

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 / 高教管理 / 思政新语 / 文旅生态 / 海外文摘

2024

第4期/总第55期

吉林动画学院·图书馆

目录

CONTENTS

■ 大数据

- 01/ 拆解上中下游，从产业链看中国微短剧行业现状 来源：艾媒网
06/ 2024 年中国手办消费者行为洞察数据 来源：艾媒网

■ 行业动态

- 09/ 微短剧，精彩呈现大世界 来源：人民日报
12/ 《黑神话：悟空》与中国文化相互成就 来源：央广网
13/ 电影节：透视中国电影高质量发展的窗口 来源：光明日报
16/ “人工智能+”蹄疾步稳 激发产业变革浪潮 来源：人民邮电报

■ 双创视域

- 18/ 以制度微调推动年轻人充分就业 来源：人力资源和社会保障部
19/ 返乡就业创业，高校毕业生投身乡村振兴 来源：光明网

■ 研究与探索

- 21/ 互动电影游戏化设计研究 作者：陈柏君 黄心渊
29/ 工具性与价值性：AIGC 艺术双重面向的审美选择 作者：崔昊 刘闻名
29/ 智能重构传播生态：内容生成的范式演进与智能交互的未来构想 作者：沈浩 任天知
30/ ChatGPT 对教育带来的挑战与机遇（笔会） 作者：王洪才等
31/ ChatGPT 冲击波：类人恐惧与异化危机 作者：尹帮文 孙伟平
31/ 传统中国画的虚实观在影视作品中的应用研究 作者：雷萍
32/ 元宇宙视域下文化产业新质生产力发展探索 作者：苏衡
32/ 视觉传达设计研究的破界创新 作者：俞佳迪等
33/ 采用线性注意力机制的语音驱动三维人脸动画技术 作者：童程凯 叶阳
33/ 创新与变革——数字媒体技术对戏剧叙事表达的拓展 作者：朱麟
34/ 新时代戏剧影视表演专业形体教学实践探析 作者：马明月
34/ 现象追问、技术危思与构建中国式现代化电影知识体系——2023 年度中国电影理论研究回顾 作者：周涌 郭培振

■ 高教管理

- 35/ 新一轮本科教育教学审核评估中的质量文化 作者：李志义等
35/ 学科交叉赋能人才培养的整体性思维及其实施策略 作者：张政 华中生
36/ 高校专业教师全民班主任育人工作模式创新与探索 作者：饶美娟等

■ 思政新语

36/ 习语：以扩大教育开放提升我国教育世界影响力

来源：《习近平总书记教育重要论述讲义》

39/ 数字化赋能高校思想政治理论课的理论内涵、实践探索与路径优化 作者：吕鹏 林晶

■ 文旅生态

39/ 2024-2025 年中国研学游经济市场运行监测报告

来源：艾媒网

■ 海外文摘

45/ ChatGPT との共棲的關係が日常生活に及ぼす影響——与 ChatGPT 的共生关系如何影响人类的日常生活？

45/ デジタル時代における UGC とアニメ産業の在り方に関する一考察——数字化时代用户生成的内容与动漫产业关系的探讨

46/ Can ChatGPT improve investment decisions? From a portfolio management perspective——从投资组合管理的角度看 ChatGPT 是否能改善投资决策

拆解上中下游， 从产业链看中国微短剧行业现状

时间：2024-08-09 来源：艾媒网

近两年，中国网络微短剧市场展现出了惊人的活力，各类型题材的短剧爆发式增长，逐渐在娱乐产业中占据重要地位。iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示，2023年中国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%，预计未来几年将继续保持上升态势，2027年市场规模有望达到1006.8亿元。

目前，处于爆发式增长阶段的中国网络微短剧市场正面临着挑战和机遇并存的双重考验。一方面，微短剧内容同质化严重、质量参差不齐，付费充值乱象时有发生，行业监管与引导亟待进一步常态化；另一方面，国内微短剧市场竞争愈发激烈，将微短剧作品输送至海外成为行业新的增长点和发展方向。

鉴于此，为深入剖析微短剧行业的现状与未来趋势，今天我们特别聚焦于微短剧产业链的上中下游，全面审视其构成与发展概况，以期为推动行业的健康、可持续发展贡献洞见与智慧。

一部微短剧的产业链：



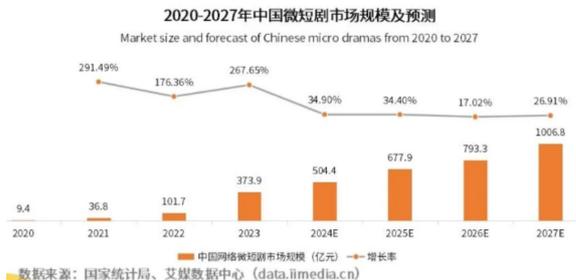
中国微短剧行业市场现状 中国微短剧市场现状分析

微短剧行业发展历程



中国微短剧市场规模及预测

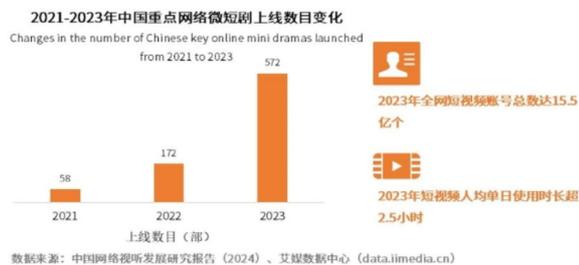
iiMedia Research(艾媒咨询)调研数据显示，中国微短剧市场规模呈上升趋势。随着中国微短剧市场规则和体系的完善，网络微短剧市场将不断焕发生机。



市场规模：网络微短剧上线数目变化

数据显示，2023年中国重点网络微短剧上线数目为572部，同比增幅超2倍。

中国网络视听用户达到 10.74 亿，全网短视频账号总数达 15.5 亿个。随着短视频的普及与市场热度的升高，中国网络微短剧数量将保持上升态势。

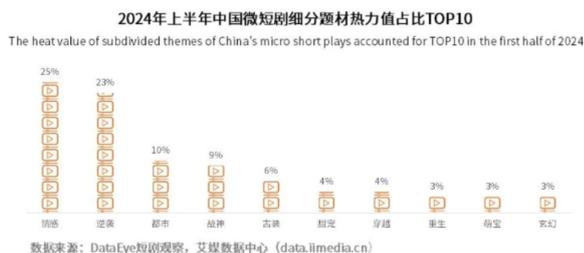


数据显示，中国国产网络微短剧片发行数量呈上升趋势，2023年7月-9月网络微短剧发行量达到150部，发行剧集数达到3311集。随着网络微短剧市场热度不断上升，网络微短剧的发行部数和剧集数将呈现爆发式的增长。



中国微短剧细分题材热度

数据显示，2024年上半年中国微短剧细分题材热度较高的是情感（25%）和逆袭（23%），叩击观众心灵和以“爽”为内核的微短剧仍然是国内微短剧市场的热门选择。



存在问题：题材集中，同质化严重

调查显示，目前中国短剧市场多以“爽”为内核，大部分的题材都围绕以“打脸”的剧情为主，包括战神、重生逆袭、古代穿越等题材，其中部分视频存在大量“土味”、“狗血”内容，整体市场内容同质化问题明显。



备注：本案例仅限学术研究，不对研究对象的合理性与产品合理性判定，更不构成推荐。

微短剧行业上游：题材与内容 中国网络文学市场规模

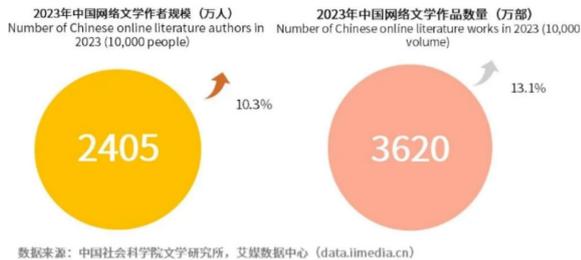
数据显示，中国网络文学市场规模呈上升趋势，2023年中国网络文学市场规模达404.3亿元，同比上升3.8%。随着网络文化娱乐行业联动得愈发密切，网络文学市场规模将进一步扩大。



中国网络文学作者规模和作品数量

数据显示，2023年，中国网络文学作者规模达2405万人，同比新增225万人；作品数量达3620万部，同比新增420万部。这一庞大的内容生态，为微短剧市场提供

了源源不断的内容源泉。



典型代表企业——掌阅文学

掌阅文学成立于2015年,是掌阅自有内容生产和孵化中心,旗下有掌阅文化、书山中文网、红薯网、趣阅科技、有乐中文网、速更小说、魔情阅读等多个原创内容平台。以打造精品IP为宗旨,掌阅文学在出版、影视、游戏、动漫、有声等泛娱乐领域进行生态布局,通过挖掘、签约、培养、推荐、衍生增值等手段向内容市场输出原创精品IP内容。



典型代表企业——番茄小说

番茄小说于2019年11月正式上线,是抖音旗下的免费网文阅读APP,致力于为读者提供畅快不花钱的极致阅读体验。其涵盖言情、玄幻、悬疑、都市等全部主流网文类型,以及大量热剧原著和经典出版物,支持用户看书听书。2023年

6月份,番茄小说位列在线阅读用户规模NO.1 APP。



微短剧行业中游:内容转化

网文转化成微短剧流程



典型代表企业——芒果超媒

芒果超媒是以视听互动为核心,融网络特色与电视特色于一体,实现“多屏合一”独播、跨屏、自制的新媒体视听综合传播服务平台。芒果超媒年报显示,2024年公司共储备超80部影视剧、100部微短剧。2024年5月21日,芒果TV竖屏短剧频道上线。



微短剧行业下游:分发视频,触达用户

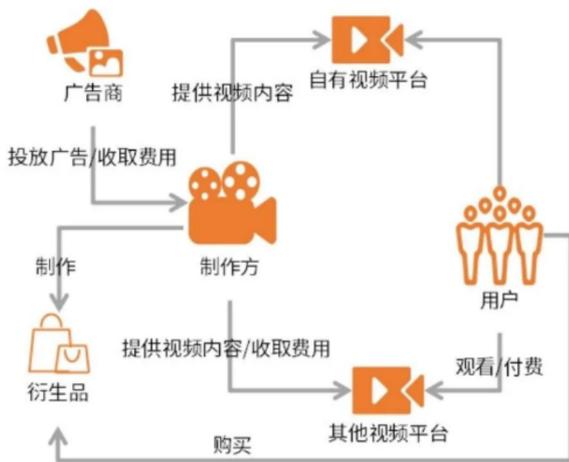
分发渠道



注:本图谨供标注报告出版时的行业典型案例,持续更新中。案例征集邮箱research@iimedia.cn

网络微短剧收费模式

网络微短剧收费渠道广泛,时间、制作成本较低等特点,是其市场热度居高不下的原因之一。



中国微短剧出海市场现状分析 中国微短剧相关政策(部分)

2022-2024年中国微短剧部分相关政策

Some relevant policies in China's Micro Drama from 2022 to 2024

序号	颁布时间	性质	类型	颁布部门	政策名称	内容摘要
1	2024年4月	文件	规范类	国家广播电视总局	《关于微短剧备案最新工作提示》	从2024年6月1日起,未经备案的微短剧不得上网传播,不同微短剧按总投资额度分为三类,采取分类备案制。
2	2023年5月	文件	规范类	国家广播电视总局	《网络剧片发行许可和播出管理程序》	网络剧片的网络微短剧采取许可证备案的管理办法,依法取得《网络剧片发行许可证》后方可播出,无证不得播出。
3	2022年12月	文件	支持类	国家广播电视总局	《关于微短剧创作繁荣发展的意见》	微短剧在丰富人民精神文化生活、满足多样化收视需求方面发挥积极作用,应当大力引导,推动微短剧创作繁荣发展。
4	2022年11月	刊文	支持类	国家广播电视总局	《微短剧:发展和监管两手抓两手硬》	期待行业继续增强活力,实践健康可持续发展;期待内容品质整体升级,网络空间更加清朗;期待网络微短剧在国际传播中继续发挥优势,在国际传播新格局的构建中发挥积极作用。

随着网络微短剧市场的蓬勃发展,中国国内监管政策呈现出越来越严格的趋

势。同时,政府也在积极鼓励优质微短剧走向海外市场,以提升国内微短剧的国际影响力和竞争力。

中国部分微短剧企业出海情况

The situation of some Chinese micro drama companies going abroad

软件名称	公司名称	面向地区	内容特点
ReelShort	中文在线	北美	拥有大量的网文IP资源进行短剧改编
GoodShort	新夜时代	北美	题材涵盖现代言情、都市言情、青春言情、亿万富翁、总裁等多种类型
MoboReels	畅读科技	北美	搬通国内短剧,并进行本地化翻译
99TV	九州文化	台湾	搬通大陆上线的短剧作品,字幕调整为繁体版本
Dramabox	点点科技	美国	专注垂直赛道,投入成本高
FlexTV	安悦科技	泰国	题材、风格与国内的小程序短剧类似
ShortTV	九州文化	东南亚与欧美	从东南亚跨越到欧美市场,提供优质内容
Topshort	蒿书科技	日本	结合日本影视剧风格,翻译剧与本土自制剧并存

微短剧出海企业软件下载量

数据显示,中文在线旗下的 ReelShort 软件下载量较高,达到 1906.5 万次。艾媒咨询分析师认为,中文在线拥有大量的网文 IP 资源进行短剧改编,在微短剧出海市场中占据了一定的优势。

2023年中国部分微短剧出海企业软件下载情况

Software Download Status of Some Chinese Micro Drama Companies Going Abroad in 2023



数据来源:国海证券《中国短剧出海深度报告:掘金蓝海新赛道》、艾媒数据中心(data.iimedia.cn)

微短剧出海热播题材

调查显示,出海微短剧市场热播短剧多以霸总、复仇、言情等题材为主,提供“爽”感,并根据海外市场的观众审美与文化背景进行本土化调整。例如,欧美观众喜好狼人、吸血鬼等超自然题材,东南亚观众更偏爱苦情虐恋、豪门纷争等题材。微短剧海外市场正朝着提供优质核心故事元素和精神内核的方向发展。

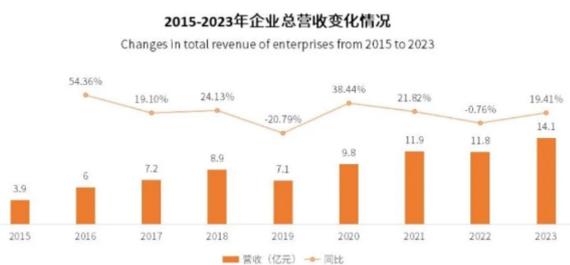


典型代表企业—中文在线

中文在线股份有限公司是以数字内容生线产、版权分发、IP衍生与知识产权保护为核心的数字文化内容产业集团，围绕文学IP，对优质网文进行音频、动漫、影视剧及文创周边等衍生形态的同步开发，旗下枫叶互动的真人短剧软件ReelShort在欧美应用商店排名下载量曾超越TikTok。



数据显示，中文在线股份有限公司的资产总额及营业收入呈现整体上升趋势，2023年营业收入为14.1亿元，同比上升19.41%。艾媒咨询分析师认为，在中国文娱产品出海大趋势下，中文在线股份有限公司正在探索文娱出海的新样态，并融合AIGC转型高质量发展之路。



微短剧市场赛道已成规模

经过几年的发展，目前微短剧市场已基本度过了摸索的模糊阶段，内容呈现形态、商业运营模式逐渐完善，主体受众人群趋向稳定，相关从业企业也拥有更清晰的目标和更细致化的定位。

网络文学奠定微短剧市场基础

中国网络文学市场的蓬勃发展，是推动中国文娱产业走向世界的重要力量之一。在微短剧领域，中国网络文学市场规模的迅速扩张，孕育了海量的IP资源，以其独特的创意、丰富的情感和广泛的受众基础，为微短剧的制作提供了源源不断的素材。微短剧上游产业链中将网络文学IP资源转化，制作以优质IP内容为主的网络微短剧，用户基于对已有网络文学IP的熟知和喜爱，对改编微短剧具有天然的接受度和期待值。未来，随着网络文学市场的不断壮大和微短剧产业的持续发展，微短剧市场发展持升级态势。

