

# 推动春节自然亲和地走出去

## ——“春节文化与春节国际化”专题研讨会综述

本报记者 宋佳旭

82个国家和地区,144个城市,323个项目,40多位总统、副总统、总理、议长、王室成员,500多位内阁部长、省市市长、议员等政要,海内外1500余家媒体,约3000万海外主流民众和侨胞华人……这是2012年由文化部牵头主办的海外“欢乐春节”活动交上的答卷。10月12日,为进一步挖掘“欢乐春节”活动的内涵,提高其国际传播能力,由文化部外联局主办的“春节文化与春节国际化”专题研讨会在北京召开。来自文化部、政协、侨联、中央电视台、新闻出版总署、外交部、教育部、国家广电总局、北京市文化局相关部门的负责人和民族民间文化研究及品牌营销等领域的专家出席了研讨会。

### “正能量”提升国家形象

自2010年首次开展海外“欢乐春节”品牌活动以来,通过春节这个洋溢幸福、欢乐与祥和的节日,中国在海外塑造起了充满温暖的国际形象。正如文化部外联局局长侯湘华在致辞中所说,“欢乐春节”已经逐步发展成为我国对外文化交流的重要品牌,以及推动中华文化走出去、提升国家文化软实力的重要平台。

北京大学教授、中国民间文艺家协会节庆委员会常务副会长陆地说,春节这一节庆可以体现出中华民族文化价值观中重情、

恋家、怀旧、崇礼的特点,展现出中国人热爱和平、注重亲情的一面,春节文化的正确传播可以让“中国威胁论”等负面论调不攻自破。文化部民族民间文艺发展中心主任李松说,一些海外华人对目前中国的现状和发展缺乏认识和认同感,海外春节文化活动可以让他们了解到更多的现代中国的发展趋势,扩大正面效应。中央民族大学教授王建民也提出,以节日文化作为创建和谐国际环境的抓手,通过春节文化的国际化,可以

达到提升中国软实力的目标。联合国教科文组织驻华代表处文化遗产保护专员杜晓帆在发言时指出,春节是全球中华文化圈中最为重要的传统节日,春节文化的传播,为维护文化多样性、促进文化交流与合作,以及建立一个进步、有序、友善的国际社会做出了重要贡献。

### 走出去需要内外兼修

把国内的春节过红火,再谈春节走出去,与会专家在这一点上达成了共识。李松表示,春节具有神圣性、群体性、全民性、狂欢性及艺术性5个特征,然而,目前国内春节的神圣性逐渐消失,春节的全民性因为节日经济的日渐火爆被打乱,大家普遍感觉春节没有年味儿。中国民间文艺家协会节庆委员会主任李汉秋也表

示,国内的年俗活动亟待发展。他说,目前,春节庙会的内容和形式远不能满足群众的需求,建议广泛发动社区群众参与,让庙会等民俗活动为春节文化走出国门提供更为丰富的资源。

春节走出去,要先起个响亮的英文名——这是研讨会上最热的话题。李汉秋关于春节“年”字不能丢的发言,引发了与会专家对学教授王建民也提出,以节日文化作为创建和谐国际环境的抓手,通过春节文化的国际化,可以达到提升中国软实力的目标。联合国教科文组织驻华代表处文化遗产保护专员杜晓帆在发言时指出,春节是全球中华文化圈中最为重要的传统节日,春节文化的传播,为维护文化多样性、促进文化交流与合作,以及建立一个进步、有序、友善的国际社会做出了重要贡献。

与专家普遍认为,春节拥有极为丰富和深刻的内涵,在走出国门之前需对有关春节的信息进行梳理、提炼。陆地指出,目前代表中国春节的鞭炮、对联、饺子,并不能表征春节的深刻含义,对于春节的文化内涵还应该进行更深、更广的挖掘。全国政协委员林嘉莉建言,可以将福、禄、寿星的形象作为吉祥物,因为他们代表了中国各

