

# 李文培：“京剧舞美大制作是无能的表现”

本报记者 刘森

近日,在北京梅兰芳大剧院看戏的观众在剧院3楼有了新发现——在3楼的落地窗户外,一排排展架整齐地摆放在前厅,一张张精美的水墨京剧人物画静静地挂在展架上,但那些宣纸上线条简单的人物,却仿佛依然站在舞台之上,唱着未完的西皮二黄,舞着缠绵的水袖。

这些画中有戏、戏中有画的水墨京剧人物画出自中国国家京剧舞台美术设计的元老、国家一级舞台美术设计师李文培之手。

## 现代戏舞美:浪漫主义的写实

从1964年自中央戏剧学院舞美系毕业被分配到国家京剧院工作,京剧便成了李文培生命的一部分。“那会儿我很‘洋’的,在学校里学的都是话剧舞美设计的方法。来到京剧院之后,发现京剧舞美和话剧舞美有着天壤之别,一切都要从头学起。”于是,看戏以及和剧院的老先生、演员们聊戏,成了李文培的工作也成了他的兴趣。

上世纪60年代,京剧《红灯记》到广交会演出回京后,得到了江青要求修改剧本的命令。在江青“要加强武装革命斗争”的要求之下,《红灯记》增加了第10场“伏击歼敌”,而这一场的舞美设计就由李文培担任。

“《红灯记》里的故事被设定在北山,当时有人跟我说,哈尔滨真有个北山,但我没去过,所以我就找了很多东北大好河山的美术作品作为参考。”最终,经过反复推敲修改,这一场的背景被绘制成了密密层层的松林之中,雪山隐隐可见的图画。“《红灯记》的背景里,‘平’的东西太多了,所以我有意识地加了一些‘立’的东西,在舞台两边添了高大的松树。”

而第10场中,最精彩的无疑是“神

兵天降”的段落,战士们从由高到低的3块石头上以各种技巧纷纷翻下,与日寇展开搏斗。而就是这3块石头,让李文培费尽了心思。“那时候,塑料这种材质刚刚出来。我和八一电影制片厂的舞美工作人员一起找了几块形状漂亮的大石头,先用喷灯把塑料熔软,然后再糊在石头上,最终有了这3块石头的最初造型。”李文培介绍,塑料做出的“石头”非常坚硬,棱角又多,演员很容易受伤,于是他们最终用纸和布一点点雕出了“石头”的形象。“当时,江青对《红灯记》的修改审查非常严格,我们都很忐忑,结果这个设计一遍就过了,真的非常庆幸。”

基于对《红灯记》舞美的成功修改设计,李文培之后又参与了京剧《红色娘子军》的舞美创作。

## 传统戏舞美:不喧宾夺主的写意

李文培认为,与现代戏舞美的浪漫主义的写实不同,传统戏和古装戏的舞美应该遵从喧宾夺主的写意的原则。

1996年,为纪念欧阳予倩诞辰100周年,国家京剧院排演了欧阳予倩的代表作《桃花扇》,由杜近芳主演。李文培为《桃花扇》设计的舞美非常简单,舞台背景只是一把巨大的扇子,扇面上的情景,按照剧情的变化分为梅、兰、竹、菊4种。“在设计之初,杜近芳先生对我说,她希望《桃花扇》的舞美不要去还原李香君的生活环境,而是要表现她的才情和忠贞。杜近芳先生对我的设计很满意,认为我做的舞美设计做到了将李香君的人物性格准确外化。”

李文培说,他设计的舞台布景,演出时三四个人就能够完成所有装卸工作,而现在京剧舞美的大制作化,是对京剧的亵渎。“我也是学话剧舞美出身的,但是戏曲的舞美设计与话剧非常不



李文培的水墨京剧人物画

同。京剧舞美的大制作是无能的表现。”李文培奉劝京剧舞美的设计者们,要多学习,不要拿京剧“开玩笑”。

对于京剧舞美的设计,李文培曾和剧作家阿甲有一段对话,令他至今记忆犹新。“有一次,我向阿甲老师对京剧舞美创作的看法。他说:‘我反对资本主义的累赘,也反对封建主义的简陋。’我又反问:‘那正确的做法您没说啊,应该怎样做呢?’他说:‘你来探索吧。’”

经过50年的创作积累,李文培总结,京剧舞美的创作应该“若即若离”,所谓“即”,是要以剧情和人物为根本出发点;所谓“离”,是指设计前卫不要被剧中具体描写的场景所捆绑。“故事发生在皇宫里,就要真的做出一个皇宫,这是很愚蠢的。舞美设计要站在更高的角度,对人物、场景进行概括。”

