

亚洲诸国暗中较劲比拼文化形象

本报记者 李鹤琳 程佳

受欧洲债务危机和美国自动减赤影响,欧美国家的文化发展近来受到较大冲击。美国艺术机构经费目前面临全线缩水,英国、西班牙、希腊等国也多次爆发针对文化财政拨款削减的抗议浪潮。与此相反,不少亚洲国家近期却开始加大在文化领域的投入,韩国、新加坡、印度等纷纷推出文化发展新策略,以期提升其国际影响力,似乎颇有些暗地里较劲的意味。

集中投资新文化领域

3月14日,韩国文化体育观光部对外公布了“2013年文化·电影领域投资方案”。此次投资将不再直接针对个别企业,而是面向行业组合。据悉,韩国政府今年计划对资金周转比较困难的动画、漫画、音乐、时装等新文化领域进行集中投资。

根据投资方案,文化体育观光部今年将出资980亿韩元(约合人民币5亿元)发展文化产业,其中新文化领域880亿韩元,电影领域100亿韩元,出资规模是去年430亿韩元的2倍以上。在电影方面,韩国计划加强对独立电影和低预算电影的投资力度。文化体育观光部的组合式投资规模年内有望超过1万亿韩元,迄今为止,共为电影、电视剧等领域724家公司的1459个项目投资9597亿韩元。

文化体育观光部表示,除扩大原先的投资市场外,目前,还需要加强对新文化领域的投资,因此,今年计划加强对以往资金较少领域的扶持力度。时尚和音乐领域将放宽对海外投资者的限制,鼓励更多国外和民间资本涌入,同时也会更多地支持国内企业走向国际市场参与竞争。

动漫领域是此次投资中获得最大资助的行业之一,在新文化领域投资中共获得600亿韩元。据悉,首尔市政府也将配合动漫行业发展,计划投资32亿韩元于2013年底在明洞地区建成韩国动漫博物馆,该博物馆面积将达200平方米左右。首尔市政府还计划在明洞地铁站附近建设动漫一条街,目的是可以与动漫博物馆联系起来,开设销售动漫相关商品的市场等,吸引游客目光。

打造国际艺术展会之都

第三届“艺术登陆新加坡”前不久落下帷幕。此次艺术博览会共吸引4万名



“不可思议的印度”鼓励外国游客探索印度风土民情,希望吸引更多外国电影制作人来印度拍片,展示多样的印度文化。图为泰姬陵外的游览项目。



“艺术登陆新加坡”开幕现场。



2012年韩国热门动漫电影《考拉小子:英雄的诞生》。

观众,在全球艺博会整体处境艰难的情况下,为新加坡赢得了不少艺术投资者的关注。

艺博会举办期间,各式各样的文化活动有声有色地进行,国外游客一边品尝当地特色美食,一边购买艺术品。本次艺博会上,亚洲的画廊比例达70%。此外,特别推出的“新加坡平台”旨在全面展示新加坡

的艺术创作,拉动当地的艺术发展。“新加坡平台”由新加坡国立艺术委员会负责,甄选新加坡艺术家作品,并任命本地的年轻策展人组织展览。多年来,新加坡政府视会展业为经济支柱,投巨资建设一流场馆。目前,新加坡每年承接的国际展览会规模及次数为亚洲第一、世界第五,是亚洲会展的首选举办

地。齐全的设施、良好的服务、有机的链条都是其打造国际艺术展会之都的有利条件。专家表示,由于办展经验丰富和地理优势明显,新加坡成为亚洲艺术中心的潜力巨大。有业内人士指出,凭借3年来世博会的积累,新加坡基础设施建设进展迅速,大量艺术品交易活动将帮助其改变单一的购物天堂形象。

下力扭转负面影响

“不可思议的印度”是印度旅游部推出的一系列文化旅游营销活动。该活动自2002年启动以来,采用全方位的媒体推广战略,致力于将印度打造成世界热门文化旅游目的地。今年,该活动进入第二个十年。鉴于《少年派的奇幻漂流》横扫国际电影奖项和国内强奸案频发广受国际社会关注的正反两方面因素,“不可思议的印度”决定重新设计活动框架,以改善和提升印度的国际文化形象。

