

学研产一体化 信息资源 选刊

INTEGRATION OF EDUCATION , RESEARCH AND INDUSTRY
INFORMATION RESOURCES SELECTED

大数据 / 行业动态 / 双创视域 / 研究与探索 / 思政新语 / 高教发展 / 海外文摘

2023

第1期/总第46期

吉林动画学院 · 图书馆

刊首语

《学研产一体化信息资源选刊》自 2016 年创刊以来，以服务于“学研产一体化”办学特色、教育教学、科学研究与人才培养为目标，图书馆发挥资源、技术与服务优势，搜集整合国内外行业、学科专业领域前沿资讯、数据、成果、热点等相关信息，助力学校高水平应用型大学、产业大学建设。

《选刊》为双月刊，常设栏目包括“大数据”“行业动态”“研究与探索”“思政新语”“海外文摘”“政策法规”“高教发展”等。为助推双创教育与产教融合，本期增设“双创视域”专栏。

本期重点内容为动漫、游戏、电影、虚拟现实及人工智能等相关主题的行业资讯、报道及国内外学术文献摘要。

此刊已创七载，承蒙学校领导、教师关注与扶持，内容更迭修正，以期提升办刊质量。望得诸位玉言斧正，敬表谢意。

图书馆
2023 年 3 月

目录

CONTENTS

■ 大数据

- 01/ 2021—2022 年中国动漫游戏产业年度报告（摘要） 来源：《出版发行研究》
10/ 2022 年中国电影产业发展分析报告 来源：《当代电影》

■ 行业动态

- 23/ 世界数字教育大会亮相哪些新科技？记者直击四大亮点 来源：封面新闻
24/ 多领域专家解读 ChatGPT——引领全球人工智能新浪潮 来源：经济日报
26/ 春节档电影票房突破 67 亿元 来源：光明日报
28/ 中国游戏出海：要摘“果子”得先“种树” 来源：北京青年报

■ 双创视域

- 39/ 破解人才供需矛盾，吉林探路“产教融合 2.0” 来源：新华社
32/ 两会近距离：扩大就业容量 提升就业质量 来源：人民日报

■ 研究与探索

- 34/ 虚拟（CG）角色表演探微 沈嘉熠
34/ 没有虚拟现实就没有元宇宙 潘志庚
35/ 妖怪文化元素在日本动漫产业中的展现及启示——以《怪化猫》为例 孟晓 李泽华
35/ 当下国产影视动漫产业化发展现状与思考 王贤波
36/ 新世纪中国艺术电影书写：记忆空间、空间副本与身份追认 周星 吴晓钟
36/ 电影共同体美学与中小成本电影发展 张经武 赵婷婷
37/ 文化热点问题在戏剧影视中的价值体现——评《戏剧影视文学与文化产业管理》 胡静
37/ “双万计划”视域下地方高校青年教师专业能力提升研究 罗兴奇

■ 思政新语

- 38/ 习语：在复兴之路上坚定前行——《复兴文库》序言 来源：《复兴文库》
39/ 论戏剧与影视学学科建设中的群众路线 作者：潘可武 余俊雯

■ 高教发展

- 51/ 数字变革与教育未来——在世界数字教育大会上的主旨演讲
来源：教育部政务新媒体“微言教育”

■ 海外文摘

- 56/ 芸術専門学校生に対する美術を用いた哲学教育——艺术类院校学生的美术哲学教育
56/ A Comprehensive Survey on Security, Privacy Issues and Emerging Defence Technologies for UAVs——关于无人机安全、隐私问题及新兴防御技术的调查综述
57/ Research on Character Action Recognition of Digital Comics——数字漫画人物动作识别研究

2021—2022年中国动漫游戏产业 年度报告(摘要)

01

时间: 2022-12-15 来源: 《出版发行研究》

自2021年起,我国踏入了第二个百年征程,在国家推动数字经济发展和文化强国建设的战略背景下,新一代数字技术与实体经济加速融合。国家先后发布了《中华人民共和国国民经济和社会发展第十四个五年规划和2035年远景目标纲要》《“十四五”数字经济发展规划》《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》《“十四五”文化发展规划》《出版业“十四五”时期发展规划》《虚拟现实与行业应用融合发展行动计划(2022—2026年)》等一系列明方向促发展的指导政策。党的二十大报告中,习近平总书记站在国家发展、民族复兴的高度,对推进文化自信自强、铸就社会主义文化新辉煌进行了部署,提出建设具有强大凝聚力和引领力的社会主义意识形态、广泛践行社会主义核心价值观、提高全社会文明程度、繁荣发展文化事业和文化产业,增强中华文明传播力、影响力的新战略。在新时代的发展机遇下,动漫游戏吸收前沿技术并积极与传统产业相融合,成为融合时代经济文化发展的新动能。

一、中国动漫游戏产业发展现状

(一) 动漫主题创作类型丰富,图书文化传承成绩斐然

2021年围绕建党百年、疫情防控、脱贫攻坚、北京冬奥会等重大事件和时代主题,涌现出了一批优秀的动漫作品,如《长征先锋》《南湖少年》《从未变过》

《焦裕禄》《你好,辫子姑娘》《血与火:新中国是这样炼成的》《那年那兔那些事儿党史课》《半小时漫画党史(1921—1949)》等作品聚焦党史,引导童心向党;《下姜村的绿水青山梦》《幸福路上》《石山石猴石娃子》《大王日记》等作品生动反映了脱贫攻坚伟大的成就;《写给家乡的三行诗》等作品关注乡村振兴;《冰雪冬奥村》《冰雪之约》《筑梦冬奥》等冬奥主题动画片展现冰雪运动魅力,弘扬奥运精神。从这些作品的内容来看,新时代的动漫主旋律作品更注重好看又好玩、有血有肉,有现实映照也有艺术升华,少了说教,多了些诚意和心意。同时,多数主旋律动漫作品都借助短视频等平台实现了立体化传播,形成了大小屏互动融合,进一步提升了传播力、影响力。

除主题作品丰富外,动漫图书文化传承也成绩斐然。在互联网碎片化阅读时代,动漫图书与文化知识相结合,受到了孩子们的认可和喜爱。京东、当当、天猫、西西弗书店等线上、线下动漫图书销售排行榜数据显示,“蔡志忠典藏国学漫画”系列及《如果历史是一群喵》《漫画历史线轻松学古文》《科普漫画:比知识有趣的冷知识》《物理江湖》《这就是化学》等漫画图书长期占据畅销榜。历史文化漫画、科普漫画成为中国动漫出版的主流,获得了销量、口碑双赢。动漫图书与正统文化有机融合的表现形式,激发了文艺创作的活力,照亮了孩子们的求知世界。

(二) 动画电影内容制作精良,向技

术与艺术并重方向转化

中国动画诞生100周年,经历了沉寂、彷徨、蜕变,不断地寻找初心、承接使命、汲取智慧,至今仍呈现着勃勃生机。2021年,中国动画电影不断推陈出新,推出《雄狮少年》《济公之降龙降世》《白蛇2:青蛇劫起》《新神榜:哪吒重生》《深海》等符合时代潮流的精品力作,体现了中国动画讲好中国故事、传承中华文化的时代面貌。

云计算为国漫保驾护航。优秀的动画作品对算力和存储的性能需求非常高。追光动画创始人于洲在2022年云栖大会上表示,电影中那些具有视觉震撼场景“水墨特效”“灵动舞姿”“超燃瞬间”“逼真薄纱”等都需要技术的支撑,动画电影《新神榜:杨戬》全片渲染总时长达到3.6亿核小时,备份存储约为900TB。上云成为提高渲染效率、保证项目进度的有力手段。云渲染技术助力,解决存储、算力、稳定性难题。

国内动画电影制作的功力进步如斯,带动“中国风”动画作品百花齐放。中国文化审美中的“气”“象”“神”“韵”“意”与中国精神的正大光明、自强不息,成为滋养国漫的源泉。如被央视点赞的动画《雾山五行》用水墨之美表达出了中国的志怪文化;再如取材于《庄子·秋水》的动画作品《夏虫国》用绚丽的中国山水诠释“夏虫不可以语于冰”的古老哲言;还有运用石板艺术表达玄奘取经路的动画作品《莫高霞光》呈现出了敦煌故事的意境悠远;取材于陶渊明笔下的动画作品《桃花源记》融汇了国风元素美仑美奂地演绎了传统美文,这些作品通过运用动画的艺术表现形式,赋予了传统故事新的美学意趣,越来越多的观众从国漫中找到了中华民族文化认同感和精神归属感。

(三)网络动漫拓宽边界,释放IP价值潜力

经过数年的整合,我国网络动漫的产业链已经逐渐成熟。三大头部网络动漫平台腾讯动漫、哔哩哔哩、快看的发展各有侧重,正在从不同的方向上拓宽产业链边界释放头部效应。

腾讯动漫经过八年的生态整合,探索出了一条“顶级IP+顶级制作”的发展路径,IP储备和用户规模陡峭增长。2021年腾讯动漫共播出310部作品,其中19部作品的播放量超过10亿。《完美世界》以26.7亿播放量成为2021年播放量最高的国漫作品,《斗破苍穹第四季》以26.2亿的播放量紧随其后。2022年腾讯动漫发布的100部预播网络动漫作品中,各类IP改编作品达78部。IP+顶级制作不断释放动漫内容价值,用户保持了每年5%—10%的增长量,每年近八成的付费用户对IP连载的网络动漫内容持续付费。

2021年“快看漫画”升级成为“快看”,积极探索漫画与消费结合的新模式。一是采取“漫画+短视频”的模式推出漫剧的概念。漫剧单集三分钟,制作成本少,契合可当下年轻人的文化娱乐需求。二是打造虚拟与现实融合的“超Z世代”一站式娱乐平台。随着2亿年轻用户的聚集沉淀,“快看”正在形成独有的“超新Z世代”文化社群。三是拓宽边界赋能传统行业。2021年“快看”分别尝试与欢乐谷、比亚迪等传统产业的 brand 合作,国漫IP再次拓宽边界成为品牌与二次元文化圈层沟通的桥梁。

哔哩哔哩持续建立了内容消费生态。2021年国漫内容在哔哩哔哩已经形成了一股中坚力量。除整合网易漫画和有妖气外,哔哩哔哩仅在2021年上半年,就投资了14家动漫相关公司,围绕IP开发构

建了IP孵化、动漫制作、动漫教育、动漫版权运营等生态布局。2022年哔哩哔哩数据显示:国创作品突破千万播放量的时间3个月已缩短至41天;仅2022年8月就有9600万人在哔哩哔哩观看了国产原创动画作品,这个数字两年里翻了一倍。2022年哔哩哔哩推出将漫画内容与B站视频生态相结合活动,将漫画从静态的阅读行为拓展为可看可玩的娱乐体验,实现漫画内容消费的快速增长。

(四)短视频动画异军突起,成为动漫发展的热门领域

伴随我国短视频行业的发展和动画制作能力的提升,短视频动画成为大众碎片时间娱乐的新选择。短视频动画节奏紧凑,形象生动直观,能够快速抓住用户的注意力,适配网络时代大众的娱乐习惯。一批短视频动画已得到了市场认可,获得了千万粉丝的关注,部分短视频动画的广告收入已步入千万级别。知名短视频动画有《我是不白吃》《一禅小和尚》《阿巳与小铃铛》《开心锤锤》《伍六七》等。各大短视频平台积极在二次元内容上有所布局,促进短视频动画发展。如快手二次元推出了“暴击系列”活动,抖音推出夏日云漫展、二次元云歌会等活动。

与此同时,短视频动画也正在成为主题宣传、科普教育、知识分享、新闻解读的新途径。各主流媒体和政务平台积极借助短视频动画的传播形式,帮助大众更加准确、及时、轻松地了解国家政策、提升科学知识、普及生活常识。以主题出版为例,政论微视频《习近平用典》配合人民日报社组织编写的同名政治理论作品,通过可视化形式生动地呈现习近平总书记讲话和文章中的典故;由中宣部对外推广局指导,传承医者仁心的动画短视频《接力》,2021年上线国内外互联网平台,引发了

社会的广泛关注;新华社和复兴路上工作室联合推出的中英双语动画短视频《一杯咖啡里的脱贫故事》,趣味性地讲述了百年前咖啡豆引入云南帮助民众摆脱贫困的故事等。作为覆盖面广、深受人民群众喜爱的传播方式,短视频动画将更多地承担起记录生活、书写生活的使命,创作出更多口碑与流量俱佳的优秀作品。

(五)网络游戏迈入存量时代,谋求多元化发展

受新冠肺炎疫情、政策紧缩、消费疲软等多重因素影响,2021—2022年国内网络游戏市场逐渐从增速放缓状态转向存量竞争。中国音像与数字出版协会游戏工委(GPC)、中国游戏产业研究院发布的数据显示:2021年中国游戏市场实际销售收入为2965.13亿元,增幅比例较上一年度缩减近15%,年度爆款数量同比有所减少。2022年上半年中国游戏产业实际销售收入为1477.89亿元,同比减少1.80%。用户规模基本持平已触及天花板,网络游戏迈入存量竞争时代。

游戏市场整体发展相对低迷。35家A股游戏企业业绩持续分化:从2022年第三季度数据来看,只有16家企业营收同比增长,超六成的企业净利润同比下降,过半数企业出现了营收与净利润双下滑且股价下跌的情况。35家A股游戏企业中仅有9家企业实现了增速盈利,有10家企业面临亏损。

在市场收缩的压力下,网游企业积极谋求多元化发展,国内业务与海外业务同步推进,主要表现在:一是继续实施游戏精品化战略。其中,国内版号政策趋严,促使游戏精品化成为趋势;游戏出海竞争激烈增速放缓,依托内容精品化在海外竞争脱颖而出势在必行。二是加大云游戏投入力度。大企业积极投入云游戏基础设施

建设,中小企业着手将存量游戏云化并布局云原生游戏。三是发力元宇宙。游戏是元宇宙优先级落地的场景之一。元宇宙技术和应用的不断探索将为游戏行业发展带来新机。四是“因地制宜”提升出海竞争力。依据海外市场调研及经验沉淀,因地制宜实现海外定制。五是加大投资力度。根据各自战略规划,游戏企业在研发、制作、发行、服务等能力支撑方面加大布局力度。

(六)“网络游戏+”蕴含的数字生产力进一步得到释放

网络游戏是与计算机信息技术领域息息相关的新兴数字产业,对数字经济的发展有着促进作用。中国游戏产业研究院、中国科学院自然科学史研究所发布的《游戏技术——数实融合进程中的技术新集群》显示,游戏技术对芯片产业、高速通信网络产业、AR/VR产业分别有着14.9%、46.3%、71.6%的科技进步贡献率。这一数据意味着游戏技术已经成为芯片产业技术集群的重要组成部分。中国工程院院士邬贺铨认为,游戏中已经得到试错与验证的技术可以外溢应用到其他数字创意产业中。2021年网络游戏积极探索与传统行业的融合,出现了一批医疗游戏、教育游戏、文旅游戏等新兴产品,拥有巨大的创新潜力与广阔的发展前景。

在“游戏+医疗”方面,游戏企业与医疗行业结合,在游戏诊病、游戏治病、游戏帮患等方面进行深度合作,共同探索游戏化数字疗法。美国游戏公司Akili Interactive在2020年推出了用于改善儿童ADHD的游戏《EndeavorRx》,获得美国食品药品监督管理局(FDA)审批,收到了较好的临床效果。2021年盛趣游戏和浙大儿童医院也合作推出了国内针对ADHD的功能游戏《强化训练号》,利

用脑机结合的技术,激发生理变化,通过AI算法智能调节监控患者的游戏数值,动态把控病情及治疗效果。2022年由波克城市研发的《快乐视界星球》成为国内第一款获得国家药品监督管理局(NMPA)审批的游戏化AI医疗软件,帮助儿童斜弱视进行康复治疗。同年6月,三七互娱上线了一款探索面向心智障碍群体辅助训练的功能游戏《星星生活乐园》,帮助孤独症儿童缓解焦虑情绪。与传统药品和器械相比,游戏化的数字疗法更具有参与感、趣味性,对某些特殊人群的疗效较显著。

在“游戏+数字体育运动”方面,双方的结合助力我国传统体育向数字化、游戏化、电竞化转型。在体育全领域、全场景、全流程的数字化变革中,游戏也发挥效用。如在北京冬奥会唯一新建冰上竞赛场馆“冰丝带”自主研发了一款基于3D人工智能芯片和图像融合算法开发的滑冰、滑雪冬奥项目游戏,通过与摄像机集成形成体感互动平台,可准确识别人体动作,体验者在馆内无需佩戴传感设备就能完成游戏动作,提升了观众体验冰雪运动项目的互动效果,对推广冰雪运动作出重要贡献。

在“游戏+文旅”方面,游戏内容设计与城市、景区联动,虚实结合,带来身临其境的体验,激发了玩家远行的渴望,为文旅宣传推广带来启发。如米哈游“以游戏为载体的文化传播和旅游宣传推广模式探索”成功入选了文化和旅游数字化创新实践十佳案例;腾讯游戏《QQ飞车》与黄河水利委员会合作,上线了飞跃黄河主题赛道游戏版本,为年轻人打开了一扇通往“黄河文化”的窗等。

在“游戏+乡村振兴”方面,游戏企业积极参与到数字文化乡村振兴中来。如语文出版社和腾讯互娱联合推出普通话公

益游戏《普通话小镇》，用科技为乡村群体搭建普通话学习桥梁。

(七) 电竞产业良性生态逐渐趋稳，跨界融合释放活力

近年来，我国电竞产业整体展现出了良好发展态势，生态体系渐趋完善。腾讯发布的《2021 中国电竞运动行业发展报告》显示，2021 年赛事及衍生市场全球收入达到 11 亿美元，中国占比达 35%，成为全球赛事收入最高的电竞市场。中国音像与数字出版协游戏工委（GPC）与中国游戏产业研究院联合发布的电竞相关数据显示，2021 年中国电竞用户规模 4.89 亿；年轻人是电竞的主要群体，18—24 岁的用户占比高达 48.4%，在电竞的总体用户中核心电竞爱好者占 50%。在庞大的用户群体下，电竞的热度已比肩传统文娱产业。

2023 年杭州亚运会首次将电子竞技列为正式比赛项目意义重大。电竞入亚是推动整个行业从松散走向规制的关键转折点，它将带动电竞全产业链条深入发展，并外溢到相关产业迸发活力。

《“十四五”文化产业发展规划》在优化重点文化行业供给、改善文化消费环境的目标中，提出要促进电子竞技与游戏游艺行业融合发展。各城市全方位支持电竞产业落地，打造具有区域特色的电竞产业生态圈。如文旅部对口支援永定后，引入了“天涯明月刀”国风电竞文旅项目，实现“土楼+电竞赛事+沉浸式体验+度假民宿”等多元化沉浸式体验，推动永定全域旅游高质量发展。类似的文旅项目已覆盖全国。我国已有超过 30 个城市出台电竞相关政策，展开“电竞高地”的开发建设。2022 年 11 月全国首例以电竞为特色的生态公园“北景园”在杭州对外开放，未来电竞产业园、电竞小镇、电竞步行街

等将在全国各城市遍地开花。电竞为未来各地数字文化创新发展提供了新的样本。

(八) 数字藏品迎来爆发式增长，成为探索元宇宙内容价值的容器

2021 年，数字藏品席卷而来。经历几轮探索后，根据政策和监管要求，数字藏品剥离了金融属性，探索在联盟链上发行，强调权益和赋能，更看重传递数字文创作品的价值。数字藏品作为区块链技术的创新应用，所有权凭据具有可追踪性、稀缺性、永久性、不可篡改等特征，深刻影响着艺术、收藏、游戏等领域。目前它的主要形式包括数字图片、音乐、视频、3D 模型、电子门票、数字纪念品等，应用场景涉及数字文化、数字文旅、数字农业、数字地产、数字乡村、数字城市等各个方面。越来越多的传统行业和实体企业开始落实数字藏品，将它结合实体权益进行获客、营销和服务，其市场与前景不容小觑。

速途元宇宙研究院《激活数字经济的钥匙——2022 数字藏品产业研究报告》显示，2022 年上半年，我国数字藏品发行平台的数量超过 500 家，阿里、腾讯、京东、百度、快手、网易、哔哩哔哩、蓝色光标等超过 20 家上市企业均通过直接或者间接方式布局数字藏品。2022 年《人民日报》、新华社、工信部、《光明日报》、人民网、中国邮政等“国家队”聚首数字藏品更是意义非凡。“国家队”的数藏平台更多地担负文化传播的责任，数藏产品更侧重弘扬主旋律、重温时代记忆、继承民族精神和创新传统文化。

与此同时，各领域从不同角度积极探索数字藏品的规范发展。2022 年 2 月，中国信息通信研究院联合腾讯、蚂蚁集团、北京邮电大学、之江实验室等机构共同提出《基于区块链的数字藏品服务技术框架》，这是国际上首个区块链技术数字

藏品领域应用的标准。2022年9月中国商业股份制企业经济联合会提出《数字藏品合规评价准则》，从出版领域对数字藏品的定义、合规发行及流转进行规范化表述，并设想提出“数字藏品是数字出版物的一种新形态”。作为数字技术冲击下当代文化经济所迸发出的新形式，数字藏品所具有的数字权益被认为是进入元宇宙世界的凭证，也是凝结创作力价值的容器。国内对数字藏品的探索还处于起步阶段，各类规范的出台对数字藏品的健康、规范发展具有积极影响。在文化数字化发展的路上，数字藏品所带来的创新性体验将有利于满足大众日益增长的精神文化需求，有利于提升中国文化软实力。

(九) 虚拟数字人技术快速演进，商业化应用广泛

2021年，虚拟数字人受技术和需求的双向驱动，进入主流市场。虚拟数字人的“虚拟”指存在于非物理世界中；“数字”指由图形学、人工智能、动作捕捉、语音合成等技术手段创造；“人”指具有人的外貌和交互能力。随着概念与技术的完善，虚拟数字人的外观与类型也更加多样化：形象上分为2D和3D两大类；外形上分为卡通、拟真、写实等类型；技术上分为智能驱动型和真人驱动型。清华大学新闻与传播学院新媒体研究中心执行主任沈阳认为，虚拟数字人在功能和价值上大体可以分为三类：一是传播传媒类，比如虚拟明星、偶像、网红和主播；二是专业服务价值类，比如虚拟专家、医生、教师、员工；三是生活陪伴类，如虚拟宠物和亲属等。虚拟数字人具有深度学习能力和人格化特征，本质上是一个IP，在传媒、娱乐、政务、医疗、教育、金融、养老等多个领域都拥有广阔应用空间。随着智能驱动技术、集成AI视觉、语音智能、计算机图

