

昆曲青春版《牡丹亭》跨文化传播的意义

胡 丽 娜

[摘 要] 青春版《牡丹亭》不仅在中国本土掀起了昆曲热潮,而且为昆曲在世界范围内的推广做出了重要贡献,成为中国传统戏曲跨文化传播的经典个案。回顾 20 世纪以来《牡丹亭》跨文化传播的历程,青春版《牡丹亭》对昆曲的播扬可谓居功至伟。它将商业运作与社会运作相结合的战略、立足本土与辐射世界的双重定位、坚持传统与调和现代的审美准则,为当下中国传统戏曲的跨文化传播提供了重要的经验和启示。

[关键词] 《牡丹亭》;昆曲;青春版;跨文化传播

[中图分类号] I207.37 [文献标识码] A [文章编号] 1671-881X(2009)01-0067-05

随着“地球村”时代的来临,中国戏曲跨文化传播的形式与广度都发生了重要变化,面临的挑战也更加严峻。令人惊喜的是,在快餐文化占领市场、传统戏曲处于颓势的今天,力图再现“原汁原味”昆曲的青春版《牡丹亭》在两岸四地和异国舞台上演之后,却能受到海内外观众的激赏并引发了一阵文化热潮,这是近年来任何一台戏曲演出都不曾得到的“礼遇”。充分认识青春版《牡丹亭》跨文化传播的意义、总结青春版《牡丹亭》跨文化传播的经验,将有助于我们在文化冲突和融合并存的全球化语境中,进一步探索中国传统戏曲如何走进当代,如何走出国门的道路。

一

明代著名剧作家汤显祖的经典传奇《牡丹亭》因其案头场上的双美而传唱了 400 年,也早在几个世纪之前就开始了跨文化之旅。《牡丹亭》的跨文化传播早期主要依靠文本传播,除中文本外,还有日、英、法、德、俄文等译本在海外流传。其跨文化舞台传播则主要依靠各大昆剧院团在海外的演出。20 世纪末 21 世纪初,《牡丹亭》被更多地赋予了现代意义,在国际舞台上被不断地改造和诠释。其中,美籍导演彼得·塞勒斯执导的歌剧《牡丹亭》(以下简称“歌剧版”)、旅美华人陈士争执导的传奇《牡丹亭》(以下简称“陈版”)、文化名人白先勇领衔并集两岸四地的文化精英共同打造的昆曲青春版《牡丹亭》(以下简称“青春版”)、坂东玉三郎与苏州昆剧院联合演出的中日版昆曲《牡丹亭》尤为引人关注。这四台《牡丹亭》都曾在海外演出,都不同程度地体现了《牡丹亭》在跨文化传播过程中与异质文化的融合,是《牡丹亭》跨文化传播中的重要个案。

从传播对象和传播方式来看,这四台《牡丹亭》有许多相同点——都以传播《牡丹亭》为己任,都利用舞台进行传播,但青春版与在西方世界引起很大反响与争议的歌剧版及陈版的定位或形式特征却大不相同。歌剧版融合了西洋美声歌剧、话剧、昆剧的特点,因其对传统昆曲的大胆解构和对现代元素的接纳吸引了一些西方观众,但也受到许多熟悉昆曲的人士的质疑和批评。剧中演员没有水袖的装扮一反传统,具有情色意味的暗示与昆曲的清雅取向相悖,有学者认为它只是昆曲和西方表演形式的简单嫁接。陈版融入评弹、木偶、民俗等多种中国元素,以 55 出的全本演出,在《牡丹亭》的现代演出史上是具

有重要意义的。该剧曾在纽约、巴黎等地巡演,获得《纽约时报》、《华尔街日报》等媒体的好评。观众觉得新鲜、热闹,甚至很多外国观众以为他们所看到的就是真正的昆曲。事实上,陈版中充斥着很多民俗、曲艺信息,昆曲只是夹杂其中的一种成分,昆曲的优势和特色并没有被凸显出来^[1](第 163 页)。因此,尽管它们确曾引起一些外国观众及媒体对昆曲的关注,但还不能说是昆曲本身的魅力所致。

正是由于前人在传播《牡丹亭》之时并未以传播昆曲为立足点,着力彰显中国传统文化中的瑰宝——昆曲的青春版在跨文化传播中也就显得独树一帜。如何成功地彰显昆曲才是青春版与歌剧版、陈版相区别的核心问题。

