

“进入冬天”是眼下美国经济的真实写照,然而,对位于美国纽约的百老汇而言,“春天”却似乎从来没有逝去。

百老汇留住“春天”的生意经

高厉霆

百老汇永远是春天

2011年末,纽约的气候一如往常寒冷,高楼之间吹过的夹道风凛冽逼人,但是百老汇却人头攒动,十分红火。时代广场周围的剧目广告牌,色彩缤纷,新剧目、老剧目争奇斗艳,已然是一派“百花齐放”的景象。年底的圣诞周是百老汇的黄金周。2011年的这一周,超过100万游客涌进百老汇,各家剧院都赚得盆满钵满。吸金冠军音乐剧《蜘蛛侠》在这一周狂收300万美元。

纽约百老汇不仅“冬天是春天”,在整个美国经济自2008年底进入了漫长的“冬季”后,它也一直一直是明媚鲜艳,生机勃勃的一片春天。据纽约百老汇联盟的统计数据,2010年至2011年,百老汇演出季的门票收入创下了历史新高,达到10.6亿美元,比上一年度增长4000万美元,上涨了3.8%,观众数量高达1266万人次,上升了3%。

2009年,百老汇的戏剧业为纽约市直接贡献了98亿美元的收入,并且间接带动了酒店、餐饮、零售、娱乐、旅游业的发展。据统计,百老汇地区有200多家餐馆,纽约曼哈顿25%的酒店集中于此。43家酒店平均年出租率为90%。这块占地纽约市总面积10%的百老汇核心区域,为纽约市贡献了10%的经济产出。2011年百老汇地区游客访问量突破4000万人次。可以说百老汇塑造着纽约的城市形象。凡是到过百老汇的人都会感到纽约是一个文化艺术大都市。因为这里50多个剧院红火的生意与川流不息的人群,给人留下的印象

太深刻了。

另一方面,北京天坛公园的东西两侧,一个中国百老汇式的演艺聚集群将横空出世。西边的天桥演艺区将以中国传统剧目为特色,东边的天坛演艺区将主打现代国际剧目。整个北京演艺聚集区在5年内将有10多个座位在1000人以上的大剧院落成,中国百老汇式的演艺街区将由此奠基。人们对北京演艺聚集区未来成功的信心不仅来自于美国百老汇,更是基于剧场艺术对人类社会永恒的精神价值。走进剧场和许许多多陌生人聚在一起,共同欣赏舞台上演员真实而精彩的表演,人们能感受到欢乐与激情,寻找到温暖与慰藉,获得鼓励与希望。

刺激的生意

2011年末置身百老汇时代广场,百老汇的名剧《狮子王》、《魔法女巫》、《歌剧魅影》、《玛丽家庭女教师》、《泽西男孩》等大广告牌赫然矗立,但仔细一看,不少2010年曾显赫一时、获过托尼奖的新剧目,如《春光的觉醒》、《美国傻瓜》、《与我一起飞翔》等却不见了踪影,甚至连曾在英国、澳大利亚、美国红极一时、到处巡演的经典剧目《跳出我天地》也已经停演。

看似繁花似锦的纽约百老汇演艺市场事实上是一个竞争非常残酷的市场。据笔者了解,2011年共有35部新音乐剧在此上演,但是能够赚钱的剧目却不到5部,剧目的存活率仅为10%至15%。不难看出,百老汇的音乐剧生意事实上是一个死亡率较高、风险极大的投资。但是为什么每年还会有那么多新剧目愿意蜂拥而至?因为在百老

汇,失败虽是常态,但是一旦成功便可称得上是一劳永逸,收益会像泉水一样源源而来。

通常一部音乐剧的投资为1000万至2000万美元,需要2至3年的时间收回成本。以《歌剧魅影》为例,该剧至今已经上演了25年,它所创造的票房已成为神话,1000人以上的大剧院落成,中国百老汇式的演艺街区将由此奠基。人们对北京演艺聚集区未来成功的信心不仅来自于美国百老汇,更是基于剧场艺术对人类社会永恒的精神价值。走进剧场和许许多多陌生人聚在一起,共同欣赏舞台上演员真实而精彩的表演,人们能感受到欢乐与激情,寻找到温暖与慰藉,获得鼓励与希望。

