

首页 &gt;&gt; 新闻传播学 &gt;&gt; 学术资讯

## 新媒体为戏曲搭好传承舞台

2019年08月08日 09:40 来源: 光明日报 作者: 韩业庭

字号

打印 推荐

80后陈霏然来自“黄梅之乡”安徽安庆，严凤英等黄梅戏大师皆出自那里。和前辈们一生专注于传统戏曲舞台不同，陈霏然除了在剧场演出，还把“舞台”搬到了网上，在多个直播平台做起了网络直播，利用新媒体传播戏曲文化。

近几年，越来越多像陈霏然一样的戏曲人从线下来到线上——越剧徐派传人黄燕舞、广东西秦戏剧团团长吕维平、河北梆子梅花奖得主吴桂云等戏曲名家纷纷进入网络秀场并圈粉无数。

戏曲名家变身网络主播，趣谈梨园台前幕后，弹幕刷屏随时饱览鲜活观戏体验；素妆才罢，声韵袅袅，当红花旦亲自演示拍彩、勒头的秘密……古老的中国戏曲，如今正兴起拥抱互联网的新热潮。

不久前，由中央网信办移动网络管理局指导，文化和旅游部艺术司支持，光明网主办、思享无限（北京）科技有限公司协办的“为人民抒情 追梦新舞台——2019戏曲传承与全媒体传播座谈会”在北京召开。行业主管部门负责人、戏曲界知名演员、编剧、评论员，高校学者，直播平台代表等嘉宾，共同就如何结合全媒体传播手段传承和弘扬中华传统戏曲文化展开对话。

传统戏曲人要绷起传播这根“弦”

“20世纪80年代，每次我们演出前，就在报纸上登个‘豆腐块’大小的文章，告诉观众什么时间在什么地方有什么戏要演。”这是北方昆曲剧院副院长曹颖印象中的戏曲传播。

进入新世纪后，媒体环境发生很大改变，但传统戏曲人似乎对传播的认识仍然止步不前。

2011年4月，北方昆曲剧院出品的昆曲《红楼梦》在国家大剧院首演。中央电视台戏曲频道曾主动提出，可为演出进行现场直播。“我们在院务会上讨论半天，最后还是婉拒了。我们当时想，要是进行直播了，谁还到剧院看我们的戏啊。”座谈会上，谈起这段往事，曹颖有些遗憾，“错过了一次利用大众传媒宣传推广昆曲的机会”。

天津市青年京剧团副团长李铭也有类似的感受。“我们的一些老艺术家，在思想观念上还不够开放，总觉得自己吃苦受罪学到的‘绝活’不能轻易地露出去。”李铭说，“其实，包括我们院团领导在内，过去的关注点也多放在创作上，对传播的投入非常不够。”

李铭表示，前段时间宣传部门希望他们在“学习强国”平台上推送一些戏曲的素材，如演出片段、排练花絮，“演出片段是有的，可排练花絮却很难搜集，因为我们平时排练时，压根儿就没想过留素材，也没想过宣传报道会需要这些东西”。

事实表明，在全媒体时代，于戏曲传承而言，传播不是可有可无而是不可或缺，媒体的传播不仅不会对剧场观众造成分流，反而还会给剧场引流。比如，2016年的一次演出中，知名昆曲演员魏春荣和王振义，采用了粉丝众筹的方式，通过社群、社交媒体、众筹网站等互联网的方式推进，上线7天便成功筹得10万元，完成了对昆曲“粉丝”的精准传播。

新媒体让戏曲娱乐性更强

在戏曲辉煌的年代，看戏是人们最主要的娱乐方式，在给民众持续带来欢乐的过程中，戏曲也实现了自身的大众化。参加座谈会的中国艺术研究院京剧研究中心主任秦华生认为，近几十年来，戏曲之所以逐渐萎缩，虽然跟文化娱乐方式的多样化有关，但就戏曲自身而言，娱乐性减弱，跟观众的互动也越来越少，导致了戏曲越来越曲高和寡，脱离民众。“观众花钱买票进戏园子，首先是找乐子的，而不是花钱去接受说教的。”

