

新时代需要怎样的交响乐,成为亟待探讨的问题

为何全世界作曲系学生写出来的作品都差不多

■本报记者 李硕

说到中国的交响乐作品,很多人耳熟能详的仍然是《梁祝》《红旗颂》等。与它们的久演不衰相比,近一段时间以来,兼顾大众口味与高超技巧的音乐作品却少之又少。

在国家开始大力扶持和关注交响乐创作的背景下,新时代需要怎样的交响乐,成为亟待探讨的问题。

日前,“新时代的交响乐论坛”在沪举行,中国音乐家协会主席叶小钢提出:“新时代的交响乐作品应该具备历史的高度、思想的高度和人民欣赏的高度。”上海音乐学院教授赵光则提醒,一味追求标新立异,只会让“全世界作曲系的学生写出的作品听起来都是一个样”,把交响乐的创作之路越走越窄。

交响乐做出来一百部,有五部成功就可以了

通俗易懂,旋律优美,是音乐作品被大众广泛接受的重要原因。对于当下的交响乐而言,叶小钢认为受众面广是十分重要的衡量标准,听的人越多越好。

“因为我们的人口庞大,文化程度参差不齐,所以需要一些能够引起最大公约数的音乐作品来获得更多关注。如果一部交响乐出来大家都听不懂,受众面不广,影响力也会受到限制。”

著名指挥家陈燮阳也认为,作曲不能纯粹玩弄技巧,许多国际比赛、作曲比赛要求“出新”,同时追求高超的技术,但是普通听众很难接受。交响乐本身就是“难懂”的艺术,如果在作曲上刻意追求“听不懂”“难演奏”,净写些虚无缥缈、毫

无立意的题材,就是真正脱离了大多数的听众。与此同时,抓住时代的机遇,不光要把中国的音乐文化用来惠民,更要推向世界,对世界文化做出贡献。在叶小钢看来,相对于我国庞大的经济体量而言,人均所占有的文化资源仍然较低,“在德国等一些发达的欧洲国家,哪怕是一个二三十万人口的小镇,就有一个乐团,甚至都有歌剧院”。

所以,新时代的交响乐,需要“狂推”“狂做”。叶小钢说,代表中国当代声音的交响乐作品,恰逢其时,也是时代机遇所需,“我们做出来一百部,有五部成功就可以了”。

一味追求标新立异,会导致交响乐创作的窄化

谈及对新时代的交响乐发展,多

数音乐人有着乐观的期许,大家都认为:“能够反映我们文化精神,民族历史,精神风貌的艺术作品有很大的发展空间。”

然而,“作曲家不能一味追求标新立异”,这一点也已成为诸多知名音乐教授的共识。上海音乐学院作曲系教授赵光指出,或一味地追求先锋、实验,或个人炫技,结果是“全世界作曲系的学生写出的作品听起来都是一个样”,无论他们是在丹麦、美国还是中国。由此导致的结果,是交响乐创作日益窄化。

创作交响乐不是闭门造车,做小白鼠实验,而是需要走出去。以叶小钢本人为例,他先后去过18次西藏,这些采风感受给予了他无穷的音乐灵感。深入人民,深入祖国大地,去走过那里的路才能真正体会那里的文化,一点一滴记录艺术上的成熟,叶小钢说。

八部影片单日票房过千万

本报讯(记者李硕)根据最新的票房统计显示,上周六,有八部影片的单日票房过千万,记者发现,其中五部的网络评分超过了7.2,被影评界认为实现了票房和口碑的“同步”。

相比以往多由一两部影片“垄断”周末票房,如此之多高分且高票房的影片在周末同台竞技并不多见。有评论认为,找准观众更加丰富的观影需求,针对不同的人群推出类型化的影片,已经成为电影市场在做大蛋糕之后,如何更有效切割的一种手段。一方面,高质量国产电影的价值被市场认可,呈现出口碑带动票房的效应。领跑周末国产电影票房的是上映11天的《无间道》,从上周五到周日的三天里拿下1.5亿元票房,对比首周票房成绩,可以画出一条明显上扬的曲线。而以往很多影片如果首周末票房不利,就很难有翻身的机会。

值得关注的是,上周末新上映的影片中,王凯、王大陆等参演的《英雄本色2018》,李冰冰、吴尊等参演的《谜巢》两部影片,虽然周六票房过千万,却在周日跌出千万。有评论认为,这与影片的口碑有关。两者评分都在六分以下,这说明仅拥有“流量明星”的影片已经很难成为观众进入影院时的首选。