2011年的百老汇虽然有大批剧目消失,但也有几部新剧目脱颖而出,热门到一票难求。如从伦敦西区引进的反映人与战马友情的音乐剧《战马》,以及触及美国宗教信仰的《摩门经》。可以看出,受到长期巨大利益回报的驱动,百老汇的演出不可能不繁荣。

主体观众左右市场走向

如此生死难料的百老汇音乐剧市场,其命运掌握在美国观众手里。那么,百老汇的主体观众究竟是哪些人?

据有关统计数据,百老汇的主体观众客源是美国有钱的中老年白人女性。对美国白人女性而言,什么样的音乐剧才是她们的首选呢?首先必须要有一个好故事。百老汇史上最昂贵的音乐剧《蜘蛛侠》造价7000万美元,

是普通音乐剧的2至3倍。音乐由U2的主唱波诺操刀,导演是《狮子王》的导演主创阵容,世界顶级舞美创意令人惊叹,威亚技术大胆超前。然而,百老汇的观众不喜欢该剧的故事。该剧在试演半年之后被迫停演修改。

明白了纽约音乐剧观众主体为中老年有钱的白人女性观众后,我们便可知谁在最赚钱的剧目才能最终胜出。2011年澳大利亚的音乐剧《沙漠女王》从伦敦西区移师百老汇,现在已成为半价促销剧目,未来命运难下。非英语国家名气最大的法国音乐剧《巴黎圣母院》,2011年末在中国巡演30多场,获得巨大成功。但改成了英文版的《巴黎圣母院》最终只进入了美国拉斯维加斯,而无法在百老汇立足。

尽管纽约百老汇的观众有超过10%的外国游客,但百老汇并不会为了迁就他们的欣赏习惯,而在演出时为剧情打上字幕。韩国的非语言类功夫喜剧《功夫一家人》(JUMP)曾在英国爱丁堡艺术节荣膺最卖座的舞台剧,在全球演出场次也取得了超过3000场的佳绩。2011年5月11日,该剧进入纽约外百老汇进行驻演,才上演一个月,便铩羽而归,退出百老汇。因为在百老汇的现有观众中,对亚洲剧目感兴趣的观众仅有1%。很明显,百老汇是一个主要被美国中老年白人女性兴趣偏好所左右的一个市场,亚洲的剧目不在她们的兴趣范围。

眼下中国的音乐剧方兴未艾,一些有抱负的中国音乐剧制作人很想一步跨进纽约百老汇驻演,但纽约百老汇的市场由美国观众所主导,美国以外的非英语国家的音乐剧——特别是中国剧目,想要进入美国百老汇,其道路将会十分漫长。纽约虽然有华人45万,占纽约总人口的5.4%,但纽约华人进剧场的极少,在纽约百老汇的观众构成中,中国人的份额更是少到几乎可以忽略不计。

只认同英语剧目

大概是由于百老汇的观众86%是讲英语的美国人,目前美国百老汇演艺市场只接纳英语国家的剧目,而且进入百老汇的所有剧目也都是用英语表演,其价值与艺术法基本受美国人的欣赏标准所左右。

罗克塞特乐队17年后再来中国

本报讯 (记者杨浩鸣)继17年前的中国演出之后,在世界流行乐坛中颇有号召力的传奇流行摇滚组合瑞典罗克塞特(Roxette)乐队今年将再次来华演出。演出主办方歌华莱恩日前宣布,罗克塞特乐队将于3月12日和14日分别在北京万事达中心和上海大舞台进行演出,门票已于近日发售。

据介绍,由玛丽和佩·格斯勒两位成员组成的罗克塞特乐队曾创造33首大热单曲,超过7500万张的全球唱片销量,其中包括中国歌迷熟悉的《那一定是爱》、《快乐旅程》、《有歌有型》、《倾听你的心》和《鲜花般凋零》。据悉,上述经典曲目都将出现在此次来华演出中。

