

5月25日,著名文学家、翻译家杨绛先生在北京病逝,享年105岁。这位文化老人的离世,引发了公众强烈的怀念和追思

先生给我的温暖

□ 徐冬冬

杨绛先生故去了。人们对她的怀念之广泛,缅怀之深切,尊重之真诚,是近几年少有的事。我想这不仅因为她是著名学者钱钟书的夫人,也不只因为她是个著名的作家、翻译家,还有对一位年过百岁老人的睿智以及她身上散发出的中国女性之美的赞叹。

这只是对杨绛先生的怀念吗?我想不是,还有对杨绛的气质和智慧向往,对她所代表的那一代知识分子的大家风范的向往,对高雅、婉约、谦逊、平和、本真的风度的向往。

我和钱钟书、杨绛先生有过短暂的接触,他们给我留下非常深的印象,使我对他们产生了由衷的敬意。

1984年,我24岁,已在北京举办过画展,并将由中国文联出版社出版我的第一本画集《徐冬冬诗画集》。一天,中国文联书记处书记李庚找我谈,说你的画作很好,应该请一位大家来翻译,能不能找找钱钟书先生来翻?钱钟书这个名字我早就听说过,也知道他在西南联大的一些故事。但怎么找到他呢?李庚书记说可以以文联的名义联系他,并把钱钟书先生家的地址告诉了我。

1984年6月的一个下午,我去拜会钱钟书先生,开门的就是杨绛女士,穿着非常朴素,那时我并不知道钱先生的夫人也是著名的学者,但她一开口,就让我感觉到是个非常有教养的大家闺秀。我向她说明了来意。她说钱先生非常忙,可能没有时间。正说着,钱老在里面问谁啊,一边说一边走了出来。

钱老个子不高,戴着眼镜,有一股学究的气息。我把画稿放到房间中的大桌子上,他说我非常忙,边说边翻着画稿。看了几幅画以后,坐下了,说小伙子,你的画很有意思,笔墨很古朴,是跟谁学的?我说是故宫临摹古画,从宋元明清各代学来的。他非常惊讶,问我一些画的出处,特别是知道我学习过担当和尚的作品,就给我讲起了担当和尚的来历。他问我有担当的画稿吗?我说有一本他的诗画集,是新中国成立前出版的印刷品,我在图书馆里复印下来的。他非常感兴趣,说有机会能不能看看。他一边翻看画集一边说,你的画有情趣也有诗意,不像你这个年龄画的东西。刚见到他时我很紧张,得到钱老

的表扬、赞许后,也就放松了。谈了一会儿,杨绛先生为我沏了一杯茶端了过来。我还挺纳闷,他们俩说没有时间,怎么还给我沏茶呢。钱老说,小伙子,回去后你要好好地写字。你喜欢谁的字?我说小时候家里墙上挂的是沈尹默的行书,他说很不容易。我也告诉他我喜欢清朝的伊秉绶。当我拿出要请他翻译的诗稿时,他认真真地看了几首,说你的诗远远不如你的画。

这时候,杨绛先生插话了,说你不要苛求这些经过了文革的年轻人,他们没有受到高深教育,他能画古画、写古体诗,已经很不容易了,不要用你的标准来要求年轻人。她说了这番话,钱先生便补充了一句,说这个还是可看的,但是我很忙,另外翻译这一路,有一个人比我翻译得更好,叫杨宪益。他夫人是英国人,翻译起来也快。杨先生古诗的功底也非常好,你可以去找找他。我说不认识,他说我可以给你做一个介绍。这时已经过去快一个小时了,钱老放下我的画稿,开始忙着他自己的事了,我就离开了。

第一次拜访就这么结束了,杨绛先生将我送到门口。她的笑容让我终身难忘,那么慈祥,那么平和,那么亲切。她说,过些天介绍信写好了再来拿。我年轻性急,冒失地问:哪一天来?她说,你过几天。

