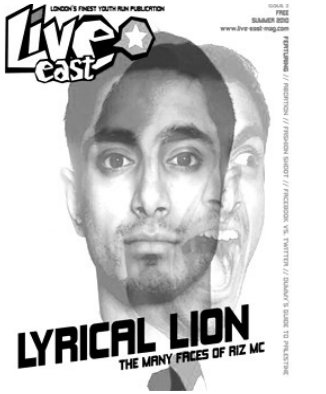


原有盈利模式崩溃 国外企业成主导

英国创意产业重新洗牌

孙延



《现场》杂志是伦敦最知名的由年轻人运作的出版物。

随着西方国家制造的各类创意产品热销全球,创意经济正成为推动社会经济持续发展的强大引擎。4月底,英国科技艺术基金会发布了《英国创意经济报告》。报告称,创意经济已成为英国经济的重要力量。深深植根于国家文化传统的创意经济已占整个英国经济总量的1/10,提供超过250万个就业岗位,远远超过了金融业、制造业和建筑业,成为就业人员增长率最高的行业。

但在成功的背后,创意经济也面临着巨大的发展断层和不确定性。主要原因是,数字技术快速甚至超常发展,造成原有的盈利模式崩溃,而国外年轻企业在互联网市场逐渐占据统治地位。为此,该报告向英国政府和商业企业的领导层提出10项政策建议,包括:重新定义创意产业,创立统一的创新机制,建立向创意企业倾斜的税收政策,地方政府接纳发展创意产业的7项指导意见,政府鼓励创新财政计划对创意企业的非歧视性开放,英国财政部与文化、媒体和体育部采取有效措施评估艺术资助和公共文化投资的有效性,投资机构为艺术和文化机构使用数字技术提供风险投资,平衡英国版权法规和豁免权,在学历教育中开办数字内容的教育等。

该报告发布后,引起了从大学、研究机构到行业的巨大反响。一些大学的职业教育部门称,这个报告对英国教育部门提出了对现行的文化创意

产业从业人员进行变革的要求。企业也希望借此引起相关政府部门的注意,为其发展提供市场、知识产权、融资、税收等各方面的优惠条件,并为其产品进入国际市场提供助力。

为帮助创意经济调整发展方向,继续保持其在英国经济环境中的领先地位,英国文化、媒体和体育部日前宣布,政府将在2012年秋季财报增加创意产业投入的基础上追加资金,进一步加大对创意产业的资金支持力度。目前,创意产业已经得到追加的2500万英镑,以帮助提高其对整体经济的贡献率。未来两年里,英国技术投资基金会将与政府拨款相配套,每年再得到500万英镑资助。这笔款项由创意技能组合机构进行管理,重点支持英国数字内容行业的技能开发,这也是继去年英国政府宣布对高端电视产品、动漫和视频游戏公司实行新税政策后的又一扶持措施。另外,政府承诺为新竞赛活动的策划和发布提供1500万英镑,该项资金由技术战略委员会负责,通过行业合作形式支持数字内容产品生产,专业的中小企业、教育研究机构和培训商都被鼓励一同参与。

负责创意产业的文化、媒体和体育部副部长艾德·维泽表示,英国具有世界水平的内容产业,此次的一揽子措施旨在表明政府对高科技内容产业经济贡献的肯定,显示政府对人才的持续承诺和支持,以确保英国在这一领域的领先地位。

链接:创意经济也称创意产业,指那些从个人的创造力、技能和天分中获取发展动力的企业,以及那些通过对知识产权的开发创造潜在财富和就业机会的活动。它通常包括广告、建筑艺术、艺术和古董市场、手工艺品等等。自英国政府1998年正式提出“创意经济”的概念以来,发达国家和地区提出了创意立国或以创意为基础的经济发展模式,发展创意产业也被提升到发达国家或地区的发展战略层面。

新西兰人文艺参与度抽样调查显示:

99%青少年参与 女孩更积极 少数民族文化受青睐

龙艳萍

为了更好地了解新西兰人参与文化艺术的情况,以便更有针对性地制定文化政策,促进艺术普及,新西兰文化、传媒和体育部于2011年组织了一次有关新西兰人参与与文化艺术活动的抽样调查。文艺的范围包括视觉艺术、表演艺术、文学、毛利(土著人)艺术和太平洋(南太地区岛民)艺术五大类共39种文艺门类。“参与”的定义为参加创作或到活动现场欣赏展演等,不包括个人听音乐CD、读书和看电影等。

主流社会对少数民族艺术兴趣浓厚

调查表明,80%的新西兰人认同文艺有助于形成新西兰人的共性,即新西兰的民族特性;73%认为文艺对促进经济发展有积极贡献;69%认为文艺促进了其所在社区的发展;76%支持公共财力资助文艺。

