

“饭圈”乱象治理政策效应在音乐行业显现 取消排行榜、破除“唯流量”势在必行

“迷操作”粉丝，再也别见

本报讯(记者邓琦凡)8月31日,在专辑《迷》发行4个多月后,歌手蔡徐坤的工作室为这张专辑发行的“迷操作”公开道歉。这张4月13日发行的专辑,上线后不到两小时销售额便超5000万元创纪录,然而直到8月29日,该专辑的11首歌曲中只发布了5首,却在QQ音乐平台卖出了近324万张,销售额有8000多万元。

道歉发生在中央网信办《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》(以下简称《通知》)公开发布后的第4天。8月27日公开发布的《通知》提出十大措施治理“饭圈”乱象,其中包括取消明星艺人榜单、不得诱导粉丝消费等内容。《通知》发出后,不仅像《迷》这样

的“期货专辑”迅速补齐了歌曲并道歉,也引发了一系列连锁反应,政策效应在音乐领域开始显现。8月31日,腾讯宣布放弃音乐独家版权。上游版权方可以自行向其他经营者进行授权,并不予追究相关版权方因授权其他经营者而产生的相关责任。

《迷》不是第一张“期货专辑”,此前歌手周笔畅的专辑《Not Typical》曾采用一个月发布一首的方式,华晨宇的专辑《新世界》也曾将两首主打歌分批上线,但一开始,粉丝要购买整张专辑。8月28日上线的丁真专辑《风的使者》,也是全部10首歌,目前只上线了4首,其他的歌何时发布还不得而知。

业内人士称,专辑“解锁买”“重复买”等

手段,已成为平台和版权方谋取利益的惯用手段。平台通过设置,将粉丝购买的专辑数量,与所谓“福利”捆绑,让粉丝购买力成为衡量流量明星人气的重要标准。基于此,为冲销量、刷数据,粉丝重复购买几百几千张数字专辑的现象比比皆是。

“这关系到‘面子’。”北京一位不满18岁的青少年粉丝告诉记者,应援、买专辑的目的都是为了让自己喜欢的明星冲上各种排行榜的前列,“要不别人的明星都上去了,自己喜欢的明星可不能落后”。

而各大音乐类应用,都曾设置有数字专辑“畅销榜”,根据专辑的销售量进行排行。一些应用还通过各类活动,诱导粉丝购买专

辑冲量解锁相关“福利”。

《通知》下发的这一周以来,变化也随之发生:各种榜单被取消,音乐作品被限制重复购买、付费数字专辑及单曲限购,“艺人”倡导理性“追星”……政策带来的变化可谓立竿见影。

“要广泛调动全社会力量积极行动起来,在严厉打击‘热搜榜’‘明星势力榜’‘音乐排行榜’等人造热点同时,还需谨防‘刷销量冲业绩’等高额消费的‘黑灰产业链’再度蔓延开来,以此作为契机,重塑‘饭圈’群体。”西安工业大学文学院副教授王鹏表示。

更多的业内人士则期待着,人们的关注回归作品本身,艺术家的地位和知名度也以“作品说话”。



“美在科技”在京开展

8月29日,“美在科技——中国美术馆馆藏科技题材美术作品展”开展。该展览属于中国美术馆“典藏活化”系列展,由中国美术馆主办、中国科学技术协会指导。

本次展览从中国美术馆馆藏中精选科技题材作品100余件,分为“科技人物——求真之路开拓者”“科技事件——创新征途里程碑”“科技成就——知识应用结硕果”三个部分,向观众展示科技、艺术和创新的关系,并着重呈现近现代以来中国科技事业不断发展壮大的光辉历程。

史春阳 摄/中新社

艺评

演出票务规范,关键在落实

胡建兵

近日,由文旅部颁布的《演出票务服务与技术规范》正式实施。作为国内首个演出票务领域的行业标准,此举被业界解读为将有力打击“黄牛”,助推演出市场健康、良性发展,引发广泛关注。

一张票面价格几百元的票,通过黄牛转手,能卖到上千上万甚至几万元,已不是新鲜话题。“黄牛”可恶,但票是怎么到“黄牛”手里的?

实际上,主办方一般通过代理商来销售门票。一级代理为官方代理平台以及少数跟主办方关系极好,手里握着大把资源的“大黄牛”;二级代理就是“中黄牛”,通常有自己的淘宝店和微店;三级代理则是“小黄牛”,通常依靠微博、微信朋友圈以及现场售卖。

现在,绝大多数演唱会搞“饥饿营销”,早早地故意炒作“一票难求”的假象,把一些门票让“黄牛”去炒作。如:此前王菲演唱会门票事件,一开始传说39万人哄抢,32秒售罄,头排位置被炒到了100万元,但到最后售卖价格跌破票面价,“神话”被扯得粉碎。

