

### 通俗面孔和“商品”意识重建

上世纪80年代初,歌曲《小草》曾风靡全国,但鲜为人知的是,它其实是一首中国原创音乐剧歌曲,出自1983年南京军区前线歌舞团创作演出的《芳草心》。虽然当时还曾名曰“歌剧”,但其艺术表现手法却具有一些典型音乐剧的美学特征,比如大众化、通俗化和喜剧性的音乐剧风格。其实,上世纪80年代至90年代初,中央歌剧院、上海歌剧院、湖南湘潭市歌舞团、南京军区前线歌舞团、沈阳市话剧团、广州白云轻歌剧团、总政歌剧团等院团都开启过类似中国原创音乐剧的探索。1991年中国音乐剧研究会成立,随后创办了杂志《中国百老汇》,还于90年代中期推出了一部民族音乐剧《秧歌浪漫曲》,如今看来无论是艺术创作还是市场运作,该剧距离“音乐剧本体”都相距甚远,不过已经初见创作、制作“民族音乐剧”的决心。

90年代中后期,随着中央戏剧学院、北京舞蹈学院等艺术院校介入音乐剧,中国音乐剧专业人才的培养显露出对音乐剧创作的促进作用。1998年,珠海特区歌舞团和北京舞蹈学院音乐剧95级联合创作《四毛英雄传》,这是一部反映特区农民工题材的音乐剧,还因戏而成立了珠海特区音乐剧团,在全国巡演曾有过上百场的演出记录。然而,“校园音乐剧”剧目和人才培养如何顺利完成与市场的对接?这是至今都尚未解决的难题。同年,原创神话音乐剧《新白蛇传》在深圳上演,该剧曾被打上了“中国首部原创音乐剧”的旗号,虽不准确,却仍是第一部打算尝试市场化演出的音乐剧。从1998年到2002年,去看《新白蛇传》,一度是深圳人的文化消费潮流。不过,此类演出“独木不成林”,难以形成艺术、市场和效益之间的良性循环,无法维持文化企业的生存。

尽管如此,还是有越来越多的体制内艺术院团也显露出对中国原创音乐剧的兴趣,民族音乐剧、秧歌音乐剧、戏曲音乐剧的各种提法和尝试虽然丰富着中国低落的音乐剧市场,但是市场的冷淡渐渐浇灭了不少开创者的创作热情,好在不断有新的后继者进入,才使得这个对于音乐剧“市场”的展望一直存在。

### “特色牌”和“市场”意识探路

2004年后,《雪狼湖》国语版开启了内地巡演,共巡演105场次。与其说《雪狼湖》是希望打造一个成功的音乐剧演出品牌,不如说它借用了“张学友”的个人品牌。剧中共有30多首曲目,张学友独唱的占到一半以上。不少观众明显“出戏”,像是来到了张学友那气焰火爆的个人演唱会现场。2005年,在完成了晋京首演后,一部被媒体宣传为“以打造百老汇经典模式为标杆”的音乐剧《金沙》出台,在成都金沙国际剧场驻场上演。2007年后,随着在金沙遗址(青铜器时代)原址建成金沙遗址博物馆的开幕,《金沙》被打造为展示成都中国最佳旅游城市的独特文化魅力的“文化名片”。这部原创神话音乐剧顺应了中国特色的旅游文化产业模式,即以地方文化符号为基础,用流行歌舞串烧的方法打造一个具有某个永恒主题的简单故事,最不可少的就是融合炫目的现代舞美和地方传统技艺。该剧称不上是“以剧为本”,“以角色为王”,而是以“地方元素”为本,以“技术噱头”为王。

为纪念中国电影诞生百年,2005年,两岸与港澳地区各路名家共同加盟的音乐剧《电影之歌》上演,也曾于2010年推出了升级版。对于此种史诗类风格且历史感极强的剧,无论是创作还是表演,都是极为考验功力的。特别是升级版,对叙事时空进行了压缩,歌舞段落从流行曲风向戏剧型调整。导演田沁鑫在多媒体技术的应用上做了新的设计,也整体上了一个台阶,但音乐剧的整合性仍有欠缺。严格来讲,《电影之歌》是中国音乐剧创作的一次“准市场行为”,尤其是明星加盟的演出,向中国电影致敬的庆典意义更大。

