■王潮歌任導演之一的《印象劉三姐》是中國第一部山水實景演出。 網上圖片

導演王潮歌：創作是不斷地顛覆重建

「我是中國的『票房王』，每天早晨一睜眼，就有幾萬人在看我的作品。」擅長實景文化藝術舞台表演的導演王潮歌一口地道的北京腔，講話坦率而直接。從「印象」到「又見」系列，再到籌劃中的「只有」新嘗試，一部部創新作品雅俗共賞卻直擊心靈，談及創作，她總是無比自豪：「別人做過的我不碰，我的每一部作品都是完全的顛覆重建。」

文：香港文匯報記者 張岳悅

王潮歌，人如其名的「潮」，皮帶扣的獅頭閃閃發亮，訪問間隙不忘展示自己新買的型格短靴。此次受邀於香港書展開講的她未有著作出版，但「印象」和「又見」等「實景演出」系列每日都在中國九大著名景點上演，這些劇作正在為她書寫一本無與倫比的「大書」。她坦言已收到多家出版社的邀請和建議，或以自傳形式書寫自己的人生履歷，或聚焦各個實景演出作品的創作歷程，或將作品內容理論提純，「三個方向都在考慮之中。」

香港對王潮歌來說是熟悉的，只是隨着年紀的增長，對香港的印象也幾經更迭：從前的香港是販售貨品新奇而充足的「花花世界」，逛街購物總有豐富收穫，現在來港則是因工居多，來去匆匆，住熟悉的酒店，吃熟悉的餐廳，因太過親切而少了些着重感。這次來港的講座，是她一直想傾訴的內容，「將它放在香港書展中來討論是恰當的，因為讀書的人不會失去對生活和未來的熱望，看到清晨來書展排隊的讀書人，便會感覺到香港未來的希望，來聽講座的人只要有一個人受啟發而有所頓悟也是值得的。」她說。

36歲經歷人生巨變

「絕大部分人『死』於36歲」，這樣的講座主題足夠吸引，對王潮歌來說，「兩個孩子」的出世使她36歲的人生經歷了巨大轉變，一個是她的女兒東歌自在，另一個是實景演出作品《印象劉三姐》。「從那時起，我的『印象』系列誕生，中國也開始有了自己的文化產業品牌和系列。」其實從字面上也不難理解，36歲既是本命年，也是人到中年的一道「坎」：有人對生活失去好奇和熱望，事業開始走下坡路，再無建樹；也有人因這道分水嶺，翻天覆地再創新生命，「36歲之後的我，更幸福，更坦然，更寬容，也更無畏。」

事業的成功，家庭的和睦，這些順利卻不是她幸福感的終極來源，用她的話說，自己優秀而勤奮，事業和家庭理應如此毫無懸念，「幸福感應來自於內心對生命的感觸，不會有多餘的焦慮和恐慌，不會糾結於過往的失誤，與自己、與生活達成和解，當擁有的目標和志向愈遠大而清晰，邁向目標的動作愈實在，就愈不會囿於眼前的阻礙和過程中的閃失。」她這樣總結道。

中國藝術舞台幸虧有她

提起王潮歌，繞不開的是她創排的《印象劉三姐》、《印象麗江》、《印象大紅袍》、《又見平遙》、《又見五台山》等「印象」和「又見」系列演出，常成為每個景點最吸引遊客的旅遊項目。「如果中國沒有一個叫王潮歌的人，沒有這些系列演出，我們的文化藝術舞台可能已被外國攻陷了。」她回憶道：「當年，做音樂劇是最『高大上』和最有生命力的事，很多藝術家去外國學習，很多院校也成立了相關科系。但我認為，音樂劇的音樂和演出方式都來自外國，而我們有自己的民族音樂、語言和藝術，為什麼不將它表現出來呢？所以在《印象劉三姐》中沒有故事，有的是山水中打魚、唱山歌的鄉民，當然初期聽到了很多反對的聲音，文化人說我們采風不夠，沒有完全展現當地少數民族的豐厚歷史和文化習俗，導遊質疑我們沒有故事，更沒有明星，誰會買票入場？我一概不理。現在，《印象劉三姐》成了桂林旅遊的『臉蛋』，演出至今13年吸引了幾千萬的觀眾。」

