

《黑神话：悟空》为何能“一个筋斗十万八千里”

首款国产3A大作获2024TGA最佳动作游戏和“玩家之声”两项大奖

■本报记者 宣晶

把古老神话与先进科技融入游戏中，让中华文化在世界范围内得到更广泛的认可。昨天，被誉为“游戏界奥斯卡”的2024TGA(The Game Awards)颁奖典礼在美国洛杉矶举行，首款国产3A大作《黑神话：悟空》获年度最佳动作游戏和“玩家之声”两项大奖。虽然惜败于年度最佳大奖，但现场乐队中一记喷响高音响起，无数网友打出弹幕“瞬间泪目”“全体起立”……自今年8月20日这一现象级单机游戏“横空出世”，截至目前在Steam平台上的销售量突破2300万，总收入超过10亿美元，仿佛“一个筋斗十万八千里”，超越了众多海外同类大型游戏。

今年，中国游戏企业不断创新与拓展，推出以《黑神话：悟空》为代表的多款优质游戏，使自主研发海外收入出现较大增幅。据最新发布的《2024年中国游戏出海研究报告》统计，2024年中国自主研发游戏在海外市场的实际销售收入为185.57亿美元，同比增长13.39%。国产游戏如何破题“全球化”，在激烈的国际竞争中取得更大的优势？中国音像与数字出版协会常务副理事长兼秘书长敖然认为，中国游戏产业要以文化为核心，构建起全球领先的工业化能力，不仅能够“走出去”，也要“走进去”“走上去”。

从2020年8月20日首次发布预告片，直至2024年8月20日正式发售，《黑神话：悟空》始终备受海内外关注。发售仅三天，该作的全平台销量就超过了1000万套；一路行来更获奖无数，日前还入选了《时代》杂志评出的“2024年度最佳电子游戏”。《时代》称其创造了历史，“拥有今年最好的艺术设计，森林葱郁，庙宇森严，群岚巍峨，华丽而细腻”。

神通广大的“猴儿”为何令海外玩家着迷？厚重的传统文化，就是它手中一万三千五百斤的“金箍棒”。《黑神话：悟空》不仅有着比肩国际水准的游戏品质，更在于它背后所展现出深层次的文化感染力。游戏的角色设计、场景构建、故事情节等充分汲取中国传统文化的精髓。在《黑神话：悟空》中，玩家可以探访悠久的历史古迹，欣赏海量的传世文物瑰宝，感受瑰丽的东方神话世界。“游戏对中国人文自然景观的全

面展示和对中国文化的生动描述，堪称是一场海外华文教育的‘文化盛宴’。”敖然说。

架起“筋斗云” 构建全球领先的工业化能力

近年来，中国游戏的全球影响力越来越凸显。谈及总量，2023年中国游戏市场规模为3029.64亿元，占全球市场的比重超22.6%；在全球增长停滞的背景下，我国同比增长了14.22%。比拼质量的话，进入2024TGA“玩家之声”奖项“决赛圈”的5款游戏，绝大部分来自中国，分别是《黑神话：悟空》《绝区零》《鸣潮》《原神》——这代表了全球玩家的选择。

中国游戏出海整体态势稳中向好，同时也面临着挑战：全球政治与经济波动、文化差异过大、法律法规和政策限制是游戏企业开展海外业务的最主要难点。不断变化的市场环境，孕育着新的机遇。“目前，我们已经超越了单

一出口阶段，初步进入整合当地研发资源、直接服务当地市场的本土化阶段。”据中国贸促会研究院国际贸易研究部主任、研究员周晋竹介绍，未来中国游戏产业将发展到在全球范围内配置生产要素，整合全球研发、生产、营销资源的高级阶段，从而在国际分工体系中占据核心地位，建立起以我为主、由我主导的全球价值链。

值得关注的是，从立项到问世的过程中，《黑神话：悟空》制作团队引入全景3D扫描、动作捕捉等“黑科技”，甚至耗费大量精力完成了虚幻引擎的迁移升级。依托新技术的发展与迭代，它方能架起“筋斗云”，在视觉画面、渲染效果等方面加速赶超海外同类大型游戏。敖然指出，中国游戏在引擎、建模与渲染等核心技术上尚存在积累不足的问题，“我们要高度重视前沿技术演进，坚定地夯实基础、筑牢根基，并‘久久为功’进行持久攻关，构建起全球领先的工业化能力”。