3月,“不可思议的印度”推出全新活动“探索你想知道的”。据旅游部部长、前宝莱坞明星赤拉尼维介绍,在下一阶段活动中,印度将加大文化庆典、传统民俗和与文化遗产有关项目的策划力度,向世界展示丰富的印度文化。该活动还与印度第四大私人银行合作推出旅游卡,为外国游客提供便利和优惠的服务。

另外,由印度演员主演、取景自印度的《少年派的奇幻漂流》在国际影坛大热,也让印度政府意识到,10年的旅游推广可能还比不上一部卖座影片造成的影响。 “不可思议的印度”将采取措施鼓励世界各地的电影制作者到印度拍摄。强奸案造成的恶劣影响也亟待修复。在印度政府承诺确保游客人身安全的同时,一些驻外机构已着手开展活动扭转负面形象。

3月4日,“魅力日本战略”推进会首次碰头会召开,讨论了将动漫、游戏、餐饮等特色文化向海外传播的具体策略。

据悉,推进会由政府 and 民间共同出资,会员有词作家秋元康、服装设计师小篠顺子等7名民间人士。2013年预计投入500亿日元(约合人民币32亿元),尽快制定发展方案,3年至5年内看到推进成果。推进会4月将对具体方案进行总结并交出提案,帮助进一步明确海外文化传播的相关措施,最终纳入日本经济增长战略。

环球扫描

越南推广国家形象差点钱

本报讯(驻越南特约记者刘三振)越南旅游总局副局长阮孟强日前表示,由于越南的旅游促进活动经费仅有泰国的5%至6%,巨大的资金缺口使推广越南国家形象很难达到预期效果,文化旅游工作者对缺少经费这一难题深表担忧。目前,越南最常用的推广方式是在国外举办文化周、文化日等活动。

不过,一些旅游专家认为,越南可利用自身优势,通过不同渠道推广越南的国家形象。越南政府近期批准了2020年越南旅游发展总体规划和2030年展望。在旅游宣传方面,越南

将加大旅游宣传力度并加强旅游机构活动,同时制定内外合作机制,推动社会化管理进程,促进旅游业发展,有效发挥新闻媒体的作用,加强常驻国外的越南外交机构间的配合等。越南政府希望通过这些措施,将越南的国家形象大力推广到全世界。

通过国外电视台播放越南国家形象广告片,被视为推广越南风土人情及越南旅游形象的有效途径。从2008年至今,越南国家形象广告片在美国有线电视频道(CNN)和英国广播公司(BBC)等著名广播电视台播放过5次。

俄大剧院首排儿童歌剧挺用心

本报讯 继儿童芭蕾舞剧和儿童交响乐作品之后,俄罗斯最富盛名的剧院——俄罗斯大剧院日前又开始排演儿童歌剧了。该剧编排者希望,法国作曲家拉维尔的作品《儿童与魔术》能吸引更多孩子对歌剧艺术产生兴趣。

《儿童与魔术》中,一个顽皮的孩子因为没写功课而被妈妈处罚,他气呼呼地把房间弄得一团乱,没想到沙发椅、时钟、盘子、茶壶等,竟然活蹦乱跳起来。作品的童话味道非常浓厚,想象力生动丰富,此前在欧洲演出时就因简单却引人入胜的情节征服了不少儿童观众。

对于儿童歌剧来说,让小观众听懂每一句歌词是很重要的,只有口齿清楚、唱腔准确,才能确保儿童不会转移注意力。此外,剧中人物不能像普通歌剧那样一动不动地演唱,而应一直处于动态。为使孩子对舞台上的人物感兴趣,俄罗斯大剧院在表演中加入了大量跑跑跳跳的歌舞内容,甚至还邀请了5位杂技演员参加该剧的演出。英国乐队指挥多纳尔德被委托排演这部俄罗斯大剧院的首个儿童歌剧。意大利、英国和俄罗斯的缝纫大师手工缝制服装,总数达到200件,力求使角色的服装符合儿童的想象力。(刘传)



