

搭载“环境式”“沉浸式”能否为传统文化破圈蹚出新路？

嘉宾:傅 瑾 中国文艺评论家协会副主席
茅威涛 著名越剧表演艺术家
洪见成 杭州演艺集团总经理
主持:黄巨哲 本报记者

茅威涛又“整活儿”了！当听说环境式越剧《新龙门客栈》推出后,很多人如是感慨！无独有偶,杭州大剧院首度尝试传统艺术同类项目,推出了一台“沉浸式国风环境演乐剧场”《玉人歌》,即将开启二轮演出。

有意思的是,这两台“杭州出品”的主创都提到,从剧场打造到作品呈现,均不同程度地受到上海近年来的“沉浸式”“环境式”戏剧风潮的启发,目标也很明确——就是为了让戏曲、民乐等传统文化突破既有圈层、争取更多年轻观众。

文化传承发展座谈会的召开,对中华优秀传统文化创造性转化、创新性发展的持续深化探索提出更高要求。那么,借“环境式”“沉浸式”这样的海外先锋戏剧理念,能否为传统文化“破圈”蹚出新路、真正拥抱这个时代与今天的观众?过程中,又要凸显什么、规避什么?我们邀请艺术家主创、评论家与剧院掌门人,以三种不同身份聊聊当下传统文化的“环境式”“沉浸式”探索。

文汇报:“沉浸式”“环境式”概念从海外戏剧界风行起来,某种意义上是对镜框式舞台从创作表演到观演关系、审美的一种更新。引入这样一组概念,可以为传统文化和当下演艺发展带来什么?

茅威涛:就《新龙门客栈》来说,并不是跟风“沉浸式”和“环境式”。我们在思考的恰恰是一种底层逻辑,即顺应这个时代的发展,10年、20年甚至100年后的观众,会想看到什么样的传统戏剧样式,下一个百年越剧应该如何生存。这是一种样式和形式上的探索,但并不意味着我们选择了样式和形式就丢掉了传统的镜框式舞台表演,更不意味着放弃了剧种的本体。恰恰我觉得,这可能因为时间到了这样的一个分水岭——正如当初《五女拜寿》对于原生代“小百花”,今天我们用《新龙门客栈》推出新一批的“80后”“90后”乃至“00后”青年演员,同时寻找当下观众的文化娱乐消费需求和方式。这将会是一个新的开始。

我一直在探索剧种的边界,因此尝试的题材与题材之间往往跨度很大。而在我从艺40余年间,我们的时代发生了许多变化,我的探索创新,也是在适应这些变化。譬如为纪念越剧百年创排新版《梁山伯与祝英台》,目的是寻找中国古典美学的现代表达;寻找这个最具越剧属性的民间传说的当下表达,以“规避颠覆,谨慎重述”的姿态承接越剧百年并开启新的百年之旅。《寇流兰与杜丽娘》则是在汤显祖与莎士比亚这两位中英戏剧大师共同逝世400周年的节点上,以越剧舞台做的一场“中西对话”,探讨关于生死与爱情的话题。

傅瑾:一般人会觉得,“沉浸式”“环境式”是对既有镜框式舞台观演关系的突破。但事实上,中国传统戏曲演出特别重要的一类,比如唐宋年间的勾栏瓦舍,或者昆曲的厅堂式演出,包括一些戏曲的堂会,都跟其有相似之处,都是在一个非常有限的环境里近距离地表演,和观众有着非常亲密的互动。这种近距离的表演,其实还催生了昆曲特有的一种表演美学,会很注重表情、演唱等细节的处理。当然中国传统戏剧不是只有这一

种,也有很多广场式演出形式。

回头看,镜框式舞台是在1908年上海新舞台后开始在中国广泛普及,到现在也不过100多年。其好处在于观演关系非常确定,从而让观众全神贯注地去看舞台上的表演,对表演本身的精致化、完整性有非常明显的促进。但这也带来另外一个问题,就是镜框式舞台把观演双方硬生生地分成了两个群体。因此,当“沉浸式”在西方开始盛行,我们也会有一些戏剧创作者开始用这样一个方法,并在话剧等形式中盛行。当然,“沉浸式”跟我们前面说的近距离传统演剧方式还是有所区别,比如“沉浸式”会邀请观众参与到剧情之中、决定剧情走向。