青春版 2006 年的美国之行可谓轰动一时。该剧于 9 月中至 10 月初先后在加州大学演出 4 轮共 12 场,场场爆满,气氛热烈。均价 60 美元一张的演出券早早售罄,观演人数达两万人次,主要为美籍华人和美国本土人士。观众热情之高,演员谢幕之久,在《牡丹亭》跨文化传播史上实属罕见。在圣塔芭芭拉大学演出时,青春版是作为首场剧目参加圣塔芭芭拉大学文化艺术节的,这是中国戏曲第一次以全本大戏参加美国一流艺术节。2006 年青春版的美国之行是海外弘扬昆曲的一大胜利,是昆曲第一次如此大规模地登陆美国,美国主流媒体如《纽约时报》、《旧金山纪事报》、《洛杉矶时报》等都大幅报道,并有剧评,美国文化界、学术界对此次演出的重视程度,亦属少见,加大柏克莱校区马上开设了昆曲课程,音乐系与东方语文系合作,把昆曲当作世界性的歌剧来研究。甚至有西方戏剧家认为,青春版的上演是自梅兰芳 1929 年访美演出之后,中国传统戏曲对美国文化界的又一次巨大冲击。

2008 年 6 月青春版开始在欧洲巡演,已先后在英国伦敦演出了 6 场,在希腊雅典演出了 3 场。伦敦是世界戏剧演出中心,伦敦观众对于戏剧的取舍标准也是与国际接轨的。在青春版演出的 6 天中,观剧气氛一直很热烈,许多对京剧并不陌生的英国观众虽然是第一次观看昆曲,但已是沉醉其中,回味无穷。《泰晤士报》等英国各大主流媒体均对演出给予高度评价。青春版的伦敦首演意义非凡:一方面,这是青春版第一次踏上欧洲的土地,进一步拓展了其海外演出的范围;另一方面,它是作为中英两国有史以来最大的一次文化交流即“时代中国”的重要内容而上演。青春版在欧洲的上演是中国传统戏曲跨文化传播的又一次成功尝试。它彰显的不仅仅是昆曲的魅力,而是中国传统文化的魅力。

歌剧版、陈版都对《牡丹亭》作了创造性的解构与阐释,却没有还经典昆曲《牡丹亭》以本来面目。可以说,坚持再现“原汁原味昆曲”的青春版正是在外国观众对昆曲有一定认识,有一定隔膜,也还有一定期待的情况下走上了国际舞台。在美国、英国和希腊,青春版所演之处,处处轰动。观众和主流媒体的好评以及取得的票房佳绩足以证明青春版跨文化传播的成功。青春版坚持“正宗、正统、正派”的原则,力图还原昆曲的“本来面貌”,让我们对其在跨文化传播中的表现刮目相看。它以原味昆曲的本色魅力冲破了文化壁垒,让不同文化背景的人一起感动、落泪、欣喜、欢呼,它没有盲目地追求文化融合却最终促进了文化融合。青春版在海外掀起的热潮,也正说明了在传统戏曲跨文化传播的过程中,原汁原味而非强行嫁接的戏曲才是最能被接受、最为打动人心的。

二

在快餐文化的侵袭下,在古典戏曲逐渐失去观众的今天,青春版《牡丹亭》何以能够打破文化壁垒而成为不同国家、不同文化背景、不同知识结构的人争相观看、谈论、研究的对象?何以成为古典戏曲“振衰继绝”的标杆?这是我们应认真思考的。总结青春版为传统戏曲跨文化传播所积累的经验,将有助于中国传统戏曲实施“走出去”的战略,使之最终屹立于国际舞台。

(一)商业运作与社会运作相结合的战略

不同于在大陆高校的演出,青春版在美国、英国及希腊的公演是商业性的。其在美国的演出由卡尔演出公司运作,票房收益全归演出公司所有,演职人员的收入则由制作人白先勇募集的赞助来解决。青春版的成功上演不仅仅是商业运作的胜利,白先勇等人的社会运作也是青春版能吸引众多外国观众买票看戏并得以被美国主流社会所接受的重要一环。

与小说、散文、诗歌等样式有所不同,戏曲的跨文化传播除了文本传播之外,更多的则要依赖舞台传播来进行。在跨文化语境中进行的舞台传播则因语言的阻隔和观众的异质文化背景而面临更多的困难。因此,观众群的培养就显得非常重要。观众问题是任何商业演出都必须重视的。来自异国他乡的古老剧种,如何才能吸引异域的观众?这是白先勇和青春版团队在跨国演出中首先要解决的问题。

