

去年，我们国家的文艺创作取得了不俗的成绩：莫言获诺贝尔文学奖，国产小成本电影《人再囧途之泰囧》创下中国影史多项新纪录，《中国好声音》改变了国内千篇一律的选秀文化模式，电视剧《甄嬛传》在海外掀起中国影视剧的新“华流”……

然而，不可否认的是，目前的文化发展、文艺发展，存在的问题却仍然突出，亟待解决。这些问题是，文化的原创力不足，商业功利主义气息太浓，把文化、文艺只当作赚钱的产品来做，真正体现文化、文艺的精神本质，体现文化、文艺的正能量和接地气的作品太少……

本次两会期间，文化发展再次成为热点议题，参加两会的一些文化界、文艺界的人士，都谈到了文化接地气、文艺接地气的这个问题。

近日，30集电视剧《功勋和小组》，在中央电视台CCTV-1黄金时段播出。一些文艺评论界人士对《功勋和小组》给予高度评价：该剧是一部反映中国老百姓的情感与生活的民生大剧，它还原当代老百姓的真实情感，展现中国式的人文关怀，提倡积极健康的人生观、价值观，为和谐社会建设、精神文明建设、社会管理创新提供了有益启示和精神动力。该剧用平实感人的故事讲述老百姓的生活，成功凸显了浓厚的时代感与生活气息，是一部展现真善美、传递正能量、非常接地气的平民剧作。

最新拍摄的电影《雷锋在1959》，近日上映。1959年，雷锋响应号召，来到辽阳弓长岭参加焦化厂建设，度过了一生中最为重要、最富感情的142天，电影《雷锋在1959》即由这段历史改编。这部影片，填补了雷锋题材文艺作品的一个空白，它通过扶贫认父、冒雨抢水泥、风雪送大娘等几个故事，还原了一个真实的、有情有爱的青年雷锋形象。许多观众赞扬这部电影十分“接地气”，不再简单地反映雷锋做好事，而增加了内心情感的表达，尤其是爱情的萌动更是让人回味，符合当代观众的审美需求。

这使人想到冯小刚回答他如何做电影的一番话，他自己之所以能够被广大观众认可和接受，很大程度上是因为“接地气”。文艺要“接地气”，这不仅是冯小刚的创作体会，更是一切优秀的文艺作品产生的规律，是文艺作品获得长久生命力的源泉。

文化上的“接地气”，或说文艺上的“接地气”，就是我们需要树立这样的一种文化观念，一种文艺理念。我们的文化趣味、文艺趣味，不能只关注在那些流行的、猎奇的、戏剧化的、光鲜亮丽的东西上面，不能忽略眼前实实在在的人民大众，应该让人们看到和听到文化的“底层叙事”，社会下层的文化发声，大众草根的文化诉求。我们的文化、我们的文艺需要承担起更多的责任来，需要充满更多的对社会现实的热情，和人文精神的关怀……

碰撞

我们的文艺需要『接地气』

杜浩

北京东棉花胡同最近人头攒头。又是一年艺考季。中央戏剧学院门口，人进人出，没有了往常的安静。

文化产业兴起 幕后专业升温

来自东北的高三学生小蒋，今年报考的是中央戏剧学院的影视制片专业，该专业今年计划招生40人，但报名人数多达2800余人。

影视制片专业主要学习的是针对影视剧的策划、生产和销售的全部过程而进行的管理活动，属于幕后专业。2012年全国电影总票房达到170.73亿元，随着中国电影产业的持续繁荣，电影产业链上的院线管理、影视制片、数字电影技术等专业技术岗位人才的需求也高速增长。

“虽然竞争很激烈，不过我觉得电影的幕后专业日后大有作为！”小蒋不无担忧，但仍然干劲十足。据她了解的信息，今年除了以往较热门的表演、播音主持等专业，许多幕后专业都竞争激烈。

如北京电影学院表演系的报名人数就下降了，而从事幕后行业的导演、文学、摄影等专业报名人数大幅上升。在报名的1.6万余名考生中，除了4569名报考表演学院的考生外，另外约1.1万名考生选择了报考电影幕后专业，占此次报考总人数的71%。导演系报考人数达到1820人，比去年增长了51%。