微短剧向精品化、专业化、规范化发展

2023年，随着微短剧市场的爆发式增长，市场盗版、侵权和价值观引导不良等问题不断浮出水面。随着网络微短剧市场的蓬勃发展，中国国内监管政策呈现出越来越严格的趋势。2024年4月，国家广播电视总局颁布《关于微短剧备案最新工作提示》，规定从2024年6月1日起，未经审核且备案的微短剧不得上网传播。不同微短剧按总投资额度被分为三类，采取分类分层审核。

深耕本土文化，传递优质理念

优质的内容与多样的创意是出海微短剧绵延发展的源头活水。在国家政策鼓励微短剧成为中国文化对外传播载体的契机之下，微短剧行业需深耕本土化内容创作

并加强优质内容的传播意识，创作具有跨文化共鸣的故事脉络，打开创作传播格局，寻找承载中国价值观念的主题立意、深化海内外受众情感联系，提升微短剧作为讲好中国故事契机的内容表现力和艺术感染力。

02

2024年中国手办消费者行为洞察数据

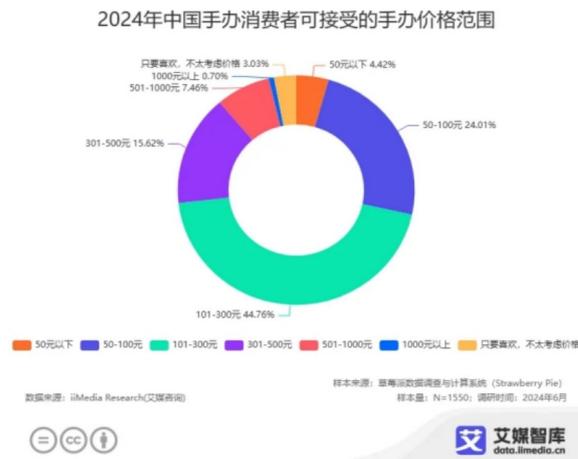
时间：2024-08-16 来源：艾媒网

手办，作为当代流行文化的一个重要组成部分，已经远远超越了其作为简单玩具的范畴，演变成为了一种独特的艺术形式与收藏文化。它最初作为动漫、游戏等二次元文化的衍生品，如今已发展成为拥有广泛受众群体、高度专业化生产制作流程的独立产业。从最初的简单模型到如今的限量版、定制款，手办行业不断推陈出新，满足着不同消费者的多样化需求。随着全球文化交流的不断加深，手办行业正以前所未有的速度发展。

101-300元价格区间的手办在市场上具有较强的竞争力，表明消费者在购买手办时既追求性价比，也愿意为高质量的产品支付合理的价格。而低价和高价手办的市场接受度则相对较低，这提示着手办市场过低或过高的定价策略可能难以吸引大量消费者。因此，手办制造商和零售商应制定更加精准的定价策略和市场细分策略，以更好地满足消费者的需求和期望。

2024年中国手办消费者可接受的手办价格范围

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，在2024年中国手办消费者可接受的手办价格范围中，4.42%消费者接受50元以下的价格，24.01%消费者接受50-100元的价格，44.76%消费者接受101-300元的价格，15.62%消费者接受301-500元的价格，7.46%消费者接受501-1000元的价格。

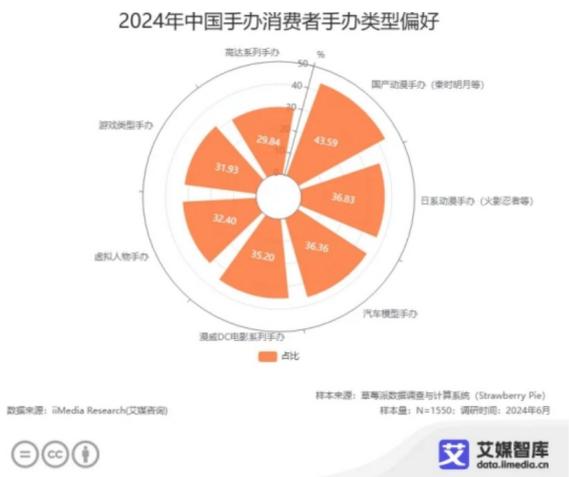


2024年中国手办消费者手办类型偏好

iiMedia Research（艾媒咨询）数据

显示,在2024年中国手办消费者手办类型偏好中,43.59%消费者喜欢国产动漫手办(秦时明月等),36.83%消费者喜欢日系动漫手办(火影忍者等),36.36%消费者喜欢汽车模型手办,35.20%消费者喜欢漫威DC电影系列手办,32.40%消费者喜欢虚拟人物手办。

中国手办类型显示出多元化的趋势,各类手办均拥有一定的市场份额。其中,国产动漫手办最受欢迎,显示出国产动漫IP在国内市场的强大影响力。日系动漫、汽车模型、漫威DC电影系列等类型的手办在市场上也具有较为广泛的受众基础。面对多元化的手办市场,企业应精准定位目标消费群体,加强与相关IP的合作,注重产品创新与设计,打造具有独特魅力和高品质的手办产品,以提升市场竞争力。



2024年中国手办消费者手办材质偏好

iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,在2024年中国手办消费者手办材质偏好中,42.89%消费者偏好树脂材质,36.83%消费者偏好硅胶材质,33.80%消费者偏好琉璃材质,33.10%消费者偏好橡胶材质,32.63%消费者偏好软陶材质。



2024年中国手办消费者购买过的手办品牌



iiMedia Research(艾媒咨询)数据显示,在2024年中国手办消费者购买过的手办品牌中,45.92%消费者选择泡泡玛特,35.20%消费者选择世嘉,33.80%消费者选择万代,33.10%消费者选择华创,30.07%消费者选择阿尔塔,24.48%消费者选择Good Smile。

中国手办市场正经历着快速的发展,国际品牌与本土品牌共同塑造了这一领域的多元竞争格局。国际品牌如世嘉、万代等,凭借其深厚的品牌积淀、卓越的产品品质和创新的设计理念,在中国手办市场上占据了举足轻重的地位。这些品牌不仅

满足了消费者对高品质手办的需求，还通过与国际知名IP的合作，为市场带来了丰富多样的产品选择。然而，本土品牌的崛起也不容忽视，泡泡玛特以45.92%的高占比成为消费者购买手办时的首选品牌。随着国内动漫、游戏等文化产业的蓬勃发展，越来越多的本土手办品牌开始崭露头角。这些品牌通过深入挖掘本土文化元素，结合消费者的审美偏好，推出了众多具有独特魅力的手办产品。

未来，中国手办市场将继续保持快速增长的态势。随着消费者对文化消费需求的不断提升和市场的进一步成熟，国际品牌与本土品牌之间的竞争将更加激烈，但同时也将催生出更多优秀的品牌和产品。在这个过程中，无论是国际品牌还是本土品牌，都需要不断创新、提升品质、满足消费者需求，才能在市场上立于不败之地。

2024年中国手办消费者购买手办关注因素

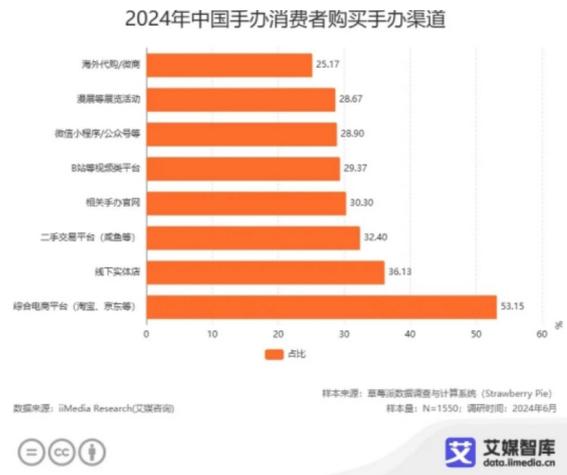


iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2024年中国手办消费者购买手办关注因素中, 51.52% 消费者关注手办的质量, 48.95% 消费者关注手办的细节美观程度, 41.03% 消费者关注手办的

价格, 39.16% 消费者关注手办的大小, 37.53% 消费者关注手办的品牌。

消费者购买手办时最为重视的因素是手办的质量, 这充分反映了现代消费者对于产品品质的严格要求和高度关注。紧随其后的是手办的细节美观程度和价格, 表明在追求实用性的同时, 消费者同样注重产品的艺术价值和审美体验, 以及追求产品的性价比。总而言之, 中国手办消费者在购买决策中展现出全面而细致的考量, 既追求品质与美观的完美结合, 又兼顾价格与实用性的平衡, 同时品牌影响力和产品规格也是不可忽视的考量维度。这要求手办厂商在产品开发、设计、生产及市场推广等各个环节上不断创新与精进, 以满足日益多元化和个性化的市场需求。

2024年中国手办消费者购买手办渠道



iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 在2024年中国手办消费者购买手办渠道中, 53.15% 消费者会选择综合电商平台 (淘宝、京东等), 36.13% 消费者会选择线下实体店, 32.40% 消费者会选择二手交易平台 (咸鱼等), 30.30% 消费者会选择相关手办官网, 29.37% 消费者会选择B站等视频类平台。

综合电商平台以其丰富的商品种类、

便捷的购物体验 and 强大的物流体系, 成为了近半数消费者的首选。与此同时, 线下实体店虽面临线上冲击, 但仍保持强劲竞争力, 成为手办消费者的第二选择。此外, 手办销售渠道多样化, 除综合电商平台之外的其他渠道竞争差距不大, 这些平台通过官方认证商品、独家发售、内容营销等

手段, 增强了消费者的信任度和购买意愿, 进一步丰富了手办市场的购买生态。未来, 随着消费者需求的不断升级和技术创新的加速推进, 手办市场的购买渠道或将迎来更多新变化, 为消费者带来更多元化、个性化的购买体验。

03

微短剧, 精彩呈现大世界

时间: 2024-08-27 来源: 人民日报

在行业主管部门的引导和市场自身调节下, 网络微短剧逐步挺进精品化发展赛道, 呈现崭新面貌。在题材选择上贴近生活、体现时代气息; 一批传统视听内容生产方的加入为行业发展注入强劲动能; 新技术的应用提升拍摄效果与效率; “跟着微短剧去旅行”成为文旅新热点……本期“文化市场新观察”聚焦一批优质网络微短剧, 观察其在题材选取、生产模式、技术应用等方面的尝试与突破, 为微短剧提质升级提供有力借鉴。

前不久, 由国家广播电视总局网络视听节目管理司、文化和旅游部资源开发司主办的“跟着微短剧去旅行”创作计划发布第三批推荐剧目。31部入选作品类型丰富、制作精美, 展现了中华文化和当代中国的勃勃生机, 彰显了网络微短剧(以下简称“微短剧”)对文旅事业的带动作用。

2022年以来, 微短剧经历了爆发式增长阶段, 在较短时间内大量微短剧涌入市

场。然而, 内容同质化严重、制作质量参差不齐等问题也随之出现。

立足当下观照现实 题材突破有新意

近段时间, 在主管部门的监管和引导下, 一批内容新颖的优质微短剧作品崭露头角, 让人眼前一亮。这些微短剧立足当下、观照现实, 在题材上实现了创新突破, 精彩呈现了生活“大世界”的纷繁复杂, 开始朝着精品化的方向发展。

以《一梦枕星河》为例, 该剧立足于江苏省苏州市丰富的历史文化资源, 以复刻桐叶扇和开展古城保护工作为背景, 讲述了男女主人公的情感故事, 播出效果良好。

“我认为一部真正的好剧应该反映生活的多样性, 同时还要有强烈的时代感, 所以我们最终选择创作一部立足苏州文化、展现苏州生活的微短剧。”该剧制片人孙欣介绍。

业内人士表示,《一梦枕星河》的剧集内容结合苏州人的现实生活和微短剧的叙事方式,将苏州人的生活和古城保护、非遗文化等融合在一起,向观众展现了一个陌生又熟悉的苏州。这为微短剧的题材创新提供了一个新思路——以现实主义的创作手法关注当下,充分利用文化资源、结合地域特色进行创作。

苏州广播电视总台台长、《一梦枕星河》总策划沈玲表示,微短剧题材创新要贴近实际、贴近生活、贴近群众,立足于文化、取材于社会,以优质的内容来打造精品、吸引观众。她表示,未来,微短剧的创作空间将不断扩展,创作者应当尽力挖掘好话题、好故事,激发微短剧的创新活力。

传统视听媒体加入 打造生产新模式

随着微短剧市场规模扩大,一些传统视听内容生产方也开始布局微短剧业务,为行业发展注入动能。微短剧《南辕北辙的我们》由抖音、西影传媒、浙江卫视联合出品,是浙江卫视进入微短剧赛道的入局之作,入选“跟着微短剧去旅行”创作计划第三批推荐剧目。

谈及进入微短剧赛道的初衷,浙江卫视(中国蓝新平台)视频中心主任赵天扬说,以微短剧为代表的视听产品已经成为内容产业的重要组成部分。“浙江卫视的综艺编导、民生新闻记者长期扎根一线,很了解老百姓的急难愁盼。”赵天扬介绍,浙江卫视主要依托传统媒体人才优势,为《南辕北辙的我们》把好剧本关和剪辑关。该剧聚焦都市青年的情绪共振点,呈现他们在快节奏的都市生活中的人生状态。

从传统长剧转战微短剧赛道,两者在创作上有哪些差异?赵天扬认为,最大的

不同体现在创作理念上。“长剧在讲好故事的同时,要求逻辑清晰、自洽,给观众娓娓道来的感觉。但微短剧的关键是通过密集的内容节奏调动观众的情绪。”为此,创作者需要不断寻找年轻人的关注点与共鸣点,从而实现与他们的情感共振。

广电媒体加入微短剧赛道,不仅助力行业精品化发展,也丰富了主流媒体的业务形态,推动了媒体融合发展进程。近日,《南辕北辙的我们》在浙江卫视晚间黄金时段播出。“浙江卫视在大屏端上线精品短剧,以大小屏联动的融媒手段,丰富电视大屏内容,贴合观众收视习惯,壮大主流叙事。”浙江卫视(中国蓝新平台)宣传管理中心副主任胡培新说。

运用新兴视听技术 “解锁”创作新方法

技术变革深刻影响了微短剧生产。抖音、创壹科技联合出品的微短剧《柴两人生》,就是把新技术应用于微短剧创作的生动案例。该剧入选了国家广播电视总局2024年第一季度优秀网络视听作品。

《柴两人生》将真人实拍与虚拟现实相结合,是国内首部虚拟制片微短剧。虚拟制片是以XR(扩展现实)技术为中枢,组合VR(虚拟现实)、AR(增强现实)、MR(混合现实)等高新技术,通过在拍摄现场布设LED屏组,实时呈现合乎物理规律的虚拟拍摄场景。

“传统虚拟拍摄的技术主要集中在后期制作,现场拍摄只有绿幕,对创作者的想象力是个不小的考验。运用虚拟制片技术,主创们能获得更强的沉浸感,大大提升了拍摄的效果和效率。”《柴两人生》总制片人、长沙创壹科技文化有限公司联合创始人兼首席执行官梁子康说。

当前,虚拟制片技术在国内影视创作中的普及率较低,技术应用常见于时长较短的广告片,且以静态虚拟场景为主。在总时长超过90分钟的微短剧中应用虚拟制片技术,创壹科技团队用近半年时间攻克4个虚拟场景的完整数字资产创建,同时配合物理特效动态呈现。

“尽管数字资产创建需要时间,但其在以后的项目中可以重复利用。”梁子康说,虚拟制片技术使剧组可以用7天时间完成虚拟内容拍摄,同时大幅节约拍摄资金。

《柒两人生》的科技含量不仅体现在虚拟制片,屏幕光片、虚拟天气仿真系统、关卡快照、焦点穿透等多项技术也帮了大忙。以屏幕光片为例,剧组用相当于上千个专业级影视灯具的400平方米超大屏幕打光,相较于传统影视拍摄的布光策略,有效提高了创作效率。

