

曹晓宁：中国功夫的国际传奇

一部中国剧目,在北京演了8年,每年平均吸引40万以上的外国观众前来观看。不仅如此,它还走遍欧美主要剧场,甚至在美国旅游胜地布兰森拥有了自己的剧院,成了去那里休闲的各国游客交相称赞的“必看节目”。

打造这部剧目的是天创国际演艺制作交流有限公司执行董事曹晓宁。“从2012年起,我们在全球的演出每年至少增加1200场!”这位歌舞团团长出身、如今名扬海内外的演艺策划人边说边挥动着双手,两眼放光。

这部让他如此激动的剧目叫《功夫传奇》,一部在北京和欧美等国已连续上演5000多场,融合了中国功夫、舞蹈、戏剧等多种民族元素的“动作剧”。故事情节清晰却又简单:一个中国小和尚修行练功,历经磨难,终于成长为一代高僧。

时至今日,曹晓宁依然津津乐道于几年前北京“红剧场”里的一幕:剧院的大门刚刚关闭,3名拉着行李箱的外国人气喘吁吁夺门而入。“请帮我存下行李,我们从机场刚过来,晚了晚了……”原来,这3名意大利人因为听亲戚说过“一定要在北京看《功夫传奇》”,特意在旅途中安排了北京一站。

究竟是什么原因,让这部剧目有如此大的魅力?

功夫、舞美、大红灯笼,成长、磨难、励志大戏。“民族元素,国际表达。”曹晓宁用最简单的话概括这部“传奇之作”。

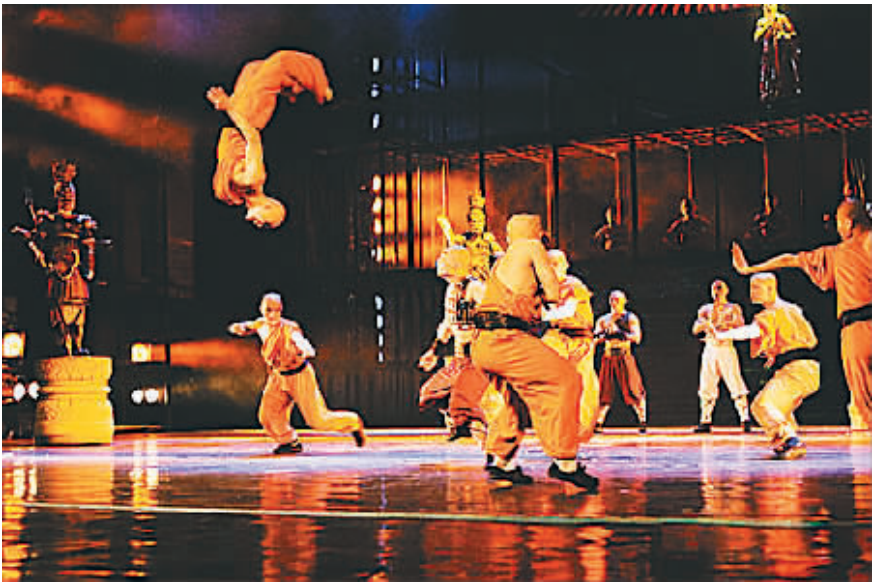
但最初的《功夫传奇》并不是这个样子。从首次亮相到今天,为了摸准老外的“胃口”,剧目已经进行了33次修改。

曹晓宁还清楚地记得,第17次修改完成后,剧团曾信心满满地到加拿大参加演出。但第二天当地报纸的剧评却给了他“当头一棒”：“我们想通过少林功夫表现民族精神,结果当地人解读我们在宣扬‘暴力’。”

这样的“文化误读”,逼得曹晓宁请来了美国百老汇的专家,大刀阔斧地对剧目进行了第18次修改,不仅在情节中加入了表现人物的心理从脆弱走向坚强的内容,还请外国专家直接用英文重新撰写台词。

“我们强壮身体、练中国功夫的目的,是为了维护和平。”这样的台词在中文习惯里,未免过于直白和空洞,却被一个美国专家评价为“台词写得太好了!”