在各招考专业中，摄影系成为今年报名人数涨幅最大的专业。这一方面是因为随着生活水平的不断提高，摄影越来越成为一种业余爱好和时尚潮流融入人们的文化生活中来。另一个原因是，摄影系毕业生的就业状况普遍非常好，并且能够在毕业之后很快投入创作中。

此外，值得注意的还有，随着数字技术的发展，理科学生报考艺术类专业的人数逐年增多，数字后期制作、调光调色、院线管理等专业吸引了大量理科学生。

文化分提高，更重综合素质

中国传媒大学播音主持专业在今年1月份就开通了网上报名，在2月份开始考试之前，给考生留下充足的时间考虑是否报考。

中国传媒大学播音主持艺术学院李洪岩副院长介绍说：“从今年播音主持专业报名情况来看，大部分考生报考是理性的。他们当中大多数人是喜爱播音主持这一专业，并且以后希望从事这方面工作的。热爱与天赋，是我们在考试时特别关注的地方。”

对于近年来国内艺考热的状态，李洪岩表示，艺考热一定程度上反映

又是一年艺考时

高晓远 马翀



山东美术艺考 徐速绘摄



北京电影学院表演系复试 李方宇摄

了国民对艺术的需求有很大的上升空间。只是艺考会越来越难，对考生的要求会更高，考生们不能够把艺考当作通往大学的一条捷径，鼓励真正热爱艺术的同学理性报考。

笔者就发现，与往年相比，各高

校艺术类专业高考文化课分数线提高已成为普遍趋势。未来，对考生而言，除了对专业能力要求的不断提高之外，文化素质的考察将加大权重。“艺术素养和文化能力同等重要，考生不能顾此失彼，两者兼顾的考生

才能符合专业要求。”李洪岩说。而另一方面，随着国内产业链的发展升级，新岗位对艺术人才综合素质要求日渐提高。

一所高校的招生负责人认为，提高艺考文化课分数线这一措施有利于提高艺术类人才综合素质，但不一定实用。高校招收艺术类学生更看重的是考生的艺术素养、潜质等，只文化课好但出不来好作品，根本没有用处。但大家基本都认同的是，提高文化素质的确有利于艺术人才综合素质的提升和他们的长期发展。

国内竞争激烈，催生艺术留学风

吕晓恩是上海市延安高级中学的一名高二学生，热爱游戏的他对韩国弘益大学的游戏设计专业向往已久。他说：“国内本科没有游戏设计的相关专业，而且国内美术艺考竞争压力太大，申请留学成功的可能性会更大一些。”

随着国内艺考竞争压力越来越大，像吕晓恩这样对艺术留学心生向往的学生并不在少数。据了解，每年从山东济南走出去的留学生，艺术类学生已占15%，并呈逐年递增趋势。

对于海外艺考现象，李洪岩分析，出国读艺术类本科的考生，大多数是一直对某种艺术类专业十分喜爱的。像美术、设计、音乐这些有国际通行艺术标准的专业，留学不失为增长艺术见识的一个好方法。

“国外的艺考绝大多数都是以兴趣出发，没有层层面试选拔，多数学校更重视学生的专业作品，申请方法较为简单。并且国外艺术名校多，申请成功几率较大，竞争压力比国内小许多，这些都一定程度上催生了艺术留学风。”澳际教育集团副总裁吴理说。

虽然出国留学成本较高，但是许多考生家长仍然对孩子出国留学十分支持。对此，中国戏曲学院京剧系主任张尧解释说：“多数家长送孩子出国留学，是因为国内教育竞争较大，高校门槛较高，留学经历可以提升孩子的区分度，在今后的就业方面可以获得一定的优势。”

百年艺术名校积淀、世界级的大师资源、轻松自由的艺术环境、多元的文化背景，在吴珺看来，这些因素也是国内刮起艺术留学风的重要原因。近年来随着国际市场的进入，“本地化”人才的需求也不断增加。据统计，在上海，创意产业从业人员占总就业人口的比例还不到千分之一，而纽约的这一比例则为12%，伦敦为14%，东京为15%。获得更被世界认可的文凭，适应社会竞争和社会需求成了考生们海外艺考的重要驱动力。

