

- > 原创华语音乐剧将走向何方? 中国会成为欧美音乐剧的乐园吗? 在这场对决中, 谁胜谁负?
- > 我总是否思不得其解, 为何圈内圈外有那么大一股强劲的压力, 对音乐剧理论研究, 怀抱那么一种可怕的排斥态度?
- > 我的探求起点——Broadway Musical Play, 各种各样的歌舞剧形式探索都可以进行, 但只要是音乐剧, 就必须重视其固有的方法呈现和审美诉求, 这是认识音乐剧最根本的立脚点。
- > 真诚地希望, 面对全新的音乐剧学科, 在艺术界享有崇高声望和地位的专家们都能把自己过去的辉煌归于零, 也只有拿出归零精神, 一切重新开始, 原创华语音乐剧才能苏醒、升华, 最终实现飘逸。
- > 这是一部由百万人民币打造出来的专著, 可谓字泣血, 用心良苦! 这不是成果, 而是宣言, 而是播种。
- > 历史如果你请喝咖啡, 就用爱与勇气调味, 烹制一杯纯正而香醇的咖啡吧!

# Wen Shuo's Perspectives on Musical 音乐剧的文硕视野

- > 《雪狼湖》到底是不是音乐剧?
- > 《金沙》, 不是不好, 而是不对!
- > 《电影之歌》 歌舞等于零!
- > 矫枉必须过正!
- > 多么可怕! 我原来信以为真的许多知识其实是假的, 而我的整个知识体系是建立在这些错误之上的。



文 硕 编著

# 音乐剧 的文硕视野

Wen Shuo's Perspectives on Musical



 北京理工大学出版社

BEIJING INSTITUTE OF TECHNOLOGY PRESS

版权专有 侵权必究

---

**图书在版编目(CIP)数据**

音乐剧的文硕视野/文硕编著. —北京:北京理工大学出版社, 2006.6  
ISBN 7-5640-0745-1

I. 音… II. 文… III. 歌舞剧-艺术-研究 IV. J833

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 039555 号

---

---

出版发行 / 北京理工大学出版社

社 址 / 北京市海淀区中关村南大街 5 号

邮 编 / 100081

电 话 / (010)68914775(办公室) 68944990(批销中心) 68911084(读者服务部)

网 址 / <http://www.bitpress.com.cn>

经 销 / 全国各地新华书店

印 刷 / 北京凌奇印刷有限责任公司

开 本 / 720 毫米 × 1020 毫米 1/16

印 张 / 27

字 数 / 600 千字

版 次 / 2006 年 6 月第 1 版 2006 年 6 月第 1 次印刷

印 数 / 1 ~ 4000 册

定 价 / 98.00 元

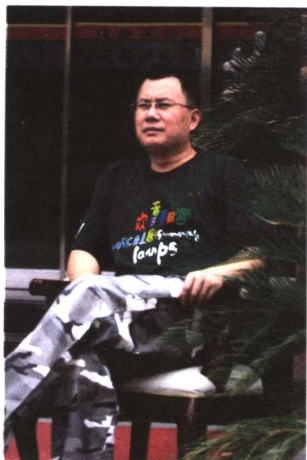
版式设计 / 何 川

责任校对 / 张 宏

责任印制 / 母长新

---

图书出现印装质量问题,本社负责调换



## 文硕其人

### > 会计审计领域

1993年7月1日，中国会计与国际会计全面接轨的日子。这一天，CCTV《东方之子》介绍文硕，评价他自20世纪80年代以来，为搭建中国会计界自20世纪上半叶开始失去的国际型会计传统，做出的重大贡献。期间，他把国际上一大批先进的经典名著介绍到中国。

### > 出版发行领域

20世纪90年代至本世纪初，文硕投身出版发行实业，策划出版发行的图书达500多种，掀起出版界一次又一次风暴，如《学习的革命》、“迎接会计风暴”、“EQ蓝色旋风”。

