



# 解 纵 深

纵深

城事

博闻

## 演艺之变

■ 本报记者 吴桐

这个6月,刚刚复苏的上海演艺市场充满变化。一位观众刚抢到一场演出票,过了几天又接到延期的消息。一位停工已久的演员,忽然间收到纷至沓来的演出邀约。剧场大幕已经拉开,但在防疫要求下,目前上座率仍限制在30%。出于安全、成本、效果的种种考虑,演还是不演?如何演?都是难题。

上座率从30%到50%,再到100%,需要多长时间?没人能说得清。等待不是解决之道,有创意的艺术家、有担当的剧场管理者正在逆势而为。他们主动适应创作、制作、演出、传播的“新常态”,危中寻机。

当然,特殊时期,演出行业最大的“新常态”就是变化——一切都充满变数。这要求他们必须随机应变,做出“最积极的准备”和“最坏的打算”。

### “轻量级”成制作新趋势

6月14日,全球著名的古典音乐网站 medici.tv 上线了莫扎特歌剧《唐·乔万尼》,由英国指挥家丹尼尔·哈丁执棒,瑞典广播交响乐团及合唱团演绎。这是疫情中的全新制作,乍一看有点“简陋”:花花公子唐·乔万尼穿的衣服,好像是从演员自己衣橱里随便拿了一件套上的。几乎没有舞美,只在舞台四周环绕了一圈小小的屏幕。

无独有偶,在上海,另一个版本的《唐·乔万尼》正在制作中。这个版本由上海歌剧院和澳大利亚歌剧院联合制作,包含线上线下两个版本。线上版在上海歌剧院典雅的小洋楼实景拍摄,线下剧场版舞美风格极简,服装也省了,因为唐·乔万尼在剧中摇身一变,成了我们这个时代的摇滚歌手。

歌剧是艺术皇冠上的明珠,制作投入大、耗时长。一部“重量级”的《图兰朵》,往往要投入数百万元,但上海歌剧院的《唐·乔万尼》,成本只有十分之一。过去一个多月,指挥家、上海歌剧院院长许忠,导演康斯坦丁·科斯特联手中外艺术家“云合作”,促成了这部疫情下的独特作品,下个月将在上海大剧院首演。

“30%上座率的限制下,‘轻量级’将成为疫情中歌剧制作的‘新常态’,因此歌剧制作会更多采用简约的音乐会版或‘半舞台’版形式。但‘轻量级’不意味着降低艺术标准,我们相信这版《唐·乔万尼》不会让观众失望,甚至会带来意想不到的惊喜。越是在困难的时候,艺术家越是要去创造,在有限的条件下激发出新的灵感。”许忠说。

许忠认为,《唐·乔万尼》的制作模式,将成为一段时间内经典歌剧制作的“新常态”。一方面坚持与国际一流机构“云合作”,保证水准,一方面控制好成本,渡过难关。《唐·乔万尼》之后,上海歌剧院还计划用类似模式制作《费加罗的婚礼》《乡村骑士》《丑角》等经典。“轻量级”的制作,也让未来国内外的巡演更加方便可行。

全球规模最大的演出机构“太阳马戏”在疫情中陷入破产危机,裁员95%,高昂的演出成本和单一的盈利模式让这个娱乐“帝国”不堪一击。在当下环境中,演出机构需要具备“风险意识”,在演出市场恢复期的创作和演出中,更多地思考,如何用最少的东西表现最多的内涵。

除了歌剧,其他行当也涌现了不少“轻量级”制作。“小而美”的音乐剧、室内乐演出、现代舞表演都在复苏。30%上座率限制,对许多剧目来说,是越演越亏。不少剧场主动策划、引导一些原本计划在小剧场演出的“轻量级”项目置换到大剧场。这样的做法可以有效“止损”,但在置换场地前应该思考的是,如何通过巧妙的设计,灯光舞美的辅助,让小剧目适应大剧场,避免造成“水土不服”,损失观演体验。

当然,“轻量级”的制作,有一天也有可能变成“重量级”,发展的眼光十分重要。未来,当剧场座上座率恢复如常时,可以追加投入,升级制作,实现新的创意。百老汇许多音乐剧的制作模式就是如此,不求一步登天,而是在漫长的周期中,由小到大,一步一步孵化成长,每一步都脚踏实地,不断接受观众检验,才能降低风险,提高成功率。

### 线下+线上成观演新方式

疫情中,音乐家谭盾完成了作品《武汉十二锣》的创作,先后演了两场,一场线下,一场线上。有意思的是,两场演出大不相同。

2月,在比利时安特卫普全球首演时,海外疫情还未蔓延,谭盾指挥大乐队在台上表演,台下坐着1800个观众。首演后,谭盾在接受本报专访时说,他最大的心愿是盼疫情早日平息,带着《武汉十二锣》回家。两个月后,武汉解封,谭盾在上海直播了这部作品。彼时,国内剧场暂未开放,演出现场没有一位观众,但吸引了7000万人在线观赏。

