

东南大学

硕士学位论文

中国戏曲与市场流变

姓名：郭妍琳

申请学位级别：硕士

专业：艺术学

指导教师：徐子方

20040327

摘 要

本文旨在纵览中国戏曲和戏剧戏曲市场历史演变的基础上,以史为鉴,通过对不同剧种在市场中兴衰沉浮原因的探析,为当今戏曲演出市场出现的问题,提供些许有益的思考。作者认为,戏曲艺术从诞生伊始便与市场结下了不解之缘,此后在艺术上的发展与成熟更与市场的影响与作用密不可分。如今是一个文化消费日趋增长的时代,戏曲艺术却面临着观众流失引发的生存危机。究其原因,恰恰是多年来忽视了它与市场之间的密切关系。

本文分为六个部分。

第一部分,主要描绘先秦两汉时期商业性演出活动的大致情况,指出当时已经产生了戏乐市场、戏剧艺术和戏剧市场的萌芽。

第二部分,分析戏曲诞生之前,隋唐时期戏乐表演艺术市场的繁荣情况,指出它为后世戏曲市场做了艺术和观众两方面的准备,并重点论述了市场对戏剧艺术有推动和制约的双重作用。

第三、四部分,将戏曲诞生以后,传统戏曲市场中两次重大的市场争夺,以及由此带来的剧种和艺术形式的变化做了粗略的勾勒。验证了“得市场者生,失市场者亡”这一亘古不变的竞争法则,强调了市场的重要性,及其对戏曲艺术变革的重要作用。

第五部分,论及民国时期戏曲市场对京剧艺术的影响、作用及京剧的新发展。

第六部分和余论,在给出现今戏曲与市场状况的基础上,对目前市场问题认识上的误区和营销策略进行探讨,指出抓住目标市场的重要性;同时,也论述了不应忽视对远景市场艺术素质培养的问题;并再一次肯定市场对戏曲艺术的存在和发展有着不可低估的作用。

关键词: 戏乐市场; 戏曲; 艺术; 戏剧市场

The Development of Chinese Opera and Its Market

Abstract: Based on a broad overview of Chinese Opera and drama market historical development, the thesis analyses the reason why different kinds of drama rise and fall in the market, and provide some answers to solving the matter of today's drama market. It is pointed out in the paper that Chinese Opera has much to do with the drama market when it was born, and the mature of art of Chinese Opera also has close relation to the effect of the market.

The thesis is divided into the following six parts.

The first part records the affairs of commercial performance in the Pre-Qin days and the two Hans Dynasties. And points out that, there are the seeds of folk-play market, drama and drama market.

The second part analyses the flourishing of play market in the Sui Dynasty and the Tang Dynasty, and demonstrates its preparation for the Chinese Opera market on two sides of art and audiences.

The third and fourth parts describe the two great competition in Chinese Opera market. They also emphasize the significance of the market and the important effect which the market gives to the reformation of Chinese Opera.

The fifth part discusses the effect of the Chinese Opera on Peking opera and its development in the Republic of China have quite an effect .

The last part describes the situation of today's Chinese Opera and its market, injures into misunderstanding and tactics of the market, and points out the importance of the target market.

Key words: folk-play market; Chinese Opera; art; opera market

东南大学学位论文独创性声明

本人声明所呈交的学位论文是我个人在导师指导下进行的研究工作及取得的研究成果。尽我所知,除了文中特别加以标注和致谢的地方外,论文中不包含其他人已经发表或撰写过的研究成果,也不包含为获得东南大学或其它教育机构的学位或证书而使用过的材料。与我一同工作的同志对本研究所做的任何贡献均已在论文中作了明确的说明并表示了谢意。

研究生签名: 郭妍琳 日期: 04.3

东南大学学位论文使用授权声明

东南大学、中国科学技术信息研究所、国家图书馆有权保留本人所送交学位论文的复印件和电子文档,可以采用影印、缩印或其他复制手段保存论文。本人电子文档的内容和纸质论文的内容相一致。除在保密期内的保密论文外,允许论文被查阅和借阅,可以公布(包括刊登)论文的全部或部分内容。论文的公布(包括刊登)授权东南大学研究生院办理。

研究生签名: 郭妍琳 导师签名: 朱勇 日期: 04.3

绪论

日本学者日下公人在其著作《新文化产业论》中指出“开发文化的时代已经到来。”^① 经济学家波特(M. Porter)也有与之相应的经济发展四个阶段论。其中最后一个阶段是“财富驱动阶段”，在这一阶段“追求个性的全面发展，追求文学艺术、体育保健、休闲旅游等等生活享受，成为经济发展的新的主动力。”^② 我国人民在物质生活得到一定程度的满足之后，精神文化的消费需求日趋增长。从历年我国文教娱乐用品及服务消费的支出情况即可看出，文化需求和消费在人们的消费中占有越来越大的比重。而在这一大好形势下，中国的戏曲艺术却在市场中举步维艰。曾经有许多专家学者对戏曲艺术如何在市场中生存做了多方面的思考。从对戏曲艺术改革的讨论到庞彦强先生直击艺术消费与戏曲表演问题，孙文辉先生提出了“市场戏剧”的概念，以及众多版本的文化市场学对戏曲演出市场的探讨等等，市场和戏曲艺术最终走到了一起。

(一)本文力求从历史的角度论证中国戏曲早在诞生之初便已具有商业化、市场化的萌芽，并在此基础上，希冀以史为鉴，提出对今天戏曲演出市场存在问题的思考和营销策略。长期以来，有关戏曲市场的历史部分仅限于狭义的研究，如廖奔的《中国古代剧场史》、吴晟的《瓦舍文化与宋元戏剧》；或是局限在戏曲市场的某一方面，如钟嗣成的《录鬼簿》、夏庭芝的《青楼集》、张发颖的《中国戏班史》等，而市场和艺术之间的相互作用，却被忽略了。然而客观的历史史实却一方面向我们证明，市场对戏曲艺术是有着双重影响作用的，既能推进符合市场尤其是市民观众市场审美需要的艺术形式的发展，也能阻碍甚至是拒绝脱离市场审美需要的艺术样式的进入。中国戏曲在它上千年的历史进程中，在市场的“大浪淘沙”之中，经历了繁荣兴盛与衰落以及剧种的相继更替，多少剧种因为种种原因导致对市场的背离而被历史淹没。正是基于这不争的事实，笔者认为戏曲艺术不应该忽视市场，戏曲必须紧紧抓住观众，才能在市场竞争中求得生存和发展。另一方面历史也向我们昭示，戏曲艺术是在市场中并且是以市场需求为导向发展成熟起来的。作为一门典型的综合艺术形式的戏曲，集合了受到观众广泛欢迎的众多表演艺术的品格，才得以在激烈的市场竞争中鹤立鸡群。从唐代戏剧对其他表演技艺在艺术上的借鉴，到“花雅之争”以及京剧艺术诞生时各种声腔剧种在艺术表现上的相互汲取等等，都说明了中国戏曲作为开放性的艺术形式，其艺术的进步必须在市场竞争中通过对其他艺术样式的借鉴与学习来完成，脱离了市场，就会失去艺术的生命力。

(二)戏剧与其他所有艺术形式最重要的区别就在于它的审美价值必须通过演员和观众的共同创造才能实现。然而，观众的成熟和市场的成熟是一个渐进的过程，需要通过培养来完成。戏曲在诞生之初对其表现形式的不断探索，已向世人表明，戏曲艺术在市场中的成功不是一蹴而就的。观演本身是一个双向交流的过程，观众“知识框架或理解结构…即先在视野”^③的构筑是极为重要的。而构建戏曲艺术的先在视野、观众的审美理解，过去是通过观众在演出市场中观看各种艺术演出，也就是诺贝尔经济学奖获得者斯蒂勒(Stigler)和贝克尔(Becker)所说的在消费过程中积累“消费资本”，以及艺人们为了求得市场竞争中的胜利而出于生存本能地尝试种种艺术样式的革新来实现的。今天，尤其是在戏曲演出市场观众群青黄不接的危机中，通

① 日下公人，《新文化产业论》，范作申译，上海：东方出版社，1989年版，第9页。
② 刘玉珠、柳士法，《文化市场学》，上海：上海文艺出版社，2002年版，第24页。
③ 金元浦，《接受反应文论》，济南：山东教育出版社，1998年版，第122页。

过有意识的艺术教育、艺术培养来构建观众,尤其是青少年观众的先在视野则是培养远景市场的重要举措。诚如文中所强调的,仅仅在经济消费能力上成熟的观众不是真正意义上的观众,只有在审美能力上也成熟了的观众才是我们戏曲艺术的观众所在。

“没有观众,就没有戏剧”^①,没有观众就没有市场,戏曲艺术与市场是不可分割的。当前戏曲表演市场最主要的问题是在做好市场调查的基础上了解目标市场、把握目标市场,在抓住当前观众市场的同时,积极培育未来的远景观众市场。

本文从社会经济因素的分析和市场学的角度对中国戏曲与市场的流变做了一些初步的探索,以期对今天弘扬民族传统文化、振兴戏曲演出市场提供新的思路,为今后的研究起到抛砖引玉的作用。

^① 马丁·艾思林,《戏剧剖析》,罗婉华译,北京,中国戏剧出版社,1981年版,第16页。

第一章 初级戏剧形态及其市场萌芽

中国戏剧恰如王国维先生所说“当自巫、优二者出。”^①然而,无论是远古有之的巫术仪式还是新兴于春秋战国时代的俳优表演,都“未可以后世戏剧视之也”^②。但其中的戏剧表演因素及商业性萌芽却是不能忽视的。

第一节 巫仪与戏剧及商业性表演萌芽

建立于宗教信仰行为和对神、祖先与英雄崇拜基础之上的祭祀仪式,其“象神”、“乐神”的歌舞表演,被众多学者认为是带有了后世戏剧之萌芽。自上古之世兴起的巫风,到了春秋战国时代更加炽盛。且远远超越了宫廷巫仪祭祀的范畴,在民间以“蜡”、“雩”、“傩”等的形式成为全民性的风俗。孔子之见“乡人傩”、屈原之“见俗人祭祀之礼,……其词鄙俚,因为作《九歌》之曲”^③,显现自齐鲁大地至楚蛮之域,巫仪祭祀无所不在。而祭祀活动中的主体——即能“以舞降神”^④的巫,也已然独立为一种职业人士,并习此业以谋生。

《史记·滑稽列传》中记载了“河伯娶妇”的故事:“魏文侯时,西门豹为邺令。豹往到邺,会长老,问之民所疾苦。长老曰:‘苦为河伯娶妇,以故贫。’豹问其故,对曰:‘邺三老、廷掾常岁赋敛百姓,收取其钱得数百万,用其二三十万为河伯娶妇,与祝巫共分其馀钱持归。……’其巫,老女子也,已年七十。从弟子女十人所,皆衣赭单衣,立大巫后。”^⑤这段话验证了民间的巫仪祭祀是由百姓聚资,聘请专门的职业巫师来主持的。而且,巫师是要从中获取一定报酬的。从其弟子之人数,所着之服装可以看出巫师的酬劳甚为丰厚。

民间的巫术仪式在当时已无可争辩地成为一种带有商业性、表演性因素的祭祀活动。在其进行有偿的象征性和拟态性表演的同时也显现了中国戏剧与民间戏剧市场之端绪。

第二节 优与戏剧及兴盛的民间演出

春秋战国,“新乐”兴起,俳优表演也随之活跃起来。虽然在那一时代流传至今的典籍中,有关民间俳优表演的记录十分匮乏,但从现存的史料中,我们亦可窥见当时优人的表演状况以及推测出其在民间的大致情状。

“优孟衣冠”因其“插科打诨”、模仿扮演,而一直被视为带有中国古典戏剧表演的某些因素,因此王国维才有“则于言语之外,其调戏亦以动作行之,与后世之优,颇复相类”。^⑥之语。然,无论是优孟、优施还是优旃都是服务于诸侯宫廷,但又是来源于民间的。《史记·货殖列传》中谈及优人的来源时说“中山地薄人众,犹有沙丘纣淫馀民,民俗儇急,仰机利而食。丈夫相聚游戏,悲歌伉慨,起则相随椎剽,休则掘冢作巧奸冶,多美物,为倡优。女子则鼓鸣瑟,跕屣,游媚富贵,入后宫,遍诸侯。”^⑦可见,这些人是以各种歌舞、滑稽调笑的娱人表演为职业的。然而

① 王国维,《宋元戏曲史》,上海:上海古籍出版社,1998年版,第4页。

② 同①。

③ [汉]王逸,《楚辞章句》,台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986年版,卷2。

④ [汉]许慎,《说文解字》,北京:中华书局,1963年版,第100页上。

⑤ [汉]司马迁,《史记》,长沙:岳麓书社,1988年版,卷126,第909页。

⑥ 同①。

⑦ 同⑤,第935页。

进入各国诸侯宫廷的职业优人毕竟只是其中的一部分,还应该有相当数量的非职业性或半职业性艺人散落于民间。否则就不会有梁惠王、魏文侯所好“世俗之乐”、“郑卫之音”的产生和流传了。而且,周贻白先生也认为“百戏,正式的名称为散乐,其制出于周代。”^①民间的演出活动在周朝应该说就已经产生了,而且通过韩娥“匱粮,过雍门,鬻歌假食”^②,更可以看出,通过演出是可以换取一定报酬的,并且卖艺行为本身也已经成为一种平常的为世人认可和接受的社会现象了。《国语·晋语》中有“侏儒扶卢”^③之语,即是证明了优除了歌舞调笑之外,还有其他的表演技艺,诸如爬竿(扶卢)等等类似汉时百戏中的杂技演出。所以,固然对优人的历史记载多限于宫廷,但优人的生存空间应该始终未脱离民间。

但毕竟为当时的社会经济条件所限,以及尚有物物交换——原始交换行为的倾向,演出场所不固定,演出的偶发性和非职业性等多方面的原因,只能将当时的民间俳优表演视为带有市场因素的商业性的演出活动,以及后世戏剧市场的萌芽。

第三节 汉百戏与戏乐市场的初步架构

民间戏乐活动早在战国时候就已经产生,《汉书》中记载了戏乐活动的来源,“春秋之后,灭弱吞小,并为战国,稍增讲武之礼,以为戏乐,用相夸视。而秦更名为角抵,先王之礼没于淫乐中矣。”^④此后的戏乐则远远超越了角抵的范畴,更为宽泛地囊括了各种散乐杂技和游艺竞技活动。

汉代民间的戏乐活动十分繁盛。乐舞百戏已渗入社会生活的方方面面。“今俗因人之丧以求酒肉,幸与小坐而责辨,歌舞俳优,连笑伎戏。”^⑤只是这一时期,民间的俳优歌舞乐人还多为贵族、豪富所畜养。“诸侯妻妾或至数百人,豪富吏民畜歌者至数十人。”^⑥但不应否认的是,也有相当规模的艺人不在此列,而是通过卖艺为生的。以西汉名臣绛侯周勃为例,他在微贱时,也曾“以织薄曲为生。常为人吹箫给丧事。”^⑦这些艺人的存在与人们对戏乐演出的大量需求不无关系,《盐铁论》中就相应地记载了这种情况:“往者民间酒会,各以党俗,弹筝鼓缶,无要妙之音,变羽之转。今富者钟鼓五乐,歌儿数曹。中者鸣竽调瑟,郑儻赵讴。”^⑧从中可以看出,所有这些民间的戏乐演出活动,多数局限于家庭的祭祀礼仪和娱乐行为。公共场所的商业性演出虽时有发生,但具有偶发性,与成熟的戏乐演出市场相比,缺乏固定专门的演出场所等必备的条件。尽管如此,不可否认的是,汉代民间戏乐活动的商业化在一定程度上推动了自身的兴盛,而兴盛的商业化戏乐活动又为日后戏乐市场正式形成提供了一个良好的平台。

此外,因“三辅人俗用以为戏,汉帝亦取以为角抵之戏”^⑨而诞生的“东海黄公”,由于与后世戏剧艺术有直接的渊源关系,也证明繁荣的商业性民间戏乐表演对戏剧艺术有一定的推进作用。

① 周贻白,《中国戏剧史长编》,北京:人民文学出版社,1960年版,第23页。

② 杨伯峻,《列子集释》,北京:中华书局,1979年版,卷5,第178页。

③ [春秋]左丘明,《国语》,上海:上海古籍出版社,1978年版,卷10,第387页。

④ [汉]班固,《汉书》,北京:中华书局,1962年版,卷3,第1085页。

⑤ [汉]桓宽,《盐铁论简注》,马非白注释,北京:中华书局,1984年版,第240页。

⑥ [汉]班固,《汉书》,北京:中华书局,1962年版,卷72,第3071页。

⑦ [汉]司马迁,《史记》,长沙:岳麓书社,1988年版,卷57,第467页。

⑧ 同⑤,第236页。

⑨ [汉]刘歆,《西京杂记》,台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986年版,卷3。

第四节 结 论

先秦时期,民间商业性的巫、优演出活动已经产生。到了两汉,戏乐活动更加丰富多彩,民间戏乐活动的商业性、市场性得到了发展。可以认为,在这一时期,中国戏乐市场已经萌发,戏剧艺术和戏剧市场也处于萌动状态。

但毕竟,在秦汉以及其后很长的一段时期内,连连不断的争战割据极大地破坏了城市及城市工商业的发展,迫使这一时期的城市工商业总在摧毁与再生之间挣扎,市民队伍的壮大始终是有限的。虽然当时也有规模不等的卖艺活动,但只能说出现了戏乐演出市场的萌芽,真正的戏乐演出市场的诞生也还有待唐以后商品经济的发达和市民文艺的发展。

第二章 隋唐时期的戏乐演出市场与中国戏曲的孕育

隋唐是一个承前启后的时代,是继秦汉之后,中国封建社会历史上的第二个鼎盛时期,商品经济的发展进入了第二个高峰期;同时,它也是“中国古代艺术从前期转向后期的关键”,为后期社会奠定了一系列艺术类型和艺术境界的根基”^①。在商品经济的逐步深化、城市经济地位和经济功能的逐步强化,以及其间的一些政治因素和社会因素的影响下,隋唐的商业性戏乐表演呈现一派繁盛的景象。得益于雄浑深沉、博大旷远的盛唐气象的哺育,唐代的优戏与歌舞戏发展到了一个新的水平。

第一节 隋及唐初的戏乐与商业性演出

隋及唐代初期的商品经济总体发展水平并不很高,城市的数量和城市的人口量也远不及唐中叶以后,但是这一期间的戏乐表演活动却承前代之所有,“而益‘浮广’”^②。

(一) 隋初之戏盛在民间

从隋文帝“太常散乐并放为百姓”^③之举措可知,放之为民的散乐艺人将那些原属于帝王贵族家庭、官署娱乐活动的戏乐演出带到了民间,使戏乐表演艺术形式更为丰富,任半塘先生对此有精辟的论断,“隋初之戏,盛在民间,不在宫廷”^④。从柳彧给文帝的上书中亦可窥一斑:“窃见京邑,爰及外州,每以正月望夜,充街塞陌,聚戏朋游,鸣鼓聒天,燎炬照地,人戴兽面,男为女服。倡优杂伎,诡状异形,以秽嫚为欢娱,用鄙褻为笑乐,内外共观,曾不相避。……”^⑤由此可知,当时不论是在京城还是地方州县,戏乐演出活动都受到了广泛的欢迎,达到“充街塞陌”的地步。“人戴兽面”的演出装扮颇类似于北齐时大面戏戴假面的扮相,其典型者如兰陵王;而“男为女服”则与魏时辽东妖妇的演出以及南齐东昏侯“作女儿子”的表演有相似之处。这足以证明隋代戏乐演出对秦汉六朝百戏的继承。“倡优”一词则直接指出当时民间的演出活动中有职业艺人的参与,这些职业艺人的存在使民间的戏乐演出活动必然带有浓重的商业色彩。

(二) 初唐的商业性戏乐演出

唐朝的建立,结束了汉末以来400年的分裂,形成了大一统的稳定局面,经济文化的繁荣为戏剧的生存发展提供了丰裕的条件。民间纯粹以娱人为目的,以商业演出为存在方式的优戏演出已十分普遍,那些在地方赛神庙会或人家节庆宴会上举行的演出以及艺人在各地流动的演出均具备完全的商业性。民间盛行的歌舞戏表演逐渐波及到宫廷,旧唐书中记载:“中宗数引近臣及修文学士,与之宴集。尝令各效伎艺,以为笑乐。工部尚书张锡为谈容娘舞,将作大匠宗晋卿舞浑脱”^⑥。周贻白先生在《中国戏剧史长编》中谈及踏摇娘时指出:“《踏摇娘》先由河朔演其声,则来自民间。”^⑦而,《旧唐书》中对浑脱也有相应的记载:“比见坊邑城市,相率为浑脱队”^⑧。由此可见,无论是张锡所演之谈容娘还是宗晋卿所演的浑脱,都是来源于民间的表演艺

