“小冬皇”王珮瑜携“清音会”亮相泉城，带来一场京剧饕餮盛宴——

京剧，以“圈粉”突围？

文化观察

□ 本报记者 田可新

5月2日晚，一场主题为“老生常谈”的京剧“清音会”，在山东省会大剧院歌剧厅举行，成为省城节日文化的一件盛事。

之所以引人关注，一在于演出的“角儿”：宗余派，年少时就享有“小冬皇”美誉、如今更有“菊坛第一女老生”之称的王珮瑜。

也因为此次“清音会”的别具一格：其以“小型沙龙”的形式，对传统骨子老戏进行令人意想不到的呈现，刷新了圈内圈外人对京剧的认知。

一场演出，使老戏迷享受到一场京戏的饕餮盛宴，也在年轻人中为京剧“圈新粉”，收获满满。在京剧发展尚处困境、业内外关于“振兴京剧”争议不断的当下，这样一位探索“传统文化融合创新”的代表人物打造的“另类”的“清音会”，也为我们探讨“京剧该如何突围”，提供了难得的视角。

“90分钟读懂老生”

这是在其他京剧专场演唱会上见不到的“秀”：一张长桌，一盏茶水，笔墨纸砚备上，就是全部的“置景”，清雅的仪式感满满。删繁就简下，其包裹的内容却极为丰富，有余韵悠长的行腔，有娓娓道来的清谈，还有逗趣的“现挂”和互动。

所谓“清音会”，其实是清末民初的“清音桌”的变体：那时候一些京剧名家和名票的演出，清唱、不扮戏、不着戏袍，依现场的情况定制戏码。王珮瑜和她的团队把绝迹于舞台的“清音桌”又拾了起来，最初就是想与观众多多产生交流。观众听烦了，就来一段脱口秀调节气氛，没的说了，就亮个嗓子唱一段，如此这般，既能有效地缓解观众的审美疲劳，又让剧场成为一个具有社交属性的艺术空间。

核心当然还在“唱”。一袭素衣的王珮瑜，目光如炬，用清醇味厚、古朴隽永的嗓音，演绎了《定军山》《朱砂痣》《鱼肠剑》《捉放曹》《空城计》《坐宫》等8段谭余一脉流传逾百年、群众耳熟能详的经典，令众多戏迷大呼过瘾，纷纷为其“恬淡雍容，内涵筋骨”的演出境界所折服。

而“谈”，则是“清音会”的最大的创新点：所包含几章内容，均由“话白”开头，结合大屏幕上闪现的图文，介绍“老生艺术的发展”“腔体”“板式”等等，旨在“让观众90分钟读懂京剧（老生），90分钟听懂京剧（老生）”。“过去，看戏的大部分是中老年，大家就是带着自己儿时对于京剧的认知、印象，在剧场里面找一种情感的共鸣。当下有很多新戏迷、新观众，不仅仅只属于京剧剧场，可能也听交响乐，看芭蕾舞。京剧作为这些新观众的菜单之一，需要我们这一代演员在表演的过程中、演出前后作些推广，现在已经是标准动作。”王珮瑜说。

既然“互动”是清音会的核心追求，那就体现在方方面面。“清音会”中引入的“直播”和“弹幕”也是匠心独运：人们实时看到演员在后台化妆、扮戏，也可以通过弹幕将自己的评价传送到屏幕上——“我从天津追到济南，就等着您今晚的《捉放曹》”“嗨，瑜老板，我在17排6座”“我今年大二，能这么近距离看您，太激动了”……“弹幕其实就是‘叫好’的另外一种表达。今天我们还有很多不同的途径和平台，让大家来抒发自己看戏观剧的感受，弹幕就是非常好的方式。观众在看京剧的时候，想什么时候叫好就什么时候叫好，尤其是看我的戏，百无禁忌。我在现场教大家该怎么叫好，一定会让你觉得京剧离我们非常近，是非常有趣的、互动性非常强的艺术。”王珮瑜说。