自今年8月20日《黑神话：悟空》“横空出世”，截至目前在Steam平台上的销售量突破2300万，总收入超过10亿美元，仿佛“一个筋斗十万八千里”，超越了众多海外同类大型游戏。

抡起“金箍棒” 东方神话在世界舞台绽放光彩

TGA由索尼、微软、任天堂等知名游戏公司于2014年创办，是目前全球游戏行业公认最具影响力的奖项。今年，“游戏科学”开发制作的《黑神话：悟空》获评两项大奖，还入围年度游戏、最佳艺术指导、最佳游戏指导等多个奖项提名。颁奖典礼上，游戏策划负责人江柏村坦言，是每一位玩家的支持才让这个关于勇气和智慧的东方神话得以在世界舞台绽放光彩。同时，他幽默地表示：“感谢主办方没有在我上台过程中设置‘空气墙’（游戏术语，意为‘无形的阻碍’）。”

观众席

三条老传统，一把好“谷子”

胡晓军

剧院外，是新建的现代化楼宇；剧院内，是传统的古典式设计，尤其舞台美术按故宫环境打造，演出格局仿宫廷形制，令人产生不同于一般镜框式舞台，更不同于街巷勾栏、亭台家班的官廷戏的既视感。日前在北海滨友邦大剧院上演的《太和正音——故宫昆曲萃集》（第一季），就是这样一台“从传统出发、到当代中来”的作品。

这是上海昆剧团与故宫博物院开展文旅结合、跨界融合的戏剧作品和文化产品，意图十分明显——通过驻场演出、系列演出，激活传统文化IP，营造当代“谷子（Goods）效应”。《太和正音》将“三条老

传统”加以集成——故宫物质遗产的“文物活化”、中华民族的物质和非物质文化遗产的“活化”和世界非物质文化遗产的“昆曲活化”。通过叠加表达、融汇展示，不刻意、不勉强、不卖弄、不张扬地体现为“一把好谷子”，体现出更高的文化自信。

《太和正音》的创新之意主要体现在对折子戏的当代表现力上。《太和正音》对折子戏的形制有创新，其打造新时代昆曲折子戏的意图已有显露。从舞美虚实处理看，实体布景依旧空灵，虚拟布景则内容多、变化缓，加上灯光变化、烟幕烘托、服装靓丽，呈现了传统折子戏所没有的“复古而不老

旧”的审美效能，方便当代观众产生代入感。从演出内容处理看，把传统折子戏演出重技艺术表现力、轻内在文史性，转为两者并重，并使技艺性为文史性服务。这应该是新时代戏曲折子戏的创演趋势和方向。最重要的是，《太和正音》并不因其折子戏的素材而放弃了对整体戏剧的追求，尽管还有些不理想之处，但主创把每个折子戏乃至整台演出作为整体戏剧来对待——当然，这对观众也有审美要求。

或许，我们不妨把《太和正音》视作继承、弘扬海派戏曲老传统的一把好“谷子”。上世纪海派戏曲在兼收并蓄的基础上

发挥创造，在收获巨大成就的过程中，也经历了拼贴、粗滥的作品乃至不中不西、不伦不类的现象，在去芜存菁、优胜劣汰上的时间成本很长，原因十分复杂。新时代以来，上海戏曲一方面继承老海派传统，一方面探索新海派规律，基本避免了大量走弯路、大批出劣作的情形。究其原因，也很多样，诸如戏曲人政治经济地位的抬升、艺术经验的积累、文化自信的增强，还有科学调研论证、精准实验探索，从而将传统文化的底线意识与时尚文化的创新思维相结合，大大提升了效率和成功率。

（作者为上海市文艺评论家协会副主席）

年度十大网络流行语、十大网络用语榜单及年度弹幕相继揭晓

为什么这些词成了互联网“嘴替”



上海《语言文字周报》编辑部发布2024年度十大网络流行语，“偷感(很重)”“班味”“古希腊掌管XX的神”“红温”等上榜。（主办方供图）

■本报记者 许畅

临近岁末，流行语盘点纷纷出炉。12月12日，出自上海和北京的两个榜单不约而同发布——《语言文字周报》编辑部公布2024年度十大网络流行语，国家语言资源监测与研究中心发布2024年度十大网络用语。“（就这么）水灵灵地XX”“松弛感”等上榜，而“city不city”“班味”等多次刷榜。

