

## 国务院转发文化部等四部委《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》

# 社会力量助力国家公共文化服务供给

### 在监督管理方面将建立“信用档案”和“黑名单”

本报讯(记者赵亮)日前,国务院办公厅正式转发文化部、财政部、新闻出版广电总局、体育总局起草的《关于做好政府向社会力量购买公共文化服务工作的意见》(以下简称《意见》),对建立健全政府向社会力量购买公共文化服务机制,完善公共文化服务供给体系,提高公共文化服务效能作出了重要部署。5月12日,在文化部召开的通气会上,四部

委相关负责人对《意见》进行了解读。文化部财务司司长赵雯介绍,《意见》主要对政府向社会力量购买公共文化服务的发展目标、购买主体、承接主体、购买内容、购买机制、资金保障、监管机制、绩效评价等方面作出了规定。《意见》明确,到2020年,在全国基本建立比较完善的政府向社会力量购买公共文化

服务体系,形成与经济社会发展水平相适应、与人民群众精神文化和体育健身需求相符合的公共文化资源配置机制和供给机制。记者发现,《意见》在对作为社会力量的“承接主体”有着明晰的表述,即“具备提供公共文化服务能力,且依法在登记管理部门登记或经国务院批准免于登记的社会组织和符合条件的事业单位,以及依法在工商管理或

行业主管部门登记成立的企业、机构等社会力量”。而在购买公共文化服务的指导性目录中,内容上广泛涉及了从产品创作与传播、活动组织与承办、设施运营和管理,到优秀传统文化保护传承展示、民办文化体育机构服务的购买等有关公共文化服务全链条、全要素的内容。

对于政府购买公共文化服务这个钱到底该怎么花的问题,在当天的通气会上,财政部教科文司文化处调研员庞静茹从资金保障、购买价格、绩效评价、监督管理几个方面对预算管理的内容进行了解读。值得注意的是,《意见》在监督管理方面将建立“信用档案”和“黑名单”。庞静茹说,“《意见》明确,加强对政府向社会力量购买公共文化服务的监督管理,完善事前、事中和事后监管体系,严格遵守相关财政财务管理规定,确保购买行为公开透明、规范有效,坚决遏制和预防腐败现象。”据了解,相关部门将建立政府向社会力量购买公共文化服务信用档案,对在购买服务实施过程中,发现承接主体不符合资质要求,歪曲服务主旨、弄虚作假、冒领财政资金等违法违规行为的,记入信用档案,并按照相关法律法规进行处罚,对造成社会重大恶劣影响的,列入政府购买公共文化服务的“黑名单”。

### 关注

“纪录片是工业,是美学,也是思想。每当社会遭遇重大变革,纪录片往往都最先站出来,推动公众意识与思维变革,改变社会,推动历史。”

——摘自《中国纪录片发展研究报告》

# 记录对每个人都有价值

### ——专访中国纪录片发展的记录者张同道



本报记者 赵亮

5月12日,《舌尖上的中国》(以下简称《舌尖》)系列纪录片导演陈晓卿透露,《舌尖III》将于9月正式开拍。这一季中,会将中国美食放在更开阔的国际视野中展现。

从2012年《舌尖I》热播,到2014年《舌尖II》成功地将文化影响转化为市场效应,《舌尖》为中国纪录片创立了一个品牌。纪录片这个似乎有些“高端、厚重、小众化”的艺术形态一下被拉到了普通公众的面前并得到了前所未有的关注。在“烂片”和综艺节目泛滥的“娱乐时代”,这样有着“社会责任与人文关怀”的精神产品满足了人们较高的欣赏需求。不仅如此,除了《舌尖》,2014年还有《大黄山》(你所不知道的中国)、《客从何处来》(互联网时代)等一批视角独特、品质优良的纪录片如雨后春笋般走进公众视野。

根据近期发布的《中国纪录片发展研究报告2015》(以下简称《报告》)显示,2014年中国纪录片总收入约30亿元,增长为33.3%。同时,北京纪实频道、上海纪实频道上星播出,与央视纪录频道构成3家卫视纪录片传播平台,“卫星年”“产业化提速”“国际表达”等一些极具行业突破性意味的关键词被广泛关注。

在中国纪录片市场转型的关键时期,如何解读纪录片“风雷震荡”的发展历程?近日,记者专访了连续7年主持撰写中国纪录片蓝皮书——《中国纪录片发展研究报告》的主编、北京师范大学纪录片中心主任张同道。

### 不是装饰生活的甜点,而是滋润生命的盐

记者:中国纪录片蓝皮书的撰写是从2009年开始的,选择这个时间点有什么特殊的考虑吗?

