总局工作信息

召开部分省局电视剧内容管理工作专题会议。7月9日，总局召开部分省局电视剧内容管理工作专题会议暨推动电视剧高质量发展调研座谈会，传达了近期中央和总局对电视剧工作的有关要求和部署，通报了2019年上半年电视剧内容管理工作情况，并布置下一阶段工作任务。会议要求各省级管理部门要进一步提高政治站位，全面强化内容把关，加强行业综合治理，切实履行属地管理责任。重点加强对宫斗剧、抗战剧、谍战剧的备案公示审核和内容审查，治理“老剧翻拍”不良创作倾向。此外，就各省推动电视剧高质量发展的主要情况、存在问题和意见建议等进行了调研座谈。

2019年5月全国引进境外影视剧目录公布。7月17日，总局发布了《关于2019年5月全国引进境外影视剧有关情况的通知》，显示5月统一发行的境外影视剧共10部，其中，电视剧2部73集，电影8部16集。相比今年3月，5月同意发行的境外影视剧增加了8部、85集，其中，同意发行的境外电视剧增加了2部，电影增加了6部。

通报广东广播电视台珠江电影频道广告播出严重违规问题。7月22日，总局官网发布关于广东广播电视台珠江电影频道广告播出严重违规问题的通报。通报要求，责成广东省广播电视局给予该频道暂停频道播出30日的行政处罚，并督促广东广播电视台作出深刻检查，对相关责任人进行严肃处理，提出切实整改措施。同时，各级广播电视播出机构要吸取教训，引以为戒，切实落实意识形态工作责任制；各级广播电视行政部门要切实履行属地管理职责，全面加强对辖区内播出机构的监管工作。

公示2018年度公益广告扶持名单。7月24日，总局发布《总局办公厅关于公示2018年度广播电视公益广告扶持项目评审结果的通知》，表示今年继续开展广播电视公益广告专项资金扶持项目评审工作。日前，经各省级广电行政部门、中央广播电视总台、电影频道、中国教育电视台等推荐，总局专项资金项目评审委员会审核，评选出2018年度广播电视公益广告专项资金扶持项目并予以公示。

广播类扶持作品中，《龟兔赛跑谁第一》《敬老爱老–不要缺席 系列》《父母是孩子最好的朗读者》被评为一类作品；《时代楷模南仁东–星空不会忘记》《幸福是奋斗出来的–城市未眠》《改革开放四十周年–从复兴门到复兴号》位列二类作品；《改革开放四十周年–舌尖上的中国》《改革开放40年公益广告》《公益–改革开放再出发》三部“改革开放”题材的公益广告入榜三类项目名单。

电视类扶持作品中，《早一分钟 多一份可能》《我们在守护》《温暖前行 从心出发》三则广告入选一类作品。传播机构类名单中，中央广播电视总台、广东广州市广播电视台、中国教育电视台三家广电机构被评选为一类机构。组织机构类扶持作品中，共有北京市广播电视局、河北省广播电视局、辽宁省东港广播电视台等20家组织机构获选。

全国广电节目综合人口覆盖率达98%以上。7月25日，国家统计局发布《文化事业繁荣兴盛 文化产业快速发展——新中国成立70周年经济社会发展成就系列报告之八》（以下简称《报告》）。《报告》显示，新中国成立70年来，我国充分利用传统媒体优势，积极发展视听新媒体，从以前单一的广播媒体发展到今天具有电台、电视台、报刊、网络广播电视和移动多媒体广播电视等多种媒体构成的传播新格局，拥有无线、有线、卫星、互联网等多种传输覆盖手段构成的现代化广播电视传输覆盖网，广播影视制播能力显著增强。传播规模不断扩展，2018年底，全国共有各级广播电台播出机构2647个，实际开办公共广播节目2900套。覆盖范围显著扩大，2018年底，全国广播、电视节目综合人口覆盖率达到98.94%和99.25%，全国有线广播电视实际用户数为2.18亿户，占全国家庭总户数的49.0%，全国网络视听注册用户已达到65.7亿个，节目播放次数接近2.7万亿次。播出能力日益增强，2018年，全国共播出的公共广播节目已有1526.7万小时，共播出公共电视节目已达1925万小时。

第二季度66部电视剧获发行许可。近日，总局发布关于2019年第二季度全国《国产电视剧发行许可证》颁发统计情况通告。通告显示，2019年4–6月全国各类电视剧制作机构共计生产完成并获准发行国产电视剧66部2791集。其中现实题材作品剧目占比最多，占比66.67%，并且以当代题材为主（38部）；历史题材剧目占总比为33.33%，以近代题材为主，古代题材较少。（据总局文件）

暑期未成年人节目的正确打开姿势

古 娟

一段时间以来，“萌娃”因其天真烂漫、童言无忌的特点成为活跃荧屏的一大亮点。然而，一些节目中也出现了炫富、炒作明星子女等现象，商业化、成人化和过度娱乐化倾向明显。为此，国家广播电视总局于今年4月底发布了《未成年人节目管理规定》（以下简称《规定》），围绕规范未成年人节目创作、传播和监督管理制定了一系列具体措施。自《规定》颁布以来，未成年人节目在主题策划、环节设计、表达创新上有了明显提升，节目主题更具正能量，内容更加注重童心童真童趣。

