

老字号革故鼎新,焕发新活力

海派工艺填补民族乐器“低音拉弦”空白

上海民族乐器一厂推动中国乐器文化“创造性转化,创新性发展”

本报讯 (记者吴钰)“中国民族乐队有近三分之一是西洋乐器,指挥和作曲家很无奈,一写低音就没人,怎么办?”这一长期困扰大型民族管弦乐团的难题,终于破解。昨日,上海民族乐器一厂新研制的六角形民族低音拉弦乐器和瓷瓶形民族低音拉弦乐器正式面世,新型民族低音拉弦乐器有效扩充了民族乐器的低音声部,在上海乃至中国民族乐器当代史上写出浓重一笔——将民族乐器制作与当代文化相融,推动中国乐器文化实现“创造性转化,创新性发展”,为中国民族音乐在世界舞台上的历史弥新“保驾护航”。

民族低音乐器研发长期以来是国内乐团和乐器厂“赶考”的方向,曾推出过拉阮、大琵琶、低音胡琴等几代乐器,但在推广和使用中仍存在困难。民乐高音声部中,二胡、扬琴、琵琶、唢呐等都来自不同的地域文化,具有很

强的风格色彩,难度在于低音声部如何承载这些丰富的“个性”。传统民族乐器中低音拉弦乐器的空白,让民族管弦乐团不得不采用大提琴、贝斯等西洋乐器。上世纪70年代,上海音乐学院杨雨森先生曾与上海民族乐器一厂合作研制“革胡”,一度为各大院团使用,但因声学系统不完善及巨蟒皮的环保问题,使用毕竟受限。香港中乐团后尝试以人造革替代巨蟒皮,然而弦乐化的音色也失去了民族乐的颗粒感,生动性不强。既要保留民族乐器的优势,又要与发声原理各不相同的其他乐器配合、衔接舒适,研发非常不易。

昨天发布会现场,两位演奏家用新研发的瓷瓶形民族低音拉弦乐器(简称大瓷琴)和六角形民族低音拉弦乐器(简称倍瓷琴),演奏了一曲《花儿为什么这样红》,桐木音板深沉浑厚的共鸣。作曲家、指挥家朱晓谷听后评价,大瓷

琴和倍瓷琴的音色质感与众不同,较大提琴扎实的共鸣来说,更为舒展、柔和。

“中国大瓷琴”的琴头设计形似白玉兰,展示了海派工艺之美。上海艺术研究所研究员陈浩介绍说,这个创新产品是上海产、学、研合力推进的结果。2015年,在上海市文化广播影视管理局、上海艺术研究所与上海民族乐器一厂的支持下,上海民族乐器一厂首席技师张建平的多年研制终于到了出结果的时候,人们看到了这个六角形、瓷瓶形两款民族低音拉弦乐器。此乐器在制作材料、形状和音色三方面都与西洋乐器不同,更适应中国民族管弦乐队的音场设置;特殊的指板安装,可用于解放琴弓、脱手拨弦;桥码的设计,则解决了擦弦点的距离问题。据悉,上海民族乐器一厂已为新一代的民族低音拉弦乐器申请了发明专利与实用新型专利。



上海民族乐团陆斌、江珊现场奏响倍瓷琴和大瓷琴。(上海民族乐器一厂供图)

上海交响乐团新乐季“有机古典”主题充满创意——

让新鲜和营养,从音乐里“逆”出来

■本报记者 姜方

在上海交响乐团昨天发布的2018-2019乐季74场音乐会演出排片表上,阿依达的名字让人眼前一亮。这位刚在俄罗斯世界杯开幕式上让全球瞩目的女高音——阿依达·加里富林纳将与余隆及上交共同演绎《布兰诗歌》,为柏林德意志留声机公司120周年庆典音乐会预演。

当然,新乐季中令人兴奋的远不止阿依达,成名60载的钢琴家阿格里奇将首次来沪……首演无疑是最佳吸睛点,只是当人们慢慢习惯使用“名家天团”“舞台经典”等词汇来形容和传播古典音乐时,稍微不慎就会显得有些乏味。此次,上交新乐季以“有机古典”为主题——希望找回音乐本该有的趣味,让新鲜和营养“逆”出来,滋养无数乐迷,渗入这座城市的艺术氛围。

