

## 抗战题材电影在培育大学生社会主义核心价值观中的作用

■文/李巧

(三)以集体精神涵养友善品质,强化社会责任感

友善是和谐社会关系的润滑剂,其更高层次的体现是对同胞的关怀与对社会的责任。抗战题材电影是集体主义精神的伟大颂歌,生动展现了在亡国灭种的危机面前,全体中华儿女如何超越地域、阶层和观念局限,结成最广泛的民族统一战线。在《太行山上》《百团大战》等影片中,无数平凡人挺身而出、彼此扶持、共渡难关的故事正是对友善最恢弘的诠释,能够让学生认识到,个人的力量是渺小的,但当一个民族凝聚成坚强的集体时,便能爆发出改天换地的伟力。这种基于共同命运而产生的同胞之爱、手足之情,有助于培养大学生的集体观念、团队精神和社会责任感。

### 在培育大学生社会主义核心价值观中的作用实现路径

抗战题材电影是培育大学生社会主义核心价值观的宝贵资源,高校应通过内容上深化认知、形式上激发情感、实践上引导行为的三维路径,引导大学生自觉将社会主义核心价值观内化于心、外化于行,成为担当民族复兴大任的时代新人。

#### (一)深化内容,引导认知

抗战题材电影的思想性是其教育价值的根本,要发挥抗战影片的育人作用,需引导学生深入解读其思想内涵,进而帮助学生理解历史事件背后蕴含的核心价值观。一方面,高校应将抗战题材电影纳入思想政治课、历史课、艺术鉴赏课等,进行专题化教学设计。例如,在“毛泽东思想与中国特色社会主义理论体系概论”教学中,教师可引入《地道战》《地雷战》等电影素材,围绕人民战争思想、群众路线进行讲解,将影片中的故事情节与历史中的真实事件和人物紧密结合,以学生熟悉的情感世界连接历史世界中发生的抗日事件,强化大学生对国家自立和民族自强的历史认识,为培育“富强、民主、文明、和谐”的国家层面价值观奠定坚实的历史基础。另一方面,高校应依托英雄人物形象帮助大学生理解其行为背后的价值得向。例如《八佰》影片中“八百壮士”

的牺牲精神体现了爱国与敬业的最高境界,《太行山上》影片中中国两党战士的携手共进体现了在民族大义面前不计前嫌的民族精神。高校教师可通过角色扮演、主题辩论等活动,让学生认清“爱国、敬业、诚信、友善”的个人层面价值观不是空洞的说教,而是无数革命先烈用血和肉铸就的人生价值准则。

#### (二)创新形式,激发共鸣

当代大学生是成长于数字时代,传统的说教式、单向灌输式教育模式已效果有限,因此必须创新抗战题材电影的价值传递形式,强化其艺术感染力,激发学生的情感共鸣,实现由“被动接受”到“主动共情”的转变。高校可充分利用微信公众号、B站、抖音、微博等大学生大量聚集的网络平台,对《金陵十三钗》《捍卫者》等经典抗战电影进行二次创作,如影片精彩片段混剪、英雄人物事迹动漫解说、历史知识问答互动等,运用符合网络传播规律的语态和形式,让红色文化“破圈”传播。同时,高校可建立线上影迷社群、话题讨论组,鼓励学生分享观后感、创作相关文艺作品,形成围绕抗战题材电影的价值探讨与情感交流群,在互动中深化对核心价值观的理解。

#### (三)推动实践:从想到行动

高校社会主义核心价值观教育的主要目的是让学生将价值认同转化为日常生活中的自觉行动。对此,学校以抗战题材电影培养大学生的社会主义核心价值观,需重视实践教育环节,让学生在知行合一中树立正确的价值取向。第一,学校可组织学生走进抗战纪念馆、烈士陵园、革命遗址等爱国主义教育基地,结合《血战台儿庄》《百团大战》等影片内容,举办“追随光影足迹”等主题社会实践活动,了解电影背后的真实历史,体会影片所承载的精神力量。第二,学校可将抗战精神融入校风学风建设,结合重要历史纪念日举办全校性的抗战题材电影展映周、主题征文、演讲比赛、话剧展演等活动,不断强化大学生的社会责任感。

