



日本“国宝级艺术家”安野光雅辞世 用旅行绘本 告别“美丽世界”

日本绘本作家、国际安徒生奖画家得主安野光雅，因患肝硬化，于2020年12月24日与世长辞，享年94岁。安野光雅在日本可谓家喻户晓，他是日本最负盛名的“国宝级艺术家”，也被日本国民公认为“具有惊人才华的知性艺术家”。他曾说：“我从小就喜欢画画，在成长的过程中一直想要成为一位画家……哪怕只能站在车站前卖画，我也要当个画画的。”

1926年，安野光雅出生于日本岛根县津和野町，家里经营着一家旅店。1968年，他凭借极富巧思和设计感的绘本作品《奇妙国》走上“绘本作家”之路。安野光雅以其清新自然、淡雅悠远的水彩画和蕴含其间的人文、数学、建筑、文学等领域知识而蜚声国际。他笔下的大自然淡雅细腻，带有浓郁的传统日本画韵味，同时兼具西洋绘画中对细节的细致刻画。

1984年，安野光雅荣获国际童书界最高荣誉——国际安徒生奖画家奖，评委会认为，“安野光雅在促进东西方的艺术交流与互相了解方面，扮演了日益重要的角色。他的创作极富传奇性，却能引起各国欣赏者普遍的共鸣和喜爱，是一个具有惊人才华的知性艺术家。”

《我眼中的美丽世界》是一套出版于去年5月的作品，也成为安野光雅在世时由国内引进出版的最新一部作品。全套共8册，收录了他的人文旅行笔记。在这套全景式人文旅行知识绘本中，安野光雅记录了走过的8个国家和地区，包括精致优雅的英国，花的世界荷兰，热情奔放的西班牙，文艺多元的意大利，浪漫时尚的法国等。

安野光雅创作的绘本，不但十分优美，还融入了数学、结构、色彩、科学、艺术等概念。为了更好地还原所看到的景物，他一次次赴欧洲，或写生，或考察。《我眼中的美丽世界》中的每一幅画作，都是安野光雅眼中的世界，细致的笔触，让人感受到地域之美、四季变化，以及各国的人文特色。温暖细腻的水彩画，构筑出兼具知性与诗意、充满童趣的世界之旅。独特的历史建筑，丰富的风土人情、文化知识，在他的笔下跃然纸上，历史、名人、文学、自然、礼仪、艺术信手拈来，读后宛若亲历，帮助读者全面、深入、多维地看清这些风景和国家。

在“快餐”消费时代，安野光雅以匠人精神，描绘了一个充满童真与爱的世界，他带给读者认识世界的智慧视角，带给读者的真挚体验，不会因他的离开而随风消逝。

封面新闻记者 张杰 实习生 李昊南



从日常生活枝头 摘取诗意浆果 ——读龚学明诗集《谁给了我红浆果》

□荒林



谁给了我红浆果？中国的弗罗斯特在哪？在这儿吗？龚学明先生以问答共情的沉思方式写作，改变了包括我在内的，也许是很多人对于诗歌与远方的想象。从远方回到身边的抒情，使龚学明先生走出了一条不同于海子诗歌的道路。龚学明先生出版了多部亲情诗集，“吸粉”众多，被称为现代亲情诗第一人。但他并没有陷入滥情和重复，严格意义上说，他甚至很少过度抒情、感伤和思悟，这让他对近处的关注，拥有一种生命哲理之美。

当诗歌回到生活，当诗人的眼睛低到湖水的清澈处，日常处处倒映着诗意浆果，诗歌写作和阅读将变成良性循环。手边的这部诗集，是龚学明先生诗歌合集《龚学明的诗》的中册《谁给了我红浆果》，也许因为我们是同龄人的缘故，也许这部从《生日》开篇的诗集，有着另一种中年写作的自然，我想到了男性对日常生活经验重构的意义。作为一名女性主义学者，我感到性别视角更能发现龚学明诗歌的创意美。

