

《戏剧新生活》走红 演出如何“上综艺”

演出与综艺看似是两个并不沾边的行业,却在如今联动得越发密切。仅在当下,以戏剧人为主角的综艺《戏剧新生活》便站在了聚光灯下,且口碑日益走高。而在此前,《声入人心》《舞蹈风暴》等综艺则让人们看到歌剧、音乐剧、舞蹈等不同演出的魅力。不可否认的是,综艺与演出的碰撞提供了一个新的展现形式,带动演出市场对接大众圈层,但这仍只是一个对接的渠道,还需要用更打动观众的演出作品吸引观众、留住观众。



节目口碑居高不下

综艺市场永远不缺新节目,而近期一档名为《戏剧新生活》的综艺则瞄向了戏剧人,虽然较其他部分综艺显得较为小众,但却获得越来越高的关注度。

公开资料显示,在《戏剧新生活》中,黄磊、赖声川、乔杉分别以发展委员会主任、艺术委员会主任和剧团制片主任亮相。同时,8位集合了导演、编剧、演员、舞美等主要舞台工种的戏剧人在主任的召集下齐聚乌镇戏剧公社,共同经营剧团,一起生活一起工作,在48小时之内,从“0到1”创作完成一部作品。

为了解选择该题材来制作节目的原因,北京商报记者联系节目方,截至发稿时暂未得到回应。而该节目制作人谭娜此前曾在接受媒体采访时表示,打造这档综艺

最根本的初心,是借由这样一个喜闻乐见的综艺形式,让更多人看到这些戏剧工作者的才华与闪光点。同时,导演严敏则表示,想要通过节目尽可能多地诠释出戏剧人对戏剧的热爱,不光展现戏剧本身,也想展现戏剧产生和彩排的过程。

随着《戏剧新生活》的开播,这档节目也赢得了更多观众的认可。在豆瓣平台上,《戏剧新生活》获得9.3分,且值得注意的是,75.5%的评价者均打出了五星的评分,同时四星评分占比也达到近两成,三星及以下评分的占比仅有5%左右。

观众吴女士向北京商报记者表示,虽然此前会不时与朋友共同前往剧场观看戏剧,但更多了解的只是舞台上演员们所带来的表演,而通过《戏剧新生活》则能看到戏剧人在台前幕后的状态,尽管有综艺的成分同时也只展现几个戏剧人的状态,但也反映出一部分戏剧人的生存状态,创作

戏剧过程时的讨论与筹备,这是都是以往以戏剧观众的身份无法看到的角落。

多元融合对接新渠道

《戏剧新生活》只是演出与综艺在碰撞后诞生的作品之一,纵观近年来的演出市场,包括歌剧、音乐剧、舞蹈、话剧在内的多种演出形式,均曾或多或少地出现在综艺中,由此打开了另外一扇让演出对接大众圈层的大门。

以《声入人心》为例,连续两季的节目让观众真正感受到美声的魅力,由此也令部分美声演唱者获得一众粉丝,此后登台上演的歌剧、音乐剧演出实现更高的热度。《舞蹈风暴》也是佐证之一,通过让观众看到更多类型的舞蹈并被其所震撼,让演出市场的舞剧也随之火了一把。此外,话剧《暗恋桃花源》剧组曾做客综艺《向往的生

活》等安排,同样也让观众从另外一个角度重新认识演出市场。

演出行业分析师黎新宇认为,演出市场有自己的忠实观众,但若要获得更大规模的拓展并展现出更强的市场影响力,还需要迎接更多新观众。但演出由于自身的特性以及此前的运作模式,使得在部分人的眼中形成了不易轻易接触的形象,因此无法向电影等类型的产品极易获得大众圈层的关注,而借助综艺则有望打破这种固有印象,让演出能够走近更多人群。

除此以外,在电视评论人孙禹看来,演出与综艺的融合碰撞实际也能为综艺市场带来新的空间拓展:“目前综艺市场节目众多,但在部分类型中已经出现同质化的现象,而需要新鲜感的观众也想要看到与过往与众不同的综艺节目,将综艺题材瞄向演出,则是在某一领域进行相对垂直化的开发,以满足多元观众的综艺需求”。