形的快速演进，虚拟数字人制作水平不断提升，具体应用场景价值逐渐显现。

自2021年以来，在央媒、政府、银行、知名大企业所涉及的金融、广告、直播、展会展示、娱乐等领域都不乏虚拟数字人的身影，越来越多的品牌着手打造自己的虚拟数字人IP并在广告营销中形成风潮。艾媒咨询数据显示，2021年中国虚拟人带动产业市场规模为1074.9亿元，核心市场规模62.2亿元，预计2025年市场规模分别达到6402.7亿元和480.6亿元。

2022年北京冬奥会期间，以中国气象节目主持人冯殊为原型的虚拟主播“冯小殊”登上荧屏，凭借逼真的面容、自然的语气和动作受到网友赞誉。截至2022年10月，热门的虚拟数字人已有30余位，包括“柳夜熙”“华智冰”“崔筱盼”“夏语冰”“微软小冰”“苏小妹”“Dr. Yu宇博士”“李未可”等，涉及超写实数字人、虚拟偶像、虚拟数字员工等多种角色设定。目前虚拟数字人的发展已迭代到了3.0版本。与以洛天依为代表的1.0版本不同，3.0时期的虚拟数字人更加聪明，交互能力更强。

2022年8月，北京市发布国内首个数字人专项政策《北京市促进数字人产业创新发展行动计划（2022—2025年）》，提出北京到2025年数字人产业规模突破500亿元，培育1—2家营收超50亿元的重点数字人企业、10家营收超10亿元的重点数字人企业，以及20个数字人应用标杆项目等目标。上海市出台《上海市培育“元宇宙”新赛道行动方案（2022—2025年）》，提出了重点实施数字人全方位提升工程，促进数字人在数字营销、在线培训、电商直播、影音娱乐、服务咨询等多场景的应用。

目前，虚拟数字人还处于早期发展阶

段,产业联动效应刚刚起步,随着技术的进步和应用场景的拓展,虚拟数字人未来发展势头令人乐观。

二、中国动漫游戏产业存在的问题

“十四五”时期,我国加快了文化产业数字化布局,动漫游戏产业在政策、资本、技术、文化的加持下经过了十余年的发展,展现出了时代的面貌,也存在着多年来仍待突破的难题和新的挑战。

(一) 动漫优质 IP 原创产能供给量不足

在资本和流量的加持下,我国动漫内容工业化生产运营模式逐渐形成,创作效率大大提升,原创内容创作环境有所改善,但仍存在一系列问题。一是原创动漫创造力待迸发。目前我国动漫创作力仍较弱,如科普动漫知识说教气息重,多为简单生硬的宣传,趣味性弱,缺乏“以美启真、寓教于乐、真切映照生活的”创作思维;国风动漫形式上千篇一律,民族特色机械化、模式化、肤浅化。动漫创作者们应回归艺术本体,解放想象力,尊重自然与艺术法则,深刻洞见心灵与情感,实现创作自由。二是动漫产业优质 IP 缺乏。2021年口碑与商业并重的存量优质 IP 已经被各大互联网平台瓜分殆尽。市场对于开发、孵化具有强黏合度、强生命力、强商业价值的新 IP 较为迫切。互联网平台盲目扩大作者团队和作品数量,鲜有优质 IP 的产生;内容资源池和商业化严重失衡,动漫产业不得不承受资本增长背后的风险和压力,不可避免地受到这种盲目追求利润所带来的负面影响,即使是作品广受赞誉的动漫制作公司,也在资本之下成为一种快速赚钱的工具。

(二) 动漫游戏人才培育体系有待完

善

动漫游戏从业者普遍思想活跃、创造力强,对新时代意识形态领域的复杂性、严峻性和长期性仍思考不足,对于正确的政治导向和社会主义核心价值观、正确历史观存在认识不足、把握不准、理解不到位的情况。因此,如何让动漫游戏从业者从根本上重视思政素养,既是行业健康发展的当务之急,也是彰显企业社会责任,体现使命担当的题中应有之义。

动漫游戏人才培养体系和评价机制尚不完善。动漫游戏产业是文化和科技人才的蓄水池。应将动漫游戏人才融入现代数字文化人才培育体系中,培养思想素养优良、专业过硬、理论知识扎实、具有现代化数字理念的复合型人才。政府相关部门、高校与科研院所、企业、行业协会等共同推进整合多方资源,打造动漫游戏人才培养平台,形成产学研用各方互动、各方联动的合作机制,更好满足数字文化融合发展下对文化科技类人才的实际需要。

(三) 游戏防沉迷仍需“三方”共同引导

2021年8月,国家新闻出版署发布《关于进一步严格管理切实防止未成年人沉迷网络游戏的通知》,对未成年人的保护工作和网络游戏防沉迷工作提出新标准、新要求,进一步严格管理措施,9月,中国音像与数字出版协会发布《网络游戏行业防沉迷自律公约》,进一步强化游戏行业的自律意识。头部企业旗下90%的产品按照《网络游戏适龄提示》团体标准完成提示工作,“游戏企业防沉迷落实情况举报平台”上线,未成年人保护工作取得了一定的阶段性成果。在新政实施一年后,伽马数据发布的《中国游戏产业未成年人保护进展报告》显示,新政落地后有四成家长明显感知孩子游戏时间变短,85.8%的

未成年人在玩游戏过程中曾被防沉迷限制, 48.6%的家长认为人脸识别有必要。这说明相关措施对于解决家长困扰产生了较积极的推动作用, 对未成年人游戏时长做到有效管控。

尽管现阶段针对未成年用户的防沉迷举措已经取得了一定成果, 但仍面临挑战。一是未成年人仍可通过一些方式解除防沉迷限制, 主要包括通过电商平台交易、社交平台交易和使用父母长辈账户等途径。二是未成年人参与到游戏代练、陪玩等运转体系。这部分行业门槛低、平台监管不严, 对未成年人身心伤害较大, 未成年人特别是初高中生难以分辨。三是家庭面对孩子沉迷网络游戏没有良好的教育思路与方法。有研究表明, 良好的家庭亲子关系对防止未成年人沉迷游戏有积极作用。2022年1月1日我国颁布了《中华人民共和国家庭教育促进法》, 对家长起到了督促作用。防沉迷更像是一场需要多方协助的持久战, 需要国家、游戏企业、家长三方共同配合, 引导未成年人树立正确的价值观、成长观, 正确使用网络工具, 做有理想、有目标、有追求的人。

三、中国动漫游戏产业发展趋势

(一) 发挥政策引导, 动漫游戏助力文化数字化战略

2022年5月22日, 中共中央办公厅、国务院办公厅印发《关于推进实施国家文化数字化战略的意见》, 明确到2035年我国将建成国家文化大数据体系。该政策是党中央顺应时代潮流作出的决策部署, 目标全面且细致地涵盖了多层次的文化数字化供给体系。作为文化数字生产力的重要组成部分, 动漫游戏产业将在文化数字化战略中发挥重要作用。随着新一轮科技

创新和产业革新加速推进, 动漫游戏产业的生态建设将迎来更加广阔的发展空间, 激发创造性转化、创新性发展, 加速动漫、游戏、电竞产业的数字赋能, 推动与数字经济、科技、文旅、体育、现代制造、金融等产业融合发展。

(二) IP价值重估, 动漫游戏联动文化内容跨界

数字文化和下一代互联网内容建设对优质内容资源的需求将引发IP热潮, 动漫游戏IP的跨界联动将进一步加强。一是动漫游戏全方位参与到数字文化基础设施建设中, 支持文化数字生产力发展, 强化科技创新驱动, 通过虚拟数字人、3D云、数字孪生等数字化新应用, 孕育出更多的优质动漫IP作品。二是动漫游戏IP与文化消费结合, 产生出更多新的需求和新的商业模式, 如借助IP经济开启文化共创模式等。三是动漫游戏IP与数字文旅相融合, 线上线下展现双效价值。

动漫游戏中虚拟IP的内容形态联动文化内容跨界。随着技术的发展, 虚拟IP已从单向传播发展到了双向可交互传播, 甚至形成具有定制感的“养成系”虚拟IP, 其内容价值边界被拓展, 特别是情绪价值将成为内容价值中不可缺少的核心要素。如微软小冰和红袖读书合作将100位虚拟IP通过AI唤醒, 用户可以根据自己的喜好对IP进行培养。未来, 虚拟IP不仅能融入用户使用媒介、产品的体验, 还能够陪伴用户进行社交、游戏、办公等活动。用户不仅能够见证被自己塑造出的虚拟IP, 还能洞见自身在这一过程中的成长。虚拟IP通过真实的声音、形象、性格等更容易融入用户的生活, 也为文化内容创作提供了新的发展思路。

(三) 前沿技术加速, 动漫游戏探索虚拟时空场景

元宇宙概念的出现带动了整个数字文化向虚实融合探索,数字内容更像是通往虚拟世界的媒介,动漫游戏加速融合传统行业向虚拟场景转化。一是探索虚实融合场景。目前我国已有五家酒店率先推出虚拟形象与AR互动体验,包括用户与自己的虚拟形象进行沉浸式互动,可穿行全息投影酒吧、用户与自己“全息投影”的虚拟形象在健身房内运动减压、沉浸式观看电竞比赛等,借助3D虚拟形象与AR技术,突破空间限制打造充满无限可能的虚拟与现实互动体验。二是探索虚拟生态空间。湖南广电推出了虚拟生活方式“芒果幻城”,玩家可以购买地块,置办虚拟资产,有一种元宇宙版本“大富翁”既视感。芒果幻城计划开拓了更多虚拟内容,如搭建沉浸式虚拟秀场、举办虚拟演唱会、联动热门综艺,通过VR技术与偶像明星零距离接触,实现真人和虚拟数字人在芒果幻城“开疆拓土”共融互动。

(四)传播中华文化,动漫游戏讲好中国文化故事

近年来,中国动画从《伍六七》《白蛇:缘起》《新封神:哪吒重生》《罗小黑战记》等先后入围法国安纳西国际动画电影节,到《冲破天际》获得第91届奥斯卡最佳动画短片提名,再到2021年上海美术电影制片厂的十部经典动画影片在英国展映、国风动漫《天宝伏妖录》上线

国外最大流媒体平台“Netflix”,中国优秀的动画不断进入国际视野。经历了探索成长蜕变后,中国动画收获了海外的影响力,也证明了我们有实力创作既具有中国特色也有国际市场的优秀作品。

游戏在文化输出角度的重要性日益凸显,各个国家正试图抢占先机。2022年11月欧洲议会高票通过电子游戏产业发展决议,从历史文化遗产、文化软实力输出角度肯定了游戏产业承担的重要角色。

《2021年中国游戏产业报告》显示:“中国游戏产业的出海规模、海外市场的渗透范围和产品销售规模依然保持增长。超九成的游戏企业都开启了出海业务,在研发和运营能力上处于世界领先地位。”中国游戏企业将中华文化内嵌于游戏产品中,注重传播和交流,从技术角度突破中外文化之间的壁垒,取得了良好的成果。海外用户对中国游戏产品满意度较高,近七成海外玩家喜好和认同游戏中的中国文化,近五成海外玩家有意愿体验更多的中国游戏,近四成的游戏玩家愿意破圈了解中国文化。中国动漫游戏肩负的文化输出责任任重道远,想要保持势能持续创造新高,还需要通过结合高品质的产品内容和优质的服务塑造口碑、建立品牌认知。如何打造海外用户喜爱的全球化IP,将是中国动漫游戏行业需要考虑的一个重点。

2022年中国电影产业发展分析报告

时间：2023-02-25 来源：《当代电影》

2022年对于中国电影产业发展而言是极为特别的一年。这一年，全球电影市场尚未恢复到疫情前的水平，中国电影市场更是深受疫情影响，大多数影院都有因封控而停业的经历，全行业被国家有关部门列为特困行业。在这个特殊时期，电影行业克难奋进、积极复苏，努力追求在守正中创新，在提质中突破，努力稳固市场基础，持续推出优质作品。随着2022年底疫情防控政策的调整，越来越多的电影项目投拍，越来越多电影上映，越来越多观众走进影院，全行业有望较快恢复到疫情前的水准。

一、产业概况：疫情阴霾下的电影行业

2022年，疫情反扑给中国电影创作生产、发行营销、影院放映等各个环节造成较大压力。压力之下，电影业的市场流动性收紧、融资成本上升、融资难度加剧，行业发展的信心受到较大影响。

这一年中国内地生产各类影片485部，其中故事片380部。在不断有影片撤档、换档情况下，电影总票房300.67亿元（包含二级市场票房），约合43.6亿美元，位列全球第二。其中，国产电影票房为255.11亿元，票房过亿元的影片34部。全年城市院线观影人次为7.12亿，新增影院数805家，新增银幕4695块。

（一）创作生产：再减数量，力提质

量

根据国家电影局的数据，截至2022年12月底，全国有1876个项目通过电影剧本（梗概）备案、立项，而同样受疫情影响严重的2020年、2021年通过的项目分别是2799个、2798个。从数据对比来看，2022年备案立项的项目数量未能达到前两年水平，全年总数不到2000个，呈现下滑趋势（见表1）。受整体市场环境和政策共同影响，电影备案、立项环节的数量明显减少，造成后续环节内容供应储备不足，这一变化值得行业高度重视。

表1. 2021—2022年全国电影剧本（梗概）备案、立项情况

年份	2017	2018	2019	2020	2021	2022
总数量(个)	3593	3563	3306	2799	2798	1876

在2022年备案、立项的1876个项目中，故事片项目占比最大，为1706个，占比达到90.94%，动画片、纪录片、科教片、特种片以及合拍片项目共170个，占比9.06%。其中合拍片项目数量最少，仅6个（见表2）。

表2. 2022年各类型影片备案、立项数量

类型	故事片	动画片	纪录片	科教片	特种片	合拍片
数量(个)	1706	53	60	38	13	6

2020年新冠疫情爆发以来，合拍片备案、立项数量下滑幅度较大（见表3）。最直接的原因是疫情反复，使得国际交往受到相关限制。同时国外影视产业仍处于恢复状态，总体项目数量减少。合拍片需

要双方共同投资、共同摄制、共同承担风险、共同分享收益、市场和版权,曾是国内电影市场的重要片种,但从2019年后,数量下滑明显。

表3. 2017—2022年合拍片立项通过的项目数

年份	2017	2018	2019	2020	2021	2022
数量(个)	60	47	47	31	8	6

从制片主体情况来看,由于疫情影响,影片投资制片风险增大,更多企业以共同出资联合制片的策略以降低风险,企业之间也因此形成既相互合作又相互竞争的复杂局面。因电影制片公司项目储备不足、融资不畅等因素叠加,电影制片、拍摄服务、后期制作等环节承受较大压力。从2022年前三季度上市电影企业财报来看,仅有万达电影、上海电影两家企业盈利。

表4. 2022年中国内地电影市场票房前十的影片情况

排名	影片名称	票房(亿元)	类型	国别	平均票价(元)	场均人次(人)
1	《长津湖之水门桥》	40.67	剧情、历史、战争	中国	49.2	19.3
2	《独行月球》	31.02	喜剧、科幻	中国	41.6	12.2
3	《这个杀手不太冷静》	26.28	喜剧	中国	48.1	14.5
4	《人生大事》	17.12	剧情、家庭	中国	40.2	9.9
5	《万里归途》	15.93	剧情、战争	中国	441.9	7.5
6	《奇迹·笨小孩》	13.79	剧情	中国	46.2	11.2
7	《侏罗纪世界3》	10.6	动作、冒险、科幻	美国	35.5	8.3
8	《熊出没·重返地球》	9.78	动画、剧情	中国	46.6	16.5
9	《阿凡达:水之道》	9.53	科幻、动作、冒险	美国	55.1	7.1
10	《神探大战》	7.12	犯罪、动作、悬疑	中国	37.8	7.9

2022年国内电影市场票房排名前十的影片中,国产影片有8部(见表4)。其中排名第一的《长津湖之水门桥》,票房收获40.67亿元,但与2021年的票房冠军(《长津湖》,57.72亿元)、2019年票房冠军(《哪吒之魔童降世》,50.03亿元)还有较大差距。市场缺乏具有足够话题度的优质作品,直接制约了各档期观众走进影院的动力。

2022年,网络电影在“减量提质”方面成效显著。据网视互联统计,1—11月,通过国家广电总局备案的网络电影共1167部,较2021年同期减少了66%。全年各大视频平台共上线网络电影394部,相比于2021年的551部,同比下降28.5%。虽然数量上有所下降,但2022年爱奇艺、优酷、腾讯三大平台上新网络电影的公开分账票房总规模达19.8亿元,比2021年的19.6亿元略有提升。其中,有《阴阳镇怪谈》《大蛇3:龙蛇之战》《开棺》等48部网络电影分账票房超千万元,破千万影片占上线影片总数的12.2%,基本与2021年持平。网络电影数量上减少的原因一方面受疫情影响,网络电影的产能下降,另一方面也说明网络电影的精品意识逐渐提高。2022年分账票房最高的网络电影是《阴阳镇怪谈》(见表5),分账票房是4096.4万元,低于2021年的冠军(《兴安岭猎人传说》,4449万元),也大幅低于2020年的冠军(《奇门遁甲》,5641万元)。

表5. 2022年网络电影年分账票房前五的影片情况

排名	影片名称	分账票房(万元)
1	《阴阳镇怪谈》	4096.4
2	《大蛇3:龙蛇之战》	3421.4
3	《开棺》	3380.0
4	《张三丰》	3070.7
5	《亮剑:决战鬼哭谷》	2709.2

(二) 发行营销: 格局调整, 节奏打乱

2022年,电影发行格局有新的变化。中国电影股份有限公司凭借着国企身份和全产业链优势,继续保持行业领先地位。根据猫眼专业版的数据,中影股份全年发行影片数56部,总票房收益94.37亿元,均为行业第一。华夏电影发行有限责任公司前一年行业第二的位置被天津猫眼微影文化传媒有限公司取代,退出前三。天津

联瑞影业有限公司近年来持续发力,2022年度凭借口碑、票房以及奖项等各方面都收获颇丰的电影《人生大事》以及《万里归途》等影片,首次跻身前五名。

国产影片在国内市场以压倒性优势取得较高票房的同时,在海外市场的票房表现相对欠佳。从具体影片来看,《长津湖之水门桥》和《独行月球》分别以6.26亿美元和4.6亿美元的成绩,跻身2022年全球票房前十,而它们的海外票房分别为57万美元和20.1万美元,当前国产影片主要是在北美、欧洲、澳大利亚等地华人聚居区上映,由于文化输出过程中折扣率的问题,《长津湖之水门桥》等国产电影对于境外主流观众的吸引力仍然较低。可见,中国电影海外市场还有很大的提升空间。

2022年,受疫情等不稳定、突发性因素影响,“临时撤档”和“极限定档”成为贯穿本年度的两大关键词,电影的宣发节奏被打乱。这一年前9个月,院线撤档、换档的影片达39部。其中颇受关注的是原定档于国庆档上映的影片《长空之王》,于9月27日紧急撤档。此前,该片已开启预售,并获得超过3000万元预售票房,为国庆档预售第一。而在“极限定档”情况增多的情况下,电影营销也快速调整,迅速做出反应,如影片《搜救》在9月27日宣布定档后,几小时内便迅速发布物料,登上微博热搜榜及抖音娱乐热榜。此外,“以映代宣”“映后宣发”等营销模式成为突发情况下有效的宣发策略,影片上映普遍出现“长尾更长”的特征。《独行月球》从宣布定档到上映,宣传期仅10天,上映天数长达93天,最终获得31.03亿元票房(见表6)。全年,疫情因素持续影响影院营业率和上座率。多个重要档期缺乏有竞争力的新片和佳片,导

致不少已上映影片的秘钥多次延长时间。

表6. 部分影片定档日期及上映情况

影片名称	定档日期	上映日期	上映天数
《长津湖之水门桥》	1.13	2.1—6.30	150
《明日战记》	7.15	8.12—12.1	112
《人生大事》	6.8	6.24—9.26	95
《独行月球》	7.19	7.29—10.29	93
《万里归途》	9.23	9.30—12.31	93
《哥,你好》	9.2	9.9—11.29	82
《新神榜:杨戬》	8.15	8.19—10.29	72

短视频平台加入电影营销,推动电影线下票房增长。2022年,抖音正式上线电影售票功能,电影票线上售票领域迎来新的竞争者。抖音拥有着极高的用户流量池优势,其日活用户每天超过7亿,且多为年轻用户群,是购买电影票的主力军。此外,抖音这个短视频平台还具有用户粘性高、引流能力强、价格折扣力度大等优势,得以迅速占领电影营销发行市场高地,此前由猫眼、淘票票主导的票务市场格局将发生改变。

电影发行营销与互联网的深度融合,不仅可以拓展传统电影营销的边界,也扩大电影本身的发展空间和消费空间。2022年,小众艺术片《隐入尘烟》在网络平台上线后,经由网友二度创作,在短视频平台上走红,创造了线上反哺线下的票房“奇迹”,最终票房接近1.1亿元。此外,影片《明日战记》最初预估票房为4亿元左右,而经由网络平台营销操作后,实现票房奇迹,最终收获6.79亿元票房。

(三) 电影票房:降幅较大,全球第二

据国家电影局统计,2022年全国电影总票房为300.67亿元,同比2021年下降幅度超三分之一,不及疫情前2019年的50%,但好于2020年(见图1)。导致票房下降的主要原因还是来自疫情的影响,全年影院营业率不到50%的时间有46天。

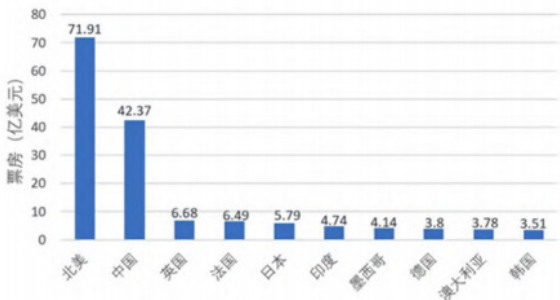
在这种情况下, 得此成绩十分不易。

图1. 2017—2022年中国电影票房和增长率(单位: 亿元)



这一年全球电影票房约为259亿美元, 同比增长27%。北美地区(包括美国和加拿大)电影票房为71.91亿美元, 位列全球第一, 同比2021年的44.84亿美元增长60%以上, 中国内地电影票房超40亿美元, 位列第二(见图2)。

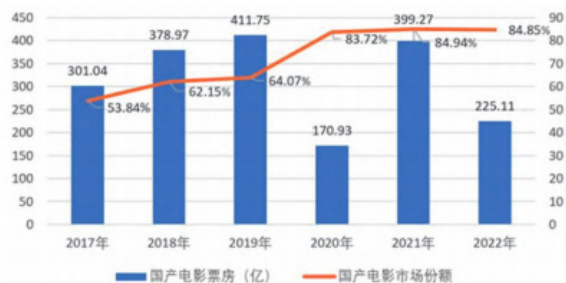
图2. 2022年全球电影市场票房排名前十的国家和地区(单位: 亿美元)



