

编者按:在故宫一角,知名咖啡店星巴克在这里开了六年。近日,央视英语主播芮成钢在博客发出抗议,认为“故宫里的星巴克”是对中国传统文化的糟蹋,要求“星巴克”从故宫搬出去。博客贴出后,点击量陡增50万人次,立即引发网络口水战。有人力挺,有人反对,有人建议人们将商业经营与意识形态分开……一场有关“星巴克”是否该搬出故宫的讨论,其意义仿佛已经不仅仅在于文化保护了。

“星巴克”侵蚀了中国文化?



近日,央视英语主播芮成钢在其博客上发表《请“星巴克”从故宫里出去》,阅读人次达50万。他在文中指出:“使用英语 Google 检索一下紫禁城里的‘星巴克’Starbucks in the Forbidden City,竟然有28.9万多篇文章。”

一石激起千层浪,关于星巴克咖啡店是否搬出故宫,引发广大民众的热议。

主持人:这是侵蚀中国文化

1月12日,《请“星巴克”从故宫里出去》一文迅速在互联网上传播开来。在中央电视台担任英语主播的芮成钢在其博客上的这篇文章中写道:“‘星巴克’开在故宫附近或许可以,但开在故宫里面,成为世界对于中国紫禁城记忆感受的一部分,实在太不合适。”

这位主持人说:“这不是全球化,只是侵蚀中国文化。”

1月14日,芮成钢在其博客又贴《“星巴克”全球总裁兼CEO给我的回信》(并配译文)一文。那位总裁在回信中表示:“‘星巴克’已经尽力让这家店和周边的人文环境相适应。”

1月17日,《“星巴克”已将窗户上的标志摘下/解决方案》一文,作为芮成钢博客上的后续文章,阅读人次达到9565。而更多的关注,此时正通过国内外的媒体及各方人士就此问题发表的意见,在更大范围内产生影响……

故宫新闻发言人:不会违背保护的原则

故宫博物院院办主任、故宫新闻发言人冯乃恩接受《北京晨报》记者采访时,回应了该事件。他表示,故宫博物院会正视社会上产生的不同意见,认真对待。

针对“星巴克”的不同声音,冯乃恩指出,故宫博物院的态度是,既要满足游客的合理需要,同时也要考虑到故宫所承载的文化导向性作用。他说:“目前,我们正在与‘星巴克’进行交涉,商讨如何更为恰当地解决问题,力争尽快研究出处置方法。预计最迟在今年上半年就有结果。”

故宫博物院表示,故宫是全世界人民的文化遗产。公众关注“星巴克”事件,这是出自对于故宫的热爱和关注。同时,这也是公众对故宫的管理者——故宫博物院进行的监督。

“‘星巴克’的租金和其他经营网点一样,都被列入故宫的经营性收入。”冯乃恩说,“当经营工作与保护工作产生冲突时,故宫肯定会毫不犹豫地舍弃经济利益,不会违背保护的原则。”

据透露,“星巴克”所使用的古建筑在历史上是九卿朝房。目前,并没有看到这所建筑外部有“星巴克”标志。对此,冯乃恩表示,这不是针对网上出现的声音才采取的行动。作为世界文化遗产的管理单位,故宫从2005年就开始对院内的经营网点进行整顿,对所有网点重新进行了规划,使其风貌要与故宫的整体氛围适应和协调。

媒体:为蝇头小利得不偿失

1月17日,《北京青年报》刊登江西大学教师林金芳的文章——《难以认同“故宫里的‘星巴克’”》。文章指出,庄严肃穆的紫禁城是中国传统文化巅峰成就的集大成者。

这位教师认为,在故宫里出现来自大洋彼岸的“星巴克”,这种不协调实在有些突兀。

新华网上的《请洋玩意都从故宫搬出去》一文则认为,故宫是中国几千年最辉煌文化的载体,是中国的象征,容不得半点的亵渎和侮辱。

该文批评:“为了一点蝇头小利,实在是得不偿失。”

但就在当天,《北京青年报》同时刊登了署名朱述古的文章——《不妨包容“故宫里的‘星巴克’”》。

这位四川的公务员表示,在任何一个旅游景点,旅游服务设施和文物古迹本身都不能混为一谈。如果出于“原汁原味”的需要,真要把与西方文化有关的旅游服务设施都搬出故宫,那么,被“驱逐”的就不仅仅是星巴克咖啡店了。

网议:希望看到一个和谐完整的故宫

芮成钢表示,“星巴克”可能还是冰山一角。我们说的不是简单的吃喝问题,而是保护我们文化历史遗产的完整性。

从网上的热议来看,不赞成故宫里出现这样的商业设施显然占了多数。

一位名为SJ的网友表示:“看照片确实不协调,文化是可以交流的,但并不是所有东西都适合融合在一起,一混,味儿全变了。”

一篇标题为《“故宫‘星巴克’”是现代商业病毒》的文章中说:“我只希望至少不要在历史文物的躯体上寻找一点一滴的商机。不要像中了商业流毒一样,让文物看上去千疮百孔。”



