

书影与背影

——读《莱芜现代三贤书影录》有感

刘玉堂

什么是书影？一般说来，书影是显示书刊版式及部分内容的印刷物，主要是书的封面图案，还可以包括内页和封底。其作用是向读者展示和介绍一本书的样式，一般多用于古籍珍本。

但我面前的这部《莱芜现代三贤书影录》与此有所不同，本书中的《吴伯箫书影录》、《王毓铨书影录》、《吕剑书影录》不仅较全面地辑录了散文家、教育家吴伯箫，历史学家王毓铨，诗人吕剑所有的著作版本，且按时间顺序逐一介绍、评说，详尽而缜密，古朴又典雅，具有收藏、品评和研究、欣赏价值。这是传统书影与现代书话、评论的一种结合，是一种全新的成书形式，令人耳目一新。

为什么要辑录这3位的书影？一是他们同属莱芜籍，同是少小离家，又无一例外地受到过不公正的待遇，且在各自的文学创作及历史研究领域成绩斐然，成为家乡人的骄傲！二是他们的为人作文都带有浓郁的地域个性及地方色彩，辛辣而温暖，高亢又委婉，是莱芜文化的标识与领军人物。

3位大家的作品与专著，此前我只读过吴伯箫先生的《记一辆纺车》，至今还能背诵它的开头：“我曾经使用过一辆纺车，离开延安那年，把它跟一些书籍一起留在蓝家坪了。后来常常想起它。想起它，就像想起旅伴，想起战友，心里充满着深切怀念……”但对其人其事，及另两位先生的作品和成果却知之甚少。3本书影录一翻，便令我油然而生敬意，感慨自己孤陋寡闻的同时，也不由得感慨历史湮没的功能真的是太快太强了，他们并未走远哪……这部书影录又将他们拉回到了读者面前。3位前辈高风亮节、温文尔雅，要么学富五车，要么著作等身，面对他们不同开本、样式，甚至不同文字风格的各种各样的著作，你怎能不仰而视之、推崇备至！编著者称之为“莱芜现代三贤”，我认为实至名归，是确切的。

编著者张期鹏喜欢引经据典、咬文嚼字，用他自己的话叫“吹毛求疵”。我曾说过，他写一篇短文比一般作家要多费好多劲，多劳好多神！麻烦在于，他不是引用一个大概的意思，而全都是原文原话，你再

博闻强记，还是要翻书查书吧？这么纷繁、琐细的工作又是谁安排他干的？没有谁安排，是他主动做的。编著这套书影录的过程就更说明这是个特别较真或较劲的人，自觉而痴迷，执着又富学养。这从另一个角度也表明，《莱芜现代三贤书影录》是值得信赖和经得起时间考验的。

特别值得称道的是，张期鹏的编著，不仅做到了翔实，而且对每一个人及其作品都有恰切、精准的评述与评点，直抒胸臆。比方他在《王毓铨传略》中写道，王毓铨曾一度备受冷落与排斥，显然与他是胡适先生的学生及他在美国的经历有着极大关系，自然，不论在什么情况下，王毓铨都没有批判过自己的老师胡适，这与那些因政治形势变化而见风使舵，或者不得不违心地批判、出卖自己师友的知识分子形成了鲜明对比。他说吴伯箫，就《北极星》的主旨而言，不管是初版本还是增订本，都是不折不扣的“歌颂体”；他叹惜《吕剑诗抄》错别字太多，等等。

不免就说到地方文化的问题。一个地方出这么多的文化老人，名人，不能不说是这个地方的福气。或许他们

的主要成就，不是在这里创作或创立的，但这方水土的基因，贯穿其中，又陪伴终生，比方王毓铨的历史论文集《莱芜集》，吕剑的诗篇《故乡的石竹花》，吴伯箫早年写下的“生就生个痛快，烈马追风滚滚来；死就死个干净，日夕沙鸥晚霞轻”等等，无不带着故土的灵气与印记，构成了也代表着这个地方的文化底蕴或“地气”。也像在这个地方立起了几根立柱、几根桩子。正因为有了他们，才有可能建立起一座文化大厦。

