

从《恭喜你》看中国文化与美国市场

本报驻美国特约记者 林 彤

最近,美国波特兰市的著名流行乐队“红粉马汀尼”(Pink Martini)在夏季音乐会上,演唱了一首上世纪40年代流行于中国的歌曲《恭喜你》,博得了全场近千人极其热烈的掌声。据记者观察,99%的在场观众是美国人,虽然他们听不懂歌词的意思,但是对来自大洋彼岸的中国音乐很感兴趣。

美国人唱《恭喜你》受欢迎

逢年必唱的《恭喜你》为广大中国人烂熟于心,不过,美国人中很少有人听过这首歌,能够演唱出来的人就更少了。在美国生活的20多年里,记者接触过许多来自中国国内的文化团体和文化活动,尤其是在每年春节期间。在这段时间的文艺活动上,当然也有人演唱过《恭喜你》,不过由于受众是华侨、华人社团,影响力自然也局限于华人圈内。

“红粉马汀尼”演唱的《恭喜你》造就了一次盛况,这或可说明一些问题。“红粉马汀尼”是两

个在哈佛大学音乐系和钢琴系就读的学生探索自己的音乐道路时的产物,是一个以演唱和演奏世界各国歌曲和音乐为主业的流行乐队。自上世纪90年代成立以来,该乐队的足迹遍布全美、欧洲、亚洲和中东地区,喜欢它的不光是美国人,许多欧洲人、亚洲人也成为它的“粉丝”。他们选择演唱《恭喜你》的首要目的并不是传播中国文化,但客观上却带来了这样的效果。如果他们带着《恭喜你》走遍世界,成千上万的各国乐迷可能会对《恭喜你》感兴趣,甚至进而希望了解其他的中国音乐。

此外,“红粉马汀尼”的成功是美国打造流行文化的范例之一。美国没有专门掌管文化的联邦政府职能部门,只有一个国家艺术基金会。美国的文化组织和艺术机构由民间自发成立,大多来自基层,这样的文化组织遍布全国各地。该基金会每年都要给合格的文化艺术机构拨款,这是美国联邦政府对文化事

业提供支持的途径。同时,美国各州、市政府十分提倡民众参与文化艺术活动,积极扶植“从创意走向创业”的文化产业。“红粉马汀尼”每年都会申请并获得波特兰市政府划拨的文化资金。记者了解到,目前,该乐队正在和波特兰一家专门从事中美文化交流活动的公司商谈到中国巡演的相关事宜。

考虑到美国文化系统基于民间的特点,中国文化“走出去”时,不妨借力在美从事文化行业的民间组织,这样的民间组织举办的活动更容易为美国民众所接受。文化艺术在美国并不是曲高和寡的,而是大众性质的。近些年,不少中国音乐、舞蹈演出来到美国,大都请到了美国当地官员出席观看,但却很少涉及到美国的老百姓。也就是说,还没有广泛地接触到美国的市场。

持续推动民族的品牌

提起美国文化输出的成功范例,人们自然会想到迪士尼。在

依靠动画起家后,迪士尼不断发展壮大,除了拥有众多的主题乐园,还有受全世界小朋友喜爱的迪士尼电视频道和迪士尼电影制片厂。近两年,迪士尼在中国几个大城市开办同名学校,吸引广大中国孩子上品牌学校学英语,并培养他们成为未来上海迪士尼乐园的游客。迪士尼成功的基点虽然只是一个老鼠的卡通形象,但这一系列后续的发展足以证明,它除了拥有敢于挑战世俗的想象力,还具备策略性、前瞻性的眼光。

“红粉马汀尼”也是如此。这个美国乐队最初以演唱法语歌曲走红,后来不断吸收国际乐手及音乐家进入乐队,大胆演唱意大利语歌曲甚至日语歌曲,结果在亚洲也赢得了不少好评。如今,该乐队演唱《恭喜你》的目的,还是为了给“红粉马汀尼”这个走国际路线的乐队品牌再添一把火。正如该乐队创始人托马斯所说:“我们一定要到中国去看看,这对我们的音乐创作大有好处。”