过了两天,我又敲开了钱家的门,开门的还是杨绛先生。她微微一笑,说你等着,转身取来钱老写好的信递给了我。她说他很忙,今天没有时间了。离去时,她还说了一句:祝你顺利。后来杨宪益先生为我的诗画集做了英文翻译,1985年正式出版了。出版后,我端端正正在书的扉页写上钱老和杨先生的名字,给他们送去。那天敲门,家里无人,我就把书放在了门边。

事后我再也没有去打扰两位老人,他们的时间太珍贵了,他们做的事情也是我所不能及的。当年杨绛先生说的“祝你顺利”这句话一直留在我的记忆里。如果说我的事业取得了一点成就,那和老前辈的关心是分不开的。他们的人格感染着我,教育着我,影响着我。杨绛先生走了,她的精神与品格永远是我们这些后学的楷模。愿杨绛先生一路走好。

自我修炼的魅力

□ 钱晓鸣

杨绛先生走了,一个家在天上团圆了。一位无官无职的老人竟然牵动了亿万民众的心。2011年,在杨绛先生百岁华诞时,我想这是“一个世纪令人感动的平民情怀”;在今天,我深深地感悟到这是每一位想过好自己平安快乐日子的百姓温暖的希望。

在人们了解和阅读杨绛时,普通群众关心的是这位有学问的老太太在漫长的岁月中如何克服困难精心呵护着自己的小家。从大家闺秀到婚后的“灶下婢”,从丰衣足食到政治运动的批斗对象,从幸福的家庭到耄耋孤独晚年,我们看到她一路走来的教养和自我修炼。

杨绛读的是教会小学启明学校,她说:最重要的是锻炼和培养了独立生活能力,还包括自我判断,学会克制,如何正确与别人和集体相处。她强调,学会自我判断和自我克制,对一个人性格的形成很重要。杨绛始终记得,嬷嬷要求孩子们“每天为生母做一件好事”。

杨绛的中学是在振华女中读的,因为能保持和家庭的密切接触。她说:这段时期,我最珍惜和感念的是与家人的亲近,与自然的亲近。父亲的刚正不阿,母亲的温柔敦厚,对我性格的形成和日后的为人处世都有很大影响。80多年后,杨绛还能清晰地吟唱校歌:三吴女校多复多,学术相观摩;吾校继起,德智体三育是务……

杨绛的大学本科是在东吴大学就读,学了不喜欢的政治学专业。偶然读到希腊悲剧,发现自己喜欢文学。她谈到在东吴大学的主要收获是:扩大了我对社会的认识,与家里更贴近、更珍惜亲情。杨绛很多青少年的朋友成了她

让自主设计立起来

□ 对有不少金点子的设计机构和设计师来说,立足于博物馆和城市

的文化特色,来进行设计创意,是打开消费者心门的一扇窗户。

□ 艺术和商业的结合,难在把握一个合理的“度”,文创产品也是如

此,其重点在于“创”。设计师们既要面对不断提高的文化需求,层层细分的

消费群体,还要应对粗制滥造的山寨模仿等困境

好的创意会“说话”

□ 雷婷

要想实现文化价值和商业创意的多赢,既不能丢了历史文化和地

方特色的根本,又不能缺少对形象、价位等因素的把握。“我们要进行详

细的行业市场调查分析,在充分遵循市场规律、研究消费心理与行为的

基础上,来进行产品开发框架的规划设计”

近年来,以博物馆馆藏文物为元素的文化创意产品不断出现在公众视野中。在陕西历史博物馆吸引游客的文创产品中,就有萌萌哒的新代言人“唐宝贝”。行李牌、冰箱贴、书签、抱枕等日常生活用品,配上“唐宝贝”的包子脸和星星眼,也变得可爱了。“每一个都想买,朋友们看到朋友圈的照片也想要。”从山西到西安旅游的王晴和朋友一口气买了10多件。

