

由张国立、王刚、张铁林主演的话剧《断金》日前登上了加拿大的舞台，这也是该剧继在澳大利亚上演后，第二次进行海外巡演。近年来，越来越多中国话剧迈出国门，在海外舞台展现自己的身姿，除了《断金》外，包括《活着》、《戏台》、《青蛇》、《两只狗的生活意见》、《赵氏孤儿》在内的不少话剧作品纷纷实现在美国、英国、西班牙、日本等国家演出，获得较好的观众反馈。在业内人士看来，由于话剧是语言表达艺术，因此中国话剧走向海外市场需要克服历史、文化、宗教背景不同的挑战，但关键还是要能有过硬的作品，再融合国际化的表达方式来实现“走出去”。



相继出海亮相

此前曾在国内8座城市大剧场演出37场，实现场场爆满的话剧《断金》，刚刚结束了自己的加拿大巡演，并在当地时间8月9日-18日登陆加拿大两大城市温哥华和多伦多。这并不足为奇，《断金》首次登上海外舞台，今年4月25日-5月1日，话剧《断金》还在澳大利亚悉尼和墨尔本演出4场。

据《断金》出品方龙马社方面透露，《断金》的号召力还是非常大的，无论是在澳大利亚还是加拿大，观众们都非常热情地支持，都是自掏腰包看戏，4城8场演出都是满座。其中在澳大利亚演出时，当地5000余名观众观看了话剧《断金》，而加拿大巡演时，当地则有7000余名观众观看了演出。

值得注意的是，除《断金》外，近年来，越来越多中国话剧尝试“走出去”，面向更大的舞台。公开资料显示，上世纪80年代，北京人艺的话剧《茶馆》便曾在德国、法国、瑞士三国演出，获得较好的反馈。而在2009年，随着话剧《这是最后的斗争》以朗读剧本的方式在纽约百老汇亮相，此后更多中国话剧赴国外演出，如《堂吉珂德》《青蛇》、《活着》《两只狗的生活意见》等，登陆美国、英国、德国、西班牙、日本等地，而2018年11月由中国和希腊共同创作的《赵氏孤儿》在希腊上演时，也引起业内不小的关注。



《断金》海外吸睛 话剧“走出去”开启加速跑？



出时选择与海外联合制作，这也是现阶段“走出去”的重要方式之一。比如《青蛇》，便与苏格兰国家剧院合作制作，舞美设计、灯光设计等团队也都来自英国，从而实现更为国际化的表达，赢得更多当地观众的认可。

作品质量是硬指标

在业内人士看来，《断金》的两次海外巡演证明，好的作品并不一定要靠国家“送出去”，可以通过商业演出的方式直面市场，更加坚定自信地“走出去”。

《赵氏孤儿》导演、国家话剧院原常务副院长王晔鹰曾在接受媒体采访时表示，实际上，不同于普通的媒介传播形式，话剧的传播有着更深层情感、更深刻思想表达的优势；所谓民族的东西，如果没有广泛的普遍性、深刻的人类性，就不可能是世界的。所谓传统的东西，如果没有当下的生命活力和与本土文化圈之外的文化进行交流的能力，就不可能有现代性。中国当代戏剧演出已经具备既有深厚文化传统又有进入国际文化语境的资质”。

而中国话剧“走出去”的最关键要素，

仍离不开作品的品质。“作品质量在任何地方都是一个硬指标，如果没有较好的质量，不用提海外市场，连国内市场都无法立足。只有质量过硬，再探索更多国际化的表达方式和运作模式，促进中国话剧在世界舞台上拥有更大的分量”，黎新宇如是说。

这一观点也得到了龙马社的认可；我们相信文化交流虽然有语言的屏障，但艺术无国界。精心打造好的作品，努力多演出、多呈现，必定能打造出有世界范围影响力的中国经典话剧”。龙马社认为，中国话剧要想更好地“走出去”也需要选择好的合作方，此外舞台工作一定要充分沟通，因为国外的演出场地和国内有很多不同，如果不能远赴去堪场，也要找到当地非常熟悉和有经验的舞美工作人员帮忙去跟剧场做前期的对接沟通；《断金》两次海外巡演只是第一步，如何渗透到当地更广泛人群的文化圈层中，吸引更多当地观众走进我们的剧场，需要更长久的努力。如何用国际化的舞台语汇来吸引观众，用更为现代化的舞台设计、导演手法，是我们要素和解决的问题”。

北京商报记者 卢扬 郑蕊
图片来源：《断金》出品方龙马社

在龙马社看来，现阶段中国话剧正迎来“走出去”的契机；首先我们有能力制作出好作品，我们对于要传递的文化足够的自信，对于剧组的创作和表达能力足够的自信。在国内能经受住市场和口碑检验的作品，我们就有信心能带去海外。其次，海外华人是一个很好很大的艺术市场。说“好”是因为海外华人对祖国的文化内容是非常渴求的，对于能来自祖国的话剧，都非常积极踊跃地参与。说“大”是因为在很多国家海外华人的数量已经很多，并且愿意买票看戏”。

海外华人是观众基础

回顾中国话剧“走出去”之初，虽然也有相关作品登上了海外舞台，但不可否认的是，不少作品均以政府交流为主，借助国家的力量将中国话剧“送出去”，真正能实现商演的极为有限，但现阶段，中国话剧正在逐步打破壁垒，在商演中逐步走出更大的发展空间，而如何选择演出的国家便是“走出去”的关键一环。

