

# 现代传媒与传统戏曲的联姻

## ——第七届“CCTV 青京赛”例析

杨 玉

(中国传媒大学 艺术研究院, 北京 100024)

**摘要:** 作为现代传媒与传统戏曲联姻的结晶, 中央电视台“全国青年京剧演员电视大赛”(简称“CCTV 青京赛”)已经成功举办七届。第七届“CCTV 青京赛”较前几届有了诸多突破和发展。本文将主要从“充分发挥电视直播优势”、“多栏目通力合作”以及“多种媒介发挥宣传合力”三方面入手, 分析第七届“CCTV 青京赛”所呈现出的全新气象。并从“专业性与可看性有待进一步融合”、“媒介联动还需深度开掘”两方面, 探寻其可提升的空间。

**关键词:** CCTV 青京赛; 现代传媒; 戏曲; 媒介联动

**中图分类号:** J95

**文献标识码:** A

**文章编号:** 1672-8122 (2013) 03-0075-03

### 一、京剧与电视的联姻——“CCTV 青京赛”概述

2012年7月至9月, 中央电视台成功举办了“第七届全国青年京剧演员电视大赛”(以下简称“CCTV 青京赛”)。“CCTV 青京赛”以弘扬民族文化, 推出京剧新人为宗旨, 是在京剧界举足轻重的一项选拔演员的大型赛事。回溯“CCTV 青京赛”的历史, 从中央电视台1987年成功举办全国青年京剧演员电视大赛算起, 已经走过25年的历程, 产生了深远的影响。

有人认为, “无论就持续时间还是影响空间来看, 说‘青京赛’成就了当下京剧大概不能算毫无根据。<sup>[1]</sup>”事实也确实如此。在“CCTV 青京赛”走过的25年间, 共有数千名风华正茂的专业京剧演员参加了大赛, 涌现出了一批优秀的京剧人才, 他们通过电视荧幕, 为观众所熟知。而现在活跃在京剧舞台上的中流砥柱, 绝大多数都曾经经历过“CCTV 青京赛”的洗礼。

另一方面, 由于电视媒介的传播作用, “CCTV 青京赛”培养了一大批忠实的电视观众, 发展出了新的戏迷群体。戏曲是舞台的艺术, 面对面的观演互动是其主要的呈现形式。但是, 由于固定视角的原因, 观众始终是从一个定点观看表演。而在电视大赛中, 多样化的镜头组合并不仅仅是把舞台上的比赛原封不动地记录下来, 更可以通过机位的挪移、镜头的切换, 运用俯仰、特写、多画面等手段, 达到更好的观演效果, 从而受到观众的欢迎。

H·拉斯韦尔在其《传播在社会中的结构与功能》一文中指出, 传媒的社会功能可以概括为环境监测、社会协调、社会遗产传承三个方面。随着时代和科技的发展, 这一观点被进一步补充、完善, 如赖特认为传媒还具有“提供娱乐”的功能等<sup>[2]</sup>。京剧有着200多年的历史, 因其深厚的社会底蕴和文化承载, 2010年被选入联合国教科文组织“人类非物质文化遗产代表作名录”。另一方面, 在电影、电视剧等现代娱乐

形式兴起之前, 看戏是中国民众最主要的娱乐方式。虽然在娱乐方式多元化的今天, 戏曲的受众大幅缩小, 但是其娱乐功能依然存在。故而从上文的界定来看, “CCTV 青京赛”兼具了传承社会遗产和提供娱乐的双重功能。

目前的“CCTV 青京赛”, 四年一届, 被誉为“京剧界的奥运会”。第七届“CCTV 青京赛”共有来自中直、部队和全国27个省、市、自治区的490名选手报名参赛, 可谓是盛况空前, 这也充分反映出“CCTV 青京赛”的巨大影响力和凝聚力。与前六届相比, 第七届“CCTV 青京赛”呈现出了诸多新的气象。

