

记者手记

为何爱在上海?

□ 朱光

百老汇原版经典音乐剧纷至沓来,往往首选上海“登岸”。为何国际一流文艺团体,喜欢把中国首演选在上海?

一因为上海是“票仓”。上海观众多年来已经形成主动提前购买演出票的欣赏习惯。这就是为何国际演出的开票时间越来越早,每个剧院,剧团都提前半年甚至1年公布演出季的缘由。去订演出票,甚至比订假期出行的飞机票,还要有预见、有规划——与机票一样,演出票买得越早价格越可能便宜。

二因为上海是“码头”。在演艺码头上转一圈,有了口碑,有了名声,才能证明在中国站住了脚跟,第二年或者下一个演出季再到中国来巡演就有了基础和积淀。演艺项目的首轮不亏已算赢,盈利都是第二、第三轮之后才能产生——这也是音乐剧的驻场演出以“年”为单位计算的根本道理。

在上海首演,最有可能赢得口碑,有盈利可能。于是,上海就有望变成国际一流文艺团体靠岸的第一个码头。



无惧生死 爱满四季

《吉屋出租》日前在上海启动中国首演

百老汇首部以流行音乐风格主导,影响了一代代音乐人、影视人和艺术家的原版音乐剧《吉屋出租》近日在上汽·上海文化广场首演。基于普契尼歌剧《波西米亚人》,故事挪移到上世纪90年代的美国纽约,这部划时代的音乐剧呈现了一群蜗居在时常断电的房子里的落魄艺术家,以爱战胜生死离别的故事。

不少中国乐迷知道《吉屋出租》,是源于林忆莲于1997年发行的英文单曲《爱满四季》:“你是如何衡量一年的时间?以爱如何?”这首曲目就是1996年首演于百老汇《吉屋出租》的主题曲。全剧从圣诞节开始,到第二年的圣诞节结束。第一幕展现的是音乐家、脱口秀艺人、舞蹈家、经纪人等青年艺术家,因为付不起房租,到处筹钱的情形。有的因为被人误以为有钱遭了抢劫,结果被发现没钱还挨了刀子;有的因为断电且穷困到没有蜡烛,敲门到另一家来借蜡烛。在借蜡烛的过程中,舞蹈演员咪咪和一年也没写出一首歌的摇滚青年一见钟情……第二幕开篇,就是《爱满四季》的动人旋律:“你如何衡量一年的时间?以日出日落,以午夜咖啡,以路途远近,以欢笑争执……以爱如何?”全场演员以合唱的方式,展现这首爵士曲风的动人之处。有两位身染艾滋病的艺术

家相继离世,受世俗眼光影响,牧师不愿意为他们举行葬礼。咪咪与爱人发生误会,倒在雪夜里,被朋友们发现,最终还是在爱人怀里瞑目……此时,《爱满四季》的主旋律再次响起,旋律和歌词被赋予更深层次的情感,眼泪在观众眼里打转。敌得过生死的,只有爱。电话铃响起,青年艺术家的妈妈们又从家乡打电话到纽约给孩子们打气。音乐又变得振奋人心起来。

因为该剧既有歌剧基础,又细腻真实地再现了在纽约摸爬滚打青年艺术家的起伏,加上《爱满四季》一曲的主题、旋律和寓意均能引发艺术家与大众共鸣,1996年首演之后,该剧就囊括了包括普利策、托尼奖等美国所有戏剧大奖奖项,成为音乐剧历史上获奖最多的剧目。迄今为止已经翻译成25种语言,在21个国家150个城市上演。不仅林忆莲演绎过这首主题曲,莫文蔚还主演过咪咪这一角色并在2005年该剧10周年之际巡演各地,当年该剧的同名电影版也正式上映。对于通过网络了解世界的80后、90后而言,《吉屋出租》也是他们小时候就熟悉的作品。

16日结束上海首站演出之后,该剧还将在杭州、广州、深圳、北京、成都等地巡演。 本报记者 朱光



演出时,特殊小观众始终置身于戏剧场景中



文体社会

拿起扫帚为农庄做个大扫除,采摘色彩鲜艳成熟诱人的蔬果,和土拨鼠“偶遇”玩耍,伴着欢快的歌声体验劳动的乐趣……日前,专为特殊儿童打造的沉浸式戏剧《可爱的农庄》被搬进董李凤美康建学校,3名演员1名现场伴奏围绕着6个孩子,以全方位的环境营造,让他们在“农庄”里感受大自然的宁静,也感受生活中难以避免的“突如其来”。

《可爱的农庄》最初是英国班布洛剧团针对脑瘫和唐氏综合征儿童所创作,中国福利会和上海儿童艺术剧场将其引进并进行本土化移植。《可爱的农庄》中文版首度亮相之后还将在浦东新区辅读学校、华师大附属卢湾辅读实验学校等三所区属辅读学校进行巡演。