女性写作在古代常常囿于闺阁，生活的际遇使她们无法飞得更远。而现代女性写作从内向外拓展，一直试图与男性并驾齐驱。近期的女性主义反思却发现，日常生活包含着人类情感和生命源泉，任何压抑和取代都是对人的漠视。所谓日常生活是重复平庸的观点，在歧视女性生命实践的同时，同样抹杀了大多数男性的生命真相。真实的生活不仅是日常的，日常也是创造的，而且包括着生命的诞生、死亡和动态存在之无限浩瀚。当海德格尔反思现代性，提出人类是诗意栖居于大地，他指向的正是日常生活为诗歌提供源泉，思与诗，抵抗着宏大叙事的压抑甚或虚无。

我曾注意到龚学明先生《爸爸谣》出版引起的热烈反响。这部由众多短诗构成的叙事抒情长诗，具有打动人心的力量，因为里面的爸爸不仅是一位普通男性，而且是边缘的弱势男性，他从小被送入寄养的经历，处处伴随敏感的伤害体验，无处可依的命运伤感，充满诗篇喃喃自语的谣体。诗歌史不乏男性英雄赞颂，也不乏对女性不幸命运咏叹，却极少关注个体男性卑微而执著的日常生活。龚学明通过对乡村父亲一生深情回忆，叙写了乡村的衰败，日常的维系，及通过日常维系关联的城市，作为漂泊之子的诗人自己沉思反顾。“三十年的积雪纷纷扬扬，落在脸上的轻，落在心里的重。”这份日常生活的表达，朴素而深沉，与普通人的生活体验的高度共情，是得到广大读者共鸣的基础。

“醒了吗？”我常问自己。从黑暗的生活，到明亮的哲学，混沌的人还在昏睡，清醒者开始有条不紊地打扫。龚学明先生无疑是日常生活清醒的观察家和反思者，这令他能够从日常的维度把乡村和城市归结，不像海子那样绝望隔离。于是，我们也会在这部新的诗集中看到，在城市生活的诗人想念乡村的母亲：

这是一个能见度极好的上午。

我忽然想到妈妈，我要回去

和妈妈同住半个月。我看到妈妈

微笑的脸：熟悉而又遥远

妈妈，我也不知不觉已老。

这首名为《能见度》的小诗，抓住了日常生活情感触点，连接了城乡和生命的间距，口语即情语，写出了人到中年让人泪目又给予滋养的生命功课。确乎是普通人共鸣的体悟，却又是诗人才有的生命浆果。

苏格拉底说过，未经反思的生活不值得过。日常生活的反思与日常生活的重复之间，诗人能有何种协调的智慧？龚学明神往弗罗斯特的美学，又坚守着中国传统哲学的佛理，两者相加的中西交织，形成诗歌思维温和的纵深。温和而不是尖锐，也许更适合日常生活的持续，更有助中年写作的生长，并适合与更多读者平等对话交流。

诗人天性的温和，沉思的品性，也许更适合日常生活价值重构，让人们从平凡中体验眼前一亮的感动，感受生命珍贵的意义。这也促使诗人关怀的视野随写作生长而更加开阔。从父老乡亲到城市普通人，从人类到大自然，龚学明走在中年自然成熟的写作大道，平实稳健，诗歌创意文化的空间越来越丰满。尤其值得一提的是，诗歌的创意文化与共情紧密相连，即是说，创意基于日常共性而能深化和美化日常体验，读者因共性共情认可，愿意购买分享诗集。龚学明对人生和写作所持温和和包容立场，正是他赢得读者心灵的魅力所在。

我也习惯回到日常生活的性别细微处，从已是平等的日常审视，身为男性的写作还有什么作为？龚学明关怀了女性什么？在海子式抒情写作中，移出日常生活的独特意象，诗人专注凝情的创造，令爱情诗充满孤独美。也是不能成全的两性对话。龚学明是否有意改写海子？他的《七姊妹》，让意象回到日常生活，让街角场景变成对话，诗人以温暖关怀的吁请，呈现了另一种抒情。