张同道:我对纪录片的关注已经有20年了,但到2009年突然有了一种做不下去的感觉,纪录片走到了一个低潮。回望中国电视30年的发展,纪录片实际上起到了非常重要的作用,中国电视的人文深度和美学形态主要来自纪录片。比如上世纪80年代的纪录片

《话说长江》《望长城》为中国电视打下了深厚的人文底色。然而,到2000年以后,电视的评价标准变了,由原来靠专家打分变为收视率说了算。于是电视节目的娱乐性越来越强,广告也更多,这一现象到2008年达到了顶峰。这时的纪录片渐渐被压缩甚至没有了时段、播出平台。但是,纪录片不是装饰生活的甜点,而是滋润生命的盐,不是可有可无的东西。

记者:中国纪录片总收入从2009年的5亿元到2014年约30亿元,这个数字变化的背后发生了什么?

张同道:从2009年到现在,纪录片的发展可谓“风雷震荡”;2010年国家新闻出版广电总局下发了支持纪录片发展的意见;2011年央视纪录片频道成立;2012年《舌尖》就推出了;2014年两个纪实频道上星……专业领域被压抑了十年的激情被激发出来。假如《舌尖》换算成电影票房,应该是10亿元左右。一个作品被社会这样广泛关注,甚至中央发文件都写有“反对舌尖上的浪费”,这种改变是巨大的。不只是《舌尖》,近年来一大批优秀作品如《五大洲》《瓷路》《敦煌》等相继出现,这在以前是不敢想象的。

### 用国际手法来讲述中国故事

记者:中国纪录片在国际框架下的地理坐标是一个怎样的位置?

张同道:如果把国际纪录片比喻成一张铁路网,那么这个网是由美国人、英国人建

的,规则是他们制定的,后来又来了法国、日本、澳大利亚、加拿大。而在这张网上又跑着很多专列,如美国探索集团、英国BBC、日本NHK,这些都是品牌。中国纪录片在2012年之前相当于在一个四等小站,拎着篮子,卖点特产,并没有形成规模和品牌。2013年以后,中国纪录片的品牌就打出去了,《舌尖》《故宫100》《颐和园》《超级工程》等,在国际参展,其水平也是国际化的。2013年英国BBC的6个国际项目中,4个是和中国的合作的。从此,在世界纪录片领域,大家都知道了中国纪录片的存在。

记者:2014年推出的多部纪录片如《瓷路》《互联网时代》等都加强了国际合作,中国纪录片似乎越来越国际化了。

张同道:国际化是2014年中国纪录片的突出倾向。《互联网时代》远赴美、英、法等14国追踪互联网的起源与发展;《瓷路》到英、德、日、法等9国挖掘陶瓷的传奇故事;《1937南京记忆》采访美、日、德、韩等国120多位专家、学者、亲历者及其后人,共同讲述南京大屠杀。用国际手法来讲述中国故事,这在过去很少见。应该说国际视野支撑国际高度,国际叙事决定美学形态。

记者:中国纪录片已经向国际化迈出了坚实的一步,背后成功的原因是什么?

张同道:因为投资到位了。行业人越来越认识到拍出精品是需要花大价钱的。过去的状态是低端制作与无效传播的恶性循环,片子太烂没人看。在这个行业有品牌才有价值,有影响力才有价值。国际顶级品牌的一个特

点就是我做任何一个品牌,一定要做到极致。而一个好的纪录片旺盛的生命周期最少是8年。

所谓国际化,就是以国际的标准来制作。纪录片是一个工业,它是有国际标准的。比如说声音,如果是两声道,放到影院里都是杂音。到目前为止,能做出5.1声音的作品还很少。我们每年有18000小时的制作,但优秀作品还太少,不到百分之一,而美国探索集团一年制作1000个小时,美国国家地理是600个小时,但每一部都是精品。

### 产业化路径虽不清晰,但探索已经开启

记者:在今年的北京国际电影节纪录片单元上,您首次提出了纪录片产业化的问题,是纪录片发展到这一阶段的必然吗?

