

海外观察

美国“艺术使馆”项目推出已有50年。这一通过在200多个美国驻外使领馆举办艺术展览,向世界推出美国当代艺术作品,促进美国艺术家与驻在国艺术家之间交流的项目,在美国的公共外交中起着至关重要的作用。美国国务卿希拉里对该项目的评价很高,称其发挥的效应与传统外交不相上下。

目前,约有5000件艺术品在美国的驻外使领馆展出。其中,位于北京的美国驻华大使馆新馆展出了30多位美国和中国艺术家的作品。

从“艺术使馆”看美国文化外交

晓 路

为庆祝美国“艺术使馆(AIE)”项目的50岁生日,美国国防部和国务院计划在2012年联合推出名为“他眼看世界”的摄影大展,邀请所有美国现役或前任驻外军人、外交人员提交自己拍摄于2000年后的照片。包括美国前国务卿奥尔布赖特、鲍威尔等在内的众多美国知名人士将挑选1000幅入选作品,获奖者将被邀请参加今年11月举行的“艺术使馆”盛典活动。这是“艺术使馆”项目发展进程中的一次大规模庆典,同时也是美国对其文化外交成果的展示。

效果媲美传统外交

美国驻海外的大使馆、领事馆以及大使官邸数以百计,每个使领馆都有风格各异的建筑,室内装修风格也多种多样。从上世纪60年代起,美国国务院启动了“艺术使馆”项目,鼓励个人及美术馆、画廊等将所藏绘画、雕塑、摄影等艺术作品免费借给或捐给美国国务院,然后由“艺术使馆办公室”负责将这些艺术作品转送到各个驻外使馆展出。1963年,“艺术使馆”项目正式启动,当时的美国总统肯尼迪任命了首位项目负责人。

这一利用驻外使领馆的地理优势举办艺术展览,向世界多国推出美国当代艺术作品,促进美国艺术家与驻在国艺术家之间文化交流的项目,在美国公共外交中起着至关重要的作用。该项目在200多个美国驻外使领馆以临时性或永久性的方式展出经过挑



美国驻华使馆门口的郁金香雕塑

选的当代艺术作品,包括美国 and 驻在国艺术家的作品。通过这些高水准的艺术展览,美国向各国民众展现了美国及当地艺术家的作品,使各国观众感受到两个国家艺术和文化的不同品质、视野,从某种意义上说,“艺术使馆”项目在广泛接触各国民众方面,比任何艺术团体都更具优势。

相对于临时展览,永久性展览在“艺术使馆”中是一个较新的项目,它的目的主要是帮助新任命的美国驻外大使选择艺术作品,用以布置大使官邸的各个房间。因为大使官邸的作用不单单是为大使一家提供居住的地方,很多时候还举办各种外交聚会,所以大使官邸的公共外交作用十分重要。

值得注意的是,由于艺术作品来自民间免费出借,所需经费主要是运送、保险等方面的支出,整个项目的费用只占美国国务院



法国驻华使馆内悬挂着许多艺术品

重要的现代艺术家,在艺术史上有一定的地位,但也有人认为他的作品常常带有哗众取宠的味道。不管评论家们如何评价,他的作品都是全球收藏家收藏的目标,2007年,他的一件雕塑作品在纽约苏富比拍卖行曾拍出2360万美元的高价,打破了当时在世艺术家作品的拍卖纪录。

艺术外交在多国使馆流行

如今,并非只是美国使领馆重视文化艺术外交。近年来,许多国家在使馆的建筑设计中,都注重加大艺术元素的比重。例如,于去年10月落成的法国驻华大使馆新馆就特别强调艺术品在新建使馆大厅中的重要位置。在复杂的功能性之外,建筑师的一大意愿正是让这座代表中法友谊的建筑同时成为文化与艺术的象征。使馆接待大厅的正厅悬挂着旅法艺术家诗蓝的巨幅作品《命运进行曲》。

总预算的0.5%。所以,从效果与经费使用的角度看,“艺术使馆”具有极高的性价比。美国国务卿希拉里对该项目的评价很高,称其起到了与传统外交不相上下的作用。

美国驻华使馆里的艺术珍品

目前,约有5000件艺术品在美国的驻外使领馆展出。美国驻华大使馆新馆中最著名的艺术作品当属著名艺术家杰夫·昆斯的郁金香雕塑。

这座郁金香雕塑是昆斯“庆典”系列作品中的一件,名为“好运”。由不锈钢材料制成、总重量超过7000公斤的雕塑,与使馆内的荷花池各得其所、相得益彰。昆斯自愿将这件作品借给美国国务院10年,他认为:“艺术家是有责任的,艺术应该以某种方式影响人类,使世界变得更美好。”