上海交响乐团团长周平告诉记者,新乐季从外到内都体现出“新鲜有料”。“比如这次主视觉海报就以一系列天然、诱人的食材为主题,正如我们希望上交的每场演出,都能注重音乐本质与观众体验,将乐季打造成可比肩世界顶尖乐团、艺术标识鲜明的文化品牌。”

追求艺术家和曲目的新鲜度,打造音乐季品牌核心竞争力

来自上交本团的44场演出以及30场引进项目,将涵盖交响乐、歌剧、室内乐和跨界演出等多种类型,上演古典与前沿并存、能平衡新老乐迷需要的音乐会。一系列从未或极少访沪的古典乐坛知名艺术家与团体,将在上交新乐季中闪耀登场;上海观众还将有机会聆听全球范围内当红或最新的制作。

成名60载的钢琴家阿格里奇将首次来沪,与指挥家迪图瓦带来理查·施特劳斯、李斯特、圣-桑等人的代表作。以色列爱乐乐团的“新掌门”沙尼·疏森节日乐团都将首访上海;而业界口碑最佳的克利夫兰乐团,将时隔20年后再度



①钢琴家阿格里奇将于上交新乐季首次来沪演出。②不久前刚在俄罗斯世界杯开幕式上一炮而红的女高音阿依达·加里富林纳,将与余隆及上交共同以《布兰诗歌》为柏林德意志留声机公司120周年庆典音乐会预演。(均资料照片)

来沪;古乐指挥大师赫维赫、芬兰指挥大师尤卡·佩卡·萨拉斯特都将首次执棒上交。

在曲目上,最引人瞩目的当属歌剧《切肤之痛》将迎来中国首演。该作被外媒誉为“近20年来最出色的歌剧之一”,作曲家乔治·本杰明有着细腻的管弦乐作曲能力,他曾与陈其钢同时师从梅西安。据上交节目总监王晓霞介绍,《切肤之痛》是一部颇具先锋性色彩的作品,但他对这个项目充满信心。“过去这些年来,本杰明引进或上演一些比较艰涩的作品,比如2015年美国极简主义作曲家史蒂夫·莱奇曾亮相夏季音乐节,而当时音乐会的门票开演前几周就已售罄。”足见,视野广阔的上海观众也在反哺更多优质音乐演出的诞生,使音乐成为代表城市进步的声音。

此外,钢琴家埃莱娜·格里莫、鲁道夫·布赫宾德,小提琴家列奥尼达斯·卡瓦克斯、瓦季姆·列宾,指挥家奥斯莫·万斯卡、雅切克·卡斯普契克等将一一亮相。中国男、吕绍嘉、水蓝、李心草、王健、张昊辰、孟萌、杨天娟、庄东杰、曾宇谦等中国艺术家也将献上拿手曲目。

让新乐季成为推出中国原创作品的重要阵地

上交音乐季也是推出中国原创作品的重要阵地。此次上交委约首位华人普利策奖得主周龙创作的《山海经》,将进行全球首演。该作以中华神话为基础,旨在凸显中国传统文化的独特魅力。此外,上交还委约叶小纲重新改编歌剧

《咏别》,最终将以交响组曲的形式呈现在观众面前,充分挖掘同一主题不同题材的展现方式。

获得第60届格莱美奖最佳当代古典音乐作曲奖提名的《乐队协奏曲》也将亮相新乐季,作曲家周天是格莱美该单元奖项首次提名的华人。陈其钢的大提琴协奏曲《逝去的时光》以古琴曲梅花三弄为主题,由法国国家管弦乐团完成世界首演,届时大提琴家王健将演绎这部多次登台国际的作品。同时,赵季平的《乔家大院》也会与观众见面。

值得一提的是,近年来除了中国作曲家热衷于弘扬民族文化,外国作曲家也在展现他们对中华传统文化的理解。波兰作曲家潘德列茨基以中国古典诗词为灵感而作的《第六交响曲“中国诗歌”》,就将在新乐季中呈现别样的中国风情。

