

历经两年悄然酝酿首演后一鸣惊人,不仅获得“文华大奖”“五个一工程奖”,更赢得市场青睐

舞剧《永不消逝的电波》成功背后

西安、成都、呼和浩特、宁波、苏州、郑州、临沂……上海歌舞团舞剧《永不消逝的电波》全国巡演已进行了两个月,几乎场场爆满,多次加演仍一票难求。每每散场,总有人在热烈地讨论剧情,有人忍不住热泪盈眶,有人掏出手机忙着在微博上发表评论。

孙道临主演的同名电影珠玉在前,使这部旧题材的红色舞剧在创作之初不被看好。没想到,它历经两年悄然酝酿,首演后一鸣惊人,不仅获得了“文华大奖”“五个一工程奖”,更赢得了市场的青睐,许多“90后”“00后”自发“二刷”“三刷”。到今年年底,《永不消逝的电波》将演满100场,演出邀约更是排到了2021年。

习近平总书记文艺工作座谈会上的重要讲话发表五年来,文艺创作呈现出新气象新面貌,舞剧《永不消逝的电波》便是令人惊喜的收获。正如总书记所说,一部好的作品,应该是把社会效益放在首位,同时也应该是社会效益和经济效益相统一的作品。

“文华大奖”评委、上海音乐学院艺术管理系主任林宏鸣评价说:“这是一部思想性、艺术性和观赏性统一的典范之作,是代表上海文化品牌建设成果、从高原迈向高峰的诚意之作,是一部既能获奖又有市场的难得佳作。”这样一部作品,在创作、制作、演出、推广等环节,有哪些值得借鉴的经验?

为年轻人创作,为未来创作

这部致敬英雄、传递信仰的红色题材舞剧之所以受到年轻人的喜爱,一支年轻的主创团队功不可没。总编导韩真、周莉亚,作曲杨帆、服装设计阳东霖等主创都是“80后”。韩真说:“我们年纪相仿,审美和思维频率非常接近,大家的创作态度都非常‘拼’,一起经历了无数次头脑风暴,无数次推翻重来。”

要吸引年轻人,靠的不是媚俗迎合,而是大胆的艺术创新。在《永不消逝的电波》专家研讨会上,中国舞蹈家协会主席冯双白说:“这部作品将戏剧和舞蹈很好地结合在一起,达到了示范性的高度,完全可以被走进舞蹈学院的教科书,展现出当代舞剧创作的美学新精神。”《永不消逝的电波》突破了舞剧“拙于叙事”的短板,情节跌宕起伏,人物关系错综复杂。26块可移动的景片,在电脑编程的调度下,腾挪旋转,配合多媒体投影,实现了不同场景的转换。编舞也十分当代,为红色题材赋予了青春气息。

第二幕“弄堂旗袍舞”是整剧的华彩段落,女演员们摇着蒲扇,伴着《渔光曲》起舞。作曲杨帆选择对上世纪30年代电影《渔光曲》中的主题曲进行再创作,既怀旧又新颖。这样一个美好的段落,竟让不少年轻观

五年前的10月15日,习近平总书记在京主持召开文艺工作座谈会并发表重要讲话。他强调,能不能搞出优秀作品,最根本的决定于是否能为人民抒写、为人民抒情、为人民抒怀。这五年来沪上文艺创作演出再上新台阶,实现中华文化创造性转化和创新性发展的成果。



上海歌舞团有限公司演员表演舞剧《永不消逝的电波》。

众看得泪流满面。

“每一代观众都有每一代观众的审美。”上海市委宣传部副部长胡劲军说,“我们必须为年轻人创作、为未来创作,才能实现真正的飞跃。”

把握创作规律,坚持艺术自信

舞蹈评论家方家骏认为,目前国内舞台不缺好的导演,但好的制作人十分稀缺。国有文艺院团推出的作品,院团领导往往充当制作人的角色,但并不是所有人都能胜任,上海歌舞团团长陈飞华这个制作人却是名副其实。不少原创作品请来实力雄厚的主创,但由于制作方没有足够能力形成制衡格局,出现问题也没有及时的纠错机制,导致了作品最终的失控和失败。“一个好的制作人要把握好文艺创作导向,要有广泛的资源和人脉,要了解市场,还要具备艺术鉴赏力,有提出独立见解的话语权。”方家骏说。

