

新媒体时代下中华戏曲文化传播方式的研究

齐志鹏

(天津科技大学, 天津 300457)

【摘要】新媒体时代中华戏曲文化面临着全新的机遇和挑战,如何充分利用好新媒体使中华戏曲文化得以广泛传播并进一步促进中华优秀传统文化的传承和发展是当下亟待解决的难题。本文通过对新媒体时代下中华戏曲文化传播方式现状的分析,找出了中华戏曲文化面对的机遇和挑战,并提出利用好网络直播、短视频、“戏歌”的流行三个新媒体时代的产物作为传统文化传播的方式,希望能够唤起广大民众对中华戏曲文化的关注度,让中华戏曲文化在新媒体时代重新焕发生机。

【关键词】新媒体时代;中华戏曲文化;传统文化;传播方式

一、新媒体时代下中华戏曲文化传播方式的现状分析

(一) 新媒体时代中华戏曲文化传播面对的机遇

新媒体时代最主要的特征在于依托已经相对成熟的移动互联网平台、技术、模式等方面的综合实践,使新媒体用户能够实时接收到新鲜出炉的信息。我们处在一个新媒体形式井喷式爆发的时期,这依赖于手机成为新媒体时代最为主要的终端载体,让戏曲文化的传播范围和思路大大开拓,从而提高传播的广度和新鲜度。新媒体已然成为当下前景最为广阔的互联网传播模式,中华戏曲文化应借助新媒体行业发展的蓬勃之势,结合戏曲文化本身具有的互动性强、传播度广、反馈及时等传统优势,与相关研究院、专业学者,专业戏曲院团、民间团体以及中华戏曲文化相关专业的学生共同专注于中华戏曲文化的研究,有益于创新中华戏曲文化的传播方式。

(二) 新媒体时代中华戏曲文化传播面临的挑战

新媒体时代中华戏曲文化正在同西方文化、快餐文化进行一场无声的斗争,新媒体时代快节奏网络环境酝酿出的附产物——以追热点、博眼球为获取信息的模式导致中华戏曲文化的生存环境举步维艰,蚕食着中华戏曲文化原有的受众群体,使民众对中华戏曲文化的关注度日益萎缩,取而代之关注西方文化与快餐文化,戏曲文化传播之路布满荆棘,中华戏曲文化的传播正在遭遇空前的困境。新媒体时代传统媒介受到网络发展冲击使得受众面不断变窄且受众群体相对固定难以增长从而缺乏对戏曲文化的有效传播,由此造成部分地方戏和一些民间曲团体被迫消失于民众的视野。中华戏曲文化的活跃度今夕不同以往,新媒体时代中华戏曲文化对青少年群体的吸引力极度欠缺,青少年群体以热衷和追捧流行文化、时尚文化为导向,

中华戏曲文化在其眼中好似“老古董”一般存在,丝毫没有想要了解和传承的兴趣。

二、新媒体时代中华戏曲文化传播方式之网络直播

(一) 通过网络直播进行中华戏曲文化传播的优势

新媒体技术为戏曲文化的传播提供了前期的必要准备,中华戏曲文化借助这一契机达到以往在传统剧场演出难以企及的传播效果。网络直播利用新媒体自身附带的海量用户群体和广泛的传播效能,加之数字化平台的不断建设与完善,使浩如烟海的戏曲演出能以网络直播的形式进行互联网传播,甚至衍生出专业的戏曲直播网站和应用,使观众观看戏曲演出的地域不再受到局限。中华戏曲文化充分利用网络直播极高的参与性、互动性、即时性、可控性等特点使之在新媒体时代仍能保持与传统戏曲演出同等的优势,即不同于以往互联网平台传播戏曲文化所采用单一的以音视频播放、音视频存储等相对简单的互联网存储功能,而是充分发挥新媒体时代演员与观众间能够达到几乎同步的技术优势。新媒体时代网络直播具有的直接性,为戏曲文化的传播带来了本质提升,尽管相较于现场观众,网络直播不能达到与观众在现场观看相媲美的无延迟互动交流,但网络直播仍可通过直播间下设的评论栏进行实时交流以达到给予戏曲演员及时反馈的目的。

