

# 梅蘭芳的海外媒體形象 及對京劇海外傳播的啟示<sup>①</sup>

于建剛<sup>②</sup> 郝爽<sup>③</sup>

**摘要：**在梅蘭芳數次海外演出的過程中，已經完備發展的海外報刊行業對其藝術形象和生活形象做了較為詳盡的報導，有意識的利用人格化建構對梅蘭芳的形象進行了立體式、綜合化塑造。雖然因為文化差異與地域間隔使得海外媒體對梅蘭芳形象的建構與傳播還存在不少缺憾之處，但其中所呈現出來的人格化塑造、多元化傳播等方法對當前京劇的海外傳播有著一定的借鑒意義。

**關鍵字：**梅蘭芳 媒體形象 京劇 海外傳播

## The Media Image of Mei Lanfang and Its Enlightenment on Peking Opera's Overseas Communication

YU Jiangan HAO Shuang

**Abstract:** When Mei Lanfang was performing in the western countries, the local media, which was then rather developed, made detailed reports on Mei Lanfang's artistic and social image, and personified Mei Lanfang's image deliberately in a three-dimensional and comprehensive way. Although there were many shortcomings in the construction and dissemination of Mei Lanfang's image at that time due to cultural differences and regional distance, it diversified the communication methods in this field and may provide reference for the current overseas communication of Peking Opera.

**Key words:** Mei Lanfang; Media image; Peking Opera; Overseas communication

在梅蘭芳所處的時代，隨著近現代工業技術的持續發展，特別是印刷技術的飛速迭代，帶動了以報刊為代表的全球大眾傳播行業急速擴張。從媒體從業者到知識份子再到普通民眾都有了自己獲取資訊、傳遞資訊與交換資訊的管道和平臺，從而在一定層面上改變了原本京劇藝術

---

① **【基金項目】：**本文為國家社科基金藝術學一般項目“20世紀以來中國戲曲海外傳播文獻整理與研究”階段性成果（項目編號：23BB032）。

② **【作者簡介】：**于建剛（1972—），文學博士，中國戲曲學院藝術管理與文化交流系主任、研究生處處長、教授、博士生導師，主要研究領域包括戲曲文化傳播與交流、藝術管理、戲曲習俗、中外文化交流史等。

③ **【作者簡介】：**郝爽（1985—），藝術學博士，中國戲曲學院藝術管理與文化交流系教研室主任，副教授。

依靠“口口相傳”式人際傳播的局面，媒體所產生的傳播力影響力日益凸顯。當時很多文藝界關注京劇發展的人士也意識到了這樣的變化，如劉守鶴曾言：“報紙上有了關於譚鑫培的記載和批評，銷路就會擴大起來，比登載八國聯軍入北京的消息還更有人注意些。”<sup>[1]</sup>作為近現代標誌性的中國戲曲藝人，梅蘭芳曾多次赴海外進行訪問演出，其於1919年、1924年和1956年三次受邀赴日本，1930年赴美國演出，1935年和1952年前往蘇聯，在國際社會均引起極大的反響與關注，同時也帶動了京劇藝術在國際間的傳播與交流。在海外演出期間，海外媒體對於梅蘭芳藝術形象與生活形象的報導是多樣且立體的，尤其在多種因素影響下對於梅蘭芳形象的人格化傳播提升了他在海外藝術界的知名度與影響力，進而對京劇藝術的海外傳播也起到了極大的推動作用。歸納、總結海外媒體對於梅蘭芳海外形象塑造所產生的影響，對於當前京劇藝術海外傳播的路徑與方向拓展，有著重要的意義。

## 一、梅蘭芳形象在海外媒體傳播中的人格化表達

人格化報導不僅是在新聞傳播的過程中，通過符號編輯建構“人”，使得傳播主體獲得人的“屬性”，同樣也是建立傳播主體“人性特點”和“人格魅力”的過程。<sup>[2]</sup>在梅蘭芳的數次海外公演的過程中，經常積極同當地媒體接觸、合作，促進媒體人格化的報導與傳播。梅蘭芳在1930年赴美演出時，齊如山就曾提到：“用了很多方法到美國宣傳，如與那裏新聞界、雜誌社通信，寄相片等。最後做了一百多篇臨時送各報館宣傳的文字。此外，把預備梅君沿路接待新聞記者時，應該發表的談話，也做了幾十篇。”<sup>[3]</sup>在這樣的準備下，美國媒體在報導中基本能掌握梅蘭芳的舞臺形象和生活形象特質，在對梅蘭芳舞臺形象進行評價的同時，也實現了對梅蘭芳個人形象及其代表的京劇藝術的宣傳，對海外受眾認識、瞭解梅蘭芳及京劇藝術產生了一定的導向性影響。

### （一）梅蘭芳藝術形象的人格化表達：舞臺形象的建構

梅蘭芳自身的舞臺藝術形象能夠在眾多旦角中脫穎而出，這與其背後的齊如山、馮耿光等摯友在國內媒體中為其吶喊助威有諸多關聯，從而在國內媒體中樹立了梅蘭芳一代名伶、明星形象<sup>[4]</sup>。而且得益於紙媒的廣泛傳播範圍與強力傳播效果，國內媒體對於梅蘭芳綜合性、立體性的藝術形象報導與討論毫無疑問地引起了海外媒體的注意。在梅蘭芳赴美之前，就有不少美國報紙及雜誌對於梅蘭芳在媒體上的影響產生了關注。1924年，美國雜誌《文學文摘（Literary Digest）》中寫道：