本次文化和旅游部颁布的《演出票务服务与技术规范》明确,将着重解决统一全国演出票务的内容、规格、编码、制作、发行等基本要素,统一全国演出票务的生成、打印、取票、印刷等具体要求;统一全国演出票务购票、检票、退票等全流程的规范化服务;制订演出行业的票务基本规则,在此基础上实现对全国演出票务市场数据进行采集和有效监管。这意味着,每张演出票的编码都将拥有全国统一标准。包括演出场地、演出场次、演出类型、票务管理系统和票务销售系统并行等。

在政策法规的影响下,虽然“黄牛”不会在短时间内消失,但随着信息数据化的不断推进,“黄牛”利用信息差赚钱的路径,就走不通。“黄牛”的底线就是把自己手上的票卖出去,能挣多少就挣多少。没了利润空间,“黄牛”自然会缴械投降。

有了《规范》,关键在落实。不然,“黄牛”被取缔了,可能会出现黑牛、蓝牛、紫牛,他们的作用跟“黄牛”一样,可能呈现形式不同,但价格或许更贵。所以,归根结底,我们并不是要让一个现象彻底消失,我们要的是规范化、合理化的服务,而不是像此前漫天要价、乱象丛生。

桂澳两地职工书画摄影作品联展举行

本报讯(记者鹿慧敏)日前,由广西壮族自治区总工会和澳门工会联合总会共同举办的“奋斗百年路 启航新征程”桂澳两地职工书画摄影作品联展在广西南宁开展,展出桂澳两地职工书画摄影作品120幅。

广西与澳门地缘相近、人文相亲、语言相通。近年来,广西工会与澳门工会不断加强交流交往,深入探讨职工技能培训、会员维权服务等合作,为促进经济社会发展贡献工会力量。经过两个多月的精心筹备,职工书画摄影联展上月在澳门展出后,再次在广西联展。

此次联展的作品主题突出,内容丰富,充分展示中国共产党建党百年的光辉历程,广西改革开放以来的建设成就、澳门回归祖国后的巨大变化,生动反映桂澳两地职工对祖国对家乡的热爱与赞美以及桂澳一家亲、共圆中国梦的家国情怀。



骗局

冠以“中华”“国宝”“皇家”的名头颁发奖牌、入书列传,诱导老人投入少数数百元多则数万元的费用。记者近期调查发现,当前,一些打着“文化”“艺术”旗号的不法社会组织瞄准退休老人,涉嫌以贩卖虚假荣誉证书实施诈骗。

值得注意的是,今年以来,主管部门公布了多批涉嫌非法社会组织名单,这些组织多以文化艺术为名。2月,北京民政部门集中取缔的19家非法社会组织中,冠有“文化”“艺术”“文艺”字样的有17家。

新华社发 王鹏 作

8部门联合印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》 切实激发文化文物单位内生动力

本报讯(记者陶稳)近日,文化和旅游部、中央宣传部、国家发展改革委、财政部等8部门联合印发《关于进一步推动文化文物单位文化创意产品开发的若干措施》(以下简称《措施》)。

近年来,文创产品热趋势日益明显,越来越多的文化文物单位围绕各自特色打造出爆款文创,实现经济与社会效益双丰收。去年,在全国文化和旅游创意产品开发推进活动上,1000多件(套)实体创意产品充分展现了中华文化的精粹和文化创意的魅力,吸引了大量关注。

针对过往几年文化文物单位文化创意产品开发实践中存在的相关问题,此次出台《措施》,旨在进一步明确发展方向、创新体制机制、推进政策落地,切实激发文化文物单位内生动力。

《措施》要求,在成效评估机制方面,对试点单位实行“有进有出”的动态管理。此外,要健全收入分配机制,合理确定绩效工资总量,落实奖励政策。《措施》提出允许试点单位通过知识产权作价入股等方式投资设立从事文化创意产品开发的企业,明确跨部门组织的试点评估结果要作为核定试点单位绩效工资总量的重要依据等。



↑故宫邮局和故宫文创商店。宋宇 摄/视觉中国

→上海博物馆文创产品大克鼎雪糕人气旺。王初 摄/人民图片



我国第一部以汽车工业为创作题材的大型原创民族舞剧《红旗》被纳入文旅部“百年百部”重点扶持剧目,网络观看人数高达76万

《红旗》为什么这样红?

三工艺苑⑬

阅读提示

当前,各类舞剧在我国百花齐放,但以一群现代工人为主角的工业题材舞剧并不多见,《红旗》的“叫好又叫座”,让我们看到了这一艺术形式震撼人心的魅力及潜在的发展空间。

本报记者 彭冰

“看到舞台中央巨幅红绸缓缓拉开,露出写实又写意的钢铁架构车间,我汗毛都立起来了,那一瞬间就很亢奋——舞台上展现的,就是我们的工作和生活!”说起观看舞剧《红旗》的感受,一汽红旗工厂职工李景明,语气中透着兴奋。

作为我国第一部以汽车工业为创作题材的大型原创民族舞剧,由吉林市歌舞团文化传媒有限公司制作、演出的《红旗》,继去年10月摘得我国专业舞蹈领域最高奖项“荷花奖”之后,今年7月下旬在北京展演期间,再次广受各界观众好评,并被纳入文旅部“百年百部”重点扶持剧目。

