

# 匈牙利：儿童电视节目的“分级”探索

□□ 本报记者 裴秋菊

近日,由中国外文局、匈牙利国家媒体和信息通讯管理局共同主办的“艺术与传播——2015中匈交流论坛”在北京举行。匈牙利国家媒体和信息通讯管理局媒体委员会委员艾格尼斯·沃什介绍了匈牙利在保护儿童免受不良网络信息侵害、媒体与儿童保护等方面做出的努力,并从法律方面阐述了匈牙利媒体对未成年人如何进行保护。

## 儿童电视节目的“守护神”

有研究表明,2014年,西班牙、法国、德国、意大利和奥地利儿童每天只看2个小时电视,而匈牙利儿童每天看电视的时间超过3个小时15分钟,有时甚至超过4个小时,远高于欧洲其他国家。在当下的电视节目中,有一些节目并不适合4至17岁年龄段的孩子观看,尤其是当下享有显著人气的真人秀节目和电影节目。儿童应该看什么电视节目?如何保护未成年人免受有害广播电视内容的影响?如何界定儿童节目?匈牙利媒体委员会颁布了一系列政策。

匈牙利的第一个主要规范媒体领域的法律出现于1996年,随着传媒市场和社会的变化,2010年12月,匈牙利媒体法出台,自2010年10月起,媒体委员会负责监督媒体法律法规中有关未成年人保护规定的遵守情况。

身为媒体委员会委员的艾格尼斯·沃什,同时也是法律专业人士,她介绍,为保护未成年人,匈牙利法律法规规定,媒体服务提供商除了新闻、政治、体育节目和广告之外,在线性媒体服务提供商必须做到所有节目的年龄限制分级。使所有节目依照其内容被播放在适当的节目排程,媒体服务商正确地对节目进行分级并在适当的节目排程条件下播放。媒体委员会于2011年7月根据媒体法的侵权、节目推荐形式,将在节目分级从1996年在行政及

执法体制形成的分级推荐归纳为单一结构。“之所以对所有节目进行年龄限制分级,一是出于制定执法措施方面的考虑,二是可以节目统一化,并为分级法律实践提供实施基础,三是可以协助媒体服务商履行分级义务,节目按法律规定分类,四是可以帮助父母挑选适合孩子观看的节目。”艾格尼斯·沃什表示。

## 儿童电视节目的界定标准

对于节目年限分类的依据是什么,艾格尼斯·沃什介绍,分类依据有四点:一是场景内容及其表达方式,二是有害场景次数,三是内容措词、图片显示、音乐背景,四是此内容对未成年人性格发展的总体影响。而媒体法对有害内容类型虽无详尽的规定,但按照近10年的执法经验可以判定,有害内容为:自言语暴力至肢体暴力的一切形式、色情内容、吸毒、酗酒、吸烟等有害行为。这些有害内容大量出现于真人秀节目,因为这些内容一般为真人秀节目的常设部分。

哪些节目适合儿童观看?这些节目适合哪个年龄段的未成年人观看?父母如何挑选适合孩子观看的节目?媒体法对此都有详尽的规定。艾格尼斯·沃什介绍,媒体法规定,在电视播放节目时,屏幕的一角必须要显示年限标志,目前存在6种年限分级。按以下标准进行电影剪片的年限分类或分级:

类别一:不受任何限制可看或可听的节目,主要给幼儿园年龄的孩子编制的节目,可以随时公布并以对儿童友善的形符标记;类别二:不推荐6岁以下孩子看的内容,因为对6岁以下的儿童包含可怕、难以理解或易于误解的内容,该节目也可以随时通过适当标记的使用播放(推荐给6岁以上的儿童);类别三:不推荐12岁以下孩子看的内容,因为对6岁以下的儿童包含可怕、难以理解的或易于误解的内容,该节目也可以随时通过适当标记的使用播放(推荐给12岁以上的儿童);类



分级制净化了匈牙利儿童电视节目市场

别四:不推荐给16岁以下孩子看的节目,因为对16岁以下孩子的个性发展会起到不良作用,特别是因为包含暴力及色情方面的内容,或故事重点为以暴力形式解决冲突,以合适标记可以在21点和凌晨5点期间播放(推荐给16岁以上的未成年人);类别五:不推荐给18岁以下的孩子,因为对18岁以下孩子的个性发展会起到不良作用,特别是因为重点为暴力和色情内容以及色情内容的自然表达,可以在22点和凌晨5点期间播放(推荐给18岁以上的成年人);类别六:适合于严重破坏未成年子女个性发展的暴力,该等节目在线性广播、电视机台台无法播放。