在戏曲、地方戏和民族歌舞基础上改编的音乐剧大多遵循的是这种“晋京演出”、“艺术节演出”的非市场化模式,不少作品都能荣膺政府奖项,由于民族性和地域性很强,对中国音乐剧

# 中国原创音乐剧：「市场」还需火候

□ 蔡羽

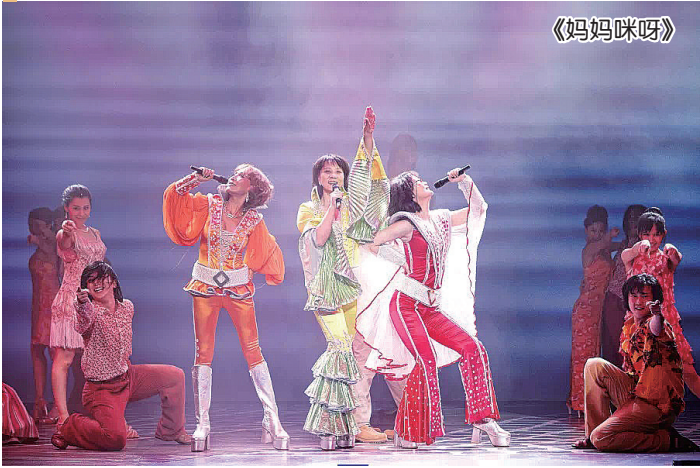


《阿尔兹记忆的爱情》



《蝶》

音乐剧是什么?这是一个常问常新的问题,取决于你站在什么角度去解读。音乐剧诞生于市场经济条件下的现代歌舞整合戏剧,属于一种城市娱乐文化,当然这并不意味着说,音乐剧只能表现都市题材,或是只能以现代通俗歌舞来演故事。音乐剧最有魅力之处在于它的“整合性”和“现场感”,来自各行各业的艺术家的,将不同的元素化合在剧场里,所产生的神奇时空反应,不仅娱人耳目,还有可能震撼人心。中国原创音乐剧的历史和引进西方音乐剧的历史真正启动于改革开放后的新时期,这个过程伴随着中国计划经济体制向市场经济体制的转型,也伴随着中国文化的复兴之路。



《妈妈咪呀》

的创作也是一个启发。此类作品还有1998年问世的广西民族音乐剧《白莲》,以及2003年首演的嘉兴乡土音乐剧《五姑娘》等。

音乐剧“市场”之路并不好走。新世纪初,音乐剧的名作引进和本土创作开启了市场观念,国有文艺院团、地方政府、艺术家个人等都进行了积极的音乐剧市场化探索,但中国原创音乐剧距离“国际规则”的创作和运营体制还相距甚远。毕竟,中国的文艺院团创作过程中有太多的市场外的因素。近年,各地方院团有的自筹经费,有的申请国家艺术基金,都加强了对音乐剧的重视,越来越多的音乐剧被打造出来。2018年全国优秀音乐剧展演有6部作品在哈尔滨集中上演,就引发了我们更多的思考,比如:如何进行传统歌舞剧的音乐剧式转型,使乡土音乐剧成为中国对世界音乐剧的贡献?如何让革命历史题材的音乐剧实现宏大叙事下细致入微的人情冷暖观照?如何用更为贴合传统人物气质,以中国传统美学的剧场语言来塑造角色?如何既能用世界性的音乐剧剧场语言讲述中国故事,又能用汉语的四声系统来讲述世界故事或者具有世界性的故事?此外,除了创作上的难题,我们相关从业者还需要考虑,如何在“班底制”而非“活动剧组”的情况下,进行体制内文艺院团人才引进的“项目制”合作,实现主创人员合而为一的创作、制作工作模式,并使

演出市场化和产业化困境有所改善?