(作者单位:上海大学上海电影学院)

基金项目:国家社科基金艺术学重点项目“中国抗战时期艺术文献整理和研究”(项目批准号:20AA001)阶段性成果。

## 在大学生社会主义核心价值观培育中的作用体现

对于正处于价值观塑造关键期的大学生而言,抗战题材电影在培育和践行以“爱国、敬业、诚信、友善”等为内涵的社会主义核心价值观方面发挥着独特的引领作用。

### (一)以史诗叙事筑牢爱国基石,激发民族复兴志向

爱国是社会主义核心价值观的核心,是公民最深沉、最持久的情感。抗战题材电影以极具冲击力的视听语言,将民族的集体记忆转化为可知可感的个体体验。当《南京!南京!》中的惨痛场景、《东京审判》中的激烈交锋被呈现在银幕上时,书本上抽象的历史数据与叙述,瞬间变成了血与火的真实再现,能瞬间击穿时空隔阂,让学生深刻体悟“落后就要挨打”的血泪教训,认识到今日的和平与发展环境来之不易,进而深化与国家命运休戚与共的认同,以及渴望民族复兴、国家富强的强烈责任感。

### (二)以英雄楷模诠释敬业和诚信,塑造崇高职业伦理

敬业和诚信属于社会主义核心价值观的个人层面范畴,抗战题材电影基于特定的历史背景,生动刻画了这两种品质,为大学生构建了崇高的精神典范。抗战背景下的敬业和诚信已超越一般职业精神,是对民族解放事业的无限忠诚与极致奉献。无论是在前线奋勇杀敌的军人,还是在文化战线上呕心沥血的知识分子,亦或是在后勤保障中默默奉献的普通民众,都深刻诠释了为崇高目标无私奉献的精神。例如,《八佰》中守卫四行仓库的将士、《集结号》中对誓言的坚守,都是敬业与诚信精神的生动写照。

## “她”叙事的类型突围:论中国青年女性导演的创作新趋向

### ——以《好东西》为例

■文/尹晓利

义,这些声音不仅是对日常生活场景的真实还原,更将女性的日常劳动从幕后推向了台前,成了女性内心世界的外在体现。对话、音响和音乐三种不同的电影声音非同步并置,达成了另一种声音理念上的多元化和谐共生。强调了女性的声音和体验应该被听见和重视,凸显了女性的主体性和独立性。

### 二、类型框架运用的创造性

整体来看,青年女性导演的创作更多聚焦于现实题材,尤其是和性别议题相关联。邵艺辉导演的《好东西》延续了其在《爱情神话》中对都市生活的敏锐洞察,在影片中她运用了轻喜剧的风格来承载单亲妈妈、网络暴力、女性生存等严肃的社会议题。打破传统女性苦难叙事的局限,用冷幽默消解了严肃议题的沉重感,使影片更具观赏性和亲和力。

《好东西》遵循“小姐电影”的叙事原则,瓦解了传统情感叙事中亲密关系局限于男女两性互动的固有模式,将亲密关系拓展至女性之间,以女性婚姻、亲子关系、成长、友谊撑起故事的情感内核,以无血缘的女性互助同盟重构了传统家庭与亲密关系,精准击中目标观众群。

影片抛却了传统女性电影中的单线叙事逻辑,转而聚焦于女性主体性的日常生活。

如三位女主角构成女性互助同盟,共同抚养孩子、分享生活,讨论月经羞耻与女性自主权等,通过生活流的叙事解构性别规则。同时,导演另辟蹊径地让女性成为欲望的主体,影片的视听语言彻底颠覆了传统类型片中女性“被凝视的受害者”范式,展现了女性对自身身体权利的觉醒和对传统性别观念的反抗,契合当下女性观众的心理认知。

