

黄梅戏在日本的传播现状和传播策略研究

罗金良

安徽师范大学, 安徽 芜湖 241000

DOI: 10.61369/SDME.2025190041

摘 要： 戏曲是中国优秀传统文化的重要载体，而黄梅戏则是戏曲文化当中一颗璀璨的珍珠。关于黄梅戏的海外传播，通过调查发现其在日本的传播尚未得到充分发展，根据案例分析研究黄梅戏在日本的线上线下传播策略，旨在促进黄梅戏的海外传播，提高中国戏曲文化影响力。

关 键 词： 黄梅戏；跨文化传播；日本

Research on the Dissemination Status and Strategies of Huangmei Opera in Japan

Luo Jinliang

Anhui Normal University, Wuhu, Anhui 241000

Abstract： As a vital carrier of China's outstanding traditional culture, Huangmei Opera stands out as a luminous pearl within the realm of Chinese Oprea. Regarding its international promotion, data collection and analysis reveal that its dissemination in Japan remains underdeveloped. Through case studies of online and offline communication strategies for Huangmei Opera in Japan, this research aims to advance its global reach and enhance the influence of Chinese culture.

Keywords： Huangmei Opera; cross-cultural communication; Japan

引言

中国戏曲承载着深厚的民族精神，其海外传播不仅是文化输出的重要途径，更是跨文明对话的桥梁。黄梅戏作为中国五大戏曲剧种之一，其传播在日本尚未得到充分关注。黄梅戏的国际传播，实质是对黄梅戏非遗文化的有效保护，也是提高我国文化软实力的重要途径。因此，对黄梅戏在日本的传播现状和传播策略进行研究，这是让黄梅戏非物质文化遗产从中国走向日本再走向世界的重要一环。

一、黄梅戏在日本的传播现状

黄梅戏的海外初次亮相始于1953年的赴朝鲜为志愿军进行的慰问演出，但并没有正式让黄梅戏走上国际舞台。时隔二十多年，黄梅戏才真正走向国际舞台。黄梅戏的日本初公演于1986年，茨木市与安庆市于1985年结为友好城市，为纪念友好城市1周年，安庆市文化艺术友好团前往茨木进行黄梅戏公演^[1]。此次黄梅戏公演为日后在日本的传播提供了良好范式。

黄梅戏在海外的演出交流活动以国内剧团的海外演出形式为主，经常还会附带一些黄梅戏讲座、授艺等艺术交流互动。另外，还有一些海外华人组建的黄梅戏剧社、剧团或个人的演出，国外的一些艺术团体偶尔也会排练、演出传统的黄梅戏剧目^[2]。

关于国内剧团赴日交流演出。除上述的黄梅戏日本初公演，此后直至今日，国内剧团都不断赴日公演。有时是政府主办两国

的交流活动，如今年大阪世博会的安徽活动日上以“文化搭台、交流唱戏”为理念，上演黄梅戏等非遗表演。有时是两国民间艺术团体的戏剧盛事，如安徽省黄梅戏剧院2007年受邀前往日本静岡国际艺术节出演黄梅戏《雷雨》。还有专家讲座、授艺的活动形式，如2022年日本高知县在庆祝中日邦交正常化50周年的活动上，邀请王文强宣讲黄梅戏等中国传统艺术文化。

关于在日华人组建的黄梅戏剧社、剧团或个人的演出。近些年在日华人的黄梅戏演员中最具代表性之一的就是王文强。在与《人民日报海外版》的采访中，他表示“对传统艺术的传承和保护，不是把艺术供起来、关起来，而应该普及、推广，帮助它融合和接纳时代的挑战。”^[3]2018年积极与安徽安庆市黄梅戏艺术剧院联系，促成安徽黄梅戏艺术剧院首次访日演出活动，并将安徽黄梅戏带到中国驻日本大使馆主办的“中国节”活动，多次赴中国文化中心等地进行演出，让日本观众充分了解到京剧之外的

