

从全球招聘音乐总监,到去全球市场“拳打脚踢”;从打造上海夏季音乐季和上海新年音乐会两大演艺品牌,到今年9月开业的上海交响乐团音乐厅;再到此次联手纽约爱乐乐团跨洲办学,这支拥有135年历史的百年老团,在近年国内外文化交流的过程中,引进来、走出去,并在很多方面作出了积极探索。

继去年11月在上海的首轮面试之后,今天下午,上海乐队学院又在台北启动亚洲四地区招生巡考。这也意味着,由上海交响乐团、纽约爱乐乐团和上海音乐学院跨洲联办的这所乐队人才培养学府,在今年9月开学后,学员构成将体现国际化特色。

人才兴团

作为一家国有文艺团体,五年前的上海交响乐团尽管也在改革的大潮中不断有所动作,但难以改变与其他团体“齐步走”的节奏。2008年9月,在市领导的直接关注下,由政府、音乐界和企业家代表构成的理事会的组建,给上海交响乐团提供了巨大的发展契机。理事会立足于上海城市的国际地位,实施乐团全球流动的人才战略,把人才作为立团、兴团的第一资源,采取的首个动作就是全球招聘音乐总监。在新任总监余隆到位后,又在纽约、柏林和上海设立考点启动“全球大招考”,让乐团原有全体演奏员与全球报名的乐手共600多人参加统一考试,用几近“换血”式的竞争,为改革后的上海交响乐团组成了103人的全新阵容。理事会成立一年后的2009年9月,这支乐团在乐团130岁庆典气氛中登场,余隆与乐手掀起的激情乐声固然让人兴奋不已,但更多的乐迷却在看到上海交响乐团年度音乐节节目单时,感到了由衷的惊喜:30多位全球知名的演奏家、歌唱家和指挥家将轮番来沪参演。举目中国乐坛,能以强大阵容推出音乐季,过去谁敢或谁能有如此手笔?上交充满生机的亮相,就让人感到耳目一新。

闯荡世界

上交的大手笔,已经连续坚持到了第五个音乐季。能得以长期延续,来自于上海交响乐团理事会的强力保障。上交理事会对乐团的发展方向、艺术定位、资金保障、人员配置、管理机制等重大事项进行决策,并且实行理事会决策下的团长负责制和实体化运作的上交文化发展基金会。理事会在确定了把上交打造成为亚洲顶尖、全球著名乐团的发展目标同时,也给乐团提供了充分发挥实力的保障机制和能量释放空间,让这支人才荟萃的团队无后顾之忧,在市场上施展活力“拳打脚踢”。通过与国际著名艺术经纪机构的合作,上交“借势而为”努力拓宽“请进来”“走出去”的渠道,把乐团的舞台扎实地扩展到了欧美。近五年来,记者曾两次随团赴国外巡演:2009年11月,上交赴北美11城市巡演,平均上座率达95%;今年1月,上交参加欧洲德、荷7城市地标性音乐厅的音乐季巡演,平均上座率达9成以上,而且,受到了主流媒体的高度评价。两次巡演均由国际著名经纪机构参与,他们拥有的丰富市场资源和运营经验为上交所用,也大大推动了上交国际知名度和影响力的扩展。

服务市民

虽然高水准的音乐季能产生城市文化风向标的效应,但一支由百十来位演奏家和管理人员组成的乐团,要在拥有2400多万居住人口的城市中发挥作用,单靠音乐季的30多场音乐会,显然还远远不够。五年来,上海交响乐团为此先后打造了上海夏季音乐节和上海新年音乐会两大演艺品牌,把艺术能量的释放和面向市民的艺术服务,扩展到了全年。2010年连续高温的暑日里,在市中心一块停车场上平

「厅团合一」迈新步

借势而为上台阶

地搭起的大帐篷里举行的首届上海夏季音乐季,吸引了享受着举行上海世博会喜悦的大批市民。五年来,由国内外著名音乐家、乐团以及上交与上海学生乐手们共同参与的夏季音乐节,举办场地从浦西迁到浦东,去年又启动浦东浦西“隔江对唱”的运营模式,成为城市音乐生活的大事。2009年12月31日由意大利指挥家穆蒂执棒的上海新年音乐会,也为上海创立了国际级音乐大师指挥本土乐团的新年音乐会模式,五年来先后已有马舒尔、普雷特涅夫、吉尔伯特、艾森巴赫登场。而上海交响乐团的艺术教育和亲民互动,也正在向“全年无休”方向努力,“乐生活”“乐工坊”“周末室内乐”“乐行天下”等系列活动让市民广为受惠和受益。

创办学

“走出去”“请进来”、打造音乐品牌、艺术惠民……,上海交响乐团似乎仍然在以舞台演艺为中心的运营轨道上前行,但是,艺术的交流合作,经常会碰撞出充满智慧的创意火花,有了理事会的支持,更会迅速落实为乐团的崭新创举。2010年夏,上交应纽约爱乐之邀,在纽约中央公园举行上海世博会音

