

东北地区发展京剧的运作模式探索

丛 林

(齐齐哈尔艺术团,黑龙江 齐齐哈尔 161005)

[中图分类号]J82 [文献标识码]A [文章编号]1009-2234(2010)02-0154-01

存在着比较明显的问题,例如,声乐事实上是一种“进化了的”、“更具专业性的”语言,那么,用一个事物的组成部分或低级结构来论证该事物本身,这往往会在论证的力度上产生疑问。不过,值得人们庆幸的是,声乐的语言特性本身具有高度的特殊性,这使得人们无须过多地怀疑声乐艺术与语言之间的关联性是必然存在的。

三、辩证唯物主义的进路

辩证唯物主义进路以哲学作为声乐艺术性论证的基点,并通过对声乐哲学的考察来寻找声乐的艺术性内涵,从而加强对声乐艺术性的哲理反思。辩证唯物主义论证思路是当前用以进行声乐研究的哲学观中最为突出的一种理论进路。

辩证唯物主义在声乐理论中的运用首先来自于将辩证法用于指导艺术实践的过程中。声乐艺术是人类的一种文化实践活动,既然世界的规律是辩证的,人类当然要用辩证理性去看待和指引自己的实践。当人们努力探寻声乐活动中的辩证规律的时候,人们立即会发现,声乐活动之所以与辩证规律产生了密切的关联,正是由于声乐的艺术性对辩证法产生了一种自然作用方式的反应。在声乐艺术中,无论是借助“通过现象看本质”的辩证哲学观来分析声乐表象,尤其是被声乐的娱乐性所掩盖的艺术性内涵,还是将“对立统一”的辩证哲学观来阐释声乐民族性之中所体现出的艺术共性,并用之解释声乐艺术性的内在统一性,或者用内因与外因关系的哲学原理来梳理声乐中的艺术性动因,从而为增加声乐的艺术魅力提供有价值的参考。

辩证唯物主义在声乐理论中的运用比较广泛的一个领域,是关于声乐与情感之间的关系命题。通常认为,声是情的表达,情是声的灵魂,因此,声与情在一定程度上是一种物质与意识的关系问题。有学者认为,声的四大要素即呼吸、声带、共鸣和语言,是表达情感的物质基础,而情感正是在这样的物质基础之上才能发挥真正的作用,因此,二者是辩证统一的关系。

四、符号学的进路

符号学进路是以符号学为基本方法对声乐艺术性进行论证的一种研究。许多学者认为,声乐的典型特征中有许多与符号有着密切的相关,这不仅表现在声乐的表达形式借助于符号获得实现这一点上,更是因为声乐的诸多层面都具有着非常典型的符号意义。

首先,声乐以声音为材料来表达人的内心情感的方式,是一种以特定的艺术方式来缩短人的内在世界与客观世界距离的符号。其次,声乐象征了人类发展历程中一种以社会性为基本要求的发展共性,这种共性归根结底是一种人类社会的共同契约。“根据普遍符号性的观点,艺术作品中所有的一切——既包括审美符号本身,也包括艺术语言,以及用来使符号具体化的任何手段和方法——都具有约定俗成的性质。”

在声乐实践中,当然也需要借助于符号学的符号意义,来传达声乐对人类特有的某种情感。当然,要真切地传达出这种情感,也需要对声乐所传达出的这种情感作原则性的论证和推导,以使声乐艺术性的论证过程更能获得圆满和自洽的研究。

(基金项目:本文系浙江省哲社规划课题“民族声乐的社会影响力研究——以浙江省为例”。课题编号09CGWH012YBM)

京剧作为国粹,在几百年的发展过程中,融入了中华文化太多的精华,成为中华民族历史、文化、道德、伦理等方面的教科书,是名副其实的戏剧典范。目前,在东北地区,地方戏二人转颇受欢迎,而京(剧)、评(剧)、话(剧)、马(戏)却显得逊色了。这不能证明京剧在某些地方没有生命力,而恰恰说明京剧在东北还没有很好地找准自己的发展位置。东北有的城市京剧团一年没有几场演出,演员只有政府补贴几百元的生活费,致使很多业内人士对京剧在东北地区的发展信心不足,京剧团也渐渐被人们遗忘。笔者认为,京剧在东北的发展潜力很大,优势也不小,关键是要认清自身的优势,从当地文化状况的实际出发。也要学习地方戏的运作模式,扬长避短,适应社会主义市场经济的发展。