张同道:任何一个行业的基础是产业,没有产业支撑是不成立的,而3年前纪录片产业还未形成。目前达到30亿元,也不是大产业,我觉得5年内应该能达到100亿元。但是,文化产业又不能那么简单地衡量,就文化影响力而言永远大于其本身的市值。因为文化的力量是靠对心灵的影响,纪录片就是公共的精神食粮。今后纪录片的大众性会越来越强,因为任何人的生命只会向前发展,而记录对每个人都是有价值的。

记者:目前纪录片产业化道路才刚刚开始,在探索新盈利模式的过程中会有哪些考虑以及困扰?



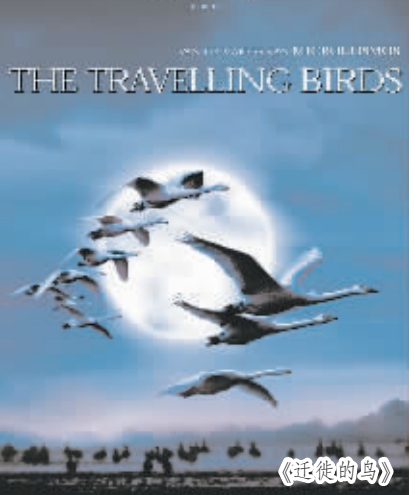
《客从何处来》



《超级工程》



《亲爱,别过问》



《迁徙的鸟》

### 言论

有视觉的没心灵,有心灵的没票房,没口碑的能赚钱,获过奖的市场不待见,有价值的卖不上价钱

## 国产电影:在艺术和商业之间无休止拔河

赵凤兰

随着《速度与激情7》、《左耳》、《何以笙箫默》、《闯入者》、《念念》等影片在今年五一档的热映,商业片和文艺片一边是火焰一边是海水的景象再次凸显。

在这场富于戏剧性的票房之争中,国产片集体被《速7》碾压,而两部文艺范的影片《闯入者》、《念念》又整体被几部华语商业电影碾压的现象,如同上演了一幕“大鱼吃小鱼,小鱼吃虾米,虾米吃泥巴”的舞台悲喜剧,而导演王小帅“致我的观众”的悲情告白又将这出舞台剧推向了高潮。

如今的电影市场颇有点像球迷看球,底下观众的热议甚至比台上的演出更精彩,在庞大的观众及影评人中,幸灾乐祸的有之,拍手称快的有之,恼怒谴责的有之。在笔者看来,这一现象之所以引起关注和热议,是因为更有品质的电影在当下无法赢得市场,更得不到观众的认可与尊重,与国人正常的行为准则、伦理纲常和思维逻辑相斥。这令一些致力于将电影的思想性和艺术性作为至上追求的导演们想不通,他们不甘心被活跃在电影

领域的那些没文化的土豪们击败,所以一而再再而三地抛出一些在观众看来略显寂寞的“高冷”之作,以表明他们对当下的观众和商业院线还抱有希望、存有信心。

但市场总是无情的,小众的文艺电影总是难以与更为大众的商业电影抗衡。对此有人直言:那些商业影院就不是艺术电影去的地方;艺术电影又追求艺术,又要获奖还要赚到钱,哪有样样都想占的?检验电影成功的标准不是赚到钱;没赚到钱不意味着失败等等,这些言论之外的潜台词是,声音、艺术、赚钱只能选一样,想要艺术就别想着赚钱,想赚钱就别想艺术。这似乎印证了当下电影市场的诡异逻辑:有视觉的没心灵,有心灵的没票房,没口碑的能赚钱,获过奖的市场不待见,有价值的卖不上价钱。