对于当下演艺市场,“沉浸式”“环境式”最重要的是为观众提供不一样的体验和感受。能否真正对传统文化的传承、创作等产生更深远的影响,要看创作出怎样的作品。

洪见成:我们团队很早关注到国内最早探索“沉浸式”的上海,专程学习交流。很多杭州观众也很喜欢去上海看沉浸式剧场作品,由此可以看出其对于城市旅游的拉动效应。我们也一直希望可以在杭州做这个概念的尝试。考虑到项目的差异性以及这座城市的本土特色,我们决定尝试一场国风传统文化的作品。

作为剧院运营者,我们看重传统文化环境式、沉浸式探索的两重意义,一是传统演出和新兴业态的全新碰撞;二是对创新文化产品的破圈尝试,当然最重要的还是基于对于当前演出行业观众和市场的进一步了解,从而也为城市文旅结合作出新的探索,促进新消费风尚。

文汇报:很多人把近些年“传统文化艺术+戏剧先锋概念/跨界新艺术新技术”等创新突破,视作是争取年轻人的重要手段。那么如何避免“环境式”“沉浸式”变成创新的“路径式依赖”,而真正有助于戏曲等传统文化的传承和创新?

茅威涛:《新龙门客栈》的内核是传统的,只是我们选了一个“环境式”的演剧风格“包装”了我们的传统。譬如在第一幕贾延和邱莫言寻找遗孤的夜场戏,像极了传统戏剧中的《三岔口》,但又



►环境式越剧《新龙门客栈》是一种样式和形式上的探索,但并不意味着丢掉了传统的舞台表演,更不意味着放弃了剧种的本体

非《三岔口》。这便是所要去寻找的传统“四功五法”表达。

我们今天对于“创新”是存在着一些误读的,总认为“创新”是一种“无中生有”。实际上,戏剧是需要在场里和观众一起完成的,它应该是活生生的。所以所谓的创新与变化,也是它“物竞天择”“顺应环境”的一种类似生物学一般的进化过程。“传统”是怎么产生的?我以为所有经典的传统都是彼时的当下。

今天的年轻人从小就接触虚拟世界,平板电脑和手机是他们的玩具,他们比起现实可能更加熟悉虚拟,也更喜欢虚拟与现实交互的感觉,因此“环境式”“沉浸式”在当下能形成一定的需求。诚如合作方一台好戏的创始人汉坤最打动我的一句话——我们对标的是今天人的生活方式。我们试图探索和改变的也正是今天的年轻人对“看戏”这件事的理解。所以,今天我们如何看待传统文化?它应该在我们高速运转的城市生活中起到怎样的作用?人们应该把它摆在生活的哪个位置?这些才是我希望借助《新龙门客栈》这个作品来解答的。

傅瑾:关于如何争取年轻人,行业里大家讨论了几十年,我和一些艺术家的看法不一。我相信这个时代如果把传统做好仍然有市场。就像在近代中国的戏曲市场,真正的“顶流”仍然是把传统做到极致的名角儿。

在过去,很大数量的创新以失败告终,偶尔能做到,但也可能是表象。就像现在年轻人到底喜欢什么,难以用表面现象来判断。不要小看年轻人,社交平台兴起的“打卡”是很热,但对于艺术欣赏来说,一时的“热”有可能不持久、并不入心。所以我认为,不管看法和形

式有多少种,但最终目的殊途同归。即用“潮流”的手段创新固然重要,但一定要知道“创新”的终点在哪——那就是把年轻人吸引进来对我们的传统文化感兴趣。

我观察到一个有意思的现象,《新龙门客栈》有三组表演阵容,我看的是温州越剧团最年轻的一组演员。她们自己很清醒,同一舞台竞技对比,观众可能更青睐表演实力更强的前辈。那也就意味着,吸引观众、留住观众的,绝不只有形式上的创新,更是台上演绎传统的人。