文艺界为评奖赶工,粗制滥造的现象也时有发生。但只有怀着不计时间成本,为艺术全力以赴的工匠精神,才能出好作品。《永不消逝的电波》历经两年多的选题孵化和研讨论证,150余天的排练,既有争分夺秒的紧迫,又有小火慢炖的从容。在歌舞团排练厅的墙上写着这样一行字:“时间只记住精品,艺术永追求一流”。《永不消逝的电波》剧组

每天排练12个小时,常常是几个排练厅同时开工,与时间赛跑。前3个月,所有的双休日和节假日,大家没休息过一天。

去年12月试演后,《永不消逝的电波》紧接着召开研讨会。获奖后在全国各地演了数十场,在实践中不断接收专家和观众的反馈。陈飞华说:“我们虚心听取各方意见,但修改不是闻风而动,要经历沉淀。我们会坚持自己的艺术判断和艺术自信,大胆往前走。”

竞争出人才,磨练造明星

电影演员潘虹在看完《永不消逝的电波》后曾感叹:这些舞蹈演员怎么那么会演?用海明威的话来形容,整部剧如同“一席流动的盛宴”,如果它是一部电影,每一条,每一帧,都舍不得剪掉。

几乎每场演出后,《永不消逝的电波》主演王佳俊和朱洁静都能在散场时遇到等候已久的观众。这样“流量明星”的待遇,王佳俊当年在参加选秀节目《加油!好男儿》时也没有过。此外,剧中女特务、小裁缝等角色的塑造,几个群舞段落精彩表演也让观众津津乐道。

“《永不消逝的电波》的成功并非偶然。”上海市重大文艺创作领导小组副组长吴孝明说,“上海歌舞团多年来十分重视主创队伍的建设。‘一团一策’改革提供了经济后

援,演员收入和住宿有了保障。同时,科学的竞争机制和激励机制培养出了成熟的演员梯队。”

从2008年起,上海歌舞团在国内率先实施演员艺衔制。一年一度的考核评出领舞、独舞、首席、荣典·首席等艺术档次。《永不消逝的电波》几乎每一个角色都是两三个演员同时准备,谁演得好谁上。王佳俊和朱洁静虽是舞团的“荣典·首席”,但他们的角色也不是一早定好的。朱洁静觉得好像回到了学生时代,一切只能从头再来。王佳俊更是在4个月排练结束时,才真正被确定为“李侠”的A角人选。他们都经历了自我重塑的痛苦过程,才有了舞台上血有肉的角色,以及艺术生涯的又一次飞跃。

眼里有市场,心中有观众

早在2000年,与上海歌舞团合并前的上海东方青春舞蹈团推出舞剧《野斑马》,就获得了全国性的声誉,演出超过200场,并多次走出国门。首演于2006年《天边的红云》,曾获“五个一工程奖”。首演于2014年的《朱鹮》,成为舞蹈界一部“现象级”作品,获“荷花奖”,迄今演出250多场,曾登上纽约林肯中心的舞台。本月,《朱鹮》首次赴韩国演出,明年将进行第四次日本巡演。过去5年,上海歌舞团累计演出场次近900场,商演收入超过8000万元。他们多年的实践证明:社会效益和经济效益并不冲突,“鱼和熊掌”也可兼得。

上海歌舞团副团长刘奎丽告诉记者,《永不消逝的电波》演出前,并没有进行铺天盖地的媒体宣传,而是一心扑在作品上。然而在创作之初,市场营销团队就和主创一起准备了丰富的宣介资料,为后续市场推广做了充足准备。

一组“旗袍女人”宣传照,一经网络曝光,就引发了大量转发。每一张照片,都经历了对服装细节、演员妆发、灯光氛围的反复讨论和尝试。编剧罗怀臻说:“这些照片让人想到陈逸飞的画作。它们甚至可以脱离舞剧,被当作艺术品挂在客厅里。”

