

未成年人节目管理规定施行

# 亲子节目没了星娃还有啥?

明星带娃上综艺,带火了“萌娃经济”。节目赢得收视率,明星收获热度,广告商赚了钱。然而,这种“火爆”恐将成为过去。

4月30日起,由国家广播电视总局出台的《未成年人节目管理规定》将正式施行。规定强调,未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女,不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人等。这意味着,明星亲子类节目恐怕将迎来一波大降温。

《未成年人节目管理规定》中提出,未成年人节目不得宣扬童星效应或者包装、炒作明星子女。同时,该规定还落实“网上网下统一标准”,规范调整的未成年人节目包括未成年人作为主要参与者或者以未成年人为主要接收对象的广播电视节目和网络视听节目。

除了不得炒作明星子女外,该规定还禁止了多项内容,如不得肯定、赞许未成年人早恋,不得有除健康、科学的性教育之外的涉性话题、画面,不得宣传、介绍不利于未成年人身心健康的网络游戏等。

该规定还加强了对未成年人合法权益的保护,尤其在隐私和人格尊严方面。规定要求,未成年人节目制作过程中,不得泄露或者质问、引诱未成年人泄露个人及其近亲属的隐私信息,不得要求未成年人表达超过其判断能力的观点。

对确需报道的未成年人违法犯罪案件,不得披露犯罪案件中未成年人当事人的姓名、住所、照片、图像等个人信息,以及可能推断出未成年人当事人身份的资料。对于不可避免含有上述内容的画面和声音,应当采取技术处理,达到不可识别的标准。

根据规定,情感故事类、矛盾调解类等节目应当尊重和保护未成年人情感,不得就家庭矛盾纠纷采访未成年人,不得要求未成年人参与节目录制和现场调解,避免未成年人亲眼目睹家庭矛盾冲突和情感纠纷。未成年人节目不得以任何方式对未成年人进行品行、道德方面的测试,放大不良现象和非理性情绪。

在广告方面,规定要求,不得利用不满十周岁的未成年人作为广告代言人,未成年人广播电视节目每小时播放广告不得超过12分钟;未成年人网络视听节目播出或者暂停播出过程中,不得插播、展示广告,内容切换过程中的广告时长不得超过30秒。

其实,早在2018年8月,《未成年人节目



管理规定》就开始在网上征求意见,其目的之一就是防止未成年人节目出现商业化、成人化和过度娱乐化倾向。

此前,国家广播电视总局新闻发言人在介绍该规定出台背景时就表示,近年来,部分未成年人广播电视和网络视听节目中,出现炫富、炒作明星子女、包装“童星”、成人化表演、低俗调侃、侵犯隐私权等未成年人合法权益的现象,其中个别节目有“商业化、成人化和过度娱乐化”倾向,引起社会各界高度关注。

虽然明星带孩子上电视节目由来已久。但迎来爆发还是从2013年开始。随着《爸爸去哪儿》成为爆款综艺,各大平台也开始推出类似节目,如《爸爸回来了》《妈妈是超人》《放开我北鼻》等。

明星加萌娃的搭配,给节目带来关注度和话题,也捧红了不少“星二代”。但随着盲目跟风的越来越多,同质化现象突出。明星

亲子类节目也变了味,有些节目拿孩子的隐私当卖点,孩子在节目中的表现也被放大,遭受非议。

从2015年开始,有关部门开始为亲子类节目降温。同年7月,广电总局出台《关于加强真人秀节目管理的通知》,提出真人秀节目应注意加强对未成年人的保护,尽量减少未成年人参与,对少数有未成年人参与的节目要坚决杜绝商业化、成人化和过度娱乐化的不良倾向以及侵犯未成年人权益的现象。同年9月,新《广告法》出台,禁止10岁以下儿童代言。

2016年,广电总局下发《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的通知》,原则上不允许再制作播出明星子女参与真人秀节目。通知要求,严格控制未成年人参与真人秀节目,不得借真人秀节目炒作包装明星,也不得在娱乐访谈、娱乐报道等节目中宣传炒作明星子女,防止包装造“星”、一夜成名。

随后,《爸爸回来了》停播,《爸爸去哪儿》《妈妈是超人》变成网播。亲子类节目也从“明星亲子”变成“星素结合”的模式,即明星加素人儿童,像《爸爸去哪儿》第四季、《放开我北鼻》等。

不过,这种组合也引发一些争议,如《爸爸去哪儿4》打造“父女CP”,被指消费孩子,引起不少负面评价。

近两年,明星亲子类节目也接连被喊停,原定于2018年播出的《爸爸去哪儿》第六季至今未播。《想想办法吧!爸爸》播出无望,节目组称未来或以短视频的形式呈现。

从“火爆”到“凉凉”,亲子类节目没了明星噱头,就不能吸引观众吗?其实不然,近几年也有很多“另类”的亲子节目,它们没有明星,却依然能吸引社会关注并引发共鸣,如《少年说》等。

亲子类节目中,不止有萌娃,亲子关系、孩子的心理健康、教育问题等等,这才是生活中的“痛点”。没了星娃,未来要走向何方,这恐怕是从业者需要考虑的问题。 本报综合消息

## “复联4”创下中国影史21项票房纪录

4月24日,漫威大片《复仇者联盟4:终局之战》在中国史无前例地早于北美两天上映,彻底点燃影迷热情。上映以来,影片表现势如破竹。截至目前,本片已经累计打破了21项中国影史票房纪录——上映前以7亿元人民币创下中国影史预售票房新纪录,上映后更是一骑绝尘,零点场次史无前例地达到1.89亿元人民币,单日票房更最高达到5.50亿元人民币,不仅打破了《速度与激情8》创下的进口电影单日票房纪录,还一举超过2018年大年初一上映的《捉妖记2》,成为中国影史单日票房最高。