昆斯的作品风格简洁明快、色彩鲜艳,有人认为他是当代最

英国的各驻外使馆也都从政府的艺术收藏中借出大量藏品增强自己的“文化底蕴”,目前这一藏品总数已超过1.35万件,总价值超过1亿英镑,所涉及的时期从16世纪一直到当下,囊括了英国多位艺术名家的作品。

除了艺术藏品,许多国家将使领馆建筑本身视为可供发挥创作灵感的巨型艺术品。最具代表性的是意大利驻美国使馆,充满艺术创意的设计令它从华盛顿大使馆路上的众多使馆建筑中脱颖而出;带有斜面的窗户、后退式的窄台阶和倾斜于建筑之上的屋顶,无不令人联想到意大利著名艺术家德·基里科的画风;玻璃顶中庭将盒子式建筑从对角线处切断,其中陈设着意大利艺术品及当代经典意大利家具……

可以预见,未来将有更多国家的驻外使领馆在创意设计和艺术藏品方面展开较实力的“较量”。



百年柯达为何走上破产路

含 唐

美国百年胶卷品牌柯达日前进入破产倒计时。据美国媒体1月5日报道,除非能抛售掉其价值连城的专利组合,否则,伊士曼柯达公司将在未来数周内根据美国《破产法》第11章申请破产。目前,柯达已与银行商量筹资约10亿美元,确保公司在破产保护期间继续运转。

始创于1880年的柯达是20世纪全球影像业巨头,人类有史以来第一次拍摄的太空照片、第一张X射线照片等,都是用柯达胶片捕捉拍摄的,柯达胶卷“这一刻,多温馨”的广告词也曾深入人心。然而,这个以胶片起家的公司却在近年来的数码技术发展狂潮中陷入困境。综观柯达的发展历程,这一结局倒不是因为在世界天翻地覆之时它仍保持纹丝不动。相反,柯达花了10年的工夫努力去适应这个瞬息万变的时代,公司也曾积极主动地推出多种数码产品,但产品所占据的市场份额却越来越小,多年的努力未能帮助它抵御数字化浪潮对传统摄影市场的冲击。

实际上,在数码摄影领域,柯达并非只是市场的跟随者。正是柯达在1975年发明了这一技术,并将新技术称之为“无片化摄影”,其发明的人类史上第一个CCD图像传感器拥有1万像素的分辨率。1991年,柯达推出了第一台数码单反相机。1996年,他们制作的傻瓜型相机首次亮相。但是,与竞争对手富士和奥林巴斯相比,柯达在发展数码摄影市场方面反应迟缓,仍选择集中制造和销售其核心业务的模拟相机。直至世纪之交,柯达CEO邓凯达发誓要将公司2/3的研发预算投至数码项目,才扭转这一局面。2001年4月,柯达隆重推出傻瓜式的柯达易享数码产品系列,虽然该系列相机和打印机曾取得不错的成绩和很好的用户体验,并且受到了评论界的赞扬,但对于仍不愿放弃胶片市场的柯达来说,还远

不够。

伴随着胶片产业的消亡,在数码相机市场难以与后起之秀展开有力竞争的柯达开始依靠专利维持生计。柯达在数码相机领域投资创造的一系列珍贵的知识产权,足以让其勉强维持几年时间。通过专利获得的款项,柯达进军打印机行业的新领域试图熬过难关。2007年,柯达开始向顾客出售打印机。截至2010年,柯达占全球一体化喷墨式打印市场的比例从2008年的1%上升至3%。其策略是通过增加用户数,把墨水大量销售出去以补贴打印机的成本。

不过截至上个季度,柯达的新型打印机仍未使公司扭亏为盈。目前,柯达正与加拿大动态研究公司和美国苹果公司对簿公堂,起诉两家公司在智能手机上使用的照相功能涉嫌侵犯其技术专利。在此之前,柯达从专利诉讼中获得的收入已基本耗尽。如今,柯达正设法将其数码领域的专利变现,实际上其专利价值有可能超过公司的市值。美国媒体分析称,拥有伟大的创新能力却缺乏商业头脑,这是柯达这个胶片巨头陷入破产境地的根源。然而,不论将来柯达是否还要为生存而战,不能否认的是,柯达对当今流行文化的影响仍无处不在:从电影到时尚杂志,从胶片应用到数码摄影的出现,柯达都曾是最核心的推动者。

