

明星话剧不是市场不败的万能钥匙

□宋玉珍 陶璐

在这个经济快速发展的时代里,“商业化运作,产业化发展”的思路被运用到了社会的各个方面。其中,“明星制”这一商业手段所带来的巨大经济效益,使它越来越不安分于广告圈中,而是朝着生活的各个方面拓展进军。“明星主持”随处可见,“明星作家”也是屡见不鲜。如今,“明星制”也活跃到了戏剧的舞台之上,形成一派热闹非凡的景象。

当今话剧舞台上一些叫座叫好的剧目,都笼罩了一层明星的光环。在故事、主题、思想等因素的考虑之外,是否有明星演出成为了越来越多老百姓买票进剧场的重要原因。对于明星自身来说,回归话剧舞台是他们艺术上的一种追求。即使有着影视传媒的巨大诱惑,舞台也始终保持着它独特而不可替代的魅力。

近年来,随着中国文化产业化的进程,原本由国家统筹安排、全额拨款的国有话剧院团,不再仅仅是国家意识形态的宣传者,而且是公共文化消费中艺术产品的生产者。既然呈现于舞台之上的戏剧作品,它的一部分价值的实现,要靠进入流通领域,向观众(文化产品的消费者)售卖戏票取得,那么它也像其他工业产品一样具有商品属性,因此,必然要面临如何应对市场挑战的现实。而明星加盟就是其中一个迅速占领话剧演出市场的有效捷径。不可否认,当今话剧舞台上一些叫座叫好的剧目,如《四世同堂》《简爱》《窝头会馆》《喜剧的忧伤》等,都笼罩了一层明星的光环。在故事、主题、思想等因素的考虑之外,是否有明星演出成为了越来越多老百姓买票进剧场的重要原因。

明星话剧最早出现在上个世纪的90年代。那时因为受到影视产业迅猛发展的强大冲击,大量的舞台演员和观众都被拉进了电视电影的大潮之中,中国话剧的演出市场曾出现了一度低靡的萧条景象。话剧出现彷徨,但却并没有因此而停止。危险与机遇并存的时刻,明星开始登场。正因为电视电影走进了千家万户,影视明星变得家喻户晓,所以明星回归舞台的演出方式就重新把人们带进了剧场。“明星制”是商业戏剧的一个突出特点,明星话剧的萌芽伴随着商业戏剧而出现。1994年,在北京上演并引起反响的剧目《离婚了,就别再来找我》,是商业戏剧发展的源头之一。当时被炒得大红大紫,其中一个原因就是选用了演艺明星史可出任主演。另外,郑铮、姜文等影视明星陆续回归舞台,分别演出了《情感操纵》《科诺克或医学的胜利》等话剧。此后,雷恪生出演了《老顽固》,陈佩斯出演了《托儿》,葛优出演了《希望长安》,肖雄出演了《霸王别姬》,袁泉、陈数分别扮演了《简爱》,张凯丽、张丰毅出演了《这里的黎明静悄悄》,吕丽萍、孙海英出演了《培尔金特》,黄磊、孙莉出演了《暗恋桃花源》,凡此种种,众多影视明星在舞台上纷纷亮相,他们演出的话剧成为舞台上一道道亮丽的风景。曾成功运作《霓虹灯下的哨兵》《七十二家房客》《家》《雷雨》等一系列明星版话剧的知名电视节目主持人叶惠贤,在一次访谈中谈及“明星话剧”的话题时认为:“明星是硬道理。”而作为台湾当代戏剧的领军人物,《暗恋桃花源》的导演赖声川也曾说:“一个舞台剧质量好坏,其根本在于剧本,但一个舞台剧票房的好坏,起用明星制无疑是具有号召力和亲民性的。”现实证明,起用明星阵容,掀起了观众的热情,活跃了话剧市场,似乎成为了话剧制作的金科玉律。

