

移动改变阅读

本报实习记者 孙正刚

9月23日,中国移动手机阅读高峰论坛在杭州举行。浙江省委常委、新闻出版总署原副署长、中国编辑学会会长桂晓风、中国移动副总裁鲁向东等出席会议。这是中国手机阅读产业的一次盛会,30余家出版社、多家互联网原创文学网站、移动阅读终端供应商代表和多名作家参加了论坛。论坛期间,还举行了“全民手机阅读基地”授牌仪式和手机阅读十大内容合作伙伴签约仪式。

随时、随地、随身阅读:文化产业新机遇

“阅读是刚性需求吗?和吃饭、住房比,似乎不是。但其实它就是硬性的需求,只不过我们平时有各种阅读的选择,很难意识到这一点。”江南忆起了以前在留美留学难以读到中文作品的往事。这位想象力丰富的奇幻作家恐怕不曾料到,没过多久,技术的进步就使人可以方便地阅读到几乎无限量的作品。

近年来,我国传统出版业增长日渐缓慢,数字出版业则异军突起,据新闻出版总署预测,今年数字出版业产值将超过750亿元,首次超过传统出版业。而在数字化阅读中,手机(移动终端)阅读又是一种正在升起的新星。黄坤明指出,手机阅读以新的渠道和方式进行文化传播,使随时随地、随身阅读成为可能,将大大推进信息化时代的全民阅读、大众阅读。

事实上,国内早已有数家公司推出了手持阅读器产品,一些原创文学网站也对移动阅读颇有兴趣,然而产业链尚未真正形成。某文学网站负责人表示,此前也有阅读器厂商前来洽谈合作,但他们担心其

用户群太小,难以获得利润,唯有中国移动这样拥有庞大用户群的通信运营商,才能够把内容提供方和设备提供商联结到一起。桂晓风则以音乐产业作了类比:中国传统唱片业年产值仅10多亿元,而中国移动一家的无线音乐产值就高达188亿元,手机的大众性和普及性也将使中国移动能够在数字出版业中发挥关键作用。

两条腿走路:碎片阅读与深度阅读

在这次论坛上,手机阅读被分为两个层次,即以手机平台的碎片阅读和适合高端用户的、以3G阅读终端为平台的深度阅读。

在现代社会,白领和学生有大量的交通、工间、课间碎片时间,不适合传统或在线阅读;为数更多的进城务工人员则没有阅读的条件。这两类人群在中国移动的1亿多WAP用户中占了相当比例,手机阅读无疑将成为他们打发无聊或闲散时光的最佳选择。据移动浙江公司副总经理杨剑宇透露,约有33%的移动用户愿意尝试手机阅读,在手机上网用户中这一比例则高达95%,其中又有70%以上愿意付费阅读。此种阅读方式普及率高、门槛低,易推广、易操作,容易形成用户规模。2009年6月手机阅读WAP和客

户端产品开始在浙江试用,目前用户已近200万。

而G3阅读器则是创新产品形态、打造无缝阅读体验的突破点,它可以满足深度阅读需求。此类手持阅读终端采用Eink和电子纸技术,其不可替代的优点是给人的视觉体验与纸张几乎毫无二致,性也将使中国移动能够在数字出版业中发挥关键作用。目前中国移动一家的无线音乐产值就高达188亿元,手机的大众性和普及性也将使中国移动能够在数字出版业中发挥关键作用。目前中国移动一家的无线音乐产值就高达188亿元,手机的大众性和普及性也将使中国移动能够在数字出版业中发挥关键作用。

版权保护不成问题

多名与会者在论坛上表达了自己对于盗版的担忧。作家出版社社长何建明希望手机阅读产业不能“像网络一样乱”;盛大文学的侯小强透露,其旗下的前15名热门作品,网上盗版平均为800万处,如每处点击数为20次,将损失了上亿元的潜在产值。更多的与会者则关心这样一个问题:

