

# 大思政背景下日语专业课程与思政融合模式研究

## ——以公益广告为切入点

郭瑾蓉, 吴香淑

绍兴文理学院外国语学院, 浙江 绍兴

收稿日期: 2023年9月9日; 录用日期: 2023年10月6日; 发布日期: 2023年10月13日

### 摘要

在“大思政”背景下, 如何将思政内容融入课堂教学之中, 成为了一项现实的问题。公益广告能够承载政治文化内容, 是进行思想政治宣传与教育的理想体裁。本篇论文通过梳理公益广告的政治文化意义, 得到了利用公益广告实现日语专业课中“大思政”自然入场的可能性。通过问卷调查与可行性论证, 获得了使用公益广告进行教学的大思政日语专业课教学设计方案。最后通过授课, 证实了该方案在思政教化上具有良好的效果。基于以上讨论与实践, 我们最后归纳出了一套具有操作性的基于公益广告实现大思政日语专业课课程设计方法。

### 关键词

大思政, 公益广告, 日语教学, 教学设计

# Research on the Integration Mode of Japanese Language Courses and Civic Science in the Context of Greater Civic Science

## —Taking Public Service Announcements as the Entry Point

Jinrong Guo, Xiangshu Wu

Foreign Language Center, Shaoxing University, Shaoxing Zhejiang

Received: Sep. 9<sup>th</sup>, 2023; accepted: Oct. 6<sup>th</sup>, 2023; published: Oct. 13<sup>th</sup>, 2023

## Abstract

In the context of “Great Ideology and Politics”, how to integrate political content into classroom teaching has become a real problem. Public service announcements (PSAs) are an ideal genre for ideological and political propaganda and education because they can carry political and cultural contents. In this paper, the political and cultural significance of public service announcements is sorted out, and the possibility of using public service announcements to realize the natural entrance of “Great Ideology and Politics” in Japanese language courses is obtained. Through a questionnaire survey and a feasibility study, we obtained a teaching design for a major Japanese language course using public service announcements. In the end, it was confirmed that the program was effective in teaching Civics and Politics. Based on the above discussion and practice, we finally summarized a set of operational methods to realize the curriculum design of the major course of Japanese language for large Civics and Politics based on public service announcements.

## Keywords

Great Ideology and Politics, Public Service Announcements, Japanese Language Teaching, Instructional Design

Copyright © 2023 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 思政背景

2022年7月25日《全面推进大思政课建设的工作方案》提出：全面推进大思政课建设，要坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导[1]，聚焦立德树人的根本任务，推动用党的理论铸魂育人，不断增强针对性，提高有效性，实现入脑入心。高等学校人才培养是育人和育才相统一的过程，要建设高水平人才培养体系，必须将思想政治工作贯通其中，并且要抓好课程思政建设。在大思政背景下，各高校都十分注重将思政内容融入学生的专业教育之中[2]。但是，我们注意到在日语专业课的教学中，相关课程的设计存在一些不足。在这里，我们提出一套基于公益广告实现的大思政日语专业课课程设计方法。

## 2. 公益广告的思政效果

公益广告是不以营利为目的而为社会提供免费服务的广告活动，具备揭示社会问题，宣传政治思想与道德价值观的作用，是意识形态宣传的天然载体。当我们在电视或互联网收看到礼赞中国特色社会主义的公益广告时，一种难以言表的民族自豪感便会油然而生。实际上，这就是公益广告的宣传功能的实例，即一种“政治社会化”的场景。

政治学家兰顿指出：“政治社会化……是社会的一代向下一代传递其政治文化的方式”[3]。作为政治社会化的一种重要途径，政治教育能够实现政治意识与政治价值的传递。事实上，作为新式的大众媒体，电视与互联网已成为一种影响异常深远的政治社会化工具[4]。不仅官方(authority)日益强调对互联网的利用，通过构建融媒体等宣传模式以增强政治教育的效能，而且民众也渐渐主要通过电视与互联网等渠道来了解时政内容[5]。现如今，在日益开放的网络空间中，各类弘扬社会主义核心价值观的优质公益