### > 娱乐营销领域

文硕首次开始系统研究的“娱乐”以及由此衍生出来的“娱乐经济”、“娱乐营销”和“娱乐产业”知识，改变了企业家和普通大众对传统“娱乐”的认识。他的许多娱乐经营专著，成为电影、电视、音乐剧、网络、图书、报刊、演艺和传统行业企业领袖们的床头必备之书。文硕也因此被誉为“中国娱乐营销流派的奠基人”、“中国娱乐经济第一人”。

目前，文硕重点研究和实践音乐剧产业化，尝试整合所有相关资源，打造歌舞娱乐王国。

www.musicalchina.net

wenshuo@vip.sina.com

http://blog.sina.com.cn/m/wenshuo



## 文硕娱乐营销策划机构

把生意做成娱乐 把娱乐做成生意

领军人物：

中国娱乐营销第一人，文硕

### > 文硕音乐剧创作与营销策划中心

1. 提供音乐剧作品创作服务
2. 提供音乐剧营销策划与执行服务

代表案例：音乐剧电影《爱我就给我跳支舞》CD概念专辑（湖南电子音像出版社出版发行，2005年版）

### > 文硕人物策划中心

1. 为企业家、营销广告人、金融家提供个人品牌提升服务
2. 为文化界名人、演艺体育明星提供危机公关服务

### > 文硕娱乐营销策划中心

1. 为娱乐企业提供营销产业化服务
2. 为非娱乐企业提供营销与品牌娱乐化服务

合作单位及个人：CCTV《同一首歌》；用友软件集团；CCTV《对话》；乐百氏“健康快车”广告词；时代新纪元音乐剧产业化策划；康佳集团娱乐营销；中国唱片总公司；上海永乐；亚洲音乐节；博鳌论坛；光线电视；智扬公关；阿里郎组合、明骏女孩组合。

### > 文硕演艺演出，形象代言人与培训中心

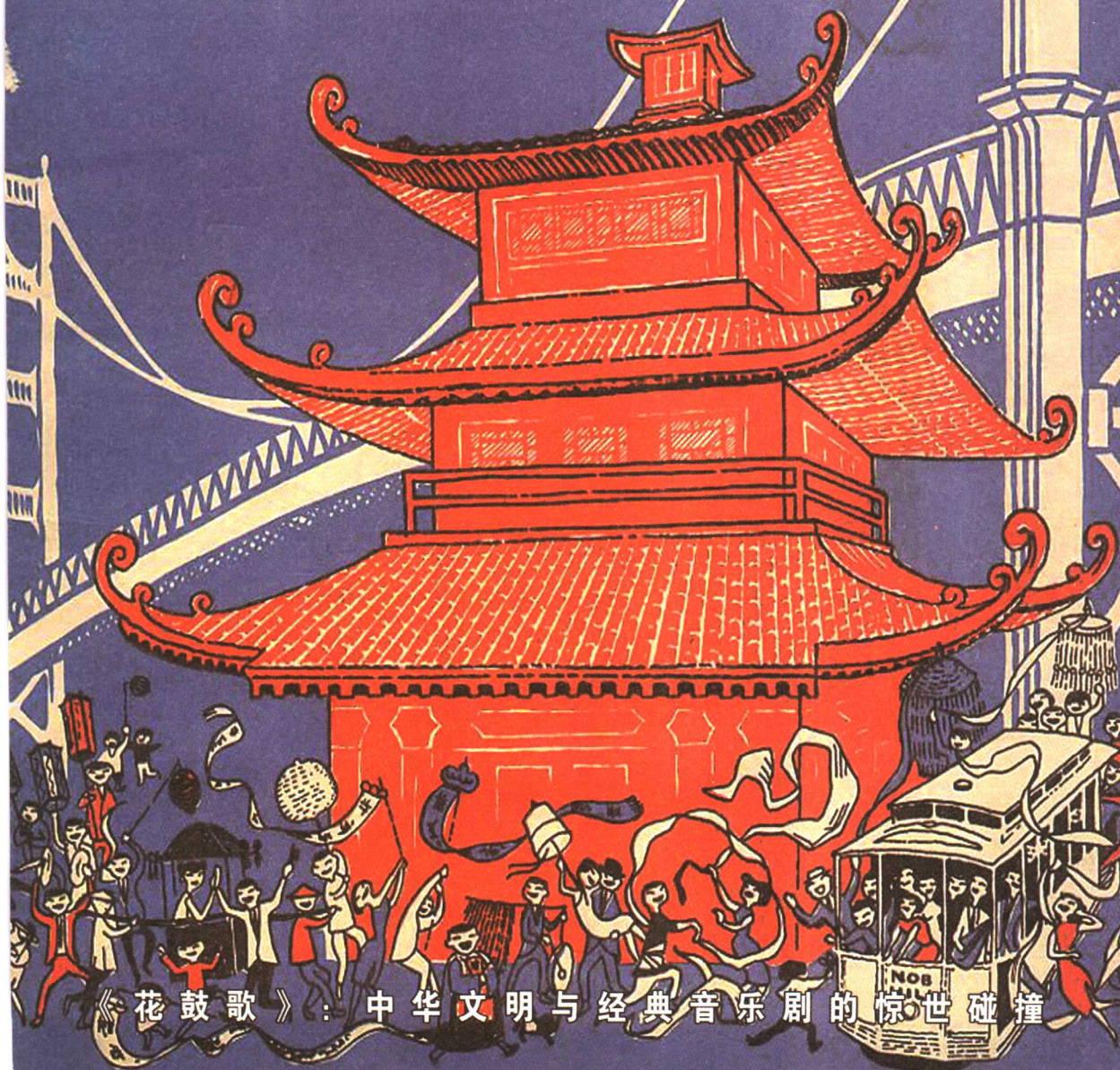
合作单位及个人：北京图书节文艺晚会；陆毅“骄子”品牌代言；陈维亚个人舞蹈作品《绿地》、《莽原》；2005年音乐剧夏令营。