所以从积极的意义上看,当下观众如若不满足于既有的传统呈现,那么就需要有新的、稳定长期上演的作品,来让今天的观众把抽象的喜欢落实到具象的作品人物上、继续深化这份喜欢,巩固观演关系,形成良性循环。很欣慰,借由这样的“环境式”“沉浸式”,新一代的演员已经有了自己的观众群。

洪见成:沉浸式演出的最大受众之一就是当下的年轻人。

年轻人喜欢的只是最新的概念或新技术的尝试吗?不一定。此前受到年轻人追捧的很多传统文化作品,不仅仅是新颖形式,更重要的是其展现出来的美和精神内核。包括其中一些主题的探讨,都是人们普遍在关心的,可以建立起观众尤其是年轻一代与传统文化、朋友、社群之间的共鸣和归属感。

《玉人歌》以肢体舞蹈和短歌念白为主,结合曲乐、弹唱等音乐的叙事表达,还有传统戏曲的元素,在音乐、表演、画面的意象流动中演绎故事,是一种溯源中国古典美学和东方戏剧传统的小歌舞演剧形式。虽然改编的不一定是所有人都耳熟能详的中国古典故事,但这种神

►杭州大剧院推出了一台“沉浸式国风环境演乐剧场”《玉人歌》,以肢体舞蹈和短歌念白为主,结合曲乐、弹唱等音乐的叙事表达,是一种溯源中国古典美学和东方戏剧传统的小歌舞演剧形式



隐怪诞的语言之美、叙事之美、戏剧程式之美,满足了现在观众尤其是年轻人对新鲜感的偏爱和个性化的追求。同时利用高科技光影等技术优势,观众们在观演过程中浸入历史梦境,游走在真实场景中,让传统文化更接地气,也让沉浸式演艺更具本土性。

当下需要为观众提供一个新的形式、或者说是一个理由来了解和参与传统文化。和过去的小剧场或是中国古代的勾栏瓦舍相比,“沉浸式”“环境式”不只是物理意义上的“近”,更突出“互动性”和“可复制性”。在沿袭传统的同时,今天的观众看“沉浸式”国风演出,互动体验会更强,甚至加入到剧情的发展之中、打通了各路感官,可以说身临其境了。

文汇报:如若“环境式”“沉浸式”的传统文化演出项目要进一步常态化,我们应该在哪些方面进一步发力?又应该注意规避什么?

傅瑾:我认为应该鼓励各大戏曲剧种、其他传统文化样式适度参与其中。回溯历史,传统文化的小型演出一直未曾断绝。反而是在过去一段时间里,我们更多地“集中力量造大船”,往往忽视了演艺市场的多样性。就像餐饮,大众既需要高端大气的大饭店,也需要有烟火气的小饭馆。而“环境式”“沉浸式”所上演的演剧空间,某种程度上就是“小而美”的饭馆,端上来的“菜”的口味卖相,不见得会比大饭店差。

而从市场规模看,别看一场演出观众只有百来人,可一周稳定上演五场,长期累积下来就是非常可观的市场。小成本小范围传统文化演出应像“星星之火”一样,最终为大作品、大项目的燎原谋求

市场增量。

当然,就像梅兰芳的幕后推手齐如山所说:“改而不良还不如不改。”艺术应当往上走,而不是往下走。不管是沉浸式还是环境式,应在更好地发挥传统优势上下功夫,让传统绽放光芒。

茅威涛:高尚的或许是思想,迷人的兴许是创造力,但戏剧本身应该是可爱的,是亲切的,是活生生的。所以,我以为这很有可能是未来的一种发展趋势,当然我也希望能是如此。

至于更进一步的发力和需要规避的问题,不管什么形式,万变不离其宗的一定是对作品的态度,对创作的虔诚。戏剧是一门综合艺术,它需要共同协作。同时,它又是一门非常当下的艺术,它需要青年人,青年人又往往非常个性,这是他们的优势却也是他们的弱点。我常说一代人有一代人的使命,一代人有一代人的历史,我希望年轻的艺术工作者们始终保持清醒,守住初心、坚定而又智慧地勇往直前。

