

京剧与票房之鱼水关系

此“票房”非彼“票房”。这里所说的票房，乃特指京剧票友的聚会之所，其源既久。现今通用的“票房”一词意义虽变，倘细加追究，恐怕与本义脱不了干系：票房好，意即拥趸多。由是可知，京剧与票房，乃鱼水关系，一旦票房发达，京剧必然兴盛。

各种表演艺术都有一批爱好者，也即票友。但同为票友，京剧票友无疑首屈一指。而票房，是“高级票友”的集合地，他们在这儿学戏唱戏切磋精进，毫无功利之心，却愿贴钱投入。票房历史悠久、参与者众、影响深广，成为京剧艺术领域不可或缺的组成部分。说到京剧，难以绕过票房，它几乎是京剧的衣食父母。一般观众或戏迷，经济有限，眼界有限，偶然光顾戏场，捧个场，解个渴，作出“散客”的贡献。而票友则不然，他们是戏迷升级版，是没完没了的回头客，极尽痴迷，情感与共。他们是京剧的土壤，肥沃不肥沃，直接关系到京剧的命运。

一种艺术，一旦“观众”不限于只做观众，而是成为艺术的参与者，其生命力就不一样了。据著名学者王元化回忆，他们那一代人，不少都是京戏迷，像吴祖光做学生时，为了你捧谁我捧谁而与人争执不下，第二天一大早两帮人约架——“皇城根儿见”，直打到鼻青脸肿回家。这就是当年的典型氛围，京剧艺术已经融入生命。票房的兴起和林立，正是与这种艺术氛围休戚相关。而它的式微，也伴随着京剧的衰落。

好在终于躬逢盛世，京剧艺术又迎来了春天。但是账欠得太久，好多优秀传统已然消遁。现在的年轻专业京剧演员，无缘得见四大名旦、四大须生，他们能演十几出戏，已是值得褒扬；而前辈京剧艺术家谋生不易，如果身上不备近百出戏，一旦有机会让你上手，就等于错失良机，所以他们刻苦学艺，呕心沥血。这既有时代的原因，也有体制的原因。在目前情势下，如何最大可能地恢复传统？善用票友票房，无疑是一条极佳的捷径。很多老票友从小泡在剧场，看过众多名角的演出，耳濡目染，阅历丰富，练就了一副火眼金睛。他们眼光毒辣、口味刁钻、意见中肯、直中要害，是不可多得的“专家智库”。如何实现京剧与票房的和谐互动，委实是一篇好文章。

著名戏剧理论家刘厚生内行而又忧虑地指出：拯救老戏，应该是今天京剧界的紧要任务，新编戏固然重要，但不能“喜新厌旧”，因为京剧的博大正是通过老戏体现出来的。据刘厚生观察，京剧的老折子戏有几百出，但如今常见于舞台的不到100出，可见遗存散失的厉害程度。如何抢救遗存？恐怕票友票房是最佳的抢救利器。这些一腔赤诚的戏剧痴人，肯花时间，肯散金钱，更重要的是，有丰厚的艺术学养积累和独到的专业知识眼光。有些票友，居然敢于指摘专业演员的某些瑕疵，言之有理，言之有据，不得不令人叹服。

戏迷们为了捧角，天南海北“打飞的”追星，这自然让人感动。而票友们为了学戏，经常废寝忘食，耗费财力精力，那种执著精神，更是令人动容。有的票友，为了学习一段唱腔，自费到数百里之外找老师请教，且唱念做打全面习练；有的私人票房组织者，凭一己之力承担所有活动开支；有的票友过世时，寿衣就是戏服，灵堂放着她平时喜欢的唱段……这所有的一切告诉我们，戏剧是鱼，观众是水，离开水的滋养，鱼是无法存活的。探讨京剧与票房之鱼水关系，其意义不止于京剧一界，而是具有广泛的意义。