探索自己的路

此次论坛上,与会的内容提供方(作家、出版社和原创网站)普遍比较关心的一个问题,是手机

机阅读究竟应该有哪些自己特有的内容。

何建明认为,手机阅读绝非简单将传统和在线阅读内容搬到手机平台上,而必须从源头上关注其内容。其核心是要找到符合手机消费状态的文学形式。传统文学移植到手机上,要有一个再创作的过程,就如同将小说改编成电影、电视剧一样。他提出,将来不仅可以有专为手机平台创作的文本文学,还应有专门的手机电影、手机电视剧。

江南也坦言自己看的多是比较厚重、需要集中时间、反复品味的书籍,所以不适合手机阅读。他认为手机阅读适合于一时性的休闲文学阅读,应是比较短小精悍的,但是“什么样的可能性都有,也可能出现成功的长篇小说手机文学作品——网络文学兴起时也没人想到会有几百万字的网络小说”。

事实上已有内容商做出了成功的探索:一家公司发现,漫画可以充分利用手机屏幕的表现力,而又不致于让读者视觉疲劳,为此专门定制了一批长度适中的漫画作品,抓住了非常愿意通过手机消费的“潮”人群体,又用短暂的阅读时间和较高的复制成本这两大特点使盗版者望而却步。

一位G3阅读器生产商告诉记者,他对于自己的产品还不够满意,但是用它随意翻阅,阅读了大量此前听说过、但自己绝不可能去买来读的名著,感到它改变了阅读的内容,充实了人生。或许正是因为手机阅读可以带来这样的改变和充实,北京大学的窦尔颀教授才会发出这样的感慨:书籍是人类进步的阶梯,电子书是人类进步的电梯。

歌剧《野火春风斗古城》凸显现代意识

本报讯(记者群群)9月27日至29日,总政歌剧团的现代民族歌剧《野火春风斗古城》在解放军歌剧院推出交响清唱版,以更加凝练的剧情、简约的道具突出音乐主线,以独唱、重唱、合唱与大屏幕、交响乐团相互交织的立体形式进行展示。

歌剧《野火春风斗古城》根据著名作家李英儒同名长篇小说改编,通过再现紧张、曲折、惊险的地下斗争史实,在战友情、姐妹情、母子情以及纯洁爱情的反复交织中,感人至深地在歌舞舞台上塑造了金环、银环、杨晓冬、杨母等抗日英雄的全新形象,热情讴歌了坚强不屈、同仇敌忾、不怕牺牲、敢于胜利的伟大民族精神。

当代女大学生陈瑶是剧中的线索人物,她生日时收到了爷爷的礼物——小说《野火春风斗古城》。打开书本,她的视角穿越历史时空回到抗战时期。创作者站在新世纪、新时期的高度回顾历史,以时代的眼光审视、叩问、反思那场长达8年之久的抗日战争,引发当代青年人对历史以及战争与和平的深层思考,使作品具有浓郁的时代气息。艺术总监、总政歌剧团团黄定山介绍,历史和现实的巧妙转换,用现代意识演绎“红色经典”是新版《野》剧的突出特色。

另外,多媒体影像画面的视听冲击、正面英雄人物的人性化表现、日军反面人物的真实刻画,都凸显了这部民族歌剧的现代性。国家一级编剧黄奇石这样理解该剧的艺术定位:所谓“现代”,是指不回到中国歌剧的老路上去;所谓“民族”,是指不回到外国歌剧的老路上去。现代性便是时代性,民族性则包含着多样性。且不论我们是多民族的国家,就西洋歌剧而论,也并非意大利歌剧单一的模式,正是由于有欧洲不同民族的歌剧,才构成西洋歌剧多姿多彩的风貌。

该剧由著名歌剧表演艺术家杨洪基、戴玉强、孙丽英等领衔主演,唱法上,民族、美声、通俗兼容,根据角色的身份、性格、年龄需要而定。其中金环、银环、杨母是民族唱法,杨晓冬、关敬陶是“民美”唱法,多田是美声唱法,当代大学生陈瑶和叛徒高自萍则是“民通”唱法,这让观众们过足了瘾。

