

## 没有文化记忆，就没有定力

## 保护文化，是保护它的多样性

生活周刊：文化遗产处境艰难，在迅速消失，有人认为市场化能解决其生存问题，但您长期以来反对市场化。

冯骥才：关键是有些民间文化像传说、歌谣、故事等，不适宜市场化。比如皮影，就适合在小屋子里挂一个帐子，七八个人奏乐，两三个人在那演。你不能把它搁到国家歌剧院里，不能把它放大，市场的那种功利性压力，它无法承受。还有些民间手工艺品本来就在市场里，比如艺人做个泥娃娃、布老虎或年画，到集市上卖，但那是传统的古老的市场，不是现代市场。现代市场是商业和大规模工业相结合，一定要求批量生产，使经济效益最大化。那么民间手工艺就会受到伤害。

生活周刊：为什么？批量生产不是更有利于它的保存和发展吗？

冯骥才：不对。我们的文化遗产是农耕文化的历史遗存，是手工制作的，改成机器制作，性质就变了。确实有很多地方的年画已经用机器印，但木板的味道完全没有了，人制作的那种生命的活力也没有了。艺术的本质变味了，实际价值就降低了，因为手工的价值是高的，机器的价值是低的。

地域性也会受到破坏。农耕文化是在相对封闭的情况下形成的，有强烈的地域特点。而现代市场里信息广泛传播，我一看你那样的好卖就学你，学来学去自己的特点就没有了。所以我说，保护文化主要是保护文化的多样性。为什么要保护京剧？因为它跟评剧、昆曲、越剧不一样，如果保护到最后都差不多了，那还有保护的价值吗？

生活周刊：市场不行靠政府，多年来你一直在呼吁。

冯骥才：政府是第一保护人，但有一条特别重要，政府必须要懂得什么是文化遗产，为什么要保护，要保护什么？政府要有正确的文化观和遗产观。

生活周刊：但恰恰是地方政府在推动文化遗产市场化，各地的“申遗”商业味道特别浓，而拯救活动又有赖于它们的扶持乃至主导。这个巨大的矛盾如何解决？

冯骥才：第一点，政府必须有正确的遗产观，这个说过了。第二点是必须严格听专家的，不是说政府主导就政府说了算。我提出个概念，“政府主导，专家说了算”。现在中央把文化看得很重要，看成是民族和国家的血脉、灵魂。那我就想说一句话，现在的中国，没有文化的领导不是好领导，今年我一定要大力提倡这个观点：领导必须要有文化，不能只懂经济。

生活周刊：从编著《一百个人的十年》、呼吁保护城市老街，到拯救年画，推动国家保护文化遗产，其实有一条清晰的脉络，您一直致力于留存、梳理我们民族的记忆。

冯骥才：一个民族没有记忆，就不知道哪些东西是好的。先人留下来一批金子般的格言、思想，可以矫正我们的生活。拿成语来讲，古人教导我们不要见利忘义，还说“穷且益坚，不坠青云之志”。你可以穷，但一样可以很坚定。可就因为失去了这些记忆，生活里我们才迷失。我想，如果我

们心里真正有它们，精神就会丰富得多、充实得多，不会老把眼睛盯在宝马车上。没有文化的记忆就没有定力、没有自信，容易迷失，自暴自弃。

生活周刊：那您如何看待目前的状况，许多地方号称要打造自己的“文化名片”。

冯骥才：当下很多文化是伪文化，是人造文化、文化造势，并不是深刻的文化。唐诗伟大辉煌，那是由李白、杜甫、白居易、刘禹锡这些大诗人用对生命的爱、对大自然对人的爱，用心灵写出来的。他们都是天才。那天才是什么，天才的秘密是什么？天才的秘密还是天才。天才是不可复制的。《红楼梦》不能少了林妹妹，文化的辉煌不能少了天才。

## 悲哀，但仍会坚守

生活周刊：您跟我说这些的时候面带微笑、充满自信，但您曾说自己是个“失败者”。

冯骥才：我是一个失败者，我要保护的很多东西都消失了。年画的成绩很不错，但还是有很多东西，比如天津老城，那个时候我拼命地呼吁，在街头演讲，拿出自己的画卖掉，筹备基金会，处理这些事情，可它还是没有了。还有一些我保护晚了，在市场化过程中它已经失去原来的灵魂，形神分离，只剩下一个漂亮的被改造的躯壳，没有内涵了。所以有人说你这两年做得很成功，我就说我是个悲哀者。

生活周刊：您是一个理想主义者？

冯骥才：我想所有的文学家、艺术家、文化人都是理想主义者和完美主义者，这是我们天经地义的天性吧。我是完美主义者、理想主义者，但这样的人在这个社会里一定要碰壁的，有的时候碰得头破血流。

但我还是会坚持下去。当天津估衣街拆除的时候我的确很悲哀。我保护了那么长时间，为了它那么卖力气，没有工钱领，只有我们的想法，和那些不懂文化的人去沟通……最后看到那条街变成一片垃圾，我真的要掉眼泪了。但这是我的责任。它跟成功或失败没有关系，比方说我写的东西不满意我还要改，这就是责任。