这是一场真正的云上交响,表演者加在一起只有10来个,却来自中国、美国、俄罗斯、日本、保加利亚、法国、韩国、挪威等不同国度,他们于武汉、上海、纽约三地,通过5G技术在线联袂演奏。环形舞台上只有“十二锣”中的六面锣,另外六面在“云端”,透过舞台上的屏幕呈现。

为什么会产生这样的创意?谭盾说:“限制恰恰是创作的源泉。”排练时,音乐家们被隔离



2020辰山草地广播音乐节现场。

韩奇摄



谭盾《武汉十二锣》“云”首演,歌唱家、演奏家在“云”端。谭盾工作室提供



上海歌剧院演员与海外语言指导“云排练”。

上海歌剧院提供



专家把脉

## 云场景的智慧剧院是未来方向

**解放周一:** 演艺行业复苏,更重要的是外部刺激,还是自身蜕变?

**林宏鸣**(上海大歌剧院运营筹备组组长、巴黎索邦大学博士研究生导师): 优胜劣汰,涅槃重生的案例在演艺市场并不鲜见,但在灾难面前,的确需要着眼于未来,给予演艺机构一些切实可行的政策引导和实际帮助。

3月下旬,德国政府推出的价值500亿欧元的一揽子针对该国艺术家和文化企业的援助计划,受到广泛关注。但我更关注的是德国文化部长莫妮卡·格鲁特斯在一份声明中说的这么一句话:“我们应该抓住每一个机会,去为未来创造美好的事物。这也就是为什么‘艺术家’,不但是不可或缺的,而且还是至关重要的,特别是当我们置身于现在这样一个危急关头。”渡过疫情难关,走向演艺春天,从根本上说还是要靠自身转变和升华。人类正面临一场全球危机。艺术,应该为时代、为未来留下属于自己的独特篇章。

**解放周一:** 疫情中,我们通过网络听到了伊朗的洗手曲,看到了法国的口罩

舞,感叹于意大利的阳台音乐会。艺术和日常生活的联系正在变得更加紧密吗?

**林宏鸣:** 疫情中,艺术教育发生了从辅助角色到基础作用的转变。我的一位长居美国的朋友,夫妇俩加两个儿子,趁疫情宅家的机会,天天排练四重奏,不亦乐乎。

演艺行业的未来要做强、做大,需要承担起学校还不太重视的艺术教育的重担。关键是实行两个转变,一是从丰富但并不连贯的艺术讲座、艺术活动中,精心策划和安排系统的艺术教育课程。二是更加注重艺术教育的有效性,针对现状,尽可能做到深入浅出、通俗易懂、形象生动。

**解放周一:** 云技术会重塑演艺行业吗?

**林宏鸣:** 云传播在改变演艺新趋势,云课堂在重新定义演艺新空间,云剧场成为演艺新景象,云技术在重塑演艺新格局。面对演艺未来的各种“云”可能,我们不能“陶醉”于网络流量的表象,关键在于如何实现受众从线上“云观”到线下体验的转换,应该清醒地认识到手段和目的的本质区别。

演艺机构不妨在平台建设、渠道拓展、技术创新、传播方式、在线互动等各方面多

做些探索和努力,在激活受众观演需求过程中,把握好垂直深耕与水平扩充之间的关系。高等院校也可创造条件为艺术管理专业的学生,开设拍摄、编程、剪辑、特效等方面内容的讲座甚至课程。

**解放周一:** 剧场的未来会发生怎样的改变?

**林宏鸣:** 很多人在忙于眼前的工作,不少人在忧心未来的前途。其实我们更需要思考的是,今天我们做什么、怎么做才有未来。

演出最大的魅力在于现场感和互动性。作为演艺市场平台和中枢的剧院,单一的演出功能已经难以满足演艺的发展和民众的需求。以城市文化客厅的发展导向,着眼于新理念、新定位、新功能、新技术、新工艺、新材料、新能源和新体验,结合信息化和智能化手段,通过时时在线连接多媒体、物联网、大数据、人工智能以及末端动态感应等高科技终端,实现人与人、物与物以及人与物之间的智慧连接和资源共享。

能够实现云场景的智慧剧院是未来发展的方向,这是一种挑战,也是一个机会。

了旁白,介绍作品背景。“我们设想,未来在直播中可以跳出各种信息,观众可以一边听音乐,一边长知识。比如演出结束后,演奏家可以直播带货,卖‘贝多芬’T恤、‘莫扎特’马克杯等文创周边,让观众可以买买买,这种形式我们已经有过尝试。”

夏季音乐节艺术教育品牌,也都从“线下”走到“线上”,玩起新花样,融入新概念。往年,学生节日乐队每年都会线下报名,现场甄选,最终组成一支乐队共同排练,登台演出。今年,学生们将在网络上参与“海选”,通过网络投票“晋级”,他们还可以自己组队,进行“云合奏”。“这样一来,参与的人数更多了,而且全球学生都可以来,有助于提升音乐节的国际影响力。”

