

# 中国表演绽放国际舞台

本报记者 李哲



**编者按** 文化是综合国力中的软实力。中国文化“走出去”，既是树立当代中国新形象的需要，也是中国文化产业走向世界的推手。中国文化要更好地“走出去”，就要找到向世界介绍中国文化的新角度，实现“中国元素、国际制作，中国故事、国际表述”，才能向世界提供更具吸引力、感召力的中国文化产品。本报特开设“中国文化走出去”栏目，专门讲述走上国际舞台的中国文化故事。



人文交流与合作是中俄关系的一大亮点，也是两国关系长远发展的根基所在。图为1月1日，中国济南市杂技团在俄罗斯莫斯科举行首场商演。(新华社发)

受世界低迷经济形势的不利影响，全球演艺市场近年来不甚乐观。即便如此，2015年，中国对外文化集团仍累计派出17省(市)共2300多位演员，在海外150余座城市举办大中小型各类演出近4000场。这充分显示出了中国演出艺术的国际魅力，中国的经典剧目正走上国际舞台，走进世界观众的心里。

## 选择最优秀的中国艺术

“在你们国内能演1000场的优秀表演，拿到美国来一样能演1000场。”在谈到美国观众为何如此喜爱陌生的京剧艺术时，美国纽约林肯中心大卫·寇克剧院院长肯定地说，能成功“走出去”的剧目必定是质量最上乘的优秀表演。

“不能带着平庸的作品出去，我们一定是带着中国最优秀的作品‘走出去’，”中国对外文化集团董事长张宇说。中国戏曲学院院长巴图也认为，中国文化“走出去”必须拿出最典型、最具代表性、最有交流价值的项目及其代表人物。

在把演出质量的同时，不仅要讲好故事，更要讲好中国故事。记者了解到这样一个实例，几年前，中国对外文化集团和美国演出公司合作组织了上海芭蕾舞团的一次北美巡演。考虑到国际受众的喜好和需求，主办方特意准备了两台节目，分别为中国的《梁山伯与祝英台》和法国的芭蕾舞《仙女》。最后北美那边选择的结果出人意料：点播了28场《梁祝》，只选了4场《仙女》。这充分说明，外国观众并不仅仅想观看耳熟能详的西方经典，更希望欣赏到与众不同的东方艺术。

最早进入国际市场、占据份额最高

5月10日至23日，在遥远的墨西哥刮起了一阵琵琶风潮。中国传统乐器琵琶的优美造型和音律吸引了当地观众，《春江花月夜》《十面埋伏》等中国民乐的曲调让墨西哥观众耳目一新。应墨西哥中国文化中心邀请，琵琶演奏家赵聪为当地民众献上了5场民乐演奏会，这也是2016年“中拉文化交流年”的重要项目之一。“我希望用旋律和节奏打动他们，让他们感受到中国文化的力量。”赵聪说。

如何让外国观众了解并喜欢中国的民族音乐？在多年的“走出去”过程中，赵聪深有体会，“民族的就是民族的，世界的才是世界的”，赵聪说，我以前经常弹一些传统古典的乐曲，外国观众觉得很遥远，需要想尽办法去理解。后来，随着

的中国演艺产品非杂技莫属。近年来，在“讲好中国故事”的价值坚持中，中国杂技无论是在参与国际赛事，还是对外访演交流，以至遍及全球的商业演出中，都取得了亮眼的成绩。以重庆杂技团创排的《木兰传说》为例，该剧以“木兰替父从军”的故事为蓝本，融合了杂技、舞龙、武术、川剧变脸、魔术等不同艺术形式，在服装、道具、节目设计、剧情衔接上下足了功夫。这台浓浓中国味儿的高难度杂技表演先后赴多个国家商演近千场，取得了不俗的票房纪录和口碑。

## 融入最普遍的国际表达

“70多年前的延安文艺座谈会上，毛主席讲过‘到什么山唱什么歌’，不能唱人家听不懂的东西。”张宇说，文化“走出去”不是自说自话，必须具有国际表达能力。

“文化‘走出去’，需把握好我国文化产品与接受国民众在意识形态、文化传统、经济制度、生活习俗，特别是语言方面的差异，使传播效果达到最大融合度。”中国人民大学文化创意产业研究所所长金元浦认为。

有着丰富海外演出经验的琵琶演奏家赵聪直言，在某些地方，如果不按照当地观众的审美习惯来演出，就很难打动他们，而文化要真正实现国际影响力，首先得让对方理解才行，这一点需要我们研究和学习。

