



2013年春拍各个拍卖公司“激战”正酣,齐白石、张大千、傅抱石三大师的锋芒略见收敛,人们的视线正逐渐向“过云楼”、“南长街54号”、“广韵楼”等书法和古籍善本转移——“书法拍卖大潮”似乎已经逆向来袭。

“书法和古籍善本怎么可能比画贵?”——这一既成事实也许颠覆了很多人“先知性”的判断,人们早已习惯了生活中的视觉饕餮盛宴,大部分人对一沓沓的手稿与“素颜朝天”的书法中堂确实是难以提起兴致,而正是后者主宰过拍卖场的舞台并触碰了人们对深层次文化菁华的神经。2012年匡时秋拍中沈周《行书蜗壳诗》以3047.5万元夺得那一场拍卖的冠军,使书法的价格真正是“多年的媳妇熬成了婆”,而2013年民国书法家于右任书法专场更是以惊人的100%成交率而令人眼前一亮。



中国书法价值时代

正在开启

■ 杨艳丽

在刚刚结束不久的北京匡时拍卖上,“古代书法专场”上拍191件,成交额为1.55亿元,成交比率为78.53%;而古代绘画专场上拍139件,成交额为1.18亿元,成交比率为72.66%。近现代书法部分,“抱翠庐”藏于右任书法专场,上拍82件作品,更是出现罕见的全部成交的场面。通过上面的数据,我们不难看出,古代、近现代书法正在逐步迎头赶上并大有赶超古代、近现代绘画的势头。

市场的反馈已经证明书法作品完全可以撑起书画市场的“半边天”,至少是可以与绘画分庭抗礼、平分秋色,而我们对近现代及古代书法的挖掘其实还远远不够。

记录历史, 具有珍贵的史料价值

中国的历史经过了诸如“焚书坑儒”等灾难性事件以及战乱与朝代更迭后,大多数历史是难以还原的,很多第一手档案早已不知去向,甚至面临学术断代的危机,此时,文人间的文稿、书信便成为弥足珍贵的财富,“南长街54号”藏梁氏档案就很清晰地反映了这一问题的重要性。

梁启超是民国著名的政治活动家、国学大家,同时又是著名的书法家,正如匡时拍卖公司对“南长街54号”藏梁氏档案的分析:“包括信札、手稿、书籍、家具等共计近千件,其中287通信札”。其中有梁启超与袁世凯、冯国璋、孙传芳等民国风云人物的

往来通信,以及涉及梁启超与清华、北京大学、中国银行、京师图书馆等单位的诸多渊源,与二十世纪时局重大事件息息相关的信函,还包括了关于梁思成、林徽因文定礼细节家书;康有为见证芝加哥“琼彩楼”案和广西振华案的信札;梁启超《清代学术讲稿》、《袁世凯之解剖》等重要学术著作的手稿。

假如我们能够平心静气,在欣赏那一件件精美隽永的信札之时,完全可以感受到那一段历史背后所涌动的风云变幻与新旧思想的剧烈冲击,它们让我们感受到时代的脉搏,通过一个人的个案研究可以粗略地勾画出整个民国时期的民族危亡。

文人唱和, 体现作者的情感秘密

书法作品在文人唱和、联络感情方面的作用与相互馈赠的机率要明显高于绘画,特别是近现代书法,上款为“某某人”的字样十分常见,很多作品并伴有对上款人的溢美之辞,从中很自然地窥见文人间的熟识关系,这对画家的交友范围、年谱编撰等都具有重要意义。

以沈周《行书蜗壳诗》为例,从他对挚友史痴翁的赞美即可窥见二人感情之笃深。

齐白石的作品永远是拍卖场上的“保留曲目”,不论大拍小

拍,都少不了“齐老爷子”的撑腰,但为什么只有《松柏高立图·篆书四言联》能拍到4个亿?难道就是因为是刘益谦的旧藏,还是单纯因为作品尺幅巨大?显然不是,此画与人们喜闻乐见的虾、螃蟹题材迥然相异,是1946年张道藩响应蒋介石亲近文化名人的号召,拜齐白石为师进而求齐白石作画,为蒋介石祝寿。无论是齐白石出于政治的考虑还是人情世故的需要才完成了这样一张应景之作,也就很难称其为齐老的巅峰作品,因此,拍出天价很重要的原因正是其背后的渊源。

书画作品的上款与鉴藏语蕴藏着无数的情感与秘密,这情感因素也有着褒贬之分,齐白石就常以老鼠、不倒翁等为题材赠予那些贪官,暗讽其种种市侩嘴脸。超越具象,蕴含丰富的艺术之美

