



从京剧《赤壁》说起

——试析京剧应如何在海外传播

张潇雨

(中央音乐学院音乐学系 北京 100031)

摘要: 京剧被认为是中国的“国剧”,不但在国内市场占有重要地位,也逐步在海外舞台崭露头角。国家大剧院原创京剧剧目《赤壁》是一部优秀的剧作,在国内外演出市场均获赞誉。文章以京剧《赤壁》为例,分析了此剧在欧洲巡演中获得成功的原因,并从民族音乐学的角度初步剖析了京剧应如何在海外传播。

关键词: 京剧;《赤壁》;海外;传播模式;审美;次文化

中图分类号: J617.1

文献标识码: A

文章编号: 1004-2172(2014)03-0049-05

引言

京剧一直被中国人视为“国剧”。虽然中国拥有繁多的戏曲曲种,但京剧优美且不失内涵的唱腔,程式化却不失韵味的舞台动作,具有象征性但不飘渺的舞台布景以及看似单一却有考究的华美服饰使它在诞生 200 多年后依旧征服着一代又一代国人的心。尽管近二三十年国内涌现出了各色音乐种类,尽管很多人都认为京剧在现代人日常生活中的地位远不及以前那般重要,但是京剧作为中国土生土长并在一定时期风靡全国的戏曲剧种,所取得的艺术成就和对社会的影响力是其他剧种无法比肩的。

随着改革开放后中国逐渐融入世界的大舞台,京剧作为代表中国特色的艺术形式被介绍到其他国家。京剧在英语中被翻译为“Peking Opera”,虽然这个翻译多少还是带有一些西方审美的色彩(“opera”一词在英文中的含义为“歌剧”),但是这在某种程度上也为京剧在海外的传播起到了辅助诠释的作用,更何况西方的歌剧和京剧还是有一些相似之处的:歌剧的宣叙调和京剧的念白,歌剧的咏叹调和京剧的唱腔,歌剧的舞台表演和京剧的舞台动作等等,当然这些都是极其笼统的外在相似。放眼世界,由于种种原因,歌剧这种艺术形式传播的范围比较广、影响力也比较大,用一个与之相似的概念命名京剧确实有助于它更广阔地发展。

一、京剧《赤壁》的代表性意义

近些年京剧在海外传播的过程中,剧目《赤壁》以其强大的演出阵容、全方位的宣传和良好的社会反响,成为一部令人不容忽视的京剧巨作。它原本是由国家大剧院 2008 年为庆祝建院一周年而打造的一部原创剧作,也是到目前为止国家大剧院全力推广的唯一一部原创京剧作品。随着之后几年此剧轮番上演获得的国内各界广泛关注和热烈好评,这部剧目在 2012 年跨出了国门,走向了世界。笔者于 2012 年在国家大剧院实习,有幸参与到京剧《赤壁》的部分宣传工作中,也有幸接触到当年巡演国家的资深媒体人,所以笔者对于《赤壁》一剧的海外传播也有所了解。加之此剧 2012 年于维也纳、布达佩斯和布拉格巡演之后,笔者对剧目的文案负责人进行了深度访谈,所以以此剧作为探究京剧近些年在海外传播模式的典范做初步探究,是笔者经过深思后做出的相对稳妥的选择。

回溯京剧在海外传播的历史,早在梅兰芳时代,京剧就曾经在美国有过惊艳亮相,当时梅先生的演出使这种原本只在国内风靡的艺术形式也在国外的舞台大放异彩。后来,随着国内体制的完善和艺术上的推陈出新,很多京剧剧目都在国外的舞台上演。但是,京剧在海外的传播境况如何?除了海外华人究竟有多少外国人愿意去欣赏,甚至愿意花钱买票

收稿日期:2014-02-15

作者简介:张潇雨(1988—),女,中央音乐学院音乐学系世界民族音乐专业 2012 级硕士研究生。

去欣赏这种艺术形式呢?京剧在海外的票房是什么状况?京剧是否真的已经作为中国的国剧被外国人了解?带着这些疑问,笔者进行了一系列的探究和思考。

长期以来,中国的戏曲在国外演出时,观众几乎都是华人已是不争的事实,剧团演出的门票基本靠赠也屡见不鲜,这就说明中国的戏曲并未真正“走出去”,这其中包含多方面的原因,但并不能因此而全盘否定中国戏曲精湛的艺术造诣。此次国家大剧院推出的剧目《赤壁》在海外巡演时坚持出售门票的原则,而且台下的观众大部分也是外国面孔,演出后在当地产生的反响非常热烈。究竟是什么原因使这部剧目成为了扭转京剧在海外演出市场一直处于尴尬境地的楷模?中国京剧又该如何逐步打开国外市场?下面,笔者试图逐一解读京剧《赤壁》成功的原因,就此来分析京剧如何才能真正走上国际舞台。

