

文艺工作蓬勃的生命力源于植根人民服务人民

——“百年征程 时代华章”群众喜爱的歌曲、曲艺、舞蹈优秀作品推介盛典述评

■文/陈文府



张政、边发吉等参加活动



陈语卓、钱奕帆、曹继玉、刘泽橙与北京冬奥会志愿者献词《文化强国 追梦有我》



赵兵、张丽静表演西河大鼓《团结就是力量》



柏林演唱歌曲《奋斗吧！中国》

(上接第7版)

5.对电影各环节的要求更详细、更清晰、更直接。

由于规划的专门性和高级别，与以往的五年规划不同，《规划》聚焦了未来电影发展的方方面面，问题导向明晰，针对性更强，手段更直接有效。

(四)重点关注

《规划》有三个方面值得重点关注：

1.分解了8个领域27个方面的工作任务。

2.开设7个专栏，开展20个专项工作。

3.提出了四个定量指标。

一是“每年重点推出10部左右叫好又叫座的电影精品力作”。

二是“每年票房过亿元国产影片达到50部左右”。

以上两种提法未见于既往规划中的电影相关内容。

三是“国产影片年度票房占比保持在55%以上”。这一提法见于既往规划。

四是“到2025年银幕总数超过10万块、结构分布更加合理”。这一指标既远高于《新闻出版广电“十三五”发展规划》中提出的6万块指标，也对未来四年提出了达成新建银幕近2万块的要求。

推动版权治理，加强版权保护

近年来，国家版权局会同国家电影局、公安部、网信办、工信部等开展了多种有效措施，加强对电影版权的保护，严厉打击各类侵权行为。(见表3)

(一)加强电影版权保护

自2019年以来，国家电影局联合多个相关部门，连年专项治理春节档影片侵权盗版问题。

2月7日，中宣部版权管理局、中宣部电影局、公安部食品药品犯罪侦查局出台《关于进一步加强院线电影版权保护的通知》，联合开展为期2个月的打击院线电影盗版传播集中行动，严厉打击春节档院线电影盗录传播违法侵权行为，规范电影市场秩序。

2月8日，最高人民法院发布了因盗版2019年春节档影片《流浪地球》等影片牟利、8人被判处有期徒刑的侵犯知识产权案。

2021年全年，国家版权局共公布了15批次重点作品版权保护预警名单，共

保护《长津湖》等中外作品76部。相关部门已推动服务商清理各类侵权链接846万余条；推动成立院线电影版权保护联盟，引导制片方、发行方与商业网站开展版权合作。

(二)整治短视频侵权盗版

4月9日，中国电视艺术家协会、中国电视剧制作产业协会等协会，爱奇艺、腾讯视频、优酷等视频平台以及正午阳光、华策影视等影视公司在内的70余家单位发布了关于保护影视版权的联合声明，共同呼吁广大短视频平台和公众账号生产运营者尊重原创、保护版权，引起舆论高度关注。

4月28日，国家电影局针对比较突出的“XX分钟看电影”等，配合国家版权局加大对短视频侵犯电影版权行为的打击力度，大力整治短视频平台及自媒体、公众账号生产运营者未经授权复制、剪辑、传播他人电影作品的侵权行为，积极保护广大电影版权权利人的合法权益。

6月6日，慈文传媒、华策影视、柠萌影业、新丽传媒、耀客传媒、正午阳光影业等六家影视企业再次公开发表反对短视频侵权盗版的鲜明态度。

(三)联动相关机构治理

12月15日，中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频内容审核标准细则》(2021)，对2019版《细则》21类100条标准进行了全面修订。尤其强调短视频不得“未经授权自行剪辑、改编电影、电视剧、网络影视剧等各类视听节目及片段”。

(四)二轮治理：部署“清明”行动治理重点

5月8日，国务院新闻办举行2021年网络“清明”系列专项行动新闻发布会，布置了八个方面重点任务，其中将“饭圈”乱象正式列入2021年“清明”系列专项行动的治理重点。

6月15日，中央互联网信息办公室(即国家互联网信息办公室)宣布在全国范围内开展“清明·‘饭圈’乱象整治”专项行动。6月下旬，豆瓣对违规账号、问题小组等进行删除和解散，爱奇艺对集资、打榜彻底“自查自纠”。8月6日，微博下线“明星势力榜”。