## 戏曲人物画:水墨诗意的流动

在进行舞美设计的同时,李文培始终没放下画笔,守着京剧舞台和京剧大师,戏曲人物自然成了他信手拈来的创

作元素。几十年的创作,也让他的水墨京剧人物画独具一格。

李文培的水墨京剧人物画融传统水墨技法和西洋绘画技巧于一体,在追求形神兼备的同时,用没骨的手法描绘剧中人物。他常用墨之重、水之晕,让传统韵味寄寓于现代美感之中,让舞台上瞬间之美定格。“京剧的表演和水墨有着很多相通的地方,以短打武生为例,他们常常着黑衣,他们在舞台上的翻腾腾挪都是水墨诗意的流动。在水墨的可控与不可控之间,表现人物的律动,是非常有意思的事。”

李文培说,为了此次在梅兰芳大剧院的展览,他整整创作了一年。这20多幅作品是他的心血之作,是他对绘画新的领悟,也是他对老先生们的追忆。“在我下笔之前,老先生们的舞台形象早已深深刻在我的脑海里,他们的一唱一舞、一举一动,甚至一个细微的表情变化我都非常清楚地记得。我只是负责将他们的这些瞬间保留在宣纸上。这些老先生或是年事已高,或是已经过世,我希望为他们留下点什么。”

## 田沁鑫携“红白玫瑰”走进天桥艺术大厦

本报讯(记者马彦)由著名导演田沁鑫执导的话剧《红玫瑰与白玫瑰》2010时尚版近日在北京天桥艺术大厦进行了两场实验演出。演出前,田沁鑫还为观众带来了一堂话剧讲座,分享了她的创作感受。

据了解,本次实验演出是北京天桥演艺区文化系列活动的内容之一,主办方希望通过话剧演出及讲座,让更多观众有机会走近高雅艺术,近距离感受舞台魅力。与此同时,随着天桥演艺区规划建设的不断推进,类似的惠及公众、品质高雅、形式多样的演艺活动还将持续上演。



## 青岛市京剧院两台大戏贺岁

本报讯(记者罗云川)记者从青岛市京剧院获悉,剧院将于春节期间推出“2014新春贺岁京剧演出”,上演传统大戏《龙凤呈祥》、《玉堂春》。

“新春贺岁京剧演出”是青岛市京剧院每年春节期间举行的一项重要活动,已连续举办多年,今年剧院组织优秀的中青年演员恢复排演了两出经典的传统京剧大戏《龙凤呈祥》和《玉堂春》,将分别于2月4日(正月初五)、2月5日(正月初六)晚在青岛四方剧院上演。其中,《龙凤呈祥》由青岛市京剧院在全国及省级比赛中获奖的优秀中青年演员张秀晶、刘佳、苏旭、巩发艺、朱勇、赵澜、郝振、包大鹏等担纲主演;《玉堂春》由该院获得山东省京剧大赛一等奖的青衣演员赵澜、文丑演员朱勇以及优秀青年演员郝振、包大鹏、牟晓飞等担纲主演。

“2014新春贺岁京剧演出”之后,3月至4月,青岛市京剧院将携现代京剧《红灯记》和传统京剧《望江亭》赴浙江、江苏两省的宁波、镇江等大中城市进行巡回演出近30场。下半年,剧院将携京剧《大闹天宫》赴上海进行50场至60场的巡演。

## 《瓷路》:中国陶瓷文化的世界之旅

本报讯(记者祝静)“在创作风格上,纪录片《瓷路》既有历史纪录片的考证拍摄,也有现实题材的纪实抓拍;既有设悬念、讲故事的手法,也有观点与主题的论述,力求有思想,但更要好看。”《瓷路》总导演张力在该片看片会中说。

1月21日,中央电视台纪录频道制作的重点纪录片《瓷路》在京举办看片会。《瓷路》全片共分为6集,每集50分钟,是一部讲述中国陶瓷文化在全世界传播旅程的纪录片。在这条神奇的瓷器之路上,充满了探险、财富、人性、生死、战争和沉船的精彩故事,从中可以寻找中国文明和世界文明交流碰撞的火花。

据《瓷路》主创团队介绍,该片

摄制工作历时两年半,摄制组辗转欧亚两大洲,寻找散落世界各地的中国瓷器,频繁进出各国国家档案馆、博物馆、古窑场与私人收藏室,探寻附着于中国瓷器背后的文化信息,为这段可以触摸的历史留下珍贵的影像记忆。

正如该片执行总导演董浩珉所言:“我们的摄制组在过去的两年里,北到内蒙古、西到新疆、东到台湾、南到海南,覆盖了中国历史上主要的瓷器产地和外销路线,在国内18个省近30个县市以及世界上10个国家进行拍摄。这可能是目前中国规模最大、投入最多,以瓷器为主题的拍摄行动。”