二、京剧《赤壁》海外巡演成功经验解读

假设我们需要接触一种全新的艺术表演方式,在对于其蕴含的文化背景和语言一无所知的情况下,这种艺术表演的呈现方式和给人带来的视觉冲击力无疑就成为了吸引观众最直观的关键点。而京剧《赤壁》就以其出色的舞美设计和别出心裁的服装征服了国外观众“第一眼”的直观感受,从而为剧目的上演提供了保障。担任此剧舞美设计的是资深设计师高广健,“创意”和“宏伟”成为了这部剧目舞美设计的整体基调。虽然舞台呈现无法像电影那样使用电脑特效,但是他依旧巧妙地将写意、象征和高科技的手法相结合,营造出“舞台多层空间的同时叙事,展现了无限延展的‘深邃’感。”^①火烧赤壁一景的最终呈现令现场的观众尤为称赞,江面、战船战火冲天的景象震惊四座,而战船在火中化为朽木的细节也令人啧啧称奇。再看《赤壁》演员的服饰,全剧180余套的精美服饰均是由人手工绣制,全部采用真丝材质力求在舞台呈现时充满质感,在传统京剧服装要求的基础上有着大量的创新设计,使之更接近现代人的审美。^②如此精心的舞美设计和服装安排给观众带来的新鲜感和视觉刺激成为了《赤壁》走向国际的“敲门砖”。

如何使国外的观众更好地理解京剧?“语言关”是摆在所有宣传者面前的重要问题。美国民族音乐学家梅里亚姆在他的著作《音乐人类学》中对歌词对于音乐的重要作用进行了很详尽的阐述,他

认为:“语言影响着音乐,语调确立了某些声音模式,音乐—歌词的结合体要想使听者明白就必须遵循这些模式,至少在某种程度上这样。”^③可见在跨文化的艺术传播中,语言对于陌生受众群体有着至关重要的影响,所以歌词能否被精确翻译直接影响着演出效果的好坏。京剧的唱词虽不是晦涩艰深,但也充斥着韵律内涵,如何用外语更加贴切地反映京剧文词中蕴含的意味,着实成为了吸引外国观众的关键。在西方音乐史的发展中也存在类似的例子,亨德尔将原本为拉丁文演唱的清唱剧改为用英文表达,将一种非生活的语言变为日常的语言引入音乐,成功激发了英国人对于清唱剧体裁的兴趣,将这种影响了后世很长时间的藝術形式引入英国的音乐界。这就证明了语言对于艺术形式的传播有非常重要的影响。《赤壁》一剧2012年在海外巡演大获成功也与幕后人员精准的翻译密不可分。据悉,这次巡演的主办方邀请了奥地利、匈牙利和捷克三国的本土翻译专家对剧目的文字和宣传文案进行了全方位的翻译,他们当中有些还是资深的汉学家,对中国的人文、历史了解颇深。^④如此强大的翻译阵容所做的一切努力都是力求还原京剧唱词的韵味。京剧剧目在海外上演不是新鲜事,将唱词翻译成英文作为字幕也在情理之中,但是却鲜有演出能对京剧唱词的翻译费如此大的心血,邀请不同国别的语言学家将唱词翻译成英文以外的本土语言。如此看来,京剧要想在海外的传播取得更为广泛的影响,实现与海外观众沟通“零障碍”,语言文字的翻译也是不容忽视的重要方面。

语言是文化传播的桥梁,而音乐构成的材料作为特殊的聲音,其传播受到了抽象性、非语义性等特质的影响,学术研究作为以语言文字为依托的研究方式,对于音乐的传播起到了促进作用。音乐文本和音乐表演作为具体的音乐事项,可以在一些人群中得到传播,但是范围并不广泛,因为并不是所有人都具有识谱能力和欣赏经验。但是将二者转化为易懂的文字,其受众面应该更广泛一些。理论是对实践的总结和提炼,学术研究的成果不但能够成为音乐传播的有益途径,而且能够在音乐传播的过程中总结规律并为其提供发展方向。

演员的艺术水准决定了剧目最终呈现时的状态,与剧目上演后反响的好坏有着直接联系。《赤壁》一剧的主演汇集了新老表演精英,既有“身经百战”的当红京剧表演艺术家于魁智和李胜素等,也