什么是美——不妨从“艺术史”中找答案

“艺术史名著译丛”计划五年内推出50种

■本报记者 许畅

审美教育在当下的重要性正愈发凸显——什么是美?对美的不同认知投射出怎样的社会光谱?当艺术史被置于广阔社会背景下进行考量时,围绕艺术的一系列命题引发学界广泛关注。“艺术史”虽诞生不到两百年,但在学术史上的影响是不可估量的。在艺术史学者范景中看来,多个学科领域研究到最后,都会从不同程度向图像或向艺术靠拢,光是在比较文学领域,美术史大家潘诺夫斯基的书就是比较文学学者绕不过去的必读之作。

在沪举办的“何香凝美术馆·艺术史名著译丛”出版座谈会上,多位学者、翻译家共议,相关书籍的出版将为艺术史研究者、爱好者带来全新的视野和丰富的学术资源,对中国艺术史和相关学科产生深远影响,推动“艺术史”越来越走向社会,生活也越来越艺术化。

以“艺术史名著译丛”为例,这套丛书由商务印书馆引进,计划五年内出版50种,目前已推出了《艺术史与鉴赏》《美术学院的历史》《艺术批评史》《美术史的实践和方法问题》《历史及其图像》等八部。

许多领域研究都从不同程度向图像或向艺术靠拢

在复旦大学中文系教授戴燕看来,艺术史产生的学术影响是不可估量的,艺术史其实与历史、文学等学科有诸多相通之处。丛书主编、中国美术学院教授范景中解释说,比如在比较文学领域,美术史大家潘诺夫斯基的书就是比较文学学者的必读之作。“如果说人类文明由文字与图像组成,那关注图像实际上就是关注艺术史。许多领域研究都从不同程度向图像或向艺术靠拢,艺术史最终会成为聚焦点。”

“艺术史名著译丛”是一套系统介绍西方艺术史和艺术史的丛书,精选瓦尔堡、潘诺夫斯基、贡布希等著名西方艺术史研究学者经典论著,由资深艺术史研究者和中青年译者共同翻译完成,自2014年由何香凝美术馆和商务印书馆合作开展。丛书力图全景式呈现现代西方艺术史一个多世纪来的面貌和形态。

范景中回忆他的阅读之路时发现,上世纪80年代,商务印书馆出版的那套“汉译世界学术名著丛书”影响了中国几代学人。当时他颇感遗憾的地方在于,“这套按哲学、经济、历史等科目分类的丛书,鲜少艺术史方面的书籍”,有一本至今研究文艺复兴离不开的《意大利文艺复兴时期的文化》,还是在历史学科分类中。因此,有业内人士指出,“艺术史名著译丛”可视为“汉译世界学术名著丛书”的有力补充,也是在艺术史学领域的延续。

不同历史时期的艺术故事,对当下仍具启发

上海师范大学人文与传播学院院长陈恒谈到,系统梳理研究域外有影响力的艺术史文献资源,对于当下中国学界具有可借鉴的启示意义。

比如《造假:艺术与伪造的权术》一书堪称关于艺术造假的里程碑式著作,作者伊恩·海伍德从伪造的概念入手,引发出西方艺术界跌宕起伏的伪造奇观,迫使人们重新审视艺术世界里充满悖论、不确定性以及新的挑战。艺术界和文学界经历了瞒天过海、层出不穷的伪作与赝品的横行,书中分析伪造的动机,追溯伪造的历史,并提出一个基本问题:赝品仅仅是一件复制品,还是它也体现了一个制作流程的重要网络,而这一网络挑战了艺术品原创性的浪漫化观点?

伊恩·海伍德从刑法这一严肃角度,提到早在1777年威廉·多德伪造价值为4200英镑的支票被处死刑。但译者、中国美术学院副教授殷凌云指出,据《唐国史补》记载在中国古代就有“蕃商有以欺诈人牢狱者”。“因各种利益所诱伪造一直与人类相伴,而在当前大数据时代,在艺术品市场发展之际,对于伪造与赝品的探讨,极具启发价值。”他说。

“王国维赞赏宋代学者的研究,说他们代表了学术高峰,因为宋代学者既带有研究的眼光,也带有观赏的眼光。陈寅恪审阅冯友兰《中国哲学史大纲》时,特别提出要研究的眼光跟艺术家鉴赏的眼光结合起来。梁启超建议年轻学者要做做绘画史研究。”在范景中看来,清华国学院四导师中三位的言论都指向了艺术史,艺术史在文明中的重要作用,会随着中国学术水平的提高而日益受到重视。

将中国戏曲元素融入现代话剧舞台

古琴悠悠,《广陵散》再现魏晋风骨

本报讯(记者童薇菁 实习生沈裕)原创话剧《广陵散》的演出前天在上海东方艺术中心落下帷幕。该剧以中国古代“竹林七贤”的故事为蓝本,有多名民乐和戏曲演员加盟,再现魏晋时期文人的独特神韵。