技术应用须不断迭代、持续创新。今年年初,创壹科技联合峨眉电影集团有限公司等行业上下游数十家头部企业,共同组建国内首个“IP+XR”产业联盟,打通虚拟制片技术难关,让新兴技术助力拉动微短剧精品化发展。

赋能文旅产业发展 拓展“微短剧+”新形态

2024年初,国家广电总局提出了“跟着微短剧去旅行”创作计划,旨在形成一

批可复制、可推广的“微短剧+文旅”融合模式,推动跟随微短剧前往各地“打卡”的新潮流。

今年4月,作为首批“跟着微短剧去旅行”创作计划的推荐作品,微短剧《你的岛屿已抵达》在湖南卫视和芒果TV播出后引发关注,取景地湖南常德的桃花源成为新的“网红打卡点”。

如何让微短剧更好牵手文旅?芒果TV大芒计划工作室制片人黄鑫表示,在改编过程中,创作者特别考虑到桃花源因《桃花源记》而具备的古老神秘气质,特地在剧中设置了一条奇幻的剧情线,让作品内容与风格充分契合取景地的特色。

创作者还通过角色的设置和剧情的发展,全面展现取景地的自然景观、传统文化和人文风情。桃花源依山傍水,导演通过镜头语言展现了桃花源的山水田园之美和传统习俗。

最后,完善作品制作,通过情感共鸣增强文旅宣传效果。《你的岛屿已抵达》通过服装、布景的变化,以及主题曲歌词中铃音,夕阳、月亮等自然意象,烘托出男女主角间的情感。

这部剧集为“微短剧赋能文旅”吹来了一阵清风,吸引了各地的剧迷从网上到线下与“桃花源”相逢。这部剧集还让从业者看到了更多“微短剧+”的可能。有专家表示,在“微短剧+”的产业模式推动下,微短剧可能发展成为一种独特的艺术形态。

《黑神话：悟空》与中国文化相互成就

时间：2024-08-21 来源：央广网

8月20日，以《西游记》为背景创作的首款国产3A游戏《黑神话：悟空》全球同步上线。当日，游戏平台“Steam”在线游玩人数突破200万人，游戏测评好评如潮。这款游戏的“出圈”让大众的视线再次聚焦国风、传统文化与动漫及游戏产业的碰撞。今天（8月21日）举行的外交部例行记者会上，发言人毛宁也表示，虽然不了解电子游戏，但从名字看，这款游戏取材于中国古典文学名著《西游记》，这也反映了中国文化的吸引力。

游戏“出海”，“国风”吹向世界

“国风”游戏和动漫，一直是最主流、最受欢迎的类型之一。近年来，这些产品更多地将传统文化与之结合，凸显文化属性，动漫游戏作品逐渐成为肩负着文化传播的重要载体之一。

《2023年中国游戏产业报告》显示，2023年，中国自主研发游戏海外市场实际销售收入为163.66亿美元，规模连续5年超千亿元人民币。自研产品挖掘并传播中华优秀传统文化渐成主流。

电子游戏通过其独特的设计、丰富的内容和多元的互动方式，向全世界展现着底蕴丰厚、多姿多彩、立体丰富的中国形象，游戏产业也成为中国文化走出去的新领域。传统文化元素正在成为最具特色的强劲竞争力，引起国内外玩家的共鸣。

如何打动用户？文化内涵构建产品竞

争力

有评价说，电子游戏也是一门艺术，只有具备丰富情绪价值和深厚文化内涵，提供更优质交互感和沉浸感的产品，才能打动更多人心，培养更多忠实追随者。

资深游戏玩家小凯接触电子游戏产品已有27年，对于动漫和游戏产品，他有着自己的选择标准，“我最关注的是剧情、操作玩法和画质水平。而文化底蕴，可以为游戏架构世界观、铺陈剧情，以及画风美术上提供赋能，加持游戏的完整体验度。”近来，小凯越来越直观地感受到，游戏产品的设计更注重内涵底蕴和文化厚重感，美术设计和文化内核依托高质量的游戏内容，完美展现了出来。

搭载着“国风”的游戏产品通过融合传统文化元素与现代游戏设计理念，为玩家提供了一个沉浸式的文化体验空间，让玩家在游戏中领略到中华文化的魅力，激发了他们对传统文化的兴趣与探索，在向国际市场输出中国文化的同时，也成为以小凯为代表的资深玩家群体选择国产电子游戏的重要理由之一。

懂文化懂受众有创意 多面人才助力行业崛起

如今，对优秀传统文化的传承与弘扬已成为各个行业的共识。艺术精湛、制作精良的优秀动漫、游戏产品，不应只是表面元素的植入，还需要文化精品意识的树

立,技术的创新,以及思想内涵的加持。

“优质的文化作品要给人熟悉的陌生感,入场很容易,体验很新鲜。”咏声动漫副总裁阎冰认为,动漫产品的核心是好故事,这需要创意人才既能够对传统文化进行深入理解和探究,同时又能找到跟当下受众的情绪连接点。

作为全国首批3D动漫企业,咏声动漫也致力于用中国传统文化讲好动漫故事,是国家文化出口重点企业之一。阎冰告诉记者,近年来,公司的人才结构发生了很大变化。团队更加的年轻化和国际化,良好的跨文化的经验,对本土优质内容的开发带来了更融合的视角。“美术方面的人才,在审美艺术上的需求大于技术需求;在制作端,我们需要更融合,更开放地拥抱新技术能力的人才。”

根据人瑞人才与德勤中国联合发布的《产业数字人才研究与发展报告(2023)》(以下简称“报告”)指出,当前游戏行业人才现状呈现整体供需平衡,长期存在结构性缺口的特点。约六成公司认为目前

公司员工供需平衡,但未来三年存在一定人才缺口。《报告》调研发现游戏行业企业所面对的关于人才获取的诸多挑战中,44.8%的企业认为缺少有行业经验的技术人才,40.6%的企业认为人才的技能与岗位的匹配度低,33.3%的企业认为人才总体基数少。游戏属于创意密集型行业,人才结构呈现倒三角,中间层和骨干较基层员工多一些。另外网络游戏队伍本身偏年轻化,也限制了人才池规模,人才队伍断层也更加突出。

在研发制作了爆款游戏《羊了个羊》的北京简游科技有限公司制作人张佳旭看来,融合传统文化元素的动漫和游戏产品前景广阔,此前的一些优秀产品,市场已经给出足够的反馈。“创作打磨一款优秀的产品,企业需要美术、程序、策划、剧情等相关人员的投入,人才需求量大,目前招聘合适的人才还存在一定难度。”张佳旭也期待,《黑神话:悟空》能给行业带来新的生机。

05

电影节:透视中国电影高质量发展的窗口

时间:2024-08-29 来源:光明日报

8月28日,第十九届中国长春电影节开幕,以丰富的影片和精彩的活动,激发广大电影观众的浓厚兴趣。目前我国已经形成了以北京国际电影节、上海国际电影节等为主力的电影节体系,以独特的文化魅力不断吸引世界范围内的电影从业人

员、媒体、观众相聚在一起,分享对电影的热爱,感受电影的艺术魅力。

从“走出去”到“请进来”,举办中国人自己的电影节

新中国成立之初,中央电影管理局成立,将电影作为新中国文化事业的重要组成部分进行管理指导。但那时,中国电影发展还相对落后,没有自己的电影节。1950年,我国派出第一个电影代表团参加了第五届卡罗维发利国际电影节,影片《中华女儿》获得“争取自由斗争奖”,为新中国电影赢得了第一个国际荣誉。之后,中国电影不断发展,国产电影通过参加电影节展等形式在世界舞台上绽放光彩。

二十世纪八九十年代,中国电影人参加国际电影节的频次增多,参赛影片数量提高,所获奖项分量越来越重。《原野》获得威尼斯国际电影节世界最优秀影片推荐荣誉;《黄土地》获得瑞士洛迦诺国际电影节银豹奖;《霸王别姬》获得法国戛纳国际电影节金棕榈大奖……借助国际电影节平台,中国电影人与其他国家的电影从业者切磋、学习,扩大国际合作、推广影片海外发行,大大加速了中国电影“走出去”的进程。

不过,要丰富电影文化、完善电影产业、健全电影市场,中国电影不能满足于参加国际电影节,还要建立属于自己的电影节。20世纪90年代,中国有了第一个综合性国际电影节——上海国际电影节,这也是迄今为止中国唯一一个国际A类电影节。2011年,北京创办国际电影季,2012年更名为北京国际电影节。2014年,为贯彻落实“丝绸之路经济带”和“21世纪海上丝绸之路”的战略构想,由陕西、福建两省轮流主办的丝绸之路国际电影节应运而生。2018年在海南全岛建设自由贸易试验区的背景下,海南岛国际电影节拉开帷幕。这些由我们自己主办的电影节集电影评奖、影片展映、学术研讨、市场交易、文化交流和文艺演出于一体,吸引

着越来越多国家和地区的电影、电影人参与其中。而从“走出去”到“请进来”,从借助其他国家和地区的电影节,用电影向世界讲述中国故事,到邀请世界其他国家和地区的电影人来中国,让他们亲身感受中国电影文化,中国电影的主体性日益显现。

从差异化到共通性,多方位塑造中国电影文化

不同的电影节定位不同,从不同角度发挥着对电影文化的阐释和形塑功能。有的电影节侧重于引领电影艺术的审美创作。比如,上海国际电影节以呈现并鼓励多元艺术创作为宗旨,先后邀请谢晋、吴贻弓、吴天明、吕克·贝松、让·雅克·阿诺等知名电影人担任评委会主席,以专业审美确保评奖的专业水平和艺术水准。此外,上海国际电影节设立“亚洲新人奖”,以突出“立足亚洲、关注华语、扶持新人”的办节定位。该奖项的获奖影片整体风格突出,极具人文主义精神,突出对老人、女性等群体的关注,对现代社会与传统观念互相碰撞影响的观察,以及对现代性语境下个体成长的思考,引领电影创作回归现实主义创作手法。

另一些电影节的办节理念则更重视满足电影观众的观影期待。电影节不仅让影迷遇到心仪的电影,也为电影找到适合的观众,成为涵养人们精神文化生活的途径。每年北京国际电影节的展映环节都会上映很多优秀电影,激起影迷的浓厚兴趣。为了在电影节期间看更多想看的电影、见到自己喜欢的电影人,很多人都要提前做好抢票攻略。还有一些电影节,依托其地域优势为电影节赋能,在差异化的观影场景和需求中,找到共通性的文化需求。海南

岛国际电影节依托当地独特的自然风光,形成了“电影+文旅”业态融合新模式。第五届海南岛国际电影节开展了为期4天的“光影文旅、文化惠民”活动,在海边、山顶、社区,游客可以随时加入景点放映、露营派对等活动,面朝大海、席地而坐,尽享椰林、海风与跳动的光影。可见,不同的电影节发挥着不同的文化功能。但它们从“各美其美”到“美美与共”,最终都落脚于构建积极、健康、丰富、理性的电影文化上。

从助创投到推发行,打通电影产业链前后端

电影节不仅是艺术创作的风向标,也是产业发展的助推器。所谓电影节搭台,电影人唱戏,电影节这个平台可以打通电影产业链前后端,实现人才培养、作品孵化、市场交易、电影展映、评论宣传等融合发展。

电影节能汇聚电影业界资源,扩大投融资交易市场。在电影节上,电影创作者可以跳过中间环节,直接面向世界各地的发行商、制片方、投资人,推介自己的作品。从剧本阶段的创投、合作,到制作、发行放映全环节,进行面对面交易。第十四届北京国际电影节项目创投环节从769部参选项目中选出21个优秀项目,首次引入“北京宣传文化引导基金”,力争实现“带一个项目来,换一部电影走”,并面向电影行业的众多资深选片人、版权方组织业内放映活动,打通作品进入市场的“最后一公里”。

除了搭建平台、提供创投和发行资源外,电影节也承担起培养优秀电影人的使命,以提供创作课程等形式助力电影新力量的成长。2023年中国金鸡百花电影节

“金鸡电影创投大会”联合厦门人才“双百计划”,获得百万级别项目扶持资金,并推出“金鸡创投基金合伙计划”“新导演加油计划”,依托电影训练营等环节为电影新人保驾护航。

电影节挖掘与培养了优质创作者,优质创作者也能反哺电影节,为构建电影节品牌添砖加瓦。如从北京大学生电影节走出来的优秀导演们,通过电影节被大学生乃至广大观众群体熟知。同时,他们在电影创作方面的各种实践成果,又凸显了北京大学生电影节在人才发掘方面发挥的积极作用,从一个侧面彰显了电影节助力电影生产与人才培养良性循环的重要意义。

电影节是艺术的、产业的,也是文化的。办好电影节不只是讲好中国故事的需要,更是推动中国电影高质量发展和电影文化繁荣的重要抓手。那么如何办好电影节?首先,好的作品是基础,高质量的内容生产永远是电影节前进的内在动力。电影节的影响力取决于在电影节上获奖、展映作品的艺术文化价值。只有电影永葆生命力,电影节才能充满活力。其次,要坚持面向广大观众。电影是背靠时代、面朝观众的当代艺术。只有观众叫好的电影节,才是这个时代需要的电影节。因此,电影节在电影展演之外,应设置更多有效环节,促进电影与广大观众的深层互动。最后,电影节的长远发展需要地方政府、电影产业、电影人以及观众协同发力,让电影节更好地服务于电影生产及人民需要,真正起到文化与产业引领作用。时代发展还在不断给电影节提出新的考题,比如如何分配资源,如何拓展受众,如何处理好地域性与全球化、艺术价值与商业利益之间的关系等。总之,电影节应继续创新变革,积极应对新挑战,为建构健康的电影生态添砖加瓦。

“人工智能+”蹄疾步稳 激发产业变革浪潮

06

时间：2024-08-28 来源：人民邮电报

2024年过半，“AI”仍是公众讨论中的高频热词。大模型、人形机器人、智能网联汽车等前沿技术一日千里，人工智能正以前所未有的速度和规模引领新一轮科技革命和产业变革，激发全球科技之变、产业之变、时代之变。

习近平总书记强调，要瞄准未来科技和产业发展制高点，加快新一代信息技术、人工智能、量子科技、生物科技、新能源、新材料等领域科技创新，培育发展新兴产业和未来产业。今年《政府工作报告》首次提出开展“人工智能+”行动，凸显国家对人工智能领域发展的高度重视和坚定决心。

同时，AI技术的快速发展，如同一块巨石投入发展洪流，不仅激起了科技创新和产业变革的波澜，也引发了社会各界的广泛关注和深思。

政策护航，AI体系建设逐步完善

当前，人工智能领域的国际竞争日益加剧，相关政策法规、标准制定逐步细化。从中央到地方，政策体系加快完善，旨在带动AI对产业升级的牵引。

1月22日召开的国务院常务会议研究部署推动人工智能赋能新型工业化有关工作。随后，工信部等七部门联合印发《关于推动未来产业创新发展的实施意见》，提出围绕制造业主战场加快发展人工智能、人形机器人等未来产业，支撑推进新

型工业化，凸显人工智能赋能新型工业化的关键意义。其中，标准体系、应用场景等关键词在顶层设计中多次出现。

标准体系加快形成，为产业健康发展锚定“坐标系”。《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南（2024版）》聚焦基础共性标准、基础支撑标准、关键技术标准等七方面重点方向，《人工智能大模型训练数据处理流程及质量评价模型》等12项行业标准计划项目公开征集意见……标准制定更具前瞻性和系统性，将进一步降低AI协同创新与技术整合的门槛。

应用场景逐步细化，绘好AI创新应用的“工笔画”。在自动驾驶领域，工信部等五部门确定了20个城市（联合体）为首批“车路云一体化”应用试点城市，让“聪明的车”行驶在“智慧的路”上。在绿色转型领域，算力、电力基础设施协同规划布局提上日程，智能微电网加快建设，人工智能驱动绿色低碳发展。在智能制造领域，我国已培育了421家国家级智能制造示范工厂、万余个省级数字化车间和智能工厂，人工智能、数字孪生等技术在90%以上的示范工厂得到应用。

