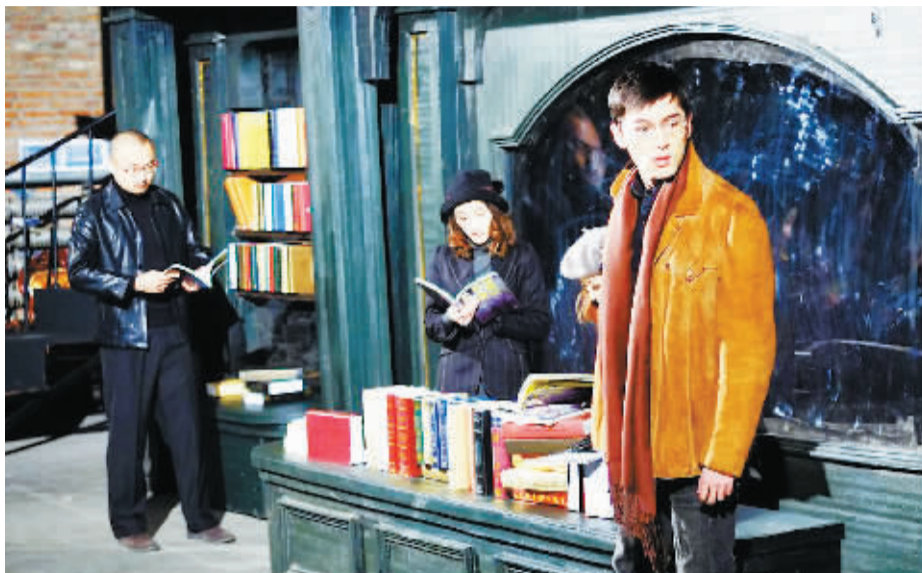


《如梦之梦》秒杀票房创纪录

明星高配 能否扛好话剧大旗

由赖声川指导的大型剧场史诗《如梦之梦》于8月30日正式开票,这部由许晴、胡歌、金士杰等大热影星参与的作品再次打破话剧售票纪录。诚然,知名演员的加盟让相对小众的话剧市场获得更多关注,但此般情景的出现,难免让人心生疑问:没有众星加持的《如梦之梦》还会“千金难求一票”吗?



明星话剧广受青睐

由知名导演赖声川指导的史诗话剧《如梦之梦》在近期启动了第四轮北京演出售票。据了解,这部将于12月22日-25日登台的年度大戏,在开演前3个月便创下两场演出开票8分钟后全部售罄的纪录。实际上,这样的火热态势并非无迹可寻。早在年初新春表演中,原定3场的《如梦之梦》门票很快被“秒杀”,不得不又加演一场,仍被一抢而空,就连开演前不对外公开的排练场门口,都有闻风而来的粉丝在外翘首以盼。抢票千辛万苦,票价更是坐地飞涨,有的粉丝为了得到一张距离舞台最近的内场“莲花池”门票竟花费6000元以上。究竟这部总长约8小时的“现象级”话剧有着何种魅力,让众多观众为之“倾倒”,相信与演员表上的超强卡司配置不无关系。《如梦之梦》启用近来势头正猛的新晋“视帝”胡歌、华鼎奖最佳女演员许晴担任主角,并诚邀众多话剧“名流”加盟,因此早在开票前就备受外界关注。

近年来,演艺明星加盟话剧演出屡见不鲜,从北京人艺的《茶馆》集结濮存昕、梁冠华等多位戏骨级大腕倾情出演,到宋丹丹、陈道明、徐帆等一批实力派演员回归话剧舞台,甚至邓超、俞白眉等艺人开办起了自己的小剧场,话剧似乎已被明星光环“护体”。

在刚刚落幕的乌镇戏剧节上,因近期热播的谍战剧《麻雀》爆红荧屏的演员张鲁一又掀观剧高潮。据悉,由他主演的话剧《大鸡》在开票当日仅用时5分钟,所有场次戏票均告售罄。为了满足广大粉丝的强烈要求,院方又计划在戏剧节开幕当天加演一场,然而抢票势头不减,依旧一票难求之状。北京商报记者通过调查发现,戏剧节现场还出现张鲁一影迷会人员,专门负责安排粉丝组团进乌镇看《大鸡》。

偶像加盟仍有风险

“明星戏”从不缺乏话题性和票房热度,国外市场也不例外。在国内“圈粉”无数的英伦偶像“卷福”本尼迪克特·康伯巴奇于去年在伦敦巴比肯中心演出话剧《哈姆雷特》,其自身的超高关注成为票房吸金利器,据悉,粉丝们不惜在剧院门口大排长龙只为求得一张门票。然而,正如俗语所说:“1000个人眼中就有1000个哈姆雷特”,这部备受期待的话剧口碑并不如票房那般“高调”。业内评论人表示:尽管“卷福”的表演证明了自己是个有功底的话剧演员,但这次选择是个错误,因为相比他的“神演技”,其他配角实在太拖后腿了。

即使话剧观感差强人意,但在开演前、演出中还是结束后,巴比肯剧院的观众都极富耐心地坐着、看着、鼓掌着,现

场没有此起彼伏的快门按键音,更不会有人拥到台前狂呼乱叫。然而,这样的剧情“复制”到国内剧院又会是另一番情景。

据了解,年初《如梦之梦》演出时,正值《琅琊榜》余热未散。首场开演前,胡歌、许晴的影迷送来一排排花篮,叠出了蔚为壮观的“立体花墙”。而开演之后,内场粉丝势头不减。环形舞台上,偶像走到哪里,台下的目光就追随到哪里。更为郁闷的是,偶尔从席间“冒”出来的手机偷拍党,也和剧场工作人员展开艰苦的“地下斗争”,快门声陆续,闪光灯不间断地闪烁了约8个小时。《如梦之梦》通过豪华阵容“吸睛”无数,但几乎所有焦点都集中在明星身上,全剧表达了什么似乎并不重要,朋友圈中呈现的内容多是“天啦噜,我与梅宗主只隔0.5米”。