这次“大修”,让曹晓宁颇费心机。“人最



《功夫传奇》剧照

大的敌人是自己。小和尚练功练到不可一世时,妈妈突然去世了,他一下子垮了。看起来最坚强的人往往是最脆弱的,谁都扶不起来。这时候用我们的功夫、歌唱,让他重新振作起来。最终小和尚找回了自己,打出山门。”

就这样,原来剧目中一帆风顺的主人公,被加入“励志”元素后,一下子变“活”了。“对中国人来说,这就是个老套的故事,但外国人一下子看懂了。”曹晓宁兴奋地说,2008年到英国大剧院的演出,给出4星级的评分,“所有的剧评都是好的”。

“内容不断创新、不断进步,这是在商业竞争的压力下才会有的。”曹晓宁回顾这33次修改,解释说,《功夫传奇》内容上的成功,就在于它回应了市场的需求,遵循了“商业演出的规律”。剧目不单纯作为一部反映民俗的“风景观赏秀”,而是被打造成了一部有故事、有内容、有思想的“正剧”推向世界市场。

那么,什么才是“商业演出的规律”呢? “不要钱的东西就是不值钱的东西。”曹晓宁言简意赅。

在他看来,出访交流,免费提供中国文艺表演固然是文化交流的一种重要形式,但

要想让外国人真正接受中国文化,“必须得让老外心甘情愿掏腰包看我们演出,看完了还觉得超值。”曹晓宁认为,这就必须主动积极地到国际舞台上参与商业竞争,搭建“展览会”平台。

也是出于这样的考虑,当《功夫传奇》在北京站稳脚跟后,2010年,天创公司出资340多万美元,在美国第三大演艺中心布兰森购买了“白宫剧院”,开始了在海外的驻场演出。

他选择美国,因为这里有全世界最大的演艺市场。选择布兰森,因为这里有500多家剧院,是个旅游胜地,有独特的演艺文化。

从每一个细节的考虑上,都能看出曹晓宁对商业市场的把握能力:《功夫传奇》在美国白宫剧院的演出,从演出经理、推广人员,到售票员、检票员、剧场保安,清一色请高鼻子的老外充当,只有最前台的演员和最幕后的老板,是黄皮肤黑头发的中国人。“这样,剧目更容易被西方游客接受。”他带着一丝神秘的笑容。

然而,“走出去”的路并非一帆风顺。2011年中,一场突如其来的龙卷风袭击了剧院所在的美国密苏里州,游客量骤然剧减,

令曹晓宁一筹莫展。

“不过我们渐渐发现,这竟然是一个机会。”曹晓宁用手指轻敲了一下桌面。他说,原本布兰森市的300多家票务公司,只有29家出售《功夫传奇》的入场券。但龙卷风发生后,剧团迅速加入了当地组织的赈灾义演行动。布兰森市市长事后无不感慨地说:“《功夫传奇》剧团已经不是美国一个山头上的一场外国演出了,你们是布兰森大家庭不可或缺的一员。”

义演结束,曹晓宁发现,300多家票务公司,竟然全部开卖《功夫传奇》的门票。

“这说明,真正的‘走出去’,应该是‘走进来’加‘走下去’!”在曹晓宁看来,要“走进人心去”,要“持续走下去”,参加义演这种融入当地社会的举动是十分必要的。同时,文化“走出去”更需要的是“按照商业演出的规律办事”。

受龙卷风的影响,2011年布兰森的游客量比往年同期减少了40%,但《功夫传奇》的观众却增加了131%,收入增长了46%。虽然曹晓宁对此的评价是“初步站稳了脚跟”,但他也坦言,如今依然是没有盈利的,因为,一个剧目前期市场的培育至少需要3年。“我们必须耐得住性子。”

每年增长1200场——这是曹晓宁和《功夫传奇》看得见的未来。

“白宫剧院改名中国剧院,以后半年演《功夫传奇》,半年开放给各省演出团体,每个剧种每年演上个100多场,用商业的方式,给中国人输出文化、赚进钱。”

原来,他要“走进来”和“走下去”的,不光有《功夫传奇》。

新华社记者 周勤人 陈晨
(新华社北京1月3日电)



