

# “中华风韵”推动中华文化走出去

## ——中央民族乐团大型民族器乐剧《玄奘西行》访美纪实

穆 雯 萧文礼

大幕开启,空灵的音乐带领观众穿越千年,重新造访一位被世人尊为“大乘天”的大唐高僧;金色的梵文从天而降,瞬间让人获得身临其境的艺术体验……在中美建交40周年之际,得益于中国对外文化集团有限公司“中华风韵”品牌的推动,中央民族乐团大型民族器乐剧《玄奘西行》于当地时间1月25日至27日,在美国华盛顿肯尼迪表演艺术中心连演4场,之后,又于29日转战纽瓦克,在新泽西表演艺术中心上演同名大型民族管弦乐音乐会。

肯尼迪表演艺术中心代表了美国表演艺术界的“国家精神”,是公认的艺术创作的领航者,由美国第一夫人担任董事会名誉主席,在这里演出《玄奘西行》,赢得主流观众关注的同时,也接受了权威人士和专业观众的审视。访美的5场演出均保持很高的上座率,且美国主流观众居多。将玄奘西行的大爱、中国民乐的多姿、中国艺术家的创新融于一体的《玄奘西行》,在中国春节前夕,把中华风韵展现在美国观众眼前。

### 颠覆性的民族器乐剧 史诗级的西行故事

远山如黛,云海缥缈。“大乘天”“佛门”“一念”“潜关”“问路”“遇险”“极乐”“高昌”“普度”“雪山”“祭天”“菩提”“那烂陀”“如梦”“大唐”,在十五曲环环相扣的乐章中,人们体验着用语言无法完全描述的情绪。

由青年作曲家姜莹作曲、编剧和总导演的民族器乐剧《玄奘西行》取材于玄奘历尽艰辛西行取经的历史故事,以民族管弦乐为表演主体,打破音乐会常规表演模式,让演奏家在剧中扮演角色,把剧情引入音乐会,演奏、吟诵、台词对白、形体动作有机结合,以几近颠覆性的器乐表现形式讲述了一个史诗级的故事。

沿着丝绸之路一路向西,南箫、古筝、胡琴、琵琶、唢呐、扬琴、笙篪、艾捷克、热瓦普、冬不拉、萨塔尔、手鼓等悉数登场,体量庞大,艺术家们各展精湛技艺,对丝绸之路丰富多彩的民族乐器进行精彩呈现。在展示乐器种类、形态和音色等本体属性的同时,《玄奘西行》也将乐器背后的文化语境呈现在舞台上。通过器乐表演与故事的结合,让观众对乐器的背景与底蕴有了更深入的了解。

近年来,中央民族乐团以一首敢为天下先的精神以及弘扬民族音乐的责任担当,大胆创新,不断改变民族音乐表演形式。继2013年大型民族器乐剧《印象国乐》、2015年大型民族器乐剧《又见国乐》成功后,乐团于2017年推出《玄奘西行》。首演之后,这部有着“世界首部民族器乐剧”之称的剧目,成为中国当代舞台上的一部“现象级”热剧。至今,该剧已在中国内地和香港地区以及英国巡演50余场,所到之处均得到业内人士和观众的高度赞赏,被认为是“世界表演艺术的创新”。

在中国春节前夕,继《又见国乐》之后,《玄奘西行》在文化和旅游部的大力支持和国家艺术基金的资助下,再次借助“中华风韵”平台登上美国顶级剧院的舞台。为了完成好巡演任务,中央民族乐团汇集了强大的演出阵容,其中包括乐团常任指挥刘沙,知名演奏家王次恒、丁晓晓、唐峰、赵聪、冯满天、董晓琳、牛建党、吴琳、单文通、富强、于昕、米广斌、段超、苏宁、张佳理、尚祖建、张璐、李文博、歌唱家刘扬、周韦、王龙等。

### 匠心之作让美国观众一见倾心

一段为梦西行五万里的传奇故事,一种弘扬大爱的中国精神,一部呈现70多种民族乐器的国乐匠作……《玄奘西行》在美国首演后,令美国观众一见倾心。

“这部剧的音乐、服装、视觉效果,堪称美轮美奂,我尤其喜欢大阮的音色,此外,重现敦煌壁画的一幕让我觉得非常惊艳,我以后一定会去听更多的中国民乐,更深入地了解中国文化。”第一次观看中国民族器乐演出的柯林斯走出剧场后仍然惊叹不已。