① 彭吉象,《中国艺术学》,北京:高等教育出版社,1997年版,第72、74页。

② 任半塘,《唐戏弄》,上海:上海古籍出版社,1984年版,第135页。

③ [唐]魏征,《隋书》,北京:中华书局,1973年版,卷1。

④ 任半塘,《唐戏弄》,上海:上海古籍出版社,1984年版,第125页。

⑤ 同③,卷32。

⑥ [五代]刘昫,《旧唐书》,北京:中华书局,1975年版,卷189。

⑦ 周贻白,《中国戏剧史长编》,北京:人民文学出版社,1960年版,第41页。

⑧ 同⑥。

术活动,而这些民间的戏乐活动亦为贵族阶层人士所熟知和喜爱,且通过各种各样的表演机会从民间传播至宫廷。如《新唐书》中记载:“睿宗先天二年‘御安福门,纵观酺乐,昼夜不息,阅月未止。严挺之疏谏曰:暴衣冠,罗伎乐,杂郑卫之音,纵倡优之玩。……使有司跛倚,下人罢剧,府县里闾,课赋苛严,呼嗟道路。贸坏家产,营百戏。扰方春之业,欲同其乐,而反遗之患!’”^①任半塘先生认为,“其事乃君民同乐,官民合办。经费一部分出之课赋甚至苛严!是百姓之聚资与观赏,均带有强迫性。”^②暂且不论这次酺乐活动对百姓来说是否带有明显的强迫性,但可以肯定的是,主办方是收取了课赋充当一部分经费的,而其中相当的一部分也必然开销在雇请职业艺人进行戏乐表演上,这一点可以通过生活于玄宗一朝的庞三娘的事迹得到印证。《教坊记》中记载“庞三娘善歌舞,其舞颇脚重。……尝大酺汴州,以名字求雇”^③。因高宗时便有大酺时集合京城四县和太常教坊艺人共同演出的先例,故而认为应有相当数量的民间职业艺人存在。且据此断定,当时民间戏乐演出十分活跃并且这些戏乐演出中的相当部分应具有商业性色彩。

第二节 盛唐时期的戏剧艺术与表演市场

开元、天宝年间是我国封建社会的鼎盛时期,国家的统一,经济的繁荣,促进了文化艺术的发展,其时的音乐和舞蹈的成就最为辉煌,戏剧艺术也得到了长足的发展。

(一) 戏剧形式的发展

初唐民间的一部分戏乐演出已具有内在的故事情节、一定的人物角色分工和代言体的表演形式,初步具备了戏剧的基本条件,可视作戏剧形式。这种戏剧形式在盛唐时得到相当程度的发展,甚至出现了由专人写作用以指导戏乐表演的类似剧本的文稿。新唐书中记载陆羽“为优人作诨谐数千言”^④。更有在清代人所编的《古今图书集成》本的《教坊记》中,刘晓明先生找到了可以将杂剧起始年代进一步推进到盛唐时期的证据^⑤。在这一版本的《教坊记》中,“杂剧”条目下含有《踏摇娘》、《大面》等剧,而这两个诞生于北齐时代的歌舞戏则被王国维先生认为是“后世戏剧之源”、“优戏之创例”^⑥。虽然说,当时的杂剧在一定意义上并非完全等同于后世理解的杂剧,但是,我们还是可以据此看到盛唐时期,初级形态的戏剧已广为流布,并且得到了一定的认可和进一步的发展。

(二) 民间戏乐演出盛况

随着封建市场体系的主体部分——城市的发展在这一时期达到了终唐一代的鼎盛,城市人口增长速度超过农村,人口向城市集中的趋势极为明显^⑦。城市人口的急剧增长,从事城市手工业和商业活动的市民阶层的不断壮大,促进了服务于市民的文艺活动和相关行业的发展。《唐会要》中有这样的记载“开元二年,八月七日敕:‘……广场角抵,长袖从风,聚而观之,浸以成俗’。”^⑧可见当时,都市广场上经常进行固定性的戏乐演出,观看这类演出也已成为人们普遍喜爱的休闲娱乐方式,而且这种演出的规模也蔚为可观。天宝年间,常非月《咏谈容娘》的诗篇中就有:“马围行处匝,人簇看场圆。歌要齐声和,情教细语传。”^⑨从戏场上的热闹程度上看,

① [宋]欧阳修、宋祁,《新唐书》,北京:中华书局,1975年版,卷129。

② 任半塘,《唐戏弄》,上海:上海古籍出版社,1984年版,第141页。

③ [唐]崔令钦,《教坊记》,《中国古典戏曲论著集成(一)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第23页。

④ 同①,卷196。

⑤ 刘晓明,《杂剧起源新论》,《中国社会科学》,2000年第3期。

⑥ 王国维,《宋元戏曲史》,上海:上海古籍出版社,1998年版,第7页。

⑦ 宁可,《中国经济通史(隋唐卷)》,北京:经济日报出版社,1999年版,第584页。

⑧ [宋]王溥,《唐会要》,北京:中华书局,1955年版,卷34。

⑨ 彭定求,《全唐诗》,北京:中华书局,1960年版,卷203,第481页下。

恰是与“聚而观之，浸以成俗”的戏乐活动在民间广受欢迎相呼应的。戏乐表演在城市发展的同时也积极扩大在农村的发展空间。《唐会要》中有“开元二年，十月六日敕：‘散乐巡村，特宜禁断。’”^① 的记载，对此，诚如任先生在《唐戏弄》中所分析的：“此时散乐之发展，既已达巡村地步，可知各州县必皆先有散乐，经常在都市戏场，固定演出。……迨此种固定演出尤有不足，或业此众，非都市戏场所能悉容，然后始散而之四方，作巡回表演。”^② 可见，此时，世俗戏乐演出十分的兴盛，与此相伴随的商业性戏乐演出活动也十分普遍。

（三）小 结

市场的启动要求完全具备商品、消费者、购买力、购买动机四个要素，戏乐演出市场也不例外。但，毕竟受到当时城市发展的限制，城市居民即城市的戏乐演出活动的消费者在数量上还远远不够，导致了这一时期的城市文艺需求市场的有限性；加之唐代戏乐表演艺术百花齐放，也使其中任何一种表演艺术无法形成足够规模的观众市场，而狭义的戏乐演出市场即其产品流通和交换的演出场所还没有完全固定下来，演出活动时常处于流动状态，因此，当时的戏乐表演艺术市场，尽管已初具规模，然而作为一个市场而言还没有完全成熟。尽管如此，从上文中仍可以看到，盛唐时期，戏剧艺术形式的完善和作为戏乐演出市场组成部分的戏剧市场，都较前期有飞跃性的发展。

第三节 中晚唐戏剧艺术和市场的繁荣

（一）戏乐演出市场形成

郑传寅在《中国戏曲晚熟的原因新探》中说，“戏曲的成熟和繁荣是文化平民化进程的一个具体结果。”^③ “中唐以前的文化是以贵族文化为主体的，……中唐以后，文化发展指向发生变化，平民化成为不可逆转的文化思潮”^④。

中唐以后的文化转向在一定程度上得益于唐玄宗重置宫廷内教坊之举，因为这一举措在某种意义上更进一步地推动了唐代俗乐歌舞演出艺术的发展，也间接地为促进安史之乱以后的唐代戏乐演出市场的发展与繁荣奠定了基础。在这里必须指出的是，作为“中国社会史中一次重大转折”^⑤ 的安史之乱，不仅是“我国封建社会政治结构发生变动的一个转折点，也是文化发展指向发生变化的一个转折点”^⑥，客观上使唐代戏剧在艺术样式和市场两方面获得了发展契机。

安史之乱中宫廷教坊衰落，愈来愈多的宫廷艺人散落民间，宫廷乐舞技艺得以在民间传播，使安史之乱以后的市民文艺，尤其是城镇戏乐活动在演出的艺术质量上得到了提升，演出的内容和形式更加丰富，也进一步促进了演出市场的繁荣，为后世的戏剧表演艺术奠定了市场基础。而安史之乱中“中原鼎沸，衣冠南走。”^⑦ 北方人口大量流向南方，致使南方的城市发展和人口集中程度超过北方，而南方地区原来便有着良好的商业发展基础，自南北朝以来一直注重“关市之税”，通过这一大乱离时期的人口迁移，南方的城市以及城市工商业飞速发展，在唐后期的经济生活中占据了举足轻重的地位。全国经济重心南移大体完成，南方地区形成了一个巨

① [宋]王溥，《唐会要》，北京：中华书局，1955年版，卷34。

② 任半塘，《唐戏弄》，上海：上海古籍出版社，1984年版，第151~152页。

③ 郑传寅，《中国戏曲晚熟的原因新探》，《文艺研究》，1997年第1期，第71页。

④ 同③。

⑤ 谢和耐，《中国社会史》，南京：江苏人民出版社，1996年版，第218页。

⑥ 同③。

⑦ [宋]李昉，《太平广记》，卷404，《肃宗朝八宝》，北京：中华书局，1961年版，第3254页。

大的商品消费市场,与此同时,一个巨大的文化生产和消费市场也在南方地区相应生成。

中晚唐时期,由于南方工商业形成了特殊的繁荣景象,商业资本崛起,商品经济日益发达,才有了随之而壮大的市民阶层,以及日益兴盛起来的为市民阶层服务的文艺和娱乐活动。这一现象以“淮南道”首府扬州表现得尤为明显。唐人韦绚《刘宾客嘉话录》中记有:“大司徒杜公在维扬也,尝召宾幕闲语:‘我致政之后,必买一小驹八九千者,饱食讫而跨之,著一粗布襦衫,入市看盘铃傀儡足矣。’”^①可见,当时扬州城市的市场中已经有了都市戏场,并经常有诸如盘铃傀儡之类的专门供市民观看的以商业活动为目的的戏乐演出。这些戏乐演出在某种意义上已经脱去粗陋外表,成为较为精致的、甚至是既符合市民趣味又能为上层贵族和官吏所接受的、雅俗共赏的市民文艺了。而也正是由于文化艺术消费市场的繁盛、都市戏场的兴起,催生了一批为之服务的商业性的艺术表演团体。擅长于“陆参军”的周氏家庭班社就是其中之典型。唐·范摅《云溪友议·艳阳词》中有:“有排(俳)优周季南、季崇及妻刘采春,自淮甸而来。善弄陆参军,歌声彻云。……元公……赠采春诗曰:‘新妆巧样画双蛾,幔裹恒州透额罗。正面偷轮光滑笏,缓行轻踏鞞文靴。言词雅措风流足,举止低回秀媚多。更有恼人肠断处,选词能唱望夫歌。’……采春一唱是曲,闺妇行人莫不涟泣。”^②的记载。“陆参军”这一艺术样式出现在中唐以后,为迎合当时社会的欣赏心理,“陆参军”在参军戏的基础上加强了与歌舞戏的结合,从上述史料中可以看出“陆参军”里的参军已经由女性扮演,主角的舞台形象生动,且唱、且诵、且演,颇类似于后世戏曲中的生旦,并且不再以滑稽调笑为主,而以表演歌唱取胜,在艺术形式上朝向正式戏曲发展的道路大大地迈进了一步。另外还可以看到,来自“淮甸”地区即扬州一带的周氏家庭班社,其剧团组织完全是流动性的、商业性的,这种剧团形式可以说是“商业发达了的都市产物”^③。正因为班社的商业性和流动性,它所演出的戏乐作品,必定是具有强大生命力的、贴近市民生活、得到市民观众认同和喜爱的艺术作品。如在“陆参军”的表演中常被演唱的《望夫歌》。元稹诗中就有“采春一唱是曲,闺妇行人莫不涟泣”之句,观众面之广由此可见一斑。而他的《哭女樊四十韵》中“腾踏游江舫,攀援看乐棚”^④的诗句,则从一个孩子看戏的表现间接反映出当时戏乐活动在民间演出时观众数量之多、欢欣雀跃之状。以上这些都说明,中晚唐以后,戏乐活动的艺术表现力更为丰富,商业化倾向较前期愈加显著。而且随着经济的发展,戏乐演出市场的消费主体在民间已经具备了一定的数量和规模,戏乐演出市场基本形成。

(二)小结

在唐代的中后期,戏剧演出市场也随着戏乐市场的繁盛而得以发展。毕竟由于唐代的商品经济与后世相比还不够发达,终唐一世“贵族地主的艺术还占着统治的地位”^⑤。肇始于中唐的文化进程还在起步的阶段,“市民阶层的经济力量还不够强大,观众队伍还没有很好地形成”^⑥以及戏剧艺术本身的不完备等种种原因,戏剧表演艺术市场仍处于初级发展阶段。不可否认的是,当时民间的戏剧表演市场已然十分活跃,包含着浓重戏剧行动倾向的市民表演艺术作品大量生成;以赢利为目的的商业性剧团组织四处流布,兴起的市民阶层带来了大批有支付能力的观众;而且在一定程度上,市民阶层观众的欣赏趣味又反过来推动了商业化、市场化的戏剧表演进一步向市场化方向发展。上述有利因素的存在,在某种意义上为宋代的戏乐演出市场的成

① 王汝涛,《全唐小说》,济南:山东文艺出版社,1993年版,2000~2001页。

② 同①,第2061页。

③ 张庚,郭汉城,《中国戏曲通史》,北京:中国戏剧出版社,1992年第2版,第35页。

④ [清]彭定求,《全唐诗》,北京:中华书局,1960年版,卷404,第1000页下。

⑤ 同③。

⑥ 同③。

熟和戏曲演出市场的诞生做了铺垫。

第四节 唐代戏乐演出市场对戏剧艺术的双重作用

随着佛教的东进,确有迹象证明梵剧也沿着古丝绸之路由西域东渐。然而当时,梵剧作为一种成熟形态的戏剧艺术却被挡在我国国门之外,而来源于同一个国家的佛教却在我国大地上不断繁荣兴盛,蔚为大观。其缘由绝非交通不畅、信息难以传达等硬件上的原因。就唐代的戏乐市场和戏剧艺术的发展情况而言,我认为一定意义上,梵剧未能以其完整形态进入中国这一事实,反映出戏乐市场对戏剧艺术具有双重作用,即不仅有推进作用而且有较强的制约作用。

(一) 梵剧的东渐与蜕化

上世纪,新疆发现了三种古文字、多种写本的佛教剧本,为梵剧的东渐做了历史的见证。首先是1911年德国人亨利·吕德斯从吐鲁番得到的贝叶梵文卷里发现三部由梵文写成的戏剧残卷。从其中之一保存比较完整的《舍利弗传》卷末的题名“金眼之子马鸣所著舍利弗世俗剧”以及此三卷梵剧剧本皆是写在棕榈树叶上这一现象可知,在7~8世纪以前即是中晚唐以前,梵剧的影响力已经播及西域,甚至推进到与中原地区交往密切的高昌汗国一带。其次是发现了吐火罗文《弥勒会见记剧本》,据考证写成于六到八世纪即中国隋唐时代,带有明显的戏剧剧本特征。再者,通过回鹘文《弥勒会见记》中的一段文字“洞彻并深研了一切论,学过毗婆尸论的圣月菩萨大师从梵文改编成吐火罗语,波热塔那热克西提又从吐火罗语译成突厥(回鹘)语的《弥勒会见记》……”清晰地勾勒出了该剧本从梵文到吐火罗文再到回鹘文的发展脉络。在吐火罗文本中,还留有明显的剧本特征,而由吐火罗文本转译过来的回鹘文本的《会见记》则表现出了在剧本形式方面的退化。最为鲜明的是在题目上,回鹘本不再标注为剧本。文中,也删节了原吐火罗文本中在每幕开头标出的出场人物和其所演唱的曲调,甚至用对话形式代替了原文本中唱词的内容^①,此时的回鹘文本已经失去了作为戏剧剧本演出的可能性。据回鹘文本《会见记》中的“即把此功德首先施向我们的登里牟羽颌毗伽伽狮子登里回鹘皇帝陛下、值得赞美的十姓回鹘汗国”^②,笔者认为该文本可能写于公元759年~780年,回鹘牟羽可汗即英义可汗统治年间^③,也就是我国中唐的前期。如果这一推断成立,那么,在中唐时期,成熟的梵剧演出东进到与中国毗邻的回鹘汗国时已经开始向说唱艺术退化了。

德国学者葛玛丽(A. V. Gabain)通过对回鹘文本《会见记》的研究,认为它是供寺院里演唱的一种“原始剧本”^④,就是说,当时此类带有宗教色彩的说唱演出是集中于寺庙等宗教场所而不是在市集上表演的。这一点与中国的俗讲艺术先盛于寺院而后流布于市井的发展过程有着一定的渊源。虽然,早在六朝时期,佛寺中就有了梵呗说唱,但那不过是对印度的“梵乐法音”拿来主义的运用,全然不同于后世加入世俗故事内容的俗讲艺术。

从上文中可见,梵剧艺术在经过回鹘汗国西域的统治区域时,已经发生了蜕化,而在其抵达汉语区域之后,蜕化变得更为明显。从敦煌石室佛教遗书中诸多颇具戏剧特质的文本中可以找到证据。首先必须指出的是,带有丰富戏剧因素的佛教文本s. 2440(7)《太子成道经》,虽在文体上尚存在争论,但相当多数的学者如饶宗颐、任半塘先生等都认为其属剧本体性质。从剧

① 廖奔,《从梵剧到俗讲》,《文学遗产》,1995年第1期,第68页。

② 同①,第70页。

③ 笔者参阅《回鹘史》做出的推论。关于该文本的写成年代,学术界尚无定论,但倾向于8~9世纪之间,也有土耳其突厥学家色那西·特肯认为该文本写成于8世纪中期。

④ 同①,第71页。

本中体现出来的对表演的要求,可以看出,该篇文本与梵剧有着很大的关联,“该剧的编撰,肯定受过梵剧的影响”^①。但该文本即便被认定是戏剧文体,也仅仅是一种极其简单的戏剧文体,受唐代戏剧多为独幕的影响而与成熟的多幕的梵剧剧本形态相去甚远,只是对表演形式的要求与梵剧有相通之处。又该剧被认为是歌舞剧,但文本中歌唱的部分十分简单,那么可以推断,在正式表演时应更为侧重舞蹈表演,我们知道唐代戏乐重歌舞表演,尤其重舞蹈,这就说明,到达汉语区的梵剧艺术为适应本土戏乐市场发生了蜕化。这一类剧本体性质的文本在敦煌遗书中占有一定的份量,如 p. 3128《佚名贫夫妇变文》、s. 3227《下女夫词》等遗存下来的大量的说唱艺术的底本。不容忽视的是,这种梵剧蜕化的产物——韵散结合、或讲唱或咏唱的叙事性的说唱艺术,为诸宫调的产生奠定了重要的艺术基础,也对后世戏曲艺术的诞生有直接的影响和作用。

(二) 制约作用

虽然持“梵剧说”的许地山和郑振铎先生认为中国戏曲是印度梵剧影响下的产物。但学术界更为普遍地倾向于这样一种观点,即中国戏曲艺术并非直接建立在梵剧基础之上。梵剧对中国戏曲艺术的影响诚如廖奔先生在《从梵剧到俗讲》一文中所定义的“当梵剧传播的前锋达到……汉文化的边缘地区时,它就……与东土艺术里的某些实用型形态发生杂糅与融合,形成了新质,蜕变为唐代寺院里的俗讲艺术。其时,中国戏曲正在孕育,它间接地得到了梵剧艺术的营养,随即勃发为东方另外一种成熟形态的戏剧样式。”^②已经成熟的梵剧在西域止步,而仅仅以一种蜕变了的形态进入中国的戏乐演出市场。这一现象,可以用丹纳的话来解释:“环境,就是风俗习惯与时代精神,决定艺术品的种类,环境只接受同它一致的品种而淘汰其余的品种;环境用重重障碍和不断的攻击,阻止别的品种发展”^③。虽然丹纳所说的环境是指社会文化生态环境,但从市场学的角度来看,市场是社会需求的一种集中反映形式,因此社会文化生态环境对艺术的影响也就通过艺术文化市场的需求直接且鲜明地表现了出来。菲利普·科特勒在《营销管理》中说:“市场规模的大小,视具有需要、拥有他人需要的资源,并愿将此资源换取其所需的人数多少而定。”^④由于梵剧在东进的道路上,随着其原有的社会文化生态环境对人们影响作用的减弱,梵剧的现实消费者和潜在消费者的数量大大减少,以致梵剧市场规模缩小,在传递过程中该艺术形式逐步转化成一种与之既有密切联系又有较大差异的新艺术样式——俗讲。较之前者,俗讲却是更符合当时当地观众的审美心理和审美理解的。对于梵剧的这种蜕变,实际上可看作是在不同文化生态环境中生活的文化艺术消费者对艺术作品作出的当然的市场选择。

社会文化生态环境对文化艺术市场的影响是具有延续性的,前人设定的“文化框架”是后人文化生态环境的基础,在一定程度上决定了后代文艺市场所需求的审美理解和审美偏好。从这个意义上看,唐代的文艺市场中消费者的审美心理是在前人审美心理的基础上传承和发展而来的。郑传寅先生认为,“我国传统文化的‘生态环境’不利于小说、戏曲这类于‘修齐治平’有妨的艺术样式的生长”^⑤。可以说,在唐代,由于受到传统审美心理和审美习惯的约束,中国当时的戏乐市场,不仅阻碍了中国戏曲、小说等俗文学的发展,而且对已经成熟的复杂戏剧形态——在叙事文学和表演的动作程式方面发展到了相当程度的梵剧艺术,也照样排斥。