1995年2月,罗克塞特乐队在北京首都体育馆举办了首场中国演唱会,成为继威猛乐队之后第二支进入中国演出的欧美乐队,那场演唱会也给中国歌迷留下了深

刻的印象。一位资深音乐圈人士曾评价说:“那是一场真正称得上有大家风范的演唱会,从那之后,欧美音乐在中国的市场才彻底被打开了。”2002年乐队曾一度暂停事业等待成员玛丽从脑瘤手术中恢复。近些年来,罗克塞特乐队逐渐回归演唱事业,他们不仅通过大规模的世界巡演宣告了成功回归,更于去年春天推出了让全世界歌迷喷喷十年之久的第8张全新录音室专辑《魅力四射》。仅去年,他们就举办了70多场巡演,总共卖出了超过100万张门票。



罗克塞特乐队的两位成员

北京人艺重排《推销员之死》

本报讯 (记者蔡萌)记者近日从北京人艺召开的《推销员之死》主创人员媒体见面会上获悉,这部曾于上世纪80年代令国内观众大开眼界的美国话剧将于3月28日至4月19日,再度登上人艺舞台,献礼人艺建院60周年。

《推销员之死》讲述的是一位命运多舛的推销员追寻“资本梦”的故事。1983年由著名导演阿瑟·密勒执导,表演艺术家英若诚、朱琳主演,是人艺舞台上具有里程碑意义的经典之作。此次重排,导演李六乙表示,不是简单地再现,而是当一部新戏来排,最重要的变化就是“做出符合当下理念的中国特色”。他表示,重排的《推销员之死》剧情、台词均没有改动,

但通过全新的人物塑造和表演方式,令该剧的主旨、内涵更具本土性、当代性,要让中国观众一看就很有共鸣。

据悉,为庆祝建院60周年,北京人艺今年将推出名为“他山之玉”的外国作品系列演出,除《推销员之死》外,还将有美国导演查尔顿·赫斯顿的《哗变》、日本导演浅利庆太的《哈姆雷特》等经典剧目。



83版话剧《推销员之死》海报

北歌征集曲艺新作注重讲故事

本报讯 (记者魏瑞艳)北京歌舞剧院日前宣布向社会公开征集曲艺原创作品,以迎接该院曲艺团建团60周年。

今年是北京歌舞剧院曲艺团建团60周年,该院院长赵丽华表示,剧院将安排曲艺团老艺术家专场、牡丹奖获得者专场、新演员专场等演出。同时,向社会公开征集原创作品,以推动新作品的创作。

她还表示,近年来的舞台

演出实践证明,有生活、有故事的艺术作品容易打动人心,更被市场认可,所以这次征集的曲艺作品围绕“北京精神”和北京特色展开,贴近百姓生活,注重讲故事。

发布会上,数位曲艺界、文学界人士以个人经验畅谈曲艺作品如何推陈出新,希望新时代的曲艺作品在题材上开掘得更深入,将一些新鲜的、百姓身边的、关注度高的事搬到曲艺舞台上。

全国大学生艺术展演

诠释“青春”精神

据新华社消息 “今天的这个时候,就是明天的那个时候”,“我终于知道,我们丢了什么……”舞台上,浙江艺术职业学院的作品《那个时候》,从“我感觉缺了什么”的疑惑出发,通过4个年轻人追忆往事的方式,重现大学期间那些被忽视的美好光阴,提醒人们在繁忙的生活中不忘寻找丢失的自我。

在第三届全国大学生艺术展演的戏剧舞台上,有关青春的故事一幕幕上演:安徽医学高等专科学校的情景剧《白莲花的约定》通过讲述医科大学生远赴偏远山村救治农民的故事,真实反映了当代大学生服务社会的远大抱负;中央戏剧学院的歌舞剧《最后一课》,则抓住大学生毕业前“最后一课”的瞬间,以富有张力的歌舞将一股充满青春的蓬勃朝气注入观众心灵……大学生们的精彩演出获得了评委、专家、观众们的广泛认可。

