

先锋、时尚、新鲜

## 原创儿童剧悄悄“蜕变”

“六一”  
艺话题

本报记者 师文静

手法先锋、舞台丰富  
这是“耐人寻味”的剧

“六一”儿童节期间,山东省话剧院推出原创奇幻儿童剧《咕噜咕噜萌哒》,这是一次大胆的尝试与创新。该剧讲述了一个环保的故事:一群可爱的小精灵生活在“垃圾围城”的空间里,它们捡拾垃圾,保护环境,大家共同解决探险者卷毛带来的“灾难”,共同成长。故事极简,创作者更大胆地抛弃了台词,剧中角色唯一的台词就是“咕噜咕噜萌哒”,它代表了所有的语言和情绪。

编剧、导演赵三强告诉记者,这部原创儿童剧从创意开始就想用先锋的表现手法来呈现,借鉴了小丑剧、肢体剧、默剧、先锋舞蹈等国际流行的戏剧表演形式,舞台语言丰富多彩。“剧中很多表达很有艺术性,比如冰冻舞、垃圾舞、废弃物打击乐,以及由垃圾组合而成的舞台艺术装置等,再加上演员们看似无序实则有序的幽默表演,更接近儿童的观赏、接受习惯。”

“这部剧从爱出发,阐释环保理念。剧中大爱是爱环境、爱地球,也用了很多细节表现母子之间的爱。没有主题先行,一味地给孩子强灌教育理念。”赵三强说,希望这是一部“无用”的、充满想象力的戏,弱化主题教化,但细细品味会觉得很有意思,许多美好的心愿与向往都藏在戏里面。

丰富的表现力是小观众能够感受戏剧魅力的根本。最近几年,济南市儿童艺术剧院创作的《三个和尚》《汉字变变变》等剧,也融入了舞蹈、默剧等元素,多样性的舞台表达,令人耳目一新。《汉字变变变》的编剧王谦告诉记者,运用肢体和木偶表演,淡化剧情,是该剧的创新之处。大量虚拟的手法,让孩子们在快乐有趣的“过家家”中充分了解中国文字的魅力。

如今,常态化演出的儿童剧已成为都市儿童必不可少的文化需求。这些年来,我省儿童剧市场涌现不少优秀剧目,把孩子们吸引到了剧场,进而喜欢上了戏剧。最近,省城的儿童剧正在悄然“变脸”,除了经典童话剧外,还出现了一批优质的创新作品。这些剧目大胆尝试先锋儿童戏剧理念,为孩子们提供了多样化、主题丰富的戏剧选择。

虽然面临挑战  
多样性创新必须坚持

目前的我省儿童剧市场上,最受欢迎的还是《美人鱼》《白雪公主》《小红帽》《灰姑娘》《爱丽丝梦游仙境》《丑小鸭》《青蛙王子》等经典童话改编剧,或者《熊出没》等动漫改编剧。虽然故事有些老,剧目有点儿雷同,但是家长和孩子容易接受。

山东省话剧院副院长董旋称,近十几年来,经典童话剧也是全国儿童剧院的标配。“童话是很多家庭的床头故事,因为接受度非常高,经典童话剧是市场的基础。经典没有错,也没有问题,但是舞台需要丰富多彩。”

尽管去年创作《汉字变变变》时观众有质疑,王谦还是坚持了自己的想法。他告诉记者,吸取先进的儿童教育理念,探索实践新鲜的舞台表现形式,这蕴含了创作者对儿童剧发展的深入思考。

作为先锋戏剧导演,赵三强执导过《青春残酷游戏》《一双眼睛两条河》《且爱》等话剧。对于这部崭新面貌的儿童剧,他还是感觉到了挑战。他说,这部剧对导演、演员甚至灯服道等都有很大的挑战。舞台上演员没有台词了,就需要舞台上的一切元素都会“说话”。该剧尤其要求演员有丰

富的舞台表演形式,演员不单纯地会唱歌、跳舞,也无法拿着剧本背台词,需要有表演方式上的转变,需迅速进入默剧、小丑剧表演的状态。“剧本就给出一个



《咕噜咕噜萌哒》为儿童带来全新的观剧体验。



信息:春天。在春天角色会呈现什么状态呢?这就需要表演的功底,要求演员有很强烈的信念感,很强的职业性和专业性。虽然他们上学时都学过

各种表演,但在实际的运用中仍会有挑战。”他强调,作为导演都不希望重复,给观众的是司空见惯,大同小异又没有新鲜感的剧。“儿童剧最重要的一个职能是给小观众提供更多的想象力,美感和艺术感染力。只有用小朋友的思维方式创作,才能激发孩子的思维。”

