

网游如何才能“游以载道”

作家郝晓辉谈中国网游十年

2009年,对于中国网络游戏来说,是一个特殊的年份。10年前,通过代理韩国的《传奇》,中国网游正式升级为一个行业;10年后,我们惊讶地发现,这个行业竟以年均30%的增速在发展,如今市场规模已达258亿之巨。

10年,从代理到原创,中国网游创造了一个又一个奇迹。然而,在惊人跨越的背后,越来越多的媒体正发出“冬天即将到来”的惊呼——在高速成长背后,网游业确实出现了一些“浮躁症”,诸如产品单一、缺乏创意、内涵不足等。

2010年1月23日,腾讯中国网络游戏风云榜在京落下帷幕,我们看到,其中真正具有民族特色、能更深入解读中国文化的网游产品确实不多。事实上,在过去的10年中,这一直是个深深困扰中国网游业的问题。

网游作为文化产品,最终体现着国家的软实力,在《魔兽》的背后,是玄幻文化的积淀,而《火影忍者》更是将忍者文化推向全球,可为何我们却没有一款游戏,能将博大精深中国文化推向世界呢?

一面是大片《孔子》的热播,另一面是中国网游本土题材乏善可陈,对此,作家郝晓辉表示:“在文化传播方面,我们不应只关注影视,更应关注网游。”



郝晓辉

河北唐山人,40岁,历史作家,先后出版了《我所知道的慈禧太后》、《我所知道的隆裕太后》、《成长课堂》等作品。

▶“伪民族网游”太多

晨报:据统计“民族网游”连续几年占据国内市场60%以上,您怎么看?

郝晓辉:“民族网游”这个定义不准确,中国公司做的网游就是“民族网游”吗?我不太同意,现在许多所谓的“民族网游”,只是题材是中国的,使用中文,此外几乎没有任何民族特色可言。比如当年日本推出的《三国志》,也是中国题材,但

它的内涵、情节、画面等,却是完全的日本文化,像这样借用中国故事外壳的网游,你能说它是“民族网游”吗?再比如,我们也有不少《三国》题材的网游,但从画面上看,基本是日本产品的翻版,故事无新意,内涵也停留在“武士道”的层面,并非中国文化,像这样的网游,我认为只能算是“伪民族网游”。

▶为何“热门”题材频频撞车

晨报:在“民族网游”中,为何“三国”、“西游”等题材特别多?

郝晓辉:因为这些题材影响大,可以节省市场推广费用。但这种投机取巧,给传统文化带来的是伤害,企业一窝蜂开发传统题材,又不肯好好解读,只好玩“出位”,搞得貂蝉越穿越少,名义上套了个关羽、曹操的名头,可真玩起来,你却发现,关羽比曹操还阴险,曹操反而成了忠义的化身,这还是《三国演义》吗?再比

如“西游”,Q版、2D版、3D版等搞了一大堆,但都没把握住原著中幽默、彻悟的内涵,结果成了低幼游戏。

晨报:您认为一窝蜂式的开发不利于中国文化传播?

郝晓辉:一方面是“热门”题材频频撞车,另一方面,“夸父追日”、“精卫填海”等题材无人关注,还有清史、唐史等也门庭冷落,这种厚此薄彼式的开发,所传递的中国文化至少是不完整的。

▶网游体现国家软实力

晨报:网游是娱乐,“游以载道”是否必要?

郝晓辉:今天孩子们对传统文化的第一印象多来自网游,如果关羽只是一个干瘪的符号,那么孩子们还会去读《三国演义》吗?

晨报:您为何关注网游与民族文化的结合?

郝晓辉:价值观可以依附在网游之上,在全世界范围内传递。一个从小玩《魔兽》的孩子,他眼中的“龙”就会和西方人的理解完全一样,是怪兽,他还会对自

己“龙的传人”的身份产生认同吗?网游是文化输出的重要组成部分,它是一个国家软实力的体现,应该引起我们足够的重视。有些人总以为“玩”网游是浪费时间,其实玩是人类的天性,玩网游本身不是错误,错误的是缺乏节制。在今天,网游是许多孩子的第二课堂,关键是要正确引导,每个孩子都有英雄梦,过去这个英雄梦靠书本来满足,今天靠网游来满足。那么,你希望他崇拜的是一个中国英雄还是国外的呢?



在“辉煌十年——中国网游产业发展回顾展”上,网友们展示的网游“文物”。

▶市场处于“早熟”的青春期

晨报:民族网游不能体现民族文化,是不是也有网游企业的原因?

