

## 文艺工作座谈会召开十周年

## 音乐剧：激发市场主体活力 开辟广阔艺术空间

□周映辰



音乐剧《在远方》剧照



音乐剧《当爱已成往事》剧照

近十年来，中国音乐剧展现出蓬勃发展的态势。据统计，仅2023年以来，新创及复排的音乐剧目已逾百部。显然，经过多年精心培育、细心维护、耐心开拓，中国音乐剧已经获得足够的发展空间。从中我们可以清晰地看到来自音乐剧市场主体的创作主体、表演主体、经营主体、消费主体和监管主体的通力合作，而音乐剧人的创造性劳动以及都市观众群体对音乐剧的热情，在其中起到了极为重要的作用。只有持续保持足够的清醒，整合各种主体力量，为创作出真正的艺术精品提供空间，才能用优秀的音乐剧作品更好地服务人民，回应时代的要求。

回顾音乐剧近年来的发展状况，我们可以看到，不少演艺团在积极整合原有的歌舞、曲艺与话剧领域的人力资源整合进行音乐剧创作。这不仅使得原创音乐剧数量大幅增加，而且使得音乐剧作品呈现出多元化特点。比如，有的剧目凸显出表演者优秀的舞蹈能力，有的剧目因为戏曲演员的加入，使作品具有了鲜明的戏曲味道，等等。音乐剧的包容性和丰富性在此得到了充分体现。一些来自不同背景背景的演员，因为这种包容性而逐渐成长为音乐剧“明星”和“票房保证”，这在以前是很难想象的。

音乐剧(MUSICAL)作为20世纪在欧美国家逐渐发展并成熟起来的戏剧形式，自上世纪80年代开始，一些演出团队与作品陆续进入中国演出市场，在“北上广”几个大城市引起了观众的关注与兴趣。虽然在搬演西方经典音乐剧的同时，国内艺术团也开始了中国本土音乐剧的创作实践，但因为公演的作品少，普及度有限，人们常将音乐剧视为与歌剧相似的所谓“高雅艺术”，或是“中国戏曲的现代化”。也就是说，在相当长的时间内，我们其实对音乐剧的属性，或者说音乐剧的“质的规定性”的认识存在着不小的局限，这自然会影响到音乐剧在中国的发展。事实上，只有对音乐剧的属性有透彻的认识，并在此基础上完成音乐剧的本土化实践，才可能用音乐剧讲好中国故事。而讲好中国故事正是音乐剧进行本土化实践要达到的目标，本土化实践又促成了中国故事在音乐剧中的表达。由此，我们才拥有了真正属于中国音乐剧的国内、国际两个市场。

## 坚持本土化过程中音乐剧美学品质的提升

中国有着悠久的歌舞叙事传统，它潜移默化地影响着中国音乐剧的生成与发展。音乐剧的民族化、本土化，无疑是原创音乐剧发展的根本途径。音乐剧进入中国，中国的戏曲界、歌舞界虽然对它表示出浓厚的兴趣，但对其所具有的独特美学要求却没有给予充分重视。应该看到，中国的歌舞传统，一方面为中国音乐剧发展提供了坚实基础，一方面也对音乐剧本土化过程中完善自身的美学品质增加了难度。其突出的表现是，在音乐剧舞台上，经常出现两种戏剧样式叠加的现象，一些音乐剧在宣传时甚至直接冠名为“音乐话剧”“戏曲音乐剧”等。截至20世纪末，我国的音乐剧创作明确打出“音乐剧”旗号的只有《山里的游戏》《鹰》《秧歌浪漫曲》《四毛英雄传》《白莲》《未来组合》《天使不夜城》等少数剧目。显然，只有在尊重、遵循音乐剧本身的美学属性前提下，创新和发展才会成为可能。

