

以戏曲动漫为切入点 让传统戏曲走进孩子心中

本报记者 高爽

核心提示 当古老的戏曲与时尚的动漫结合起来,当传统的演出方式与数字化的传播手段结合起来,会产生什么样的化学反应?辽宁省“戏曲动漫进校园”活动的丰硕成果,让人看到了数字化时代传统文化普及与推广的新途径和新场景。

位于沈阳市怀远门内的文馨苑小剧场,一直是传统艺术形式展示的重要阵地。1月20日下午,这里举办了一场特别的演出——“辽宁省戏曲动漫进校园成果展演”。特别之处在于:舞台上的绝大多数演出者都不是专业戏曲演员,而是学戏不过数年甚至只有几个月的大中小学生;观众不仅包括坐在演出现场的数百位,还有通过互联网观看网络直播的数十万人。

2017年8月,中共中央宣传部、教育部、财政部、文化部联合发布《关于戏曲进校园的实施意见》。此后一年多的时间里,“戏曲进校园”活动在全国蓬勃开展起来,由文化部全国公共文化发展中心牵头开展的“戏曲动漫进校园”正是这项活动的一个创新形式,我省成为全国十多个“戏曲动漫进校园”的试点省份之一,同时也是辽宁省委宣传部开展的“戏曲进校园”活动的重要组成部分。

本次演出,既是“戏曲动漫进校园”活动的成果展示,同时也是一次活动的情景再现,演出中间穿插着戏曲知识互动问答,剧场变成了课堂,在传递戏曲艺术之美的同时进行知识普及。

1 80场活动 种下戏曲艺术的种子

演出前,记者在后台走了一圈儿,看着跑来跑去的孩子和一直在维持秩序、挨个给孩子们穿戴行头和化妆的老师,无法想象这将是一场什么样的演出。

很出乎意料,锣鼓点儿一起,伴着胡琴声,小演员们仿佛进入了另一个时空:不到10岁的小“薛湘灵”唱起了《锁麟囊》,稚嫩的声音里有程派独特的幽咽低回的韵味;8个小“沙奶奶”一起唱《沙家浜》,握起小拳头,怒目圆睁,也是有模有样……

19个节目,既有《三岔口》《铡美案》《定军山》等传统戏,又有《智取威虎山》《红灯记》等现代京剧,还有《梨花颂》《中国京剧》这样的京歌,涵盖了花旦、武旦、花脸、武生、武丑、老旦、青衣等多个行当。来自沈阳、丹东、朝阳等地十余所学校的130多名小演员的表演,让人看到了戏曲文化在辽宁的丰厚土壤,更对其未来的传承充满希望。

这些正是“戏曲动漫进校园”活动结出的果实,本次演出的主办方——辽宁省文化演艺集团(省公共文化服务中心)党委书记韩伟介绍,戏曲是表现和传承中华优秀传统文化的重要载体,2017年,国家四部门发起的“戏曲动漫进校园”活动,其目的正是弘扬中华优秀传统文化,增强文化自信,促进戏曲传承发展。专业的戏曲工作者进校园演出,只是活动的一个方面,让戏曲知识进课堂,让孩子们真正了解戏曲、喜欢戏曲,也同样重要。“戏曲动漫进校园”活动,用孩子们喜闻乐见的方式来进行课堂教学,把经典的戏曲片段做成动画片,围绕戏曲的“唱念做打”展开寓教于乐的互动体验,让学生在潜移默化中接受传统戏曲的熏陶,有效地促进了传统戏曲的保护、传承和创新。

记者从当天参与演出的学校了解到,好几所学校都是在“戏曲动漫进校园”活动后,看到学生们对戏曲产生了极大的兴趣,于是成立了戏曲社团,给小戏迷们提供继续听戏、学戏的阵地。

