

舞剧《孔子》何以吸引年轻人

□本报记者 郑 娜

舞剧《孔子》巡演中有一个可喜的现象：购票观众以“90后”为主，而且很多年轻人是二刷、三刷、四刷甚至五刷。他们助力舞剧《孔子》成为2018年演出行业的“爆款”。

2月27日晚，中国歌剧舞剧院原创民族舞剧《孔子》在国家大剧院迎来第300场演出。作为一部以历史人物为题材、展现中华风韵的舞剧，《孔子》自公演以来成功吸引了海内外一大批年轻观众。

引起观剧热潮

继2月27日晚的第300场纪念演出之后，2月28日至3月3日，舞剧《孔子》又接连在国家大剧院演了4场。由于观众反响强烈，中国歌剧舞剧院在演出结束后都会举办一场主演见面会。

“火爆程度还是超出我们的想象。这部剧的演出时长是90分钟，但签售会能持续120分钟。”中国歌剧舞剧院宣传部门负责人告诉记者。

这已经不是《孔子》第一次超出大家的想象。2018年，舞剧《孔子》在15个城市的37场巡演中，创下了许多纪录。

在广州大剧院演出时，舞剧《孔子》原计划2场演出，票务早早售罄，临时决定加演第3场，开票第二日中午11时再次售罄，加开第4场，两日售罄，一直加演到5场。整个巡演过程场场加开了池座。

此外，舞剧《孔子》巡演中还有一个可喜的现象，那就是购票观众以“90后”为主，而且很多年轻人是二刷、三刷、四刷甚至五刷。他们对舞剧的舞段、音乐、舞美、服化道如数家珍，演出后还会在微信群、微博、豆瓣上热议今天这个舞段与上一次有何不同，服装、动作哪里不一样了。据统计，仅在国内，舞剧《孔子》的固定“铁粉”已近2000人。在2018年北京演艺博览会上，演出商称舞剧《孔子》已成为2018年演出行业的“爆款”。

古典的时尚化

谈及舞剧《孔子》何以受观众，特别是年轻观众喜爱时，中国歌剧舞剧院院长陶诚表示首要原因在于这部作品在艺术表现上是时尚的、现代的、领先的、

前沿的，没有这样的质量很难打动观众。

舞剧《孔子》展现了孔子周游列国的传奇往事，通过“玉人舞”“幽兰操”“采薇舞”等精妙舞蹈编排，串联起孔子参政进谏、周游列国、危困绝粮、弦歌幽兰、晚年归鲁、删改《诗经》、撰写《春秋》等命运线索，探寻其内心“仁、礼”思想的丰富内涵。

由于是以肢体语言来表现孔子与其生活的时代，舞剧《孔子》在舞蹈编排上力求达到真实与想象的结合，虚中有实，实中有虚。开场舞《执羽》，再现了先秦乐舞“羽舞”的宏大场景；为了对应孔子的品级，舞蹈采用“六佾”（六六三十六）规格，将严肃的仪式性祭祀和庄严的宫廷乐舞融为一体，展现先秦舞蹈的礼乐色彩。男子舞蹈《颂贤》，体现了贤士云集、以文会友、作诗唱赋的逍遥场景。舞蹈《礼贤》则体现了国家强盛、各司其位、天地祥和的大同世界理想。女子舞蹈《采薇》，以仕女们曼妙的舞姿，呈现了杨柳青青、生机盎然的动人场景；经典的《玉人》，通过清雅的舞姿表现孔子所言“君子如玉”的理想品德，赞颂了光华内敛、不彰不显的君子人格。

为了充分呈现出作品的思想和意境，《孔子》的舞台以古代文物为基础进行设计，大到壁画，小到桌椅，都力图还原春秋时代的气韵。整部剧的服装也借鉴了战国楚墓出土的彩绘木俑元素，大胆融入现代色彩设计，最终打造出华美而又极具东方古典意蕴的视觉效果。