“年度热门词语评选为人津津乐道，因为在一定程度上反映大众共同关心的议题，包括物质精神文化，深入吃穿住行等细节、思想心理等层面，折射出丰富的时代表情。”上海师范大学人文学院教授、汉语言文字学博士点学科负责人宗守云在接受记者采访时谈到，有的流行语持续一段时间，有的可能长期存在，也有的昙花一现“速朽”，但其中不少热词往往展现出互联网时代大众极强的语言创造力，迸发出Z世代在网络社交场景中的特定活力，具有强烈的时代感。

不过也有读者留言表示，“自己可能会避免使用流行语，更看重语言行文的规范性”，这从一个侧面代表了部分受众对网络流行语的审慎态度。

流行语背后的“流量密码”

“网络流行语被称为‘时代的标签’，年度的纪念邮票”，是社会文化生活的镜像和缩影，也是观察大众生活和语言发展的独特视角。”《语言文字周报》执行主编林成透露，本着“语言的使用者决定语言的流行度”原则，整个网络海选阶段参与读者达2万人次，编辑部结合推荐频次、创造性和语用价值等

因素，观察真实鲜活的语言生活，从中遴选出33个词条进入候选，最终诞生出堪称互联网“嘴替”的十大热词，包括“那咋了”“（就这么）水灵灵地XX”“古希腊掌管XX的神”等等。

有些博主或UP主善于捕捉并总结某一群体、某类人共同的想法，且能言简意赅表达出来，引发大众情绪共鸣，成了高流通的“流量密码”。

比如，“偷感(很重)”广泛流行于各网络平台，最初形容一个人做事拘谨、小心翼翼的状态，重点表达行为人在主观上不愿受到他人过多关注、害怕别人误会的心理。在这个词的应用语境中，“偷”并非贬义词，更多用以描述人在某些情境中的行为状态。心理学家分析，有时人在进行某种活动时，可能因环境陌生、多人围观及行为不熟练等因素而感到不安，小心翼翼可以帮助人们专注于行为本身，享受像“透明人”一样默默做事才能带来的安全感。

不少流行语具备反常规、反规则、注重个性表达的特点。如“搞抽象”源于某游戏主播口头禅：“真是太抽象了！”使用者倾向于用荒诞戏谑、非线性方式来表达情绪或信息，有效释放缓解压力、促进社交破冰。

某种程度上，网络流行语往往滋生短视频、游戏等网感土壤中，继而更广泛应用于大众汉语生态。比如，“红温”最早来源于游戏角色“兰博”，其角色技能导致机体过热后会进入“红温”状态。后来这个词逐渐破圈，用于形容因情绪激动面部升温变红的状态。“红温”比“脸红”更加委婉，不同于“跳脚”“急了”“破防”等隐含主观评价色彩的词语，它相对中立客观，使得人们的评价和交流更加顺畅。

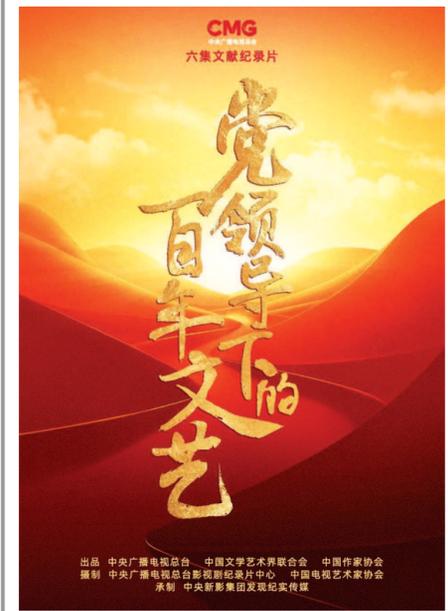
见证年轻人表达方式迭代

作为年度“汉语盘点”活动中尤具网络特色的组成部分，2024年度十大网络用语是基于国家语言资源监测语料库中的网络媒体部分，采用“智能信息处理技术结合领域专家意见及相关站点收录情况”方式获得。监测语料库涵盖了视频弹幕、网络新闻等多种媒体形式的语言资源，发布所分析语料规模超80亿字符。

这些用语成为网络社交的醒目沟通标签，见证了年轻人个性化表达方式的迭代，也可一窥当下社会亮点热点。《黑神话：悟空》火爆展示了中国原创3A游戏研发实力，传递中华传统文化独特魅力，让人不由赞叹“偏偏你最争气”；外国人争相来中国打卡体验，看看“city不city”，中国游(China Travel)的“含金量还在上升”。在快节奏现代社会中，“浓人淡人”都应学会自我调整，用“松弛感”冲淡紧张疲惫的“班味”，成为自己工作和生活的“主理人”。