《玄奘西行》让更多美国观众第一次接触中国民族音乐就收获“震撼”,并且对中国文化产生了浓厚的兴趣。对美国观众而言,一个中国高僧历经17年从大唐到天竺的探险故事本身就非常吸引人。美国交通部国际事务高级顾问托尼·帕迪拉表示:“丝绸之路在历史上非常有名,这



大型民族器乐剧《玄奘西行》在肯尼迪表演艺术中心首演剧照



大型民族器乐剧《玄奘西行》在肯尼迪表演艺术中心首演剧照



青年玄奘(丁晓晓饰)演出剧照



作曲、编剧、总导演姜莹接受中央电视台驻美记者采访



大型民族器乐剧《玄奘西行》在肯尼迪表演艺术中心首演现场观众合影

部展现了丝绸之路沿线不同的音乐文化,我非常喜欢。”在非营利组织工作的邦妮·威廉姆斯则表示:“我很喜欢剧中美丽祥和的音乐,这是在美国很少听到的,这部剧对于了解中国文化很有帮助。”

每场演出结束,美国观众都会起立,对艺术家报以持久而热烈的掌声与欢呼。剧院的售票大厅也被“围堵”得水泄不通,除了将入手的CD与DVD呈给艺术家们签名,热情的美国观众还在有限的时间内向艺术家表达自己的观演感受,摆出各种造型与艺术家合影留念……

首演结束后,中央电视台《新闻联播》和《新闻直播间》第一时间对演出盛况进行了报道,《华盛顿都市报》、《都市周刊》、《盖帝图片》等美国主流媒体,《世界日报》、《星岛日报》、美国中文电视等当地华文媒体,以及新华社、中新社、《人民日报》、《中国日报》、中国国际广播电台等驻美央媒均进行了跟踪采访和详细报道。

被誉为“好莱坞天才作曲家”的汤姆斯·帕瑞瑞观看演出后称:“听到了迷人的音乐。”美国媒体评论道:“这是一场不同寻常的演出,它震撼了美国观众!整部作品的作曲、编剧、导演合而为一,它出自姜莹——一位年轻有为、才华横溢的中国女作曲家之手,她用丰富的乐思、完整的结构和缜密的逻辑,为我们讲述了一个动人的

中国故事,同时,更加系统地展示了丰富多彩的中国乐器。”“可以看到,这场演出处处都是综合素质和综合能力的较量,无论是导演、作曲还是演奏家、歌唱家,包括舞美人员和其他工作人员,每一个人都需要一专多能,并且要高度协作才能完成如此庞大的任务,非常了不起!”

中国驻美大使崔天凯在观看《玄奘西行》演出后,上台与艺术家合影留念并发表讲话。崔天凯表示:“《玄奘西行》在肯尼迪表演艺术中心的首场演出非常震撼!各位艺术家用民族音乐讲述中国故事,又用中国故事展示民族音乐,非常了不起!剧目有传承、有创新、有融合、有发展,每样乐器都代表一种意境,推进着故事的发展,观众反应非常热烈,器乐剧这种艺术形式很有创意。感谢各位艺术家为美国观众带来如此精彩的演出!”

### 文化走出去的“民乐+”典型之例

“《玄奘西行》是中国民族音乐内容形式的创造性转化,‘中华风韵’推动《玄奘西行》登陆美国主流剧院,这是一场不同寻常的演出,它创新性发展的有益尝试。”中国对外文化集团有限公司副总经理秦文焕表示。

《玄奘西行》在美国巡演收获的热烈反响让人欣喜地看到,中央民族乐团以民乐演奏为基础创造的“民

乐+”全新模式为中华传统文化的创新以及中国文化走出去开创了一个新路径。正如作曲家姜莹所言:“在世界艺术发展史上,无论是歌剧、舞剧还是音乐剧、话剧,每一个剧种的产生都需要深厚的文化积淀和勇于创新的精神。秉承着这种继承与创新的理念,我们致力于创立一种以民族器乐为主体并赋予作品以戏剧逻辑和戏剧结构的全新艺术样式,我相信,这种传达中国气质又彰显文化自信,并在个性形式中渗透着共性内涵艺术样式,一定能够在世界舞台上为中国发声。”