多地也开展新一轮支持政策的“追逐赛”，力促人工智能发展。北京市提出，到2025年底，通过实施5个对标全球领先水平的标杆型应用工程，组织10个引领全国的示范性应用项目，推广一批具有广泛应用前景的商业化应用成果，力争形

成3~5个先进可用自主可控的基础大模型产品、100个优秀的行业大模型产品和1000个行业成功案例。上海市提出,到2025年底,520项依申请高频服务事项实现“少填少交智能审”,“小申”智能客服解决率达到80%,集中纳管高频算法模型超100个、数源目录超200个,打造快捷易办的“智慧好办”政务服务品牌。竞逐人工智能创新策源地和应用高地已成为地方发展新目标。

产业提速, AI 赋能新型工业化向实向新

最新数据显示,我国人工智能企业已经超过4500家,人工智能核心产业规模接近5800亿元。人工智能与其他战略性新兴产业紧密耦合,已成为牵引产业升级的原动力、孕育新质生产力的新引擎。

工信部部长金壮龙指出,信息化和工业化深度融合是新型工业化的鲜明特征。特别是人工智能成为影响未来发展的关键变量,将全方位、深层次赋能新型工业化,产业智能化、融合化、绿色化加速,深刻改变全球产业发展和分工格局。

沿着新一代信息技术全方位全链条普及应用的路径,产业链龙头企业正积极推动人工智能发展。中国移动全方位推进“AI+”行动,自主研发由万卡级智算集群、千亿多模态大模型、百大要素生态平台构成的“九天”人工智能基座,沉淀450项AI能力,赋能近千项行业应用,努力打造AI领域的“大国重器”。国家电网加快人工智能规模化应用,辅以覆盖超3900座基站的电力北斗精准位置服务网,实现无人机自主巡检、缺陷识别、航线规划、任务编排等能力,AI+无人机巡检已累计超18万架次。

大模型正实现“可用一好用一高效”的跨越。除了百度文心、阿里云通义、商汤日日新等“老面孔”,还有月之暗面Kimi、智谱清言等新势力“破圈”。目前,我国完成备案并上线的能为公众提供服务的生成式人工智能服务大模型已有190多个,注册用户超过6亿户。大模型赋能医疗、气象、金融、采掘等垂直行业日渐成熟,华为云盘古气象大模型参与天气预报、百川智能通用医疗增强大模型辅助推荐治疗方案等渐成常态。在刚刚闭幕的巴黎奥运会上, AI技术“赛博参赛”,深入运动员辅助训练、奥运会运营辅助、场馆能耗管理、直播观赛体验等领域赋能“数字奥运”转型。

同时, AI应用落地的过程中,催生智能体和具身智能这两种新形态出现。

智能体促进大模型应用价值涌现。基于大模型原生,有望像20年前“人人创建网页”一样,构建庞大的专业化、低门槛、规模化智能体生态。例如,高考智能体针对报志愿、选学校、选专业等问题,日均服务考生超过200万名,满足考生志愿填报需求。

具身智能将“空间智能”引入智能体系。其中,人形机器人得益于现实物理交互和人类情绪理解,是具身智能的热点应用。部分人形机器人的“灵巧手”已经能够完成刮胡子、削黄瓜皮、叠衣服等高自由度行为,令人赞叹连连,直观表现了“具身智能元年”远超预期的发展态势。

党的二十届三中全会《决定》中4次提及“人工智能”,涉及新质生产力、多边合作、网络综合治理、公共安全治理等重要议题,进一步丰富了我国人工智能发展内涵,凸显人工智能的战略作用。

从“互联网+”到“人工智能+”,人工智能正在从“热话题”切实转化成推动

我国产业转型升级和现代化产业体系建设的“热动能”，向人工智能要新质生产力

将日渐成为全社会的共识。

07

以制度微调推动年轻人充分就业

时间：2024-08-21 来源：人力资源和社会保障部

据《成都商报》报道，近日，湖南、山东、贵州、广西等多个省份人社部门发文，调整应届生身份的认定标准，明确在省内事业单位招聘中，不再审核其是否有工作经历和缴纳社保的情况。各省放宽应届生认定的标准不一。湖南明确“高校毕业生”为近三年内毕业、招聘过程中未落实编制内工作的毕业生（即毕业证书落款年度三年内，含毕业当年度）。广西明确“高校毕业生”包括近两年内毕业、未落实过编制内工作的毕业生。

放宽应届生认定标准，在多个省份终于从呼吁走向现实，值得点赞。

在最近几年的全国两会上，一些代表委员曾呼吁，人社部门和用人单位等应淡化对“应届毕业生”的要求，不将“毕业生报送过就业相关信息、购买过社会保险等情况”作为限制公招、公考的报考条件；或者建议适度延长、保留应届毕业生的资格时限，对部分地方公务员、事业单位招聘要求“应届毕业生须为当年毕业”的做法予以纠正。媒体的调查也显示，不少高校毕业生期待放宽政策。

为何要放宽应届生认定标准？传统意义上的应届毕业生，仅为该年毕业的高校学生。一段时间以来，国家和地方公务员、

国企及事业编单位的岗位招聘不断向应届生倾斜，有的地方甚至提出，招聘应届毕业生的比例不低于百分之六七十。无论是世界500强企业还是互联网大厂，其校园招聘往往也只面向应届生。这种做法既阻碍了超过择业期的往届毕业生的顺利求职，也不利于离职再就业人员重新择业。与此同时，因应届生身份在公招、公考等方面具有优势，一些学生在应届“保质期”内匆忙就业，没有时间放开手脚去探索、去尝试；相反，还有一些毕业生不愿轻易放弃应届身份，对首次就业慎之又慎，宁愿“慢就业”“不就业”，甚至演变成“怕就业”“懒就业”。例如，有人主动选择延毕，还有毕业生在考公考编失败后死磕“二战”“三战”。这些都是就业市场不和谐、不正常的现象。

而放宽应届生认定标准，对近两三年内毕业、招聘过程中未落实编制内工作的毕业生一视同仁，就从制度层面保障了其平等就业权。在一定程度上，可缓解高校毕业生的身份焦虑和心理压力，让他们的择业有更多选择，得以在较长时间内从容地寻找职业发展路径。一句话，这是以制度微调推动年轻人充分就业。

进而言之，放宽应届生认定标准，可

以考虑逐渐发展成为全国统一动作。目前,省份不同,放宽应届生认定的标准不一:有的针对两年内,有的针对三年内,有的未对毕业生择业期时间作规定;有的针对报考省公务员、事业单位、国有企业的情况,有的仅针对报考全省各级各类事业单位的情况……标准不一,惠及的对象和力

度就不一样。此外,据报道,国家层面的政策仍停留在“高校毕业生从毕业之日起两年内为择业期,择业期内未落实就业单位的毕业生,可以享受应届毕业生同等待遇”。当此之际,国家相关部门不妨科学论证、予以统一,从顶层制度层面,建立起更科学的实施标准。

08

返乡就业创业,高校毕业生投身乡村振兴

时间:2024-08-29 来源:光明网

近年来,随着越来越多的高校毕业生选择返乡就业或创业,这对乡村产业的振兴产生了显著影响。这一趋势不仅体现了青年人对社会责任的担当,也响应了国家乡村振兴战略的需求。在乡村发展面临人才短缺的背景下,这些年轻人的回归为当地带来了新的发展机遇和技术支持。长期以来,乡村地区面临着人才流失的问题,尤其是具有专业知识和技能年轻人倾向于迁往城市寻求更好的职业机会和发展空间。高校毕业生的返乡行动有助于缓解这一问题,他们不仅带回了先进的技术和知识,还引入了创新的思维方式,这对于改善乡村地区的教育质量、医疗服务水平以及农业技术等方面起到了积极作用。乡村经济的多元化发展对于实现可持续增长至关重要。高校毕业生返乡创业能够为乡村带来城市中的先进经营理念和技术手段,如创办现代农业企业、开发乡村旅游项目、开展电子商务等。这些新型业态不仅增加了当地的就业机会,还促进了乡村产业的

多样化,有助于构建更加稳固的乡村经济基础。通过引入外部资源和技术,高校毕业生返乡创业有助于乡村打开更广阔的市场,促进乡村经济的对外开放。例如,利用电商平台销售特色农产品,不仅拓宽了销售渠道,还能提高产品的知名度和竞争力。此外,乡村旅游的发展也能吸引更多外部投资,进一步推动乡村经济的整体进步。

高校毕业生选择返乡就业或创业不仅对乡村产业振兴产生了积极影响,也为他们自身的职业发展和个人成长提供了宝贵的机遇。高校毕业生回到乡村,不仅能够通过自身的实际行动激励更多年轻人关注并参与到乡村振兴中来,还能利用他们的专业知识和见识帮助乡村居民建立科学的发展观念和健康的的生活方式。这种融合了年轻人创新思维与乡村传统文化的做法,有助于营造良好的乡村社会氛围,促进文化的传承与发展。对于高校毕业生而言,返乡就业或创业意味着个人职业发展的新

机遇。在乡村振兴战略的支持下,他们能够在乡村找到更广泛的职业舞台,将所学知识转化为实践成果,实现个人价值的同时为乡村发展贡献力量。随着高等教育的普及,每年的高校毕业生数量持续增加,导致城市就业市场竞争激烈。相比之下,乡村地区为毕业生提供了更多的就业机会和发展空间,有助于缓解就业压力,并鼓励他们运用所学知识和技术,推动乡村经济的繁荣。同时,返乡创业为高校毕业生提供了一个实现梦想的平台。无论是农业科技的创新应用、乡村旅游项目的开发,还是借助电子商务平台推广本地产品,乡村都蕴藏着丰富的创业机会。这些领域不仅需要新知识和新技术的应用,更需要毕业生具备创新思维和敢于探索的精神。在此过程中,他们不仅能实现个人的创业梦想,还能通过自己的努力促进乡村经济的发展和社会的进步。乡村的工作环境与城市不同,要求高校毕业生具备更全面的能力和更强的适应性。在乡村生活和工作中,他们需要学习如何与当地居民沟通合作,在资源有限的情况下解决问题,以及如何应对挑战和失败。这些经历有助于提升他们的综合能力和抗压能力,培养出具备社会责任感和创新精神的复合型人才。高校毕业生返乡就业或创业不仅有助于乡村产业的振兴,还能促进毕业生个人的成长与发展,实现了个人价值与社会价值的双赢。在乡村振兴战略的背景下,为了有效促进高校毕业生返乡就业和创业,政府、高校及社会各界需要共同努力,构建一个全面的支持体系,确保毕业生能够顺利返回乡村,并在当地获得必要的支持和指导。

政府应加大对就业政策的支持力度,完善就业支持体系。政府支持,是促进乡村振兴和解决高校毕业生就业问题的重要举措。首先,政府要加大财政支持力度。

为返乡创业的大学生提供一次性创业启动资金补贴,帮助他们解决初期的资金难题,给予返乡创业企业一定的税收优惠,减轻其运营成本。为返乡创业的企业提供低息或免息贷款,同时将返乡创业人员纳入农业信贷担保体系,降低融资难度。其次,政府要加强基础设施建设和社会保障支持。加强乡村地区的基础设施建设,包括交通、水电供应、互联网接入等,为返乡创业提供良好条件。

完善返乡就业大学生的社会保险体系,确保他们在就业过程中的基本生活保障,为返乡创业者提供医疗保险优惠政策,减轻医疗负担。最后,政府要加强市场对接推广与宣传引导。根据当地资源优势和发展规划,引导大学生返乡就业与地方特色产业相结合,促进产业链条的延伸和完善,搭建市场对接平台,帮助返乡创业企业对接上下游供应链,开拓市场渠道。通过媒体等渠道,加强对大学生返乡就业成功案例的宣传,激励更多人投身乡村振兴事业。举办政策宣讲会,让返乡就业者了解最新的支持政策和服务措施。

高校应构建就业教育支持体系,注重培养大学生个人能力与专业素养。高校教育是提高毕业生就业竞争力和适应力的重要途径。首先要开设就业指导与咨询服务。开设职业规划课程,帮助学生明确职业目标和发展方向,设立专门的就业指导中心,提供一对一的职业咨询、简历撰写、面试技巧等方面的指导。其次要增加实践与实习机会。与乡村企业建立合作关系,为学生提供实习岗位,增强学生的实践经验和职场适应能力。鼓励学生参与乡村服务、志愿服务等社会实践活动,培养社会责任感和服务意识。最后要培养专业技能。根据市场需求调整课程设置,确保学生掌握实用的专业技能。加强实验室建设和校

外实训基地建设,提高学生的动手能力和创新能力。通过小组项目、社团活动等形式,培养学生的团队合作精神和沟通协调能力,提供领导力培训课程,帮助学生提高领导和管理能力。

社会层面应优化营商环境,营造激励高校毕业生返乡就业的舆论氛围。社会支持是促进乡村振兴和解决高校毕业生就业问题的重要环节。首先要营造积极的社会氛围。通过媒体和社交平台,积极宣传返乡就业创业的成功案例,展现乡村发展的新面貌,提高公众对乡村振兴重要性的认识,鼓励社会各界支持和参与乡村振兴事业。其次要构建支持网络。鼓励社区居民、企业家和地方政府之间的互动与合作,形成支持返乡毕业生的良好社区环境,动员志愿者参与乡村振兴项目,为返乡毕业生

提供支持和帮助。再次,要强化信用体系建设。加强对诚信价值观的宣传教育,营造诚信至上的良好社会氛围。建立健全社会信用体系,对诚信企业和个人给予奖励,对失信行为进行惩戒。最后要促进社会资源共享。建立资源共享平台,让返乡毕业生能够方便地获取信息、技术和资金等资源,鼓励不同行业之间的跨界合作,为返乡毕业生提供更多发展机会。通过这些措施,可以有效地营造出一个有利于高校毕业生返乡就业创业的社会环境,不仅能够激励更多年轻人参与到乡村振兴中来,还能促进乡村社会的和谐发展和文化传承。这有助于构建一个全社会关注、支持和参与乡村振兴的良好局面,为乡村发展注入新的活力。

09

互动电影游戏化设计研究

陈柏君 黄心渊

摘要: 伴随数字媒体技术的发展,电影与游戏体现出深度融合的趋势。如何将游戏性生成模式引入电影,使互动电影既具备基于镜头语言的连贯而流畅的渐进性叙事模式,又呈现充满未知性与动态性的游戏突现机制,已成为学界重点关注问题。本文对互动电影交互模式及数字游戏叙事模式分别进行分析,并从虚拟化身、叙事目标、叙事空间、叙事时间四个维度探索了互动电影与数字游戏叙事模式的差异。基于游戏心流理论与游戏性生成机理,结合典型案例剖析,针对叙事目标、化身控制与操控挑战三个方面提出了互动电影的游戏化设计策略,可有效提升互动电影交互性并强化体验者参与度与沉浸感,实现电影与游戏更为充分的融合。

关键词: 互动电影; 数字游戏; 游戏化设计; 渐进与突现

电影与游戏是两种重要的数字媒体艺

术形态,它们均将运动影像作为内容传播

的载体。伴随着数字媒体技术的不断发展,电影与游戏的相互借鉴与交融成为行业重要趋势。^[1] 电影不断引入游戏交互机制,支持体验者主动参与叙事过程。如何将游戏性生成机理融入互动电影,使互动电影在保留传统电影基于蒙太奇的叙事艺术基础上,有效提升交互性并强化体验者参与度、沉浸感,已成为学界与业界的关注焦点。

