

俄羅斯的藝術文化行銷印象

文、攝影/李小芬

闊別十二年，2005年盛夏二度拜訪已被公認因經濟雄厚而名列金磚四國之一的俄羅斯，由於此行不須肩負採訪任務，玩得輕鬆自在，但比較二趟行程，固然俄國也已脫離共產制度十多年，致社會氣氛不再嚴峻，人民生活看似好多了，但景觀卻沒有什麼改變，只是為什麼能夠吸引大批觀光客前往旅遊？一路上成為我的觀察重點，卻發現，他們似乎不刻意做什麼觀光行銷，和台灣大不同的是，不論在美術館、宮殿、廟宇、古蹟，都沒有台灣常見的旗幟飄揚或醒目的標示，刻意的採用嘉年華式的手法加深印象，深怕大家沒有注意到這裡有什麼？在旅遊旺季也看不到有所謂的觀光季、文藝季活動，只在當地的報紙看

到大大一篇密麻麻各劇場、博物館的展演表。

當下，藝術文化資產豐富的國家常配合行銷手法爭取觀光旅遊收入，行銷之首在確立顧客認同的價值，俄羅斯曾經是個極權統治的國家，共產始祖列寧甚至有名言「新聞就是事實的煽動」，可見得對俄國來說設計煽動的行銷手法不是難事，但短短幾天的行程，結合前後二次印象，我沒有看到這方面的煽動，我想，能讓觀光客蜂擁而至，並不是因刻意製造的行銷事件，而是這個國家不知是有意、還是無意的很自然的敞開了悲壯雍容的歷史人文和古蹟，滿足了觀光客探究這個民族的好奇心。



●東正教喜用金飾裝置，構成金碧輝煌的宗教藝術。



●俄羅斯的街頭藝術家

國際的省思：找回文化資產的無形價值 台灣的沈醉：熱熱鬧鬧行銷以凸顯價值

適逢成大教授傅朝卿於2005年十月十八日在中國大陸西安舉辦的「國際文化紀念物暨歷史場所委員會」四十週年大會上，全球文化資產領導者出席討論的一個重點「重新定義文化遺產的意義和價值」，他們的共識是應把無形的文化

遺產納入有形的文化資產一併受到保護。對照目前以文化資產吸引觀光客的各國作為，雖不盡相同，但能激發大量遊客的觀光勝地，部份因素應該就是受到無形資產的吸引，包括俄羅斯在內。

話題稍微轉回台灣，最近幾年正全力投入文化藝術觀光行銷，我卻深感熱鬧有餘，紮根不足，參考傅教授的文章，只耽心無形資產的價值在日益誇張的行銷手法中被忽略？回想二十多年前，政府才開始宣示推廣文化，靠的是媒體宣傳，然當時媒體仍以政治和社會新聞為重，並不重視藝文活動的報導，直到民國七十七年解嚴之



●高更的14歲妻子《帶水果的女孩》

後，社會言論開放，報紙張數增加，廣電媒體加入競爭，隨後經濟日漸繁榮，藝文圈開始競爭資源，台灣的藝文新聞才熱鬧了起來，但時隔不過十年，置入性行銷這種新聞和業務結合的報導方式開始盛行，於是，台灣到處都有、時時都有的各種文化藝術季活動，都懂得結合媒體極盡報導之能事，只是活動過後民衆評價如何？文化觀光產業發展了嗎？是創造了內需市場？或創造出國際市場？或只是曇花一現？建設被充份利用了嗎？文化素養提昇了嗎？有關這些，社會大眾或許想知道答案，但由於媒體大多接受了置入行銷的業務，失去傳達真相的角色？

其實很多人都有經驗，趁興參加後，只能說是看了一場熱鬧吧！因人文、藝術之名設計的什麼「季」、「祭」的活動，「價值」成了配角，主角反變成歌舞表演、鐳射燈光、焰火表演，千篇一律的。

俄羅斯風情充滿東方味

到俄羅斯路途遙遠，而且該國的安全風險性還是有的，所以，台灣的觀光客並不算多，不過，歐美和韓國日本的觀光客還真的是多得不得了，大陸客也逐年增加；俄羅斯跟亞洲大有關係，國土占亞洲三分之一範圍，鄰蒙古、中亞、西域，也占歐洲二分之一土地，連接北歐和東歐，九世紀時由俄羅斯民族在莫斯科一帶建國，十三世紀時，成吉思汗的孫子拔都侵入到基輔，建立欽察汗國，能持續統治二百年，是因為容許東正教信仰，不干預各公國內政。

●俄羅斯文化資產保護區內常駐的藝人



由於和東方的淵源，該國主要宗教東正教堂內喜用金飾裝飾，有朝拜者奉上香油錢的儀式，也有取祈福泉水飲用的習慣，在十七世紀彼得大帝強行歐化之前，女性也都是憑父母之命結婚的，彼得大帝歐化奏效，俄國成為歐洲國家。

冬宮人潮如織 賣相是內容

台灣的藝術界對俄國最注意的當然是在聖彼得堡號稱全世界四大美術館之一的冬宮，冬宮的收藏，從古埃及、古中亞、古中國的器皿，到古典、浪漫、寫實、印象、結構主義、抽象、野獸畫派的繪畫作品都有，總共有二百八十萬件藝術品，走完冬宮的一千零五十七間房間的展示動線，等於走了二十四公里，每件收藏品看一分鐘，每天看八小時，就得花十五年時間才能看