对于投资方来说,明星加盟话剧,无疑可以吸引更多的眼球,从而提高人气,提升票房,具备更强的市场号召力,获得更多的经济效益。对于创作者来说,关注的目光可以成为他们投身戏剧艺术的一个动力,从而有效推动戏剧艺术的不断发展前进。对于观众来说,剧场成为了他们与自己喜爱的明星接触交流的另一种方式。而对于明星自身来说,回归话剧舞台是他们艺术上的一种追求。即使有着影视传媒的巨大诱惑,舞台也始终保持着它独特而不可替代的魅力。当与观众置身于同一个剧场时,演员面对的不再是冷冰冰的镜头,而是在咫尺的观众,两者间无声的交流不仅仅给予了观众灵魂的洗礼,也让舞台上的演员受到了心灵的净化。

在当代中国,影视明星原本很多就是话剧演员,舞台艺术的一气呵成和不可重复成为许多演员、尤其是明星考验演技的一个场所。例如雷恪生、焦晃、朱旭、濮存昕、奚美娟、吕凉、杨立新、徐帆、冯远征、何冰、张凯丽、宋媛媛、陶虹、秦海璐等演员,既是银幕上的热门明星,也是舞台上的实力演员。曾在明星版《雷雨》中扮演鲁贵,在话剧《四世同堂》中扮演祁老太爷,在《老舍五则》中串演多个角色的影视明星雷恪生,就曾在排练场上对记者说:“话剧是最过瘾的,这一点影视作品没法比。因为话剧是跟观众直接进行现场交流,火候拿捏得当的演员,就能让观众哭,能让观众笑,而且要大笑就大笑,要小声乐就小声乐。话剧的演出空间很大,影视剧受导演限制,你想这么演,导演说不行,要按他的,有时候你想调整一下再来过,导演说行了,就过了。可在舞台上呢,你可以按照自己的方式演。有时候演员在台上,觉得怎么好就怎么演,导演有什么意见,也只能下来再说了。”

明星能把观众拉回剧场,也同样能导致观众远离剧场。明星话剧的存在前提虽然是明星,但其核心竞争力仍然是话剧。事实证明,戏剧艺术的源远流长主要依靠剧本这一文学形式的代代相传。中国现代戏剧史上的代表作《雷雨》《茶馆》,历经几代不同演员的演出,依旧光芒璀璨,经典地位不可动摇。其中最主要的原因就在于剧本的价值。

但不可否认的是,明星话剧并不是市场不败的万能钥匙,在表面欣欣向荣的背后,其实潜藏着许多不良因素。明星话剧对于话剧的复兴来说是治标不治本的,若只想靠着明星效应来笼络人心,那迟早会一败涂地。因为任何过度消费的东西,都会令人起腻直至抛弃。因此,当我们看到明星话剧所带来的优势之时,也要对其所存在的劣势具备清醒的认识和高度的警惕。

首先,明星的流动性很大,明星话剧的制作团队和演出班子大多为临时组建,缺乏统一性和整体感。明星因为事务繁忙,活动较多,自然会在排练和演出的时间上受到限制。因此排完即散,欠缺与他人磨合的时间,从而会影响彼此之间的配合与默契,这对讲求团队合作的戏剧艺术来说是十分致命的。

其次,演出市场一味跟风、争相效仿,各路明星无论适合与否,都在舞台上票一把话剧,久而久之就会让观众感觉不到新鲜,甚至心生厌倦。“明星制”作为一种商业手段,在对经济、名利地位的考虑下,一味地加强其可视性和娱乐性,只会削弱戏剧本身应有的艺术品格。因此这种失衡后的明星话剧很容易成为哗众取宠的消遣品。要知道,明星能把观众拉回剧场,也同样能导致观众远离剧场。明星话剧的存在前提虽然是明星,但其核心竞争力仍然是话剧。