### 音乐剧艺术规律的摸索

实际上,音乐剧的产业化更为强调的是“全产业链”,包括上游的音乐剧创意和策划(筹资启动),中游的演出制作或经纪(筹资投资、剧场整修、演员招聘及培训),下游的票务营销、媒体宣传,以及场地运营等行业整合。它决不仅仅是修建几个、几十个现代化的剧场那么简单,而是涉及许多深层次的软件类的东西,关键是使音乐剧创作、制作、运作及演出都有细致分工,且机制灵活。换句话说,音乐剧产业的成熟依托于专业化运作。音乐剧必须适应市场经济规则。近十余年,中国原创音乐剧的“产业”和“产业链”意识也在探路中不断摸索、转型,但“全产业链”的生成绝不是一两家演艺企业就能成就的。

从2005年开始,松雷文化集团把投资制作原创音乐剧,作为进军海外文化市场的主打项目,成立了蝶之舞音乐剧剧团。2007年松雷在北京保利剧院推出音乐剧《蝶》,并在全国展开巡演。该剧带有一种“从头唱到尾”的欧洲流水式音乐剧和“类歌剧”的混搭风格。自诞生便以代表东莞“城市名片”的面貌出现,成为首届东莞国际音乐剧节的开幕大戏,而且国际制作的创制团队也给人以期待。“剧本医生”和“工业化



创作模式”更显示出了打造一部成功音乐剧的决心。其后,松雷又相继推出了《爱上邓丽君》《王牌游戏》《妈妈再爱我一次》《酒干倘卖无》等多部原创音乐剧,都是由制作人李盾担纲推手,这与松雷音乐剧坚持“音乐剧制作人制”不无关系。而且松雷也逐渐形成了自己特有的“民企投资+海外专家+政府扶持”的音乐剧艺术和产业模式;从学习借鉴欧洲流水式音乐剧到学习百老汇制作,再到中方主创人员为基础,松雷的步伐日渐扎实起来。

2007年东莞率先成为国内举办国际音乐剧节的城市,并提出计划用20年时间,将东莞打造成在国内外有较大影响的“音乐剧之都”。如果只有“松雷”一枝独秀,要建立“音乐剧之都”恐怕只是纸上谈兵,“保利院线”的加盟使得这个愿景似乎有了希望。2012年7月东莞与北京保利公司合作创建了东莞(东城)保利文化艺术制作基地。该基地采取“政府扶持、企业承办、项目办团、院线运作、指标监管”的运作模式,进一步明确了中国特色的音乐剧艺术与产业道路。继2011年《三毛流浪记》后,“保利”在东莞推出了音乐剧《钢琴的琴》《王二的长征》《聂小倩与宁采臣》《虎门销烟》。“三宝作曲、关山作词”逐渐成为原创音乐剧创作的一个符号。迄今,东莞市已举办了五届音乐剧节。每两年一届的音乐剧节,东莞市都邀请国内外经典音乐剧目参与展演,创办音乐剧剧目“莞香奖”,这些举措有效提升了音乐剧节的知名度与影响力。但是,“音乐剧之都”不应只是“制作之都”,更是集约化的“演出之都”,显然对于东莞而言,这个愿景是心有余而力不足的。

2009年一部青春浪漫的音乐剧《白日梦》在北大百年讲堂进行了首轮校园演出,这是“开心麻花”民营团队推出的第一部音乐剧。其后,又推出了京味题材的《爷们儿》系列,神曲串烧、时事点评、无厘头包袱成了“麻花基因”,形成了鲜明的“麻花”风格,建立了“麻花”品牌意识。音乐剧成为“麻花”全方位的娱乐产业体系的一个重要组成部分。利用已经形成的品牌效应,与战略合作剧院联合出品,打造商业赞助的演出季,实现驻场与巡回演出的结合,“麻花”已经找到了适合自己的院线营销模式。虽然“话题剧”本身难以成为经典,在演出时空的辐射上受

