

歷史與空間

■香港城市大學中國文化中心訪問學人 劉水雲

一代紅妝照汗青——名妓陳圓圓生平行跡發微

在男權極度膨脹的古代中國，女子大多處於卑微的依附地位，淪為男性征服世界的犧牲品。然而，在明清易代鼎革之際，一位出身微賤的女子，卻關係着國家民族的興亡，那就是名妓陳圓圓。

陳圓圓本名沅，一名元，小字圓圓，又字畹芬。常州府武進縣人（今屬江蘇省常州市）。圓圓出身低微，她的父親是個貨郎兒，人稱「陳貨郎」。

梨園女妓的超絕色藝

陳圓圓以其聲色獨擅時名，堪稱絕代佳人。陸次雲稱她「聲甲天下之聲，色甲天下之色。」（《圓圓傳》）。她容貌脫麗、秉性溫純、氣質超俗。

陳圓圓最初為蘇州地區梨園戲班歌妓，善演弋陽腔劇。冒襄曾觀看陳圓圓演弋陽腔《紅梅記》，為其演技所迷醉：「是日演弋腔《紅梅》，以燕俗之劇，啾啾晰晰之調，乃出之陳姬身口，如雲出岫，如珠大盤，令人欲仙欲死。」

被劫入京

自古紅顏薄命。陳圓圓作為梨園女妓，難以擺脫以色事人的命運。圓圓曾屬意於吳江都督「常在予家演劇，留連不去」（《十美詞紀》）。

冒襄省親衡嶽，道經蘇州，經友人引薦，得會陳圓圓，並訂後會之期；當年八月，冒襄移舟蘇州，再會圓圓，時圓圓遭豪家劫奪，幸脫虎口，遂有許嫁冒襄之意。

崇禎十五年（1642）仲春，陳圓圓被外戚田弘遇劫奪入京。圓圓入京的時間，有崇禎十四、十五、十六年三說，其中，胡介祉《茨村詠史新樂府》稱：「崇禎辛巳年，田貴妃父宏遇進香普陀，道過金閭，漁獵聲妓，遂挾沅以歸。」