2022年, 国产电影在国内市场的总票房为225.11亿元, 占全国总票房的84.85%(见图3)。2020年以来, 国产片票房的份额已经连续三年超过80%。在2022年中国内地电影市场票房排名前十的电影中, 有6部票房突破10亿元。这一年票房排名前三的影片, 《长津湖之水门桥》获得票房40.67亿元, 《独行月球》31.02亿元, 《这个杀手不太冷静》26.28亿元, 三部影片票房合计近百亿元, 约占据全年票房的三分之一, 头部电影的票房占比依然非常高。票房市场的“二八

定律”仍然是中国电影市场有待突破的困境。

图3. 2017—2022年国产电影市场份额(单位: 亿元)



2022年在国产影片供应不足的情况下, 进口片曾被市场赋予厚望。然而从全年表现来看, 进口片市场日渐下滑(见表7), 多部进口大片最终票房并未达到预期。造成这种现象一方面是近年来国产片在洞察市场、吸引观众的能力和实力上有较大提升; 另一方面, 受疫情影响, 进口片的生产数量有一定的减少。同时, 由于国际环境的变化, 有关部门对于进口片的引进也更加慎重。诸多因素叠加, 使得引进片在国内的影响力有所下降。

表7. 2017—2022年进口片情况

年份	影片数量	票房(亿元)	人次(亿)
2017	123	260.25	7.62
2018	121	222.77	6.42
2019	136	243.27	6.69
2020	62	39.46	1.14
2021	73	98.75	2.66
2022	59	65.45	1.72

从上映时间来看, 优质作品依托重要档期依旧能引起观影热潮。春节档票房表现优异, 凭借《长津湖之水门桥》《这个杀手不太冷静》《奇迹·笨小孩》等影片, 收获60.4亿元票房。暑期档(6月1日—8月31日)在《人生大事》《侏罗纪世界3》等影片加持下, 收获91.4亿元票房, 创造了疫情以来这一档期的最高纪录。同时, 春节档所在的2月和暑期档所在的8月,

中国电影市场单月票房均为全球月度票房冠军。相比之下清明、五一等档期受疫情等因素影响,票房产出较低。市场对档期的依赖性仍旧较强。

2022年,全国各省(区、市)票房排名略有变化。排名前三的省份分别是广东省、江苏省和浙江省,与2021年保持一致。其中广东省在册影院1593家,银幕数10154块,年度电影票房37.46亿元,全国占比超过12%,继续保持全国第一的位置。湖北省由2021年的第九位上升至第七位。上海、河南等受疫情影响较为严重的地区,票房排名有所下降,尤其上海市降幅较大,由2021年的第五名(24.95亿元),下降至第十名(11.51亿元)(见表8)。

从城市票房来看,北京、上海、广州、深圳的票房占全国票房的比重有所下滑,从2021年的16.4%下滑至2022年的14.8%。

图4.2022年1—12月全国电影票房收入(单位:亿元)

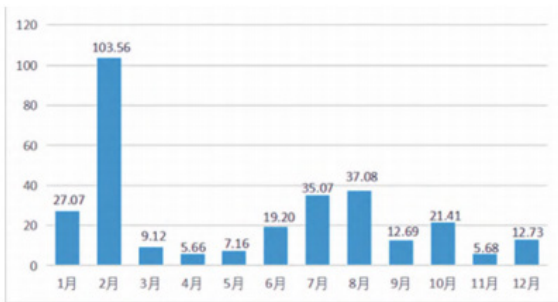


表8.2022年全国票房排名前十的省(区、市)

排名	省份	累计票房(亿元)
1	广东省	37.46
2	江苏省	29.50
3	浙江省	22.33
4	四川省	18.06
5	山东省	16.62
6	北京市	14.03
7	湖北省	13.39
8	安徽省	12.76
9	河南省	12.68
10	上海市	11.51

(四)院线与影院:收益下滑,经营艰难

2022年,票房收入排名前十的分别是万达电影院线、中影数字院线、广东大地院线、上海联和院线和中影南方新干线等(见表9)。其中万达院线依然稳居龙头地位,自2009年起已经连续十四年保持全国第一,中影数字院线超过上海联和院线和广东大地院线位居第二。同比2021年,这些院线在票房收入、观影人次以及场均人次等方面的数据都略有下降,但与2020年相比有所提高。

表9.2022年中国电影票房收入排名前十的院线

排行	院线名称	票房(亿元)	观影人次(万)	场均人次(人)	平均票价(元)
1	珠海横琴万达电影院线有限公司	52.25	11300	10.7	46.1
2	中影数字院线(北京)有限公司	24.29	5901.7	6.3	41.2
3	广东大地电影院线股份有限公司	24.09	5903.6	7.0	40.8
4	上海联和电影院线公司	21.76	4707.7	8.1	46.2
5	深圳市中影南方电影新干线有限公司	21.52	5285.9	6.5	40.7
6	横店影视股份有限公司	13.09	3199.5	6.3	40.9
7	江苏幸福蓝海院线有限责任公司	13.07	3132.4	7.2	41.7
8	广州金逸珠江电影院线有限公司	13.04	3133.2	8.1	41.6
9	中影星美电影院线有限公司	11.00	2709.5	7.2	40.6
10	北京华夏联合电影院线	9.51	2350.3	6.5	40.5

据猫眼专业版数据显示,2022年全国51条院线中,世纪环球电影院线、山东文旅集团电影院线等14条院线的年票房收入在1亿元以下,有8条院线的年票房收入在5000万元以下,其中有2条院线年票房收入不足1000万元,依然存在经营效率低下,院线活力不足等问题。

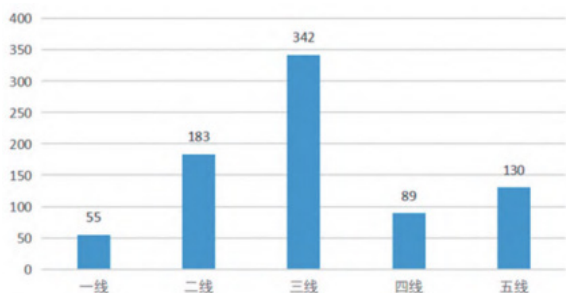
2022年,我国影院总数和银幕总数持续增加,新增银幕4695块,新建影院805家(见表10),影院基础建设继续保持全球第一。影院建设速度总体放缓,对当下而言,疫情导致大量影院歇业。有1886家影院长达一年处于停业状态未产生票房。从行业发展的角度看,应该对全国影院的经营情况进行详细统计,长时间未产出票房的影院应该从统计体系中剔除。

表 10. 2017—2022 年影院建设和银幕建设概况

年份	银幕总数(块)	新增银幕(块)	影院总数(家)	新增影院(家)
2017	50776	9597	9293	1441
2018	60079	9303	10438	1145
2019	69787	9708	12408	1970
2020	75581	5794	13374	966
2021	82248	6667	14480	1106
2022	86943	4695	15285	805

2022年,影院增长较多的地区来自三线城市,数量为342家,其次是二线城市,183家(见图5)。由于一线城市的影院数量趋于饱和,影院建设持续下沉,有望给三四五线城市的电影市场带来发展机遇。

图 5. 2022 年各线城市新建影院数量(单位:家)



影院作为电影产业的主要盈利端,是实体经济的重要部分。由于影院场所带有聚集性质,受2022年疫情反复以及管控政策的影响较大。2022年3月21日至4月22日,全国多地影院暂停营业,长达一个月时间全国影院营业率不足50%。从影院的经营数据来看,2022年影院整体营收相比上年有较大幅度下降。年度票房收入排名前十的影院中,有6家来自北京(见表11)。其中,北京寰映影城(合生汇店)取代北京首都电影院(西单店)成为年度第一。该影院2022年票房收入达2409.0万元,相较其2021年的3196.3万元票房,下降超过20%。

表 11. 2022 年中国电影票房排名前十的影院情况

排行	影院名称	分账票房(万元)	人次(万次)	场均人次(人)	平均票价(元)
1	北京寰映影城(合生汇店)	2409.0	35.7	19.3	67.4
2	北京首都电影院(西单店 LED巨幕)	2310.1	36.2	18.3	63.8
3	北京英嘉国际影城(金源 CINITY店)	2268.7	31.5	18.1	72.0
4	北京金逸影城(朝阳大悦城 IMAX店)	2231.3	34.5	21.0	64.7
5	深圳百老汇电影中心(IMAX万象天地店)	2222.5	33.8	23.0	65.8
6	深圳 CINESKY 新天影院	2220.8	39.5	13.6	56.3
7	北京万达影城(通州万达店)	2189.0	35.6	16.4	61.5
8	广州飞扬影城(正佳 IMAX店)	2146.4	40.6	20.1	52.9
9	北京卢米埃影城(长楹天街 IMAX店)	2031.8	32.6	24.6	62.2
10	武汉武商摩尔影城(国广 IMAX激光店)	1955.1	55.7	19.2	35.1

2022年,电影平均票价创历史新高,均价达到42.08元,较2021年上涨4%。迫于经营压力,不少影院在热门档期采取了提高票价的策略。春节档所在的2月份平均票价全年最高,为48.18元。8月份暑期档以及10月份国庆档平均票价均超过40元。12月份,由于《阿凡达:水之道》的上映,平均票价为46.12元,居全年第二(见图6)。然而票价的增长也未能弥补观影人次下降造成的收益损失。2022年度观影人次为7.12亿,较2021年下降39%(见表12)。观影人次下降的原因受多重因素影响,主要是疫情导致影院关门,观众进影院的意愿下降;其次,较高的票价限制观众的观影热情,影片口碑、质量等与票价之间不对等;再者,市场新片较少,难以对观众产生持续吸引力,客观上降低了观众的观影欲望与消费习惯。

图 6. 2022 年 1—12 月电影平均票价 (单位: 元)

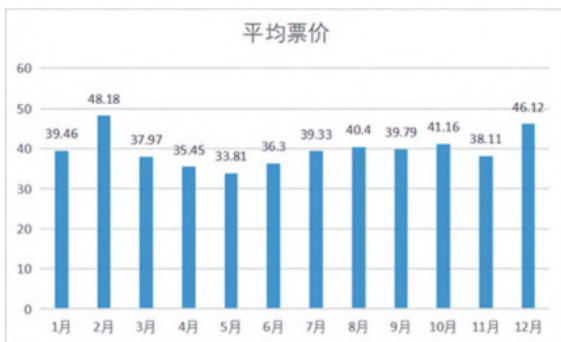


表 12. 2017—2022 年电影平均票价和观影人次

年份	2017	2018	2019	2020	2021	2022
平均票价(元)	34.42	35.32	37.11	36.98	40.29	42.08
观影人次(亿)	16.24	17.18	17.28	5.49	11.67	7.12

2022 年, 中国特殊影厅的数量达到 7727 个, 约占全国总影厅数的 10%。特殊影厅主要指巨幕影厅, 包括 LUXE 巨幕厅和 IMAX 影厅。相较于普通影厅而言, 票房下降对特殊影厅的影响更为严重。由于特殊影厅对影片技术的视觉表现力较为依赖, 2022 年视效大片的相对缺乏也导致特殊影厅票房下滑。

(五) 影视节展: 创新形式, 助力新人

2022 年, 受疫情影响, 各大电影节克服困难尽可能地举办。第 12 届北京国际电影节主竞赛单元“天坛奖”全球报名影片数量达 1450 部, 较上年增长 63%。其中, 国外影片 1193 部, 来自 88 个国家和地区。2022 年中国金鸡百花电影节“金鸡国际影展”单元收到全球四十多个国家和地区影片 401 部, 为广大影迷带来各国佳作。此外, 还有第 4 届海南岛国际电影节、第 17 届中国长春电影节、第 9 届丝绸之路国际电影节等活动成功举办。第 25 届上海国际电影节因疫情原因顺延至 2023 年举办。

创新“云”展览模式, 展望技术未来。此次北京国际电影节融合虚拟现实理念,

首次跨界搭建了全球首个“元宇宙电影宫”, 游客们可以通过 VR 设备、手机或电脑跨时空参与行业盛会, 有效化解了难以现场参展的遗憾。此外, “云上北影节”也持续创新升级, 设置云展映、云直播、云北京市场等活动。2022 年中国金鸡百花电影节也将元宇宙形式融入开幕现场, 用 AR 元宇宙的特别方式“点亮金鸡”。同时, 2022 年新增的“金鸡 VR 影展”活动, 对入围影片进行线上线下联合展映, 明星走红毯也新增 VR 互动环节, 给观众带来更沉浸的参展体验。

电影节更加重视通过创投会等形式助力新人成长。一是各电影节基本上都有支持青年影人成长的项目。如 2022 年金鸡电影创投大会首创“制片人评审团”和“专业评选体系”, 携手“百万级人才落地扶持计划”, 助力电影新人走向更广阔的舞台。第九届丝绸之路电影节推出“西影青年导演支持计划”, 首批支持五位青年导演的电影项目。二是对入选项目提供更周全的服务。第十二届北京国际电影节对入围项目进行细致培训和全程路演, 最终有 19 个项目脱颖而出。

(六) 影视基地: 规范发展, 提质升级

3 月 1 日, 国家电影局、国家广播电视总局等六部委出台了《关于促进影视基地规范健康发展的意见》(国影发[2022]1 号, 以下简称《意见》), 要求影视基地要合理规划布局、聚力发展主业、提高科技含量、加强示范引领, 形成健康可持续发展格局。过去数十年, 影视基地的发展呈现百花齐放的局面, 带动了产业发展的同时也暴露出一些问题。譬如, 影视基地盲目建设、同质化严重、运营能力不足等情况, 有的甚至以建基地的名义开发房地产。因此, 《意见》的出台将极大

地促进影视基地规范健康发展,并更加走向产业集群、提升科技含量、主动适应行业调整。横店影视基地的表现依旧亮眼。2022年1—8月,浙江横店影视文化产业集聚区实现营收157.99亿元,同比增长18.26%;税收7.73亿元,同比增长18.55%;规模以上影视企业实现营收77.64亿元,同比增长68.6%;入区企业票房达到154.52亿元,占全国总票房的61%。

青岛更加重视影视基地建设。2022年2月,青岛市人民政府办公厅发布《青岛市推动影视业高质量发展若干政策》,最高奖励1000万元扶持影视制作。7月,青岛西海岸新区工委发布《青岛影视基地高标准建设行动方案》,提出加快数字影都建设、实施精品战略、推动影视文化和旅游融合发展等多重行动,推进“影视之都”城市名片建设。值得一提的是,2022年国庆档两部大片《万里归途》和《平凡英雄》都是在青岛东方影都置景拍摄的。

(七)港台地区:整体低迷,有所回暖

2022年香港地区电影制作、发行放映等行业仍受疫情影响。电影产业举步维艰,投资者大量减少,影片产量骤降。全港一共上映217部电影,其中27部为香港本土电影。全年的票房总收入超11亿港元(约合人民币9.684亿元),同比下跌5.38%,但与疫情前的2019年相比,下跌40.52%。其中,上半年由于电影院从1月7日至4月20日共关停104天,错失春节档等黄金档期,上映影片总数仅为73部,其中香港本土影片6部,与2019年同时期相比票房下跌65.78%。

下半年,香港地区影院陆续开门,影市有所回暖。《明日战记》《饭戏攻心》和《阿妈有咗第二个》分别以超8000万

港币、7000万港币和4000万港币成为2022年最高票房的香港电影。非港产片《壮志凌云:独行侠》以港币超亿的成绩成为电影票房榜首。《阿凡达:水之道》相继创下2022年度最快票房破亿、2022年度最高单日票房、2022年度开画周末及次周末票房第一等纪录。

根据台湾经济研究院发布的《2022年1月至9月电影市场动态统计》显示,2022年前三季度,台湾地区上映影片数量总共约600部(包含当年度上映、跨年度上映、重新上映影片),其中台湾本土影片约72部。主要是美国、日本、法国、韩国等国别电影。总观影人次达1736.05万人次,总票房约为44.12亿新台币(约合人民币9.88亿元)。难得的是,与上一年度同时期相比,无论是上映影片数量、总票房、电影观影人次都有一定的提升。但是与2019年疫情前相比(见表13),台湾地区在放映影片数量相当的情况下,无论是总票房还是观影人次都减半。可见,受疫情影响,台湾地区的电影产业整体市场情况较为低迷。未来,随着疫情持续好转,台湾地区电影市场有望持续回暖。

表13. 2019—2022年1—9月台湾地区电影市场情况

年份	2019	2020	2021	2022
放映影片数量(部)	640	771	496	600
观影人次(万)	3551	1402.96	1288.22	1736.05
总票房(新台币)	79.29	33.04	31.46	44.12
折合人民币总票房(亿)	17.6	7.35	6.99	9.88

二、突出亮点:配优资源支持重点影片创作

2022年是中国共产党第二十次全国代表大会召开之年,电影行业努力推出主旋律作品,讲好中国故事、弘扬中国精神、展示中国力量、传递中国价值。同时积极化解疫情带来的影响,努力稳市场、稳企

业,推动电影产业走出困境。

(一) 重点影片获观众肯定

2022年,电影行业继续落实《“十四五”中国电影发展规划》,组织规划重点影片的选题创作,并配置优质资源,推出更多讴歌党、讴歌祖国、讴歌人民、讴歌英雄的精品佳作,在主题表达、类型叙事、市场号召力、观众满意度等方面都依然保持较高水平。

春节档上映的影片《长津湖之水门桥》延续了前作的超高热度,以激烈的战争场面和保家卫国的无畏精神打动观众。该片上映首日票房达6.41亿元,居影史开画第二,不到五天票房便突破20亿元。其速度超过《长津湖》和《你好,李焕英》,最终斩获了40.67亿元的国内票房,位居年度第一,中国影史票房榜第八位。改编自真实撤侨事件的影片《万里归途》,一路领跑国庆档,最终以15.93亿元的票房位列年度第五。同样以抗美援朝为背景的《狙击手》也取得了不错的口碑和票房。根据中国电影观众满意度调查显示,《长津湖之水门桥》观众满意度为88.9分,居2022年第一位,《万里归途》满意度为86.2分,位居第二(见表14)。可见有着强大精神内核和优质创作水准的重点影片,依旧能够得到观众的认可,取得较好的社会效益和经济效益。

表14. 2022年中国电影满意度调查排名前十的影片

排名	影片名称	满意度
1	《长津湖之水门桥》	88.9
2	《万里归途》	86.2
3	《奇迹·笨小孩》	86
4	《独行月球》	85.9
5	《狙击手》	85.4
6	《人生大事》	85.2
7	《妈妈!》	84.9
8	《平凡英雄》	84
9	《海的尽头是草原》	83.9
10	《这个杀手不太冷静》	83.6

(二) 各级政府补贴力度大

2022年,为应对疫情不断反复对电影业造成的巨大打击,国家及各地方政府相继实施影业补贴举措,包括减税退税、房租减免、用电阶段性优惠、营业中断类保险、消费券发放、资金补贴等政策,纾解行业困境。

7月,国家财政部发布《关于下达2022年国家电影事业发展专项资金补助地方资金预算的通知》。此次发放补助金额为2796万元,加上已经下达的补助金额32704万元,全年补助总金额达35500万元,用以支持国家电影事业发展。2022年8月,国家电影局发布《关于开展2022年电影惠民消费季的通知》,联合猫眼、淘票票、抖音等电影票务平台,发放1亿元观影消费券,引导观众走进影院看电影。

此外,浙江、江苏等地还出台了按座位补贴影院的政策,给予影院6个月的补助,每座每月25元,这一务实的补贴政策缓解不少影院的经营压力。四川省从2023年1月1日起,发放600万元电影消费券。

与此同时,影院也积极开源节流,开展自救措施。例如承办求婚、脱口秀表演、提供午休场地、看世界杯、跨年晚会等。影院在多措并举之下,积极调整心态渡过难关,为疫情之后的行业再出发积蓄能量。

(三) 博纳上市利好于行业

2022年7月28日,证监会网站公示,博纳影业集团股份有限公司(以下简称博纳影业)关于首次公开发行股票并上市的申请获核准。8月18日,博纳影业在深圳证券交易所主板上市,成功重返A股市场。数据显示,博纳影业上市首日股价开盘涨停,并触发临时停牌,此后恢复交易后,二次涨停,最终股价报收7.24元/股,

涨幅达到43.94%，总市值为99.52亿元。

博纳影业深耕影视行业二十余载，其业务涵盖内容端、发行端以及放映端等产业链各环节。作为国内首家从事电影发行业务的民营企业，博纳影业累计出品影片超过250部，连续多年出品影片数量位列中国民营电影公司第一，累计总票房超过600亿元。该公司近年深耕主旋律电影赛道，电影《智取威虎山》《湄公河行动》《红海行动》《中国机长》《长津湖》《长津湖之水门桥》等众多影片的成功，为其带来良好的口碑和巨大影响力。受疫情影响，国内电影市场的发展和竞争加剧，近年来很多公司面临着经营困难的情况。在这种情况下，博纳影业上市无疑为整个影视行业注入了一剂强心针，给其他影视公司带来示范作用和激励效果，柠萌影业、乐华娱乐、耐看影业等影视文娱公司，也都加快了上市步伐。

（四）科技方面取得新进展

国产LED放映技术有了新突破。2022年10月8日，在中国电影科学技术研究所的技术支持下，深圳市时代华影科技股份有限公司自主研发、生产的20米4K LED电影放映系统LA4K-20成功通过DCI检测认证，这是全球最大的4K LED电影放映系统。通过自主创新，我国逐渐打破国外市场的技术垄断，实现放映技术的自主可控。对于市场而言，国产放映系统能够使影院以相对低成本获得更大优势，从而推动产业发展。

CINITY系统加快战略布局，引领高新技术格式电影放映升级。CINITY是2019年由中影集团打造的、我国自主品牌和知识产权的高新技术格式放映系统，集合了4K、3D、高亮度、高帧率、高动态范围、广色域、沉浸式声音七大高新技术。2022年6月，CINITY系统获得了欧洲电

影博览会“特别技术成就奖”，得到国际电影行业的认可。此外，CINITY更是与迪士尼达成协议，作为《阿凡达：水之道》国内首映活动的独家放映合作伙伴，并且为国外多个国家和地区提供放映支持。12月7日，CINITY与万达电影达成重要战略合作——万达电影将增建100个CINITY影厅。这是中影CINITY自2019年品牌发布以来最大规模的一次市场扩展，也是在电影行业承压下的一次逆势增长。CINITY的加速发展和扩张，是打造高新技术格式电影产业链的重要一步，不仅是国内电影市场稳步向好的积极信号，给产业带来发展的信心，也深化了国际交流合作，拓展品牌的国际认可度。

三、主要问题：电影市场失序明显

2022年是新冠疫情的第三年，各地疫情防控政策趋严，电影院往往成为首先关闭的场所。这一年是整个电影市场信心最被挑战的一年，关于中国电影，一种甚嚣尘上的悲观情绪不断弥漫。如何让电影产业发展回归正常轨道，是当前电影行业面临的主要问题。