反观国内，道理相通，“进入咱们中国的作品，一个是音乐，一个是舞蹈，这两个是不用外语就可以看得明白的。而像美国语言类的脱口秀再好，拿

到中国来也不会成功”，张宇认为，我们在精心选择带出去的节目时，一定要尊重对方的欣赏习惯，尽量选择世界共通的艺术语言，降低文化差异带来的欣赏障碍。据他介绍，“这些年传播比较成功的是舞蹈、舞蹈、音乐，包括民族化的芭蕾舞，相比之下，语言类的就有一定难度”。

所谓国际表达，不单是艺术形式的问题，情感的共鸣更为重要。“在国际市场取得成功的文化产品都有一个非常重要的共同点——瞄准了不同文化背景中消费者的共同需求，宣扬的是真善美等容易引发广泛共鸣的价值。”中国社会科学院文化研究中心副主任张晓明认为，好莱坞大片虽然夹带着美国的价值理念，但核心价值观仍是“正义、勇敢”等价值观。

人类的情感是共通的，只有触碰到人类必然的命运和情感，才能走进异国观众的心里。中国舞蹈家协会主席冯双白列举了在国际市场上比较成功的几出舞剧：“在欧美大受欢迎的《妈勒走天边》体现了追求幸福、追求理想的奋斗历程，在日本一票难求的《朱鹮》讲述了环保和友谊，颇受法国人喜爱的《红色娘子军》则契合了当地观众追求自由和革命的文化心理。”

## 展开最精心的营销推广

酒香也怕巷子深，何况面对的是有着巨大文化差异的陌生市场。记者了解到，京剧表演艺术家张火丁赴美前，在纽约哥仑布大道、纽约主流媒体、中国驻纽约总领馆微信、纽约环线观光邮轮……主办方以各种方式向美国大众

广而告之：中国顶级京剧艺术家来了！哈佛大学教授王德威甚至专门开办了一场讲座，向美国大众普及“白蛇传”的故事，他风趣地告诉大家，白素贞最后成功诞下一子，这一子是人是妖，让讲座听众们“松了一口气”。这样全面而到位的前期铺垫对该场表演的成功一定是功不可没的。

“对美妙的事物，人都会发自内心地产生共鸣。如果缺少共鸣，一定是因为介绍得不够到位。在这上面狠下功夫，做深做透，我相信成功是水到渠成的事。”推广了无数成功演出的张宇说，我们一定要善于在渠道上下功夫，用人家喜闻乐见的形式表述和介绍我们的东西，因地制宜地去作好传播和推广。

如何才能成功推广？市场的手段恐怕最为有效。“无论是当年的梅兰芳访美，还是现在‘走出去’的许多文化演出，第一考虑也许不是商业，但是为了实现最好的文化传播效果，用市场化运作可能是最接地气、最能够实现实际效果的方式。”中国文艺评论家协会副主席傅谨说。

要变“送出去”为“卖出去”，变外国民众的“被动接受”为“主动接受”，事实上，“掏钱来看”才能起到最佳的效果。张宇举例说道，按照市场化、本土化、品牌化的方向，2015年，中国对外文化集团与美方合作推出了“天下华灯”品牌，将大型中国灯展、舞台演出、非遗展示、游乐设施、特色风味小吃、纪念衍生品销售整合为一体，融入当地观众的生活，效果十分显著。2015年11月至2016年1月，“天下华灯”在美国加利福尼亚州首府萨克拉门托市举办，购票入园观众已经超过35万人次。

# 古老琵琶奏响世界旋律

本报记者 李哲

同国外交流经验的不断丰富，我深刻感受到，我们的思维方式、文化底蕴、音乐大环境都跟西方非常不同。西方更注意的是和声、结构、节奏，而我们注重的是旋律和韵味，尤其是韵味，追求一种禅意的感觉，这种缺乏律动、不太规整的音乐让外国观众很难理解。

“世界音乐有共通的地方，如果我们用交响乐这种世界共通的音乐语言来讲述中国的故事和音乐，用钢琴这种

世界共通的乐器和民乐配合演奏，在编曲上注意到动感的律动和丰富的和声，就能让民乐进入世界语言，让世界更好地理解我们。只有在理解的基础上，才能够谈到喜欢和热爱。”赵聪说。