## 严谨的监督程序及严苛的法律后果

作为媒体法实施的监督机构,媒体委员会如何监督,通过怎样的方式进行监督,如何进行侵权鉴定,会产生怎样的后果?艾格尼斯·沃什对此做

了详细介绍。媒体委员会主要依靠由国家媒体和通信管理局剧目监督及分析司开发的IRIS媒体监测信息系统,过滤所播放的节目,并按照职权开展节目内容检查。此外,父母以书面形式向其报案,如果出现对孩子有害的节目,媒体委员会也立即开展监督程序。其监督方式是使用主题讨论测试并审查,所反对的内容以及其显示方式对属于该年龄组孩子的个性发展是否有害。

有些媒体服务商为提高节目收视率以获得更高的广告收益,经常有意对节目进行错误地分级,比如,当下流行的真人秀节目,这类节目按内容应该被归为类别四,只允许晚上21点后才播放,但媒体服务商将该节目归为类别三,就可以在21点播放,甚至在黄金时段播放。专家会对有关被审查节目准备审查报告,核实该节目原来应该被归结在哪一个类别。媒体委员会按审查报告鉴定非法现象发生并详细说明此节目的有害性质及分级因由。对于反对媒体委员会判断的非法行为,媒体委员会可以进行刑事诉讼。

## 基层万象

# 国礼背后的手工艺人

□□ 任利红

景泰蓝在历史上一度专属皇家所有,在中国晚清国力衰微之际,宫廷造办处的景泰蓝工匠们开始走向民间,伴随着中国帝制时代的结束,景泰蓝也随着那些失势的贝勒、格格们,不得不起生炉灶,食起人间烟火,可是人间烟火不是那么好享受的,没有养尊处优、锦衣玉食的靠山,如果不习惯自力更生,只能被饿死,只有习惯身份的转变,他们才能过上幸福的生活。

徐国伟,廊坊市大厂回族自治县京锐景泰蓝釉料有限公司(以下简称



丹凤朝阳瓶

“京锐景泰蓝”)经理,不但生产景泰蓝釉料,而且还制作景泰蓝,他创办的企业规模很大,工匠多,他本人也已经从民间手工艺者蜕变为文化企业的管理者,徐国伟的转变,给了很多手工艺人启示。

## 国礼:成为外交部礼宾司的“座上客”

距北京东40公里左右的京锐景泰蓝前身是大厂回族自治县创建于上世纪70年代的大厂联群福利釉料厂,上世纪90年代企业改制后,经过徐国伟父子的苦心经营,该厂不但坚持下来景泰蓝釉料的生产,而且还制作景泰蓝,企业规模也扩大了不少,2014年被命名为廊坊市文化产业示范基地,成功地从作坊转变为文化企业。几十年来,京锐景泰蓝制作了数不清的景泰蓝精品,深得收藏界的欢迎,并且还经常被作为国礼。

2013年,京锐景泰蓝来了几位看似普通的买主,他们一下子被高超的景泰蓝制作工艺所折服,定制了一个景泰蓝瓶子,命名为“喜凤瓶”。起初,徐国伟以为他们就是普通买家,平时喜欢收藏这些瓶瓶罐罐而已。过了几个月后,他的一位师傅拿着《环球时报》激动地对他说:“国伟,咱们的喜凤瓶被国家领导人作为国礼送给外国元首了。”徐国伟惊讶不已,仔细阅读了报纸上的每一个字,后来这几位买主

专门来公司感谢他们,徐国伟方知这几位是专门来挑选国礼的外交部礼宾司的工作人员。此后,京锐景泰蓝又陆续为摩洛哥国王等做过景泰蓝的国礼,并且还有多件景泰蓝精品被选作备选的国礼;京锐景泰蓝目前是国内坚持生产景泰蓝釉料为数不多的几家企业之一,所生产的釉料专供北京珐琅厂等使用,2014年APEC峰会期间,广受赞誉的APEC蓝,就是由徐国伟他们烧制的。

## 转变:让高端景泰蓝“接地气”

徐国伟说:“我们生产的这些瓶瓶罐罐,小的也得万儿八千元,大的就得几十万元,一件大熏炉大约60万元。”笔者也看到他们公司会客厅中最醒目的一款景泰蓝落地钟,光成本价就100多万元,令人咋舌。过去,徐国伟他们生产的景泰蓝产品走的是高端客户和高端市场,这让很多普通人望尘莫及。不过,这高昂的价格和利润空间也使很多粗制滥造甚至假景泰蓝产品乘虚而入,充斥着景泰蓝市场。现在,随着国家反腐力度的增强,高端礼品市场缩小了不少,徐国伟说:“这一两年来,高端景泰蓝的订单不如前些年了。一方面是高端市场的缩小,另一方面是市场上假景泰蓝大行其道导致买家的犹豫。”面对这种局面,徐国伟对自己说,一定要让这个市场转变。