赵三强称,戏剧不像电影工业,它承载着文化的深层意义,除了带给观众认知和信息,还需要引领观众审美的提升,创作者不能一味地迎合市场。他希望通过不同的戏剧给观众带来不同的美。

当下我省的儿童剧市场还缺乏细分,随着儿童剧需求的日益旺盛,会有更多不同年龄分类、不同风格与主题的作品出现。目前市场上最丰富的作品是适合3-9岁孩子观看的童话剧,不久的将来会有适合9-13岁儿童观看的大剧,如正在筹备的展现传统文化精髓的“遇见四大名著”系列,还有新版《青春禁忌游戏》等适合13-16岁少年观看的青春剧。董旋称,未来的儿童剧将加入魔术、戏曲等传统艺术形式,让各年龄层次的孩子看到更多样的话剧。

赵三强说,“戏剧创新往往伴有风险与压力,也不一定被大众所接受,但这不是放弃探索的理由。在文化表现形式如此丰富的当下,话剧更需要大胆创新,提供不同审美层次的作品,供观众选择。尝试了大家不接受,那再来探讨、修正这些作品,在调整中不断完善。不尝试、不创新,你怎么知道观众喜不喜欢呢?”

## 劣质和粗糙降低了儿童审美



天天娱评

艺术粗鄙,只靠噱头吸引儿童看热闹,把“低幼”理解成“低级”,是某些儿童文艺作品的致命伤。

儿童文化消费越来越热,市场上针对低幼消费者的文化产品不计其数。不过,生活中这样的情形时常发生:当你走进影院、剧院中,会发现孩子看得热闹,大人却在一旁索然无味地刷手机甚至酣睡。确实,一些

儿童文艺作品叙事结构失衡、人物扁平苍白、故事缺乏新意,只能靠掐着嗓子的奶音和不断出现的噱头吸引儿童,“粗制滥造”“庸俗”“小儿科”成为低幼的标签,低幼着实变成了低级。比如儿童剧中经常出现的大头娃娃人偶剧。演员们戴着巨大头套,穿着厚重卡通造型服装进行演出,演员基本上不可能有细腻动作,只能以蹦蹦跳跳为主,更看不到生动表情和精湛表演。这其中部分所谓“儿童剧”,谈不上艺术感染力,不过是闹闹罢了。在封闭空间里通过表演带来情感冲击,让小小

心灵有所触动,本是带孩子进剧场的主要诉求,如果只是为热闹,还不如去游乐场来得更直接。

优质文艺作品不仅能让孩子体悟到自然之美、艺术之美、情感之美,更教会儿童热爱生活。美在儿童心里埋下一颗种子,潜滋暗长,让人受益一生。反之,粗糙和劣质的儿童文艺作品极有可能对孩子的审美造成长久的负面影响。

如何让“低幼”不再“低级”?风靡全球的动画片《小猪佩奇》颇有启示意义。它展现了5岁以下年龄段儿童的日常生

活场景。比如,其中一集,弟弟乔治因为年龄小,不懂得捉迷藏的确切含义。这时爸爸会暗暗帮助弟弟,不仅增强弟弟自信,也让姐姐在陪伴弟弟的时候觉得更有意思。简洁温暖的小型社会形态里,儿童学会如何与人相处、用爱去对待一切。如果总结《小猪佩奇》的启示,那就是:儿童文化产品细分要基于受众智力发育、心理特征与认知能力,只有做到科学、精心,才能更精准地满足儿童需要,实现更突出的艺术和教育效果。

曾经我们也不乏以低幼为

主要受众的高水准作品,《猴子捞月亮》《小蝌蚪找妈妈》《雪孩子》等动画片牢牢抓住儿童生理和心理特点,把自然常识讲述成一个个简单、温馨的小故事,并通过中国传统艺术手法,诸如水墨、剪纸等加以呈现,具有中国审美趣味,至今岁月久远,依然显示出经典的力量。儿童是民族的未来,需要最优秀人才,最优秀作品参与到儿童启蒙教育事业中来。期待随着儿童文化市场不断成熟,激发创作出更多儿童文艺精品。

(任飞帆)