有生机勃勃的新一代京剧演员张建峰和窦晓璇等。无论是经多见广的表演艺术家,还是蓬勃成长的新生代京剧演员,他们都为《赤壁》的最终呈现增添了别样的风采。剧目中小乔唱腔的婉约细腻、诸葛亮唱腔的悲怆大气、“舌战群儒”时唱腔的五花八门……都构成了此剧目高水准的艺术造诣。但是,或许我们心中会存在一个问号:国外的观众也会理解甚至喜爱带有如此中国特色的音乐曲调吗?当年法国作曲家柏辽兹在伦敦万国博览会时听到一场中国戏曲音乐表演,做出了如此评论:“说到那个中国人的歌声,从来没有比这个还要奇异的东西打击过我的耳朵了,试想看那一连串鼻音、喉音、嚎叫、吓人的音响,我不过其言地可以比之于一只狗睡了一大觉后,刚刚醒来时伸肢张爪时所发出来的声音。……我的意见是把这种人和乐器所发的噪音叫做音乐,是最不可思议地滥用了音乐这个名词。……这些外国人(指中国人)的舞蹈也和他们的音乐不相上下,我从来没有见过这样丑陋的矫揉造作。使人看到了好像一群魔鬼在打哈哈,扮鬼脸,一起发出匍匐蛇行的丝丝声、怪物的咆哮声、三叉戟的撞击声和地狱里锅炉的爆裂声。……我真难于相信中国人不是狂人。”^⑤可见,中西观众如此之大的审美差异着实成为了京剧在海外传播的障碍。

在民族音乐学概念的美学定义中,审美的来源是创造者和观察者,暗示着一种包括价值观在内的态度。所以文化土壤和生长环境就决定了审美的差异,这种差异是无法完全消除的,但却可以通过一些方式加以弱化。在经济全球化和信息高度发达的今天,“欧洲音乐中心论”的思想正在逐渐瓦解,世界各地的民族音乐学家都在努力发掘非欧地区的音乐,试图将其介绍给大家,并还原其艺术价值。中国土壤孕育出的京剧要克服在国外演出市场中的“水土不服”问题,不是一朝一夕的事情,要想让国外观众真正达到欣赏而不是猎奇的层面还需时日。《赤壁》的曲调之所以能被国外观众接受,笔者认为也与剧目的作曲者——朱绍玉的大胆创新有关。他的创作在遵循京剧音乐基本韵味的同时,大胆突破创新,甚至进行了很多破格的变化:根据情绪需要将板式的模式打破,加入了长时间的联唱,将听觉意义上的美作为重要前提……这一切看似“破坏老祖宗规矩”的创新却成就了《赤壁》在海外巡演的成功。

在一部成功的剧目中,情节往往成为了引人入胜的法宝,尤其是在观众并不熟悉某种艺术形式或

者其蕴含的深层价值时。在西方广为流传的声乐体裁——歌剧就以它丰富的脚本、或喜或悲的情绪和多样化的人物性格,成为了一种拥有大批观赏群体的音乐体裁。同理,此次《赤壁》在海外获得成功有很大一部分原因也源于剧情的吸引力。编剧蔡赴朝将此剧的剧情浓缩为六个最有代表性和戏剧冲突的片段:铜雀兴兵、舌战群儒、结盟定计、泛舟借箭、备战借风以及火烧赤壁。^⑥这六个片段既有剧情上的联系,又具有情节上的冲击力,可以使观众在对唱腔不熟悉的情况下重燃对剧目的兴趣。

对于京剧在海外传播时的唱腔和剧情两方面,笔者有一些自己的看法。面对对京剧近乎一无所知或者只有初步了解的外国观众时,唱腔与剧情相比,其重要性就大大减弱了。因为外国观众无法分辨出不同流派的细微差别,或许他们只能从优美与否、尖锐与粗犷等直观感受和音色方面指出不同。而剧情发展却始终贯穿于剧目进行中,成为了带领观众入戏的重要因素。所以,演员做好基本功底的演唱且全情投入演出即可。换言之,又有多少外国观众能分辨出浓妆下的小乔究竟是李胜素还是窦晓璇呢?在笔者就读的大学——中国戏曲学院,每年都有一些来自欧美国家的交换生学习京剧表演。笔者曾经看过一次他们的汇报演出,原以为经历一个学期的学习,他们多少会涉及一些唱腔的演绎,但笔者却只看到了他们的动作表演(也就是程式化的舞台动作)。教师在教授课程时,更多的是为他们讲解剧情助其理解,而非细致地教授唱腔审美(或许是受时间的限制)。这些留学生应该成为未来在境外传播中国京剧音乐文化的种子,而不仅仅是被视为猎奇者。因为我们到海外演出的机会极为有限,而他们却可以长久地在学术圈或社团中发挥作用。毕竟能像日本表演艺术家坂东玉三郎那样从唱腔、动作、神态等各方面演绎中国昆曲《牡丹亭》的外国艺术家实属凤毛麟角。所以,在面对基本是外国受众群体时,既要让京剧名家亮相展示京剧最高艺术魅力,也更应该让基础扎实、努力成长的新星有更多的展示机会。