据猫眼数据显示,《复仇者联盟4:终局之战》于5月1日17:28:02,总票房破30亿,成为中国影史首部30亿票房进口电影。用时7天17时28分,刷新中国影史最快30亿纪录。 本报综合消息



## 改编自真实扫毒案例 电视剧《破冰行动》将播

4月30日,43集电视剧《破冰行动》开播新闻发布会在京举行,剧中缉毒警察人物原型和电视剧相关主创人员共同出席。

电视剧《破冰行动》以2013年广东省公安厅开展的“雷霆扫毒行动”真实案例为创作素材,生动展现了公安机关重拳出击、铲除毒品犯罪,全力维护社会安全稳定的坚强决心和非凡能力,成功塑造了以李飞、李维民为代表的禁毒民警群像,热情讴歌了公安民警忠于职守、敢于担当、勇于牺牲的职业情怀,是一部传播正能量、弘扬主旋律的现实主义力作。

该剧作为公安部重点影视项目,历经5年打磨,由知名导演傅东育执导,黄景瑜、吴刚、任达华、王劲松主演,电视剧《湄公河大案》编剧陈育新担任编剧。片方表示,该剧的播出,对揭露毒品危害、震慑毒品犯罪、塑造英雄形象,在全社会营造浓厚禁毒氛围,推动禁毒人民战争深入开展,将起到积极推动作用。

据悉,《破冰行动》将于5月7日起在爱奇艺,5月10日起在中央电视台电视剧频道黄金时间播出。 本报综合消息

# 科幻电影特效有多神秘?



科幻电影正成为当下中国票房市场的“吸金器”。

对影迷来说,惊心动魄的故事情节固然引人入胜,但极富冲击力的视觉特效才是让科幻电影“圈粉无数”的关键所在。事实上,这些以假乱真的特效画面背后凝聚着众多电影人的智慧与执着。

很多人不知道,世界上第一个电影特效的产生竟是个意外。意大利导演乔治·梅里埃一次在巴黎歌剧院广场上拍摄,摄影机胶片因故障被挂住,而导演却全然不知。街头车辆川流不息,待摄影机恢复工作后,原本跟拍的那辆公共马车已经驶过,另一辆运棺材的马车正好出现在那个位置。导演在回放时发现“马车变身”这一奇妙现象,找到原因后,魔术师出身的梅里埃茅塞顿开,领悟出“停机再拍”的奥妙。

此后,梅里埃不断试验,逐渐掌握了一些特效技巧,于1902年拍摄出《月球旅行记》,这部影片被称为“历史上第一部科幻片”。影片利用蒙太奇技术和特技手段大胆表现炮弹降落月球等场景,大获成功。

经过百余年的发展,电影特效如今已成为电影艺术的重要组成部分。

从技术层面来说,特效制作可分为两

类。一类是“物理特效”,即在拍摄现场拍出的各种特效的总和,大致包括特效化妆、特殊道具、特殊服装、特殊置景、电控机械生物等。这个“特”指的是平时无法在市面上见到或买到、也无法轻易做出的一些道具,需要结合影片剧情和角色设定量身定制,可能涉及建模、机械和电气工程等技术。如《流浪地球》中救援部队穿戴的机械制服、太空面罩等道具以及电影中出现的爆炸、坍塌、烟雾等效果,都属这一类。

另一类是视觉特效,伴随着计算机图形技术的发展,其制作速度和质量都取得了巨大进步。而影视制作对硬件的需求也会反过来推动计算机技术发展。2008年惊艳全球的影片《阿凡达》带给观众的视觉震撼,让人记忆犹新。詹姆斯·卡梅隆不仅为我们带来了一部如梦如幻的电影,更是一场3D电影特效技术革命——为实现拍摄,卡梅隆数字领域团队自主研发了3D摄影系统。

今年2月上映的影片《阿丽塔:战斗天使》和《阿凡达》出自同一个特效团队,技术升级显而易见。借助更为精致的人脸和动作捕捉技术,观众甚至感觉不到主角完全是由特效制作而成。这种技术是利用在

运动物体的关键部位设置跟踪器,由动作捕捉系统捕捉跟踪器位置,再经过计算机处理后得到三维空间坐标数据,而后应用到各领域中。

除此之外,常见于科幻电影中的特效手段还有微缩模型,即将所需建筑物、街道、交通工具等做成极其逼真的微型模型,并通过手、机械或电来移动形成场景变化,再将绿幕前拍摄好的画面利用CG(计算机动画)技术合成到一起。影片《银翼杀手2049》中,许多未来风格的建筑物都是利用模型拍摄而成,此片曾获第90届奥斯卡金像奖最佳视觉效果奖和最佳摄影奖。

而《流浪地球》中被冰封的地标建筑、街景无法完全通过实景拍摄实现,因而借用了大量航拍资料,这也是目前电影常用的特效制作手段之一。

站在前人肩膀上,《流浪地球》横空出世,成为今年春节档最大爆款,获得票房、口碑双丰收。热闹过后,复盘影片制作一路上的跌宕起伏,尤其是具有开拓性的技术实现,都能看出它的成功不是一蹴而就的,中国科幻电影特效追赶国际顶级制作还任重道远,更多地需要夸父逐日般的坚持和用心。 本报综合消息