去娱乐 去跟风 去拿来主义

被“限娱”的电视会好起来吗？

本报记者　**郑　娜**

打开电视的你，有没有经常被一些天雷滚滚的电视剧“雷”到？有没有因为眼花缭乱的歌唱节目而迷惑，为跟风引进国外节目而无奈？近日，一纸被称为史上最严的“限娱令”出台：限制娱乐节目、电视剧播出量，限制引进境外版权节目数，限制歌唱类选拔节目，这些新规定引起了各方热议。当习惯于娱乐至死、拿来主义、一味模仿的电视被限后，电视业生态或许将迎来一次变革。

是什么逼出了“最严”限娱令？

“限娱令”并不是什么新鲜事。早在2011年，广电总局就针对省级卫视过度娱乐化，下发过《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》（外界俗称限娱令），其中重申，上星综合频道是以新闻宣传为主的综合频道，要扩大新闻、经济、文化、科教、少儿、纪录片等多种类型节目播出比例。

当时《意见》对节目形态雷同、过多过滥的婚恋交友类、才艺竞秀类、情感故事类等7类节目实行播出总量控制。意见提出，每天19:30至22:00，全国电视上星综合频道播出上述类型节目总数控制在9档以内，每个电视上星综合频道每周播出上述类型节目总数不超过2档。

而2013年10月12日出台的《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》（外界称新版“限娱令”）除了进一步扩大原限娱令每日新闻节目、道德建设节目的类型和时长外，还对蜂拥而起的新引进境外版权模式节目、歌唱类选拔节目、电视晚会、节庆演出等进行明文限制：各电视上星综合频道每年播出的新引进境外版权模式节目不得超过1个；歌唱类选拔节目每季度只有1档安排在黄金时段播出；重要节假日期间，晚会每日不超过3台。

之所以出台这样的规定，新闻出版广电总局新闻发言人表示，明年上星综合频道调控政策在制定过程中请观众、专家和业内人士参与了论证，最终目的是为了更好地实现上星综合频道定位，使电视节目更加丰富多样，满足观众多样化收视需求。

事实上，新闻出版广电总局对歌唱类选拔节目的数量和调控也并非第一次。早在2007年的时候，总局就对选秀节目的播出时间作出过严格规定，要求其只能在22:30后播出；2011年版的限娱令中，也对选秀类节目有宏观上的调控；甚至今年7月总局下发的“限歌令”中也提前向卫视吹风，重申歌唱选拔类节目要坚持少而精的原则，不能一哄而上、跟风模仿。

此外，这几年卫视跨年大战越发不理性，也导致了总局在此次的新版“限娱令”中强调重要节假日期间每日晚会不超过3台，因而2013-2014年要看到往年10多台同时段打擂的跨年晚会的局面将变得不再可能。

关上哪几扇门，开了哪几扇窗？

为了优化节目结构，丰富节目类型，新版“限娱令”在对娱乐类节目进行“严收”的同时，也对新闻、经济、文化、科教、生活服务、动画和少儿、纪录片、涉农等类型节目的播出比例进行“宽放”，如要求这些类型节目总播出时长按周计算不少于30%；道德建设类节目需安排在6:00-24:00之间播出；按周计算平均每天6:00-次日1:00之间至少播出30分钟的国产纪录片；平均每天8:00-21:30之间至少播出30分钟的国产动画或少儿节目等。

新版“限娱令”最突出的是要求上星综合频道有一定量的动画片和纪录片节目的播出比例。这对于目前日间档多播放电视剧和综艺的卫视而言，的确是有些触动。毕竟动画片、少儿节目乃至纪录片本身在一些卫视平台就较为匮乏，甚至几乎“销声匿迹”，不过对此，目前几大卫视似乎并不发愁，甚至觉得是好事。

“不止我们，很多卫视之前都没有播过动画片。不过我们地面有卡通频道，做过很多动画片，包括很多在全国拿奖的片子，所以节目储备不成问题。”江苏卫视宣传有关负责人称。

对于新闻、人文节目做得好的卫视来说，新版“限娱令”并不见得是一次危机，有可能成为一种优势。如东方卫视10年来每天播出4个半小时的新闻节目，新政对其影响不大。“我们本来就是新闻立台，我们的新闻节目都在黄金档播出。儿童节目有《饭没了秀》，纪录片节目也有，所以基本上对我们的影响不太大。”深圳卫视的工作人员表示。

新版“限娱令”对于沉寂许久的动画片和纪录片市场而言，也将会是一次春天。据业内人士透露，由于通知要求每周必播纪录片，并对播出时间和时长进行明确规定，引起电视台对优质纪录片的哄抢，其中《舌尖上的中国2》遭到不下10家卫视的抢购，版权费已经翻了好几倍。而多只动漫概念股，也在通知下发后受到热捧。

有可能出现哪些新问题？

本次新版“限娱令”，主要针对的是歌唱类节目和引进版权模式节目的数量，而“引进”和“歌唱”是最容易操作的两种节目，门槛也较低，容易获取高收视率，因此容易出现缺乏创意、不思进取，为追求收视率而造成同类节目扎堆的情况。新版“限娱令”下达后，这一格局将会被打破。