“There are three 'musts' for foreign guests visiting China: the world famous Great Wall, the Temple of Heaven, and a visit to a Chinese playhouse to see Mei Lan-Fang.<sup>[5]</sup>（去中國遊玩有三個必去：世界聞名之長城，天壇和去看一場梅蘭芳的戲。）

將梅蘭芳與長城、天壇相提並論，顯然是梅蘭芳在媒體上的明星形象不僅深入到國人內心，也影響了海外媒體的看法。

同時，在海外演出的過程中，梅蘭芳及其團隊也往往善於與媒體合作，以“利用公眾輿論樹立旦角明星形象，使文人藝術趣味得以擴展到大眾文化中。”<sup>[6]</sup>在齊如山對中國戲曲藝術的著述中，“美術化”是其對中國戲曲總結的重要特徵之一。<sup>[7]</sup>梅蘭芳在編創古裝戲的創新也正是遵循這一原則，從表情、手勢到服裝、道具均以美觀動人為優先，這樣的表達方式也影響到了海外媒體對於梅蘭芳的評價。1930年梅蘭芳赴美時，有些美國媒體對於梅蘭芳的藝術形象已經十分熟悉了，在報導手法與話語建構方式上也圍繞著梅蘭芳舞臺上的“美”來展開，主要分為兩個方面：首先是對於梅蘭芳演出成功的描述，其次是梅蘭芳舞臺形象“美輪美奐”的讚歎。在1930年2月17日首演成功後，《紐約世界報（New York World）》《紐約晚報（New York Evening Post）》《紐約郵報（New York Post）》等均對於其舞臺上的藝術形象大加讚賞，稱其表演“令人興奮（exciting）”“豐富及罕見（rich and rare）”<sup>[8]</sup>，紐約頗具有影響力的評論家布魯克斯·艾克金森（Brooks Aikinson）在《紐約時報》中這樣形容梅蘭芳的演出：

Perhaps you may even have a few bitter moments of reflecting that although our own theatrical form is enormously vivid, it is rigid, and never lives so freely in terms of the imagination as this one does.<sup>[9]</sup>（你甚至會有一瞬間痛苦的想到，我們自己的戲劇形式儘管非常鮮明，卻顯得非常僵化，在想像力方面從未像（京劇）一樣自由。）

美國媒體在梅蘭芳的舞臺藝術形象上也極力以“美學勝利（Victory of Aesthetics）”“優雅（graceful）等詞”<sup>[10]</sup>來形容。諸多評論家在媒體上對於梅蘭芳的藝術形象給予了充分的肯定，尤其是對於演出時美觀動人的舞臺形象進行了充分描述：

His hands are used in a fashion altogether marvelous. His eyes, his smile, his every perfectly timed movement contribute to the total effect.<sup>[11]</sup>（他的手的使用方式非常奇妙。他的眼睛，他的微笑，他的每一個恰到好處的動作都為整個（舞臺）效果做出了貢獻。）

與此同時，許多評論家對於梅蘭芳的藝術形象及藝術造詣的評論持續在美國媒體上刊出，無論是梅蘭芳的表演身段，還是音樂，或舞臺造型都得到了美國學者的認可。當然，地緣與文化造成的藝術審美的巨大差異顯然不是幾場演出就能消除的，但美國的記者、評論家、學者在媒體上對於梅蘭芳藝術形象的描述與評論，促進了當時的西方社會對於京劇藝術的認識與欣賞，也推動了後續京劇藝術在美國的發展。

## (二) 梅蘭芳生活形象的人格化表達：明星化傳播

1930年的美國正處於經濟與社會高速發展的時代，人們需要大量且具備刺激性的娛樂內容來滿足自身娛樂的需求，這就為大眾傳媒行業的興盛造就了條件與基礎。從民眾的角度講，緊張、局促且充滿變動的社會生活需要可讀性強且充滿趣味性的報導來進行彌補，媒體報導中頗具故事性的新聞就更受讀者喜愛。而且，美國作為傳媒行業較早發展的國家，針對不同欣賞水準的受眾的媒體分化現象也早已存在。所以，美國媒體不僅熱衷於追逐梅蘭芳的藝術與舞臺形象，同樣也喜好關注梅蘭芳的個人生活形象。

美國媒體對於梅蘭芳是中國藝術界明星這一事實早有耳聞。在1924年就有美國媒體稱梅蘭芳是中國的“舞臺明星（stage-idol）”，並描繪美國和日本的銀行家為了“面子”競相出資請梅蘭芳演出的事件。<sup>[12]</sup>為了方便民眾理解，美國媒體熱衷於將其與當時的好萊塢明星約翰·巴裏摩爾（John Barrymore）和魯道夫·瓦倫提諾（Rudolph Valentino）相比較，稱其在中國名氣非凡，是“東方最棒的演員（the greatest actor in Orient）”，<sup>[13]</sup>成功地將梅蘭芳的藝術形象與當時好萊塢明星形象聯繫在了一起。