21世纪以降，北京舞蹈学院首先出现了中国音乐剧的专业本科教育，私营文化演艺公司也开始积极推动中外音乐剧作品走入演出市场，音乐剧民间行为逐渐转向专业化、优质化的创作实践。接受音乐剧专业教育的大学生开始进入演出市场，与此同时，“明星效应”逐渐显现，一批青年演员与幕后制作者成为音乐剧行业的中坚力量，音乐剧创作者在全球化文化背景下

积极探索其主题立意、叙事语汇等编创手法，重视艺术观念的现代性与当代性表达，逐渐推出了一批如《钢的琴》《大闹先生》《锦绣过云楼》《在远方》《报童》《绽放》等优秀的富有时代特点的音乐剧作品。回望中国音乐剧的发展之路，可以清晰地看到这些作品的专业化特点，即它们是中国音乐剧，是新时代讲述中国故事的音乐剧。

## 在跨界与整合中前行

21世纪第一个10年，中国音乐剧作品呈现出明显的“跨界”“借鉴”的风格。形成这些现象最重要的原因是，音乐剧创作群体中大多数人的“技术”积累与艺术实践来自歌剧、舞蹈或者戏曲，像《日出》《五姑娘》《赤道雨》《中国蝴蝶》《冰山上的来客》等，有些作品甚至直接从别的舞台形式移植过来，然后根据剧情需要加上了必要的音乐或舞蹈，以此强化其音乐剧属性。批评家们注意到，这些作品更多表现出民族歌剧的气质，因为其歌词风格、音乐创作与表演形式与民族歌剧缺少必要的“边界感”，而演员所使用的民歌唱法或者美声唱法也与歌剧没有明显区别，这就使得这类音乐剧形式较难树立自身独有的气质。当然，音乐剧允许跨界甚至鼓励跨界，而且这种跨界也是音乐剧本土化过程中的重要实践环节。但如何在跨界中成就属于自己的艺术形式，完成自身使命，显然是个难题。

2010年之后，随着音乐剧专业教育的快速发展与高频高效的国际文化交流，音乐剧专业人才慢慢积累了一定的规模群体，对音乐剧艺术的研究与实践逐渐深入。这一时期出现了许多可圈可点的作品，如根据小说改编的《大红灯笼》、颂咏历史人物的《锦绣过云楼》《元培校长》《火花》等，这些作品对前期的音乐剧创作既有继承又有发展，继承了传统戏曲的清风正气，但又勇于创新，富有现代感。而像《犹太人在上海》《当爱已成往事》等作品的出现，则让我们看到了流行音乐叙事在音乐剧中的巨大潜力。音乐剧作品多元化态势明显，最重要的是，音乐剧专业群体的创作视野迅速拓展与提升，自觉实现了对音乐剧质的规定性的文体构建，其叙事风格与叙事节奏在借鉴西方音乐剧艺术的基础上，很好地展现出了中国音乐剧独特的审美范式，这是中国音乐剧跨界融合进步的体现。

21世纪第三个10年伊始，各领域的文艺创作繁荣发展，同时伴随着线上播放走向成熟，原创音乐剧的制作与传播也获得了新思路。根据网络数据抓取与各级文化部门的艺术基金公示，近三年来，中国音乐剧公演的剧目平均每年在80到100部之间，2023年公演的中国音乐剧作品达102部之多，其中原创首演32部，国外引进首演14部，复排复演56部(含国外引进复排22部)。这为我们透视音乐剧本土化发展建设，提供了充足的案例。

## 艺术类型的开拓与艺术追求的提升

近年来，中国音乐剧在主题选择、风格定位、创作技法等方面，总的来说可分为两种类型：一是弘扬主旋律的主题创作作品，因为资金投入较大，它的制作相对精致，但对艺术空间的探索较为谨慎；二是以经济收益为目的的商业性作品，这些作品视觉投入多寡而调整制作体量，当投入较大时，其对艺术空间的开拓便较为执着。众所周知，在戏剧作品的类型划分上，以内容分类可划分为悲剧、喜剧、正剧，按作品所写的题材可分为历史剧、儿童剧、现代剧、社会剧等，按流派可划分为象征主义戏剧、存在主义戏剧、荒诞派戏剧，等等。但

