



位置: 首页 >> 《舞台演出“豪华版”质疑》

专题报道

学术前沿

行业资讯

相关文章

- 舞美当家：艺术新趋势
- 敬畏舞台
- 戏曲视觉审美的再发展
- 构建地方戏曲发展平台...
- 中国现代舞台美术的民...
- 《骆驼祥子》灯光设计...
- 关于对舞台灯光设计中...
- 潮剧舞台美术概述
- 湘剧的舞台美术
- 舞台灯光与舞台布景的...
- 绿叶扶红花
- 亮度小议
- 临摹与想象是化妆造型...
- 光的旋律
- 能者无疆
- 填补学术空白重构戏曲...
- 传统神韵与现代审美的...
- 创新求索追求卓越
- 舞台上的风景线
- 一目了然和视而不见
- 奥林匹克新视界
- 翱翔舞台上的蓝天
- 粤剧舞美的走向
- 中国现代舞台美术的民...
- 浅谈灯光色彩在滑稽戏...
- 关于对舞台灯光设计中...
- 舞台是自由的
- 童心，还是童心
- 构建地方戏曲发展平台...
- 传统神韵与现代审美的...

舞台演出“豪华版”质疑

来源: 中国舞台美术学会 日期: 2007-11-26 14:34:23

我有点杞人忧天，看到近几年有不少的的戏剧舞台上，演出的派头越来越大，演出的包装越来越豪华。好象也要与一度风行的阔气的电视晚会较较劲，比比高低；好象手头有的是钱，在台上花就是了；好象唯此就能显示艺术品位，才能“振兴”舞台艺术；也好象这是或孕育、或走向戏剧演出市场的捷径。在我的脑子里，对这个舞台现象，烙上了越来越多的问号。

例如，两年之前，我看过“’99新版越剧《红楼梦》”，就是一台典型的大制作的舞台，头一期就投进了三百多万元。演出的布景等需要用八个集装箱装运。在京的演出场所，非为“保利剧场”莫属（其实也没有能够全部装置上）。又例如，同期需要用三个夜晚演出的连台本的昆剧《牡丹亭》，它的舞台投入也同样与前者新版《红楼梦》难分仲伯。

那么近两年，我又在首都舞台上看到十分类似的舞台现象，亦步亦趋地跟进。如京剧《刘罗锅》（头两本）的舞台，将宫廷的建筑满满当地搭在并不大的舞台上，去衍释朝廷“轶事”。又例如近期演出的、已被评家定位于“必将成为中国献给世界的第一个轰动”的“交响乐昆曲歌舞剧”《贵妃东渡》，其外表“豪华逼真”的场面，整体性投入至少也得扔进二、三百万，否则是出不了台的。

我对上述这一类舞台的大制作，不抱任何的偏见。然而，作为舞台艺术的创造，绝不能囫囵吞枣，一概照搬或一概排斥，更不能形成一种导向、定势或模式。无论是《红楼梦》的演出，还是《贵妃东渡》的舞台，出现这类热衷于舞台豪华版的制作，贵族化操作倾向，甚至还有继续在竞相效仿的，我遗憾地认为，能闻得到一股矫情的媚俗的气味，既不完全符合艺术的创作规律，也有违于当今文化生存的现实的“国情”。

检别此类舞台的得失，其实也很简单，一是是否符合艺术的规律；二是是否适应市场的需求。

艺术是有规律可循的。人们经过长期的艺术实践和历史的筛选，已有了相对的、约定成俗的认知和自律，即有了艺术创作的基本法则。新版《红楼梦》舞台上“照相式”的再现，再“造”了有十一个场景之多的大观园和贾府的湖光山色、楼榭亭阁，它的门楼棂窗的高宽、假山石阶的大小，几乎与生活环境中一模一样。《刘罗锅》舞台上的三组庞大的组合亭阁几乎占领了整个表演空间，富丽堂皇的背景也将观众引向幻觉。它们的舞台，都想显示自己的气派：贵族门庭、园林和皇家宫廷的气派。虽然，有一定的、独立于戏外的观赏性，也可以从一个侧面展现了导演、设计等舞台艺术家的聪明才智，和掌握着较为娴熟的技术体现的工艺，但是，在艺术创造上究竟有多大的必要性？有多大的建树？我是抱怀疑态度的。

新版《红楼梦》舞台上外在恢宏、壮阔的场面和景观，我觉得得适其反，反而冲淡、削弱了对戏剧思想的思考和对人物命运的关注。如黛玉“葬花”、“焚稿”等场面，已被运用真实、近乎自然的舞台技术手段所替代：满台桃花瓣纷纷落来、焚炉青烟袅袅升起的演示，却干扰了诗化的意象和感人肺腑的悲剧意境的审美享受。众所共知，《红楼梦》有着丰厚历史的文化的底蕴，在已往舞台及影视上已有过较为成功