链接:根据美国《破产法》,无力偿债的债务人若成功申请破产保护,将可保住企业的财产及经营的控制权。这种安排给予债务人和债权人相当大的弹性合作重组公司,以期公司能起死回生。因此,多数上市公司会申请破产保护,而不是直接进行破产清算。

确有一些公司重组成功,重新开始盈利,但许多公司最后还是以破产清算告终。前者如2010年时的米高梅影业公司,通过破产保护后,又获得了5亿美元融资,并与望远镜电影公司合并重组,从而摆脱了破产阴影。后者如拥有70余年历史的美国即时成像相机品牌宝丽来,在2001年宣告破产后实施清算,并于2005年被明尼苏达州企业派特雷斯全球集团买下,彻底退出历史舞台。



本报讯 (驻日本特约记者赵平)东京站复原工程日前已接近尾声。据悉,以“红砖外墙”闻名、跨越近一个世纪的东京站丸之内站楼正在恢复1914年创建时的历史旧貌,预计今年10月车站复原工程将全部完成,具有英格兰风格的东京站酒店也将同时开业迎客。

去年5月,原东京站南北拱形屋顶重建工程已经先期完成,其内部装饰也依据历史文献,通过专家的分析及传统技艺得到了最大化的复原,恢复原貌的东京站站楼正在从工地围栏中露出其整修如旧的真容。东京站是日本乃至亚洲最大的交通枢纽车站之一,每天过往乘客达到40万人,运行列车达到3600列,每天有无数的高铁(新干线)、城铁、地铁在这里交汇。东京站作为日本最大的陆上门户,是日本重要的文化遗产,也是东京的一张城市名片。

精彩视窗

西班牙海滨城市迎来冬季文化大餐

本报记者 杨 柳 编译

西班牙东南部的海滨城市托雷维耶哈日前宣布,在新的一年里启动冬季文化项目,活动预计持续到2012年2月底。作为刺激当地经济发展的重要举措,该项目将通过一系列丰富多彩的文化活动鼓励人们在寒冷的冬天走出家门。

政府与民间组织合力支持

当地政府表示,冬季文化项目预算为8.74万欧元,其中大部分由当地政府承担,其余部分由致力于文化发展的非政府机构筹集,目前资金已到位。谈及为政府项目积极捐赠的原因,有的民间组织指出,推动文化发展是自己的责任,更多机构的负责人则坦承,十分关注该项目的潜在经济效益。由于当地政府承诺按集资数额比例分配收入,因此某

些机构很可能通过本次活动获得丰厚的经济回报。还有个别机构的负责人则希望利用该项目提升知名度,改善机构的品牌形象。

为办好冬季文化项目,除资金支持外,当地政府还投入了大量人力。“文化旅游相关部门的所有公务人员都为该项目竭尽全力,”托雷维耶哈市文化旅游议员路易斯·玛利亚·皮兹那说,“为了达到最好的效果,大家都在日以继夜地工作。”

冬季文化盛宴缤纷多彩

据悉,托雷维耶哈的冬季文化项目内容丰富,涵盖明星演唱会、艺术展览、交响乐音乐会、新年音乐会、艺术家与观众交流会、动漫明星T台秀等多种形式,活动多达125项。“只有高水平、多样化的演出才能吸引人们的眼球,”

当地文化部门官员阿德里亚娜表示,“因此我们不仅号召当地的文化机构展示自己,而且把预算的相当一部分用于邀请高人气的明星和演出团队,比如全国最受欢迎的艺术家之一大卫·比斯堡,他将于2月25日在国际音乐礼堂演出。”这一措施无疑是奏效的,这从网友对该消息的热情回复中就可可见一斑。“一想起我能在家门口看到大卫·比斯堡的演出,我感到浑身的血液都沸腾了。”大卫的一名超级“粉丝”在微博上留言说。

“正发愁制定全家的新年假期计划,现在我不但可以 and 妻子一起看她最喜欢的芭蕾舞剧,还可以陪儿子看滑稽秀,又可以带上小女儿看她最爱的‘海绵宝宝’T台秀。这绝对是最快乐的一个新年。”住在距离托雷维耶哈不远的

阿尔科伊的马里韦尔兴奋地说。

当地政府不忘进行充分的前期宣传,为了推广该项目,吸引外地游客,项目理事会专门设立了活动宣传推广部门,不仅在当地和其他城市的媒体上发布信息,而且建立官方网站介绍详细的活动安排以及食宿相关情况,充分利用社交网站等平台进行宣传。