广告先后走红, 极大地扩大了社会主义核心价值观的社会影响。因此我们认为, 作为一种试听材料的公益广告, 不仅可以承载政治文化内容, 而且还可以借助电视与互联网等渠道参与政治社会化进程, 是进行思想政治宣传与教育的理想体裁。

2023年2月, 课题组在各校一共100位日语系学生中开展了一次问卷调查活动。本次问卷调查的主要目的是探究公益广告的思政效果、公益广告与日语教学相结合的实施方法与公益广告在日语学习中起到的作用等问题, 通过向日语专业学生发放问卷来得出结果的方式, 问卷由18道选择题组成, 本次调查课题组成员通过多种方式在线发放调查问卷, 并密切关注问卷的实时数据, 及时跟进答卷质量。课题组一共发放了100份问卷, 最终, 共回收100份问卷。

由问卷调查可知, 大部分同学认为公益广告在政治思想与道德价值观教育上可以起到作用。这体现将公益广告融入日语课堂教学能够起到政治思想与道德价值观熏陶的作用。基于此, 课题组认为, 通过在日语专业课课堂上使用公益广告进行教学, 可以实现“大思政”的自然入场。

### 3. 公益广告融入日语教学的可行性

#### 3.1. 公益广告的特征

公益广告作为一种视听资料, 其本身就是一个生动的语言环境[6]。通过以文字或声音的形式呈现广告中人物的语言与画外音, 构建出了一个要求收听者具备“听”与“读”能力的语言环境。自然地, 在与公益广告的互动过程中, 学生的多项语言技能就可以得到运用与提升。而且, 在信息技术发达的当下, 制作一系列用于教学的公益广告在技术与经济上并没有很高的准入条件。我们认为, 公益广告的上述特征及其价值可以有效地为日语专业课所利用。通过适应一定的教学计划, 实现有针对性地提高学生特定语言技能的效果。也就是说, 在日语专业课教学中应用公益广告是完全可行的。

#### 3.2. 公益广告与课程思政的结合

诚然, 公益广告的语言特点能够满足我们在日语专业课教学中的需求。但在大思政的背景下, 我们更加重视的是其中承载的政治文化内容。自然地, 我们能够利用视听资料来传播政治思想与道德观点, 这构成了我们利用公益广告构建大思政的基础。在选材方面, 我们不仅可以选取本土的优秀文化, 如中华优秀传统文化、中国特色社会主义文化等, 还可以借鉴国外优秀文化与哲学社会科学思想, 由此便得到了构建大思政叙事所需的丰富思想文化资源。利用信息技术, 我们可以方便地制作出体现中国特色社会主义意识形态的公益广告片, 实现语言工具与思政内容的有机结合[7]。

#### 3.3. 教学用公益广告的选材注意点

在选择教学用公益广告时, 首先应选择主题鲜明的、倡导真善美的广告[8], 避免一些理解较难的广告。教师在选择公益广告时可以参照以下几点:

##### 1) 选择适合学生学习水平的公益广告

**Table 1.** People's understanding of TV commercials without subtitles  
**表 1.** 大家对于没有字幕的电视广告的理解程度

选项	小计	比例
A. 80%~100%	7	7%
B. 60%~80%	16	16%
C. 40%~60%	60	60%
D. 20%~40%	17	17%

从上述问卷结果(如表 1 所示)可见, 大部分同学对没有字幕的公益广告理解在 40%~60%, 少部分的同学能理解 60%以上的公益广告内容, 说明以目前大部分日语专业的学生学习程度来看, 日语公益广告的内容较难理解, 如果将公益广告融入日语的教学, 则应优先考虑广告内容中的生词数量、是否利于理解等问题, 从而选择难度适宜的广告, 让学生从广告内容中学习生词, 带入其语境, 有利于提高学生的日语学习能力。