“唐宝贝”这款仕女系列的唐文化衍生品是从陕西历史博物馆众多唐代粉彩俑中精选出来的形象。是继“唐妞”“汉英俊”“唐美丽”这些陕西文物代言人后,再次推出的文创产品。陕西历史博物馆文化产业部的邱刚说:“这些创意灵感均来自我们的馆藏文物,变成实用品会进入更多人的生活,也是对文物内涵的提升和拓展。”

这个广受欢迎的作品由西安不倒翁企业品牌营销策划有限公司设计,公司旗下已有“西遇纪”和“朕略萌”两个发展成熟的系列品牌。“西遇纪”手绘纸质明信片、“朕略萌”通关文牒旅游指南是最受旅游者欢迎的文创产品。

不倒翁公司总经理、设计主管张茜告诉记者,好的文创产品都有一个好故事。“朕略萌”是公司早起就创立的品牌,源于珍藏在西安碑林博物馆的一首碑文。唐玄宗曾手书《石台孝经序》,碑文中“朕闻上古,其风朴略,虽因心之孝已萌”一句,横看首排一行第一个字正好是

“朕略萌”。有网友说:“皇帝自谦有点萌,唐玄宗很可爱。”公司设计团队还以唐玄宗和杨贵妃的爱情故事为灵感,根据唐朝服饰妆容,结合当今卡通造型的设计,把盛唐的繁华风貌和帝妃缠绵悱恻的爱情故事形象地展现在游客面前,让游客感受到唐代繁盛的历史文化,回家时再带上一份来自唐朝的陕西礼物。

2010年底,张茜辞职回西安创业,先是做创意市集,后来与同样西安美术学院毕业的王璨、翁婷组成设计团队,设计开发出一系列旅游纪念品,作为“来自唐朝的礼物”推向市场,受到人们的青睐。当时,团队在西安有名的回民街开设了“西遇纪”实体店,售卖自己创意设计的文创产品包括其他设计师作品。

“做设计师品牌其实是很难的,艺术和商业之间的结合难在把握一个合理的‘度’,很多营销问题不得不去考虑,包括如何实现多方共赢,如何在综合考虑形象、价位等因素的条件下,同时配合节奏性的宣传,接地气地衍生出其他创意产品”。主管生产运营的联合创始人王璨谈到,在设计过程中,团队往往会根据人们在旅行当中的需求进行一些生活化的设计。比如说消费者在华清宫买的抱枕、保暖被,就是考虑到游客夜观华清宫演出气温骤降而设计的一款保暖创意产品。

由于旅游创意产品制造门槛低,可复制性

比较强,“西遇纪”的产品一经面世就时常被山寨。“一开始我们特别害怕别人与我竞争,但后来明白市场上做这些东西的人越多,大众看到的越多,他们的接受能力与消费能力也越高,对于市场反而会有持续的推动作用。”张茜说。除此之外,张茜打算今后专门推出一系列针对三四十岁年龄段审美的创意设计产品,用更多有故事、有文化内涵的内容来进行创意包装。“针对每个人群,我们都要进行详细的行业市场调查分析,在充分遵循市场规律、研究消费心理与行为的基础上,进行产品开发框架的规划设计。”张茜如是说。

目前,在主打“朕略萌”品牌产品的同时,不倒翁公司针对陕西代表文物兵马俑设计研发了“胖胖兵马俑”系列文创产品,让一向威武森然的兵马俑变得憨态可掬,改变了市场上只有简单复制制品的局面。去年,这个作品获得了国家旅游局主办的旅游纪念品大赛金奖。

与博物馆文物打交道,让他们渐渐积累起设计这类文化产品的经验。“对于具体的博物馆而言,文博文创产品的开发应该充分体现当地历史文化特色和馆藏特色,越有地方特色,就越具有代表性。博物馆文创如果能全面地反映地区和文物所代表的历史文化特色,越容易被游客接受,而博物馆地文化传承功能也能得到更好地拓展和延伸。”翁婷表示。