●本團的行程中包括創作俄羅斯娃娃，大夥玩的很開心，但因頗為費時據說就此打住。



●林布蘭特的「達那厄」曾被嚴重毀損，是參觀群眾的焦點

完，最有趣的是，據說至今只展示部份可以拿上檯面的，也就是俄國在攻城掠地侵入他國所獲的藝術品，如果不方便拿出來展示的，迄今寧願深鎖在收藏庫中。

如果說俄羅斯不刻意作行銷，冬宮的規劃就變得很有意思了，大批觀光客進入之後，幾乎都是靠導覽介紹，這個大博物館，進口不見醒目的衍生性商品販售區，也不見隨手可索取的導覽資料，據說有電腦可讓遊客按圖索驥，不過，旺季時遊客流量太大，裡面擠得空氣品質不佳，遊客根本無從去找電腦，排了好久的隊進入後，導遊只介紹幾個景點就大半天了，看完後，就是沒辦法把冬宮的展示規劃有系統的存入腦海裡，得靠自己在街上購買的書籍才稍做了解，好笑的是，我們這團進入時，據說賣門票的館員外出用餐，看完後，還沒有回來，於是也不知門票付了沒有？由於多靠導遊對各國旅客導覽，冬宮會對導遊每半年集訓一次。

高美館曾經在十年前辦過印象畫派的展覽，到了冬宮，果然名不虛傳，印象派畫作比法國奧塞美術館還多，也特別吸引我，莫內、雷諾瓦、塞尚、高更、梵谷的風采再度映入眼簾，其中包括梵谷死前三年所繪的「紫丁香灌木」，以及高更的年仅十四歲的大溪地的妻子的畫像，馬蒂斯

的著名作品「紅色的房間」，和畢卡索幾何圖形的「農婦」等作品，均置於展示的重要地位，此外，一幅1636年林布蘭特的作品「達那厄」，曾經被一位遊客視為價格最貴的館藏，故意潑硫酸企圖毀損，事後冬宮花了二十五年時間搶救，也不過修復百分之七十，倒是令人對修復精神的毅力印象深刻。

參觀人潮絕不會錯過這些藝術精品，甚至是衝著專程前往，如此說來，即使不刻意行銷吧，擁有這些精品也就夠了，台灣的美術館要是能集中全力收藏一些名家作品，不也能什麼都不做照樣吸引觀光客。

聖彼得堡文化能量驚人

聖彼得堡古處處可見彼得大帝的歐化成果，造就強盛的國力和文化能量，目前五百萬人口就擁有一百二十多個博物館、四十個劇場、五十多所大學。而在十七世紀到十八世紀之間，也造就了歷史上一段時期最多的女皇帝，相繼有凱瑟琳一世、安娜女皇、伊麗沙白女皇、凱瑟琳大帝，這些女皇帝是相當有魄力的，生平故事亦極為動人，其中德國嫁來的女子凱瑟琳二世，據說是不滿皇帝老公的無能治國，暗中把老公作掉了而登基，是她承襲彼得大帝的志向完成國土擴充的豐

功偉業，後人稱她為大帝，當之無愧，不知是否因此，與其臨近的北歐國家近代頻頻出現女總統。

莫斯科地鐵是歷史與藝術的結合

旅遊回台後，泰勞暴動餘波盪漾，牽動高雄捷運工程成為台灣的焦點，捷運的公共藝術裝置也被拿出來討論，不管後續如何，莫斯科的地鐵藝術裝置獨領風騷，被譽為地下宮殿，很可以被高雄捷運工程參考，該地鐵一九三五年啓用迄今七十年，已完成十一條線一百八十個車站，每個車站都有自己的風格，以繪畫、彩繪玻璃、雕塑、馬賽克鑲嵌畫等不同的藝術方式裝置，表現俄國立國以來的故事，且因為是史達林政權下完成的，除了有皇室的建築風格之外，幾乎都是共產制度的圖騰，有獨裁者的肖像，和農人工人運動的寫照，建材則是採用二十多種俄國各地所出產的大理石和礦石，從地面上向下進入車站的電

扶梯，長度都有數百公尺之深，據說是史達林下令要具有能在戰時防核的功能，才有如此深度，如今夏季運輸量能達八百萬人，冬季可達九百萬人，只要十五盧布（一元美金相當二十八盧布上下）可以逛遍所有車站，成為觀光客的熱門景點。

莫斯科的地鐵由獨裁決定如何建設，並不宣示公共藝術的概念，卻因充分反映該國的歷史風情而受世人喜愛，到了今天，似乎也不必為觀光客刻意做什麼，站在那兒，聽到不時有一列列車進站時的轟隆隆聲，和觀光客發出的讚嘆聲，看到進出的旅客訓練有素的抓緊時間上下車，來自台灣的我，以台灣經驗請教地陪妮娜「你們現在已經是民主國家了，不會想到把地鐵裡的帝王的或共產的圖騰改掉嗎？」，年輕的妮娜回答我「為什麼要改，歷史就是歷史啊！」



●冬宮內的參觀人潮