重回红旗,讲述平凡故事

“我重新回到红旗汽车厂,回到我长大的地方。翻开父亲的笔记本,似乎翻开了尘封记忆。依稀间,我又看到了年轻时的父亲,看到了那难以忘怀的红色岁月……”

一本红色笔记本与贯穿始终的“红旗车”元素,串起一家两代人投身并见证中国汽车工业发展的故事——舞剧《红旗》“刚与



舞剧《红旗》剧照。

柔”的讲述,就这样在70年的历史跨度中娓娓道来。

长期以来,工业舞剧之所以难得一见,一则在于工业题材对于舞台表现形式存在很大挑战,对于长于抒情、不善叙事的舞剧而言,更不易把控;二则在于此类题材往往给人感觉“过硬”,恐不受市场待见。不过,《红旗》刚柔并济的驾驭手法,可圈可点,开了个好头。

剧中主要人物并非如何“高大上”的英模,其中,父亲是个转业兵,抗美援朝时期,战友们为掩护他抢救汽车壮烈牺牲,退伍后,他带着战友们“强盛中国汽车工业”的遗志,来到汽车厂……主人公的造车初心,他的战友情、工友情、夫妻情,包括他与儿子间的情感冲突,以及晚年备受阿尔茨海默病折磨仍念念不忘红旗车的这一幕幕,朴素、自然、真实,非常贴近生活,毫无违和感。

“作为一部工业题材的现实主义舞剧,《红旗》是非常突出的。以舞蹈语言表现工业场面难度非常大,可借鉴的元素少之又少,《红旗》工业场面的表达既有新意又有诗意,实现了工业生产和浪漫生活的完美结合,非常具有意境。尽管《红旗》题材宏大,但在叙事上以小见大,通过平凡人的故事见证伟大,细腻而动人。”中国文艺评论家协会副主席茅

慧说。

熔铸心跳,致敬产业工人

“这部戏大家看着很真实,因为我把自己的心跳熔铸在了其中”,接受《工人日报》记者采访时,《红旗》总体设计、总导演,国家一级编导王举说,通过“红旗”意象,把中国产业工人坚韧不拔、勇于开拓、创新奋斗、自强不息的“民族魂”充分表现出来,是他创作此剧的原动力。

《红旗》取材于中国一汽。“我就是吉林人,20世纪50年代出生,跟‘红旗’一起成长起来的。”王举告诉记者他在吉林艺术学校读中专期间,曾两次到一汽参加学工劳动,当时还是半机械化生产,师傅们不畏艰苦,奋发图强,自主创新,热火朝天的造车场面,让他深受触动,他还亲手参与了零件锻造。

“在人物摄取上,我翻阅了大量一汽资料,最后选定以普通职工来表现,因为我觉得,最应该讴歌的就是长期战斗在一线的老工人,这些默默奉献的大多数,都是对国对家有情怀的人,是真正的无名英雄,正是有这样的产业工人队伍,才铸就了‘红旗精神’。”王举说。

“我们把心中对脚下这片黑土地的热

爱,对身边产业工人的敬意,倾注到了每一个舞蹈动作、每一个细微表情中,希望以专业的方式诠释好‘红旗精神’,从某种角度来说,我们也都是‘红旗人’。”吉林市歌舞团舞蹈队队长王鹏对记者说。

歌舞有情,给人奋进力量

一部好作品,从不会缺乏欣赏者。《红旗》公演以来,收获了大量好评。在2021年全国舞台艺术优秀剧目网络直播活动中,《红旗》观看人数高达76万,点赞量34.3万,甚至被评为“工业题材创作的史诗性表达”。

日前,舞剧《红旗》走进一汽红旗会堂,首次在“红旗车诞生地”演出,“当艺术回归生活”,更是激起众多一汽职工强烈共鸣。

“舞台上很多反映到生产现场的地方格外触动我,比如,那个写着‘攻坚克难’的牌子”,一汽红旗工厂制造部涂装车间电泳班班长李景明告诉记者,迄今他本人已解决生产难题6项,创新创造生产工具12套,提出改善意见27条并全部被采纳,还有两项现场改善获得了全国机械工业成果展示国优一等奖。

李景明是个90后,刚进一汽时,这个小伙子并不从事红旗车生产,是他主动请缨要求干红旗车的。“对自主品牌红旗,我们都有一种情怀”,李景明说:“我是一线操作工,舞剧拿一线员工来表现,让我觉得特别受鼓舞,攻坚克难的干劲更足了!”

“会堂外,泊着我们亲手制造的红旗车;舞台上,表现的就是我们几代汽车人的日常生活与不懈追求,非常自豪、非常振奋!”同在红旗工厂工作的王喆对记者说,红旗品牌近3年销量增长42倍,舞剧《红旗》给了大伙更多的精神力量,他们将立足岗位自强不息,全力以赴把中国汽车的自主品牌代表打造得更加卓越。