但历史总不能尽如人意。再难忘的故事，再不该遗忘的面孔，无论我们多么小心，都会在时光中模糊。还有更多模糊得连背影也不曾留下，就这么渐行渐远地逝去了，让人忧伤又无奈。

从遗忘到想起，从模糊到相对清晰的工作就是传承。传承不是为了实用性的商业操作，而是为了夯实传统与地域文化的基础，当然也是一个地方整体文化素养的标示与展示。对传统与地域文化代表性人物的著作加以收集、梳理与传播，意义非凡，其与代表性人物同样值得尊敬与赞美。

博物馆展览的“品牌效应”

王卫东



“十艺节”期间,参观欧美经典美术大展的观众在山东博物馆门口等候入场。 本报记者 卢 旭 摄

10月9日至11月15日,2013欧美经典美术大展在山东博物馆举行,米开朗基罗、毕加索、达利、让·雷诺阿等各个时代艺术大家的原作悉数亮相,更有达·芬奇“自画像”锦上添花,数度引发观展潮。众多艺术大家作品的出现,成为一种“品牌效应”。而作为承办此次欧洲经典美术大展的山东博物馆,则是成功运用了这样一种艺术家与艺术品的“品牌效应”并逐步进行这样一种“以品牌铸形象”的良性探索。

“品牌效应”作为商业领域内的概念,近年来也越来越多地受到各类美术馆博物馆等文化领域的青睐。在各类画廊、私人博物馆不断出现的今天,传统博物馆想要吸引观众,更应与时俱进,通过艺术品牌的定位、运作、宣传、布展等各项环节,着力打造属于博物馆自身的特色。此次欧洲经典美术大展的成功就充分说明了这一点。

“品牌效应”的运用应注重展品的选择与甄别。

为宋代商船“南海1号”量身定做的广东海上丝绸之路博物馆,自2009年底正式对外开放后,截至2010年3月,博物馆迎客人次已突破10万,仅2010年春节7天的游客量就达2.5万人次。作为目前世界上首例将古沉船水下考古发掘过程向观众展示的动态专题博物馆,“南海1号”的文化品牌魅力,正逐步影响和带动着当地旅游、餐饮,以及房地产等行业的发展,文化品牌效应日渐凸显。

2004年8月,“世界第八大奇迹秦兵马俑(济南)大展”在山东博物馆展出。本次展览是秦兵马俑首次到泉城济南展出,共展出秦兵马俑和秦始皇陵出土文物精品共85件(组),其中兵马俑17件。济南市民的热情超出了主办方的预料,仅8月6日一天进馆参观的游客就超过了5000人,而8月7日上午就已经超过了这个数字。博物馆不得不采取措施限制客流量,另外还将开馆的时间延长至晚上9点。

以上两个事例都充分说明了选择展品的重要性——“南海1号”声势浩

大的打捞工作一度备受瞩目,极具历史价值和新闻性,增加了人们对于它的关注度;而秦兵马俑则身负“世界第八大奇迹”的美誉,在世界上享有盛名,并且是第一次来到济南,自然更加成为焦点。这两样展品兼具影响力、关注度、新闻性和唯一性,拥有得天独厚的品牌优势,因此成功吸引了观众的注意力。

而在此次欧洲经典美术大展中,达·芬奇的“自画像”就具备以上几点要素,不仅画作具有唯一性,它的发现和展出历程也是观众关注的焦点。而达·芬奇本人作为国人非常熟悉的艺术大师,本身的影响力和关注度也为画作带来了更多的“品牌效应”。