(二) 新媒体时代通过网络直播传播中华戏曲文化的成功实践

新媒体时代中华戏曲文化方面的网络直播雨后春笋般涌现出来,2018年4月光明网开展名为“青春遇见戏”的中国传统戏曲网络直播,直播团队先后前往北京、上海、山东、河南、浙江等多个省市,采访了

上海沪剧院院长茅善玉、河南豫剧院党委书记汪荃珍等戏曲名家，对京剧、山东梆子、川剧、沪剧、淮剧、豫剧、四川清音等十几个地方剧种的演出进行了网络直播，累计观看量高达1000万人。光明日报社副总编辑陆先高感叹于新媒体传播的力量之大、速度之快，更惊喜于广大网友的良好反馈。光明日报作为以文化为特色的中央级党报，突出文化自信并高度重视非物质文化遗产和传统戏曲等中华优秀传统文化。中国戏曲有300多种，既有京剧、黄梅戏等为人熟知的剧种，也有曲剧、扬剧等需要传承保护的地方剧种。2022年两会期间，运用网络直播形式传承中华戏曲文化的方式吸引了两会代表、委员的关注。张颐武、李树建、张辉等多位人大代表、委员纷纷倡议，鼓励戏曲演员“拿起麦克风”去拥抱网络直播，推动非遗戏曲传承。曲剧是河南省首批非物质文化遗产，在新媒体平台“抖音”，有一位年近耄耋的齐学文老人带着老伴、儿女和00后的孙女开启网络直播表演曲剧，老人一家所使用的账号@麦田乡音吸引了400余万粉丝的关注。齐学文老人的家人表示，做戏曲直播一方面是想把父母喜欢的曲剧传承下去，另一方面也希望能够带动更多年轻人了解和喜欢曲剧，全国政协委员、民进北京市委副主委、北京大学中文系教授张颐武对网络直播形式予以了充分的肯定，他表示网络直播等新媒体，以体量轻巧、互动性强的特征，风靡各年龄段的网民群体。一众戏曲演员、非遗传承人也捕捉到这一时代潮流，利用直播让中华戏曲文化“出圈”。

三、新媒体时代中华戏曲文化传播道路之短视频

短视频与戏曲相结合，为短视频增添了一抹戏曲文化的色彩，也为戏曲寻得了全新的传播方式。本文完篇于2022年3月，在短视频主流平台“抖音”搜索“戏曲”，其话题的播放量已高达143.4亿次，传播中华戏曲文化的短视频引发了短视频平台用户极高的关注度，短视频成为戏曲艺术传播的全新形式。

（一）前新媒体时代中华戏曲文化网络传播的方式与局限

前新媒体时代，中华戏曲文化网络传播的方式基本可分为录音、录像、电影，这三种方式有一个共通点，那就是戏曲演员仅负责戏曲的演唱，而网络传播的过程演员极少参与，其原因在于网络传播的过程对于戏曲演员来说过于复杂，录音、录像、电影的制作需要有专业知识的人员提供技术支持，单凭作为网络传播领域“外行”的戏曲演员无疑是行不通的。这些专业的网络传播技术人员大多出自科班，用于传播的戏曲文化作品质量虽高但思路和形式几近雷同缺乏新意，不免使中华戏曲文化的网络传播形式落入俗套。

（二）戏曲文化类短视频雨后春笋般出现的原因

新媒体时代给了中华戏曲文化传播一个更优解，那就是利用短视频传播。短视频这种全新的传播形式相较于常规的网络传播准入门槛更低，视频制作难度大大下降，戏曲演员亲自拍摄短视频将传统的视频制作转变为视频创作，戏曲演员可以在一定程度上突破时间、空间的限制，仅需点击视频录制按钮，就能将演员所要记录并分享的瞬间传播出去，加之各短视频平台为满足创作者多元化需求提供的个性化定制功能，诸如背景音乐、特效、转场、变声等新颖的功能，最大程度地满足短视频创作者对中华戏曲文化传播独到的想法。短视频相比传统网络传播途径更利于观众短时间领略戏曲文化的闪光点，用中华戏曲文化和短视频摩擦出的火花吸引观众。