在梅蘭芳赴美之前，齊如山等人就把他在中國形成的明星化藝術形象傳遞至海外媒體，諸多美國報紙和雜誌對梅蘭芳的藝術形象的持續討論，使得自1920年至1930年這10年間美國民眾對於梅蘭芳赴美演出的期待值不斷上升，致使美國媒體關於梅蘭芳的訪問演出謠言在1920年至1930年這十年間絡繹不絕。尤其是在1924年署名為阿基裏斯（Achilles）的作者在《生活時代（Living Age）》雜誌的文章上言之鑿鑿確定1925年梅蘭芳即將訪美，造成了美國民眾不小的轟動。<sup>[14]</sup>這樣的消息也由各種人士回流至中國報紙媒體，在國內紙媒中引起強烈反響，尤其是《申報》連發數篇文章討論梅蘭芳訪美事宜，使得海內外受眾對於梅蘭芳赴美有了全面認識。

梅蘭芳在美國演出期間，同美國藝術界的接觸過程中，梅蘭芳的個人生活形象包括性格特質，也給美國的藝術家產生了深刻印象。比如梅蘭芳到達美國洛杉磯後，就與包括卓別林在內的許多藝術家進行了接觸，而卓別林與梅蘭芳見面後就說了這樣的一段話：“我早就聽到您的名字，今日可稱幸會。啊！想不到您這麼年輕，就享有這樣的大名，真可算世界上第一個可羨慕的人了。”<sup>[15]381</sup>這裏面所傳達的不僅了卓別林對梅蘭芳藝術名望的肯定，還有對梅蘭芳個人的傾慕。正是基於對梅蘭芳個人及其代表的京劇藝術的喜愛，梅蘭芳在美演出期間，紐約形成一股“梅蘭芳熱”，許多京劇服裝被放置在商店櫥窗展示，還有一種花被命名為“梅蘭芳花”。無獨有偶，梅蘭芳的個人形象的影響，同樣打動了蘇聯的藝術家，比如愛森斯坦。他在為梅蘭芳拍攝電影《虹霓關》時，感受到梅蘭芳待人的寬容，對電影藝術的尊重：“在這短短一天的合作中，我已感到你是一位謙遜的、善納忠言的演員，你如投身電影界，也必定是一位出色的電影演員。”<sup>[15]384</sup>

## 二、梅蘭芳形象在海外媒體中人格化傳播的特質與缺陷

人格化傳播是基於符號之上的內容生產，借助多重視角進行敘述的傳播方式。從前文可見，梅蘭芳赴美公演時的媒體形象不僅是舞臺形象的描述與再現，同樣也是對其個人形象的展示與描述，為受眾展現了綜合又立體的中國戲曲藝人形象。從傳播主體上來看，京劇作為中國傳統文化代表，其自身就具備兩種截然不同的敘事角度與文化屬性，一是京劇在自身發展、傳播的過程中通過藝術積澱與創新發展，成就了舞臺藝術造詣與藝術精神品格上的經典；二是京劇本身作為根植於大眾的民間文化，具有大眾娛樂文化屬性，以“捧角”為代表的明星偶像塑造式文化已經根植其中。從美國媒體對於梅蘭芳的媒體形象傳播角度上來看，也是依據這兩種人格化的傳播方式進行的。

### （一）海外媒體構造梅蘭芳人格化傳播的特質

從受眾感知的角度來看，對於梅蘭芳形象的人格化傳播可以呈現多樣化的形態，除去舞臺上的藝術表現與戲劇評論家的劇評外，海外媒體在選擇對梅蘭芳形象的塑造與傳播特質上，基本從以下三方面入手：

首先是以梅蘭芳的名氣為出發點進行傳播，展現梅蘭芳個人在中國與海外的聲望：

His fame has spread over the entire Orient, and he has become the idol of the more than five hundred millions of people who inhabit China and Japan. He is the only actor in present day China who seappearance on the stage in any part of the country at any season of the year is hailed invariably by a capacity audience.<sup>[16]</sup>（他（梅蘭芳）的名聲傳遍了整個東方，他已經成為居住在中國和日本的5億多人的偶像。他是當今中國唯一一個在中國任何一季出現在舞臺上的演員，他總是受到大量觀眾的歡迎。）

第二是從記事角度出發進行傳播，展現觀眾及社會各界對於梅蘭芳到來的期待：

昨晚八點半，名伶梅蘭芳一行三十五位到達東京站。很多人到月臺去歡迎，都想看看這位名伶。各社攝影記者為了拍攝這個場面擁擠得象打架一樣。梅本人不用說了，就連同來的所有的人也沒有一位能走動一步。<sup>[17]81</sup>

但顯然對於受眾感知影響最大的，還是梅蘭芳的個人生活報道，即用生動的個人化事件來表達梅蘭芳的魅力，如《哈佛戲劇集》中記載了1930年3月22日晚，梅蘭芳在國賓酒店（Ambassador Hotel）的告別晚宴結束後與在場每位來賓握手，甚至是雇傭服務員：