（一）疫情全范围反复影响，全行业成为特困行业

新冠疫情不断反复，电影行业成为重灾区。2022年5月31日，人力资源社会保障部、国家发展改革委、财政部、税务总局联合下发的《关于扩大阶段性缓缴社会保险费政策实施范围等问题的通知》，将电影行业列为特困行业，可以延长缓缴社会保险费期限。疫情带来的影响是全范围的，表现为以下几点：一是全国影院营业率下降。11月28日，全国影院营业数下坠至4442家，营业率只有36.7%。由于疫情影响，不少地区的影院多次停业。

以广东省为例, 该省影院普遍至少有三个月没有票房和卖品收入, 难以承担房租、员工工资、水电费等费用。二是票价虚高。2022年春节档被称为最贵春节档, 平均票价在50元以上, 严重影响观众观影热情, 疫情管控也使观众社交性观影行为受挫。疫情影响下, 影院盈利固然困难, 但是虚高的票价又将观众拦在了影院之外。三是多部影片撤档换档。为生存计, 电影发行方趋利避害, 不时有影片撤档换档, 例如《超能一家人》《被害人》《检察风云》《保你平安》等影片, 造成院线档期混乱, 影响行业信誉。如何在疫情之下恢复生产、提高影院上座率是全行业亟须解决的问题。

(二) 市场供给端出现缺口, 头腰部影片数量不足

新片不热, 热片不旺, 高开低走, 是2022年中国电影市场的关键词。2022年票房超过10亿元的头部电影仅有7部, 占全年票房的51.78%。其中超过20亿元的仅有3部。票房在1—10亿元区间的腰部电影有33部, 占全年票房的33.75%。而其余三百多部上映的电影, 票房占比只有14.47%, 这些影片均未突破亿元大关。

2022年上映的影片比2021年减少200余部。同时, 具有票房号召力的优质影片数量太少, 造成头部、腰部影片票房断层。在三大主流档期(春节档、暑期档、国庆档)中, 春节档上映8部影片, 票房破亿的有7部; 暑期档共上映115部影片, 票房破亿的有12部; 国庆档上映7部影片, 票房过亿的有3部。相比之下, 暑期档和国庆档的头部、腰部影片过少。尤其是国庆档, 原本被寄予厚望的《长空之王》突然撤档, 对这一档期整体票房造成重要影响。

此外, 大量引进片在2022年度先后遭

遇滑铁卢, 如《新蝙蝠侠》《月球陨落》《神秘海域》《黑客帝国: 矩阵重启》等。12月16日, 全球范围内备受瞩目的《阿凡达: 水之道》上映, 在2022年内只收获了9.54亿元票房。

在这种情况下, 全年不少月度票房同比下降。其中11月的票房只有5亿余元, 创近十年来历史新低, 以至于《扫黑行动》仅凭1亿余元的数据便获得月度票房冠军(见表15)。

表15. 2022年1—12月度票房冠军榜

月份	片名	票房(万元)
1	《穿过寒冬拥抱你》	66494
2	《长津湖之水门桥》	385932
3	《长津湖之水门桥》	18226
4	《神奇动物: 邓布利多之谜》	12724
5	《坏蛋联盟》	19124
6	《侏罗纪世界3》	81898
7	《人生大事》	114264
8	《独行月球》	189844
9	《哥, 你好》	34713
10	《万里归途》	141563
11	《扫黑行动》	14299
12	《阿凡达: 水之道》	95369

(三) 网络电影大幅度减量, 质量仍需进一步提高

国家广电总局于2022年4月29日下发文件, 从6月1日起, 对符合条件的网络剧、网络微短剧、网络电影、网络动画片颁发《网络剧片发行许可证》。这意味着网络电影拥有了专属“龙标”, 从“杂牌军”变成了“正规军”。《网络剧片发行许可证》的颁布, 对网络电影提出了更高制作标准的要求。

2022年各大视频平台上线的网络电影比2021年大幅减少。数量下降换来的理应是质量上的提升, 但从现实情况来看, 质量虽有提升, 却不明显。

分账票房排名前五的网络电影豆瓣评分均不理想, 甚至未能达到及格线。最低分是《大蛇3: 龙蛇之战》, 仅有3.8分。

有知名主创坐镇的网络电影仍难逃“烂片”之名。由王晶执导,甄子丹、古天乐等人领衔主演的网络电影《倚天屠龙记之九阳神功》和《倚天屠龙记之圣火雄风》豆瓣评分仅有3.6分和3.8分。经典电视剧《亮剑》原班人马打造的《亮剑:决战鬼哭谷》,豆瓣评分也只有4.4分。

由此可见,号称中国电影第二战线的网络电影,想要真正成为“正规军”必须在质量上下苦功夫,练真本领。既不能把网络电影作为赚快钱的致富路,也不能单纯当作新手导演的试练场。

(四)国际市场“能见度”下降,国产大片“出海”难度大

国产大片在国内形成的票房火焰,未能在国际市场形成燎原之势。2022年全球票房排行前100榜单中,仅有4部中国电影,分别是《长津湖之水门桥》(排名第9,全球票房6.26亿美元,其中北美票房1.173亿美元),《独行月球》(排名第10,全球票房4.60亿美元,北美未上映),《这个杀手不太冷静》(排名第19,票房2.17亿美元),《奇迹·笨小孩》(排名第21,票房2.11亿美元),其余国产片如《人生大事》《万里归途》《熊出没·重返地球》等影片均未上榜。强烈的反差表明,国产大片未能获得国际观众认可,中国电影走向世界仍有阻力。

此前,博纳影业负责人就《阿凡达:水之道》的票房现象表示,目前国外的电影开始不适应中国观众的观影习惯了。这就导致中国观众,会更加喜欢国产电影,喜欢围绕中国故事,符合中国国情和中国文化的影视作品。同理,国外观众亦难以适应中国电影的价值输出。电影资本方按照市场接受度和观众满意度生产电影,导致国产高票房影片类型同质化严重,不少国产片只能满足国内观众需求,无法与国

际市场产生共鸣,形成恶性循环,这些国产影片“出海”的难度依然还比较大。

四、应对策略:对标社会主义文化强国建设目标,推动电影行业尽快复苏

越是困难时刻,越要坚定信心。党的二十大强调要“推进文化自信自强,铸就社会主义文化新辉煌”。外部环境最动荡的时期已经过去,中国电影产业迎来新的发展窗口和机遇。进入2023年,电影行业要以自信的姿态,正视已知问题和潜在危机,优化电影管理,以科技赋能产业,拓展创作类型,加大补贴力度,积极对标社会主义文化强国建设目标,尽快走出低谷,实现高质量发展。

(一)客观评估现状,提振行业信心

中国电影市场的基本盘依然还在,提振信心对行业来说是最重要的,要引导全行业客观认识现状。在制度优势上,近年来以《电影产业促进法》《“十四五”中国电影发展规划》为代表的一系列支持电影产业发展的政策法规密集出台,为电影事业的发展提供了良好的体制机制、政策环境和资金保障。

在保障优势上,以《中国文艺工作者职业道德公约》为代表的行业规则,为中国电影营造了风清气正的行业环境。

在基础优势上,8万余块的电影银幕数依旧是世界第一,即便是在疫情的持续影响下,2022年仍然有超7亿的观影人次。

在人才储备优势上,以文牧野、郭帆等为代表的青年导演,逐渐从当初的生力军成长为中国电影的主力军;徐峥、吴京、陈思诚、贾玲等跨界导演,不断为中国电影增添活力。

在项目储备优势上,2022年中国电影的备案立项数量虽然下降,但仍然保持在

2000部左右,还有大量影片有望在未来与观众见面。

在电影节展优势上,2022年中国电影展热情高涨,北京国际电影节、金鸡百花电影节、长春电影节、海南岛国际电影节、丝绸之路国际电影节等节展纷至沓来。电影行业要善于看到本身优势,以增强行业信心。有效利用优势,转化为内在动能,以新成绩为全行业提振士气。

(二) 提升管理效能,优化发展环境

近年来电影行业遇到的新情况、新问题比较多,需要权威及时的声音引导行业持续健康发展。各级电影行政部门首先要健全完善电影产业全链条分工协作体系,聚焦行业发展需求和从业人员关切,深入推进改革创新,做好整体规划和战略布局。其次,要提升电影备案、立项和审查业务的管理效能,让更多的电影投资人、从业者看到行政部门全链条优化审查、全过程公正监管、全周期提升服务的努力。再次,要提升影片供给效能,推动更多优质中外影片进入市场,同时科学合理安排档期,避免“极限定档”“极限撤档”等现象的出现,提升电影市场经营效率。

(三) 拓展题材与类型,增强内生动力

《“十四五”中国电影发展规划》提出,每年重点推出10部左右叫好又叫座的电影精品力作,每年票房过亿元国产影片达到50部左右。从2022年的情况来看,离这个目标还有较大的差距。内容始终是电影的内生动力,要把这几年流失的数亿观众请回来,中国电影必须拓展题材类型,做到主旋律与多样化并存发展。在支持主旋律题材故事片创作的同时,要增加影片产量。首先,拓展题材宽度,支持各类题材创作。中华民族有五千多年的文明史,中国人民近代以来有180多年的斗争史,

历史题材影片创作曾经蔚为壮观,但近年来银幕上比较少见历史片。像武打片、功夫片近年也少有看到。其次,拓展现实疆域,把镜头对准更偏远的基层群众。要推动主创人员真正“下生活”,走出“朋友圈”和“舒适区”,深入更偏远群众的生产生活和心灵世界,在多姿多彩的生活中激活创新能量。再次,拓展表现形式,支持艺术片、纪录片等类型的创作。2022年,纪录片未能出现爆款作品,合拍片的备案立项数远比最高年份少,这些都是需要尽快补上的短板。

(四) 加大补贴力度,注入生机活力

院线制改革二十余年来,电影行业的基础设施得到很大改善,全国银幕数从二十年前的千余块发展到当前的八万余块,是美国银幕数的两倍多。然而,疫情以来,租金压力、人员薪酬压力已经成为近年来影院关停的主要因素,因而地处电影票房大省的广东省电影行业协会,在2022年底发出倡议,希望社会各界减免影院租金,共渡难关。影院是重要的意识形态阵地,鉴于当前和未来几年影院经营可能面临的状况,首先,要开展全国影院的调研工作,摸清影院关停并转和租金占比情况,为出台政策打下基础。其次,协调相关部门,在现有基础上加大影院补贴的力度,减免相关税收,促进各类企事业单位对影院租金进行适当减免。再次,探索制定影院租金占比指导意见,促进全国影院租金由“定额制”向合理的“纯抽制”转变,切实减轻影院经营负担。影院能较好地生存,就能拉动电影创作、发行等全行业的发展。

思深方益远,谋定而后动。风高浪急的2022年已经过去,充满希望的2023年已拉开序幕。面对愈发复杂的外界环境和全球竞争压力,中国电影产业必将踔厉奋

发,勇毅前行,重拾行业信心,积极深化改革,加大科技创新,开垦肥沃土壤,让主旋律和多样化并行,让更多观众走进影

院,让更多国产影片走出国门,为深蹲之后的下一次起跳积蓄能量。

世界数字教育大会亮相哪些新科技? 记者直击四大亮点

03

时间:2023-02-13 来源:封面新闻

2月13日,由教育部和中国联合国教科文组织全国委员会共同主办的世界数字教育大会在北京钓鱼台国宾馆开幕,大会以“数字变革与教育未来”为主题,以线上线下相结合的方式举行。

封面新闻记者注意到,大会设置了数字化教育装备应用展示,包含云端平台服务、课堂创新应用、技术促进变革、应用助力教学等内容,通过“电子大屏展示+实物展示+人机交互”等方式呈现展示。

据介绍,数字化教育装备应用展示围绕世界数字教育大会主题“数字变革与教育未来”,体现“数字技术赋能教育”展示主题,突出装备在赋能教育数字化变革、促进教育公平、改善教学效果等方面的贡献,展示数字化教育装备助力教育高质量发展成果,促进教育装备领域的交流与合作,提升中国数字教育的国际影响力。

亮点一:5G+智慧教学

记者在展示现场看到,数字化教育装备应用展示包括国家中小学智慧教育平台。为加快推进基础教育高质量发展和教育现代化建设,教育部建设国家中小学智慧教育平台,为广大中小学校、师生、家长提供专业化、精品化、体系化资源服务。

平台设置了德育、课程教学、体育、美育、劳动教育、课后服务、教师研修、家庭教育、教改经验、教材等10个版块53个栏目。

在课堂创新应用上,“5G+智慧教学”让人亮眼。据负责人介绍,结合5G低时延、高速率、广覆盖的特性,5G智慧体育实时捕捉学生体育动作,通过AI大数据实时分析生成报告和改进建议,让学生更有针对性地练习提升,实现个性化因材施教,已服务超万所学校;AR/VR教学方案包含超万节特色场景教学课程,针对科普实验类知识教学,实现沉浸式互动体验,让课堂教学更加生动,目前已经服务超50万师生。

亮点二:线上支教

数字化赋能乡村支教,助力高校、职业院校师生利用互联网参与乡村振兴教育帮扶的公益性数字系统,提供适配乡村学校软硬件条件的技术架构,依托国家中小学智慧教育平台的优质资源,重点开展信息科技、音乐、美术、书法、科学等素质类课程的“线上支教”。

通过算法、大数据、AI等技术协助参与线上支教的师生方便快捷地完成报名

遴选、资质核验、培训备课、教学审核、智能排课、学情评估、考核激励等流程。目前,数字支教系统已在全国10个省份和自治区的30余个乡村振兴重点帮扶县开展应用,为教育普惠均衡贡献互联网科技的力量。

亮点三: 虚拟实验教学

中小学虚拟实验教学,融合AI、3D、VR等前沿科技,高度还原逼真的物理、化学、生物、科学等学科实验现象与过程,连接传统实验教学、探究新型教学方法、延展实验测试,多场景应用形成实验教学的正向循环,有效拓展实验教学广度和深度。

据悉,目前已辐射全国31个省份,

系统访问量近600万人次,应用的学校超过2万余所,使用师生近50万人,产生教学应用案例3000余个。

亮点四: 人工智能

人工智能创新教育,是集“教学、学习、实验、训练、评价”为一体的创新教育解决方案,以《中小学人工智能》课程为核心,中小学人工智能教学平台及丰富资源包为基础,助教机器人、无人机等智能教具为支撑,通过课程体系、教具、师资培训、教学环境等一体化建设,助力中小学的人工智能通识教育发展;目前已在1600余所学校常态化应用,服务师生120多万名。

多领域专家解读 ChatGPT ——引领全球人工智能新浪潮

04

时间: 2023-02-10 来源: 经济日报

ChatGPT所引领的人工智能或将成为2023年全球各大科技公司竞相追逐的热门新赛道。以ChatGPT为代表的人工智能具有广阔的市场空间和应用场景,但ChatGPT还处于早期发展阶段,要想实现大规模商业化应用仍需不断进行技术下沉和迭代发展。

ChatGPT持续在全球火爆,不仅成为全球资本市场最热门的投资主题之一,也不断引发国内外科技公司跟进布局,正在引领人工智能新浪潮。

ChatGPT是美国人工智能研究实验室OpenAI开发的一种全新聊天机器人模型,

借助其最先进的深度神经网络技术架构,能更拟人化与人类交流互动,甚至能生成诗歌小说、电影剧本、论文、代码等。截至今年1月末,仅上线2个月累计月活用户突破1亿人次,成为互联网发展史上增长最快的消费者应用。

中国科学院大学人工智能学院教授、亚太人工智能学会执行主席雷渠江接受经济日报记者采访时表示,ChatGPT具有巨大的创新性,在很多方面都可以成为人们工作和生活的强有力助手。ChatGPT借助其核心技术之一“Transformer神经网络架构”,极大增强了人工智能的能力,它

利用从大型文本语料库中所学到的内容,可以自主生成文本,帮助用户找到问题的答案。ChatGPT除了能够模拟自然对话外,还能够执行写邮件、视频脚本、文案、翻译等任务。“这种多功能性将使它成为希望改善用户服务或使某些语言处理任务自动化的企业和组织的重要工具。”雷渠江说。

众多科技公司在该领域都有相应的技术积累,ChatGPT所引领的人工智能或将成为2023年全球各大科技公司竞相追逐的热门新赛道。

“相对于搜索引擎信息检索的功能而言,ChatGPT是一种更高维度的技术。各大科技公司围绕该领域的竞争势必会更加激烈。”北京师范大学新闻传播学院教授、中国传媒经济与管理专业委员会理事长喻国明告诉经济日报记者,ChatGPT取得了革命性进展,过去的人工智能仅仅局限在特定领域,是专属性、有边界的人工智能,比如“深蓝”在国际象棋领域,AlphaGo在围棋领域。而ChatGPT则是开放性、跨领域、通用性的人工智能,类似于智能的综合信息终端,目前体现出聊天、搜索、写作三大功能,而这足够颠覆传统的搜索引擎行业。

ChatGPT引发全球资本市场的瞩目,持续吸引投资,相关概念股热度也不断上升。截至2月8日,A股市场ChatGPT概念板块在一周时间内上涨超过20%。微软宣布向OpenAI投资数十亿美元。脸书母公司Meta也计划2023年在数据中心上额外投入40亿至50亿美元,全部用于人工智能。资本市场的追捧正是看中了以ChatGPT为代表的人工智能广阔的市场空间和应用场景。

未来的商业化应用将会是怎样的?喻国明表示,以ChatGPT为代表的人工智能

技术在价值链较短的某些领域或许很快就可以实现商业化,在某个环节扮演技术服务角色甚至替代某些工种,比如说在电影创作领域,涉及众多环节,它可能会承担素材搜集和整理等一些技术性的服务工作,“但是会局限在某些方面,在创意化、深度表达等领域难以取代人类,其智力程度、表达质量也受制于可供学习的开放文本的数量,未来发展有待进一步观察”。

人工智能技术的应用延伸将推动产业间的智能升级、融合创新。“在物联网发展方面,当前制约物联网应用的很大问题是个性化复杂需求难以便捷、迅速、低成本地实现。但通过ChatGPT人工智能技术,可以使完全没有IT知识的人能为自己编程,通过人机对话,实现人与物、物与物之间的智能连接,满足个性化需求,预计未来会在智能家居、智能交通等领域广泛应用,推动产业的智能化发展。”南京邮电大学物联网学院教授卢捍华表示,这是信息技术不断积累,从量变到质变的重要里程碑。

ChatGPT还处于早期发展阶段,实现大规模的商业化应用仍面临许多难题。雷渠江表示,“通用型人工智能是未来人工智能技术发展的主流,而ChatGPT还处于较弱阶段,未来的发展之路还很漫长,目前暂时无法代替人类进行编辑、对话、计算等。针对不同场景需求以及输出信息的准确性、完整性和人性化,还需要不断进行技术下沉和迭代发展”。

人工智能像人一样“思考”,引发的担忧和争议相伴而来。北京师范大学新闻传播学院院长张洪忠在对社交机器人的长期跟踪研究中发现,社交机器人已经在社交媒体中大规模使用,存在着虚假信息、侵害著作权、泄露隐私、干扰舆论等风险。

“技术本身没有善恶,人工智能的发

展势不可挡,我们不能因为开汽车有危险而禁止汽车上路,重要的是未来如何规制,应从规范性、道德伦理和社会责任等方面

着眼,不断提升对新技术的驾驭能力。”张洪忠说。

05

春节档电影票房突破 67 亿元

时间: 2023-01-29 来源: 光明日报

玉兔迎新禧,电影开门红。2023年开年,中国电影开局赢得好彩头。据国家电影局初步统计,2023年春节档电影票房为67.58亿元,位列中国影史春节档票房榜第二位。其中,《满江红》以26.06亿元票房成绩领跑,《流浪地球2》21.64亿元票房位列次席,《熊出没·伴我“熊芯”》《无名》《深海》《交换人生》排在票房榜第三至六位。受疫情影响沉寂多时的中国电影在今年春节档全面发力,观众积蓄已久的观影热情也得到释放,不少影迷感叹“电影院的人气回来了”。

春节档主打的6部国产影片,类型样式丰富,科幻、历史、谍战兼容并蓄,正剧、喜剧、悬疑、动画博采众长,既为观众提供了更多的观影选择,也为中国电影市场复苏营造了一个良好局面。

档期影片类型多元,电影市场回暖复苏

今年的春节档类型多元,不仅有《流浪地球2》这样的知名科幻IP作品,《满江红》《无名》等充满历史叙事的故事片,也有喜剧片《交换人生》以及动画片《熊出没:伴我“熊芯”》《深海》等,无论是大人还是孩子,都能在这个档期找到自己喜爱的电影。有影院经理表示:“今年

春节档,影片供给更加多元化,连续五天票房突破10亿元,这是市场复苏的积极信号。”

除了量的提升,今年的春节档更体现了国产电影在质上的进步和追求。《流浪地球2》再次呈现出中国科幻片技术和主流价值的感染力;《满江红》则在悬疑喜剧中作出了对中华文化和民族精神的艺术表达;《交换人生》《无名》《深海》等多部影片也均有类型片的进步与探索。

据中国电影艺术研究中心发布的“中国电影观众满意度调查·2023年春节档调查”结果显示,春节档观众满意度得分87.1分,同比增长1.8分,为2015年开始调查以来春节档期最高分。2023年春节档以类型多样化、创作专业化的影片矩阵充分满足了观众的观影需求,在疫情防控措施调整优化后的首个春节档给电影观众带来了优良的观影体验,掀起了电影市场复苏的第一波热潮。

今年春节火热的市场表现极大地提振了行业信心,同时也说明中国观众愿意为优秀的国产电影买单。

科幻题材强势发力,工业体系日趋完善

在今年的春节档中,《流浪地球2》

创造了亮眼的成绩。时隔四年，这部续作无论叙事能力还是工业化视效水准都有了新的突破，不仅为观众展现了一个更为宏阔的世界观，也呈现出了中国电影工业化的更高标准。

对于热爱电影、熟悉科幻的观众来说，《流浪地球2》令人惊喜的是“创新”。观众能够实打实地感受到流浪地球系列的进步：太空电梯、月球核爆等科幻奇观令观众叹为观止；深刻呈现出在宇宙危机前的众生相貌；新角色图恒宇激发了观众对数字生命更多的思考。

更重要的是，《流浪地球2》讲出了中国人自己独特的科幻故事，不少观众认为，该片“在科幻世界里找到了属于自己的中国语境”。片中传递的“集体英雄主义”是“众人拾柴火焰高”的中国主流价值观，而“携带着地球寻找新的家园”本身所反映出的更是中华民族精神信仰的土地情结与家园情怀。正如导演郭帆所说：“让中国科幻电影植根于中国文化，再结合今天的技术去完成中国式的表述，这才是属于中国人自己的科幻电影。”

