

舞台上的非遗

# 飞叉：十三档花会“开路先锋”

## 起源： 劳作工具变杂技

说起叉，很容易让人联想到《少年闰土》：“其间有一个十一二岁的少年，项带银圈，手捏一柄钢叉，向一匹猹尽力地刺去”。在鲁迅的描述中，叉正行使着狩猎的功用，但作为劳动工具，最早可以追溯到6000多年前的新石器时代，在黑龙江省新开流古文化遗址中，发现了渔猎用的鱼叉，这便是飞叉的雏形。

到了北齐时期，叉被列为禁武的行列，《北齐书》隋本纪中有记载：“己丑，制民间铁叉搭钩刃之类，皆禁绝之。”到了明代，兵书《武备志》提到了“马叉”：上可叉人，下可叉马。甚至在《水浒传》中也有相关描述：“面颊连项都有疤痕，马上会使飞叉”，所讲之人是丁得孙，所用武器是飞叉。可见，叉作为武器，在冷兵器时代得到了广泛的使用。

叉向杂技的演变，开始于东汉，得益于秦，因为秦朝首开杂技歌舞风气，使得汉、唐、宋等各朝各代沿袭了其盛会风气，在其历史发展中，飞叉作为杂技表演被融汇其中，并流传于皇宫与坊间。

从明代开始，北京民间便开始组织行香走会社团，飞叉表演与“迎神庙会”等民间重大活动相结合，成了庙会中不可或缺的一部分。飞叉非遗传承人李学军表示，他们现在会在非物质文化遗产日、寿宴喜宴、各乡镇或是公司表演，但主要还是在庙会。

## 特点： 讲究舞台感

飞叉有一个别名，叫开路，因为在十三档花会中，走在最前面的便是飞叉。因为它表演起来哗哗作响，把路人都驱散开来，就打开一条道，然后把各会带到山上去”，李学军解释，在老北京人看来，这寓意着

飞叉，从十八般武艺中的“叉”蜕变而来，与传统武术器械有所不同，它的叉头是金属做成的“山”字形，并装有活络环形铁片，耍起来的时候，时而安静，时而哗哗作响，巧妙地利用身体的肌肉摩擦叉杆，以自转带动公转的形式实现表演。2011年，飞叉成功申请成为北京市海淀区非物质文化遗产，并已成为具有完整套路体系的表演项目，在老北京传统十三档花会中，走在最前面、担任“开路先锋”任务的就是飞叉。



官方供图

“打开神道，祈福迎祥，为保一方平安”。

然而，这“开路”的工作并不好做，飞叉是个难度极高的技术活，它和普通的刀枪最大的不同，是表演时不能用手握。表演者需要熟练运用肌肉的紧张和松弛，让飞叉在臂、腿、背上转圈翻滚，同时需要精确掌握力度来调整飞叉的重心和速度，以便控制飞叉的起、落、转、合等。

“飞叉分为单头叉和双头叉，双头叉可以点火，耍起来就是一个大火圈”，李学军说，飞叉的花样有很多，他回忆起自己在网上无意间看到了一个火棍表演，觉得可以吸收到飞叉的表演中，于是花了将近两年的时间推出了一个独创的动作：双手合十举过头顶，飞叉在指尖和手背外侧翻转，取名“童子拜佛”。

再多的花样也不离其宗，飞叉经过长

久的发展，早已衍生出了各门各派，其中影响最大便是“京练儿”、“乡练儿”、“怯练儿”。李学军所练习的便是“京练儿”，他说，“乡练儿”的动作潇洒大方，但是“京练儿”更具有舞台感，只冲着观众一面练，扔出七八米高，连续扔，然后稳稳接住，讲究准确。

## 对话传承人： 李学军的焦虑与期待

李学军与飞叉的渊源，和他爱好武术的父亲有关。因为自小在家跟父亲练武术，等练到20多岁的时候，发现了飞叉，和武术不同，难度系数很高，正合了李学军的口味：“我喜欢难度和有特点的。”因为有武术的基础，李学军发现自己在学飞叉方面很有悟性。