（三）新媒体时代通过短视频传播中华戏曲文化的成功实践

新媒体时代通过短视频传播中华戏曲文化的实践不断上演。“上戏416女团”是由上海戏剧学院416宿舍的5名00后女孩组成的，2021年3月所发布翻唱古风歌曲《赤伶》的短视频在网络上一炮而红，五位女孩分别运用程派青衣、荀派花旦、老旦等京剧唱腔，将歌曲与戏曲完美结合，唱出的旋律动听而富有戏曲特色。截止本文完篇这5位女孩在短视频平台“抖音”分别收获几十万到上百万的粉丝，无数青少年观众通过短视频使京剧走进了他们的视野，让更多青少年熟知并爱上了中华戏曲文化。短视频作者也并非只有戏曲界的后起之秀，第27届中国戏剧梅花奖获得者、京剧余派老生、国家一级演员凌珂在短视频平台“抖音”上绽放光彩，短视频的内容以演唱京剧老生流水唱段为主，在内容细节和视频制作风格上突破了人们以往对于戏曲的刻板印象，凌珂的视频以短、热、快的风格，采用平民化视角进行中华戏曲文化的传播。在短视频平台“抖音”于2019年开设的“DOU艺计划”中，京剧演员王佩瑜的老生大笑、梅兰芳弟子李毓芳的兰花指手势示范等中华戏曲文化相关内容的短视频获得了广大观众的青睐。戏曲短视频内容丰富多样，不局限于舞台上戏曲表演、戏曲装扮、后台揭秘、戏曲知识等都成了短视频创作者的选题。新媒体时代短视频独特的创新形式带领观众一步步了解、接受、体会中华戏曲文化之美，也促进了中华戏曲文化传播以及中华优秀传统文化的传承。

四、新媒体时代下中华戏曲文化传播道路之“戏歌”的流行

（一）“戏歌”的创作原则

“戏歌”泛指具有戏曲（包括曲艺）风格的歌曲，应做到“歌中有戏”。“戏歌”既要有歌的旋律，又要有戏的韵味，“戏歌”属于偏正短语，“戏”作为

“歌”的定语,首先应该是歌,其次还应有戏的附加,歌占主位,戏属次位这是戏歌创作的基本原则。

(二) 新媒体时代下戏与歌的结合

新媒体时代“戏歌”的创作中融入中华传统戏曲的腔调,但所谓“戏腔”与真正中华传统戏曲的唱腔并不等同。“戏歌”巧妙地融入了戏曲的韵味,使歌曲附带民族特色和传统韵律。将戏与歌巧妙结合并非易事,创作者首先要挑选合适的背景,如戏曲中某经典唱段或某经典情节,之后便是拟出合适的歌词,歌词既要符合意境又要避免过于现代口语化,而后创作者调理韵味使其细腻,添加戏曲的拖腔使其听上去更加“古风”,最后背景音乐编排出契合的板式使其听起来富有节奏感,最后再添上“过门”将副歌部分推向高潮。

(三) “戏歌”的传播

新媒体时代“戏歌”主要通过抖音、微博和哔哩哔哩三大媒体平台创作、发布和传播。微博作为新媒体平台的“老前辈”,在“戏歌”传播过程中功不可没。微博的转发功能可以有效地提升“戏歌”的热度与浏览量。哔哩哔哩作为国内最大的二次元社区,被用户亲切地称为“B站”,许多“B站”用户剪辑视频会使用“戏歌”作为背景音乐,丰富其创作的同时也提升了“戏歌”的关注度与认可度。“抖音”作为新兴的短视频平台,对“戏歌”的传播起到重要作用,许多“抖音”用户拍摄古风元素的短视频并配上“戏歌”发布,不仅增加了“戏歌”的曝光度,也促进了其他中华优秀传统文化的传播。

