



# 短视频助力

# 戏曲焕发新生

本报记者 黄敬惟



图①②：越剧演员陈誉正在直播表演；图③：京剧演员任思媛扮上花脸，准备直播。

抖音供图



## 深观察

京剧、豫剧、越剧、黄梅戏、评剧、潮剧、扬剧……如今，新媒体平台正兴起一股戏曲风潮，越来越多的网民通过直播、短视频、线上互动，与传统的戏曲艺术重逢。在新媒体的助力下，戏曲开拓出一条新的传播之路。

### 专业演员入驻直播

晚上8时30分，头戴耳机的青年戏曲演员任思媛准时来到了自己的抖音直播间。她面容姣好，但扮演的却不是常见的青衣、花旦，而是女性戏曲演员中颇为少见的净行。一声声洪亮圆润如洪钟大吕的唱腔，引得直播间的观众在弹幕中纷纷喝彩。

任思媛主攻铜锤花脸，师从裘派传人李长春先生，是小有名气的青年演员。毕业于沈阳师范大学戏剧艺术学院的她，留校任教5年后攻读中国戏曲学院研究生学位，此后进入大连京剧院，曾经做过大连京剧院公众号的编辑，负责网络宣传、演出预告、演出回顾等内容推广。这段经历也培养了她对新媒体的敏感与兴趣。

一开始，任思媛先剪辑、上传自己的演出视频。2020年5月，在粉丝的建议下她正式开通直播。当时的想法很简单，仅仅是“唱戏给喜欢的人听”，因此只演唱自己的本工唱段。但随着与直播间观众互动的增加，她发现很多人会点其他行当的戏。为了满足观众的需求，也为了更好地宣传京剧，她决定将自己的直播分为两部分：一个小时演唱花脸唱段，一个小时根据观众意愿反串其他行当。她通过“一赶二”“一赶三”等方式，一人饰演多个行当、多个角色，一边演唱一边讲解，让观众不仅听得懂，还能听得懂。

任思媛总是想方设法传播京剧及其相关知识。她经常与其他主播“连麦”“PK”，吸引更多人对京剧产生兴趣、爱上京剧。每次开嗓，她都会把戏唱足，绝不找任何借口偷工减料。如今她的账号已拥有19万粉丝，每天的直播总观看人数都超过3万，最多能达到10万以上。

“我首先是一名京剧演员。”任思媛说，“舞台是我的根本，而直播是一种宣传手段，这两份工作都围绕着我热爱的京剧艺术。”在她看来，弘扬国粹、振兴京剧是一名专业演员义不容辞的责任。通过网上直播，既可以弘扬京剧艺术，又可以服务广大戏迷观众，同时还宣传了大连京剧院、让更多人走进线下剧场，对此她感到十分自豪。

### 缓解线下演出困难

随着社会发展和文化生活多元化，传统戏曲的发展面临着不少困难。新冠肺炎疫情的出现，也让一些剧团的线下演出受到冲击。

来自宁波的陈誉是一名越剧演员，曾在浙江省内的民营剧团工作。民营剧团的收入主要来自演出费，而疫情期间演出大大减少，不少民营剧团演员无奈转行、离开了戏曲舞台。陈誉在朋友的建议下开始直播。最开始她只有几十块钱的收入，但1个月后，直播的收入变得可观。现在，她的抖音粉丝数量已超过20万人。直播为她带来的收入，已远超她在剧团演出的收入。

陈誉并不是个例。同为越剧演员的余玉婵在网络直播中获得了收益，也收获了自信；河南民间剧团“麦田乡音”靠直播间的收入，养活了整个戏班，如今更是在网友支持下，由“家庭作坊”蜕变为囊括更多当地民间艺人的曲剧剧团；黄梅戏演员程程靠直播收入，给自己缴社保、学新戏、买更多的行头，既维持了生计又精进了业务……

