

打响上海文化品牌

去瑞虹新城看开心麻花新戏《疯狂理发店》不仅可以自己做演员甚至还可以做指甲、洗头乃至剪头发;在亚洲大厦空间里听音乐剧,冷不丁会被问到:“你的男朋友呢?”;走在上生·新所的咖啡店里,还能巧遇“侦探”甚至“凶手”……在这座城市的各个角落,堪称非标剧场的演艺新空间今天已经达到100家。上海,正成为开放式剧场。

舞台被演区替代

《疯狂理发店》里没有舞台,只有演区。200名左右的观众与6位主要负责洗剪吹的演员在同一个平面上——亦即同一家“理发店”里。这家理发店里还有一架钢琴,营业时会有钢琴声传出。某日,忽然钢琴声不再,每位理发师看起来都像“剪刀手”……观众开始参与探案,到底是谁杀了钢琴手?但与此同时,理发店表面上照常营业,可以修指甲、洗头甚至剪头发……这部标签为“强互动”的侦探喜剧,自下半年上演以来,一直一票难求。

上海市演出行业协会会长韦芝分析道:“舞台每高出10厘米,其实就会让观众心生敬畏10分——这就意味着观演关系会因此愈发严肃。如果没有舞台,演员与观众在一个平面上,观演关系就最为放松。”开心麻花总经理汪海刚表示,他希望让更多没有进过剧场的年轻人也能轻轻松松来看戏,所以:“不希望观众走上很多台阶来朝圣,而是走进商业综合体,就像平常走进理发店一样走进‘疯狂理发店’。”开心麻花接下来还有四部沉浸式、强互动喜剧,“我们坚持依然选择在商业综合体里演出。”



《疯狂理发店》剧照

音乐剧喜剧为主

致力于推广音乐剧的汤骏透露,当下市场上最受青年人欢迎的两大类型剧为音乐剧和喜剧——包含脱口秀。因为演艺新空间的格局消弭了“看大戏”的“神圣感”,共情,成为最容易触发观众观剧体验开关的妙招。那么,以爱情、悬疑、笑料等可以瞬间刺激到喜怒哀乐与惊恐害怕的演出体验,最容易受欢迎。这就像是“外百老汇”的演出模式——在一家酒吧里上演各种情感极致体验的演艺互动剧,体验胜过思考、刺激胜过回味。

这也是亚洲大厦里9个演艺新空间的两大模式。首部驻场演出《阿波罗尼亚》,干脆就装修成一家酒吧的模样,故事情节不必追究,只看男演员的近距离唱唱跳跳——自2020年8月首演至今,已经超过350场。一度形成极简版的“文旅融合”案例——长三角观众拖着行李来看剧,当晚在周边经济性酒店住一晚后再回家。如今,今潮8弄新开业,也汇聚了这类现场音乐吧上演音乐剧、喜剧的形式。“文旅融合”的菜单,可以拓展到三天两晚甚至五天四晚……

至于笑果工厂,也在各个地方开设“分厂”,既有在商业综合体里也有在静安文化馆内,各种没有舞台,面向一两百人的场地如雨后春笋般冒出来。

关于《威尼斯商人》中那“一磅肉的契约”,从舞台到银幕,有过无数版本的解读。然而对于陈薪伊而言,并没有哪个版本打动过她。“我要还原这部戏真正的主题。”抱着这样的信念,陈薪伊选定话剧《威尼斯商人》作为和开心麻花的首度合作,同时,她还受聘成为开心麻花鑫侨高剧场(暂名)艺术总监。

由开心麻花、陈薪伊艺术中心、上海大剧院联合制作的戏剧《威尼斯商人》昨日建组,并将于明年4月20日-24日在上海大剧院进行首轮演出。

1978年,还在中戏读书时,陈薪伊就将



上汽·文化广场户外演出 郭新洋 摄

100家演艺新空间遍布申城 一座城一个开放式剧场

上生·新所上演悬疑剧

本报记者 王凯 摄



《阿波罗尼亚》剧照

售票向渠道铺开

汪海刚说:“我们售票已经不在‘传统的’大麦、猫眼上了,我们还拓展到小红书、大众点评。”这就意味着,去看《疯狂理发店》就像去选哪里好吃一样的日常生活休闲活动,而不是打扮停当、走入剧场。

上汽·上海文化广场已经把票务中心这一空间更换为一个安置在广场空地上的票亭。现在网络销售演出票占比超过九成。目前,本市民营院团演出量已破万,去年全市演艺新空间累计演出场次逾万。截至今年上半年,演艺新空间尚演谷《不眠之夜》137场演出票房高达3111万元……疫情期间,只有上海才有的演艺新空间,正以逆市上扬的姿态打开城市空间的各个角落,让上海整个成为开放的剧场、演艺的舞台。

本报记者 朱光



马上评

新空间消费生活

朱光

上海市演出行业协会早在2018年底,就组建了“演艺新空间专业委员会”,并在各区文旅局的支持下,排摸出了包括黄浦、静安、徐汇、虹口等中心城区的60家演艺新空间,并与其中10家签订了试点承诺书并授牌。首批10家新空间包括大世界、外滩22号、大隐精舍、市百一店、思南公馆等。

疫情时期,标准剧场、音乐厅与电影院一样受到控制上座率的影响。在做好防疫管理工作的同时,演艺市场的信心提振,也让文艺工作者、管理者费思量。相对没有固定座位,融于商场、办公楼、游船、广场乃至户外空间的演艺新空间,成为期待演艺的观众、期待能服务观众的文艺工作者的倾情之地。成为演艺新空间的底线,是要每年演出50场——从最初的首批10家,到第二次授牌的60家,只用了一年时间。三年内,上海率先全国冒出来的演艺新空间,已经达到100家!

由演艺新空间带来的新消费,也成为城市各个角落里的生活常态。如今,走进理发店可以听到音乐;走进开心麻花打造的《疯狂理发店》,还能喝咖啡、洗头、抓凶手……生活就是舞台,舞台就是生活。

陈薪伊重新解读“一磅肉的契约”

力求还原《威尼斯商人》主题

《哈姆雷特》分析出40个主题;1986年,她给铁路文工团排《奥赛罗》,导演阐述讲了整整八小时。在她看来:“莎士比亚的戏剧拥有丰富的主题和内涵,我们可以找到很多角度去解读,但唯一不变的,是他的作品始终以德行来评价人物的价值。”看过很多版本的《威尼

斯商人》,让她失望的是,这些作品不是削弱了安东尼奥的魅力,把他变成了一个十足的小男人,就是用或政治的、或宗教的、或两性的单一视角去解读文本。在她看来,在真善美和假恶丑的对抗中,一切都当是平等的,而不应掺杂其他因素。“我爱莎士比亚,因为他不

是莎士比亚,而是一个时代的符号和先锋,他代表了人类伟大的时代——文艺复兴。”陈薪伊一生致力于做“巨人的戏剧”,而她理解的巨人精神,就是热情、坦荡和无私。

本次新版的《威尼斯商人》力求为观众呈现一场非常“酷”的演出,在演员阵容选择上,陈薪伊导演大胆选择了“混搭组合”,一次老艺术家和年轻演员之间的碰撞就此开启,既有京剧大家关栋天,也有开心麻花的新生代演员们,希望关栋天带动一群年轻孩子,进入一种“删繁就简三秋树,领异标新二月花”的表演状态。” 本报记者 朱渊