### 二、第七届“CCTV 青京赛”的新气象

#### (一) 充分发挥电视直播优势

纵观第七届“CCTV 青京赛”可以发现, 无论是大框架还是小细节, 无不紧扣“电视大赛”的主题, 在可看性上做文章。

首先是大赛的流程完整, 声势浩大, 并且全程采取直播形式。第七届“CCTV 青京赛”的序曲在“超越梦想——中央电视台第七届全国青年京剧演员电视大赛启动仪式”上奏响, 如此盛大的开幕式在“CCTV 青京赛”历届中尚属首次。为了大力弘扬国粹、推动传统艺术在更广阔受众里的传播, 启动仪式由CCTV综合频道和戏曲频道并机直播。紧接着是连续22场的复赛直播, 以及连续17场的决赛直播, 如此高密度长跨度的直播同样是“CCTV 青京赛”历史上前所未有的。实践证明, 此举收到了良好的收视效果。据统计, 全国累计近3亿观众收看了第七届“CCTV 青京赛”, 比上届平均收视率增长了130%。随后CCTV戏曲频道直播的颁奖晚会, 为第七届“CCTV 青京赛”画上了一个圆满的句号。

其次, 大赛的赛制充分考虑到了京剧艺术的本体特点, 力求将比赛的可看性建立在专业性的基础之上。电视大赛由于参赛选手众多, 播出时间有限, 为了让选手们在荧屏上展示出最佳风采, 大赛采取了限时演出的方式, 选手从全剧中

收稿日期: 2012-12-19

作者简介: 杨玉, 女, 中国传媒大学艺术研究院博士研究生, 主要从事中国戏剧史研究。

撮取最能体现自己表演水平和特长的部分,进行重新编排,在15到18分钟的时间内集中展示自己的实力。而在限制时长、浓缩精华的同时,大赛放宽了剧目的限制,《滑油山》、《游六殿》等不常见于荧幕的“冷戏”得以在第七届“CCTV青京赛”上亮相,这大大丰富了参赛剧目。此外,大赛还放宽了演员行当的限制,数量可观的女老生、女花脸、女武生、男旦崭露头角,成为大赛的一大看点。我们都知道,“电视与人文精神密不可分,弘扬人文精神是电视文化传播的责任。”作为选拔艺术人才的比赛,大赛必须保证对每个选手做到公正、公平。但是与此同时,在电视节目的制作中,应当“融汇着满腔爱心、充满善意的真诚关怀”<sup>[3]</sup>。第七届“CCTV青京赛”以点切入,通过细节的设计,展现出大赛的人文关怀,收到了良好的效果。例如,内蒙古一位90岁高龄的老人来信说,盼望在电视上看到为参赛选手伴奏的孙女儿。经台领导批示,导演组与主持人精心策划,圆满地满足了老人的愿望。这种直播过程中的互动,也为激烈的比赛增添了一抹温情。

## (二)“CCTV戏曲频道”多栏目通力协作

随着信息共享的深入、资源配置的优化,中央电视台提出了“频道品牌化”的发展战略。具体来说,就是以频道为中心,淡化栏目意识和部门意识,从整体定位出发,准确调整内部结构,合理规划频道空间,从而形成富有竞争力和拓展性的频道品牌。在此背景下,为了进一步扩大大赛的宣传力度,CCTV戏曲频道充分发挥频道合力,打通多栏目为第七届“CCTV青京赛”造势。

《主持人全天陪伴您快乐收视》(简称《伴视》)是CCTV戏曲频道自2011年初开办的一档栏目,其定位是串联全天的播出节目,介绍相关的背景知识。自第七届“CCTV青京赛”开赛以来,《伴视》栏目在其“戏曲小知识”版块,系统地介绍了“青京赛”历届大赛的相关情况,并且紧跟大赛的进程,以图文、声像并茂的形式,为观众带来京剧行当的相关知识。此外,由于复赛与决赛之间有一个月的时间间隔,为了延续复赛所形成的关注热度,同时为决赛预热,《伴视》栏目为进入决赛的100名选手制作了宣传小片,在节目中滚动播出,收到了很好的关注度。

