

# 可不可让更多蝴蝶飞出来

加拿大儿童剧导演“爱与尊重”理念启迪国内同行



《好饿的毛毛虫》中的蝴蝶

《小小云先生》演出照

去看儿童剧是为了什么?中国家长最普遍的期望是:长知识、懂道理,大人说的话听不进去,让孩子看个故事印象就深刻了。中国演出方最基本的判断是:1+X,一个小孩起码能带进来 1 个甚至 X 个家长,票房就有指望了!日前,加拿大美人鱼剧团的导演吉姆·莫罗在其代表剧目《好饿的毛毛虫》研讨会上表示:“也许是为了对孩子进行艺术熏陶,也许是为了丰富他们的体验,但是最终,我们是想让他们度过一段美好的时光……贯穿整个过程的应该是爱、温暖与尊重。”这就是在暑期儿童剧市场如此繁荣的情形下,海外优质儿童剧带给国内同行的启迪。

## 让孩子融入舞台

暑期是儿童剧演出的旺季。2015 上海国际儿童戏剧节正在如火如荼地举行。保利大剧院、儿童艺术剧场、东艺等各大剧场乃至“小不点大视界”亲子微剧场等民营机构都纷纷引进精彩的海外优秀儿童剧,而这些儿童剧的一大共同点是:让孩子融入舞台。

《好饿的毛毛虫》完全忠实于绘本作家艾瑞克·卡尔的原著,该剧的故事很简单:一条小毛毛虫,吃着吃着变成大毛毛虫,最后结茧破蛹成蝴蝶。在研讨会上,国内同行向吉姆·莫罗提问说,这个故事很简单,但视觉上可不可以更丰富些,最终让更多蝴蝶飞出来?莫罗答:“这是孩子们非常熟悉和喜爱的绘本,他们熟悉每一个画面、每一个情节。任何篡改对他们而言可能是粗暴的。”事实上,在现场,不少孩子已经预知这条小毛毛虫会变成一只彩色大蝴蝶,所以兴奋地一边看一边“预言”,看到随后的剧情正如自己的预言而愈加兴奋。“如果最后忽然飞出一群蝴蝶,会让他们困惑的。”

除了在内容上让孩子融入舞台呈现,该剧在座位划分上也尽量做到分区——让孩子们更接近舞台。落户大宁国际的我国首个亲子微剧场“小不点大视界”,只能容纳 100 多名观众,但在上演《小小云先生》时,在距离演区最近的地方,铺着一



马上评

## 爱可破“格”

儿童剧,是唯一以年龄来区分的剧种。欣赏其他舞台演出多少都应有“格”;看戏曲要懂得“叫好”,听音乐会要懂得不乱鼓掌,看悬疑剧不能事先“剧透”……破了这些“格”,轻则被人鄙夷,重则招致冲突。

但国际儿童剧的理念是,可以破各种“格”,因为它本身并不为“提升修养”或“寓教于乐”负责。它从儿童心理学和教育学出发,只负责为未成年人打开想象的空间、装上飞翔的翅膀。正如《小小云先生》导演阿拉斯戴尔所说,“给孩子的剧场是一个想象、游戏的空间,应尽可能体验丰富的情感、多样的情景”。因此,座位可以随意、剧情要符合孩子期待,严格说来,为了人人都能感受品质,观众人数最好也不超过 200。但是,一切都可以灵活调整。《好饿的毛毛虫》甚至有 10 多种语言的解说版本……

出人意料但又合情合理的是,优质儿童剧制作者本身都是好妈妈好爸爸。换言之,他们制作儿童剧是出于“幼吾幼以及人之幼”。出于爱,才有尊重,才能破除所谓的剧场规范,并绞尽脑汁、不顾收益地推出动人的儿童剧。因为他们知道,无论从事什么职业,只要是父母,他们最终在乎的就是要与孩子一起度过一段美好的时光。 朱光

条大地毯。这块不设座位的“小小观众席”可以容纳三四十位小朋友,孩子们甚至趴着看也无妨。能容纳三四千名观众的儿童艺术剧场,也在距离舞台不过几米的地方安置了三五十个懒人沙发(VIP 座位)。

## 让长幼一起分享

国际儿童戏剧节开幕大戏《小八腊子流浪记》,在内容上试图拉近 70 后、80 后父母与孩子的关系。这出儿童剧的主角可以让家长们联想起自己童年时代熟悉的“三毛流浪记”。来自日本的《冲绳灿灿》是一台“简介冲绳风情”的歌舞剧,可为当下热门的日