再次,明星的高额出场费导致了话剧制作成本的增加,影响到演出票价的制定。高额的票价吓跑了观众,浇熄了热情,从而间接影响了话剧艺术的发展和普及。而且,如果只考虑运用明星博得一时的市场效益,就有可能挫伤那些坚守在话剧一线、有生长潜力的其他演员艺术创作的积极性。

因此,明星话剧,并不是“明星+话剧”的简单运作,要获得明星话剧的成功,实现其良好的发展,就一定要取其所长,避其所短,使话剧艺术与明星制度珠联璧合,彼此辉映。

对于创作者和投资者来说,要以戏剧的艺术性为本,要重视话剧剧本的创作。事实证明,戏剧艺术的源远流长主要依靠剧本这一文学形式的代代相传。无论是古希腊不可企及的戏剧艺术,还是世界各国多姿多彩的戏剧文化,流传和交流的主要媒介,还是以剧本为主。例如中国现代戏剧史上的代表作《雷雨》《茶馆》,历经几代不同演员的演出,依旧光芒璀璨,经典地位不可动摇。其中最主要的原因就在于剧本的价值。好的剧本宛如衬托明星的夜空,它让明星焕发出耀眼的光芒,相反,差的剧本有可能让明星真的成了花瓶。所以,即使是明星戏剧,也要以剧本为主导。

另外,在对于演员挑选的问题上,不能只是一味追求明星的经济利益。而要考虑明星与角色的契合程度,明星参与排练演出的档期和态度。明星话剧,并不只是一种市场上的商品,若能平衡好艺术与商业之间的关系,依旧能够创造出戏剧艺术中的精品和经典。对于明星演员来说,要慎重选择,认真对待自己的排练和演出。演出如同仪式,严肃而神圣。舞台存在魅力,但更具挑战。明星参与话剧演出,不应是一种资历的炫耀,更不该是一种人气的炒作,而是演员对自己提出的一种更高要求,从而不断锤炼自己的演技,磨练自己的品格。因为演员最终能够抓住观众、征服观众的,不是外貌,不是炒作,而是铮铮的演技。例如话剧《李白》中,“李白”一角的扮演者濮存昕,就是在几十年、几百场的演出中不断磨炼,才有了今天如同把“李白”化在自己身上的一种演出状态,一种自然自在的潇洒风格。作为演员,只有扎实努力,强化自身舞台表演功底,才能保持自身的魅力。

对于观众和传媒来说,也要给予明星话剧以冷静、客观的评价,给予演出市场以正确、积极的导向,只有这样,才能够创造一个健康的市场环境,培育出更多的戏剧观众,营造良好的文化氛围,从而促使明星话剧朝着正确的方向迈进,为戏剧艺术的不断发展不断繁荣作出更大的贡献。



■关注话剧创作

话剧不能成为影视的“剩饭剩菜”

□厉震林

话剧与影视剧的博弈关系

2007年,在为纪念中国话剧百年而拍摄的大型电视专题片《海上惊雷雨》中,笔者在解说词中赞美道:“一部话剧被不停地搬上舞台,证明了它的经典性价值,但是,《雷雨》的经典,还体现在它已经成为了一种文化母题,被其他艺术样式不停地改编及其解构着。”

当时,由话剧《雷雨》改编的张艺谋电影《满城尽带黄金甲》正挟着“投资某亿”的“大片”威风,横扫全国电影院线,而由话剧《雷雨》改编的同名电视剧、电影、沪剧,记忆也不是十分的遥远,故有如此的感慨。

转眼5年之后,话剧已少有被改编为影视,而影视却成为了话剧的“母题”,被话剧“不停地改编及其解构着”。比如《武林外传》《潜伏》《双面胶》《步步惊心》《钢的琴》《让子弹飞》等。这些在荧屏和银幕上众所皆知的影视片,竟“穿越”到了神圣的话剧舞台。