He was so grave, so intent that what he was doing should not seem merely an idle form. It is hard to think of any Occidental actor who could have done it so simple [sic]-or for that matter who would

have bothered to do it at all.<sup>[18]</sup> (他是那麼嚴肅，那麼專注，他所做的事情不應該只是一種無所事事的形式。很難想像有哪個西方演員能做到這麼樸實——或者說，有誰會費心去做這件事。)

從中可以看到，海外媒體對於梅蘭芳的關注角度是多元的，受媒體影響的公眾對於梅蘭芳的印象也是多樣的，既有舞臺形象的認識，也有對舞臺下梅蘭芳的熱愛，進而將這兩種形象混合在一起，形成對梅蘭芳的綜合認知。比如梅蘭芳在紐約演出最後一場結束後，觀眾自發地上來與梅蘭芳握手，甚至出現了很多人握過一次手後，再重新排隊再握一次的情況。<sup>[19]</sup>而這所體現出來的，就是受媒體影響及被梅蘭芳舞臺形象與公眾形象打動的觀眾，對梅蘭芳及其演劇的熱愛。

同時，我們還應看到，海外媒體對於梅蘭芳的形象塑造，也因為文化差異或地緣差異的影響，出現了這樣或那樣的缺陷。首先是在北美演出時，雖然在美國也常見男性在舞臺上反串女性角色，但對於性少數群體的歧視依然讓海外媒體在解釋梅蘭芳舞臺形象時加入了對於他個人取向的隱晦猜測，以緩解觀眾的疑慮：

“In Peking, he lives a modest, unassuming life, shunning publicity, seldom showing himself, except to go to and from his theatre. The house in which he lives with his wife and children is a European one”<sup>[20]</sup> (在北京，他過著謙遜、不張揚的生活，避免公開露面，除了上下戲院外，很少露面。他與妻子和孩子居住在歐式住房內。)

而在梅蘭芳訪蘇過程的報刊報導中，政治因素的影響則佔據了主要因素。雖然蘇聯的報刊對於梅蘭芳的表演技藝讚不絕口，但蘇聯對於文藝政治與文化自信的強調影響了其如何看待梅蘭芳的蘇聯之行：“梅蘭芳將戲劇帶到莫斯科——我們這個時代戲劇藝術的麥加聖地——有著特殊而崇高的文化意義……像蘇聯那樣，將戲劇推到思想的媒介和社會的組成部分的高度來認識的國家，在世界上還沒有第二個。”<sup>[21]</sup>雖然從表面上讚揚梅蘭芳的藝術，但實際上是從政治角度出發，歌頌蘇聯制度上的胸襟讓梅蘭芳的藝術發揚光大。

## (二) 梅蘭芳海外媒體形象的人格化傳播缺陷

### 1. 藝術造詣上傳播力度的缺乏

雖然美國媒體在報導中體現出對於梅蘭芳的藝術造詣的關注，如斯達克·楊、泰德·肖恩和布魯克斯·艾克金森等劇評家都曾就梅蘭芳舞臺藝術做出論述，在梅蘭芳舞臺表演上的程式性 (program) 和虛擬性 (vital) 做出了一些不做拆解式的評論<sup>[22]</sup>：

“I notice in Mei Lan-fang's acting that the rhythms of the body are complete throughout. If a gesture is made with the right hand, it not only proceeds from the right shoulder..... but affects the left shoulder as well; so that the entire torso falls into the justly related rhythms. The head is constantly

moving, subtly alive on the neck, a motion that may often be unnoticed, as we may overlook the vibration of line and plane in fine sculpture. The use of the sleeves, from which hang the long white cuffs far down below the hands, is.....You see the sleeves go up, wildly fluttered, like a white dove, you even hear the flutter of wings in quick flight; a thing so subtly done and perfect that you can hardly believe it happened, and yet it was done with great certainty and design, even to its exact position on.”<sup>[23]</sup>（我注意到在梅蘭芳的表演中，身體的節奏是完整的。如果用右手做手勢，它不僅從右肩開始……但也影響左肩；這樣整個軀幹都進入了正確相關的節奏。頭部不斷地運動，在頸部微妙地活動著，這一運動可能經常被忽視，因為我們可能忽略了精細雕塑中線條和平面的振動。你看到袖子向上卷起，像一只白鴿一樣瘋狂地拍打著，你甚至可以聽到翅膀快速地拍打著；這件事做得如此巧妙和完美，以至於你幾乎無法相信它發生了，但它是以前極大的確定性和設計完成的，甚至達到了完美的平衡。）

