

文化输出 故事要走心

■ 冯圆芳

《斗罗大陆》《凡人修仙传》《盘龙》 很难想象 这些被不少人认为 难登大雅之堂 的玄幻、仙侠类中文网络小说 竟会在外国拥有那么多的忠实粉丝。江苏省文化厅对外文化交流处处长官天涛这些年多次带队出境参加文化交流活动,他深有感触地说:文化 走出去 ,需要从 技艺文化 向 内容文化 转变。

数据显示 ,成立于2014年的武侠世界网站是目前国外最大的中国网文翻译论坛 ,每天的浏览量超过350万 ,读者来自全球100多个国家和地区 ,其中35%至40%的读者来自北美、25%来自东南亚、35%来自欧洲。2016年8月 ,该网站的总点击量已超过10亿 ,甚至已有评论将中国网络小说和好莱坞电影、韩剧、日本动漫并称为 全球文化输出四大现象级产品 。

此前 中国文化 走出去 往往是

技艺文化 输出的多 ,内容文化 输出的少 ;抱出去 的多 ,卖出去 的少 ;官方输出 的多 ,民间交流 的少 ;走出去 的多 ,走进去 的少 据统计 ,全国表演艺术团体海外商演的年收入甚至不及加拿大太阳马戏团一年收入的10% ,有些对外文化交流项目往往是租场演出、华人观看、政府买单 这种 自娱自乐 式的文化传播 ,自然效果欠佳。

当我们为自己的文化 走出去 易 ,走进去难 而苦恼时 ,没想到不受重视的草根网络小说却如此大受外国读者热捧。这应该是国外网友对东方传统文化的好奇心导致的。对于网络小说的 墙外飘香 ,南京师范大学传播学者魏明说 :由于文化差异的问题 ,有时候我们自以为是很精妙的东西 ,外国人却很可能不感兴趣 ;而我们觉得稀松平常的东西 ,他们却兴趣盎然。网络小说虽

然属于草根文化 ,但里面确实有很东方、很传统的元素 ,尤其是玄幻、仙侠等题材 ,其中暗含的阴阳变化等理念 ,能一下子抓住外国读者的兴奋点 。这就告诉我们 ,一定要找到讲故事的巧妙方法 ,不能硬把中国文化塞给别人。

文化 走出去 ,一定要能够拨动外国受众的心弦 ,得到他们的情感认同。不然 ,很容易流于表面 ,甚至产生误读。魏明举例说 ,今年维多利亚的秘密时装秀 ,中国元素之多甚至超过了东道主法国 ,但舞台上呈现的只是龙凤呈祥、大红大绿等各种所谓东方符号的堆砌 ,这就表明现在不少外国人并未真正了解中国文化。这也说明中国文化要想真正 走出去 ,依然任重道远。

据官天涛介绍 ,以往 ,文化 走出去 的多是武术、杂技、舞蹈、工艺等技艺门类 ,尽管演出很热闹 ,但往

往由于承载的内涵不足 ,只能产生 看新鲜 看稀奇 的效果 ,热闹过后 ,很难留下什么。后来 ,他们通过 讲故事 的方式 ,对传统文化进行全新演绎 ,使中国内容、中国元素有了国际化的表达方式。从今年 欢乐春节 精彩江苏 的演出效果看 ,这样的转变更能走进受众的心里。

文化产品如何才能适销对路 ,官天涛特意强调了 话语转换 的作用 :讲好中国故事、传播好中国声音是我们的目的 ,但如何讲、如何说 ,则需要更多智慧。通过实践摸索 ,我们感觉要多说 世界语 ,少讲 中式英语 ,要多讲国外受众感兴趣、能听懂、愿意接受的内容 ,多从受众角度思考 ,让我们的文化通过潜移默化的方式 ,让对方感兴趣 ,这样才能真正 走进去 ,更好地传播中国文化内核。

的确 ,一旦真正感兴趣了 ,外国

人主动学习中国文化的熱情高涨。国外不少网友为了早日看到自己喜欢的网文被翻成英文 ,直接采取了众筹捐款的模式。为了更好地理解中国网络小说里的世界架构 ,外国读者甚至还研究出了 六道轮回 五行三界 修真 等一系列专业术语的翻译。