① 李小荣,《敦煌杂剧小考》,社会科学研究,2001年,第3期。

② 廖奔,《从梵剧到俗讲》,《文学遗产》,1995年第1期,第66页。

③ [法]丹纳,《艺术哲学》,人民文学出版社,1963年版,第39页。

④ [美]菲利普·科特勒,《市场营销管理》,科学技术文献出版社,1991年版,第17页。

⑤ 郑传寅,《中国戏曲晚熟的原因新探》,《文艺研究》,1997年第2期,第71页。

(三)唐代戏剧市场对成熟戏剧的制约

梵剧蜕变为俗讲,没能将其完整的戏剧形态和大部分的戏剧因素传播到中国本土。而俗讲艺术对梵剧戏剧因素的继承也弃多于扬。藉此,我们认为,其时唐代观众的戏剧审美意识和审美能力尚未成熟。因为,在表演艺术市场中,艺术样式的不被接受,往往源于表演艺术的审美价值和交换价值的背离,也就是说,其审美价值不能得到认同和实现。这可以追根溯源到大众的审美能力与审美理解对其艺术样式的艺术表现无法接受这一问题上。鲁迅先生说过,“是放火的人么,也须别人有精神的燃料才会着火;是弹琴人么,别人的心上也须要弦索,才会出声;是发声器么,别人也必须是发声器,才会共鸣”^①。可见,艺术作品对于它的欣赏者是有一定要求的,如果没有足够的具备艺术审美经验和能力的观众,自然就无法实现其审美价值,更无法被大众接受。仅仅在经济能力、消费能力上成熟的观众不是真正成熟的观众。观众的成熟,更为重要的是在审美能力上的成熟。没有成熟的观众也就不可能造就成熟的戏剧表演艺术市场。一方面,消费者购买力的提高是一个随着经济的发展而逐步提高的渐进过程,另一方面,观众审美能力的提高也是渐进性的,因此戏剧艺术市场的成熟必然要有一个渐进的过程。从上文中我们已经知道,唐代的戏剧市场正处于起步阶段,戏剧艺术自身不够完善,当时的观众也还不具备接受复杂形态的戏剧样式的审美经验,其戏剧审美能力尚处在初级阶段,还有待培养和提高。所以,唐代戏剧市场本身的不成熟性,也在一定意义上制约了成熟的戏剧艺术——梵剧的进入。

(四)戏乐演出市场对戏剧艺术的推动作用

众所周知,戏剧艺术是一门综合艺术,是由文学、舞蹈、音乐等多种艺术成分综合而成的。尽管唐代的戏剧行动还是“外表粗陋朴素,而内容真实热烈,则譬之民间歌谣、里巷小曲。”^②但在戏乐市场的作用下,传统的优戏、歌舞戏表演已出现与其它艺术门类的艺术表现形式以及诸如叙事性的文学、艺术等因素之间相互汲取、融合的趋势。

中晚唐时期,戏乐活动十分兴盛,多种艺术样式时常同场竞技,观众和演员因此能够接触到尽可能广泛的艺术形式,接受到更为丰富多样的艺术语汇信息,这对观众的戏剧审美能力的提高和艺人的艺术经验的积累都有重要的推进作用。这一时期城市中的戏乐活动场所较前期有所发展,戏乐活动也进一步市场化,这不仅反映在都市众多戏场的繁荣上,也表现在依托于寺院的戏乐表演场所的繁盛上。宋,钱易在《南部新书》中谈及唐长安的寺院戏场时说,“长安戏场,多集于慈恩。小者在青龙,其次荐福、永寿。尼讲盛于保唐,名德聚之安国。”^③每逢寺院开俗讲,便可达到“远近持斋来谛听,酒坊鱼市尽无人”^④的地步。诚如孙楷第先生所说:“宋以前和尚讲经,本不是单为宣传教义,而是为了生活。”^⑤在寺院中进行的俗讲,应是当时僧侣们为了吸引听众尤其是市民阶层的听众,用以谋生的手段。由此可见,就是俗讲也带有一定的商业因素。因此发展其娱乐性以及吸引更多的娱乐性戏乐演出到寺院戏场来,对于增加观众、增加收入是有帮助的,而这也在无形中扩大了商业性戏乐活动的范畴。俗讲艺术于是愈加通俗化,甚至在表演过程中引入了一定的戏剧成分。《南部新书》中曾记载:“道吾和尚上堂,戴莲花笠,披袈、执简、击鼓、吹笛,口称鲁三郎。”^⑥从道吾和尚的装扮上看,更象是一出有音乐伴奏的、扮

① 鲁迅,《鲁迅全集》,第2册,北京:人民文学出版社,1973年,第74页。

② 任半塘,《唐戏弄》,上海:上海古籍出版社,1984年版,第21页。

③ [宋]钱易,《南部新书》,北京:中华书局,1960年版,第50页。

④ [唐]姚合,《听僧云端讲经》诗,《全唐诗》,北京:中华书局,1960年版,卷502,第1271页下。

⑤ 孙楷第,《俗讲,说话与白话小说》,载《中国短篇白话小说的发展》,北京:作家出版社,1956年版,第4页。

⑥ 同③。

演并讲述俗家故事的戏剧表演。任半塘先生在谈及这一现象时也曾推测为“歌剧”演出^①。可见为增进观众的兴趣,达到“随物赞助,其纷若花;士女观听,掷钱如雨”^②的境界,俗讲僧媚俗不仅有如文淑之流,注重讲经的内容题材的大众化和用民间流行音乐曲调来演唱;也有如道吾者,竟然在俗讲中引入了戏剧的角色扮演,加强了不同艺术门类的融合。

由于俗讲艺术以一种商业性的市场化的模式发展,因而具有广泛的观众和难以估量的影响力。那些在变场、街市、戏场、寺院和私人宅院中进行的说唱表演均从中汲取营养而兴盛一时。从唐末时吉师老所记载的在四川省井模仿俗讲表演的《王昭君变文》一事可以看出,为了赢得更多的观众,俗讲艺术及其表演形式也被吸收到了民间日常的戏乐表演中去。

在民间戏乐演出市场中,不同艺术门类自然地相互影响、相互汲取、相互促进以满足当时观众不断提高的欣赏趣味。这一倾向已鲜明地表现在梵剧为适应东土大唐民众的审美习惯和审美能力而蜕化为说唱艺术上,也表现在俗讲这类说唱艺术的繁荣兴盛上。其结果一方面促进了戏乐表演艺术出现综合化趋势,戏剧艺术向着综合艺术的方向发展;另一方面也促进了当时观众审美能力的全面发展,使之逐步具备更高、更全面、更加综合的审美能力,为后世戏曲艺术的诞生,做了艺术和观众两方面的准备。

第五节 结 论

总之,隋唐之际,中国封建社会的商品经济得到了发展,以从事工商业为主的市民阶层的人数迅速增长。唐代后期城市坊市制的被逐步打破,都市戏场的兴起,职业班社的出现,以及文化指向发生的转变,均为城市的戏乐演出市场开辟了发展空间。而戏乐活动的增多及活动场所的相对集中,直接促进了不同表演艺术样式之间的相互汲取,对作为综合艺术的戏剧艺术的发展有一定的推进作用。戏剧表演市场作为戏乐市场的组成部分,也因为戏剧艺术的繁荣发展而得到了发展。唐代的戏剧虽然还不能表现完整的人生故事而常截取片段,音乐、舞蹈也未发展到程式化的阶段,表演的行当还很幼稚,但它却为中华戏曲的诞生迈出了坚实的一步。

^① 任半塘,《唐戏弄》,上海:上海古籍出版社,1984年版,第1018页。

^② [唐]道宣,《续高僧传》,卷30。

第三章 宋元时期的戏剧戏曲与演出市场

第一节 勾栏瓦舍诞生的社会背景

在经历了唐代的经济繁荣和文明的高度发达之后,两宋的封建经济发展又达到了一个新的高峰。城市工商业创造了比唐代更为辉煌的成就。

据史料记载,北宋时期的户口以11%的速度增长。宋徽宗年间人口已超过一亿,这一数目几乎是汉唐时期的两倍^①。而在宋初的百年里,人口的增长又表现为具有生产力的劳动人口的增长,使宋代的社会生产远胜于前代,也使自唐以来就有所发展的商品经济和城市经济得到了更进一步的发展。宋代城镇大约聚居了200万以上的民户,占总户数的12%以上^②,城市较前代集中了更多的人口,市民阶层成为城市的主体,市民社会至此基本形成(注:真宗天禧三年,城郭户即市民户单独列籍,此为市民阶层最终形成的外部标志),坊市制度被彻底打破。

宋代的都市工商业较唐代更为发达。城市的服务性非生产性行业大于生产性行业,这意味着宋代的城市已有向消费型城市发展的倾向,城市的消费意义大于了它的生产意义。宋·耐得翁的《都城纪胜·诸行》中记载:“市肆谓之行,因官府科索而得此名,不以其物小大,但合充用者,皆置为行,虽医卜亦有职。”^③可见在当时,就连官府都得依靠于市肆的供给。而广大的市民阶层也恰如《东京梦华录》中所记载的那样对城市商品市场充满了依赖,“市井经纪之家,往往只于市店旋买饮食,不置家蔬”。城市经济的发展,商品经济的兴盛带来了市民商业性文化娱乐活动的空前繁荣。正是在城市工商业和经济比唐代登峰造极的前提下,为适应杂剧等表演艺术的商业化、市场化的需要——勾栏瓦舍应运而生。

瓦舍勾栏,这一专门化商业化的剧场,作为狭义意义上的文化市场^④“兴起于北宋仁宗中期到神宗前期的几十年间”^⑤,经过宋初60余年的休养生息,宋仁宗、宋神宗统治期间,人口得到普遍增长并向城市集中,都市商业因之愈加繁盛,坊市制度崩溃,商品经济呈现一片繁荣景象。(注:仁宗起,户数已超过1200万,与唐相当)商品经济的兴盛是瓦舍勾栏诞生的不可或缺的经济因素,而作为新兴的消费型群体不断壮大的市民阶层则是瓦舍勾栏生成的根本动因。

第二节 演出市场与戏曲艺术的成熟

专门剧场的出现曾是18世纪西方戏剧演出商业化进程中的重要转变。那么专门集中的商业性的游艺演出场所——宋代瓦舍勾栏的出现,也可以说是我国戏乐表演向商业化和市场化的道路迈进一大步的重要标志。瓦舍勾栏一方面弥补了前代戏乐表演活动场所不固定、市场流动性过大的缺陷,另一方面也在极大地增加的城市消费者和良好的城市经济环境的基础上,促进了戏乐表演艺术市场的真正成熟和北杂剧戏曲艺术的诞生。

① 漆侠,《中国经济通史·宋代经济卷》,北京:经济日报出版社,1999年版,第50页。

② 同上,第1102页。

③ [宋]耐得翁,《都城纪胜》,北京:中国商业出版社,1982年版,第4页。

④ 刘玉珠,柳士法著,《文化市场学》,上海:上海文艺出版社,2002年版,第1页。

⑤ 廖奔,《中国古代剧场史》,郑州:中州古籍出版社,1997年版,第42页。

录》中注解瓦舍云“瓦舍者，谓其‘来时瓦合，去时瓦解’之义，易聚易散也”^①。但从现存的一些资料看，瓦舍和勾栏更倾向于是一种固定的场所，一种固定的文化娱乐餐饮一条龙服务的消费市场。在记录北宋都城汴梁情况的《东京梦华录》中，被提及的汴京瓦舍数量共计为九座，如“朱雀门外，西通新门瓦子”^②“街南桑家瓦子，近北则中瓦，次里瓦，其中大小勾栏五十余座。”到了南宋时期，据《梦粱录》中记载，“其杭之瓦舍，城内外合计有十七处，如清泠桥西熙春楼下，谓之南瓦子；市南坊北三元楼前谓之中瓦子；……”^③另有《西湖老人繁胜录》中说，“南瓦、中瓦、大瓦、北瓦、蒲桥瓦。惟北瓦大，有勾栏一十三座。……城外有二十座瓦子……”^④从以上资料可以看出，自北宋到南宋，城市中的瓦舍数量增加了，但瓦舍中勾栏的数量却相应地减少了一些，籍此认为，各艺术门类之间已存在明显的融合趋势，另外在城市的东西南北各个方向都有一定数量的瓦舍勾栏存在，便于人们就近观看演出，当时文化娱乐的繁荣及其市场的兴盛于此可见一斑。

一个官方的、以市场集约化形式出现的商业性表演高潮在两宋时期勃然兴起。当时的瓦舍和勾栏的演出活动还受到政府机构或其委派的专人管理，经吴晟先生推考，认定在那一时期，“戏班租用勾栏得交付一定的租金”^⑤。由此可见，勾栏演出，即从戏班进入勾栏到其演出结束，始终贯穿着浓厚的商业气息。

瓦舍勾栏演出的商业化还表现在观众花钱看戏已成为日常的消费性行为上。孟元老的《东京梦华录》中记有：汴京瓦舍“不以风雨寒暑。诸棚看人，日日如是”^⑥。“白昼通夜，骈阗如此”^⑦。两宋时期进入勾栏观看演出应付多少费用已经无从考证了，但是应该与元初杜仁杰所描绘的情况有相近处，形式上也应该是一致的。因此可以肯定地说，观众要以支付货币的方式换取进入勾栏观看演出的机会，这一货币交易行为在当时是普遍存在的。《庄家不识勾栏》中说到票价时有“要了二百钱放过咱”^⑧之语，另有《朴通事谚解》中也提到费用问题，“入勾栏看杂技，有‘诸般唱词’，入场交了‘五个钱’”^⑨。两者虽然相差悬殊，但吴晟先生认为那个“看戏的农民买的是神楼或腰棚之上等座位”^⑩，并由此对当时艺人的经济收入进行推断。吴先生估计一个能够进行稳定演出的戏班成员的月收入约有六贯，略高于一般市民的月收入^⑪。因此有无名氏的《汉钟离度脱蓝采和》一剧中蓝采和发出的“学这几分薄艺，胜似千倾良田”^⑫的感叹也就不足为奇了。这一时期的勾栏演出中已经产生了如蓝采和之流的“商业化的杂剧演员，……杂剧艺人脱离皇室贵族的豢养而与市民观众建立起一种新型的商业性经济依存关系。”^⑬

(二) 剧本创作的繁荣与发展

瓦舍中的勾栏数量多寡不一，大小也参差不齐。但这些融表演台、乐棚、看棚为一体的专门的观演场所的出现却有着重大意义。专门剧场的出现在使戏剧戏曲以及其它表演艺术门类的演出经常化和固定化的同时，也使演员的经济收入得到一定的保证，为他们把更多的精力投入

① [宋]吴自牧，《梦粱录》，北京：中国商业出版社，1982年版，卷19，第166页。
 ② [宋]孟元老撰，《东京梦华录》，上海：上海古典文学出版社，1956年版，第39页。
 ③ 同②，第166页。
 ④ [宋]西湖老人，《西湖老人繁胜录》，北京：中国商业出版社，1982年版，第16页~17页。
 ⑤ 吴晟，《瓦舍文化与宋元戏剧》，北京：中国社会科学出版社，2001年版，第46页。
 ⑥ 同③，第95页。
 ⑦ 同③，第41页。
 ⑧ 隋树森编，《全元散曲》，北京：中华书局，1960年版，第31页。
 ⑨ 杨栋，《元曲研究失落的两部珍贵域外文献》，山东科技大学学报，2000年第4期。
 ⑩ 同③第94页。
 ⑪ 同⑩。
 ⑫ 徐征，《全元曲》，石家庄：河北教育出版社，1998年版，第6608页。
 ⑬ 李希凡，《图说中国戏曲史》，杭州：浙江教育出版社，2001年版，第37页。

的观演场所的出现却有着重大意义。专门剧场的出现在使戏剧戏曲以及其它表演艺术门类的演出经常化和固定化的同时,也使演员的经济收入得到一定的保证,为他们把更多的精力投入艺术生产创造了条件,并且在一定程度上催生了一批为他们和观众服务的相关行业,如书会等。

恰如《蓝采和》一剧中所云“咱咱咱,但去处夺利争名,若逢对棚,怎生来妆点的排场盛?倚仗着粉鼻凹五七并,依着这书会社恩官求些好本领。”^①足见,书会的产生与戏剧市场激烈的商业竞争有着密切的联系。宋元时期可谓剧目大盛之期,《武林旧事》所记载的官本杂剧段数,多至280本;而元人杂剧数量据王国维先生考证认为“至多当亦不出千种”^②,这还不包括同时期的南戏剧作244个^③。这些剧本多出自书会才人之手,为满足商业竞争之需要而作。因为观众审美需求是不断变化的,为了尽可能多地吸引观众,获得最大的经济收益,剧团必须不断地进行剧目生产和更新。从《张协状元》中那“《状元张叶传》,前回曾演,汝辈搬成。这番书会,要夺魁名。”^④之语,亦可窥见一斑。在这种情况下,职业剧作家应运而生。除少数聊以自娱的高层文人外,多数是兼有娱人目的,甚至是依靠编写戏剧伎艺脚本以谋生的“门第卑微职位不振”的下层知识分子和市民。考察英国17世纪的戏剧演出时,也同样发现,剧团之间的竞争行为,导致了剧目建设即更换演出剧目、寻找新的优秀剧本成为剧团演出经营的一个重要方面^⑤。因此,戏剧戏曲市场的商业竞争在催生职业剧作家的同时,也带来了剧本即戏曲艺术创作的繁荣。

更为有趣的,为了适应商业性的演出活动的发展,剧本体制竟然也出现了变化。在元人杂剧中,题目正名虽常常附在杂剧剧本的篇末,但非剧本的组成部分,而是勾栏艺人为了写在招徕观众的招子上,简介剧情所编写的。在当时,多数元代剧作家竟不屑于为之。而到了明人传奇中,题目正名逐渐发展成为第一出副末“开场”时演唱的曲辞。如《牡丹亭》第一出《标目》中那“杜丽娘梦写丹青记,陈教授说下梨花枪。柳秀才偷载回生女,杜平章刁打状元郎”四句诗就明显带有题目正名的痕迹。虽然在形式上,两者有所区别,但在功能上,内容上,却都是在向观众介绍剧本的主题和故事情节的。在市场的作用下,剧本繁荣的同时,也一定程度地促进了剧本体制的发展和完善。

(三)宋元杂剧艺术的成熟

诚如王国维先生在《宋元戏曲史》所说的“宋人杂剧,固纯以诙谐为主,与唐之滑稽剧无异。……其去真正戏剧尚远。”^⑥吴自牧在《梦粱录》中亦有杂剧“大抵全以故事,务在滑稽唱念。”^⑦之说。两宋时期的杂剧在某种意义上还是不成熟的,但却活跃于当时的瓦舍勾栏之中。到了南宋,众多瓦舍技艺,“唯以杂剧为正色”^⑧。杂剧艺术逐渐由参军戏那种单纯调笑戏谑为主的表演形态向以一个故事贯穿首尾,用音乐曲唱来叙述故事的表演艺术形式转变。追根溯源,这种转变应归功于杂剧表演艺人们为满足瓦舍勾栏观众不断增长的新的文化娱乐需要,而将其他表演艺术形式积极地吸收到杂剧表演艺术中来,在同场竞技、同台演出中促进了戏剧艺术形态的变化和演出形式向综合化的道路发展。

两宋时期的杂剧还多以短剧为主,虽为“正色”,但仍然不脱离百戏杂艺的范畴。尽管它已

① 徐征,《全元曲》,石家庄:河北教育出版社,1998年版,第6614页。

② 王国维,《宋元戏曲史》,上海:上海古籍出版社,1998年版,第79页。

③ 刘念兹,《南戏新证》,北京:中华书局,1986年版,第59页。

④ 钱南扬,《永乐大典戏文三种校注》,北京:中华书局,1979年版,第2页。

⑤ 高鉴编著,《世界艺术表演市场》,北京:中国大百科全书出版社,1995年版,第32~38页。

⑥ 王国维,《宋元戏曲史》,上海:上海古籍出版社,1998年版,第27页。

⑦ 吴自牧,《梦粱录》,北京:中国商业出版社,1982年版,第177页。

⑧ 同⑦,第176页。

具备了成熟戏曲的基本要素,但并未发展为成熟的戏曲形态。据《东京梦华录》、《武林旧事》记载,宫廷杂剧表演是与其他表演艺术形式同场献技的。而杂剧的形式为“一场两段”或“一场三段”,又以艳段之后的正杂剧为其演出的重点,由此可见其剧情之简单,结构之短小了。因《西湖老人繁胜录》中有“惟北瓦大,有勾栏一十三座。常是两座勾栏,专说史书,……背做莲花棚,常是御前杂剧”^①的记载,御前杂剧即宫廷杂剧,当时是可以被搬演于瓦舍勾栏进行商业性演出活动的。由于其体制短小,不太可能象说史书或其他百戏艺术那样做专场演出。据此推断,宋代勾栏中的杂剧演出应该是与其他的表演艺术形式混合搬演、同台竞技的。这种搬演形式也为后世所继承。从高道安的散曲《噪淡行院》所描绘的一次勾栏演出由舞蹈、杂技、院本、北杂剧等多种表演艺术样式组成上,可以得到清楚的证明。

吴晟先生认为,戏曲“‘曲本位’的特征是在瓦舍勾栏里确立的”^②,由于瓦舍勾栏提供了一个促进各种伎艺相互竞争相互学习的平台,杂剧才有更多的机会,在激烈的生存竞争中,吸收借鉴其他伎艺的优点,尤其是为了塑造更为丰满的舞台形象而借鉴了说唱艺术形式,确立了“曲”的统御地位。“曲本位”的确立一方面带来了“以歌舞演故事”、有着高度综合性的中国戏曲艺术的完善和成熟,另一方面也促进了杂剧艺术敷演更为丰富复杂的剧情内容,增强了杂剧的艺术表现力度。