据悉,作为央视纪录频道的春节贺岁大片,纪录片《瓷路》将于1月31日起首播。

## 《四个中国人》:描述手艺人生活

本报讯(记者钱力)日前,《四个中国人》新书发布暨作者见面会在京举行。该书作者之一、纪录片《扇鼓·乐》的导演焦瑞青,分享了团队在调研与写作中的故事与思考。该书主角之一、陕北老艺人高喜业也来到现场,令与会者在品读文字的同时,感受到民间艺术的鲜活魅力。

《四个中国人》源自清华大学新闻与传播学院清影工作室2007年起进行的非遗记录与研究项目。自2007年开始,清影工作室一直在一

边拍纪录片一边做研究。这期间,他们在陕西华县遇见了演皮影的吕崇青,在浙江衢州遇见了打纸鸢的程青春,在陕西榆林遇见了唱红白的高喜业,在河北赞皇遇见了跳扇鼓的池素英,于是诞生了4部纪录片:《戏末》、《一张宣纸》、《喜业》、《扇鼓·乐》。与此同时,《四个中国人》也编辑出版。该书以白描式的手法记录了这四位普通中国人的手艺人生活,揭示了传统手工艺与现代社会的碰撞与融合,来探究中国传统文化传承机制与精神内涵。

## 奥斯卡热门《美国骗局》将登中国

本报讯 据透露,获第86届奥斯卡最佳女主角、最佳男女配角、最佳影片等10项重量级奖项提名的电影《美国骗局》已经确定于今年登陆中国,有望近期亮相内地银幕。今年的奥斯卡颁奖盛典将于当地时间3月2日在美国洛杉矶举行。

《美国骗局》由曾执导《斗士》、《乌云背后的幸福线》的导演大卫·

欧·拉塞尔根据真实事件改编,讲述了美国联邦调查局与一名骗术大师联手调查一起腐败案的故事。“蝙蝠侠”克里斯蒂安·贝尔、奥斯卡新科影后詹妮弗·劳伦斯、“新超女”艾美·亚当斯、“鹰眼”杰瑞米·雷纳等重量级演员加盟。该片于2013年度横扫各大颁奖礼,获得了金球奖13项提名。(简彪)

## 书画家为京郊农民送春联

本报讯(记者党云峰)“金蛇辞旧岁,骏马迎春春——北京诗书画名家甲午新春为农民义写春联”活动近日在北京昌平区兴寿镇西山村举行,来自北京的十几位书画家为村民现场书写并赠送了春联。

一副副春联成了抢手的年货,村民根据自己的喜好报上内容,书画家有求必应,给村民送出了近千份新春祝福。除了送春联,艺术家

还向西山村赠送了精心创作的书画作品。祥和的气氛和浓浓的年味弥漫在整个村庄。

北京东方中国诗书画院院长刘迅甫说:“这是我作为农民写春联的第31个年头了。艺术的生命力来自群众,如果脱离群众,就会变成无源之水、无本之木。艺术家只有和人民群众密切联系,才能永葆艺术青春。”

# 电视的焦虑

穆恩

电视的收视总量在下降。《2012年中国传媒产业发展报告》指出,2011年人均每日收视时长较2010年走低后进一步减少,较2009年的落差已扩大至10分钟,观众收视量的萎缩似乎呈不可逆转之势。进一步调查发现,观众规模缩小、部分观众离开电视屏幕是收视总量下降的主要原因。而这些流失的受众中,年轻观众是主要人群,15岁至34岁年轻观众收视量5年来呈阶梯式下滑。

电视的困境和未来,在典型标本上也许能看得更清楚。

当我们谈论中国电视时,中央电视台是一个绕不过去的名字。1958年,中央电视台的前身——北京电视台成立,开始试播。在早期的中国电视市场,甚至可以这样说,看电视就看央视,央视几乎等同于电视。中央电视台播出了大量脍炙人口、影响深远的新闻、电视剧、纪录片等电视节目,其开创的“春节联欢晚会”更成为中国过年新民俗。作为影响了中国人30多年生活的国家电视台,央视的巨大影响力和社会关注度是一个不争事实。

当虎嗅网记者撰文称“央视近黄昏”后,关于电视的争论更加激烈。时隔不久,《商业周刊中文版》又抛出“央视窘境说”,称央视“既要打鸡又要下蛋”,处于体制和商业等各种纠结冲突中。久居庙堂之上的央视,面对日渐紧张的收视压力、省级卫视的步步紧逼、新媒体的虎视眈眈,不再能够轻松度日。无论是“黄昏”抑或“窘境”,面对困境的岂止央视一家?

