

国外文化消费模式新探索

英国

“云剧场”带来新风潮

本报记者 邢雪

英国戏剧以丰富多样、质量一流闻名于世。其历史可以追溯到9世纪,至今仍经久不衰且不断焕发新的活力。作为英国文化的重要组成部分,英国500多家剧院在新冠肺炎疫情发生前每年创造数十亿英镑(1英镑约合8.37元人民币)的产值。

2009年,英国国家剧院开始推行“国家剧院现场”项目,力图通过高清直播和转播的方式,覆盖更多剧场外的人群,该项目成为戏剧数字化、影像化的主要推动力量之一。历史悠久的莎士比亚环球剧场也开发了数字平台,上线了130多部专业拍摄的戏剧作品,为居民文化消费提供了新选择。

疫情发生后,英国戏剧加大向线上转移力度,“云剧场”为戏剧业带来新风潮。2020年底开始,英国国家剧院推出“居家国家剧院”的付费流媒体服务。首次上线的作品包括《一仆二主》《简·爱》《莫扎特传》等一批数字版本的现场演出作品,单次付费5.99至7.99英镑不等,包月不到10英镑,受到观众热捧。2020年,英国国家剧院在网络视频平台还推出16部作品的免费数字版本,在173个国家获得了1500万次的观看量。

英国国家剧院的导演鲁弗斯·诺里斯认为,在数字平台推出戏剧演出,一方面满足了人们观看的需要,另一方面也为受疫情冲击的剧院带来新的收入和盈利模式。疫情发生以来,一向繁荣的英国戏剧业遭受重创,门票收入一度锐减九成,伦敦西区一批剧院濒临倒闭,久负盛名的大剧院也因严重的财务危机而停摆。为求生存,以英国国家剧院为代表的大型戏剧机构先行试水,开放部分演出的数字存档。此后,一些新的尝试逐步推进,一些剧院开始为“云剧场”创作或演出,剧院在数字平台获得的收入与剧作家及合作剧院分成,一种新的文化生产和消费模式逐步形成和完善。

“国家剧院现场”项目实施期间,英国国家剧院试图在演员与观众之间建立一种新的联系,在制作线上产品时尽可能地保留现场表演的感觉:拍摄时使用高清摄像机,在电影院等文化场馆内

为线上观众进行直播或转播;在技术上则尽可能保持戏剧的美感,为观众提供动态的完整舞台画面,传递演员的表演细节,为观众带来心理上的亲近感。

经过十几年的发展,“国家剧院现场”已经成为一个知名的文化品牌,覆盖60多个国家的2500多个场馆。在英国境内,该项目在电影院的覆盖率已经达到90%,获得了合作艺术家和世界各地观众的积极反馈。据英国国家剧院工作人员介绍,该项目迄今为止点播量最大的是英国知名演员本尼迪克特·康伯巴奇主演的《哈姆雷特》,在疫情前就已吸引全球超过百万人观看,明星名剧在推广中具有明显优势。

“国家剧院现场”戏剧作品的设计和制作精美,为很多鲜有机会去伦敦西区现场观剧的人们提供了难得的机会。有分析认为,英国伦敦西区和美国百老汇等集中了大量优秀的英语戏剧,这些既有文化品牌资源是“云剧场”成功的关键因素。“云剧场”的推出,不仅让因疫情居家的观众受益,也让更多不便亲临现场的观众能有新的观剧体验,学校、养老院等机构可以接触到更丰富的文化资源,一批经典的戏剧作品也能得到更好的推广。

也有分析指出,以“云剧场”为代表的线上文化消费形式能否持续仍待长期观察。2021年下半年以来,42%的大型剧院和超过80%的中型、小型和微型剧院转回线下演出。英国学者兼导演理查德·米斯克认为,一方面,“云剧场”的盈利模式仍在探索,对其的监管也在摸索过程中;另一方面,中小剧院人手有限,缺乏足够的时间和精力来启动或维系数字项目。此外,部分业内人士认为,演员与观众之间的场内关系是戏剧成功与否的关键,现场观众是戏剧的重要组成部分。