自新中国成立开始,话剧长期具有一种美学“输血”的能量,许多经典的电影都是话剧改编的,诸如《万水千山》《风暴》《霓虹灯下的哨兵》《枯木逢春》等,均为在舞台上已经成名的同名话剧改编而来,话剧成为中国电影的一个重要题材来源通道。新时期以来,当中国话剧自身的“造血”能力逐渐疲软,原创文本无法自我满足时,它加大了作为艺术人文基础的文学作品的改编力度,而当文学也式微时,它对于社会的“对话”力量也日渐虚弱,无力构成公众精神生活的“焦点”效应,颇为吸引大众“眼球”的影视也就逐渐进入了话剧改编的视野。

“读图”时代已经到来,文字的想象性体验已经无法抗衡绚烂视听的享受。从某种意义上,电视电影等同于原来的短篇小说,电视连续剧则与长篇小说相类似。应该说,电视剧已经成为中国艺术市场发展最为成熟的领域之一,并具有了一种显著的社会思潮和文学艺术的“母题”功能。

新世纪前后,话剧主要是向影视领域提供高质而又丰富的演员资源,话剧院团由此也形成了一套演员的成长模式,即话剧演员为了经济收益的需要,开始都是迫不及待地从事影视表演,先表演电视剧,再到电影中显身手,等到名气若干,再回到话剧的舞台享受艺术。这样一波三折的表演历程,基本上是一个话剧演员成熟的过程,故而话剧界也就成为了影视表演产业的最大“出租户”,有的话剧院团基本上就是依靠如此“收租”生活。现在,话剧又向影视领域大量移植剧目,巧借影视的影响力来支撑话剧的市场。

“剩影响”与“剩收益”

出现话剧大量改编影视的现象,应该说有它自己的内在逻辑。从学理角度分析,文艺样式之间相互改编作品,乃是一种艺术领域共振共荣的正常现象。话剧本身的原创能量缩水,无力掀起公众社会的关注热情,或者说是制造社会共鸣“焦点”,从而借力走红的影视作品改编,并唤醒社会的再次“共鸣”,且由此达到一定的经济效益,如此也不失中国话剧发展的途径设计及其选择之一。

首先,话剧改编的影视作品,多为荧屏和银幕的成名作,例如《潜伏》《让子弹飞》《武林外传》,已是红遍大江南北的影视“大片”,其情节、人物和台词已为人们所熟悉并广泛议论。它们的文学内涵和美学品质相对扎实,故事大多具有一种人文的张力,人物性格充满着丰富性,台词有着破碎感和含蓄性,具备改编为话剧的某种优质资源身份。

话剧采取“成名作”的改编策略,有着务实的需求以及隐秘的动机。

在中外艺术历史上,口碑好、票房和收视率却较差的影视作品不在少数,同样相反的现象也不在少数。若干年前,上海曾经同时播出大陆电视剧《小井胡同》和台湾电视剧《红灯笼高高挂》,品质优良的《小井胡同》的收视率远远不及通俗言情的《红灯笼高高挂》,故而走红的影视作品不是高美学等级的“有效证明”。某知名电影人曾坦言:“票房不是到哪儿都是硬道理的。票房对市场、对公司、对投资人是硬道理”,“票房以拿电影作为艺术、表达想法来说,它往往不是个道理,它可以什么都不是”,“全世界的好电影,不卖钱的很多”。

但是,对于话剧改编来说,它大多选择已经“成名”的影视作品,因为它的一个或隐或显的动机,即是利用影视作品的重大影响,从而实现话剧的“剩影响”,至于影视作品的美学品质也许考虑,也许并不考虑。

这里,影视作品的“高知名度”,使改编的话剧构成“次知名度”的效应,再使排演的话剧青年形成“微知名度”的衍生效果,它形成了一条话剧大量改编影视的“成名”通道,也产生了某种意义上的艺术生产利益链。