互联网正在颠覆一切行业。2012年电视渠道独享的观众只占35.18%,通过网络收看电视的比例上升到20.57%,而手机渠道占有量也有7.51%。大家或许还在看电视,但通过电视机看的将越来越少。传统模式下,电视节目只是单纯为电视播出生产;而在新媒体的挑战下,电视拥抱新媒体,传播渠道多元化,多屏收看或将成为电视未来发展的趋势。因此,对于面临“黄昏”的电视台而言,机遇尚在;电视机可能成为历史,但收看电视的设备仍很丰富。

在内容方面,互联网平台自制内容发展迅速,如网络脱口秀《晓说》取得了很大成功;但总体而言电视台仍具有优势。目前最受观众喜爱、反响最大的节目《中国好声音》、《爸爸去哪儿》等都是传统的电视节目,由电视台独立制作或委托制作。电视台的根本出路,还是要牢牢把握优质的节目内容并加强创新。

不久前,在中国电视影响力发展论坛上,央视索福瑞媒介研究有限公司副总经理郑维东表示:今天的电视依然是最大、最有影响力的媒体类型。然而,很多人更切身的感受却是电视的日子不好过了。

# 《舌尖上的中国》(第二季)续写美味传奇

本报记者 钱力

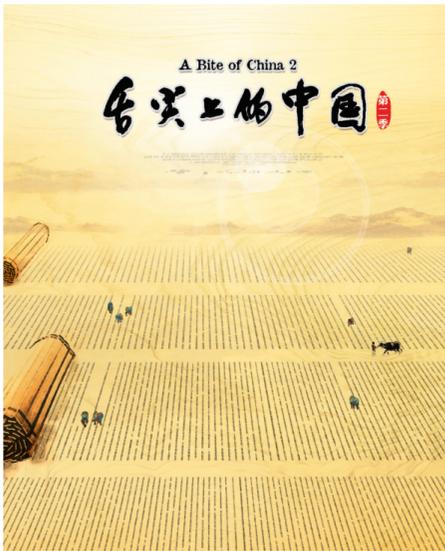
“白菜青盐糙米饭,瓦壶天水菊花茶。”幅员辽阔的中国大地,民间百姓的饭食生活尽在村舍市井之间。

纪录片《舌尖上的中国》自2012年5月在中央电视台首播以后,在全球范围内引发了广泛关注。该片让我们看到不同地域的美食文化,看到许多闻所未闻的精湛技艺,更看到同一种食材在天南地北之间的变化。它用味道营造出了一个真实的故事。从传统劳作到食物创新,生活的艰辛和几代人的智慧结晶,中国人“吃”的传承和变化已经逐渐凸显出它特有的国人气质。

两年后,《舌尖上的中国》(第二季)回归荧屏,目前已进入后期制作阶段,将于2月底与观众见面。央视纪录频道总监刘文透露,在《舌尖上的中国》红遍大江南北后,《舌尖上的中国》(第二季)的发行价格已经远超第一部。

日前,《舌尖上的中国》(第二季)在广州举办首次主创见面会,现场主办方播放了几段《舌尖上的中国》(第二季)片花。谈及其中一段“蜂蜜的故事”,总导演陈晓卿解说起来:“对甜味的追求是人类美食最初的冲动,很久以前人类就学会了寻找甜的味道,甜常常代表营养和温馨。”陈晓卿称拍摄这段用了40天,按照他的解说,《舌尖上的中国》(第二季)要继续着眼美食中的人文部分。

谈及第二季和第一季的区别,陈晓卿透露,集数、时长均不变,第二季将分为《时节》、《脚步》、《心传》、《家常》、《秘境》、《相逢》、《三餐》7集播出,单集50分钟,不过节目中会呈现出更加丰富多样的地域风情和千姿百态的美味珍馐,最后一集还有拍摄花絮作为“彩蛋”登场。“这次呈现的区域更加广泛,我们最



后一个拍摄点是青海,基本上全国30多个自治区包括港澳地区的美食都有呈现,甚至还拍到新加坡美食。”他说。

此外,央视纪录频道与《舌尖上的中国》(第二季)同步启动了大型整合传播活动《一城一味》。这一活动涵盖了《一城一味》系列纪录片的摄制播出、“舌尖美食达人”网络评选、“全国美食总动员”主题征集以及一系列多平台、多角度的网络推广活动,通过“全流程、全媒体”的传播模式,不断扩大“舌尖品牌”的文化影响力。据刘文介绍,这一整合传播模式将是纪录片从传统电视媒体向新媒体实现跨界、从单一作品转向全媒体文化品牌实现延展的重要一步。

与此同时,随着《舌尖上的中国》(第二季)的即将推出,央视纪录频道将以“集群化”的方式,打造一个异彩纷呈的“2014纪录大片季”。这些原创重点纪录片不仅将在全社会产生广泛的影响力,也会持续进入国际主流电视市场,成为面向海内外展示美丽中国的一张张极具传播力的“影像名片”。