

资金短缺、身份难认证、创作方向存争议

独立戏剧演出的困惑与出路

本报记者 苏丹丹

随着时间进入7月下旬,持续了近3个月的第四届南锣鼓巷戏剧节也进入了尾声。在戏剧节举办期间,除了集中展演《蒋公的面子》、《南锣鼓巷7号》、《董生与李氏》等近40部舞台剧目,让观众大过戏瘾之外,还开展了一系列有趣的工作坊、讲座和论坛活动,而这其中在北京蓬蒿剧场举办的“再剧场——中国十城市独立剧场发展论坛”尤为引人注目。

在连续举办3天的论坛上,来自上海下河迷仓剧场、广州水边吧、长沙靠谱儿戏剧工作坊等全国多家民营小剧场的代表,通过对话、报告的形式,对剧场的经营现状、生存困境进行交流和探讨。近几年,独立剧场发展迅速,推出了不少优秀剧目,不断丰富戏剧的类型和形式。除此之外,独立剧场活跃的领域逐渐拓宽,在北上广之外的二、三线城市,也常见小剧场的身影。不过,快速发展的同时,资金紧缺、身份认证难、创作方向存争议等问题也日益显现出来,不断困扰着小剧场的经营者。

一直存在的资金之困

民营独立剧场一般是由个人或者某个民间团体发起、创立的,因此运营资金也是由个人筹备,资金短缺一直是独立剧场运营面临的一大问题,此次论坛上运营独立剧场所涉及的资金问题也被大家多次提及。

关于独立剧场的资金问题,蓬蒿剧场的创始人王翔曾多次提起。2008年创办的蓬蒿剧场位于北京东城区东棉花胡同里,由一个四合院改建而成。据

王翔介绍,这样一个仅能容纳百名观众的小剧场,前期投入了120多万元,完全是由他个人承担,虽然不高,但成本肯定是收不回来了,不过他也没想着收回。因为蓬蒿剧场的定位是公益性文化场所,对80%的上演剧目不收场租,用以减轻剧场的压力。关于经营方式,或采用场制合一形式,由剧场投资、出品;或采取剧组制作、剧场监制,然后票房分账的方式。由此来看,票房收入完全没有办法支撑剧场的日常运营。王翔说:“到现在,我还要用开牙科诊所挣的钱贴补剧场,每天往上贴2000元,一年下来也有七十多万元。艰难的时候都想过卖房。”

像王翔这样以经营副业来“养”剧场的事情并不少见,为了让剧场维持下去,很多独立剧场的创办者还同时做着其他的工作。在上海,王景国创办的下河迷仓剧场的运营费用全部由他的设计公司拨付,剧场本身不涉及营利性项目。然而,也有很多独立剧场没有这么幸运,他们需要节约资金、控制成本,艰难度日。

同样来自上海的草台班在2011年,8个人在1个月的时间走遍6个城市,进行了13场演出,举办了4场讲座,总共只花费了2.5万元左右。“虽然我们演出的地方大部分不是正规剧场,但是用如此低的费用巡演了这么多地方,对很多剧场来说也是非常不可思议。”草台班的代表如是说。

艺术还是商业,创作方向存争议

小剧场戏剧在我国诞生之初,创作

偏重艺术性和实验性。经过30余年的发展,小剧场戏剧的类型愈发多元,不少小剧场越来越注重戏剧的商业性,如雷子乐工厂、至乐汇舞台剧等推出的戏剧,充分挖掘小剧场戏剧的商业元素,并获得了市场的认可。不过,在小剧场戏剧的创作方向上,是应该重艺术还是重商业,戏剧圈中存有争议。

王翔认为,小剧场戏剧是小众化的艺术形式,它的创作也应该具有倾向性,并且必须是反商业性的。虽然至乐汇出品的舞台剧在商业上获得了巨大的成功,但它已经超出小剧场话剧的范畴了。而在至乐汇的创始人孙恒海看来,艺术和商业是相通的,好的艺术作品应该同时具备商业性,而好的商业模式是可以为好的艺术保驾护航的,两者并没有任何冲突。问题的关键在于戏剧创作者是否能很清楚地知道自己的诉求。