“刚开始学习飞叉的时候，好些个技术动作，就想自己去琢磨，但是不行，说到哪个位置就到哪个位置，不然容易打到自己。”李学军回忆起自己刚开始练习的时候，总是被砸肩膀脑袋，最危险的一次，叉头的铁片把左眼皮划伤了，导致爱人不赞成他继续练。

“我有一段时间也想过放弃，但老师一直鼓励，可能我比较刻苦有悟性吧。”李学军说的老师是谢希光，传承于清末王雨田一脉，师爷王清源曾和妹妹共同表演双舞飞叉，获得过世界杂技银奖。

练飞叉有100个人，能练出来的就10个，最好的只有一两个。李学军认为，传承飞叉很难，现在的环境传承飞叉更难。

“现在大家都看光鲜亮丽的东西，不像过去，在北京‘撂地’那个时候，没有手

机，没有网络，观众一波一波来一波一波走，也不会传到别人眼里，练得精彩大家都会鼓掌，给些赏钱，现在有视频，大家可以无偿看反复看，同行可以学……”李学军一边享受着互联网带来的灵感创新，一边又在忧虑互联网带走了注意力和他的创新。

但无可厚非，他在公园里的表演，再也得不到以前那般奖赏了。“公园里的人看到，都以为在耍棍”，李学军为没有场地、没有人认知、没有主办方感到无奈。

不过，李学军和朋友徒弟一起办了个民俗艺术团，还没有注册，偶尔接一些民俗演出，可以挣点道具费；一般挣不了太多钱”，李学军开玩笑说。但他依旧希望，飞叉能被大家认知；只要喜欢技巧，不管多大岁数，都可以免费教。”

北京商报记者 郑蕊 实习记者 杨雅

· 资讯 ·

## 北京喜剧周闭幕大戏《乌鸦与麻雀》重温经典

北京商报讯(记者 郑蕊)8月13日，由北京市文学艺术界联合会和北京戏剧家协会主办，宽友(北京)文化交流有限公司承办的2019北京喜剧周闭幕式演出《乌鸦与麻雀》在京演民族文化宫大剧院正式上演。

在过去半个月的时间里，北京喜剧周共为京城的观众带来了14部，共计32场演出和放映，源源不断的亮点和扎实的深刻的内涵让观众们了解到喜剧真实的面貌。前面好戏连连，闭幕演出的选择自然备受瞩目，来自上海滑稽剧团的大型滑稽戏《乌鸦与麻雀》在致敬经典的同时，凭实力成为闭幕大戏的首选，演出一经开售，部分票档就已售罄。

北京喜剧周的演出即将进入尾声，五大板块的演出依旧热度不减。开幕演出

《那拉提恋歌》在首都剧场首演，超强阵容一票难求，演出掌声与笑声不断，这部原创剧目也为“一带一路”题材演出开创了喜剧新丰碑；传统喜剧单元的戏曲不仅汇集了老戏迷，还收获了一大批年轻观众，很大程度地传播宣传了传统戏曲，为传统戏曲的传承和发扬添砖加瓦；精选喜剧单元的剧目也是收获喜人，演出场场爆满，不同风格导演圈粉无数，好评不断；新现场放映单元集合世界顶尖水平的演出，高质量作品的引入让观众啧啧称赞。

本届喜剧周的活动颠覆往届喜剧周的传统风格，打破常规、融汇创新，不仅创立上线了北京喜剧周中英版本的官方网站，还加入了在年轻群体中广受关注的Vlog拍摄团队。既让喜剧周与国际接轨，让世界看到中国喜剧的魅力，从而构成