兵马未动,粮草先行。在剧团演职人员到达美国之前,白先勇等人就开始为青春版的上演造势了。早在2005年,白先勇就着手与加州大学四个分校的校长联系,意欲将青春版推向国际舞台。经过一年多的准备,美国之行的行程敲定。白先勇便开始在校内外义务开设昆曲讲座、到华人社区为侨胞导读;青春版字幕的英译者李林德教授在加州大学柏克莱分校开设了美国高等学校史上从来没有过的昆曲公共选修课,一批青年学生纷纷选课并学唱昆曲。苏昆剧组在2006年9月抵达南加州以后,又先后为尔湾等地的社区举办了演员和观众的见面会。这一系列社会运作也吸引了众多主流媒体的目光,更多的人开始关注、了解青春版。这样,青春版在美国的观众群就逐步培养起来了。青春版在美国的演出日程也是白先勇等人经过审慎考虑后确定的。首演选在加州大学伯克莱分校,是因为很多知名学者、教授及艺术界精英聚集于此,青春版如能在伯克莱一炮打响,将更容易被美国主流社会所接受。

早在青春版确定了英国演出日程之后,伦敦文化圈及华人社区就对青春版的来访给予了极大关注并寄予厚望。正式演出之前,白先勇在伦敦亚非学院举行了一场有关中国昆曲和《牡丹亭》的讲座,吸引了大批中国留学生和英国本土人士。讲座普及了昆曲知识,扫除了观赏障碍,激发了观赏兴趣,强化了观赏能力,同时又为即将上演的青春版作了宣传,形成观赏期待。

事实证明,商业运作与社会运作相结合的战略是青春版在美欧演出成功的重要保证。青春版所到之处,无不受到热捧,成功的演出当然是关键因素,但如果没有白先勇等人借助社会运作所实现的一系列“预热活动”,青春版的传播效果恐怕也是要大打折扣的。可贵的是,这一系列社会运作都不纯粹是为了票房飘红,而是让更多的异域观众了解昆曲,喜爱昆曲。

(二)立足本土与辐射世界的双重定位

在中外文化频繁交流的今天,文学作品、电影、电视剧等的跨文化传播也十分盛行。然而,令我们感到不解的是许多中国本土电影动辄在北美举行首映式,或者在制作完成之后直接送去参加国际电影节,靠“出口转内销”的方式占领市场——先实现跨文化传播继而回过头来完成本土传播。与之相反的是,青春版是在牢牢立足本土的基础上将戏曲之美辐射到整个世界。青春版的海外演出是在海内巡演获得成功的基础之上进行的。其跨国演出,是本土演出的延伸。昆曲的根扎在中国的土地上,青春版让古老的昆曲在现代中国的土地上“回春”。

青春版《牡丹亭》是白先勇在审度本土昆曲状况之后策划制作的,其目的是对昆曲的“振衰继绝”。中国戏曲传承的特殊性在于必须以口传身授的方式来进行,这种传承往往学习周期长、投入高。因一些政治历史原因,戏曲的演员传承与观众传承都面临很大困难。昆曲虽为百戏之祖,但事实上在清代花雅之争过后,就不可避免地走上了衰亡之路。在中国戏曲被视为“夕阳艺术”的今天,清雅精致、节奏舒缓的昆曲在传承方面似乎面临更大的困难。而青春版在戏曲传承的两大核心问题——演员的传承和观众的传承方面都作出了有益探索。青春版自制作之始便有明确的演员和观众定位:起用年轻演员,培养年轻观众。其最终目的是要唤起整个社会特别是年轻观众中欣赏昆曲、热爱昆曲的风气。综观青春版的演出历程,自2004年4月台湾首演成功以来,四年间已在海内外巡演146场,70%的观众为年轻人,在高校的巡演达到了所有巡演场次的一半。从巡演的实际情况来看,青春版在各地的上演已成为一种文化盛事,观演人数之巨、观众热情之高,令人惊叹。一时间,青春版家喻户晓,甚至一票难求。当青春版迈出国门在美欧进行巡演之时,也引起了巨大的文化反响。对于青春版到美国的演出,白先勇有明确的定位:青春版到美国不是为演出而演出,而是希望从加州发端在美国带动一股了解昆曲、欣赏昆曲的风气,从而培植并形成昆剧的观众群,扩大昆曲的观赏人口,张扬中国昆曲艺术在国际上的影响^[3](第89页)。可见,青春版海外演出的目的就是传播昆曲,这种定位既直接又单纯。