新媒体为丰富戏曲的娱乐性，提供了手段和路径。比如，越来越多戏曲人开始在网上直播，用全新的方式表演传统戏曲。像酷狗直播平台的主播庄妃，本是粤剧演员出身，擅长粤剧、京剧、川剧等传统艺术，拥有超过20年的舞台表演经验。入驻酷狗直播后，庄妃将网络直播特效与戏曲结合在一起改编莲花手舞，并在戏曲表演中穿插粤语说唱，让传统戏曲以全新的形式呈现，受到年轻观众的欢迎和追捧。

戏曲也开始跨界进入网游、手游，把戏曲的娱乐性往前推进了一大步。比如，武侠手游《楚留香》携手浙江昆剧团，将昆曲戏服“穿”到了游戏中人物的身上：成年女性款式色调温婉柔美，发饰点翠精美动人，上身后应了那句“如花美眷”；成年男性款式色调清雅宜人，剪裁潇洒飘逸，体现出“谦谦君子，温润如玉”的气质；而少男少女款，则运用了武生武旦的服饰元素，勾勒出英气灵动的烂漫孩童形象。除了服装，昆曲风格的宅邸家具等也被植入游戏中，很多从未接触过昆曲的青少年，却通过游戏认识了“木兰花·桌”“木兰花·椅”与木质雕花屏风“锁南枝·杂”。

又如网络游戏《天涯明月刀》，特地为玩家开发了一个与京剧相关的版本“曲云芳华”，让玩家化身戏曲演员，穿上虚拟服装登台演唱。还有戏曲漫画《说段京剧你听吗》《舌尖上的戏曲》等，创造了包含戏曲元素各类皮肤、表情包，集知识性与趣味性于一体，受到青少年的热烈追捧。

#### 警惕碎片化、肤浅化、过度商业化

硬币有两面，事物也有双面性。新媒体在为传统戏曲带来关注的同时，也产生了新的问题。

目前快手上的短视频一般1到4分钟，而抖音上的短视频一般10几秒钟。中国戏曲学院戏文系主任谢柏梁指出，利用这些短视频，戏曲中的一个片段、一个跟头、一个表情，都能在网上获得广泛的传播，但相较于动辄一两个小时甚至几个小时的一部戏而言，短视频呈现的内容只不过是皮毛，观众很难通过几个片段获得对一部戏的完整认知。“在这种碎片化的传播时代，如何让观众深入全面地了解我们的戏曲文化，如何实现戏曲的系统化传承是需要思考的新问题。”

在谢柏梁看来，过度商业化是另一个需要注意的问题。目前，传统戏曲借助新媒体，获得了不错的传播效果，但不管是戏曲类App，还是戏曲类公众号，或者是与网络游戏的结合，相关的传播活动，都需要人力、物力投入，只有获得相应的商业回报，相关的传播才能持续下去。实践中，不少传播活动已经开始获得商业回报，但当商业回报越来越大，“如何平衡商业利益与戏曲传播的文化性、公益性之间的关系是一个很难拿捏的问题，无论如何都不能过度商业化”。

此外，谢柏梁指出，在全媒体时代，戏曲传播要做好对外翻译工作。“目前的戏曲翻译基本是粗放式的，只是翻译出来，人家是不是听得懂，完全不知道。”谢柏梁建议戏曲在对外传播中，应向武侠小说学习，把戏曲中蕴含的中国传统文化用通俗的形式表达出来，“当然要做到这一点，还有很长的路要走”。

（光明日报记者 韩业庭）

## 作者简介

姓名：韩业庭 工作单位：

分享到：

转载请注明来源：[中国社会科学网](#)（责编：张赛）

## 相关文章