抖音号粉丝过200万

以“清音会”形式推广京剧，王珮瑜做了超过10年。她常说，国人分为两种，一种是喜欢京剧的，一种是还不知道自己喜欢京剧的，她的作用，就是“唤起大家对京剧的喜爱”。

“清音会”的成功，正在于尽量拉近与观众的审美距离：比如在王珮瑜的“包装”下，京剧甚至还能符合人们“快消费”的“口味”。整场演出，集合几段最经典的老生唱段，最长时长100多分钟，远远不及动辄两三个小时的全本传统戏。如今，“清音会”已去过北京、上海、杭州、广州、重庆、成都等地，从最初300座的小剧场，演到了1800人的场地一票难求，很多年轻人去“二刷”“三刷”。值得一提的是，经过前期的策划和网上教学，在京、沪两地的演出中，实现了全场1000多人合唱《空城计》选段，这让所有的参与者都倍受震撼和感动。“在以前想都不敢想。京剧不再是只有上一代才喜好的艺术，是能够与当下年轻人产生更多链接的。”她说。

“京剧是‘跨界’的鼻祖。京剧在当年能有那样的辉煌，就是把‘跨界’做好了。它‘跨’的是秦腔、昆曲、梆子、汉剧、徽剧。”——在这样的理念下，近年来，王珮瑜借助多种手段，在舞台外做了很多京剧艺术当代传播的工作，不少是在“跨界”。她“玩”京剧“混搭”吉他，电音里穿插了原汁原味的《空城计》；在“奇葩大会”搞现场教学，让全场跟着“惊提”“怒沉”“喜展眉”；还在综艺节目里同虚拟人物洛天依合唱《但愿人长久》……就算是唱歌，她也会在节目中“见缝插针”地讲京剧的“知识点”。在抖音上，王珮瑜15秒演示老生高兴时如何开怀大笑，开设“秒懂京剧”专题，告诉大家什么叫西皮二黄，“云遮月”是什么嗓音。“开了脑洞”的推广，让京剧破了“次元壁”。

尽管王珮瑜自己一直觉得这种“跨界”还“算不上成功”，但在“流量娱乐”当道的今天，王珮瑜的“流量增量”在稳步上升：她的抖音号粉丝也已有200多万，“笑出国粹范儿”的视频曾在2000万人中传播，掀起过一阵模仿热潮。王珮瑜在喜马拉雅音频APP开设的付费课程，截至目前已有400万次的收听量、4万多的订阅用户。

“综艺是手段，传播京剧是目的。我们确实发现，这些探索让很多人认识了王珮瑜等一些京剧演员，会从喜欢我们，再慢慢地去留意在我们身后有京剧这样美好的艺术。”王珮瑜表示。如今的她，在被称作“传统文化下的时尚偶像”的同时，也确实在“通过演员这个媒介让大家认识京剧”的道路上，越走越远。

需要更多“王珮瑜”

当下的京剧市场，其整体毕竟还是处于受众少、市场占有率小的困境中。墨守成规，怯于求变；形式繁复冗长，令年轻人难以接受，造成了其在互联网时代的曲高和寡，地位尴尬。这也使得“王珮瑜”们的探索，更引发我们对京剧究竟能否振兴更多的关注与思考。

京剧振兴能否走通，取决于能否通过创新，在遵循自身艺术规律的前提下吸收新的、现代的审美元素和艺术观念。回顾历史，京剧其实具备创新的“基因”和“血脉”。戏曲本身就吸收融合了诗歌、音乐、舞蹈、美术、武术等各种文化艺术精华，展现着独特的中华审美风范。当年，更是因徽班大胆借鉴、吸收别的剧种，这门经典艺术才得以诞生。在此后的发展中，不断的变革成为京剧前进的不竭动力。比如，梅兰芳大师在化妆、唱腔、调式、服装等方面都进行过改良。他将京剧的技术和思想两方面分开改革，拓展艺术“移步不换形”的绝妙方法，就此推动了京剧大发展。

放眼当下，同为传统艺术，民间相声团体的做法、从艺者的努力，也值得借鉴。他们挖掘大量的传统作品，用“新瓶”装“旧酒”，再融入个人风格，让老作品实现时演时新，激活了一池春水，传统相声重获生机。从这个角度看，“王珮瑜”们也许还需要更具颠覆性的尝试和努力。