《玄奘西行》为民族乐注入了故事和精神。《玄奘西行》以中西文化交流

的使者玄奘西行取经的历史故事为题材,用流畅的叙事手法和直抵人心的音乐语言,将一个有代表性的历史人物塑造成鲜活的艺术形象,不仅为美国观众展示了“执着信念、坚韧不拔”的玄奘精神和“不忘初心、砥砺前行”的中国精神。更难能可贵的是,这部剧寻找到了增进了解和友谊的关键点与切入点——剧中无时无刻不在传达中国自古有之的“和而不同、兼收并蓄”的文明交流思想和友好合作精神,同时也为中国树立起和邻友好、开放包容的国家形象。

《玄奘西行》为民族乐赢得了国际话语权。全剧以与西方管弦乐编制相当的民族管弦乐为基础,采用现代

的作曲技法和创作理念将音乐融入时代气息,通过多媒体视角和舞美技术建构虚实空间,并以综合的舞台配置让剧目可听、可看、可思,从而使该剧具备了国际化传播的基本特质。

《玄奘西行》让民乐走进了美国观众的心中。“让传统乐器成为今天这个时代有温度、有情感的民族音乐文化,用今天的时代语言、舞台艺术形式重新包装、加工,创作这个时代具有代表性的作品,非常重要。”中央民族乐团党委书记席强说。紧凑的剧情设置、高超的演奏水平、唯美的舞台呈现让《玄奘西行》不仅打破语言障碍与文化差异的阻隔,为美国观众所理解和接纳,同时以深刻的思想内涵和强烈的艺术感染力赢得了美国主流观众的认同与追捧。可以说,《玄奘西行》以国际视野的艺术水平和独具特色的艺术魅力,赢得了美国主流观众群体的赞誉和关注,为实现中华文化从“走出去”到“走进来”的跨越,迈出了坚实的步伐。

### 十余年坚守 “中华风韵”朋友圈不断扩容

2015年12月,中央民族乐团携《又见国乐》亮相肯尼迪表演艺术中心,受到美国观众的热烈欢迎。3年后乐团再次带来创新成果,动听的音乐、完美的演奏、精彩的表演、更丰富的舞美呈现和更逼真的多媒体技术,又一次征服了美国观众。在《玄奘西行》的观众席中,不乏曾经看过《又见国乐》的观众。他们正是中国对外文化集团有限公司“中华风韵”品牌在美国坚守10余年吸引和维系的粉丝。

“中华风韵”是中国对外文化集团有限公司从2009年开始精心打造的对外文化交流品牌,旨在将中国当代优秀的舞台表演艺术推向世界各国最有影响力的主流剧院,向西方观众展示中华文化的魅力。自创立以来,“中华风韵”已先后在欧美12个国家演出560余场,观众达60万人次。10余年来,“中华风韵”甄选中国当代优秀演艺作品,以商业化运作模式走进国际知名、主流剧院,逐步扩大了中国演艺产品在国际市场的影响力和市场份额。“中华风韵”为更好地推动中华文化走出去进行了诸多成功的尝试。

从2010年起,几乎每年春节期间,“中华风韵”都会向华盛顿肯尼迪表演艺术中心、纽约林肯表演艺术中心等世界级艺术殿堂推出蕴含中国传统文化和创新成果的精品力作。包括《一把酸枣》《牡丹亭》《丝路花雨》《清明上河图》《十里红妆》《鄂尔多斯婚礼》《花木兰》《沙湾往事》《孔子》在内的多部经典舞台作品依托“中华风韵”品牌,荣登上述两大顶级艺术殿堂,既实现了品牌的统一性和连续性,又呈现出内容的丰富性和多样性。经过10余年的积累,“中华风韵”在美国的“朋友圈”不断扩容,品牌效应不断凸显,推出的剧目不断在当地掀起中国文化热潮。

10余年来,“中华风韵”有着自己执着的坚守。秉持“一流剧目,一流剧院,主流媒体、主流观众”的运作理念,“中华风韵”在剧场预定、团体选择、广告投放、媒体宣传、技术支持、票务营销等各个方面,各个环节坚持进行独立运作。利用当地成熟的市场体系,选择得力的合作伙伴,以文化认同感作为切入点和着力点,是“中华风韵”在世界范围内推广中国精品剧目、传播中华优秀传统文化的成功经验。通过市场化运作,托举优秀本土表演艺术作品登陆西方主流剧院,吸引西方主流观众,不断扩大中国表演艺术的国际影响力,是“中华风韵”品牌一贯坚持的目标和努力的方向。



大型民族器乐剧《玄奘西行》在肯尼迪表演艺术中心首演,令美国观众一见倾心。



大型民族器乐剧《玄奘西行》在新泽西表演艺术中心上演,受到观众热烈欢迎。