

京剧旅游的本真性发展分析

——基于异国游客视角

王丹

(云南师范大学 旅游与地理科学学院, 云南 昆明 650092)

[摘要] 旅游产业的不断升级使“京剧旅游”以一种新的民族旅游的形式现身于市场,许多剧院上演经过某些加工后给外国游客带来身心愉悦体验的“旅游京剧”,很多学者就京剧旅游这一特种旅游形式提出了文化本真性的质疑,本文从存在主义真实性阶段角度及游客的体验感受为切入点分析后认为,京剧旅游这个民族特种文化形式带给外国游客的真实愉悦体验感受。

[关键词] 旅游体验; 京剧旅游; 真实性

[中图分类号]F590.7

[文献标志码]A

[文章编号]1003-6121(2011)06-0059-03

旅游是一种文化体验模式,尤其对外国游客来说,他们更多关注的是异国民族文化及其体验经历。中国把民族文化和旅游结合起来形成民族旅游始于20世纪80年代,经过20多年发展民族旅游正以积极蓬勃的姿态展现在世人面前。然而,作为中国戏曲的集大成者,誉有“国粹”之美名的京剧与旅游相结合在目前来看仍属新鲜事物,通过以游客体验感知的真实性为切入点解读京剧旅游带给外国游客的愉悦感受,笔者认为,对于京剧旅游这一具有传统文化特质的艺术形式,应该用辩证的眼光审视,在传统基础上加以时尚外衣,使其在继承与创新的交替中向前发展。

一、京剧与旅游

(一)京剧与旅游

京剧诞生于1840年前后,至今已有170年的历史,并因其诞生于北京故称为“京剧”。京剧是聚集各剧种之长、集多种艺术形式于一体,在发展中不断改进与完善的一个曲种。在与国外民族文化的交流过程中,京剧文化对西方乃至世界的影响越来越大,中国戏剧文化资源也吸引着越来越多的外国爱好者。近年来,“京剧旅游”作为一种独具特色展现民族文化的新型旅游形式出现于许多剧院,一系列的活动给京剧带来新的发展契机。然而,这些以经济为目的推出的旅游形式自然是被加工改造过的,它面对的客源主要是外国游客,因此与原滋原味的京剧相比,故事情

节被浓缩,表演节奏放慢,环境也改造得易被接受,这样的改变自然会遭到一些学者及京剧爱好者的反对,他们担心“伪京剧”会使其丧失内涵和传统,最后形成“文化孤岛”,这个京剧的经济化“孤岛”现象会使中国文化精髓付上丧失本质规定性的代价。

(二)研究新理论之戏剧体验

旅游体验是指旅游个体通过与外部世界取得暂时性的联系而改变其心理水平并调整其心理结构的过程^[1]。游客出门旅游是来享受的,这是游客最基本的角色。作为消费者,游客有消费者所具有的追求“物有所值”共性。^[2]在旅游体验这个领域国内外已经有了大量的研究文献和成果,在研究中多侧重于文化领域的本真性研究。然而,从戏曲角度研究旅游体验的相关成果是却不多,笔者在数据库中检索了相关文献,相关文章仅数十篇,且过半数都是报纸的相关报道,研究层面也仅涉及对戏曲旅游开发的对策研究,缺乏理论构建。

二、外国游客在京剧体验中的真实性诉求

(一)本真性理论发展

“真实性”这个问题最早起源于Boorstin(1964)对“伪事件”(pseudo—event)的深入分析^[3]。他的主要观点是游客被带与一个“环境泡泡”(指游客一直被一些与其生活环境相近的事物所包围。如旅行团由导游带领,乘坐空调巴士前往目的地,旅游路线是预先设计好的,导游带领到完全固定的旅游点及购物场

[收稿日期] 2011-05-18

[作者简介] 王丹(1987-),女,汉,辽宁沈阳,云南师范大学旅游与地理科学学院2010级硕士研究生,主要从事旅游规划研究。

所、餐饮场所,游客几乎没有机会自己体验真实的环境,行程决定基本上都不是游客自己作出的。)中,在虚假的环境中游客寻求自身需要的满足而漠视“真实”的世界。随着实践的发展,有些学者开始批判Boorstin理论的不成熟性,从游客体验的角度提出了本真性的感受,主要观点认为存在主义真实性是以旅