洪见成:如今都在说一切皆可“沉浸式”,但“环境式”“沉浸式”对于剧场的改造或定位有时候是不可逆的,比如国风剧场,改造完之后如何更有效“复制”、如何精准定位?在进行这些尝试之前,都需要做好充足的调研和准备,要警惕“一时兴起”,而后无延续。

在此基础上,好的内容也需要很好的推广营销,才会有更多观众走进和买单。所以在充分了解观众和市场需求前提下,用观众能够接受的方式来推广传统文化,才能更好地走入常态化,有调查、有专业度、有持之以恒的坚持,能耐得住寂寞也能学会主动出击,避免形式华丽,内容空洞,才能走得更长远拥有更长久的生命力。

当乐评人成为网红

赵朴

唱片时代,“职业乐评人”曾经是音乐产业中不可或缺的一环。如今,当流行音乐进入短视频时代,乐评人成为网红,又会给乐坛带来什么?

不妨以当下风头最劲、争议最大的丁太升作为案例进行一番观察。

丁太升进入乐坛做唱片企划已有20余年,上综艺点评音乐也已经有些年头,因其点评言辞犀利,江湖上留下了“黑刀”的名号。今年始,丁太升在视频平台发力,通过B站、抖音、微信视频号等平台打造了“乐评短视频矩阵”。无论《早安隆回》《乌梅子酱》“泰裤辣”等歌坛热点、还是《声生不息》《天赐的声音》《乘风2023》等热门音乐综艺,他统统不放过,持续高能输出,终于在网友支持与痛斥的两极化争议中成了网红。

首先需要思考的是,网红丁太升的乐评靠谱吗?

翻看丁太升的乐评短视频,会发现一些显著的特点。

勤于耕耘,及时发声。丁太升善于追踪歌坛热点,他的视频往往与事件的发酵同步。很多歌迷在观看综艺或听闻某一事件后,会想在第一时间听到专家的评价解读,一方面希望补充背景知识信息,加深审美体验或事件理解,另一方面也以此为对照,鉴别自身艺术品位并寻求自我确认。丁太升的乐评往往在音综节目播出后数小时便能上线,及时满足观众。不过,他频繁大量的输出维持了热度,也不可避免地削弱了新意和深度。

言辞极端,注重表演。之前录制音

乐综艺时,丁太升就多次因为对歌手直言不讳指出问题引起风波,但基本上还算有理有据;现在自制乐评短视频,他逐渐放飞自我,由犀利走向极端,有些负面言辞已经丢掉了评论的品格而趋向“毒舌”。例如他点评某歌手“唱歌时的音色和她个人的文化水平一样,异常的干瘪、毫无亮点”,而谈到另一位歌手时说“她显示出无与伦比的高音品质……同时又有极高的审美”,这种“二极管”式的修饰容易调动观众情绪,掩盖逻辑漏洞,这是丁太升的策略。在抛出这些极端论调时,他时而慷慨、时而讥诮,视频清冷的调色配合他冷峻的神色,刻意营造“横眉冷对”的人设,此时,他是一位扮演“乐评人”的演员。

观点刺激,论证空虚。例如,他偏爱操弄话术来形容:“某某的(演唱)油量是不断变化的,有时候像三天没洗的脸,有时候像她吃肉没洗的锅”“某某唱歌时每一次张开双臂,总能看到尘土飞扬。那些尘土落在地面的油污之上,最后化作一片油浆的沼泽”,绘声绘色,让

观众在语言快感中自行脑补音画,颇有杀伤力,但没有说服力。

依凭经验,升华“审美”。丁太升乐评令人生疑的内在原因,在于他一方面想针对音乐作品本身展开评论,另一方面又排斥用音乐理论来分析解说,一味强调个人“审美(能力)”对音乐价值评判的决定性意义,而他所谓的“审美”又只能来自长期从业或聆听积累的经验的内化。既然这些经验来自音乐生活,也就无法用理性论证来解释,只可“我作类比,你来意会”。在他眼里,甚至音乐学者用专业理论来阐释音乐作品都是徒劳,他这样的“资深唱片企划”或少数他认可的业内人士才有流行音乐审美价值判断的能力。

