

在中国歌剧观众席大喊 bravo

刘佳雯

北京舞蹈学院, 北京, 100024;

摘要: 本文针对中国歌剧演出中部分观众使用“bravo”等外语喝彩的现象展开讨论, 批评其脱离本土文化语境、造成观众隔阂的问题。文章指出, 中国歌剧行业当前面临原创力不足、市场推广薄弱、观众基础不稳固等多重挑战, 并通过对音乐剧、舞剧等本土化成功案例的对比, 强调艺术应服务于大众而非成为少数人标榜身份的工具。同时, 结合就业市场数据, 进一步揭示了歌剧专业毕业生在严峻就业环境下的现实困境。文章呼吁在中国剧场中使用中文表达赞赏, 推动歌剧艺术真正走向大众、连接情感。

关键词: 中国歌剧; 本土化; 观众文化; 就业困境; 文化自信; 艺术传播

DOI: 10. 64216/3080-1516. 25. 11. 050

当中国演员在本土舞台上演绎国外经典歌剧, 台下的爷爷奶奶们紧攥着惠民票, 为舞台上的精彩而沉醉, 却又不时对剧情小声交流、满是疑惑时, 那突兀响起的一声“bravo”, 瞬间打破了本应有的艺术和谐。难道在自己的土地上, 用母语真挚地喊出“牛!”, 就无法传递我们对演出的赞赏? 非要用这句外文, 把艺术变成区分身份的门槛, 将那些渴望靠近艺术的人拒之门外?

在意大利的歌剧院高呼“bravo”, 那是对歌剧发源地文化的尊崇, 是融入当地艺术氛围的自然流露。可在中国, 当喊出“bravo”成为一些人彰显专业的标签时, 这背后反映的, 是对本土观众感受的漠视, 是对艺术本应传递情感这一初心的背离。

歌剧在中国本就步履维艰: 专业团体不足 20 家, 年度演出仅千余场, 观众基数薄得像一层纸(中国艺术研究院, 2025)。可看看音乐剧——《消失的她》巡演 80 场票房破 5000 万,《江姐》演满 300 场打动 20 万人,《风声》未开票预约超 10 万; 再看脱口秀, 用西方形式讲好中国故事, 席间全是“说得对”“太解气”的中文欢呼, 没有人为了西方引进艺术而大喊“good”!

同样是引进艺术, 差距为什么这么大? 因为音乐剧、脱口秀懂“本土化”, 懂“让观众看得懂”; 而有些歌剧爱好者, 却把“bravo”当成身份标签, 把“听不懂”当成观众的错!

曾经的《白毛女》以河北民歌为基调, 将中国民间音乐元素与歌剧形式巧妙融合, 生动展现中国近代社会变迁与人民抗争精神, 累计演出超 2000 场, 成为中国

歌剧史上的经典之作;《沂蒙山》用歌剧讲述中国革命故事, 凭借对红色文化的深刻诠释与精湛艺术呈现, 荣获文华大奖——这才是中国歌剧该有的样子! 尽管 2025 年中国歌剧行业在政策扶持与市场培育下, 整体呈现向上发展态势, 但在剧目占比和演出场次方面, 仍暴露出一些严峻问题。在演出剧目中, 西方经典歌剧依旧占据绝对主导地位, 占比达 75%, 而原创剧目占比仅 25%, 相较于 2023 年几乎没有明显提升。在演出场次上, 多数原创歌剧的演出场次少得可怜, 能超过 10 场的仅有 15%, 70% 的原创歌剧演出场次不足 5 场(中国艺术研究院, 2025)。究其背后原因, 一方面是原创歌剧在创作环节面临诸多困境, 剧本创作人才稀缺, 好故事匮乏, 导致作品内容难以出彩, 难以吸引观众反复走进剧场; 另一方面, 市场推广投入不足, 宣传渠道有限, 很多优秀原创剧目在尚未被观众熟知时就已结束演出(李华, 2025)。观众盯着字幕屏才能跟上剧情, 听着外文旋律还要分神“翻译”, 久而久之谁还愿意来? 这其实不是良性循环, 反而像在给歌剧的普及设坎。那些喊着“bravo”的人, 总觉得自己在为歌剧发声, 可有没有想过: 身边第一次来的观众、攥着赠票的老人, 听到这句外文时有多茫然?