「印象」系列的成功在旅遊界掀起熱潮，成為眾人爭相效仿的對象，一時間打着「印象」旗號的實景演出多達幾十個，她稱自己並不曾因被不斷模仿、抄襲而氣憤，「因為有了我，才有了他們的作品，而因為有了他們，中國才有愈來愈多自己民族的作品。」總結她在實景演出各方面的突破理論太多，她卻稱自己是憑着藝術家的直感和對未知領域的好奇，自信滿滿一路前行，不曾因困難險阻而改變初衷。

發掘自身無限潛力

王潮歌上世紀60年代生於北京，畢業於中國傳媒大學導演專業，被稱為中國最具創新精神的導演，當今文化產業領軍人物。她是北京奧運會開幕式核心創作團隊中唯一的女導演、張藝謀「印象」系列實景演出的實際操作和執行者，與張藝謀、樊躍一起被譽為導演界的「鐵三角」。

她坦言自己不畏懼流言蜚語，卻也不習慣參考吸收他人作品的「好」，她認為自己身上還有無限潛力有待發掘，「別人做過的東西我一定不碰。」當年的「印象」系列她與張藝謀、樊躍搭檔，到了「又見」系列從編劇到導演多是她一個人做，從平遙到五台山和敦煌，再到明年將公演的《又見馬六甲》，與「印象」系列完全不同，「又見」系列突破了原來利用山水實景的佈景，將演出挪到了室內劇場，打破舞台和觀眾席的劃分界限，邀請觀眾在觀劇過程中步行穿過不同形態的主題空間，觀眾有時像看客，有時又像親歷者。她說：「在觀眾行進的過程中，我會清晰而強烈地把這裡的故事講給他們聽。」

在王潮歌的眼中，「印象」和「又見」都已經成為過去式，她現在又將要打造一個新的系列——「只有」。她介紹道：「我希望自己的每一次創作都是優秀的顛覆重建，毫無前作的痕跡，而新的戲劇理念就是要打破限制。『只有』系列將是一個劇場群，觀眾從買票入場的一瞬間開始便已參與其中，一舉一動都是戲劇的一部分。我希望觀眾不是機械式地體驗，而是在每一個劇場都可以獲得自身行為被戲劇化的豐富感受。」

王潮歌透露，策劃中的新系列是將坐落於河南鄭州的《只有河南》，講述中原歷史和河南人的品質，放大人性中閃光的善，另外還有計劃設於河北廊坊的《只有紅樓夢》，「兩個月間我還沒開始進攻劇本，還在思考如何將觀眾的生理行為與戲劇藝術相結合的問題，創造一種『藝術生理』。」

■王潮歌與張藝謀、樊躍共同開創了中國實景演出之先河。 主辦方提供

■王潮歌稱自己在36歲經歷人生巨變。 張岳悅攝

有感而發獲觀眾認同

「又見」和「只有」的理念，難免讓人聯想到上海引進的「浸入式戲劇」《不眠之夜》（Sleep No More），王潮歌直言自己反感這種簡單的對標，「有誰做出點新鮮的好東西，立刻有人跳出來說誰之前做過，其實中國很多原創，只是原創的藝術家勢單力薄，還沒來得及把自己的好東西推出去，就被扣上了參考國外先進的帽子。」

「《不眠之夜》應該像我學習！」她說：「《不眠之夜》的行走方式是和觀眾的冷淡隔離，讓觀眾被動因好奇而行為上跟隨，情感上的觸動幾乎沒有。但《又見平遙》不一樣，眼窩淺的觀眾一定含着眼淚出來，這種對祖先和血脈的情感，外國人是無法理解的。無論是戲劇觀念、導演技術還是觀眾感受，《又見平遙》都要好過《不眠之夜》。」《又見平遙》每年有幾十萬的觀眾，遠遠多於《不眠之夜》，但後者的名聲卻比前者響亮，也更廣為人知。究其原因，她認為是媒體導向所致——外國引進比中國原創優先，明星電影比原創演出優先，「這種不平等並非在於藝術作品本身，而是存在於人們的思維固式之中，好在這種情況已經有所改變，《又見平遙》和《又見敦煌》的觀眾多了慕名而去的文化圈中人。」

不禁問她，最吸引中國觀眾的演出是什麼？她卻表示，這不應是藝術家思考的問題，若以觀眾為中心創作，既失去了自我，也不會有大好前景。「過多地考慮市場和受眾需要，就會變成諂媚的狀態，我們總是低估觀眾，這不應該，其實觀眾太聰明了。我不屑於追隨網絡流行語和當紅小鮮肉，創作對我來說更多的是發自本心的流露，當你在作品中把自己不吐不快的話說出來，真誠地有感而發，就一定會得到同類的認同。」她說。