雖然這樣的評論在某種意義上有了一定的延展性，對於梅蘭芳的舞臺藝術有了一定的認識和理解，但從根本上來說，並未實現結合中國戲曲藝術的瞭解，而僅僅限於西方戲劇舞臺藝術的觀察，所以探討的深入度不足，著眼點也頗為有限。這與當時美國大眾媒體受公眾關注度的影響，普遍突出自身娛樂性而且缺乏藝術性討論有著一定的關聯。梅蘭芳訪美期間正值美國報業與廣播產業競爭激烈之時，且在經濟大蕭條的背景下，美國報業的收入持續下降，1928-1934年間有246家日間報紙停刊，而廣播則持續發展，廣告增幅達到316%。<sup>[24]</sup>所以在對於梅蘭芳的各方面形象塑造時，美國報業不得不減少在藝術性上的探討，轉而需要從公眾更能夠理解，也更感興趣的方向進行報導，進而吸引讀者的注意力。另一方面來看，京劇藝術在海外進行傳播時，文化因素的差異性也使得公眾對傳播主體身上所承載的藝術特質關注較低。也就是說，無論是美國報紙記者還是藝術評論家，在觀看梅蘭芳的京劇表演時，所表達的出發點均是基於西方“戲劇（Theatre）”“歌劇（Opera）”視角。但顯然，無論是唱腔、人物裝扮還是舞美設計以及藝術形象的角度，西方藝術與京劇藝術是有著極大差異的，對於基本不具備東方藝術欣賞基礎的西方記者、評論家和觀眾而言，充分理解梅蘭芳的舞臺藝術，再在此基礎上用英語轉述出來，是具備相當的難度的。

所以，在促進京劇藝術人格化傳播的過程中，僅僅突出對於傳播主體也就是京劇演員自身的明星化、偶像化是不夠的，更需要大量的、專業的評論家與理論研究者的參與，以提升海外觀眾對京劇藝術性的瞭解與關注。京劇作為一種戲劇表演藝術，其展現的舞臺內容在傳播中有著多重的意義空間。對於梅蘭芳來說，在舞臺上和舞臺下所展現的是兩種身份：一是作為京劇藝術家真實的身份；二是作為京劇演員在舞臺上所塑造的角色身份。梅蘭芳的觀眾也因此具備兩種身份：一是作為獨立個體的獨立身份，二是當觀眾沉浸到京劇表演時，可化身為臺上人物，

從內心主觀感受到戲劇人物的悲歡離合，形成一種審美體驗者的身份。而這一點在梅蘭芳訪日期間日本媒體的報導中體現的尤為突出。在梅蘭芳的三次訪日之旅中，日本媒體在報導及評論中就凸顯出對梅蘭芳藝術造詣的特別關注。首先地緣與文化上的親近使得日本媒體能夠充分理解梅蘭芳的舞臺表演藝術，與美國部分媒體與觀眾形容梅蘭芳的舞臺演繹充滿“遭到慘殺所發出的痛苦尖叫”，覺得部分唱腔聲音太過高亢以至於不能接受，如同“一只壞了喉嚨的貓叫聲”<sup>[25]</sup>不同，日本評論家不僅能在藝術文化上理解京劇藝術的表演方式，而且也能夠化身為觀眾沉浸在美好的舞臺表演體驗中：

……在空中描出曲線來，其姿態豐富多彩，有著許多優美文雅的形態，我想這就是它的特點，觀眾看到這種地方是要喝彩的，他的唱不離開男性的自然嗓音，他隨著含有哀音的胡琴和笛子，它們是伴奏樂器的基調，也用有點哀婉的聲音來唱，唱腔中把母音拖得很長而且比較單純，他的唱不知為什麼跟樂器配得很協調。<sup>[17]82</sup>

相比起美國評論家在媒體中的描述，日本評論家的描述顯然在“感同身受”的多樣化表達方面更加豐富，同時也展現出作為觀眾的傳播客體在觀看過程中的美學體驗。這樣對於演員藝術造詣的語言建構相對而言更加感性和個性化，使得新聞媒體更具個性，更顯生動，也更加適應對應大眾的人格化傳播方式。當然，這也與梅蘭芳團隊與日本文化界的長期交往有關，與日本媒體對於中國戲曲的長期關注有關。1956年梅蘭芳赴日演出時就有大量日本雜誌密集地進行關注，而且使用的均來自中國國內的一手資料：<sup>①</sup>

日期	出處	標題	作者
1956年5月	Radiopress 315期	梅蘭芳訪日前夕在人民日報發表的讀後感	\
1956年8月	Radiopress 391期	訪日歸來的梅蘭芳、歐陽予倩——新華社記者訪記	\
1956年8月	Radiopress 392期	中日兩國人民的深厚友誼	梅蘭芳
1956年5月	RP News 1800期	梅蘭芳京劇團從北京出發——踏上訪日之路	\
1956年5月	RP News 1801期	對日本公演感到高興——訪梅蘭芳先生	\
1956年7月	RP News 1855期	梅蘭芳抵達廣東	\
1956年7月	RP News 1860期	梅蘭芳先生抵達北京	\
1956年7月	RP News 1862期	梅蘭芳一行回國歡迎會在北京舉行——周總理出席	\
1956年7月	RP News 1863期	梅蘭芳：感謝日本人民的盛情款待	\
1956年8月	RP News 1876期	梅蘭芳談訪日感想：強調日中人民友好	\
1956年8月	RP News 1878期	梅蘭芳在日本公演取得成功	\
1956年8月	新聞月鑑 91期	好久不見的梅蘭芳談日本印象：加強日本與中國出版界交流	\
1956年7月	知性 3期	寫真梅蘭芳——本月專題	\
1956年4月	中國語 10期	今夏訪日的梅蘭芳	孟蘭