力求带动经济发展

在新年假期举办冬季文化项目活动无疑能丰富人们的文化生活,在一定程度上满足人们对精神享受的需求。皮埃尔说:“我们想尽一切办法鼓励人们在寒冷的冬季走出屋子,享受我们为他们准备的文化娱乐盛宴。”当地政府十分期待,这次文化活能够带动当地的旅游收入,刺激当地经

济增长。当地政府表示预计在2012年第一季度出台一系列经济措施,此次冬季文化项目正是其中的一环。

这次冬季文化项目的大部分演出、展览活动并不是免费的,但政府承诺,所有活动的票价绝对是人们能够接受的。“我们希望这次冬季文化项目能带来可观的经济效益。”皮埃尔说,“无论如何,它都将成为一个推动整个城市文化经济发展的项目。”值得一提的是,为了制定一个“人们能够接受”的价格,当地政府花了不少心思。最后,经过大量的市场调查和数据分析,当地政府与各演出机构协商制定了稍低于人们预期的价格。皮埃尔表示:“不出意外,这次冬季文化项目将会带来经济与社会双重收益。”

动态扫描

加拿大网络收视成主流

本报讯 加拿大一项最新调查发现,接近半数的加拿大人爱在网上看电视节目或电影,平均每3人中就有1人考虑取消有线电视。

这份有线电视及电讯传销协会的报告共调查了2098名受访者。报告显示,以前加拿大人在家看电视,大部分是通过传统电视机收看。随着互联网的普及,人们收看电视的方式已经改变。有48%的受访者表示目前在网上看电视或电影,更有71%的18至34岁人群说

他们是网上电视或电影观众。Youtube是最受欢迎的网上视频网站,约有2/3的网上观众表示喜欢在Youtube上找想看的节目。另有约一半以上的观众在电视机构网站上查看节目,其中,19%的受访者使用Netflix,9%的受访者付费观赏iTunes。

此前,网络估算公司comSore的另一份报告显示,加拿大人网上收看的视频总量在全球居首,所花费的时间也是全球最长的。(焦 波)

意大利纪念卫匡国逝世350周年

本报讯 由意大利卫匡国研究中心、特伦托大学以及特伦托省政府联合举办的“一代巨人——沿着利玛窦的足迹,纪念卫匡国逝世350周年”展览近日在意大利北部城市特伦托举行,当地各界人士100多人出席了开幕式。

卫匡国原名马尔蒂诺·马尔蒂尼,是意大利特伦托人。他于1643年夏天抵达澳门,1661年6月6日病逝于杭州,是明末清初来华传教士中著名的汉学家、地理学家、历史学家和神学家,被誉为西方汉学先驱。他在中国历史学和地理学研究方面取得了卓越的功绩,是继马可·波罗和利玛窦之后,对中国和意大利两国之间的友好关系和科学文化交流作出杰出贡献的一位重要历史人物。

卫匡国的家乡特伦托市在多年以前就依托特伦托大学成立了卫匡国研究中心。2011年是卫匡国逝世350周年,特伦托市通过不同渠道,从意大利各地及欧洲其他国家,收集了明末清初时期的科学仪器、书籍、地图、日常生活用品共100多件,举办此展览,纪念卫匡国为东西方文明交流所作出的贡献。(意 文)

瞄准中国客 威尔士开发度假村

本报讯 (驻英国特约记者杨春燕)近日,为吸引更多游客光顾威尔士,英格兰地产开发商马科斯哈德计划在南威尔士开建旅游度假村以提升威尔士旅游资源在中国的知名度,旨在为当地经济吸引更多中国游客。

近年来,英国人对中国旅游团已经见多不怪,但中国游客主要光顾的还是伦敦等几个地方。按中国游客的喜爱程度排序,英格兰为首,其次是苏格兰,最后才是威尔士。马科斯哈德觉得威尔士虽然“冷门”,但有潜力可挖,于是决定在南

威尔士兰代洛附近的农村建一个旅游度假村,以吸引更多中国人光顾威尔士。

这个计划投资5000万英镑的旅游村将面向“有选择的国际客户”进行推销。威尔士地方政府和旅游及服务業者希望搭上“2015年前英中商贸增1000亿美元”的快车。威尔士也希望从源源不断流入英国的“中国镑”中分得更大一杯羹。去年,近11万名中国游客到访英国,总共消费1.84亿英镑,比5年前增加了40%,但收入所得的大部分都被伦敦吸走。