其次,降低话剧市场运作的风险度。“成名作”策略的另外一个重要动机则是与经济收益率有关。由于影

视作品的高知名度,已经拥有先在的广告含金量,它在银幕和炭屏上的亮相,已经免费为改编的话剧作品作出了有效的前期宣传工作。

影视作品既然走红,必然催生一批铁杆“粉丝”,他们也极有可能成为改编话剧的潜在观众。出于对原先影视作品的喜爱,他们可能再次走进戏院,观赏话剧版的作品,尤其是原剧影视明星的话剧出演,对于“粉丝”的诱惑力更为强烈。

由此,与原创话剧比较,改编影视的话剧作品已经具有某种市场的先发优势,其市场票房也有着稳健以及更大的成功率,实现一种影视作品的“剩收益”效果。

再次,选择与社会热点有关的影视作品。电影是早已“登堂入室”成为了美学的“宠儿”,电视剧也开始出现了较为强烈的精品意识,在美学等级上也已经达到一定的高度。例如近几年来电视剧的不断老片重播,也折射了部分中国电视剧的经典价值。

“成名”的影视作品颇多,话剧改编则是根据自己的受众特点及其舞台表现的要求,大多选择与青年话剧观众能够产生审美共鸣的作品,或者说是青年白领、大学生能够感兴趣的作品,它未必是美学高品质的作品,却必须是时尚情调的热点之作,由此才能实现它的“剩影响”和“剩收益”。

策略与战略的混合

从上所论,话剧改编走红的影视作品,可以成为中国话剧发展的一条独特路线,它可以形成一种话剧发展的战略。但是,由于目前话剧的艰难生存处境以及文化地位的不断边缘,它在策略上则往往失去“章法”,也是人们发出“廉颇老矣,尚能饭否”的一个内在原因。

在目前文化产业化的“大浪淘沙”中,话剧确实颇受“颠簸”。笔者一直认为,可以做大文化产业,却应该少提文化产业化,一个“化”字将文化的精神功能也裹挟进了经济功能,本质主义的“表述”会使文化迷失它的方向。话剧为了生存需求,较难产生一种战略的定力,而更多地体现为解决基本生存功能的策略选择。应该说,话剧现状不容乐观,流行在舞台上的多为悬疑、惊悚、戏说、偷情等题材作品,甚至颇有当年“文明戏”回潮的迹象。《新民晚报》2009年8月29日《警惕话剧向“文明戏”倒退》一文中,丁罗军教授认为:“音乐、惊悚、搞笑之类的元素充斥当今话剧舞台,是因为有一批‘小白领’观众喜欢看。而且,目前话剧的作者也呈现低龄化的趋势。”如此迎合“白领观众”的趣味,它也是为了稻粮谋,更是一种无奈,也是一种能力“缺钙”的表现。因为真正具有美学创造力以及能够契合社会文化心理的艺术家,他总是能够生产一种不断创新的艺术思潮,乃是领风气之先地引导市场,而不是被动地迎合市场。

如此颇为脆弱的话剧文化生态,近些年来影视艺术也“入侵”了两次,一是电影明星领衔话剧舞台表演的现象,它使话剧逐渐疏远了小众特色,而接近了明星化、商业化和世俗化的大众文化市场环境;二是话剧大量改编影视的现象,由于它的出发点大多与市场票房有关,而与艺术关系较为疏远,也使话剧品质在一定程度上更加稀释。

话剧改编影视如果可以成为话剧的一个战略发展通道,为何人们对此总是表现出一种忧虑甚至不屑态度呢?除了在剧目选择上较为青睐一些市场走红却文化含量不高的影视作品,还有一个重要的因素则是在于改编的态度。对于影视作品的再度利用,它不是一种深度加工,而是放大了它的世俗和戏谑成分,将它作为与票房市场对接的重要元素。