超越具象, 蕴含丰富的艺术之美

身处当代,我们已经慢慢接受了西方艺术的深度理性与奔放的色彩。开始读懂了抽象主义的“点线面”;开始读懂了表现主义的“超越性”;开始读懂了立体主义的“空间与时间的转换”。对于线条与空间的艺术——书法,依然显得木讷,中国人看待书法应该如西方人看待音乐一样,是随处可见并渗透到血液当中,是生活的必需品。

毋庸置疑,普通公众对书法的认知与品鉴确实存在一定的难度,人物往往对具象的事物有着与生俱来的敏感,而对空间的“丰富性”、线条的“厚度”、笔墨的“功力”、章法的“气脉”等抽象概念往往存在理解上的难度。对于绘画的认知绝大多数处于外在层面的、愉悦内心的阶段,描绘自然物象的可识性极强的书法的品鉴却往往处于较低级的阶段,对笔墨的质量、结字的安排、章法的布局以及整个作品节奏的把握缺乏深层次的解读与认知,也就是对书法的欣赏有着一定高度的门槛,这就极大地限制了人们对书法作品的判断和投资热情。特别是受到时下“流行书风”的影响,很多书法家为了树立个人面貌,自立“山头”,赋予了传统书法很多现代的观念,甚至将书法与绘画进行接轨,这就让欣赏者在品鉴之时更为捉襟见肘。

尽管古代书法、近现代书法、当代书法的市场发展具有一定的差异,但作为承载着千年文化与兼具史料、学术、审美价值的书法艺术,其市场的潜力正被越来越多的人看好。人们目前普遍有种略带偏激的认识:只买老的,不买好的;老的就一定是好的。当代书法在不久的将来一定会归并入传统的大海,“今日之当代亦是明日之传统”,而传统的价值正在于其包容性与丰富的内涵,也许,文字的力量不等于经济的力量,但掌握了文字的力量却可以冲破图像泛滥时代所弥漫的迷雾。

省图书馆免费举办少儿暑期兴趣班受关注

公共文化机构的惠民新尝试

■ 本报记者 戎海 通讯员 文一叶

每年暑假,都是各类补习班、兴趣班生意兴隆的旺季。今年暑假,海南省图书馆也加入到了这一面向少儿的培训队伍中,开办了包括手工制作、绘画、国学、书法、舞蹈、围棋等在内的11大类19个项目的兴趣班。和普通培训班所不同的是,这19个项目的兴趣班全部免费开放,小学员们不用花一分钱,就可以在良好的环境中接受文化艺术的教育。

免费兴趣班受追捧

“这在省图的历史上还是第一次”,省图书馆馆长李彤告诉记者,少儿兴趣班并不包含在全免费开放要求内,但是满足广大少年儿童日益增长的精神文化需求,是省图书馆的责任。为此馆里从有限的办公经费中挤出资金,并且充分利用闲置的空间,使得少儿暑期免费兴趣班如期举办。

报名首日,600多名少年儿童在家长的带领下排队报名,有的家长甚至在早上4点多钟即在省图书馆门前等候。三日内39个班全部名额报满,共计招收学员1500多名。这样的盛况,让省图的工作人员也始料未及。具体负责此项工作的省图书馆少儿部主任孙旭坤说,现在社会上的暑期培训班很多,但是普遍收费比较高,一些收入不高的贫困家庭难以承受,



小学员在练习书法 文一叶摄

免费兴趣班的开办,让更多的孩子享受到了政府文化惠民政策的成果。

老师学员皆有收获

据介绍,兴趣班持续授课时间近50天,为了保证授课质量,省图书馆从我省教育培训机构以及志愿者队伍中通过筛选,选出20多名优秀教师,并建立档案。高质量的课程让参加兴趣班的孩子和家长都感触颇深,来自海口府城的黄女士给孩子报了英语班,她告诉记者,虽然是免费课程,但是老师并没有放松教学要求,不仅备课认真,而且在课堂上的教

学手段也生动活泼,很受孩子们的欢迎。

同样感到欣慰的还有授课的教师。小吴老师是教拼音和口才的。这个班主要以互动和亲身体验为主,理论教学为辅,让孩子们在说相声、讲故事、演小品、玩游戏中锻炼自己,展示自我的语言艺术。小吴告诉记者,没想到家长和孩子们对这个班兴趣非常大,报名踊跃,为此她又多开了2个班次。她说,自己从事培训工作时间不长,课程受到欢迎,让她很有成就感,对于未来的发展更有信心。

