CBN LIFE

《剧院魅影》：昂贵的细节

《剧院魅影》剧照 上海大剧院提供

本报记者 吴丹 发自上海

截止到昨晚，《剧院魅影》的所有服装道具全部到位。从11月30日封馆装台开始，在接下来的大半个月时间里，上海大剧院为完整呈现巴黎歌剧院原貌，将打破开馆以来不能破坏舞台结构的禁忌，让《剧院魅影》的吊头吊尾地覆盖大剧院舞台。

作为安德鲁·劳伊德·韦伯的名作，《剧院魅影》此次不但是首次来到中国，也是亚洲巡演首站。从12月18日在上海首场演出开始，一直要演到明年3月12日，总共演出96场。《剧院魅影》的到来，究竟要打破多少禁忌？有多少细节的考究？昨日，本报记者对《剧院魅影》技术总监凯斯·琼斯（Cass Jones）进行了专访。

第一财经日报：《剧院魅影》到每一个城市演出，在舞台设计上都要经历这种"破坏"吗？

凯斯·琼斯：因为我们要让每个演出地点的舞台风格尽量相似于巴黎歌剧院，所以对舞台造成的损伤是必须的。只有这样才能让全世界的观众看到原汁原味的《剧院魅影》。

第一财经日报：之前你到上海考察过几次？做了哪些准备工作？

凯斯·琼斯：我两次到这里做实地考察，与中方技术人员开了很多次会议进行商讨。既要让我们的舞台在每一个细节上都尽善尽美，又要让中方满意，这很难，但是最后我们还是协调好了。上海大剧院同意我们在剧院顶部打72个30公分的洞，我们将按照与巴黎歌剧院1：1的比例来重做舞台，台口的上部有支架、天使浮雕、吊灯等重达5吨的器材。吊灯就有1吨重，共有6000多个珠子组成，每条线都有35个珠子，直径有3米，虽然只是一个仿制品，却耗费了一个多月的时间来制作。

第一财经日报：我注意到你们的道具清单里面罗列了21个集装箱的细目，甚至包括缝纫机、地板、床、大象耳朵这样的东西。所有这些道具有多重？是分几次运到上海的？

凯斯·琼斯：160吨，这相当于两个半747飞机的重量，为此我们投了300万人民币的保险。11月30日，我们从悉尼先空运了两个集装箱过来，12月3日晚上9点45分、12月4日下午4点和12月5日晚上9点，我们又分三次空运三批道具到上海。这些道具都是从开普敦运到吉隆坡，再从吉隆坡空运过来的。我们的有些服装非常重，有的一件就有20多斤，比如魅影的一套衣服包括了斗篷、帽子、发胶等等，他的帽子非常精致也很沉，演员戴起来演出时是很辛苦的。

第一财经日报：说到服装，《剧院魅影》的戏服都是由已故国际设计师玛利亚·彼约森创作的，这些设计是如何保持原来风格的？

凯斯·琼斯：我们的服装一直都是由一位曾与玛利亚·彼约森合作过的伙伴来负责，这是她最信任的人。在设计上我们从来没有过一丁点改变，服装的每一个原材料都是从世界不同国家去寻找得来的。

《剧院魅影》演出很频繁，所以服装消耗量非常大，不定期地需要修补和重做。一般做一件新衣需要3个月时间，比如刚才我提到魅影穿的那件红色斗篷，上面有很多扣子和绣花，全是手工缝制，面料是从德国引进的。此外剧院有两个专门负责服装维护的人员，每天最少要清洗15件衣服，什么是干洗的、水洗的，什么是需要缝补的，都需要有一个很严密的工作流程。我们的服装占了两个集装箱，这几天正在进行紧急的清洗熨烫和整理。

第一财经日报：大剧院曾经想把《剧院魅影》的服装在上海作一个展示，为什么后来没有成行？

凯斯·琼斯：我们最贵的一套衣服差不多需要1万美元，大剧院当时想展示的是我们最具代表性的男女主角的10套服装，遗憾的是当时《剧院魅影》正在南非巡演，所以无法借出服装，我们只有建议重做10套新的，但这需要100万元人民币，这太贵了。