责任编辑：杨清波 赵继香 等

# FLOWER DRUM SONG

Music by RICHARD RODGERS

Lyrics by OSCAR HAMMERSTEIN 2nd



《花鼓歌》：中华文明与经典音乐剧的惊世碰撞



如果少了科尔·波特或是劳伦兹·哈特，音乐剧场将大为逊色；但是，如果没有小



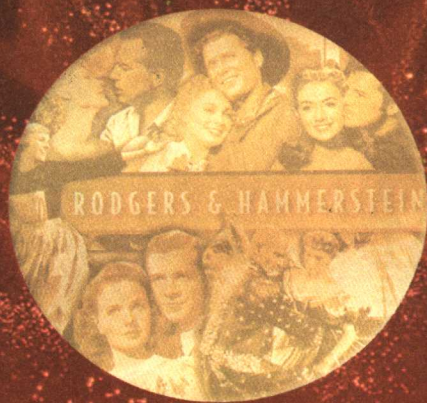
哈姆斯坦或桑坦的话，那简直是一件无法想象的事情。——Thomas S. Hischak



*Jerome*



现代音乐剧之父——杰洛姆·科恩(1885—1945)



浴火凤凰再生  
BROADWAY MUSICAL PLAY



## 文硕简历

北京文硕音乐剧传播公司董  
事长兼总裁

北京时代新纪元文化传播公  
司首席传播顾问

北京大正方圆文化传播公司  
和明骏茂盛艺术发展有限公  
司首席顾问

中唱华夏演出公司首席娱乐  
官、上海永乐纵横文化艺术  
公司首席娱乐官、燃情音乐  
剧网首席娱乐官

北京智扬公关公司首席顾问

正执导中国首部商业音乐剧  
电影《爱我就给我跳支舞》

曾任CCTV“同一首歌”栏目首  
席品牌策划、北京光线电视  
传播公司副总裁、博鳌亚洲  
文化传媒研究院院长、用友  
软件集团副总裁，北京舞蹈  
学院音乐剧研究中心常务副  
主任

专著（或合著）：《这就是  
娱乐经济》、《非娱乐产品  
的娱乐营销传播》、《电影  
营销》、《电视营销传播》、  
《明星包装策略》、《图书  
营销传播》、《网络运  
“盈”》和《音乐剧导论》等。