凸显公共文化属性

事实上,省图书馆作为一个公共文化设施,充分利用其图书资源和先进的信息技术,举办了丰富多彩的活动,为读者开展多样化、个性化的免费文化服务。今年上半年,省图书馆开展各类讲座、展览、培训、阅读推广等社会教育活动57场,吸引了75000多人次的读者参与。同时该馆还在企业、部队、农村、劳教所、监狱等地设立了10多个图书馆流动站。

李彤告诉记者,省图书馆将会精选内容,扩大招生数量,把暑期免费兴趣班长久办下去。“未来我们还会招募一批文化志愿者,为读者提供更加周到的服务。”让图书馆真正成为人民群众终身教育的校园、精神文明的花园、文化休闲的乐园、艺术耕耘的田园。

点评:海湄

非遗传承“联姻”职业教育 非遗毕业生很抢手

说起非物质文化遗产保护,乏人传承是被提及最多的问题。而作坊式的“师傅带徒弟”,不仅数量少、成才慢,而且知识结构窄、文化层次低,难以吸引到新鲜血液。位于安徽歙县的安徽行知学校是一所普通中专,它开设了歙砚制作、徽墨制作、徽派建筑等10个非遗专业,将非遗传承融入职业教育,学生不仅百分百就业,月基本工资还达到了6000元,在当地形成了一种现象。

据介绍,学校不收学费,只需缴纳住宿费及部分伙食费。学校实行“3+X”模式,即3年学习后,学生可正常工作,也可以升入高一所学校深造,或者继续在校内跟随大师学习。(据《人民日报》)

点评:非遗专业进入职业教育,这一做法并不新鲜。然而让非遗专业的毕业生成为就业市场的“抢手货”,却是需要花费很多心思的。行知学校的成功,不仅在于它让非遗专业形成了完整的产业链,而且还为投身其中的年轻人,提供了一个继续学习深造的机会,让凭借非遗项目改变命运、成为行业专家成为可能。这一做法无疑值得众多非遗项目学习借鉴。

新华书店上线销售 或以此实现功能转型

近日,新华书店与京东开放平台达成战略合作,正式入驻该平台。如今以当当网、卓越亚马逊、京东商城为首的图书的网络销售平台,早已对整个图书市场造成巨大冲击。新华书店作为有70余年历史的国家官方书店和重要的文化品牌,在国人的阅读生活和习惯中扮演着举足轻重的角色。业内人士认为,此举既是新华书店寻求企业生存发展道路的又一次变革的举措,也将是它们功能转型的一次契机。

目前,已在京东开放平台正式上线的包括浙江新华书店和四川新华书店。其中,浙江新华书店旗下博库网已上架图书60万个品种;四川新华书店的文轩网上架近40万个品种,预计不久将达到50万个。据京东提供的数据,这两家新华书店在正式入驻京东后,销售额每周都有30%—40%的增幅。(据《新华网》)

点评:作为历史悠久的国有文化品牌,新华书店能放下身段,投身网络营销,可谓是顺应潮流之举,同时也是变中求生的一搏。网络书店、电子阅读的兴起,已经让传统实体店遭受到了近乎灭顶的打击,新华书店虽然拥有教辅材料之独家资源,但是随着文化体制改革的进一步深化,新华书店要想继续生存发展,“触电”上网或许会让年逾七旬的“老店”再度焕发青春。

“华夏国博”被查处 涉及电话推销收藏品陷阱

8月8日,一条关于北京中北投资大厦“华夏国博国际收藏品文化交流中心”数百职员被控制的消息传遍网络,据介绍,这家“华夏国博”涉及艺术收藏品销售网络诈骗。

从表面看来,“华夏国博”看起来就像是一家正规的艺术品机构,他们有古玩展厅,艺术品展厅和官方网站,主要从事钱币、名人字画、贵金属、邮票、瓷器的销售,而主要销售手段便是电话推销。据业内人士介绍,这些收藏品大多为赝品,受骗者大多为一些老年人和以送礼为目的的缺乏收藏知识的人士。(据《雅昌网》)

点评:骗子行骗的手段目前还不得而知,但是有数百名职员从事这一行业,足见上当受骗者不在少数。骗子能够得逞,说明市场对艺术品的需求旺盛,为什么正规的艺术品拍卖、画廊等经营场所门庭冷落,而骗子的“生意”却一片红火?这其中恐怕和现在艺术品市场虚火旺盛、价格偏高有关。很多人涉足这一行业,抱着捞一票的心理,心走偏了,行业也最终会走入歧途。