作为文化市场和专门剧场的瓦舍勾栏的诞生与商业化杂剧演员的出现,以及市民观众为主的消费者市场的扩大等等,都在一定程度上孕育了宋元杂剧表演市场,促进了它的完善与繁荣,推动宋元杂剧艺术由泛戏剧形态向“真戏剧”的发展转变。

第三节 杂剧与南戏的市场分布及成因

北宋时期,东南沿海一带在经济上已成为“国家根本”^③ 仰给之所在。到南宋时,不仅城市的商品经济发展显著,而且农村经济也十分兴盛繁荣,尤其是两浙路发展势头最盛,“吴中自昔号繁盛,四郊无旷土,随高下悉为田,人无贵贱,往往皆有常产。”^④ 而地处两浙路的温州,又是南宋的主要贸易港口之一,“浙江乃通江渡海之津道”、“若商贾止到台、温、泉、福买卖”、“明、越、温、台海鲜……等货,亦上潭通于江、浙”^⑤,当时温州商业活动的繁荣活跃,及其与周边地区密切的商品流通和贸易关系,为温州杂剧,即南戏的诞生和日后流行于浙闽地区奠定了经济和社会基础。

作为中国戏曲最早的成熟样式的南戏脱胎于南方民间村坊小曲、里巷歌谣,而且从其诞生之始就有着与杂剧完全不同的市场定位。

(一) 杂剧的市场分布

相比较而言,杂剧表演艺术在北方占据了城市和农村两方面的市场,但是南宋时期杂剧表演在中国的南部主要还是针对城市市场的。这可以追根溯源到它传播至南方的过程。据《梦粱录》记载,临安瓦舍的由来,是由于“殿岩杨和王因军士多西北人,是以城内外创立瓦舍,招集妓乐,以为军卒暇日娱戏之地。”^⑥ 由此,从北宋南下到临安的众多瓦舍和教坊中的杂剧艺人在这里重新找到了生存的空间。渐渐的,继承北宋杂剧艺术传统的南宋杂剧的观众,由“军卒”扩大

① 《西湖老人繁胜录》,北京:中国商业出版社,1982年版,第16页。

② 吴晟,《瓦舍文化与宋元戏剧》,北京:中国社会科学出版社,2001年版,第126页。

③ [元]脱脱《宋史》,北京:中华书局,1977年版,卷337,第10796页。

④ [宋]范成大,《吴郡志》,《宋元方志丛刊》,北京:中华书局,1990年版,第705页。

⑤ [宋]吴自牧,《梦粱录》,北京:中国商业出版社,1982年版,卷12,第102~103页。

⑥ 同⑤,166页。

到居住在城市里的南迁的北方市民以及吴自牧在《梦粱录》中提到的“贵家子弟郎君”、“士”人等等。而杂剧主要的表演场所——瓦舍和勾栏则几乎都建于城镇之中,薛瑞兆先生在《宋代瓦舍勾栏》一文中考证了江浙一带的城镇,发现温州、江都(扬州)、镇江、平江(苏州)等地在宋代都曾有过瓦舍的踪迹。这也进一步说明南宋时期,随着瓦舍向其它城镇蔓延,商业性的杂剧演出有从临安向其它城镇辐射的趋势,据此推断杂剧在城镇中应该有较为活跃的演出活动。

(二) 杂剧南方农村市场的缺如

当时,杂剧表演没有深入到广大的南方农村市场中去,其原因是多方面的。一方面是由于杂剧表演皆用北方官话和北方流行的曲牌进行演唱,不符合南方土著居民的审美心理和欣赏习惯。南方地区尤其是浙江一带属吴语方言区,“吴歌杂曲,并出江南。”有着与北方迥然不同的音乐风格。所以,当地居民必然对基于异质文化——北方文化而产生的杂剧艺术有比较强烈的陌生感。这从福建邵武人士严粲的《观北来倡优》一诗中“且说中原孰可哀,更无飞鸟下蒿莱。吾依尚笑倡优拙,欲唤新翻歌舞来。”^①可以看出,南方居民对杂剧艺术的排斥和对本地歌舞戏剧的偏好。

另一方面,杂剧在南方农村的传播也受到了剧场(瓦舍)方面的限制,虽然也有在路歧、耍闹宽阔之处做场表演,如《武林旧事》中记载“或有路歧,不入勾栏,只要耍闹宽阔处做场,谓之‘打野呵’”^②,均为艺之次者,真正有竞争力的,艺术水平高的戏班和艺人则惯于常年在勾栏中进行演出。而农村居民一般又很少进城,到勾栏观看杂剧演出的更是少之又少。从《都城纪胜》中“在京师时,村人罕得入城,遂撰此端,多是借装为山东、河北村人,以资笑。”^③之语,以及从以南宋亡国之前、元朝初立之时,地处北方的山东东平地区的民俗民风、社会情况为蓝本的杜仁杰的散曲《庄家不识勾栏》中,我们也可以清楚地看到这一点。《庄家不识勾栏》讲述的是一个庄家人进城去“买些纸火”,“正打街头过”的时候,被勾栏演出的广告所吸引,进去看了场戏剧演出的故事。这个初次观看杂剧表演的庄家人还对戏剧表演有着种种的误解,从一开始的“又不是迎神赛社,不住地擂鼓筛锣”^④就可以看出,当时,杂剧并没有在农村普及开来,庄家人对杂剧的表演还很陌生。杂剧因此在南宋统治下的东南沿海一带始终不如南方民间迎神赛社时搬演的南戏那般为农村观众所熟悉。

(三) 南戏的形成与市场分布

杂剧在城镇演出活跃的同时,南戏却因填补了此时南方农村戏剧市场的“空缺”而兴盛起来。这与南戏形成之初具有与杂剧不同的特质有很大关系。据祝允明《猥谈》记载,“南戏出于宣和之后,南渡之际,谓之‘温州杂剧’。”^⑤也就是说,早在北宋末年至南宋初期,南戏已经在我国的南方地区形成了。

南戏发端于浙江温州一带的农村,开始时只是作为一种与节日社火或敬神仪式有关的季节性活动,具有浓郁的地方特色,符合当地群众的审美理解和欣赏习惯。音乐上,南戏多采用农村中群众熟悉的民间曲调,即“本无宫调”的“村坊小曲,使得“畸农、市女顺口可歌而已。”^⑥题材上,南戏更切合南方农村的现实情况和居民的审美心理,多为一些关注家庭伦理和婚姻爱情方面的剧作,如《张协状元》、《王焕》、《王魁》、《赵贞女蔡二郎》等。在语言的运用上,南戏也多采

① [宋]陈起,《南宋群贤小集》,“中兴群公吟稿戊集”卷七,引。

② [宋]周密,《武林旧事》,北京:中国商业出版社,1982年版,卷6,第118页。

③ [宋]灌园耐得翁,《都城纪胜》,北京:中国商业出版社,1982年版,第10页。

④ 隋树森,《全元散曲》,北京:中华书局,1960年版,第31页。

⑤ [明]陶家仪,《说郭三种·说郭续》,上海:上海古籍出版社,1988年版,第2099页。

⑥ [明]徐渭,《南词叙录》,《中国古典戏曲论著集成(三)》,北京:中国戏剧出版社,1959版,第240页。

用方言土语、谚语格言之类的较为通俗活泼的语言形式,如《张协状元》一剧中运用了大量的温州方言诸如“肥个”、“精个”^①“洋”^②以及谚语格言如“黄河尚有澄清日,岂可人无得运时”^③之类。因为,南戏与江南民间社火活动有着天然的联系,而社戏的演出市场主要是在广大的农村,因此南戏具有俗文学通俗浅显的艺术特点,其演出风格势必带有浓厚的农民文化特色。再从徐渭所说的“士夫罕有留意者”^④这一点上,也可以断定,早期南戏主要的消费者应是南方农村和小城镇的居民,而较少上层文人及士大夫。

随着南方形成了以临安为中心的商品流通网,南戏的广为流布具有了现实的可能性。东南沿海地区便利畅通的水陆交通条件为南戏的商业性演出与艺术交流提供了保证。根据《钱塘遗事》中所记载《王焕》一剧在杭州演出的情况可知,直至南宋晚期,南戏才得以在首都临安盛行起来。究其市场方面的原因不外乎两点:一是南宋末年,南方的农村经济由于地主阶级大量兼并土地而遭到一定程度的破坏,直接影响了农村中戏曲观众的消费能力;二是由于国内商品流通通路上的便捷,南戏逐渐向临安等南方的繁华大邑、工商业城市传播和寻求发展,为了能在这些城市中稳定地占有一席之地,需要进行固定性的商业演出。

(四)小结

杂剧和南戏的市场分布对戏曲艺术的诞生与发展有着重要作用,其中最重要的是促进了北杂剧艺术的诞生。金元时期,北方地区的戏剧在宋杂剧的基础上加强了与当地民间艺术和少数民族艺术的融合。南宋人范成大出使金朝时“虏乐悉变中华,唯真定有京师旧乐工,尚舞高平曲破。”^⑤之语,道出了蕃曲和少数民族的民间伎艺对汉族艺术冲击的力度之大。而形成这一局面的,恰恰是当地观众的审美偏好和欣赏习惯作用的结果。最终使杂剧艺术在吸收北方各少数民族音乐和歌唱艺术成就的基础上,形成了北杂剧的戏曲声腔系统。

第四节 元杂剧的兴盛与市场的繁荣

虽然,元朝统一中国的初期,南戏还盛演于江苏苏州一带,但是随着元军的南侵,南方的农村和城市经济受到了极大的摧残,加之元朝统治者对汉族民间文艺演出的种种限制,如仁宗“延祐六年,江浙行省与江西行省都有禁止‘县里村里唱词叙众’和‘鸠敛钱物,叙众装扮,鸣锣击鼓,迎神赛社’的事”。^⑥不同程度地阻碍了南戏商业性演出,也在一定程度上造成南方戏剧市场的“空缺”。

南方的戏曲市场因战乱受到巨大冲击的同时,北方的杂剧表演市场却在相对安定的社会环境中有了更进一步的繁荣和长足的发展。

(一)北杂剧的南移和南戏的衰落

随着南北两地的统一,北杂剧及其演出市场亦南移了,并且在元代的大部分时间里占据着南方戏剧市场的主导地位。恰如徐渭在《南词叙录》中记载的那样:“元初,北方杂剧流入南徼,一时靡然向风,宋词遂绝,而南戏亦衰。”^⑦虽然其原因是多方面的,但不外乎是社会和经济因素作用的结果。北方人口南迁,其中包括江南地区大量的来自北方的驻军。有驻军就一般会为

① 钱南扬,《永乐大典戏文三种校注》,北京:中华书局,1979年版,第84页。

② 同①,第120页。

③ 同①,第24页。

④ [元]徐渭,《南词叙录》,《中国古典戏曲论著集成(三)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第239页。

⑤ [宋]范成大,《范石湖集》,北京:中华书局,1962年版,第154页。

⑥ 张庚、郭汉城,《中国戏曲通史》,北京:中国戏剧出版社,1992年版,第122页。

⑦ 同④。

之建造相应的娱乐场所——勾栏。此风气源自南宋,元代亦大体上相似,元好问的《遗山集》中记载,“万户张德刚兴建顺天府时,在官衙军营街市铺之外,曾造有‘乐棚二’”。^①除此之外,还有北方各民族人口的南徙,周密《癸辛杂识续集》卷中有“今回回皆以中原为家,江南尤多。”^②这些人口流向南方后,又主要集中于城镇之中,以成宗大德八年的广州地区北人户数略见一斑,当时广州城内有北人户372户,占广州地区北人户数的67%,其余又都集中在周边的番禺、东莞诸县里。相比之下,南方农村新增民族成分不多,基本保持原来的状况,这也为南戏在民间的保留和传播奠定了一定的基础。北方人口的南下带来了部分消费人口的南移,而南方尤其是江南地区在元代仍然是主要的粮食产区、经济重心和人口最稠密的地区。戏曲是娱乐性的文艺活动,没有广大的消费人口和繁荣的经济支撑就无法开展。以上这些因素必然对北杂剧的生产者产生一定的吸引力,使之南下。而北杂剧的生产者和消费者的南下行动,是促使南戏相对衰落,元杂剧兴盛的直接原因。

(二)元杂剧及其市场的繁兴

元时中国人传统的社会生活已开始有了较大的变化,城市经济得到了繁荣和发展,市民阶层空前壮大,城市中生活着的数量庞大的商业、手工业者、落魄文人、艺人、商贩以及乞丐等等组成了市民阶层,他们的生活方式和娱乐需要促使以市井人物的生活与情趣为表现对象的文艺作品即俗文学的大兴,而戏曲艺术作为俗文学的代表成了市民文化的主流。元代蒙古统治者的歧视性政策,使一批文人投身于杂剧剧本的创作。其中不乏有将文艺创作与商业行为相联系者,如号称“驱梨园领袖,总编修师首,捻杂剧班头”^③的关汉卿。正是此类依靠剧本创作获取一定生活报酬、“门第卑微,职位不振”^④的下层知识分子的参与,促进了杂剧的诞生及其艺术性的提升,并且也进一步促进了杂剧艺术与市场的紧密结合。

根据元代初年的胡祇遹所言“乐音与政通,而伎剧亦随时尚而变。近代教坊院本之外,再变为元杂剧。”^⑤杂剧的诞生除了艺术上的原因之外还有政治、经济及市场的原因。“随时尚而变”,充分反映了来自市场方面的要求。在蒙古统治者的歧视性政策压制下,汉族市民观众的种种愤懑和不满都要求在杂剧的舞台上得到体现,要求创作出那些能够反映他们心声的杂剧剧本。这些特定的需要和欲望促使切合市民阶层观众审美需求、欣赏趣味的通俗的杂剧作品大批涌现,带来了元代杂剧表演市场的蓬勃发展。

从体制上讲,短小精干的杂剧比鸿篇巨制的南戏更适合于在勾栏瓦舍中做商业性的演出,从内容上看,也更适合市井细民的欣赏趣味和娱乐需要。因此,杂剧艺术开始兴盛起来并作为一种占主流地位的戏剧形式在元代的戏剧市场上独占鳌头,创造了它辉煌的黄金时代。根据元人夏庭芝《青楼集·志》中的记载:“内而京师,外而郡邑,皆有所谓勾栏者,辟优萃而隶乐,观者挥金与之。”^⑥当时元代城市中有着为数众多的勾栏供演员表演,供观众“挥金与之”;而《庄家不识勾栏》一文中也有“要了二百钱放过咱”的语句。由此可见,当时城市中已经普遍存在文化娱乐产品的交易行为,即菲利普·科特勒所说的买主和卖主的交换行为——货币和商品的交换与信息的交换。虽然在城市中,杂剧还与其它一些艺术表演形式如院本同台演出,但是在不断的商业性演出活动和激烈的商业竞争中,杂剧进一步确立了它作为表演艺术的主体地位。勾

① [金]元好问,《元遗山先生全集》卷33。

② [宋]周密,《癸辛杂识续集》卷上。

③ [元]钟嗣成,《录鬼簿》《中国古典戏曲论著集成(二)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第151页。

④ 同③,第101页。

⑤ [元]胡祇遹,《紫山大全集》,卷八,台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986年版。

⑥ [元]夏庭芝,《青楼集》,《中国古典戏曲论著集成(二)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第7页。

栏作为元杂剧在城市中的主要活动场所,随北曲杂剧的流布,而遍及全国。勾栏的增加,从业人员数量的激增,都直接见证了杂剧市场的繁兴。

第五节 元末明初南戏的崛起与杂剧的衰落

南戏在南宋末年进入了城市,虽然还保留着浓重的南方民间艺术品格,但在激烈的市场竞争环境中,也开始加快对其他艺术如诸宫调等说唱艺术和宋杂剧艺术的吸收和借鉴。在此基础上,南戏逐渐形成了完全不同于北杂剧的独特的艺术特色,恰如明魏良辅在《曲律》中所评说的“北曲与南曲,大相悬绝,……北曲字多而调促,促处见筋,故词情多而声情少。南曲字少而调缓,缓处见眼,故词情少而声情多。”^①很符合当时北杂剧和南戏各自表演形态的特点。元朝灭宋以后,北曲杂剧迅速推进到了南方,极大地冲击了南戏原有的市场。尽管这一时期的市场占有率下降了很多,南戏仍然顽强地生存着,并且在南方的城市和乡村戏曲市场中与杂剧争夺观众。虽然,元初南戏的艺术水平还远落后于北杂剧,但在强烈的生存危机中,在市场竞争的促动下,南戏积极吸收北杂剧的艺术成就,诸如音乐体制方面的优点,克服了自身存在的一些缺陷,丰富了艺术表现力,加快了艺术上的发展和定型。至元末时,以《荆》、《刘》、《拜》、《杀》以及《琵琶记》为代表,南戏已然具有了与北杂剧相似的艺术水准——“自然”、“有意境”^②,并且也为下一阶段的发展创造了条件。

(一) 北杂剧的衰落

虽然北曲杂剧在这一时期仍被视为正声雅乐并占据着剧坛领袖的宝座。但还是不可避免地出现了明显的衰落趋势。究其原因除了优秀杂剧作家和作品的大量减少外,更为重要的是杂剧市场的萎缩。北杂剧南移以后,杂剧演出日益倾向于为上层统治阶级服务,也日益脱离原来广大的市民观众市场。根据现代市场营销理论,目标市场如果过于单一、集中,虽然可以有益于经营者加深对该分市场的了解,能够较好地有针对性地满足顾客的需求,但却存在着极大的风险。一旦市场情况突然发生改变,如消费者偏好发生转移或出现强大的竞争者,就有可能陷入困境。杂剧表演市场在此后的式微就印证了这一点。首先,元末南戏流行并逐渐引起上层社会文人和士大夫的注意。以高则诚的被明太祖朱元璋称道为“如山珍、海错,富贵家不可无”的《琵琶记》为代表,标志着南戏的重新崛起。其次,南戏四大声腔之一的海盐腔在元代末年得到了贯云石、杨梓等上层文人的加工创造,至明代嘉、隆年间已然“风靡如一,甚者北土亦移而耽之,”^③“可以想见当时的海盐腔不仅大为南方士大夫和文人所欣赏,而且就是北方的观众也对它爱好起来了,同时出现了一种海盐南曲压倒北曲的趋势。”^④综上所述,由于强大的竞争者——南戏在艺术上获得了质的飞跃以及杂剧的目标顾客的偏好发生改变,杂剧市场逐渐缩小以至最终消亡。

(二) 南戏崛起的市场分析

从市场学的角度来分析,南戏重新崛起的成功之处在于它适时地填补了市场的空白,选择并牢牢把握住了所定位的分市场。众所周知,我们可以根据地理变数来细分总体的消费者市场,由于地理条件的差异,会造成各个细分市场的消费习惯和消费偏好的不同,各细分市场消费者的需求也就会相应有所不同。在这里,我们将全国的戏曲消费市场按照地理变数划分为南

① [明]魏良辅,《曲律》,《中国古典戏曲论著集成(五)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第315页。

② 王国维,《宋元戏曲史》,上海:上海古籍出版社,1998年版,第120页。

③ [明]何良俊撰,《四友斋丛说》,北京:中华书局1959年版,卷37,第337页。

④ 张庚、郭汉城,《中国戏曲通史》,北京:中国戏剧出版社,1992年版,第454页。

北两大市场后,可以清楚地看到,南戏在其诞生之始和元代杂剧兴盛之时,始终坚持将其目标市场圈定于南方戏曲消费市场。这一点从其随时代而变的、具有浓厚地方特色的戏曲剧本作品的内容可窥一斑。现在可以考证到的南宋南戏剧作中,几乎有一半的戏是和爱情、婚姻有关的。究其原因,与宋室南迁以后南方寒族出身的人士大量加入统治集团有一定的联系,所谓“朝为田舍郎,暮登天子堂”。这些人在社会地位陡然发生变化的关头,“结亲权门”、“富贵易妻”,婚姻悲剧大量出现。南戏中占很大比重的男子负心戏就是为了迎合当时南方地区尤其是南方农村市场观众的心理需要而产生的。到了元朝,南戏作品的主要内容又由原来的负心婚变转变为反映社会大离乱背景下的家庭伦理问题。从表面上看,这一主题的变化是时代变迁的缘故。但从经济学、市场学基本理论的层面来看,根据“需要引发动机”理论和需求产生供给的论断,正是消费者情感方面的心理需要激发了消费者的购买动机,同时这种需求也会相应地引发满足这种需求的供给行为的产生,而由于供给行为的现实存在,才进一步促使消费者的购买动机转变为消费者实际的购买行为,最终这种购买行为又反过来强化了产品的供给行为。这一供需双方相互作用的结果促成了戏曲表演市场中艺术作品艺术取向的变化,使南戏在南方民间拥有了广大而稳定的观众群,并为其日后重新占领市场奠定了基础。

第六节 结 论

产品是占领所定位的正确目标市场不可或缺的基础。南戏的产品即其戏剧作品本身,在艺术上汲取北杂剧的艺术成就而逐渐成熟,具有鲜明的时代特征、深刻的社会意义和南方地区的民间特色,能够适应南方观众的审美需要和偏好。这一点完全有别于它在南方戏曲市场上的主要竞争对手北杂剧。所以,立根于南方戏曲消费和表演市场的南戏最终得以战胜了北杂剧,并且在明代的中后期,以其更为成熟的戏曲形式——传奇,占据了全国的戏曲表演和消费市场的主导地位。