京剧在海外的传播还有最重要的一点就是宣传的配合。无论从前期的访谈、广告的投放还是剧目的跟进以及后续的追踪报道,这一系列的工作都成为了推广京剧的重要环节。传媒公司作为沟通中外国家的桥梁担负着重任,国外媒体的全方位报道和积极配合宣传是必要保障,再加之当地的名人参与

宣传达成所谓的“明星效应”等等。做到这些,京剧这个令国外观众看似遥远的剧种就会变得贴近人心。《赤壁》一剧正是具备了上述几条因素才获得了超乎想象的舆论好评:吴氏策划公司为巡演做了相当周密的策划;巡演前笔者就陪同奥地利国家电视台的记者在北京取景宣传京剧文化;担任维也纳站演出主持人的是当今德语地区最有声望的演员格尔特·福斯(Gert Voss),他极其地道的解说和妙趣横生的叙述引得现场观众不时发出阵阵笑声,使观众拥有了无比愉悦的观赏体验。各方面的保障如此齐全,且阵容如此强大,《赤壁》在海外巡演获得成功便是在情理之中的事情。

综上所述,虽然京剧在海外的传播历史已经长达百年,但是这条路途却并不平坦。我们要想扩大国外观众群体以及增加海外的票房还有很长一段路要走。国家大剧院的原创京剧《赤壁》在欧洲三国的巡演为此提供了良好的模式:布景的引人入胜、翻译的精准到位、演员的扎实表演、剧情的扣人心弦以及各方媒体的宣传等等,都是使京剧能够在世界舞台中站稳脚跟的必备条件。

三、京剧在海外传播的障碍与模式探究

习近平主席2014年3月27日在巴黎联合国教科文总部发表讲话时的观点可以为京剧传播提供启示,他提到文明是“多彩的、平等的、包容的”,“历史和现实都表明,傲慢和偏见是文明交流互鉴的最大障碍”,这些也是中国进行跨国文化交流应该秉承的原则。放眼世界,“文化相对论”的普遍思潮和“文化普同论”的交锋没有停止,音乐作为国家文明的产物也被涵盖其中。从文化相对论主张的“一切文化都是相对的、平等的、拥有自身特点的”,再到文化普同论所主张的“世界上现存所有的人类都是同一属性,任何一人群都不比其他人群更为进化”^⑦,这些人类学的研究准则都在积极推进着非本国文化的发展,也都在为异国文化认同做着有益的努力。虽然如此,要想让本国的音乐在国外也能达到一定程度的传播和认可,还是需要将民族的文化 and 审美让更多的外国人知晓甚至理解。

京剧作为极具中国特色的艺术形式,要想在海外的传播达到理想状态还需要在很多方面下功夫,我们不妨借鉴一下同属亚洲的邻国经验。笔者曾经和日本著名音乐学家柘植元一先生探讨日本缘何一直在吸收其他国家音乐文化的同时,还能保存着本

国的优良传统的问题。简言之,他表示日本政府和各界都非常尊重音乐家,真正的日本民族音乐大师享有很高的地位,而且日本一年中有很多传统的“祭”(也就是我们所理解的“节”),“祭”上会上演日本传统民族音乐。这种表演并不是敷衍了事,而是会受到很多民众的关注。在一次就印度音乐传承、传播模式的采访中,印度国宝级音乐家对笔者说起了印度音乐虽然复杂但却在欧美国家有良好传播的原因,那就是印度政府在各方面的有力扶持政策,政府不仅是提供资金资助和制度保护,还会选派最优秀的音乐家常驻国外的使馆免费或只收取很少费用教授印度的传统音乐,且每年印度在音乐国际交流中所花费的心血也不是能用金钱衡量的。当然,在印度这个全民信仰宗教的国家中,音乐被认为是和神灵沟通的最佳语言,就注定音乐会在人们的生活中占有神圣的地位,但是他们的一些传播模式确实值得我们借鉴。反观京剧的传播,于国内,多数时间它只是节日晚会中一个重要的节目,是年岁已长的人群的一种娱乐消遣;于国外,它是海外华人思乡念旧的寄托,是外国人猎奇观赏的艺术形式。虽然现在政府已经开始大力扶持京剧的发展,开展了“京剧进课堂”等从基础教育抓起的传播模式,但是从开始执行再到最终的彻底贯彻,仍需要时间的打磨和完善。