游主体为载体的真实性理论,存在主义学者对真实性的理解是从游客的角度而非旅游客体的真实存在^[4]。张明^[5]于2006年将旅游体验真实性的理论的发展分为四个阶段,即客观主义真实性阶段、建设主义的真实性、后现代主义真实性及存在主义真实性,笔者参照其理论分法进行了相关补充。(见表一)

表1 旅游研究中的真实性理论流派

阶段	时间	主要观点	代表人物/代表物
客观主义真实性阶段	20世纪60-70年代	本真性是指旅游客体内固有的一种特性,强调所处环境为“伪事件”,以客体为载体。	MacCannell&Boorstin
	20世纪70-80年代	此阶段随着“后现代”思想的兴起而兴起,强调的是一种“超现实”的“仿真”。	
构建主义真实性阶段	20世纪80-90年代	此阶段的真实性的研究对象是从旅游客体向旅游主体的过渡阶段,是在承认旅游客体存在的真实性的前提下,加入主题真实感受的新元素。	Cohen
	20世纪90年代至今	游客追求体验感受的一种真实性,是一种替代性、有旅游活动激发的存在的本真性,强调游客的体验感受。	

可以看出,从后现代主义阶段开始旅游真实性的载体开始发生转变,不再单纯以旅游客体为标准衡量真实性,而逐渐从客体的内在真实走向了主体感知的真实性。现今的真实性着重讲求的是游客追求体验感受的一种真实性,旅游真实性的理论发展给京剧旅游体验研究奠定了良好的理论基础。

(二)外国游客在京剧体验中的真实性体验

随着旅游业的发展,目前提及的旅游真实性不仅仅停留在客观物质的层面上,因为在此层面上大众旅游者追求的是“舞台化”的效果,而旅游真实性问题更加关注的是游客主体在体验中得到真实性的感受,对于大众旅游者来说身临其境就是“真实”的。外国游客来到中国剧场中体验中华民族文化,在特定的行为情境中与周围的刺激物(演员、布景、服装、道具等)融为一体,通过群体心理暗示(“叫好”与“喝彩”),一起融入到“场”中,将个人体验扩大化,得到身心的愉悦和畅快(flow),从而达到旅游的目的。旅游服务的生产者和消费者直接接触并互动,旅游服务人员本身就是“产品”的一部分,其态度、形象和言行都将影响服务“产品”的品质。外国游客的心态以及行为被置于新奇的环境中并且对其来说是笼罩在莫名的亢奋中,被某种情境的张力带动变得更加积极热情。

现代文化正脱离以语言为中心的理性主义形式,转向以视觉为中心的感性主义形式^[6]。视觉化为外国游客在中国体验京剧旅游带来了更多的刺激和兴奋,外国游客更加关注于“做”和“打”,而非京剧的精

髓“唱”与“念”,通过脸谱、服装道具、舞蹈、剧场氛围等文化符号组合物沉浸于异国的民族文化中,使整个身心达到一种轻松的状态。人们反复接受着来自大脑浅层的刺激,审美主体的审美感知能力遭到弱化、变得迟钝,他们追求感官愉悦的意识膨胀起来,失去理性逻辑的思维能力,往往会表现为一种癫狂,诸如尖叫、非理智的追逐等^[7]。即使在整个曲目过程中,大众旅游者也会处于不理解的状态中,但是达到了对于东方神秘好奇的解密目的,这也会使得外国游客乐在其中,认为自己本真的一种存在状态与本真的自我体验结合起来,在那一刻感觉到一个不同的自我,舞蹈、剧场已经成为外国游客的整个世界。

三、京剧旅游求同存异共生发展

一些学者担心“旅游京剧”这种变了味的京剧会给传统的京剧带来巨大的冲击,他们认为这些为了满足外国游客而简单化了剧情更突出视觉冲击的京剧旅游脱离真实,形成了一座孤岛,成为真实京剧文化的虚假面具,仅仅为了商业价值而抛弃真实性,达到愉悦休闲者的目的。人们越是渴望获得“多元的”、“差异的”和“真实感”的旅游体验和享受,越是给客观存在带来“丧失感”、“异化感”和“不真实感”,然而京剧作为世界认知的中华民族文化特有的符号,究竟会给京剧和旅游带来怎样的后果呢?