《功夫传奇》剧照

其进行全面修缮,修缮后增建的石亭、石船、石碑与古井相融合,成为一个抒发思古情怀的场景,同时为三亚增添了一处历史文化小景。

记者在古井旁看到,井旁的石船上镌刻了该井的历史沿革,井上面新建了一座石亭,石亭立柱所书对联“海河泉众水兼和涌琼液,天地人多泽协惠滋港民”,体现了古井的神奇和民众对古井的深厚感情。

广电总局:卫视综合频道娱乐节目减少2/3 过度娱乐倾向被遏制



1月2日首播的《平民英雄》画面

新华社北京1月3日电 (记者白瀛)广电总局新闻发言人3日在京说,全国34个电视上星综合频道元旦起推出了改版后新编排,同去年相比,新闻类节目增加了三分之一,新创办栏目达50多个,七类被调控娱乐性较强节目减少了三分之二,过度娱乐化倾向得到明显遏制。

广电总局去年10月下发《关于进一步加强电视上星综合频道节目管理的意见》,提出从今年1月1日起,34个电视上星综合频道要提高新闻类节目播出量,同时对节目形态雷同、过多过滥的婚恋交友类、才艺竞秀类、情感故事类、游戏竞技类、综艺娱乐类、访谈脱口秀、真人秀等类型节目实行播出总量控制。

“从今年的新编排看,节目类型更加丰富合理,过度娱乐化倾向得到明显遏制。”发言人说。

发言人说,全国34家电视上星综合频道新闻类节目日播总量已达到193档、89小时,比去年增加了33%。目前各电视上星综合频道每日新闻类节目均超过2小时,每个频道每晚黄金时间均有2档以上自办新闻类栏目。中央电视台及北京、河北、上海、福建、广东、宁夏、新疆卫视日播新闻类节目均超过3小时。一些上星频道还新开办了有特色的新闻栏目,如山东卫视新闻评论栏目《调查》、北京卫视民生新闻栏目《窗外》、江苏卫视新闻杂志栏目《新闻眼》等。

发言人说,今年,被总量控制的七类节目黄金时间播出量大幅减少,每周总共只有38档,较去年的126档减少了69%,各上星综合频道每周播出上述类型节目最多不超过两档。《非诚勿扰》《中国达人秀》《快乐大本营》《天天向上》《我爱记歌词》等知名栏目仍保留。为推广普及中华优秀传统文化,山西卫视《走进大戏台》、河南卫视《梨园春》等深受群众欢迎的老戏曲节目继续安排在周末黄金时间播出。

发言人说,新开办的娱乐节目也十分注重内容创意,体现文化品位和审美格调。如,江西卫视综艺节目《红星闪闪》,贯

海南画家山东办展

本报讯 (记者卫小林)记者日前从海南省美术家协会获悉,海南画家阮江华中国画学术交流展,于2011年12月31日在山东省龙口市美术馆开展。

据介绍,画展名为“水墨新韵——阮江华中国画学术交流展”,共展出阮江华近年创作的中国画50多幅。作为海南本土画家,阮江华作品充满浓郁的海南风情,呈现出强烈的热带

海洋特色,引起山东省美协和龙口当地美术爱好者、收藏家等各界人士极大兴趣。

阮江华现为中国美协理事、海南省美协副主席,近年来潜心创作海南题材山水画作品,画作具有较高学术品格,其在传统和现代之间的求新与磨合。

画展由山东省美协、海南省美协和海南省书画院联合主办,1月9日闭幕。

三亚房产超市
SANYA REAL ESTATE SERVICE



中国·三亚

2012三亚首届宜居文化展隆重开幕!
2012 Sanya Best Living Culture Exhibition

建筑、自然和人文的故事

活动时间：2012年1月6日—12日

活动地点：三亚·大东海广场

主办单位：

海南省曲艺家协会三亚曲艺中心

三亚华皓房产超市有限公司

三亚蒙太奇影视文化传播有限公司

支持单位：

三亚市文明办

三亚市河东区委管委会

大东海经营管理有限公司