艺术审美需要引导

这样融合了传统与现代的艺术表现手法，显然更容易贴近当下的观众，让更多年轻人感受到历史人物的伟大，领略到传统文化的美。

观众芷宁就被舞剧《孔子》传递出的中国古典舞的神韵和美感所折服。她认为该剧舞美精心，悦人眼目，男主独舞或深沉恢弘，或洒脱飞扬，女主与群舞曼妙柔美，若云软絮飘，婀娜翩跹，可以用“尽善矣，又尽善也”来形容。

观众“U”表示，这部剧不再把孔子塑造成一位



舞剧《孔子》剧照

圣人，而是一个时而迷茫，时而恍悟的探索者，这点让年轻人很有共鸣。剧中，孔子有人生的低谷，有解不开的难题。他走遍列国，不被认可，穷困潦倒，饥寒交迫，心中迷茫。但面对现实的挫败，他没有颓唐，而是开拓，终于走出了新境界。这种涅槃无疑能激励很多正在奋斗的年轻人。

观众杜女士认为《孔子》是值得多次重复观看的好作品，不仅给人带来赏心悦目的艺术体验，更让人身临其境地了解到中国优秀传统文化。她的观点也说出了许多二刷、三刷、四刷舞剧《孔子》的粉丝的心声。

“年轻人的艺术审美是需要引导的。他们并不是不喜欢传统文化，而是需要有人引导他们喜欢传统文化。”陶诚表示，一部作品只有走进年轻人的心，才有可能成为时代记忆，成为经典，走向艺术高峰。“我们将继续秉承继承与创新的理念，创作舞台艺术精品力作，把传统文化精髓更好地传递给年轻人。”陶诚说。

墙内看花

奥斯卡绽放中国元素

□刘书田

尽管今年的第91届奥斯卡奖被美国媒体认为是“小年”，惊喜不多，悬念不够，但其中频现的“中国元素”却令观众耳目一新。

今年奥斯卡的最大赢家非《绿皮书》莫属。它斩获了最佳影片、最佳男配角、最佳原创剧本3项大奖，其背后的联合出品方之一正是中国的影视公司阿里影业，这是中国资本首次投中奥斯卡最佳电影。

实际上，中国资本在奥斯卡迎来高光时刻并非偶然。中国资本力量正在以另一种方式拿到奥斯卡的入场券——参与电影的上游出品环节。从第88届的《荒野猎人》《聚焦》，到第89届的《爱乐之城》《血战钢锯岭》，越来越多奥斯卡获奖热门影片背后都能看到中国出品方、发行方的身影。近年来，以阿里影业为首的中国文娱影视产业巨头纷纷出海拓展业务，布局海外市场，使得中国资本在海外电影中的存在感越来越强。

今年也是华裔主创面孔亮相奥斯卡红毯最集中的一次。获得奥斯卡最佳纪录长片提名的《滑板少年》由华裔导演刘冰执导，讲述了三名不同民族的滑板少年的青春故事。首次入围奥斯卡提名的中国动画短片《冲破天际》以中国第一代女航天员为原型，讲述了华裔小女孩璐娜在鞋匠爸爸的呵护下追寻太空梦想的故事。而由皮克斯首位华裔女导演石之予执导，饱含中国元素的8分钟短片《包宝宝》摘走最佳动画短片“小金人”，更是将中国元素掀起了高潮。《包宝宝》以隐喻的手法讲述一位华人空巢妈妈收养化为人形的早餐包子当宝宝的故事。影片用充满中国元素的讲述串联起一段具有东方家庭情感色彩的故事，阐释了典型的中国式亲子关系。

其实，中国元素早已是奥斯卡影片的常客。从1979年中国内地选送《阿凡提》开始，到展现中国武侠之美的《卧虎藏龙》，李安导演拿下中国人的第一个奥斯卡最佳外语片奖，成龙成为首位获得奥斯卡终身成就奖的华人。电影搭建起世界文化交流的共通载体。搭上电影发展的国际列车，充分挖掘中国特色文化素材，讲好中国故事，以艺术的方式将中华文化的魅力传播给大众，继续让中国元素在国际文化舞台上绽放异彩，是我们的期待。

by All Market
VITA
COCO
唯他可可椰子水



树上长的水
唯他可可椰子水