游戏学家杰斯珀·尤尔(Jesper Juul)曾提出渐进(Progression)与突现(Emergence)的概念,^[2] 以此对游戏进行分类。渐进型游戏指体验者在游戏过程中经历的事件由设计师提前制定,而突现型游戏意味着游戏事件是不可预知、无法被提前制定的。渐进与突现不仅可被用以描述不同类型的游戏,它们恰恰体现了电影与游戏的潜在特征。早期的电影都是渐进的,所有叙事片段均被提前制定,体验者无法更改影片内容和叙事顺序。相反,早期的游戏都是突现的,例如《俄罗斯方块》(Tetris, 1984)等,它们规则简单,但具有极高的概率空间,游戏中发生的事件全部由体验者在游戏过程中动态生成。

在数字媒体技术的发展过程中,电影逐渐融入了交互机制,形成互动电影,体现突现特征。互动电影支持体验者在一定程度上与叙事场景交互,根据体验者意愿呈现不同的叙事内容。例如互动电影《夜班》(Late Shift, 2016)提供了1800个选择和7个结局,体验者在关键叙事节点处的不同的选择会将剧情导向不同支线和结局。^[3] 在电影融入交互机制的过程中,游戏也逐渐引入了叙事影像,形成渐进型游戏。设计者可基于计算机的存储能力将连续的剧情、关卡和场景提前制作并保存,使所有体验者按照某种固定顺序经历一系列游戏情节,获得连贯而流畅的体验。典

型渐进型游戏如《画中世界》(Gorogoa, 2017)、《迷室》系列等。

虽然渐进机制是游戏性的重要来源之一,但尤尔认为突现机制才是营造游戏性的最佳结构,著名设计师克里斯·克劳福德(Chris Crawford)亦认为计算机与其他媒介的不同在于其灵活的模拟能力与生成突现机制的能力。^[4] 所以提升互动电影游戏性的关键在于,将能够有效营造游戏性的突现机制融入基于预制影像的渐进性叙事过程中。

一、互动电影交互模式与数字游戏叙事模式

本文涵盖三种作品类型的探讨:一是“互动电影”,采用麻省理工学院科学家葛洛瑞娜·戴芬波特(Glorianna Davenport)的界定——电影语言、电影美学与具有控制、反馈机制的传播系统相融合的电影类型。^[5] 本文探讨的互动电影主要涵盖VR电影(包括VR动画)以及具有分支选项和分岔情节的电影作品。二是“数字游戏”,采用游戏设计师及研究者厄尼·亚当斯(Ernest Adams)的观点——游戏是对真实环境的模拟,体验者依据规则开展行动,并试图完成至少一个系统规定的重要目标。^[6] 三是“互动电影游戏”,此类作品相较于互动电影,体现出电影与游戏更为充分的融合。它们既具备互动电影分岔情节的特征,也支持体验者主动探索虚拟场景或扮演虚拟角色,体现较强游戏性。

(一) 互动电影交互模式

1. 观看式交互

该交互模式主要体现在VR电影中。与传统电影基于镜头的叙事有所不同,采用VR头戴显示器后,体验者不再受限

于导演、编剧和摄像师的前期编排,能够自由观看叙事场景中任何一个方位的内容。^[7]以VR动画《虫虫之夜》(Buggy Night, 2014)为例,体验者可选择观看草丛中昆虫的活动,也可选择抬头凝视天空或其他区域。部分互动电影还可针对体验者的不同观看行为予以独特反馈,在《虫虫之夜》中,体验者在观看天空和观看草丛时将触发不同的背景音乐;在体验者凝视天空超过一段时间后,树洞中将出现一只猫头鹰。

2. 选择式交互

互动电影的一种典型交互模式,是在剧情发展的关键节点,体验者在有限时间内为主角的行为进行选择,不同选择将促使剧情朝不同方向发展并导向不同结局。^[8]首部互动电影《自动电影》(Clovek a jeho dum, 1967)就呈现了该交互模式,影院中每位体验者的座椅旁都设置了红色和绿色两种按钮,当影片发展至关键节点处,所有体验者将通过按下按钮对自己期望的电影发展方向进行选择,影院统计所有体验者的投票结果后,播放票数较高者的叙事支线内容。这种交互模式一直保留至当今的互动电影作品中,例如《黑镜:潘达斯奈基》(Black Mirror:Bandersnatch, 2018)、《夜班》等。此类互动电影体现出受限制的自由叙事特征,电影在一定程度上向体验者提供了主导剧情发展的权力,但体验者能够做出的选择是有限的,并且不同叙事支线的具体内容仍被提前制定。虽然部分电影向体验者提供了不同选项,但这些选项可能导向相同的情节点。在《夜班》中,当男主角在地下车库受到一名持枪男子的威胁后,虽然能够选择逃跑或屈从,但两种选择都将导向一个结果——男主角听从持枪男子的命令并协助其驾驶。

3. 参与式交互

在部分互动电影游戏中,体验者可在一定程度上参与叙事过程。例如在《暴雨》(Heavy Rain, 2010)“序章”中,体验者需要分别将手柄摇杆摇向不同方向,才会播放男主角将餐盘置于餐桌不同位置的动画(见图1)。在《底特律:成为人类》(Detroit: Become Human, 2018)卡拉与爱丽丝逃离陶德家的片段中,体验者需要控制卡拉依次解开两道门锁,第一道锁要求手柄摇杆自左向右转动,第二道锁要求自右向左转动。此类互动电影游戏与传统电影有所不同:在传统电影中,体验者被动观看叙事内容;而在互动电影游戏中,体验者可主动参与叙事过程。



图1. 互动电影游戏《暴雨》男主角将餐盘置于餐桌不同位置

(二) 数字游戏叙事模式

1. 预制影像式叙事

部分游戏将游戏过程与叙事过程拆分:体验者克服核心挑战、完成阶段性目标的过程体现出较强突现性;而每当体验者完成一个短期目标后,游戏便通过播放一段影像进行叙事,叙事过程体现出渐进性。不同体验者在游戏过程中经历的事件有所区别,但观看的叙事影像均是相同的。游戏《刺客信条:大革命》(Assassin's Creed:Unity, 2014)“刺杀乞丐之王”片段中,体验者在下水道中探索,在成功刺杀一系列守卫并抵达乞丐之王的位置后,游戏将播放一段影像呈现剧情内容。体验者刺杀守卫的过程具有一定突现性(部分体验者在守卫入睡时将其暗杀,而

部分体验者则在守卫清醒时与其直接对抗)；而被设计者提前制定的影像则体现出纯粹的渐进特征。

2. 角色扮演式叙事

部分游戏支持体验者通过扮演虚拟角色参与叙事。以游戏《请出示文件》(Papers Please, 2013)为例,体验者扮演边境检查官,需要对申请入境的人员进行审查并决定是否批准其入境。游戏包含被捕(因欠债、参与不明组织、受贿等)、家人死亡(主角无法供养家人或家人连续多日生病等)、爆发革命或逃亡国外等二十个结局。体验者的抉择会将游戏导向不同结局,游戏叙事过程体现一定突现性。在另一部分游戏中,体验者同样通过扮演角色参与叙事,但该过程不具备任何突现机制,而是体现出纯粹的渐进性。游戏《弗洛伦斯》(Florence, 2018)中,体验者执行的所有行为都须符合游戏要求,所有体验者在游戏过程中都将经历相同的事件。此类叙事模式在《去月球》(To the Moon, 2011)等角色扮演类游戏中亦有体现。

3. 碎片拼接式叙事

部分游戏将叙事过程与游戏过程进行融合,体验者的游戏目标是叙述一个完整的故事,游戏挑战在于搜寻所有叙事片段,并应用逻辑推理能力将不同叙事片段按照一个合理的顺序进行组合。典型案例如游戏《她的故事》(Her Story, 2015),体验者在知晓故事结局——一名男子突然失踪的前提下,通过输入不同关键词搜索两名女子的审问录像片段,并通过对犯人供词的分析,推理出完整的叙事内容。在该游戏中,虽然所有体验者最终领略的完整叙事内容是相同的,但不同体验者搜索叙事片段及组织叙事内容的次序是不同的,叙事过程体现一定突现性。

二、互动电影与数字游戏叙事模式差异

(一) 叙事目标: 模糊隐性与清晰显性

目标是将游戏与普通嬉戏相区分的重要元素,游戏通常在初始阶段就需要呈现目标。游戏《风之旅人》(Journey, 2012)的第一幕,通过远方一座发光的高山将游戏最终目标传达给体验者。除沙盒游戏外,其余类型的游戏均体现出叙事目标清晰而明显的特征。

与游戏不同,互动电影则体现叙事目标模糊而隐性的特点。例如互动电影《夜班》的最初片段,一名女子在地下车库向男主角借车钥匙。在该叙事阶段,电影并未呈现明确的叙事目标,体验者并非在目标的牵引下选择“借”或“不借”。而直至剧情发展的后期,电影才呈现较为清晰的叙事目标——男女主角均落入反派巢穴,男主角必须将真品找回并替代反派当前拥有的赝品,才能够拯救自己和女主角。此时体验者需要思考如何做出正确的选择以实现该叙事目标。

互动电影无须在初始阶段就将叙事目标明确地传达给体验者,甚至可在叙事全流程中不呈现清晰目标。而游戏则与之相反,在各个阶段都须显示清晰的目标,指引体验者执行有意义的游戏行为。

(二) 虚拟化身: 观看叙事与参与叙事

化身是互动电影及数字游戏的重要构成元素。在部分互动电影中,通过其他虚拟角色的行为表明化身的存在。VR动画《亨利》(Henry, 2016)中,虚拟主角刺猬多次将视线投向体验者。在VR动画《入侵!》(Invasion!, 2016)的初始

片段,一只虚拟小兔奔向体验者虚拟化身(大兔子)的位置,促使体验者意识到自己在虚拟世界中拥有化身。《亨利》《入侵!》等互动电影为体验者创造了化身,但不支持体验者控制化身(见图2)。在《入侵!》中,体验者虽然能够通过手持控制器控制兔前腿的动作,但虚拟小兔并不会因此更改行为。而在《亨利》中,体验者只能自由环视虚拟场景,无法控制化身执行其他行为。此类互动电影虽然有效突出了化身的存在,但体验者只能处于化身视角观看叙事,无法通过执行其他行为参与叙事。



图2. VR动画电影《亨利》(左)和《入侵!》(右)

与上述VR动画有所不同,部分互动电影游戏支持体验者执行某些行为参与叙事过程。例如在互动电影游戏《暴雨》“序章”,当女主角回家后,体验者需要依次按下手持控制器的“○”和“×”键,才能够触发男主角接过女主角手中物品这一叙事影像的播放。体验者根据提示按下手持控制器不同按键的过程便体现出一定程度的参与性。

与互动电影相比,游戏通常支持体验者对虚拟化身进行更多的控制,体验者通过扮演化身参与叙事。游戏《勇敢的心:伟大战争》(Valiant Hearts: The Great War, 2014)中,体验者需要扮演四位虚拟角色,控制不同虚拟角色执行不同的行为以克服不同的挑战。在扮演法军医护兵安娜的过程中,体验者需要控制该角色救治伤员或驾驶汽车逃离敌人的追

击。

(三) 叙事空间: 被动探索与主动探索

叙事空间是游戏事件及互动电影剧情发生的场所。部分互动电影不支持体验者主动探索叙事空间,电影通过播放影像使体验者被动观看叙事场景。如互动电影《夜班》,体验者无法控制任何角色主动探索叙事空间,而是只能通过预制镜头观看叙事空间。部分VR动画支持体验者自由环视虚拟场景,但体验者并不能够改变化身在叙事空间的定位,无法通过化身自由探索叙事空间,VR动画《虫虫之夜》《二重奏》(Duet, 2014)等均具有这个特点。大多数互动电影游戏包含“看电影”和“玩游戏”两个部分,在“玩游戏”部分,体验者能够在有限区域主动探索叙事空间;而在“看电影”部分,体验者只能跟随影像被动观看叙事空间。在互动电影游戏《底特律:成为人类》的“看电影”过程中,体验者能够通过做出不同的选择将剧情导向不同叙事支线,但体验者只能观看被提前制定的影像内容,无法控制虚拟角色探索叙事空间;而在“玩游戏”过程中,体验者能够通过手持控制器操控虚拟角色在有限空间中自由探索,例如观看平板电脑中的录像、翻阅杂志,或者搜寻线索还原犯罪现场等。^[9]与互动电影不同,大部分游戏(探索类游戏尤为突出)支持体验者主动探索叙事空间。That Game Company出品的《风之旅人》《花》(Flower, 2009)、《光·遇》(Sky: Children of the Light, 2019)等游戏都具有这个特点。《风之旅人》提供了沙漠、雪地、水底,以及古代神庙等空间供体验者主动探索;在《光·遇》中,体验者能够在云端自由飞行。此类游戏将空间探索作为游戏性的核心来源。

(四) 叙事时间：连贯叙述与重复叙述

虽然不少互动电影采用了树状或网状叙事结构，允许体验者在部分情节点通过做出不同选择将叙事导向不同支线，但互动电影叙事具有较强的连贯性特征，即使因体验者的选择导致主角死亡，互动电影也不会退回故事初始阶段并要求体验者重新做出选择，体验者观看的影像仍然构成了一个流畅而完整的叙事文本。以互动电影游戏《底特律：成为人类》为例，卡拉在第十六章将被格式化，倘若体验者未能成功唤醒她的记忆，爱丽丝将被拆除，她与其余两位主角的互动内容将消失在后续剧情中，但这并不会中断叙事，剧情仍将继续推进。^[10]

游戏与互动电影在叙事连贯性上存在差异。体验者在克服游戏挑战的过程中会在一定概率上遭遇失败，此时游戏将要求体验者返回上一个关键节点重新完成任务。如此，体验者可能重复经历完成任务过程中发生的事件（重复叙事），这一特点在渐进型游戏中尤为突出。以游戏《勇敢的心：伟大战争》的部分关卡片段为例，体验者需要控制虚拟角色依次剪开铁丝、利用炮弹车炸开障碍物、扔飞弹炸开障碍物、利用掩体躲避敌人炮弹的袭击（见图3）。倘若虚拟角色在完成任意一个子任务的过程中失败，游戏将要求体验者退回上一个关键节点，重新完成上述所有子任务。如此，完成这些任务过程中发生的事件将被重复叙述。



图3. 游戏《勇敢的心：伟大战争》片段

三、互动电影的游戏化设计策略

游戏研究者简·麦戈尼格尔（Jane McGonigal）认为影响游戏性的四大因素包含目标、规则、反馈及自愿参与。^[11] 心理学家托马斯·马龙（Thomas Malone）提出游戏能够调动体验者内部动机的因素包括挑战、控制、好奇和幻想。^[12] 根据积极心理学家米哈里·契克森米哈赖（Mihaly Csikszentmihalyi）的心流理论，游戏心流体验由清晰的目标、即刻的反馈、良好的控制性、技能与挑战的平衡等因素构成。^[13] 综合不同学者对于游戏性来源的研究，本文将针对叙事目标、化身控制和操控挑战三个方面提出有效提升互动电影参与度和沉浸感的游戏化设计策略。

(一) 已知目标与未知情节互补

在游戏中，体验者首先从具体游戏情境中提炼游戏目标，根据游戏机制与结构规则建构游戏问题解决方案（体会心智技能挑战），通过操作规则触发游戏机制（体会动作技能挑战），将游戏环境导向目标状态。在该过程中，目标将漫无目的的探索转变为有方向、有计划的活动，它是挑战存在的前提，同时也决定了何种游戏机制的触发能够推进游戏进程。

在电影中，设置悬念是维持并强化体验者观影动机的重要手段。悬念源于未知性，比如观众对剧中人物的未知信息产生好奇，或者对即将发生的事件产生期待等。^[14] 因叙事目标在一定程度上提示了叙事结局，所以会对影片悬念性的塑造产生一定影响。为此，将叙事目标与叙事悬念进行融合的关键，在于互动电影针对一个叙事目标提供多种不同的叙事结局。