对于商业与艺术的争论,中国戏剧家协会理事李龙吟表示,谈论戏剧的商业性和艺术性,要看针对哪个对象。“不同的对象有不同的诉求。作为戏剧创作者,肯定要在创作上追求自己艺术的充分表达,而相对忽略商业目的。但作为小剧场戏剧的制作者或出品人,则希望戏剧能够走向市场,获得好的商业回报,如何将艺术品变成商品是制作者更为关心的。说到底,谈论艺术至上还是商业至上,不能混着谈,是要分对象的。”李龙吟说。

呼吁减免税负 明确身份认证

独立剧场的身份认证问题是大家

讨论的又一个热点。此次参加论坛的独立剧场,有注册营利性机构的,有注册非营利性机构的,还有没有获得营业性演出许可证的。关于独立剧场的身份认证,大家普遍认为注册程序比较复杂,认证标准有待规范。

蓬蒿剧场于2009年获得由北京市东城区文化主管部门颁发的营业性演出许可证,在这个过程中,让创办者王翔记忆深刻的是缺一不可的“6个证”——工商营业证、场地证、演出经纪许可证、组织贷款证、税务登记证,办齐这“6个证”要花不少工夫。而注册为营利性机构就意味着要缴纳营业税。据了解,剧场要缴纳与娱乐业同等的5%以上的营业税,但是他们却无法享受国家对文化产业的房租补贴,因为只有纳税达到25万元才有可能得到补贴。按纳税25万元的额度来算,这相当于要求独立剧场一年营业收入达到400万元,对于大部分独立剧场来说,这是不可能完成的任务。可以说,营业税的缴纳给本来资金就不充足的独立剧场带来不小的压力。

而在近邻日本,从上个世纪80年代开始,政府就为文化活动提供资助。据日本戏剧导演佐藤信介绍,除了政府资助,现在个人开设小剧场,可以直接到银行贷款了。王翔表示,在自己走访的多数欧洲国家,政府对独立剧场或剧团多实行税费减免政策,以支持独立剧场的发展。因此王翔建议,尽快研究出台对独立剧场的支持政策,比如给予免税收待遇,另外还应规范、改革艺术类舞台演出报批制等。

产业与市场·周记

数据

南京市连续3年取得江苏省文化产业绩效考核第一,荣获省文化发展水平先进地区称号。文化产业增加值占GDP比重达到5.1%,居江苏全省第一,也是唯一超过5%的城市,这标志着文化产业初步成为南京市国民经济支柱产业。(来源:《南京日报》)

工行持续将文化产业作为重点支持的新兴市场,不断加大投入力度。截至今年上半年末,工行的文化产业贷款余额已达1170亿元,较年初增长139亿元,增幅达13.47%,全国已经有近4万家文化企业与工行建立了金融合作关系,得到的融资支持累计达到了2000多亿元。(来源:《金融时报》)

观点

青春题材影视剧的热映和热播,也只是一个阶段性的现象。青春文化和其他主题一样,在市场经济的大潮中必然有涨有跌。如果不出意外,接下来还会有一批青春题材的影视剧跟风而出,但质量会渐趋下降,直至引起观众反感,青春题材逐渐变冷,然后被另外一种题材的作品取代。对于读者和观众来说,青春文学是依仗眷恋和韶华难追,但对于商业机构来说,在商业化的情感营销之下,青春文化转化为流水线产品和货架上的商品。当青春文学受众从青少年拓展到全体大众,它所带动的产业化链条也日益成熟,这种文化市场的繁荣无论如何都是一件好事。(来源:新华网)

由于广播电视的政治属性、经济属性和文化属性的三性合一,在一定时期,广播电视事业和产业是有交叉的,随着广播电视产业的快速发展和国家有关产业政策的日趋清晰,应当逐渐将广播电视统计指标按照事业指标和产业指标进行划分,以便清晰地统计广播电视事业建设和产业发展的成绩、问题,为科学决策打下坚实的基础。同时,要结合产业指标特点,将广播电视产业指标细分为五大类,即广播电视产业发展指标体系、支出指标体系、社会效益指标体系、经营管理指标体系、综合发展与评价指标体系,在此基础上,再进一步细分具体核算指标。(来源:《光明日报》)