魏晋名士纵情山水、特立独行、才华横溢、淡泊名利,以其超拔洒脱的独特风范名垂青史。魏晋风骨历来为人景仰,而关于这批历史人物,在话剧舞台上的表现并不多。此次来沪的话剧《广陵散》为国家艺术基金资助项目,该剧艺术总监徐瑛特邀具有深厚戏曲功底

的周龙担任导演,将中国戏曲元素融入现代话剧舞台之中,以深度发掘中国美学特色。李剑、刘子蔚、姜亦琳等众多戏曲演员加盟,将戏曲表演中的形体、念白、吟唱等手法糅入其中,打造魏晋名士群像,别具一格。周龙告诉记者:“将戏曲美学融入话剧创作中是为了探索话剧表演艺术与戏曲表演艺术的最佳契合点。”

此外,由作曲家郭文景操刀的《广陵散》现场配乐也是该剧一大亮点:悠扬的古琴、高亢的唢呐、婉转的阮弦,交织出一个可闻可品的魏晋时代。



原创话剧《广陵散》以中国古代“竹林七贤”的故事为蓝本,舞美造型呈现浓郁的古典气象。(出品方供图)

代表中国参加蒙特卡罗国际马戏节,上演《突破一抖杠》《攀登—集体造型》

上海杂技团再次问鼎“金小丑”

本报讯(记者徐璐明)摩纳哥当地时间1月22日,第42届蒙特卡罗国际马戏节比赛评委会主席宣布,上海杂技团凭借《突破一抖杠》《攀登—集体造型》的优异表现,获本届比赛最高奖——“金小丑”奖。这是上海杂技团在2012年36届蒙特卡罗国际马戏节上首获“金小丑”奖后,再次问鼎代表世界杂技马戏最高水平的奖项。

参赛的《突破一抖杠》《攀登—集体造型》是上海杂技团打磨多年的经典作品,曾分别夺得第15届莫斯科国际马戏艺术节金象奖、第三届中国国际马戏节金虎奖及第十届中国杂技金菊奖等奖项。这两个节目最早出现在2013年为法国著名的凤凰马戏公司委约创作的作品《十二生肖》中。《十二生肖》曾在巴黎驻场演出76场,在同一演出季的15台马戏杂技节目中观众人数最多。演而优则赛,经市场磨砺的这两个节目,融入了更多中国传统文化元素。此次出行前,杂技团对节目进行了精修,技巧难度又有了进一步的提高。

业内人士告诉记者,这两个节目既强调观赏性更重技巧,比的就是谁的节目能把高难度融入优美的表演之中。抖杠的表演形式源自俄罗斯,负责腾空表演的演员在一个类似平衡木般宽的弹性“长扁担”上起跳,表演空中对飞、空中后空翻四周等一连串翻腾动作,并再次回到杠上。要想完成整套表演,需要抖杠人与“飞人”演员的默契配合——在迅速移动中,他们必须保证演员每次都落在杠子的中间,而且杠面要与地面保持水平。上海杂技团在经典的单杠表演基础上进行创新,在抖杠表演一根杠的基础上,采用



《攀登—集体造型》超高难度的动作让人赞叹不已。

(上海杂技团供图)

“双杠”“三杠连接”的表演模式,让腾空表演的演员在不同的杠上“穿越”。

上海杂技团团团长俞亦刚告诉记者,这次抖杠节目本来安排了两位主要演员负责空中动作。其中一位原计划挑战顶尖高难度抖杠技巧——在杠上团身空翻四周。遗憾的是,这位演员在赛前排练时意外受伤。组委会一度以为这个节目将无法参赛。此时,另一位演员临危受命,增加了平时很少训练的动作,最后单独完成了比赛。

在《攀登—集体造型》节目中,杂技团参赛时增加了一个女演员,使“人塔”又多了一层,这使得技巧难度大幅

提高。五层人塔,总计九个演员,都用手倒立支撑,互为平衡的支点,这意味着任何一人出现闪失,人塔就会坍塌。超高难度的动作让台下各国专业人士赞叹不已,直呼“不可思议”。

今年恰逢马戏诞生250周年,摩纳哥国际马戏节组委会以“奥林匹克之炬”为主题,举办一系列活动,第42届蒙特卡罗国际马戏节比赛是重中之重。为此,马戏节副主席、艺术总监皮尔斯,早在两年前就开始在世界各地赛场挑选节目。上海杂技团就是皮尔斯在观看第三届中国国际马戏节比赛后,当场邀请的。蒙特卡罗国际马戏节组委会

成员表示,此次比赛竞争相当激烈,来自俄罗斯、罗马尼亚、法国、德国、美国、加拿大、中国等国家和地区的34个杂技、驯兽及滑稽等类别的参赛节目无一不是各领域的精品之作。代表中国的上海杂技团能够夺冠,关键在于两个参赛节目的艺术原创性、表演形式的突破、超高技巧的稳定发挥,以及拼搏精神。