(四)第三轮治理：高规格、多部委综合治理

8月以来，结合此前文娱领域暴露出的各种问题，宣传部门联合开展综合治理。

这一轮治理对此前工作进行了汇总综合，主要针对天价片酬、“阴阳合同”、偷逃税款等问题以新方式新手段灰灰复

近日，“百年征程 时代华章”群众喜爱的歌曲、曲艺、舞蹈优秀作品推介盛典在河北石家庄成功举办。由河北等16省(自治区、直辖市)文联联合搭建平台，1000多万群众参与评选推介，一批优秀文艺作品脱颖而出，昂扬振奋的主题旋律、质朴纯真的人民情怀、交互互动的聚变效应、生动鲜活的推介手法，“扬正气、接地气、有活力”，一经推出便异常“吸睛”，在社会各层引起强烈反响。中国音乐家协会、中国曲艺家协会负责人通过网络视频致贺，中共河北省委常委、宣传部长张政，中国文联副主席、河北省政协副主席、省文联主席边发吉等参加活动。

群众“亮眼”，站稳人民立场

文艺工作植根人民、服务人民才会具有蓬勃生命力。此次优秀作品推选活动，坚持让人民群众当主角、站“C位”，充分彰显人民至上的深厚情怀。在文艺作品培育创作阶段，文艺工作者们聚焦群众生活，突出人民视角，在作品评选推介阶段，既重视专家学者的把关定向作用，又格外关注群众需求、考量群众品味，力求以人民为中心打造一场有内容又有内涵、有焦点又有亮点、有高度又有温度的文化盛宴，不但得到业内专家的一致肯定，也满足了人民群众对精神文化生活的新需求新期待。

河北省文联党组书记、副主席史建伟介绍，策划组织这次活动，主要考虑就是围绕庆祝建党百年这一主题，搭建挖掘筛选、集中展示、宣传推广平台，以主题鲜明的优秀作品讴歌党和祖国、讴歌伟大新时代、讴歌人民英雄，并通过群众深度参与评选形式，让人民群众在“贴身”体验中欣赏艺术、享受快乐、引领思潮。推介盛典上，歌曲《灯火里的中国》、《岁月征程》、曲艺《庄严的时刻》、《红船精神代代传》、舞蹈《蜜》、《和人民在一起》等作品，都是植根于群众生活的作品，已经在人民群众中广为传唱，有的多次巡演于大江南北，群众对这些节目本来认知度就很高，现在这些作品回到群众中间交由大家“打分”，自然倍感

亲切、大受欢迎。

推介盛典活动处处体现着人民至上，走上红毯的主角“变身”为基层文艺工作者和人民群众，得到群众喜爱的文艺工作者“登台”为投票群众代表献花，这些环节都让人耳目一新，留下难忘记忆。活动期间征集到的2367部歌曲、曲艺、舞蹈作品，有41部优秀作品在推介盛典上得到集中宣传，新华网、冀云客户端、长城网等同步直播，观众点击量当天即超过1100万人次，群众关注热度空前，迅速成为了网络热点。

旗帜“耀眼”，引领奋进力量

文艺工作的鲜明导向是服务党和国家建设全局。此次优秀作品推选活动，以独具匠心的设计理念激励广大文艺工作者心系民族复兴伟业，生动鲜活地讲好中国故事。活动重点聚焦建党百年、乡村振兴、北京冬奥会等重大历史节点、重要事件，同时关注生态保护、民生保障、创新发展等国家大事，让大家在共情共鸣中“燃”起前行力量。歌曲《领航》、《奋斗吧！中国》、《追随》、曲艺《光辉历程》、《春风化雨百花香》、舞蹈《春到最北方》、《阳光下的麦盖提》等作品，以不同角度发挥优秀文艺作品的激励教育作用，宣传贯彻党的十九届六中全会精神和习近平总书记在中国文联十一次、中国作协十大开幕式上的重要讲话精神，引导人民群众在欣赏节目、参与活动中潜移默化地重温党的光辉历史、激活奋进新时代的“源动力”。