地方

天津力争到2015年培育80家文化科技小巨人

近日天津市召开促进文化和科技融合发展推动会,提出了促进文化和科技融合发展实施意见。根据规划,到2015年,天津市要培育80家文化科技小巨人和20家领军企业,形成30个拳头产品,打造5个形态多样、各具特色的文化科技产业集聚区,推动该市文化产业增加值超过800亿元。为促进文化与科技融合发展,天津市还建立了联席会议制度,研究指导全市文化和科技融合工作。同时,天津市还将加大资金支持力度,围绕原创动漫、数字游戏、广播电视、数字新媒体、数字旅游、舞台装备等文化领域共性关键技术研究,以及文化和科技融合集聚区公共服务平台建设,每年推出一批市级文化和科技融合重大项目,并优选重点项目,通过市文化科技专项资金、文化产业发展专项资金予以支持。(来源:《科技日报》)

深圳出台文化创意产业园区认定办法

深圳市文体旅游局制定的《深圳市文化创意产业园区认定办法(试行)》近日出台,深圳市文体旅游局将对经认定的文化创意产业园区实行动态管理,原来的文化产业园区经认定后将改称文化创意产业园区。办法指出,申报认定“深圳市文化创意产业园区”应具备8个条件,其中包括要有完整的园区建设和发展规划,并符合深圳城市总体规划和文化创意产业振兴发展规划;有较完善的基础设施和公共服务支撑体系,能为入园企业提供企业孵化、知识产权保护、技术研发、交易推广、融资等公共服务;园区实际投资额1000万元以上,且文化和科技融合集聚区公共服务平台建设,每年推出一批市级文化和科技融合重大项目,并优选重点项目,通过市文化科技专项资金、文化产业发展专项资金予以支持。(来源:《深圳特区报》)(于帆 整理)

7月18日,“八闽神韵·福建当代书画名家作品海内外巡回展”在位于杭州的浙江美术馆开幕,展出36位福建书画名家近期创作的约200幅书画作品。据悉,杭州是此次巡回展的首站,将持续到7月28日,随后还将前往山东、福建等地巡回展出。图为参观者在“福建当代书画名家作品海内外巡回展”上欣赏书法作品。(新华社发(施健学 摄))

综合资讯

河北省文艺精品项目发布洽谈会在京举行

本报讯(记者于帆)7月18日,2013年河北省文艺精品项目发布洽谈活动暨签约仪式在北京举办。洽谈会共发布文化精品项目近100项,共有30个文艺精品项目达成了合作意向,签约金额13.2亿元。

此次活动由河北省委宣传部、河北省文化厅、河北省广电局、河北省文联等单位共同主办,河北影视集团、河北中联影院院线公司承办。活动旨在搭建精品创作单位和文化投资企业对接的一个新平台,广泛吸纳全国各地和社会各界优势资源和力量,参与河北的文化建设,推动河北文艺精品的创作生产实现更大的繁荣和发展。

据介绍,此次共发布文化精品项目近100项,总投资约23.4亿元。其中,文艺精品类项目91项,总投资23.3亿元。项目主要包括电影28部、电视剧36部、动画片3部、话剧、戏剧、歌舞类等舞台艺术类21项,纪录片3部,另外还有文化活动类项目8项。

河北省委宣传部副部长武鸿儒在活动致辞中表示,河北省正在深入贯彻落实党的十八大精神,按照“解放思想、改革开放、创新驱动、科学发展”的方针,强力推动文化强省建设,希望与各界精英携手合作,共同打造出更多具有中国气派、河北特色的扛鼎之作。

第三届“青年恒好”活动中期成果在京发布

本报讯 7月18日,由KAB全国推广办公室、恒源祥(集团)有限公司共同发起的第三届“青年恒好”活动中期成果发布会在北京召开。山西大学、北京邮电大学等10个团队的创业方案获得“十佳公益项目”,四川美术学院、西南财经大学等10个团队的创业方案获得“十佳编织吧项目”,活动主办方表示将继续扶持获奖编织吧落地。