阶层民众的美好愿望。

针对春节演艺项目和衍生品开发方面的不足,李沁表示,目前中国海外春节活动欠缺统一的艺术创作,没有明确的观众定位。“好莱坞每年一度的‘圣诞秀’是美国各地民众争相观看的节日,一票难求,我们为何不能用大投入、大制作,将东方的神韵通过具有国际水准的技术手段展现给西方世界,打造一台‘中国年秀’?”中国传媒大学客座教授、清华大学高级访问学者李沁表示,“Chinese New Year”这一说法在国外已经拥有了较为广泛的认知度,不必刻意更改。文化部外联局政策法规处副处长蔡山帝认为,该说法的距离感太强,无形中将外国人定义为客体,不妨简单地使用“年”字的拼音“Nian”。北京大学、中国传媒大学教授刘国基则表示,“Chinese New Year”或“Spring Festival”作为春节的英文翻译都存在不当之处,将春节活动的品牌命名为“Guo Nian”也未尝不可。

### 充分依托民间力量

在与异族文化的碰撞和交流中,春节文化与当地文化很好地结合,形成了丰富多彩、特色各异春节民俗。李松说,同中国各地春节和而不同、多元一体的文化状态一样,不同国家对春节的认识也各不相同,在推动春节走出去时应了解这种多样性,针对不同国家实行多样性春节文化战略,让文化的介入显得恰当、得体。

专家普遍认为,在政府与民间双轨制的春节活动组织方式中,政府应当适当退后,更多地依托民间组织、企业及基金会的力

量,自然、亲和地推动春节文化走出去。王建民认为,政府可以更多地安排民间组织、民间艺人参与海外春节活动,积极鼓励民间机构、团体申请由政府、基金会支持的海外春节活动。刘国基谈到,中国媒体可以积极鼓励相关同业会、基金会、企业在各方面产业链条上加入有关年文化的内容,以投资拍摄相关影视作品、在互联网上开设多语种网站、推出融入年文化元素的网络游戏等方式推动春节文化的广泛传播。陆地表示,大众传媒应该更多地承担起宣传春节文化的责任,可在节日新闻、专题片、影视剧中将中国的传统文化“植入”进去。方英谈到,除了走出去,还要把“请进来”的文章做大,突出春节的文化魅力和旅游效应,可邀请高校及驻外机构的外国人走进中国家庭,亲身体验中国春节,各地旅游部门也应该针对春节打造更多高品质的春节民俗游项目。

文化部外联局局长助理赵海生在总结发言中表示,文化部通过拍摄春节文化展示片、用App等新媒体宣传春节文化等方式,在内涵、品质、品牌、渠道等方面对海外“欢乐春节”活动做了初步的探索和尝试,目前规模和影响已逐步扩大、初见成效。“今后希望能够成立海外‘欢乐春节’活动的顾问委员会,让大家长期、定期地提出想法。”

## 德“古迹保护特别项目”获资4350万欧元



德累斯顿赫勒勒劳动节剧院从该项目中受益

本报讯 近日,德国联邦政府文化部部长贝恩德·诺依曼宣布,截至今年年底,政府用于推动古迹保护的额外预算资金将达到4350万欧元,新增资金使得今年的“古迹保护特别项目”得以顺利实施。

据悉,今年的“古迹保护特别项目”将对德国各地332处文化古迹的修整工程给予支持,其中包括曾经申报过联合国教科文组织世界文化遗产的德累斯顿赫勒勒劳动节剧院、柏林布兰登堡门、博登湖旁的蒙特福城堡等。诺依曼表示,感谢联邦政府预算委员会对古迹保护的重视,没有资金支持,许多代表着德国历史文化的优秀建筑物将无法保存。

自2008年起,在常规的古迹保护项目之外,德国政府推出了“古迹保护特别项目”,今年已是第3期。德国政府已连续为该项目投入了约1亿欧元。目前,古迹保护措施的成果已经显现,许多地区的中小型古迹从中获益。(宋佳旭 编译)