第一财经日报：据说巴黎歌剧院本身就是一个迷宫，有2000多道门，还有一道很长的地下通道。所以在完成布景更替时很迅速，比如女主角克里斯汀被魅影从镜子中带到一个地下水道的场面，据说仅在两秒钟之内就更换了舞台。在上海大剧院，你们将怎么实现这个迷宫？

凯斯·琼斯：哈哈，这可是一个秘密。我们要搭一个15公分高的舞台就是为了完成更换的迅速。在我们的后台下面一共埋设了6个机关。当克里斯汀在自己的化妆间看到幽灵时，房间的一切布景包括床、衣橱、椅子都会迅速移开，这时在底下的机关就会迅速升上来，随着6个干冰机制造的烟雾，船从舞台侧边缓缓驶出，烛光投影在烟雾上就像波光粼粼的水面。我们在舞台上制作了滑行道，在观众席上，你看到的将是一个漂在水中行驶的船，这不是真的水，但我们用的效果会让你相信这是真的，是一个幽灵的世界。这听上去很复杂，但是整个过程的转换耗时只需两秒。

第一财经日报：你从什么时候开始担任《剧院魅影》的技术总监的？这次在上海的演出与在其他国家演出有什么不同吗？

凯斯·琼斯：1994年开始我就与这个剧合作了，我还做过《悲惨世界》等音乐剧的技术总监。我们在全世界有不同的演出团队。

第一财经日报：《剧院魅影》的行程还包括了亚洲哪些国家？在美国的演出状况是怎样的？

凯斯·琼斯：上海是亚洲巡演的首站，2005年我们将去台北演出，都是在一个月以上的演出时间。在纽约，我们从1986年开始演出至今，都是每周8场连演，很多观众是《剧院魅影》迷，看几遍是很普遍的事情，加上纽约观光客很多，也让《剧院魅影》一直保持着旺盛的生命力。

在美国有这样一本杂志，它没有广告，制作团队只有一个人；2003年第一期出版后它就被评为当年美国十大新杂志之一，《纽约时报》读书版曾作大篇幅介绍该杂志。今年10月底，它出版了第三期。上周，本报记者与杂志创办人托得·里皮（Tod Lippy）进行了一次在线专访。

一个人的杂志

本报见习记者 吴湘 发自上海

Esopus的第三期杂志，诞生在刚刚过去的这个秋天。在全美国，甚至全世界，Esopus都是一本独一无二的杂志——不仅仅因为它没有一条广告，更因为它的制作团队只有一人，他就是托得·里皮。

Esopus本来是纽约北部一条小溪的名字，那曾经是一条清澈的河流，但自从汇入水库之后，再[illegible]。这是Esopus的一个比喻，身为[illegible]人和杂志唯一编辑的托得，是一个近乎疯狂的观点足[illegible]大跌眼镜。"我[illegible]的責任来做这本杂志，[illegible]任何东西局限或束[illegible]，"[illegible]为他要做的是一本纯[illegible]杂志，这个杂志表达自己的观点，不随波逐流。

Esopus关注美国当代文化，尤其喜欢选择一些别出心裁的视角去介绍。杂志中所用的文章完全没有广告，观点锐利新颖。艺术家、作家、电影人、剧作家、摄影师、建筑师、设计师、音乐家等等，几乎所有从事带有创造性色彩工作的人都有机会在Esopus上抛头露面。每期的Esopus除了有艺术家的作品展示、艺术批判、小说、访谈之外，还随刊附送一张CD，里面都是特约一些乐队制作的音乐，这些音乐也很特殊，因为它们都是原创的——这是托得为杂志做的一种奇特的公关技术，他把杂志的[illegible]和介绍给更多人群，由他们来完成全新的演绎。

Esopus一年双刊，分别在春天和秋天发行，目前已出版了三期，发行量是5000份，每本售价10美元。它曾被美国的《图书馆杂志》（library journal）评为2003年美国十大新杂志之一，《纽约时报》的读书版曾经以《一个人做杂志》为题，大篇幅地介绍过这本纯艺术的杂志，文中这样写道："说它是一本杂志，倒不如说它更象是每半年举行的一次神圣的文化仪式。"