要拨动外国受众的心弦 ,还必须尊重他们的欣赏习惯、审美情趣 ,同时 ,包装也很重要。孙悟空的七十二变等各种法术 ,其实要比哈利波特的魔法有意思得多 ,但为什么只有哈利波特能风靡全球 ?所以 ,我们还是要找到讲好中国故事的方法。此外 ,文化输出应该分层次 ,不要一股脑儿地都塞给老外 ,这样他们接受不了。魏明建议 ,可以先传播一些浅显的、对方容易感兴趣的文化 ,引起受众的深层兴趣之后 ,再慢慢把更博大精深的文化传递给他们。

我们相距遥远 , 却亲密无间

■ 管克江

中芬关系经受住时间和国际风云变幻考验 ,成为不同幅员、不同文化、不同发展水平国家和平共处、友好交往的典范。日前 ,芬中友好协会办公室主任阿尼卡 海金黑莫提供的一组老照片 ,生动诠释了两国人民深厚的传统友谊。

为了促进两国文化交流 ,1951年6月15日芬中友好协会成立。这是欧洲最早建立的对华友好协会之一 ,也是芬兰历史最悠久、至今仍保持活跃的芬中友好团体。协会创办者都是芬兰知名人士 ,如作曲家阿赫蒂 松尼宁、作家海尔维 哈马莱宁、作家乌尔霍 吉科宁(后来担任芬兰总统)的夫人西尔薇 吉科宁、政治家苏克舍拉宁等。

一张张泛黄的老照片是芬兰第一个大规模文化代表团1953年访华时拍摄的。老照片显示 ,芬兰友人或参观中国名胜、或与中国朋友亲热交谈、或戴草帽驻足工地。海金黑莫说 ,那次访问行程非常紧凑。为期一个半月的时间 ,大家访问了北京、合肥、南京、上海、杭州、广州、武汉等地 ,参加了各种交流活动。在参观鲁迅博物馆的时候 ,大家惊讶地得知鲁迅先生生前还曾翻译过芬兰女作家明娜·康特的作品。

访问之后 ,芬方积极筹备 ,促成芬中实现互派留学生计划。赫尔辛基大学也开设了国学研究课程。两位团员回国后撰写了关于中国的专著 ,代表团在芬兰各地举行了数十场演讲会 ,介绍新中国建设成就。演员兼导演里特瓦 阿韦洛翻译执导了芬兰语版《白毛女》。大批中国电影、书籍和艺术作品在芬兰传播。同样 ,更多的芬兰小说被翻译成中文。1954年 ,首场芬兰歌剧作品音乐会也在上海举行。

1953年的那次访问不仅带动芬中文化交流迈上新台阶 ,而且还在经贸领域开辟了历史。海金黑莫说 ,芬中签订了政府间贸易和支付协定 ,这是中国与西方国家签订的第一个政府间贸易协定。

此后 ,中芬交往日益频繁。1956年 ,芬兰议长苏克舍拉宁应邀率议会代表团访华 ,受到中国领导人的接见。

1958年 ,芬兰在中国举行了一次艺术展 ,这也是芬兰在国外举行的最大规模艺术展。展览先后在北京、上海和广州举行。芬兰各界人士在访华回来后的报告中提及最多的是 ,中国是一个 欢乐的国度 。艺术家斯·格伦瓦耳在他坐火车抵达中国时的日记里写道 :轻快、微笑、友好、年轻、勤奋和悠久历史 ,我们一定已经到了中国 !

海金黑莫说 ,芬中友好协会在推动芬中交流方面的努力始终如一。如今 ,由芬中友协举办的 欢乐春节 庙会已经成为芬兰各界民众翘首期盼的一个年度盛会。她表示 ,芬中人民拥有深厚感情 ,我们相距遥远 ,却亲密无间 。

法国借 文化季 增强旅游吸引力

近日 ,法国 2017文化季 活动在巴黎歌剧院举行启动仪式 ,这是法国首次为推广文化旅游而举办文化季活动。

据悉 ,2017文化季 活动是法国政府此前宣布的旅游重振计划的组成部分 ,从3月起在法国举办展览、视觉艺术、音乐、戏剧、摄影、舞蹈、时尚等500余项文化活动。包括卢浮宫、奥赛博物馆、凡尔赛宫以及大皇宫博物馆在内的主流文化机构纷纷响应 ,均策划了系列展览为 文化季 添彩。

