

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《清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”可能还只是冰山一角。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。”

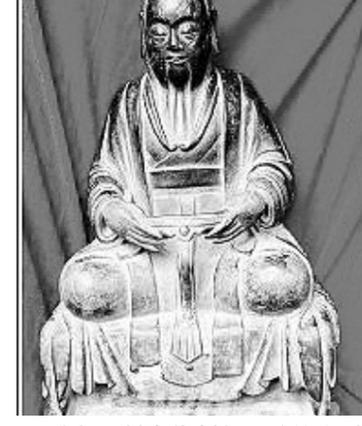
“但是,这是谁的责任呢?”她说,“作为一个媒体人,我想请大家一起想一想,‘星巴克’即使迫于压力搬走了,还可能会有另外一个不协调的东西产生。”

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。

阙慧

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