一段97秒的视频宣传片,在微博上播放次数超百万。正是精确到“秒”的精心设计,才让《永不消逝的电波》成为“网红”。这说明,互联网时代,在艺术细节上做到极致,比事先空洞的吆喝有效得多。

《永不消逝的电波》让人看到,只要敢于攀高峰,思想性、艺术性和观赏性可以达成有机统一;只要心中有观众,主旋律作品也可以深入人心。希望《永不消逝的电波》的经验,能给文艺界一些启发,创作出更多无愧于时代的优秀作品。来源:解放日报

在大历史中感受爱国力量

今年国庆期间,三部主旋律电影观影总人次、总票房均创下国庆档新高。其中,电影《我和我的祖国》上映7天,票房就突破了20亿元,刷新了国庆档票房的历史纪录。掀起这股全民观影潮的,是观众的浓浓爱国情、拳拳爱国心。

从开国大典的紧张前夜到香港回归的分秒必争,从知悉原子弹爆炸后的深情对视到国庆阅兵中的独自返航,从女排夺冠时的上海里弄到全民迎奥运的北京市井……这部以70年国庆献礼为主题,以重现宏大事件为脉络,以七个导演七个故事合力完成的主旋律电影叫好又叫座,打破了人们的刻板印象,也打动了无数观众。两个半小时的镜头,浓缩的是人民共和国的历史,对准的却是“你”和“我”的生活。

让历史在共识和共鸣之中产生共情,无疑是主旋律电影追求的最佳效果。《我和我的祖国》的高明之处,就在于将镜头继续向前推进,聚焦一张张面孔、一个个名字、一段段往事。他们都在以自己的方式亲历国家的历史巨变,体验生活的日新月异。正因如此,电影所呈现的历史,是可爱又鲜活的历史,是呈现于银幕上的烟火味儿的历史,是唠起嗑来有板有眼、聊起天来有笑有泪的历史。

70年,在人类历史上不过是短暂一瞬,但对一个人来说可能就是完整一生,每个人或多或少都有一种身处当中的“历史感”。和电影想表达的内容一样,国庆前夕人民日报评论版组织了一场“我为祖国添块砖”的征文活动。在收到的来稿中,有“惊天动地事”,也有“隐姓埋名人”。一名基层的畜牧兽医暴雨中走了40里山路,尽管“路断了,不去也没人说你”,但“每月拿着国家的一份工资,怎么能不好好工作呢”;一名普通战士落选了国庆阅兵方阵,用更加刻苦的训练诠释“哪里不阅兵兵场”……国家是抽象的也是具体的,是宏大的也是微观的,无论是电影画面还是文字笔墨,这些作品拥抱的是祖国,讲述的是实实在在的人。

七个故事的合称是《我和我的祖国》,70年历史进程何尝不也是“我”和“我的祖国”?电影透过一个个大事件中的小故事,传递个人与国家之间的深刻联结,彰显家国情怀的现实力量,引发“原来历史还可以这样讲”的思考。影片中,一次升旗,紧张筹备是爱国,八方驰援也是爱国;一场相遇,独自告白是深情,“眼神里都是戏”更在于诠释伟大的源头。不管是隐姓埋名的科研工作者、默默奉献的空军飞行员、埋头苦练的护旗手,还是怦然心动的小男孩、内心柔软的中年人、传递希望的老年人,每个普通人都有着举足轻重的分量。

浏览影评就会发现,观影后有人久久伫立,有人热泪盈眶,有人陷入沉思。正如一名观众的留言,“你的名字,我们不知道;我们的国家,因你而强”,那些平凡时刻,构成了国家的历史,也定义了我们的人生。

来源:人民日报



“量子波动速读”,兜售的又是一个神童梦

以高速翻动书本(甚至不翻开书本阅读),就能理解书中内容,花上1-5分钟就能读上10万字——最近,打着量子旗号扯来“波粒二象性”的“量子波动速读”火了。这种培训方式号称能全面提升儿童阅读能力,收费动辄数万元,吸引来不少学员,甚至还搞起了比赛。