或许我们会扪心自问:京剧在国内的发展已然不如之前那般繁荣,又如何能将其推广至海外?的确,受媒体平台门槛的降低和信息全球化的影响,我们的生活中一时间涌进了很多令人眼花缭乱的艺术形式,或许京剧与其他新鲜事物相比在表面上并没有太多优势,但是京剧经历了时间的打磨而留下的艺术精髓是很多艺术形式无法比拟的,而国人终有一天会醒悟、会发觉,进而会更加关注。当然,戏曲目前处于转型期,传统的剧目应该原汁原味地保留还是应该发展、创新?新创作的剧目究竟应该原封不动地按照传统规矩编写还是应该大胆突破?继承传统和创新之间该如何平衡,作曲家如何拿捏二者的程度?都是需要深思的问题。

毫无疑问,京剧在海外的音乐圈、文化圈乃至学术圈来说,属于绝对的“次文化”,它并不是当地母体文化的附属,所以外国人对于京剧的接受程度并不会很高,而中国文化也不可能成为当地的主流文化,这是一个到目前为止我们必须理性接受的事实。无论是国家还是专业团体对其在海外的影响力不应

抱有太高的奢望,而应该从理性上认识到在国外传播中国传统文化的障碍,以免从操之过急跌落到无所作为。从京剧本质来看,音乐繁复的装饰音、多样的板式,以及程式化的舞台动作都决定了其不是一种能够在异文化环境中轻而易举得到广泛传播的艺术形式。笔者认为,京剧在海外传播时有两种模式比较切合当下形式:一是如《赤壁》一样,通过演出来宣传京剧;二是通过文化层面向人们普及一些有关京剧的知识。对于京剧,通过欣赏和知识层面上的推广,要比通过音乐实践和社会层面上的推广现实和有效率得多。

另外,在网络媒体成为主要传播介质的今天,媒体的观念在很大程度上决定了次文化的发展。如何利用新媒体扩大京剧在海外传播的规模也成为媒体人需要考虑的因素。近年利用媒体推广本国音乐从而获得巨大成功的案例当属韩国 2012 年风靡全球的《江南 style》,虽然这是流行音乐和通俗文化的代表,但通过这个案例,我们可以清楚地看到媒体的巨大影响力。当然,京剧的情况和上述案例有较大差别,但我们也应该从成功案例中吸取一些有益的经验,比如用强大的媒体攻势推广一些更贴近现代人生活的、带有京剧韵味的音乐;比如简化京剧唱腔华丽的装饰使之更容易被人们记住;比如将带有京剧韵味但更为通俗、简单化的“京歌”作为初步宣传的目标等等。如此的改变并不是为了推广而放弃传统和原则,而是用一种更为简洁的音乐语言拉近国外

观众的距离,从而更好地开展深入的传播。

在市场决定艺术作品成败的今天,如何对艺术与商业加以权衡也成为了京剧在海外传播时的关注点。“作品—演员—宣传”三合一的推广形式也是在一段时间内主导京剧在海外传播成功与否的模式。笔者相信,以《赤壁》为首的京剧剧目已经成功敲开了海外市场的大门,其获得的经验可以被日后的各种剧目借鉴,加之国人为此做出的种种有益努力,京剧真正踏出国门指日可待!

责任编辑:郭爽

注释:

- ①引自国家大剧院媒体通稿。
- ②数据、素材引自国家大剧院媒体通稿。
- ③艾伦·帕梅里阿姆:《音乐人类学》,穆谦译,人民音乐出版社,2010年,第194页。
- ④素材引自国家大剧院媒体通稿。
- ⑤陶亚兵:《明清间的中西音乐交流》,北京东方出版社,2001年,第79页。
- ⑥素材引自国家大剧院《赤壁》节目册。
- ⑦引自百度文库“人类学”词条中的“三、人类学的基本原则和研究方法”,网页链接如下:http://wenku.baidu.com/link?url=X8wJoG0NF7QMqo2oLSzB_El4SLaGpQXiZ6AsA9KA37T92Lw0VWXyk2hH3LPdA-bZ5hJK2ubnTR-w66-SwQvJat6vK7U8Xy1bgVJgxrRkYhG。