以这次墨西哥音乐之旅为例，墨西哥的音乐都很相似，充满着简单和愉快的情绪，这不仅塑造了当地观众的音乐口味，也反映了当地的民族性格。不同的是，中国的音乐更注重内涵和故事叙

述，相对来说简单而欢快的比较少。“了解了这些背景，就会明白，想让当地观众喜欢中国音乐，节奏感很重要，要用热烈而欢快的节奏带着观众走，让大家跟着旋律动起来。如果不考虑观众的感受，仅是一味呈现中国民乐的韵味，那么观众很快就离开你了。”赵聪说，我们的民乐博大精深。但是，要首先把异国观众带进你的世界里，让他们先有了兴趣，才能够带着他们深入了解中国文化。

# 文化“走出去”重在走入人心

敦 临

提到1930年国粹京剧在美国大放异彩的故事，人们总是会将其概括为“梅兰芳访美”，而不是“京剧访美”。在源远流长的艺术长河中，留存于人们心中的，是一个又一个响亮的名字，莎士比亚、李白、贝多芬、卓别林……人们习惯于将丰富的文化高度浓缩，甚至用一两个艺术家的名字作为符号来象征一个艺术门类。这便是人格化的魅力，有具体的人作为代表、作为媒介，受众才会感到更加亲切，更好理解，也更不容易忘却。

这个道理在当下的国际文化交流中同样适用。有人可能会冲着“莎士比亚的戏”去看一个完全陌生的外国表演，中国读者可能会在马尔克斯火之

后购入这个南美作家的作品，外国听众可能会排队去听朗朗演奏《我的祖国》，异国收藏家可能会一掷千金购买齐白石的《一幅寿桃画》，音乐爱好者可能会因为印度音乐家拉维香卡才认识了西塔尔琴这种乐器。

“人格化”的传播现象给人以启示。当下，中国文化“走出去”的现状尚不尽如人意，与庞大的中外经济贸易相比，文化贸易的体量与影响力尚显弱小。事实上，中华民族的文化精粹浩如烟海，优秀文化产品也不在少数，限制中国文化“走出去”的最大障碍恐怕是传播推广能力的欠缺。也许，人才是最好的媒介，如果我们能够用“人格化”的方式推出一批批有影响力的艺术家，让外国观

众记住一个又一个名字、一个又一个故事，从而引导他们慢慢走进中国文化的博大精深，并被其魅力所征服，便会成就中国文化“走出去”的巨大成功。

要做到这一点，需要各方共同努力。首先，“人格化”的根本在于艺术家，在大浪淘沙的过程中，谁的名字能叫响，谁的名字能留下来，凭借的是艺术家自身的造诣和孜孜不倦的追求。以京剧表演艺术家张火丁为例，她的成功是幸运的，但绝对不是偶然的，在先天禀赋的眷顾下，张火丁依然保持着对精湛表演的不懈追求，保持着对浮躁世界的疏离和自身的安静，这一切最终成就了张火丁，也成就了以她为代表的京剧艺术“走出去”。

其次，演出机构在营销推广过程中，应尽可能提炼并突出人的因素。试想，如果在京剧“走出去”之时，演出机构只是强调京剧国粹、程派艺术、唱作念打这些“物”的概念，恐怕外国观众会更加一头雾水。反之，在张火丁赴美演出之前，所有的宣传都是围绕“人”来展开的：国外报道大量描述了张火丁的日常排练细节，以此来讲述京剧的“名堂”；铺天盖地的巨幅演出海报，仿佛就是张火丁的近距离剧照；而在前期的相关讲座中，演讲者也并未大谈京剧历史，而是向美国大众讲述了《白蛇传》这个中国古典爱情故事。这样回归到人的宣传推广才自然而然地走进人心，并保持了持久的影响力。

# 一湾连多国 携手共扬帆

——第九届泛北部湾合作论坛举行

本报记者 童政 周晓骏

泛北部湾区域“一湾连多国”，是多区域合作的重要交汇点，是中国—东盟自贸区的核心区域。泛北合作自2006年启动以来，顺应了开放包容、合作共赢的发展潮流，契合了泛北部湾各国的发展需要，得到了中外各方特别是泛北各国的广泛响应和积极参与。