到2018年年底,我省的“戏曲动漫进校园”活动已经开展了80多场,惠及近5000名中小学生在内,撒下了一片戏曲艺术的种子。



丹东市金山小学学生表演京剧《八大锤》片段。



“辽宁省戏曲动漫进校园成果展演”现场,沈阳市文艺二校学生正在表演。

2 90分钟的戏曲课让孩子们爱上京剧

“‘蓝脸的窦尔敦盗御马’,窦尔敦的脸谱是这样画的。为什么他的眼睛旁边有一个钩子的形状?因为他使用的兵器就是虎头钩……”互动环节,沈阳师范大学戏剧艺术学院青年教师苗瑞珉举着四张京剧脸谱走上舞台,跟场下的观众互动。“红脸的是关公,黑脸的是包公,白脸的是曹操!”台下的观众反响热烈。

作为“戏曲动漫进校园”活动的授课教师,这样的互动教学方法苗瑞珉早已运用纯熟:“每一场活动时长90分钟,需要5名教师,台上一位主讲,两位助教,他们穿戴一身行头,让孩子们很

直观地看到戏曲人物形象;台下还有两位老师负责现场音响和组织学生现场活动。”学生们先观看10分钟左右的戏曲动画片,一般会选传统京剧《三岔口》,然后结合动画片讲解剧情、故事背景和京剧的基本知识,什么是“生旦净丑”,什么是“唱念做打”,什么是“手眼身法步”,什么是中国戏曲特有的虚拟性,推门、拔门、虚拟动作怎么做,观众应该怎么叫好,且角的小碎步怎么走,花脸怎么捋髯口,所有的内容都是通过互动来完成的,现场很热闹……”苗瑞珉介绍。

记者回看了2018年10月31日在沈阳市天山一校进行的戏曲

动漫体验大课堂视频,学生们的参与热情高到极点,为了争到上台表演的机会,后排的孩子生怕老师看不到,恨不得跳到凳子上。

“用动画片来讲戏曲,符合孩子们喜欢听故事的特点。看起来似乎是两种完全不同的艺术形式,但我觉得这两者之间又是高度契合的,京剧的夸张与高度凝练,很适合用动漫的形式来表达。”苗瑞珉说。

本次演出中,沈阳市朝阳一校表演了两个节目,实力不俗。该校的艺教主任肖菲菲介绍说,朝阳一校是一所百年名校,又坐落在老沈阳的“皇城根”下,一直有着对学生进行传统文化教育

的传统。学校很早就成立了京剧社团、评剧社团,定期请专业的戏曲演员来为学生辅导,“学戏曲的孩子,吐字发音清晰,姿态和举止优雅,整个人的精气神都不一样。”但是,以前我们的社团活动还只能针对一小部分热爱戏曲同时又有天赋的孩子,而戏曲动漫进校园则会影响到更多人,这是一项更具有普及意义的活动。

是的,孩子们中的大部分未来不会从事与戏曲相关的职业,也不一定能够成为戏迷,但这90分钟与京剧的相遇,会让他们对国粹多一份了解、一份敬意、一份亲近,不会再用简单的一句“听不懂”把它推开。



“戏曲动漫进校园”活动中,戏曲老师正在给学生授课。



“戏曲动漫进校园”活动中,戏曲老师正在给学生授课。

3 三件戏服打开了对传统文化的探究热情

“俺好似惊鸟绕树向空枝外,谁承望旧燕寻巢入画栋来?今日个欢喜遇知音在,这相逢异哉!恁相投快哉!待俺慢慢地传与恁一曲霓裳播千载……”互动环节,沈阳师范大学戏剧艺术学院张洪涛手持折扇上场,一段昆曲《长生殿》里的经典唱段颇为惊艳,却也曲高和寡,场下不少年轻观众脸上写着不解。

不过,张洪涛接下来的戏曲服饰展示就很受欢迎:“这是一件明代贵族之家女性的日常服饰,丝绸质地,整套衣服是12

朵苏绣的圆金图案,精致的丝织品叫作锦,在锦上绣花就是锦绣,成语中的‘锦上添花’‘锦绣文章’就是从这里引申开来的……我们现代人穿的丝绸衣服,一般都是亮光的吧?古代的丝绸服饰,却是要把亮面做成衣服里儿的,这正是中国传统文化讲究的含蓄蕴藉……”