可是,让人纳闷的是国内的电影生态为何让艺术电影与商业电影两个概念截然对立,好像商业元素发达的电影就要拒绝艺术,而艺术考究的电影就不能商业所容。

这种两极分化的、平衡能力的缺失正是当下国内电影市场的短板。目前我们的电影人始终在艺术和商业之间进行无休止的拔河,有的电影过于娱乐化、商业化,有的又

太过“文艺”,传播力不足。尽管电影市场要多样化、多类型、多品种才能实现文化平衡,但如果商业类电影只满足特效视觉,娱乐类电影只负责感官娱乐,其他能带给观众感动和回味的都交给艺术电影去完成,那我们的电影文化也未免过于单一和干瘪了。看过好电影的人都知道,一部优质的影片在具备商业元素的同时也一定是艺术的,除了在题材创意、叙事结构、艺术表现力等外在形式上打动观众以外,在电影内在的人文情怀、审美情趣和思想内核上总能让观众产生共鸣和强大的心理驱动力。

像华人导演安邦拍摄的电影《喜宴》、《饮食男女》、《卧虎藏龙》、《少年派的奇幻漂流》等,既在艺术上获得世界肯定,又在商业上取得巨大成功。由此可见,电影的商业性和艺术性并非二元对立、冰炭不容。正所谓本是同根生,相煎何太急。没有商业支撑的艺术是没有生命力的,但片面追求商业和娱乐也是昙花一现的。从本质上说,电影的艺术性和商业性是互相缠绕、不可分割的整体,所谓的“商业”和“技术”,最终都是通过“艺术”来体现的,如果彼此割裂,商业就不会成功,技术也不会被欣赏。

### 文化点评

#### 横店重建圆明园引争议 文化遗产名称使用存疑

据新华社 本月,占地6200多亩、总投资300亿元,按1:1比例复建北京圆明园的“圆明新园”(一期),在浙江东阳市横店镇正式开园。从方案提出到如今一期建成,7年时间内,围绕“是否劳民伤财”“土地审批是否违规”“与圆明园遗址侵权之争”“如何再现昔日辉煌”等争论,从未停止。

“圆明新园”的票价不菲,已开放的春苑景区拟定门票价格为280元/人次,夜游区域票价280元/人次,冰雕雪雕馆及野生动物馆则另行收费。“圆明新园”全程的总票价近千元。

背景 除号称按1:1复建圆明园95%建筑群外,“圆明新园”还新增其他项目。整个“圆明新园”由新圆明园(春苑)、新长春园(夏苑)、新绮春园(秋苑)、新畅春园(冬苑)和红楼梦园、欢乐夜福海、欢乐夜瑞池、欢乐夜庙会以及野生动物标本馆、冰雕雪雕馆、高科技艺术馆十个园区组成。今年5月先行开放部分园区,其他园区计划于明年5月全部建成并适时对外开放。

点评 如果说圆明新园的观点在于复建了圆明园的建筑群,那么加入红楼梦题材和冰雕、野生动物、庙会等,就显得颇为不伦不类。与其说是复建圆明园,不如说是新建了一处添加了仿古建筑的主题公园。但是,新建公园在名称中使用“圆明园”或相似字样,是否涉嫌侵权,是个有待商榷的问题。

事实上,是否有必要复建圆明园,一直是一个争议性较高的话题。从技术手段而言,复建圆明园并没有太多难度,但问题是,复建“伪古董”除了门票,还有别的文化价值吗?如果想表现“万园之园”当年的宏伟,大可以用数字体验的方式“复原”,呈现给公众。

#### 独克宗古城恢复重建 应避免过度商业开发

据新华社 云南省迪庆藏族自治州香格里拉独克宗古城恢复重建工作进展顺利,古城基础设施一期建设完成了焚毁区11条道路的恢复重建,为民居复建保障了水、电、路三通,因灾受损的246户民居9成以上已开工重建。

据悉,古城重建将按照“尊重历史、尊重民族文化、修旧如旧、以存其真,建新如旧,以复其貌,旧中透新,以显特色,重建与提升并重”的原则,有序推进。

背景 2014年1月11日,独克宗古城四方街发生火灾。起因是一家客栈的经营者使用取暖器不当,引燃可燃物,最终造成烧损、拆除房屋面积59980.66平方米,烧损(含拆除)房屋直接损失8983.93万元(不含室内物品和装饰费用)。

