



■ 白墨

2001年岁末,中国的戏剧舞台真可谓热浪滚滚,好戏连台,蔚为大观:第七届中国戏剧节、第三届中国上海国际艺术节、第三届京剧艺术节相继在北京、广西、上海、南京等地隆重举行,其空前的规模与多姿多彩的艺术样式,显现出了中国戏剧踏入新世纪的奋进姿态;与此同时,正逢中国加入世界贸易组织,在这一历史性的重要时刻,中国戏剧奉献出了姹紫嫣红的累累硕果,为祖国的改革开放、走向世界,平添了一道亮丽的风景线。

在入世的大背景下,中国戏剧正面临着新的发展契机;全球经济一体化,为东西方文化交流搭建了更为广阔的舞台。开拓进取,迎接挑战,弘扬民族文化精华,传播优秀的艺术精品,将是中国戏剧一如继往葆有的主旋律;而融入国际社会,与世界文化产业接轨,参与国际文艺舞台的角逐,则在“现在进行时”的语境中成为主语。我们欣喜地看到,中国戏剧正蓄势待发,在一次次的热身中不断地完善自己的创作态势,调整着自己的市场定位。从2001年末的“冬季

攻势”里,我们看到戏剧作为文化产业的特征愈发突出了,其观赏性、娱乐性成为了主流趋向;舞台上,制作精美与阵容强大相得益彰,舞台下,市场运作与评奖效应相辅相承,充分体现了戏剧艺术面向大众的市场意识正在崛起。虽然三节的办节旨各不相同——中国戏剧节秉承其权威性与影响力具有着导向作用;上海国际艺术节则提供了一个利用文化产品创造双效益的办节模式;京剧艺术节更致力于国粹的传承与宏扬——但在探求全新的市场化的道路上他们走到了一起。因为戏剧永远不能脱离观众,这是它始终如一的指向。

在全球化的大趋势里,戏剧的娱乐化倾向将更加明显,同时也必然更加崇尚艺术民族化、个性化的张扬。如何把持原有的创作理念,调适当今的创作心态,将创作机制纳入主流,这是戏剧工作者共同面对的课题。本人认为,在新的形势下,戏剧艺术(尤其是戏曲)形式美的地位应该得到提升,只有牢牢地把握戏剧的艺术性品格,将民族文化的精髓贯注其中,方有可能在国际的大舞台上取得“双赢”。而形而上的思想性,由于东西方文化背景及思想意识领域的差异,有可能成为一把“双刃剑”,弄不好会伤及自身。强调内涵的丰富性应建立在人类情感共通的深刻体验之上,“通情达理”也许应超越华语世界,力求在更大范围的语系中得到理解与接纳。相比较而言,之所以强调艺术性是因为它更有着形式上的审美亲和力以及富于民族性的陌生化效果(指戏曲),这是我们立足于世界文化之林一个弥足珍贵的砝码。

在探寻市场化的道路上,我们还应摒弃那种“在戏言戏,闭门造剧”的陈旧观念,而代之以“在戏言商,双管齐下”的经营理念;将戏剧入市融入国家入世的大环境中,垒筑文化产业的竞争机制,以可持续发展的策略,来进行剧目建设,打造出既能拿奖又赢得市场的艺术精品,使戏剧成为特殊的商品参与世界文化产业的角逐。

培育市场,首先要了解市场。国门打开之后,我们看到国际娱乐业正在进军我国,时代华纳、迪士尼、新力、维亚康姆、贝塔斯曼等都来了,这对戏剧本已不多的市场份额必然带来冲击;但同时也为中国戏剧进入国际市场提供了商机,拓展生存空间将与传播中华文化兼容,未来市场的开放和开发的重点有可能向这方面倾斜。中国戏剧是否会在不同的市场环境趋向于不均衡的发展?人世能否重新整合市场格局?我们拭目以待。

责任编辑/乔平