第一,正确认识京剧在东北地区发展的空间。东北人喜欢地方戏二人转,这是天经地义的事。多年来,东北气候寒冷,人烟稀少,居住分散,非常适应在村、屯表演道具简单的二人转,并且二人转的内容又多是表现东北人生产和生活的,可谓让人喜闻乐见。京剧在东北大面积推广还是在“文化大革命”中样板戏的普及。50岁以上的人,《红灯记》、《沙家浜》、《智取威虎山》、《龙江颂》、《海港》等都能唱两嗓子。就是年轻人,对京剧的高雅、华贵也有一定的认识,这是京剧在东北地区发展的群众基础。京剧独特的表演艺术对现代东北人也有一定的艺术魅力,毕竟现在的东北人文化素质、艺术欣赏能力有了大幅度提高。此外,京剧作为一个剧种在东北也有其特定人群,喜欢听、看、唱京剧的大有人在。所以,笔者认为,京剧在东北是有广阔的发展空间的。至于有些城市京剧团生存尴尬的现状,既有社会的原因也有自身的原因,概括起来说就是没有跟上时代发展及时实现向市场经济转轨,没有构建新时期科学合理的运作模式,没有摆脱以老大自居的观念束缚,没有放下传统的固有的国剧架子。当然,这一切都是可以改变的。

第二,摆正京剧与东北地方戏的关系。京剧姓“京”,是国粹,早已形成共识,但东北地方戏复姓“关东”,更有地域优势。双方不应相互嫉妒、排斥,而应合作、协作、共同运作。作为京剧团要潜心研究“刘老根大舞台”的动作模式,研究二人转剧团在计划经济向市场经济转轨的过程中是如何调整自身、适应环境、迅速发展的。也就是说老大哥要向小兄弟学习。作为东北地方戏要巩固、要发展,就必须提高层次,把“下里巴人”与“阳春白雪”结合起来。在东北地区的县、乡里,尤其是村屯,演大型京剧或专场京剧,场地不允许,观众不可能太多,有社会效益不一定有经济效益。但要是深入基层,化整为零,利用二人转开辟的城乡演出市场,与之联合演出,甚至配合演出,就可能收到雅俗共赏的效果,就可能满足不同欣赏群体的不同艺术渴求。不难推断,离开京剧二人转照样能发展,但有了京剧能更好地发展。而京剧在乡村不能独善其身,与地方戏相结合可以实现双赢,促进共同

发展。这里的关键是京剧团怎样摆正自身的位置、怎样理解优势互补、怎样自觉地主动地“求援”、怎样正确处理与地方戏演职人员的关系。

第三,靠自身努力,实行渐进的市场化运作。我国实行社会主义市场经济,带来了经济飞跃发展和社会巨大进步。作为京剧如何置身于文化产业,融入文化市场,在文化市场这个大舞台上,在东北辽阔的黑土地上做大做强是一道必须应考的试题。打铁先要自身硬。京剧在东北地区如何发展,首先要靠京剧团自身的努力。农民要丰收就得解决靠天吃饭的问题,京剧要在东北发展就得解决靠政府救济的问题。要在演员队伍建设、剧目选择等方面认真考虑东北地区的特点,适应黑土地的实际。其次,要走出去、走下去,克服坐在城市等“政府救济”的思想,把自己置身于市场经济大潮之中,京剧演员本身要有作为,发挥自己的特长为社会服务,社会才会回报你,你才有效益。再次,党委、政府文化主管部门要在调查研究的基础上,制定相应的政策,创造必要的条件,给予科学的指导。不能放任自流,把京剧搞变味了,把剧团搞散摊了。最后,文化主管部门要给京剧团更多的自主经营权,京剧团本身也要给演员“松绑”,支持剧团、演员依法创收。要按照“实践、认识、再实践、再认识”的认识规律,解放思想,大胆探索,放下架子,勇于创新,在科学发展观指导下,探索出一条适合京剧在东北地区发展的新路子。

京剧在东北的发展过程中,不仅要步入文化市场,而且要引入竞争机制;不仅要有分有合,而且要有与自己、与地方戏有分有合;不仅要保持京剧的风格,而且要增加黑土地的文化;不仅要市场化运作,而且要科学发展。总之,作为中华民族戏剧之王的京剧,只要找到适合它生长发育的土壤,就一定能在关东大地持久发展,为关东文化增加最光辉的亮点。

试论齐齐哈尔博物馆旅游资源的开发和利用

金润锦

(齐齐哈尔市博物馆,黑龙江 齐齐哈尔 161005)