## 2) 根据学生的爱好倾向选择公益广告

**Table 2.** The importance of various elements of public service advertising

**表 2.** 公益广告的各种要素的重要性

选项	小计	比例
广告的情节	83	83%
广告的人物	57	57%
广告的创意	65	65%
广告的背景音乐	33	33%

由问卷结果(如表 2 所示), 同学们认为公益广告中最能吸引人的要有广告的情节与创意, 所以教师在选择公益广告时可以选择情节与创意精彩的广告, 以此激发学生的学习热情。

## 3) 选择语速适中, 且使用标准日语的公益广告。

公益广告应选择语速适中的广告, 防止学生因语速过快而一下子难以理解或由于广告本身发音原因而听不懂。

### 3.4. 利用公益广告的教学方案

在考察高校毕业生的实际外语应用实践水平时, 我们发现许多毕业生对日语的听、说、读、写能力并不足以满足现实工作的需求, 也不能把课程中所学到的语法点灵活运用于表达中, 在实际交流中很难准确表达自己的想法。由此可见, 在目前的日语专业课程设计中可能存在一些缺陷。即使是强调思想性的大思政日语专业课, 也不可忽视对语言能力的培养, 甚至应当尝试解决传统教学方法存在的经典问题。这些问题主要体现在日语传统教学方法更加注重于词汇与语法等知识性内容的传授, 一定程度上忽视了学生口语水平的培养, 高校在课时重心的整体分配上多偏重于阅读部分, 而针对听说部分的训练则相对较少, 学生就会相对地缺乏语言的实践活动。为了使学生多接触生活化的、自然的听力素材, 也应改善教学方式, 提高教学方式的趣味性[9]。这也是对大思政日语专业课程设计提出的重要问题。

**Table 3.** The effect of TV advertisement teaching on Japanese listening, speaking, reading and writing

**表 3.** 利用电视广告的教学对日语听说读写的作用

选项	小计	比例
听	38	38%
说	6	6%
读	1	1%
写	0	0
全部	55	55%

由问卷调查得出的表 3 结果可见, 大部分同学认为公益广告对日语听力与会话的学习能起到促进作用, 通过看公益广告并揣摩其中的含义, 可以促使自己对日语的理解并学会表达。根据已受教学试验的学者经验, 如果听力水平得到有效提升, 随之说的能力也会得到相应提升, 阅读与写作能力也就能得到提高。所以将公益广告融入教学能提升学生的听说读写能力。

**Table 4.** The use of television advertising in teaching to help Japanese social and cultural learning

**表 4.** 利用电视广告的教学对日本社会文化的学习的帮助

选项	小计	比例
非常有帮助	48	48%
有帮助	38	38%
一般	13	13%
不怎么	1	1%

由表 4 可见, 大部分同学认为观看日本公益广告可以推进同学们对日本文化的了解。因为同学们在观看日本的公益广告时, 对广告情节中体现出的日本文化、风俗习惯感到好奇, 从而在潜移默化的解读过程中解决了跨文化交际的障碍。教师可以结合公益广告情节来介绍日本文化, 学生可以在课后多去了解这些内容, 由此可以促进学生对于日本社会文化及语言的学习[10]。

公益广告的特点是内容通俗易懂, 预期受众范围广, 篇幅较短, 内容表达相对直观, 人们可以通过画面、声音来快速获取其想表达的内容。结合问卷调查结果以及综合文献, 我们总结了以下教学方案。

#### (一)、听音并想象画面

教师先只给学生播放公益广告的音频, 让学生通过听音频中的对话和解说来想象公益广告的画面。

授课方法:

- ② 不给学生看画面, 仅播放音 2~3 遍;
- ② 听后提问学生电视广告的内容, 让学生描述画面的内容;
- ③ 看实际画面确认其内容;
- ④ 大家一起回答问题;
- ⑤ 给学生解释新出单词以及表现形式。

**教学目标:** 在提高视听能力的基础上, 告诉大家人们就算是对宠物一见钟情, 也要带有责任感地认真斟酌是否有能力抚养宠物。否则那些宠物将在人们的一时冲动后遭受不可预料的悲惨命运。

#### <例>一见钟情

女: 快看快看, 这只小狗好可爱。

店员: 要抱一下小狗吗?

