

印度电影遭遇寒流 “狂轰滥炸”的广告效果也欠佳

宝莱坞宣传大片被逼出新招

本报驻巴基斯坦特约记者 徐志杰

近来,一直令印度人引以为傲的宝莱坞电影遇到了前所未有的“寒流”。今年上半年,一部接一部的印度大片票房不断遭遇滑铁卢——据统计,1月至7月,印度电影业已累计亏损约20亿卢比。

“狂轰滥炸”效果欠佳

作为全球最大的电影生产基地之一,宝莱坞每年平均生产上千部影片。印度电影的知名度和影响力也不仅局限在南亚各国,还大量输出到东南亚和中东地区,其市场甚至延伸到了一些欧洲和北美国家。曾几何时,宝莱坞电影为印度人挣足了面子,当然也带来了不少钞票。

然而近年来,多部大投资制作的影片票房收入不甚理想。从早些时候的《复仇》、《跑动》、《英雄威尔》、《卡西亚呼叫卡西亚》,到刚刚上映的《风筝》、《我的名字叫汗》、《真爱满屋》、《坏小子》……尽管每部影片都投资不菲,场面宏大,制作精美、演员阵容豪华,然而公映以后一连串的数字却着实让人感到郁闷——不但观众的评价没有达到宝莱坞的期望值,惨淡的票房收入也令投资人和制片人大失所望。

印度电影早期的宣传方法是用车拉着广告牌子满大街跑,除了车上聒噪的大喇叭,还有铺天盖地的街头小广告。现在的宣传方法是利用广播、电视、互联网等



电影《我很爱情故事》海报

媒介狂轰滥炸,连续不断地推出影片介绍和经典插曲,再配以巨型街头广告。另外,还经常制造并发布一些主要演员的花边新闻作为影片宣传的噱头。例如,在宣传影片《风筝》时,媒体就不时传出男女主演坠入爱河,男主演为此要用掉原配妻子的八卦新闻。制作方以这种低俗的宣传方法,希望引起公众对影片的关注。

然而事实上,这种做法不仅收效甚微,还给演员及其家人带来了很大压力。5月,《风筝》的男主演哈里·特克在接受媒体采访时坦言,自己并不喜欢公司的这种宣传方法,流言飞语使自己的妻子承受

了很大的精神压力。而结果也证明,这种宣传方法并没能使更多的观众走进影院,影片的上座率远远没有达到预期的设想。近来,宝莱坞还有一个以“传统”方法宣传电影的例子。在宣传电影《我的名字叫汗》时,男主演沙·路科·克汗调侃影片中的男主角克汉喜欢巴基斯坦曲棍球队,这一明显带有引导公众政治或宗教倾向的宣传方法马上引起了观众的反感,起到了适得其反的作用,最终也没能挽救电影的票房颓势。

针对性宣传值得推广

印度的电影从业者意识到仅

靠炒作演员的花边、情史甚至政治、宗教倾向,以及铺天盖地的粗放型宣传方式已经不能引起观众们的兴趣。因此,必须采用新的宣传方法,吸引更多观众走进电影院,提高影片的票房收入,再现宝莱坞的辉煌。

经过一番调查研究,宝莱坞决策层摒弃了沿用多年的“狂轰滥炸加明星新闻制造噱头”,改为使用“调查反馈加针对性宣传”来推广新片。新方法的具体操作过程是:电影样片制作出来以后,在小范围内邀请不同年龄、性别、职业、爱好的观众提前观看。在观看过程中,用录像和录音设备记录下每个观众观看影片时的不同表情和反应;观看结束以后,请观众就影片的叙事节奏、最喜欢的演员以及电影放映的长度等问题填写问卷。此外,电影公司还会组织小型座谈会,让看过样片的观众各抒己见,畅所欲言地提出自己的意见和看法。观众的意见、看法和调查数据经过宝莱坞专家分析、汇总,提供给影片的制作人和导演,供他们修改、剪辑影片时使用。