的创造。要有所超越，有所出新，不能如此依靠直观的样式。《刘罗锅》亦如此，舞台上搭起的能转、能推、能组合的、铺张且又庞大的亭阁，顿使舞台空间拥挤起来。它营造的空间不是戏剧的空间关系，也是相悖于京剧艺术程式、虚拟、意写的美学原则的，从而产生了观赏上的别扭和障碍。梅兰芳先生曾说过，戏曲舞台的布景是在演员身上。我认为这是对传统形式美学的精辟概括和提炼。但这个台上，却又走向了原始的极端，力图让“身上的布景”全都成为“身外之物”，是得不偿失的，没有多大的创造因素。我觉得这种形式大于内容，出力未必讨好的类似自然主义的手法，至少在上述的舞台上是没有必要的。聪明的艺术家撷取和运用舞台假定性的语言，反而能达到艺术的真实，艺术的力量。

艺术是有“游戏规则”的，艺术也是需要创新的。但法则不能随意更改，创新也不能是不着边际。如果人为地去涂抹，随意地去破坏，那么任何艺术的特性就将丧失殆尽。舞台艺术的特性是在高度制约中产生其自己的魅力。常说的某剧种得“姓”某剧种的话题，就是针对人为更改艺术法则而言的。舞台与观众的观演“契约”一旦被非艺术因素所替代，赖以沟通的审美渠道也必将被堵塞。因此，凡事都有一个“度”的问题，舞台大制作把握不到位，同样会事倍功半，难以走向完美，适应时代和观赏的口味。除了是否符合艺术基本准则外，这类倾斜豪华版的制作方式，我认为还可能带来其他一些思考的话题和负面的影响。

一是与演出团体的关系，这个艺术行为会助长舞台及演出团体的进一步的“两极分化”，过分地拉开“贫富”差距。我想艺术创造或生产，是不是让一部分舞台或剧目先“富”起来？！眼下，多数的演出团体手头并不宽余，包括搞大制作团体的自身，我揣摩富得流油的也不多。在我看来，大制作的舞台，好像是现实社会中“暴发户”的形象。然而，艺术创造中是不应产生“暴发户”效应。人为地去造成演出团体（剧目）生存空间的两极化趋向，并不有利于整体的艺术多元化和长久的百花争妍的局面、也不会推进演出机制的健全、体制的改革。三十多年前出现过的荒诞不经的舞台现象，记忆犹新，难道不值得引以为鉴？！

二是不能回避的是普及与提高的关系。《讲话》中已有过著名的论断，我想还能适用的。豪华版其中一个初衷，我想是为了提高，为了“振兴”，为了提供一个标杆，是无可非议的。但戏剧是大众化的艺术，普及无疑是首位的。近年，好多剧种包括京剧，提出要“振兴”的口号，就意味着艺术生存的危机。要“振兴”和改善艺术生存环境，应该倾斜普及的一边。说得直白一点，就是要拉住自己舞台的基层观众，尤其是要培养青年的观众。豪华版舞台，为提高而提高，似乎是走向“象牙塔”之嫌，很难与普通百姓对话。试设想，如此与贵妃一样糜华的《贵妃东渡》舞台，能有多少场次演出？能为多少普通观众享受？所以，从总体上而言很难能调整这个关系，演出团体自身也会遇到“节好过，年难过”的尴尬境况。

三是对精品的定位。戏剧精品的定位也是多元性的，但有一点可以肯定：豪华型舞台并不等同于就是舞台的精品，舞台的大制作也不等同于就是创造的大手笔。在舞台艺术创造上，“投入”、“产出”与“回报”未必成正比，未必集中了优势“兵力”就一定打大胜利。新版《红楼梦》据说有了“回报”，即使如此，也只是一个个例。由于它有“母本”的历史积淀和文化影响，这个依托是其他文本无法比拟的。因此，不光是上述提到的这些剧目，纵观近年大制作舞台的实践，能成为“精品”而又能保留下来的、经常能与观众见面的作品，是屈指可数的。如近两届获戏剧“文华奖”剧目中，一是获奖比例少；二是即便有得奖，也不是因搞了豪华版而得的。从某种视角来说，借豪华之法来掩饰文本的虚弱，常说的戏不够，让舞让景来凑是也。我认为还精品的“精”面目，不要盲目地被舞台炫眼、虚幻的豪华版光圈所误导。平平实实、朴朴素素才是真，才能有亲近的永久的魅力。连台本《牡丹亭》舞台上大量地运用电脑灯所产生的五光十色的投影和特技效果，即使让舞台驰骋在天上、人间、阴曹地府及其人界、鬼域、神殿，也只能炫耀一下而已，而并不是近四百年前写该剧的汤显祖老先生的真正初衷。如果少一点形式上的渲染，有可能给观众增添艺术想象的空间；如果采用省俭的舞台处理，同样也能达到甚至能超越现有的艺术效应。