有关数据显示，过去一年，抖音平台上，传统文化类主播收入同比增长101%，其中曲艺类主播收入同比增长232%，平均每天开播3719场。网络直播为相对小众、线下演出受限较大的戏曲和地方剧团，提供了更大的平台。北京大学教授张颐武指出：“如今，利用短视频、直播等新兴媒介进行知识普及、传播传统文化已成规模，且颇具潜力。正如线下演出需要购买门票，观众在网络上欣赏到精彩的演唱并予以付费，是对艺术的尊重。更重要的是，让戏曲演员增加收入，才能留住更多的人才并调动其积极性，让传统戏曲更好地传承下去。”

### 扩大戏迷受众群体

如今，“国潮”“国风”的流行，体现了年轻一代对传统文化的浓厚兴趣。与传统的线下剧场相比，新媒体平台的受众更为年轻化且用户黏性更高。

在任思媛的直播评论区，有不少年轻网友留言：“这姿态真美呀”“太有韵味了，要传承下去”“不得不说太棒了！让我这个不怎么喜欢京剧的人都爱听了”……在任思媛看来，作为老祖宗传下来的优秀传统文化，京剧的观众出现了断层，而新媒体平台恰好补足了这一短板。通过直播和短视频，观众手指一拨就能刷到京剧，进而由停留到欣赏、由欣赏到喜欢、由喜欢而走进剧场。“借助短视频、直播的形式，大家能更便捷地欣赏到京剧，京剧能走进更多人的生活，这是一件很有意义的事情。”任思媛坚信。

不久前，“苏韵流长”——2022江苏元宵京剧演唱会在线上直播，多位名家新秀纷纷上阵，带来一场欢乐喜庆、精彩纷呈的京剧盛宴。值得注意的是，这场演出吸引了众多年轻观众，其中不少是新入职江苏省京剧院的“00后”京剧演员边靖婷、杨渐的粉丝。

边靖婷、杨渐毕业于上海戏剧学院京剧表演专业，她们与几个同学组成的“416女团”，用京剧声腔翻唱古风歌曲，在抖音平台走红，感染和带动了大量同龄人，让听戏看戏成为年轻人文化生活的一部分。江苏省演艺集团总经理柯军说：“年轻人带起了一股传统戏曲热潮，传统戏曲也得到越来越多年轻人的喜爱。”柯军认为，这些传统戏曲的复兴迹象代表着一种趋势，促使大家在推动中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展上，进行更多的探索和实践。

## 探索文学与影视双向赋能

《人世间》座谈会侧记

胡志 张鹏禹

电视剧《人世间》播出以来好评不断，CSM全国网平均收视率创央视一套黄金档电视剧近8年新高，成为优秀文学作品改编成精品好剧的成功案例。近日，由中国作家协会主办的“从文学到影视——《人世间》座谈会”在京举行，《人世间》小说原著作者梁晓声，电视剧《人世间》导演兼总制片人李路、编剧王海鸰，《人世间》出品人、腾讯集团副总裁、阅文集团首席执行官程武以及多位文艺评论家，就文学作品的影视改编展开研讨。

电视剧《人世间》取得“叫好又叫座”的成绩，与小说原著密不可分。优秀现实题材文学母本对影视创作的滋养成为与会者关注的话题。李路认为，小说《人世间》对时代人物群像的描绘、鲜活的故事和浓郁的人间烟火味，为影视改编奠定了基础。《文艺报》总编辑梁鸿鹰高度评价小说原著的思想内涵，认为小说深刻的思想性、论辩性在电视剧中得到了忠实呈现，“原创力和思想艺术的独特性，必然来自于创作者同大时代的紧密联系，来自于生命体验和精益求精的创造”。北京师范大学教授王一川指出，《人世间》改编产生“破圈”效应，“体现了中国式心性智慧引领现实主义精神的原则，走出了一条中国式现实主义的艺术道路”。