本届“青年恒好”活动的主题是“中国梦”,自今年4月启动之后,活动主办方收到了来自全国100多所高校的近200份创业计划书。主办方介绍,获得“十佳公益项目”的团队将获得3000元的扶持资金;获得“十佳编织吧项目”的团队将获得2000元的计划书奖励。在获得“十佳编织吧项目”的项目中,云南林业职业技术学院的编爱编织吧格外引人关注。这个团队将学校里各个民族的同学聚集在一起,编织具有自己民族特色的手工艺品,同时融合各民族的特色设计出新的产品,将最好的工艺品出售,获得的利润用作公益捐赠。该团队负责人表示,用自己的特长发挥创意才能让产品与众不同,具有浓郁民族风情的产品会让编织焕发新的活力。(林楠)

央视《2013寻找七仙女》在京启动

本报讯(记者于帆)7月21日,央视《2013寻找七仙女》大赛启动仪式在北京举行。启动仪式上,确定由在《甄嬛传》中扮演沈眉庄的斓曦为该节目的形象代言人和节目主题曲MV女主角。

该节目由央视戏曲频道携手安徽卫视联合打造,是全国性专业黄梅戏比赛。节目以选拔黄梅戏新生代领军人物为目的,在传承民族文化的同时,重磅推出戏曲表演艺术的优秀人才。为确保评选的专业性和权威性,大赛评委既有马兰、韩再芬等黄梅戏领军人物坐镇,并有央视及各地卫视在内的媒体监督,确保公平、公正地评判新一代黄梅戏优秀人才。奖项设计从“最佳新秀”到“七仙女榜首”,全方位、多角度赋予了活动娱乐性、参与性和影响力。在比赛环节上,将有当红明星与选手“1+1”帮帮唱,扶持提升新人,使其成为戏曲艺术“青春化”的典范。

据介绍,早在2007年,央视戏曲频道栏目就联手安徽卫视,举办了第一季“寻找七仙女”——全国黄梅戏青年演员电视挑战赛。通过海选、初赛、复赛以及决赛和排位赛等环节,评选出第一季7位金奖获得者。节目播出后产生了广泛影响。时隔6年,央视再度“寻找七仙女”。据悉,活动在全国铺开,引起了黄梅戏界的高度关注和广泛参与。从各地报名的情况来看,参赛者既有比较成熟的黄梅戏青年演员,也不乏艺校黄梅戏新苗。

腾讯书院举办乡土中国对话

本报讯(记者周志军)《生死十日谈》的作者孙惠芬和《出梁庄记》的作者梁鸿近日做客腾讯书院。两人结合各自的新书和去农村考察的一些经历,与现场读者讨论了“文学里的乡土中国”话题。

孙惠芬在《生死十日谈》的书中描绘了当下农民面临的精神困惑和生存困境,据她介绍,她曾跟随心理学研究课题小组专门深入到东北农村,近距离地接触和了解了中国农村的一些现象和问题。而梁鸿的《出梁庄记》则将视角对准了从自己家乡——河南邓州梁庄走出来的农民工群体。两位作家一致认为,目前社会上关注农民群体时,除了贫穷问题,更为重要的是关注农民的身份和价值观的问题。梁鸿认为,尊严在以往的乡村叙述中一直被忽略,现代话语体系一直将其建构成愚昧、沉默、粗糙的群体,农民进城时就被定位为符号化的人,而不是生命的存在。“但事实上,城市生活与乡村生活是人类并列的两种生活方式,二者并不矛盾。”而在孙惠芬看来,乡村应该是每个人精神的故乡,“并不是说只有城市是好的,或者只有乡村是好的。乡村作为精神故乡是我们每一个人的迷恋。”



腾讯告诉文化产业:航母不是包装出来的

弘毅

近日,腾讯合作伙伴大会在北京召开,不管是其以“开放·变革”为主题的主会场,还是包括微信在内的一系列分会场所释放出的信息,都对整个行业形成了巨大的冲击。所有人都在讨论这个开放、变革后的腾讯,尤其是在竞争对手眼中,现在“众乐乐”的腾讯比之当初“独乐乐”时生命力更为顽强,也更为可怕。