[中图分类号]G26[文献标识码]A[文章编号]1009-2234(2010)02-0155-01

博物馆在城市旅游中扮演着多重角色,首先博物馆是城市旅游的一种形象标志代表着城市旅游的品味。博物馆能提高旅游的品味,市民会因为有了一所具有标志性的博物馆而感到自豪,例如北京故宫、西安秦始皇兵马俑、巴黎罗浮宫等等。由此可见,博物馆旅游在现代城市旅游中的地位逐渐重要起来,成为吸引游客的重要因素之一。

另外,博物馆也是一个地区文化旅游的展示平台,是一个地区或国家文明和社会发展程度的缩影。博物馆具备了鲜明的地域性和文化标识功能。在全球化的形势下,以及文化竞争越来越激烈的情况下,博物馆是保持民族文化独立性、多样性不可或缺的重要媒介。

再次,博物馆将成为市民日常休憩的重要场所,是一个提高城市居民生活品质的地方。然而目前我们齐齐哈尔博物馆在对方旅游资源的开发和利用上做的还远远不够,应

引起高度重视。

1. 重视博物馆人力资源的开发

博物馆所呈现的展示内容是否具有足够的吸引力常常取决于博物馆工作人员的意识、艺术鉴赏力、收藏品位等等,展示主题与设计反映出博物馆与观众之间的交流,所以要求博物馆工作人员本身必须具备专业的知识以及精通如何与观众沟通的艺术。如今的齐齐哈尔市博物馆专业人才培养处于一个人力资源相对缺乏的状态,因此,在发展城市博物馆旅游的同时要注意专门人员的培训与深造。

2. 在经营理念上实现转变

要突破传统的博物馆旅游开发模式,首先必须在观念上有所转变。要实现博物馆旅游的良性发展,首先要摆脱计划经济下“等、靠、拿”的被动局面,将市场有效配置的观念引进来,尝试按照市场原则整合博物馆的实物资源、人力资源、资本资源。

从资源配置的角度来理解博物馆旅游的开发建设,意义在于凸显长期以来被人们忽视的博物馆旅游资源相对稀缺的特点,既然是相对稀缺的资源,博物馆旅游资源就要在市场经济的条件下充分实现其现实和潜在的市场价值,需要采用资源配置手段对稀缺资源的使用进行控制,以发挥其最大的效用。

市场化是我们博物馆旅游开发的一个手段,而不是最终的目的,经营权的下放不是仅在层面上进行的,当地的政府需要明确自己所处的位置,建立完善的规章制度,明确权利与义务,这样才能真正实现突破。

3. 在管理方式上寻求创新

通过资料文献的分析,可以看出国外绝大多数的博物馆非常注重人性化的服务,充分尊重游客的习惯和权利,尽量让游客在游览过程中感到舒适、自然。例如,荷兰就打破了那种“请勿手摸”、“严禁拍照”之类的老规矩,而向旅游者响亮的提出这样的口号:“博物馆是人们求职消遣的场所,不是招人顶礼膜拜的神圣殿堂!”伦敦、巴黎的蜡像馆则引进了声像设备,能让古人重新“复活”;芬兰有座“三温暖”博物馆,游客可以亲身体验,洗个20多分钟的澡,不必另外购票。对于我们的博物馆完全可以借鉴国外的优秀管理经验,从博物馆的陈列到活动开展,不断创新,寻求适合我们自身的管理方式。

4. 在旅游项目合作上实现突破

博物馆的经营者应该积极、主动的与旅游部门联姻,联手开发旅游产品,做到优势互补、共同受益。博物馆和旅游业这两个行业有很多结合的途径,相互之间的信息交流是实现合作的基础。旅游部门可以将旅游者的需求信息传递给博物馆,博物馆可以根据所得信息发挥自己的资源优势,结合市场需求来调整自己的发展方向。

同时,博物馆也可以把自己将要展示的内容、特色展览等信息及时的传递给旅游业,利用旅游业的经营者为博物馆开拓具有本馆特色的旅游产品和旅游市场。在这个过程中,我们可以尝试博物馆以行业协会的会员身份加入旅游行业协会,或者建立两者之间的协调机构,通过这种组织进行长期有效的合作。

5. 注重本地客源市场,深化博物馆旅游产品内涵

本地观众是形成博物馆回头客的主要市场,可以分为学生、家庭和个人爱好者。对于学生而言,可以学到课本之外的知识,也可以引导学生对自然、历史、科技奥秘探索的好奇心。而以家庭为单位的观众,主要动机还是家长希望孩子能够多学到东西,另一个动机是社会互动,希望在休闲时能与家人相处。齐齐哈尔有着广泛的群众基础,相信通过适