其实,仔细阅读“量子波动速读”的宣传资料就能发现,创立这种阅读方法的人,既不懂量子力学,也不懂脑科学,更不懂幼儿教育。快速翻书,书中文字就以影像形式进入大脑,从而实现“一目百行”,这种能力已经超越了科学认知范畴,用更通俗的话说,简直是“特异功能”。

类似的骗局媒体已经报道了不少。多年前,就有“蒙眼识字”的培训。培训机构说,人脑中的松果体是人的第三只眼,用某种方式开发松果体后,大脑就能自行感知周围的物体、文字和图像。实际上,松果体负责的是分泌激素,并无任何实验证据证明,松果体能让人闭眼识字。而被培训机构叫来现场展示“蒙眼识字”的学生,事后也承认,他们偷看了。

现在,骗术并没有升级,只是换了一套说法。松果体、高级感知能力、量子、波粒二象性……把一个个公众有些陌生的科学术语任意排列组合,培训机构就为某种神秘的培训方式提供了合理性和权威性。

可是,为什么要让孩子学习“蒙眼识字”?为什么要让孩子在几分钟内读完一本书?轻信这类培训机构,家长缺失的是科学素养,更是科学的教育观。

家长让孩子走捷径的心愿如此强烈,他们坚定地相信自己的孩子与众不同,欠缺的只是一个秘方、一个诀窍。培训机构卖的,就是神童梦。就算家长自己也半信半疑,但抱着“万一呢”的想法,他们还是奉上真金白银,让孩子去当一回试验品。

只是,让孩子成为神童,就是教育的目的吗?家长都望子成龙、望女成凤,但培训机构兜售的表演性技能,究竟对他们漫长的人生道路有何作用?让孩子自己去探索,去体验吧,也要允许他们失败,允许他们普通。不要用非理性的方式解决教育焦虑,也不要拉着孩子一起成为科学的反叛者。

骗子机构需要监管,但家长,也需要调整心态。否则,下次若骗子换了一套话术,他们还会再次入坑。来源:科技日报



上海『月色经济』放大国庆消费能级

这个国庆黄金周,市民游客的夜间体验有了更多选择:可以在外滩一睹灯光秀,然后去南京路步行街“买买买”;可以去豫园走一走,然后在“舌尖上的江南”遍尝美食;也可以另辟蹊径,去瑞虹天地感受“英伦之夜”,或在万象城嘉年华体验“不打烊”的无边月色。

随着上海夜间消费区域增多、布局渐优,月色经济在国庆长假期间迎来一轮集体爆发,不仅放大了国庆期间的消费能级,也为上海增添了经济新动能。

老牌地标:夜间经济成绩亮眼

每年国庆长假期间,豫园商城和南京路步行街都是游客青睐的夜间消费场景。今年国庆前夕,豫园商城内多店开业,无论是老店新张还是新店亮相,都为漫步豫园增加了更多亮色。

“今年豫园的一大亮点是打造了总面积约2000平方米的‘舌尖上的江南’,国庆黄金周期间,日客流量达到5万人次。”豫园商场相关负责人介绍,“舌尖上的江南”整体划分为盛世、游园、夜宴及鸟笼四个区域,分别融合招幌、花窗、灯笼及鸟笼四个江南文化符号呼应不同区域的不同主题,再现旧时江南文化盛景。店内共有21个档口,涵盖上海、江苏、浙江等江南地区丰富的传统地方美食,如老上海葱油饼、三鲜鸡子粿、扬州炒饭、狮子头、南京老鸭粉丝汤、绍兴黄酒等,让海内外游客在豫园尝遍华东各地美食。

历时半年闭店升级的绿波廊,也在国庆前夕重新亮相。记者看到,升级后的绿波廊外观修旧如旧,保持原有仿明清建筑风格不变,内部则焕然一新,以典雅亮丽的新中式风格迎接各方宾客到来。