“品牌效应”的运用也需要良好的展览契机。

此次第十届中国艺术节的各项展览活动异彩纷呈,但都不及欧洲经典美术大展的火爆程度。

这是一次“在家门口举办的艺术盛会中的顶级国际美术大展”,展出的是“只有在这种盛会中才能够领略到

的达·芬奇自画像真品”,并且在此次展览后,“画作将被运回意大利不再出国展出”。

因此,“品牌效应”的实现,不仅需要具有品牌实力的展品,更需要有良好的契机来加以烘托,让观众在感受艺术品带来的冲击的同时,能够对博物馆有新的认识和关注。

目前,全国共有博物馆300多家,虽然藏品之丰富在世界范围内也是屈指可数,但是长期以来,博物馆的经营状况却不容乐观。欧洲经典美术大展的火爆证明,这是一次成功的尝试,这也为博物馆如何通过展品的“品牌效应”运营展览提供了一个有价值的参考。山东是孔孟之乡,更是书画大省,人民群众的艺术鉴赏需求与水平也在逐年提高。山东博物馆应以此次欧美经典美术大展为契机,继续探索“品牌效应”在展览中的运用,引进更多更好的艺术展览,盘活山东的展览市场,满足老百姓的文化需求,同时也开发利用好“十艺节”的宝贵遗产,并且更多地向市场开放,为老百姓提供高质量的文化产品。

书画装裱又称为装潢。“装”原本是装饰、装束的意思,“潢”则指的是为纸张进行染色。装潢一词最初指的是,将进行过裁制染色的写有一定内容的纸张,制作并装饰成可供阅读或观赏的形式。在传统书画修复装裱过程中有一道非常重要而往往被忽视的工艺——染色。

如何使书画作品经过装裱工艺更能突出画意,使之达到最佳的艺术效果,这是书画家、书画收藏家和鉴赏家,也是书画装裱者共同关心的问题。在书画装裱过程中,要根据书画作品的内容、色调、规格等主要因素,合理地选用色彩,谨慎地掌握色度,由于新纸的光亮度和旧纸的光亮度也有区别,旧纸的光柔和滋润,有一层自然形成的“包浆”,新纸的光泽浮而不突,如果染纸的光泽不同,容易看出补洞,所以在调配托纸的颜色水时要反复用宣纸条进行颜色的深浅测试,一定要浅于原件本色,不足的色可在补全颜色时增添。这样才能使书画作品的装裱水平达到预想的效果。书画作品在装裱过程中正确选用色彩,能使书画作品的内容、色调得到补充、延伸和协调。可以说书画作品与装裱工艺之间,两者是既相互依存,又不可分割。

装裱书法、绘画作品,总的来讲不受色彩条件的限制,要根据作品的书体、画意等酌情选用适当的颜色进行调配。在托染绫、绢、料纸时,应避免使用较重、较俗的颜色,防止影响作品的艺术效果。调色时的具体做法是根据所需要的基本色调先调好较浓的颜色水,加入适量胶矾水,用以固色。然后按照所需色度用托好的绫、绢条做色样,如色样较深,可加适当清水稀释,以降低颜色的浓淡,后应适当加入墨汁,以去其“火气”,直到做的色样满意,方可托染绫、绢。在装裱书法作品时,要想达到最佳的视觉效果,就要仔细分析作品的书体、内容、规格等方面的因素,根据每幅作品自身的特点,确定使用什么样的颜色去染镶料的绫与绢。明代周嘉胄在《装潢志》中说:“书画付装,必先审视气色。”如小幅书法作品,想装裱成立轴格式,则根据作品的书体形式、字体大小和内容、档次等条件,再决定用单色绫裱、二色绫裱,还是用三色绫裱,用冷色调还是用暖色调。

所以配色是书画装裱中的重要一步,配色的宗旨在于拔尖画意,渲染陪衬画面的气氛,从而获得艺术上的享受。否则就会破坏或削弱书画作品的感染力,降低作品的玩赏价值,使作品失掉其生命力。在这方面个人认为“苏裱”做得最为到位。“苏裱”最首要的特色即是在用色、配料中给人以清新、典雅、稳重大方之感。一般选用以湖色、旧米色绫为主,采用“宣和装”的形式加上惊燕,可使书画有种古色古