对此,凤凰卫视的主持人闾丘露薇也在自己的博客上发表了文章。她写道:“不管是热爱故宫的中国人也好,外国人也好,当然希望能够看到一座不管是视觉还是听觉上,都是和谐的、美丽的、完整的故宫,而不是一个被广告牌,或者是店铺扭曲了的地方。”

“但是,这是谁的责任呢?”她说,“作为一个媒体人,我想请大家一起想一想,‘星巴克’即使迫于压力搬走了,还可能会有另外一个不协调的东西产生。” 赵晓霞

文化观察

文化广角

孔子到底长什么样

青铜造像解其谜



孔夫子到底长什么样子?这是千百年来研究儒学的专家以及爱戴孔子的人们关心的问题。日前,记者从陕西省长武县一位民间收藏爱好者手中发现了孔夫子青铜造像,有关专家称这尊青铜造像将有助于揭开孔子长相之谜。

该造像高约30厘米、重4.5公斤,青铜质地。造型是孔子盘腿端坐的样子。孔夫子造像天庭饱满,面庞圆润,发髻高挽,双目自然下垂,胡须飘然胸前,神态宁静祥和。尤其引人注目的是孔子的一对耳朵很大,微微合上的双唇间有两颗牙齿外露,与相关古籍的记载吻合。造像的背面有“夫子”两个字。该造像目前在长武县一从事民间收藏的鱼姓青年手中。

据西安市从事收藏研究的卢先生介绍,近年来,儒学研究不断升温,全国各地的孔庙都有孔子的造像,而如此精美的造像实在罕见。在前不久中央电视台进行的首届“陕西民间十大宝物”征集活动中,该造像经北京专家鉴定,确认是明代早期的作品,属于罕见藏品。遗憾的是造像的背面略有残缺,但是并不影响造像的整体造型。

图为孔夫子青铜造像。

文/图 尚洪涛

金庸小说问世50周年

人物首次登邮票

金庸大师笔下大小人物性格各异,栩栩如生,今年恰逢金庸武侠小说问世50周年,上海集邮总公司、上海金庸文学艺术研究会特别限量发行了一套个性化邮册。从15部金庸武侠小说里精选的15组人物首次登上邮票,这也是金庸武侠小说文化首次以邮票的形式面向广大读者。日前,金庸先生的堂弟查良汝接受记者采访时透露,金庸欲出一本适合青少年看的武侠小说简装本。

据了解,此次发行的个性化邮册经国家邮政总局审批,是金庸先生本人亲自授权给上海金庸文学研究会的专版个性化邮票,并特别委托上海华燕集团精心设计、印刷、发行。此邮册历时一年制作完成,据了解,在此期间,主创人员专程飞赴香港,向金庸先生请教。金庸对主创人员在人物选择和设计等各方面都非常满意,但他还是饶有兴致地对人物服装、色彩的处理提出了自己的独到见解。

该邮册主笔陈元鹏表示,金庸小说中的人物都非常传神,而且大师很多作品都是长篇,所以很难取舍。在选择过程中,主创人员几易其稿。当金庸先生看到最后敲定的人物时,他当场“拍案通过”。为了能将这栩栩如生的展示给读者,主创人员专程邀请了画师,按照原作认真“还原”这些经典人物,每位人物还配有精练短评,生动精彩。

闻慧

绝世唐代舞马壶

仿制成功

目前存世仅一件的国之瑰宝——鎏金舞马衔杯纹银壶,在陕西博物馆专家的严密督导下,终于仿制成功,公开发行,日前亮相中华世纪坛,其逼真程度令专家震撼。同时仿制成功的还有狩猎纹高足银杯、鎏金飞廉纹六曲银盘两件珍贵文物。这是我国首次成功仿制唐代金银器。

陕西博物馆的有关专家介绍,唐朝是我国古代金银器制作艺术的顶峰,其工艺之精湛,表现力之强,后世难以企及。1970年何家村出土的窖藏金银器,又都是唐朝金银器中的巅峰之作,其中有不少绝品、孤品。本次仿制的鎏金舞马衔杯纹银壶、狩猎纹高足银杯、鎏金飞廉纹六曲银盘三件文物,是何家村窖藏金银器中造型最别致、纹饰最精美、内涵最丰富的精品,是国家文物局认定的国宝级文物。

唐代金银器多为皇家贵戚使用,制造时追求宏大华美,不计成本。唐代金银器制造工



艺的高峰,最重要的标志就是锤揲和錾刻技术的成熟应用。锤揲是利用金银质地柔软的特点,将金银片放在模具上反复锤打成型,然后进行錾刻。錾刻是通过大小不

同、形式各异的錾子,用小锤击打,在器物表面形成各种花纹图案,达到装饰效果。用锤揲和錾刻技术制造的金银器皿精巧,花纹精美细致。

仿制过程中,陕西博物馆的权威专家进行了严密督导,确保使用唐朝传统工艺精制,确保仿品的气韵和造型与原物一般无二。由于大量唐朝制作金银器的工艺已经失传,所以仿制工作遇到了极大难度。专家们只能在浩瀚如海的史料中,搜集唐代传统工艺的点滴资料,然后汇集起来,对失传的工艺进行恢复。从锤打开模、揲打成型到抬压錾刻、批花开色、拼整焊接、整形抛光等,一共有近百道工序交替进行。

李卫国