《流浪地球2》凭借着深刻饱满的故事容量和令人震撼的科幻大场面塑造，再度提高了中国电影工业化的标准。

探索风格融合，丰富中国故事表达

今年春节档，多部电影探索风格的融合，为中国叙事丰富了表达空间，也对主流价值观和家国情怀的表达有着积极作用。与往年同期相比，2023年春节档影片在故事讲述、人物设计上与时俱进，展现了电影工作者对春节档驾驭能力的提

升。

纵观今年春节档的几部影片，无不体现出风格融合和叙事手法的创新，拓展着“中国叙事”的深度与多元表达：《满江红》将熟知的故事以举重若轻的方式传达舍生取义、铲奸除恶的主流价值观和家国情怀；《流浪地球2》通过科幻表达将人类共享价值与中国人的精神气质进行对接，展现出中国语境下的“科幻浪漫”；《深海》将中国传统文化与核心技术进行结合，在奇幻外壳下表达对于生命的探讨……观众看到了国产电影在叙事上的探索与进步，也被属于中国人的文化基因和情感共鸣所打动。

一个优秀的故事文本，既能够有效地建构一个故事世界，又可以塑造饱满的人物。值得一提的是，春节档的中国叙事正是从人物的塑造来呈现中国话语体系的多元性和深度。比如，《满江红》作为一部历史传奇故事，却挑选了一个小人物的故事视角。岳飞身上的“忠贞大义”点燃了观众的家国情怀。

今年春节档，电影的风格元素和叙事手法的创新强化了故事性和人物塑造，让今年的春节档具有更强的主题表现力。不仅展现了中华文明蕴含的文化活力和民族精神力量，也让中国电影走向了更广阔的叙事空间。

今年春节档从票房到质量都让人对2023年中国电影市场充满信心。正如“中国电影观众满意度调查·2023年春节档调查”结果显示——“中国电影市场将以更多满足观众观影需求的高品质电影欢迎观众回归”。

中国游戏出海：要摘“果子”得先“种树”

时间：2023-02-16 来源：北京青年报

北京青年报记者从近日在广州举行的2022年度中国游戏产业年会（以下简称“产业年会”）上获悉，2022年中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为173.46亿美元，出现了2018年来首次下降，同比下降3.7%。

全球游戏市场规模同比下降中国游戏企业面临不少挑战

游戏出海，是2022年游戏产业年会的重要关键词之一。会上，中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然发布了《2022年中国游戏出海情况报告》。报告显示，2022年，全球游戏市场规模约为人民币11107.6亿元，同比下降6.96%。全球移动游戏市场规模约为人民币5945.19亿元，同比下降10.26%。在此背景下，中国游戏企业出海面临着本地化难度高、国际环境变化、海外法律政策变化、海外渠道、海外竞争加剧等问题。而这些难点直接反映在2022年的出海营收数据中。

在美国、日本、韩国、德国与英国等多个出海目的地中，中国出海移动游戏的收入增速也出现了下降——德国与英国收入增速下滑比例较大，分别为15.7%与16.7%。收入构成方面，2022年中国移动游戏的出海游戏收入前三名国家为美国、日本以及韩国，收入占比分别为32.31%、17.12%、6.97%。

虽然部分指标出现了下降趋势，但出海仍然是国内游戏厂商的重要路径。敖然

指出，2022年，中国游戏企业出海虽面临或多或少的挑战，但长期向好的趋势没有改变，中国游戏在海外市场仍然具有发展空间。

挖掘新兴市场发展潜力提升产品的“续航力”

那么，新增量如何挖掘、新机会到底在哪？敖然认为：一方面，中东、非洲等地区新兴游戏市场具有较大的发展潜力，有望成为中国出海游戏的增长点；另一方面，IP改编游戏、休闲类游戏等游戏产品的分赛道上存在着游戏出海的发展机会。

三七互娱产品副总裁殷天明认为，在新的阶段，游戏厂商应修炼企业“韧性”，在“深入、创新、精细”这三个方面下功夫，实现长远发展。其中，“深入”即加大植根于本地化的运营投入，提升“洞察力”；“创新”是指游戏厂商要通过玩法、内容及画面等创新和持续更迭，提升产品的“续航力”；“精细”即是通过“因地制宜”做精细化的发行和运营，提升“运营力”。据殷天明介绍，三七互娱在海外探索时间已超过10年。去年10月，三七互娱跃居中国出海厂商收入排行榜第一名。财报显示，2022年上半年，三七互娱的海外营收达30.33亿元，同比增长48.33%。虽然财报增长，但出海的压力依旧有，殷天明直言：“现在市场上的好‘果子’（产品）越来越少，企业要实现长远发展，‘种树’很重要。虽然这项工作难度更大，周

期也更长，但对企业的可持续性有更大的助力。”

针对市场上优质产品稀缺的情况，星河游戏副总经理仲昆杰表示，随着市场竞争激烈程度的加剧，游戏产品长线运营的重要性陡增。要实现这一点，需要从内容迭代、本土文化、持续布局、交叉推广四个方面深入开展工作。“保持较高的频率、契合本地文化、针对细分市场深入开展、寻找用户共情等等，都是拉长产品生命周期的重要方式。”

“未来中国游戏产业将继续秉承传播中华文化的使命，以更深的维度、更多的途径，实现中华文化的对外传播。”敖然在发言中指出。

数说游戏 2022

报名人数超 2700 人

本次产业年会留给记者的第一印象是“人多”——中国音像与数字出版协会第一副理事长、中国音数协游戏工委主任委员张毅君介绍，往年的年会一般 1500 人左右，今年截止报名日期人数已经超过 2700 人，通过报名渠道参会报到的超过 2400 人，比往年至少翻了一番。

销售收入超 2658 亿

“2022 年，游戏行业过得怎样”是一直关心游戏行业人士最想要知道的问题。在此次产业年会上，张毅君正式发布的《2022 年中国游戏产业报告》给出了答案：

2022 年中国游戏市场实际销售收入 2658.84 亿元，同比下降 10.33%。游戏用户规模 6.64 亿，同比下降 0.33%。继 2021 年规模增长明显放缓之后，又出现

过去八年来的首次下降，表明产业发展已进入存量市场时代。2022 年自主研发游戏国内市场实际销售收入 2223.77 亿元，同比下降 13.07%。自研游戏海外市场实际销售收入 173.46 亿美元，同比下降 3.70%——但连续四年超百亿美元，且明显低于同期国内市场降幅。

在营收上虽有下降，但游戏产业在诸多领域成绩亮眼。张毅君表示：“行业健康规范水平持续提升，未成年人保护更为深入，防沉迷工作成效显著；游戏企业积极拓展海外市场，直面国际同行激烈竞争；游戏技术继续创新发展，其外溢效应利好数实融合；游戏产品注重中华文化内涵，凸显创新创造活力；‘游戏+’模式多向辐射，跨域跨界助力产业转型升级；全行业齐心协力共抗疫情，着眼社会效益，勇担社会责任。”

未成年人保护升级至“4.0”阶段

2021 年以来，中宣部等部门围绕防止未成年人沉迷网络游戏实施了一系列有效举措。年会发布的《青少年群体游戏素养调查报告》显示，当前公众对游戏认知更加科学理性，青少年群体游戏素养向好发展，对游戏的负面影响有较强认知和觉察。

会上，腾讯成长守护高级总监郑中正式宣布“腾讯游戏升级未成年人保护 4.0 阶段”。据介绍，“4.0”阶段，在技术严管的同时，超越“限制主义”，通过“智体双百”等方式探索落地更具建设性的解决方案。

与此同时，腾讯方面介绍，2022 年 7 月其未成年人游戏时长同比大幅下降 92%，占本土市场总游戏时长的比例仅为 0.7%。

破解人才供需矛盾，吉林探路“产教融合 2.0”

时间：2023-02-13 来源：新华社

吉林省推出现代产业学院的2.0版本，推动多所高校的现代产业学院、科研院所与行业龙头企业建立协作体，从1+1的加法变为 $N \times N$ 的乘方，形成集团式发展，破解产教融合不紧密的问题。

引企驻校、引校进企、共建实践教学基地、共同开发校企合作课程，共同编写实习实训教材等成为现代产业学院协作体未来实施的重要内容。

组建产业联盟、提供智库报告、加强科研成果转化等也是现代产业学院协作体未来发展的重要课题。

“科技是第一生产力、人才是第一资源、创新是第一动力”，如何做好人才培养、科技创新的文章，需要解放思想，积极探索。2022年以来，吉林省紧锣密鼓地成立了14个现代产业学院协作体，为推动产教融合，服务地方经济发展破题开路。

探索产教融合 乘方式发展

一直以来，高等教育阶段，产教融合不紧密，教学内容与生产实践有差距，人才培养与市场需求不匹配的问题一直存在。

“学生在大学所学的专业课程与企业的生产需求差距较大，缺乏实践技能。”一家民营企业的人力资源经理说。

一些高校大学生不了解生产一线，对于进企业工作有抵触心理。“学生一想到进车间工作，就担心条件苦、环境差、劳动强度高，其实是对企业真实情况缺乏

了解。”东北某高校就业指导中心教师说。

由此出现了一面企业“求贤若渴”出现用工荒，一面出现高校毕业生缓就业、慢就业的结构性就业矛盾。

为了解决这一问题，2020年，教育部、工业和信息化部联合印发《现代产业学院建设指南（试行）》，提出经过四年左右时间，以区域产业发展急需为牵引，面向行业特色鲜明、与产业联系紧密的高校，建设一批现代产业学院，打造一批融人才培养、科学研究、技术创新、企业服务、学生创业等功能于一体的示范性人才培养实体。于是，各地陆续建起现代产业学院。

在此基础上，吉林省推出了2.0版本，推动多所高校的现代产业学院、科研院所与行业龙头企业建立协作体，从1+1的加法变为 $N \times N$ 的乘方，形成集团式发展，破解产教融合不紧密的问题。

吉林省成立的14个现代产业学院协作体，包括汽车、冰雪、医药健康、光电信息、人工智能（大数据）、生态环保（新能源）、碳纤维（化工新材料）、文化旅游、现代农业、休闲康养、智能制造、电子商务、乡村振兴、现代肉牛产业等。基本覆盖了吉林省发展的优势产业、新兴产业、现代服务业及未来产业等。

引企驻校 引校进企“双融合”

引企驻校、引校进企、共建实践教学基地、共同开发校企合作课程，共同编写实习实训教材等成为现代产业学院协作体未来实施的重要内容。

企业案例编进教材。“过去高校的教材使用的都是传统的案例，与企业实际生产、经营出入较大。”长春人文学院健康福祉学院院长张大方说：“我们会将康养企业的真实项目、产品设计等作为毕业设计和课程设计等实践环节的选题来源，使用真实生产线等环境开展浸润式实景、实操、实地教学，提升学生的实践动手能力和解决复杂问题的能力。”

行业专家走进课堂。“在人工智能领域，知识和技术更新迭代很快，很多顶尖人才都在企业中，他们积累了丰富的实践和理论经验，我们应该利用好这一资源，将行业专家请进学校，作为名师为学生授课，让学生了解到最前沿的产业发展趋势。”长春理工大学人工智能学院院长方明表示，校企还可以联合举办创新大赛，实施大学生创新创业训练计划，使50%以上工科专业学生在校期间参与一项训练项目或赛事活动。

企业课题联合研发。企业是技术创新的主体，在科技研发上，通过高校、科研院所与企业联合攻关研发，可以实现更好的技术突破，也为高校的教学、科研积累经验。吉林农业大学农学院院长（现代农业产业学院院长）武志海教授表示，学院与隆平生物技术（海南）有限公司签署了科研育种横向合作协议，未来将围绕生物育种开展横向合作，开展生物育种研究工作，提升育种水平。

“协作体成员高校与企业的深度合作，设立相关产业紧缺人才培养定制班，采取

精准培养、按需定制、履约就业的培养方式，培养企业急需的应用型、技术技能型人才。”吉林省教育厅高等教育处处长曾繁明说。

擘画产教融合发展蓝图

制定协作体建设方案、确定近期发展目标、拓展合作维度广度、建立效果检验机制并形成总结……各协作体都在积极擘画未来的发展方案，很多已经将计划制定到了2025年。其中，组建产业联盟、提供智库报告、加强科研成果转化等也是协作体未来发展的重要课题。

日前，一汽研发总院副院长、高端汽车集成与控制全国重点实验室主任李丹带队到吉林大学汽车仿真与控制国家重点室走访。李丹表示，结合双方国家重点实验室重组契机，未来要进一步加强校企双方在科研项目、人才培养、服务地方经济建设、承担国家重大科技任务等方面的紧密合作。

吉林省教育厅副厅长刘学军表示，现代产业学院协作体是促进人才链、产业链、创新链有机衔接的重要载体，协作体成员单位应理解高质量发展的内涵，把握产业链建设的根本，不断优化协作体特色发展的路径，为全面振兴、全方位发展，提供强有力的人才和智力支撑，提升服务“一主六双”高质量发展战略和“六新产业”“四新设施”发展的能力。

两会近距离：扩大就业容量 提升就业质量

时间：2023-03-09 来源：人民日报

习近平总书记指出，强化就业优先政策，健全就业促进机制，促进高质量充分就业。

今年政府工作报告提出，落实落细就业优先政策，把促进青年特别是高校毕业生就业工作摆在更加突出的位置，切实保障好基本民生。

代表委员表示，千方百计稳定和扩大就业，是我们党坚持以人民为中心的发展思想的具体体现。要把稳就业工作摆在突出位置，扩大就业容量，提升就业质量，多措并举促进高质量充分就业。

完善重点群体就业支持体系

就业是民生之本。强化就业优先政策导向，要完善重点群体就业支持体系，统筹做好高校毕业生、农民工、退役军人等重点群体就业。

“就业一头连着千家万户、百姓冷暖，一头连着企业运营、宏观经济。”黑龙江省齐齐哈尔市市长沈宏宇代表说，“实现更高质量的就业，要优化健全就业公共服务体系，通过线上线下对接、跟踪服务管理，力促劳动力供需两端精准匹配。”沈宏宇代表说，未来，齐齐哈尔市将进一步优化台账式、清单式的线上线下就业服务一体化平台，着力推动供需深度适配，更好掌握企业用工计划、招工进度以及缺工人数、工种、待遇等情况，为企业常态化用工服务，为劳动者提供高效、及时的就业指导服务。

“高校毕业生是国家宝贵的人才资源，

高校毕业生就业关系到千万家庭的切身利益。”广西大学校长韩林海委员说，广西大学通过一系列举措，助力毕业生实现更充分就业。韩林海委员表示，高校应当主动适应经济社会发展的新要求，不断优化调整办学结构，构建德智体美劳“五育并举”人才培养质量体系，培养社会急需的高质量人才；同时，还要提供更加完善的就业服务，加强就业指导和培训，对就业困难学生实行精准帮扶。

广州医药集团有限公司党委书记、董事长李楚源代表介绍，近年来，在国家政策有力推动下，广州医药集团在多地建设生产基地，企业的招工规模、类别不断扩大，农村就业人口技能水平显著提高，为企业发展注入了强大活力。“人才既要请得进来，也得留得住。企业不仅要保障员工待遇，还要提供职业发展平台，帮助每一名普通工人从能看懂、能操作、能运维，到敢创新、能创新，更好实现自身的价值。这也是高质量就业的应有之义。”李楚源代表说。

对做好农民工就业，甘肃省陇南市徽县水阳镇石滩村妇联主席梁倩娟代表建议，应在畅通供需匹配上下功夫。一方面，以劳务品牌为载体，促进农民工有序转移就业；另一方面，积极利用短视频平台推广直播带岗等招聘新模式，帮助农民工找到更合适的工作岗位。

健全终身职业技能培训制度

职业教育与经济社会发展紧密相连，

对促进就业创业、助力经济社会发展、增进人民福祉具有重要意义。强化就业优先政策,要健全终身职业技能培训制度,推动解决结构性就业矛盾。

积极推进校企合作是促进学生就业的有效途径。江西煌上煌集团董事长褚浚委员认为,应优化教育规划与产业规划的协同性,由政府部门统筹协调,建立职业院校和企业之间的人才供需大数据信息共享平台,为职业院校实时提供产业用人信息、招聘信息。“同时,从机制上推动创新校企合作,探索双向培养模式,采用订单培养方法,为企业定制专业技能人才。”褚浚委员说。

作为贵州省遵义职业技术学院现代农业系教师,邱宁宏代表长期专注于学生职业能力、创新精神和综合素质的提升。“我们要努力做好岗前培训,让学生在走出校门前掌握更多实操技能,帮助他们从毕业到就业的角色转换更加顺畅。”邱宁宏代表认为,职业院校学生不仅要学好课堂知识,更要积极走进工厂车间和田间地头,在实践中学习专业技能,从而提升毕业生就业质量。

辽宁省营口市老边区柳树镇西大平山村党总支书记刘智代表认为,组织各类劳动技能培训,能够为村民增收致富提供有力的支撑,为乡村振兴提供更坚实的基础。“近年来,西大平山村为农民开展农技培训,不断提高农民的种植能力,村里土地亩产增长近45%;还针对外出务工的农民工开展铆焊工培训。”刘智代表说,如今时代变化很快,劳动者所需要的经验、技能和知识不断更新,只有持续开展培训,才能增强农民的竞争力,切实提高农民长期的就业和致富能力。

加强困难群体就业兜底帮扶

强化就业优先政策,要加强困难群体就业兜底帮扶,健全就业援助制度。

“加强困难群体就业帮扶应从多方面入手。”郑州大学副校长单崇新委员说,应当积极拓宽就业渠道,开展就业援助月等招聘活动,提供公益性岗位进行兜底安置;大力组织技能培训,使就业困难群体有一技之长;强化创业政策支持,通过提供创业补贴、低息贷款、税费减免等政策引导部分困难人员自主创业。“对于脱贫人口来说,稳岗就业是关键。应通过深化东西部劳务协作、培育劳务品牌等方式,持续带动脱贫群众增收致富。”单崇新委员说。

重庆市丰都县委书记张国忠代表表示,丰都县把发展经营主体作为保就业的“牛鼻子”,引进培育经营主体6.3万余户,为困难群体创造更多工作岗位。“接下来,丰都县将以高质量充分就业为导向,进一步加强就业困难人员跟踪服务和后续帮扶工作,在增设公益岗位、实行以工代赈、强化兜底保障等基础上,持续跟踪了解援助对象的就业状况,及时落实和调整各种扶持政策,努力让更多就业困难群众在家门口实现就业。”张国忠代表说。

河北省邯郸市副市长张学军委员介绍,邯郸通过多种方式加强困难群体就业兜底帮扶,除了开展春风行动暨就业援助月等系列活动外,还积极开发基层社区、园林、环卫等公益岗位,鼓励企业吸纳就业困难人员,给予企业稳岗资金支持。“下一步,我们将紧盯促进高质量充分就业工作要求,扎实做好增容扩岗、稳企稳岗、创业就业等工作,为劳动者实现自身发展提供更多机会。”张学军委员说。

09

虚拟(CG)角色表演探微

作者: 沈嘉熠(华东师范大学传播学院)

期刊名: 北京电影学院学报, **年份:** 2021年11月

摘要: 数字技术在电影创作中勾勒出越来越多现实世界不存在的角色形象,有些虚拟角色塑造除了数字技术,更依靠真人演员的动作和微表情的全方位捕捉而达到共情效果,这些真人演员的表演为它们注入艺术生命。这些虚拟角色呈现的表演美学是表演艺术的延续,也是技术与艺术的“共谋”与“共存”。

基金项目: 国家社科项目“当代中国沉浸戏剧研究”(项目号:20BB028);上海市社科项目(项目号:2020BWY021)的阶段性研究成果。

重要收录: CSSCI、北大核心

10

没有虚拟现实就没有元宇宙

作者: 潘志庚(杭州师范大学VR与智能系统研究院;南京信息工程大学人工智能学院)

期刊名: 语言战略研究, **年份:** 2022年2月

摘要: 我们大家全知道,元宇宙是虚拟环境的自然拓展,虚拟现实(Virtual Reality, VR)决定了元宇宙的表现形态,而与VR密切相关的虚拟人(化身)和人机交互(实际上也包括人-人交互)是元宇宙有生命的象征。可以说,没有VR就没有元宇宙。那么我就先从VR说起,这样可以更好地了解元宇宙的前世今生。1965年:出现了虚拟现实。计算机图形学之父、著名计算机科学家伊凡·苏泽兰特(Ivan Sutherland)通过将头显连接到计算机,并实时进行模拟以及实现真实的交互。当时这个头显相当沉重,根本无法独立穿戴,必须在天花板上搭建支撑杆,否则无法正常使用。这种独特造型与《汉书》中记载的孙敬头悬梁读书的姿势十分类似,被用户们戏称为悬在头上的“达摩克利斯之剑”。但苏泽兰特头显的诞生,标志着头戴式VR设备与头部位置追踪系统的诞生,为现今的VR奠定了坚实基础,苏泽兰特也因此被称为VR之父。1984年:全世界第一家VR公司诞生。VR又一次被正式提出来是在1980年代。

重要收录: CSSCI、北大核心

妖怪文化元素在日本动漫产业中的展现及启示 ——以《怪化猫》为例

作者: 孟晓、李泽华(山东大学外国语学院; 山东大学历史文化学院)

期刊名: 东岳论丛, **年份:** 2022年4月

摘要: 妖怪文化在日本传统文化中有着自身独有的发展轨迹与功能价值。东京奥运会开幕式其实就是对日本“妖怪文化”的一种很好的演绎。现今,日本把传统妖怪文化元素融入动漫产业,为其经济与社会发展带来了巨大红利。通过对经典妖怪题材日漫《怪化猫》的深入剖析,认为日本动漫对传统妖怪形象的刻画不仅继承了其固有传统,且还根据时代变迁对传统妖怪形象进行了一定的“变异”。从传统文化视域看,我国妖怪动漫产品的高品质打造,需对“多元性”“求变性”“传统性”“现实性”四方面进行考量。

基金项目: 国家社科基金重大项目“现代文化产业体系和市场体系的协同发展研究”(项目编号:20ZDA064)的阶段性成果。

重要收录: CSSCI、北大核心

当下国产影视动漫产业化发展现状与思考

作者: 王贤波(金陵科技学院动漫学院)

期刊名: 电影文学, **年份:** 2022年1月

摘要: 国产影视动漫在近20年里得到了快速发展,尤其是近些年一些优秀动画电影在院线获得成功,带动了社会大众对国漫兴起的热情。影视动漫作为数字创意产业的一部分,处于整个动漫产业链的前端,带动着整个动漫产业的发展格局。从产业发展的维度来看,推动国产影视动漫产业发展需要厘清动漫与产业、产业与产业政策、动漫产业与周边产业的关系,从全局来看今天动漫产业的发展变化,进而可以理性分析当下我国动漫产业发展遇到的问题和机遇。

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金“数字音频艺术教育及产业化研究”(项目编号:19YJC760110)阶段性成果;江苏省高校哲学社会科学重点项目“基于‘互联网+’模式的数字音频艺术产业化发展的策略研究”(项目编号:2017ZDIXM059)阶段性成果。