时受到小观众的欢迎。歌剧《儿童与魔术》在欧洲上演。

海外观察

英国青少年阅读贪易怕难惹人忧

阅读图书太简单,会影响阅读能力和智力

本报实习记者 樊炜 编译

英国3月公布的一项针对中小学生的阅读习惯的调查报告显示,英国青少年阅读的适配年龄比实际年龄平均低4岁。该调查结果给英国中小学生的图书选择和推荐工作敲响了警钟。

这项调查通过研究英国1605所小学和中学的30多万名学生的阅读习惯发现,6岁以上儿童阅读的图书没有给他们带来足够挑战——9岁至10岁的学生阅读的是适于8.8岁儿童的图书,13岁至14岁学生阅读的是适于10岁儿童的图书,9年级至11年级学生(平均年龄15岁至17岁)最喜欢的读物为《查理和巧克力工厂》、《蠢特夫妇》等儿童故事书。报告称,阅读的难度将随着年龄增长越来越难提高,这与青少年应具备的阅读能力不相匹配。

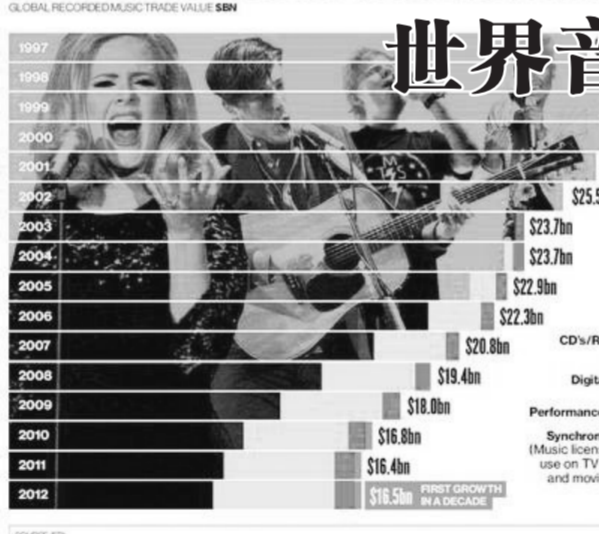
许多教育者表示,报告显示的结果令人震惊,这表明,在鼓励孩子阅读方面,一些学校做得不够好。报告作者、邓迪大学教授基斯表示:“这是中学阶段面临的一个普遍问题。我们都知道,阅读能力与学业成就有很大关联,如果孩子阅读的图书对他们来说太简单,不仅会影响阅读能力发展,还会影响智力发育,这意味着他们无法理解复杂的概念和那些有助于思考的东西。”基斯还建议,老师、图书管理员和家長应该多与孩子讨论他们阅读的内容,在了解其阅读兴趣的同时,确保图书难易程度适合孩子的发展。

调查还发现了一个值得注意的现象:在同龄学生中,男孩比女孩更愿意阅读简单的图书。而在去年的调查中,男女生的阅读难度还基本一致。是因为男孩没有女孩会读书,还是他们比较懒?对于这个疑问,报告指出,从分析数据来看,男孩似乎更倾向于阅读系列图书,如果这个系列的内容他们有兴趣挑战,就会积极阅读,反之可能就会浅尝辄止,没有进一步探索问题的欲望。



英国青少年阅读能力与实际年龄不符。

BACK IN TUNE? MUSIC'S FIRST GOOD NEWS IN YEARS



世界音乐产业13年来首次迎来复苏消息。

在被网络共享服务困扰多年后,世界音乐产业终于迎来好消息。国际知名唱片公司工会IFPI日前公布2012年统计数据:去年,

全球录制音乐的销售总量达到165亿美元,比2011年略有上升;数字音乐销售增加了9%,大约为56亿美元,占据整个领域营业额

世界音乐产业靠博奕数字技术艰难复苏

本报特约记者 王眉

的34%。

这是13年来首次呈上升趋势。自1999年以来,音乐产业持续萎靡,销售逐年下滑。音乐产业终于成功完成互联网革命,数字音乐的销售开始弥补传统唱片销售的大滑坡。业内人士指出,恢复增长是音乐产业转型带来的结果,虽然这一转型花费的时间有些长,但音乐产业现在已经适应了网络世界。

音乐产业在全球数字化时代经历了巨大的冲击和严峻的考验。过去的13年里,音乐市场几乎缩水一半(1999年,音乐产业全球营业额为280亿美元)。最初的威胁来自互联网和音乐盗版。大