10月12日,尼日利亚驻华大使馆在北京举办独立日庆祝音乐会。尼日利亚驻华大使阿米努·巴希尔·瓦利及非洲多国驻华使节出席了庆祝活动。多位非洲艺术家表演了精彩纷呈的歌舞节目。图为大使夫妇为歌手献歌(左一)颁发奖杯,表彰他为中尼、中非文化交流做出的贡献。本报记者 王位摄

## “中华名人展”亮相巴黎

本报讯 应巴黎中国文化中心的邀请,由中国艺术研究院、梅兰芳纪念馆组织的北京8家名人故居展览团一行16人,于9月18日至23日期间赴法国巴黎举办了“中华名人展”。

8家名人故居分别为宋庆龄故居、李大钊故居、鲁迅博物馆、郭沫若纪念馆、茅盾故居、老舍纪念馆、徐悲鸿纪念馆和梅兰芳纪念馆。展览通过大量的实物图片,用最直接和简洁的艺术表现形式为载体,展现了8位20世纪中华名人的生平业绩以及他们留给人类的宝贵文化遗产,呈现了悠久的中华文化,传递了友谊,谱写了中法两国的和谐之音,共同促进了中法两国的友好合作与发展。

中国驻法国大使馆公使衔文化参赞吕军,巴黎中国文化中心主任殷福、副主任沈中文,巴黎第七区区长朗女士、法国文化部戏剧总监于尔斯特等200余名中法人士出席了9月20日的展览开幕式并参观展览。殷福表示,每个民族都孕育了杰出的人物,这些人物是人类共同拥有的精神财富。他希望借此机会向法国人民讲述中国的文化和历史,增进中法之间的文化交流和相互了解。

值得一提的是,展览上,旅法华人汪华带来了一幅珍贵的梅兰芳照片,这是上世纪30年代由梅

兰芳先生亲笔签名、盖章并送与他父亲汪德昭先生的。汪华此次一方面是表达自己及父亲对梅兰芳的尊敬,另一方面也是想请教展览团队、梅兰芳纪念馆馆长秦华生关于这幅照片的年代。经过认真研究,秦华生认为这幅照片应出于1935年4月至7月之间,因为这一时期梅兰芳大师访欧后在欧洲活动。这为汪华先生圆了多年的心愿。

此次展览持续至10月4日,数千名中法人士参观展览。在巴黎期间,名人故居展览团还进行了参观交流活动,通过参访了解了法国巴黎博物馆和名人故居的运营管理模式与展陈手段。(焦波)



“中华名人展”展览现场

### 动态扫描

## 莫言作品将在阿拉伯国家翻译出版

本报讯 (驻阿尔及利亚特约记者石岳文)10月8日,“中阿典籍互译出版工程”在阿尔及利亚启动,中国国家新闻出版总署对外交流与合作司副司长陈英明、阿拉伯高等翻译学院院长因阿米·白尤德博士、阿拉伯联盟文化和文明对话司司长玛多哈·穆萨里博士等就此在阿尔及尔举行了会谈。会谈期间,双方就包括版权、翻译、出版发行、出版时间等有关启动互译出版工程的实际内容进行了认真、深入的讨论,最终签署了会谈纪要。根据协商,中阿双方将互译出

版对方25本优秀典籍作品。作为第一步,2014年5月前,双方将率先出版发行对方的5部文学作品。阿方挑选的5部中国文学作品分别为《围城》、《中国美食》、《狼图腾》、《英格力士》和《蛙》。因为会谈时正值瑞典诺贝尔文学奖即将发布,当地媒体广泛报道候选人情况,莫言的作品《蛙》尤其引人注目。莫言获奖后,媒体纷纷报道这一消息,并大幅篇幅介绍莫言的作品,赞扬他取得的成就,阿尔及利亚作家协会还通过中国作家协会向莫言发出了贺信。