行云流水 如倾如诉

——平派鼓吹乐《赶山会》艺术赏析

高德文

在冲击第十六届群星奖的过程中,鲁中南平派鼓吹乐《赶上会》以其娴熟的演奏技巧、鲜明的地域特色、鲜活的表演形式、富有画面感的音乐表现力赢得了专家评委的充分肯定和广大群众的热烈欢迎,并最终夺得群星奖。《赶山会》中,平派鼓吹乐的艺术特点得到淋漓尽致的发挥,生动地展示了邹鲁地区人们在阳春三月去峰山赶山会、野外踏青这一传统民俗,表达了人们的喜悦心情和对幸福美满新生活的向往,富有感染力。

平派鼓吹乐是在传统唢呐演奏的基础上发展演变而来的,主要流传于邹城、滕州一带,演奏风格及曲目较为独特。它以铜杆唢呐为主奏乐器,吹奏出来的曲子平和轻柔、婉转细腻,有“平如行云流水,稳似泰山青松”之美称。表演中有滑音、吐音、气拱音、气顶音、三弦音、箫音等,还有模仿鸡啼鸟鸣、人声歌唱(俗称“卡腔”)等特殊技巧,因平中见奇、稳中善变、刚柔相济,扣人心弦而深受人们喜爱。

“卡腔”是平派鼓吹乐中的常见技巧,所使用的乐器在当地被称为“口弥子”。演奏者用嗓子吟唱曲调,用气息带动“口弥子”发出声响,模仿的形象非常逼真,在模仿人声的时候,听众甚至能够直接听出演奏者所模仿的语言。有些演奏者在模仿时,可以不用“口弥子”,直接用唢呐,效果生动、鲜活。

在一片寂静中,笙和箫(一种地方乐器,铜制,只有一个音)轻柔地响起,营造了清晨中安静、平和的氛围,这时两声清脆的鸡鸣声刺破了清晨的宁静。紧跟着,主唢呐响起一个热情的吆喝:“哎,赶会去吧……”周围人同声呼应:“赶会去喽……”气氛一下子活跃起来。在阳春三月、晨曦初升的清晨,大家争先恐后,收拾东西,带好装备,呼朋唤友,携老扶幼,热热闹闹地走上登山踏青之路。路上,看见万物复苏、草长莺飞的景象,走过风景如画的田野,“一年之计在于春”的谚语涌上心头,大家情绪高昂,谈笑风生,一路欢声笑语。《赶山会》一开始,“卡腔”技艺得到巧妙的应用,鸡鸣声、吆喝声惟妙惟肖。

婉转细腻是铜杆唢呐表演不同于传统唢呐的突出特点。铜杆唢呐是平派鼓吹乐的主要乐器,由铜皮制作而成,声音亮丽清脆,具有穿透力。它杆长25厘米左右,铜碗直径6厘米左右,杆下端的圆筒直径2厘米左右,哨片多用秋天的芦苇中未发出的苇纓制作,表演中婉转细腻,如倾如诉。

“长音”是平派鼓吹乐中受到普遍欢迎的技巧性演奏。所用的技巧是“循环换气”,又称偷换气。演奏者用两腮挤气(所用气息为口腔中的余气,胸腹的气息不参与其中)震动哨片,同时用鼻子吸气,这样可以保持声音的不间断。一个长音从理论上可以不停止地吹奏,这种演奏技巧在演出时非常受欢迎。当“长音”出现时,代表着作品的高潮部分到了,此时往往会伴以“卡腔”“穗子”等表演,唢呐、锣鼓、笙齐鸣,乐曲气氛欢腾热烈。

登山途中是《赶山会》作品中最能营造气氛的部分。有运用“卡腔”对鸟兽、生活场景的逼真模仿,有让人眼花缭乱唢呐和口哨交互吹奏,有令人大开眼界的一人口中4只唢呐齐奏,更有唢呐、锣鼓、笙、梆子相互配合的齐鸣,既有视觉的冲击,又有听觉的享受,富有强烈的画面感和感情色彩。特别是长达45秒的“长音”表演,演奏者凭借手中的铜杆唢呐,用高超的演奏技艺,演绎了在登顶峰山途中,人们克服疲劳,努力坚持,一步一步迈向顶峰的精神状态,并引出最终的欢庆场面,达到节目的高潮。