写到这里，焦点可以集中到舞台演出另一个支柱了：与戏剧文化市场的关系。大资金的投入，贵族化

的包装，能不能将舞台演出顺利、健康地走向当今市场化的道路？能不能被演出市场所接纳、运作、消化，步入良性的阶段？能不能为演出团体拓展更广阔的生存空间，繁荣舞台艺术？我作的回答是否定的。

我想坦率地说，目前的戏剧市场还不甚成熟，由于长期的计划体制的运作，自立的意识和本领还十分脆弱，很需要补“钙”，从完善艺术体制着手，培育、渐进，酿造整体的、综合的市场氛围。从多年进京的较大规模的演出来看，回到当地后能融入市场、靠市场生存的甚少。北京舞台上的这几出戏，难道能说是从市场机制找到切入口的？我看到的舞台，仍是“计划”的烙印，掺揉着很多非市场行为。

演出团体对豪华型的大投入，是不是有创造的激情，有艺术的自觉性？故且可以不论。但是不是具备这种或那种的软硬条件，就不能不考虑了。除了财力，更需要人力（主创人员）、物力（设备等）。于是便出现这样的情景：为了打造舞台的“航空母舰”，主创班子是外请的，演出场地不是挪不了窝，就是得外借，甚至要到省城才能容身。最近看到的一出评戏就是那样，要那个地方演出的话，非得“劳命伤财”不可。这个现象，在豪华版的舞台上几近普遍性了。这样的制约，要进入市场化运作，谈何容易！？

舞台面对的是观众，说他们是“上帝”也好，说他们能“载舟”抑或“覆舟”也罢，这是直面的现实。观众对豪华型舞台的认同和承受能力，是不能不正视的。拿承受能力来说，究竟有多大？从眼下来看，这类演出票位普遍较高，一般观众不敢问津的。他们的舞台观赏消费还停留在“初级阶段”，要达到真正的市场回报还要走一段艰辛的路。《红楼梦》千元的一张票，绝大多数的观众只能是望“票”兴叹了。舞台的“航空母舰”在目前消费的小港湾里，很难浮动，很难调头，很难显其威武，是不言而喻的。

这里，我虽不苟同上述舞台庞大的兵团式的操作，但并不否定我们舞台艺术家们创造的功力。拿舞台美术家而言，他们出色驾驭和开掘舞台形象的才华，是不能一概否定的。同时，众多的设计家，包括设计这类舞台的艺术家，也有自己清醒的艺术认识：即便是投入大制作、豪华型的舞台，也得做到量体裁衣，量力而行，才是在进行艺术创造。两年前，中国舞台美术学会在南京召开的年会上，各地的同行已普遍关注了这一个现象。只是由于舞台有综合性的因素，更有非艺术因素的干扰，有时也使参与大制作的舞美家陷入创造的困惑和无奈。

大众化的戏剧，面向的不是书斋，更不应被贵族化的外衣所裹挟。捧出既要叫座又叫好，经得起观众和市场的检验的作品，不仅仅是艺术家们的责任和终极的目标，也有相关人员的责任。唯有大众化的创作和演出，才能塑造出真正的戏剧主体，开辟舞台的主战场。它的生存空间会更开阔，它的市场机制会健康形成，培育起文化市场的活力，从而也能创造出更新的舞台法则，促进戏剧自身的发展。

因此，面对舞台豪华版的一种趋向和现象，虽然尚不普遍或泛滥，但我“杞人忧天”的情结，并不是过滤。要防微杜渐，要有必要的认识和警惕。有的人会说，我有钱，或有人投钱，那也不能陷入运作的盲目性，仍需要把握艺术的基本规律和文化市场的脉络。动辄几百万投向舞台的举措，甭管资金来自何方，必须要慎之又慎。那种不管艺术上是否值得，不管演出团体自身的艺术承受能力，也不管是否适宜今天的文化市场，等等；只关注外在的样式、或只关注戏外的因素，而忽视艺术自身的形象和生命，这样的大制作应该缓行，这样的豪华型应该拒绝！

2001年3月12日初稿 · 架松居

作者：蔡体良

▶ [版权所有](#)

▶ [法律声明](#)

▶ [广告服务](#)

▶ [联系我们](#)