上述信息同时也会被送到宝莱坞宣传策划大师阿米尔·克汉手中。他会根据影片的内容和观众的意见反馈制定出每部影片首映时的具体宣传方案,供制片商使用。例如,他给《未知死亡》首映宣传的建议是到马路边给小孩

提供免费理发,吸引媒体前来报道。这种针对不同电影吸引不同观众群的做法看起来还挺奏效,调查显示,前来观看《未知死亡》的观众包含了大量城市外来务工人员 and 木匠。最近,阿米尔又在发行《自杀现场直播》时,试验了这种“调查反馈加针对性宣传”的新方法。8月,这部投资5000万卢比的电影在印度上映时,第一周就取得了1.6亿卢比的票房收入,海外票房收入达70万美元。对于新片《我很爱情故事》的近期热映,反馈信息也发挥了很大作用。该片导演普尼特·马尔豪特就是根据观看样片观众的反馈信息,将公映影片的版本缩减了20分钟,从而保证了影片的流畅和紧凑性,加快了整部片子的节奏感,迎合了年轻观众的欣赏口味,使这部影片取得了较好的票房成绩。

近期公映的几部影片暴涨的票房收入,充分显现了新宣传方法的魔力。事实证明,这种有目标、有针对性的宣传方法能达到吸引特定观众群观看不同影片,进而提高票房收入的效果。该方法已经引起印度各大电影公司的重视,而负责宣传的智囊团队更是使出浑身解数,通过市场整合、分析不同观众的喜好,为宝莱坞大片量身定做不同的宣传策划方案。由此看来,新的宣传方法将很快在宝莱坞全面推广使用。



汉堡市为完成财政紧缩计划关闭博物馆

德文化界反对给文化生活截肢

本报记者 宋佳恒 编译

近日,汉堡市政府公布了汉莎联盟城市历史上最大规模的一次财政紧缩计划,从明年开始,汉堡市每年计划削减高达5亿欧元的财政支出,仅在文化领域就要削减1.2亿欧元。伴随着财政紧缩计划的出台,一项关闭公共文化机构的计划终于让德国民众真切感受到了财政紧缩对公共文化建设造成的威胁。这一行动触痛了文化界,相关民众对于财政紧缩计划更加不满。

为财政紧缩计划关闭博物馆

汉堡市的野心之作——易北爱乐厅此前受到影响被迫停建。如果说需要花费巨额资金兴建的文化工程被叫停,大家多少还能理解,可是汉堡市政府近日将一个个有着悠久历史的博物馆关闭的举动,就不得不令德国文化界人士忧心忡忡了。

被关闭的这家博物馆名为阿尔托纳博物馆,是德国最大的地方性博物馆之一,主要展示北德地区的艺术及文化史,向人们介绍阿尔托纳周边,从石荷兰到北

海及波罗的海沿岸的易北河地区文化历史的发展。展品涵盖了该地区绘画、雕塑、手工艺品、文化史、渔业、航海业等方面的重要内容,向民众展示该地区的历史文化发展变迁。2006年,博物馆开辟了儿童活动区后,更使其成为了家庭出游的绝佳选择。

针对联邦政府现行的财政紧缩计划,汉堡市政府做出了削减5亿欧元的计划。为了达到这一目标,汉堡的财政体系必须从结构上做出彻底的调整。于是在文化领域,相关负责人做出了以关闭阿尔托纳博物馆、德国剧院及图书阅览室为代价,超额完成任务的决定。

在这3家机构中,关闭阿尔托纳博物馆的举措被德国媒体称为“最滑稽可笑的举动”。《南德意志报》称:“从中长期的角度来看,关闭博物馆几乎不会为政府省下多少钱,但必将造成现有工作人员的失业,对此相关机构必定要耗费财力予以安置解决。博物馆目前的房屋租赁期还有10年才到期,而且博物馆中的65万件藏品的好去处也还需要落实……想要通过关闭博物馆节省的350万欧元,

