



推进全民阅读 建设学习大国

蒋建国



动漫发展更良性

本报记者 沈则瑾

这个盛夏,第十届中国国际动漫游戏博览会在上海世博展览馆落幕。今年,这个中国动漫游戏产业最重要的展会迎来第一个10年,这10年也是中国原创动漫快速发展的10年。最新数据显示,2010年至2013年,我国动漫产业产值平均增速24%以上。

回归理性

10年间,中国动漫游戏产业从被误解为低幼的、小众的,到被正确解读为以创意为核心、向全年龄段发展的主流文化。

杭州玄机科技信息技术有限公司总经理沈乐平说,“10年间,观众逐渐认识到中国原创作品也有很多潜力品质,开始接受原创,中国原创动漫产业已进入一个更良性循环发展阶段”。

跨界合作刚刚开始,新媒体又瞬间袭来。在上海东方汇文国际文化服务贸易有限公司董事长任义彪看来,多的不仅仅是一块屏,而是一个资源更加丰富的通路,“新兴产业对动漫产业来说,是一个利好的趋势和方向,可以引进一些龙头企业,带动国内产业的提升与发展。”

中国传媒大学动画学院讲师薛燕平则愿意看到动漫产业从“疯狂”的状态慢慢回归理性。他说,“分数开始下滑,学生报名人数锐减。如果经过冷静思考,学生还选这个专业,投资方还愿意投入动画领域,那应该比过去更靠谱一些,我觉得这是个好事儿”。

提升原创

广西师范大学学生俞家模带着手机软件“舞蹈圈”参加“2014年全国大学生移动应用创新大赛”,被赞为“最受欢迎的专业舞蹈资讯社交APP”。他说,自己的项目推进过程中虽有好的创意,却遭遇创业初期高额成本压力的种种艰辛。

中广游网络科技(苏州)有限公司总经理董浩将游戏开发者称为“弱势群体”。“对整个行业来说,CP(内容提供商)是最没有安全感的环节,大家想的是怎么生存,在创意上不太敢去冒险。”

上海乾丞数字科技有限公司投资总监郭怡辰认为,不能一味指责开发者,应当呼吁所有游戏产业链上的从业者,给这些游戏开发团队带来一些切实帮助。这家公司将为创新大赛获奖团队提供100万元的天使投资资金。

10年腾飞,10年辉煌。中国动漫游戏产业正在为原创的“发动机”注满正能量,开启从“动漫大国”到“动漫强国”的新航程。动漫游戏的创作者常说,请给中国动漫游戏一点点时间、一点点耐心。这个圈子的人很努力又很宅,作品的水平也在不断提高,但他们不太善于表达和推广。希望大家一起努力,中国动漫游戏产业终有强大的一天。



7月31日,在“2014蓝星国际夏令营”活动中,外国营员在教中国营员唱英文歌。本届夏令营共有来自全球11个国家的950名儿童参加。 本报记者 翟天雪摄



2014年上海自贸区境外新版图书展近日在外高桥保税区国家对外文化贸易基地举行。首次举行的“境内关外”国际图书集中展出,共推出了15000多册2012年至2014年出版的外文图书。 沈则瑾摄

本版编辑 余 颖

习近平总书记强调指出,中国要永远做一个学习大国。阅读,是学习的基本方式和基本方法。一个学习大国,必然是一个崇尚阅读的国家。换言之,建设学习大国必然要求建设阅读大国,要求全民人人养成阅读习惯,使阅读成为人们的自觉责任、精神追求和生活方式,成为提高公民思想道德素质、科学文化素质的强大动力。

阅读可以获取知识经验。通过阅读学习前人,是人类传承知识最基本、最重要、最有效的途径。在当今时代,我们每个人都善于通过阅读学习千百年来人类思想知识的精华,站在巨人的肩膀上前行,使自己不断成长、努力成才、走向成功。

阅读可以历练人格修养。优秀的书籍,能够帮助我们开拓视野、豁达心胸、洞晓事

理、激浊扬清。在当今时代,我们每个人都善于通过阅读明辨是非荣辱,分清善恶美丑,塑造科学精神,培育爱国意识,砥砺奋进意志,开阔磊落胸怀,践行社会主义核心价值观,共同营造崇德向善的时代风尚。

阅读可以增强本领技能。阅读的过程,就是一个把知识转化为生活本领技能的过程。湖北襄阳农村妇女周春兰,从捡破烂的那里得到一本《骆驼祥子》,由此萌生了对阅读的兴趣,并一步步走上文学创作之路,出版了长篇小说《折不断的炊烟》,成为湖北省文学院签约作家。在当今时代,我们每个人都善于通过阅读不断增强生活本领技能,在管理好自身、照顾好家庭的同时,尽可能服务于社会、贡献于国家。