在互动电影游戏《底特律：成为人类》康纳拯救人质片段中，作品通过“不计代价救出人质”这一任务清晰而直接地呈现

了叙事目标,同时作品提供了多个针对该叙事目标的叙事结局:康纳冲向天台将人质救回,自己则与异常仿生人一同坠落楼底;在保护人质的同时被正在坠楼的异常仿生人开枪击毙;直接开枪击毙异常仿生人等。虽然体验者明确了叙事目标,并且该目标在一定程度上暗示了一种叙事结局,即康纳成功拯救了人质。但体验者仍无法确定成功拯救人质的结局究竟是康纳与异常仿生人同归于尽(以及以何种方式同归于尽),还是康纳生还。这使得互动电影游戏虽然呈现了清晰的叙事目标,但仍然具有较强的悬念性,能够始终维持和强化体验者对于未知情节的期待。

(二) 叙事影像融入化身控制

在电影中,预制影像是创造连贯而流畅的渐进性叙事的主要手段。而在游戏中,良好的控制性是体验者获得较高参与度与沉浸感的重要前提,它使突现机制的存在成为可能。在叙事影像中融入化身控制,能够使互动电影同时具有渐进性叙事模式及突现机制,从而有效提升互动电影游戏性。然而化身控制与预制影像是相互排斥的:纯粹的渐进性叙事意味着体验者无法控制化身执行任何行为;而当体验者能够控制化身执行大量行为时,互动电影便难以通过预制影像进行叙事。

为此,通过交互机制支持体验者在一定程度上对化身进行控制,同时其他虚拟角色动画结合体验者化身的状态进行实时渲染,是一种平衡渐进性叙事与游戏突现机制的有效手段。以游戏《神秘海域4:盗贼末路》(Uncharted 4:A Thief's End, 2016)的交互动画为例,当吉普车从悬崖上滑落时,体验者能够在一定程度上控制吉普车的位置,而车内虚拟角色的动画则以吉普车为中心点进行实时渲染,所有虚拟角色动画能够配合吉普车的位置

进行及时更新。在吉普车驶向火山的片段,体验者能够在一定范围内控制吉普车驾驶的路线。为促进吉普车驾驶动画与其他叙事影像内容进行融合,设计团队为游戏角色山姆的起身设置了三种动画——面朝前方、头部左转及头部右转(见图4)。游戏根据吉普车与火山的相对位置,播放不同的山姆起身动画,使得体验者无论采取何种驾驶路线,山姆始终能够面朝火山。当互动电影支持体验者对化身进行控制,并且叙事影像能够基于化身状态进行实时渲染时,互动电影将在连贯而流畅的渐进性叙事基础上有效提升体验者参与度。



图4. 游戏《神秘海域4:盗贼末路》交互动画中山姆的三种起身动画

(三) 主观挑战强于客观挑战

挑战性是游戏性的重要来源,体验者在与游戏挑战对抗的过程中体会到的成功感和挫折感构成了游戏体验的根本来源。^[15]已有部分互动电影通过营造挑战提升游戏性,VR动画《虫虫之夜》中,体验者需要寻找五只隐藏于森林的昆虫才可推进剧情,寻找昆虫的过程存在一定挑战。^[16]根据游戏心流理论,当挑战远高于体验者技能时,体验者将感到焦虑与压力;而当挑战远低于体验者技能时,体验者将感到枯燥与倦怠。为了维持和不断强化体验者的心流状态,游戏挑战需与体验者技能保持平衡。

在游戏中,与体验者技能相平衡的挑

战通常使体验者多次面临任务失败,这将导致叙事中断和影像的重复播放。在互动电影中,为了有效避免体验者失败并维持叙事影像的连贯性,互动电影需通过影像营造高强度主观挑战,同时通过交互机制创造低难度客观挑战。以游戏《神秘海域4:盗贼末路》中卡车与摩托车追逐的交互动画为例,大型卡车与体验者化身所处的小型摩托车形成鲜明对比,卡车高速闯入建筑密集的城市,集装箱、电线杆等不断被卡车撞毁,人群四散而逃,该叙事影像有效激发体验者的压力、焦虑与紧迫感(见图5)。

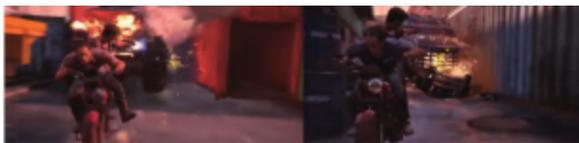


图5 游戏《神秘海域4:盗贼末路》交互动画中卡车与摩托车追逐片段

而体验者仅需不断向卡车方向射击便可成功实现目标。游戏通过叙事影像使体验者在主观上感受到高强度的挑战性,而实际操作过程中简易的挑战则避免体验者失败而中断叙事,从而在有效营造心流体验的同时确保叙事的连贯性。在互动电影游戏《底特律:成为人类》康纳拯救人质的一条叙事支线中,康纳距离天台尚存在一段距离,而挟持人质的异常仿生人已经开始向楼底坠落,康纳奔向天台边缘的慢镜头向体验者营造了高强度的主观挑战;而体验者仅需持续按下手持控制器的“×”键便可成功实现目标,即体验者实际克服

的挑战是较为简易的。该片段亦体现了通过影像营造的主观挑战强于通过交互机制营造的客观挑战的特征。既通过高强度主观挑战有效强化体验者心流体验,同时通过低难度客观挑战避免体验者任务失败而中断叙事。

结语

渐进与突现分别是电影与游戏的重要特征,在基于镜头语言的渐进性叙事过程中融入充满未知性与动态性的突现机制,是互动电影游戏化设计的关键所在。叙事目标、化身控制和操控挑战是影响游戏性的重要因素。已知目标与未知情节的互补既使互动电影呈现了清晰的叙事目标,又针对该目标提供了多条叙事支线,提升叙事结局的未知性,有效营造悬念。将化身控制融入叙事影像,使互动电影支持体验者控制虚拟化身,同时通过实时渲染使其余虚拟角色动画与体验者化身动作融合,提升互动电影的参与度。通过叙事影像营造高水平主观挑战,有效强化体验者心流体验;通过交互机制营造低水平客观挑战,牵引体验者持续参与叙事过程,并通过避免体验者任务失败确保叙事的连贯性和流畅性。本文提出的互动电影游戏化设计策略,有助于提升互动电影的交互性,强化体验者参与度与沉浸感,使电影渐进性叙事模式与游戏突现机制实现深度融合。

【参考文献】

- [1] 黄心渊、久子《试论互动电影的本体特征——电影与游戏的融合、碰撞与新生》,《当代电影》2020年第1期。
- [2] J. Juul, The Open and the Closed: Games of Emergence and Games of Progression, in F. Mayraeds., Proceedings of Computer Games and Digital Cultures Conference, Tampere University Press, 2002, pp. 323-329.
- [3] 孙可佳、关玲《从叙事理论到交互实践:互动影视的出现与发展》,《编辑之友》2022年第2期。

[4][美] 亚当斯·多尔芒《游戏机制——高级游戏设计技术》，石曦译，北京：人民邮电出版社2014年版，第22—23页。

[5] 施畅《互动电影崛起：媒介脉络与游戏基因》，《当代电影》2020年第9期。

[6] 同[4]，第1页。

[7][16] 黄心渊、陈柏君《虚拟现实电影的交互特性及设计策略研究》，《当代电影》2018年第12期。

[8] 张晗《融媒体时代下互动电影的叙事研究——以〈黑镜：潘达斯奈基〉为例》，《电影文学》2019年第16期。

[9][10] 张成、曲一公《电影与游戏的跨界力作：互动电影〈底特律：成为人类〉的叙事性与身份认同》，《电影评析》2018年第6期。

[11] 贾云鹏、刘雅昕《基于情感传播的游戏反馈机制——虚拟现实电影中的交互》，《当代电影》2022年第8期。

[12] Thomas Malone, Toward a Theory of Intrinsically Motivating Instruction, *Cognitive Science*, 1981(5):pp.333-369.

[13] Penelope Sweetser and Peta Wyeth, GameFlow: A Model for Evaluating Player Enjoyment in Games, *Computers in Entertainment (CIE)*, vol.3, no.3 (2005), pp.1-24.

[14] 韩佳彤《电影叙事研究：电影悬念的建置策略》，《电影文学》2021年第14期。

[15] Katie Salen and Eric Zimmerman, *Rules of Play: Game Design Fundamental*, the MIT Press, 2003, p.345.

工具性与价值性： AIGC 艺术双重面向的审美选择

10

作者：崔昊，刘闻名（吉林大学马克思主义学院；沈阳建筑大学设计艺术学院）

刊名：南京社会科学，**年份：**2024年

摘要：AIGC领域技术的发展，将带来人机共存的新生存空间，在这个空间里人机交流将逐步普及。一方面，人机交流中的机器具有较大的可控性，人可以对交流进行各方面的控制，但这未必总能带来理想的交流效果。另一方面，人机交流中的机器也在对人进行着反射，或用自己的方式对人进行驯化。AIGC为平民进一步赋权，艺术创作渗透进日常空间与生活，普通人有了“艺术化生存”的可能，但艺术的独特气质也可能在日常生活中被不断消磨。AIGC也会带来高度虚构化的视觉空间以及幻像化的人，如人的数字化身或各种虚拟人，现实与虚幻的界限进一步被模糊。

基金项目：中央高校建设世界一流大学（学科）和特色发展引导专项资金；中央高校基本科研业务费（2022XWTD001）

重要收录：CSSCI，北大核心

智能重构传播生态： 内容生成的范式演进与智能交互的未来构想

11

作者：沈浩，任天知（中国传媒大学）

刊名：现代出版，**年份：**2024年

摘要：当前，人工智能技术正改变传媒业既有格局，人工智能生成内容（AIGC）、虚拟数字人与AI智能体（AI Agent）的深度融合，正在构建集智能创造、生动呈现与自主

交互于一体的全新传媒生态体系。作为革新媒介内容生成方式的“最强大脑”，AIGC颠覆了传统的内容创作范式。作为AIGC智慧输出的具象化载体，虚拟数字人扮演着“智能身体”的角色。AIGC与虚拟数字人的结合，共同构筑了AI智能体这一更为高阶的智能形态。未来，多AI智能体将会进一步构建协作模式，驱动传媒业态转型，塑造传媒生态的智慧未来与价值共创的新篇章。

基金项目：国家社科基金重大项目“我国新闻传播业人工智能应用现状与发展趋向研究”（编号：19ZDA327）；中国传媒大学中央高校基本科研业务费专项资助

重要收录：CSSCI，北大核心

12

ChatGPT 对教育带来的挑战与机遇（笔会）

作者：王洪才，龙宝新，毛菊，周仕德，周序，段会冬，崔岐恩（厦门大学教育研究院，陕西师范大学教育学部，新疆师范大学教育科学学院，汕头大学高等教育研究所，北京师范大学教育学部，海南师范大学教育学院，温州大学教育学院符号教育学研究所）

刊名：苏州大学学报（教育科学版），**年份：**2024年

摘要：ChatGPT为学校教育提供了无限创造空间，成为未来学校教育的重新定义者。它将刷新人们对教育工作的理解与认知，重塑学校教育的模式与形态，赋予学校教育目标、形式、场景与组织以全新的内涵。ChatGPT对中国传统教育形成了强大的挑战，但对中国创新创业教育发展而言则是一个极大的机遇。

ChatGPT为学生知识学习带来便利，但不必然促进对知识的理解。ChatGPT助推教师能力延展，但教师在使用ChatGPT的过程中也存在数据泄露、盲目依赖、信息失真的风险。新技术手段的运用可能直接改变原有的学习方式，使得教育活动突破既定时空边界，由此所带来的教育形态的整体变革已然呈现在世人面前。面对ChatGPT的冲击，中国教育学自主知识体系构建需要直面，并积极接受这一最新时代科技伟大成就，在机器与人的交互之中推动中国教育学自主知识体系的新书写，树立教育自信，加快教育强国建设。以ChatGPT为引信，人类正在进入符号爆炸时代，人和教育都需要重新界定，教育面临第三次转型，即迈向符号教育学时代。

重要收录：CSSCI，北大核心

13

ChatGPT 冲击波：类人恐惧与异化危机

作者：尹帮文，孙伟平（中国传媒大学）

刊名：现代出版，**年份：**2024年

摘要：当前，人工智能技术正改变传媒业既有格局，人工智能生成内容（AIGC）、虚拟数字人与AI智能体（AI Agent）的深度融合，正在构建集智能创造、生动呈现与自主交互于一体的全新传媒生态体系。作为革新媒介内容生成方式的“最强大脑”，AIGC颠覆了传统的内容创作范式。作为AIGC智慧输出的具象化载体，虚拟数字人扮演着“智能身体”的角色。AIGC与虚拟数字人的结合，共同构筑了AI智能体这一更为高阶的智能形态。未来，多AI智能体将会进一步构建协作模式，驱动传媒业态转型，塑造传媒生态的智慧。

基金项目：国家社会科学基金重大招标项目“人工智能前沿问题的马克思主义哲学研究”（19ZDA018）

重要收录：CSSCI 扩展版，北大核心

14

传统中国画的虚实观在影视作品中的应用研究

作者：雷萍（广西艺术学院）

刊名：电影文学，**年份：**2024年

摘要：传统中国画中虚实观应用于影视作品创作中，不仅有利于丰富影视画面元素，为观众带来更高级的视觉艺术享受，而且有助于影视文本思想与艺术内核的表达，展现影视艺术特色。主要对传统中国画的虚实观在影视作品中的应用作用与表现进行案例分析，从国内优秀影视作品的分析中获取经验，融入现代影视作品创作的专业思考，提出现代影视作品虚实结合的创作方法，提升影视作品质量。

基金项目：教育部首批新文科研究与改革实践项目“虚拟仿真技术与当代雕塑艺术教育教学的跨界与融合实践研究”（项目编号：2021160051）

重要收录：CSSCI，北大核心

15

元宇宙视域下文化产业新质生产力发展探索

作者: 苏衡(上海工程技术大学外国语学院)

刊名: 江苏社会科学, **年份:** 2024年

摘要: 发展文化产业新质生产力,推动文化产业高质量发展,是文化强国战略的重要组成部分。它对推动文化产业转型升级、科学调整文化产品供需结构和满足人民对美好文化的向往具有重要作用。为此,有必要探明元宇宙空间中文化产业新质生产力发展的驱动机制、表征特点和未来进路。科技创新推动文化产业新质生产力发展形成赋能型和调适型两种驱动机制,并导向元宇宙空间中劳动者虚拟主体化、劳动资料要素数据化和劳动对象数字资产通证化等表征特点。元宇宙空间的文化产业新质生产力建设应围绕数据要素、场景和用户关系深度挖掘和培育新型业态,为文化产业高质量发展做好前瞻性的规划布局。

基金项目: 上海市哲学社会科学基金项目“城市数字化转型背景下的新媒体数字化治理研究”(2021BXW008)的阶段性成果

重要收录: CSSCI,北大核心

16

视觉传达设计研究的破界创新

作者: 俞佳迪,闵一凡,盛沫瑶(中国美术学院)

刊名: 新美术, **年份:** 2024年

摘要: 诚然,“视觉传达设计”这一专业术语早在20世纪90年代就进入国内,并基本覆盖了正处于工艺美术时代的中国的“装潢设计”的研究要点,但是,彼时国内“装潢设计”的专业内涵仍未能完全实现国际接轨。随着21世纪前十年(2000—2010年)的到来,该专业在国内高校中开设普遍,教研内容基本覆盖了平面设计领域的印刷媒介与屏显媒介。

重要收录: CSSCI,北大核心

17

采用线性注意力机制的语音驱动 三维人脸动画技术

作者: 童程凯, 叶阳 (浙江工业大学计算机科学与技术学院)