推介盛典上的献词《文化强国 追梦有我》，则由4名青少年文艺工作者和20名北京冬奥会志愿者共同发出铿锵誓言，一起颂扬中华文明、歌颂党的恩情，热忱表达青年文艺工作者永立时代潮头、献身文化强国事业、续写时代华章的坚定决心，将推介盛典再次推向高潮。广大群众纷纷表示，一首首歌、一段段舞、一件件曲艺作品，生动再现了党的百年奋斗征程，深刻感悟了“没有共产党就没有新中国”的真谛，强化了听党话、跟党走、跟党走的理想信念。

燃迹象，以及流量至上、畸形审美、“饭圈”乱象、“耽改”之风等新闻情况新迭出的情况。

8月24日、25日，中国文学艺术界联合会、中国电影家协会、中国音乐家协会分别召开座谈会，并分头发出《修身守正立心铸魂——致广大文艺工作者倡议书》，贯彻落实文娱领域综合治理工作部署。

8月25日，中央网信办秘书局发布《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》，提出取消明星艺人榜单、严管明星经纪公司、严禁呈现互撕信息、严控未成年人参与、规范应援集资行为等十项措施，进一步加大治理力度，压紧压实网站平台主体责任，巩固和扩大前述专项行动效果。

8月30日，文化和旅游部办公厅下发《关于进一步加强文艺工作者教育管理和道德建设的通知》，9月2日，国家广播电视总局办公厅下发《关于进一步加强文艺节目及其人员管理的通知》，进一步加强管理，从整治艺人违法失德、“饭圈”乱象等问题。

9月2日，中宣部下发了《关于开展文娱领域综合治理工作的通知》，从压实平台主体责任等8个方面提出具体要求和措施。

9月3日，中宣部召开文娱领域综合治理工作电视电话会议，加大文娱领域突出问题治理力度，中共中央政治局委员、中宣部部长黄坤明出席。

整顿网络生态，治理算法滥用

2021年以来，影视剧“未看先评”、水军控评等乱象尤为突出，引起行业愤慨。一些平台监管责任缺失甚至监守自盗，“毒流量”“毒短评”泛滥，破坏行业生态。对此，中央高度重视，将这些问题纳入“清明”专项行动，由网信部门着手治理网络生态，其他相关部委进行配合，重罚平台、治理灰黑产业、打击网络水军。(见表5)

(一)重罚豆瓣、微博、知乎等违法违规

2021年1月至11月，国家互联网信息办公室指导北京市互联网信息办公室，对豆瓣网实施20次处置处罚，多次予以顶格50万元罚款，共累计罚款900万元；对新浪微博实施44次处置处罚，多次予以顶格50万元罚款，共累计

罚款1430万元。

12月以来，国家互联网信息办公室负责人分别约谈豆瓣网、新浪微博，并指导北京市互联网信息办公室依法约谈知乎网，针对近期豆瓣网及其账号、微博及其账号、知乎及其账号屡次出现法律、法规禁止发布或者传输的信息等问题，情节严重，依据《中华人民共和国网络安全法》、《中华人民共和国未成年人保护法》等法律法规，责令其立即整改，严肃处理相关责任人。北京市互联网信息办公室分别对豆瓣网运营主体和新浪微博运营主体依法予以150万元、300万元罚款的行政处罚。豆瓣网所有小组的回复功能下架整改至12月17日；知乎在整改期间暂停相关功能。

工业和信息化部持续推进APP侵害用户权益专项整治行动。11月3日，工信部针对APP超范围、高频索取权限、非服务场景所必需手机用户个人信息等违规行为进行公开通报，下架106款APP。其中，豆瓣网涉问题为超范围收集个人信息。

(二)治理流量造假、黑公关、网络水军

为从根源进行挖掘和打击网络灰黑产业链，2021年，公安机关组织开展起“网络水军”专项治理行动，“净网2021”专项行动成绩单显示，共侦办相关案件200余起，依法关停“网络水军”账号620万余个，解散网络群组17万个，有效净化网络环境。