阅读可以提高学习能力。联合国教科

文组织预言,未来的文盲,不再是不识字的人,而是没有学会怎样学习的人。在当今时代,我们每个人都通过阅读掌握学习方法,提高学习能力,用以立其德、建其功,实现人生的自我超越。

党和政府高度重视全民阅读活动,并将此作为一项国家战略,写入了党的十八大报告,写进了政府工作报告,在全国上下掀起全民阅读热潮。当前,我们正致力于推进全民阅读立法,制定国家全民阅读中长期规划,建立全民阅读工作统筹协调机制,设立国家全民阅读基金,将全民阅读纳入国民经济和社会发展规划并加强财政保障;正致力于保障青少年阅读权利,加大对特殊群体和困难群体的阅读帮扶,推动“书香家庭”建设,办好读书季、读书月、读书周、读书节等

各项“书香中国”活动;正致力于加强对出版产品创作生产的引导,充分发挥国家出版基金、民文出版专项资金等的导向作用,精心策划一批体现国家意志、代表国家水平、凝聚当代中国各个领域创新成果的标志性出版项目,催生更多精品力作。通过上述工作,为建设学习大国奠定坚实的基础。

建设学习大国,出版人任重道远。希望广大出版工作者持之以恒为人民出好书,坚持不懈倡导人们“爱读书”,始终如一服务人们“读好书”,润物无声引导人们“善读书”,让阅读的力量不断积蓄和持续迸发,以众人“积跬步”,成国家“致千里”,推动中华民族伟大复兴的中国梦梦想成真!

(本文摘自作者在第七届读者大会上的致辞)

第二十四届全国图书交易博览会日前在贵州举办,不仅展示了近年来出版改革的重要成果,更成为倡导全民阅读的重要载体——

行业盛会 阅读天堂

本报记者 李 丹

800余家单位参展,170余项活动轮番登场,7万余种新书与读者见面……

本届书博会不仅是一次图书展销盛会,更是一场文化产业的盛宴;不仅是单纯的图书交易活动,更是出版业转型升级的重要推手。

呈现业界亮点

“对于编辑和发行人员而言,书博会是一个对比和了解图书的最好时机。”重庆出版集团发行公司华北销售中心经理王国玉表示,作为我国出版行业3大展会之一的书博会,既是出版单位新书、重点书、畅销书的集中展示平台,更是出版从业者近距离相互学习借鉴的交流平台。各家出版社也亮出自己的新产品,尽可能扩大自己的影响力。

作为中国出版业“国家队”的中国出版集团率所属20多家出版企业集体参展,他们带来的新书引人瞩目:三联书店带来了著名作家王蒙的新作《与庄共舞:人生的自救之道》,人民文学出版社推出杨绛先生的《洗澡之后》,商务印书馆则带来了《好莱坞:电影与意识形态》。

本次书博会的举办地位于多民族聚居的贵州省,充满民族特色的出版物和展台最吸引观众的目光。在中国地图出版集团的展位前,两位贵州绣娘就为展览增色不少。中国地图出版集团总经理倪庆华介绍,他们特地邀请了两位绣娘,将贵阳城古地图用扎染和刺绣的方式呈现在读者面前,受到好评。

相较去年,今年书博会的参展新书数量略微下降。业内人士分析,这较好地契合了近两年国内出版业平稳发展的总体趋势,反映出国内出版单位在保证一定规模新书品种的同时,正在努力适应市场需求,进一步优化产品结构,注重图书品质。新书品种正在由粗放式的增长向精细化增长转变。

助力转型升级

在接力出版社展台前,放着一组名为“香蕉火箭科学图画书”的系列儿童绘本。书里的“宇宙飞船”可以在书页间腾空而起,“霸王龙”和“三角龙”在读者眼前激烈搏斗。通过手机下载“香蕉火箭AR”应用程序,再扫描相应的图画,书上原本平面的二维图画都能以三维立体动画的形式展现在读者眼前。

接力出版社有限公司推广调研部主任马婕介绍说,这套图书能从二维变三维,主要依靠AR技术,也就是增强现实技术,使用者在看到周围真实环境的同时,还可以看到计算机产生的增强信息。

书博会期间,中国全民阅读移动书库也正式上线。读者通过手机和平板电脑下载“中国全民阅读移动书库”应用程序,

每月5元钱,就可以随时随地阅读数字化图书和期刊。“全民阅读移动书库将引导全民参与移动数字书屋,对营造全社会崇尚阅读的浓厚氛围具有十分重要的意义。”中国新闻出版传媒集团总经理李忠表示。

记者在采访中发现,传统出版的转型升级已成为出版业界的广泛共识,新创意的提出、新技术的应用,将成为传统出版业再次腾飞的翅膀。金融业也瞄准了出版业的转型发展。在新闻出版项目金融推介会上,二十一世纪中国儿童阅读推广云平台、众书网——国际按需出版数字传播平台、开放式职业技术教育云服务平台等一系列项目,得到了来自银行业界嘉宾的认可。