新版“限娱令”要求“每年播出的新引进境外版权模式节目不得超过1个”，这里的“新引进境外版权模式节目”是说2014年1月1日之前已经引进并且播出的不在调控之列，所以目前依然可以看到《爸爸去哪儿》、《中国梦之声》、《中国达人秀》一起播出。但如果从明年开始新引进的节目当年不得放在黄金档播出，那么卫视必须承担一个风险——那就是节目如何做出影响力，毕竟黄金档的有效收视率最高。

对此，业内人士不无担忧。限制引进版权模式节目之后，有一个问题就是：“可能很多电视台只能去山寨和抄袭国外模式，因为原创能力毕竟有限。”

虽然新版“限娱令”想借此来提倡卫视加大原创节目的研发比例，但实际上拥有原创能力，同时能在市场竞争中分得一杯羹的大多数还是一些一线卫视。现在很多卫视虽然越来越有“节目版权”意识，但总局对模式节目的限制可能反而会助长一些卫视打着此前“借鉴”的名义，将国外一些节目模式的部分优点“复制”到节目中来以规避版权纠纷，同时又弥补原创能力不足的问题。

明年电视荧屏上会不会出现山寨风和抄袭风，现在预测还为时过早。不过提高原创能力，一直是压在国内电视行业心头的一块巨石。不少一线卫视信心满满，湖南卫视总编室相关负责人称，会对照文件加强节目的创新研发工作。浙江卫视相关负责人表示，这个政策对观众和电视台来说都是好事，电视台会更重视自主研发节目，荧屏形态也会更丰富。新版“限娱令”能否倒逼电视台的自主创新能力，未来还值得观望。

<<< 新版“限娱令”

○平均每天6:00-次日1:00之间至少播出30分钟的国产纪录片

○平均每天8:00-21:30之间至少播出30分钟的国产动画或少儿节目

○各电视上星综合频道每年播出的新引进境外版权模式节目不得超过1个，当年不得安排在19:30-22:00之间播出

○每季度通过评议会择优选择一档歌唱类选拔节目安排在黄金时段播出，其余不得安排在19:30-22:30之间播出

○将对电视晚会进行调控，原则上重要节假日期间每日不超过3台

公益节目是电视应有的道义担当

魏　青

新闻出版广电总局近日向各大卫视下发《关于做好2014年电视上星综合频道节目编排和备案工作的通知》，其中规定，公益性节目播出时长每周不少于30%。

去年以来，歌唱类选秀节目如同雨后春笋茁壮成长，扎堆播出。随着节目的增多和竞争性加剧，综艺节目呈现出庸俗化、低俗化、媚俗化的倾向,电视台忙着春种秋收，一切向广告看，忽视了社会利益和公益利益的诉求，引来各方不满。如何在实现电视综艺节目娱乐功能的同时,实现其公益属性,打造彰显道德价值和文化内涵的公益性电视综艺节目,是值得探讨的问题。

世界上没有任何一个国家，像中国一样宽容综艺选秀节目的商业追求。十几档综艺选秀节目扎堆荧屏，堪称吉尼斯纪录。广告的密集程度和无孔不入，也让国外节目汗颜，不仅综艺选秀节目和广告商赚了个杯满钵溢，而且导师和嘉宾也一夜暴富。作为娱乐演艺业的文化反哺，电视台、广告商和明星导师理应有感恩之心，积极在节目中镶嵌公益内容，安抚社会的嫉妒情绪，还利于民，体现娱乐正能量，这也是电视人、广告商和明星社会责任感的积极体现。

公益节目和公益观念在电视领域的嵌入，能够很容易熏陶公众的公益理念，激励更多的人树立服务社会、关怀他人的自觉意识和理念,对于提升全社会的道德水平,引导社会不断前进有着积极的作用。但是，究竟什么样的节目才是公益节目，可谓智者见智，仁者见仁，很难分得一清二楚。很多时候，公益的内涵可以镶嵌在任何节目当中，歌唱类、新闻、文化和生活类等节目只要有公益之心，都可以有机地将公益融入其中。因此，对于“公益性节目播出时长每周不少于30%”的规定，不能生搬硬套，更不能固执地停留在概念化的泛化理解上。形式不重要，内容和内涵才是关键。

公益性节目，不是假大空，也不是空洞的说教，更不是高高在上的主流价值观的强行灌输，而是应该借助于电视的特有表现形式，艺术化地体现多样性的道德形态，能文则文，能舞则舞，能武则武，因地制宜，因人而异。如果为了公益而公益，甚至为了公益而走形式，那就不是公益节目的应有之意。公益节目，贵在以不拘一格和别具一格的电视形式提高观众的道德修养，体现电视文化的正能量，殊途同归，这才是电视公益节目要达到的人文目的。

其实，即使是公益节目，只要做好了，也能够产生强大的影响力，也能够吸引广告商，也能够满足其商业性的追求。商业和公益乃至文化性不矛盾。公益是倡导“我为人人，人人为我”的价值诉求，提倡关爱弱势群体，呼唤公民良心。特别是在当今道德失范和环境污染日益严峻的态势下，人们都迫切需要人文道德和文明公益之光照耀到自己身上。每个人其实都有做公益的诉求，仅仅是做公益的强烈程度不同罢了，那么如何点燃每个人心中的公益星星之火，需要公共媒体来积极探索。