转变一是为了生存,二是为了净化景泰蓝市场。今年6月,徐国伟开发出一款景泰蓝项链,无论设计还是款式都很新颖,价格才2000元左右,很多人都买得起,但工序却一点也不少,依然非常严谨。为了试探市场反应,他的爱人成了产品的第一个模特,当他的爱人佩戴着这款景泰蓝项链参加聚会后,很多人向她打听项链是从哪里买的。款式别致、价格合理、手艺精湛,这款景泰蓝项链让不少人有了购买欲,很多客户都向徐国伟订购这款项链,虽然这款项链的价格抵不上一件大落地钟价格的零头,但却让很多喜欢景泰蓝的普通民众能买得起货真价实的景泰蓝产品了,同时也让假景泰蓝产品无法立足,净化了景泰蓝市场。这一转变也让京锐景泰蓝拓宽了市场,各种适合普通群众消费的景泰蓝订单增加了不少。

## 管理:现代化管理理念摸清市场

徐国伟说,过去他们是坐在家里等订单,现在得下去跑市场。每隔两三个星期,徐国伟就去全国各地跑市场。传统要固守,但更要创新,这种创新不是对传统手艺的否定和改造,而是设计元素要迎合市场,迎合现代人的口味。徐国伟说:“只有在市场中,才知道什么产品受欢迎,现在,我基本上能摸清市场脉络了。”徐国伟

如果媒体服务商经过鉴定,确认其违反规定,将会受到罚款及暂停媒体服务资格的处罚。其中罚款是媒体委员会经常实施的处罚措施,比如,涉及未成年人的非法行为,大型媒体服务商的罚款额度可达到2亿福林(约436万元)。艾格尼斯·沃什介绍,2011年至2014年,媒体委员会共进行了135次罚款处罚,罚款总额超过4.75亿福林(近2000万元)。对媒体服务商的罚款额度依据其实施了多少次非法行为,多少个孩子看了该节目等因素而定。

当媒体服务商发生严重违法行为时,媒体委员会有权利暂停其媒体服务资格,即在指定时间内暂停媒体服务商的媒体服务权利,停止播放任何节目,但该处罚在近4年内尚未采取过。

由于严重的罚款制度较为常见,因此涉及未成年人的非法行为数量逐年下降,从2012年的88个下降到2014年的7个。对此,艾格尼斯·沃什表示,这主要是由于媒体委员会事先向媒体服务商提供节目分级建议,但该服务是收费的。据悉,2014年,媒体委员会发布了74个节目分级建议,今年发布了20个。

媒体理事会除其监督职能外,也会对媒体服务商进行节目制作的支持。2011年,匈牙利媒体赞助方案出台,在此背景下,媒体委员会赞助了78部动画片以及13部动画片系列的制作,这些作品适合于所有年龄组观看,受到许多儿童的欢迎。

IRIS媒体监测信息系统是一种进行24小时监测的特殊软件,其审查的对象是全面节目流,包括广告和节目推介在内。该系统可以保存800多万小时的节目,监督140个电台与电视台的节目,由于进一步的开发,此系统将来可以监控70至80家媒体服务商所播放的节目。专家组把信息资料保存在115大字节的主机上,保存时间为8个月,超过8个月的资料会继续保存在特殊磁带并归档,可以随时找到所需信息资料。

回想自己年轻时跟随父亲学习釉料的烧制和景泰蓝的制作,虽然没少受罪,但却为他打下了坚实的基础和坚强的毅力;现在,他已不是一个单纯的手艺人了,而是一个现代化企业的管理者,需要现代化的管理理念,需要摸清市场。