点评 独克宗古城上次被毁,与过度商业开发,并且缺少有效管理不无关系。而独克宗古城在保护与开发之间面临的矛盾,在国内其他古城都存在。古城的文化价值并不只在于其整体地保存了古代建筑,也在于其保存了当地文化和当地居民的生活方式。

现在,一些地方的古城被过度开发,古城原居民把自己的房屋扩建后,租给外地来的经营者开设店铺,店铺经营项目却往往与当地文化并无关联。有的古城甚至满城店铺,难觅民居,最终,原本各有特色的古城,变成了千城一面的“仿古建筑物城”。

#### 黎川旅游文化精品展 在京开展

本报讯 5月11日,江西黎川旅游文化精品展在北京恭王府开展。共展出油画作品58幅、陶瓷作品149件(套)及摄影作品300多幅,展览了黎川陶瓷、油画等特色文化发展的新成果。

据介绍,本次展览分为情系黎川、温暖黎川、印象黎川、视觉黎川、彩绘黎川、体验黎川、寻找黎川、不忘黎川等八个主题版块。本次活动将持续到5月24日。

黎川县地处江西省中部偏东,武夷山脉中段西麓,山水风光迤迤,境内有闽赣省苏维埃政府旧址、团村战役旧址和岩泉国家森林公园、洲湖船形古屋、十里明清老街等一批红色、绿色、古色旅游资源。(卿仁)

### 三部中印合作交流电影拍摄启动

本报讯(记者赵亮)5月14日,“中印电影合作交流新闻通气会”在京召开,该活动由国家新闻出版广电总局与印度驻华大使馆主办,三部表现中国与印度友好交流题材的电影《大唐玄奘》、《功夫瑜伽》和《大闹天宫》(暂名)宣布启动拍摄,成龙、黄晓明、王宝强及印度著名演员阿米尔·汗等电影主创代表与观众见面。

近年来,中印电影交流越来越频繁。特别是去年9月两国签署了《中华人民共和国国家新闻出版广电总局与印度共和国新闻广播部关于视听合作的协议》,为两国在电影领域

### 曹禺《日出》诞生80载首登歌剧舞台

本报讯 5月12日,记者从国家大剧院获悉,在曹禺剧作《日出》发表80周年之际,国家大剧院力邀著名作曲家金湘、编剧万方、导演李六乙等主创团队打造该剧的首部歌剧版本将于6月17日至21日首演,以此向大师和经典致敬。

被誉为“中国的莎士比亚”的中国现代剧作家曹禺,其代表作《日出》是中国戏剧脚本在世界范围内引起关注的里程碑之作,自从1935年发表后便引起轰动。纵观中国话剧百年演出史,《日出》也是持续演出时间最长的剧目之一。

该剧编剧万方是曹禺先生的女儿,在谈及歌剧《日出》的创作时认为,《日出》中所描

加强合作,扩大交流指明了方向。

自去年以来,我国已引进4部印度影片在中国影院发行,14部影片在电视频道播出。即将于近日公映的《我的个神啊》还在本次活动上举行了上映启动仪式,曾因《三傻大闹宝莱坞》在中国拥有众多粉丝的印度影帝阿米尔·汗为广大中国观众推介了这部由他主演的优秀印度电影。

“中印电影合作交流新闻通气会”集中展示了近期中印电影合作领域的新进展和新成果,将进一步创造中印交流和谐友好的文化氛围,激发两国电影共同进步的热情。

述的情景是社会的横断面,从中切一刀便可看到当时的社会中各阶层的生活状态。不同于话剧、影视作品的是,歌剧的结构会更加浓缩剧情,突出情感。

导演李六乙希望在歌剧中还原曹禺原著的精神,在他看来,要从追究社会转移到探索人性,与其说是阶级斗争毋宁说是人性的搏斗,人与环境之间的搏斗,人与自我的搏斗。

李六乙说:“我在曹禺的作品中找到几种人特别本质的存在状态,人的尴尬、困境、物质对人的占有等等,其实,人可以逃脱物质的空间,而真正逃脱不了的是心理空间。曹禺先生在我心中不是过去时,他很当代。”(卿仁)