女: 可以吗? 好可爱。

店员: 可爱吧。

男: 看着软软的, 太可爱啦。

店员: 它很喜欢你们二位呢。

男: 养吗, 养吧。我们对它一见钟情呢。

\*这种一见钟情, 是麻烦呢。

消费者的您是否冲动消费了“生命”呢? 商家的您是否在随意出售“生命”? 去思考生命的宝贵吧。确实如此。

**问题:**

- ① 想象一下是什么画面?
- ② 广告主题是什么?
- ③ 可以用来形容动物的形容词?

### (二)、○或×回答问题

观看电视广告后用○或×回答教师准备的提问, 相对于直接写答案或说答案的方式容易, 可以更有效地减轻学生的心理负担, 在轻松的氛围下进行课堂教学。

**授课方法:**

- ① 将问题发给学生阅读, 并让学生听前确认提问内容;
- ② 给学生播放电视广告 2~3 遍;
- ③ 学生根据视听内容作答, 与广告内容一致○不一致×;
- ④ 大家一起观看电视广告核对答案;
- ⑤ 给学生发脚本解释新出单词以及表现形式。

**教学目标:** 通过反复听力练习, 掌握广告的基本大意, 并了解到克服癌症回归社会和正在治疗癌症中的人的乐观的一面, 传递积极信息。

#### <例>一边工作

【我是一名工人, 即使得了癌症, 也会在看病的同时继续工作, 心态也会变得积极。】

【我也是一名工薪族, 回到公司后会一边考虑身体状况一边工作。】

【我也是长野的工人, 能一边和公司协商治疗一边工作真是太感谢了!】

进入一边治疗癌症一边工作的时代

**问题:**

- 1) 工人得了癌症不能一边看病一边工作;
- 2) 工薪族回归后能权衡身体和工作;
- 3) 工人正在进入一边治疗癌症一边工作的时代。

### (三)、回答问题

在观看公益广告后回答老师提出的问题。

**授课方法:**

- ① 发给学生教师准备的提问内容, 并让学生听前确认提问内容;
- ② 解释新出单词;
- ③ 不给学生看画面, 仅播放音 2~3 遍;
- ④ 学生根据所听内容回答问题(笔答或口述);
- ⑤ 大家一起观看电视广告确认答案。

**教学目标:** 在提高视听理解能力和口头表达能力的基础上, 了解边走路边玩手机的危害, 由此达到呼吁学生不要边走路边玩手机的目的。

#### <例>边走路边看手机的二宫金次郎

【很久很久以前, 有一个老奶奶正在河边洗衣服, 此时一个大桃子在水上一沉一浮地飘过来, 这个老奶奶想去拿桃子, 但是扑通一声掉进河里……没有拿到那个大桃子。

——不要再边走路边看手机了。】

问题:

- ① 老奶奶在河边做什么?
- ② 老奶奶想去拿什么?
- ③ 老奶奶为什么会坠入河中?

#### (四)、小组讨论

在观看公益广告后, 教师提出一个问题, 学生在进行小组讨论后发表观点。

教学目标: 提高学生视听理解能力的基础上, 了解语言带给学生的负面影响, 引导学生正确使用语言, 防止语言暴力。

<例>一句话, 是子弹

【语言的力量比你想象得还要强大, 有时候甚至能夺去人们的生命。那样的话, 你还能安心地按下话语的发送键吗?】

问题: 语言通常是如何伤害他人的?