# 序

北京舞蹈家协会主席 北京舞蹈学院前院长 吕艺生

在音乐剧界，文硕在很多人看来无疑是非常另类的。在绝大多数人对某些音乐剧拍案称奇时，我们总会听到一种与众不同的声音在他的文章中爆发，从而引发各种不同的争论。平时忙于工作，没有时间欣赏他不断在传媒上发表的各类文章，直到春节期间，应邀为他的新著《音乐剧的文硕视野》作序，这才得以抽出余暇系统了解了文硕三年多以来研究音乐剧的心得和见解。

通览书稿，我觉得最值得赞扬的一点是：文硕不是为学术而学术，而是在开发中国第一部音乐剧电影《爱我就给我跳支舞》的过程中，同时展开自己的理论探索。所以，书中给出的许多结论，由于有实践经验作支撑，给人以非常强的说服力。他试图建构的，是一种操作性很强的音乐剧理论体系。应该说，他对如此难以把握，又极其复杂的不同国家各类歌舞剧的了解和分析，是非常清晰的。我越来越认同他这样的主张：中国音乐剧从业者必须越过英国和法国的音乐剧，深入到美国20世纪40-60年代音乐剧发展的“黄金年代”——这是一般研究人员和创作者未必很熟悉的时期去淘宝。如果对于1943年《俄克拉荷马》到1964年《屋顶上的小提琴手》之间的那两个10年没有一些知识的话，就会难于理解在世界各国各种歌舞剧实践中处于主导地位的美国音乐剧最本质的部分。这里的“主导”，不仅是指美国的，也是指世界的：它意味着前有先贤，后有智者。

# MUSICAL PLAY

可惜，目前我们大专院校的老师、演出公司，甚至整个社会在对中国人的音乐剧教育中，只注重灌输当代以韦伯和勋伯格为代表的英法音乐剧知识，而忽视去启迪和发展他们对正宗传承美国音乐剧的欣赏视野和思维能力，致使目前的中国，一直未能善续音乐剧的正宗血脉。无论剧本唱词之光，还是歌舞之慧，都未能开显出来。

叙事音乐剧(book musical)乃是歌舞叙事传统中最渊懿庄穆的观念，是绽开在人类歌舞叙事之树上最美丽、最灿烂、营养最丰富的花朵，作者以其作为音乐剧理论结构研究的基点是非常科学的。在书中，既有音乐剧假设、本质、目的和概念的探寻，音乐剧元素和整合之谜的寻觅，也有音乐剧思想面纱的撩拨；既有大量经典音乐剧歌舞案例的揭示，也有作者通过打造音乐剧电影《爱我就给我跳支舞》对正宗传承音乐剧的探求；既放射着美国音乐剧大师的理性之光，也迸发着中国传统戏曲的智慧火花。从这一意义上说，本书不仅是一本音乐剧理论专著，也是一部音乐剧实务专著；不仅是一部音乐剧历史专著，也是一部比较音乐剧专著。

宋儒张载曾立铭：“为天地立心，为生民立命，为往圣继绝学，为万世开太平。”我国音乐剧群体中有一批执著于理论指导实践的研究者和实践者，面对音乐剧史上一座座学术巅峰，“高山仰止，景行行止，虽不能至，然心向往之”。如果像很多人所言，走音乐剧理论探索之路意味着毁灭，那么，即使有万分之一的可能，我们也要拼着性命开出一条音乐剧理论的生路来。所以，我愿以张载的《西铭》，去激励和喝彩，为那些不懈追求和开发音乐剧理论的看似孤独实则精神丰富者。音乐剧因为有了他们而愈加丰满和成熟。