为了便于深入基层演出,总政歌剧团对该剧进行了再创作,在大剧院精装演出的基础上又创作出交响清唱剧版、音乐会版和演唱会版等4种演出形式。

大会上重要讲话精神的具体行动;是贯彻落实《国务院关于进一步繁荣发展少数民族文化事业的若干意见》,实施稳疆兴疆、富民固边战略,构建社会主义和谐社会的重大举措;是惠及新疆各族人民、特别是南疆三地州各族人民的一项文化德政工程、文化阳光工程。

新疆维吾尔自治区党委、自治区人民政府高度重视南疆三地州行政村、社区文化室项目建设,制定并下发了相关管理办法,还责成自治区文化厅、发改委真抓好抓实项目建设,严格规范建设流程。同时强调,要创新活动形式,努力把行政村、社区文化室建设成为凝聚人心、弘扬先进文化的重要阵地;要“软硬齐发展”,努力建设一支高素质的文化工作队伍,确保文化室作用的充分发挥。(嘉 谊)

新疆三地州行政村、社区文化室4151个,总建筑面积826900平方米。其中社区文化室247个,建筑面积104500平方米,投资15810万元。首批投资12001万元,建成343个文化室。其中社区文化室90个,投资5607万元,行政村文化室344个,投资6394万元。

南疆三地州行政村、社区文化室项目的启动实施,是认真学习全面贯彻胡锦涛总书记在新疆干部



中央投资8亿多元 南疆三地州建设4151个文化室

据了解,这一惠及南疆各族群众的建设项目包括行政村文化室3904个,建筑面积722400平方米,投资71038万元;社区文化室247个,建筑面积104500平方米,投资15810万元。首批投资12001万元,建成343个文化室。其中社区文化室90个,投资5607万元,行政村文化室344个,投资6394万元。

南疆三地州行政村、社区文化室项目的启动实施,是认真学习全面贯彻胡锦涛总书记在新疆干部

大会上重要讲话精神的具体行动;是贯彻落实《国务院关于进一步繁荣发展少数民族文化事业的若干意见》,实施稳疆兴疆、富民固边战略,构建社会主义和谐社会的重大举措;是惠及新疆各族人民、特别是南疆三地州各族人民的一项文化德政工程、文化阳光工程。

新疆维吾尔自治区党委、自治区人民政府高度重视南疆三地州行政村、社区文化室项目建设,制定并下发了相关管理办法,还责成自治区文化厅、发改委真抓好抓实项目建设,严格规范建设流程。同时强调,要创新活动形式,努力把行政村、社区文化室建设成为凝聚人心、弘扬先进文化的重要阵地;要“软硬齐发展”,努力建设一支高素质的文化工作队伍,确保文化室作用的充分发挥。(嘉 谊)



中国儿童艺术剧院根据郑渊洁“皮皮鲁·鲁西西”系列童话改编的童话剧《魔方大厦》日前通过了最后联排,将于国庆节期间奉献给小朋友。 本报记者 喻非 摄

文化部关于制定《文化部文化产业投资指导目录》的公告

文化部文化产业投资指导目录

(2009年)

说明

一、投资主体的界定

《文化部文化产业投资指导目录》(下称《指导目录》)只适用于国内投资主体。国外投资主体投资文化产业按照《外商投资产业指导目录》执行。

国内投资主体包括国有投资

主体和非国有投资主体。国有投资主体是指各级政府及其授权国有资产投资机构、国有或者国有控股企业、其他国有经济组织。

非国有投资主体是指集体企业、私营企业、其他非国有经济组织和个人。

二、分类原则《指导目录》根据我国文化产业发展的现实情况和《文化产业振兴规划》提出的发展方向,划分为鼓励类、允许类、限制类和禁止类。

鼓励类和限制类产业列入《指导目录》。

禁止类产业为国家法律法规和有关法律政策明令禁止的产业。不属于鼓励类、限制类和禁止类的产业,除国家另有规定外均为允许类文化产业。

允许类、禁止类文化产业暂不列入《指导目录》。

(一)鼓励类的原则鼓励类主要是针对具有良好的经济和社会效益,市场前景好,关联带动作用突出,技术含量和附加值高,有利于产业结构优化升级,能够有效地扩大内需,增加就业,扩大文化产品出口的产业。

