

商业设计中中国京剧元素和西方文化观念结合方式的探索

韩 为 (上海建桥学院艺术学院 020000)

笔者从事新媒体设计和游戏动画设计的美术工作,在多年的设计工作过程中,关于如何将中国元素,特别是中国京剧元素中的特色架构在西方文化观念上进行结合,进行再设计并加以推广,是我近期来想进行探索研究的方向。

这里涉及到三方面的问题,首先是如何充分挖掘中国传统京剧中的美术设计特色,将其归纳和提炼。其二是,到底如何理解现代西方文化观念,更确切地说是如何理解现代西方商业文化审美,并有机合理的与中国传统京剧相结合。第三是,关于商业表现形式的几种可能性,其中就要涉及到京剧形象的再设计过程,以符合商业推广及盈利需求。以上三点若能进行深入的挖掘和妥善的融合,那么中国京剧这个国粹,可能会赢得更广阔的市场。

针对第一问,我们先把京剧角色大致分类。

“生”“旦”“净”“丑”,粗略分为四类。“生”即男子,“旦角”是女子,据历史学家了解“旦”字是从“姐”字演变过来的。再说“净”。元人柯丹丘认为“净”即“靓”之讹。他解释说:“傅粉墨献笑供谄者,粉白黛绿,古谓之靓装,今俗讹为净。”“净”用脸谱,确是粉白黛绿,符合“靓”的含义,说到“丑”,“丑角”扮演的人物虽不全是坏人,但大都须在鼻梁上抹一块白粉,其形象毕竟是丑的,无非是相对于“俊”来说的。从造型特色上来讲,各个角色中的造型特色是非常值得挖掘的,比如在“生角”中,各种颜色的脸谱代表着不同的历史人物的性格特色。白:曹操、司马懿、严嵩、赵高;红:关公、姜维、赵匡胤、黄盖;黑:包公、张飞、李逵。“丑角”须在鼻梁上抹一块白粉。这些鲜明的色彩特征,已经将人物的个性及其身份提炼概括出来,非常的程式化,这种固定搭配是具有中国特色的,固定的动作特征,颜色特征,造型特征能使得观众能够只从人物出场就对其身份作出准确的判定。这种判定可以使得观众在观看演出时候不会刻意去了解人物剧情,而是更关注在人物表演的举手投足和唱段说词中。所以,我意识到,欣赏京剧艺术的观点和现代电视剧电影的观点是完全不一样的,演员的表演占了绝大部分欣赏价值,人物化妆和装扮是在这种艺术表现形式上的加分。

那么西方现代商业娱乐审美的价值在哪里?它既没有我们京剧艺术百年积淀的“功力”,而且,从大多数剧情上来讲,也没有太多深刻的涵义,是比较粗糙的艺术表现形式。那为何能取得商业成功,是值得我们思考的。西方的娱乐审美的价值,是它将其着重点放在“抓住眼球”上,不顾一切的玩“新”和“刺激”。回到京剧艺术上,它所表达的艺术精湛着眼点是取决于演员个人的“功力”,票友在比较角色时,总是评价某某演员比某某演员演得好,是“演”的能力去评价好坏。首先,这种艺术表现的好坏需要取决于演员的自身能力,其次,观众也要有一定的“符号”解读能力和演技欣赏能力。对于演员,它的要求是非常高的,有些演员一辈子就参悟一种角色,把毕生的精力都贡献给如何塑造固定角色的表演中了。对于观众,必须有一个“欣赏培养”的过程,如果没有这个熏陶的过程,也更本不知道演员在上面干什么,这种熏陶,也不是浅层次的“说教”,不存在一说便

知。它需要的是一个全面的符号解读,从历史事件,历史典故,人物性格,人物关系,表演派别,基本功和演技唱技的涵义,都要做一个全面的解读和引导。对于当代浮躁和快餐式的生活节奏,显然会把一大批没有这种“教育”的老百姓拒之门外,没有“眼球”也就没有“经济”。而西方现代娱乐审美的形式确正好相反,暂且不说其艺术含金量,我们针对它的“刺激和新鲜”怎么玩上展开探索。

我们可以看到莱坞大片的结构模式基本都希德菲尔德理论套路,故事内容换汤不换药,故事结构基本都是大同小异,只是变动了下人物,变动了下演员,和京剧正好是相反的,但是,它把绝大部分的精力放在人物最外在的形象塑造上,场景外在的眼球吸引力上,很“浅”但是很“精致”。不可否认,庞大的资金投入使他们有能力去堆一些人物造型,人物形象设计上,而京剧中可能只需要一个资深的演员一把椅子就能演一段精彩绝伦的唱段。对于西方的做法,我觉得是“夺眼球”,而京剧欣赏是“偷心”。美国短短几年间不断塑造象征美国形象的“美国式英雄”,其性格大同小异,无非就是打败坏蛋,拯救人类。之后大量的玩具形象,游戏,电影等周边产业大肆推广,大赚快钱。他们周边产业发达,也是花钱办事。我们深一步探究的话,笔者发现这些角色前期设计时,就已经把形象上的差距拉开,从玩具我们就可以看出,每一个所谓美国英雄的人物,“长”的都是完全不一样的,所以在设计时就已定位是“偷眼”不是“偷心”。后者去架构于商业运作,肯定难以成功,因为商业注重的是最后这个简单的表现形式,而前者则很容易投入生产和复制。所以能不能投入工业化生产才是关键。

在与“美国英雄”们作比较时,会发现“中国形象”也有其相同点。比如:形象代表个性,从形象上就有善恶之分,也是“文”“武”“美”“丑”之区别,而京剧人物另一特点,就是庞大而有真实的历史事件,“美国英雄”只是想象的炮制。炮制的形象,设计时更容易天马行空,容易“夺眼球”。可中国历史人物没有这些怪物,他们是真正的人真英雄。那也就是关键所在,真人形象,又要符合历史背景那就没做头了。笔者认为,先暂且不顾及艺术性,先把形象单独拿出来分析,例如:林冲这个形象。“豹子头”称号,豹子和林冲便能作结合,从道具上看,可以用带有豹纹和豹头的盔甲装饰其人物,使他具备现在社会的通俗审美效果。这种尝试,我们不必要去从京剧中来回京剧中去,可以制作模型玩具,那么历史人物的真实性可以一定程度的规避。京剧中的脸谱是一个很大的特色,如能保留特色并加以夸张的表现,也是个设计方法。比如在玩具人物身上用铁皮制作人物脸谱造型,甚至不用上色,保留铁皮原色,只看造型,也一眼能认出形象特征,这就是一个很好的“炮制”法,取传统人物和京剧中的特点,夸张放大,加以再设计。

这种尝试未尝不可,而且商业娱乐形式多种多样,不但玩具手办,现在商业模式中的游戏,动画都是可以深入挖掘的产业。我们可以暂时从最外在的“眼球”控制力让大众去了解,再慢慢深入到真正艺术内涵的欣赏之中,也是一种可以尝试的方式。