# BROADWAY

## 序

### 音乐剧元理论建设的可贵探索

南京艺术学院博士研究生导师 居其宏

我与文硕素不相识，但在音乐剧领域却已神交多年。

首次在我面前提到这个名字的，是我在南京艺术学院专攻音乐剧理论的博士研究生卿菁。后来文硕在北京举办音乐剧夏令营、开通“燃情音乐剧”网站、出版音乐剧唱碟《爱我就给我跳支舞》、创办“北京文硕音乐剧传播公司”，还有他那带有某种传奇性的经历、他对音乐剧的热爱和痴迷、他在发展中国原创华语音乐剧方面的战略构想，以及他近期发表的一些音乐剧文论，凡此种种，也都是通过卿菁才知道的。因此，我们虽然至今未曾谋面，但作为挚爱音乐剧的同道，彼此也算是老朋友了。

前些日子，卿菁将这本音乐剧理论专著用电子邮件发给我，并向我转达了文硕邀我为之作序的愿望，于是在繁忙的教学科研工作之余，抓紧时间将这本数十万字的书稿匆匆浏览了一遍，并较仔细地阅读了其中若干重要章节。虽不敢说我赞同本书的所有观点，也并不认为作者着力构建的音乐剧理论框架已经具有了完备的理论形态，但我可以负责任地说，书中所论的不少内容，常能引发我会心一笑，或因触动我的某根心弦而引起理论上的共鸣；而文硕关于原创华语音乐剧现状的思考和未来发展的主张，头脑清醒、态度诚恳、分析到位、观察深刻、策略对头，无疑是我最为看重也最为欣赏的部分。



音乐剧的文硕视野

## 为原创华语音乐剧登高一呼

如今，中国音乐剧界崇洋之风很盛。从最初的“描红”与“原创”之争，到近年来各个高等艺术院校的音乐剧表演教学中言必称欧美和言必称韦伯，好像不用英文演唱欧美经典曲目就不“地道”了，原创华语音乐剧在我们的教学中毫无地位，于是，大家在不知不觉间朝着欧化方向渐行渐远。对此，一些同行曾在不同场合、用不同方式表示过各自的忧虑，文硕便是其中引人注目的一位。他不但在理论评论中为此大声疾呼，而且勇于在实践中身体力行——他为原创华语音乐剧《爱我就给我跳支舞》所作的曲折努力可为佐证。

在为音乐剧而疯狂的特色人等中，文硕之内心激情奔涌如潮绝不亚于我们任何一位，但其头脑却保持着异乎寻常的冷静。从这本书足可看出，他是一位诗人浪漫气质和哲学家思辨理性兼备的人。看上去，这本书的名称是比较学术性的，它所给出的理论框架和主要阐述也闪耀着理性的灵光，但其中奔涌着的对于音乐剧的无比热爱和激情，以及对于原创华语音乐剧现状的痛切反思和真诚呼吁，却在字里行间随处可见。

我高兴地看到，文硕关于当前原创华语音乐剧应以20世纪40-60年代美国百老汇叙事音乐剧(book musical, 或称“剧本音乐剧”，文硕称为“叙事音乐剧”或“古典音乐剧”)为楷模的观点与我多年来的主张不谋而合——我在中国艺术研究院指导的第一个音乐剧研究生刘永屹的硕士论文就是以百老汇黄金组合罗杰斯与小哈默斯坦(R.&H.)为对象的；如今卿菁的博士论文选题同样以百老汇“整合音乐剧”(integrated musical)为研究对象。之所以这样做的指导思想，是鉴于国内音乐剧界只把眼光盯住英国“四大名剧”、迷信其“三大路线”而对更符合当代中国国情的百老汇鼎盛时期的叙事音乐剧及其“整合”概念知之甚少、误解颇多，意在通



过我们的学术研究，将这一点明确地告诉国内同行并引起他们的足够重视。谁知刘永屹硕士论文的核心部分在2001年《歌剧艺术》发表后，国内多数同行对此并不以为然；我本人也在一些文论中作过多次提醒和呼吁，其命运同样如此。表现在创作实践中，叙事音乐剧的宝贵经验依然被弃之如敝屣，一些剧目之轻视剧本创作导致情节贫弱、人物苍白的倾向愈演愈烈。