当年南戏与北杂剧的市场之争,是中国戏曲发展中第一次全国性戏剧演出市场的竞争,验证了在“适者生存、优胜劣汰”竞争法则的支配下,只有与欣赏需求息息相通的艺术形式与创作才具有市场生命力这不争的事实。元代初年的北杂剧艺术是紧紧切合观众心声的。而到了元代末年,相对北杂剧而言,在代替北方成为戏曲文艺创作中心的南方地区,南戏艺术则带有了更多的民间艺术品格,也更多地表达了当地普通人群的共同情感,从而可以获得更为广泛的心灵沟通和情感共鸣,也能更好地满足更多观众的欣赏需求,因此得以在市场中击败北杂剧并且迸发出强大而长久的艺术生命力。

第四章 明清时期戏曲艺术的发展与市场之争

明代建国之初,统治者加强了文化领域的控制。对戏曲艺术,不仅严格规定了演出的内容,而且对消费者也强加限制。如《国初事迹》中记载了可兼进行一定演技表演的富乐院“禁文武官员及舍人不许入院止容商贾出入院内。”^①另顾起元的《客座赘语》中亦有禁止军人学唱戏的榜文。这些“实际上是对构成勾栏演出基础的社会风气的严重破坏”^②。同时意味着明政府的紧缩政策压缩了城市戏曲消费市场,进而也压缩了城市戏曲的生产市场。原来以固定演出场地——勾栏为主的商业性演出方式逐步从城市戏曲表演市场中淡出,取而代之的是多种形式的城市戏曲演出方式。尽管如此,明代的戏曲演出依然得到长期繁荣,大量文人戏曲作家创作了数量浩瀚的剧本,推动了明代戏曲艺术的发展,并为清代戏曲的繁荣和第二次市场之争做了历史的铺垫。

第一节 明代戏曲与市场状况

(一)城市勾栏的衰微

虽然明初有名震一时的金陵御勾栏,以及一些零星散落于杂剧作品中的关于各地市井勾栏的记载,但是勾栏瓦舍逐渐式微的命运却无法改变。自明代以来,曾盛行于宋元时期的瓦舍勾栏逐渐变成了散落于城市中的临时性或半临时性搭建的戏台^③。

明中叶以后,固定场所的瓦舍勾栏伴随着北杂剧的没落退出了城市的市俗戏曲市场。此时,城市中出现了两种戏曲消费倾向。一种是为满足市民审美需要的世俗的商业性戏曲演出,其演出地点趋于多样化,既有堂会,以及在酒楼、会馆的演出,也有临时在街市、庙门前搭台进行的表演。另一种就是刚刚兴盛起来的以非赢利为特征的家乐演出(除李渔的家班演出具有一定商业味道以外),其演出地点一般在士大夫宅院的厅堂之内或于庭院之中以及家庭小剧场之上^④。多种截然不同的戏曲娱乐消费方式,带来了戏曲艺术和观众的分流。

(二)农村戏曲市场及其特点

随着戏曲艺术的成熟,农村的“民间神庙祭祀就和戏曲文化结合了起来。”^⑤由于广大农村不具备城市戏曲消费的硬件条件,定期举行的迎神赛会便成为乡村居民文化娱乐的机会。在这种场合,自然是“百戏竞集”。但戏曲作为集百戏表演于一身的综合性表演艺术,以其通俗、浅显,能适合欣赏水平不高的农村观众品味的特点,成为社火活动的重中之重。而历史上,具有一定艺术水准的“职业戏班又经常以社戏演出作为自己最为主要的活动”^⑥,这也大大地刺激了农村戏曲市场的发展。所以,上至宋元下逮明清,在神庙中建戏台的风气大盛。这就从一个侧面反映了农村戏曲市场兴旺之景象。

提到农村戏曲演出市场就不得不提到农村戏曲演出的两重性。即保守性和创新性。一方面,它将传统的戏曲艺术和作品原汁原味地保留和传承下去。如,发现于山西潞城县崇道乡的

① [明]刘辰,《国初事迹》,《四库全书存目丛书》,济南:齐鲁书社,1996年版,史46-12,下。

② 徐子方,《明初剧场及其演变》,《艺术百家》,2003年第2期,第41页。

③ 吴晟,《瓦舍文化与宋元戏剧》,北京:中国社会科学出版社,2001年版,第195页。

④ 廖奔,《中国古代剧场史》,郑州:中州古籍出版社,1997年版,第63~64页。

⑤ 同上,第111页。

⑥ 蔡丰明,《江南民间社戏》,上海:百家出版社,1995年版,第229页。

明万历二年手抄本《迎神赛社礼节传簿四十曲宫调》，居然保留了诸如《错立身》等元代戏曲题材作品；明崇祯十六年创修于山西高平市故关村演奇楼碑记中也记录了村民偏爱杂剧表演的历史信息^①。另一方面，它又不断地从生活中汲取营养，将民间小曲、民歌、说唱等等在艺术表演的实践过程中发展成为民间小戏，进而纳入戏曲艺术系统。带有浓郁北方乡土气息的山陕梆子腔就是由当地弦索伴奏的民间歌曲和说唱艺术发展演化而来的。而农村戏曲演出市场的这一特点，对清代中叶花雅之争中花部的源起有着至关重要的影响。

（三）地方戏曲的流布

随着明代商品经济的发展，商业利润的提高，各地皆出现了不同程度的“弃农从商”现象。商人数量大大增加，手工业者进一步脱离农业，从事专业产品生产，带来了农村商品经济的兴旺，从而出现了人口大批量地向城镇流动的趋向，才有了“《四友斋丛说》中的，正德以前‘百姓十一在官，十九在田’，……至嘉隆之际，却变成了‘大抵以十分百姓言之，已六七分去农’的情形”^②。以地处山东西北部、运河中段，有“南北往来交汇咽喉之地”之称的临清为例，此地人口约六万余人，流动的外地商人约有数万人，平常人口大约保持在10万以上^③。商人数量的增加和流动性的增强，带来了戏曲消费人口的流动，也促进了戏曲演出班社和地方性戏曲艺术在全国范围内的流动。城市中兴起的为联络同乡情谊而进行的会馆演出，可以说是这一社会情况下的产物。所谓“富室之称雄者，江南则推新安，江北则推山右。”^④徽州、山西商人之实力由此可见一斑。据此不难推断，这两地的民间戏曲艺术在后来的若干岁月里得以发扬光大，与当地的商人的流动是有一定渊源关系的。因为会馆中常常聘请本乡的戏班来进行演出，对原籍地方戏曲艺术的传播无疑有一定帮助。

（四）小结

明清时期，戏曲在全国各地受到普遍欢迎，几乎达到了“家歌户唱寻常事，三岁孩童识戏文”的地步。对戏剧的爱好上至皇帝下至平民，以听戏为娱乐成为全国的普遍风气。如前所述，自明中叶以后，出现了表演艺术演出形式群雄争霸的局面，带来了戏曲在艺术上和观众上的分流。

第二节 家乐对戏曲艺术及戏曲演出市场的影响和作用

家乐演出在当时一般并不具备商业色彩，但却对戏曲艺术有着尤为突出的影响，并对商业性的戏曲演出市场有一定的联动影响作用。

（一）概说家乐演出

家乐，顾名思义即是家庭班社，时人陈龙正有所谓“士大夫居家无乐事，搜买儿童，教习讴歌，称为家乐。”之说^⑤。可见，家乐就是官宦富贵之家所雇佣的主要用于自娱、宴请应酬、以非赢利为特征的戏班。此类艺人因为与其观众的联系为隶属性质，所以在戏曲演出活动中更为注重，甚至是一味地服从观众的审美口味。可以清楚地从万历三十年唐振吾刊《精刻绣像乐府红珊》中看出这一点。“《乐府红珊》中所提供的豪家贵族、文人雅士厅堂宴会上演出的剧目，以宴会喜庆、训海功名、忠孝节义和游赏隐逸四类剧目为最多；而这些剧目在《礼节传簿》和《永团

① 冯俊杰，《山西戏曲碑刻辑考》，北京：中华书局，2002年版，第374页。

② 张庚、郭汉城，《中国戏曲通史》，北京：中国戏剧出版社，1992年版，第473页。

③ 王毓铨，张显清，刘重日主编，《中国经济通史·明代经济卷》，北京：经济日报出版社，1999年版，第708~709页。

④ 同③。

⑤ [明]陈龙正，《几亭全集》，《四库禁毁书丛刊》，北京：北京出版社，1998年版，集部，第155页上。

圆》中所占的比率却极低,后者提供的是用于乡村百姓迎神赛会时演出的剧目,在其中占有较高比率的则是豪侠征战、仙佛神话、滑稽诙谐三类。”^①这种隶属关系虽然在一定程度上对戏曲作品主题审美倾向等方面有所限制,降低了作品对生活的表现力度。但不容置疑的是,家乐演出带来了愈加精致化和雅化的戏曲艺术。

(二) 家乐与商业性戏曲艺术

关于这一点,甚至可以追溯到元末时人杨梓的家乐演出。据姚桐寿《乐郊私语》中记载“而康惠公独得其(贯云石)传,今杂剧《豫让吞炭》、《霍光鬼谏》、《敬德不服老》,皆康惠自制,……以故杨氏家僮千指,无有不善南北歌调者,因是州人往往得其家法,以能歌名浙右耳。”^②可见在当时家乐演出已经以其艺术上的成就对当地艺人(州人)产生了影响,并在一定程度上获得了市场的认同,赢得了当地以及周边地区的观众。而到了明代中叶以后,出现了一批由精通于戏曲艺术创作的士大夫豢养的家班。在北以王九思、李开先,在南以阮大钺、祁彪佳等戏曲名家的家班颇具名望。这些在艺术创作和表演上“不受商业规律限制的‘家乐’,除了为前代名作时兴传奇折子戏提供用武之地外,还充当了此时期文人剧作家实验小剧场的作用。”^③从《陶庵梦忆·阮圆海戏》中记载了阮大钺家班戏曲表演的情况可以看到,家乐戏曲演出对艺术的追求。“阮圆海家优,讲关目、讲情理、讲筋节,与他班孟浪不同。然其所打院本,又皆主人自制,笔笔勾勒,苦心尽出,与他班卤莽者不同;故所搬演,本本出色。脚脚出色、韵韵出色、句句出色、字字出色。……其串架斗笋,插科打诨,意色眼目,主人细细与之讲明,知其意味,知其指归,故咬嚼吞吐,寻味不尽。”^④家班戏曲演出由于得到了专业剧作家的悉心指导,将剧作演绎得淋漓尽致,无论是演出的艺术性,还是对作品的领悟都做得极为出色。同样在张岱的《陶庵梦忆》中也有记载,他在南京看戏的时候,曾遇到搭在民间营业戏班中演出的原是他家班伶人的马小卿、陆子云。由此可见,家乐伶人在离开家班以后,常会投身于民间戏曲演出。这批艺人由于曾受过家乐演出的训练,有着较高的艺术素质,必然对提高商业性戏曲演出的艺术水平有着不可估量的作用,进而还能够提升观众的审美能力,引导观众的审美偏好、欣赏趣味甚至审美习惯的改变,推动一部分戏曲艺术向着典雅化的道路发展,使市民戏曲在去除了粗放的外表,强调艺术质量和艺术个性的同时,达到雅俗共赏的审美境界,为日后雅部昆山腔广受欢迎奠定了一定的基础。

第三节 花雅之争

清代乾隆、嘉庆时期出现了花部“乱弹”诸腔与雅部昆曲争胜的局面,戏曲史学家称之为“花雅之争”。李斗在《扬州画舫录》中对花雅两部做了泾渭分明的划分:“两淮盐务例蓄花雅两部以备大戏,雅部即昆山腔,花部为京腔、秦腔、弋阳腔、梆子腔、罗罗腔、二簧调,统谓之乱弹。”^⑤明中叶以后,昆山腔在得到了魏良辅、张野塘的艺术改造以后,作为一种更受文人士大夫青睐的新兴腔调剧种而流传全国各地,并随后“在剧坛上取得了‘官腔’的统治地位”^⑥。与之相比,花部乱弹“曲文俚质”^⑦、文词猥鄙,为上层文人士大夫者所不屑。这些成长并流行于乡间的花部乱弹,如前所述的那样,随着商路得以四处流布,并转而在城市中寻求生存与发展。花部

① 郭英德,《元明文学传播与文学接受》,《求是学刊》,1999年第2期,第81页。

② [明]姚桐寿,《乐郊私语》,台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986年版。

③ 徐子方,《家乐——明代戏曲特有的演出场所》,《戏剧》,2002年第2期,第136页。

④ [明]张岱撰,《陶庵梦忆》,上海:上海古籍出版社,1982年版,卷8,第73页。

⑤ [清]李斗,《扬州画舫录》,扬州:江苏广陵古籍刻印社,1984年版,卷5,第103页。

⑥ 廖奔、刘彦君,《中国戏曲发展史(4)》,太原:山西教育出版社,2000年版,第106页。

⑦ [清]焦循,《花部农谭》,《中国古典戏曲论著集成(八)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第225页。

诸声腔在传播的过程中,出现了地方化的倾向,产生了更加丰富多彩的地方戏曲声腔艺术,最终造就了花部乱弹的浩大声势。

(一)不同声腔剧种之间的市场竞争

在某种意义上,我们认为所谓的“花雅之争”是不同的戏曲声腔剧种对戏曲消费市场的争夺,也是戏曲发展史中的第二次全国性市场之争。花部以其戏曲形式和内容等方面更为贴近农民观众和市民观众的欣赏趣味而受到他们的欢迎。昭槿《啸亭杂录》中有“近日有秦腔、宜黄腔、乱弹诸曲名,其词淫褻猥鄙,皆街谈巷议之语,易入市人之耳;又其音靡靡可听,有时可节忧,故趋附日众。”^①同时代的焦循在《花部农谭》中也谈到花部乱弹“原本于元剧、其事多忠、孝、节、义,足以动人;其词直质,虽妇孺亦能解;其音慷慨,血气为之荡。”^②可见,作为世俗商业性戏曲艺术代表的乱弹具有强烈的审美吸引力,在广大平民戏曲消费市场中压倒了雅部昆曲,占领了这一部分市场的市场份额。而雅部昆曲则以“官腔”的地位,受到士大夫的推崇,并且还在一些正式的礼仪性场合使用。因此有百足之虫死而不僵之状。如《扬州画舫录》中虽提及为御前承应而蓄花、雅两部,但又指出所备的八个班社中,雅部居七,雅部为主的趋势于之可见一斑。且又有“若郡城演唱,皆重昆腔,谓之‘堂戏’。本地乱弹,只行之祷祀,谓之‘台戏’。”^③这是江南地区的情况。北方也有相同之处。山西蒲县柏山东岳庙乾隆年间的两块石碑《昭兹来许》碑和《用垂永久》碑有“至期必聘平郡苏腔,以昭诚敬”^④“因土戏褻神,谋献苏腔”^⑤之语。可以说,农村戏曲市场中的雅部昆曲已经偏离了作为通俗文化的具有消遣、娱乐性的商业戏曲的特性。在以市民消费为主体的戏曲市场中,乱弹具有更为旺盛的市场生命力。

(二)对北京戏曲消费市场的争夺

全国范围内的花雅之争在最初阶段更为集中地表现在对北京戏曲消费市场的争夺上。清乾隆九年,张漱石在《梦中缘传奇·序》中写道:“所好惟秦声、罗、弋,厌听吴骚,闻歌昆曲,辄哄然散去”。当时北京观众在对戏曲声腔剧种的消费偏好和消费需要上已经发生了改变,转型了的新的戏曲消费市场已经逐渐开始生成。至乾隆四十四年,杰出的秦腔艺人魏长生由四川入京,掀起了花雅之争的一次高潮。魏的到来,使秦腔在戏曲消费市场的争夺战中居于优势地位,致使当时盛行京城中的六大班“几无人过问”,“六大班伶人失业,争附入秦班觅食,以免冻饿而已。”^⑥观众喜好的改变已经直接影响到演员的行为,甚至是剧种的变化。乾隆五十年,清廷下令禁唱秦腔。魏长生被迫离京,前往江南一带。因此,带来了更广泛的民间戏曲艺术的交流。乾隆五十六年,沈起凤《谐铎》中记载“自西蜀韦(魏)三儿来吴,……乱弹部靡然效之。而昆班子弟,亦有倍师而学者,以至渐染骨髓。……”^⑦到了嘉庆三年,其已势不可挡,“苏州、扬州向习昆腔,近有厌旧喜新,皆以乱弹等腔为新奇可喜,转将素习昆腔抛弃。”^⑧虽然,清朝政府为了加强在思想和文化领域的控制,巩固其政治统治,一再对深受市民观众喜爱的花部“乱弹”诸腔尤其是已经流布全国的秦腔等声腔剧种进行查禁,在一定程度上影响了市民戏曲表演和消费市场的正常运行。但富有时代气息的审美潮流是不可遏制的,一个全新的全国性的戏曲声腔剧种——京剧及其消费市场正在这场艺术变革的大潮中孕育、成长。

① [清]昭槿《啸亭杂录》,北京:中华书局,1980年版,第236页。

② [清]焦循,《花部农谭》,《中国古典戏曲论著集成(八)》,北京:中国戏剧出版社,1959年版,第225页。

③ [清]李斗,《扬州画舫录》,扬州:江苏广陵古籍刻印社,1984年版,第125页。

④ 冯俊杰,《山西戏曲碑刻辑考》,北京:中华书局,2002年版,第395页。

⑤ 同上,第435页。

⑥ [清]戴璐,《藤阴杂记》,上海:上海古籍出版社,1985年版,卷5,第64页。

⑦ [清]沈起凤,《谐铎》,北京:人民文学出版社,1985年版,第176页。

⑧ 郭英德,《明清传奇史》,南京:江苏古籍出版社,1999年版,第512~513页。

(三) 徽班的成功

乾隆五十五年,即1790年,以高朗亭领班的徽班“三庆班”因浙江盐政大臣为乾隆皇帝贺寿送戏班的机会而进入了北京。据《扬州画舫录》记载:“高朗亭入京师,以安庆花部合京秦两腔,名其班曰‘三庆’”^①。可见,三庆班能够演出多个声腔剧种,当时的徽班“是一种昆乱杂奏的戏曲团体,所以它的演出雅俗共赏,拥有比其他班社更为广大的观众群。”^②究其原因,是徽班有着丰富多彩的声腔曲调,能在迎合了上层统治者的欣赏趣味、针对封建士大夫的戏曲消费倾向的同时,又很好地满足了广大市民戏曲消费的审美需要。徽班进入北京以后,为了更好地适应市场,尤其是为了适应市民观众的欣赏习惯,进行了一系列因地制宜的变革。一方面根据北京人的习俗,徽班演出日趋京化。尤其在语言方面,为使北京观众易于接受,他们在唱念之中吸收了京音。另一方面,他们抱着“善于吸收的精神,对于当时的北京舞台上所流行的各种戏曲,都能吸收它们的特长,像京腔的字音,秦腔的富于生活气息,昆曲的身段动作,音乐伴奏等等。”^③在吸收的基础上徽班的表演形式进一步丰富,艺术上得到了成长和进步。当时,徽班所面对和所服务的是北京的整体戏曲消费市场,而不是象京腔、昆曲、秦腔那样只能满足整体戏曲市场中某一个分市场的消费者的消费需要。因为,无论是对昆、京或是秦腔有所偏爱的观众,都可以在徽班的戏曲表演中找到自己喜欢和欣赏的东西。徽班在北京戏曲市场中受到广泛的欢迎,逐渐发展壮大起来。这为后来徽汉合流、京剧的诞生以及花部在此次竞争中的最后胜利奠定了坚实的基础。

① [清]李斗,《扬州画舫录》,扬州:江苏广陵古籍刻印社,1984年版,第125页。

② 周育德,《中国戏曲文化》,北京:中国友谊出版公司,1995年版,第191页。

③ 马少波,《中国京剧史》,北京:中国戏剧出版社,1990年版,第374页。

第五章 京剧及民国时期戏曲市场观众的变化

第一节 京剧的改良运动

19世纪末20世纪初,在西方各种思潮大量涌入国门、资产阶级民主思潮勃然兴起的情况下,中国人民尤其是城市居民的生活和思想发生了巨大的变化。京剧改良运动在这一社会文化思想变革之大潮中,成为资产阶级文艺改良运动的一个重要组成部分。从1908年上海“新舞台”的创立到辛亥革命之后的1912年前后,这一时期,是京剧改良运动高涨和时装京剧大量上演、发展势头最为强劲的时期。虽然京剧改良运动的产生一向被认为是出于政治宣传服务的目的,但时装京剧的出现也有它应运而生的市场必然性。一方面,在新的社会形势下,戏曲市场要求有能够反映现实生活内容的崭新的戏曲作品。车尔尼雪夫斯基说过“艺术的目的是再现现实”,别林斯基也说过“艺术是现实的复制”^①“每个时代的艺术都是由当时社会的客观现实生活所决定的。”^②可见表现社会变革,反映社会生活的变化是艺术也是戏曲艺术所不可推卸的责任。纵观戏曲发展的历史,自戏曲产生以来,戏曲艺术也一直是表现时代社会思想和人民生活为己任的,其中不乏即事致讽,甚至是反映当时激烈政治斗争的剧作。上可追溯的关于恶僧祖杰的戏文,以及以明代“后七子”之一的王世贞所作《鸣凤记》为代表的时事剧。在那一时期,群众的政治热情高涨,生存权利意识大大地觉醒了,必然要求戏曲表演艺术及时且直接地对社会生活、政治斗争做出反应,要求“同当时人民所关心的政治问题、社会问题结合着”^③。时装京剧同样也是应时代的要求而诞生的。当时能够直接反映现实的时装新戏剧目达两三百出以上,这也表明改良新戏确实是符合当时城市中相当数量观众的审美趣味的。