“没有任何一种艺术形式能够像戏剧这样影响学生,校园戏剧是一种精神,而这种精神将伴随大学生的一生。”中国文联理论

研究室原副主任李春喜如是评价。他认为,校园戏剧不只是培养戏剧专业人才,更重要的是体验人生、塑造人格。

“文化引领、审美品位、艺术真实、戏贵打磨”,教育部艺术教育委员会副秘书长谷公胜用16字点评了高校校园戏剧。他说,戏剧在高校里有广泛的群众基础,它能让学生获得很好的审美体验与精神引领,推进文化的传承与创新。“本届大学生戏剧展演体现了向真、向上、向善、向美的精神,有着很高的审美品位。”

专家同时指出,校园戏剧也存在着良莠不齐的现象。一些作品“西化”痕迹较重,也有一些作品出现了社会上的一些低俗庸俗的内容。

中央戏剧学院党委书记刘立滨认为,戏剧是在舞台上建立起来的生活,要合情合理地呈现,不能违背生活逻辑;创作时要注意细节,表达上不能过于简单和直白。谷公胜则建议,校园戏剧要把生活的真实提炼出艺术的真实,用开阔的视野去反复打磨剧本,开社会风尚之先。(段菁菁)

歌剧《祝福》力避越剧唱腔

据新华社消息 以鲁迅同名小说为基础,根据越剧电影《祥林嫂》改编的歌剧《祝福》2月15日在国家大剧院演出。该剧力求避开经典越剧的唱腔,却又具有浓郁的乡土气息。

该剧作曲之一、中国音乐剧研究会会长王祖皆说,《祝福》是

鲁迅众多文学作品中流传最广的经典作品之一,也是鲁迅乡土文学的代表作,演出的班底又是江山黎剧团,因此在准确把握原著内涵的前提下,创作者一方面用男女主角以及上海歌剧院乐团、合唱团、指挥的专业水准来保证歌剧艺术的规格,同时又尽可能突出它的民俗民风,扬长避短,力求创作出一部清新、简约、凝练、质朴的具有浓郁乡土气息的民族歌剧。

该剧由浙江绍兴县委、县政府与浙江金永玲歌剧院共同出品,是浙江省第一部原创歌剧。女高音歌唱家金永玲饰演祥林嫂,北京军区政治部战友文工团于乃久饰演贺老六。(白 漪)



《祝福》剧照



2月11日,来自浙江工商大学的大学生浙江富阳市龙门古镇为当地村民表演节目《绣鞋垫》。

新华社记者 鞠旋宗 摄

民族题材与国际市场的契合

——杂技剧《花木兰》创作感想

李延年 王亚非 全毅

自去年底上演以来,重庆杂技艺术团创作演出的杂技剧《花木兰》在法国巴黎深受欢迎,4个月的演出合同目前已售满96场门票,上座率居同期在法国演出的包括太阳马戏团在内的16个世界各国艺术团之最。在此之前,2010年3月到2011年11月,杂技剧《花木兰》还演到了美国、澳大利亚、英国和中国台湾地区,700多场共接待观众达70多万人次。这是重庆杂技团在文化“走出去”领域取得的佳绩。作为该剧的主创人员,冷静地思索、总结创作心得,对今后的创作和演出运作都大有裨益。

民族题材如何适应海外市场

杂技剧《花木兰》取材于中国民间传说和古代长诗《木兰辞》,表现了花木兰女扮男装替父从军、杀敌报国的感人故事。

把花木兰的故事搬上杂技舞台是国内演出多年的愿望。从题材上说,花木兰是民族的,怎样

发挥杂技艺术的特质,打造出让中外观众都喜欢而又不同于其他艺术形式的“花木兰”,是一个很大的挑战。这个问题解决不好,等于艺术产品没销路,走不出去。经过对近几年国内外演出市场成功与失败作品的比较和分析,笔者认识到,解决好民族题材与国外观众的审美习惯、杂技技巧与塑造剧中人物的舞台呈现、传统文化与时代精神的人文关照3个方面的融汇契合,并为国外市场接纳才能算较好地完成《花木兰》的创作任务,不然就会使作品流于一般。