① 日本國立國會圖書館索引結果。

## 2. 人格魅力傳播上的偏頗

如前所言，對於大眾媒體來說，舞臺形象的塑造與傳播固然重要，但為了滿足盈利與聲望的需求，顯然軼聞趣事更能滿足大眾的心理和情感需要。因此，台下對於梅蘭芳人格魅力的描寫更能夠吸引眼球，尤其是在西方文化語境中對於京劇男旦文化理解的缺失下，大眾對於臺上藝術形象與台下個人形象無法統一的情形尤其突出，這也就為通俗性報刊的寫作提供了素材：

May's popularity in China can possibly equal that of Mary Pickford in this country. Indeed, one may say, she must be the prettiest girl, the most wonderful actress, the belle singer in China. Yes, May Lang Fong is, but only on the stage! Beyond the stage, Mary is prettier, more wonderful, a better singer than the prettiest girl, the most wonderful actress, the belle singer, because May is a man! In fact, there is no actor in China whose popularity is wide enough to compete with him.<sup>[26]</sup>（梅在中國的人氣可能堪比瑪麗·皮克福德在英國的人氣。的確，有人可能會說，她一定是中國最漂亮的女孩，最出色的演員，最美麗的歌手。是的，梅蘭芳是，但只是在舞臺上！在舞臺之外，瑪麗更漂亮，更精彩，是一個比最漂亮的女孩，最出色的演員，最美麗的歌手更好的歌手，因為梅是一個男人！事實上，在中國還沒有哪位演員的受歡迎程度能與他相媲美。）

顯然，一位男演員在舞臺上扮演著與早期好萊塢“甜心（sweetheart）”瑪麗·皮克福德相似的形象更能引起讀者的好奇心與探究欲，但這樣的人格化文本建構會引導受眾關注的偏移，所以需要加強對於梅蘭芳個人魅力的持續報導，以補足對於臺上藝術表演的誤讀。

在對於梅蘭芳生活中人格魅力的塑造上，日本媒體的表述顯然也更符合京劇所要表達的語境。日本媒體在1919年、1934年兩次對梅蘭芳的報導中，使用最多的為“名伶”稱謂，這也與梅蘭芳在中國媒體如《申報》中的表述一致，<sup>[27]</sup>這一稱謂也符合舞臺與生活雙重人格化形象的塑造要求。相比起美國媒體的“偶像”“明星”與“歌手”等單一且語境不一致的描述，“伶人”形象不僅營造了梅蘭芳京劇名角的客觀語境，更加為梅蘭芳個人魅力提供了傳播的平臺，也能夠恰如其分地展示梅蘭芳的個人魅力。

### （三）梅蘭芳海外媒體形象建構的總結

在海外報刊媒體對於梅蘭芳形象的塑造與傳播中，圍繞著京劇的經典與娛樂二重性塑造了梅蘭芳的藝術形象與生活形象，為梅蘭芳及京劇文化的海外傳播奠定了堅實的基礎。但同時也應該看到，因為社會、文化及報刊自身對於讀者閱讀與欣賞能力考量等諸多原因，京劇的經典與娛樂的二重屬性並未得到充分重視，經典屬性與娛樂屬性並未得到同地位的展現。這使得訴諸於海外報刊的梅蘭芳形象或以經典的東方藝術形象出現，傳播語境多是基於感性的藝術認識或者分析。如評論家吉爾伯特·賽爾迪斯在《紐約晚會報》上所說：“美國觀眾欣賞到的是

梅蘭芳這位演員特殊的體質。他對身軀絕對有把握的掌握和控制能力，他那對異常敏感的眼睛和一雙靈巧的雙手，他那完整的表演特色，和他那一直深入角色的情緒。”<sup>[15]375</sup> 美國報刊在讚歎梅蘭芳舞臺表演的美的時候不遺餘力，但與梅蘭芳藝術形象相呼應的“美術化”語言表達卻始終缺失，以至於所呈現出的梅蘭芳舞臺藝術形象多有高雅之意，而非活潑靈動，營造出一種古老而傳統的文化氛圍。

其次，作為京劇表演者，梅蘭芳在各個方面都具有人格化表達的優勢，但在美國媒體的傳播過程中，其人格身份要麼被定義為中國傳統京劇的傳承者，要麼被定義為好萊塢明星式的“舞者”或“歌者”，雖然形象頗具積極意義，但在這樣的形象建構中，作為個體的獨立人格卻被忽略了，即梅蘭芳形象作為“個體”或被包含在京劇整體藝術概念中，或被西方藝術語言體系所涵蓋。在美國媒體對於梅蘭芳形象的傳播中也鮮見對於鮮明獨立人格的建構與傳播，雖然當時的攝影、攝像技術的廣泛使用可以對個人形象做一定的補足，梅蘭芳團隊顯然也在這一方面做足了功夫，但梅蘭芳的性格色彩還是沒有得到充分體現。實際上這也是當今京劇海外傳播所面臨的主要問題，即媒體中的戲曲演員形象不是苦學數載技藝乃成，就是積極向外推廣京劇，雖然這樣的形象正面且具有積極意義，但顯然作為個體的演員人格被忽略、淡化。正如梅蘭芳在日本、美國的媒體報導中，多為梅蘭芳個體展現及傳承的京劇藝術、舞臺造詣，但作為梅蘭芳本人個人化的描寫卻相對較少。