生动有趣的讲述中有满满的知识点,观众既饱了眼福,也饱了耳福。观众中有80多名来自台湾的大学生,作为“台湾大学生中华文化研习营”的成员,他们正在沈阳开展两岸青年文

化交流活动。3名同学获得了上台试穿戏服的机会,跟着张洪涛的示范,很快进入了角色,摆出了各种生动的舞台造型。“这些知识很有趣,以前没有听说过。在台湾也会听到歌仔戏、布袋戏等传统戏曲,京剧几乎听不到。今天听的这些戏,大部分听不太懂,但觉得很好听、很美,有的故事也很熟悉,像《女驸马》,两岸的文化毕竟是同根同源的。”陈盈秀同学说。

张洪涛在大学里主讲本科生的选修课《戏曲鉴赏》。他认

为,中国传统的戏曲文化内涵极其丰富,故事、唱腔、舞台艺术表现形式,可供研究的内容太多了。在进行戏曲文化的普及和推广过程中,必须针对不同文化层次和文化背景的受众,找到最适合的传播方式。针对大学生群体,可以突出戏曲艺术的文化含量;针对普通市民群体,可以更加通俗易懂,突出娱乐性;而戏曲进入中小小学校园,更应该突出趣味性,让孩子们慢慢地接受,然后产生进一步探究的兴趣,戏曲动漫,就是一个合适的切入点。

4 两年实践探求出更多戏曲普及之路

当天演出结束数小时之后,文化和旅游部全国公共文化发展中心“国家公共文化云”上的后台数据显示,同步观看网络直播和直播回放的人数累计达到了40万人次,也就是说,这场演出的受众面远不止现场的数百位观众。

辽宁省文化演艺集团(省公共文化服务中心)下属的辽宁省文化艺术研究院是我省“戏曲动漫进校园”活动的组织者,院长梁海燕介绍,全国公共文化发展

中心对“戏曲动漫进校园”活动的管理是非常规范和严格的,每一场课堂教学都要录制完整的视频以备验收,参与教学的教师必须有戏曲专业工作者的资质,同时还要进行上岗前的培训,这些都保证了活动的扎实有效,同时也积累起了一支水平较高的师资队伍。

从戏曲动漫化,到戏曲动漫进校园,再到戏曲演出的网络直播,每一个创新的做法,都会带来一次观念的提升。梁海

燕说,“头两年,我们做的是‘点’上的工作,随着影响力越来越大,现有设备和人员已经无法满足越来越多学校的授课需求。在2019年,我们会将重点放在‘面’上,在各地市做示范教学课,以培训教师为主,让学校的艺术教师和更多的专业戏曲工作者参与进来,惠及更多的学生。”

“戏曲动漫的形式不仅孩子们喜欢,大人也有兴趣;不仅可以进校园,也可以进社区、进乡

村;不仅可以讲京剧,也可以讲评剧、辽剧。我们已经制作了32个动漫专题片,它们都可以成为普及和推广戏曲文化的切入点。”

“这次展演在网上直播取得的成功,也给了我们启示,下一步,我们还可以上传更多的现场教学视频,办儿童戏曲春晚……”

显然,两年的实践,让活动的组织者发现了戏曲文化推广与普及的更多路径。

文艺微评

编者按:近日,一则春节档动画喜剧电影《小猪佩奇过大年》的宣传预告片《啥是佩奇》火爆刷屏,借助网络社交平台完成广泛传播。这则短短几分钟的微视频何以取得如此传播效果,其创意背后隐含的文化内涵又是如何触动了各代际人群的心理,听听评论家们怎么说。