和寻常演出“景动人不动”的观赏模式不同,《可爱的农庄》则是人随景动,观众永远置身在戏剧场景中。而演员则围绕观众表演,将他们视作戏剧中的一部分。

“你好,耿耿!”表演从打招呼开始,孩子们的名字一早被确认明白,并迅速被编入歌曲中,仿佛“度身定制”。6个孩子,逐一被“邀请”入戏,孩子们的反应各不相同,有的在乐音刚起时就兴奋地站起来,而有的则从最初紧张地扭过脸到后来慢慢放松微笑,演员们并不强迫介入,而是始终保持距离围绕在他们身边,用歌声、微笑、谨慎的触碰来放松他们的戒备,建立友好关系。

仅开场的打招呼环节就用了10多分钟。但正因为有了充分的前期铺垫,小观众似乎适应了这种身份转换,慢慢进入角色。他们会在和演员眼神接触时露出微笑,也能积极参与帮忙打扫农庄、搬运食物。

然而,农庄也并非总是平静,伴随着轰隆隆敌机来袭的声音,小观众们跟随剧情“躲进”森林里,每个人躲在一棵大树下。小蜜蜂“嗡嗡”地出动,叮上他们的脸庞、胳膊、脖

演员围着观众转 观众融入角色中

为特殊孩子建『可爱农庄』

颈;还有树叶、羽毛、花瓣飘落,掉在头上、停留在肩膀,凝滞紧张的氛围得以缓解。

专为特殊儿童打造的沉浸式戏剧,并不似人们想象的那样平和甜蜜,剧中有自然的美好、生活的忙碌,也会有“敌机来袭”随时打破平静。班布洛剧团的艺术总监克里斯托弗说:“我们不是要给他们营造一个关爱过度的假想世界,而是要帮助他们融入真实。”本来,真实的生活就是无常的,而紧张和恐惧也是自然情绪的一种。“现在的孩子,尤其是特殊的孩子,都被父母过度呵护。他们要适当地‘受惊’,这种恐惧感不过是一瞬间,若他们能跨过去,就克服了这种心理障碍。”

据悉,《可爱的农庄》中文版是“海星之愿”本土化计划的第一步。之后,剧场还将与班布洛剧团继续联手,对自闭症儿童沉浸式戏剧《暴风雨也不怕》进行本土化制作。“引进剧目的成本压力很大,可以持续演出的时间也比较短。通过本土化制作,一方面减轻了部分成本压力,更重要的是,它可以长期在国内演出。正如上海儿童艺术剧院总经理梁晓霞所言:他们希望不仅给小朋友带去一次美好的舞台体验,也让他们的家长可以真正地放松,享受艺术带来的温暖。 本报记者 朱渊

【相关链接】

每次涨潮都会有无数海星被冲到海滩上。当太阳升起的时候,这些在海滩上的海星就会被晒死。有一个妇人每天都在坚持做一件事情:捡起海星,将它们丢回大海中。有人问她:“你一个人,到底能够救得了几个海星?”她的答案是:“对于我手上的这只海星来说,我做的就

是百分之百有意义。”“海星之愿”项目受到这个故事启发,这个项目覆盖受众虽然小,但是对于能够覆盖到的每个孩子来说,给他们带来的关注是百分之百的。项目希望通过这样的艺术形式和理念,倡导以平等的眼光去对待和关爱特殊儿童群体。

罗莱柔软翻倍节,探秘家纺新零售!



9月3日,中国家纺行业的领军品牌——罗莱家纺于上海开启品牌代言人见面会暨“柔软翻倍节”新闻发布会活动。发布会中,罗莱家纺不仅发布了全新形象代言人高圆圆,还提出了“柔软指数”的产品科技新概念,研究院通过技术研发,材料创新、新型结构、产品设计等不同维度进行柔软科技解读,推出了罗莱第一代核心柔软科技,为家纺行业的发展打开新篇章。

互联网时代,罗莱品牌积极探索“线上+线下新零售”,尝试“线上引流-线下体验”和“线下活动-线上直播”的两种销售闭环。更计划在网购比较发达的城市与第三方平台进行结合,更广泛地触达年轻客群。

随着消费升级的不断推进,消费者购买力和品牌意识不断增强,罗莱在家纺行业中的增长势头颇为强劲,2018年上半年,罗莱家纺创收较去年同期增长10.87%;通过全方位媒体策略全面落位“超柔床品”品牌定位,提升品牌市场竞争力。

此次的2018罗莱家纺品牌“柔软翻倍节”活动,未来还将在全国10个城市中巡回进行,让更多城市的消费者,能够去感触柔软为生活带来的改变,并通过翻倍节活动,开展一系列的优惠活动,让柔软翻倍,幸福翻倍。