生活周刊：这也是对知识分子责任的理解？

冯骥才：对。我们热爱这片土地，热爱这片土地上的人民，这里的人民和别的地方人民不一样，你怎么知道？从文化上看出来的。这些可爱的人，用独特的思考、思想、审美，创造出自娱自乐的文化，一定是可爱的。如果不可爱，你会爱这片土地上的人吗？我是作家、艺术家，于是我倾注了更多的生命情感在里面，不完全是一种纯学者的理性。

生活周刊：但您把精力都投入到拯救民族记忆中，我们很久没看到您的文学作品了。可惜吗？

冯骥才：实际上你看看我这本书（指《年画行动：2001-2011木版年画抢救实录》），我去了那么多地方考察，写的是文化大散文。它们的思考更重、感受更深，因为我是用自己的思想、自己的生命、自己的心来生活和写作的。我反而觉得，这些文化散文比我从前的散文更富有时代的精神，更厚重。



## 冯骥才

浙江宁波人，1942年生于天津。作家、画家、民间艺术工作者、民间文艺家。现任中国文联副主席、中国小说学会会长、天津大学冯骥才文学艺术研究院院长等职。代表作《高女人和她的矮丈夫》《人类的敦煌》《一百个人的十年》等。近年来致力于保存和发扬各地的文化遗产，作出了卓越贡献。2012年1月获互动百科“知识中国2011年度人物”提名。



猜对了，振奋之余，冯骥才仍满怀忧虑。各地政府对“非遗”的热情有利于其传承，但背后强烈的利益冲动，却会造成损害，对此，冯骥才是不满的。他还遗憾像他这般的有影响力的文化人，参与得并不多。“还是有偏见吧。”

在冯骥才看来，民族文化分两部分，一部分是经典典籍文化，一部分是民间文化。“前者像父亲，赋予我们思想、力量，使我们清楚、清晰，是理性的。民间文化则是感性的，像母亲，我们听着儿歌、吃着传统的小吃、听着地方戏、浸染着家乡的习俗慢慢长大。它悄无声息，以至于受轻视，但我们有责任告诉人们这就是文化，是民族文化的一半，是不能缺失的文化，是我们文化的基因，也是我们的身份所在。我们应该认识它。”

冯骥才目光坚定，说得深情且坚定。那深情，让人想起他的《挑山工》。在这篇收入小学语文课本的名作里，他描述了泰山的挑山工是如何肩担重物，走完山路的。“一步踩不实不行，更不能耽误工夫。我们得一个劲儿往前走。别看我们慢，走长了就跑到你们前边去了。”2012年冯骥才将度过七十大寿，跨入古稀之年的他步履或许不再那么矫健，却已远远地走在了许多人前面。

## 足不出“沪” 曼妮芬顶级内衣概念秀热袭上海

1月的上海，徐徐寒意，人们裹着厚厚的冬装。而在第一八佰伴的二楼中厅，一场由曼妮芬国际团队倾力打造的“能量女人”内衣流行趋势发布秀，无疑为这个寒冷的冬季带来了意想不到的持续热力。冠军模特、国际团队联袂打造

由冠军模特黎伟珊、白珠羽等领衔演绎的曼妮芬国际概念秀首次与上海市民见面。据笔者了解，这次概念发布的秀品均在欧洲采买、设计与手工定做，线下无销售，所有秀品都是概念产品，专为诠释曼妮芬“能量女人”概念而定制。与常规的新品发布更加不同的是，本次曼妮芬“国际顶级时尚盛宴——曼妮芬‘能量女人’品牌发布会”将高规格

的国际概念秀放到了终端，与消费者进行零距离沟通。活动由汇洁集团与其全球品牌战略合作伙伴——法国卡琳国际集团合力推出。

## 能量女人 魅力升级

成功的企业总能先于竞争对手体察到受众的内心动向，从而发展出更具市场说服力的竞争力。作为一家洞察市场需求、前瞻国际趋势的企业，曼妮芬发现一类族群正在逐渐庞大：她们充满强大的女性魅力、拥有天生的细腻与诱惑，她们善于并热衷于表现这与生俱来的优势。曼妮芬品牌赋予她的消费群体以“能量”，为女性插上魅力的翅膀，让女性从内到外得以升华。本次概念发布，就是一场能量女人文化内核

的再现，是曼妮芬深耕内衣行业的又一个力作。年终答谢 心动消费

据了解，曼妮芬此次活动也是为了感谢过去一年上海地区消费者以及第一八佰伴对曼妮芬的支持。作为新春前最重要的一次活动，曼妮芬年终答谢落地上海第一八佰伴自然少不了丰富的环节。持续一周的活动包括内衣概念发布、内衣流行趋势讲座、美丽课堂，以及年度震撼特惠活动，让上海市民享受集视听、分享、购物于一体的“能量女人”嘉年华。

曼妮芬“能量女人”概念的提出与接连不断的精彩演绎告诉我们，除了提供给消费者高品质的产品之外，优秀的品牌应该以跨越产品本身的精神诉求和消费者进行更深层次的沟通。能量女人，未来很可能成为女性提升魅力的全新风向标。