《戏曲采风》是CCTV戏曲频道的一档集新鲜戏闻、丰富资讯、深入报道于一体的综合性栏目。在第七届“CCTV青京赛”决赛帷幕即将拉开之际,为了及时报道百名入选选手的备战情况,《戏曲采风》栏目奔赴各地院团进行跟踪拍摄,制作成特别节目《青京赛追踪报道》。在决赛期间,《戏曲采风》栏目与大赛合并包装,在每场直播开始之前带来“选手晋级回顾”,观众可以从中了解到决赛选手在初选和复赛中的精彩片段展示、选手的复赛成绩、评委的精彩点评,亲友团和观众的助威加油,以及选手们备战决赛的采访等精彩内容,从而进一步了解决赛选手台前幕后的花絮故事。

《CCTV空中剧院》栏目以“百花齐放、继承创新、强强联合、德艺双馨”十六字方针为宗旨,为当今活跃在京剧舞台上的优秀演员提供展示才华的平台。为了提高第七届“CCTV青京赛”获奖选手的社会知名度,进一步提升“青京赛”的品牌影响力,《CCTV空中剧院》栏目在大赛落下帷幕之际,携手多家京剧院团以及北京梅兰芳大剧院、上海天蟾逸夫舞台,推出了《第七届“青京赛”金奖选手演唱会》,以及包括传统

大戏《四郎探母》、《伍子胥》、《红鬃烈马》等七场大戏的“历届青京赛获奖演员联合展演”,八场直播延续了第七届“CCTV青京赛”的收视热度,形成了新一轮的收视浪潮。

## (三)多种媒介发挥宣传合力

通过广播电视、网媒、纸媒等媒体联动,进行立体、全方位的宣传,是第七届“CCTV青京赛”的一大特点。所谓媒体联动,是指在一定时期内跨媒介或跨地域的媒体之间,通过某种方式进行信息共享和交流互助的现象<sup>[4,5]</sup>。为了提高戏曲艺术的媒体曝光率,第七届“CCTV青京赛”在决赛现场专设了“媒体席”,央视网、新浪网、网易、《光明日报》、《北京青年报》、《京华日报》、武汉广播电视台总台、东南网等主流媒体均派记者来到现场。上述媒体均对大赛进行了连续的跟踪报道,保证了第七届“CCTV青京赛”的宣传力度。

在传统电视直播的同时,大赛在中国网络电视台CNTV上进行了同步的网络直播。此外,第七届“CCTV青京赛”还在新浪网上开通了“CCTV戏曲频道”官方微博,同步进行网络“微直播”。有道是“大军未动,粮草先行”,在启动仪式之前,大赛组委会便在中国网络电视台CNTV和新浪微博“CCTV戏曲频道”上进行预热造势,以“揭秘亮点”和“倒计时”的方式进行图文直播,充分运用新媒体手段扩大影响力,受到了网友的热情回应和反馈。随后的复赛、决赛,以及颁奖晚会,同样在官方微博上进行同步的图文直播,旨在促使不看电视的网友打开电视,同时让常看电视的戏迷多一条沟通的好渠道。值得一提的是,网络“微直播”在关注台前的同时,还注重挖掘幕后花絮,以使网友们对大赛形成全方位的直观感受。细致的扮戏过程、精美的服装道具,乃至侧幕伴奏席上抢眼的“犀利鼓师”,都是网友们“围观”的热点。

国粹虽然是古老的,但宣传国粹的手段可以是新潮多样的。网络“微直播”积极促进了网友与网友之间、网友与演员之间,以及网友与组委会之间的沟通互动。值得一提的是,对于网友们提出的一些积极建议,组委会及时反馈。典型的一个例子是,应网友要求,组委会在直播字幕上做了一定调整,主要表现在两个方面:一是给京剧唱腔标注唱腔板式,以更好地普及京剧知识;二是响应观众“红花还需绿叶配”的呼声,为主要的配演演员上字幕。

不仅如此,大赛组委会还首次通过网络,发起关于“评委回避制度”的投票,并最终采纳占有52.7%最高投票率的民意所向,实行“评委回避制度”。此举受到了网友们的好评,虽然很多网友都理解戏曲师承背景特殊的性质,在何种层面回避还需细化,但对这种民主和互动表达了强烈的支持。网友们不仅参与了赛制的设置,还参与到了奖项的评选上。“百里挑一——最具网络人气奖”正是一项直接由广大网友评选的奖项。组委会将进入决赛的一百名选手的参赛信息发布在网上,由网友投票,从中选出一位最受欢迎的人气之星。