通过各路分析人士对于腾讯大会信息的不断反刍,最为业界重视的就是腾讯在内容、渠道、平台三大领域的布局,即腾讯未来将把更多的精力投入到抢夺互联网原创内容和力量,打通PC与移动端的渠道,尤其是进一步开放其已取得明显成效的开放平台。

仅从字面上理解,腾讯所关注的焦点似乎和其他竞争对手并没有多大差别,然而不要忽视了这其中的关键词——开放,自大战360事件之后,腾讯一改此前广为人诟病的对创新力量的威胁形象,而是以“开放共赢”的姿态向外界敞开怀抱,追求成为行业创新力量的推动者。

按照文化产业界近两年的流行说法,腾讯的这次合作伙伴大会可被评价为“一艘IT航母正在驶入移动互联网蓝海”。然而,笔者注意到,诸如腾讯、阿里此类的IT龙头企业却从未从航母自居过,反观国内不少文化企业,一番包装打扮之后粉墨登场,动辄口号就是打造文化产业新航母。但是,他们除了具有成为航母的想法和目标,真的具有切实可行的模式或路径吗?

这两年来,包括政府和学界都在讨论如何使文化企业的小舢板成长为文化航母,如何走出区域,走出国门。

然而,在笔者看来,对这一话题的讨论只有对多数文化企业依然是“舢板”的认识还算准确,而成为航母或者走出去的想法大多不切实际。试问哪个航母上面没有足够多的拿得出手的舰载产品?哪个航母不需要一片足够深广的水域供其航行?现在堪称IT航母的腾讯,通过建设开放平台,吸引越来越多的中小创意产品进驻;通过打通移动端的渠道,使其市场更为广阔。反观国内一些由地方上全力支持打造的文化航母,有多少拿得出手的文化产品?有多少离开了所在区域的窠臼,打通PC与移动端的渠道,尤其是很难经得住真正的文化航母一击。离开了地方主义庇护的无风港湾,更经不起全国乃至全球文化市场中的大风大浪。

腾讯此次在内容、平台和渠道方面的布局思路,目前看来并未引来那些正在“埋头苦干”“做大做强”的文化企业的注意。在不少人看来,腾讯、阿里此类企业都属于IT行业范畴,对于他们的发展模式、战略思路,文化企业没有可比性。或云,目前多数文化企业规模过小,无法像腾讯一样有建平台、通渠道的“雄心壮志”。然而,在笔者看来,且不说腾讯、阿里等科技类企业同属大文化产业范畴,科技、文化两类企业模式互借乃最佳选择,就说腾讯这种放眼未来、着眼全局的战略思维,这种对于自身平台的自信,并不是企业发展到一定规模才可以考虑的,更何况国内一些大型文化企业多数不差钱。然而在急功近利的思维模式主导下,在地方主管部门各色政绩需求的推动下,即使是那些具备成长空间的文化企业,也往往选择“独乐乐”的

模式,自己闭门造车或者依靠少数人的苦心孤诣,最终摆上旗舰平台的却是外表光鲜亮丽、内在却是“破铜烂铁”的一次性作品,而企业自身也在这种毫无建设性的制作过程中不断被磨损,虽然有强大资金的后盾支持,却无助于其在市场上长久远航。

在这个创意为王的时代,想要在业界具有长久的竞争力,想要在激烈的市场竞争中保持生命力和创造力,若自己无法生产出优秀的产品,那么学习腾讯、阿里借助已有基础尝试为业内的文化创意工作者建设一个创意生产和实践的平台也是一种极具潜力的方向。这不但能够使得提供平台的企业选取自

己平台上的优秀创意人才及其产品进行整合,无畏市场风浪,同时也能使平台企业牢牢把握着文化产业的潮流和走向,成为极具战斗力和生命力的文化航母。

不过,阿里和腾讯一路走来遭遇的各种质疑也说明,这种选择建设平台、打通渠道的道路无疑是极为坎坷且充满质疑的,但他们坚持至今并成为业界头羊。文化产业已有的经验表明,发展文化产业更应该减少一些急功近利,多一些“众乐乐”的包容气度和创新魄力,这样真正的国产文化航母才能走出去并和迪士尼等海外文化航母共舞于全球文化市场。



李宏宇 绘