文汇报评

『选』出来的到底是超级偶像还是超级销售

黄启哲

最近,两台偶像养成网络综艺的热播,让不看节目的人也学会一个新词——Pick。节目里少男少女跳着青春步伐,对着镜头喊话——Pick me up(选我选我);网络上,是粉丝催枯拉朽地拉票——Pick一下我家小哥哥小姐姐。一时间,如果不Pick一下谁,好像就失去了对热门话题的发言权。

可别以为Pick只在青少年粉丝圈流行,就连不少打着“调查”旗号追着节目的业界人士也感慨,这种选秀养成节目有种神奇的吸引力。眼见着节目拖沓、剪辑混乱、选手素质参差不齐,可一旦看进去,就很难不被这波收视热潮裹挟。看着一个个年轻的面孔逐渐成为全网热门话题,从集体宿舍生活、到排练比赛等事无巨细地在聚光灯下被展示、议论,甚至与自己有相似境遇或个性的选手产生某种心理投射——为他们的打拼故事而感动落泪,随他们的名次上下而忐忑揪心,被他们的喜怒哀乐而时时牵动。

于是,有了年龄身材长相缺乏竞争力的某个女生在阶段性投票中一夜登顶;有了唱歌走调、跳舞踩不准节拍、心理素质欠佳的某个女生直入三甲——各种充满戏剧性和争议性的一夜而红,一边让人惊呼“看不懂”,一边在“Pick”“Pick”的喧嚣声中,收割着越来越高的收视率和话题热度。

只是,Pick仅有心动是不够的——为偶像摇旗呐喊,是要花上真金白银的。一张网络疯传的图表中可见,仅仅是在《创造101》决赛周期,前22名选手的粉丝投票累积花费超过4160万元,而把时间拉长至比赛开始,粉丝为Pick所花费的金额更是难以计数。

而这还仅仅是节目的投票通道。此前某综艺节目出道的小男生迅速代言了某品牌香水,并实时显示九个偶像各自粉丝购买香水数量排名,引发粉丝非理性消费“打榜”。更有没出道的姑娘们已背上诸多销售任务,并点名“要成为某广告代言人,还得看粉丝购买产品数量”。五花八门的营销手段蜂拥而至,圈钱速度之快、变现要求之迫切,不禁让人想问,选出来的到底是超级偶像还是超级销售?

最终,在这场疯狂圈钱的游戏里,这些所谓偶像都成了经纪公司、节目平台的敛财利器,留给他们的还有多少健康成长与自我提升的空间?恐怕他们自己也已经没有了Pick的权力。

上综艺、出漫画、学老戏,探索创新与踏实继承都为让年轻人真正亲近并爱上传统戏曲

王珮瑜:明星、学生、老板,三重身份为京剧“忙到飞起”

为幸福而奋斗 因奋斗而幸福

■本报记者 黄启哲

苏州生人王珮瑜,十四岁来上海学戏,学戏十年间,拿下梅花奖,是当今余派坤生最杰出的代表之一。

可她最近几年做的,远比过去几十年所做所得动静更大:频频在综艺露脸,用时尚包装京剧,她是明星王珮瑜;台前幕后致力挖掘老戏,为日后留下更多的传承资料,她是学生王珮瑜;她的“瑜音社”工作室,在用漫画、音频课等多种方式推广京剧之余,试图为更多青年戏曲演员拓宽展示平台——她还是老板王珮瑜。

厚积薄发是肯定的,更重要的是,在传统文化传播的路上,她一直走在探索创新的最前头。以“票友”心态奋斗着的王珮瑜固然“忙到飞起”,她也被伴随着的幸福感与获得感时刻包围。

明星王珮瑜

最新写了一篇有关王珮瑜的报道,有位网友说,原来她是京剧的。这要搁在以前,谁不知王珮瑜的京剧余派女老生身份,还有戏迷赞她为“小冬皇(孟小冬)”。可近两年亮相多档热门综艺,让更多普通大众记住了这张儒雅俊秀的脸。把她当做一个脸熟的明星,情有可原。