法国文化部长阿祖莱在启动仪式上表示 ,一直以来 ,法国文化塑造甚至定义了法国的国际形象 ,也是法国旅游吸引力的重要部分。举办 2017文化季 活动旨在扭转法国旅游业受恐袭影响而萎缩的局势。

旅游业是法国重要产业之一 ,占其国内生产总值的7% ,提供了200万个固定就业岗位。数据显示 ,欣赏法国文化是一半外国游客选择到法国旅游的动机之一。

(张曼)

文化要 走出去 更要 走进去

■ 牛瑾

以柔克刚的太极功夫、浓墨重彩的京剧脸谱、口齿留香的美食 越来越多的外国友人通过悠久灿烂的文化认识了中国 ,见证着中国文化加速 走出去 的步伐 ,这是件可喜的事情。美中不足的是 ,不少人认为这就是中国文化软实力的全部。他们看到了中国 ,却并未读懂中国。

问题出在哪儿 ?恐怕与我们走得太快、入得却不够深有关。因为明白了如果自己不主动表达 ,就很有可能在被别人表达的过程中 “污名化”的道理 ,近年来 ,我们努力以文化的方式向世界说明中国。但是 ,在很长一段时间内 ,强调技术忽视技巧、强调有形忽视无形、强调介绍历史而忽视当代阐述的做法 ,招致对外文化交流演变成自娱自乐、过浓的官方色彩反遭质疑等一系列尴尬 ,使中国文化在世界文化格局中仍然处于 价值缺位 状态。

问题如何解决 ?不妨试试 既要 走出去 ,也要 走进去 这味药。至于 煎煮 的方法 ,在逆向思维中想明白了 外国文化是怎样走进来 之后 ,一定可以得到以下几点要义。

依托经贸舞台。开通高铁之前 ,要先建设高铁线路 ;同理 ,

推动中国文化 走进去 之前 ,也要先搭建传播渠道。对任何国家来说 ,文化传播都不是孤立行为 ,可以附着于商业往来。严谨务实的德国印象和探险创新的美国价值通过德国汽车产业和美国电影产业被我国消费者接受 ,就是最好的例证。具体到我国 ,当下正在推进的 一带一路 建设就是个可以借力的 舞台 。

发挥民间力量。推动中国文化

走出去 ,不是为同化他人 ,而是与他人分享 ,在相互借鉴中促进人类文明共同繁荣。这是我们的真实目的 ,却因为没有把握好政府主导火候 ,让本就对中国崛起心存戒备的一些国家误解。之所以说 火候 出了问题 ,是因为政府本来就应成为文化 走出去 的主导力量 ,这是毋庸置疑的。只是 主导 需要有技巧 ,要自己逐渐隐退幕后、让 民间 走上台前。政府要进一步转变职能 ,做好顶层设计 ,重点从体制机制上解除制约文化发展的藩篱 ,充分挖掘民间潜力 ,大力支持实力雄厚的国有文化

企业 走出去 。

采取恰当方式。所谓方式 ,应该有表达方式和传播方式两层含义。就表达方式来说 ,应该用现代化语言讲好中国故事 ,做好创新文化产品之事 ;在坚持意识形态属性的同时 ,突出产品文化属性。外部世界是多元复杂的 ,走出去 要有区域、国别、宗教、语言的具体观念 ,要有针对性 ,不能 一锅烩 。

当然 ,在 走出去 走进 去 的同时 ,也别忘了 传下去 与 引进来 这件事。毕竟 ,一种文化内部吸引力不足 ,就会影响到外部感召力 ,走出去 之前一定要想明白如何更好地 传下去 ;毕竟 ,引进来 与 走进去 是并行不悖的 ,通过 引进来 了解对方所思所想、找到他们认同的方式 ,之后才能真正地 走进去 。