还原了现代化浪潮中 老辈人错位式的伦理亲情之爱

刘恩波

《啥是佩奇》火了。作为一部只有几分钟的宣传短片,或者说超短的微电影,赶在春节前这个特殊的时段,借助网络社交媒体的有效传播,获得大范围人群的认同和追捧,它的成功之道的确值得我们予以充分的关注与重视。

首先,它是民族情感和现代元素碰撞到一起擦出的火花。剧中那个留守老人李玉宝对孙子要的礼物“佩奇”大惑不解,动用了查字典、问过路小孩、跟街坊邻居们求证等等手段,才终于从见过世面的老三媳妇嘴里得知,那是一头猪,红色的。在这里,传统的亲情与西方动画片的流行元素混搭合成而构筑了人性展开和接纳的精神画面。

其次,从故事叙事的角度而言,该片走的是一条直线,弧度不大,在细节上做文章。那个老汉被刻画得质朴无华,充满了乡土生命的结实、憨厚和执拗感,为了满足孙子的愿望,他使出了浑身的劲儿,最后用鼓风机改制成小猪佩奇,那个造型不能说不酷,尤其是在片尾推出时给了我们足够的震撼,既有着喜感,还含着一层让人带泪的笑。

再次,影片渗透了一定的喜剧精神和风格,它为我们近距离还原了现代化浪潮中老一辈乡土人错位式的伦理亲情之爱。孙子嘴里挂着一句佩奇,成了老人千方百计也要去兑现的梦。为此,他一下子变成了佩奇的研究者,翻开字典,到各处实地考察,这种身份的错位和满拧,造成了笑料,给影片严肃的亲情伦理话题的探讨留下了足够艺术化的想象空间。

还有整部作品渗透着浓郁的地域风情,西北方言口音,大山里封闭的环境与外部世界的对峙与融合,乡土精神和现代文明的碰撞交接,都通过一系列有表现力的镜头语言展示出来。就像老汉的土腔土调,他使用手机的笨拙姿态,为了取悦孙子而想把一头黑猪染红等等作为,都是那个乡土人生的最具体的细部触摸和勾勒,看起来我们就好像走进了一幅传神的民俗画中。

另类的戏剧化手段 触动国人动情点

张守志

作为一部选择在临近春节上线的电影的宣传片,《啥是佩奇》无疑具有极强的话题性。不难发现,短片以喜剧化的叙事手法,搭配回家过年、阖家团圆等主题元素,在轻松诙谐的情节行进中,升起一抹人际温情。《啥是佩奇》之所以能成功引发社交媒体刷屏,一方面是因为它有强大的IP作为受众支撑;另一方面是因为它以另类的戏剧化手段诠释了人们熟悉的亲情主题,从而触动了国人内心的动情点。

春节题材的广告宣传片通常主打合家欢故事模式,辅之以喜洋洋、暖融融的影像风格,极力营造欢乐喜庆的节日氛围。显然,《啥是佩奇》反其道行之,用“硬核”视听语言包裹“土味”故事情节,在娱乐观众的同时增强影片的感染力与代入感。短片以爷爷为孙子寻找和制造“鼓风机佩奇”为核心,通过幽默离奇的情节、简洁粗犷的影像呈现爷爷进城过年之旅。充满幽默又不失温情的叙事,减轻了类似题材中的说教气息,迎合了绝大多数观众的审美心理,从而突破以往作品在创作观念和制作方法上的局限。

诚然,《啥是佩奇》独特的视角和迥异的风格引起了争议,但它制造的话题足以证明,《啥是佩奇》对当前广告宣传片的制作具有积极的启示意义。导演坦言,该片的创作需要符合营销逻辑和市场规则,但其商业属性与艺术表达并不相悖。可见,广告宣传片也需充分借助艺术化、趣味化的表达,宣传产品理念和品牌精神。在全面优化制作,实现传播效应的同时,推出时代精品,使观众得以欣赏富有艺术巧思和精神内涵的“走心”之作,获得一定的审美享受。

文艺微评投稿邮箱
lnrbf@126.com