龙马社认为，海外演出，第一考虑肯定是华人基础，话剧是一个文化门槛比较高的艺术形式，相比一些“无言”的艺术表达，例如舞蹈、民族乐器等，传统的中国话剧的魅力在于台词，对观众语言和文化背景的要求更高，所以非常现实地考虑，话剧在海外还是以华人为主要目标人群，并且剧组一行几十人，还有舞美物流装台等事项，在国外的演出，非常需要当地的华人帮助支持。



· 走进幕后 ·

王瑜“清音会”如何让京剧不再老生常谈

京剧演员王瑜的《老生常谈——王瑜京剧清音会》2019全国巡演将于8月31日率先亮相国家大剧院，开启首站北京站的演出，此后还将登陆广州、深圳、杭州等城市。“清音会”是王瑜的个人演出品牌，概念则来源于清末民初的“清音桌”，与大剧场戏曲演出有所不同，该演出清唱、不扮戏、不着戏服、依现场情况定制戏码。随着演出内容和形式的升级，如今王瑜在清音会中还引入了实时直播和弹幕互动的模式，使现场的每位观众都能随时反馈自己对京剧和现场演出的感受。

“沙龙式”演绎

此次《老生常谈——王瑜京剧清音会》2019全国巡演由王瑜旗下工作室“瑜音社”联合首席合作伙伴支付宝会员、主办方大麦网Maillive共同打造，北京站的演出则计划于8月31日-9月1日登台国家大剧院。

与人们传统印象中的京剧演出有所不同，《老生常谈——王瑜京剧清音会》的现场主打近距离、沙龙式演出。据悉，清音会这一概念来源于清末民初的“清音桌”，是当时一些京剧名家和名票的独特演出方式，与大剧场戏曲演出的区别是：清唱、不扮戏、不着戏服、依现场情况定制戏码。演出中，舞台上的一桌一椅、长衫乐队、笔墨茶壶，呈现出清雅的氛围，让观众90分钟读懂京剧（老生）；90分钟听懂京剧（老生）。

值得注意的是《老生常谈——王瑜

京剧清音会”可以说是“说唱并重”，在脱口秀部分王瑜将京剧老生的源流历史、唱腔板式，借助此次演出独有的多媒体呈现推介给观众；而在观众最喜爱的演唱板块，王瑜也将为观众带来十余段脍炙人口的谭余一脉老生唱段。

京剧爱好者胡斐表示，虽然王瑜的清音会没有隆重的扮相，但却能给人另外一种清爽的感觉，反而更显得唱功，同时该演出会让观众与演出者的距离进一步拉近，甚至还能看到后台直播的情况，感觉自己不只是一名观众，而是演出中的一员。

瞄准年轻群体

为了能够丰富演出内容和形式，“清音会”现已引入了实时直播和“弹幕”互动的模式，使现场的每位观众都能随时反馈自己对京剧和现场演出的感受，在一个环境感受化

妆、扮戏等多个空间的内容。

王瑜表示，清音会选取了谭余一脉最有代表性的八出传统骨子老戏的经典唱段，旨在展示老生及京剧声腔艺术的最高水平。在表现手段上，讲唱结合，穿插介绍京剧发展历史，代表人物、板式、器乐、化妆服装等，并且引入“弹幕”即时叫好的新媒体方式。用全新的方式演绎古朴的戏曲艺术，不论观众对京剧了解多少，都能在清音会里获得完美的欣赏体验。

这种形式无疑引起众多年轻人的关注，尤其是“90后”甚至是“00后”观众。其中，“90后”观众王岚向北京商报记者表示，自己此前对京剧的印象只有看不懂、听不懂，但是观看了王瑜清音会后，这种更加平易近人并且更易被年轻人接受的方式，让自己慢慢对京剧好奇，从而产生了进一步了解的兴趣。

在王瑜看来，近些年来，国家一直非常重视传统文化，对戏曲院团在物质组织方面都是大力支持，越来越多的媒体也开始关注京剧，观众也渐渐回归剧场，对剧场艺术的欣赏需求也不断增大。现在的京剧演出市场，观众数量、年轻观众越来越多，是非常好的现象。

传承不止于舞台

面对越来越好的大环境，在业内人士看来，这也对从业者提出更好的要求，不仅要做好普及推广，把观众吸引到剧场，更要提

供优质的内容，引导观众建立更健康、丰富的审美趣味。

公开资料显示，近年来，王瑜致力于用更多符合年轻人习惯和喜好的方式，通过各类平台和渠道进行京剧艺术的传播与普及，包括在《奇葩大会》《朗读者》《跨界歌王》《天天向上》《经典咏流传》《圆桌派》、《吐槽大会》等综艺栏目中，王瑜也以轻松娱乐的方式，花式推广传统文化，这也让她圈粉无数，使越来越多的人因她而走近京剧。

而在被大众熟知以前，王瑜早就在京剧传播之路上走了20多年。除了清音会，她还组建教师团队，研发课程，在中国各地开设“瑜乐京剧课”。与此同时，王瑜还与浙江少年儿童出版社共同打造了全国首套青少年京剧通识教材《京剧其实很好玩》，此外今年9月还将出版一套老少咸宜的轻漫画读本《瑜老板三分钟京剧小灶》，将传统京剧与现代漫画首次跨界演绎，用幽默诙谐的方式介绍了16部京剧戏迷必看剧目，并科普了京剧历史、京剧服饰、京剧专有名词等一系列看剧必备常识。

在剧评人刘峰看来，部分人对京剧有距离感，因此京剧的发展与传承也必须要打破传统的束缚，拉近与观众的距离，在与当下环境进行更为紧密的融合的同时，以合适的方式或渠道实现多元传播，从而赋予京剧更为活跃的生命力。北京商报记者 卢扬 郑蕊