这本杂志目前是由Esopus基金会出版的，这是一个非盈利性质的机构。Esopus的目的是：提供一个非盈利的空间，搭建一个让很多富有创造性的人可以交流的平台，在创意和公众之间构筑一个有意义的通道。托得说，这是他给杂志的定位，更是他为杂志赋予的一个简单的使命。

托得为记者发来了完整的三期Esopus，一页页地翻看下去，这本杂志的很多细节让人感觉惊奇得甚至有些奢华，它并不适合人们飞快地浏览，而更适合慢慢凝视、细细品味。很明显，Esopus不是一本迎合大众读者的杂志，当拿起这本杂志的时候，感觉它更像是一个精工细作的艺术品，完全的手工制作带出高雅的视觉体验，它给人的第一印象应该是一个团队全情投入的成果，实际上，Esopus的的确确诞生于托得·里皮一人之手。

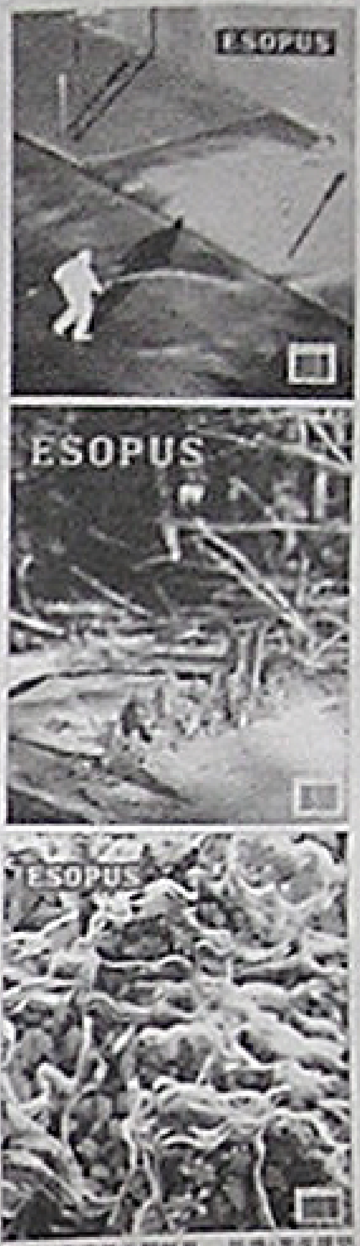
回忆托得做Esopus的初衷，他说是由于对现在媒体报道艺术活动的形式感到非常失望所致，他看到现在在流行音乐的报道中包融入了那些汽车和运动鞋的商业广告背景，那种感觉简直是"糟糕灭亡"。杂志里杂糅的各种广告在托得看来是破坏了杂志的格调，所以他想创造一个经过过滤的空间，于是就有了这本没有一个广告、只关注纯粹艺术的Esopus的创刊。

最新一期的Esopus在今年秋天面市，杂志刊发了安德里亚·芬泽的一个配图童话Matrushka，配的诗非常唯美，像一个小孩的自述，寓言地表达了他对于自己深爱的祖母的美好回忆，他把自己丰富的想象拼凑成记忆的模样，折射出了对亲情美好的怀念。另外，还有马文·拉扎诺斯的日志和摄影集。20世纪50年代到60年代时期，马文曾经是一个律师，他经常会偷偷地从曼哈顿的办公室溜出来，把相机藏在衣服里面去偷拍20世纪的著名艺术家。从1959年到1962年是马文的转型期，他决定彻底结束自己的律师生涯而成为一个全职的摄影师。我们从这期Esopus上可以看到马文那些从未发表过的日志，还有14幅拉扎诺斯的重要作品。马文的文字和他的镜头，为我们提供了一个锐利的视角看到人性的所在，看到社会的生态景象。