吳三桂的沖冠一怒

陳圓圓入京後，成為田弘遇家樂演員。田弘遇因貴妃去世，日漸失勢，為了鞏固自己的地位以及在亂世中找到倚靠，有意結交當時聲望甚隆且握有重兵的吳三桂。

陳圓圓的結局

吳三桂獨霸雲南後，陰懷異志，窮奢侈欲，歌舞征逐。構建園林安阜園，「採買吳伶之年十五者，共四十人為一隊」（《甲申朝事小紀》）。



陳圓圓畫像，畫家齊熙耀作品。

婦女於道。吳三桂在兵火中找到了陳圓圓，軍營團圓。此後陳圓圓一直跟隨吳三桂轉戰。吳三桂平定雲南後，圓圓進入了吳三桂的平西王府。

陳圓圓的結局

吳三桂獨霸雲南後，陰懷異志，窮奢侈欲，歌舞征逐。構建園林安阜園，「採買吳伶之年十五者，共四十人為一隊」（《甲申朝事小紀》）。

豆棚閒話

■王兆貴

孟孫的雙重標準

魯國大夫孟孫，打獵時捉到一隻小鹿，讓臣子秦西巴先牽回去，準備殺了吃。在回宮的路上，一隻母鹿遠遠地跟隨其後，哀鳴不已。

這件事，在《韓非子》、《淮南子》以及《說苑》中均有記載，並與「樂羊食子」的事例作了比較。這個樂羊，我們並不陌生，在中學課文中就曾讀到過他。

樂羊之舉，很容易讓我們想起了劉邦。當年楚漢梁陽對峙時，項羽把劉邦的老爹放在一個高高的案板上，對劉邦說：你若還不趕快投降，我就把太公給煮了。



鹿圖，一版紅妝從此豪華落盡，歸於寂寞。

「一杯羹」之說，大約是從樂羊那裡學來的。中山國原打算以樂舒為人質要挾樂羊，沒想到樂羊心硬如鐵，撕票後就更不會退兵了。

從「秦西巴釋鹿」到「樂羊食子」，這三部經典通過對比給出了共同的結論：「巧詐不如拙誠」；「有罪而益信」；「由仁與不仁也」。

樂羊之舉，很容易讓我們想起了劉邦。當年楚漢梁陽對峙時，項羽把劉邦的老爹放在一個高高的案板上，對劉邦說：你若還不趕快投降，我就把太公給煮了。

這一縱一擒之間，孟孫採取的雖然是雙重標準，但其核心價值的參照卻只有一個：是否於己有利。其實，這種因權衡利弊而持雙重標準的情形，在人世間是普遍存在的。

文化觀察

■文：陳科科

■文：袁躍興

熱點詞評

雜誌贈品

你家有雜誌贈品嗎？

小至一包潤膚霜試版，大至一個iPad套，還見過人字拖雪糕卷綠茶迷彩、比堅尼、檸檬茶、花旗參精、眼罩耳罩、記事本、手提電話殼、相機帶、行李牌、運動毛巾、Tote Bag以至一包電芯，任何可以收納在雜誌尺寸的東西，終有一日，都會變成贈品。

也許你都了解雜誌贈品是基於「有著數」這樣的概念來運作，當中還是有很多考量：

雜誌個性：首先要先自問的，不是自家雜誌擁有哪種個性，而是，老老實實——到底有沒有？一本八卦的政經周刊出來，就有千萬個跟風追隨者湧至；一本時裝潮流Catalogue現身，本來做飲食的也要照辦煮碗尾。

讓我們換個角度看，用導師跟學生口中的時尚、冷酷、富空間感的黑白灰版面設計，是否就會令八卦雜誌變潮？這種做法又是否恰當地服務於八卦雜誌的誇張本質（先不論傳媒操守之類的老梗）？

成本效益：可以負擔多大的成本呢？一個Tote Bag成本由幾元到幾十元都有，貪小便宜來個質地差劣會不會倒過來趕客？成本高於雜誌售價又實在是太虧本——這感覺很像現在出席晚宴時，一對新人總會來個回禮小禮物，正路的朱古力糖果小蛋糕以至上鍊音樂小熊乙隻都有收過，當然成本也要在人情中扣除，而可以即場消費/消化又不礙地方最得讚許——但大哥你送來一個座給名片夾，刻有兩人名字的水晶銀紙，以至兩位的2R尺寸結婚玉照——也實在需要收禮的賓客對他們有無比的疼愛。

讀者更加不會跟下客氣。布袋線線、手機殼易爛這些評語很快就會淹來，那個價位的平衡著實不易拿捏。更何況，送了禮是否就有效益呢？送了，沒聲沒勢的悄然沉沒於報攤書海，不知怎的，令我想起籌款節目中籌款不踴人多、不入十大排名、而無法亮相唱K的善心四五線藝員。品牌選擇，莫道你在選擇人，你相中市場上的所有潮牌



雜誌贈品令銷量大增。

都好，人家不給面子覺得閣下不潮，銀彈再大也是枉然；你得品牌賞識，幫你轉嫁贈品成本不止，可能順道給你廣告費也說不定。事實這些Crossover贈品是主流，只要有空去亞答街跟西洋菜街交界的報紙檔看看，一本日本雜誌有三分之二體積是拿來放置贈品的，那寥寥百頁份量輕盈的雜誌根本不是主角，而且，日元有升不跌再加甚麼空運過來諸多理由，一本本來折算港幣九十元的雜誌，可以被標價達三百元！

是不是文字不直錢？資訊也不直錢，才落入如斯田地？買一本最終我們完全讀不懂上面文字的雜誌也覺得超值，雜誌「立體化」是否才是出路？可以被網絡上廣傳的平面文字與圖片已然轉化成金錢，讀者要的是實物而不是閱讀的歡愉——這樣的論點也得到部分傳媒的默認。

可能讀到這裡（到底有幾多人啊？）你也會發問，喂，做雜誌就該做雜誌，要砍樹造紙已經很浪費地球資源，還要再送多件布袋或是膠套？專心寫稿好不好？但，贈品的期數，總是銷量爆升，大抵都要歸功於我們的國民教育所致。

你以為好啱送贈品啱營業額猛漲這樣就很好？才不。當你的書被搶購一空，還是會有讀者講：「送乜贈品丫！俾班炒家買晒！搞到我呢啲長期讀者買唔到書！以後罷買！」

「文化賺錢論」氾濫傷害了甚麼？

這幾年，我們的文化「熱點」事件很多，爭名人故里、申遺、為凸顯文化底蘊爭相改名，歷史街區大規模改造，文化創意產業紛紛上馬，不同的文化觀念、不同的文化模式、不同的文化價值劇烈嬗變，快速更新，但在這種文化「亂花漸欲迷人眼」式的現象紛呈中，我們也發現存在着種種文化的混亂現象，在這種文化「亂象」中，其中最主要的就是把文化的作用異化為功利的手段，金錢的工具。