到很大局限,但麻花将因地制宜当作本土战略意识,也算别具一格。

总体来看,新世纪初少数资金雄厚的民营企业的音乐剧创作曾一度迷失在了“大投入、大制作、大场面”的巨型音乐剧风格中。情节设计、戏剧结构设计尚欠细致推敲;情境设置、歌曲配置略显单调,空有华丽场面和个别动听的旋律。近年来,越来越多的创作者开始注重剧本的质量,注重歌舞与戏剧的整合,以及技术手段与美学意义的联系;也逐渐意识到观众类群开发的重要性,越来越多的从业者开始涉足音乐剧的不同层级,既有在大剧场上演的音乐剧,也有低价甚至免费的校园音乐剧,以及小成本制作的实验音乐剧。尤其值得一提的是,个别剧院开始与民营企业共同出资制作原创音乐剧,京沪等地也出现了一些民营音乐剧团“多点并进”的小制作音乐剧创作格局。个别著名音乐人、戏剧人也建立了自己专属的“个人品牌+自营或直营剧场”的演出模式,比如被称作“小柯形式剧”的爱情音乐系列剧,以及“孟京辉音乐剧”等。另外,凭借多个“院线”打造的“剧目+全国院线巡演”模式使音乐剧演出跃上了新台阶。但在借鉴国内外各种经验的基础上,真正建立起适应中国的院线“全产业链”则还需时日。各主体的散兵游勇仍是导致目前中国音乐剧市场不成熟的主要原因,松散的各种集合体尚没有解决核心问题。

打造音乐剧产业,必须认识到“文化内容”才是核心竞争力之源。“音乐剧不是创作出来的,而是修改出来的”,这是百老汇音乐剧艺术常青的关键。目前,不少从业者都已经认识到了“改剧”对于一部剧目的重要,但是我们还未认识到音乐剧非营利的“工作仿制”,以及首演定本之前的“试演和预演制”的重要性。近年,在上海、北京、东莞等城市都建立了一些音乐剧的创作演出交流平台,其中以“非营利”起步,且最具持续性、专业性的是上海文化广场的一系列举措。新世纪头10年,上海大剧院成功开启了一段高品质引进西方经典音乐剧的市场化之路。2011年9月,上海终于有了一家明确打出音乐剧招牌的多功能大舞台演出场馆:上海文化广场。值得一提的是,从2012年起,文化广场每年都推出“原创音乐剧展演季”。对致力于原创音乐剧的内地团队而言,获得了不少优惠措施;对上海本地的观众而言,票价也比较具有亲和力。可以说,这里正在成为中国众多文化原创音乐剧的一个不可或缺的孵化基地,无论是对作品的艺术性和市场性检验,还是观众对中国原创音乐剧的信心,一切都在“培育”的路上。

音乐剧的落幕与持续上演多少场,最核心的决定权只能是观众。而中国原创音乐剧真正的成功,本土观众“高兴不高兴、满意不满意”更为关键。这个目标的实现不是靠获得了多少个政府奖项,不是“晋京演出”或演满资助结项所需要的场次指标后就刀枪入库,而是立足于优质内容的提供量能持续地、逐渐地培育出当地群众的观剧习惯。随着居民消费结构的逐渐升级,有可能养成走进剧场看剧的习惯。我们距离这天的到来还有多久呢?

8月20日,国际儿童青少年戏剧协会艺术大会ASSITEJ的一场重要研讨活动——“东西方文化对儿童戏剧观的影响”主题对话在北京举行。参与此次活动的主讲嘉宾分别是:中国儿童艺术剧院院长、ASSITEJ中国中心主席尹晓东,ASSITEJ日本中心主席、编剧、导演藤田朝也,ASSITEJ德国中心副主席、ASSITEJ执委斯达芬·菲尔斯以及丹麦国际儿童青少年戏剧中心CEO、丹麦国际儿童青少年戏剧节主席亨利·科勒。

与会嘉宾围绕“不同文化基本特征对戏剧特别是儿童剧能够产生什么样的影响”这一主要问题展开了深入探讨。亨利·科勒表示,在丹麦没有固定的剧院提供演出,而是把艺术交给孩子,让剧团去学校巡演,丹麦大概有150个儿童剧团。同样是作为西方国家,丹麦和德国相似的地方在于,在选择题材方面比较宽泛,比如虐待、离婚等,这样的故事能够和孩子们产生联系。西方国家并不是把儿童剧作为教育的方式创作,而是将其作为艺术作品去创作。