### 三、女性叙事与类型化融合的张力、困境与前瞻

当下的女性创作者同样也面临挑

战,青年女性导演需要借助类型化手段拓展女性表达的广度与深度,在保持作者表达与适配市场之间寻找平衡点。电影作为一种大众媒介,既是社会现实的反映,也是塑造社会性别的重要媒介。女性题材创作要警惕概念化,避免先入为主,创新的根基应源于对真实女性经验细腻而诚恳的洞察。

纵观近年来的作品,女性导演在创作题材、主题上比较集中。亲子关系、母亲身份、家庭和生育、青春恋情、女性成长等,一直是女性导演创作最关心的话题。当今的女性题材可以尝试与悬疑、科幻、犯罪等更多元化的类型片进行深度融合。另外,未来创作可拓展至更广泛的女性生命体验与更复杂的社会关系,探索女性叙事与历史传记、社会现实等宏大题材的结合。

另外,应当看到,流媒体平台为中国青年女性导演提供了内容突围、资源获取、技术赋能的三重机遇,女性导演正从“边缘补充”走向“主流叙事”。随着知竹的《古相思曲》登陆 Netflix 亚洲平台,成为首部在海外实现单集破千万观看的中国女性导演短剧,我们有理由相信未来女性叙事不再是小众标签,而会逐渐成为内容创新的核心驱动力。

### 结语

青年女性导演在女性叙事与类型化融合方面的探索是极具价值的,这种融合不仅为女性表达找到了更广阔的市场和观众,也极大地丰富了中国影视的类型生态。尽管在平衡作者表达与类型规则、深化议题、拓展题材、丰富视角等方面仍面临挑战,但其展现出的创新勇气和艺术潜力,为中国影视的未来发展注入了新的力量。相信只有不断扩展、不断突破,才能真正抓住时代赋予的机会,使“她创作”真正成为一种“她力量”。

(作者单位:渭南师范学院)

## 《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。

## 从银幕到衍生品: 影视动漫文创的视觉符号系统化设计研究

■文/赵龑

### 系统建构: 搭建层级化的视觉符号矩阵

文创设计团队需突破碎片化设计的局限,通过层级化矩阵实现符号从银幕到衍生品有序转化。这一矩阵通常包含核心符号层、衍生符号层和应用符号层三个维度。以迪士尼动画《冰雪奇缘》为例,核心符号层以艾莎的冰晶魔法与蓝色冷色调为基底,构成IP最本质的视觉标识,衍生符号层则将核心元素拓展为雪花纹样、冰棱结构等次级符号,如“Let It Go”场景的裙摆冰晶图案被抽象为重复的几何纹理,应用符号层则根据衍生品类型对符号进行适应性调整,如在文具类产品中采用简化的雪花线条,在服装上运用渐变冰晶印花,确保符号在不同载体中保持识别度的同时兼具实用性。建构层级化视觉符号矩阵的关键在于建立标准化的符号管理体系。其一,制定《符号使用规范手册》,明确特定影视动漫IP核心符号的比例、色彩模式与变形规则,避免衍生品设计中的符号扭曲。其二,通过符号基因图谱梳理各层级符号的衍生逻辑,如《鬼灭之刃》将灶门炭治郎的日轮刀纹样拆解为“火焰+锯齿+太阳”的符号链,使其在钥匙扣、手办等周边产品中既能独立呈现,又能与其他角色符号形成系统呼应。其三,引入动态符号管理机制,根据市场反馈对符号矩阵进行迭代,在后续产品中强化特定视觉符号的占比。

### 媒介匹配: 将视觉符号多元适配于产品

视觉符号向衍生品的转化本质上是符号语义在不同媒介中的转译过程,需兼顾符号的视觉完整性与产品的功能属性。以《哪吒之魔童降世》为例,其核心符号“魔童”形象在适配不同产品时呈现出差异化设计:硬质ABS塑料手办可通过电镀工艺实现金属质感的立体浮雕;在柔性纯棉T恤上,可将魔童符号转化为荧光油墨印花,通过材质的透气性平

