整合抖音、视频号、B站、小红书等主流短视频平台,依据各平台受众特征与传播特性差异化创作内容,实现多平台全域覆盖、精准传播。同时,构建“学校官方主导、院系协同联动、社团主力支撑、师生全员参与”的多元传播格局,激活师生创作传播动能,通过官方推送、师生转发、校园媒体联动的传播模式,打破校园传播圈层,让工匠精神实现更广范围的正向传播。

(杨会萍系新疆工程学院马克思主义学院副教授,李雪琴系新疆工程学院马克思主义学院讲师)基金项目:新疆工程学院2026年校级委托教改项目“面向行业岗位需求的工程技术实训课程内容研究——聚焦应用型人才培养与工匠精神培育”(XJGCJGD202606)。

展示、学生互评、行业专家评价等方式深化学生对价值表达的理解。这种“做中学”的方式使思政教育从“被动接受”转变为“主动建构”,有助于学生在创作实践中实现对价值理念的深度内化。

情境教学法:以沉浸体验引发情感共鸣。情境教学法可以通过创设具体的教学情境,引导学生在沉浸式体验中获得情感触动和价值认同,是广告学专业学生理解专业知识的重要教学方法之一。广告学专业教师可在课堂上选择性的放映与课程主题相关的电影作品片段或电影海报等广告作品进行精读式分析,让广告学专业学生可以在视听语言的沉浸中感受电影作品的叙事方式与价值指向。例如,广告学专业教师在讲授广告创意课程时,可以将《哪吒》等具有文化自信内涵的优秀电影作品融入课堂教学,通过分析电影片段与电影海报,用“讲授—放映—讨论”三环节模式,提高广告学专业学生的创意水平与表现效果。电影的艺术性使思政教育摆脱了单向说教的困境,以情感共鸣为桥梁实现价值引导。

混合式教学法:以线上线下拓展育人时空。混合式教学法将线上自主学习与线下课堂研讨相结合,可以有效拓展课程思政教育的时空边界。广告学专业教师可将相关电影片段、电影宣传广告、观影思考题等教学资源上传至在线教学平台,要求广告学专业学生在课前完成观影、分析电影宣传广告作品;课堂上则集中有限时间进行案例研讨、创意提案等互动性较强的教学活动;课后可以安排相关广告作品创作任务,形成“课前观影思考—课中研讨深化—课后实践内化”的完整教学链条。线上线下相结合的混合式教学“让思政教育变得更生动”,有助于有效提升学生的参与度和获得感,提高广告学课程思政的教学效果。

(作者系辽宁科技学院人文艺术学院副教授)基金项目:2025年辽宁省普通高等教育本科教学改革研究项目:数智时代应用型高校广告学国家一流专业建设的研究与实践(编号:2025YBXM0792)。