随着科技的发展与文明的进步,孩子们接受的文艺样式越来越多,儿童戏剧必然要找到独特的审美特点,才能优秀于丰富多彩的艺术样式中。在四位嘉宾的心目中,戏剧始终处于不可替代的地位。斯达芬·菲尔斯说,生活中总有某个时刻会打动你,但换一个时空就不会了,因此走进剧场,把自己沉浸在戏剧氛围中,这种感动是其他艺术样式所不能给予的。藤田朝也从婴幼儿戏剧的角度指出“模仿”的最好方式无疑是参与到戏剧中来;而亨利·科勒则认为,面对新形势的威胁,不如将文学、数字化与戏剧结合,吸收诸类艺术样式所长来丰富自己。尹晓东表示,戏剧是了解世界、参悟人生的重要形式,戏剧可以告诉我们过去的事情,过去的人是什么样子,这是其他艺术样式难以表达的。

“东西方文化有着各自的文化品格,也跳动着相通的脉搏。在各种文艺样式中,最能代表各国文化、体现世界文化精髓的便是戏剧。儿童剧作为文化的一个重要组成部分,与创作者的文化背景息息相关,儿童戏剧也无疑受到各国文化的影响。但唯有坚持‘求同存异,

异质互补’的原则。用多元开放的眼光观照世界文化,去建设一个更加开放、更加合理、更具人类性的儿童戏剧。”最后,四位嘉宾对中西文化的认识达成一致的共识,引起在场所有人的响应。

8月18至24日,被称为儿童戏剧界“奥林匹克”的2018年度国际儿童青少年戏剧协会艺术大会在北京举行,这是国际儿童青少年戏剧协会成立53年来首次在中国举办艺术大会。本届艺术大会以“构想未来”为主题,汇集了来自国际儿童青少年戏剧协会各国中心、工作网络以及46个国家的艺术家代表、艺术机构负责人、研究人员和国内外戏剧同行等500余名儿童戏剧工作者。本届艺术大会从56个国家426部申请作品中精选了来自五大洲11个国家16个演出团的18台剧目,在一周内集中展演53场;同时还有一系列的艺术活动同期开展,包括3场ASSITEJ艺术交流大会、21个中外儿童戏剧工作坊、2场东西方多元文化对话、下一代培训项目、专题研讨会、儿童戏剧主题夏令营、“中国日”主题活动等。

(童闻)

原创现代京剧《光之谷》将演  
光谷创业故事首次搬上舞台

为庆祝改革开放40周年,以及被誉为“中国光谷”的武汉东湖高新区成立30周年,武汉京剧院创作演出的原创现代京剧《光之谷》将于9月30日在武汉首演。该剧首次将光谷的创业故事搬上戏曲舞台,呈现了大武汉在建设国家中心城市进程中拼搏赶超、繁荣发展的动人图景,也融入音乐剧等新颖现代的表现手法,为京剧注入更多活力。

《光之谷》以当下飞速发展的光谷为背景,讲述了一对创业青年几经周折找到投资,实现创业梦想的故事。该剧由肖杰执导、倪平编剧,中国戏剧梅花奖“二度梅”获得者、武汉京剧院院长刘子微和被誉为“京剧界的男高音”关栋天携手演出,青年演员程亮、刘思秀、陈芳芳、刘璐、赵晶晶等参加演出。刘子微表示,在《美丽人生》之后,她一直想再推出一部聚焦湖北武汉、描写当年轻人生活的现代戏。“《光之谷》经过多年酝酿,几易其稿,讲述的就是这个时代的故事,在表现手法上也没有拘泥于京剧的传统程式,而是大胆进行创新与探索,在剧中融入音乐剧的元素,和传统的京剧碰撞出了新的火花。我们希望更多青年观众在剧场里能体会到京剧传统的韵味,也能看到和当下生活一样鲜活的舞台呈现。”

肖杰曾执导过多部音乐剧作品,此次执导《光之谷》是首次和戏曲结缘。他透露,《光之谷》呈现的是光谷创业人群群像,剧情相对简单,但在表现手法上有所突破,“力求以京剧艺术特有的表演方法为主体,通过声光电的配合,及其他可借鉴的表现手段,最终形成具有鲜明时代特征的剧目。”

(王荆瑶)