日前，第九届泛北部湾经济合作论坛暨中国—中南经济走廊发展论坛在广西南宁举行，来自越南、泰国、新加坡、马来西亚、缅甸、老挝等东盟国家，以及中国有关部委、省市、研究机构和企业界代表，围绕“携手泛北合作，共建‘一带一路’”主题，海陆统筹，探讨务实推动中国—中南经济走廊和中国—东盟港口城市合作网络建设，推动中国—东盟海陆互联互通，推进泛北部湾港口合作机制建设及国际产能合作。

## 构建合作新格局

“在中国东盟合作大格局下，泛北合作论坛应运而生，连续成功举办8届，取得丰硕成果。泛北合作已成为中国—东盟合作框架下重要的次区域合作。”广西壮族自治区党委书记、自治区人大常委会主任彭清华在开幕式上致辞时说。本届泛北合作论坛首次同期举办中国—中南经济走廊发展论坛，充分发挥北部湾一湾连七国和中国中南经济走廊一廊连七国的互补优势，推动泛北合作，从海上合作为主向陆海并举延伸，构建陆海联动的合作新格局，共同推动泛北合作升级发展。

“泛北部湾经济合作以中国—中南经济走廊和中国—东盟港口城市合作网络建设为抓手，既是对‘一带一路’建设的落实，也为泛北部湾合作务实推进找到了新的突破口。”中国商务部部长助理童道驰说。

“泛北部湾经济合作论坛对于促进地区和平与合作，以及地区人民之间的友好关系具有重要意义，更能够为全球的可持续发展作出贡献。”柬埔寨计划部国务秘书侯泰恩在演讲时说。

## 打造平台 形成机制

过去10年，依托泛北论坛这一重要平台，打造了一批成熟的区域合作平台和机制。包括定期举办中国—东盟博览会、泛北部湾智库峰会，设立泛北部湾经济合作中方秘书处，成立了中国—东盟港口城市合作网络等。

“论坛期间举行的中国—东盟港口城市合作网络工作会议非常重要，我们对此表示支持。港口城市之间的合作，特别是在‘21世纪海上丝绸之路’框架下加强港口城市合作具有重要意义。中国和马来西亚在2015年10月也签署了港口联盟协议。在协议框架下，马来西亚6个港口和中国10个港口共同建立港口联盟。这将有助于双方加强信息共享、人力资源培训、港口基础设施建设、技术分享、航线开拓、日程协调和港务合作。目前中马各港口合作项目正在顺利推进。”马来西亚前交通部部长江作汉说。

## 项目实施全面展开

10年来，泛北各国大力推进先导领域合作，在互联网、港口物流、经贸、产业、金融、海洋、环保、旅游、人文等领域先行实施一批合作项目，达成了一批包括港口、金融、旅游等合作协议，释放了先导示范效应，逐步进入了互利共赢的收获期。

“基础设施是重要前提和基础，我们成功支持了老挝水电开发、柬埔寨全国光纤网络通信，去年在中国和印尼政府的共同努力下，从印尼首都到万隆的高铁正式落地，这是真正意义的中国高铁‘走出去’，开发银行为此提供了42亿美元全部融资。现在，很多国家还在筹备高铁建设，我们也在积极推动。”中国国家开发银行副行长张旭光说。

在产业合作方面，各方认真履行中国—东盟自贸区协议，坚持市场开放和贸易投资便利化，加强在纺织、钢铁、机械、化工、信息、汽车等产业领域的对接合作，共同承接国际产业转移，吸引中国投资。这方面，中马钦州产业园和马中关丹产业园开创了“两国双园”成功模式。目前，中国(广西)·印尼经贸合作区已经启动。中越跨境经济合作区建设正在加快推进。

在金融合作方面，各国都在朝泛北区域金融市场一体化方向积极推动建立金融合作机制，开展跨境金融合作，稳步推进跨境贸易人民币结算试点。

在港航合作方面，目前已经签订了一系列港口合作协定，共建沿海港口基础设施，共同开辟航线航班，以便携手发展综合物流。“我希望中国东盟港口城市合作网络能够推动港口城市之间在海运物流、港口服务、产能、旅游、友好城市合作，这些合作行动能够极大地促进海上货物运输，从而扩大区域贸易规模，特别是中国与东盟之间的贸易规模。我也十分满意地看到中国—东盟港口物流信息中心建设取得了积极进展，这为合作网络的进一步发展打下了坚实的基础。”缅甸仰光市市长茂茂索说。



图为第九届泛北部湾经济合作论坛暨中国—中南经济走廊发展论坛会场。本报记者 童政 摄