中国文化“走出去”的关键之

一是要创出自己的品牌,并持续推动品牌的发展。中国拥有古老灿烂的文化,老祖宗留下的文化遗产让后代取之不尽、用之不竭。目前,中国的杂技、太极拳、气功、武术、功夫等文化名词已经被英语词典陆续收录。如何开发利用这些宝贵的文化遗产,使其更好地古为今用,同时创造出新的文化品牌,这很值得从事文化传播的人们深思。

今年,北京舞蹈学院青年舞蹈团在美国西海岸5座城市巡演,大受美国民众欢迎。如果说这次巡演提供了一个契机,那么青年舞蹈团应该抓住这次机会,不断到美国各地巡演,慢慢提高自己在美国的知名度。同时,积极开展、普及中国舞蹈教育,并把它推广到美国,培养美国孩子对中国舞蹈的兴趣。文化品牌的威力之大,世人有目共睹。爱尔兰的“大河之舞”、阿根廷的探戈、美国的爵士乐和踢踏舞、日本的能剧和相扑都给本国的文化传播带来极大益处。有了过硬的文化品牌,“走出去”也就水到渠成。



九月六日,上海世博会捷克首都布拉格主题日在城市最佳实践区布拉格案例馆开幕。百年老照片展、提线木偶表演、时装秀等向观众展示了一座保护文化遗产的现代都市的无穷魅力。图为来自捷克国家木偶剧场的演员在为观众表演提线木偶剧《唐璜》。

新华社记者 任晓 摄

交流资讯

驻华使节及夫人比拼中国厨艺

本报讯 (记者毛莉)9月6日,由中国人民对外友好协会、成都市人民政府主办的“2010驻华使节及夫人中国才艺大赛——美食文化篇”在北京启动。来自英国、日本、马达加斯加、利比亚、孟加拉、阿根廷、澳大利亚、波黑等60多个国家的150余名驻华使节与夫人出席了启动仪式。中国人民对外友好协会副会长井顿泉、利比亚驻华大使内赫·杜库利·托尔伯特、成都市副市长王忠林和大赛组委会秘书长邢军等先后在启动仪式上讲话。

今年2月,联合国教科文组织正式批准成都加入该组织的创意城市网络,并授予成都“世界美食之都”称号,成都成为亚洲第一个、目前中国唯一一个获此殊荣的城市。因此,继今年春季跨越

北京、安徽、重庆三地成功举办“2010驻华使节及夫人中国才艺大赛——文化篇”之后,“2010驻华使节及夫人中国才艺大赛——美食文化篇”活动围绕成都美食展开。在启动仪式之后,成都美食烹饪培训及比赛将于9月11日、12日在北京进行。9月底,来自20多个国家的50多名驻华使节还将踏上“感知并享受成都美食之旅”。

创办于2002年的“驻华使节及夫人中国才艺大赛”把“向世界说明中国”作为活动的主题,让大批驻华使节赴中国100多个城市(县)参与中国服饰表演、中国戏曲表演、中国茶艺表演等多种题材、多种类型的互动体验活动,促进了中国文化与世界民族文化之间的交流。



在启动仪式上,驻华使节上台表演。

汉学家在柏林谈龙文化

本报讯 9月2日,中国龙文化讲座在柏林中国文化中心举行。讲座以别开生面的舞龙表演开场,伴随着激昂的鼓声,一条金光灿灿的中国龙在中心活动大厅内舞动起来,精彩的表演赢得了阵阵掌声。

随后,德国汉学家林苏珊博士为到场的近百名观众讲解中国龙文化。她介绍说,龙自古以来就被认为是中华民族和中国文化的象征,在古代,龙还代表皇帝。中国文化里的龙不但具有坚强、勇敢、积极进取的特征,还拥有超越自然的强大力量,可以去病消灾,带来风调雨顺。她还为大家

介绍了中国古籍和传说所描述的龙的形象,解释了一些与龙有关的中国成语。

讲座受到观众的欢迎和好评。他们认为中国龙文化讲座十分有趣,既丰富了自己关于中国的知识,又加强了对于东方文化的理解。本次讲座也为柏林中国文化中心举办的“东方龙和西方龙”展览划上了一个圆满的句号。据悉,展览自8月5日开始至9月2日闭幕,共接待观众700多次,其中包括一批当地学校的青少年,他们由老师带领前来参观展览。中心工作人员为学生们悉心讲解,收到了很好的效果和反馈。(焦 波)