刊名: 小型微型计算机系统, **年份:** 2024 年

摘要: 语音驱动三维人脸动画技术, 旨在通过输入语音, 驱动三维人脸模型生成视觉对应的人脸表情动画。当前的常用方法是基于 Transformer 结构以自回归形式完成人脸动画生成, 但是这些方法在面对长语音生成动画时的二次运算复杂度限制了其性能瓶颈, 在数据集稀疏情况下的过拟合问题也使得其在生成动画的准确性以及泛化性上存在不足。为了解决以上问题, 本文提出一种基于线性注意力的语音驱动三维人脸动画方法。该方法采用一种新的端到端网络模型, 通过语音自监督表示学习构建编码器提取语音特征, 并利用线性注意力变体的结构 RWKV 构建人脸表情映射解码模块生成人脸动画。实验结果表明, 本文的方法在人脸表情生成的准确度和时效性上都优于目前的相关方法, 三维人脸网格顶点平均误差在标准化条件下上较 sota 方法降低了 $0.15 \times 10^{-4} \text{mm}$, 单帧人脸预测时延上也比基于传统 Transformer 的方法快了 4 倍左右。

基金项目: 国家自然科学基金项目 (62072405) 资助

重要收录: 北大核心

18

创新与变革 ——数字媒体技术对戏剧叙事表达的拓展

作者: 朱麟 (中央戏剧学院)

刊名: 戏剧文学, **年份:** 2024 年

摘要: 在传统戏剧舞台上, 艺术家不停地在研究和探索戏剧的舞台表达方式, 在镜框式舞台的空间限制下, 努力地平衡着无限时间和有限空间的关系。在当今数字技术的赋能下, 传统戏剧舞台演绎的表达, 正向着多维度、多时空的戏剧改革方向发展, 如导演、演员、舞台美术多层面的舞台叙事探索与数字媒体的深度结合, 出现了新形势的戏剧叙事手法、演员表演行动方法、舞台观演关系的情绪互动等, 这都构建出一种崭新的舞台时空: 立足戏剧本体且拓宽着戏剧的边界, 酝酿着当代戏剧舞台又呈现出科技赋能的逻辑, 创造了无限的戏剧叙事又不断催生新的话语。

基金项目: 2021 年度国家社会科学基金艺术学重大项目 “当代中国话剧作品评价体系

与质量提升研究”(项目编号:21ZD13)阶段性成果

重要收录: 北大核心

19

新时代戏剧影视表演专业形体教学实践探析

作者: 马明月(北京电影学院表演学院)

刊名: 中国戏剧, **年份:** 2024年

摘要: 戏剧影视表演是一门综合性艺术,是声乐、形体、台词、表演的融合,是演员通过面部表情、肢体动作、语言表达等组织舞台行动并塑造人物形象的艺术。在戏剧影视表演专业的课程体系中,“声、形、台、表”被视为基础性的主干课程,其中,形体教学是重要的组成部分,也是使演员在表演中更好地做到“形神兼备”的重要手段,需与表演课程紧密结合。

重要收录: 北大核心

20

现象追问、技术危思与构建中国式现代化电影知识体系——2023年度中国电影理论研究回顾

作者: 周涌, 郭培振(中国传媒大学戏剧影视学院)

刊名: 电影评介, **年份:** 2024年

摘要: 2023年,中国电影理论研究持有问题意识,关注到创作过程中的叙事转向、“人机共创”趋向,深入研究数字时代下的电影本体与美学问题,并以数字人文为方法承续中国电影自主知识体系的建构。同时,学者们的研究还聚焦影像技术与工业发展,积极探讨国际性的影像生产与理论前沿议题。本文通过回顾2023年度中国电影理论的研究现状,以期对创作现象进行系统思考、拟对本学科研究方法与方向的有一个更加清晰认识。

重要收录: 北大核心

21

新一轮本科教育教学审核评估中的质量文化

作者: 李志义, 黎青青, 宫文飞 (大连理工大学)

刊名: 高教发展与评估, **年份:** 2024年

摘要: 新一轮审核评估将“推动高校积极构建自觉、自省、自律、自查、自纠的高校质量文化”作为评估指导思想的重要内容,首次将“质量文化”作为评估指标。高校质量文化是高校及其师生对人才培养质量的共同价值追求和理想理念。高校对人才培养质量不断提升的承诺、信仰和价值追求,以及自觉、自省、自律、自查、自纠的“五自”质量文化是其核心表现。制度建设和制度认同是质量文化建设的主要路径,即质量文化的嵌入可以促进质量保障科层模式向文化模式转型,释放价值选择和软性制约功能,增强高校质量保障能力。

重要收录: CSSCI 扩展版, 北大核心

22

学科交叉赋能人才培养的整体性思维及其实施策略

作者: 张政, 华中生 (浙江大学)

刊名: 中国大学教学, **年份:** 2024年

摘要: 在科技革命与我国经济转型的大背景下,推行学科交叉融合是解决国家战略需求、推进科技创新和产业升级的必然选择。研究总结了目前我国推进学科交叉的探索实践与初步成效,并在此基础上分析了学科交叉工作面临的挑战和相关问题;同时,提出了解决这些挑战 and 问题的整体性思维和三方面对策原则:系统性原则、互补性原则和问题导向原则以及相关的实施策略。

基金项目: 浙江大学研究生教育研究课题“学科交叉融合赋能高质量研究生培养研究”

重要收录: CSSCI 扩展版, 北大核心

23

高校专业教师全民班主任育人工作模式 创新与探索

作者: 饶美娟, 王发洲, 刘志超 (武汉理工大学)

刊名: 中国大学教学, **年份:** 2024年

摘要: 高校班主任作为“三全育人”的重要组成部分,对大学生的思想、专业能力和个人发展起到了关键的引导作用。针对传统高校班主任育人工作存在的班级学生全员培养难覆盖、全面成长难保障等问题,创建“一班多教师,一师多年级”高校班主任多阶段全过程育人工作新模式,实现专业教师全民班主任,开展大学生不同学习阶段的思想政治引领、专业学习指导和个性化能力锻炼等全方位的育人工作。同时创建高校班主任全方位育人能力提升机制,提升班主任班级思想政治素养和育人能力,保障大学生的全面健康成长。

重要收录: CSSCI 扩展版, 北大核心

24

习语: 以扩大教育开放提升我国教育世界影响力

来源: 《习近平总书记教育重要论述讲义》

改革必然要求开放,开放也必然要求改革。以开放促改革、促发展,是我国改革发展的成功实践。教育对外开放是我国改革开放事业的重要组成部分。党的十八大以来,教育对外开放工作自觉服务党和国家工作大局,统筹国内国际两个大局,综合运用国内国际两种资源,不断提升教育对外开放质量和水平,基本形成了全方位、多层次、宽领域的教育对外开放格局,成为我国日益走近世界舞台中央的一张亮丽名片。

1. 吸收借鉴世界先进办学治学经验

不拒细流,方为江海。任何一个民族、

任何一个国家都需要学习别的民族、别的国家的优秀文明成果。中国要永远做一个学习大国。习近平总书记在全国教育大会上强调,要扩大教育开放,同世界一流资源开展高水平合作办学。进入新时代,中国正以更加开放的胸襟、更加包容的心态、更加宽广的视角,继续向世界学习、向各国人民学习,学习借鉴人类创造的一切文明成果,推动中国和世界发展得更好。新时代的教育对外开放工作要借鉴国际上先进的教育理念和教育经验,促进我国教育改革与发展,提升我国教育的国际地位、影响力和竞争力。

坚持强强合作,引进优质教育资源,提升我国教育实力和创新能力。习近平总

书记指出：“要聚焦世界科技前沿和国内薄弱、空白、紧缺学科专业，同世界一流资源开展高水平合作办学，把质量高、符合需要的引进来。”要吸引境外知名学校、教育和科研机构以及企业，合作设立教育教学、实训、研究机构或项目，持续深化教育领域开放进程，放宽教育领域外资股比限制。鼓励各级各类学校开展多种形式的国际交流与合作，办好一批高水平中外合作办学机构和项目。要重视引进世界一流大学和一流学科，借鉴世界名校先进管理经验，完善内部治理结构，加快建设具有中国特色的现代大学制度。人才培养方面，大学要参与国际重大科学计划和科学工程，建设一批高水平国际合作联合实验室、国际联合研究中心，面向全球引进高层次科技创新人才，促进高校科技国际协同创新。同时要选派高等学校优秀青年教师、学术带头人等赴国外高水平机构访学交流，加快引进世界名校师资，加快高水平师资队伍建设。要大力培养掌握党和国家方针政策、具有全球视野、通晓国际规则、熟练运用外语、精通中外谈判和沟通的国际化人才，有针对性地培养“一带一路”倡议等急需的、懂外语的各类专业技术和管理人才，有计划地培养选拔优秀人才到国际组织任职。

2. 统筹出国留学和来华留学工作

习近平总书记2014年在对全国留学工作会议的指示中强调，新形势下，留学工作要适应国家发展大势和党和国家工作大局，统筹谋划出国留学和来华留学，综合运用国际国内两种资源，培养造就更多优秀人才，努力开创留学工作新局面，为实现“两个一百年”奋斗目标、实现中华民族伟大复兴的中国梦不断作出新的更大的

贡献。曾党的十八大以来，我国持续保持世界最大留学生生源国地位，回国人数显著增长，与世界各国教育合作交流的质量水平稳步提升。

习近平总书记在欧美同学会成立100周年庆祝大会上，站在科教兴国和人才强国战略高度，确立了“支持留学、鼓励回国、来去自由、发挥作用”“十六字方针”，进一步明确了留学工作的价值取向。要增强服务意识，加强教育引导，创新公派留学“选、派、管、回、用”工作机制，广开进贤之路，广纳天下英才，为留学人员回国工作、为国服务创造良好环境，促使优秀人才脱颖而出。

“十六字方针”准确把握新时期留学工作新问题、新矛盾、新趋向，将工作重点放在提升留学的社会效益上，从而适应社会发展，推动经济增长，维护国家安全，增强文化自信。习近平总书记希望广大留学人员坚守爱国主义精神，矢志刻苦学习，奋力创新创造，积极促进对外交流，把爱国之情、强国之志、报国之行统一起来，把自己的梦想融入人民实现中国梦的壮阔奋斗之中，把自己的名字写在中华民族伟大复兴的光辉史册之上。

打造“留学中国”品牌。习近平总书记指出：“要打造更具国际竞争力的留学教育，将我国建成全球主要留学中心和世界杰出青年向往的留学目的地，吸引海外顶尖人才来华留学，培养未来全球精英。”这就需要完善来华留学的服务机制与监管体制，鼓励具备条件的学校、科研机构依法开展和参与来华留学教育。党的十八大以来，来华留学工作围绕外交大局，服务教育对外开放，通过优化来华留学生源国别、专业布局加大品牌专业和品牌课程建设力度，构建来华留学专业化服务体系。来华留学规模持续增长，质量稳步提升，

来华留学吸引力与国家经济实力和综合实力的匹配度进一步提升,中国已成为亚洲最大留学目的国。

3. 促进中外教育人文交流

“国之交在于民相亲,民相亲在于心相通。”人文交流是增进各国人民友谊的桥梁、推动社会进步的动力、维护地区和世界和平的纽带。推进教育现代化,要坚持对外开放不动摇,加强同世界各国的互容、互鉴、互通。习近平总书记2013年在致清华大学苏世民学者项目启动仪式的贺信中指出,今天的世界是各国共同组成的命运共同体。战胜人类发展面临的各种挑战,需要各国人民同舟共济、携手努力。教育应该顺此大势,通过更加密切的互动交流,促进对人类各种知识和文化的认知,对各民族现实奋斗和未来愿景的体认,以促进各国学生增进相互了解、树立世界眼光、激发创新灵感,确立为人类和平与发展贡献智慧和力量的远大志向。教育对外开放工作要促进中外教育人文交流,促进中外民心相通和文明互鉴,使教育领域合作成为中外人文交流的先行者。党的十八大以来,中外人文交流事业实现了跨越式发展,教育对促进各国人民相互了解和增进友谊,推动国家间关系发展发挥了积极作用,成为夯实中外关系的社会民意基础、提高我国对外开放水平的重要途径。

讲好中国故事,传播好中国声音。教育对外开放承担着增信释疑、融通中外、传播中国理念的职责任务,要聚集广大海外留学人员爱国能量,主动宣传祖国发展成就,积极发挥来华留学人员和外籍教师的桥梁作用,积极促进中外文化交流。孔子学院是世界认识中国的一个重要平台,

也是连接中国人民和世界人民的重要纽带。习近平总书记2015年在全英孔子学院和孔子课堂年会开幕式上指出,作为中外语言文化交流的窗口和桥梁,孔子学院和孔子课堂为世界各国民众学习汉语和了解中华文化发挥了积极作用,也为推进中国同世界各国人文交流、促进多元多彩的世界文明发展作出了重要贡献。促进中外教育人文交流要重视孔子学院的建设发展,同时要加快建设中国特色海外国际学校,鼓励有条件的职业院校在海外建设“鲁班工坊”。

推动“一带一路”教育合作。“一带一路”倡议是对古丝绸之路的传承和提升,人文交流合作是“一带一路”建设的重要内容。要真正建成“一带一路”,必须在沿线国家民众中形成一个相互欣赏、相互理解、相互尊重的人文格局。“一带一路”倡议来自中国,成效惠及世界。中国教育也将随着“一带一路”的延伸,将中国故事、中国声音传播到全世界。习近平总书记2014年在中央财经领导小组第八次会议上指出,“一带一路”建设要坚持经济合作和人文交流共同推进,促进我国同沿线国家教育、旅游、学术、艺术等人文交流。推动“一带一路”教育合作,要加快培养高层次国际化人才,完善留学生回国创业就业政策,提高中外合作办学质量,完善中外合作办学准入和退出机制。要加强与共建“一带一路”沿线国家教育合作,建设“一带一路”教育资源信息服务综合平台,建立国际科教合作交流平台,实施高等学校科技创新服务“一带一路”倡议行动计划。要深化与共建“一带一路”沿线国家人文交流,大力支持中外民间交流,加强中外体育艺术等人文交流。要加大汉语国际教育力度。

25

数字化赋能高校思想政治理论课的理论内涵、实践探索与路径优化

作者: 吕鹏, 林晶 (东北师范大学马克思主义学部)

刊名: 思想教育研究, **年份:** 2024年

摘要: 数字化赋能高校思想政治理论课不是技术的移植和复制, 也不是数字化学习取代思想政治理论课教学, 而是要在厘清“技术与人”的关系基础上通过数字化赋能高校思想政治理论课教学理念、教学要素和教学评价, 深入探索大数据、知识图谱和人工智能等数字技术在高校思想政治理论课中如何助力构建个性化、结构化和智能化的教学体系, 同时也要注意数字化赋能进程中存在技术辅助不足、数据壁垒尚未突破以及教师数字素养差异等问题, 并从提升教师数字素养、搭建数字化资源共享平台和建立健全保障机制三方面寻求路径优化, 以推动高校思想政治理论课在数字化赋能下的创新发展, 真正实现铸魂育人目标。

重要收录: CSSCI, 北大核心

26

2024-2025年中国研学游经济市场运行监测报告

时间: 2024-07-19 **来源:** 艾媒网

近年来, 旅游市场强力复苏, 居民出游意愿高涨。随着国民教育文化需求的提升、政府政策红利的释放以及家长教育观念的转变, 研学游成为旅游市场重点发展方向。2023年中国研学游行业市场规模达1469亿元, 预计2028年将突破3000亿元。中国研学游市场发展迅速, 产业配套快速形成。产业链分布上, 上游的资源提供方构成复杂, 主体为高校、事业单位、研学基地和营地等。中游市场上, 竞争格局较为分散, 行业集中度较低, 存在大量营收规模在千万元/人民币以下的中小机

构。下游则对应用户层, 如师生、学校、家长等。全球新经济产业第三方数据挖掘和分析机构iiMedia Research(艾媒咨询)最新发布的《2024-2025年中国研学游经济市场运行监测报告》数据显示, 在研学游目的地的选择上, 57.7%的消费者偏爱省内的短途旅行, 单次1000-6000元的研学游产品成为超半数消费者的选择。随着研学游市场发展逐步成熟, 同质化的研学旅行服务将越来越难以满足消费者需求。科技、制造、能源、互联网等跨领域的佼佼者也已进入这个庞大的市场, 不断

拓展行业边界，开发出丰富多样的跨界融合研学产品。相关企业需根据研学旅行未来趋势制定分众细化的特色研学项目应对市场挑战。

核心观点

行业规模：中国研学游行业需求旺盛，预计 2028 年市场规模超 3000 亿元

截至 2024 年 7 月，小红书上有关研学的笔记浏览量超过 9139 万次，抖音有关话题播放量超 37 亿次；2024 年 2 月开学以来，中国研学游搜索指数呈激烈上涨态势。研学游热潮兴起，市场需求日趋旺盛，iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，预计 2028 年中国研学游行业市场规​​模有望突破 3000 亿元。

用户调研：开拓视野成为消费者主要目的，用户更偏爱具有性价比的研学游产品

iiMedia Research（艾媒咨询）数据显示，开拓视野、享受自然占消费者参与研学游目的的比例分别为 28.7% 和 16.6%。44.7% 的消费者偏好 4-7 天的旅行时长。在研学游目的地的选择上，57.7% 的消费者偏爱省内的短途旅行，单次 1000-6000 元的研学游产品成为超半数消费者的选择。

未来趋势：跨界企业融合发展，产业链趋于扁平化运营

随着研学游市场越来越成熟，同质化的研学旅行服务将越来越难以满足消费者需求。科技、制造、能源、互联网等跨领域的佼佼者也已进入这个庞大的市场，不

断拓展行业边界，开发出丰富多样的跨界融合研学产品。一些服务商正以专业技术、渠道合作、投资入股等方式延伸至上游的研学基地 / 营地的运营业务，加速产业扁平化运营。

以下为报告内容节选：

第一章 中国研学游市场发展状况 中国研学游行业简介



艾媒研究中心: report@iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc.