路，在美学范式上，为同类题材电视剧提供了有益启迪”。

小说改编影视需要处理个性化表达与组织化创作的关系，是一个二度创作的过程。编剧王海鸰说，在尊重原著基础上，自己的改编遵循内心的艺术直觉，同时注重与观众心理对接，尽最大努力实现艺术和市场之间的平衡。中国传媒大学教授戴清称赞王海鸰的改编对原著的精神内核保持了忠实的承接与传达，是超越“忠实论”与“创造论”的适度改编。“《人世间》的改编综合了这两个原则的优良，是一部兼顾二者、分寸适度的改编力作。”沈阳师范大学特聘教授孟繁华也认为电视剧《人世间》是忠实于原著的再创造，保留了以周家作为核心结构的做法，诸多生活细节的呈现，也显示了编、导、演对中国文化深层意蕴的理解。

谈及文学作品的“IP”开发与文学作品影视化的方向，中国出版集团有限公司原副总裁潘凯雄认为，优质文本是有着巨大延伸开发潜力的“IP”，而“IP”的成功运营离不开复合型专业团队，这是未来的发展方向。“以电视剧《人世间》为例，它的出品方一共10家，大约是3类，既有国家级的平台和指导机构，又有高度专业化的投资机构、影视制作机构、运营机构，中国人民大学教授杨庆祥呼吁，原创文学和大众艺术生产必须要有生产、产品意识，重视大“IP”、大周边概念。程武认为，《人世间》堪称中国“时代IP”的一个代表，“让好故事生生不息，需要以文学为起点，以影视创造为顶点，然后再反哺文学，这是讲好中国故事、打造中国‘IP’模式的需要”。

中国作协主席、中国文联主席铁凝谈道：“《人世间》的热播，是文学与影视融汇而成的壮美风景，再一次有力证明了文学与影视的亲密关系。从文学到影视，这不仅是在描述一个过程，更标志着一个生机勃勃的创造与接受的广阔空间。”中国作协党组书记、副主席张宏森指出：“文学创作要想更好融入现代传播格局，就一定要更加充分、更加主动地同众多的艺术门类及文化形态交流互鉴、融合接轨。”他介绍，目前中国作协正在推出“新时代山乡巨变创作计划”和“新时代文学攀登计划”，旨在集中打造和推出一批高水准、有分量的文学力作，促进与影视的联通互动、与各个不同文化艺术领域间的双向互动。

## 咬清中国字 唱好中国歌

赵洋洋

中国民族声乐经过一个多世纪的发展逐渐成熟，涌现出许多深受观众喜爱的艺术家。面向未来，中国民族声乐如何发展得更好？笔者认为关键在于坚持民族特色、民族风格，咬清中国字，唱好中国歌，讲好中国故事。

民族声乐讲述的是发生在中国大地的中国故事，依靠的是一代代中国人的历史传承，服务的也是生于斯、长于斯的中国人民。绵延不绝的中华文明是民族声乐取之不尽、用之不竭的力量源泉，有了中华文明的滋养，民族声乐才更厚重、更有韵味、更可持续。

小提琴替代不了二胡，芭蕾舞替代不了民族舞，西服替代不了中山装，油画和国画各有千秋，不能比短长。中西方的文化差异、审美标准不能混为一谈。因此，民族声乐要用民族的眼光去评判，以具有中国特色的方式建立审美标准。西洋声乐可以借鉴或融合，但不能全盘吸收、照抄照搬。

语言与文字是从母语的血液里流淌出来的，民族声乐的唱法不能背离、背弃中国人的文化和原有的样子，必须植根于中国大地，紧跟时代发展，在当代中国的土壤上发展出自己的民族唱法。我们要借鉴西洋声乐的发声技术，而不是机械地学习他们的咬字方式。汉语有35个韵母，有“四声”“八调”“十三辙”等声韵格律，且需要归韵。西方语言的咬字状态咬不出中国语言的一些韵味。