郝晓辉:是这样,今天绝大多数网游策划人员对中国文化不了解,中国网游市场正处在青春期,但成熟度却是儿童期,过去10年发展太快了,企业不认真做产品也能赚钱,那

么谁还会深入挖掘传统文化?像金山开发的《剑侠3》,用了6年,投了1个亿,这样巨大的投入,只有大公司才做得起。

晨报:武侠不是一个很老的题材吗?

郝晓辉:武侠是一个很老的题材,但目前绝大多数网游对武侠的解读存在问

题,分不清“侠”与“武士道”的区别,这很可悲。所谓“侠之大者,为国为民”,这才是中国侠文化的根本。比如《剑侠3》玩到50关时,会有一段耐人寻味的对话,比如江湖是残忍的,还是温情的?这些问题促人思考。但这样的网游实在太少了。

▶应像支持电影《孔子》那样

晨报:该如何推动网游产业?

郝晓辉:我认为,政府要加大扶持力度,对于那些能深入挖掘本民族文化的网游产品,要像支持电影《孔子》那样重点扶持。据

CNZZ统计,2009年传统大型网络每天平均用户是2350万,网页游戏平均每天用户是642万,加起来近3000万。此外,付费网络游戏用户每日平均游戏时长长达67分钟!这么重要的宣传平

台,为何我们不重视呢?

晨报:换言之,网游企业是否也应更主动呢?

郝晓辉:大环境不改变,企业单打独斗意义不大,所以还是要在在大环境下更多工夫。 陈辉/文

李玟复出获大奖 与娃哈哈合作助其虎年事业再上新台阶

国际天后COCO李玟惊艳复出,华丽回归,可以说是09年国内乐坛的一件大事。在刚刚结束的“星光大典”上,复出后的李玟不负众望,最新专辑一举获得港台年度专辑荣誉,充分证明了实力不减当年。而最近,由李玟代言的娃哈哈HELLO-C果汁的新广告也开始在各大卫视开播。虎年伊始,李玟的事业已经再次驶上快车道。

回想当年的李玟,凭借一首《一见好心情》可谓红遍大江南北,而李玟与娃哈哈在非常柠檬产品上的合作,也开创了娱乐



明星代言饮料产品的先河。

如今,李玟坦言,自己复出后能够与娃哈哈再度牵手,感到非常高兴!这次代言的娃哈哈HELLO-C果汁,是一款富含维C的时尚、健康饮料,与李玟快乐、动感的气质不谋而合,李玟

不仅为其拍摄了全新的系列广告宣传片,还与著名音乐人姚谦合作,打造了一首极富韵味的动感广告曲《HELLO-C》,“HELLO-C,一见你就有好心情,好像夏日微风满心欢喜,一见你就有好心情,爱是这世界最甜问候”,歌词、曲风处处的洋溢着对当年《好心情》的传承。

记者在李玟的贴吧里看到,有不少歌迷已经在网上盛传,HELLO-C就是HELLO-CO-CO的缩写,而李玟也借助娃哈哈强大的品牌推力,让大家切实感受到——李玟,已经回来了!

北京蜂王精——糖尿病患者的“液体营养黄金”

蜂王浆产品在营养健身、防治疾病应用十分广泛,对于糖尿病患者的预防和辅助治疗也起到了良好的辅助作用。由于胰岛素缺乏,使体内糖、脂肪、蛋白质代谢发生紊乱,造成蛋白质合成不足,从而使机体组织修复功能降低,抗病能力下降。蜂王浆富含的蛋白质、酶类等还能促进蛋白质合成,对骨髓、胸腺、脾脏、淋巴组织等免疫器官和整个免疫系统均有很好的调节作用,能激发糖尿病患者免疫细胞的活力,调节免疫功能,增强身体的抗病能力。

蜂王浆中还含有人体必需的氨基酸、维生素、蛋白质,对糖尿病晚期或老年糖尿病形成的贫血、低蛋白血症等营养不良有促进治疗的作用,能很好地调节血糖;还能促进外周组织(肝、脂肪、肌肉)对葡萄糖的消耗,提高其对胰岛素的敏感性。

总之,蜂王浆中含有多种重要的生物活性营养物质——必需的氨基酸、丰富的维生素、无机盐、有机酸、酶、激素等,对于糖尿病患者而言,它的食疗效果更具有其它食品难以比拟的作用。

北京双鹤高科生产的(无糖型)高含量北京蜂王精口服液,由鲜蜂王浆、党参、枸杞子、五味子等中药科学配伍而成。其中党参补中益气,健脾益肺;枸杞子补肾益精,养肝明目;五味子益气生津,补肾宁心。三药作为治疗糖尿病的常用中药,被收录于《糖尿病食疗与药膳》一书,是安全有效可以长期服用的药食同源中药。蜂王浆与这三味药配伍,相互作用,对糖尿病预防和补益调节作用更加突出。