明星加盟的劣势同样出现在话剧《大鸡》现场,由于排演时间紧迫,张鲁一在演出一开始就告诉大家:“我们这个戏根本没排,不骗你们,一点儿也没排。”这样的“玩票”表演必然无法使全部观众满意,更何况该剧是一部取材罗马历史,“并不受宠”的人物传记类演出。所谓众口难调,有些人认为张鲁一的表演恣意任性,符合人物,但也有人投反对票。

影星难扛话剧重担

根据道略网《2015年中国演艺排行榜》显示,在入围的21部大剧场话剧名单

中,有超过半数剧目邀约影星加盟。此外,《2015-2016年中国商业演出票房报告》指出,由于明星版话剧以影视剧演员庞大的粉丝群体为观众基础,迅速形成高度的媒体关注和强大市场号召,并且能在短期内收回成本,因此在近年话剧市场中很是“吃香”。

然而,“大咖”们的加盟对于话剧行业自身是否是个好兆头?对此,北京市社会科学院首都文化发展研究中心副主任沈望舒并不看好,他表示:“类似情况的出现将大大提升今后话剧市场的整体运作成本,使话剧行业向两极分化。一种是小部分的大制作话剧,其表现为赢者通吃,将所有资源招致麾下。另一种是占绝大多数的戏剧初级者或小剧团,他们无法比拟这些大公司,长此以往将失去存活于市场的竞争条件。因此明星加盟话剧演出,对未来发展来说,将会引领话剧走向‘大者越来越大,小者很难出头’的局面。”

除片酬问题外,众多影视明星的时间也是话剧团队不得不考虑的问题。虽然诸位“票房担当”为剧团回本助力不少,但排练时间成本不可小觑,并不是所有明星都能成为固定班底。很难想象这类话剧抛去明星光环,还能否让众多迷弟迷妹买账。

从当前市场来看,明星版话剧势头正盛,但若深究其能否成为话剧行业“金字招牌”,沈望舒认为:“从长远来看,这只是一种话剧类型,并且是少数的、高大上的存在,这种高大上体现在有名、有闲、有钱、有资源配置力。中国话剧若想实现有效发展,首先要向多样化发展。其次要构成足量规模的话剧爱好者。最后需要各领域协力打造经典作品。明星版话剧一定有其生存空间,它所走的路也不存在禁止或不提倡,但它只是众多途径中的一条,有一伙适应走这条路的人,但绝不是大多数。”

与此同时,沈望舒还提出,当下明星加盟话剧演出的消息不绝于耳,但都偏离了“人们为何要看话剧”这个根本主题,只是看准这部分偶像市场,但强大到刺眼的星光多少遮蔽了话剧的本来面目。如果能够通过“明星效应”倡导大众对话剧事业本身投入关心,其价值远比票房更有意义。有言曰:“欲戴王冠,必承其重”,究竟“明星高配”能否扛好话剧大旗,相信仅靠炮制商业大片的道路难以实现。

北京商报记者 卢扬 实习记者 张微旭

《蓝人秀》创新互动形式 引观秀新体验

10月28日,风靡全球的拉斯韦加斯顶级大秀《蓝人秀》(Blue Man Group)正式登陆北京天桥艺术中心。这也是《蓝人秀》这部风靡全球25年,集合音乐、舞蹈、魔术、喜剧、多媒体、装置艺术等多种表演形式的国际大秀首次来到北京,延续了广州站的极佳口碑,《蓝人秀》首演让观众们仿佛跨越国界,置身于拉斯韦加斯一般。不同于传统演出,台上三个戴着涂满蓝色油漆的塑胶头套、穿着黑衣服的演员以PVC材质的整套水管当打击乐器,把默剧、杂耍、多媒体装置以及行动艺术,张罗成一场颇具达达主义色彩和地下前位剧场气氛,又充满动感与娱

乐效果的综合奇观。而观众也摆脱了正襟危坐式的观演习惯,在“蓝人”的引导下,进行了全方位的“互动”体验,例如,迟到观众会被“曝光”,幸运中招的观众将被“吊打”,现场女观众将被“蓝人”百般“调戏”,《蓝人秀》的打击乐、摇滚乐段落甚至还模拟了音乐节现场的互动。

北京天桥艺术中心负责人表示,如果说去年天桥艺术中心演出的《歌剧魅影》教会大家如何看音乐剧,那么这部《蓝人秀》将真正让北京观众看完后理解什么是“秀”。“《蓝人秀》是天桥艺术中心第一次引进秀,我们想带给观众不可思议的体验。经过精心挑选,才决定引入这部最好

的秀。《蓝人秀》今年全球演出计划3600场,北京只分配23场,我们仅有1/150的机会跟地球人分享它。”

今年恰逢《蓝人秀》成立25周年,25年来,因为不断的创新和自我突破,《蓝人秀》的表演已经成为美式娱乐标杆,不仅获得格莱美奖、艾美奖提名,更是在众多美国家喻户晓的综艺节目中令观众惊艳的娱乐体验。此次《蓝人秀》北京首演,也是跨界演绎美国文化符号的全新尝试。

据了解,《蓝人秀》北京站将连续演出23场,持续到11月13日结束。不少观众表示,此类表演突破了语言与地域之间的障碍,适合全家老少一起观看,在娱乐



的同时,也能启发孩子保护环境、爱护地球。为此,北京天桥艺术中心制定了套票优惠,为了方

便有孩子的家庭看秀,周末还设置了下午场。

北京商报记者 卢扬 王嘉敏