因此，当我在本书第六章“音乐剧的要素”读到文硕下面这段话时，内心深处引起强烈共鸣是可以想见的：

中国原创音乐剧目前存在的最大问题，有人说是市场问题，但我们认为更大程度上还是作品问题。作品质量不高的首要原因就是中国创作者对音乐剧美学、音乐剧创作方法、音乐剧格律、音乐剧风格还不甚了解，他们接触的，大部分是韦伯的音乐剧，现在还有法国音乐剧，以为那就是音乐剧的全部。其实，古典音乐剧(classical musical)是十分东方主义的，很多人认为看不下去，甚至看着看着会睡着，但从音乐剧独特的创作方法和美学情趣角度看，正是这里，珍藏着我们最需要的专业智慧。没有Book，何来内心深处流露出来的眼泪、欢悦、痛苦和纯情？没有book，何来岁月反复后依然隽永、厚重的永恒、经典、不朽和奇迹？

文硕正确地指出，《雪狼湖》、《金沙》、《电影之歌》等剧目失败的原因，正在于这些剧目的创作者对于叙事音乐剧“珍藏着我们最需要的专业智慧”的漠视。其实，中国歌舞剧舞剧院的《花木兰》、广州歌舞团的《星》等剧目的情况也大抵如此。他们完全忽视了百老汇鼎盛时期音乐剧《俄克拉荷马》、《国王与我》、《西区故事》、《窈窕淑女》、《音乐之声》、《屋顶上的小提琴手》等经典剧目的一些共同经验，即它们在情节构造上的生动性、丰富性和“莎士比亚化”，以及必须对各个构成元素进行整体整合的创作理念。而对于“四大名剧”，国内某些同行所津津乐道的仅仅是它们的“三大路线”，却不肯承认以下两个事实：其一，《悲惨世界》、《歌剧院的幽灵》和《西贡小姐》在情节的生动性、丰富性以及整体

# USCAMP

整合方面直接继承了叙事音乐剧的成熟经验；而一直作为音乐剧必须“淡化情节”标杆的《猫》，如果没有韦伯美妙的《回忆》及其在中国观众中造成的强烈期待心理，它在中国剧场里根本无法连续演出20场以上。其二，在中国，所谓“三大路线”是以高风险为前提的，所以“四大名剧”在中国的演出一直采取“高票价、短档期”战略，以规避这种风险。这种战略恰恰是极其短视的和自杀性的，因为它从根本上违背了音乐剧“低票价、长档期”的市场规律，把最广大的受众群排斥于音乐剧剧场之外。

我也有条件地赞同文硕在第六章“音乐剧的要素”里说的这一段话：

我们中国人不是缺乏才能，而是缺乏诚实和严肃。通常在刚看到一点皮毛时，就认为自己什么都懂了。正是这样的态度，妨碍了踏踏实实地学习，做出来的作品不具有专业性。

缺乏诚实和严肃的，在中国音乐剧从业者中确实不少，但并非一概如此，更不是所有中国人。我在十年前曾写过一篇文章，叫作《中国音乐剧界无大腕》，其意是说，不管我们此前在各自岗位上的成就有多高，名气有多大，但到了音乐剧这个完全陌生的领域，彼此的地位一律平等，大家都是小学生，必须从ABC学起、做起，没有任何值得骄傲的资本。然而现在有一些初出茅庐的后生小子，对欧美音乐剧的历史与现状知之不多，深入研究者更是少得可怜，看了几部戏，略知一点皮毛，便以行家里手自居，尽管作品的质量很差，自我吹嘘的功夫却很了得，演出前在媒体上把势造得很大，常常大言不惭地号称“中国第一”，但作品甫一上演，即刻被观众和市场唾弃。古人云：“知之为知之，不知为不知，是知也。”最坏的是强不知以为知，无知无畏出狂言，自命不凡，强充老大，结果拿出来的东西极不像样，恰如文硕所说“非常不具有专业性”，与事前的虚假宣传相比，徒给人留下笑柄，成为笑料。文硕批评这种人“缺乏诚实和严肃”，一语中的。这种浮躁、狂躁心态若不坚决加以扭转，必成为原创华语音乐剧日后崛起的大敌。