迄今为止，探讨中国音乐剧艺术样式、类型的划分却没有相对统一的标准，对这一问题的探索亦是围绕中国音乐剧艺术发展中不可或缺的一环。从一个侧面说明，关于音乐剧的艺术批评，多停留在浅层次。

商业性作品惯于迎合都市大众审美心理及城市消费需求。据调查，中国音乐剧的受众多以年轻人为主，这部分人群有一定文化素养和经济消费能力。依据市场导向而创制的音乐剧，凸显了其大众化、娱乐化的本质属性，满足了大众对直白轻松的娱乐性与趣味性的追求。这类型的主要题材有：影视改编类，如《灵魂摆渡之永生》《隐秘的角落》等；文学作品改编类，如《画皮》《家》等；悬疑类，如《嫌疑人X的献身》《猎罪图鉴》等。不可否认，商业性音乐剧在叙事风格、歌舞演绎、舞台设计等方面敢于大胆创新，但随着越来越多的商业化尝试，作品同质化倾向也较为严重，要想不落窠臼，则需要主创们日益精进艺术观念与审美素养。相较于而言，近年来弘扬主旋律的音乐剧作品在叙事方式与舞台呈现方面开辟了更多可能性。此类题材音乐剧已占中国原创音乐剧的半壁江山，它们主要取材于革命事件、历史人物、英雄道德楷模事迹等凝聚爱国主义理想与进步思潮的现实题材。这些作品将个体成长融入时代记忆，展现家国情怀、弘扬时代精神、回应当代社会主流价值观。如近年来上演的《解忧公主》《忠诚》《红梅花开》《理想之城》等作品，创作者进行了富有时代气质的艺术设计，体现出高度的文化自觉与敏锐的时代感知，在艺术表达与市场认可之间找到了平衡点，凭借其优秀的艺术品质越来越多地赢得了市场。

## 开辟新篇章，回应时代要求

在科技发达、舞台技术快速更新的时代，内容创作的重要性不是降低了，而是升级了，否则极容易突出高科技与旧观念、新技术与旧内容的反差。必须清醒地认识到，弘扬主旋律的作品能否实现更真实生动的人物刻画、更丰富多彩的情节设置、更新颖的结构意识，将从根本上决定一部音乐剧的艺术价值。

作为一门高度综合的艺术形式，音乐剧在内容、形式、技术等诸方面，都需要开辟新篇章。正如习近平总书记在工作座谈会上的讲话中指出的：“优秀作品并不拘于一格、不形于一态、不定于一尊，既有阳春白雪、也要有下里巴人，既要顶天立地、也要铺天盖地。只要有正能量、有感染力，能够温润心灵、启迪心智，传得开、留得住，为人民群众所喜爱，这就是优秀作品。”

比如连续演出多年的音乐剧《大闹先生》《绽放》等作品，在综合创新方面，进行了极富启示性的实践：一些观众在走进剧场之前，可能认为这些作品的主人公将会站在道德、文化、历史制高点上对观众进行训诫，走进剧情才发现，主人公是在和观众进行对话、交流，是用歌舞的形式与观众谈心。走出剧场时，观众已经深深理解了主人公的行为动机，认同了主人公的理想，并因此可能对自己在当代语境中的“知”与“行”进行有意义的省思。一种深沉的共情由此诞生，如何在新时代重新定位个人与时代的关系并发展出真正的家国情怀，会成为一个个真正的命题被长久记忆。需要看到，这些作品正是在在守正与创新之间，探索艺术真实与现实真实的关系，这要求创作者必须具备宽广的艺术视野与强大的审美能力，必须有效地把握音乐剧本土化与国际化的关系，并依据音乐剧自身的独特审美范式在现实中进行艺术抽象，在习以为常的观念和常规中寻找破局的可能，开辟新时代主旋律音乐剧的新篇章。这是时代的要求，更是中国音乐剧自身发展的必然要求。