(四) “戏歌”对中华戏曲文化传播的贡献

“戏歌”的传播推动了中华戏曲文化的发展,让更多青少年对“戏歌”背后的中华戏曲文化有了更加深入的了解。2021年,由龙猛寺宽度作词、龙猛寺宽度作曲、李星彤和曹宇编曲、陈泽宇和李星彤为制作人的“戏歌”《武家坡2021》在“网易云音乐”发布,创作团队以京剧《红鬃烈马》中一出折子戏《武家坡》为蓝本进行改编,融入了演唱者饱满的情感将薛平贵和王宝钏的故事在二十一世纪以全新的形式展现。2021年12月21日“百度”平台一位19岁的网友在《武家坡2021》话题下留言“京剧和现代歌曲融合,很好听。看了歌词,我还专门去查了一下薛平贵和王宝钏的故事。虽然是个虚构故事,但很可惜王宝钏,心里只觉得没价值,不是她本身没有价值,而是时代使她没有价值。如果王宝钏有来世,希望她能自由。”如此这般青涩却又真情实感的留言背后,是一颗年轻的心被“戏歌”所蕴含的中华戏曲文化所吸引,这位年轻人也许从未接触过京剧也不知薛平贵和王宝钏是何许人也,而这首“戏歌”的传播使中华戏曲文化在这位年

轻人心中变抽象为具象。文化自信是一个民族的灵魂,对戏曲文化自信,也是对中华民族文化自信。

五、结语

中华戏曲文化是中华民族宝贵的文化瑰宝,早在先秦时期戏曲就在中华大地上萌芽并一直活跃在广大民众的文化生活中,随着时间来到现代,戏曲却没能跟上时代的步伐,以至于中华戏曲文化的传承面临着难关。新媒体时代对中华戏曲文化的传播来说是个难能可贵的机遇,戏曲文化应借助新媒体时代的产物利用新媒体的优势给中华戏曲文化的传播带去帮助,利用好网络直播的参与性、互动性、即时性给观众带去身临其境观看戏曲表演的机会;利用好短视频的多元化、个性化给予观众不同的观感,令广大民众快速领略到中华戏曲文化的闪光之处;利用好“戏歌”的流行,向青少年传播中华戏曲文化背后蕴含的中华优秀传统文化。这是新媒体时代对中华戏曲文化传播的深切期许,新媒体有如充满能量的双手将承载了千年的中华戏曲文化传递给新时代的中国人。中国传媒大学传播学博士生导师胡正荣教授指出:“越本土化的东西,越贴近的东西,老百姓越容易接受,中国人最终还是要看中国人自己的东西。”传承戏曲文化亦是怕后辈儿孙看不到“中国人自己的东西”,怕他们感受不到戏曲的魅力,更怕他们将传承千年的戏曲文化遗忘。传播中华戏曲文化不能一味要求速度而忽略了应秉持的态度,我们应下定弘扬中华戏曲文化的决心、保持热爱中华戏曲文化的赤心、对待传播中华戏曲文化的耐心,秉承着戏曲内容和创作上的创新将中华戏曲文化传播出去,唤起广大民众对中华戏曲文化的关注度,让中华戏曲文化在新媒体时代重新焕发生机。

参考文献:

- [1] 芦越男.移动互联网时代戏曲艺术发展现状及策略研究[J].戏剧之家,2022(06):25-26.
- [2] 王达亮.数字化技术视阈下中国戏曲传承发展研究[J].大众文艺,2021(24):120-121.
- [3] 朱志慧,林捷.新媒体视域下地方戏曲数字化传播探究[J].科技传播,2022,14(02):118-121.
- [4] 鄢新宇.网络直播:戏曲传播的新路径[J].大众文艺,2021(15):115-116.
- [5] 邹沁怡,柳犁.论21世纪“古风歌曲”的传播与文化自信[J].明日风尚,2021(20):61-63.
- [6] 杨瑞庆.漫谈戏歌创作[J].岭南音乐,2021(05):35-36.

作者简介: 齐志鹏(2002.2—),男,汉族,籍贯:天津,本科在读,研究方向:中国文学、语言和文化方向。