### 三、當前京劇的海外媒體形象的人格化塑造

當前的媒體傳播環境已經和梅蘭芳時代的依賴傳統媒體傳播的情勢截然不同，就人格化的藝術形象塑造而言，當前媒介比傳統媒介更具有塑造人格化形象的客觀條件；就人格化的藝術形象傳播而言，當前媒介更具有賦予大眾傳播以個性、主體化特徵。<sup>[28]</sup> 互聯網技術、資訊接收終端與可視化技術的集合為人格化傳播創造了新的傳播情境，同時也為其賦予了新的外延意義。在實際的人格化傳播中，“類人屬性”的建構方式顯然打破了傳統媒體只能依賴文字符號手段，網路流行辭彙、符號甚至是表情包更適應當下的媒介傳播情境，也更有利於塑造京劇演員的舞臺藝術之外的形象。同樣作為人格化傳播的載體，互聯網線上平臺兼具了文字、圖片和聲音等多種符號形式，呈現出活潑多樣的人格化傳播特點，形成一種新型傳播模式，這也為京劇海外傳播提供了新的參考。

首先，對於京劇藝術的海外媒體形象塑造而言，要建立多樣化、多角度的京劇藝術形象。

美國媒體對梅蘭芳的形象描繪主要集中在以下方面：一是戲劇明星的身份，二是舞臺表演技藝，三是梅蘭芳舞臺形象造型及聲音效果，四是梅蘭芳所代表的京劇藝術表演的虛擬性與程式性的探討。雖然角度頗多，但仍有基於西方文化報導框架下的審視視角，文字形容較為單一，整體性也略顯不足。而且，正如前文所說，對於梅蘭芳所代表的京劇藝術的評價，多基於感性

理解而缺乏必要的理性探討，對於媒體受眾所帶去的印象就是中國京劇的感觀美（包括對梅蘭芳的認識），而缺乏理性的思考與判斷。

從 20 世紀 50 年代以來中國京劇的海外演出情況來看，海外媒體對於京劇的認識依然沒有脫離梅蘭芳時代。媒體對於京劇藝術的評價，“美麗的”“第一流的”“驚心動魄的”“歎為觀止的”“神奇的”“迷人的”等字樣層出不窮，海外觀眾對於京劇的感受依然停留在舞臺形象、表演動作、熱鬧的場面、精彩的武打等方面，但對於京劇背後的文化韻味，劇碼所體現出來的思想內涵，京劇舞臺表演所包含的美學追求等，卻少有談及。這不能不說，自梅蘭芳時代以來，海外對京劇的認識並沒有隨著京劇海外演出的增多而實現應有的深入。

基於此，作為京劇海外傳播的主體——京劇演員，既要通過舞臺形象向海外媒體繼續傳播京劇的形式美，還要通過舞臺下的活動，包括與觀眾面對面、面向普通受眾的講座、面向專家學者的討論會、座談會來闡述京劇藝術文化內涵、美學追求與舞臺哲學。通過對海外媒體的主動影響，實現將多元的京劇傳播給海外受眾，實現京劇藝術從形式到內容，從感性到理性對海外觀眾的全方位影響。從某種層面講，這也是京劇藝術海外傳播人格化的另外一種表現形態。

同時，還要善於利用新媒體自身的多種屬性，加強京劇從業者的個人形象塑造。

梅蘭芳一向重視大眾媒體的傳播，無論是唱片、電影還是廣播都有涉及。在海外演出期間，梅蘭芳在不斷地與各藝術領域的人接觸的同時，也留下了很多電影形象。比如 1930 年梅蘭芳在美國接受派拉蒙公司的邀請，拍攝了《刺虎》中費貞娥向“一只虎”李過敬酒的片斷，這也是梅蘭芳第一次拍攝有聲片。在梅蘭芳還在美國的時候，這部片子就已經在北京真光電影院放映了，在國內也產生了很大反響。對於當代的京劇從業者而言，同樣需要通過多種管道來接觸各類媒體，借助各類媒體發聲，在傳播京劇藝術的同時，塑造多元化的自身形象。對於當前的公眾而言，媒體對其影響力與引導性是巨大的，人們對於藝術從業者的形象構成，多來自各類媒體媒介。當前，京劇從業者及其代表的京劇藝術形象大量出現在抖音、B 站等媒體平臺上，雖然不似舞臺形象那樣完整，但以其特有的親切與自然，也實現了對受眾的多層次影響，尤其是年輕受眾。