多数新西兰人对参与文艺持积极态度,在过去一年中参加过至少一次文艺活动。46%的受访者表示,参加文艺活动时感觉非常好,38%的人表示感觉好,只有不到1%的人表示参与文艺活动感觉一般。71%的人认为自己或多或少有艺术才能,只有28%的人认为自己没有艺术细胞。

在全民支持文艺发展的环境下,颇引人注意的一点是,新西兰主流社会对毛利艺术和南太岛民艺术等少数民族艺术有着浓厚兴趣。调查显示,在过去一年中,参加过毛利艺术活动的人里有74%是非毛利人,参加过南太艺术活动的人中88%是非南太岛屿人。在学校组织的活动之外,参加过毛利艺术活动的青少年中有一半是非毛利人,参加过南太艺术的有过半是非南太岛屿人。

年轻人认为文艺很“入流”

新西兰人支持文艺发展的氛围在持续增强。几乎所有年轻人都被别人鼓励过参与文艺活动,没有年轻人认为参与文艺是不入流的事,只有不到4%的受访者说他们的朋友不喜欢文艺。

调查表明,10岁到14岁的青少年99%都参与文艺,99%的人学习某种文艺技艺(不包括学校的音乐课),87%参加过至少一场文化活动,其中72%是在学校之外与家人

和朋友一起参加的。

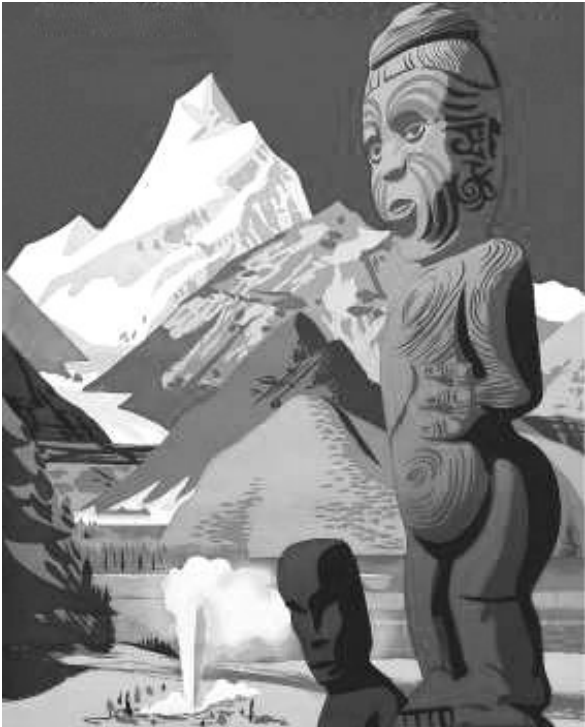
80%的受访者表示,喜欢把业余时间投入一门文艺爱好,这说明文艺爱好与其他青少年流行的休闲方式如看电视、影碟(80%)和玩游戏(77%)一样受欢迎。

调查还发现,女孩参加文艺活动的积极性更高。鼓励年轻人参与文艺活动的主要是父母(81%)、老师(69%)、朋友(49%)、兄妹(24%)和其他亲戚(30%)。87%的年轻人认为文艺对自己的成长有益。超过半数的青少年在过去一年中曾参加过至少一次文艺活动,1/4的人至少每月参加一次。参与的主要艺术门类为:视觉艺术33%、表演艺术19%、文学12%、毛利艺术14%、太平洋艺术10%、数字艺术22%。1/3的青少年定期参加文艺活动。

网络发展推动现实参与度

随着互联网的快速发展,与2008年时的抽样调查相比,在网上参与文艺活动的人数增长很快,而这对网下的参与也有很大推动作用。51%的受访者在线欣赏过一种文艺门类,其中23%的人受此影响又到现场观看。39%的人通过网络购票参加文艺展演。数字艺术是吸引青少年参加文艺活动的一条重要途径,超过80%的青少年曾利用电脑进行过艺术创作,数字艺术是他们参与最多的一个艺术门类。

新西兰存在一个很大的文艺市场。在过去3年中,95%的15岁以上新西兰人曾至少参加过一次文艺活动,相比之下,澳大利亚为87%,英国为85%。根据新西兰的人口来推算,这个消费群体达334.7万人,人均月文化支出53新元(约合250元人民币),



