白先勇：
校园版《牡丹亭》实践了我的理想

本报记者 **张 盼**

“在中国古典名著中，《牡丹亭》对我影响很深，我又给它演了一出‘还魂记’，排了青春版《牡丹亭》。”台湾知名作家白先勇从教职上提前退休，将一腔心血转投在昆曲上，2004年制作青春版《牡丹亭》开启300余场连演不衰的传奇，2009年推动“昆曲传承计划”在北京大学落地并向港台推广。

如今年过八十的他，在与记者谈起自己“昆曲义工”的经历时，时常抚掌笑叹，欣然总结苏州昆剧院青春版《牡丹亭》：“现在看来基本上是成功的。”但他近来更津津乐道的还是校园传承版《牡丹亭》。

“2005年青春版《牡丹亭》首次进北大演出，当时北京的大学生大约95%以上从未接触过昆曲。而今他们居然能够组团演出，而且是两个钟头全本《牡丹亭》，这就是我们十几年来‘昆曲进校园’的成果。”白先勇说。

十余载，从观众变成演员

记者：校园传承版《牡丹亭》4月10日在北大首演，从前的观众变成了演员，您如何看待这种身份转变？

白先勇：昆曲的观众也能成为昆曲的演出者，从传播到传承，再到更进一步的传播，形成了昆曲教育的良性循环。校园版《牡丹亭》和青春版《牡丹亭》就是面向当代青年的，从他们的审美出发，为《牡丹亭》注入新鲜的生命。

昆曲是口传身授的代表，手把手地教下来。要把大师的功夫，传到学生身上。校园版《牡丹亭》演出让我很感动，苏昆的演员在大师那里学过，现在又教出来台上的这些学生。（校园版《牡丹亭》剧组曾移师苏州，由苏昆演员手把手指导。）这个传承的意义是重大的。

记者：教育部中华优秀传统文化（昆曲）传承基地刚在北大挂牌，“昆曲传承计划”在北大开展长达10年，后来还设立了“北京大学昆曲传承与研究中心”。您觉得这种研究和传承，能在多大程度上向社会大众辐射和延伸？

白先勇：当时制作青春版《牡丹亭》，是要培养一批年轻的演员接班。我们用年轻的演员去吸引年轻观众，最重要的目标人群就是大学生，这十来年巡演去过差不多30所高校。昆曲不光要进校园演出，还要在校园扎根，所以我就选了北大，从这里开始辐射出去。

校园版《牡丹亭》的演员（24人）和演奏员（14人）来自北京16所高校和1所中学，都是学生，说明这十几年来，我们在北大的影响辐射出去了。主角杜丽娘和柳梦梅分别由好几个同学演，都能够（把角色）撑起来。我希望把他们带到香港和台湾。香港也有大专学生演《牡丹亭》，刚刚台湾大学还演了《牡丹亭》，如果三地都合起来演，那才更有意思。这边和港台的大学生串演《牡丹亭》，那好玩了。

青春版，生命力依然旺盛

记者：青春版《牡丹亭》在两岸引发热潮，以至于现在有人提到昆曲第一反应就是它，但似乎除了这部戏也不知道更多，或者把它视作最高水准的昆曲演出，只冲着这个去看，不大关注别的。只知道青春版扮演者沈丰英和俞玖林，不知道前辈大师张继青和蔡正仁等。对此您怎么看？

白先勇：这个说好也好，说坏也坏。因为学生第一次接触，第一印象他认定了这个就是昆曲，别的他都不管了。而且大师的演出，内行来看的话，会觉得大师功夫了不得，留意他们的一举一动、唱腔、咬字。一般观众就不管这个了，他就要看着好看，能够吸引他的。

记者：有人说是冲着您去看青春版《牡丹亭》的。

白先勇：所以有些人说，（青春版《牡丹亭》大热）那是你白先勇宣传出来的。开始的时候的确有人好奇，怎么写小说的弄昆曲去了，我的读者会来看一看。但这是三天的大戏，九个钟头。如果戏本身不好，观众捧场捧一天，第二天就跑了。观众是真的被这个戏本身吸引，看了以后觉得不错。虽然有时候常常是冲着我来，但看进去就被吸住了！