第一百货商业中心这两天客流如织。营销部副经理周炯透露,店内的优惠活动使得国内外差价不断缩小,今年国庆假期客流同比增加20%左右,很多游客白天逛完景点,晚上就来这里“血拼”。街对面的上海世茂广场也是成绩喜人,负责人告诉记者,该店10月2日单日销售突破1300万元,同比增长158%,其中22家店铺业绩刷新历史新高纪录。

新晋“网红”:崭露头角特色鲜明

根据虹口区相关规划,北外滩、虹口足球场、瑞虹天地三大商圈将打造跨界消费特色示范区,成为发展区域夜间经济的重要抓手。在国庆假期,一场“幻乐英伦之旅”就在瑞虹天地持续进行中,英伦摇滚乐队、滑稽卓别林小丑、英国大兵管弦乐队等美妙碰撞点燃每一个艺术之夜。虹口区商务委主任许勤告诉记者,北外滩夜间经济在国庆期间也有体现,在白玉兰广场,汉服舞蹈秀、小丑嘉年华等节目在夜色中精彩上演,而附近的30年代生活广场和月亮湾,大量商户将营业时间延至次日凌晨1点。

国庆假期,万象城嘉年华也打造了“全天候不打烊”购物模式,并在吴中路商圈形成集音乐、喷泉、美食、休闲、社交于一体的夜间文化特色。长假期间,区域内苏宁小店、苏宁超市、苏鲜生也同时打造“夜间不打烊”专场,同时提供苏宁影城夜场观影等特惠权益。来源:文汇报

值守



节日里,外白渡桥、外滩、南京东路、豫园等沪上著名景区大客流如期而至。黄浦、虹口等公安分局组织警力坚守岗位,采取屯兵街面、叠加式巡逻、定点驻守等方式,提升社会面防控力度,全力确保群众度过一个平安、

祥和的国庆长假。图为上海市公安局“百家标兵”称号获得者、黄浦公安交通民警黄俊在南京东路外滩街口指挥疏导。

来源:文汇报

游客2570万人次 同比增48%

上海旅游节圆满落幕,100余项活动让人流连忘返

在沉浸式魔术音乐剧唯美的表演中,为期23天的上海旅游节圆满落幕。10月6日晚,2019年上海旅游节提交出一份亮丽的答卷:9月14日至10月6日,接待市民游客2570万人次,同比增长48%。

今年,上海旅游节紧紧围绕庆祝中华人民共和国成立70周年主题,结合上海旅游节举办30周年的契机,贯彻落实好市委市政府“大民生、大平台、大展示”的指示要求,推出七大板块100项活动,全力打响上海“四大品牌”。

惠民利民优惠多 今年,参加旅游节半价优惠的景区有79家,为历年最多;“银联商旅文惠民活动”“市民休闲好去处”等一系列活动,让惠民利民成为旅游节的温暖底色。

“乡村民宿体验周”吸引了众多向往生态自然的居民。市文旅局发布39家星级民宿,多个在线旅游平台上线乡村旅游产品,带领市民体验乡野乐趣。

“看大戏、游上海”活动进入新高潮。市文旅局发布了

“看大戏,游上海”秋季版的40条主题线路,为游客定制一份完整的文旅体验。

挖掘资源聚人气 今年,上海旅游节打响“上海文化”品牌,聚焦红色旅游,聚焦历史文化名镇,由点及面,挖掘同城旅游资源。黄浦、静安、徐汇、长宁、虹口、杨浦等区挖掘建筑背后的故事,推出87条阅读建筑微旅行线路。10条最新发布的工业旅游线路,聚焦上海著名的工业品牌和高科技工业领域,也吸引了不少人气。

友好使者传故事 今年,包括俄罗斯、捷克、乌克兰、波兰等10个国家和地区在内的1500名表演者参加上海旅游节开幕大巡游;表演团还在上海市6个区、17个公共场所进行了70余场公众演出。据不完全统计,自上海旅游节举办以来,累计有3万余人次的外国表演团队成员及其家属来沪。他们用亲身体验,向世界讲述上海故事、传播中国声音。来源:新民晚报