本亲子游艺术地补充“知识点”。而我们熟知的“加拿大相声演员”大山为《好饿的毛毛虫》所做的中文解说,有着父母给孩子讲故事的语气……

“让孩子与家长分享”是“小不点大视界”的理念。他们既在演区前面设置可让孩子随意坐的地毯,也在其后的区域设置可让家长抱着孩子观看的亲子座。如何选座则完全由观众根据自身情况与工作人员商量着来。演出前后,还会安排家长与孩子一同参与游戏。因此,他们从全球各大儿童戏剧节上选来的剧目经常被购票者“秒杀”。

首席记者 朱光



2015ChinaJoy 明起向市民开放  
本报记者 郭新洋 摄

## 展览面积、参展厂商等均超往届 ChinaJoy 上午揭幕



### 我在现场

本报讯(记者 孙佳音)今天上午,2015 中国国际数码互动娱乐展览会(ChinaJoy)在上海新国际博览中心揭幕,明起向市民开放。遵循“让快乐更简单”的主题,本届 ChinaJoy 以超过 12 万平方米的盛大展示规模,以多元、跨界、融合的多维空间,力图让参观者通过更简捷的方式享受更多、更新、更广的娱乐体验。

### 更多:多在哪里?

据了解,2015 年 ChinaJoy,展览面积从上届的 10 万平方米扩展到了 12 万平方米,700 余家国内外厂商将携 3500 余款产品参会,预计到场人数将超过 30 万。展会期间,B TO B 综合商务洽谈区内,将继续推进中外游戏企业之间的广泛商务沟通与合作,来自海外 20 余个国家和地区的展商将携最新产品、技术展出,展会期间商务洽谈数量预计达 5000 余次。

### 更新:新在何处?

而中国国际数码互动娱乐产业高峰论坛(CDEC)、中国游戏商

务大会(CGBC)、中国游戏开发者大会(CGDC)三大会议以及由移动游戏企业家联盟(MGEA)主办的第三届世界移动游戏大会(WMGC),总演讲人数将超 350。值得一提的是,2015 年的中国国际数码互动娱乐产业高峰论坛(CDEC)主题为“智”造娱乐,将首次设立“领袖专场”,邀请全球首屈一指的行业领袖到会做主题发言,海内外巨头将纵论全球一体化下游游戏产业及中国市场的新趋势、新观点。

### 更广:有何拓展?

如今,移动游戏已经成为游戏行业的主力军,作为产业风向标的本届 ChinaJoy 也充分体现了这一点,国内八大移动游戏平台、五大手游发行渠道将携千款优质移动游戏产品参展。据悉,今年 ChinaJoy 专门设立了移动主题馆,总计超过 25000 平方米的移动游戏玩家体验区,将为迄今为止国内移动游戏行业阵容最强大的集体亮相提供平台。同期举办的世界移动游戏大会(WMGC)以“移”应万变、“动”见兴衰为主题。来自全球的近 200 位企业高管和产业领袖将作为演讲嘉宾参与。

## 《中国游戏产业报告》上午发布 上半年游戏市场销售收入破 600 亿元

本报讯(记者 孙佳音)ChinaJoy 今天上午揭幕,国家新闻出版广电总局数字出版司指导的 2015 年 1 至 6 月份的《中国游戏产业报告》同时发布。

报告显示,2015 年 1 至 6 月,中国游戏市场实际销售收入达到 605.1 亿元人民币,同比增长 21.9%;中国自主研发网络游戏市场实际销售收入达到 458.3 亿元人民币,同期海外市场实际销售收

入达到 17.6 亿美元;在用户规模方面,客户端游戏用户规模达到 1.34 亿人,中国网页游戏用户规模 3.05 亿人,中国移动游戏用户规模 3.66 亿人。

在实际销售收入方面,客户端游戏实际销售收入 267.1 亿元人民币,同比增长 4.5%;网页游戏 102.8 亿元人民币,同比增长 12%;移动游戏市场 209.3 亿元人民币,同比增长 67.2%。

### 温馨提示

时间:7 月 30 日-8 月 2 日  
(9:00-16:30)

地点:上海新国际博览中心 W3-W5、N2-N5、E5-E7(全场禁烟)

购票:纸质门票:可通过 2015ChinaJoy 官方购票渠道 http://chinajoy.7881.com 或现场购票。电子门票:可通过支付宝手机端购买。

观众:孕妇和身高 1.2 米以下的儿童不可入内。

禁物:严禁携带军用或警用器械类物品、金属刀具、易燃、易爆物品、打火机、液体(包括各种饮料)。

安检:观众须先通过位于 1 号入口大厅(南序厅)内的安检区域接受现场安检后方可前往 E1 馆排队等候入场,检票闸机位于 E4 馆内,观众必须持有效票证通过闸机检票入场。

展会现场报警电话:021-78906110,现场公安办公室设在 W4 号馆。