(二)限制类的原则限制类主要针对符合行业准入条件,但国家规定需有计划按比例逐步发展的产业以及有投资比例要求的产业。

三、文化产业投资的有关要求投资《指导目录》的各类产业,凡要求进行前置审批的产业应按照国家有关政策法规到前置许可机关先行报批。

投资文化产业形成的文化产品和服务,不得含有下列内容:违反宪法基本原则;危害国家统一、主权和领土完整,危害国家安全,或者损害国家荣誉和利益;煽动民族仇恨、民族歧视,侵害民族风俗习惯,伤害民族感情,破坏民族团结,违反宗教政策;扰乱社会秩序,迫害社会稳定;危害社会公德或者民族优秀传统文化;宣扬淫秽、色情、邪教、迷信或者渲染暴力;侮辱或者诽谤他人,侵害他人合法权益。

四、《指导目录》公布后,对于鼓励类文化产业,享受相应的优惠政策。

五、本目录自公布之日起施行。今后将根据国家有关政策法规和文化产业发展情况进行调整或修订。

六、本目录由文化部负责解释。

文化部文化产业投资指导目录

第一部分 鼓励类

一、演艺服务业

文艺创作

艺术表演团体

营业性演出

舞台美术、服装、道具

二、网络文化和动漫服务业

网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营

民族特色文化产品开发与经营

农村文化服务产品开发与经营

民间民俗工艺产品开发与经营

四、文化科技服务业

文化科技成果产业化服务

文化中小企业创新服务

文化艺术新技术研发、应用与推广

五、其他文化服务业

文艺演出院线

艺术表演场所

二、网络文化和动漫服务业

(一)网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营

民族特色文化产品开发与经营

农村文化服务产品开发与经营

民间民俗工艺产品开发与经营

四、文化科技服务业

文化科技成果产业化服务

文化中小企业创新服务

文化艺术新技术研发、应用与推广

五、其他文化服务业

文艺演出院线

艺术表演场所

二、网络文化和动漫服务业

(一)网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营

民族特色文化产品开发与经营

农村文化服务产品开发与经营

民间民俗工艺产品开发与经营

四、文化科技服务业

文化科技成果产业化服务

文化中小企业创新服务

文化艺术新技术研发、应用与推广

五、其他文化服务业

文艺演出院线

艺术表演场所

二、网络文化和动漫服务业

(一)网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营

民族特色文化产品开发与经营

农村文化服务产品开发与经营

民间民俗工艺产品开发与经营

四、文化科技服务业

文化科技成果产业化服务

文化中小企业创新服务

文化艺术新技术研发、应用与推广

五、其他文化服务业

文艺演出院线

艺术表演场所

二、网络文化和动漫服务业

(一)网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营

民族特色文化产品开发与经营

农村文化服务产品开发与经营

民间民俗工艺产品开发与经营

四、文化科技服务业

文化科技成果产业化服务

文化中小企业创新服务

文化艺术新技术研发、应用与推广

五、其他文化服务业

文艺演出院线

艺术表演场所

二、网络文化和动漫服务业

(一)网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营

民族特色文化产品开发与经营

农村文化服务产品开发与经营

民间民俗工艺产品开发与经营

四、文化科技服务业

文化科技成果产业化服务

文化中小企业创新服务

文化艺术新技术研发、应用与推广

五、其他文化服务业

文艺演出院线

艺术表演场所

二、网络文化和动漫服务业

(一)网络文化服务业

网络文化信息服务

数字内容产品开发

网络博物馆、图书馆、美术馆

网络游戏

网络音乐

手机游戏

手机音乐

网络、手机游戏衍生产品开发

移动多媒体文化产品开发

(二)动漫业

动漫创作

动漫工作室

动漫文化推广

动漫技术开发与应用

动漫服务平台

动漫衍生产品开发

三、文化休闲娱乐服务业

休闲娱乐服务

文化旅游资源开发与经营