徐国伟笑言:“我们公司的员工都是工匠,手艺都是大师级的,但他们的脾气也是大师级的,比一般工厂的工人管理难度大多了,要想留住他们,不单靠丰厚的酬劳,还要讲感情,这都是和以前的管理模式大不相同的。”今年,工厂招收了一对聋哑夫妻做学徒工,徐国伟就让他们吃住在企业里,并且指派了厂里手艺最好的师傅教授给他们手艺,在企业的关照和师傅认真的传授下,不到3个月时间,这对聋哑夫妻就已能熟练掌握景泰蓝的掐丝工艺了,这让很多员工看在眼里,热在心里上,无形之中也增强了企业的凝聚力。另外,徐国伟始终把自己作为景泰蓝文化的传播者,每年在廊坊非遗保护中心和产业办公室的帮助下,参加各种会展;并且和北京当地的学校合作,组织中、小学的学生前来公司参观和体验,让孩子们从小就体悟到景泰蓝所蕴含的文化价值和历史价值,这也是一种对中国传统文化的自觉和自信。徐国伟,这个国礼背后的手工艺人,把他对景泰蓝的热爱带到了点点滴滴的工作与生活细节中。

2008年马中骏成立了慈文电影发行公司,参与制作了多部优秀影片,如徐克、杜琪峰、林岭东导演的影片《铁三角》、丁晟导演的影片《硬汉》和王晶导演的《大内密探零零狗》等,并发行了多部优秀电影。

“慈文传媒要成为一个全媒体内容提供商。”马中骏表示。当年,马中骏从电视剧《西游记》开始尝试整合营销,这并非一菜多吃,而是在电视剧推出时就已策划好统一的营销节奏,按照整体规划来提高整个电视剧产品的影响力以及品牌延伸力。

“所以我们公司有动画、电影、电视、新媒体内容,原因在于它们不是分散的,而是集体的、整合的,这是我们企业架构中想要达到的目标。”马中骏表示。

2012年新版《西游记》算是其整合营销的一次“演习”,但最终未成型,其核心收入还是电视剧版权收入。虽然网络版权的销售当年也成为电视剧重要的收入来源之一,但2012年新版《西游记》的网络版权价格还比较低,一集只卖出十几万元。最终,耗巨资打造的新版《西游记》的全部版权收益只是让马中骏刚刚收回成本而已。

3年之后,同是精心打造的上亿元投资的电视剧《花千骨》则有不同的命运。原因在于一是题材的不同,作为一部仙侠题材小说,《花千骨》是网络上炙手可热的高人气小说,拥有一大批忠实粉丝,其背后强大的粉丝效应与吸金潜力也吸引了众多投资方的目光。

该剧的制作团队也十分精良,由上海国际电影节、上海电视节掌门人唐丽君担任制片人,编剧、演员等演职人员也是倾尽全力。

二是台网融合的效果越来越明显。2015年5月,湖南卫视已购得该剧首轮播映权,二轮、三轮播出权也已被其他平台“抢光”。

随后,视频网站爱奇艺宣布获得该剧的独家网络版权,并携手慈文传媒集团制作该剧的网络番外篇。当然,此时的网络版权销售价格今非昔比,已上涨到每集百万元左右。从公开信息来看,爱奇艺以7500万元拿到电视剧《花千骨》5年的独家信息网络传播权。

这就是电视剧《花千骨》除了向传统平台销售电视剧版权外,并开发电影、衍生品等多个产业链,从而激发IP最大价值的重要原因。

《花千骨》网络衍生剧上映时,其同名手游也同时上线。其手游的人物形象按照电视剧《花千骨》的演员形象设计,利用腾讯视频页面作为分发渠道,业内估算其手游的月流水约2亿元。

与此同时,网络剧迎来了发展快车道。2014年被称为网络剧元年,网络剧迎来井喷式增长。2014年国内网络剧突破100部,较2013年翻了一倍,总量超过1400集;全网播放次数突破百亿,前十名剧制的流量占比超过一半。2015年网络剧预计制作量将达到3000集。视频网站、影视公司、电视台成为网络剧市场的参与主体。

整体来看,网络剧的质量越来越趋于精致化。慈文传媒除了继续深耕IP电视剧业务之外,同时也进行网络剧组合开发;拥有网络小说版权的运营方,也将试水联合研发、投资网络剧业务。此外,今年下半年,阿里影业、华策影视、欢瑞世纪等国内影视剧巨头也会持续与视频网站平台或地方广电企业共同协作完成3至5部网络剧片单。随着优质网络剧内容供给数量的增加,参与网络剧产业链的影视公司和视频网站平台将迎来新的增量市场,相关的上市企业也会因此获得正向刺激机会。

公开信息显示,电视剧《花千骨》给出品方慈文传媒带来1.2亿元的收入。随着游戏等衍生收入的增加,这个数字还会增加,并延续至明年。

而该公司要兑现其所承诺的利润增长率的话,除了《花千骨》不断创造新的的收入外,还需要在《哪吒》、《西药帝国》等其他影视剧的打造上更费心力。