新西兰主流社会对毛利艺术等少数民族艺术有着浓厚兴趣。

年总消费达23.1亿新元(约合1150亿元人民币),平均每个人消费690新元(约合3500元人民币)。

新西兰政府组织的文艺参与度抽样调查颇具参考和借鉴价值,要想制定切实有效的文化政策,首先对文化艺术的现状要有全面、深入的了解和科学的分析;推动文化大发展大繁荣离不开民众的支持,要不断地在全社会推广文化艺术,使更多的人认识到文化艺术的重要性,鼓励更多的人参与进来;要积极创造条件,如兴建更多的文艺设施、合理布局等,使参与更便捷;通过政府补贴降低票价等,降低民众参与的门槛,使艺术真正接近百姓。此外还应注意,文化艺术发展繁荣的未来在青少年,普及艺术教育十分重要;互联网文艺的加速发展是大趋势,要十分重视通过互联网来推动文艺发展繁荣;培养观众是文化市场建设的基础,市场是文艺创作繁荣的基础;少数民族艺术特色鲜明,要重视对少数民族艺术的开发。

环球扫描

纽约大都会博物馆首设营销高管

本报讯 纽约大都会博物馆总监兼首席执行官坎贝尔5月5日宣布,辛西娅·罗恩德将就任该机构新设立的职位——市场营销与对外关系高级副主席。罗恩德将于今年6月3日入职。

据悉,在大都会博物馆,罗恩德将负责监管营销、市场调研、旅游以及内部沟通方面的工作。另外,她还将负责通信与广告。坎贝尔表示,在大都会博物馆不断扩大其全球影响力的时期,找到一位在市场营销方面富有创造力的专家,是进一步强化博物馆形象与建设其国际品牌的必要

步骤。博物馆主席拉弗蒂称:“全球营销将在努力开发博物馆自身以及吸引在线平台观众方面起到日益重要的作用。”自2002年以来,罗恩德一直担任美国最大的私人赞助非营利性机构“美国联合之路”的品牌营销战略执行副总裁一职,负责全球品牌管理、国内网站、通信、市场营销、调研以及志愿者和“美国联合之路”遍及全球40多个国家的约1800名员工的在线参与工作。而在“美国联合之路”任职前,她还曾在广告与营销方面担任过重要职位。(焦波)

伊斯坦布尔爵士乐日倡导种族对话

本报讯 联合国教科文组织与塞隆尼斯孟克爵士音乐学院日前在土耳其的伊斯坦布尔举办第二届爵士乐日活动。设立爵士乐日的主要目的是提升国际社会对爵士乐的认识:爵士乐不仅是一种教育工具,同时也是推广和平、团结以及增强不同种族间对话与合作的一股力量。



爵士音乐家在伊斯坦布尔演出。久的爵士乐传统。20世纪30年代,土耳其共和国首任驻美国华盛顿大使埃尔泰金向非裔美国爵士音乐家敞开土耳其大使馆大门。在一个社会遭到种族隔离切割的特殊历史时代,这些音乐家在此欢聚一堂,尽情地演奏属于自己的音乐。在这一精神的激励下,埃尔泰金的两个儿子阿哈迈特和内舒希在爵士乐路上不断前行,并于1947年在美国创办了第一个爵士与福音音乐品牌——大西洋唱片公司,对爵士乐在世界范围内的传播产生了重大影响。(刘传)

非洲尼莱坞『小本经营』闯国际市场

黎晓宇

在非洲广受欢迎的尼日利亚“电影王国”尼莱坞终于迈出了进军国际市场的一大步。5月30日至6月2日,尼莱坞电影周将在法国巴黎的阿尔奎恩剧院举行。电影周活动紧紧衔接将于5月15日至26日举办的2013年戛纳电影节,传达出尼莱坞对非洲以外国际市场的强烈关注。

电影周举办的阿尔奎恩剧院,位于巴黎圣日耳曼德布雷广场,是法国文学家和艺术家的聚会场所,文艺气息十分浓厚。电影周期间,除放映7部最具代表性的尼莱坞电影外,还有为电影制作者组织的交流会和小组讨论活动,以及为尼日利亚手工艺品设置的展售平台。

此前,由于尼莱坞电视台在法国的开播,尼莱坞电影已在法国小有名气,当地观众也对这些颇有非洲特色的影像和故事产生了兴趣。但由于宣传力度不够,尼莱坞尚未打入法国主流市场。电影周主办方希望,此次借力戛纳电影节的国际影响,能够吸引更多法国和其他国家的电影制作者关注不断发展的尼莱坞电影产业。据悉,尼莱坞电影周有望作为一年一度的文化项目,在巴黎固定下来。