民族唱法的属性，一半

属于“说”。唱好中国歌，首先要咬清中国字。过去一度有一种倾向，就是追求发声技巧而忽略咬字唱词。为了所谓的“科学”发声技术，放弃了咬中国字，听不清唱词，发出千篇一律“科学”的声音，导致千人一腔的局面，生产的只能是工艺品，永远不可能成为艺术品。因此，新时代民族声乐必须要有塑造灵魂的价值尺度作评判，切实立起“铸魂”而不是“炫技”的导向。

民族声乐是中国历史与文化自信相结合的产物。“以洋为尊”“以洋为美”“唯洋是从”，是没有前途的。若要让民族声乐具有更广泛的普及性，必须要有符合时代精神的民族声乐作品，符合民族声乐的现代形象。更重要的是，在结合时代发展的同时，坚持民族特色的唱法，发民族的声音，走民族的道路。这既是中国文化自信的体现，也是民族特色的时代强音。

文化只眼

## 吟出文化自信与盛世华章

胡智锋

诗词之美，不止彰显了“气自华”的雍容气度，更可以载梦、传情、咏志、聚力。作为中华优秀传统文化的代表，诗词在当下仍能让我们从中汲取能量。近年来，文艺节目以诗词入题，在弘扬诗词文化方面取得显著成效。在新的时代旋律下，诗词类节目也需要推陈出新，从传承、普及向夯实认同基础、增强民族凝聚力和文化向心力转变。

走到第七年的《中国诗词大会》在这个层面上交出了答卷。《2022中国诗词大会》以人民为“纲”，以现实生活为“目”，以诗词为“索引”，讲述时代、世情和社会百业百态。节目分为江山、少年、燃、稻香、韵、遇见、天地、味道、飒、出发10个主题，首期即以“江山”为题，立片言而居要，乃一篇之警策。

江山就是人民，人民就是江山。创作团队深入剖析诗词与人民之间的内在联系，用诗词回应人民的需求。其中，既有“忆往昔”，如第二期节目中两道“身临其境题”，分别从《觉醒年代》《长津湖》经典片段中取材出题，点评嘉宾郦波、康震围绕当下青年与先烈建立的情感关联来解析题目，让观众更深切地体会到诗词

蕴含的蓬勃之力；也有“照当下”，节目创新性推出“带诗词上太空”的环节，邀请杨利伟带领观众与身处太空的3位宇航员连线，并致以诗词问候……建党百年的风云际会、英雄戎边的慷慨无畏、全民抗疫的人间温情、浩瀚宇宙的昂扬征途、市井生活的烟火气息，都在节目中与诗词文化进行了碰撞。

《2022中国诗词大会》还在电视节目形态方面进行创新。譬如，首期节目融入点评嘉宾康震赴新疆采风时的片段，将目之所及与诗词文化融合在一起，既表达了诗词与生活密切相关的主旨，也丰富了节目的趣味性。第二期节目，一段李清照与侍女的剧情演绎，不仅为选手提供了两道妙趣横生的题目，也衍生出《如梦令》写作背景的探讨。无论是在“文化+旅游”中探索诗词类节目的表达边界，还是在出题环节加入情景化、剧情化呈现，都投射出文艺节目创作与诗词创作一样，“诗有恒裁，思无定位”。

潜下心与观众沟通是一档节目的必由之路。当诗词的触角伸向浩瀚苍穹和神州大地，伸向奋斗一线和田间地头；当谈诗歌的景象不

仅出现于少长咸集、高朋满座的文化雅集，也成为日常生活中的文化景观，诗词文化真正做到了“诗入百姓家”。只有充分融入老百姓的生活情境，诗词文化才能得到更深的发展，文艺节目才能迸发出新的生命力。这不仅仅对于《2022中国诗词大会》而言，对整个题材、类型节目亦然。



来自不同行业的诗词爱好者参加《2022中国诗词大会》。出品方供图