套用现在的流行语,王珮瑜“出圈”了。戏曲人享受青春偶像般的待遇,王珮瑜算是一个。她有自己粉丝群,密切关注着她的一举一动。不管是有演出还是发唱片,粉丝屡屡创造“秒杀”记录。每逢她公开露面,粉丝打着飞的来看她。王珮瑜感慨:“终于把戏迷的群体向外扩了一点。”犹记得早年间,都是熟面

孔,台上的演员比台下多,“三分之一是老戏迷,三分之一是圈内同行,三分之一是亲友”。

也不是没有困扰。在她的演出现场,举灯牌、高喊“瑜老板我爱你”、为她送上鱼玩偶这样的粉丝举动成了剧场一景。面对更为疯狂的“追星”,她也很难说服自己享受其中。可越是如此,才越发凸显出正确引导年轻人亲近传统文化的必要性。于是,王珮瑜近年来更多地换上了长衫。翻看这几年她所做的内容产品:“京剧其实很好玩”“三分钟京剧小灶”……不光看这些普及京剧产品的名字就知道,她花了许多心思,用更接地气、更流行化的方式,把传统的生旦净丑、四功五法,抽丝剥茧地传递给大众。

“世上只有两种人,一种是喜欢京剧的人,还有一种是还不知道自己喜欢京剧的人。”这是她作为京剧传承者的自信,也是致力完成的一项事业。

学生王珮瑜

这两年和王珮瑜聊得最多的,是老戏。一来濒危老戏的打捞,王珮瑜身体力行,七年来在“余脉相承”这个演出品牌下,硬是为只有“十八张半”存世的余派,扩了几出戏。二来王珮瑜也爱学戏,学一出戏好像会了一门武功。把这些珍贵的老戏重现于舞台,这是她爱上京剧的起点,也是她做推广普及的最终目的。

今年王珮瑜的“余脉相承”骨子老戏展演做到第四季,她给自己定了新学三出戏的目标。这里头,有谭(鑫培)余(叔岩)一脉资深藏家李锡祥压箱底的秘本《汾河湾》,也有昆曲传了三辈只演过一次的《四声猿·骂曹》,还有一出全本《法门寺》,她索性“先斩后奏”,把演出的消息放出去,倒逼老师传授。

回家乡学昆曲的那天,临行前王珮瑜拐进一家面馆,吃了碗念叨一路的三鲜面。这趟六小

时的苏州之旅,说是学戏,其实也是回家,让她仿佛回到学生时代,“学学戏,吃点好吃的,好得不得了。”随着年纪渐长,吃食里的乡愁也跟着滋长。就好像对骨子老戏的执着,这里头的羁绊,说不清道不明。

老板王珮瑜

身份多了,王珮瑜的事务也庞杂起来。如今她的团队日益壮大;为她拍摄小视频,时时向关心她的朋友更新“生活点滴”;为她设计卡通形象;为她打点造型、安排行程,甚至为她的身体健康操心。在商业上,她也是名符其实的“瑜老板”。

可许多事还是得她亲力亲为。去苏州学戏,她自己开车来回——不必要的排场省去,一分一毫都要花在戏上。一路上,光是用什么名字在社交媒体连载她的“三分钟京剧小灶”,她和助理讨论了半个小时。最后,谁也没能说服谁——回去开会讨论。没有人知道为了这些看似琐碎的事情,团队要开多少会。可对王珮瑜来说,不管是她个人,还是这些精心制作的京剧普及产品,都是要好好经营、长远规划的品牌,来不得一点马虎。

她还尝试帮助更多的同行。就在最近,她出资为梅派青衣田慧做了张唱片,还为田慧打造了一整套以青衣行为核心的京剧普及课件。当年自己摸着石头过河,她希望同行的路能更好走。把京剧推送给更多年轻人,不能是王珮瑜一个人的孤军奋战。

项目铺得开了,资金投入大了,面临的困难、遭受的误解、遇到的委屈也是成正比的。把自己当成一个票友——谁让咱好这口呢!每到这个时候,王珮瑜都用这句话自我安慰。

是了,以“票友”自居的王珮瑜豁然开朗,所有的奋斗,都源自热爱。所有的奋斗,都通向幸福。



①王珮瑜近照。②王珮瑜在为演出做准备。③王珮瑜在《大探二》中的扮相。(均资料照片)