仔细算来其实不过是政府给公众的幻影而已。”

主管被指“不负责,囊文盲”

此项决策立刻招致了文化界人士,尤其是阿尔托纳博物馆相关负责人的强烈不满。博物馆负责人欣里克斯称,关闭像阿尔托纳博物馆这种重量级博物馆的决定在德国国内还属首例,他们无论如何也不能接受。他认为,关闭阿尔托纳博物馆在德国国内甚至世界范围内将会有很大的连锁负面作用。他说:“如果像汉堡这样的文化中心能够如此轻易地关闭一座博物馆,那么那些在巨大压力下夹缝求生的小城市的博物馆也会纷纷倒闭的。”阿尔托纳博物馆的上级——汉堡博物馆基金会代理主管莉莎气愤地指责:“只有文盲才会做出这种行为,他们不会顾及到自己所做出的决定会带来怎样的后果。”

有媒体指出,在关闭阿尔托纳博物馆的同时,一个每年耗费150万欧元的警察乐团却被保留。担任过警察局局长的新任汉

海外频道

法国文化部手段多样助推欧洲遗产日

本报讯(驻法国特约记者汪勤)近日,法国的文化遗产爱好者们又迎来了一年一度的“欧洲遗产日”。这项1984年始于法国的活动至今已走过了27个年头,扩展到欧洲49个国家。今年,共有1.5万座历史古迹与建筑向参观者免费开放,并同时举行了讲座、展览等活动共2.2万场。

本届遗产日的主题是“伟人们:当男性与女性共筑历史”,旨在通过那些留下伟人印迹的地点来纪念曾经深刻影响过法国历史的一段段集体记忆。遗产日期间,总统府所在地爱丽舍宫、总理府所在地马蒂尼翁府和国民议会等场所都卸下平日里森严的戒备,其中像爱丽舍宫这样的热门景点通常需要排上四五个小时的长队才能一睹芳容。而作为法国文

化部、参议院和宪法委员会所在地的法国王宫亦像往年一样开门纳客。法国文化部部长弗雷德里克·密特朗于9月18日接待了来访的参观者并回答他们的问题。

为了给遗产日活动锦上添花,法国文化部特别从国家舞台服装中心挑选了一批展品,参观者们可以欣赏到曾在法国戏剧史、歌剧史和舞蹈史上做出重要贡献的人物的服装。此外,文化部还开通了网络虚拟参观服务,以满足那些无法实地探访的公众。人们可以通过300多幅图片了解王宫发展过程中的重要阶段,欣赏到那些精美的装饰品、40多件艺术品和120多件可移动物品。此外,网站还提供了800多幅高清全景图片来介绍王宫的每一个角落。

联合国教科文组织讨论文物回归问题

据新华社消息 联合国教科文组织下属文化财产政府间委员会于9月21日至23日在法国巴黎举行会议,讨论如何帮助各国确认文化财产特别是尚未发现的文物的所有权问题,并制定有关示范规则。

会议期间,委员会对希腊和英国之间正在进行的关于帕特农神庙浮雕谈判,以及土耳其和德国之间关于博阿兹科伊狮身人面像的谈判进行审议,

并对瑞士一家私人博物馆最近将马孔代面具归还坦桑尼亚的案例进行讨论。此外,委员会秘书处还邀请佳士得拍卖行、苏富比拍卖行以及国际艺术品与古董交易商联合会等机构的代表与会参加讨论。

据悉,联合国教科文组织下属文化财产政府间委员会成立于1978年,旨在通过双边谈判的途径促使文化财产回归原

南非毕业生手机接受“数学博士”辅导

据新华社消息 近日,南非一家智库机构借助手机聊天平台为学生提供辅导,以免全国性教师罢工活动影响毕业生应考。

南非科学和工业研究委员会9月23日说,多名志愿者加入了委员会“数学博士”辅导项目,借助手机即时短信聊天工具MXit,辅导学生课业。科学和工业研究委员会表示,借助MXit,学生可以从网上下载学习材料,或与辅导员问答交流。“MXit既便宜又有效”,委员会成员劳里·布特格瑞特说,