重要收录: 北大核心

新世纪中国艺术电影书写： 记忆空间、空间副本与身份追认

作者：周星、吴晓钟（北京师范大学艺术与传媒学院、中国电影评论学会；福建师范大学传播学院）

期刊名：现代传播（中国传媒大学学报），**年份：**2022年5月

摘要：中国电影的深入化研究，不能仅限于对当下电影的现实描绘，对“记忆空间”也不啻是一种转换角度的探索，可以透视时代变迁中艺术电影的一些症候。时代转型下的人们愈发感受到空间的焦虑、错位、碎片化。空间记忆的迁移、迷失与放逐，引发文化记忆焦虑与身份认同焦虑。新世纪艺术电影中的“记忆空间”以“文化记忆”为内容，其生成机制依凭“记忆的社会框架”，将个体记忆提升至集体层面；以“空间副本”为形式，呈现为“地方记忆”的经验空间及场所记忆的“记忆之场”；以“身份追认”为旨归，在共享的文化记忆中重获“身份认同”。“记忆空间”的记忆构建，成为艺术电影书写记忆的重要方式。

基金项目：国家社科基金艺术学重大项目“中国电影学派理论体系构建研究”（项目编号：18ZD14）研究成果。

重要收录：CSSCI、北大核心

电影共同体美学与中小成本电影发展

作者：张经武、赵婷婷（福建师范大学传播学院）

期刊名：民族艺术研究，**年份：**2022年1月

摘要：“头大身细”问题是中国电影产业发展的重要结构性问题，要解决这一难题，应该以电影共同体美学作为方法论，促进中小成本影片的高质量发展。对2017年以来票房超5亿元的国产中小成本影片进行分析，可以发现，共同体美学就是中小成本影片得以成功的实践智慧。这一智慧集中体现在电影与观众间共同体关系的建立，即电影创作高度尊重观众之共同共通性。具体说来，在题材内容上追求“共情”，应接地气、接人气，切中观众的生活状态与情感心理；在类型实践方面追求“共乐”，应坚持守正与创新，重视观众“娱乐与宣泄”的普遍性观影需求；在精神主旨上追求“共思”，应契合观众的价值取向，让绝大多数观众产生共同理性认知。

重要收录：CSSCI

15

文化热点问题在戏剧影视中的价值体现 ——评《戏剧影视文学与文化产业管理》

作者: 胡静 (南京航空航天大学艺术学院)

期刊名: 领导科学, **年份:** 2021年12月

摘要: 当前,红色经典文化再次成为热点话题,这种题材的戏剧影视作品也广受大众欢迎,这说明中国戏剧影视步入了彰显社会主义核心价值观、传承中华优秀传统文化的一个新阶段。这种现象与整个文化产业管理息息相关。文化产业管理对于我国文化事业的发展、社会主义核心价值观的弘扬以及文化自信的树立,都具有重要的作用和意义。因此,在文化产业管理专业人才培养方面,不但要培养其善于分析市场的观察力,还要培养其开阔的人文视野和较强的管理能力。正是文化产业管理人才的这些综合性能力促进了整个文化产业的有序发展,使其成为国家经济转型期比较重要的第三产业。可见,文化产业管理人才在整个文化产业包括戏剧影视行业中的重要性不容小觑。

重要收录: 北大核心

16

“双万计划”视域下地方高校青年教师 专业能力提升研究

作者: 罗兴奇 (盐城师范学院)

期刊名: 中国高等教育, **年份:** 2022年7月

摘要: “双万计划”是新时期推进高等教育内涵式、高质量发展的重要举措,对地方高校青年教师课程思政能力、专业教学能力、创新创业能力均提出新的要求。进入新时代,地方高校青年教师应当从加强理念指引、专业能力建设、促进产教融合等多重维度进行提升,用实际行动回答好立德树人的时代命题。

基金项目: 教育部人文社会科学研究青年基金项目“高校青年教师的职业分化与职业流动研究”(16YJC840013)的研究成果。

重要收录: CSSCI、北大核心

习语：在复兴之路上坚定前行 ——《复兴文库》序言

17

时间：2022-09-20 来源：《复兴文库》

修史立典，存史启智，以文化人，这是中华民族延续几千年的一个传统。编纂《复兴文库》，是党中央批准实施的重大文化工程。在我们党带领人民迈上全面建设社会主义现代化国家新征程之际，这部典籍的出版，对于我们坚定历史自信、把握时代大势、走好中国道路，以中国式现代化推进中华民族伟大复兴具有十分重要的意义。

中华民族是世界上伟大的民族，为人类文明进步作出了不可磨灭的贡献。近代以后，中华民族遭受了前所未有的劫难。从那时起，实现中华民族伟大复兴就成为中国人民和中华民族最伟大的梦想。无数仁人志士矢志不渝、上下求索，奔走呐喊、奋起抗争。中国共产党成立后，团结带领人民前仆后继，进行艰苦卓绝的斗争，坚持马克思主义指导地位，找到了实现中华民族伟大复兴的正确道路，通过革命、建设、改革各个历史时期的不懈努力，迎来了从站起来、富起来到强起来的伟大飞跃，谱写了中华民族发展进程中最为波澜壮阔的历史篇章，中华民族伟大复兴展现出前所未有的光明前景。历史已经证明并将继续证明，在中国共产党坚强领导下，坚持科学理论指导和正确道路指引，凝聚亿万人民团结奋斗的磅礴力量，中国人民就能把中国发展进步的命运牢牢掌握在自己手中！

在实现伟大复兴的历史进程中，一代

代中华民族的先进分子和优秀儿女探索、奋斗、牺牲、创造，留下了大量具有重要历史价值和时代意义的珍贵文献。编纂出版《复兴文库》大型历史文献丛书，就是要通过对近代以来重要思想文献的选编，述录先人的开拓，启迪来者的奋斗。

历史是最好的教科书，一切向前走，都不能忘记走过的路；走得再远、走到再光辉的未来，也不能忘记走过的过去。当前，世界百年未有之大变局加速演进，中华民族伟大复兴进入关键时期，我们更需要以史为鉴、察往知来。

我们要在学好党史的基础上，学好中国近代史，学好中国历史，弄清楚我们从哪里来、要到哪里去，弄清楚中国共产党人是干什么的、已经干了什么、还要干什么，弄清楚过去我们为什么能够成功、未来怎样才能继续成功。要坚定文化自信、增强文化自觉，传承革命文化、发展社会主义先进文化，推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展，构筑中华民族共有精神家园。要萃取历史精华，推动理论创新，更好繁荣中国学术、发展中国理论、传播中国思想，不断推进马克思主义中国化时代化。要坚定理想信念，凝聚精神力量，在新时代更好坚持和发展中国特色社会主义，为实现中华民族伟大复兴的中国梦贡献我们这一代人的智慧和力量，创造属于我们这一代人的业绩和荣光。

论戏剧与影视学学科建设中的群众路线

潘可武 余俊雯

摘要:中国共产党之所以从胜利走向胜利,是因为始终有着人民群众的支撑与支持,并在实践发展中总结出一套群众路线理论,焕发出真理与时代的光芒。作为党的特色理论贯穿引领下的戏剧与影视学,承担着国家形象展示与国民美育之重任,其学科属性与功能特色彰显着群众路线的重要性。戏剧与影视学学科建设中的群众路线作为一种世界观,从政治的、历史的和审美的三个维度予以阐释其深刻内涵;戏剧与影视学学科建设中的群众路线作为一种方法论,通过课程思政、通识教育和作品创作三大路径贯彻实施,形成对艺术现实的指导意义;戏剧与影视学学科建设中的群众路线作为一种价值取向,致力于以正确的意识形态、优秀的中华优秀传统文化和先进的技术为引领,形成从群众中来、到群众中去的原则规范,用普惠式的教育理念培养人才,依靠人才创作具有中国特色的戏剧影视作品,通过优秀的戏剧影视作品对内凝聚民心、对外传播声音,构建戏剧与影视学学科建设全过程的群众路线。

关键词: 戏剧与影视学; 学科建设; 群众路线; 课程思政

戏剧影视,尤其是电影、电视剧、综艺节目在世界范围内都是最具影响力的大众文化与通俗艺术,以影像作为传播文本成为全世界人民流通的精神食粮。中国戏剧拥有世界上最丰富的戏曲曲种(地方戏)和具有世界水平的戏剧产业;中国电影拥有全球最多的电影银幕和世界第二的年度票房收入;中国广播、电视及网络节目拥有全球第一的内容产量和播出量。我国历来高度重视戏剧影视这一重要的意识形态阵地,采取多种措施引导戏剧影视作品坚持“以人民为中心”的创作导向,并将价值导向、舆论引导功能放在第一位,这是中国戏剧与影视学学科教育的主要任务,也是推进中国从戏剧影视大国走向强国的重要动力。

2011年国务院学位委员会、教育部修订了《学位授予和人才培养学科目录》,

将“戏剧与影视学”正式提升为艺术学门类下的一级学科,下辖戏剧戏曲学、电影学、广播电视艺术学等二级学科,影视艺术教育格局蔚然大观。尽管戏剧、戏曲、电影、广播、电视各自都拥有丰富悠久的发展历史,但作为一门全新的综合性学科,戏剧与影视学尚属年轻,仍处于学科构建发展的关键时期。随着教育体系的深度融合,影视艺术教育的功能与特色日益彰显,在移动互联网、人工智能、全媒体技术的赋能下,推动人类文明加速前进,也促使人类不断开始审视自身。在此浪潮中,戏剧与影视学学科教育发展成为新时代的新命题。

有关教育发展问题,习近平总书记始终强调思政课是落实立德树人根本任务的关键课程。这里的“思政课”并非单纯地指向传统的“思想政治”理论课程,而是

从“思政课程”转向“课程思政”，以正确的思政理念灵活贯穿所有课程，形成双向联动。“各门课都要守好一段渠、种好责任田，使各类课程与思想政治理论课同向同行，形成协同效应。”^[1] 承载着以文化人、以艺通心的戏剧与影视学学科，更有义务、责任将课程思政内化为教学根本，也更有优势将思政教育外行到具体的学科教育实践中去，尤其在新文科建设大背景下，更应该将群众路线作为学科发展创新的根基，坚持人民群众历史主体地位的世界观；坚持“从群众中来，到群众中去”的重要方法；坚持“一切为了群众”“一切依靠群众”的价值取向，使之成为戏剧与影视学学科建设工作的根本出发点、目的以及力量源泉。

一、作为一种世界观：戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的价值内涵

世界观决定了人们看待事物的出发点和判断准则，以一种朴素的哲学形态蕴藏于人们的潜意识中，影响着对世界的认知。我国坚持辩证唯物主义和历史唯物主义的世界观，强调人民群众是历史的创造者，以唯物史观引领构建中国特色哲学社会科学，以人民为中心作为学科建设发展的研究导向。戏剧与影视学学科建设坚持发展群众路线，既是唯物史观的重要理论基石，也是中国特色社会主义文艺观的价值导向，在人民的、历史的、审美的层面都蕴含着深刻内涵。

（一）戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的人民性内涵

“历史的活动是群众的事业，随着历史活动的深入，必将是群众队伍的扩大。”^[2] 随着中国共产党委权的日益稳固，“人民群众”正式作为政治主体逐渐登上

历史舞台，作为一个政治的、历史的范畴，“人民”主体建构的内涵在时代的浪潮中不断得到修正与完善。

1942年5月，毛泽东在延安文艺座谈会上明确指出我们的文艺第一是为工农兵，以“工农兵”这一具有红色文化记忆的符号正面回答了“文艺为了谁的问题，将人民主体界定为当时处于特殊时期的工农兵”。毛泽东在《论人民民主专政》一文中写到：“人民是什么？在中国，在现阶段，是工人阶级，农民阶级，城市小资产阶级和民族资产阶级。”^[3] 1979年，邓小平在中国文学艺术工作者第四次代表大会上提出：“我们要继续坚持毛泽东同志提出的文艺为最广大的人民群众、首先为工农兵服务的方向，坚持百花齐放、推陈出新、洋为中用、古为今用的方针，在艺术创作上提倡不同形式和风格的自由发展，在艺术理论上提倡不同观点和学派的自由讨论。”^[4] 人民主体被拓展为“最广大的人民群众”，意即除最重要的“工农兵主体”外，还包含“知识分子”“女性”“青年”等各类主体人群，不断构建多元化的文艺主体。2014年10月，《习近平总书记在文艺工作座谈会上的重要讲话》中提出：“社会主义文艺，从本质上讲，就是人民的文艺。”^[5] 这里的“人民”是如今最广泛意义上的人民群众，无阶级之分、圈层之分，包括全体社会主义劳动者、社会主义事业建设者、拥护社会主义爱国者、拥护祖国统一和致力于中华民族伟大复兴爱国者。

厘清“人民”定义，正确把握“以人民为中心”的深刻内涵。源于人民、为了人民、属于人民是社会主义文艺的根本立场，也是社会主义文艺繁荣发展的动力所在。作为服务于社会主义文艺繁荣建设的戏剧与影视学学科，其建设立场也始终围

绕着“源于人民、为了人民、属于人民”而展开。

“源于人民”是戏剧与影视学学科建设的基础。戏剧影视艺术源于人民生活,一切文艺活动都需要从人民生活中汲取营养,这是戏剧影视存在发展的根源和根基。戏剧与影视学学科的创建正是源于有志于从事该领域的人民群众,渴望通过专业的学科体系学习获取相关知识内容,从而运用所学的知识、理论、经验创作大众喜闻乐见的戏剧影视作品,并将作品中的表现主体对准普罗大众,使得人民的所思所想成为戏剧影视作品的创作源泉。“源于人民”这一论断准确阐明了以党的中国特色社会主义文艺思想贯穿引领的戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的人民性根基和立场,有利于戏剧影视作品的传播与创新。

“为了人民”是戏剧与影视学学科建设的基准。满足人民精神文化需求是戏剧影视艺术工作的出发点和落脚点,戏剧与影视学学科建设者、教育者、创作者都需要坚定为人民发声、为时代放歌的光荣使命,让人民真正成为戏剧影视艺术作品的关注主体、表现主体和受益主体。

“属于人民”是戏剧与影视学学科建设的最终目的。无论是戏剧与影视学学科的教育对象,还是戏剧影视艺术作品的接受者,都是最广大的人民群众,他们一方面通过专业学习培养审美能力和创作能力,一方面通过戏剧影视艺术作品的传播实现审美接受,在此过程中充分发挥主体性功能,履行鉴赏、评判的审美权力,从而更好地反哺于戏剧与影视学学科教育以及文艺作品的建设与生产。

“源于人民”“为了人民”“属于人民”三者紧密交融、互为支撑,精准回答了戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的政治内涵,践行了“以人民为中心”的创

作导向、发展理念和价值取向。

(二) 戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的历史性内涵

戏剧与影视学学科建设是在中国化的马克思主义理论指导下进行的,从历史的角度来看,其对群众路线的坚持正是体现了历时继承性与共时发展性相统一的历史性内涵。

从戏剧影视学的发展史看,一个时代的戏剧影视学总会受到前一个时代的影响。戏剧与影视学学科建设的历史继承性,是指在其自身的发展进程中,任何时代戏剧影视学知识体系、话语创作的创新与发展都基于以往的戏剧影视学遗产为基础,必然受到业已形成的戏剧影视学知识体系惯例和传统的影响,始终处于与以往戏剧影视学传统的历史联系之中。即新的戏剧与影视学学科建设与旧的戏剧与影视学学科建设之间普遍存在着批判接受的纵向承传关系。戏剧与影视学学科建设的历史继承性,是戏剧影视学知识体系发展中客观存在的必然规律,也是戏剧与影视学学科发展创新的重要表现之一。

共时性体现了戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的时代性。戏剧与影视学通过生动形象的影像艺术作品系统地、全面地反映当下时代以及时代的变迁,而时代的发展离不开人民,任何新时代下的学科建设都不是简单地反映时代好坏,而是在新的时代背景下开启与人民的对话,建立新的学科体系、话语体系与时代形象。

共时发展性要求戏剧与影视学学科建设与人民群众精神文化需求、社会发展要求相统一。戏剧与影视学学科建设的创新发展深受社会生态发展的影响,戏剧与影视学学科建设的研究对象正是处于不断运动变化中的社会生活和人民。新时代的社会生活必然要求有与之相适应的新的戏剧

影视学来反映,并为之服务,这就要求戏剧与影视学的学科建设必然要坚持群众路线,不断适应社会需求。“当代中国的伟大社会变革,不是简单延续我国历史文化的母版,不是简单套用马克思主义经典作家摄像的模板,不是其他国家社会主义实践的再版,也不是国外现代化发展的翻版,不可能找到现成的教科书。我国哲学社会科学应该以我们正在做的事情为中心,从我国改革发展的实践中挖掘新材料、发现新问题、提出新观点、构建新理论……”^[6]戏剧影视学在经历了与文学、政治分家后,在汲取了西方戏剧影视学的有益成果后,逐步开始向党的特色理论引领贯穿下的中国特色戏剧影视学发展。

历时与共时将戏剧与影视学学科建设分为纵向的历史继承性和横向联系两大方面,但它们并不是各自孤立的存在,而是纵横交错的,既有内部的横向的共时发展性,也有纵向的历史继承性。如索绪尔所说:“共时和历时是有独立性的又是互相依赖的,这好比把树干加以横切和纵切后所看到的情景一样,它们是一个依赖于另一个的;纵的切口表明植物构成的纤维本身,而横的切口是纤维组织的个别的平面;但是第二个切口与第一个切口不同在纵的切口面上要发现纤维之间的某些关系是不可能的。”^[7]任何事物的发展都是一个不断运动的过程,只有在继承的基础上,通过革新创造,一个时代的戏剧影视学才具有不同于以往时代的独特性,才能与时俱进,才能发展进步。习近平总书记指出,当下的文艺“要以马克思主义文艺理论为指导,继承创新中国古代文艺批评理论优秀遗产,批判借鉴现代西方文艺理论,打磨好批评这把‘利器’”^[8]。这就体现了戏剧与影视学学科建设需要从其纵横两个方面入手,通过继承与革新,形成独具中

国特色的戏剧影视学知识体系,反映时代之变、中国之进、人民之呼。

(三) 戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的审美性内涵

戏剧影视作品不同于一般的文学、绘画等艺术作品,因其独特的视听表达语言体系,突破时空壁垒之优势,大大降低了人们的审美门槛,也更加贴合人民“喜闻乐见”的审美特征。“喜闻”代表喜欢“听”,诉诸听觉;“乐见”意味乐意“看”,诉诸视觉。作为综合视听艺术的戏剧影视学,其根本任务就是要创作出大众喜闻乐见的戏剧影视艺术作品,让受众作为审美主体,在对审美客体的凝神观照中持续地、自主地激发出一种积极向上的审美趣味,并通过听觉、视觉感官享受获取到审美愉悦和精神陶冶,实现完整的正向输出。因此,戏剧与影视学学科建设必须坚定群众路线,以优秀的戏剧影视作品,触达人民生活日常,培养向善的心灵和健全的人性,克服粗鄙、启迪心智、彰显国韵,扛起传播文明、传承文化的大旗。

“爱美之心,人皆有之。”无论是显于表象的美丽之物还是藏于内里的美好愿望,都能被人类与生俱来的审美力所感知,并且随着审美意识的高度发展逐渐形成一套较为规范、完善的审美原则,渗透在日常观感中,确立为审美理想。审美理想不同于一般的社会理想,具有特殊的形象逻辑和抽象性,需要借助于能够透射其意的载体才可将其“具象化”,变成广大人民群众喜闻乐见的模样。因此,以戏剧、电影、电视为媒介来反映现实日常,正是对大众审美理想的集中体现。同时,审美理想一经确立,便对当下时代艺术作品的创作和欣赏起着能动的指导作用和规范作用,在艺术作品中体现出具体的表征形象,“大团圆”式审美经验便是其中的高度凝练。

中国文化的精神基础以儒家伦理为典范,讲究“以善求美”。论语记载:“子谓《韶》:‘尽美矣,又尽善也。’谓《武》:‘尽美矣,未尽善也。’”(《论语·八佾》)为什么韶乐比武乐获得了孔子更高的评价?正是因为韶乐不仅符合形式美的要求,而且符合道德要求。何谓道德要求?乃符合伦理,符合“礼”之规范。“孔子的这个审美标准,用一个字来概括,就是‘和’。”^[9]因此,中国人在戏剧影视作品审美接受时,与西方对于悲剧审美的阈值不同,更青睐于大团圆式的圆满结局。被处斩冤死的窦娥,在其死后实现三桩誓愿,终得平反昭雪;梁山伯与祝英台尽管殉情已死,但还能羽化成蝶,实现双宿双飞;杜丽娘遭遇现实之困无法追求向往的爱情,导致郁郁而终,却还魂而生,与心爱之人终成眷属。这些流芳百世的中国古典戏剧都有一个共同的特征,在悲惨的情节之外创造性地开辟出惩恶扬善的“团圆”式结尾,满足受众相信因果轮回的心理补偿机制,以及对美好生活的精神向往。通过二次形象创造、羽化升天等形式实现假定性团圆,其背后揭示出中国百姓自古以来朴素的善恶观,体现了中国人“以和为贵”“和和美美”的审美理想和伦理道德。“按照中国哲学的传统,它的功用不在于增加积极的知识(指关于实际的信息),而在于提高心灵的境界——达到超乎现世的境界,获得高于道德价值的价值。”^[10]实现对现世苦难的超越、对缺憾人生的圆满弥补,刻画出中国悲剧特有的意境论。

“悲剧是人类激情、行动及其后果的一面放大镜,一切都在其中变得更宏大。”^[11]而团圆式的结尾,使得喧闹之后回归祥和,以合乎情理的善意体验进行叙事,营造温暖圆满的审美范式,是中国戏剧影视美学与伦理学相融合的突出特

色,以朴素的人生智慧解读作品本质,以善求美,化善为美,彰显中国特色社会主义精神文明内蕴。

二、作为一种方法论:戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的具体行动

具体到方法论中,需要通过下沉和落地实现戏剧与影视学学科建设的群众路线。主要围绕教育培养和作品创作两大路径而展开,其中,教育培养又细分为面对普通高等学校在校生的专业学科培养和面向社会大众的戏剧影视艺术通识教育。

(一) 影视艺术课程思政建设

推进课程思政建设,是当代教育工作的重要举措,旨在使德育、智育、美育相统一,推动实现全员全程全方位育人。无论是古老悠久的戏剧戏曲,还是年轻时尚的电影电视,都在当下时代以其形象生动的视听震撼散发出神秘气息,是人民群众精神文化生活的重要支柱,同时也是意识形态的传播工具。“好莱坞电影”作为美国文化名片享誉全球,其电影产业不仅是美国经济的中流砥柱,还担负着对外输出美国意识形态的重要使命,透过影像内容润物细无声般渗透、侵蚀着人们的思想,在政治、经济、文化、社会、人性等各个领域或深或浅地产生影响,尤其对于心智仍在发展中的青少年来说,更是充满着诱惑力与复杂性。因此,影视艺术教育更要注重课程思政建设,落实好立德树人的根本任务。