在粤举办电影展映周 香港电影抢滩广州

香港电影发展局将于8月19日至25日在广州举办“2013广州·香港电影展映周”,推广香港电影。展映周将放映5部香港影片的原装粤语版本,包括《狂舞派》《过界》《一个复杂故事》《命运派对》及《第一次不是你》。

参与展映周的影片将来申请在广东商业发行时,可缩减所需时间,有助港产粤语片更快地利用《内地与香港关于建立更紧密经贸关系的安排》优惠措施进入广东市场,并与香港同步上映。香港电影发展局秘书长冯永表示,电影发展局希望通过这次活动在广东推广港产粤语片,为香港电影拓展广东市场。(据《广州日报》)

点评:利用合拍片的方式大举北上,是香港电影抢占内地市场的一项举动。然而多年实践下来结果差强人意,除了少数几部大片卖座,大部分港产片不仅票房没有达到预期,而且还被舆论界批评失去了香港电影的精髓。此次香港电影开拓广东市场,在语言上没有隔阂,可以保留港产片的原汁原味,而且广东发达的经济,也为港产片提供了广阔的市场空间。

七夕接吻大赛: 被扭曲的不仅是传统文化

■ 陈文斌

8月13日是中国传统情人节“七夕”,全国各地举行了接吻大赛,许多情侣在高温酷暑下现场激吻,有的累瘫在了红地毯上。接吻大赛也引来了众多市民的围观,情侣们赢得了奖品,市民们过足了眼瘾,商家也成功吸引了眼球,一切似乎都看上去很美。

然而,作为中国传统节日的七夕节,在现今的市场氛围中,却变质为一种恶俗的接吻表演,不是在变相地满足某些人的窥私心理?在堂而皇之的利益驱使下,原本代表着爱情甜蜜的亲吻却沦为怪异的展示,如此看来令人唏嘘不已。

七夕节又叫乞巧节,起源于汉代,乞巧节是女子的节日,织女被视为纺织女神,民间女子便在七月初七晚上向她乞求智慧和巧艺,也免不了求赐美满姻缘。传统文化本身的一些优秀特质已经丧失,的确,时代在发展变化,文化也在日新月异,随着与世界文化的交流,传统文化本身并不一定能够适应如今时代文化发展的需要,但是,中国传统节日的文化特质却应该重视和保留,而不应该沦为商业利益扭曲下的异物。中国传统节日的改变,在某种程度上反映了中国经济文化发展脉络的侧影。

一面高喊要保护传统文化,一面又在淡漠传统文化。这是现如今大众反映出来的价值取向。2005年11月27日,由韩国申报的江陵端午祭被联合国教科文组织正式确定为“人类传说及无形遗产著作”。对此,国内舆论哗然,基本指向都是在批驳韩国侵权,另一方面就是宣扬保护传统文化。时过境迁,舆论淡漠,所谓的重视也就成了当时的一片喧嚣。在对国民劣根性的批判中,似乎在一次又一次的验证“好了伤疤忘了疼”,事实并没有得到根本的改变,也只有在外来因素的刺激下才能清醒一会。

亲吻本身是恋人之间的亲密举动,属于私人性的交流活动,而非公众表演。七夕接吻活动换了一种名头就能够合理存在是值得深思的。同样的接吻,而且是有组织,有大量参与的接吻比赛,因为套上了“七夕”两个字,就好像穿上了“道德的袈裟”获得了某种合理性,堂而皇之地成为一种展示,观者满足了看的兴趣,被观者则沉醉于某种所谓的竞技排名,沉浸在彼此娱乐的快感中。

端午中秋这类节日通过商业包装,粽子和月饼可以成为昂贵的礼品,这些文化符号本身丧失了最初的功能,成为了另一种符号的象征——送礼文化的一部分。乞巧节被包装为中国版的情人节,在颠倒原本文化内涵的同时,将其引入到情人节的商业操作模式中,以便从中获利。与此同时,圣诞节、情人节等进入中国也日渐“中国化”,在丧失一部分西方文化价值的同时,也成为商家捞金的良机。总体看来就是都显得那么不伦不类,最令人担忧的是,很多非正常的情况都被常态化地加以接受。这中间的确有刺激经济发展的因素,也就是所谓的利用文化产业拉动需求,但长此以往,不断篡改传统以迎合利益需要,经济发展的模式还能够一直保持鲜活动力吗?如果篡改就是创新,如果噱头就是影响力,那传统节日又该何去何从呢?