埃塞俄比亚热情参与“非洲文化聚焦”

本报讯 9月8日,埃塞俄比亚文化旅游部部长穆罕默德·迪里尔率国家剧院艺术团赴华出席上海世博会埃塞国家馆日活动。此后,按照两国文化合作协定2010—2013年执行计划,同时作为“2010非洲文化聚焦”大型系列活动内容之一,艺术团将分别在北京、青岛等地进行友好访问演出。

此前,非洲联盟委员会主席

让·平对“非洲文化聚焦”活动给予了充分肯定,提升了该活动的影响力。埃塞政府和文化旅游部在得到参加有关“非洲文化聚焦”活动的邀请后积极协调,按照活动内容和要求先后确定了部长访华、组织艺术团访演、选派埃塞画家在华创作等,大大充实了“2010非洲文化聚焦”的活动内容。(艾 文)

9月2日,毛里求斯中国文化中心礼堂内一片欢声笑语。因为就在150年前的这一天,第一位中国客家人抵达毛里求斯。毛里求斯原艺术和文化部部长曾繁兴应邀来到中国文化中心,为观众带来一场名为“从梅县到路易港”的讲座。毛国家图书馆理事会主席吉斯塔玛、国家图书馆馆长陈国柱、华

曾繁兴认为,随着经济的飞速发展和综合国力的日益增强,中国的国际地位得以不断提高,中华文化也将彰显出其巨大的影响力。为此,毛里求斯华人应致力于追本溯源,继承和恢复中华民族的传统文化和习俗,不能因自己接受的是西方教育而让祖籍国的优秀传统文化逐渐流失。

这次讲座条理清楚、语言简洁,借助幻灯片图片演示,全方位地向观众介绍了毛里求斯客家人的历史。随后,大家针对讲座内容,饶有兴趣地继续提问,讲座在热烈的气氛中落下了帷幕。此前,曾繁兴还曾于3月27日在中国文化中心多功能厅举办了“发现中国”讲座。

曾繁兴1938年出生在毛里求斯路易港,其父亲来自广东梅县,在毛岛经营一家店铺。大学阶段,曾繁兴负笈伦敦,1961年获法语和英语学士。返毛岛之初,他在一家中文报纸当过记者,后在路易港皇家中学教授英文和法文。1968年,毛里求斯赢得独立,他被派到瑞士日内瓦国际高等学院攻读法律、经济和国际关系。学业完成后,曾繁兴曾作为一名外交官驰骋于国际舞台,造访过100多个国家。曾繁兴著有《客家人之歌》(法文诗集)、《毛里求斯历史中的中国人》、《客家人的由来和传记》、《中国人的海外旅程(1652—1992年)》等书。这些作品表明,中华文化以及海外华人的命运在他心中占有非同寻常的位置。

中国选手闪亮世界低音提琴音乐节

本报讯 在8月8日至15日于波兰弗罗茨瓦夫举行的第四届世界低音提琴音乐节——国际低音提琴比赛上,中国选手王梓荣获成年组比赛第二名,刘怡枚获特别奖。

世界低音提琴音乐节——国际低音提琴比赛是该专业领域最高规格的比赛之一。比赛分为成年组、少年组和爵士组,每两年举办一次。本次比赛通过预选,成年组共有来自捷克、德国、美国、土耳其、荷兰、中国、波兰、韩国、澳大利亚的19位选手进入决赛。经过激烈角逐,最终韩裔德国选手Kim Namgyun获第一名,王梓荣获第二名,波兰选手Polak Dominik获第三名。刘怡枚和土耳其选手Orhan Mert获特别奖。

此次大赛的评审委员会主任由英国著名低音提琴家托马斯·马丁担任。评委包括来自美国、加拿大、德国、捷克、荷兰、波兰、日本等国知名交响乐团的首席,各国低音提琴协会的主席,国际著名的低音提琴演奏家、教育家。中国低音提琴学会会长、中国音乐学院教授侯俊侯应邀担任此届国际比赛的评委。

(联 文)