戏剧与影视学学科教育的创新发展要深刻认识到“培养什么样的人、为谁培养人、怎样培养人”三个关键问题,激发影视艺术与人文素养、思政教育的叠加效应,共同服务于中国特色社会主义实践,在优秀的戏剧影视作品中深刻解读中国特色社

会主义核心价值观,拒绝枯燥说教式的规章制度宣读,在每一句戏词、每一帧画面里透彻体会与领悟伟大的时代精神和正确的思想认知。

教师是高校戏剧影视学教育的第一责任人,必须严格规范高校教师的意识形态,从育人根源上将思政理念深入人心,以师德师风作为考察教师水平和能力的首要标准,建立长期有效的课程思政管理机制,确保以优秀的师资力量培养优秀的戏剧影视学专业复合型人才,使一代又一代的青年才俊发自内心地拥护中国共产党、中国特色社会主义,立志为中国特色社会主义奋斗终身。中国传媒大学电视学院资深教授,中国高等院校影视协会“学人奖—终身成就奖”获得者朱羽君就是其中的典范,其从事电视新闻摄影、电视画面研究等课程教学工作长达半个世纪,其电视教学生涯几乎与中国电视发展事业同步成长。作为最早一批中国电视人才培育者,朱羽君始终贯彻落实“理论与实践密不可分,教员从不脱离实践”的教学理念,首次提出“用电视手段进行电视教学”的创新手段。1983年,朱羽君带领学生拍摄制作了18集《摄影艺术讲座》教学片,随后于中央电视台播出,在全国激起了热烈反响,不仅快速普及了摄影艺术,还为众多摄影爱好者提供了宝贵的专业学习机会。此后又根据20世纪90年代ENG(电子新闻采访摄影,Electronic News Gathering)电子摄像时代的新特点,完成了18集《电视摄像艺术》教学片的拍摄,真正做到了与时俱进的教学实践。成功创举的背后离不开朱羽君对人才培养的正面引导和对任教专业清醒透彻、保持追问式的本质认知,深刻挖掘电视媒介本身属性,处理好技术与艺术、思维观念、电视制作之间的关系,创新发展教学方式,采用课堂教学与电视

教学相结合,达到课堂传播与电视再传播的有效升级裂变。

时代在发展,教学方式与理念也在不断进步。20世纪80年代,朱羽君“用电视手段进行电视教学”的创举将原本只属于小众精英的专业教学通过电视媒介的传播,转化为具有人民普惠式特征的大众教育,使得更多人受益,用实践证明了教育不等于学校教育,课堂也不仅有学校课堂,“教育”的内涵与外延正在不断拓展。

当前,科技力量的渗透改变了高等教育固有的形态和结构,新媒体能量的爆发不断促进戏剧与影视学学科内部建设的更新与整合。移动媒体的便利性延伸了传播的到达率,同时社交软件、直播软件的普及拓展了媒介教学空间,戏剧影视学与媒体平台的教学资源互通程度愈加紧密。

“微课”“慕课”“直播教学”等一系列多元教学方式拓展了传统教学模式路径,未来还将根据学生不同的学习需求、学习特征制定个性化、阶梯化学习方案。戏剧影视学学科要始终坚持以学生为中心,多方位、多手段地形成教育培养的连贯性与贯通性,全面提高教育培养质量,但都需要紧紧围绕课程思政的理念意识,坚定为党育才、为国育才。

(二) 加强戏剧影视艺术通识教育

戏剧影视艺术源于生活高于生活,通过特有的艺术创作手法为人们认识世界打开了一扇扇美丽的窗,但究其本质,其绚烂的影像世界是由梦境包裹着的意识形态碎片构成,承载着国家权力机器意识形态的传播功能。因此,加强戏剧影视艺术通识教育,拓展戏剧影视艺术公共性实践,正确认知戏剧影视,提高媒介素养,是当代社会公众树立正确价值观以及培养提高综合素质的当务之急。

我国影视教育起步较晚,20世纪50

年代仅有北京电影学院一所专业电影教育高校。20世纪80年代随着教育部《关于高等院校开设电影课程的情况和意见》的下发,高校影视教育陆续开启。1998年,教高司2号文件《关于加强大学生文化素质教育的若干意见》的提出,加快推进了我国大学生人文素质教育的进程。进入21世纪后,教育部印发的《全国艺术教育发展规划2001—2010年》全面推动了高校影视艺术通识教育的发展态势,近乎每所高校都开设有影视教育相关课程,一时间数量激增,看似教育计划得到全面覆盖,但在实际操作过程中,由于当前并未统一规范课程标准,各高校仍处于自我摸索的阶段,彼此之间存在课程理念偏差、教学内容随意、影视文化培养缺乏贯穿等问题,其本身的人文内涵没有得到专业、准确的拓展指引,戏剧影视艺术通识教育尚未形成完善的体系与良好的传承形态。

对此,一方面需要学校加强教学培养工作,将戏剧戏曲课程、影视课程纳入美育教育范畴内,不仅针对高校大学生群体,更需将教育下沉至中小学群体。2018年,教育部和中央宣传部联合印发了《关于加强中小学影视教育的指导意见》,将影视教育从娃娃抓起,从少儿教育到高等教育形成阶梯匹配式通识教育体系。同时,利用戏曲频道、电影频道等社会公共资源,将优秀戏剧影视作品与校园德育、美育、志育课程充分结合,强化“育”淡化“教”,寓教于乐,寓教于美。成立校园戏剧教育联盟、影视教育基地等机构组织,艺术工作者专赴中小学现场教学戏剧戏曲课程,让孩子们亲自走进剧场观摩演出、学习并表演体验,充分发挥形象思维与逻辑思维的统一性,锻炼孩子们的审美情操与深度思考能力,提高民族认同感,用正确的思想方法、自觉的文化认知来判断世界杂糅

文化的复杂与迷惑。另一方面需要戏剧影视从业者提高思想意识与业务能力,将中国特色社会主义核心价值观潜移默化进大众喜闻乐见的影像内容中,广泛播撒艺术的种子,增强青少年的文化归属感与自豪感。

另一方面需要加强社会性的影视艺术通识教育。从国家原始构成主体来看,中国是农民社会,乡村文化建设追溯已久,早在20世纪40年代,费孝通先生就论述过“文字下乡”,“文字所能传的情、达的意是不完全的”^[12]。诚然,文字下乡困难重重,“根据国家统计局的数据,2018年,中国大专及以上学历受教育程度人口占总人口比为13%,还有约87%的人没接受过高等教育”^[13]。城市化建设至今,仍有“87%”如此庞大的数字横亘在教育面前,如何扭转偏差,让那87%的人更好地享受到文明与文化迫在眉睫。为了弥补文字“走样”的缺憾,寻求一种门槛更低,更被大众喜闻乐见的传播方式极其重要,因此,国家大力推广电影下乡,以其形象、逼真的可感性发挥其强烈、隐蔽的共情优势充盈乡村人民生活。

“电影下乡是国家力量嵌入基层社会的一种方式,实现了现代文明与传统文化的融合,发挥着国家社会互动的纽带作用”^[14],是中国乡土文化建设的特有方式。1950年国家启动农村电影放映工程,政府有计划地放映大量红色革命影片,同时扩大农村放映队规模,在夜色降临中,用一台放映机和发电机拉开露天电影院的帷幕。至此,一个自上而下具有普惠式特征的行为动作为农村开辟出全新的文化空间与公共空间,并赋予特殊的仪式性与沉浸感。早期的电影下乡带有鲜明的政治宣教色彩,通过带领乡民集体观看指定的电影作品,传达政府最新政策。人民群众高涨

的参与感在一次次电影放映中得到充分释放,其植根于乡土人情社会里的集体意识不断在这种公开的文化氛围建设中增强牢固,形成基层社会与国家意识形态间的强烈凝聚力。为持续保障电影下乡工作的顺利开展,国家陆续出台了一系列扶持政策、文件,将农村电影放映工程列为重大公共文化服务工程。如今在互联网技术的驱动下,农村精神文化面貌焕然一新。江苏谷里影剧院每年开展50多场次的惠民电影放映活动,涵盖经典爱国主义题材、商业题材等多种类型影片,满足群众多层次、多方面的精神文化需求,未来还将根据群众心声,定期同步排播最新院线影片。电影下乡逐步转向为惠民工程,体现出与时俱进的服务色彩和公益色彩,彰显了我国对农民群众精神文化需求的高度关照,同时在传播实践中跨圈层普及了戏剧影视学文化。

如今,随着互联网技术的下沉和智能手机的全面普及,移动短视频作为影像表达、传播的新形式深受农村群体的喜爱,越来越多的农村用户在“短、平、快”趣味影像的沉浸中延伸出对传统戏剧影视文化的浓厚兴趣,开始主动了解经典戏剧、电影等艺术瑰宝,并结合生活日常进行模仿、再创作,“昔日沉默的农村群体被赋予话语权,迅速登上互联网文化舞台,成为内容生产主力军中的新成员,为互联网文化传播增添新的话语体系,进而创造出独具特色的文化形态,使处于鲜少流动的乡村生活得以通过影像实践被更多人看见,而每一个人也将成为互联网的使用者、表达者、受益者甚至内容生产者”^[15],在看见与欣赏中推动戏剧影视文化艺术传播。作为一门综合了艺术与媒介、理论与实践、人之主体性与社会经济效益的学问,学科创新必然伴随着媒介的发展、技术的

驱动和市场的影晌。大学与社会间的边界逐渐消弭,知识的习得不再单纯限于教育从事者,而是集合了市场、公众、前沿等多方力量,在互联网时代影视艺术的生产、传播、消费、再生产的实践生态圈里反复进行尝试与实验,通过学校教育、家庭教育、社会教育、自我教育、网络教育等超越课堂教育的多维角度体验知识的正确性和验证性,获取思维方式的合理性和创造性,培养学科兴趣的多元性和可行性,尤其是“互联网+教育”的快速建设缩小了城乡之间原本巨大的信息鸿沟,多媒体渠道的信息获取将戏剧影视文化充分下沉至乡土空间,让普惠教育触达社会中的每一个人,共享优质资源,碰撞思维火花,触碰经验边界,收获自身成长。

(三) 加快戏剧影视作品的创造性转化与创新性发展

创作大众喜闻乐见的戏剧影视作品,其关键在创新。时代发展步履不停,创新驱动持续更新。2014年,党和政府出台了《关于推动传统媒体和新兴媒体融合发展的指导意见》,媒体融合上升为国家战略。媒体融合的贯彻落实与社会思潮对媒介的观念与实践都产生了深刻影响,艺术形态之间的融合之势促使其边界发生漂移,催生出互动剧、VR电影、微综艺、竖屏短剧、游戏直播等一大批全新的艺术形态,从而使传统的戏剧与影视艺术形态的外延与内涵发生了新的变化,构成新的审美特质。古老悠久的京剧艺术,近年来主动拥抱互联网文化,跨界融合音乐、脱口秀、喜剧、表演等多种娱乐元素,借助网络电台、电视综艺、网络综艺、社交直播等融媒体平台打造中国戏剧艺术新生态,重新闪耀国粹之光。备受争议的中国主旋律电影在审美升级中迎来跨越式发展,逐步转向“小人物大制作、主流价值

观多元化呈现、以情动人以理服人”的新主流大片。一度严重依赖国外模式引进的电视综艺节目在国家广电总局对原创节目政策的提倡下,渐入本土化实践探索佳境。越来越多具有中国特色、中国风骨的原创精品节目模式漂洋过海,成功实现海外输出、推广。

以央视为首的《国家宝藏》《朗读者》《经典咏流传》《谢谢了,我的家》用文化内核引领中国精神、用中国故事彰显中国风韵,为海外观众送上温润雅致的文化洗礼;省级卫视、网络媒体精心制作的《声入人心》《声临其境》《我就是演员》《跨界歌王》《明日之子》《这就是灌篮》等原创节目或与海外公司签署模式销售协议,或惊艳亮相法国戛纳电视节,以其丰富的节目类型、新颖的创作角度,覆盖多维垂直领域,巧妙融合跨界元素,颇受海外市场欢迎。既实现了文化输出,又彰显了我国日益强劲的原创实力,是中国文化“走出去”的有益探索。

总结我国一系列优秀原创节目的实践经验发现,或许可以大胆尝试“破小众为大众”的创新路径,将“小众”艺术形态巧妙组合为易于接受的“大众”传播形式,抑或独辟蹊径,沿着“分众”人群深入挖掘用户喜好,直击需求痛点,从群众中来,到群众中去。爆款节目《声入人心》《声临其境》正是“小众”变“大众”的成功典范,原本“冷门”“小众”的音乐剧、配音艺术在编导们的叠加创意中,融合释放出令“大众”喜闻乐见却又别开生面的精彩与魅力。随着当代观众审美情趣的提升,影视艺术工作者“唯有对世界范围内节目趋势进行整体研判,对当下社会热点痛点进行创意化表达”^[16],利用影像艺术的优势,深入人民群众生活肌理,“将摄像机的镜头,对准社会现实生活,

捕捉最富时代特征的场景、画面和形象,对历史与现实给以严峻的审视和哲理的思辨”^[17],将一个个艺术符号具象化、故事化、情感化,紧密贴合时代前进,倾听人民心声,保持创新源泉。

三、作为一种价值取向:戏剧与影视学学科建设坚持群众路线的引领原则

戏剧与影视学群众路线不仅是一种世界观的存在、方法论的指导,还是一种价值取向的引领,以正确的意识形态、优秀的中华民族传统文化和先进的技术作为引领原则,凸显戏剧与影视学学科建设中的群众路线。

(一)以意识形态引领戏剧影视学群众路线建设

马克思和恩格斯在《政治经济学批判》中曾对意识形态的形式作出过描述:“人们借以意识到这个冲突并力求克服的那些法律的、政治的、宗教的、艺术的或哲学的,简言之,意识形态的形式。”^[18]文艺作为一种特殊的意识形态,同样是意识对社会客观存在的反映,代表了统治阶级的利益。我国是工人阶级领导,以工农联盟为基础的、人民民主专政的社会主义国家。人民的利益代表了国家的利益。因此,文艺作为一种思想观念,不仅是对我国社会存在的反应,同时也是对我国人民意志的表现。

一是要坚持以正确的思想观念对戏剧与影视学群众路线的发展进行规划和引导。意识形态作为一种思想观念,是统治阶级维护自身利益的精神支柱。中国戏剧影视艺术的发展与广大人民的发展休戚与共。坚持以正确的思想观念引领戏剧与影视学群众路线的发展,要确保戏剧影视艺术作品的内容与人民紧密相连,以生动形

象的艺术方式表现人民在社会中的真实面貌,体现人民的意志,鼓舞人民在奋斗中前进。它要求戏剧影视艺术从人民的生活中汲取灵感,挖掘人民在历史进程中真、善、美的闪光点,记录人民与时代的本质,吹响时代前进的号角。这为戏剧与影视学学科建设从内部建构打下了坚实的基础。它以更凝练、更本质、更深刻的形式刻画了中国的形象,从内部为树立民族认同感提供了沃土,避免了以歪曲事实和片面认知为例的途径对中国形象的抹黑,从根本上促进了民族对于自身文化、自身社会结构与发展的认同感。在这种基础上,戏剧与影视学学科建设才能从外部回答世界的疑问,使中国故事、中国精神在世界发出更洪亮的中国声音。

二是要坚持以有力的政策法规引领戏剧与影视学群众路线,从实践层面对具体内容作出规范和要求,通过国家政策的出台与行业规范的实施为戏剧影视艺术本体发展提供良好的沃土。近年来陆续颁布的《中共中央关于繁荣发展社会主义文艺的意见》《中共中央办公厅国务院办公厅关于实施中华优秀传统文化传承发展工程的意见》《新闻出版广播影视“十四五”发展规划》《关于深化影视业综合改革促进我国影视业健康发展的意见》等都指出了文艺发展的整体方向与要求。与此同时,戏剧影视行业颁布的行规也试图从节目的创作生产机制、影视企业经营、行业管理等各维度重新建立一个合理的行业准则。2021年8月以来,中宣部、国家广电总局、网信办、文旅部接连颁发《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》《关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知》《关于加强新时代文艺评论工作的指导意见》《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》《关于进一步加强文艺工作者教育管

理和道德建设的通知》《网络表演经纪机构管理办法》等规约文件,严厉剔除影视行业中的不文明、不健康、不正确行为观念,确保从上到下积极践行清朗行动,还影视艺术市场澄净之美。这些政策法规的颁布顺应了民声民意,以强制性的监管手段肃清文艺创作、传播与接受的环境,提高戏剧影视艺术制作的水准,时刻审视着人民在戏剧影视审美过程中可能会出现认同模糊、发展失衡、感知放纵、过度自我等问题与危机,从而及时纠偏,确保以正确的意识形态引领戏剧影视学群众路线的建设发展。

(二) 以文化引领戏剧影视学群众路线建设

文化是人类社会物质财富和精神财富的总和,反映了社会和时代的精神特点。文化既是一种浓缩了时代与民族特征的社会内容,也是一种能给予人类发展以宝贵借鉴意义的社会手段。文化的发展与国家命运休戚相关,是国家生存发展的基础,也是实现中华民族伟大复兴的重要环节,将文化注入戏剧影视学群众路线创新的灵魂,是践行习近平新时代中国特色社会主义思想的主要内容。

坚持以优秀的中华优秀传统文化引领戏剧与影视学群众路线。唐代魏征在《谏太宗十思疏》曾言:“求木之长者,必固其根本;欲流之远者,必浚其泉源。”树木的生长离不开根系的稳固,水流的源远流长离不开源泉的疏通。它指出了戏剧影视艺术与戏剧影视学教育在创新发展中的两层要素。第一,立足于树木的根基,即立足于中华文化的根本;第二,利用合理的途径对自身做出适应发展的改造。中华文化是中华民族发展的精神底蕴,它宏观地展现了中华民族整体的气质、风骨,也细致地包含了这片土地上五十六个民族独有的

风貌和精神。这些文化构成了民族生长的沃土,也是戏剧影视知识体系创新的灵魂和来源。立足于中华文化的根本的创新是以文化引领戏剧与影视学群众路线创新发展的关键步骤。它呼应了坚定文化自信与文化自信的倡导,同时为建立文化认同铺设了路径。“传统是文化中最具特色、最重要、最普遍、最具生命力的内容,也是文化认同的重要载体。”^[19]在创作上,引领戏剧影视艺术在充分认识中华优秀传统文化的基础上对文化进行艺术的疏通与有机改造,发展顺应时代潮流的艺术形态,焕发出崭新的光彩。在传播上,引领戏剧影视艺术将中国声音传入国际社会,扩大国家间的文化认同,从而提高中国的文化软实力。

(三) 以技术引领戏剧影视学群众路线建设

技术是戏剧影视艺术创新的重要驱动力。观众在艺术欣赏中对真实感的期待、对审美体验的丰富要求以及对于自由移动的向往为戏剧影视技术的发展指明了方向。

人们对于真实感的诉求促使技术不断与时俱进,在从二维时空到多维立体时空的真实艺术表现上不断努力,使得艺术形态、内容的创新服务于人的需求,在承载社会功能的同时给予观众美感和心灵的沉淀。以早期的电视制作为例,在磁带录像技术引入电视制作前,中国电视节目主要以演播室实况直播和现场(剧场)实况转播两种方式呈现。这两种方式都要求电视工作者在制作与传输的流程上一气呵成,以摄影机的丰富变化对素材进行艺术化改造。1958年中国第一部电视剧《一口菜饼子》就是典型的演播室布景实况直播的模式。由于客观技术的限制,摄像师需要通过自身的移动完成特写、近景、全景等

景别的变化,将记录下的演员表演实时传输给观众。这一时期电视剧的形式“更接近舞台剧而不是电影”^[20]。磁带录像技术的诞生满足了人们对于电视表现“真实感”的需求,推动了电视艺术形态的创新。电视的发展由此出发,从模拟信号时代转向数字信号时代。

人们对影像审美的丰富体验推动了屏幕的革命。“电视图像,完全改变了传统的观赏方式。观看电视图像需要的是一种‘震撼’式的体验。”^[21]这种对电视审美体验的需求是影视艺术日新月异的内驱力之一。电视从无声到有声,从黑白到彩色,从3D到AR、VR……科学技术的进步驱动着电视艺术形态的创新,丰富了人们的审美体验,也反过来对电视的发展提出新的要求。电视审美体验的丰富首先体现为电视艺术利用媒介技术产生的“惊颤”效果。本雅明在《机械复制时代的艺术品》中认为“艺术品由一个迷人的视觉现象或震慑人的音乐作品变成了一枚射出的子弹;它击中了观赏者,由此艺术品就具有了触觉特质”^[22]。这种官能上的惊颤最初被本雅明用于区分现代艺术与传统艺术间的特质。现代艺术以其新奇震撼的声画体验冲击着欣赏者的身体器官,使欣赏者在凝神贯注时因强烈和过度的震惊而形成心理上的断裂空间。在电视艺术利用摄像机模仿还原现实的阶段,微距镜、显微镜镜头、航摄等摄影科学技术在电视中的应用拓宽了画面呈现的方式,以逼真的视觉冲击给予观众前所未有的震撼体验。以微距镜头在电视节目中的应用为例,在20世纪80年代的专题片《话说运河》中,记录蚕吃桑叶的长焦镜头成为人们观察入微的“眼睛”。蚕吃桑叶时的蠕动,桑叶在空气中的颤动等平日容易被肉眼忽视的平凡景象都以大特写的方式进入观众的眼

帘。微距镜头的引入放大了自然的纹理,使平淡无奇的自然风光在屏幕中绽放出别具一格并令人为之震颤的光彩,令观众在接近现实真实的层面收获了异于常态的新奇体验。这一方面反映了摄影科学技术的进步拓宽了事物在屏幕中表现的广度,丰富了电视画面的内容;另一方面反映了技术对于人类视觉的延展,暗示了审美进入新阶段的观众继续对电视艺术形态的创新发出新的呼唤。

人们对时空突破的向往驱动了艺术形态的发展。在传统艺术阶段,人们创作与欣赏艺术的方式受到媒介的限制。戏剧在剧院表演,绘画在美术馆展出,音乐在音乐厅演奏,观众需要在特定的时间到指定的地点亲身参与艺术欣赏活动。在光电技术促成电影的诞生后,人们利用摄像机将动态的影像保存在胶片上,并通过放映设备进行可移动的多次重复放映。这一技术的发明使得影像留存具备了“穿越时空”的魔力,观众在影院不仅能根据自己的时间进行场次的挑选,同时还能欣赏发生在不同时间和空间下的影视作品。电影的发展,蕴含了人类在艺术中不断突破时空局限的努力,是其利用技术进步实现自由移动的表现之一。