## 诗歌选译集《母亲阿尔巴尼亚》出版

本报讯 (记者叶飞)10月13日,值阿尔巴尼亚独立100周年之际,阿语翻译家、中国艺术研究院研究员郑恩波的最新译作——德里特洛·阿果里《母亲阿尔巴尼亚》在京发布。

阿尔巴尼亚驻华大使库依蒂姆·扎尼表示,今年是阿尔巴尼亚独立100周年,10月13日是阿果里的生日,中国翻译家郑恩波潜心翻译的《母亲阿尔巴尼亚》的出版,不仅是在向这位伟大作家致敬,也将成为阿中文化交流的见证。郑恩波自上世纪60年代在阿尔巴尼亚留学开始,一直不断地承担着阿尔巴尼亚小说和诗歌的翻译工作。

北京外国语大学欧洲语言文化学院副院长柯静说,阿果里是当代阿尔巴尼亚文坛上最

具影响力的诗人,在继承传统诗歌叙事精髓的同时,开创了诗歌新模式。在《母亲阿尔巴尼亚》中,郑恩波选译了100首短诗和5部长诗,包括多种诗歌类型,集中呈现了阿果里的诗歌成就。

德里特洛·阿果里是阿尔巴尼亚当代诗人、小说家、文学评论家,1931年生于阿尔巴尼亚德沃利地区,曾任阿尔巴尼亚作家与艺术家协会主席。迄今为止,共出版了15部诗集和十几部长篇小说以及多篇短篇小说和中篇小说。其诗歌作品《德沃利,德沃利》、《母亲阿尔巴尼亚》、长篇讽刺幽默小说《居间同志哀乐》有较大影响。此外,阿果里也是为许多中国人所熟悉的阿尔巴尼亚电影《第八个是铜像》、《广阔的地平线》的原著作者。

## 《我,文化波兰》在京首发

本报讯 (记者焦波)10月11日,由资深摄影家、摄影家杜京撰文摄影的《我,文化波兰》一书在北京首发,该书由中国书籍出版社出版,以近20万字和250幅精美图片,多角度展示了波兰文化丰富深邃的内涵,是目前为数甚少从文化角度关注波兰的佳作。

波兰总统布罗尼斯瓦夫·科莫罗夫为该书题词:“这是一本有关波兰和中国友谊的书。”波兰外交部部长拉多斯瓦夫·西科尔斯基在访华时高度评价该书并题词。波兰驻华大使塔德乌什·霍米茨基在当日

大使馆为该书召开的发布会上表示:“这是一本搭建波兰和中国友谊桥梁的佳作,杜京女士竭尽全力地把波兰和波兰文化中的真实与美感带给中国读者。”

杜京多次荣获中国新闻奖、中国摄影新闻奖,她曾三赴波兰,对波兰的历史、人文等尤为关注。《我,文化波兰》全书分为7个部分,内容包括对波兰自然风光、风土人情的描述,与各界精英的近距离交往、采访经历,为波兰解放和自由而奋斗的伟大人物事迹以及中波友谊鲜为人知的有趣故事等。

## 《2012韩国游戏百科》分析市场动向

本报讯 日前,韩国文化体育观光部、韩国文化产业振兴院发行了《2012韩国游戏百科》。该书由30多位游戏专家参与编撰,通过对韩国国内438家游戏开发及运营公司、700家网吧、176家街机游戏厅、56家游戏教育机构、1700名玩家进行调查,综合分析了2011年韩国国内外游戏市场动向、玩家现状以及游戏相关的文化、技术、法制及政策等内容。

据悉,2011年,韩国国内游戏市场的规模为8.8047兆韩元(折合人民币约为498亿元),同比增长18.5%。2012年韩国国内的游戏市场规模则预计突破10兆韩元(折合人民币约为566亿元),到2014年预计会接近15兆韩元(折合人民币约为849亿元)。