乐会。这次合作促使两座友好城市的百年老团,产生了进一步加强音乐互动的构想动力。通过联合委约原创作品《甜蜜的早晨》“小试牛刀”之后,双方的合作马上进入“蜜月期”,更为大胆的实质性举措也随之于2012年11月在纽约向全球宣布:上海交响乐团与上海音乐学院联手纽约爱乐乐团跨洲创办上海乐队学院。时至今日,这个当初令国内外音乐界人士惊讶和兴奋的决定,已经化为具体的进程。记者曾采访纽约爱乐华裔双簧管首席王亮,他的回答对创建上海乐队学院的意义也许具有概括性:“这个平台可以直接培训音乐学子们的乐队演奏能力,大大增加他们考入世界各国乐团的机遇;让富有经验的各国演奏家到上海参与教学,既是跨地域的文化交流,又是世界性的音乐传承,还将推动改变中国乐手、学子的音乐思维模式,进一步拓宽他们的国际音乐视野。”

厅团合一

如果说,在理事会创造的环境里,上交“借势而为”出击国内外市场,逐渐显露“左右逢源”的良好状态,那么,联手创办乐队学院,又展现了他们承接传统、创新前行、培育人才的蓬勃活力。而乐团所属音乐厅的建成和即将交付使用,又将为上海交响乐团“策马扬鞭”增添巨大推力。从理事会成立时就启动筹建工作的上海交响乐团音乐厅,将促使乐团在国内率先实施“厅团合一”发展战略,提供坚实的机制保证。据悉,上交拥有音乐厅并非简单地“厅团合一”,根据创新发展的思路,乐团由全额拨款调整为差额拨款单位。但是,在减少“皇粮”的前提下,上交为自身调高了发展目标:将依托音乐厅,打造成为音乐演艺中心、艺术普及中心和录音制作中心。在这个“厅团合一”的实施规划里,积极引进世界顶尖乐团和音乐家进驻演出,力争更多世界作品的中国首演和中国作品的世界首演;白天向市民免费开放、举办丰富活动成为青少年第二课堂;推出3D全息录音制作服务,吸引高质量影视、动漫、游戏项目来沪合作等等具体内容,让广大市民十分期待。毫无疑问,在文艺体制改革进程中的上海交响乐团,将为提升上海的市民文化生活质量 and 城市国际影响力,做出越来越显著的贡献。

资深记者 杨建国

■《我的儿子是奇葩》与《老兵》剧照



“山丹丹”再度同档打擂

本报讯(记者 俞亮鑫 孙佳音)电视剧《我的儿子是奇葩》今晚在东方卫视开播,宋丹丹、佟大为、关悦等将在这部讲述“北漂”青年婚姻爱情的剧中演绎中国式母子关系。

继此前《乡村爱情圆舞曲》和《美丽的契约》同台打擂后,宋丹丹《我的儿子是奇葩》与本山大叔的传奇大剧《老兵》又撞了个满怀。在第一轮对垒中,赵家班轻松赢了宋丹丹;刚刚开始的第二轮,“改谱归正”的“黑土”还能在收视上继续压住“白云”么?

小品演员出身的赵本山、宋丹丹,在影视剧表演上,一直以来很多观众觉得本山剧有个特点:那就是表演风格的小品化。其实,“乡村爱情”的不少观众都觉得看该剧像是在看“加长小品”,而宋丹丹的《美丽的契约》,也曾遭遇这等挑刺。尽管喜剧收视部部飘红,但本山大叔不希望大家一提起赵家班,就只会联想到“二人转”,“为了这个突破,我是不惜血本的。”

于是这一次,赵本山穿越到抗战年代,和弟子们一起带来了《老兵》。

在《老兵》中,赵本山为自己写了上百场戏,率弟子小沈阳、宋小宝等集体转型:赵本山从土豪王大拿变成了民族企业家,穿裙子 Pia Pia 走道的小沈阳,穿上了威风凛凛的警察制服,变身深情大反派;宋小宝晋升警察局长后也不发神经了,开始“用鼻孔演戏”;刘小光饰演黄神棍,嘴巴里经常冒出文绉绉的台词……有观众表示“他们越严肃,我们越想笑”,但不得不说的是,这是次大胆的颠覆。

《我的儿子是奇葩》导演汪俊表示,此剧取名“奇葩”没有贬低之意,是希望观众能够反思两代人的观念落差会造成怎样的隔阂。此剧讲述了一个“奇葩儿子”和“极品老妈”的故事,北漂白领、大龄青年、逼婚父母、租女友……这些关键词聚集在剧中,佟大为、关悦夫妇扮演剧中“弄假成真”的情侣。

买手机“送”明星

本报讯(记者 朱光)在竞争激烈的商业市场里如何吸引眼球、提高销量?因电影《小时代》而走红的陈学冬,日前在上戏门口为购买某品牌手机的粉丝“送货”,让对方惊喜连连,大赞“超贴心”。

前天是上戏开学第一天,当陈学冬出现在校门口时,立刻被路人认出,并引发围观。在上戏读书的一名女生从“男神”陈学冬的手里接过自己购买的手机,并当场拍摄合影(见右图)。她表示,在购买手机时发现备注中有“男神送货”的“福利”,便留言“希望陈学冬亲自送达”,没想到愿望竟然成真。

据活动组织方黄先生表示,他们早先在公司总部所在地厦门,就接到顾客的留言,表示希望“送货员最好是帅哥。”公司老总正好有一朋友是刚入行的男演员,就希望他友情支持,满足顾客的愿望。结果,这个善意的举动收获了良好的效果。于是,他们预备把送货活动,从“帅哥”升级为“男神”甚至“明星”。随后,他们在网上进行了票选,陈学冬排名冠军。因此,这才有开头的一幕。