或是坐在剧院里亲身体验戏剧之美,或是走进电影院观看一场戏剧的直播,抑或是拿起手机、平板电脑在家中点映一部戏剧——无论观众怎么选择,技术变革为戏剧的传播提供了更多的可能性,为这一历史悠久的产业提供了更广阔的发展空间,也为观众奉上了更加多元化的文化消费体验。



社会不断发展进步,人们的精神文化生活日益丰富多彩。如何通过文化消费模式的持续创新,让文化艺术更便捷地走进日常生活,更鲜活地呈现,让人们能够更好地感受戏剧、书籍和艺术作品等带来的触动,一些国家进行了有益的尝试

在巴西桑托斯市,有一家名为雷亚莱珠的街头书店,在近20年的发展已成为当地一个文化地标。新冠肺炎疫情防控期间,书店被迫暂停营业,书店老板塔汗转而用线上方式加强对图书的宣传销售。

大门紧闭的书店里,塔汗拿出相机,调试灯光,通过社交媒体向顾客介绍起新书。精心拍摄的照片,配以精彩的文字介绍,以及塔汗本人对书籍独到的解读,吸引了不少顾客。在推荐的类目中,塔汗还选择了一些与居家隔离相关的饮食运动、心理健康、数字化管理等实用书籍。顾客在网上选购,书店不仅提供配送服务,还有价格优惠,雷亚莱珠的社交媒体账号迅速涨粉几千人。

疫情发生前,雷亚莱珠书店会定期举办文学沙龙、读书会、签售会、公开课形式多样的活动。书店还发起国际文学节,吸引了不少巴西及其他拉美国家的作者参加,至今已成功举办14届。疫情防控期间,大众对于书籍的文化消费热度不减。“书籍的陪伴帮助疫情下居家隔离的人们化解了孤单。”塔汗说,和书店的顾客一起走过了疫情笼罩下艰难的时光,大家的心贴得更近了。

巴西全国图书出版商协会日前公布的报告显示,2021年巴西全国图书销量5500万册,较2020年增长近30%,图书销售收入增长近30%,达到22.8亿雷亚尔(1雷亚尔约合1.27元人民币)。该协会主席锡德评价说,在全球经济活动受疫情影响严重的背景下,图书业如此显著的增长势头令人惊喜。

疫情发生以来,巴西许多书店利用网站、社交媒体等渠道进行图书宣传,加大对线上销售的投入。巴西图书商会与各大电商、物流公司联手,帮助更脆弱的中小型书店加强网络宣传、销售渠道建设与维护。巴西图书商会主席塔瓦雷斯表示,这不仅能够促进巴西图书行业发展,也将推动民众阅读。

同时,一些更为新颖的图书消费模式开始进入人们的生活。朋友达妮埃拉几天前开心地向记者展示刚收到的图书盲盒。包装盒上画着一杯咖啡、一本书籍、一个星球、一个沙漏,旁边配有一句话——“您的文学之旅现在开始”。这是巴西图书月订购网站TAG推出的图书消费模式,受到读者广泛欢迎,并于2018年获得伦敦图书展的量子创新奖。

TAG网站成立于2014年,从最初只有65名服务订阅者,发展到如今拥有5.5万名会员,服务覆盖巴西2600多个城市。TAG每月向读者寄送图书盲盒,包括一本由知名作家推荐的精装硬壳图书,一本与作者及其作品有关的杂志,以及一个定制的音乐播放单。随机附赠的书签等文创产品和精美的盲盒本身成为不少读者心爱的收藏。“我们将这些精心挑选的书籍理解为一扇通向他人、反思世界和获取多样性的门户。我们提供对话、开放和欢迎的空间,书籍和阅读正是其基础。”该网站创始人之一丹布罗斯说。

达妮埃拉说,居家隔离期间,她几乎天天都会在相关网站和手机应用上浏览书友们的讨论,这减少了她的孤单感,让她有了一群素未谋面的朋友。“订阅TAG盲盒的体验已经远远超越了书籍本身。每个月都有对于新书的新期待与新惊喜,也都有读完新书的新目标和新感受。”