2021 年 5 月 31 日，在中共中央政治局第 30 次集體學習上，習近平總書記就加強我國國際傳播能力建設做了重要講話。在講話中，習總書記強調：“講好中國故事，傳播好中國聲音，展示真實、立體、全面的中國，是加強我國國際傳播能力建設的重要任務。”“努力塑造可信、可愛、可敬的中國形象”。<sup>[29]</sup>對於京劇的海外傳播而言，也要通過各類媒體，特別是海外主流媒體，把京劇從業者對京劇藝術的堅持與堅守，京劇人才培養中體現出來的傳承精神，京劇人“戲比天大”的舞臺追求等轉化成一個個生動的故事，一個個鮮活的形象去影響海外受眾，讓他們得以感受到京劇人的生命力、感受京劇蘊藏在劇目中的情感，感受京劇藝術的溫度。藝術溫度與藝術精神的雙重傳遞，也是京劇藝術的人格化表達。在媒介更為多元化的今天，推動京

劇藝術形象的人格化建設，使京劇藝術的海外形象更為立體、更為生動，才能夠在國際傳播中打破文化的差異與偏見的溝壑，最終達到深入傳播、有效傳播的目的。

### 【參考文獻】

- [1] 劉守鶴. 譚鑫培專記 [J]. 劇學月刊, 1934(11): 44-45.
- [2] [美] 約翰·斯圖爾特. 溝通之橋 [M]. 王怡紅, 陳方明, 譯. 北京: 北京大學出版社, 2017: 55-60.
- [3] 齊如山. 梅蘭芳遊美記 [M]. 瀋陽: 遼寧教育出版社, 2005: 23.
- [4] 賈佳. 梅蘭芳的媒體形象——從北平期刊視角 (1928-1937) [J]. 藝術百家, 2008(2): 13-18.
- [5] “The Gentlemanly ‘Leading Lady’ of China” [J]. *Literary Digest*, 1924(82):34-40.
- [6] 葉凱蒂. 從護花人到知音——清末民初北京文人的文化活動與旦角的明星化 [M]// 陳平原, 王德威. 北京: 都市想像與文化記憶. 北京: 北京大學出版社, 2017: 33.
- [7] 齊如山. 齊如山戲劇作品專刊 [J]. 北京畫報, 1923(3): 23.
- [8] Stephen Rathbun. “In and Out of the Theatre” [N]. *New York Evening Post*, 1930-02-01.
- [9] Brooks J Atkinson. “China’s Idol Actor Reveals His Art” [N]. *New York Times*, 1930-02-17.
- [10] “Mei Lan-fang and Troupe in Equity” [N]. *New York Times*, 1930-02-28.
- [11] Richard Lockbridge. “Up Front: Through Native Eyes” [N]. *New York Sun*, 1930-02-19.
- [12] A.E. Zucker. “China’s ‘Leading Lady’ ” [J]. *Asia: Journal of the American Asiatic Association*, 1924(34):600-604+646-647.
- [13] “The Chinese John Barrymore” [J]. *Literary Digest*, 1925(86):42.
- [14] Achilles. “Mei Lan Fang: China’s Foremost Actor” [J]. *Living Age*, 1924(321):1053-1055.
- [15] 蔡子諤, 陳旭霞. 大化無垠: 中國藝術的海外傳播及其文化影響 [M]. 石家莊: 花山文藝出版社, 2011.
- [16] Advertisement [N]. *The New York Herald Tribune*, 1930-02-04.
- [17] 吉田登志子. 梅蘭芳 1919 年、1924 年來日公演的報告 [J], 細井尚子, 譯. 戲曲藝術, 1987(01): 80-85.
- [18] “State of the Stage-Dinner with Mr. Mei” [N]. *The Harvard Theatre Collection*, 1930-03-22.
- [19] 李伶伶, 梅蘭芳與孟小冬 [M], 南京: 江蘇文藝出版, 2008:187.
- [20] Herbert L. Matthews. “China’s Stage Idol Comes to Broadway” [J]. *New York Times Magazine*, 1930(ix):2.
- [21] 馮偉, 皮野. 政治維度、人民性與現實主義論爭——從一則史料談梅蘭芳訪蘇事件的蘇聯視角 [J]. 現代中文學刊, 2019(6): 104-112.

- [22] Stark Young. “Mei Lan-Fang” [J].New Republic, 1930(62):152-153.
- [23] Stark Young. “Mei Lan-Fang” [J].Theatre Arts Monthly, 1930(14):295-308.
- [24] 許永超, 陳俊峰. “熱點新聞挪用”的歷史及其使用限度——1930年代美國報紙 - 廣播大戰的啟示 [J]. 新聞記者, 2021(8): 73-83.
- [25] 許姬傳, 朱家潘. 梅蘭芳的舞臺藝術 [M]. 北京: 中國戲劇出版社, 1960: 45.
- [26] “Chinese Plays, Real and False” [J], Literary Digest,1920(64):13-15.
- [27] 沈後慶. 現代傳媒與名伶形象的確立——以《申報》(1913-1949)及梅蘭芳為例 [J]. 戲曲藝術, 2014(3): 73-81.
- [28] 丁未. 回歸人際性: 大眾傳播的另一個視野 [J]. 現代傳播, 1997(6): 12-15.
- [29] 講好中國故事, 傳播中國聲音, 展示真實、立體、全面的中國 [N]. 人民日報(海外版), 2021-12-30 (04) .