(作者系北京大学教授、音乐剧导演)

## 「汉服热」现象的流量密码是什么

□李有军 徐楠

## 文艺深一度

近些年，随着“国潮热”“新国风”持续兴起，汉服从个性化的服饰体验成长为风靡全国的特色产业，“汉服经济”呈现井喷式增长态势。以西安、南京、洛阳为代表的具有深厚历史底蕴的文化古城，随处可见身着汉服的游客徜徉其间，俨然成为一道独特的文化景观。可以说，身穿汉服前往悠久历史的古城打卡旅游，感受传统与现代交织的都市新生活，逐渐成为当下人们日常旅游休闲的一种流行风尚。此外，汉服也吸引了许多来华旅游的外国游客，他们也身着汉服，乔装打扮一番来感受属于中国人的“浪漫”。由此，面对当前热度不减的“汉服热”现象，我们不禁要问，其根植的流量密码是什么？

汉服是中华民族服饰的文化符号之一，凝结着华夏儿女民族精神的文化认同。习近平总书记强调，中华文明源远流长、博大精深，是中华民族独特的精神标识，是当代中国文化的根基。传统汉服是华夏文明的典型表征，蕴含着深厚的历史文化底蕴，彰显着中华民族的文化传统、审美趣味和伦理观念。“汉服”又称华夏服，孔颖达在《春秋左传正义》中曾记述，“中国有礼仪之大，故称夏；有服章之美，谓之华”。汉服清浅平易，蕴含着古人追求“仁、义、礼、智、信”的为人处世之道。《诗经·秦风·无衣》有云“岂曰无衣？与子同袍”，汉服文化爱好者经常互称“同袍”，意在表明彼此相近的文化身份认同。自古以来，汉服就承载着国人对于服饰之美的独特想象，保存着中华民族悠久而深厚的历史记忆，是深入国人内心的文化基因。中华民族向来尊崇自然，“天人合一”思想作为我国古代传统文化的核心命题，较好地体现在汉服的设计之中。其实，在世界范围内来讲，国家通过服饰系统强化与提升人们对本民族文化认同的认知，对个体身份的认同，这一现象广泛存在。在全球化的今天，汉服无疑是铸牢中华民族共同体意识的理想载体。汉服素以深厚的文化内涵设计与精致工艺享誉国内外，对我国服饰文化的整体性审美发展与嬗变产生了深远的影响。当前的“汉服热”现象，体现了人们对汉服所代表的优秀传统文化的精神认同。