## 4. 利用公益广告的教学效果

为了更客观地评价本研究的教学效果, 我们对日语专业 21 级 20 名实验组学生进行了问卷调查, 得出了有关利用广告进行教学的效果总结。

最终结论如下:

(一)、活跃课堂氛围效果。公益广告中的有趣剧情可以持续吸引学生注意力, 激发学生学习热情, 从而活跃课堂氛围。

(二)、提高听力与会话能力效果。公益广告中的句子较为简短, 学生理解比较容易, 可以通过观看公益广告并且回答问题的方式提高日语听说能力。

(三)、传播异国文化内容。公益广告讲述的大多是生活中的内容, 其中融合了许多日本文化, 学生在观看公益广告的同时也能受到不同文化的熏陶<sup>[11]</sup>。

(四)、育人效果。公益广告中所融合的核心价值观与思政观念能够润物细无声地教育学生, 使学生形成正确的价值观。

以上是通过课堂观察法和问卷调查法得出的教学效果。

## 5. 总结

本研究旨在探求日语专业课程与思政融合模式, 以此为指导, 可以优化日语专业课程教学设计, 利用公益广告来创造真实的语言环境, 将公益广告融入日语专业课程教学。如果将这种形式和内容作为日语视听说教学的新方法进行尝试, 可以提高学习者的跨文化交际能力; 通过应用日本公益广告以提升学生日语听、说、读、写的水平, 可以丰富日语视听说课程的教学形式, 提高课堂教学的趣味性, 还可以使学生了解日本社会与文化, 主动自觉地参与进学习活动中, 有助于培养学生观察、分析问题的能力。

而课程思政方面, 公益广告会根据时代变迁形成不同的新主题, 从而不断能产生出新的内容, 这可以确保学生能够不断学习到新鲜内容, 这为日语教学开辟了新的途径, 学生也可以从优秀的、具有影响力的广告中汲取有益的思政资源, 尤其是体现中国的传统文化以及家国情怀的题材, 有利于潜移默化地

影响大学生的精神世界, 并引导学生树立正确的价值观。这为提升学生的日语听说写能力方面提供参考与借鉴。

## 基金项目

绍兴文理学院校级科研项目“大思政背景下日语专业课程与思政融合模式研究——以公益广告为切入点”研究成果。

## 参考文献

- [1] 晋艺菡, 胡远珍. “广告学概论”课程思政建设的实践路径及创新方法[J]. 黑龙江教育(高教研究与评估), 2022(7): 63-65.
- [2] 韩仁杰. “课程思政”建设背景下公益广告设计课程的问题与对策[J]. 美与时代(上), 2020(9): 128-131.  
<https://doi.org/10.16129/j.cnki.mysds.2020.09.046>
- [3] Langton, K.P. (1969) Political Socialization. Oxford University Press, New York, 4.
- [4] 蔡翠红. 网络时代的政治发展研究[M]. 北京: 时事出版社, 2015: 9.
- [5] 李斌. 论网络政治社会化的机理和特点[J]. 天津行政学院报, 2008(4): 27-30.
- [6] 许泽萍, 付梦醒, 邓腾. 高职院校广告艺术设计专业课程思政与公益广告的融合与实践创新[J]. 大众文艺, 2022(16): 144-146.
- [7] 张莹. 影视公益广告的社会功利性研究[J]. 电影评介, 2020(13): 109-112.  
<https://doi.org/10.16583/j.cnki.52-1014/j.2020.13.026>
- [8] 袁丽. 公益广告应用对现代社会的思政引导作用[J]. 新闻战线, 2017(16): 135-136.
- [9] 韩彤宇. 电视广告课对留学生汉语听力水平提高的实验研究[C]//中文教学现代化学会. 数字化汉语教学进展与深化. 北京: 清华大学出版社, 2008: 166-174.
- [10] 岳琳, 吕家玮, 张安琪. 公益广告课程融入思政元素的教学设计路径研究[J]. 吉林艺术学院学报, 2022(3): 88-90.  
<https://doi.org/10.13867/j.cnki.1674-5442.2022.03.002>
- [11] 刘丽, 初广志. 日本公益广告在中国网络视频平台的传播研究[J]. 广告大观(理论版), 2018(2): 49-55.