Wachifield畫家池田晶子：達洋貓人見人愛

東京繪本故事品牌Wachifield及達洋貓（Dayan）角色一向受貓迷熱捧，在香港也陸續開設特色主題酒店和概念商店。Wachifield畫家池田晶子日前來港舉行簽名會，講述新一季的趣味故事之餘，更即場示範用電烙筆在皮革上繪畫不同形態的貓咪，她向未對Wachifield有充分了解的港人推介道：「達洋貓是一隻具備所有貓的特徵的貓，牠也是幸運、人見人愛的主角，帶領大家一起在Wachifield世界中冒險。」

池田晶子猶記得上次來港的情景，「這次再來香港，好像回家一般熟悉和親切。這一區很旺很熱鬧，我對朗豪坊商場的超長電梯印象深刻，還曾以此為靈感作聖誕畫。」此次她來港是參與「朗豪坊#HappyMEOWment貓の夏日寫真館」展覽，日本策展人TODAYS GALLERY STUDIO把風靡三十萬島國喵迷的「ねこ休み展」（「貓咪休息寫真展」）首項海外盛事帶來香港，這個以捕捉貓咪休憩瞬間為攝影主題的展覽，齊集14個網絡人氣喵單位參展，聯同香港的代表——尖東忌廉哥以及香港街貓寫真家Basa的攝影作品，展期由即日起至9月3日。

新故事趣怪又得意

Wachifield原本是創作者池田晶子的筆名，後來才變成她所創作的故事主題，以及皮革創作工作室的名稱。Wachifield故事圍繞着主角達洋貓和牠的夥伴們展開，最新一季的繪本作品與注重長故事連貫性的前作不同，為考慮拍攝動畫短片的需要，新作多是以四格漫畫短故事的形式展現，池田眉飛色舞地介紹道：「有故事說到達洋貓去理髮店，理髮師是一隻龍蝦仔，也是首次登場的新角色，剪髮剃鬚都擅長。還有故事是講達洋貓和夥伴去一間賣鐘錶的店舖，這些鐘錶很奇怪，有的專為下午茶時間而設，有的一圈有十三個小時……」

談及第三季新作的創作靈感，池田表示大多以日常生活經歷作為主題，穿插或趣怪或得意的角色和物件。而主角達洋貓的誕生則是以她養的一隻寵物貓作參考，「貓的特性有趣又吸引，我便開始想像，如果有一個貓作主角的世界應該很有趣。一開始我沒有特別為達洋貓設定怎樣的性格，牠的性格特點是隨着故事的發展而慢慢確定的。現在的牠，比起初時更加活潑開朗。」她說。

■Wachifield推出日本純手工製作的蒸氣乳霜STEAMCREAM達洋特別版，在朗豪坊「喵店Pop-up Store」發售。 主辦方提供

■達洋貓的立體公仔頗受歡迎。

角色平面轉立體

池田晶子出生於日本東京都吉祥寺，Wachifield是她很小就埋藏在心裡的一個幻想世界，最早在自家閣樓上的工作室裡開始。她20多歲時跟母親學習皮革的印染技法，對皮革創作產生了興趣，將Wachifield當成作品上的筆名。1976年，她開設第一家皮革工坊，Wachifield也成了正式店名，那時的她已開始用皮革創作立體動物公仔形象，所以始終將皮革視為自己創作的根源。1984年，她用彩色鉛筆和粉彩設計了一隻叫「達洋」的貓作為皮革直營店的商標，在她心裡醞釀的Wachifield世界和「達洋」貓的故事就此展開，並於1988年出版以達洋貓為主角的第一本繪本。

池田還圍繞Wachifield創作了小說及一系列兒童讀物，使每一個角色的性格更加鮮活，她說：「達洋貓喜歡睡覺，小兔瑪西勤力工作，鱷魚依凡性格溫柔……牠們像我們人類一樣，各自有不同的性格，故事雖然是以動物做主角，但講述的也多是我們身邊的生活小事。」池田透露自己會將不斷豐富Wachifield世界作為畢生工作，現時正為明年的Wachifield 35周年活動積極籌劃準備中，展覽命名為「達洋的劇場」，用回皮革做立體達洋貓公仔之餘也將各角色由平面逐步轉為立體化，這也成為Wachifield未來新的發展方向。

文、攝：香港文匯報記者 張岳悅

■池田晶子即場示範用電烙筆在皮革上繪畫不同形態的貓咪。

■池田晶子正為明年的Wachifield 35周年活動積極籌劃準備。