记者：您制作的三部青春版的戏《牡丹亭》《玉簪记》《白罗衫》，有人说越到后来在社会上的影响越小，您怎么看这种评价？

白先勇：这些戏很受欢迎。青春版《牡丹亭》生命力还很强，到处在邀他们演，马上5月他们（苏昆）要演10场。现在不是说高雅艺术要走出去吗，政府应该继续把他们送到全世界去。之前他们去国外演出，都很受欢迎。这些戏的演员有个很重要的特点，他们都师出名门，像《玉簪记》是岳美缇和华文漪教的，《白罗衫》是岳美缇教的，《义侠记》（白先勇最新制作）是梁谷音教的，都是大师传下来的。

新编戏，不好随便动筋骨

记者：您将来是否也会考虑把昆曲清唱，演剧之外传统的另外一支，同样做策划推广，面向大众进行展示传播？

白先勇：我办过几次大师清唱，把蔡正仁、华文漪他们请来唱，很受欢迎。台湾曲社的活动，50年来从没停过。每个月几次，风雨无阻，曲友聚在一起弹弹唱唱，那种精神很感人。台湾之所以有昆曲（存续），能训练一大批昆曲观众，是因为台湾大学、台湾师范大学等高校有昆曲社，清唱的那种传统，一直保留下来。

记者：您所制作的戏，主要是传统戏的新制，但现在也有全由今人创作的新编戏。您怎么看那些大开大阖的创新？

白先勇：昆曲有600年的历史，它有一套非常成熟而且严谨的美学，那些程式化的东西，不好随随便便动了筋骨。如果这个东西弄拧了，它就不是昆曲。

昆曲都是诗，不是平常的白话，你要编的话，除非你的古文和诗词底蕴，跟汤显祖一样，那你编出来才像。你编个大白话的本子，那就不对了，所以新编戏很难保留下来。可能演了两年，就无声无息了，可见观众是最后的评审。观众不看，戏就没有生命力。

附：校园传承版《牡丹亭》演员心曲

张云起（杜丽娘扮演者之一，北京大学哲学系本科生，多年学习昆曲闺门旦和京剧表演）：在演对手戏的时候，当你疏离了人物，柳梦梅、春香下场来会提醒你，有时候他们的情绪涌出来也会感染你，是一个互相推动的过程。

在这种“浸没”中，慢慢才能进入对人物的“同情之理解”，进入整段表演那个真正“人同此心”的东西，把自己放在角色里，试着把它传递给观众。

席中海（柳梦梅扮演者之一，北京大学心理与认知科学学院硕士研究生，北大京昆社骨干）：演出校园版《牡丹亭》最大的体会是，昆曲是越学越难，越学越美。

以前学习昆曲时像狗熊掰棒子，学完这个赶紧来下一个，以为自己都会了，其实不是。去年10月开始学校园版《牡丹亭》，基本身段和唱念都掌握了，再往下学，想表现出昆曲的味道和感觉时，就感觉越来越难了。

左图：白先勇青春版《牡丹亭》海报。（**图片来自网络**）

上图：校园传承版《牡丹亭·惊梦》剧照。（**许培鸿**摄）

扫描二维码，阅读人民日报中央厨房“日月谈”。

北京人民艺术剧院的小剧场话剧《丁西林喜剧三则》近日在台北登场，吸引众多戏剧爱好者。据悉，这是“2018北京文化周”活动的一场“大戏”。图为北京人艺演员表演喜剧短剧《一只马蜂》。

新华社记者 **林善传**摄

一周热词

数字邮局

为顺应网络时代发展，具有逾百年历史的台湾中华邮政股份有限公司（下称“台湾中华邮政”），近日于台北金南邮局启用首家数字邮局。

数字邮局设有“24小时自助服务区”，提供ATM、补折机及“i邮箱”服务；另设“数字金融服务区”，由智能机器人驻点，提供业务导览与互动服务，并配置互动电视造型墙、电脑及iPad等，供民众在线取号、预填表单、开户等预约服务。

台湾中华邮政是此间最主要的邮政机构。近年来为顺应社会新需求，积极推动业务转型，于2017年提出“智能物流”“数字金融”和“长照服务”三大经营目标。此外，该公司还将持续开发数字金融业务，预计今年第二季度推出“台湾Pay”转账购物服务，以方便客户支付，提供“虚实整合”服务。