“国际影响力”同样是上海歌剧院院长许忠的追求。《唐·乔万尼》线上版本在7月制作完成后,计划在澳大利亚歌剧院、BBC卡迪夫国际声乐大赛及其他海外艺术机构歌剧频道播出。许忠说:“这些具有世界影响力的平台上聚集了大量歌剧迷,面向他们播出,将弥补疫情中暂时无法赴海外巡演的缺憾,让世界看到上海正在做什么。”

### 户外舞台成演艺新空间

音乐人罗威一直有个梦想:举办一场“邂逅日落”户外音乐会。观众在草坪上坐着或躺着,吹着风看着日落听他弹钢琴。他可以从傍晚弹到夜里,然后大家各自散去。而这个梦想即将在7月实现,“罗威的治愈小馆”将在宝山智慧湾开幕,他将在那里举行一场草坪祈福音乐会。

过去几年,罗威写了200多首“钢琴随笔”,其中超过150首是写给上海的“情书”。这些曲子最短的只有两分钟,最长的也不过5分钟。赶上互联网音频自媒体的浪潮,全网收听数亿次。2018年上海进博会期间,罗威创作了一曲《外滩漫步》,外滩第一次响起属于自己的主题音乐,让漫步其中的人流连忘返。在那以后,罗威就一直希望能把音乐会开到城市不同角落——如果能在外滩,在浙江路桥上开音乐会,演奏跟这些地标有关的曲子,那该多好?

疫情新常态下的演出行业复苏,从空间上看,户外演出越来越多。5月30日,辰山草地广播音乐节首先登场,上海歌剧院、上海爱乐乐团接连献演,与等待已久的观众相见。上海的街头艺人,如今也纷纷复工。一年一度的“表演艺术新天地”已经拉开帷幄,街头表演丰富多彩。7月的夏季音乐节,也将继续在城市草坪音乐广场开户外音乐会。

除了已有的户外演出品牌,一些剧场和演艺机构也在积极开拓户外“新空间”。上汽·上海文化广场宣布,将在7月正式开放户外舞台,在主剧场之外探索多元的演艺空间。演出将利用绿地资源,打造周末户外休闲音乐节的概念。在双休日傍晚场和晚场,举行音乐剧演员双人音乐会、音乐剧版音乐会、戏剧体验和时尚跨界活动。文化广场还将户外舞台开放给各大演出机构和个人,目前,报名者十分踊跃,作品经过甄选后上演,将丰富户外舞台演出内容。

疫情中,脱口秀演员走上伦敦街头表演,德国一家戏剧表演团体开始在停车场演出,观众可以开着车过来,一家人坐在汽车里欣赏一部戏剧作品,就像去汽车电影院一样。上汽·上海文化广场副总经理费元洪说:“疫情之下,缓解公众对于聚集性密闭空间的顾虑,户外舞台或将成为中间缓冲带。”

相对于室内剧场,户外舞台相对简陋,也有一些新挑战有待探索,没有吊杆,没有机械系统,如何让一场小型音乐会有声有色,并不简单。费元洪希望,这里不仅仅是一个演出空间,更是一个生活休闲空间。文化广场目前正在招商,在户外空间形成“市集”,同时把乌镇戏剧节上受欢迎的户外演出项目请来,与观众互动。

夏天正是户外演出的好时节,但也易受梅雨、台风等天气因素影响,充满不确定性。罗威的“邂逅日落”音乐会,原本计划6月进行,因为天气原因被迫延期到7月。因此,户外演出很有必要做好预案。每年的夏季音乐节,主办方都有必要做好预案。每年的夏季音乐节,主办方都有必要做好预案。每年的夏季音乐节,主办方都有必要做好预案。

费元洪说:“目前,户外演出没有30%上座率的明确限制,但这不意味着演出方可以在防疫方面有所松懈。设计好观众席的间隔,避免人群聚集,做好实名制登记和场地消毒等,都十分必要。此外,户外演出不只是热闹,应当找准定位,量身打造最适合的节目内容,在艺术品质上把好关,才能真正吸引观众。”

在不同地方,只好“这里弄个手机,那里弄个网络,这里弄个录像,那里用个实况”。本是无奈之举,反而成就了让人耳目一新的表演形式。

随着剧场逐步恢复营业,“线下”“线上”同步,成了观演“新常态”。谭盾即将参演的上海夏季音乐节,计划今年所有演出全部“上线”。

夏季音乐节主办方上海交响乐团团长周平说:“疫情中我们演了太多‘云’音乐会,当6月13日,上交重新与观众见面时,音乐总监余隆指挥乐团奏出第一个音符,我和许多观众都感觉眼泪要掉下来;线下高质量的聆听是不可替代的!但30%上座率限制下,能有线下体验的观众太少

了,线上直播是一种很好的补充。”

虽是线上线下同步,但周平认为,线上演出不能仅仅把线下内容原封不动“搬”上去,因为看直播的观众不可能像在剧场内一样,注意力不受干扰,需要通过“增量”和“互动”,让观众留得住。6月13日那场音乐会的直播,就在曲目间隙增加