

演话剧不背台词,别让观众为“先锋实验”买单

娱 见

近日,某戏剧节开幕大戏《文城》引发争议。首演中,周冬雨、段奕宏、陈明昊三位主演频繁依赖提词器,甚至手持纸质台本念词,更有观众拍到周冬雨念错后笑场。票价480元至880元,有“黄牛”将票价炒至1280元——观众花真金白银,看的却是一场“剧本朗读会”,“退票”被写上《文城》留言墙。

争议爆发后,导演陈明昊回应称,本就没要求演员背词,是“先锋实验戏

剧”。可问题是——买票的观众知道吗?

在网络售票平台和宣传海报上,观众看到的《文城》介绍中,没有“含剧本朗读”“带稿表演”或“不要求背词”等提示,而是“余华同名小说改编”“戏剧节开幕大戏”,以及“周冬雨、段奕宏、陈明昊全明星阵容”。观众带着对传统话剧的预期,按照成熟商业话剧演出的标准购票进场,期待看到的是沉浸式的角色演绎,而实际看到的,却是演员手持台本、依赖提词器念词,甚至出现卡顿、笑场等“排练状态”。

“先锋艺术”的形式不能成为准备

不足的遮羞布,更不能成为商业演出的免责金牌。在话剧行业,熟背台词是演员入行的基本功,提词器仅是应急的“保险”,而非依赖的“拐杖”。如果剧组真的追求打破常规的先锋实验,完全可以在宣传时明确标注演出形式。让观众在不知情的情况下为“半成品”买单,就已经脱离了艺术探索的范畴,也是对表演行业的轻视。

观众愤怒的并非演员能力不足,而是态度傲慢。话剧舞台之所以神圣,在于灯光亮起后没有借口——没有NG,没有剪辑。对创作、对表演的充分准备,是对观众和舞台最基

本的尊重。

无论形式如何“先锋”,艺术探索的边界永远不能凌驾于职业操守之上。任何作品都要以扎实的基本功为基础,而不是用标新立异来掩饰准备不足。只有兢兢业业地对待每一句台词、每一次创作,舞台才能经得起观众的检验,艺术也才能真正拥有打动人心的力量。

郑宝珊

天津出版传媒集团亮相北京国际图书博览会

多项版权合作落地 津版精品加速“出海”

日前,第三十二届北京国际图书博览会落幕。展会期间,天津出版传媒集团携多种出版精品亮相,与沙特、澳大利亚、奥地利、蒙古国等国出版机构深入对接,达成多项版权合作与文化交流项目,进一步推动津版内容走向海外。

沙特数字未来出版社是新蕾出版社的长期合作伙伴。本届图博会开幕首日,沙特数字未来出版社总裁穆罕默德·哈提卜带队到访天津展团,推进新一轮版权合作。此前,该社已引进新蕾出版社科普IP“蛋蛋学校”6册图书的阿拉伯语版权,并对开本、版式进行针对性调整,以适应中东市场阅读需求。沙特方表示,计划

继续引进《蓝色哲罗河》《开开的门》《科学大穿越》系列、《AI少年》杂志等多部津版新品。本届展会上,新蕾出版社还输出了《月光蟋蟀》法语版权、《万物生长》阿拉伯语版权,赵丽宏多部作品完成多语种版权签约,推动津版儿童文学进入更多海外市场。

6月18日,天津科学技术出版社、天津科技翻译出版有限公司与澳大利亚FTE出版社签署战略合作协议。天津科学技术出版社输出中医养生、医学典籍、鲁班工坊相关精品著作;天津科技翻译出版有限公司对外输出天津城市发展研究成果及《中国成语故事》等传统文化读物。此次签约进一步拓展了集团学术出版的

海外市场。

天津人民出版社发布中蒙经典互译项目成果《永恒之因:达·乌日央海诗选》,以诗歌为纽带,搭建两国文学交流桥梁。恰逢中奥建交55周年,新蕾出版社联合奥地利驻华使馆等机构举办“奥地利儿童文学奇幻之旅”主题活动,通过儿童文学交流,推动海外经典引进与本土作品对外传播。