“这是帮助应届毕业生的绝佳机会。”通过MXit发送1000条短信的费用约为1兰特(约合15美分)。

南非近期出现全国性的教师罢工活动。随着应届毕业生期末大考临近,教育部门担心受教师罢工影响,学生恐怕难以通过毕业大考。科学和工业研究委员会随后推出了“数学博士”辅导项目,借助MXit辅导学生数学课程。布特格瑞特说,“数学博士”项目正辅导1.2万名学生的课业,希望更多志愿者加入辅导项目。

9月25日,檀香山举行一年一度的花车彩装游行,展示夏威夷本土文化,提升夏威夷旅游的品牌影响力。图为两名跳草裙舞的小女孩参加彩装游行。

新华社记者 谢秀栋 摄

海外观察

『女王出巡』推动澳大利亚旅游业

《奥普拉秀》首次国外做节目——

本报驻澳大利亚特约记者 陈春梅

近日,美国脱口秀女王奥普拉·温弗莉将赴澳大利亚的消息给澳各地旅游业者注入了一针兴奋剂,使本已持续增长

的澳大利亚旅游业的前景更加光明。据了解,奥普拉的节目制作团队将于今年12月到访澳大利亚的维多利亚州、新南威尔士州和昆士兰州三地,计划通过其节目,全方位地介绍澳当地的旅游资源

和凤土人情——这将是奥普拉首次赴澳,也是其制作团队首次在美国以外的地方录制节目。

不久前,奥普拉在录制节目时突然宣布了这一消息,300名被邀请同游澳大利亚的观众都禁不住手舞足蹈和高声尖叫,感觉像在做梦。奥普拉表示,她筹划此事已经将近一年的时间,在宣布即将离开《奥普拉秀》这档节目时,她一直想再做一件不同凡响的事情,而澳大利亚给了她这样一个机会。



我要去澳大利亚!”(设计台词)

实际上,澳旅游局早在10个月前就向奥普拉提出了这项建议,旅游局决定为此项计划提供150万澳元的资助,其中包括为300名游客提供澳国家航空公司的免费机票,以及在澳食宿及购物的

一切花销,并为奥普拉的节目制作团队在澳工作提供最优越的条件。此外,新南威尔士州将出资100万至200万澳元,维多利亚州将赞助50万澳元,其他地区也将提供一定的人力、财力支持。据澳旅游局负责人麦克伊沃伊透

露,其他很多地区都曾向奥普拉提出过相似的建议,“但是澳大利亚给出的诱人条件最终打动了奥普拉的心”。

由此可见,澳旅游局为请来这位美国脱口秀女王可谓颇费心思和财力。不过,基于奥普拉在世界范围的知名度,相信她此次高调赴澳不但会带动美国人来澳旅游,对其他国家的观众也将会有一定的影响力。澳政府近年来大力宣传其丰富的旅游资源,希望旅游业可以成为继矿产资源出口创利后,拉动澳经济增长的另一动力。截至2010年6月,上半年赴澳大利亚旅游的15岁以上的外国游客已达528万余人,较去年同期增长了3%——这个数字相对于澳2200万的人口总量,已经非常可观。而今年上半年,外国游客在澳大利亚的总花销达到了170亿澳元,较去年也增长了3%,为澳经济的持续增长做出了巨大贡献。

澳政府善于借助名人效应促进旅游宣传的做法非常值得借鉴。长期以来,澳大利亚不但但凭借着独特的旅游资源吸引了越来越多的外国游客,澳政府旅游部门也积极通过政策引导和资金支持,协助旅游业提升整体的服务水平,并通过各种机会大力宣传澳大利亚的旅游资源。此次奥普拉带300名观众“组团”赴澳做节目,无疑给澳大利亚的旅游业又增添了一大亮点。