中国地方剧种的魅力。

关于国外艺术团体改编或新创的黄梅戏剧目的演出。目前日本对黄梅戏的改编尚未得到充分发展,但以王文强为代表的黄梅戏演员正在努力将中国传统戏剧与日本传统戏剧结合。2019年,他携手日本舞蹈家音羽菊公,筑前琵琶演奏家石桥旭姬共同创作中日合作剧《罗生门》,该剧为首部中日合作剧,打破了中日戏剧之间的隔阂。由于黄梅戏在日本的影响力尚未得到充分发展,目前这种黄梅戏改编少之又少。

此外,随着新媒体的发展,网络视频等线上传播也成为黄梅戏在日本传播的途径之一。但黄梅戏的海外影响力较低,因此相比于京剧、变脸等外网上较火中国戏剧元素,黄梅戏尚未出圈。

二、黄梅戏在日本的传播策略

(一) 线上传播的价值与策略

戏曲的传播形式分为四个时代:第一,舞台传播时代;第二,印刷传播时代;第三,广播影视传播时代;第四,网络传播时代^[4]。融媒体时代下,“酒香也怕巷子深”,黄梅戏的线上传播是大势所趋,将黄梅戏进行线上传播,其本质上是传统的艺术形式通过传播媒介的更新,进而实现在线化和数据化,开拓了全新的传播框架、传播规则和传播生态^[5]。“互联网+”时代不仅让所有戏曲大数据的保存变成了现实,也使得观众能够更加精准、便捷地搜索到自己心仪的作品^[6]。抖音、快手等新媒体的兴起,对传统戏曲传播模式进行了重新定义。短视频、直播和网络游戏为戏曲传播模式提供了新的途径。

1. 短视频

近年来,传统戏曲艺术的传播受到了当代文化的较大冲击,中国戏曲作为艺术与文化的特殊载体,却处于受众老化、人才流失、在中国日趋小众化的尴尬境地。^[7]2019年,短视频平台的兴起又为其带来了新的机遇。

针对黄梅戏短视频在日本的传播,我们缺乏的是便于日本观众接受的优质短视频。这需要培养大量优质的“日语+”复合型短视频创作者。这要结合日本受众的喜好特点,做好“日语+传媒”黄梅戏的日语译介工作及视频编排。还要重视“日语+黄梅戏”演员其本身功力的培养和日语能力的锻炼^[8]。如此既能削减日本观众的观赏门槛,又可增强其文化亲近感,进而激发他们对黄梅戏的深层兴趣。

2. 网络直播

黄梅戏在国内的网络直播已不是少见,据《抖音2024非遗报告》显示,平均每天有5.3万场非遗直播,其中直播打赏演艺类非遗,黄梅戏位居第二,直播拓宽了黄梅戏受众。但在日本黄梅戏的直播确是鲜少,其中既有中日两国直播等网络平台不通用的原因,也有日本黄梅戏受众少直播效益低下的原因。但这正需要我们不断突破难题,多途径让黄梅戏走出国门。

3. 网络游戏

近年来,随着网络技术的发展,网络游戏在年轻一代的影响力不断增强,将中国传统优秀文化融入其中,能够在潜移默化中增强年轻一代对中国传统优秀文化的认同感,有利于中国传统文化的进一步弘扬。

如今网络游戏中融入传统文化IP,获得广泛好评的案例不在少数。其中戏曲文化从服装到音乐都是便于融入网络游戏的重要元素,如游戏《王者荣耀》联动京剧《霸王别姬》,还有昆曲演员魏春荣配音的“游园惊梦”,以及灵感来源于川剧的“胖达荣荣”和越剧的“梁祝”等。

而在日本较火的中国网络游戏《原神》,京剧演员杨扬演唱《神女劈观》塑造了游戏角色“云堇”,同时“云堇”作为载体,承载了京剧的灵魂内涵和中国文化,向全世界介绍和宣传了属于中国戏曲文化的结晶^[9]。斩获了包括日本等世界各地的无数好评,为黄梅戏等中国戏曲文化的海外传播提供了新的思路 and 方式。

(二) 线下传播的魅力与策略

黄梅戏在剧目方面,号称“大戏三十六本,小戏七十二折”。虽然黄梅戏大戏和小戏没有明确的篇幅,但一般一本大戏时长在半小时到两小时不等,一折小戏则约20分钟。短视频平台的传播机制与黄梅戏的传播特点产生冲突。虽然线上传播具有便捷性和更多的观众容量,但同时也不利于黄梅戏舞台的完整传播及全局展现。线下传播可采取文化展示空间、黄梅戏文创IP打造等方式,结合现有线下传播方式促进黄梅戏在日本进一步传播。