新一期Esopus内容还包括对新泽西州的卫报摇滚乐团队"鹈鹕乐队"2003年[illegible]的专辑《私访》制作过程的访谈，杂志的题目是"没有可说的方法"——这是组里的四个艺术广告员策划的向更广阔的受众推广Esopus的一个广告创意。随刊附送的还有一张CD，内有10首歌曲，由纽约著名爵士音乐人康尼·麦克和其他音乐人以及一些流浪歌手共同录制完成。

在2003年秋天第一期Esopus里，有克里斯多佛·杜比的短篇"好莱坞幽灵"，电影作曲家卡特·布维尔谈电视剧配乐；2004年春天第二期的Esopus采访了克里斯多佛·韦尔顿谈舞台芭蕾，爱德华·麦克菲尔斯制作的关于神秘河流的10个连续屏幕放映片断，保留项目亚力克斯·麦尔的实物教学课程等内容。

由于第二期Esopus曾经以"惊恐"为主题，托得为此还设置了一个精巧的小把戏，当人们翻开杂志时，一个手工制作的教堂尖塔就会耸出来呈现在读者面前。开始实施这个创意时托得遇到了资金的困难，为每本杂志安置这样一个手工打造的"惊喜"是一笔不小的花费。后来Esopus的印刷商——一个加拿大人给了托得一个很好的建议，让他找到一帮人，他们的开价在托得的承受范围之内，于是托得就请他们帮助制作完成了符合他想象的手工尖塔。



Esopus杂志的三期封面 托得·里皮提供

就在上周，托得·里皮接受了本报的在线专访。这个今年41岁的有点固执的男人，不愿意让自己的照片出现在中国报纸上，但是"希望有更多的中国读者来看Esopus"。

第一财经日报：你好像总是有很多稀奇古怪的想法？然后都放在Esopus里？

托得·里皮：我一直都对很多事情有兴趣，这让我总是有各种不同于一般人的想法。我读研究生时研究的是艺术史和电影，我曾经做过独立的电影制片人，还在一本专门讲设计的杂志《番林特》里做过编辑，我对艺术有相当敏锐的感觉，我相信直觉一般会决定我对事情的判断。

第一财经日报：你对Esopus有哪些具体的要求？

托得·里皮：我这本杂志就是要提供一个非商业的，和其他媒体不同的论坛，在这里艺术家们可以尽情地向公众展示他们的才华，所有的作品展示都是不收取广告费用的——在这一点上我的确很坚持，甚至有些固执。每一期Esopus我都做得很仔细，包括一些细节的东西，比如我很讲究印刷效果，我要求他们（印刷商）选用一种特殊的纸张原料以及效果特别清晰的墨水，我还特地做一些有内涵的手工制作小玩意，每个部分我都要亲自把关到精雕细琢，只有这样才能体现整本杂志的独到性和艺术性。

第一财经日报：刚开始做Esopus的时候人们的反应如何？

托得·里皮：很多人一开始都对我一人包办一本杂志持怀疑的态度，他们觉得不相信一本没有任何广告的杂志会成功，有大批的人不停地问我："那你的杂志拿什么赚钱呢？"呵呵，这的确是个问题。同时，由于杂志一年只出两行，而里面内容又涵盖了太多不同门类的艺术领域，这使得我们很难把这本杂志归类到某个领域。那些读了Esopus的报家甚至都不知道该把这本杂志放在哪个区域里卖，所以对于那些关注并喜欢艺术的人想要找到这本杂志都变得很困难了。

第一财经日报：我们中国有句谚语说：万事开头难，你后来怎么渡过难关的？

托得·里皮：我想情况往往是这样的，当你坚持要做一件事情的时候，人们总是会"回过来"关注这个事情。我们已经做了三期Esopus，读者对它的关注度越来越高了，人们到了书店里也会问Esopus在哪里。同时因为我们的订户和销售单位都在不断地增多，我们开始收到一些专业艺术组织的认可。总的来说，虽然我们是个不以盈利为目的的组织，但是我们的财政状况在逐渐好转。