《魔法千字文》让韩国孩子重拾汉字

本报记者 毛 莉 编译

在去汉字化运动盛行了60年的韩国,最近悄悄兴起了汉字热。目前,一套推广汉字的漫画《魔法千字文》及其衍生品正在受到韩国人超乎寻常的热烈追捧。

韩国孩子几乎人手一本

主要面向韩国低龄儿童的《魔法千字文》,讲述的是孙悟空学习汉字魔法,利用汉字战胜混世魔王的历险故事。主人公孙悟空告诉小读者们:汉字就是克敌制胜的魔法。在和敌人战斗的过程中,孙悟空口呼汉字“小”,敌人就会被瞬间缩小;当敌人用火来攻击时,孙悟空口念“风”字就能够立刻破解敌人的攻势。在漫画的故事情节之间,还穿插了一些介绍汉字写法和意义的解说页。每一册漫画里都会出现20个汉字。小读者们在跟随孙悟空历险的同时,轻轻松松地记住了汉字的读音和意义。

这套总共20册的漫画目前还华、组织艺术团访演、选派埃塞画家在华创作等,大大充实了“2010非洲文化聚焦”的活动内容。这套全集,自2003年问世以来,销售总量已经达到了1200万册,这个数字意味着韩国孩子人手一册。这无疑让BOOK21出版

社赚了个盆满钵满,原本业务局限于经济管理类图书的该出版社也因此一跃成为综合型出版社。偷着乐的不止BOOK21一家,《魔法千字文》的热卖对韩国漫画市场来说有着非同一般的意义——出版商们找到了学习教育类漫画这块还未开垦过的处女地。《魔法千字文》不仅有漫画版,还有电影版、电视版、网游版、音乐剧版,各个圈子的韩国商人都咬住了《魔法千字文》这块“肥肉”。韩国国内最大的动画公司G&G娱乐正在着手将其拍成3D电视动画片。根据韩国电影振兴委员会网站公布的数据,8月上映的《魔法千字文:阻止大魔王的复活》在周末电影排行中跻身前十,这个成绩在韩国本土动画片中并不多见。

值得一提的是,韩国人还打算借着这本书的东风进军海外市场。3D电视版《魔法千字文》除了明年5月在韩国国内播出外,还将在韩国政府的支持下进军欧美动画市场。

期待不限于实用主义范畴

在韩国,“加强汉字教育”与

“去汉字”两种声音的较量从来没有停止过。在这样的背景下,《魔法千字文》为何能在韩国取得如此全面的成功呢?“随着去汉字化政策的推行,担心孩子语言能力下降的韩国家长越来越多,这些家长希望孩子能够重拾汉字。”谈起策划这套漫画的初衷,该出版社社长金永坤说,韩国家长这种强烈的诉求让他们找到了巨大的商机。有意思的是,如今自己的孩子买《魔法千字文》的韩国家长们是被称作“表音文字一代”的人们。他们年龄在20至40岁之间,几乎完全不懂汉字,并且对汉字抱有抵触心理。对于这一看似矛盾的现象,韩国成均馆大学教授李基东分析说,“中国在经济建设方面取得的巨大成就在全世界范围内催生了汉语热,很多韩国企业都想搭上中国经济发展的快车。以三星为代表的很多韩国一流企业在招聘考试中增加了应聘者对汉字熟悉程度的测试。”同时,汉字检定能力考试的结果也开始记入小学生的档案。在考试竞争激烈的韩国,学习汉字突然变得非常必要。

除了这些出于实用主义的考虑,李基东认为汉语热还反映了韩国社会对儒家文化等传统价值观的回归。有着600年历史、以儒学为办学理念的成功馆大学把儒学列为必修科目。每个进入成均馆大学的学生,无论学习什么专业学科,在一、二年级内都必须修满3个或4个学分的儒学课。在成均馆大学的儒学研究生院,还有不少大公司的老总、大学校长、国会议员在学习研究儒学。李基东说:“儒家文化渗透在韩国人的遗传基因里,越来越多的韩国人正在通过学习《论语》、《孟子》这样的经典,去追求精神世界的丰富。让孩子们阅读《魔

法千字文》的家长不仅仅是想让孩子取得更好的考试成绩,更是希望儒学的学习将来能够有助于孩子人格的完善。”



《魔法千字文》已经衍生出多种文化产品