中央美院，95岁了

——为中国造型 与世界对话

本报记者　**赵晓霞**文/图

◀校史陈列展上，一位参观者在拍照

“‘为中国造型’和‘与世界对话’已经构成了中央美术学院辉煌的历史与生动的现实。”一踏进中央美术学院多功能厅，便可读到日前在此开展的该院成立95周年校史陈列展展板上的这句话。

“95年里，这里孕育了大师，创造了经典，培养了人才，也书写着中国现代美术史和现代美术教育发展史。”中央美术学院院长潘公凯这样回顾该院走过的95年。

时间回溯至1918年4月15日，国立北京美术学校举行开学典礼，校址选在北京西城前京畿道。说到建校之初的这段历史，有一个人不得不提——蔡元培。正是蔡元培本着“以美育代宗教”的教育理念，亲自倡导创办了这所国家美术学府。学校成立后，立足本土，同时借鉴外国现代美术教育经验，开始了其现代美术教育的探索。

沿着展板继续前行，来到中央美院另一个重要的时间节点——1922年，在这一年，国立北京美术学校更名为国立北京美术专门学校，设中国画、西洋画、图案三系。20世纪初最早留学欧、日、美的一批艺术英才汇集在此，传播新知，探讨美术教育。艺专的教学结构初步形成。

在此之后，这所美术学校历经沧桑。据中央美院相关负责人介绍，1946年学校更名为国立北平艺术专科学校，由徐悲鸿主持；1948年，在抗战烽火中诞生的延安鲁迅艺术学院中的一部分组建为华北大学三部美术系；一年后，北平艺专和华北大学三部美术系成为1949年筹建中央美术学院的基础；1950年4月1日，中央美术学院终于在北京王府井校尉胡同5号迎来了成立典礼。

从1950年开始，中央美院参与了国徽、中国少年先锋队队旗等的设计制作；参加人民英雄纪念碑浮雕创作；接纳第一位波兰留学生学习美术史；参与新中国第二、三、四套人民币的设计工作……随着时间的推移，中央美院继续书写着自己的故事。

当时针指向1980年，中国进入新时期美术的探索阶段。这一年的10月9日，第一届中央美院研究生毕业展在该院陈列馆举办，其中一些作品富有探新锐气，陈丹青的《西藏组画》便是其中的代表。

跟着展览的时间轴，可寻到“新生代画家”的痕迹。1991年7月，中国历史博物馆举办了“新生代”画展，参展艺术家大多毕业于中央美院，他们也是都市文化和大众文化的接受者与参与者。“‘新生代’画展成为上世纪90年代美术的一个重要节点，这些展览被视为‘新生代’画家兴起的标志。”中央美院相关负责人如是说。

进入新世纪，中央美院前进的脚步愈发加快了：参与北京奥运会设计，参与上海世博会主场馆设计……它的身影还出现在国际舞台上，数据显示，该院目前已与41所世界著名美术院校建立了长期稳定的合作关系。

“上溯至1918年国立北京美术学校的成立，中央美术学院已经走过了95年的光辉历程，如今，正以新的姿态迎接百年辉煌。”这是展览的结语，更是新的开场。

中法青少年艺术交流盛典将举行

作为庆祝中法两国建交50周年系列活动的重点项目之一，“2014年中法建交50周年——青少年荣耀出访”活动将于2014年2月8日至2月17日在法国尼斯市和摩纳哥国举行。

据尼斯市政府介绍，法国议员、南法国区议员代表、马赛省省长、尼斯市市长等政界代表，中方驻法国总领馆总领事及要员，将全程观摩“中法青少年艺术交流盛典”和尼斯狂欢节；并有600名法国中小学生前往观看。

“2014年中法建交50周年——青少年荣耀出访”活动由中国人民对外友好协会、法国尼斯市政府、法国蓝岸地区中法交流协会、摩纳哥中国文化交流协会联合主办，中国驻法国大使馆、中国驻马赛总领馆、尼斯市旅游局、尼斯歌剧院、尼斯狂欢节组委会等机构协办，由中国校园品牌“魅力校园”特邀呈现，华夏星环球使者联盟独立承办。

爱奇艺、PPS双品牌升级

爱奇艺公司日前在京召开“开启全新视界”品牌升级战略发布会，爱奇艺、PPS全体高管悉数亮相，共同宣布旗下两大视频品牌iQIYI.COM、PPS.TV全面升级，并现场发布升级后的新品牌LOGO。据介绍，品牌升级后，爱奇艺与PPS在整合资源提升效率的基础上，将更加注重双方各自的独立性与品牌差异化。爱奇艺从主要定位于影视内容为主的长视频播放平台重新定位于综合性的新主流视频媒体，PPS则从定位于长视频的播放工具重新定位于提供丰富内容的视频娱乐平台，打造全视频娱乐平台和游戏娱乐平台。

（王　璐）

神州