享受阅读乐趣

从2006年起,全国书市更名为全国图书交易博览会。这不单是名字的更改,更呈现其承担全民阅读的重要意义。经过近10年的发展,全民阅读已融入书博会的点滴。今年的书博会上,全民阅读概念也从不同的角度得以呈现。

走进展馆,参展观众或站在展架前,或坐在台阶上、地上捧书阅读,有读者甚至怀抱熟睡的婴儿静静阅读。临近散场时,在工作人员的反复催促下,许多观众才拎起一摞摞采购的图书满意而归。贵州师范大学退休教师杨老师为了多买几本书,甚至拖来了行李箱。

为了给市民们创造一个接触优秀图书的平台,今年的书博会不仅将精品展设在展馆最显要的位置,还规定图书不套塑

封、开架摆放,参展观众可以自由取阅。

除了学术研讨、产业论坛、新书签售、名家讲坛等传统活动外,今年书博会一系列以读者为主的活动更是深受欢迎。“书博大篷车·多彩贵州行”走遍贵州大地,将优秀图书送至多个少数民族村寨;“读书人物”评选活动发掘普通农民、农家书屋管理员、快递员等老百姓身边的读书榜样;韬奋基金会还组织了全国220余家出版发行单位,向贵州省捐赠各类价值1260多万元的图书码洋。

“展会上集中的数十万种图书,大大丰富了人们的阅读生活。”全国人大教科文卫委员会主任柳斌杰对出版业提出了要求,“要多出好书、多出高品质的书,为读者留下更好的精神享受”。

去年我国原创游戏占到总量的95.1%,稳稳占据市场主导地位。而中国文化也从起初的噱头,变成了游戏中真正的要素——

传统文化“代言”网游

本报记者 李治国

“充满活力”,这是对中国互动娱乐产业的最好描述。新出炉的《2014年1至6月中国游戏产业报告》显示,今年1至6月,我国游戏市场实际销售收入达到496.2亿元,同比增长46.4%。

传统文化给灵感

曾经是舶来品的网游,正在致力于挖掘传统文化的优秀基因。

一个多月前,成立不过5年的上海游族网络成功上市,成为主板第一游戏股。公司董事长CEO林奇表示,游族现在在海外月收入达1000万美元左右。“相信随着中国文化品牌的全球普及,我们将创作出越来越多文化与科技结合的产品,并输往全球。”

在不少业内人士看来,挖掘传统文化基

因和推动国产游戏“走出去”是一个硬币的两面。完美世界(北京)网络技术有限公司CEO萧泓说,“我们推出了《神雕侠侣》这样的产品。今后,我们准备继续挖掘传统文化的精粹,把我们的作品推广到世界各个角落”。

“越来越多承载中华文化元素的国产游戏进入美国、俄罗斯、日本等海外市场。”上海市新闻出版局副局长祝君波表示,依托中国文化基因,中国的互动娱乐产业正在布局海外市场和家庭游戏市场。随着我国企业收购海外创作和运营团队,国产游戏不仅实现了版权输出,而且实现了服务输出。

从10多年前运营海外游戏,引入“网游”概念,到去年全年原创游戏占到总量的95.1%,原创游戏如今已稳稳占据市场主导地位。而中国文化也从一开始的噱头,变成了游戏中真正的要素;去年入选全国游戏十

强“最受欢迎游戏”的《大侠传》、《仙侠世界》、《零世界》等多款游戏,其主要创作蓝本正是中国传统故事。

模式创新是方向

今天的中国游戏产业,不差钱、不差技术,缺的是好创意、好策划,缺的是精品;今天的中国游戏企业,还必须从依赖一款游戏单打一向多元化均衡发展。在刚刚落幕的第十二届中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)上,呼唤精品、呼唤转型成为业界“大佬”们的共识。

“一款精品胜过一百款普通产品。”巨人网络科技有限公司董事兼首席执行官刘伟说,“今年我们的目标是做出有《征途》级别影响力的手机游戏。”

“我们将成立一个总规模达到20亿元的基金,围绕电视剧和电影做游戏开发,打造十来个大的‘IP’。”林奇说。所谓“IP”,就是自主知识产权形象,它是撬动互动娱乐产业线上线下互动的重要砝码,也是开发新品、营造企业模式的重要支点。创造出有文化个性的“IP”,就等于掌握了产业链的源头。就像电影《钢铁侠》的制作方可以随时炒掉知名演员小罗伯特·唐尼一样,当“IP”渗透进入电影观众、游戏玩家、网络用户的消费之后,游戏规则由“IP”的拥有者说了算,不再受制于其他人。

奇虎360科技有限公司高级副总裁陈杰也表示,“对于游戏厂商来说,游戏的品质和IP是最重要的,而对于平台来说,服务和运营的水平则是第一位的。我相信,大家紧密合作才能够创造更多的奇迹”。