

剧集受海外市场青睐 合作方式多元化

国产影视剧加快走出去

本报记者 刘阳

新语·让好声音成为最强音

用情用力，创作艺术精品

刘学俊

创作是中心任务，作品是立身之本。我们要创作更多艺术精品，更好传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求

加强舞台艺术精品创作，是当前深化国有文艺院团改革的重点任务。创作出体现国家水准和民族特色、具有国际影响力的艺术精品，是国家级文艺院团应该担起的责任。创作是中心任务，作品是立身之本。我们要创作更多艺术精品，更好传播当代中国价值观念、体现中华文化精神、反映中国人审美追求。

北京冬奥会开幕式上，二十四节气的创意呈现，让全世界感受到了中国人对自然节律的独特理解。早在5年前，中国广播艺术团就开始策划，创作一部以二十四节气为主题的音乐作品。音乐是世界共通的语言，我们希望这样一部音乐作品能直抵心灵，传递中国人在每个节气的独特感受，向全世界讲好中国故事。

有了好的题材，还要有恰当的形式呈现。这部作品立项后，各方专家缜密思考、反复论证，围绕民族管弦乐、音乐剧、交响乐等诸多表现形式进行充分探讨，最后确定以交响乐为基础，融入多元化、年轻化的色彩，汇聚现代性的时代风格展现该主题。2021年7月1日，“万物生长——二十四节气交响套曲音乐会”在北京首演，得到好评。整部套曲加上尾声共25首曲目，既有交响乐团的宏大厚重，又有民族器乐的独特色彩，还加入了一些电声的灵动。套曲符合观众的欣赏习惯，不仅让观众听得懂，还能感受到优美的旋律流淌。这是一次创新传播中华优秀传统文化、讲好中国故事的有益尝试。

创作艺术精品一定需要用情用力，沉下心来，下苦功夫反复打磨。对题材的深入了解、对生活的深度观察、发自内心的创作欲望、不甘平庸的创新意识、扎实的创作功底、海纳百川的胸怀，缺一不可。值得一提的是，以优秀传统文化为题材的作品创作，要避免“形式大于内容”，既要符合年轻人的审美和欣赏理念，又要准确把握阐释内涵，力求把思想性、艺术性、传播性统一起来。

好的文艺作品，可以实现社会效益和经济效益的统一。各种文艺形式，归根结底，是要引导人们积极向上，追求真善美，给心灵以慰藉，给精神以引领。2020年2月，中国广播艺术团主动出击创作抗疫歌曲《保重》，播出后取得了很好的社会反响。2020年起，中国广播艺术团连续举办两届艺术节，今年还将举办第三届艺术节。艺术节期间，推出的大型民族交响史诗《崛起》、相声剧《正月里正月正》等作品，讲述百年光辉历程，展现担当与奉献，引起观众强烈共鸣。充分发挥导向性、代表性、示范性作用，创作出无愧于时代的优秀作品，国家级文艺院团责无旁贷，也大有可为。

(作者为中国广播艺术团团长)

教育部曝光违反教师职业行为准则典型案例

本报北京4月12日电 (记者闫伊乔)近日，教育部公开曝光第九批7起违反教师职业行为十项准则典型案例。教育部有关负责人指出，7起典型案例涉事教师均已受到严肃处理，反映了各地各校深入贯彻落实教师职业行为十项准则要求，加强教师思想政治和师德师风建设，严明底线红线，严肃查处师德失范问题的坚决态度。

教育部有关负责人强调，今年是新时代新征程中具有特殊重要意义的一年，教育战线要严把师德师风第一标准，持续强化教师思想政治和师德师风建设工作。各地教育部门和学校要严格落实党中央关于教师思想政治和师德师风建设工作的决策部署，常态化开展师德师风教育尤其是警示教育，做到警钟长鸣。完善师德激励、奖惩、考核制度，将师德师风作为教师资格定期注册、招聘引进、职称评定、评优评奖等相关工作首要要求。对师德失范行为从严依规处理，对师德失范行为情节严重、影响恶劣的教师，根据教师法和教师资格条例，依法撤销或丧失其教师资格，列入教师资格限制库，清除出教师队伍。要建立健全师德师风建设长效机制，压实学校各级党组织和行政主要负责人责任，以有力举措巩固师德师风建设成果，维护教师队伍良好形象。

2021年全国追缴文物6.6万余件

本报北京4月12日电 (记者王珏)近日，国家文物局通报2021年度全国文物行政执法和监管工作情况。通报指出，2021年，全国文物系统紧盯文物安全风险和隐患，严肃查处文物法人违法案件，深入开展文物火灾隐患排查和消防能力提升三年行动，会同公安部开展打击防范文物犯罪专项行动，重大文物违法案件和火灾事故数量明显下降，文物安全形势持续向好。