量非法音乐资源分享平台养成了互联网用户免费享用音乐产品的习惯和品位,也极大地冲击和破坏了音乐产业。

面对来自互联网的巨大威胁,各大唱片公司都未能及时做出反应并找到对策。经过长时间的调整和适应,唱片公司才逐渐接受各种新媒体和新渠道,向它们开放自己的音乐产品目录,以扩大合法数字音乐的销售量。尽管当时这一举措也在业内饱受质疑和批评。2000年初,苹果公司使用iTunes软件为用户提供有偿的合法音乐下载服务,其数字音乐销售额达到全球份额的70%。

如今,各知名唱片公司都陆

续与提供各种音乐消费形式的不同传播媒介合作,如瑞典的Spotify和法国的Deezer,这两家流媒体为付费者提供实时在线音乐收听,已分别拥有500万和300万订户。此外,YouTube、亚马逊、谷歌、微软等网站都推出了各自的有偿音乐下载服务。

有趣的是,最初是数字技术对音乐产业产生了威胁和破坏,而如今正是数字音乐拯救了音乐产业。然而,形势并非一片乐观。欧洲一些老牌唱片零售商,如HMV和VIRGIN等都面临破产倒闭,而一些版权公司、音乐家、艺人和发行公司的经营状况也令人忧虑。

控制预算削减负面影响

西班牙博物馆为自救使出吃奶劲

本报记者 宋佳焜 编译

受席卷欧洲的金融危机影响,西班牙政府赤字严重,今年在文化领域削减20%的预算,从去年9.4亿欧元降至7.22亿欧元,降幅是自1975年以来最大的一次。为应对预算削减危机,数家西班牙顶级博物馆纷纷展开自救行动。通过延长开放时间、将更多藏品运出国参加巡展等方式,增加经济收入,减少预算削减的负面影响,目前已取得巨大成效。

“我们必须最大限度地利用现有资源创造尽可能多的收入,并竭尽所能减少博物馆能源消耗。”提森·波涅米萨博物馆经营主管艾德里奥·阿塞维多表示。该博物馆转变以往的经营模式,将侧重点放在知名艺术家、创新型展览及名人效应上。博物馆举办的美国艺术家爱德华·霍普作品展吸引观众约32万人次,成为该博物馆历史上观众最多的展览。2月17日刚结束的卡地亚珠宝展吸引观众约10万人次,展品中摩纳哥王妃格蕾丝结婚时佩戴的珠宝备受关注,博物馆还邀请格蕾丝的孙女参加开幕仪式,吸引诸多关注。此外,博物馆还将

部分公共空间出租,用于开设咖啡馆,增加收入的同时,也为博物馆带来更高的人气。

增加海外巡展也是创收的重要途径之一。普拉多博物馆自去年1月起将博物馆的开放时间延长为7天,并大幅增加了展品出国巡展的次数和规模。去年首次在澳大利亚举行的“西班牙肖像画:来自普拉多的大师作品”展吸引观众约11万人次。虽然获得更多经济收入是该博物馆增加海外巡展的重要目的,但博物馆负责人表示,展览将永远以艺术而非经济为导向,绝不会无条件地将展览机会给予出价最高的合作方。

国家预算的削减还让博物馆纷纷将视线转向私人捐赠。2012年,普拉多博物馆的会员数达到约2.2万名,比2010年的9132名

增加了2倍多。会员在享受免收门票、参加特别活动等优惠的同时,每年至少向博物馆捐助3000欧元。仅去年一年,来自会员的捐助就超过了100万欧元。“基于会员制的这项捐助非常重要,因为它成为博物馆的经济基础,我们希望会员数还能不断扩大。”普拉多博物馆发言人说。

去年11月,索菲亚王后国家艺术中心博物馆也尝试开发非营利基金以增加赞助费用,组成由拉丁美洲富豪和西班牙企业家构成的赞助商队伍。然而,该博物馆负责人表示,由于一直以来西班牙没有私人赞助文化艺术的传统,也没有如美国、英国那样针对赞助商的免税政策,因此,形成长期、稳定的私人赞助队伍仍面临巨大困难。



去年首次在澳大利亚举行的“西班牙肖像画:来自普拉多的大师作品”展吸引观众约11万人次。