北京商报记者 郑蕊/文
贾丛丛/漫画

融合传统民族乐器 音乐剧《刘天华》首轮公演

北京商报讯(记者 郑蕊)作为北京文化艺术基金2019年度资助项目,由北京民族乐团、北京大学民族音乐与音乐剧研究中心出品的音乐剧《刘天华》将于2021年3月12日-14日在北京市天桥剧场进行首轮公演。值得注意的是,该音乐剧首度将中国传统民族乐器二胡与音乐剧舞台艺术形式进行融合,是音乐剧本土化的最新实践。

公开资料显示,刘天华是中国近代作曲家、演奏家、音乐教育家,曾任教于北京大学音乐研究会,代表作则有《光明行》《良宵》《空山鸟语》等。而音乐剧《刘天华》便是以百年前的一代民族音乐宗师刘天华为主人公,以当时北京大学音乐传习所刘天华、

杨仲子、萧友梅等彪炳于中国音乐史册的音乐家的作品为音乐创作与改编的核心材料,刻画了以刘天华、梅兰芳等为代表的中国民族艺术大师们,为发展国乐、宣扬民族艺术而鞠躬尽瘁的感人故事。

最初《刘天华》原定于1月22日-24日登台演出,但因受当时河北疫情防控部分道路封闭及居家隔离的防疫措施影响,该剧的舞美道具无法按时抵京,为了保障观众及演职人员的安全与健康,演出方经慎重考虑,决定取消原先的演出计划。此后,调整至3月12日-14日登台上演。

据悉,此次该音乐剧的创作团队星光熠熠,不仅由中国音乐学院音乐学系教授修海林与当代弓弦大师、刘天华第三代传

人宋飞共同策划,同时还由北京民族乐团团长李长军担任制作人,北京大学民族音乐与音乐剧研究中心主任周映辰担任导演与编剧,首都师范大学音乐学院作曲系教授周雪石、深圳大学音乐舞蹈学院作曲系副教授蔡建纯担任作曲,中国传媒大学教授杨扬担任舞蹈总监。

值得注意的是,此次弓弦大师宋飞将首次以“音乐剧演员”的身份跨界在《刘天华》中担任领衔主演,并与表演艺术家赵旭(戏剧梅花奖得主)、盛国生(戏曲金花奖得主)、著名歌唱家阿不力孜·聂、梅派传人刘冰、实力音乐剧演员蒋倩如等强强联合。此外,该音乐剧由北京民族乐团常任指挥、青年指挥家张鸣执棒。

纪念京剧大师马连良 北京京剧院推系列专场演出

北京商报讯(记者 郑蕊)3月10日,北京京剧院对外透露了“纪念京剧大师马连良先生诞辰120周年系列活动”的相关计划,并将在长安大戏院举办多场演出。其中,首轮演出安排在4月14日-18日,后续还将举行纪念张学津先生诞辰80周年专场演出、宋昊宇个人专场演出、张凯个人专场演出等。

按照演出计划,“纪念京剧大师马连良先生诞辰120周年系列活动”首轮展演中,北京京剧院将联合北京戏曲艺术职业学院于4月14日演出《少年马连良》;随后在4月15日-17日,北京京剧院将演出《十老安刘》《春秋笔》《赵氏孤儿》3部马派经典代表剧目;而在4月18日,则将举行纪念京剧艺术大师马连良先生诞辰120周年

演唱会”。此外,届时还将举办以“马派艺术的传承与发展”为主题的研讨会,并邀请戏曲研究界资深专家、马派艺术研究学者、马派弟子等共商马派艺术的当代弘扬等话题。

公开资料显示,马连良是中国著名京剧艺术家,老生行当的代表性人物之一,代表剧目有《借东风》《甘露寺》《清风亭》《四进士》《空空斩》等。受家庭的熏陶,马连良从小热爱京剧艺术,8岁入北京喜连成科班,26岁自行组班,发展成为独树一帜的“马派”表演风格,并与余叔岩、高庆奎、言菊朋并称“四大须生”。