研学游是“教育 + 旅游”的旅游新业态。“读万卷书，行万里路”，研学游旨在将研究性学习与旅行体验结合，达到开阔学生视野、培养学生生活技能以及实践能力等目的。2016 年，国家旅游局发布的《研学旅行服务规范》对服务提供方、人员配置、研学旅行产品、服务项目以及安全管理等几大类内容进行了详细规定。同年，教育部、国家发改委、公安部等 11 部门也联合发布了《关于推进中小学生研学旅行的意见》，文件规定，中小学生研学旅行“由教育部门和学校有计划地组织安排”。2017 年教育部发布的《中小学综合实践活动课程指导纲要》提到：包括研学旅行在内的综合实践活动，是国家义务教育和普通高中课程方案规定的必修课程，与学科课程并列设置。

中国研学游行业市场规模

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2023 年中国研学游行业市场规模达 1469 亿元, 2024 年市场规模有望达 1791 亿元, 同比增长 21.9%。随着中国居民对研学游的关注度不断提高, 消费需求将进一步提升, 预计 2028 年, 中国研学游行业整体市场规模将突破 3000 亿元, 市场发展空间广阔。

第二章 中国研学游市场产业链分析

中国研学游行业产业链分析

2016 年国家旅游局发布的《研学旅行服务规范》中提到: 研学游行业应包括主办方、承办方、供应方。主办方对应行业上游, 是有明确研学游主题和教育目的的组织方, 如: 景区、高校、研学基地、营地、公益事业单位等; 承办方和供应方对应行业中游, 是负责提供交通、住宿、餐饮等研学服务的企业; 下游则对应用户层, 如师生、学校、家长等。

中国研学游行业市场规模



数据来源: 国家统计局, 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒研究中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

中国研学游行业政策发展

自 2013 年国务院首次提出“研学旅行”以来, 各地文旅、教育部门陆续出台相关政策, 进一步在校园推行研学旅行和自然实践, 强化研学教育内容建设, 明晰研学基地评定, 提高相关人才培养质量, 促使研学游主题与内容不断丰富。

中国研学游行业政策发展



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒研究中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

中国研学游行业产业链分析



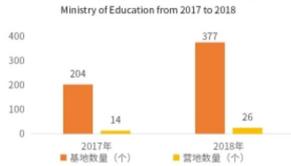
注: 本报告仅标注资料来源的行业信息, 不构成任何投资建议, 仅供参考。数据来源: 艾媒研究中心 (data.iimedia.cn)

艾媒研究中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

中国研学游产业链上游

研学游产业的上游是资源提供方, 其构成复杂, 主体为高校、事业单位、研学基地和营地等。从中央到地方不断推出研学奖补相关政策, 加强顶层设计, 释放政策红利, 支持研学基地与营地建设, 形成高品质的研学供给。2017 年和 2018 年教育部分别公布了两批“中国中小学生学习实践教育基地、营地”, 截至 2020 年 12 月, 教育部已遴选 622 个中国中小学生学习实践教育基地和营地, 共开发了 6397 门研学实践课程和 7351 条精品线路。

中国研学游产业链上游

艾媒咨询
iiMedia Research2017-2018年教育部公布的中国中小学研学实践教育基地与营地数量
The number of national research and practice education bases and camps in primary and secondary schools announced by the Ministry of Education from 2017 to 2018

6397门研学实践课程



7351条精品线路

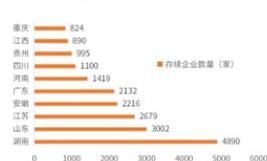
数据来源: 教育部官网, 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒新闻中心: report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc.

中国研学游产业链中游 (一)

研学游产业链中游为研学旅行企业, 负责承接上游的研学项目和开发具体研学游产品。iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 2023年中国研学游企业数量为29167家, 主要分布于华东、华中地区, 其中湖南省研学旅行企业数量在全国占比16.8%, 位居全国第一。在研学旅游产品方面, 名校参访、博物馆讲解、户外活动、亲近自然、科学探索、动物保护等是大多数研学企业开发的较为相似的主题。近年来各地旅行社也根据当地资源融合设置特色主题产品, 例如火箭熊猫亲子营、航天科普学生独立营等。

中国研学游产业链中游 (一)

艾媒咨询
iiMedia Research2023年中国研学旅行存续企业数量Top10地区
The top 10 regions in China in terms of the number of surviving enterprises in research travel in 2023研学游产品主题类型
Study Tour products theme types

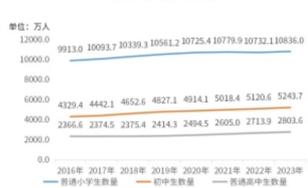
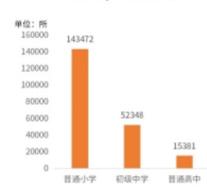
数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒新闻中心: report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc.

中国研学游产业链下游

数据显示, 2023年中国中小学生在校人数共约18883.3万人, 其中小学生约10836.0万人, 占比57.3%; 2023年中国中小学数量共211201所, 其中普通小学143472所, 占比67.9%。就大多数研学游项目来说, 培育服务好当地的中小学生群体是项目的核心, 从庞大的中小学校数量和在校学生数量来看, 研学游无疑是一个巨大的需求市场。

中国研学游产业链下游

艾媒咨询
iiMedia Research2016-2023年中国中小學生数量
Number of primary and secondary school students in China from 2016 to 20232023年中国中小學校数量
Number of nationwide primary and secondary schools in 2023

数据来源: 国家统计局, 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

艾媒新闻中心: report.iimedia.cn ©2024 iiMedia Research Inc.

第三章 中国研学游市场用户调研

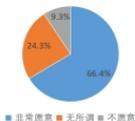
中国消费者参与研学游项目意愿调查

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 66.4%的受访用户表示非常愿意自己的孩子参加研学游, 9.3%的受访用户不愿意自己的孩子参加研学游项目。家长不愿孩子参加研学游活动的影响因素中, 孩子自身意愿不强占比29%, 家长对孩子安全问题的顾虑占比23%。艾媒咨询分析师认为, 随着研学游观念的进一步普及, 中国消费者为子女报名参加研学游项目的需求将持续增长。市场上研学游产品质量参差不齐, 消费者对于研学游产品服务与教学质量仍然存在一定的顾虑。

中国消费者参与研学游项目意愿调查



家长允许孩子参加研学游项目意愿调查
Parents are allowed to take part in the survey of their children's willingness to participate in the study tour



影响家长不让孩子参加研学游活动因素
Factors influencing parents' reluctance for their children to participate in research activities



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (StrawberryPie)
样本量: N=1200; 问卷: 青少年家长; 调研时间: 2024年7月
艾媒信息中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

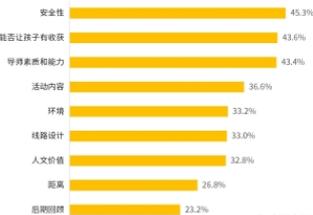
中国消费者选择研学游目的地主要考虑因素

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 受访用户选择研学游目的地主要考虑的因素有三点: 安全性、孩子自身收获、导师素质与能力。艾媒咨询分析师认为, 当前研学游行业尚处于初期发展阶段, 容易在前期的策划、筹备和安排等方面吸引消费者。随着行业的竞争以及消费者要求的提高, 更加完善的安全保障、有深度的研学游内容、更为高质量的研学游导师将成为消费者的首要考虑因素。

中国消费者选择研学游目的地主要考虑因素



消费者选择研学游目的地主要考虑因素
The main considerations for consumers to choose the location of the study tour project



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

注: 本图为多选题, 添加选项最大为100%。
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (StrawberryPie)
样本量: N=1200; 调研时间: 2024年7月
艾媒信息中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

中国消费者期望研学游项目类型

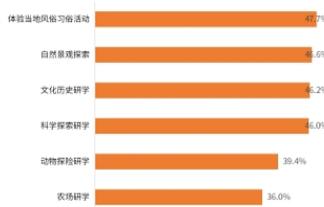
iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 受访用户最偏爱的项目类型为体验当地风俗习俗, 占比 47.7%; 自然景观探索、文化历史研学、科学探索研学也

是消费者关注的类型, 分别占比 46.6%、46.2%、46.0%。艾媒咨询分析师认为, 研学游市场竞争激烈, 产品种类丰富, 消费者对于各类研学项目的接受度较高。各地企业可根据地方特色制定研学游项目, 提升核心竞争力。

中国消费者期望研学游项目类型



消费者选择研学游项目类型
Consumers choose the type of study tour



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

注: 本图为多选题, 添加选项最大为100%。
样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (StrawberryPie)
样本量: N=1200; 调研时间: 2024年7月
艾媒信息中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

中国消费者参加研学游项目主要目的

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 28.7% 家长让孩子参加研学游项目是为了开阔视野, 体验多元文化。16.6% 的家长则是为了孩子能够享受自然, 体验生活。艾媒咨询分析师认为, 研学游作为一种提高个人综合素质、增长见识的有效教育形式越来越深入人心, 人们对于付费提升自我的接受度也越来越高, 未来研学游产品的教育内容和教育方法将成为行业各类主体的核心竞争力。

中国消费者参加研学游项目主要目的



家长让孩子参加研学游项目主要目的
The main purpose for parents to enroll their children in study tours.



数据来源: 艾媒数据中心 (data.iimedia.cn)

样本来源: 草莓派数据调查与计算系统 (StrawberryPie)
样本量: N=1200; 问卷: 青少年家长; 调研时间: 2024年7月
艾媒信息中心: report.iimedia.cn ©2024 iMedia Research Inc.

中国消费者认为研学游市场存在的问题

iiMedia Research (艾媒咨询) 数据显示, 36.9% 的消费者认为目前研学游项目内容形式单一, 孩子参加后没学到东西, 35.2% 的家长认为目前市场上的研学游资源匮乏。艾媒咨询分析师认为, 研学游行业正在跑马圈地式的发展阶段, 目前中国研学游行业企业主体类型丰富、数量多, 各种教学机构跨界进入行业的现象十分常见, 提供的研学游产品质量参差不齐, 相关监管与项目开发仍然存在提升空间。

第四章 中国研学游市场发展问题及未来趋势

中国研学游市场存在的问题 人才短缺

人才是制约行业发展的一个瓶颈因素, 业内不但缺少专业的研学指导老师, 研学旅行的理念构想、项目运营、产品设计、课程研发、营销推广、基(营)地运营管理等多个环节也体现出专业人才的匮乏。

产品力不足

当前研学游企业开发的产品同构化较为严重, 相互之间抄袭较多, 产品内容深度不够, 形式单一; 只游不学、学而不游、拍照打卡、虚假宣传等问题依然突出, 不能真正做到寓教于游、知行合一。

运营不规范

研学游行业准入门槛低, 存在定价规则模糊、项目层层外包、产品资质不齐、安全问题难以保证等问题; 研学项目涉及教育、文化、旅游、体育、市场监管等多个相关政府部门, 责任主体不明确, 监管不到位。

中国研学游市场未来趋势 产业链运营扁平化

一些本地研学、周边研学服务商正在不断提高产品开发、商业运营能力, 同时以专业技术、渠道合作、投资入股等方式延伸至产业上游的研学基地/营地的运营业务。艾媒咨询分析师认为, 随着研学游行业市场的成熟, 未来没有核心产品竞争力的研学企业将面临较大的淘汰风险, 整个产业的运营更趋于扁平化。相关企业需根据研学旅行未来趋势制定分众细化的特色研学项目应对市场挑战。

跨界企业融合

目前整个研学游产业, 尤其是上游和中游的参与者主要还是文化和旅游领域的运营商。随着人们消费水平的提高和对于研学游产品要求的提高, 同质化的研学旅行服务将越来越难以满足消费者需求。当前研学旅行的理念不断深化, 诸如科技、制造、能源、互联网等领域的佼佼者也已进入这个庞大的市场, 逐步拓展行业边界, 开发出丰富多样的跨界融合研学产品。

ChatGPT との共棲的關係が日常生活に及ぼす影響 与 ChatGPT 的共生关系如何影响人类的日常生活?

27

摘要: 人们将对话系统视为真实人物, 并产生依赖是一个问题。近年来, 随着人工智能的快速发展, 融合了人工智能的聊天机器人实现了“更接近人类”的互动, 这引发了人们对这种依赖的担忧。然而, 与这些聊天机器人进行密切对话存在哪些缺点? 这种互动是否有可能给我们的生活带来积极的变化? 在这项研究中, 作者与 ChatGPT “亲密相处”了很长一段时间, 并通过频繁的日常互动, 记录了它在动机、态度和生活节奏、个性以及对 ChatGPT 的认知等生活各个方面的影响和变化。作者基于自身的经历, 记录并讨论了它的体验。

デジタル時代における UGC とアニメ産業の 在り方に関する一考察 数字化时代用户生成的内容与动漫产业关系的探讨

28

摘要: 目前, 社会整体正在快速推进数字化。与此相伴随的是, 在社交网站等平台上, 由用户生成的内容(UGC)急剧增加。其中一些 UGC 以动漫为素材, 这些内容有可能带来动漫的推广效果和变现效果。然而, 在 UGC 中, 也存在一些损害内容品位或给权利人造成损失的情况。因此, 在概述 UGC 和日本动漫产业现状的同时, 我们调查了双方构建良好关系的讨论课题及相关举措。结果表明, 尽管伴随 UGC 创作的法律 responsibility 以及与动漫相关的复杂权利结构等问题依然存在, 但平台方、企业、权利人、用户以及国家的相关举措正在推进。在此基础上, 我们分析了这些举措是否有助于 UGC 与动漫产业构建良好关系的可能性, 结果显示出这种可能性确实存在。

Can ChatGPT improve investment decisions? From a portfolio management perspective 从投资组合管理的角度看 ChatGPT 是否能 改善投资决策

29

摘要: 我们研究了著名的大型语言模型(LLM)ChatGPT在支持投资组合管理方面的作用,重点是通过定量方法进行资产选择和多样化。使用 ChatGPT 从各种资产类别中选择资产,并评估其选择的多样化效果。研究结果表明,ChatGPT 的选择在多样性指数方面明显优于随机选择的资产。我们还根据 ChatGPT 的选择构建了投资组合,发现它们的表现优于基于随机选择的资产构建的投资组合。总的来说,我们的研究有助于更好地理解像 ChatGPT 这样的大型语言模型作为投资组合经理的潜在助理作用。

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 常天琪 张媛媛

版式设计指导教师：任 旭

版式设计：孙雯 罗家奕