

用原创歌剧架起文化交流桥梁

郑泽云

近年来，江苏省演艺集团用国际化语言讲述中国故事、江苏故事，陆续推出《运之河》《郑和》《鉴真东渡》《拉贝日记》四部原创歌剧，并推动海内外巡演。其中，《鉴真东渡》《拉贝日记》分别于今年6月、7月在美国、德国巡演，均产生轰动性效应，取得社会效益和经济效益的双丰收。这是集团在省委宣传部的组织指导下，深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，以实际行动贯彻落实中央和省委关于进一步加强和改进中华文化“走出去”重大战略部署的重要举措。江苏原创歌剧全球巡演实践所引发的对中华文化如何更好走出去的思考，将有助于中国当代歌剧创作更好地融入世界，有助于推动更高频度的国际文化交流互鉴，让现象级巡演变为常态化交流。

演艺有云“台上一分钟、台下十年功”。这次高强度、高品质的全球巡演从准备到实施，是一项浩繁复杂的系统工程，其中甘苦自不待言，值得总结的做法有很多，现列几条如下：

“展形象”使命在肩。党的十八大以来，习近平总书记多次在不同场合指出，“讲好中国故事、传播好中国声音，向世界展现真实、立体、全面的中国，提高国家文化软实力和中华文化影响力”，为新形势下“展形象”指明了方向。演艺事业“走出去”，就要增强文化自信，把继承优秀传统文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去，塑造中国历史底蕴深厚、现代文明友好、开放包容负责的大国形象。为此，集团全面加强党的领导，让“展形象”使命在肩入心，要求全体演职人员统一思想，提高认识，深刻认识海外巡演的重大意义。如在《拉贝日记》演出动员会上，重温习近平总书记“中国人民纪念拉贝，是因为他对生命有大爱、对和平有追求”的重要讲话精神，强调《拉贝日记》欧洲巡演是传播南京大屠杀史实的“正义之旅”，是表现中国人民永远铭记国际友人人道精神和无畏义举的“感恩之旅”。



精品化创作生产。一是选材上，仔细梳理江苏历史文化资源，寻找能够代表中国形象、振奋中国精神、传播中国价值的江苏元素，重点推出讲述隋炀帝开掘京杭大运河的《运之河》、再现郑和七下西洋史诗的

《郑和》、以唐代高僧鉴真大师六次东渡日本史实创作的《鉴真东渡》以及南京大屠杀期间国际友人建立国际安全区救助中国人的《拉贝日记》等四部原创歌剧，并按照“时代特征、中国特色、江苏特质”的要求，以大格局和深内涵使每一次演出都成为外国观众了解中国、亲近中国的机会。二是创排上，精心打磨剧目，力争高水准、高质量呈现。如尽管《鉴真东渡》与《拉贝日记》已广受国内好评，但剧组针对国外受众的欣赏口味，提前半年不断打磨升级，对作曲、编剧、导演、舞台美术、服装设计、灯光、多媒体等多方面进行精益求精的二次创作、排练，推出让国际社会易于理解和接受的巡演版、音乐会版。

国际化资源整合。作为中宣部“走出去”重点项目，集团不仅在省内、国内整合最优质资源，还整合海外精锐力量为我所用，实现合作共赢。首先，整合了一批有国际眼光、海外声誉的艺术家。如两部歌剧的作曲都是国际著名作曲家唐建平。《拉贝日记》的导演周末是旅美杰出青年歌剧导演，美国哥伦比亚大学戏剧学院导演系硕士毕业；饰演约翰·拉贝的薛皓垠是英国皇家歌剧院签约艺术家。《鉴真东渡》的指挥程晔毕业于柏林音乐学院，在德期间曾多次与柏林交响乐团等乐团成功合作。其次，针对《鉴真东渡》的佛教元素，选择与佛光山纽约道场联合承办；《拉贝日记》的欧洲巡演，选择与吴氏国际文化传媒有限公司合作。

制高点战略卡位。只有以品质打品牌、以阳春白雪树高端形象，才能树立江苏品牌，在文化高地上有发言权。集团目标定位明确，出演的大区选择欧洲、北美，再在欧、美地区选择高端的剧院场所。《鉴真东渡》在美西选择了洛杉矶帕萨迪纳剧院，在美的选择了纽约林肯中心，都是全球演艺界公认的世界级大剧院。《拉贝日记》在欧洲选择了柏林国家歌剧院、汉堡易北河音乐厅和维也纳罗纳赫剧院均为名扬四海的艺术殿堂。

市场化路线运作。成功的市场化运作是此次全球巡演票房火爆的重要原因。一是明确经济效益服从社会效益、市场价值服从社会价值的首要原则，在确保社会效益的情况下追求利润最大化，以商业化演出的高要求倒逼自己。二是开放合作，积极与国内外演出经纪机构合作洽谈，通过分摊成本、票房分成模式进行演出运作。三是注重宣传报道。除媒体的常规报道，开设网络社交媒体账号、举行演出背景展览、制作7万张宣传单页、购买公交车站滚动屏幕等，通过市场造势扩大影响。

江苏原创歌剧欧美巡演，不仅为海外观众献上了精彩绝伦的演出，更充分展现了中华文化、江苏文化的魅力，成为中外交流和人民友谊的桥梁和纽带。同时，也给我们带来一些新的感悟和思考。

海外巡演助力大国外交的国家战略，推动友好往来，凸显文明交流互鉴的意义。历史上鉴真作为僧人、使者、英雄东渡日本传播大唐文化，如今《鉴真东渡》以西方艺术形式东渡太平洋、跨越太平洋，诠释了中华民族对构建人类命运共同体的开放包容理念，推动了经贸往来。《拉贝日记》的欧洲巡演是感恩之旅、传递爱与和平之旅，起到了宣传中国和平理念、凝聚国际和平力量的作用，具有极强的时代意义和现实意义。总之，海外巡演切实践行了习近平总书记“夯实共建人类命运共同体的人文基础”的要求。

海外巡演的成功，有力证明中华文化在西方是大受欢迎的，有市场有潜力。用西方艺术讲述东方故事，传播中国价值，彰显文化自信，江苏原创歌剧在海外取得了巨大成功。任重道远，我们既要薪火相传、代代守护，也需要与时俱进、推陈出新，通过加强对中华优秀传统文化的挖掘和阐发，激活其生命力，使中华民族的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调，把跨时空、超国界、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来，让中华文明同各国人民创造的多彩文明一道，为人类提供正确的精神指引和强大的精神动力。

国际文化交流需要国家队发挥主力军作用。国有文艺院团在企业化改制进程中，重新强调“把社会效

益放在首位、实现社会效益和经济效益相统一”的指导思想，更多、更积极实施文化“走出去”战略，取得了显著成效。在欧美巡演的成功实践中，我们认为既要鼓励民间的、盈利性的国际文化交流，调动民营文化企业的积极性，更要加强国有文化企业在国际交流中的主力军作用。在对国有文艺院团考核中所强调的社会效益，主要是要求国有文艺院团承担起培育践行社会主义核心价值观、传承弘扬中华优秀传统文化、深化拓展中外优秀文化艺术交流等重任。进一步发挥国有文化企业在国际文化交流中的国家队作用，既是使命要求，也是份内之责。

国际文化交流需要顶层设计、高层引领、多部门配合、多资源调度。如果没有文化、外事等政府部门和民间协会的支持与协调，单打独斗地完成海外巡演，难度很大、效果很差，因此需要相关部门在选题选材、经费支持、政策保障、媒体宣传、市场营销、公关推广、语言翻译等方面给予指导和支持，发挥国有文化企业更大作用。