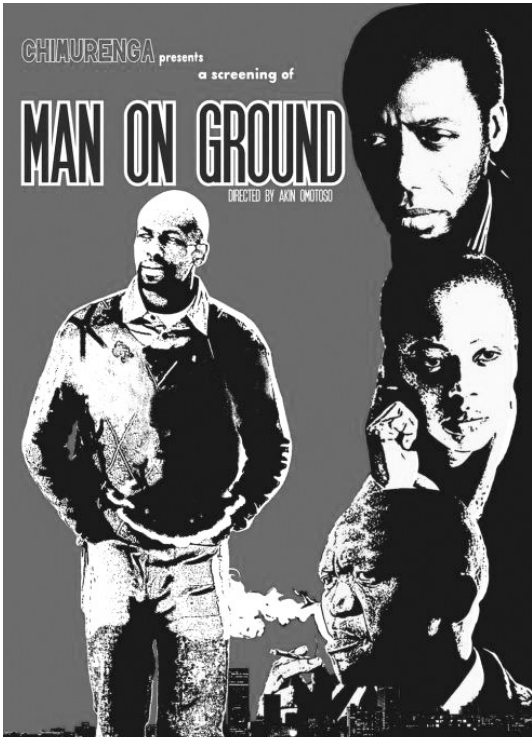
近年来,通过不断发展电影产业,尼日利亚的文化影响力逐步扩大,尼莱坞电影在非洲可谓家喻户晓。这个仅次于印度宝莱坞的全球第二大电影产业,其电影年产量已超过2000部。

尼莱坞的发展很有地方特色。由于非洲经济不发达,人们一般选择在家中消费文化产品。而当地电影放映设施落后、专业人员不足等因素,使得众多电影导演把

电影产品定位为廉价、高效的录影带模式。大多数尼莱坞电影采用小作坊制作,一部的成本为1.5万至2.5万美元,最快的几周就能拍完,然后马上发行DVD。目前,尼日利亚全国有50多万个家庭电影录影带发行租赁俱乐部,产业规模近30亿美元。而尼日利亚影像相关行业年营业收入在2亿至3亿美元间,从业人数超过百万,仅次于农业。

尼莱坞电影题材涵盖社会各个层面,常围绕男女爱情、穷人致富、民间传说、宗教巫术和贪污腐败展开。演员表演夸张生动、诙谐幽默,电影的结局几乎都是作恶者受到惩罚,行善者终得好报。此外,为满足“多部族、多文化、多语言”的国情特色,尼莱坞也深挖各部落的传统传说和名人轶事。在西方电影中,非洲总是被打上“贫穷”“饥荒”“艾滋病”等烙印,很多非洲人厌倦美国式英雄主义的好莱坞大片,而更喜爱土生土长、贴近现实生活的非洲电影。因此,许多非洲国家也热衷学习尼莱坞模式。而对于西方国家观众来说,尼莱坞展现的新鲜的非洲面孔也具有很强的吸引力。

当然,仅靠“小本经营”闯国际市场不是长久之计。尼莱坞目前正在研究提升影片质量的方法,越来越多的导演及其他从业人员开始出国进修,提高职业素养。投资者和电影制作商也计划投入大量资金来制作更



即将在巴黎展映的尼日利亚电影《躺在地上的男人》宣传海报。

高水平的影片。尼日利亚政府有意将尼莱坞打造为提升国家形象的名片,开始采取积极措施重新定位电影产业,在机构和政策方面进行相关的产业重组,力图朝专业化方向发展。此外,尼日利亚的私营机构也积极参与到创作、制片、设备等领域。

有损国家形象 韩国彻查SAT泄题案

禾泽

早在2010年1月23日举行的SAT中,首尔某培训学校的一名讲师带领3名学生把刀片藏在橡皮、削笔刀里带入考场,将数学、物理科目等13张考卷撕成数份带出场外。他们还利用考生可携带计算器的规定,把部分考题输入到计算器中。

之前,韩国还曾发生过因试题泄露,900多名学生的SAT成绩被取消的事件。为此,美国教育考试服务中心总部曾向韩国派出人员进行调查,并进一步采取加强保密工作等措施,彻查作弊行为,取消作弊考生成绩。

韩国考场泄题事件频发,使其失去了美国大学理事会的信任,重整韩国考场管理已势在必行。为彻查此次泄题事件,由9名首尔市教育厅检察官和9名地方教育厅检察官组成的18人特别检查组,在掌握所有的外语类辅导班情况后,于5月8日至13日对所有的外语类辅导班进行了特别检查。据悉,特别检查组把首尔市江南教育厅管辖内的68个SAT语言辅导班作为重点检查对象。

首尔市教育厅相关人员说:“SAT试题泄露不仅影响了准备留学的考生,而且

损害国家形象,要采取严厉的措施惩治这种不法行为。”不少人担心,泄题事件无法遏制,美国可能会减少在韩国考试的次数或取消韩国这个考点。更为严重的是,美国大学可能因此降低对韩国学生的信任感,使学生入学难度加大。

为何SAT试题泄露在韩国频发?培训教师又为何要铤而走险?专家认为,这是渴望进入名牌大学的学生及家长与以赚钱为目的的培训学校的合作产物。家长希望孩子得到高分,培训学校和讲师则不择手段地满足需求,导致问题愈发严重。