汉服承载着中华优秀传统文化，以“汉服热”为代表的传统文化开启“破圈之旅”，折射中华优秀传统文化强大生命力，标志着中华优秀传统文化的审美复归。一袭汉服连接着传统与现代、过去与未来，既承载着厚重的历史与文化，又彰显着年轻一代的文化自觉与文化自信。汉服消费者以“90后”“00后”青年群体为主。当代年轻人热爱汉服，也并非小圈子的“圈地自萌”，而是与年轻一代对传统文化的深沉热爱密切相关。在当代青年的精神认知世界里，“汉服”不再有“落伍”“保守”的符号意义能指。相反，他们将穿汉服视为一种极具创意的个性表达，“穿汉服游古城”成为较好的选项。可以说，人们对中华优秀传统文化的传承和赓续，尤其当代青年作为着装的“主力军”，一定程度上标志着传统文化审美的回归。作为“生在红旗下，长在春风里”的青年一代，繁荣强大的祖国成为他们自信自立的基石，这种源于国家经济、政治等诸多方面的文化自信，构成他们身着汉服时不再以往着汉服时的“落伍、保守”之感。相反，穿汉服成为青年一代自然而然的一种服饰选择。在这个意义上，汉服这一标志着中华优秀传统文化的符号，也成为他们彰显文化自信的理想表达形式。更进一步而言，“汉服热”意味着传统服饰寄寓的文化审美精神得到了当代人的认可，诸如汉服彰显的含蓄和美、典雅大气、飘逸华丽，给人们带来充盈的服饰美学享受。汉服产业作为文化与时尚的融合代表，具有广阔的发展空间。“汉服热”催生的“汉服经济”，带动了相关文化产业的增长，拉动了文化产业消费，形成了服饰、美妆、影视、动漫等行业的共同发展。事实上，市场消费行为无疑是人们最直观的文化认同体现，这一行为本身就体现了“二重性”消费特质，一方面就汉服商品消费本身，同时也暗含着消费者对汉服文化符号意义所指的认同。近年来，国家在教育、媒体、旅游等领域大力弘扬汉服文化，各大城市推出了“汉服文化节”“汉服秀”等活动，为“汉服经济”发展搭建多元化平台。“着汉服、挽发髻”的古典风韵在各个古城复兴，这不仅是中华优秀传统文化的传承与弘扬，更是文化与旅游深度融合发展的生动写照。依托移动互联网平台，汉服爱好者通过图片、视频等方式分享汉服穿搭、摄影等汉服体验，进一步扩大了汉服“线下”地理空间与“线上”虚拟空间的受众影响力，吸引更多人加入汉服爱好者的行列。在抖音、快手等短视频平台，汉服景点打卡、汉服体验馆、妆造约拍推荐等话题搜索量居高不下。诸如“汉服妆造”成为西安、南京、洛阳等城市游客不可或缺的体验项目。事实上，“汉服热”现象，亦从一个侧面凸显了传统文化的“中国式现代化”面向。人们热爱穿汉服、做汉服，也并非全盘复制传统汉服服饰，更多是在提取其契合当代人审美的服饰，其间凝结了新的文化创意。“汉服热”，“热”的背后也有着创新助力，汉服产业能够做到在继承中创新，本质上凸显了中华优秀传统文化坚持创造性转化、创新性发展的可喜成果。

得益于国家对中华优秀传统文化的重视和大力推广，“汉服热”亦充当了宣传中华文化的魅力窗口。汉服正在大踏步地走出国门，近年来，汉服品牌出口量增大，销往更多国家和地区；在短视频平台，我们时常会看到中国留学生身着汉服出现在纽约、巴黎、伦敦等城市的街头，他们自信大方地展示着汉服之美，得到大量外国友人的称赞，这也是青年一代用自己的方式在进行着跨文化传播。无疑，“汉服热”在推动“汉服经济”快速发展的同时，也促进了中华优秀传统文化的国际传播。从这个意义上讲，汉服属于中国，也属于世界。

(作者李有军系西北大学文学院教授、博导，作者徐楠系西安市艺术研究所副研究员)



身着中国古代服饰的外国人与中国儿童合影。新华社记者 陈爱平 摄

## “美美与共——中国民主同盟盟员美术作品展”在京举办

本报讯 为庆祝中华人民共和国成立75周年、人民政协成立75周年，由中国民主同盟中央委员会与中国美术馆共同主办的“美美与共——中国民主同盟盟员美术作品展”日前在中国美术馆举办。

展览分为新民主主义革命时期、社会主义建设时期、迈步新时期、奋进新时代四个篇章，涵盖了中

画、油画、版画、雕塑、书法、工艺美术等门类，共汇集了不同历史时期的盟员美术作品150余件。其中既有刘开渠、滑田友、曾竹韶、刘海粟、潘天寿、吴作人、李苦禅、陈之佛、庞薰琹、蒋兆和、何海霞、赵望云等名家代表作品，也有当代优秀民盟美术家，如吴为山、范曾、陈振濂、刘万鸣等人对本次展览专门创作的

精品佳作。

展览通过历史脉络梳理，展现了民盟盟员美术家的艺术创作道路，号召广大盟员美术家继承民盟光荣传统，以更饱满的热情，为书写中国式现代化时代新篇章作出更大贡献。

(路斐斐)