据悉,当地时间1月23日晚,蒙特卡罗国际马戏节将举行颁奖典礼,届时摩纳哥王室成员将为演员颁发象征国际杂技比赛最高荣誉的“金小丑”奖杯。

进入存量竞争阶段,行业天花板初现端倪

“剩者为王”?直播行业一年消失公司近百家

■本报记者 卫中

截至2017年末,全国共有约200家公司开展或从事网络表演(直播)业务,较2016年减少近百家,相对于2011年则减少400家。上周,在北京举办的中国网络表演(直播)行业高峰论坛公布了《2017中国网络表演(直播)行业报告》,报告中“一年减少近百家公司”的数据,让业界不得不面对“直播行业这把虚火虽旺,但还能烧多久”的问题。

“人气”?“人数”?直播行业水分有多大

随便打开一个直播平台,在主播的页面下显示的数字动辄几十万乃至几百万,重大综艺活动时收看数字可达上千万,而某网站更是闹出过13亿人同时在线收看一款游戏的笑话。有媒体报道,夜间高峰期各大直播平台上,某一款游戏的在线观众累计就达到3500万人之多,换言之全国有2.5%的人在同一时间观看这款游戏的直播,如果再加上其他游戏和类型直播,这些观众数字的夸张程度恐怕让人无法直视。直播平台的观众人数有水分已经成为业内共识,所要讨论的问题无非就是水分多少。

对于外界的质疑,直播平台声称

■2017年我国网络表演(直播)市场整体营收规模达到304.5亿元,比2016年增长39%。有业界人士谈到,高速增长“营收”数字看起来很好,然而到目前为止还没有哪家直播平台公布自己的经营利润

■互联网从不缺资本风口,从当年的网页游戏、微博、团购、打车软件等来看,起风的时候行业繁荣风光无限,但最终风停的时候往往一片狼藉。2017年行业报告显示一年内减少了近百家直播公司,在可以预料的将来会有更多直播公司消失,曾经门派众多的直播行业开始了“剩者为王”时代

显示的数字是“人气”而非“人数”,“人气”是通过人数、礼物、弹幕等一系列网站自己掌握的公式换算得出的。但为何使用自己内部发明的“人气”而非简单直观的“人数”,原因不言而喻。

直播行业发展到今天,大量中小直播公司的真实用户数量已经微乎其微,不管平台如何几十倍放大“人气”,但后台看到的真实人数足以让很多投资者萌生退意。直播行业目前已经进入明显的存量竞争阶段,众多消失的中小直播公司让出空间维持了大型公司的发展。

只谈营收不提利润:免费收看依旧是主流

2017年我国网络表演(直播)市场整体营收规模达到304.5亿元,比2016年

增长39%。有业界人士谈到,高速增长“营收”数字看起来很好,然而到目前为止还没有哪家直播平台公布自己的经营利润

吞噬直播行业利润的主要是为了签约人气主播而支付的高额薪水。随着直播行业的繁荣,主播与公司的议价能力越来越强,很多人气主播背后有专业的经纪公司运作,因此在与直播平台议价时也更具专业化。直播公司需要人气主播去吸引用户的流量,再用流量数据去获得一笔融资,因此许多人气主播在与直播公司谈判时已经可以“客大欺店”。

一方面成本开支无法节流,另一方面却是开源有限。从“报告”中的数据来看,目前直播行业主要的流量来源是游戏直播,主要的营收方式是观众打赏。收看直播的观众中不乏一掷几十万元的

“土豪”,但绝大部分仍是免费观看的观众。直播公司期待互联网行业“长尾”的特征能形成大量小额打赏用户,覆盖公司的运营成本,但从目前效果来看要盈利仍是遥遥无期。

行业天花板若隐若现:现在不看直播的人以后也不会看

与许多人认知不同的是,直播已经不能再算一个新兴行业,而是一个高度成熟的市场。直播领域细分门类完善,该锁定的目标人群也已经大多锁定。但目前对直播不太感兴趣的人群,将来也不太可能被发展成为直播观众。这是一个典型的互联网行业:扩张迅速,成长、成熟周期短,现在已经开始迈向收割期。最近有消息称某家领军直播公司已经开始谋划上市,而一个行业里的领军企业一旦开始IPO,那么资本市场对整个行业的想象力也就开始回归现实世界。

互联网从不缺资本风口,从当年的网页游戏、微博、团购、打车软件等来看,起风的时候行业繁荣风光无限,但最终风停的时候往往一片狼藉。今年的“报告”显示一年内减少了近百家直播公司,在可以预料的将来会有更多直播公司消失,曾经门派众多的直播行业开始了“剩者为王”时代。