針對這樣的一些文化現象，全國政協委員、中國文聯副主席、中國民間文藝家協會主席馮驥才曾這樣說，從面子工程到城市審美，如今的文化圈充滿着拜金主義的風氣，文化內涵不是用金錢能堆出來的，我們的文化都被錢收買了，我們反過來又拿文化賣錢，這是多麼可怕的惡性循環……這種對「文化賺錢論」的尖銳批評，足以令我們警覺、深思。

實際上，一段時間以來，一些有社會責任感和文化使命感的作家、學者，也多次嚴肅批評目前這種「文化賺錢論」。當下文化藝術形式中存在着一種鄙俗化的潮流，這種充滿謬誤、以假亂真的偽文化，正在使我們的文化變得粗淺、輕薄、空洞、庸俗，甚至徒有虛名，到底是什麼力量在驅動這股潮流？

中國戲劇家協會名譽主席李默然最近在《人民日報》也撰文指出，當前文藝發展的最大阻力，其中之一就是「錢」。文化藝術一旦徹底貨幣化，就是死路一條。當然，這不是主張文藝家就要賠錢，但如果唯金錢馬首是瞻，一定會毀掉一切文化藝術精華，甚至毀掉中華民族幾千年的優秀文化。借口市場化推行拜金主義的現象屢見不鮮，需要認真反思和警惕。這仍然痛批的是「文化賺錢論」。

前不久，《文匯報》刊登了《國內文藝創作虛假繁榮：內涵空洞細想什麼都沒有》，其中指出，當下國內的文藝創作從數量上看，似乎已經相當繁榮，據有關方面不完全統計，每年中國新出版的實體長篇小說有3,000部，新創作的電影為500部，電視連續劇15,000集，舞台劇4,000台……儘管各類文化藝術產品數量眾多，但它們卻是重數量輕質量、內涵空洞乃至虛假繁榮。其原因在哪裡？這與當下文化圈、文娛圈中正在流行的「文化賺錢論」，有很大關係。我們知道，文化是非功利性的探求，是

對高雅、深刻和創造性的要求，文化崇拜真善美，對心靈的培養永遠有着不可替代的價值，這是文化的基本要義。但是，當我們的文化藝術產品，把市場、把商業利益放在首位，怎會期望那些具有「一個時代的標記和註釋」的真正有價值的作品出現，這更遑論讓我們看到那些思想燭照、「閃電劃破夜空穿透人們心靈」之力作了！

此外，新年「天價相聲」頗為熱鬧，最高票價基本為8880元、6888元、3888元。還有「天價二人轉聖誕夜」，「天價小品聖誕夜」……誰都知道，文化是對參與的需要，文化不是排他的享樂，不是奢侈品，更不是特權。相聲等大眾文藝，是最大眾化的文化藝術形式，其平民性、民間性、草根性，與普通百姓生活最為接近，每一個普通人都應具有這種參與的文化權利，但是，讓大眾文藝犧牲「天價」，讓大眾文藝金錢化，卻是讓這種文化藝術完全變成了一種奢侈，一種特權享受。

這些文化謀利，這種文化賺錢論，可說是我們現在對待文化的最實用、最功利的態度，這在當前的文化領域中，在對待各種不同的文化形式中，氾濫所及，影響很大——歷史名人可以賺錢，「申遺」可以賺錢，毀棄歷史建築可以賺錢，歷史可以賺錢，文學可以賺錢，娛樂可以賺錢……在消費主義的影響下，在商業資本的作用下，在工具理性思潮的滲透下，文化的這種品質和特質，正在日益被解構、消融和顛覆，幾乎所有的文化形式，正在向技術化、工具化、世俗化、慾望化、消費化、市場化和商業化方向發展。

2010年12月22日，著名文化學者余秋雨在由人民日報、人民網文化頻道聯合承辦的《文化講壇》做了主題為「為文化做減法」的演講。什麼是「為文化做減法」？就是用減法清理文化思路，用減法走出文化誤區，就是怎樣去文化中不必要的雜質，留下最本質的東西。所以，「為文化做減法」，就是需要我們有文化的自覺，需要我們重視文化對人的生活、心靈、靈魂的完美、完善、高尚、提高的追求，重視文化引導人們對幸福和理想的追求，去除文化上慾望化、技術化、工具化、金錢化的色彩，留下文化的本質和精神。