但从另一方面讲，实现京剧的创新，首先需要的不是坐而论道，而是真正的躬身以行——王珮瑜最大的价值，也许正在于此。事实上，对王珮瑜的努力，在业界也不乏批评声。有人认为，频频亮相，削弱了“角儿”的“神秘感”，还有人批评，不断跨界创新，就是“不务正业”。相对于京剧本身的缺乏变革，这种固步自封的观点，也许才是真正的症结。“我觉得，重要的是把过去的伤痛带来的很多遗憾，变成资源、变成资本，变成今天继续出发的一个理由，而不是一直追忆过去的辉煌，或者徘徊在曾经的伤痛里，那没有任何意义。今天有很多的京剧从业者都在做着力所能及的努力，多少戏曲和京剧昆曲的主播在新媒体平台上想尽各种办法去获取流量和关注，难道不值得尊重吗？”王珮瑜说。

显然，不管京剧能否重振雄风，但带京剧突围，眼下最需要的是王珮瑜这样的“行动派”。越来越多的“王珮瑜”屑于、乐于、敢于“破圈”突围，才是求解答案的前提。

3天歼敌5.6万，指挥所就在这个小院

文物志
红色记忆①

莱芜战役指挥所旧址

编者按：

山东，承载着红色基因的热土，有着光荣的革命传统和深厚的革命历史，留下了丰富的革命文物资源。

今年是中国共产党成立100周年。即日起，文物志·红色记忆将陆续推出来自山东16市的革命文物报道，带您重温激情燃烧的岁月：瞻仰革命旧址感知苦难光辉，凝视历史图片感怀乱云飞渡，驻足重点物品感受智慧勇毅，聆听背后故事感悟思想伟力。敬请关注。

□ 本报记者 张依盟

东风吹过石湾子，草木蔓发，小桥流水，人家依旧。

莱芜战役指挥所旧址，位于济南市钢城区辛庄镇石湾子村，西靠西山，与寄母山隔河相望。旧址是1917年修建的四合院建筑。占地南北长50米，宽36米。现有瓦房24间，均为石基、砖垛、坯墙、灰瓦，是全国重点文物保护单位。

莱芜战役，是解放战争时期中国人民解放军华东野战军在莱芜地区对国民党军进行的运动战战役。此役历时3天，歼灭国民党军1个“绥靖区”指挥所，2个军部，7个师，共5.6万余人，乘胜解放了博山、淄川等13座县城，使渤海、鲁中、胶东解放区连成一片，打破了国民党军南北夹击的计划，稳定了山东解放区大局，为夺取全国解放积累了宝贵经验。

据记载，此役歼敌速度之快、数量之多创造了解放战争开始以来的最高纪录，被誉为“杰出的歼灭战”和“运动战的光辉范例”，以至于国民党第二绥靖区司令王耀武气急败坏地说：“五万多人，三天就被消灭光，就是放五万头猪，叫共产党抓，三天也抓不完。”

如今，旧址进行了陈列布展，展室用丰富的史料再现了莱芜战役：1947年1月，蒋介石集中国民党精锐部队31万余人，分南北两线大举进攻山东解放区。其参谋总长陈诚亲抵徐州指挥，并声称：“只许成功，不许失败”，真是来势逼人。南线欧震集团以8个整编师北犯临沂，北线李仙洲集团3个军由胶济线南下莱芜、新泰策应，企图同华东解放军决战于沂蒙山区。

华东野战军决定避开南线对方主力之锋芒，主动放弃临沂，将主力7个纵队星夜隐蔽北进，以求歼灭北线之敌；同时以两个纵队伪装主力，在临沂附近阻击南线之敌，造成与敌决战和渡运河西进的假象。于是，受骗之敌一面集中大部兵力，谨慎地向临沂推进；一面督令北线的军队迅速南下，深入鲁中。而华东野战军主力利用在解放区内作战的有利条件，冒严寒，踏山路，夜行晓宿到达莱芜周围地区，形成战役合围态势。