民众居家隔离,有更多时间阅读或聆听书籍,电子出版业市场也因此快速增长。有关报告显示,2020年巴西电子出版业收入总额达到1.47亿雷亚尔,扣除通货膨胀因素的实际增长为36%。其中,仅占电子出版业销量8%的有声读物同比增长量为81%。巴西全国图书出版商协会前主席佩雷拉认为,对于巴西读者而言,电子书及有声读物仍相对陌生,但增速十分可观。与网购邮寄实体书相比,电子书及有声读物具有更强的便捷性,付款后可即时获得资源。此外,多家流媒体平台也更加注重丰富有声内容资源,并邀请拉美民众喜爱的影视演员为有声读物朗读配音,推出多种订阅套餐以吸引用户。

巴西

图书盲盒推动产业发展

本报记者 毕梦璇



法国

博物馆加快“登云入网”

本报记者 刘玲玲

火山喷发,熔岩奔涌,观众如临其境,发出阵阵惊叹……这是巴黎大皇宫推出的借助数字技术让人惊艳的“庞贝古城”展,这一展览利用沉浸式3D影像再现了庞贝古城和现代考古遗址。研究人员利用无人机镜头、激光制图、红外成像和摄影测量等方式,让庞贝古城重现生机。展览获得极大成功,吸引了20余万名游客参观。

“数字展览与传统展览有所不同,它可以突破时空的限制,同时使用互动的展示方式让观众在欣赏中学习知识,实现一场富有启发性的博物馆之行,因此越来越多的博物馆开始探索这种展览方式。”巴黎文化机构数字部门负责人罗埃·阿兰特说。近日,在法国巴黎近郊拉德芳斯商业区的新凯旋门一带,举办了一场名为“永恒的巴黎圣母院”的沉浸式VR(虚拟现实)体验展,同样吸引了大批当地民众和游客前往参观。

近年来,法国各大博物馆及历史文化机构注重运用数字技术,创造新的文化传播、体验和消费模式。新冠肺炎疫情发生以来,法国博物馆业“登云入网”的脚步进一步加快,为民众“云看展”提供便利。以卢浮宫为例,在疫情防控期间,卢浮宫逐步更新博物馆网站,进一步优化线上游览体验,并首次在线展示所有馆藏文物。网站按照门类 and 主题将藏品分类,支持高级搜索和交互式地图体验,使网友能够“身临其境”欣赏经典藏品。数据显示,与疫情前相比,卢浮宫学院推出的线上艺术史课程报名人数增加,明信片、画册等文创产品的线上销售量也大幅增加。

目前,法国越来越多的博物馆开发

了单独的游览应用程序,提供线下参观引导和讲解。此外,展览的形式也更多地借助数字技术,这对喜爱新鲜事物和科技感的年轻人具有极大吸引力。不久前结束的奥赛博物馆“开演吧,电影”展,除了呈现常规的图片、画作外,还借助多媒体信息技术、三维影像制作等技术,让观众能够更直观地体验电影诞生那一刻的激动心情。

根据法国文化机构近日发布的年度数据,法国博物馆2021年参观人次比2020年有所增加,不过距离疫情前游客纷至沓来的盛况仍有很大差距。“法国文化”网站分析指出,借助观展手机应用、直播、VR服务以及多媒体互动装置等数字信息技术与平台,未来不仅线下展览形式将被重塑,线上展览也将更加丰富、便捷,以满足观众多元化的需求。

“无论是线上讲座、虚拟参观,还是展览的线上视频宣传,互联网和数字技术帮助我们留住了远程访客。”巴黎浪漫生活博物馆馆长盖勒·里奥指出,法国拥有卢浮宫、蓬皮杜中心等多个世界闻名、藏品丰富的博物馆,在疫情仍未消退的当下,数字技术帮助这些博物馆跨越时空界限,不断为观众提供艺术养料。



图①:戏剧《小鸟》在英国国家剧院进行现场录制。

图②:一位墨西哥音乐老师在墨西哥城的家中直播音乐课。

图③:2022年2月,参观者在法国波尔多一家数字艺术中心体验沉浸式数字展。

图④:受新冠肺炎疫情影响,法国巴黎标志性书店莎士比亚书店推动网购图书。图为工作人员在书店内整理待发出的图书。

影像中国

本版责编:侯露露 王慧 王晓波 尚凯元

式设计:蔡华伟