暑期来临，未成年人节目应抓住宣传教育“黄金期”，大胆创新，整合资源，在聚焦主题主线，启迪少儿智慧、传承优秀文化、关注成长话题、强化专业属性等方面重点发力，做到思想性和趣味性兼具，有深度和有温度并行，让荧屏内外的孩子都有收获。

聚焦主题主线，以内涵化表达讲好家国故事

未成年人节目的受众是少年儿童，但节目的内涵表达和价值传递不能“低幼”，避免仅仅停留在“唱唱跳跳”“吃喝玩乐”“亲子旅游”等娱乐层面，应增强思想内涵和价值引领。正值新中国成立70周年，又是暑期收视高峰期，未成年人节目更要紧扣主题、聚焦主线，给少年儿童讲好爱国故事，讲好发展成就，在孩子们心里种下为国家为人民奋斗的种子。一些节目巧用“小故事传递大情怀”的手法，让少儿获得熏陶和教育。

央视少儿频道推出暑期特别节目《最野假期》，每期节目以一首红色歌曲为主题，带领孩子们来到庄严的天安门、高耸的钻井台……探寻新中国70年的光辉历程，讲述普通人的家国故事，传递报效祖国的热忱情感，让孩子们感受中国人的自豪，感受强大祖国的力量。

启迪少儿智慧，以趣味性表达普及科学知识

未成年人节目要吸引更多少年儿童的关注，需要兼具知识性、趣味性、参与性。不少节目通过现场实验、户外体验等方式普及科学知识，但也面临着知识深奥难懂、脱离生活实际、危险系数过高等问题。一些节目让小朋友当主角，通过游戏和竞答调动少儿参与的积极性，以趣味性表达普及科学知识。

上海哈哈炫动频道《全能脑力王》通过现场科技创新竞赛，锻炼少儿的创新思维和动手能力。小选手们将知识运用于实践，现场设计出科学装置，解决实际问题，有比拼、有悬念，趣味十足。吉林卫视《嘿！我知道了》以科普知识为主线，通过问、答、看、学等方式，引导少儿在游戏和实验中获得知识。节目还邀请有关专家，对知识点进行细致解答，让少儿易学易懂。

滋养文化内涵，以多元化表达传承优秀文化

中华优秀传统文化是少儿健康成长的丰厚精神滋养。一些节目，通过创新环节设计实现传统文化的多元表达，让少儿节目浸润更多文化底蕴。有的节目开辟文博视角，带领少年儿童深度参观家乡的博物馆，认识馆藏之宝，了解家乡历史文化，亲身实地感受中华文明的辉煌灿烂。有的节目综合运用多种传统文化元素，让儿童通过诗歌吟唱、国画创作、情景剧表演、服饰展示等方式演绎经典诗词和文学作品，并配合“古典风”的舞美效果，让小观众沉浸在传统文化的意境之美中。

值得注意的是，传统文化带有厚重历史底蕴，难免生涩难懂，节目创作时还应贴合少儿认知习惯，避免空洞直白说教，由浅入深，生动形象打动人心。

关注少儿成长，以对话性表达探讨教育话题

未成年人节目服务少年儿童健康成长，就要帮助孩子和家长正确看待成长中可能遇到的问题和困惑。近年来，一些节目聚焦教育理念和成长话题，探讨家庭教育、亲子关系、代际沟通，取得了不错的收视效果。

广东卫视和西瓜视频联合播出《考不好没关系？》，互换孩子与家长的身份，采取父亲答题、孩子观战的方式，让家长和孩子拉近距离，换位思考，互相理解，共同探讨家庭教育。湖南卫视《少年说》通过“天台告白”和“心愿电话亭”让孩子说出自己的心里话，让家长和孩子平等交流沟通，在对话中获得理解和温情。未成年人节目应深入挖掘和研究“对话空间”“对话议题”“对话语境”，倾听少儿心声，探讨成长话题，服务家庭教育。

强化专业属性，以创新性表达引导审美情趣

未成年人节目专业性强，应当尊重艺术规律和少儿特性，把握少儿心理特征、认知特点，引导少儿审美情趣，坚决避免成人化倾向。在表现形式上要将少年儿童放到符合其身份和特性的情境中，从孩子的视角出发，在服饰、舞美、语言表达、后期制作上着力表现童心童真童趣，以积极向上的审美引导少年儿童。

在环节设置上要准确把握少儿的身心特点和兴趣爱好，充分考虑少儿的情感需求和情绪感知，满足孩子的好奇心和探索欲，既要给孩子充分的空间展示自己，又要恰到好处给予指导。以芒果TV《童言有计》等观察类节目为例，一方面通过真实记录，不干预不设限展现孩子的成长变化；另一方面引入教育专家针对特定问题给出专业建议，帮助孩子正确认知和行动。

（来源：“广电时评”微信公众号，节选）