从京剧发展史来看,一直因其拥有强大的包容性而逐步成为中国传统艺术集大成者,这种原始艺术在繁荣的过程中不知不觉也走向另一个极端。Err-

ington在她的著作《真实的原始艺术的死亡》中这样论述：“原始艺术的‘真实性’在今天处于一种衰退的状态，甚至趋于灭亡，其原因是文化的消失正是来自文化生产本身”。京剧也将面临这样的“两难”：社会变迁趋于现代性的必然过程，而京剧在文化现代化进程中将面临消失。在京剧不复存在的情况下是不能奢望京剧旅游的发展与繁荣的，因此必须求同存异。中国京剧是现实主义和浪漫主义完美的结合，在快餐文化冲击传统文化的现实背景下，要想改变就得从根本上发掘问题、解决问题，保护和发扬中华国粹。在京剧的继承和发展中加入时尚元素，保留传统与革新样式成为较难调和的两个方向。京剧旅游的重中之重首先是确定一批可以代表和涵盖京剧在唱、念、做、打诸方面艺术成就的传统保留剧目，保持和继承传统的艺术神韵和美学特质，特别是在京剧艺术申遗成功这个更高的平台上，更加需要回归传统，并根据新时代、新观众的要求进行调整；发展京剧旅游不但需要传承者有很好的传统文化素养，还要深刻理解当代人的文化需求，积极借鉴采纳话剧、电影等多种艺术门类的表现方法，在尊重艺术本体的前提下，用新视角展示传统艺术之美，积极吸纳融汇其他艺术之长，为我所用，力求体现有深度的人文情怀与现代意识，让京剧融入中华民族文化遗传的基因，成为民族身份认同的符号，赋予京剧鲜活的时代特色。

不同的旅游形式给旅游者带来的体验不同，然而

体验方式虽不尽相同，但最终都是以身心的舒畅为目的开展旅游活动。对于“京剧旅游”这一个新的旅游形式，游客主体本真的感受是值得研究者多加关注的。京剧在继承和发展的双向选择中加之旅游时尚元素会促进我国民族文化“京剧旅游”走向世界。京剧艺术要向深度广度迈进，与旅游联姻是一个好的尝试，京剧与旅游的途径合力促销，打造旅游文化品牌是一种可以推动京剧走进国际市场，使我国传统艺术文化发扬光大的途径。

[参考文献]

- [1] 谢彦君. 旅游体验——旅游世界的硬核[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2005(12): 5-9.
- [2] 芦爱英. 游客心理分析与旅游服务对策[J]. 牡丹江师范学院学报哲学社会科学版. 2004(4): 51-54.
- [3] Boorstin , D. The Image: A Guide to pseudo—event in American. New York: Harper.
- [4] 李旭东. 民族旅游的真实性探讨[J]. 桂林旅游高等专科学校学报, 2008(1): 16-19.
- [5] 张明. 旅游目的地文化真实性探讨[J]. 学术探讨, 2006(6): 113-115.
- [6] 孟建. 视觉文化传播：对一种文化形态和传播理念的诠释[J]. 现代传播, 2002(3).
- [7] 毛聘婷. 视觉文化的盛宴 浮华年代的欢愉——视觉文化泛滥对青少年环境的负面影响的反思[J]. 扬州大学学报: 高教研究版, 2005(2): 71-74.

[责任编辑]心安

The True Development of Peking Opera Tourism —Based on the Perspective of Foreign Tourists

WANG Dan

(College of Tourism and Geography Sciences, Yunnan Normal University, Kunming, 650092, China)
Abstract: with the tourism industry's escalating, "Beijing Opera tourism" to a new form of national tourism market, many forms surprised see these after some theaters for foreign tourists after processing bring happy experience "tourism opera", at the same time many scholars tourism this special tourism Peking put forward this form of questioning, expansive cultural such doubts this article from the Angle of existentialism authenticity stage as the breakthrough point, with a tourist experience feelings to Peking, briefly tourism authenticity that Beijing Opera this nation special cultural form tourism brings foreign visitors true merry experience feelings, and dialectical view the Peking Opera tourism's inheritance and innovation development.

Key words: Tourism experience, Peking Opera tourism, authenticity