另一方面,在新的社会风尚的影响下,戏曲市场呼唤新的戏曲艺术表演形式。西方艺术在19世纪60年代以后来到中国^④,促成了中西戏剧艺术文化的直接对话,也活跃了中国戏曲艺术思想。这种对话在资产阶级思潮的影响下,引发了时装京剧舞台表演形式的大变革,虽然这次的艺术变革是不成熟的,在对外来艺术的汲取上有生吞活剥之嫌。如,对舞台用景的追求就过于西化,以致不符合中国观众的戏曲审美习惯。徐珂在《清稗类钞》中说“上海自新剧既兴以西法布景,绘形于幕,……然画背景者,必用油画法,……故所绘景物,亦多为西洋式。……而戏中人乃峨冠博带作汉人古装,岂非大不相称耶?”^⑤当然,时装京剧的最后衰败,也有市场作用的结果。恰如,梅兰芳先生所说的,“观众的需要,随时代而变迁。演员在戏剧上的改革,一定要配合观众的需要来做。”^⑥由于当时的“时装京剧只顾政治,不太讲艺术,艺术上粗制滥造,完全违背京剧舞台上固有的规律,这样就很快丧失了观众。”^⑦舞台形式上中西艺术的生拼硬凑,不伦不类,违背了观众传统的戏曲欣赏习惯。时装京剧在失去了观众的同时也失去了市场。但不容否认的是,此次对舞台表演的艺术探索还是基于迎合市场中“新人耳目”^⑧的审美要求的,虽然失败了,但却为日后戏曲的发展留下了有益的思考。

① 高等艺术院校编著组,《艺术概论》,北京:文化艺术出版社,1983年版,第13页。

② 同上,第271页。

③ 马少波,《中国京剧史》,北京:中国戏剧出版社,1990年版,第374页。

④ 刘彦君,《东西方戏剧进程》,北京:文化艺术出版社,1997年版,第446页。

⑤ 徐珂,《清稗类钞》,北京:中华书局,1984年版,第5033页。

⑥ 中国梅兰芳研究学会、梅兰芳纪念馆,《梅兰芳艺术评论集》,北京:中国戏剧出版社,1990年版,第207页。

⑦ 同③第375页。

⑧ [清]李渔,《闲情偶寄》,北京:燕山出版社,1998年版,第95页。

第二节 观众的变化与青衣戏的流行

五四运动以后,观众的审美情趣渗入了时代的色彩,戏曲艺术因此针对观众市场的变化做了相应的改变。例如京剧行当中的一些变化,自20世纪初便现出了端倪,但却在这一时期定型。生角为主的形式发生了改变,旦角的地位明显提高。其缘由,正如梅兰芳在《舞台生活四十年》中所叙述的那样:“从前的北京,不但禁演夜戏,还不让女人出来听戏。……民国以后,大批的女观众进入剧场,于是引起整个戏剧界急速的变化。过去是老生,武生戏占领舞台优势,因为男观众听戏的经验,已有悠久的历史,对于老生戏的艺术,很普遍地加以欣赏和评判。女观众刚刚开始看戏,自然比较外行,无非来看个热闹。于是挑漂亮的看……所以旦的一行,就成了她们爱看对象。不到几年功夫,青衣戏就有了大量的观众,一跃而居戏曲行当的重要地位,这后来参加的这一大批新观众也有一点促成的力量。”^①从梅兰芳的这段话中,我们可以清楚地看到,已经商业化了的戏曲表演为了能拥有一批忠实的观众群,就必须准确定位其目标市场。并且在此之前,要先清楚地了解和把握目标顾客对产品的最大偏好和愿望以及他们对产品的优劣的评价标准。在此基础上确认和准确选择自身的竞争优势,提供更多的特色产品以满足目标顾客的特定审美需要,梅兰芳先生在戏曲表演中所追求的“美善之质”,很大程度上也是为了迎合发生了变化的戏曲市场的目标观众的审美消费需要的。同时又以一种审美标准的形式固定了下来,为日后京剧尤其是梅派旦角艺术的发展奠定了重要基础。可以说,青衣戏的出现和兴盛,印证了“京剧是…观众培育起来的,……反过来也培育着…观众。”^②这一观点。从另一表达方式上看,京剧实际上是市场培育起来的,而发展起来的京剧艺术,在培养和积淀观众审美能力的基础上,也反过来稳定并拓宽了市场。另外,民国时期,中国京剧的剧目生产也出现了与时俱进的趋向。诞生了一大批批判封建专制、宣扬民主意识、对现实问题敏感和题材广泛的新戏,这何尝不是当时的京剧为了适应同时代观众的审美心态,即戏曲消费市场中的消费者的消费心理,而做出的迎合市场的一种努力。

^① 梅兰芳,《舞台生活四十年》,北京:中国戏剧出版社,1986年版,第114页。

^② 马少波,《中国京剧史》,北京:中国戏剧出版社,1990年版,第185页。

第六章 戏曲市场现状与营销策略

改革开放以来,随着我国国民经济发展、社会全面进步和社会主义市场经济体制目标的确立,文化系统文化产业也迅速壮大起来。在文化事业发展的澎湃大潮中,戏曲艺术——这一中国民族传统文化的瑰宝,面临着前所未有的机遇和挑战。

第一节 我国城乡人民文教娱乐消费比重

统计显示,“1990年到1998年,全国文化系统文化产业的增加值由12.1亿元增加到83.7亿元,增长了6倍;……从业人员由49.5万人增加到72.1万人,增加了46%”^①,人民群众的精神文化需要正在日益增长。但是,我国的文化产业和文化市场相对于发达国家还存在着很大差距。1998年“全国文化产业增加值仅占国内生产总值的0.75%,占第三产业增加值的2.33%,……城镇居民人均文化娱乐消费支出仅占其消费性支出的2.27%”^②而在美国,居民文化娱乐消费支出要占个人可支配收入的30%。相比之下,我国文化市场潜力巨大。有统计资料表明,我国1999年实际文化消费总量才800多亿,潜在消费能力则在3000亿以上。有关部门预测,2005年,我国文化的潜在消费能力将达5500亿元^③。

表1 我国城乡居民文教娱乐用品及服务消费支出比重

年份		1985年	1990年	1995年	1998年	1999年	2000年	2002年
城	文教娱乐比重	8.17%	6.49%	8.84%	11.53%	12.28%	12.56%	14.96%
	文化娱乐服务支出(元)	/	/	69.14	98.40	108.39	117.15	161.88
镇	文化娱乐服务比重	/	/	1.95%	2.27%	2.34%	2.34%	2.68%
	文教娱乐比重	3.89%	5.37%	7.81%	10.02%	10.69%	11.18%	11.47%

注:文教娱乐比重=教育文化娱乐支出/生活消费支出,即教育文化娱乐服务在人均消费性支出中所占份额。

文化娱乐服务比重=文化娱乐服务支出/生活消费支出,即去除教育支出和文娱耐用品支出后的文化娱乐服务支出在生活消费支出中所占的比重。

以上数据是笔者根据《中国统计年鉴》提供的数据计算所得。^④

表1表明,我国国民的文化消费呈现较好的增长势头。虽然用于纯粹的文化娱乐服务的消费在消费性支出中占有的比重仍然较低,但也有渐升的趋势。对文化娱乐产品的需求,应该说总体上是逐步扩大的。从1985年到2002年,农村居民文化消费比重提高了7.58个百分点,而城镇居民的同类指标则为6.79。由此可见,相对城市文化消费市场,农村文化消费的增长幅度更大一些,也直接证明了农村居民对精神文化产品的需求逐年扩大,农村文化市场的发展前景喜人。但应该指出的是,文化市场尤其是包括表演艺术市场在内的文化娱乐市场的市场潜力还有待进一步挖掘。

第二节 戏曲市场现状

随着社会主义市场经济的发展,我国戏曲演出市场显现出新情况,反映出许多新的问题。

① 《中国文化年鉴2001年》文化产业发展第十个五年计划纲要,北京:新华出版社,2002年版第67页。

② 同上。

③ 数据来源《2001~2002年中国文化产业报告》,第35页。

④ 《中国统计年鉴》,北京:中国统计出版社,1986年~2003年。

从表 2 中,我们可以清楚地看到,当今戏曲艺术所面临的是一个不断滑坡的消费市场。演出场次从 1985 年的 47.26 万场下降到 2002 年的 23.9 万场,下降幅度达 49.43%。同期,观众人数下降幅度也十分惊人,达到 45.61%。而戏曲表演团体经费自给率的不断降低,则意味着吃“皇粮”,依靠国家财政补助存活的现象愈加严重。虽然有数据表明,在全国表演艺术市场中,“营业性演出取代计划演出成为整个演出活动的主要部类”^①,但是就目前戏曲演出市场的情况来看,营业性演出场次与经济效益是不相匹配的。以 2002 年为例,全国平均每场戏曲演出的收入是 1242.94 元,而平均每位观众观看演出所支付的经济费用则是 0.95 元。又以江苏省演艺集团 2002 年 3 月为例,平均每场演出收入是 1304.33 元,门售最少的演出仅仅卖出了 4 张票。这些惊人的数字说明,营业性演出并未实现其应有的经济效益,大部分的演出团体依然无法依靠票房收入来求得生存。

表 2 我国戏曲发展情况

年 份	1985 年	1990 年	1995 年	2000 年	2001 年	2002 年
演出场数(万场)	47.26	30.08	26.49	23.8	23.3	23.9
农村演出(万场)	37.57	23.86	21.21	18.3	17.7	17.8
农村演出比重	79.5%	79.32%	80.1%	76.89%	75.97%	74.48%
观众人数(万人次)	57261	38687	32440.4	31465.2	31223.4	31143
演出单位数量	2167	1722	1634	1531	1483	1472
经费自给率	41.7%	43.4%	41.9%	32.6%	29.8%	29.3%

注:以上数据是笔者根据《中国统计年鉴》提供的数据计算所得。

如上文中所述,从历史的角度考察,地方戏曲艺术与中国农村和农民有着天然的联系。在表 2 中,我们看到,农村演出的比重仍然居高不下,占到演出总场次的三分之二强。而表 3 中,在 1985 年和 1990 年,农村观众占观众总人数中的比重分别为 81.64%、84.46%。同时,京剧农村观众的比重则为 58.07%、39.68%。由此可见,农村观众是戏曲艺术尤其是地方戏曲艺术的主要消费人群。

表 3 农村观众比重

年 份	1985 年	1990 年
戏曲农村观众比重	81.64%	84.46%
京剧农村观众比重	58.07%	39.68%

注:以上数据是笔者根据《中国统计年鉴》(国家统计局编,北京,中国统计出版社)提供的数据计算所得。

第三节 观众问题是戏曲市场首要的和最基本的问题

随着时代和社会生活的变迁,文艺作品的内容、形式等诸多方面都会发生相应的改变。正如,刘勰所说的“文变染乎世情,兴废系乎时序”^②“歌谣文理,与世推移”^③。不同时代的人们有着不同于前人的审美要求和审美风尚。“不同时代艺术所表现出来的风格差异,是不同时代精神的艺术体现”。^④在一定意义上,艺术中的时代精神恰恰是人们的审美理想、审美心理的反映。就此我们认为,一切成功且具有时代气息的艺术作品正是以其产品的消费者、需求者的欣

① 刘玉珠、柳士法著,《文化市场学》,上海:上海文艺出版社,2002 年版,第 128 页。

② 周振甫,《文心雕龙选译》,北京:中华书局,1980 年版,第 280 页。

③ 同上,第 269 页。

④ 孙美兰,《艺术概论》,北京:高等教育出版社,1989 年版,第 56 页。

赏趣味为准绳的。这一点,作为世俗艺术形态的戏剧艺术表现得尤为明显。

(一)没有观众就没有市场,把握观众才能把握市场

格鲁托夫斯基在剥去了不必要的外加装饰以后指出,戏剧艺术最基本的因素是演员和观众,“没有演员和观众之间……交流,它(戏剧)便不能存在。”^① 兰·米切尔在谈及伊丽莎白时代的戏剧时说,“这是一群由于自身经历而对现实生活有所了解的观众,并乐于看到它在舞台上表现出来。”^② 可见,时代促生了戏剧观众新的审美需求,而这种审美需求又促进了戏剧在艺术上的变化。变化了的戏剧艺术能更好地适应其观众的审美口味,使之不仅在艺术上得到认同,而且也在市场中实现其应有的经济效益,而求得生存和发展。

我国建国以后,戏曲市场历经了在计划经济体制下尤其是“文化大革命”年代的急剧扩张和改革开放以后市场的萎缩与低迷。无论是戏曲市场的繁荣还是戏曲市场的萎缩,其最为关键的一点还是把握住观众的问题。“没有观众就没有戏剧”,观众既是戏曲表演艺术的三度创造者,又是戏曲表演艺术市场的主体之一、戏曲艺术的消费者。没有观众的参与,没有观众的三度创造,艺术生产中的前两度创造就会成为无效的劳动,艺术生产就无法实现其产品的价值。因此我们可以说,谁把握住了观众就等于谁把握住了市场。

纵观我国戏曲历史,虽然也有一些有识之士关注观众问题,但却缺乏对消费者市场整体科学的把握。新中国建立以前,戏曲演出团体完全出于生存本能地进行市场营销和艺术创新。现今,对于危机四伏的我国戏曲艺术演出市场,我们应当从历史中吸取经验教训,在科学的现代市场学、营销学理论的指导下,对今天戏曲市场如何定位和进击目标市场、把握和扩大观众队伍等等问题进行有益的探索。

(二)娱乐消费的多元化与市场的细分

随着改革开放的不断深入,社会主义市场经济的进一步发展,人民群众物质生活水平的提高,人们相应地对精神文化生活产生了更高的要求,带来了社会主义文化市场的繁荣和兴盛,更多的更为丰富多彩的文化产品应运而生。不可否认的是,这些多样化的文化产品之间有着很强的替代性,而消费者又是有着不同的消费偏好和审美需求的,因此在文化产品的需求和消费上必然存在相当程度的差异性和复杂性。在这种形势下,戏曲产品的生产者如果还抱着计划经济时代的陈旧观念,希望以某一产品面向整体的戏曲消费市场或者是以戏曲这种表演艺术形式面向艺术市场所有的消费者,即包括了蒂格尔所说的艺术市场上的出席者、预期出席者和态度冷淡的出席者,甚至是怀有敌意的非出席者,都是不现实的^③。中国古代和近代戏曲市场发展过程中有若干出于市场竞争的需要,本能地对整体市场进行细分,以及在细分市场的基础上把握目标市场的实例。如,宋元时期的南戏将其市场最初牢牢扎根于南方的农村市场,在以南方农村观众为根基积极吸收北杂剧艺术成就的基础上,发展成蔚为大观的声腔剧种——传奇;民国时期针对新兴的女性观众市场而兴盛起来的青衣戏;它们的成功对我们今天戏曲市场的运作尤其是对市场细分重要性的认识有一定的启示。

据《文选》记载,“宋玉对楚王问:‘客有歌郢中者,其始曰下里巴人,国中属而和者数千人,其为阳阿薤露,国中属而和者数百人,其为阳春白雪,国中属而和者数十人,引商刻羽,杂以流徵,国中属而和者,不过数人而已,是其曲弥高,其和者弥寡。’”从中,我们可以得出这样一个结

① [美]艾·威尔逊,《论观众》,李震译,北京:文化艺术出版社,1985年版,第4页。

② 同上,第97页。

③ [美]伊丽莎白·希尔等,《艺术市场创新》,北京:中国时代经济出版社,2002年版,第67页。

论,即,每一艺术产品所针对的仅仅是整体艺术市场的一部分,所能够满足的也仅仅是这一部分消费者的消费和审美需求。推而广之,我们认为,整体艺术市场要为不同的消费者提供不同的艺术服务和艺术产品,而艺术市场上的不同的艺术活动又是为不同的消费者服务的。因此我们完全可以将戏曲艺术的消费者从整体艺术市场中分割出来,然后再把整体戏曲市场按照一些相似属性和特征,如地理、人口因素等划分为若干子市场或细分市场。因此,中国的戏曲表演艺术的生产者和经营者们必须清楚地意识到,戏曲表演艺术只是也只能是为整体艺术市场中的部分消费者服务的,对整体的艺术消费者市场进行划分,寻找到适合自己的市场群体,并且有针对性地提供和开发合适的艺术产品以便有效地满足这些观众的消费需求,成为维持戏曲艺术生存的当务之急。

从整体的艺术消费者市场中细分出戏曲观众市场以及对整体的戏曲观众市场进一步地细分都是极为必要的。首先,市场细分的举措本身对于发展余地不大,又很难转向和开拓新市场的成熟的戏曲艺术来说,非常有利于它巩固现有的市场阵地。而通过对戏曲艺术市场的再细分行动,可以更充分地了解不同观众群体的需要情况和目前满足的程度,投其所好地开展对应的生产和营销活动,这往往能够帮助戏曲艺术在激烈的艺术市场的竞争中占领一席之地。不久前在义乌农村发展起来的如火如荼的“流动剧院”就是这方面的一个典型,义乌农村地区素有逢年过节、喜庆祝寿请剧团上演几天几夜大戏的传统,但是因为农村的戏曲演出多是在客观条件简陋的草台上进行,观众只好拥挤在草台下露天看戏,无形中限制了一批观众,尤其是妇女儿童和老人。流动剧院瞄准了当地人的这种消费习惯,针对这一现象,以六七万元的投资创办简易的剧院,使观众只需花1元的票价就可以在阳篷布下长条椅上舒适地看戏。义乌的这一举措既改善了看戏的环境又吸引来了大量新的观众,从而为剧团和创办者带来了较好的经济效益。其次,通过科学的市场细分也有利于戏曲艺术的经营者发现市场机会,寻找和正确选择一个或若干个市场作为其目标市场,有的放矢地制订营销策略。一方面使戏曲产品适销对路、扩大销售;一方面又可以有效地集中人力、物力、财力,集中使用自身的资源,以最小的费用支出获得最佳的经济效益。浙江婺剧团主动出击农村市场的成功实践就是一个最好的例证。在认识到农村这一广阔的市场以后,浙江婺剧团针对农民观众喜欢热闹、文武结合的戏,挖掘和改编了《狸猫换太子》、《铁龙山》等一批传统戏,同时还新编了《担鲜藕》等现代剧目,这些符合农村观众审美需求的戏曲剧目受到了广泛欢迎,并且当年就获得了良好的经济效益,甚至连第二年春节该剧团的戏曲演出都被预订了出去。由此可见,正确的选择和定位目标市场,主动针对目标市场的审美需求、审美习惯开展艺术生产,对现在的戏曲演出团体的生产和营销有着重要的指导意义。

(三) 细分市场的评价标准

在对整体艺术市场进行细分以寻找戏曲市场的服务对象,以及对戏曲演出市场进行进一步细分时,最重要的细分依据是那些对观众需求选择有较大影响的因素,诸如生活方式、年龄、收入、审美习惯、审美能力、地理区域、交通条件等等。在确定戏曲市场在整体艺术市场中的位置并且初步地对戏曲演出市场细分之后,为了避免无效的市场细分,我们还必须对各个细分市场进行评价。评价的标准就是在市场细分过程中的四大制约条件:可衡量、可进入、有效益、稳定。首先,被勾勒出来的戏曲细分市场的轮廓必须是清晰的和可以衡量的。我们要衡量各个分市场的购买力和市场规模的大小,达到细分后的同一分市场内部要有较高的同质性,而各个分市场之间又有明显的差异性的目的。从大的方面说,作为整体戏曲艺术市场的组成部分的细分

市场,必须确定其市场群体的审美偏好和需求,这样才能够正确地为戏曲产品生产定位。从小的方面看,在戏曲市场的细分过程中,我们必须使每种类型的观众能够被适当地区分开,使他们中的每一个人都能在戏曲的细分市场上找到符合自己审美心理和欣赏习惯的戏曲艺术产品。其次,我们必须确定和细分市场沟通的难易程度,即是否能否有效地进入这些细分市场,是否能否有效地为之服务,是否能满足有购买兴趣的观众的审美要求。戏曲表演艺术所需要的恰恰就是戏曲艺术有可能进入并占有一定市场份额的那部分消费者市场,而不是那些不能够进入不能够有效服务的、没有现实意义的市场。再次,从整体戏曲艺术市场中细分出来的市场还必须具有效益性和稳定性。所谓效益性就是说,细分后的戏曲市场要有足够的市场容量来获得有保证的经济收入和盈利。除此之外,戏曲艺术产品还有创造社会效益的责任,所以效益性中也包括了对社会效益的实现。这两个效益是不可割裂的,“社会效益是经济效益的基础和保证,经济效益是社会效益的反映和体现”^①,片面强调任何一方都是不正确的。所谓稳定性就是说,从整体戏曲艺术市场中划分出来的细分市场还必须具有相对的稳定性,在一定时期内无论是市场容量、市场需求还是审美要求等各个方面都保持相对的稳定。其实,真正的戏曲市场细分不是以细分为目的,为细分而细分的,而是以发掘市场机会为其最终的目的的。也就是说,戏曲市场细分的目的是要根据自己的营销目标和资源条件来选择适当的目标市场,以及在对市场的正确认识和把握的基础上进行有目的有指向的艺术创新。