据报道，在全台拥有1300家支局的台湾中华邮政，每年寄送信函约25亿件。但随着电子邮件兴起，寄送信件量每年下滑4%到4.5%。不过邮政物流因电子商务兴起，邮政小包加快捷包裹一年约6000万件，其中78%来自大陆。

台湾中华邮政16日表示，未来将持续打造数字邮局，预计明年底前扩点至新北、桃园、台中、台南、高雄等地。该公司还计划发展“无人邮局”，以全面迈向数字化。（**钟 欣**）

说香港

发烧碟打开市场
香港唱片业又见活力

本报记者 **汪灵犀**

粤语金曲曾经是华语圈的流行标配，但随着近些年来唱片业的衰落，香港唱片销量大不如前。不过，随着高价发烧碟在市场上掀起一股“暖流”，香港唱片业又恢复活力。

唱片不会变古董

歌曲数码化的潮流，让网上听歌越来越方便，乐迷很少再掏腰包去买实体专辑。上一次香港唱片销量达到“双白金”标准（即销量达6万张），已经要追溯到2008年了。如今，香港的知名歌手方大同、农夫乐队等都陆续宣布不再推出实体专辑。有业内人士担心，实体唱片会变成古董，仅供鉴赏。

不过，出人意料的是，近些年香港唱片业市场又开始“回温”，而销量“功臣”是曾经一度被认为属于小众消费的发烧碟。

发烧碟是指为迎合音响器材发烧友的需求而灌录的唱片，追求优质音响效果。起初，发烧碟只是用来试高级音响喇叭，但因为录制格式保真度高，在高级音响中播放可以听到音乐的不同层次，绝对是听觉上的一种享受。而且，大部分发烧碟都是翻唱旧歌，令人回味之余，也会让人体会一种旧酒新瓶的新鲜感。发烧碟和同样追求质量的黑胶唱片一起，现在成为实体唱片市场的主流。

两极化消费带来机遇

发烧碟虽然音效质量高，但由于成本高、售价高，之前一直属于小众消费。如今随着科技的发展，乐迷逐渐走向两极化，年轻一代爱玩手机、爱上网，他们喜欢在手机音乐软件里根据流行榜、新歌榜去选听歌曲，追求歌曲的数量、流行度，听歌的便宜快捷。

而年纪较成熟的消费者追求品位享受，他们乐意花钱购买贵重的音响器材，对新歌也没那么追崇，有一部分人甚至只爱听旧歌，不愿意接触新歌。发烧碟则正是为他们而设的产物。虽然发烧碟专辑成本高、售价高，但追求音效的乐迷都愿意花钱捧场去购买实体专辑。

不少公司和歌手发现此商机，都推出发烧碟专辑，希望在市场中分一杯羹，发烧碟逐渐普及化。香港老歌手刘美君、钟镇涛、黎瑞恩、苏永康等都陆续推出发烧碟，而且每一张销量都有不错的成绩，从以前只有数百张销量，到现在平均有1500张销量，实属非常理想。

内地市场大有潜力

环球唱片营业总监李国扬表示，香港实体唱片市场2000年开始发展发烧碟，至今发烧碟的比例已经占据市场一半，发展非常快。而相比较，台湾才刚起步，内地也还在发展中，所以绝对是大有潜力。

香港音乐媒体人帕克同样认为，流行音乐因为录制质量不够精良，实体专辑逐渐被淘汰，但唱片市场在音响发烧友中，仍有生存空间。他说：“现在很多歌星开始推出高音质的唱片，以迎合发烧友的需求。我认为如果在这个层面制作好的音乐和高级音质，市场仍会存在。”

关键是，发烧碟不是谁人都能录，保真度高的音响效果会令歌手唱功的瑕疵表露无遗，因此有实力、有嗓音的歌手才能保有这市场，而这样的人通常是老歌手，这也为香港实力歌手的发展开辟出一条新路。

还有业内人士建议，唱片可以纪念品的样式出售，制作精美一点，售价相对高一些，既能勾起消费者的美好记忆，也能拉抬市场行情。

图为乐迷播放唱片。（**资料图片**）