把时间浪费在美好的事情上

□ 沈则瑾

与常见的文化创意产品比起来,王杨的设计更强调“对生活品位有要

求”的效果。这是我们对所有创意设计产品所寄予的期望——独立思考、求

新求变、追求品质

上海有一条幽静的愚园路,路边新开了一家叫“良设”的生活方式概念店,集家居、礼品、定制家具、活动聚会及咖啡红酒于一店,几乎所有推门而入的客人都会有惊艳之感。

外面下着小雨,行人脚步匆匆,店里没有客人,店员们在为晚上将办的“520”主题“私宴”忙碌着。这是著名设计师王杨新开的店,也是她十余年开拓文创产业之后的再出发,一如既往,具有她独创性的设计态度。

2006年,有多年欧洲生活经历的王杨决心回国,做一个有梦想的创意人都想做的事,创立自己的品牌。她成立了松果设计公司,有了在国内有影响力的原创家居品牌,获得许多国际奖项。

王杨说,一个城市可挖掘的题材太多了,关键是怎么设计得更好。澳门有一套冰箱贴,将当地最传统的风俗挖掘出来,让人一见就喜欢,就想去收集齐。现在,很多设计师为设计而设计,设计的痕迹太重,缺乏巧妙构思,原因是文化底蕴和人文素养不够,而这需要长期的积累。

王杨还是国内最早开设计师品牌集成店的设计师之一,她想用“特别有情怀”的原创的文创产品为人们带来一种充满惊喜的精彩生活体验。第一家店开在黄浦江边工业遗存改

建的创意园区“老码头”,坐在昔日上海外滩老建筑的露台上,江水滔滔,汽笛阵阵,对岸是浦东林立的高楼,感觉真的好。

“老码头”没能像新天地那样引来大客流,周边的道路却要开始漫长的改造,王杨关掉了这个店。去年,王杨将开在淮海路上的店也关了,原因是消费者以追求潮流喜欢小清新的年轻人居多,与她“希望生活有品质感”的设计理念不符。有一天,王杨忽然闪过一个念头:“这样调整下去还是我要的店吗?”之前她一直在努力调整产品线,迎合消费者喜好。

王杨说,关店是她最不喜欢做的事。去年她关了三四家,品牌何去何从让她纠结不已,她需要停下脚步想一再出发。

好几家咨询公司被请来做战略研究,王杨却发现尽管上海这些年开了很多文创店,但大部分都不赚钱,最根本的原因是这个市场还没有真正启动,消费意识和审美水准有待培育和提升。咨询公司的研究结果是王杨有好几家公司,业务太多,应该将重心放在核心竞争力上,那就是她得心应手的原创设计,而不是运营她所不擅长的零售店。

但她还是开了“良设”,起因是上海长宁区要将幽静的愚园路慢慢改造为融合艺术、设计、人文、娱乐的跨界生活美学街区,希望有王

杨这样的生活方式概念店加入。而王杨也想尝试以“定制私宴”为切入点,做“对生活品位有要求的‘吃’”,把人带进店里,相信他们就会爱上美食,还有各类原创家具、家居用品、灯具等生活用品。

王杨一直坚信好的设计会“说话”,产品后面的东西更能打动人。她的一些经典设计特别能触动一代人特有的情感,让人心生欢喜。“良设”今年3月开业后,常常有人看着店里陈列的自主设计产品,发出惊呼:“这是我买过的”,话里透着“原来你在这里”的欣喜。

店堂里货架上放着一个纯手工打造的金色铜暖瓶,让人忆起几十年前女儿出嫁时,爸爸妈妈精心置办的嫁妆中就有那么一对。虽然简陋得和眼前这个没法比,但想起来心里就暖暖的,王杨说买这个暖瓶的人很多。

“良设”开业后,朋友们非常喜欢来,还有很多人邀请王杨去各地开店,这让王杨对这种模式有了更深入的思考。“定制你的生活”,其实可以定制的内容很多。而在输出中,无论是提供配送,还是租借相关文创产品,都会开辟出一个很大的市场。王杨说,她希望有更多的人能够“把时间浪费在美好的事情上”,让自己的生活变得更加美好。