第一财经日报：你还记得刚开始的时候有多少订户吗？

托得·里皮：如果你的"刚开始"指的是第一期，那么——呵呵，大约只有10个订户。

第一财经日报：现在已经有外国读者开始订阅了吗？

托得·里皮：Esopus目前在美国的40个州以及全球10个国家都有订户，订户的数量一直都在慢慢地但是稳定地增长，现在总共有1400人。它还在美国很多连锁书店设立了分销点，包括著名的书店Barnes & Noble也可以买到这本杂志。

第一财经日报：随着读者群不断壮大，你有没有考虑增加杂志发行数？或者增加人手帮你一起做？你会一直坚持把Esopus做下去吗？

托得·里皮：暂时还没这样的考虑，我决定了要一个人一直做下去，所以人手上肯定不会增加，一年做三期将是我精力的极限值。我会一直一个人做下去，如果Esopus停止了，这将是我在很长一段时间里都不敢想象的事情。

第一财经日报：那你希望未来的Esopus朝哪个方向发展呢？

托得·里皮：我想，Esopus也许不会发展得太快，但是一定要很稳健、很谨慎，我希望它可以被更大范围内的、也是更多元化的读者喜欢。但是，它的艺术原创性、制作独立性一定要完整保留。

赢利 来自全球性眼光

参加世界投资博览会为投资者举办的盛会—绝对免费

The WORLD MONEY SHOW®

联合全球投资社区

2005年2月2日至5日

美国佛罗里达奥兰多 Gaylord Palms Resort

钻石赞助 TCNet TC2000.com

媒体合作 第一财经 CBN

恳请您成为我们世界投资博览会的贵宾——这是全球有史以来最大的投资者、交易者、专家和产品与服务供应商的聚会。在世界投资博览会上，您将与12,000名投资者一起，从美国和全球顶尖的一百多位投资专家身上获得[illegible]、智慧和指点，同时对来自世界各地的200个金融产品和服务供应商进行充分比较和挑选。随着世界资本和投资市场的交融及其疆界日趋"消刻"，您捕准全球性投资机会的时机已经成熟。通过针对不同经验层次和各种风险心态的投资者的演讲，世界投资博览会是您磨练投资技巧和拓宽投资天地的最佳机会。

世界投资博览会将联合全球投资社区，就黄金、不动产投资信托、技术图形、交易、外汇、股票、期货及许多其他投资项目主办多场生动的专题研讨会。请上网至www.China.WorldMoneyShow.com点击专题讨论，进一步了解各场讨论会和专题演讲人。

A production of InterShow · Githler Center 1258 N. Palm Avenue · Sarasota, FL 34236 · www.InterShow.com

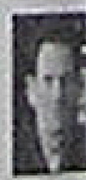
请上网至www.China.WorldMoneyShow.com

登记参加世界投资博览会（免费登记号码003745）

专家为您展示未来

纽特 金瑞奇
美国前众议院议长
[illegible]

约翰 博格
[illegible]
[illegible]


肯尼思 费雪
费雪投资公司董事长，首席执行长
[illegible]

康纳德 斯特拉克姆
[illegible]
[illegible]

史蒂夫 富比士
《富比士》杂志总裁、首席执行长和总编辑
[illegible]

劳伦斯 库德楼
[illegible]
[illegible]

杰弗里 埃弗雷特
[illegible]
[illegible]

乔 巴迪亚洛里亚
[illegible]
在全球财产分配中寻找获利的契机

展示国际规范 提供无穷投资机遇

近年来，投资市场越来越全球化，并且建供了学习运用国际市场已有投资工具分散投资组合的非凡机会。在世界投资博览会上，您会看到来自全球的专家将资金投放何处，以及他们认为哪类投资不仅产生高额回报，而且以必要的多元化来平衡和保护投资组合。

2005年确定主办国：

俄罗斯 俄罗斯交易联盟
中国 第一财经
加拿大 环球与邮件
日本 日经指数
英国 金融时报
德国 Boerse在线
澳大利亚 金融回顾
拉丁美洲加勒比 美洲地区发展银行
南非 交易与工业部
美国
越南 计划投资部
全球 道琼斯公司