日复一日，年复一年，他生活在古都金陵，从青春到中年，像长江边扎根的树，既没有逃离的愤怒和痛苦，也没有超离的孤独和决绝，却能细腻地感知日出月落潮起潮伏，自然地接受叶落花开果熟。当天空与日常生活的枝叶相扶，当太阳照进日常生活的房间，当神与人同行，当诗人从日常生活枝头摘取诗意的浆果，并让缤纷的色彩和芬芳的果香，闪耀在我们日常生活的朴素桌布，一个诗歌创意的时代莅临。

一书翻尽150年电影史 《电影海报艺术史》 浓缩彩墨人生

教父、阿甘正传、这个杀手不太冷、霸王别姬、泰坦尼克号……提到这些大家耳熟能详的经典电影，我们脑子里首先就映现出一幅定格画面。这个画面，往往就是这部电影的海报图像。

多数人对于某部电影的印象往往来自于一张令人印象深刻的海报。作为电影放映前的宣传方式之一，电影海报几乎是紧随着电影的诞生而面世的。在网络和流媒体出现之前，在电视、DVD、视频出现之前，在预告片、电子媒体手册、名人采访、电影期刊、影迷杂志，甚至在电影明星的宣传之前，电影海报就诞生了。一百多年来，海报这种最简单的电影营销方式，一直非常有效。与此同时，作为电影艺术的衍生品，海报并不仅仅是一场营销。它的存在本身就是视觉艺术和艺术的一母同胞。海报也往往超越电影本身，成为独立的艺术欣赏对象。

伊恩·海顿·史密斯是电影研究界的权威人士。他集影评人、作家、记者身份于一身，著有《电影简史》《电影明星编年史》《50位邪典电影制片人》《50位邪典作家》《摄影简史》等，主编《有生之年一定要看的1001部电影》和“24帧”丛书，担任《国际电影指南》《英国电影协会电影制作人》《寇松》等杂志编辑，并在伦敦地区的影院主持“银幕沙龙”活动。

在《电影海报艺术史》这部书中，伊恩·海顿·史密斯以110个专题和579幅图片从创意和商业的角度介绍了海报的设计、风格的发展、政治和意识形态的影响，以及商业在电影海报发展中的作用等，按照时间顺序梳理出一个多世纪的电影海报发展史。从这些海报中，我们可以看到文化风向的潮来潮往，带我们踏上近150年电影史令人惊叹的视觉之旅。

伊恩·海顿·史密斯从电影海报的起源讲起，以110个专题和579幅海报为读者呈现了“一部豪华的精装书，展现了电影营销的图像史”（《故纸堆》），从创意和商业的角度介绍了海报的设计、风格的发展、政治和意识形态的影响，以及商业在电影海报发展中的作用等，按照时间顺序梳理出一个多世纪的电影海报发展史。书中既有早期的史诗电影、电影明星的崛起、有声电影的出现、西部片的黄金时代、科幻与原子时代、新浪潮、独立电影、超级英雄电影等电影主题，也有日本电影、捷克电影海报、中国第五代导演等地区专题，还有德国表现主义、法国诗意现实主义、意大利新现实主义、电影视觉风等艺术潮流，并对索尔·巴斯、让·科克托等设计师，弗里茨·朗、佩德罗·阿莫多瓦、简·方达等著名导演与演员等进行专题研究。

随着电影艺术的发展，观众对演员表现出越来越浓厚的兴趣，从而进一步对电影海报提出新的要求，导致海报不得不提及那些最受欢迎的演员。海报上的演员表记载着他们的起落兴衰。电影海报内容的变化还从一个侧面揭示出电影和社会如何看待种族、性别和阶级的变化。与此同时，电影海报还显示出宣传如何影响人们的思想观念。封面新闻记者 张杰 实习生 李昊南