此外,从复赛开始,大赛组委会在新浪微博“CCTV戏曲频道”上举行了多轮“邀您到央视看大赛”的有奖转发活动,共吸引了数千人关注和参与。可以说,微博和电视的互动,调动起了新老观众的积极性。网友热评大赛“给力”、“新潮”、“参与感强”,比喻“青京赛”是“锣鼓点上的中国”。组委会在网友们上万条的留言中,精选出独到、新颖的评论,通过主持人播报和横飞字幕的方式,与电视观众分享,从而做到电视直播与网络直播的完美交融。

### 三、第七届“CCTV 青京赛”的提升空间

纵观第七届“CCTV 青京赛”，在呈现新气象的同时，仍然存在很大的提升空间。具体而言，主要表现在两个方面。

#### （一）专业性与可看性有待进一步融合

就定位而言，“CCTV 青京赛”具有双重属性：其一是以“弘扬民族文化”为宗旨的电视节目；其二是以“推出京剧新人”为目的的专业赛事。前者强调可看性，后者要求专业性。两者之间既有一致之处，又不可避免地带有一定程度上的矛盾性。因而，如何能更好地提高“CCTV 青京赛”的专业性与可看性，以及两者如何进一步融合统一，是值得思考的一个问题。

从专业性的要求出发，第七届“CCTV 青京赛”虽然有从启动仪式、复赛、决赛、颁奖晚会的一系列比赛环节，但是呈现在观众面前的竞技内容，只有两段不到 20 分钟的折子戏。作为选拔人才的一项比赛，这样的赛制多少显得有点单薄。回顾以往的大赛，前几届除了剧目展示外，还有对演员的京剧知识、文化功底的考核。第六届“CCTV 青京赛”虽取消了知识测评环节，但加强了对选手京剧基本功的考核，即选手除了进行剧目展示外，还需进行京剧形体技巧的现场展示。相比之下，第七届“CCTV 青京赛”环节的多样性略显不够。这不仅从专业性的角度出发，对选拔优秀京剧人才产生一定的偏颇影响，也在很大程度上影响到了大赛的可看性。

此外，有关专业性的要求不仅体现在京剧演员的竞技上，同时也体现在大赛的主办方——CCTV 戏曲频道方面。在选拔专业人才的同时，“CCTV 青京赛”还兼具有普及京剧知识的功能。作为大赛平台的中央电视台有着强大的传播影响力和辐射力，倘若在一些基本的京剧知识上出现讹误，势必会对观众带来严重的误导。第七届“CCTV 青京赛”在行当、剧目等方面，依然存在着一些模糊、混乱的情况，也引来了电视观众和网友的质疑。这些都对大赛组委会的“专业性”提出了进一步的要求。

另一方面，作为一项由 CCTV 戏曲频道主办的赛事，“CCTV 青京赛”毕竟是一档直播的电视节目。“电视主要是一种娱乐载体，在电视上亮相的一切都具有娱乐性。”<sup>[6]</sup>既然是电视节目，就势必要满足观众的娱乐诉求。“CCTV 青京赛”采取的是传统的淘汰赛制，倘若把时下选秀节目中热门的复活赛制、PK 赛制引入其中的话，可大大增加悬念性和紧张感，从而提升节目的可看性。此外，主持人也需要更加深入地挖掘、开发乃至策划、包装一些吸引观众的亮点。

#### （二）媒介联动还需深度开掘

尽管从纵向上来看，第七届“青京赛”在与新型媒介的联姻程度上，远远超过了前面几届大赛。但是就横向比较而言，京剧艺术（或者说戏曲艺术）与现代传媒联接的紧密度，要明显落后于流行文化。从第七届“CCTV 青京赛”的情况来看，其媒介联动模式仍处于刚刚起步阶段，需要进一步地探索、形成更加适合传统戏曲传播的独特方式。

虽然第七届“CCTV 青京赛”在决赛现场专设了“媒体席”，近十家主流媒体均派记者来到现场，对大赛进行跟踪报道，但是其刊发的大多是由大赛组委会撰写的通稿，而非真正能产生效应与影响的新闻点。造成这一局面的原因主要有两个方面：一是由于当下京剧的社会关注度，媒体记者没有动力