对真实感的期待、对丰富审美体验的需求以及对于自由移动的向往构成了戏剧影视艺术进步的内驱力,技术是激活并不断焕发这种内驱力的重要桥梁。也正因为如此,技术成为戏剧影视艺术形态创新的驱动,使人们在使用技术的过程中产生创新的诉求与欲望,进而转向戏剧影视艺术样态的推陈出新。

四、结语

毋庸置疑,中国在崛起,世界正在看

中国,看什么、如何看、站在哪里看都将紧密关联国家形象与利益。作为国家形象展示和文化实力构成的戏剧与影视学学科,贯穿落实群众路线既是学科体系建设的出发点,也是最终落脚点,这关系到中华民族和十四亿中国人生存和发展的现实。戏剧与影视学学科从表面上看,直观形象,通俗易懂,但其背后蕴涵着错综复杂的意识形态、社会背景、文化心理等内容,需要加以正确的引领与深刻的分析。

“70 年来的历史说明,无论戏剧影视发展的开放度如何,国家意识形态始终是一个主导性的因素,中国文化传统的制约性不可失缺,而大众化就是坚定地为人民服务。”^[23] 作为一门建设人、引领人、完善人,同时由人创作的学科,戏剧与影视学的创新发展离不开人民,离不开群众,坚定群众路线就是坚定正确的马克思主义文艺观。文艺是培根铸魂的工作,戏剧与影视学学科建设既要强化学科专业性,又要提升影视艺术普及性,拓宽媒介素养,增强文化自信,让戏剧与影视学从群众中来到群众中去,凝聚民心、贴近民心、诠释民心,始终在群众路线中建设与完善。戏剧与影视学是中国哲学社会科学知识体系的重要组成部分,与其他学科相比具有更为突出的实践性,其学科体系建设既来自实践的总结升华,又服务反哺于影视创作,承担着美育之重任,与人民群众息息相关,是提升中国国家文化软实力、积极推动中华文化“走出去”的重要抓手,也是党的意识形态工作与国家精神文明建设的重要阵地,坚定不移地走群众路线是戏剧影视学科建设的必由之路。

【参考文献】

- [1] 习近平谈治国理政:第二卷[M].北京:外文出版社,2017:376.
- [2] 马克思,恩格斯.神圣家族或对批判的批判所做的批判[M].北京:人民出版社,1958:104.
- [3] 毛泽东.论人民民主专政[M].北京:人民出版社,1960:3.
- [4] 欧阳雪梅.新中国70年社会主义文化建设及其经验[N].光明日报,2019-07-10(11).
- [5] 习近平.在文艺工作座谈会上的讲话[EB/OL].[2015-10-14].http://www.xinhuanet.com/politics/2015-10/14/c_1116825558.htm.
- [6] 习近平.在哲学社会科学工作座谈会上的讲话[M].北京:人民出版社,2016:21-22.
- [7] 索绪尔.普通语言学教程[M].高名凯,译.北京:商务印书馆,1980:94.
- [8] 习近平.在文艺工作座谈会上的讲话[M].北京:人民出版社,2015:30.
- [9] 叶朗.中国美学史大纲[M].上海:上海人民出版社,1985:47.
- [10] 冯友兰.中国哲学简史[M].北京:北京大学出版社,2010:13.
- [11] 朱光潜.悲剧心理学[M].北京:人民文学出版社,1983:88.
- [12] 费孝通.乡土中国[M].北京:人民出版社,2015:13.
- [13] 快手研究院.被看见的力量——快手是什么[M].北京:中信出版社,2019:8.
- [14] 何阳,汤志伟.电影下乡的特征演化、功能变迁与实践反思[J].内蒙古社会科学,2019(3):181-187.
- [15] 李安,余俊雯.从生活展示到产业的转型:短视频在乡村振兴中的产业价值[J].现代传播(中国传媒大学学报),2020(4):134-139.
- [16] 吕焕斌.媒体融合的芒果实践报告[M].北京:中信出版社,2019:204.
- [17] 高鑫.电视艺术学[M].北京:北京师范大学出版社,1998:36.
- [18] 马克思恩格斯选集:第2卷[M].北京:人民出版社,2012:3.
- [19] 崔新建.文化认同及其根源[J].北京师范大学学报(社会科学版),2004(4):102-107.
- [20] 郭镇之.中国电视史[M].北京:文化艺术出版社,1997:7.
- [21] 高鑫.电视艺术美学[M].北京:文化艺术出版社,2005:385.
- [22] 瓦尔特·本雅明.机械复制时代的艺术作品[M].王才勇,译.北京:中国城市出版社,2002:60.
- [23] 胡智锋,周星,郝戎.传承优秀传统文化,扎根时代现实,积极面向未来努力构建具有中国特色的“戏剧与影视学”学科体系——“戏剧与影视学”学科建设三人谈[J].戏剧,2019(6):6-25.

数字变革与教育未来 ——在世界数字教育大会上的主旨演讲

19

中国教育部部长:怀进鹏 时间:2023-02-14 来源:教育部政务新媒体“微言教育”

尊敬的各位嘉宾,女士们、先生们、朋友们:

大家好!

刚才,我们共同见证了大会开幕。中国领导人和政府高度重视这次大会,国务院孙春兰副总理莅临大会并致辞,强调要着力将国家智慧教育平台打造成教育领域重要的公共服务产品,促进数字技术与传统教育融合发展,呼吁各国携手推动守正创新,使数字教育成果更多惠及各国人民,传递出中国政府对推动数字教育高质量发展,促进人的全面发展、社会文明进步的高度重视和殷切期望。

数字化转型是世界范围内教育转型的重要载体和方向。本次大会以“数字变革

与教育未来”为主题,就是要落实习近平主席在联合国大会上提出的全球发展倡议、在世界互联网大会上提出的全球数字发展道路,响应联合国秘书长古特雷斯在教育变革峰会上的愿景声明,在当下激荡万千的时代风云里,共同探寻解决全球教育危机的崭新方案。通过本次大会,积极推动数字教育国际合作,凝聚教育变革共识,提振全球合作发展信心,共创美好教育未来。

女士们、先生们、朋友们!

习近平主席在2022年11月15日召开的二十国集团领导人第十七次峰会上指出,当今世界正在经历百年未有之大变局,这是世界之变、时代之变、历史之变。在

新的动荡变革期内,全球变暖、逆全球化、经济衰退、地区冲突等复杂因素相互交织,新冠肺炎疫情加剧不确定性和不稳定性,全球减贫进程严重受挫,人类社会面临前所未有的严峻挑战,“世界怎么了,我们怎么办”的时代之问回荡全球。

与此同时,新一轮科技革命和产业变革深入发展,数字技术愈发成为驱动人类社会思维方式、组织架构和运作模式发生根本性变革、全方位重塑的引领力量,为我们创新路径、重塑形态、推动发展提供了新的重大机遇,也带来了新的挑战,“教育何为、教育应该往何处去”也成为世界各国共同思考的命题。

令人振奋的是,联合国和世界各国都在积极行动,把数字教育作为应对危机挑战、开启光明未来的重要途径和举措。联合国教科文组织倡导构建新的“社会契约”,充分发挥数字技术带来的教育红利,更好地彰显教育作为全球公共利益的属性。联合国教育变革峰会提出,数字革命应当惠及所有学习者。不少国家应时而动,纷纷出台数字化发展战略,并将教育作为其中的重要组成部分。各方的有效行动,必将使“学会学习、学会共处、学会做事、学会做人”的教育“四大支柱”在数字时代更加厚实有力、顶天立地。

女士们、先生们、朋友们!

中国政府高度重视数字教育发展,将其作为数字中国重要组成部分。经过多年持续努力,中国教育信息化实现跨越式发展,校园网络接入率达到100%,拥有多媒体教室的中小学校占比达99.5%,大规模应用取得了重大突破,为中国教育发展注入强大动力。2022年,我们全面实施国家教育数字化战略行动,提出联结为先、内容为本、合作为要,即Connection、Content、Cooperation的“3C”理念,按

照“应用为王、服务至上、简洁高效、安全运行”的原则,把诸多典型应用、资源内容等“珍珠”串成“项链”,集成上线国家智慧教育公共服务平台,释放数字技术对教育高质量发展的放大、叠加、倍增、持续溢出效应。上线近一年来,平台访问总量超过67亿次,现已成为世界最大的教育资源库。主要体现为:

智慧教育助力基础教育,让优质均衡的理想照进现实。平台汇聚全国最优质的基础教育数字资源,涵盖德育、课程教学、体育、美育、劳动教育、课后服务、教师研修、家庭教育、教改经验、教材等10个板块、53个栏目、4.4万条资源,让远在边疆、身处农村的孩子和大城市的孩子“同上一堂课”,身临其境,共享共用。面对疫情带来线下教学难以为继的严峻挑战,平台支撑了中国近2亿中小学生线上学习,确保“停课不停学”。寒暑假期间,为全国1300余万教师开展专题研修,提高教研能力。

智慧教育助力高等教育,让大学一流课程突破校园边界。我们抓住世界范围内发展大规模在线课程的机遇,经过十年的建设,集聚了一大批优质慕课。目前,平台拥有7.6万名高等院校名师名家、2.7万门优质慕课课程、1800门国家一流课程,实现了“一个平台在手、网尽天下好课”。平台受到很多国家学习者欢迎,超过1300万国际用户注册,覆盖了166个国家和地区。我也在互联网上看到网民留言,“这是一个学生学习、成年人充电的好地方”。

智慧教育助力职业教育,让更多人获得职业发展能力。依托平台,全国有接近55%的职业学校教师开展混合式教学,探索运用虚拟仿真、数字孪生等数字技术和资源创设教学场景,解决实习实训难题。

比如,湖南汽车工程职业学院探索在5G环境下“C+R”远程操控、真场执行的实训方法,学生可随时随地通过远程发出操作指令完成实训任务。目前平台上线专业教学资源库1173个,在线精品课6700余门,视频公开课2200余门,覆盖专业近600个,215个示范性虚拟仿真实训基地培育项目分布全国,助力培养技术技能人才,服务学生的全面发展和经济社会高质量发展。

智慧教育助力就业创业,让人才供给和市场需求更加有效对接。2022年,中国高校毕业生首次超过1000万,这为中国经济社会发展注入强大人才和人力资源支撑,但在新冠肺炎疫情持续、经济下行压力加大等多方面因素影响下,就业也成为一种新的压力。我们升级上线国家大学生就业服务平台,加强供需沟通交流对接,加快就业岗位资源共享,特别是为贫困家庭、零就业家庭以及身体残疾的毕业生精准推送岗位信息,累计共享就业岗位1370万个,调查显示近1/3的应届毕业生通过该平台实现有效就业。

中国构建智慧教育平台体系,聚合起高质量、体系化、多类型的数字教育资源,为在校学生、社会公众提供不打烊、全天候、“超市式”服务,极大推动了教育资源数字化与配置公平化,满足了学习者个性化、选择性需求,更为全民终身学习提供了强大广阔的数字支撑。

女士们、先生们、朋友们!

教育与人的成长紧密相连,与文明发展共生相伴,是人类最古老且最崇高的事业。每一次科技重大发展与创新,每一次产业变革与生活方式转型,均影响乃至改变着教育。数字化是引领未来的新浪潮,教育与数字的碰撞,将奏出人类文明教育更优美的乐章。在突破传统教育方法的局

限性,积极创造数字教育新形态进程中,应当秉持怎样的价值导向?我们认为:

数字教育应是公平包容的教育。推行全纳教育,实现学有所教、有教无类是我们共同的价值追求。数字技术具有互联互通、即时高效、动态共享的特征,能够快速高效地把分散的优质资源聚合起来,突破时空限制,跨学校、跨区域、跨国家传播分享,让那些身处不同环境的人都能够平等地获得教育资源的机会和渠道。同时,我们也要避免数字技术加剧教育的不公,从而让“世界范围内所有人都能获得优质教育”的愿景加速成为现实。

数字教育应是更有质量的教育。质量是教育的生命线,数字技术是提高教育质量的阶梯。发展数字教育,能够丰富智能教室、自适应学习、学情智能诊断、智慧课堂评价等场景应用,推动线上线下融合互动,改善教学方法,增强教学过程的创造性、体验性和启发性,撬动课堂教学发生深层次变革,创新教育教学和人才培养模式,以教育的智能化支撑提高教育管理和评价效能,提高人类学习与认知效能,为实现更加优质的教育提供强大动力。

数字教育应是适合人人的教育。2500多年前,孔子就提出了有教无类、因材施教的教育理想,在人类漫长的文明进程中,我们一直在努力追求实现因材施教。数字教育能够在个性化地学、差异化地教、科学化地评等各方面发挥独特优势,通过信息跟踪挖掘、数字回溯分析、科学监测评价等,描绘学生成长轨迹,为每个学生提供个性化的教育方案。这也必将有利于重塑人类教育形态,使人人接受适合的教育成为可能,助力终身学习和学习型社会建设。

数字教育应是绿色发展的教育。绿色发展是以效率、和谐、持续为目标的经济

增长和社会发展方式。面对日益严重的全球能源危机、气候危机和生物多样性危机,教育不仅不能置身事外,还应为推动经济社会绿色发展发挥基础性支撑作用。我们要遵循节约节俭、简洁高效的原则发展数字教育,重在应用为王、服务至上,不盲目追求高端。我们要注重培养学生适应和减缓气候变化的能力,合理使用数字化教材、教具,推动数字教育成为教育低碳转型的催化剂和加速器,助力绿色发展,保护好人类共同的家园。

数字教育应是开放合作的教育。数字时代为我们带来了开放合作的高效平台,开放合作也已经成为推动新时代教育变革创新的关键要素。无论是消除数字壁垒、缩小数字鸿沟、提升教育领域危机应对能力,还是培育合作增长点、挖掘发展新亮点、推动教育转型创新,都需要我们坚持合作包容共赢的理念,充分发挥各自优势,推动共同发展。我们应当携起手来,加强沟通交流,通过数字教育的开放合作,让更多国家和人民搭乘数字时代的快车、共享数字教育发展成果、加速教育变革。

女士们、先生们、朋友们!

当前,科技革命向纵深发展、产业变革加速演进、社会治理迭代升级,人类生产、生活和思维以及交流方式已发生变化,新业态、新模式层出不穷,多样化、弹性化学习需求与日俱增,既对重塑教育的内涵和形态提出了迫切需求,也为教育变革与教育高质量发展提供了平台和动力引擎。中国共产党第二十次全国代表大会首次明确提出,推进教育数字化,建设全民终身学习的学习型社会、学习型大国。我们将深化实施教育数字化战略行动,一体推进资源数字化、管理智能化、成长个性化、学习社会化,让优质资源可复制、可传播、可分享,让大规模个性化教育成

为可能,以教育数字化带动学习型社会、学习型大国建设迈出新步伐。为此,我们将着重在以下四方面作出努力:

一是建强国家中心,汇聚共享优质资源。教育资源分布不均,是各国发展教育普遍面临的难题。数字技术的广泛应用,为促进教育资源均衡,缩小区域、城乡和校际差距带来了契机。我们将在已有工作基础上,充分运用中国的制度优势、人才优势、资源优势,加快系统升级、服务升级和功能升级,全力构建国家数字教育资源中心。我们将成立国家数字资源建设委员会,统筹优质资源开发与公共服务提供,统筹数字资源管理与应用水平评价,统筹校园教育提质与数字教育赋能,统筹政策学术研究与实践应用创新,统筹标准规范建设与安全高效运行,将国家中心建设成为资源开发利用中心、公共服务中心、应用发展中心、综合研究中心和安全运维中心。同时示范带动区域教育资源服务中心建设,通过加强国家中心枢纽能力,联结区域中心,实现资源共享和用户互认,形成多级、多方协同共建的国家数字资源公共服务体系。

二是强化数据赋能,提升教书育人效力。数字教育的发展不仅积聚优质资源,也会沉淀海量数据宝藏,这为各国把握教育教学规律、学生成长规律,推动科学教育与人文素养相结合,推动工程教育与实践能力提升相促进,服务学生全面发展提供了重要的工具和平台。我们将推动教学评价科学化、个性化,运用海量数据形成学习者画像和教育知识图谱,更好地实现因材施教。我们还将推动教育教学多元化、多样化,加强数字教育环境下的教学研究,有针对性地帮助教师提高数字化教学能力,更好地创新教育教学模式和测评方式,助推教学质量提升。我们将推动教

育治理高效化、精准化,通过人工智能、大数据等技术应用,实现业务协同、流程优化、结构重塑、精准管理,从而更好提升教育管理效率和教育决策科学化水平。

三是提升数字素养,助力服务全民终身学习。人类社会向数字时代的转型,既对学习的社会化提出紧迫要求,又让学习的终身化越来越触手可及,教育肩负重要使命。我们要利用数字技术,加快构建平等面向每个人、适合每个人、伴随每个人、更加开放灵活的教育体系。我们将积极推动全民学习,以国家智慧教育平台的广泛深入应用为抓手,支持开展阅读行动、“银龄”行动,不仅为学生提供课程资源,也为老年人和社会其他成员提供学习服务的环境,还为世界学习者提供学习支持平台,使每个人都能在这里获得平等学习和交流的机会。我们将持续推动全面学习,不仅发展学生的知识、素养、技能,也要推动语言的沟通、历史与文化的互鉴,使更多的人具备现代社会所需的综合素质,增强文化自信、历史自觉和国际理解。我们还将积极探索多样态学习,充分运用慕课、微课、虚拟现实等多种方式,提供泛在、多元、智能化的学习环境、学习生态,发展富于效率、充满活力的线上教育大课堂,实现“教育即社会,社会即教育”。我们将深入推动终身学习,利用数字技术为在职人员提供灵活多样的继续学习机会,为职业发展与转型提供培训,为老龄人口构建新型老年大学体系,积极推动完善学分银行、资历框架等制度,为建设人人皆学、处处能学、时时可学的学习型社会奠定更加坚实的基础。

四是加强国际合作,推动人类文明发展繁荣。数字教育的发展,能够让不同国别、不同肤色、不同语言的青少年在共同的数字空间里共学共思、共同成长,能够

让不同国家的人们更密切地开展人文交流,从而加深交流、理解、包容和信任,消除隔阂和误解,促进民心相知相通,推动人类文明进步。青少年是“网络原住民”、是数字时代的“弄潮儿”,我们应为他们搭建更多沟通平台、创造更多合作机会,既帮助他们了解全球多元文化的差异性、增进相互间的认知和理解,又帮助他们加强数字学习的交流、为数字社会发展聚势蓄力。我们期待与各国同行一起,共同探索数字教育的规划、标准、监测评估,开展知识产权保护、数据安全、数字伦理风险防范和隐私保护等诸多方面的交流合作,共同为人类文明注入新的动力源泉,为人类命运共同体建设作出不懈努力。

女士们、先生们、朋友们!

面向未来,如何更好地帮助学习者学会学习、学会共处、学会做事、学会做人是我们面临的共同课题与时代责任。我们愿意与各国一道,以举办世界数字教育大会为崭新起点,开通智慧教育平台国际版,推动优质数字资源共建共享,研究设计国际合作新载体新机制,共同构建全面、务实、包容的伙伴关系,把数字转型时代的世界合作,推向一个新的高度。

面向未来,我们每个人都心怀梦想。让网络跨越时空,让联结穿越山海,让合作超越隔阂,以开放教育资源满足时代需求,以数字对话交流扩展信任发展通道,努力做优做强数字教育生态雨林,广泛惠及所有学习人群。实现这一美好梦想,我们将始终秉持联结为先、内容为本、合作为要的理念,与世界同行一道,坚定执着、勇毅前行,大踏步走在时代前列!

女士们、先生们、朋友们!

中国唐代诗人李白曾言:“长风破浪会有时,直挂云帆济沧海。”发展数字教育,推动教育数字化转型,是大势所趋、

发展所需、改革所向，更是教育工作者应有之志、应尽之责、应立之功。我相信，只要我们携手并肩，团结一致，抢抓机遇，

共克时艰，就一定能够扬帆远航，胜利驶向更加美好的未来！

芸術専門学校生に対する美術を用いた哲学教育 艺术类院校学生的艺术哲学教育

20

摘要：本文的目的是报告在艺术类专业院校教授学生制作作品的同时，引入“哲学”类课程。一般来说，在日本，美术课程很少是基于“哲学”的思考来教授的。实际上，日本高等教育机构对于“哲学”的教授通常基于“能够有效传递知识就可以”的形式。首先，笔者从3年前开始就在广岛县某所艺术类大学践行“协同制作授业”，即在教授美术的同时引入“哲学”类课程。在此基础上试图反驳“无法理解就无法表现”的现有认识论。最后，提及了采用这样的“协同制作授业”在大学授课时应用的可能性。

A Comprehensive Survey on Security, Privacy Issues and Emerging Defence Technologies for UAVs 关于无人机安全、隐私问题及新兴防御技术的 调查综述

21

摘要：在过去的二十年中，无人驾驶飞行器发展迅速。目前，因商用无人机的价格较低，其使用量大大增加，但由于缺乏相应的安全实施管理，引入了许多威胁和漏洞。此外，无人机软件和硬件的复杂性也会引发隐私和安全问题，给政府、无人机行业和学术研究带来一定的挑战。在本研究论述中，我们首先将无人机的隐私和安全问题分为三类：软件、硬件和通信，对应每一类，系统地调查了导致无人机遭受潜在攻击的常见漏洞。其次，检查威胁民用无人机应用的主要威胁。本文还全面讨论了无人机遭受的被动和主动攻击；且详细描述了现有的解决技术和对策，以保障无人机的隐私和安全。解决方案架构部分包括对新兴技术的讨论，如区块链的使用、机器学习、入侵检测系统和安全通信协议。

为了存储传输中的所有数据，区块链可以加密使用，并保护其免受窃听和篡改。最后通过讨论无人机隐私和安全方面的漏洞以及对未来研究方向的建议，总结了保障无人机安全和隐私的经验与措施。

Research on Character Action Recognition of Digital Comics

数字漫画人物动作识别研究

22

摘要:近年来，数字漫画产业发展如火如荼。与此同时，随着数字漫画作品数量的增加，其版权保护已迫在眉睫。为了解决数字漫画中的人格行为盗版和剽窃问题，本文提出了一种在数字漫画中识别人物人格行为的实验方法。首先，使用 GrabCut 图像分割算法获得数字卡通人物；然后使用水平矩形框选择角色，从而获得角色的中心点坐标；再使用角色的中心点坐标和根据图像中水平矩形的比例设置的 z 轴，并设置定量的权重建立三维坐标，计算运动矢量，最终获得卡通角色的运动角度、角度均值、角度方差和角度标准差。实验结果表明，该方法能够准确提取数字漫画中运动人物的动作特征，具有较高的准确性。

主 办：吉林动画学院图书馆

主 编：海 涛

执行主编：王春月

责任主编：门 琪 王智迪 胡小溪

版式设计指导教师：任 旭

版式设计：明 珊