从感觉经验出发评论音乐,这无可厚非,丁太升也没有傲慢到把自己的观点强加给受众,他总是强调“这是我个人看法”。然而,当他把经验提升至“审美”品味的高度,俨然缪斯护法的化身,无形中为自己的观点披上了不容置疑的圣衣。他那数十万粉丝、以及每个视

频动辄几十、上百万的播放量又提示我们,他们拥有可观的影响力。丁太升在乐评视频中毫不留情、甚至是夸大其词地指出乐坛明星们的问题,给他们祛魅。这种表演式乐评或许有趣刺激,但也不能偏听偏信。

丁太升乐评的意义何在?如果把丁太升的乐评是否可信这个问题搁置,我们其实不难发现他对当下乐坛的确有实际作用,这也是为何他的乐评不靠谱却依然不乏支持者的内在原因。

首先,丁太升的吐槽成为了歌迷的“出气孔”。可能很多“路人”围观丁太升并不只是想听他的音乐见解,而是来听他的花式吐槽。当他以尖酸刻薄的类比或汹涌的排比句痛斥某些当红歌手,大家第一反应是“爽”!这种爽感里,不排除有看骂战凑热闹的成分,更多的是广大歌迷对华语乐坛长期低迷的怒其不争,其中包括对大牌歌手霸占资源却拿不出优质作品的痛心、对音综沉溺于翻唱旧作的抵触、对饭圈文化的反感、对新人新作的失望等。尽管这

些问题的缘由和真实状态都很复杂,但歌迷们的怨气每每化作“华语乐坛要完”的悲号也并非空穴来风。丁太升现象背后,是歌迷们希望华语乐坛越来越好的朴素而真切的期待。

其次,丁太升敢于发表负面评论,是对艺人和演出制作方的鞭策,是对歌坛饭圈文化泛滥的抨击。音综节目里往往是一派祥和,艺人间互相捧场,导师、嘉宾也都变着花样夸人,在艺术层面大家仿佛都已臻于完美,只能靠一些无聊玩笑插科打诨,如此,节目办成了一潭死水,既无竞技感、又无话题度。丁太升是这潭死水中的鲶鱼,不做“夸夸团”,立“反派”人设。他当质检员,对尊卑处优的歌手们是一种刺激,那些毫无底线的商业互捧有了被拆穿的可能,粉丝再拥护、流量再汹涌,也要重视作品的质量,因为作品不好真的会有人骂。

歌手及其粉丝与乐评人有时会呈现为“敌对”状态。当乐评人指出歌手的不足,无论他如何强调仅从艺术表达层面探讨、并出于希望帮助歌手改进的

善意,都会被粉丝指认为对自家偶像的针对,质疑乐评人的动机。以前更多是粉丝在网络掀起骂战,现在,也有歌手在综艺或演唱会上自己出头,以针锋相对的姿态挑动粉丝情绪。丁太升的一些过激言论或许可以看作是饭圈文化对攻,他的“以暴制暴”获得了许多同样反感“饭圈”的歌迷支持。

其三,丁太升的鲶鱼效应,不仅搅动了音乐演艺圈,也引起了更多对乐评本身的关注。“丁太升现象”不仅是他个人那些爆火的视频,还有B站层出不穷的up主对他乐评的再评论以及弹幕里热烈的讨论。在这些次生视频中,如何评论流行音乐、如何建立有效的歌曲解读方法及品质鉴定标准,是大家讨论的焦点。且不说这些讨论能否得出令人满意的答案,单就讨论本身而言就是对音乐发展的促进,它让我们反思当下“唯流量论”的音乐评价标准,并认真考虑在自媒体时代重建“职业乐评人”这个唱片产业中曾经不可或缺的环节的可行性与必要性。

从上述这些意义上讲,丁太升对于当今乐坛而言,是稀缺的,正是因为社会对音乐的评价标准太单一,他才显得很出戏。尽管丁太升会发表一些不着边际的、刺激性的观点,但陷入低迷的乐坛需要他的活力与激情,以及他带来的思考与论辩。

(作者为流行音乐研究专业博士,杭州师范大学副教授)