2001 年 5 月 18 日,联合国科教文组织首次宣布“人类口传和非物质文化遗产代表作”。这类代表作共 19 项,中国的昆曲被列为 19 项之首。昆曲已成为全人类共同的文化遗产。因此,我们有义务实现式微的昆曲在当代的发展,更有义务将昆曲等中国传统戏曲推向世界,成为全世界人民共同的精神财富。青春版能跨越民族、跨越国界使不同文化背景、不同知识结构的人都获得美的享受,也呼应了昆曲作为“人类口传和非物质文化遗产代表作”的地位。

青春版在海内外大受欢迎的场景,不仅给日薄西山的昆曲打了强心针,而且对整个中国戏曲界都是一个鼓舞。青春版在征服了本土年轻观众的同时,也征服了异域观众和西方主流社会,再一次印证了“只有民族的才能成为世界的”这一真理。在强势文化和快餐文化的攻势下,我们应保持本民族优秀传统文化的独特性、创新性和生命力,最终使其成为全人类共享的宝贵文化遗产。

(三)坚持传统与调和现代的审美准则

每场三小时,三场才能演完的青春版为何能在国内戏曲整体萎靡不振的情况下受到国民这般青睐,又为何能在走出国门之后受到如此追捧?汤氏作品本身的美仑美奂固然是关键,但青春版的制作者及演员们同样劳苦功高。正是他们,面对多元文化语境,仍然坚持对传统的继承和对现代元素的适当吸纳,在保持昆曲典雅写意、精美细致的艺术风格的同时,将传统戏曲风貌与当代观众审美诉求相调适,才造就了青春版的炙手可热,实现了古典戏曲在当代的回春。

首先,青春版坚持了古典戏曲含蓄写意的审美品格。中国传统的绘画、音乐、戏曲、园林有着相同的美学趣旨,即抽象写意之风和追求意境之尚。对于外国观众来说,也许中国戏曲的程式化和虚拟性让他们有些迷惑和不适应,但在音乐、舞蹈、造型、色彩、声腔、脸谱都承载了信息的戏曲样式中,青春版所营造的整体美感仍然可以给外国观众极高的审美享受并内化为审美愉悦。青春版中,音乐悠扬是美、演员俊俏是美、身段轻盈是美、唱腔婉转是美、服饰靓丽是美、布景古雅是美,这林林总总的美融合于一体、贯通一气,造就了整体的意境美。舞台上,只一桌二椅,布景是书画,简洁明了,不再有多余累赘,这也是与古典戏曲抽象写意的传统相吻合的。相较于歌剧版、陈版,青春版真正揣摩透了东方美学的品格,它不是探索新路甚至哗众取宠的现代实验戏剧,也不是意在评奖、迎合政治的“政绩工程”,只是源于昆曲义工白先勇对中国古典文化的复兴和对东方美学的思索。白先勇认为,青春版能够打动美国观众,是因为东方文化的含蓄、传统之美触动了他们。他在中央电视台“艺术人生”节目中说道:“相比好莱坞电影一见面就一拍两响,柳梦梅和杜丽娘在一出戏里眉目传情二十分钟,但美国观众还是看得如痴如醉”,“是时候重新发掘和评估东方传统文化中的精髓,其中绝对有可以对世界精神文明有所贡献的因素”。