杂技是以技巧为主要特征的竞技性强的艺术,以杂技为手段叙述故事情节,表现矛盾和塑造人物的难度可想而知。主创人员经过多次讨论、修改,终于从原来交代剧情为主,总怕观众看不懂的技巧中解放出来,决定突出表现花木兰的爱国精神,以神带形,以花木兰的精神为纲贯穿全剧,杂技技巧为目,纲举目张,既抓住名著之魂,又尽显杂技之魅力。紧接着主创人员又从花木

兰的精神总结中浓缩成一个爱字:花木兰对家乡的爱,对父母亲的爱,对军队中将士们的爱,对生死与共的意中人的爱。爱是人类文明共同推崇的精神境界,找到了全剧的闪光点如同找到了通往更广阔的国际市场的金钥匙。主旨的明确,使得创作思路越发清晰,抓住了花木兰的精神内核,为舞台上的花木兰的行动线找到了依据,呈现在舞台上的杂技技巧便成为有本之木、有源之水,不是单纯的技巧的卖弄,不是剧情的图解,更不是标签式的外化。从这个意义上说,杂技剧《花木兰》完成了杂技技巧呈现与文化叙事、人物塑造有机契合的探索。

舞台艺术上的民族性也要与时俱进

杂技剧《花木兰》在全力追求世界一流艺术水准的同时也在继承与创新方面做出有益探索,在保持古老杂技艺术特质的同时,与当代中国文化精神相契合。该剧把历来以展示技巧为长项的杂耍

通过构思、整合、兼容,完成文化叙事、人物塑造。总结这些年搞创作、走市场的经验,主创人员认识到民族性不是一成不变的,舞台艺术上的民族性要随着时代的前进而变化、随着观众的审美需要而创新。杂技剧《花木兰》是为走国外市场量身定做的,因此,该剧在剧情剪裁、舞台节奏、人物表演、舞台创作等方面做了一系列适应欧美观众欣赏习惯的探索。

《花木兰》始终把好看好看作为创作的终结,《过节啦》这一场像一幅祥和热闹、其乐融融的民间习俗画卷,徐徐展现在观众面前,“顶技造型”“踩高跷”“蹬球”“二贵摔跤”等民间绝技的展演构成五彩斑斓的世俗风情图画。《恋爱啦》则像一首花前月下、温情脉脉的爱情诗,表现花木兰与李将军生死与共、浴血杀敌,结下了深情。为使剧情更加连贯和紧凑,音乐创作采用主题贯穿的手法,在整体交响风格的基础上民族音乐元素和民族器乐的不时亮出,如音符组成的层层绿浪中的一束

束红花,收到了很好的艺术效果,也受到了欧美观众的认可。

澳大利亚经济学家比尔·怀特这样评价《花木兰》:“这部杂技剧将花木兰作为一个文化符号与极具中国民族特色的艺术形式融合起来,为杂技注入了新的生命力,通过欣赏这部剧的精彩表演,更加深了我们对中国文化的理解。”在美国商演时,有观众给剧团写信表达对《花木兰》的喜悦,信中说:“你们的精彩表演已经超出了我语言能表达的范围。”

回忆全剧的创作,是一个寻找民族题材、民族风格与国际演出市场相契合的艺术实践过程,从创作开始的苦苦寻觅到后来的豁然开朗,主创们明白了一个道理:民族题材、民族风格的艺术作品要想走向国际市场,既要为适应外国观众的审美习惯而大胆创新,又要在保持自己的民族特色方面坚定信念,两者需要兼顾、契合,不可偏废。否则,要么会不被国际市场接纳,要么会失去自己的民族特色。