1. 文化展示空间

文化展示空间主要是对相关文化的展示、保护和传播。文化展示空间是人们接触、认识、理解各种文化的重要渠道。^[10]常见的黄梅戏文化展示空间,主要有展览厅等形式。

2009年在新加坡政府的支持下,新加坡华人下会宾成立了新加坡华族戏曲博物馆。该博物馆为海外首家华族戏曲博物馆,为海外打造中国戏曲文化展示空间提供灵感。

在日本,黄梅戏的文化展示空间还有巨大发展潜力,可以效仿其他中国戏曲相关的在日文化展示空间,或与其他剧种联合发展。如今年上海市对外文化交流协会主办的《牡丹亭》艺术展在日本东京以《牡丹亭》为切入点,展开了一场回溯之旅,带领日本观众深入了解昆曲的演变与传承。

2. 黄梅戏文创空间打造

近年来,文化创意产业蓬勃发展,博物馆衍生文创为戏曲艺术的现代表达开辟了全新路径。日本在文创产业方面形成了包括动漫等多个领域的庞大产业体系。

当前市场环境下,中国文创产品的文化稀缺性与供应链优势形成双重壁垒。加速黄梅戏文创产品出海日本,以“文创+”推动“黄梅戏文化出海”,有利于在日本讲好中国故事。黄梅戏文创产品可依托在日本黄梅戏文化展示空间的打造,以冰箱贴或玩

偶等形式出现。

在今年日本的大阪世博会上，不仅有黄梅戏等中国戏曲现场表演，带有中国戏曲秦腔元素的社火脸谱文创吸引不少观众游客。以文创聚合空间为载体，利于黄梅戏在日本构建沉浸式体验场景：既为日本青年群体打造可感、可参与的实体平台，又通过多元活动设计降低文化门槛。^[11]以此拓展黄梅戏在日影响力。

既要系统梳理新中国成立以来的海外推广经验，正视受众拓展与媒介转换的挑战，又需在主体、内容与渠道上持续创新，激发日本公众的参与热情，使这一非遗艺术从“中国故事”升华为“共享记忆”，最终实现黄梅戏从国内到日本再到世界的跨文化跃迁。

三、结束语

推动黄梅戏在日本的当代传播，是一场多维联动的文化工程：

参考文献

- [1] 佚名. 黄梅京剧技公演に 5300 人が酔う [N]. 姉妹、友好都市ニッポ-ン, 1987-04-25, 第 8 版.
- [2] 冯冬. 黄梅戏的跨文化互动与传播 [M]. 北京：中国社会科学出版社, 2022.
- [3] 王亚国. 中国变脸艺术倾倒东瀛 [N]. 人民日报海外版, 2022-10-14.
- [4] 王廷信. 互联网与戏曲传播 [J]. 戏曲研究, 2004, (01): 101-118.
- [5] 刘柳. 黄梅戏艺术短视频平台传播的现状、困境与突围——基于“抖音”平台的分析 [J]. 淮南师范学院学报, 2024, 26(05): 82-87+121.
- [6] 席秀萍. 探析戏曲在互联网+时代的传播 [J]. 科学与技术, 2020(22).
- [7] 王佳鑫. 从《霸王别姬》看跨时代传统戏曲的演出与传承 [D]. 山西师范大学, 2024.
- [8] 王巧英. 黄梅戏+外语：培养黄梅戏国际传播人才路径——以安庆师范大学为例 [J]. 武汉冶金管理干部学院学报, 2021, 31(02): 73-76.
- [9] 史钰婷. 与时俱进：昆曲艺术的现代化传播策略探究 [J]. 美与时代 (上), 2024, (01): 55-58.
- [10] 董辩辩, 陶健林. 数智时代下黄梅戏元素传播策略研究 [J]. 科教文汇, 2024, (20): 192-194.
- [11] 邵锦秀. 戏曲博物馆沉浸式展陈空间设计研究 [D]. 天津美术学院, 2025.