全国开展文物执法巡查351390次，发现各类违法行为340起，其中涉及全国重点文物保护单位67起。国家文物局直接督办文物违法案件128起，督促地方拆除违法建设31起，行政处罚24起，责令改正73起，行政追缴43人。各地强化安全主体责任落实，26个省份将文物安全纳入省级政府考核评价体系，25万余处文博单位设立文物安全直接责任人公告公示牌。打击防范文物犯罪专项行动成果丰硕，侦破案件3000余起，追缴文物6.6万余件。推进文物安全设施建设，各地实施全国重点文物保护单位安防、消防和防雷工程900余项，安全防护能力不断增强。

本版责编：智春丽 管璇悦 邓剑洋
本版制图：张丹峰

文化市场新观察

核心阅读

近年来，国产影视剧的海外表现亮眼。在内容题材上，由古装剧独大转变为形式更加多元，尤其是现实题材作品表现突出；在销售渠道上，由海外电视台为主转变为以海外流媒体为主。未来，国产影视剧“出海”还需要各方面共同努力，实现从“走出去”到“走进来”。

近期，国产影视剧“出海”捷报频传。2022年开年爆款剧集《人世间》早在拍摄阶段就被迪士尼看中，并预购了其海外独家发行权；聚焦脱贫攻坚的《山海情》在全球50多个国家和地区播出……国产影视剧“出海”焕发出新的面貌，驶向更广阔的蓝海，中国文化在海外的影响力也得到进一步提升。

题材多样化、类型多元化

长期以来，国产影视剧“出海”的主角一直是古装剧，从《甄嬛传》《琅琊榜》到《长安十二时辰》，海外市场上中国古装剧的热度不减。但这一局面正在被一系列优秀现实题材剧作的海外表现打破，现实题材剧分量逐年增加，呈现出题材多样化、类型多元化的趋势。

东阳正午阳光影视有限公司董事长侯鸿亮回忆，这一改变始于2009年播出的《媳妇的美好时代》，该剧当年在海外表现亮眼。而去年以来，正午阳光出品的《山海情》和《开端》在海外的表现则带来更多惊喜。

“《山海情》是一部典型的脱贫攻坚题材的主旋律作品，在海外表现不错，说明这部反映中国人民对更美好生活向往的剧集展现了中国人的人文特色，获得了海外观众的共鸣共情。”侯鸿亮说：“《开端》的叙事模式其实对于一些海外观众来说算不上新鲜，但由于品质上乘，也在海外取得了很好的销售成绩。”

和正午阳光一样，近年来柠萌影业的海外销售成绩也很亮眼，其出品的《小别离》《小舍得》《小敏家》《三十而已》等剧集都取得了很好的海外市场表现。柠萌影业董事长苏晓表示，剧集的销售价格可以从一个侧面反映其在海外的受欢迎程度。他举例说，过去，古装剧的海外平均销售价格大约为8万美元一集，当代都市题材大概只有五六千美元一集，但近年来，优秀的都市题材剧也能卖到5万到8万美元一集了。

清华大学新闻与传播学院教授尹鸿认为，近年来国产剧集在海外表现越来越好，最重要的原因是创作生产提质增效。“过去古装剧的投入成本比较高，商业性更强，品质更好。但近年来，现实题材作品的品质上去了，这就给市场带来了很大的变化。”他还指出，从政策引导上来看，近年来，主管部门鼓励现实题材电视剧的拍摄，尤其是一些由优秀文学作品改编的影视作品越来越多，这也使创作品质得到了有效保障。

苏晓发现，过去在国产影视剧“出海”的过程中，海外华人观众占绝大多数。但最近几

年，外国观众尤其是发展中国家的观众，也越来越青睐我们的国产剧集。他认为，重要原因之一是中国经济社会快速发展，带来社会各方面的巨变，引发了海外观众的普遍关注。

从销售播映权到多样化合作方式

过去，销售播映权是国产影视剧走出去最主要的方式，而最近几年，国产影视剧和海外市场机构合作的方式也在悄然发生变化。

《三十而已》相继登陆全球百余国家和地区，上线20多个海外播出平台，成为马来西亚2020年新媒体点播率最高的中国电视剧。与此同时，该剧还向海外实现了模式输出，韩国、越南等国的影视机构纷纷购买了翻拍权。“韩国本身是电视剧制作能力很强的国家，向国外购买模式翻拍的情况比较少，但现在与中国的这种合作方式也开始多了起来。”苏晓说。

一系列政策出台也进一步推动了国产影视剧走出去。据了解，国家广电总局近年来鼓励国产剧集翻译配音工作，实施了一系列配套工程予以支持，如“丝绸之路视听工程”“中国当代作品翻译工程”“中非影视合作创新提升工程”等，积极开展海外本土化译配推广。

同时，国产影视剧海外销售渠道日益拓宽。国家广电总局牵头的“中国联合展台”在线平台推出近两年来，助推不少热播国产剧在海外亮相，如《在一起》《光荣与梦想》等在第十七届东京国际电影节上重点推介，《山海情》参与2021年春季戛纳电视节的在线推广活动。影视机构积极拓展海外传播渠道，为国产影视剧搭建更多海外传播平台。