观察

山水画教师学生作品展亮相北京

“为中国画：全国高等院校山水画教学研讨会暨教师、学生作品展览”日前在中央美术学院开幕。

据介绍，为了总结新时期山水画教学的经验，深入探讨山水画教学目前面临的新形势，中央美术学院中国画学院邀请中国美术学院、中国艺术

研究院研究生院、清华大学美术学院等十所院校的教育专家和一线教师在中央美术学院举办了此次全国山水画教学研讨会暨师生作品展。

此次作品展邀请的31位专家和专业教师包括陈平、崔晓东等。教师展将持续到3月29日，学生展到3月17日。（赵晓霞）



图为朝阳文化馆广场举办的展览

程功摄



图为旧理发馆 本报记者 郑娜摄

神州

焦点

北京将通过多种措施促进市民文化消费水平。北京市文资办透露，年内有望向市民发放“文化消费激励卡”，持卡市民可在一定范围内享受到折扣优惠。

中国艺术科技研究所日前发布了关于“居民文化消费与需求状况”的问卷调查结果。该调查显示，当前文化消费在我国居民心目中占有越来越重要的位置，并呈现出系列新趋势、新动向；与此同时，我国居民文化消费还存在文化产品供给不足、居民文化消费能力总体偏低等问题。

以北京为例，人均GDP已经达到13000多元，但文化消费水平人均均700多元，还有很大的潜力。针对这个现状，北京市正在寻求各种措施促进文化消费。近日，北京市国有文化资产监督管理办公室（简称：北京市文资办）就邀请了来自各界的专家学者、文化创意企业代表等就北京市文化消费现状进行研讨。

据文资办主任周茂非介绍，近几年由于房地产、汽车消费受到政策限制，消费水平维持现状甚至有所降低。过去北京宾馆和饭店消费占的比重很大，中央八项政策出来之后，仅春节期间北京大的饭店、宾馆和酒店平均营业额下降40%以上，有的还达到了60%和70%。

而另一方面，近几年北京文化消费的增长速度在逐年增加，据文资办的调研显示，2012年北京全年实现社会消费品零售额7702.8亿元，比上年增长11.6%。限额以上批发和零售企业中书报杂志类实现零售额124.9亿元，增长26%；体育娱乐用品类实现零售额89.2亿元，增长17.9%。

在中国人民大学文化产业研究院执行院长金元浦看来，“北京文化消费市场正在迎来一个拐点，一个新的爆发期即将开始。”

金元浦和同事曾经做过一个调研发现，“80后”和“90后”已经成为文化消费的重要组成部分，“他们更加关注生活质量，关注文化感受，关注生命的意义，从这个意义上讲，我们的文化消费已经逐步开始增长了，而且“80后”和“90后”开始带动“60后”、“50后”、“40后”，使得更大一批人的消费开始从传统消费向更高层次的消费提升。”

为了调动市民消费的积极性，北京市文资办正在调研，准备年内向市民发放“文化消费激励卡”。文资办党委书记张慧光介绍，激励卡类似商场的会员卡，用于文化领域消费，包括购书、看电影、观赏演出等消费的消费折扣。如果居民人均文化消费达到1000元以上，还将通过抽奖方式对他们进行奖励。北京市文资办希望用这样一种激励措施，鼓励消费者有效消费。

此外，北京市今年还将举办文化消费节，搭建供需平台，通过消费节让更多的人了解北京有什么样的文化艺术品，文化精品。

聚焦

文化消费要发激励卡

老物件展

图说

3月3日，北京朝阳区文化馆挑出4000余件文化生活老物件，以“勤俭持家”为主题在广场展出。

本次展览的展品涵盖工具、厨具、灯具、家电、农具、衣帽、办公用品、玩具等20多个种类。展出的老物件多数是从垃圾堆里捡的，有些是从收破烂的手里买的，也有老街坊们捐献的。其中比较有趣的如：已故的著名文学家、哲学家、国学家张中行先生穿过的皮鞋、使用过的炉子、练功用的木棒；上世纪60年代老照相馆的立式照相机；上世纪70年代松江牌烧炭精棒的老电影放映机；上世纪80年代流行的哈蟆镜、羊剪绒帽子……通过讲述每个老物件背后的故事，重新唤起老一辈人艰苦奋斗、勤俭持家的传统美德。

据介绍，这些老物件从1996年就开始收集了，曾在首博、首体、香港历史博物院等很多地方展出过。

图为旧电视和录像带

本报记者 郑娜摄