“走出去和引进来”的纽带，又深扎中国本土，用新颖时尚的方式影响辐射年轻群体，带他们走进戏剧艺术。

同时，在传统喜剧的剧目演出前还安排了10-20分钟的剧目导赏环节，邀请剧团权威专家现场解读，让观众在了解剧目的详细背景知识后再看演出，别有一番理解。

2019北京喜剧周还联合音画梦想机构，组织在京打工子弟的孩子们免费看戏，让他们受到艺术的熏陶，从而种下艺术的种子。一如本届喜剧周的主题——喜剧温暖人生。只是一出小小的演出，却能给孩子们带去大大的温暖，这也是本届喜剧周的初衷，让不同年龄段、不同身份的人都能有机会走进剧场，观赏中国最优质的演出，感受喜剧的温暖。

· 罗盘 ·

## 小柯音乐剧爱情三部曲之《等你爱我》

★ 时间：8月24日-9月22日

★ 场馆：小柯剧场

★ 介绍：《等你爱我》中，共出现了数首观众们耳熟能详由小柯老师创作的歌曲，除《等你爱我》、《稳稳的幸福》、《听说今夜要下雨》、《以为爱情没有了》外，还有一些从未发表的歌曲。歌曲与剧情的推进相互映衬，一步步推动剧情发展。歌曲的传唱也进一步拉近了观众与舞台的距离。



## “夏日爵士”2019巡演

★ 时间：8月25日

★ 场馆：MAO Livehouse

★ 介绍：中国当代著名的爵士钢琴家、作曲家、音乐家罗宁将演绎9首风格各异的爵士钢琴曲，罗宁曾发行专辑《光与影的邂逅》。被西方音乐人誉为“东方爵士钢琴诗人”，更是第一位多次被美国权威音乐杂志《纽约爵士周刊》报道的华人爵士音乐家。



## 太合音乐推数字音乐分发平台DMH

北京商报讯(记者 宗泳杉)8月20日，“Hi There 合·声”太合音乐集团年度新赏在北京世纪剧院举行，本届新赏以“Hi There 合·声”为主题，全方位展示了太合音乐集团以“内容生产+版权发行+音乐演出”垂直一体化全产业链运作，以“音乐+科技”为发展模式，构建完善的多元化音乐生态。

目前，太合音乐集团的厂牌数量已经达到15个，太合音乐集团副总裁胡译友表示：“太合音乐集团在发展的同时见证了华语流行音乐史，旗下历史最悠久的厂牌已成立30余年。迄今已积累众多不同音乐

风格的厂牌，百余组艺人与乐队，通过不同调性的厂牌矩阵，为音乐人提供自由发展的空间，让不同风格的内容和艺人成为各自圈层的文化标识”。

拥有众多音乐厂牌是太合音乐集团生态布局的灵魂，而版权发行则是推动各个国家和地区的音乐人、音乐厂牌迈向彼此市场的基础。

为了帮助更多音乐人、音乐厂牌拓宽版权收入，实现品牌营销；帮助更多的企业、机构、消费者更加便捷地获取高品质的版权音乐，让音乐行业上下游形成良性的价值分配机制，太合音乐集团用

“音乐+科技”的方式，基于自有版权业务，展现企业社会及行业价值，以实际行动助力行业良性发展，推动建立合理透明的行业规则，建立数字音乐分发平台DMH。

据了解，数字音乐分发平台DMH将提供内容DIY管理、国际ISRC编码申领、线上发行推广、版权收益结算、音乐数据分析、付费用户运营等一站式版权管理服务，既可以解决曲库标准不统一、分发形式不规范等行业痛点，又可以提高内容推送的产业效率，并与内容资产结合创造出更大的商业价值。

## 五月天 2019 Just Rock It!!! 蓝 | BLUE

★ 时间：8月23日-25日

★ 场馆：国家体育场

★ 介绍：1999年，五月天发行第一张专辑《五月天第一张创作专辑》，开启他们音乐的“疯狂世界”，与《爱情万岁》、《人生海海》蓝色封面组成了“蓝色三部曲”。转眼20年，他们走过无数城市，征战数不清的指标性万人场地，始终未变的是不论身处何地，五月天的歌曲从未缺席。