无论昙花一现或历久弥新，年度流行语恰是反映时代变迁的鲜活注脚，予人启发。“city不city”因外国博主的语调独特、魔性洗脑而快速走红网络，实际上是名词作形容词的用法，在高频使用中衍生出“现代化、进步、洋气、新颖”等意义，成为朗朗上口的热词。

前不久，哔哩哔哩与中国文物交流中心、中国文字博物馆联合发布2024年度弹幕——“接”。这个字常指代迎接美好的事物，如入职、表白成功、取得成绩时，用户会纷纷发出“接”字弹幕，沾沾好运，2024年全站累计发送“接”超576万次。不难发现，在社交平台分享美好故事或时刻，传递对理想生活的向往期待，已经成为当下的“情绪刚需”。



纪录片《党领导下的百年文艺》分为《民族号角》《百花齐放》《东方风来》《时代召唤》《人民期待》《新的使命》六个篇章。

六集文献纪录片《党领导下的百年文艺》CCTV-9播出

本报讯（见习记者孙彦扬）《赤潮曲》的古筝乐声从青年古筝演奏家任浩的指下奔涌而出，瞿秋白的侄孙女瞿虹在一旁静静欣赏。1923年，中国共产党早期主要领导人之一瞿秋白创作出《赤潮曲》，笔下纵横的是马克思主义在中国广泛传播的磅礴气势。而今天，用民族乐器还原百年前的文艺创作，是一次特殊的纪念。乐声中，重温人民文艺百年足迹的六集文献纪录片《党领导下的百年文艺》在总台央视纪录频道(CCTV-9)播出。

纪录片《党领导下的百年文艺》通过《民族号角》《百花齐放》《东方风来》《时代召唤》《人民期待》《新的使命》六个篇章，深情讲述中国共产党从成立之日起就把建设民族的科学的大众的中华民族新文化作为自己的使命，积极推动文化建设和文艺繁荣发展波澜壮阔的历程。纪录片由中央广播电视总台、中国文学艺术界联合会、中国作家协会联合出品，总台影视剧纪录片中心、中国电视艺术家协会联合摄制。

文艺事业是党和人民的重要事业，文艺战线是党和人民的重要战线。重温人民文艺百年足迹，凝聚推进社会主义文化强国建设的磅礴力量。一百多年来，党领导的文艺战线不断探索、实践，走出了一条以马克思主义为指导、符合中国国情和文化传统、高扬人民性的文艺发展道路。

在新民主主义革命时期，文艺在党的领导下始终激励着受压迫受压迫的劳苦大众浴血奋战、百折不挠。新中国成立后，中国共产党领导下的文化建设以崭新的面貌出现在人民大众面前。在社会主义革命和建设时期，“双百”方针成为社会主义文艺的指导方针，涌现出大量文艺精品佳作，这些作品以崭新的内容和民族的形式，开创了中国文艺的新局面，受到人民群众广泛而热烈的欢迎，成为新中国文化建设出现高潮的重要标志，激励站起来的中国人民自力更生、发愤图强。在改革开放和社会主义现代化建设新时期，我国文艺事业在党的领导下发生历史性重大变化，文艺创作更加积极活跃，名篇佳作不断涌现，呈现出百花竞放、异彩纷呈的生动局面。

如何呈现新时代中国文艺百花园的气象万千与硕果累累？纪录片全景式回顾了2014年文艺工作座谈会召开以来，新时代文艺无愧于时代的召唤，无愧于党和人民的期待的历程，讲述文艺事业锚定新时代历史方位，呈现新气象、开创新局面，展现出昂扬自信的时代风貌。影片坚持纪实影像与人物访谈、实地探访相结合的手法，立体化呈现党领导下的百年文艺发展历程，引领观众一道去触摸历史的温度，感受百年文艺的不朽魅力。这也启迪着广大文艺工作者，在党的领导下，始终支持与时代同步伐，与人民同呼吸、共命运、心连心，用丰富多元的文艺形式不断迈向新的高峰。

体彩公报 七乐彩第24143期公告

中奖号码: 2 8 7 1 2 9 + 4	一等奖	0	0元
排列3第24334期公告	二等奖	17	31883元
中奖号码: 7 4 6	三等奖	29	3000元
直选每注奖金1040元	四等奖	1665	500元
组选3每注奖金346元	五等奖	27015	30元
组选6每注奖金173元	六等奖	1004786	5元
排列5第24334期公告	一等奖基金累积数:		
中奖号码: 7 4 6 8 1		268980734.39元	
每注奖金10000元			