依托原创内容和海外合作渠道,天津出版传媒集团不断拓展国际出版合作,推动中外文化交流互鉴,让更多津版图书、学术成果和城市文化内容走向世界,讲述天津故事,传播中国文化。

记者 单炜炜



天博展览南半球首秀 津味民俗走进悉尼

由天津市文化和旅游局、悉尼中国文化中心主办,天津博物馆承办的“兰亭雅集·云山高会——中国书画中的文人雅集”展览,日前在悉尼中国文化中心启幕。

这是天津博物馆首次在南半球举办展览。展览选取天津博物馆馆藏中以兰亭修禊、香山九老、西园雅集等为代表的文物元素,向观众展现中国古代文人雅集文化的发展与演变。

展览采用“文物展览+文化体验+文创推广”的传播模式,为澳大利亚民众了解中华文化提供窗口。开幕正逢中国传统节日端午节,现场设置了四项沉浸式体验活动:结合馆藏文物开展杨柳青年画拓印,制作天津端午“老虎套拉”,绘制传统烧箔画,制作竹编龙舟。活动以馆藏文物为基础,融入天津本土民俗和传统技艺,推动中华优秀传统文化与天津地域文化走向海外,促进中外文化交流互鉴。

记者 王轶斐

图片由天津博物馆提供

端午档平稳收官 三日票房3.94亿元

刚刚过去的端午档期,多部电影集中上映,带动电影市场。灯塔专业版数据显示,截至6月21日21时,档期三日总票房达3.94亿元。《玩具总动员5》《给阿嬷的情书》《抓特务》《我看见两朵一样的云》《火遮眼》位列档期票房前五。

此次端午档头部影片表现较为突出。经典IP动画《玩具总动员5》以超过1.21亿元的票房、30.8%的市场占比位居档期首位,凭借IP影响力与合家欢属性受到观众关注。灯塔专业版数据分析师陈晋表示,该片观众年龄分布较为广泛,25岁以上各年龄段观众占比均维持在20%左右,女性观众占比为62.2%,一二线城市贡献了近七成票房。

上映超过50天的电影《给阿嬷的情书》凭借良好口碑,位列档期票房第二,目前影片豆瓣评分为9.3分。冯小刚执导,雷佳音、胡歌主演的年代剧情片《抓特务》累计票房突破6000万元。此外,《我看见两朵一样的云》《火遮眼》《爱是愤怒》三部电影档期票房均突破2000万元,各影片受众特征差异较为明显。其中,曾在本市进行路演的《火遮眼》男性观众占比为59.7%,在相关影片中较受男性观众关注。

陈晋表示,端午档是衔接“五一”档与暑期档的重要节点。2026年端午档整体表现平稳,《玩具总动员5》《抓特务》等新片口碑较好,有望将观影热度延续至暑期,为今年暑期档电影市场积蓄动能。

记者 王轶斐 图片由片方提供



明星夫妻探访俄罗斯 歌舞成为通用语言

近日,《妻子的浪漫旅行2026》俄罗斯之旅落幕。节目以夫妻旅行为载体,走进圣彼得堡、摩尔曼斯克、莫斯科三座城市,探访当地人文、艺术与极地风情。

在圣彼得堡,四组夫妻走进普希金咖啡馆,在复古雅致的氛围中品尝俄式餐食;他们还探访了圣彼得堡国立大学,与俄罗斯青年师生交流。在北极圈城市摩尔曼斯克,嘉宾体验当地极地风光与民俗文化。而在中俄家庭友谊赛上,歌舞才艺成为“通用语言”:秦昊、伊能静演绎热门网络舞蹈;李纯、马頔分别展示芭蕾舞姿与民谣演唱,金莎、孙丞潇合唱歌曲《爱的魔法》,孙杨、张豆豆则带来体操表演。

记者 王轶斐