卢浮宫为中国树立软实力榜样

为如今世界上参观人数最多的博物馆。

卢浮宫博物馆馆长让·吕克·马丁内斯希望此次在中国国家博物馆举行的展览 ,可以吸引更多中国人到卢浮宫观看这些艺术品的真品 ,该展览4月将移师香港举办。

报道称 ,帮忙资助在北京和香港举办这次展览的何超琼说 ,在中国希望向国外推广自身文化之际 ,可以学习卢浮宫如何成为一个强大的文化机构的过程。

报道称 ,考虑到中国为提升自身全球形象所作的努力 ,或许卢浮宫的经历和外交交往记录对中国来说有借鉴意义。

何超琼说 : 随着中国启动 一带一路 倡议 ,卢浮宫这些年来与其他文化打交道的的方式对于中国来说具有重要意义。

报道称 ,卢浮宫最近的国际活动在某种程度上是迫于财政需要。去年在参观人数同比下降13%之后 ,卢浮宫的收入损失970万欧元。

巴黎发生的一系列恐怖袭击让外国游客望而却步 ,去年春天塞纳河泛滥时博物馆还曾被迫紧急闭馆。

卢浮宫的文化策划部首席策展人帕斯卡尔·托雷斯说 : 法国政府过去一直给博物馆出钱 ,但是现在面对经济自由主义的现实不再可能了。

报道称 ,中国对卢浮宫展览项目的需求与中国自己博物馆有限的国际知名度形成了鲜明的对比。因为历史原因 ,中国的藏品无法与西

方博物馆丰富多彩的藏品相比 ,但是许多博物馆还缺少世界级的专业人员和推出有更广泛吸引力项目的自由。

托雷斯说 ,卢浮宫的成功在于其与时俱进的决心 ,以及它所代表的价值观和推动的文化对话。不会再有另一个卢浮宫 ,但是我们的经验可以帮助其他国家创建一个合适的西方式博物馆 ,在法国以外的地方 ,卢浮宫是一个象征。

(刘晓燕)



● 贸促画廊

两江夏色

· 国画

侯书章

· 现



《TEFAF 2017 艺术品市场报告》显示 ,尽管全球经济和政治形势具有不确定性 ,但2016年的艺术品市场仍稳健复苏 ,日渐繁荣。2016年 ,全球艺术品市场的销售额超过450亿美元 ,欧美仍

文化艺术品 走出去 ,已成为当务之急。

文化贸易一直是我国国际贸易的短板。近年来 ,为促进我国文化产品走出国门 ,政府出台了一系列鼓励和支持文化产品出口的优惠政策。在政府的大力支持和文化企业的共同努力下 ,我国对外文化贸易的规模不断扩大 ,文化软实力显著提高 ,艺术品 走出去 悄然成风。

虽然如今全球形势对于艺术品 走出去 一片利好 ,国内的政策鼓励和支持也使艺术品 走出去 前景光明 ,但是我国艺术品 走出去 仍然存在诸多困境 ,认清问题、解决问题是推动文化艺术品输出的关键。

在文化艺术品外销和与国外的交流中 ,如何化被动为主动是我们需要克服的困难。业内人士表示 ,

我国如今有能力举办大型博

览会的中介服务机构和在国际艺术品交易中提供专业物流、法律、金融等配套服务的机构还不成熟 ,因此 ,应进一步建立和完善中介服务体系 ,才能更好地向国际推介我国的艺术家和文化艺术品。同时 ,应进一步完善政策方面的支持 ,才能更好地将分散的艺术品和艺术家聚合在一起。除此之外 ,如何提高外国人的购买热情也是十分重要的。

同时 ,艺术品的关税政策极大地制约了文化艺术品向海外发展的步伐。国外文化艺术品 走进来 和国内文化艺术品 走出去 都受到关税和增值税的影响。如果这种情况不能得到改善 ,那么我国的文化艺术品市场、文化艺术品大国的发展脚步和艺术品 走出去 都将受到不同程度的限制。

在业内人士看来 ,文化的认知障碍和文化认同感是艺术品输

出的重要障碍。艺术品输出要先打好文化牌 ,承载在文化中间的中国艺术品才能更新引入 ,而不会被国际资本和推手炒作和推广。

中国艺术品产业不仅是我国文化产业的重要组成部分 ,更是文化新经济发展的酵母产业。尽管如今文化艺术品市场 走出去 看似仍存在诸多问题 ,短时间内发展尚不明朗 ,但将眼光放长远来看 ,文化艺术品输出前景将是一片光明。

文化艺术品对外拍卖 ,应不仅承载部分高端、优质的文化艺术品和文化商品 ,而且也应有更多中高端艺术品可以成批量流出。如今 ,众多大拍卖行在香港设立分部 ,不仅因为香港零关税的大好环境 ,还因为文化艺术品 走出去 逐渐得到重视和快速发展。同时 ,利用互联网和电子商务的方式进行传播将是未来文化艺术品走出国门的重要途径之一。

■ 刘晓琳