第四节 戏曲主要消费人群与市场策略

笔者在历时三个月的市场调查中,根据江苏省演艺集团的演出状况,将400余份问卷进行分层抽样以后,对当前戏曲艺术市场有了一个相对明确的认识,提出几点个人的看法。

(一)关注老年市场

“戏曲观众老龄化”已成为戏曲消费市场上的普遍现象。从表4所提供的数据,我们可以看出35岁以下的年轻人,表现出明显的选择其他表演艺术形式的倾向,歌舞晚会和话剧更受他们的青睐。青少年观众的缺乏使得许多的戏曲产品的生产者和营销者为之忧心忡忡。其实这正表明戏曲产品自动地选择了观众,选择了市场。在某种意义上,轻视老年消费者,对老年消费者市场存在偏见,是戏曲生产和销售,也是一般产品的生产和营销的一大误区。一般人认为老年消费者的消费能力低下,购买力小,是无差别的消费者群体。而事实上并非如此,就美国来说其增长速度为各年龄层中的第二位并且占总人口百分之十二的老年人口,仍然拥有足够的经济

表4 城市戏曲演出与观众偏好比例

年 龄	戏 曲			话 剧	歌舞晚会
	京 剧	地方戏	总 计		
20岁以下	22.50%	17.50%	32.50%	45.00%	40.00%
21~35岁	27.45%	22.95%	45.90%	41.18%	57.84%
36~50岁	43.40%	31.82%	62.26%	39.62%	43.40%
51岁以上	51.79%	34.42%	68.85%	39.29%	58.93%
总计	35.46%	27.18%	53.95%	41.04%	52.19%

注:数据来源于笔者对400余份市场调查问卷的统计分析和计算。

^① 庞彦强,《从艺术消费现状看戏剧市场》,《大舞台》,1997年第6期。

实力和多样化的生活方式。在消费上,他们侧重于购买更多的医疗用品和许多用于消磨时间的娱乐、消遣的产品^①。而正在步入老龄化社会的中国,现在也面临着同样的形势。让我们首先来分析一下,为什么会出现“戏曲观众老龄化”这一现象?菲利普·科特勒在《营销管理》一书中提及“谁在市场上的问题将涉及三个特性:兴趣、收入和通路”^②,戏曲市场同样也涉及这三个特性。在兴趣中包含了审美能力和审美偏好;在收入中包含了经济支付能力;在通路中提出了对交通、地点和时间方面的要求。因此,只有在这三方面的条件都予以满足的情况下,戏曲市场上的消费者才会有进行戏曲产品消费的行为。

图1清楚地说明了这一问题。

图中的阴影部分是 $A \cap B \cap C$,即同时满足了这三个条件的人群,也就是我们戏曲表演现阶段的目标顾客群。

从图中我们可以看到,老年观众是基本符合这三个制约因素的。

首先,老年观众具有充足的时间条件,这一点在戏曲表演艺术的消费市场中是极为重要的。戏曲表演艺术品的生产和消费与一般有形的物质形态的商品的生产和消费之不同就在于,戏曲表演艺术的生产和消费是在同一个时间段里进行的,表演一旦结束,消费行为也就相应终止。因此,戏曲表演艺术的消费受到时空的限制,

对消费者的闲暇时间提出了较高的要求。其次,城市中的老年消费者一般都具有较为稳定的收入。虽然说他们对商品的价格比较敏感,那只是因为他们有足够的时间去进行商品之间的比较和选择,因此不能够断定他们完全拒绝去消费那些高价格高质量的商品。再次,不同的艺术节目吸引不同水平的观赏者,或者说是吸引那些真正了解节目内涵的观众。而中国传统戏曲艺术博大精深,具有深厚的文化内涵和文化底蕴,正所谓“水之积也不厚,则负大舟也无力”,恰恰是老年观众这一消费者群因为具有经年累月的传统文化的积累,使得他们对传统的中国戏曲艺术有较高的审美能力和浓厚的审美兴趣。我们从长沙市的南馆剧院的观众情况可以清楚地看到老年观众市场的重要性。每到剧院有演出时,70%以上的观众是中老年人。而其中的许多老年观众都是在这个剧院观看了数百场戏的老戏迷^③。表4中也清楚地表现出老年观众对戏曲艺术的偏好,而且无论是对京剧还是对地方戏的爱好,51岁以上的老年观众是所有年龄层中最显著的。综上所述,我们认为,戏曲市场的老龄化倾向并不可怕,可怕的正是我们忽视了广大的老年消费者市场。

(二) 培育远景市场——青少年观众市场

重视老年消费市场固然十分重要,但是在如川剧、淮剧等地方剧种中出现的观众群体后继无人的断层局面也应引起戏曲市场经营者们的重视,培养青年和少年观众、培养远景市场已刻不容缓。据调查,青少年戏曲观众中有百分之五十是从幼年时期就跟随长辈听戏看戏,因而喜欢上戏曲艺术的。因此,戏曲艺术的生产者和营销者绝不能够忽视对少儿观众的培养。目前,在

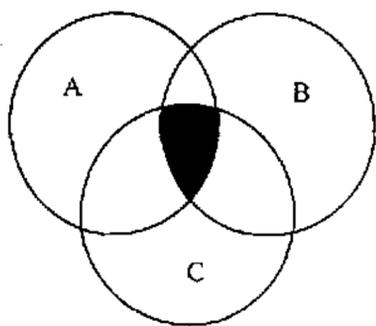


图1

- A 为有审美兴趣的人群
- B 为有收入即有支付能力的人群
- C 为有通路即有时间的人群

① [美]菲利普·科特勒,《营销管理》,上海:上海人民出版社,1990年版,第153页。

② 同①,第258页。

③ 胡汉勋,《传统戏曲与老有所乐》,《老年人》,2001年第1期,第32页。

青少年消费者中对戏曲艺术“负需求”的现象严重。所谓“负需求”是指“全部或部分消费者对某些产品不但不产生需要,反而对其持回避或拒绝的态度。”^① 在对市场进行调查后,我们发现了产生“负需求”的一些原因。就表 5 中的数据可以看出,青少年观众要求艺术作品更多地具有时代气息、现代感,并紧紧追随社会审美时尚的变化。十分突出的是在 20 岁以下的青少年观众中,现代戏与传统戏之间的相对指数高达 414.29。而在讲究继承传统艺术表演形式的同时越发趋于雅化和专业艺术化的中国戏曲艺术,更多地强调的是艺术个性、讲究的是艺术质量,在一定意义上忽视了与消费者尤其是青少年消费者审美需求的沟通。这一点是现实中“负需求”产生的一个重要原因,即产品本身确有不适合消费者之处。因此,对青少年戏曲观众市场的营运,应注重艺术产品的生产和艺术上的创新。调查中也发现,20 岁以下的观众对话剧有着较为突出的偏爱。在深入地与此批观众交流以后,发现恰恰是因为话剧剧目将课本中的故事和剧本搬上了舞台,使他们在巩固课本知识的同时也得到了艺术上的熏陶。在这个方面,山西京剧院走在了实践的前列,他们以成语故事改编了的少儿京剧成功地打开了学校市场,同时也将戏曲知识灌输进了小观众的脑海,使他们对戏曲艺术从不熟悉到熟悉,从不习惯到习惯,很好地起到了培养少儿观众的作用。要通过有针对性地组织艺术生产,在满足青少年观众审美要求的基础上,达到对青少年戏曲观众培养的目的。扭转他们对戏曲持有的回避和拒绝态度,消除他们对戏曲艺术存在的误会,构建他们对戏曲的先在视野、审美理解。只有这样,中国戏曲艺术才能在演出艺术市场中长久不衰,戏曲观众才能后继有人。

表 5 不同年龄段观众对戏曲的偏好

年 龄	传统戏	现代戏	相对指数
20 岁以下	20.59%	85.29%	414.29
21~35 岁	31.68%	71.29%	225
35~50 岁	56.25%	56.25%	100
51 岁以上	69.57%	56.52%	81.25
总计	42.79%	67.25%	

注:以传统戏为 100 求取相对指数,数据来源于笔者对市场调查问卷的统计、分析和计算。

(三)把握农村市场

诚如表 3 中所反映的,农村市场是戏曲艺术尤其是地方戏曲艺术最主要的消费市场。从“花雅之争”开始,源于山歌小调,民间小曲的地方戏曲便蓬勃兴起。从某种意义上说,地方戏是农业文化、民间艺术的产物,因此也更贴近当地消费者的审美习惯。在两百多年的发展过程中,地方戏曲剧种已经达到 360 多个了。十一届三中全会以后的这 20 多年里,仅扬州地区,唱扬剧小戏的队伍已不下 2000 余人。这些数字,足以证明地方戏曲艺术在农村广受欢迎的程度了。与国家级、省级的专业性院团相比,以民间和县市级为主的地方戏曲演出团体能更好地把握住农村市场。其缘由是这些演出团体能把握农村观众审美心理、审美需要的脉搏,以一种民间艺术的姿态出现。与讲究艺术先锋性的专业艺术相比,“民间艺术更多表达群体共同情感,从而可以获得更为广泛心灵沟通和情感共鸣”^②。而这种获得广泛心灵沟通和情感共鸣的审美效果正是赢得观众的重要条件。虽然很多戏曲界从业人员认为,下乡演出会降低戏曲的艺术性,但农村居民天生偏爱戏曲艺术,在节庆、庙会等等活动时,按照民风习俗,是一定要请戏班来助兴的。

① 李景泰,《市场学》,天津:南开大学出版社,1996 年 3 月第 2 版,第 36 页。

② 汪人元,《戏曲音乐的现代转换》,《艺术百家》,1997 年第 3 期。

这一点,早在戏曲艺术诞生之初,便已然存在了。从山西的碑刻中可见到它的痕迹。如,建于宋天禧四年的万荣县桥上村后土庙便有迎神赛社时候进行俗乐、散乐之类的表演活动的记载^①。地方戏曲作为民间艺术的一个方面,“是一种‘原始的社区性的艺术行为’,对精英艺术/高雅艺术始终具有一定的依附性”^②。所以,我们完全可以忽略地方戏曲在进入农村市场之后,在艺术性上的部分损失,而应该将注意力放在如何去持之以恒地把握住农村演出市场的主导地位上。

前文中我们已讨论过农村戏曲演出的两重性问题。在现今的农村戏曲演出市场中,两重性也表现出了相应的特点。一方面,农村观众对传统剧目尤为青睐,在剧团到来之后,都要点上几本很有口碑的传统老戏,虽多次重复消费亦不生厌。另一方面,即使是在农村,戏曲消费者也出现了老龄化的趋势。因此,农村戏曲市场的危机已现端倪。地方戏曲艺术的创新,尤其是对民间艺术养料的汲取,对时代精神和现代审美意识、审美需要在艺术创新中的突现已迫在眉睫。所以,对于当今的农村戏曲市场,必须本着长远的目光,继承地方戏曲发展过程中的优良传统,将地方戏曲艺术的保留和创新工作同时并举,完美结合。

第五节 二八法则与戏曲的有效市场

在市场营销中有一个著名的二八法则,即绝大多数的产品,其总量的80%是由20%的顾客买走的。可见,每一个顾客贡献是不同的,数量上占少数的但是经常大量使用该产品的顾客就能够为企业创造出大量的利润。我们将这一法则运用到戏曲市场领域有着重要的现实意义。

(一)有效市场概念

与前面的图1相联系,我们提出了戏曲有效市场的概念,即,对于戏曲表演艺术这样的一种特定的市场供应品,有兴趣、有收入和有通路的一群消费者,也就是图中三圆相交的阴影部分,它代表着戏曲艺术在现阶段所能够或有可能获得的消费者群。因此,把上述两个概念联系在一起,我们看到,在戏曲市场中,这占顾客群总数20%的经常进行大量消费的观众往往是被包括在有效市场中的。这一有效的戏曲市场可以说是我们当前的目标市场,是我们即期目标之所在。因为,要把一个对戏曲艺术缺乏好感的人培养成所谓的正常出席者,这种转化是需要一个过程的,不可能在短时间内完成。而对于当前不景气的戏曲艺术市场来说,我们所要做的就是去“缩短市场接受产品的时间”。这样就会涉及到两个方面,一方面是设计和生产出符合市场需求的产品,另一方面就是紧紧地抓住当前的有效市场,并同时努力去培养和创造新的市场。

(二)抓住有效市场的策略

那么,如何才能紧紧地抓住戏曲的有效市场呢?我们认为可以从抓住大量消费的观众群,抓住老顾客老观众这两个层面上来讨论。

首先,如同啤酒商应以大量饮酒的消费者作为目标顾客而不是把目标对准偶尔品尝啤酒的消费者一样,戏曲艺术产品的生产和经营者们也应该注意开展针对大量消费戏曲艺术产品的消费者的营销活动,以这些观众群为其目标市场。因为,在一般情况下,这部分消费者能够更为主动地接受和掌握戏曲产品各方面的信息,戏曲产品的经营者们不需要花费大量的费用在普及戏曲常识性的知识上,而是将其营销的精力主要投入到如何扩散戏曲产品的演出信息、如

^① 冯俊杰,《山西戏曲碑刻辑考》,北京:中华书局,2002年版,第15页。

^② 张朝霞,《生态平衡——当下戏曲生产的动力结构模式》,《中国文化报》,2003年3月29日第3版。

何宣传其所生产的戏曲剧目和演出节目的独特之处来吸引大量消费戏曲产品的观众的眼球。同时,这也使戏曲产品的经营者们有足够的精力去采取一些有针对性的营销措施,引导少量消费戏曲产品的消费者增加消费量,从而使他们逐步地转变为大量消费者。

其次,根据二八法则,我们可以清楚地认识到戏曲演出有效市场老观众的重要地位。戏曲演出有效市场中的老观众多数是戏曲产品的大量消费者,他们对戏曲产品的消费可以为戏曲演出和经营团体带来直接和主要的经济效益。这是因为:一方面,戏曲艺术的忠实的老顾客、老观众的消费可以为戏曲演出和经营团体带来长期和稳定地收入,他们长期的反复的消费为戏曲演出和经营团体创造了丰厚的和可观的利润,而且随着这种忠诚度的提高,他们对戏曲产品的价格敏感度甚至都会有所降低;另一方面,针对老顾客老观众开展的营销活动的成本相对要低一些,有调查表明,争取一位新顾客所花的成本是留住一位老顾客的六倍,而失去一位老顾客的损失,只有争取到十位新顾客才能弥补回来。所以我们可以这样说,大量的和忠诚的老顾客老观众是戏曲事业生存和长期稳定地向前发展的重要基石,是我们戏曲艺术的现实的目标市场。莫科瓦说过“艺术营销的任务则是将艺术家的创造和理解或表演,传达给适宜的观众。”^① 戏曲艺术的营销就是应该在充分进行市场调查的基础上针对其适宜的观众——目标市场所表现的各种特点开展营销努力。当前戏曲演出市场最主要的问题是把握现实目标市场,但是,绝不可忽视对远景市场、对未来观众的培养,要采取适当的营销措施包括戏曲艺术教育以吸引潜在的消费者,为拓宽戏曲演出市场和未来市场的发展奠定重要基础。

^① [加]弗朗索瓦·科尔伯特,高进福译,《文化产业营销与管理》,上海:上海人民出版社,2002年版译序第7页。

第七章 结 论

以史为鉴,可知兴替。

本文仅仅截取了唐代尚未成熟的戏剧市场,第一次全国性的戏剧市场之争——北杂剧、南戏的市场之争,第二次的市场争夺——花雅之争,以及京剧的兴替史为例,希望籍此对中国戏曲市场和戏曲艺术本身以及两者之间的相互作用进行分析和探索。中国传统戏曲上千年的兴衰荣枯,均表现出了一个共同的规律,即:得市场者生,失市场者亡。从现代市场学与营销学理论看梵剧东渐受阻,黄金时代的元杂剧南移后由盛而衰,南戏在北杂剧兴盛时衰微,而在北杂剧衰落时复兴;徽班进京后博采众长,融合当时流行于北京剧坛的昆腔、秦腔等剧种的艺术成就,为京剧的兴起奠定了基础等现象(事实),去除创作等人文因素,可以说是市场这只无形的手在主宰着剧种的兴衰与沉浮。每一个戏曲剧种的成功都可以归结为有针对性且成功地拥有一个正确的目标市场。如何满足以及用何种方式满足目标市场消费者的消费需求,牢牢地把握住目标市场的消费者的消费偏好是成功的关键。虽然在漫长的历史岁月中,戏曲艺术的生产者们也对观众的重要性有所关注,但是却缺乏对市场全面、科学的认知,在市场营销手法上又基本是粗放型和经验型的。因此,对戏曲市场的开拓带有一定的无目的性和盲动性,对戏剧戏曲艺术商品的生产又带有一定的盲目性。以古鉴今,面临当前戏曲市场的低迷,我们应当从历史中吸取经验教训,运用现代经济学、市场学、统计学的理论,对今天戏曲市场的首要的也是最基本的——如何把握市场、如何定位和进击目标市场的问题进行反思和更深层次的探索。这正是笔者对这一选题进行研究探索初衷之所在。

第八章 余 论

虽然,现在有相当多的专家呼吁,应该对戏曲文化艺术资源进行保护,让他们走进博物馆,成为“博物馆艺术”。但总结上文所述,我认为,即便说继承和保护传统民间戏曲艺术意义重大,然而博物馆艺术绝不应当是戏曲艺术的终点。作为需要观众和演员进行直接交流的世俗艺术表演形态,走进博物馆去躲避激烈的市场竞争,最终只能带来戏曲艺术的全面消亡。如前所述,中国戏曲艺术从其诞生伊始,便以一种开放性的态度容纳其他成功的艺术样式,在市场竞争中,自动地将那些受到观众广泛欢迎的表演艺术样式吸纳到自身的演出体系中来。在这种不断地融入新兴艺术表演内容的过程中,作为一门典型的综合性艺术,发展壮大成中国最主要的表演艺术形式。李渔说过“填词之设,专为登场。”^①“人惟求旧,物惟求新”^②。可见,戏曲艺术的艺术生命力正在于登场、在于求新。如果只限于在博物馆中,作为活文物,偶尔登场为之,恐怕其艺术创造力在不久的将来便会退化得一干二净了。正所谓“吹尽狂沙始到金”,只有在市场大潮的冲击下,戏曲艺术在舞台上的创造力才会被充分地激发和调动起来。在市场的引导和检验中不断地自觉地进行艺术上的创新和探索,在取得艺术上的成果的基础上实现自身在市场中的生存价值,实现经济和社会双重效益。一直坚持在市场中检验和打磨精品信念的上海京剧院,其几乎囊括国内所有重要奖项的剧目《贞观盛事》,正是“通过市场运作,让获奖剧目不断在市场上摸爬滚打,在赢得更多观众的同时,艺术上也日臻完美。”成为该院又一品牌节目之后,此剧“从诞生至今,已经演出近60场,观众达64800人,演出收入近84万元”^③。这些远远高于同期其他戏曲剧目演出场次和收入的数字,再一次证明了,只有在市场竞争中打造出来的戏曲精品才能在赢得市场的同时,推动戏曲艺术的发展和繁荣。

戏曲艺术对其他艺术样式或异质艺术的借鉴,从历史中多次类似情况来看^④,这种学习是必要的,但又必须是富于扬弃精神的。只有将这些艺术形式根据消费者的审美需求加以改进,为我所用,才能真正地使戏曲艺术以一种开放性的精神不断地发展下去,才能具有艺术和市场的生命力。同时在这种借鉴和吸收的过程中,在丰富戏曲艺术内容和表现力的基础上推进观众的审美能力,培养他们新的审美习惯,扩大他们的先在视野,这对于巩固艺术创新成果,发展和开拓市场大有裨益。

再者,从元杂剧、南戏的市场争夺以及花雅之争中,我们看到一个牢固、稳定、明确的消费者市场对于戏曲艺术的生存是至关重要的。如何把握这一根据地般的目标市场,则是通过更好地满足这一市场的审美需求来实现的。如,南戏根据消费者的审美偏好、社会热点的改变,及时改变艺术内容,以贴近消费者的审美心理。而,徽班在进京后,采用京音进行演出,以及在一个班社中包容了多种声腔剧种,也都是为了迎合当地消费者的审美习惯,满足北京的多层面观众群的审美需要的,总而言之,只有满足了目标消费者的审美要求才能把握市场,只有把握住了市场才能赢得市场竞争的最后胜利。

1967年,巴摩尔在《表演艺术:危机的持续》一文中得出了著名的巴摩尔原理(Baumol's Law)。他明确提出了,戏剧等表演艺术由于有着“不可能压缩的劳动成本”、“产品成本并不会