指挥所缘何选在石湾子村的小院？1947年时的石湾子村，通村只有一条乡间小道，但50多米宽的干涸的沙河既可徒步行军，亦可驱车而行。指挥所入住的小院四面环山，比较隐蔽，飞机飞得高不易发现小院，飞得太低则触到山崖，一旦发现也难以俯冲投弹。院西墙外的山坡上有株古槐，枝繁叶茂。攀上此树可俯瞰小院乃至全村周围的一切，是站岗放哨的理想场所。

小院有瓦房15间，其中北屋5间，西屋、南屋、东屋各3间，东南大门1间，院内有一盘石磨。小院被征用为指挥所后，大北屋为“指挥室”，西小北屋是休息室，西屋是“作战室”，南屋是“战勤室”，东屋原先是伙房，后建设为陈毅生平展室。当时条件简陋，指挥员经常在石磨旁开会，研究作战形势。

1947年2月20日至23日，华东野战军将南下之敌全部包围歼灭于莱芜地区。这一战役共歼敌7个师，俘敌第二绥靖区副司令李仙洲，收复县城13座，使鲁中、渤海、胶东3个解放区连成一片。莱芜战役的胜利，是毛泽东军事思想、人民战争思想的一个成功范例，归结为毛泽东主席统帅部署有方，华东野战军集体领导得力，军民同仇敌忾，奋勇杀敌。

此战役的背后，还隐藏了一段鲜为人知的史实。莱芜战役中，当李仙洲集团由莱芜开始北逃时，同中国共产党有联系的国民党军第46军军长韩练成，在陈毅委派的敌军工作干部劝告下，临阵放弃指挥，造成李仙洲集团内部混乱，对莱芜战役的胜利作出了重要贡献。

“淄博莱芜战血红，我军又猎泰山东。百千万众擒群虎，七十二崮志伟功。鲁中霁雪明飞帜，渤海洪波唱大风。堪笑顽酋成面缚，叩头请罪詈元凶。”时光流转，红色的记忆没有褪色。重温峥嵘岁月，继续走好前行的路。

视频请扫描二维码观看

文化视点

探非顶级IP博物馆出圈路

据中国新闻网，前有“国民网红”故宫的反差萌、靠着一把迷你洛阳铲俘获年轻人的河南博物院盲盒，后有三星堆Rap成为社交平台“洗脑神曲”，近年来，各显神通的博物馆凭借出圈打造的流量池不断释放着巨大的旅游红利。

然而，在中国，连接过去、现在与未来的博物馆多达近6000座。相较于火出圈的顶级IP，剩下的大多数又该如何打破次元壁，扩大自身影响力？“许多博物馆一味借鉴、模仿大型展馆，反而失去了自身最宝贵的特色。”复旦大学文物与博物馆学系主任陆建松认为，这一困局破题的关键在于各个博物馆应该准确界定本馆的使命定位，“使命是博物馆存在的理由和目的，决定着本博物馆的收藏研究、展示主题和内容，这样才能形成个性和特色。”

另外，博物馆的展览讲述的虽是过去的故事，但意义却在于对当下的生活有何启发。譬如，位于浙江温州的苏步青博物馆，主要讲述中国著名数学家苏步青个人奋斗和爱国爱乡的故事。该博物馆面向青少年开展励志教育，鼓励他们树立“知识改变命运”的志向和崇高的家国情怀。

方言文化受追捧的背后

据光明日报，“该教孩子说方言吗”“宿舍里最难懂的方言”……在微博话题榜上，这些与方言有关的热搜阅读量全部过亿。与此同时，以方言创作并传播的文学、歌曲、影视、综艺等作品也深受大众尤其是年轻人喜爱。

上述这些用方言表达的具有地方特色的文化现象，统称方言文化，其内涵主要包括两方面：一是具有文化意义和文化价值的方言现象，主要指用方言称说的地方名物，如房屋建筑、日常用具等现象；二是具有文化意义和文化价值的方言民俗或艺术。