其次,青春版将现代人的审美要求与戏曲的传统样式适当调和并借鉴了西方艺术生产的方式。青春版设立专职导演和艺术总监,由制作人白先勇来统筹,集合各方力量打造精品昆曲。在剧本的整编上“只删不改”,梳理出“梦中情”、“人鬼情”、“人间情”的脉络,以情贯之,更俘获人心;剧中加重了巾生戏,使两情相悦相呼应;冷热场调剂得当,每场都有兴奋点;青春版还加上了主题音乐,在三场演出中,每场演出都在“但使相思莫相负,牡丹亭上三生路”的绝唱中结束,曲调抒情却又宏阔,令人感动不已,回味无穷。青春版还着力培育青年演员,选择的俊俏生旦男女主演均为 20 来岁。沈丰英端庄秀美又不失艳丽,俞玖林潇洒俊朗又淡含书卷之气,郎才女貌,煞是登对,也正合了现代人心中的审美标准。青春版的服饰设计也是让人称道的。两百套戏服全部为手工苏绣且面料柔软,显得飘逸轻盈。《惊梦》一出,杜丽娘戏服上绣的是蝴蝶,柳梦梅的则是梅花,正是蝶恋花的隐喻。为了体现青春,白先勇专门指出,颜色要娇、要清、要淡。因此,青春版的服饰以稚嫩的淡粉、淡蓝、淡绿等色为主,令人赏心悦目却又不觉俗艳。青春版也刻意加重抒情特征,对花神的服饰、舞蹈、出场次数上都有了与之前演出版本不同的处理。这些匠心独运的处理以最大限度地满足当代观众的视听期盼为目标。“‘传统为体’、‘现代为用’的原则,使《牡丹亭》既保持了抽象、写意、抒情、诗化的特点,又恰当地溶入现代剧场的概念,以适应现代观众,特别是青年观众的视觉要求。”^[3](第 98 页)青春版不是实验剧,不是现代戏,也不是如歌剧版和陈版那般对昆曲进行嫁接和改造之后的产品,而是从现代视角审视古典文化之后,适当融合现代观念而打造的本色

昆曲。青春版带来的“人人争观《牡丹亭》”的文化现象,是恪守古典美而获得的礼遇。

如今,中国传统戏曲的现状堪忧,“夕阳艺术”、“博物馆艺术”等各种说法也未止息。青春版在海外上演取得的成功,为我们探索传统戏曲的回春之路提供了经验,为传统戏曲跨文化传播提供了经典个案。借鉴青春版跨文化传播的经验,将有助于我们找到全球化语境下消除文化隔膜、实现文化融合的方法,有助于我们探索将传统戏曲打造成为全世界人民精神财富的道路。青春版在传统戏曲走出去的道路上取得了一定成绩。但不可否认,与西方歌剧、舞剧等走进中国的程度比,我们走出去的还不够,我们为传统戏曲做的还不够。中国古典戏曲在当代如何传承,更多经典的中国传统戏曲如何跨越文化障碍走向国际舞台?为了解决这些问题,我们要走的路还很长。继青春版在海外成功上演之后,昆曲《长生殿》全本也在国际舞台上演并获得好评。但愿那月落重生灯再红,式微的中国传统戏曲能在中国本土和世界舞台上实现新生、重归青春。

[参 考 文 献]

- [1] 王燕飞:《〈牡丹亭〉的传播研究》,上海戏剧学院博士学位论文,2005年。
- [2] 吴新雷、白先勇:《中国和美国:全球化时代昆曲的发展》,载《文艺研究》2007年第3期。
- [3] 陆士清:《白先勇与青春版〈牡丹亭〉现象》,载《复旦学报(社会科学版)》2006年第6期。
- [4] 白先勇:《青春版〈牡丹亭〉百场演出感言》,载 http://blog.sina.com.cn/s/blog_4cee40a301000at5.html, 2007-08-06。
- [5] 王丽娜:《中国古典小说戏曲名著在国外》,上海:学林出版社1988年。
- [6] 黄鸣奋:《英语世界中国古典文学之传播》,上海:学林出版社1997年。
- [7] 廖奔:《东西方戏剧的对峙与解构》,上海:上海辞书出版社2007年。

(责任编辑 何坤翁)

On the Cross-culture Communication of Kunqu Opera (Young Lovers' Edition) of *The Peony Pavilion*

Hu Lina

(Department of Arts, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Abstract: The Young Lovers' Edition of the *Peony Pavilion* is a classical case of Chinese traditional drama cross-culture communication, which reflects revitalization of Kunqu in China, and contributes significantly for its promotion around the world. We found that the Young Lovers' Edition of the *Peony Pavilion* had established itself a new academic position on reviewing its cross-culture communication process. The Young Lovers' Edition attaches importance to commercial success with social benefit, local position and international influence as well. It also employs traditional and modern esthetic criterion harmoniously, which has provided important experience and enlightenment for the cross-culture communication of Chinese traditional drama.

Key words: *Peony Pavilion*; Kunqu opera; Young lovers' edition; cross-culture communication