一些发展较为成熟的企业也搭建了较为成熟的销售路径，有的还成立了专门的国际业务部门。“过去我们一般都外包给一个中间商，由他们负责销售。但近几年我们成立了专门的部门，打通各个国家的渠道，针对不同的市场特点进行销售。”苏晓说。

销售对象也发生了较大变化。过去，国产影视剧主要销售给其他国家的电视台，各个国家电视台播出机制的不同在很大程度上影响在海外的销量。“但最近几年，国产影视剧的主要销售对象由电视台转向流媒体，越来越多的海外流媒体表现出极大的兴趣，流媒体的播出机制更灵活，播出的内容更加多样化，这也为国产影视剧‘走出去’提供了更好的机会。”尹鸿说。

苏晓还指出，随着这一系列变化的产



图①：《山海情》剧照。

图②：《人世间》剧照。

资料图片

生，海外买家对国产影视剧购买的时间也提前了。“以前要等到一部剧在中国播完，看看播出效果，海外买家才有购买意向。现在他们的购买意向越来越提前，一般在了解剧集的题材类型、主创阵容、制作公司后就会提前介入，比较早地锁定希望购买的剧集。”

进一步提升剧集质量，努力“走进来”

尽管国产影视剧“出海”的表现较过去已经取得了很大进步，但业内人士也指出，国产影视剧在国际传播中仍然没有产生真正的爆款，引起全球的普遍关注。另外，虽然国产影视剧在不少海外媒体和流媒体平台上都有所曝光，但观众还是以海外华人为主。侯鸿亮认为，严格地说，目前国产影视剧“出海”还处于市场培育的阶段，面临客观存在的困难，要实现从“走出去”到“走进来”，不是一蹴而就的事。

业内人士普遍认为，国产影视剧“出海”要更进一步，首先必须在提升剧集质量上下大功夫。“如果我们自己都不爱看，怎么能希望海外观众爱看呢？”侯鸿亮说。与此同时，不少从业者表示，在创作过程中要适当考虑

海外观众的接受度，创作观念不能是以本土为主，即便卖出去，而应当提前考虑国际市场的反应。《人世间》导演李路此前在接受采访时就曾提到，迪士尼的预购，对剧组创作来说是一种新的压力和动力，“我们希望，每一个镜头、每一句台词、每一场戏都要有国际视野，要思考外国观众看了会怎么样。”

苏晓表示，国产影视剧“出海”还需要各方面共同努力。他认为，目前并不是每家企业都具备了独立对外销售的能力，因此需要行业内大家一块搭建一个平台来统筹这些事务。

“下一步的重点可能是研究‘走出去’的作品在哪些市场上的用户会更多，什么样的用户会更多。”尹鸿说，“我们已经‘走出去’了，但是对市场和用户的研究并没有跟上。观众分布在哪、谁在看，是什么样的文化背景，都需要进行分析研究，才能在未来的创作和推广中更具有针对性。”

“虽然现在还没有爆款，但是我们相信，随着作品质量的提升，海外观众对中国现实生活的认知增加，我们的国产影视剧也能够成为他们日常精神文化生活的一部分。”侯鸿亮说。

一人一校坚守三十余载，青海省海东市来塘小学教师完么仁增——

“只要还有一个学生，我就坚持下去”

本报记者 刘雨瑞



左图为完么仁增在给学生们上课。



资料图片

右图为来塘小学仅有的一间教室，一边是一年级，一边是学前班。 本报记者 刘雨瑞摄

说着。

在这样的环境里，完么仁增坚持了下来。“和孩子们待久了有感情了，走不开了，寒

暑假见不到孩子们心里还感觉空落落的。”完么仁增说。

2017年，随着易地扶贫搬迁政策的落

车越攀越高，旁边就是上百米深的悬崖。绕过几十道弯，不远处山顶上一座升着五星红旗的院子门口，站着一个穿着旧大衣的高个男人。他隔着老远就伸出一双黝黑的大手，“你好，我是完么仁增，来塘小学的老师”。

来塘小学位于青海省海东市循化撒拉族自治县来塘村，是个仅有9名学生的教学点。1990年，完么仁增接受县教育局的聘用，成了学校唯一一名教师，一待就是32年。

“刚来时没水没电，想吃水得拿桶去挑，黑板没有，就拿木板当黑板，用粉笔在木板上划，教室也是牛棚改的。”完么仁增回忆说，“最难的是路。”

来塘小学建在山顶，完么仁增家在山脚。每天天不亮，他就要背着教材和当天的干粮，一步一步爬上这座600多米高的山，来回16公里，要走近3个小时。2002年，盘山公路修通。12年间，他在山里踏出了一条羊肠小道，被村民们亲切地称为“老师的路”。

路修通后，完么仁增第一时间买了辆摩托车。“再也不会因为路的原因迟到了”。2006年9月的一天，山区的雪下得纷纷扬扬。完么仁增照常骑车去学校给孩子们上课。没成想，摩托车爬坡时车轮打滑，他连人带车摔倒在地，滚烫的排气管烫到脚踝，留下了永久的伤疤。完么仁增掀起裤腿给记者看，“治得不及时，现在只能跛着走了。”他笑