近年来，随着语言资源观的兴起，方言文化的内涵也有所拓展，广义上还包括具有特殊文化意义和文化价值的方言，其中最为典型的是濒危方言，有特殊文字或书写传统、有丰富文学艺术传统的方言，与国家稳定和安全相关的关键方言，以及在城镇化背景下变化发展剧烈的大城市方言等。

保护传承方言文化，最适宜的办法是开发应用，通过研发多类型的方言文化产品，提供多种类、多方位的语言服务，满足人民群众语言生活和文化享受的需求，最终实现以应用促使用、以使用促保护、以保护促传承。

你喜欢在线K歌吗？

据人民日报海外版，随着互联网技术和移动智能终端不断普及，能够随时唱歌、多人连线互动K歌的在线K歌平台，因其便捷性、即时性和社交性，成为人们一展歌喉的“神器”。

有专家指出，相较于传统KTV，在线K歌软件还满足了消费者对于K歌服务海量曲库的要求。在线下KTV中，经常会出现想唱的歌找不到伴奏的情况，得益于互联网海量曲库的基础，在线K歌软件能提供拥有更多风格、更长时间跨度的曲库。以全民K歌为例，除去各年代、多语种、全流派的曲库，全民K歌还利用智能技术覆盖了更多歌曲，使用户无论是青睐霸榜热歌还是小众音乐，都能从在线K歌平台上轻松找到。

在线K歌平台火热的同时，行业也存在不少问题。易观高级分析师董敏娜认为，近年“云K歌”的火爆，归根结底是由用户需求决定的。相比而言，在线K歌体验感比不上影视，参与感比不上游戏。但这种不受时空限制的娱乐场景会持续发展，因为对于部分年轻用户群体而言，唱歌是一种必不可少的社交行为，是生活中的“刚需”。

从《小舍得》看现实题材创作的“舍与得”

据人民网，“成年人的世界就是这样，有舍才有得”……近日，现实题材电视剧《小舍得》热播，围绕基础教育、代际关系等问题，在网络上引发多轮探讨。“这部剧着重强化人物内心的情感表达，达成与观众的情感共鸣。”中国电视艺术委员会编辑部副主任闫伟在接受采访时表示，观众从虚构的镜像中看到了现实的自我，从而引发了一场关于“舍与得”的辩证思考。

目前，现实题材剧的市场持续火热，在创作上也更加注重挖掘生活的深度，拓宽现实的广度，展现社会生活的方方面面。“然而，有些剧集中的情节还存在着利用夸张化表演、主观化镜头放大矛盾冲突等问题，其实远离了生活本真。”闫伟表示。

对于现实题材创作来说，贩卖情绪和内容失真都不可取。如何在真实与虚拟之间找到平衡点，通过戏剧表演带来更本质、更深刻的生活启示，这些都是现实题材作品持续摸索的难点。

图书盲盒发售即“爆单”

据中新经纬，在潮玩、服饰、机票试水“盲盒营销”屡获成功后，图书盲盒悄然出现。

“想买的主题已经售罄了，我只能退而求其次买另一个主题。”买家郝宁说。在他看来，有喜欢的阅读类型但不知道买什么书的时候，图书盲盒起到了推荐的作用。“有几率踩雷，不过毕竟是盲盒，即便收到了不喜欢的书也能满足我的好奇心。”郝宁认为，这种图书盲盒很有趣味性，比如几大主题的名字让人有探索的欲望。“我就想知道好奇心博物馆里能有什么书。”

“万物皆可盲盒”的趋势正在显现，消费者更需保持理性。中消协此前发文提出，盲盒范围不断扩大，涉及玩具、通信产品、餐饮、机票、网络游戏、活体动物等各种类型，部分消费者沉溺盲盒产品，过度消费。

（□记者 刘一颖 整理）

大众报业集团(大众日报社)出版 国内统一刊号:CN37-0001 邮发代号:23-1 社址:济南市泺源大街6号 邮编:250014 电话查询:(0531)82968989 报价全月45.00元 零售价:3.00元 广告许可证:鲁工商广字第01001号 广告部电话:85196701/6708 昨日开机5:20 印完8:10 大众华泰印务公司(大众日报印刷厂)印刷