该书指出,2011年,网络游戏仍主导韩国游戏市场。网络游戏在2011年创造了6.2369兆韩元(折合人民币约为353亿元)的销售额,占韩国国内游戏市场的70.8%。若除掉网吧和街机游戏厅等,只算游戏开发部分,网络游戏则占据了88.9%的市场,占据韩国国内游戏产业的核心地位。

2011年韩国国内的游戏出口总额为23.7807亿美元(折合人民币约为149.4487亿元),同比增长48.1%。2011年,韩国游戏主要的出口国(以出口额为准)为中国,占整体的38.2%。其次为日本,占27.4%,东南亚

占18.0%,北美占7.6%,欧洲占6.4%,其他地区占2.4%。而在2007年之后持续减少的进口额,2011年继续减少15.5%,仅为2.498亿美元(折合人民币约为12.8819亿元)。这使得进口额还不到出口额的1/10。另外,在游戏出口总额中,网络游戏的出口额达到整体的96.2%,为22.8875亿美元(折合人民币约为143.8354亿元),起到了主导作用。

2011年,韩国国内游戏市场的销售量为63.97亿美元(折合人民币约为402.165亿元),占据全球游戏市场销售额1081.13亿美元(折合人民币约为6794.3107亿元)的5.9%。2011年,韩国国内的游戏产业从业人数为9.5015万人,其中,54.6%(5.19万人)就职于开发和运营公司,45.4%(4.32万人)就职于流通公司。相比流通公司的从业者人数减少,制作及运营公司的从业者数则同比增加6.7%。

此外,日前,韩国文化体育观光部公开了2013年文化体育观光部预算。据此次公开的资料显示,游戏产业相关基金比前一年减少了35亿韩元,共为183亿韩元。关系到手机游戏的内容产业基金,也比前一年减少了8亿韩元,共为102亿韩元。从明年起,韩国文化体育观光部将大幅减少对游戏相关产业的支持。(程佳 编译)

## 加拿大虚拟画廊帮艺术家圆梦

本报记者 邢立军 编译

近日,一款名为“Wonderer”的免费应用软件在加拿大受到艺术家们的广泛关注,该软件可以帮助艺术家在网上建立属于自己的虚拟画廊,拉近与大众的距离,同时为艺术家提高知名度开辟了新的渠道。

该软件是由加拿大奥利维尔·伯杰、记者索菲·帕西瓦尔和前加拿大广播公司制片人安吉莉卡·福克斯共同开发的。伯杰将这款软件形象地比喻为艺术世界里的《国家地理》杂志,他说:“这款软件帮助新媒体平台的软件定位于画廊和杂志之间,一方面可以把观众带到艺术家的创作室,向大众全方位展示艺术作品;另一方面通过艺术家的自我评论,向观众讲述艺术品创作背后的故事。”

“Wonderer”软件每周推出一位加拿大艺术家,进入该平台平台的艺术家,都是由当地艺术领域的专家精心挑选出的。目前,入选虚拟画廊的艺术家均为现代派,他们的作品贴近生活,能够引起共鸣。艺术家沃尔特·席格思表示:“虚拟画廊将艺术家的作品和艺术家的创作经历一同带给了观众。观众待在屋子里,通过电脑就可以走进艺术的殿堂。”此外,由于“Wonderer”的宣传,现在我的艺术品销量大增,国内外很多艺术机构都向我发出了办展邀请。”

然而,尽管“Wonderer”的发展思路比较新颖,其艺术品销售量却不尽如人意。目前,虽有不少网民点击确认了购买意向,但是尚未达成任何实际交易。加拿大麦克马斯特大学研究市场营销的教授曼迪普·马利克认为,由于该平台创始人缺少必要资金,与外界的合作不足,导致很多必备的辅助信息和功能还不齐全。平台使用者对于付款方式、运输方式以及信誉保证都缺少了解,所以很难真正将意愿转化为实际行动。平台的创始人如今已经认识到了问题的严重性,他们表示困难只是暂时的,“Wonderer”正在将市场营销视为优先解决的问题,希望能够通过与其他艺术机构的合作,尽快树立品牌。