衡符号的厚重感;在文具橡皮擦中,该符号可拆解为可独立拆卸的模块化组件,实现把玩与实用的多功能转化。要实现多元媒介匹配,设计团队可采取以下举措。首先,建立“媒介—符号”适配数据库,对金属、纺织、塑料等常见衍生品材质的视觉表现力进行系统分析。以《白蛇·缘起》文创设计为例,在设计金属书签时,可通过激光雕刻工艺还原白蛇鳞片的渐变质感,避免平面印刷对光影层次的损耗。在设计绢质团扇时,可将青蛇的水袖纹样转化为水墨晕染图案,利用丝绸的垂坠感强化东方美学的流动意境。其次,组建跨学科设计团队,通过工业设计、材料工程与视觉传达的交叉融合,实现符号功能化转译。以《大圣归来》衍生品开发为例,机械工程师与插画师协作,将金箍棒符号创新性转化为可伸缩的中性笔结构,达成功能属性与符号语义有机统一。最后构建系统化的用户体验测试流程,通过焦点小组访谈与使用场景模拟,验证符号在不同媒介中的认知效率与适配性。例如在设计《天官赐福》角色谢怜的银饰衍生品时,通过佩戴测试动态调整咒枷符号的尺寸与重量参数,在装饰性美学表达与佩戴舒适性之间取得平衡,确保符号转译的精准性与用户体验的完整性。这种基于媒介特性的精准适配使视觉符号既能在衍生品中延续银幕的叙事魅力,又能转化为可触摸、可使用的实体体验。

综上所述,在影视动漫文创的商业化进程中,视觉符号的系统化设计已非单纯的美学建构,而是连接IP文化内核与市场价值的核心纽带。这一设计范式通过符号提取的意义锚定、系统建构的逻辑整合及媒介匹配的语境适配,实现了银幕视觉语言向衍生品实体有机转化,使影视动漫文创的视觉符号既承载IP的文化内涵,又适配商业产品的功能属性,最终构建起文化价值与商业价值共生的文创开发体系。

(作者单位:宁夏师范大学)

## 当代中华优秀传统文化传播:

### 探讨《黑神话:悟空》对西游记IP的活态传承

■文/梁茜

在当代全球化与数字化的浪潮中,中华优秀传统文化的传播正在面临挑战,传统的传播方式如书籍、戏曲、话剧等虽然有一定的影响力,但是受地域、时间、空间及受众群体影响,还是有很大的限制,如何让优秀传统文化活起来,拓宽传播渠道,特别要关注年轻受众的需求。《黑神话:悟空》的横空出世,让我们的文化符号重新沸腾,刻在中国人记忆中的《西游记》以一种全新的方式再次呈现在世界眼前,它并非对《西游记》文本的简单复制或影视化转译,而是通过一种“活态传承”的方式,为这经典IP注入了全新的生命力,这无疑是一个成功的传播实践案例,让经典的IP在保留精神内核的同时,与当代人的认知、情感和审美产生了共鸣,构建了一个充满体验感的文化场域。

### 从“文本符号”到“沉浸式体验”: 重构经典文化脚本

《西游记》作为中国四大名著之一,无论是小说还是影视剧,中国人早已经

把作品中的文化符号都刻在DNA里了,孙悟空的金箍棒、唐僧念的紧箍咒、大闹天宫的弼马温等等,这些符号在传统的媒介中都是以线性叙事形式存在,观众跟着唐僧师徒的步伐,完成追剧的任务。而《黑神话:悟空》以游戏为媒介,将符号转化为可体验的场景,观众不再是旁观者,而是能够共同参与唐僧师徒西天取经、降妖除魔的过程的真实团队。《黑神话:悟空》的伟大突破就在于,它将“故事”拓展为了“世界”。

游戏中的每一处场景都严格遵循中国传统建筑与园林美学,利用顶尖的图形技术,将散落在《西游记》字里行间的神话地理进行了具象化、体系化的重建。无论是观音禅寺,还是妖气弥漫的黄风岭,每个场景都是将文字或电影中的“意境”转化为可感知的“真实”。在这种沉浸式的探索中,玩家能够从文本想象的世界里走进现实,去想去的任何地方,美猴王的花果山、太上老君的炼丹炉、玉皇大帝居住的天宫,一切在游戏中都成为眼前的世界。

### 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

广告