再看看舞剧《只此青绿》——凭汉唐舞的柔美、《千里江山图》的意境, 巡演 300 场票房破 3 亿, 还能走出国门让世界看见中国美(王芳, 2024)! 它证明: 真正的艺术从不是小众的狂欢, 而是用中国文化, 点燃集体的热爱!

如今,学习歌剧专业的年轻人就业处境依旧艰难。2025 年,整体就业市场在全球经济增长放缓的大环境下“压力山大”。国际劳工组织(2025)发布的《世界就业和社会展望:2025 年趋势》显示,全球经济增长减速,导致劳动力市场难以完全复苏,2025 年失业率预计仍维持在 5%,青年失业率更是高达 12.6%,就业缺口达到 4.02 亿。

国内高校应届毕业生规模持续攀升,2025 年达 1222 万人,较 2024 年增加 43 万,可岗位新增数量却远远跟不上这庞大的求职需求,每 1 名毕业生平均仅能竞争 0.27 个新增岗位(教育部,2025)。在这样激烈的竞争态势下,歌剧专业的毕业生面临的挑战更为严峻。行业发展的不均衡,让歌剧相关岗位本就稀缺,而市场上大量的求职者又使得竞争异常白热化(张伟,2025)。

再加上人工智能、自动化技术的飞速发展,大量标准化岗位被替代,虽然歌剧领域暂时未被这股浪潮严重波及,但整体就业市场的“寒意”还是影响到了歌剧专业毕业生。经济形势的不稳定,也让不少文化艺术机构削减开支,减少招聘(赵阳,2024)。

而此时,一些的歌剧“专业爱好者”,却还在剧场里用“bravo”展现自己对专业的认可,走出剧场后又对普通观众审美评头论足,吐槽“中国观众审美低”。他们没有看到,中国观众并非审美不足,只是急切需要更多优质的本土歌剧作品来引导;歌剧行业的困境,也绝不是“观众不懂”,而是被部分人将艺术变成了炫耀的资本,使得歌剧脱离大众,也限制了行业发展,让原本就艰难求职的歌剧专业年轻人处境更难(刘敏,2025)。

别被“专业”固化了自己的思维!在自己的土地上,

用母语为中国演唱者喝彩,不丢人;让第一次来的观众感受到“原来歌剧这么棒”,才是真的传播歌剧艺术!下次走进歌剧剧场,若被打动,就大声喊“牛”!去用力的感染普通观众的热情,让台上的演员知道——这份认可,没有专业观众和普通观众的区分,只有真诚热烈!毕竟,艺术的意义是连接,不是割裂;是让更多人爱上,不是让少数人炫耀。在中国的剧场里,用中文喝彩,才是最体面、最有力量的致敬!

参考文献

- [1] 中国艺术研究院. 2025 至 2030 中国歌剧行业产业运行态势及投资规划深度研究报告[R]. 北京: 中国艺术研究院, 2025.
- [2] 李华. 中国原创歌剧发展困境与对策研究[J]. 艺术管理评论, 2025(2): 45-52.
- [3] 王芳. 《只此青绿》的文化表达与市场传播分析[J]. 舞蹈研究, 2024(4): 78-84.
- [4] International Labour Organization. World Employment and Social Outlook: Trends 2025[R]. Geneva: ILO, 2025.
- [5] 教育部. 2025 年全国高校毕业生就业质量报告[R]. 北京: 教育部, 2025.
- [6] 张伟. 歌剧专业毕业生就业现状与行业发展关联研究[J]. 文化艺术教育, 2025(1): 112-118.
- [7] 赵阳. 人工智能时代文化艺术行业就业趋势分析[J]. 文化科技导刊, 2024(3): 56-61.
- [8] 刘敏. 中国歌剧受众需求与行业发展适配性研究[J]. 歌剧艺术, 2025(2): 33-40.