北京京剧院院长刘侗表示,“2021年是京剧马派艺术创始人、京剧艺术大师马连良先生诞辰120周年。马连良与梅兰

芳、尚小云、程砚秋、荀慧生和谭富英、张君秋、裘盛戎、赵燕侠等前辈艺术家同为北京京剧院奠基人,是京剧艺术里程碑式的代表人物;四大须生”之首,由他开创的马派艺术影响深远。北京京剧院作为京剧马派艺术传承发展的重要阵地,肩负着弘扬、传承京剧马派艺术的重要责任。马连良先生所留传的艺术精神,至今仍影响着剧院建设和人才培养,是北京京剧院拥有的宝贵精神财富。去年疫情期间,剧院克服万难,创排现代京剧《许云峰》、新编现代京剧《李大钊》,全院上下“一棵菜”,老艺术家率先垂范、提携后辈,发扬“传、帮、带”精神,就是对以马连良先生为代表的前辈艺术家们高尚品格的当代传承与践行”。

曲剧版《龙须沟》讲述京味儿故事



北京商报讯(记者 郑蕊)作为北京市曲剧团的镇团之作,由老舍先生同名话剧改编而成的北京曲剧版《龙须沟》将于3月16日-17日登上国家大剧院的舞台,为观众展现从小杂院到大社会经历的翻天覆地的变化。

公开资料显示,三幕话剧《龙须沟》是老舍先生的代表作之一,描写了北京龙须沟边小杂院人家在社会变革中的不同境遇,通过叙述日常生活的小事反映大时代,以市民社会人物的日常言行和家长里短中所体现出的味道,表现生活的真实。该剧作完成于1950年,并于1951年2月由北京人民艺术剧院首演,焦菊隐导演。

而北京曲剧团推出的《龙须沟》则改编自老舍先生的同名代表作,该剧讲述了解放前后,京城里一条“臭水沟”变身“龙须沟”,住在龙须沟边小杂院人家各色人等在社会变革中的不同境遇,表现了新旧时代两重天的巨大变化。该剧自1996年首演以来,已荣获文化部第八届“文华新剧目”

以优质内容增强黏性

现阶段,我国演出市场仍在发展过程中,观众也慢慢显现出自己的消费特征。而在不同年龄群中,“90后”至“00前”正逐渐成为演出消费的主力军,尤其是在演唱会等演出中,显现出较强的购买力,此外,剧场演出、旅游演艺等其他演出形式也持续吸引着更多观众。

黎新宇认为:“相较于对观演时间、观演空间有一定要求的演出,综艺对于观众而言,观看方式更为便捷,同时也是当下年轻群体需要的主要的娱乐休闲产品,因此综艺成为演出市场的一个对外新出口。但相关融合产品的主要作用仍是调动起人们的好奇心,如果想真正留住观众并转化为演出市场的忠实受众,还需要有优质内容的持续输出”。

纵观国内演出市场从无到有的发展历程,大量演出作品纷纷登台亮相,但真正能留在市场并一代一代持续上演的仍是精品力作,并通过多年来不断上演、不断优化,保证观众对该作品仍留有新鲜感。归根到底,演出的核心竞争力仍是优质内容的产出,如果缺少核心竞争力,只在形式和渠道上布局,即使短时间能够获得大量受众转移至演出市场,但该类受众也会很快离去,造成只是昙花一现的热闹景象,而这并不是演出市场所需的。”黎新宇强调道。

除此以外,在剧评人蒋颖看来,综艺可以被视作观众选择了解演出的一块敲门砖,但并非是奠定演出市场持续发展的基石:“无论是形式还是渠道,均是围绕核心内容进行的布局,缺少核心内容,演出市场就少了稳步开拓的源动力。在保证内容的基础上,演出与综艺的结合也能让一些从业者、剧团及演出机构打造自身的品牌形象,借助这一品牌形象不仅能加强对忠实观众的吸引力,同时也能向外扩散,寻找更多潜在观众,或许也能令旗下业务得到更多合作机会,带来多领域的突破”。

北京商报记者 郑蕊/文
贾丛丛/漫画