2月以来，国家网信办部署深入开展“清明·春节网络环境”专项行动，集中整治网络生态乱象，尤其重点整治刷量“控评”行为。

12月22日，中央网信办召开全国网信系统视频会议，部署开展“清明·打击流量造假、黑公关、网络水军”专项行动，作为2021年“清明”系列专项行动的收官之战，为期2个月。该行动重点开展三方面整治任务：一是分环节治理刷分控评、刷单炒信、刷量增粉、刷榜投票等流量造假问题。二是持续整治网络黑公关乱象。三是坚决查处涉网络水军信息、账号及相关操控平台。其中专门聚焦水军影射评分等平台，重点整治雇佣专业写手和网络水军虚构“种草笔记”“网红测评”，或通过“养号”、占领前排好评、删差评等方式，对影视等进行刷分控评等问题。

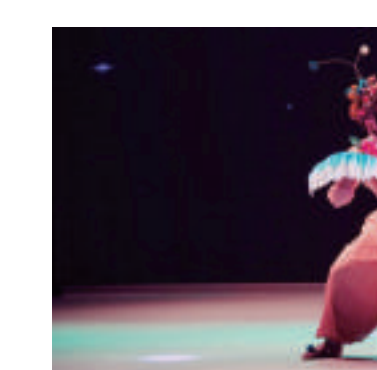
(三)管理好、使用好、发展好算法应用

算法滥用问题，无论对影视行业还

宣传“抢眼”，牵手千万群众

衡量文艺工作的价值标准主要考量指标是能否走进千家万户影响和联动群众。此次优秀作品推选活动主要借助网络手段进行，“网上评、网上推、网上演”，突出新手段运用，取得了丰硕成果。活动由中国音乐家协会、中国曲艺家协会、中共河北省委宣传部精心指导，16省文联联手整合资源、打造产品、推出精品，推介盛典经各大平台集中推送，昂扬旋律响彻中华大地。同时由河北省音乐家协会、曲艺家协会、舞蹈家协会承办，河北传媒学院、河北新华文化传媒有限公司、河北精英之星文化传媒有限公司、河北唯善呈和网络科技有限公司协办，这些单位携手并肩，发挥各自优势资源强力推动。

推介盛典活动中，中共河北省委宣传部部务会成员、《共产党员》杂志社社长王振儒；人民日报社河北分社社长徐运平；河北省作协党组书记、副主席王凤；长城新媒体集团党委书记、董事长马来顺；新



仇锐国、郭同喜表演舞蹈节目《蜜》



部分参加活动嘉宾合影

是对互联网生态而言，均已成痼疾。亟需管理好使用好发展好算法应用，全面提升网络综合治理能力，加强互联网信息服务算法安全治理。

9月，国家互联网信息办公室、中央宣传部、教育部、科学技术部、工业和信息化部、公安部、文化和旅游部、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局联合印发《关于加强互联网信息服务算法综合治理的指导意见》，旨在管理好使用好发展好算法应用，全面提升网络综合治理能力，将利用三年左右时间，逐步建立治理机制健全、监管体系完善、算法生态规范的算法安全综合治理格局。

10月，国家市场监督管理总局发布《关于对互联网平台分类分级指南(征求意见稿)》<互联网平台落实主体责任指南(征求意见稿)>公开征求意见的公告，旨在科学界定平台类别、合理划分平台等级、推动平台企业落实主体责任，促进平台经济健康发展，保障各类平台用户的权益，维护社会经济秩序。

12月，国家互联网信息办公室、国家发展和改革委员会、工业和信息化部、公安部、国家安全部、财政部、商务部、中国人民银行、国家市场监督管理总局、国家广播电视总局、中国证券监督管理委员会、国家保密局、国家密码管理局联合修订2020年发布的《网络安全审查办法》，将网络平台运营者开展数据处理活动影响或者可能影响国家安全等情形纳入网络安全审查，并增加证监会作为网络安全审查工作机制成员单位，完善了国家安全风险评估因素等内容，自2022年2月15日起施行。

12月31日，国家互联网信息办公室等还出台了《互联网信息服务算法推荐管理规定》。

此外，国家互联网信息办公室于2022年1月15日针对《移动互联网应用程序信息服务管理规定》公开征求意见。该征求意见稿指出，不得通过虚假宣传、捆绑下载等行为，或者利用违法和不良信息诱导用户下载，不得通过机器或人工方式刷榜、刷量、控评，营造虚假流量。

以上政策，发文单位级别高、联合施策力度大，将对网络购票、网络评分、口碑营销等环节产生重大影响。(见表6)

(作者系中国艺术研究院电影电视研究所高级编辑)