去花心思挖掘吸引眼球的亮点；二是由于京剧的专业因素，作为戏曲外行的记者想要找到精准的关注角度，也是颇为不易。但是，如果不有效利用大众传媒的影响力进行京剧宣传，京剧艺术势必会在公众的视野中陷入愈发式微的境地。由此形成恶性循环，更加不利于京剧的宣传普及。

在新浪微博“CCTV 戏曲频道”上进行的图文并茂的“微直播”，是第七届“CCTV 青京赛”媒介联动中的一大特色。具体而言，网络“微直播”的主要形式是编辑现场拍摄的照片，配以参赛选手的基本文字信息，在微博上发布。其最大的功能在于为网友们提供了一个窗口，网友们对于演员表演、评委打分、大赛印象等的种种评价皆可以通过这个窗口表达出来。这种形式的不足在于“微直播”本身缺乏深度，还有进一步挖掘、提升的空间。试提几点建议：

一是可以就演员所选择的剧目，介绍相关的京剧知识，如行当流派、剧目特色、主要看点等。当然，这些知识必须要绝对准确，不能有丝毫的误导。同时，参赛选手的相关专业信息也可以考虑作适当的介绍，但是一定要格外慎重，避免厚此薄彼、有所倾向，进而引起网友的不满和猜测。

二是将关注点从台前扩展到幕后，为网友直观地呈现选手比赛前后的花絮信息。除了参赛选手之外，配戏的演员以及服装、化妆、道具的工作人员，都可以选取适当的角度予以展现。这里既涉及到京剧知识的普及，也是对整个大赛运作过程的直观展示，定会受到网友的欢迎。

三是在不涉及评判倾向的前提下，把网络“微直播”当作另类的创作平台。作为中国戏曲的集大成中，京剧艺术兼容并蓄，不同的视角下可以呈现出不同的美感。一句唱词可以引起情感的共鸣，一件道具可以构成充满意境的画面。因而，可以尝试用美的眼光去发现大赛中诗意，创作出引人入胜的图文。相信这种直观的美所带来的冲击力，在一定程度上可以使观者对京剧产生亲近与向往，进而产生了解京剧的愿望。

和很多综艺类节目一样，电视大赛这一形式仍然在不断的发展变化之中。我们相信，“随着文艺编导们创作思路的拓展，受各种艺术形式和电子技术的刺激，还会有新的灵感产生，还会出现前所未有的新形式，给电视观众们新的文化娱乐和审美享受。”<sup>[7]</sup>而作为现代传媒与传统戏曲的联姻，“CCTV 青京赛”更有其重要的普及、传播意义。如今的很多观众，尤其是年轻人对戏曲的热情不高，甚至本能地排斥，但他们并不是真的不喜欢、不接受，而是因为缺少接触途径而无从了解。正所谓“不到园林，怎知春色如许”，通过荧幕打开一扇窗，让观众惊艳一座园林。这是电视戏曲的职责和使命，同时也是通过多方努力后，“CCTV 青京赛”可以实现的品牌力量 and 影响。

#### 参考文献：

- [1] 张伟品. 旁观“青京赛”[J]. 上海戏剧, 2012(11).
- [2] 郭庆光. 传播学教程[M]. 北京: 中国人民大学出版社, 1999.
- [3] 欧阳宏生. 电视文化学[M]. 成都: 四川大学出版社, 2006.
- [4] 李淑欢, 赖浩锋. 媒体联动打造传媒合力[J]. 广东广播电视大学学报, 2004(3).
- [5] 周雯, 王文渊. 媒体联动趋势下的电视媒体发展思维[J]. 中国广播电视学刊, 2008(2).
- [6] (英)尼古拉斯·阿伯克龙比著. 张永喜, 鲍贵, 陈光明译. 电视与社会[M]. 南京: 南京大学出版社, 2001.
- [7] 杨燕. 中国广播电视文艺大系(1977-2000): 电视戏曲卷[M]. 北京: 中国广播电视出版社, 2008.