一部作品改编是否成功,第一,它需要提供比原作更为深入的人文思考,尤其是将大众化的电视剧改编为话剧,更是需要构成一种“深度模式”,至少是能够保持原作品质的精华特点;第二,体现出话剧艺术的独特美感,而不是影视艺术的简约移植,从影视到话剧应是一种艺术形态的转变和提升。显然,目前影视改编的话剧尚未达到如此的美学要求,而是表现出一种浅显化、戏说化和粗糙化的生产倾向。

文化不同于普通的商品,它还有着民族精神引领的重要功能,因此,文化应该与教育、卫生一样,成为一种社会福利,而每一个纳税人都有权力享受高雅的文化。这里,出现话剧大量改编影视作品的现象,自然与话剧的经济生存状况有关,编写、导演和表演话剧赚钱少,不如改编来得高便利、高收益和低风险。为了省时省钱,改编也就成为生产工艺的流程,而不是一种生命的付出,它反过来又造成了话剧原创力量的萎缩。

电影明星参演表演,不应以一时轰动作为目标,轰动不是艺术的终极目标,而是关注表演文化对于社会精神的建构以及对于自身的提升与扩散效应。同样,话剧改编影视作品,也是如此。

因此,不能怠慢和轻薄改编,更不能够怠慢和轻薄话剧。话剧不是影视的“剩饭剩菜”,它需要的是强大的原创肌体。

创作与国际缺乏交流,对舞台美术的认识与国际脱节。舞台技术世界领先,但是舞美观念却是落后的。究其原因,他认为,国外戏剧的着眼点在于戏剧是群众参与的文化,而国内戏剧经常是政府出线,是一种政府行为,二者存在本质差别,其结果是直接导致国外戏剧舞美领域无法与国内对接,国外戏剧家甚至看不懂中国的戏剧舞台美术。

田青委员认为,我国20世纪60年代时有地方戏剧种将近400个,但是现在进入非物质文化遗产名录的只有不到200个。剩下的这些剧种在发展、创新过程中走的却是相同的路,所有剧种只要有钱,一定会请知名编导、舞美加入,然后请专业学院毕业却不懂得地方音乐特色的人编曲、配乐,然后加上各种西洋乐器、大型乐队,形成了各种地方剧种“歌剧化”的面貌。这就使地方戏的特色越来越少,所有戏迅速同质化。他认为,地方戏按照此种方式发展,未来就是死路一条。他认为,我们现在片面追求与国际接轨,片面认为声光电、大布景、大制作就是西方现在舞台美术的发展趋势,这其实是误解。戏曲中虚拟、程式化的表现手法和美学原则、写意的美学韵味是中国传统文化的精华,不能因为盲目的国际化而将这些民族的文化抛弃。谈及出现这一现象的原因,田青认为,现在的戏剧发展已经不是纯艺术、纯美学的问题了,而是文化资金分配和社会风气的问题,需要认识到这一问题的危害。

舞美创作应向艺术回归

□本报记者 徐健

近些年,中国戏剧舞台上出现的大制作、大布景、大投资倾向引起了全国政协会议文艺界委员的关注。

黄宏委员指出,现在大制作、大投资太多,把舞台艺术广场化,华而不实,只是停留在形式上,缺乏实质内容,最终受到损害的只能是艺术本身。

徐翔委员认为,舞台上任何一个布景、任何一种色彩,都应与戏剧的内涵发生直接联系,有理论的支撑,或再现生活场景,或表现氛围,或体现功能性、实用性。现在的大制作从专业角度看缺乏理论支撑,反映的是浮华、奢华。每4年一届的布拉格国际舞台美术展是国际上有影响力的舞台美术展,每届都要评出一个国家奖、20个单项奖,这些奖项集中体现了各个时期世界舞台美术的最高水平和艺术趋势。自上世纪80年代以来,中国历届都组织代表团参加这一舞美界的盛会,但是迄今为止,没有拿到过一个国家奖、单项奖。在他看来,我们的舞美