① [清]李渔,《闲情偶寄》,北京:燕山出版社,1998年版,第90页。

② 同上,第16页。

③ 雍人,《在市场中检验和打磨精品》,《文艺报》,2003年9月4日第1版。

④ 诸如唐代戏剧和梵剧的关系及民国时候时装戏剧的发展、戏曲对诸宫调等说唱艺术的借鉴。

因生产力的提高而降低”等方面的原因,所以“表演艺术中的生产能力是不会增加的”^① 这也说明,戏曲的剧目生产和艺术演出团体是不可能象其他商业企业那样通过提高生产力而盈利,而只有通过提高票价来增加收入了。甚至是“票价……的增长,将可以高于通货膨胀率的增长”^②。用此理论,将不难解读,现在被观众普遍认为偏高了了的票价,在戏曲生产者眼中也仅仅是弥补了产品成本,这一尴尬的现象。恰恰是因为戏剧戏曲表演艺术存在着这种固有的结构上的缺陷,而现在的大制作、豪华舞美布景的戏曲演出更是带来了产品成本的急剧上升,也就不可避免地面临着无法回收成本的困境,同时也意味着由于定价问题而更加剧了在文化娱乐市场竞争中的劣势。其实,回溯历史,无论是表演程式还是舞台空间的处理法则,中国古典戏曲艺术都有她自身的独到之处。在某种意义上讲,这些都可以视作为降低产品成本而做的努力。所以,一味地追求豪华的戏曲舞台效果,是戏曲艺术和戏曲生产的一大误区。考虑到市场中产品的定价问题和艺术生产之间的关系,我们认为戏曲应该以一种以人为本,以物衬人而非以物为主,以人衬物的艺术表演形态为主(注:对这一问题,笔者发表在《南京工业大学学报》(社会科学版)2003年第4期上的《从空间感知理论谈中国传统戏曲舞台空间》一文,有进一步的论述)。如此,一方面能更好地展现戏曲的剧目生产和艺术的魅力,另一方面也能在经济上为更多的一般消费者所承受。

戏剧是古老的艺术,也是未来的艺术,因为戏剧是应运人们内心世界的需要而产生的,这种需要永远也不会泯灭。中国戏曲是中国戏剧的重要组成部分,因其鲜明的民族特色和深厚的文化底蕴而成为世界上独树一帜的戏剧艺术。中国是世界上的戏剧大国,拥有大规模的戏曲从业人员和戏曲观众,尽管近几十年来,戏曲市场有些衰颓,但因历史的绵长和广泛的群众基础而弱而不亡。只要真正从观众的需求出发组织戏曲的剧目生产和市场的营销活动,古老的戏曲艺术一定能在瑰丽多姿的中国舞台上获得自己的生存空间。

① [加]弗朗索瓦·科尔伯特著,高进福译,《文化产业营销与管理》,上海:上海人民出版社,2002年版,第243页。

② 同上,第244页。

致 谢

戏曲艺术在今天面临的是一个“听者既不喜。则习者亦渐少”的局面,我的选题无疑是有一定难度的,但又有一定的现实意义。由于笔者学识和阅历尚浅,给研究与论文的写作带来了很大的困难。

我衷心感谢业师徐子方教授,他不仅在理论上给予我悉心的指导,而且引导我进行市场调研,提出了很多中肯的指导意见。徐老师有很强的创新意识,始终要求我们敢想、敢闯、敢于创新,正是在他的悉心指导、鼓励和严格要求下,我才大胆地对这一跨学科的选题进行了探索和研究,并且在前人研究的基础上提出了自己的观点和见解。

我衷心感谢凌继尧先生、张燕先生、周武忠先生、姜耕玉先生以及每一位帮助和指导过我的老师,感谢你们引领我步入艺术的殿堂,受到了很好的艺术熏陶,提高了艺术修养,增长了知识和才干。

我也十分感激江苏省京剧院的高舜英(原)院长和江苏省演艺集团演出总公司的邱敏舟总经理与各位同事,感谢他们在为期三个月的实习期间,为我提供了最好的工作环境,为我的调研创造了最好的条件,所有的部门经理都有问必答,毫不保留地提供各种资料和数据。他们的热情使我深深感受到一线的实际工作者对理论支持的渴望,一种责任感油然而生:弘扬传统文化,振兴民族戏剧,于我于我的同辈们责无旁贷。

我感谢我的同学和我的同门师兄、师弟师妹们,在你们身上我学到了很多,与你们的促膝长谈与争论给了我许多有益的启发。

毕业在即,很快就要拜别母校、各位师长和朋友们,走向新的工作岗位和学习岗位,但无论走到哪里,我都不会忘记所有曾经给予我帮助、支持和鼓励的老师、同学和朋友们。

愿你们身体健康,工作顺利,事业兴旺!

参考文献

- [1] 周贻白. 中国戏剧史长编[M]. 北京:人民文学出版社,1960.
- [2] 张庚,郭汉城. 中国戏曲通史[M]. 北京:中国戏剧出版社,1992.
- [3] 廖奔,刘彦君. 中国戏曲发展史[M]. 太原:山西教育出版社,2000.
- [4] 李希凡. 图说中国戏曲史[M]. 杭州:浙江教育出版社,2001.
- [5] 任半塘. 唐戏弄[M]. 上海:上海古籍出版社,1984.
- [6] 王国维. 宋元戏曲史[M]. 上海:上海古籍出版社,1998.
- [7] 徐子方. 挑战与抉择——元代文人心态史[M]. 石家庄:河北教育出版社,2001.
- [8] 徐子方. 明杂剧史[M]. 北京:中华书局,2003.
- [9] 郭英德. 明清传奇史[M]. 南京:江苏古籍出版社,1999.
- [10] 马少波. 中国京剧史[M]. 北京:中国戏剧出版社,1990.
- [11] 高义龙,李 晓. 中国戏曲现代戏史[M]. 上海:上海文化出版社,1999.
- [12] 廖奔. 中国古代剧场史[M]. 郑州:中州古籍出版社,1997.
- [13] 刘彦君. 东西方戏剧进程[M]. 北京:文化艺术出版社,1997.
- [14] 张发颖. 中国戏班史[M]. 北京:学苑出版社,2003.
- [15] 隋树森. 全元散曲[M]. 北京:中华书局,1960.
- [16] 徐 征,全元曲[M]. 石家庄:河北教育出版社,1998.
- [17] 王汝涛编. 全唐小说[M]. 济南:山东文艺出版社,1993.
- [18] 钱南扬. 永乐大典戏文三种校注[M]. 北京:中华书局,1979.
- [19] 刘念兹. 南戏新证[M]. 北京:中华书局,1986.
- [20] 梅兰芳. 舞台生活四十年[M]. 北京:中国戏剧出版社,1986.
- [21] 梅兰芳研究学会,梅兰芳纪念馆. 梅兰芳艺术评论集[C]. 北京:中国戏剧出版社,1990.
- [22] 段玉明. 中国市井文化与传统曲艺[M]. 吉林:吉林教育出版社,1992.
- [23] 蔡丰明. 江南民间社戏[M]. 上海:百家出版社,1995.
- [24] 周育德. 中国戏曲文化[M]. 北京:中国友谊出版公司,1995.
- [25] 吴 晟. 瓦舍文化与宋元戏剧[M]. 北京:中国社会科学出版社,2001.
- [26] 冯俊杰. 山西戏曲碑刻辑考[M]. 北京:中华书局,2002.
- [27] 孙楷第. 中国短篇白话小说的发展,俗讲、说话与白话小说[M]. 北京:作家出版社,1956.
- [28] 鲁迅全集[M]. 北京:人民文学出版社,1973.
- [29] 马丁·艾思林. 戏剧剖析[M]. 罗婉华译. 北京:中国戏剧出版社,1981.
- [30] [美]艾·威尔逊. 论观众[M]. 李醒译. 北京:文化艺术出版社,1986.
- [31] 焦尚志. 中国现代戏剧美学思想发展史[M]. 上海:东方出版社,1995.
- [32] 孙文辉. 戏剧哲学——人类的群体艺术[M]. 长沙:湖南大学出版社,1998.
- [33] 石 磊. 20世纪戏曲改革启示录[M]. 北京:中国戏剧出版社,1999.
- [34] 吴 梅. 中国戏曲概论[M]. 顾曲麈注. 上海:上海古籍出版社,2000.
- [35] 李维琨. 中外戏剧[M]. 上海:上海人民美术出版社,2001.
- [36] 陈 多. 戏曲美学[M]. 成都:四川人民出版社,2001.
- [37] [法]丹纳. 艺术哲学[M]. 北京:人民文学出版社,1963.

- [38] 高等艺术院校编著组. 艺术概论[M]. 北京:文化艺术出版社,1983.
- [39] 孙美兰主编. 艺术概论[M]. 北京:高等教育出版社,1989.
- [40] 彭吉象主编. 中国艺术学[M]. 北京:高等教育出版社,1997.
- [41] 杨辛,甘霖. 美学原理新编[M]. 北京:北京大学出版社,1996.
- [42] 金元浦. 接受反应文论[M]. 济南:山东教育出版社,1998.
- [43] 陈进波,惠尚学等. 文艺心理学通论[M]. 苏州:苏州大学出版社,1999.
- [44] 徐复观. 中国艺术精神[M]. 上海:华东师范大学出版社,2001.
- [45] 李泽厚. 美的历程[M]. 南宁:广西师范大学出版社,2002.
- [46] [春秋]左丘明. 国语[M]. 上海:上海古籍出版社,1978.
- [47] [汉]班固. 汉书[M]. 北京:中华书局,1962.
- [48] [汉]许慎. 说文解字[M]. 北京:中华书局影印,1963.
- [49] [汉]桓宽. 盐铁论简注[M]. 马非百注释. 北京:中华书局,1984.
- [50] [汉]王逸. 梦辞章句[M]. 台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986.
- [51] [汉]刘歆. 西京杂记[M]. 台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986.
- [52] [汉]司马迁. 史记[M]. 长沙:岳麓书社,1988.
- [53] [唐]魏征. 隋书[M]. 北京:中华书局,1973.
- [54] [五代]刘昫. 旧唐书[M]. 北京:中华书局,1975.
- [55] [宋]孟元老撰. 东京梦华录[M]. 上海:上海古典文学出版社,1956.
- [56] [宋]钱易. 南部新书[M]. 北京:中华书局,1960.
- [57] [宋]李昉. 太平广记[M]. 北京:中华书局,1961.
- [58] [宋]范成大. 范石湖集[M]. 北京:中华书局,1962.
- [59] [宋]欧阳修,宋祁. 新唐书[M]. 上海:中华书局,1975.
- [60] [宋]灌园·耐得翁. 都城纪胜[M]. 北京:中国商业出版社,1982.
- [61] [宋]吴自牧. 梦粱录[M]. 北京:中国商业出版社,1982.
- [62] [宋]西湖老人. 西湖老人繁胜录[M]. 北京:中国商业出版社,1982.
- [63] [宋]周密. 武林旧事[M]. 北京:中国商业出版社,1982.
- [64] [宋]范成大. 吴郡志,宋元方志丛刊[M]. 北京:中华书局,1990.
- [65] [宋]王溥. 唐会要[M]. 北京:中华书局,1995.
- [66] [宋]陈起. 南宋群贤小集[M].
- [67] [元]钟嗣成. 录鬼簿,中国古典戏曲论著集成(二)[M]. 北京:中国戏剧出版社,1959.
- [68] [元]夏庭芝. 青楼集,中国古典戏曲论著集成(二)[M]. 北京:中国戏剧出版社,1959.
- [69] [元]脱脱. 宋史[M]. 北京:中华书局,1977.
- [70] [明]陶宗仪. 说郛三种·说郛续[M]. 上海:上海古籍出版社,1959.
- [71] [明]何良俊撰. 四友斋丛说[M]. 北京:中华书局,1959.
- [72] [明]徐渭. 南词叙录,中国古典戏曲论著集成(三)[M]. 北京:中国戏剧出版社,1959.
- [73] [明]魏良辅. 曲律,中国古典戏曲论著集成(五)[M]. 北京:中国戏剧出版社,1959.
- [74] [明]姚桐寿. 乐郊私语[M]. 台北:台湾商务印书馆影印文渊阁四库全书,1986.
- [75] [明]刘辰. 国初事迹,四库全书存目丛书[M]. 济南:齐鲁书社,1996.
- [76] [明]张岱. 陶庵梦忆[M]. 上海:上海古籍出版社,1982.

- [77] [明]陈龙正,几亭全集,四库禁毁丛刊[M].北京:北京出版社,1998.
- [78] [清]焦循.花部农谭,中国古典戏曲论著集成(八)[M].北京:中国戏剧出版社,1959.
- [79] [清]彭定求.全唐诗[M].北京:中华书局,1960.
- [80] [清]昭梿.啸亭杂录[M].北京:中华书局,1980.
- [81] [清]李斗.扬州画舫录[M].扬州:江苏广陵古籍刻印社,1984.
- [82] [清]沈起凤.谐铎[M].北京:人民文学出版社,1985.
- [83] [清]戴璐.藤阴杂记[M].上海:上海古籍出版社,1985.
- [84] [清]李渔.闲情偶寄[M].北京:燕山出版社,1998.
- [85] 杨伯峻.列子集释[M].北京:中华书局,1979.
- [86] [清]徐珂.清稗类钞[M].北京:中华书局,1984.
- [87] 周振甫.文心雕龙选译[M].北京:中华书局,1980.
- [88] 谢和耐.中国社会史[M].南京:江苏人民出版社,1996.
- [89] 陈绍棣.中国风俗通史(西周卷)[M].上海:上海文艺出版社,2003.
- [90] 周自强.中国经济通史·先秦经济卷[M].北京:经济日报出版社,1999.
- [91] 宁可.中国经济通史·隋唐经济卷[M].北京:经济日报出版社,1999.
- [92] 漆侠.中国经济通史·宋代经济卷[M].北京:经济日报出版社,1999.
- [93] 陈高华,史卫民.中国经济通史·元代经济卷[M].北京:经济日报出版社,1999.
- [94] 王毓铨,张显清,刘重日.中国经济通史·明代经济卷[M].北京:经济日报出版社,1999.
- [95] [日]日下公人.新文化产业论[M].范作申译.上海:东方出版社,1989.
- [96] [美]菲利普·科特勒.营销管理[M].梅汝和等译校.上海:上海人民出版社,1990.
- [97] [美]哈里德·孔茨/海因茨·韦里克.管理学[M].北京:经济科学出版社,1993.
- [98] 王政挺.世界文化市场经纪人制[M].北京:中国大百科全书出版社,1995.
- [99] 胡晓林.世界文化市场概览[M].北京:中国大百科全书出版社,1995.
- [100] 高鉴.世界艺术表演市场[M].北京:中国大百科全书出版社,1995.
- [101] 李景泰.市场学[M].天津:南开大学出版社,1996.
- [102] 何海波.戏剧管理[M].北京:文化艺术出版社,2000.
- [103] [加]弗朗索瓦·科尔伯特.文化产业营销与管理[M].高进福译.上海:上海人民出版社,2002.
- [104] [美]伊丽莎白·希尔,凯瑟琳·奥沙利文,特里·澳沙利文.艺术市场创新[M].杜霞,李澹译.北京:中国时代经济出版社,2002.
- [105] 刘玉珠,柳士法.文化市场学[M].上海:上海文艺出版社,2002.
- [106] 江蓝生,谢绳武主编.文化蓝皮书2001年—2002年:中国文化产业发 展报告[M].北京:社会科学文献出版社,2002.
- [107] 江蓝生,谢绳武主编.文化蓝皮书2003年:中国文化产业发 展报告[M].北京:社会科学文献出版社,2003.
- [108] 中国文化年鉴——2001[M].北京:新华出版社,2002.
- [109] 中国统计年鉴[M].北京:中国统计出版社,1986~2003.
- [110] 胡仲实.“题目正名”考[J].戏曲研究(第4辑),1981.
- [111] 徐子方.中国戏曲晚熟之非经济因素剖析[J].陕西师范大学学报,1987,(1).
- [112] 刘知渐.中国戏剧晚熟的根本原因[J].重庆师范学院学报,1993,(4).
- [113] 马积高.清代雅俗两种文化的对立、渗透和戏曲中花雅两部的盛衰[J].西北师范大学学报,

1994,(2).

- [114] 陈伯海. 宋明文学的雅俗分流及其文化意义[J]. 社会科学, 1995,(2).
- [115] 史念海. 古代音乐戏曲杂耍与古都文化[J]. 陕西师范大学学报, 1995年,(2).
- [116] 迟崇起. 论瓦舍勾栏的文化市场性质及其对文学发展史的深远影响[J]. 河北学刊, 1995,(4).
- [117] 廖 奔. 从梵剧到俗讲[J]. 文学遗产, 1995,(1).
- [118] 张成全. 李渔创作的商品化倾向[J]. 殷都学刊, 1996,(1).
- [119] 许金榜. 中国古代文学走向商品化的回顾与思考[J]. 东岳论丛, 1996,(3).
- [120] 赵山林. 中国戏曲观念的演变历程[J]. 艺术百家, 1996,(4).
- [121] 杨有山. 俗文学的一面旗帜——对关汉卿的再认识[J]. 信阳师范学院学报, 1996,(4).
- [122] 赵山林. 中国古典戏剧学的历史分期与理论框架[J]. 华东师范大学学报, 1996,(5).
- [123] 庄克华. 论宋元南戏的雅俗之变[J]. 文史哲, 1996,(5).
- [124] 蒋中崎. 明清南杂剧的发展轨迹[J]. 戏剧艺术, 1996,(4).
- [125] 郑传寅. 中国戏曲晚熟原因新探[J]. 文艺研究, 1997,(1).
- [126] 陆淑绮, 李重申. 敦煌古代戏曲文化史料综述[J]. 敦煌研究, 1997,(2).
- [127] 耿占军. 漫谈唐代的“戏”与戏剧[J]. 文史知识, 1997,(2).
- [128] 徐顺平. 南戏与俗文学[J]. 温州师范学院学报, 1997,(2).
- [129] 汪人元. 戏曲音乐的现代转换[J]. 艺术百家, 1997,(3).
- [130] 庞彦强. 从艺术消费现状看戏剧市场[J]. 大舞台, 1997,(6).
- [131] 湛增如. 关于元杂剧盛与衰的再思考[J]. 贵州师范大学学报, 1997,(3).
- [132] 洛 地. 元杂剧兴于南方说[J]. 艺术百家, 1998,(1).
- [133] 毛德富. 明中后期市民文学中的阶段变异与消费观念[J]. 文艺研究, 1998,(2).
- [134] 张银堂. 中国古代大戏剧研究——非凡的汉代百戏[J]. 内蒙古民族师范学院学报, 1998,(2).
- [135] 赵振祥. 论唐代商业经济对文学的影响[J]. 上海师范大学学报, 1998年,(2).
- [136] 宁俊仁. 谈教坊记中“戏”的涵义[J]. 社科纵横, 1998,(4).
- [137] 孙崇涛. 明人改本戏文通论[J]. 文学遗产, 1998,(5).
- [138] 李玉莲. 元明清小说戏剧传播方式研究[J]. 社会科学辑刊, 1998,(5).
- [139] 郭英德. 元明文学传播与文学接受[J]. 求是学刊, 1999,(2).
- [140] 康保成. “瓦舍”、“勾栏”新解[J]. 文学遗产, 1999,(5).
- [141] 刘晓明. 杂剧起源新论[J]. 中国社会科学, 2000,(3).
- [142] 吴 晟. 宋元戏曲融合勾栏技艺检视[J]. 南昌大学学报, 2000,(4).
- [143] 杨 栋. 元曲研究失落的两部珍贵域外文献[J]. 山东科技大学学报, 2000,(4).
- [144] 胡汉勋. 传统戏曲与老有所乐[J]. 老年人, 2001,(1).
- [145] 张世宏. 东坡教坊词与宋代宫廷演剧考论[J]. 广东社会科学, 2001,(2).
- [146] 陈怀利. 元杂剧的平民化倾向及其意义[J]. 贵州民族学院学报(哲社版), 2001,(3).
- [147] 李小荣. 敦煌杂剧小考[J]. 社会科学研究, 2001,(3).
- [148] 徐子方. “家乐”——明代戏曲特有的演出场所[J]. 戏剧, 2002,(2).
- [149] 徐子方. 艺术魅力, 真实生命之内充[J]. 文艺理论研究, 2003,(1).
- [150] 徐子方. 明初剧场及其演变[J]. 艺术百家, 2003,(2).
- [151] 傅 瑾. 文化守成[N]. 人民政协报, 1998-7-20(3).
- [152] 张朝霞. 生态平衡——当下戏曲生产的动力结构模式[N], 中国文化报, 2003-3-29(3).
- [153] 雍 人. 在市场中检验和打磨精品[N]. 文艺报, 2003-9-4(1).

在校期间的调研实践与发表的论文

(一)调研实践

1. 我曾于 2002 年先后两次跟随业师徐子方教授赴扬州、苏州对文化产业、文化市场进行考察。

2. 2003 年 3 月至 6 月,我曾在江苏省演艺集团演出总公司实习、调研。与剧团团长、部门经理进行了广泛的交流和探讨;“非典”期间,我还和大家一起对演出市场进行调查。我向老年大学的学员、中青年公务员、大中学校的教师学生、公司职员及高收入的海归人员等发放并回收调查问卷 400 余份,对票价的期望值、观众偏好等问题进行了统计分析,对调查结果做了总结。

3. 2001 年 11 月,我参加了第三届中国京剧节的理论研讨会。

4. 2003 年 11 月,我参加了在常州举行的全国元明清戏曲学术研讨会。

(二)发表的论文

1. 《生变之诀,虚虚实实,实实虚虚——评新编历史剧〈洛神赋〉虚实表现手法的得与失》,发表在《艺术百家》2002 年第 3 期上。

2. 《形的解放与神的解放——略论魏晋与晚明人的觉醒在艺术上的表现》,发表在《金陵职业大学学报》2002 年第 2 期上。

3. 《从空间感知理论谈中国传统戏曲舞台空间》,发表在《南京工业大学学报》(社会科学版)2003 年第 4 期上。

以上论文均可在《中国期刊网》上检索到。