

# 极具感染力的文化自信

## ——外国人士眼中的中国春节

### 春节，是家庭团圆

“对我来说，春节意味着家庭团圆。虽然世界各个民族都有自己的文化和传统，但是人们对于亲情的理解是相通的。在此新春佳节家庭团圆的时刻，我能够感同身受中国人民的喜悦和幸福。”坦桑尼亚坦中友好协会秘书长约瑟夫·卡哈马说，春节文化令他着迷，春节是他每年最期盼的节日之一。

“春节是合家团聚的亲情盛宴，”柬埔寨文化艺术部国务秘书、新闻发言人泰诺拉萨说，中国和柬埔寨地理相近、文化相通，“柬埔寨文化中对祖先和家庭非常重视，中国春节祭祖和团圆的习俗也引起了当地人的共鸣，春节促进了中国和柬埔寨的文化交流，拉近了两国人民的心。”

“一到过年，中国人都会回家与家人团聚。记得在上海时，整座城市就像是一座空城，一下子安静了下来，这让我想起我们犹太人的安息日。中国人和犹太人都非常重视家庭和睦和谐。”以色列导游埃兰·科恩曾在中国生活两年，这段经历让他对春节有着特别的感受。

“中国文化对我来说特别有吸引力，其中很重要的一个原因，是中国文化对于和谐、和平、合作、融合的内涵有着独到的理解。我在中国生活的时候，每个人都愿意帮助我，对我特别关照，每当我遇到困难，总会有人来主动帮助我，而且他们的帮助是不求回报的，这让我特别感动。”科恩说。

### 春节，是交流之窗

英国伦敦大学戈德史密斯学院院长帕特里克·洛雷认为，春

爆竹声起，又是一年。世界，再次进入“春节时间”。

外国政要纷纷向中国人民送来祝福，共盼新年新气象。

莫斯科、纽约、伦敦、巴黎、罗马、悉尼、开罗、布宜诺斯艾利斯……“中国红”“新春庙会”以及各种具有浓郁中国年味的迎春活动为世界披上节日盛装。

“您眼中的春节是什么样？”——面对新华社记者的问题，受访外国人士侃侃而谈。

节已经成为沟通中国与世界的文化桥梁。“越来越多中国人走出国门，足迹遍布世界每个角落，他们把引以为傲的身份、文化和传统介绍给全世界，用自身优秀的传统文化来交朋友，搭建起联通世界的桥梁，这是一种非常重要的交流方式。”

曾在中国居住11年的意大利葡萄酒时代网站总编辑詹卡洛·帕纳雷拉表示，“中华文化历史悠久、博大精深。在意大利，春节的影响越来越大。春节是中国人的传统新年，也是中华文化在全球传播的平台，人们通过春节了解中国文化。”

“在我看来，春节就是一扇文化交流之窗。”美国圣托马斯大学休斯敦分校教授乔恩·泰勒说，改革开放让越来越多的中国人和以春节为代表的中国文化走进美国，美国一些州甚至已将春节列为州立假日，春节庆祝活动也已从大城市辐射到中小城市，通过春节，越来越多的美国人加深了对中国的了解。

“春节庆祝活动融合民俗、艺术、美食为一体，这种独特的文化表现形式是很多美国人不曾见过的。春节就是一扇窗，让参

与其中的美国人触摸到真正的中国文化，从而增进对中国历史和现实的了解，增进了友谊。”泰勒说。

### 春节，是蓬勃商机

“春节已经成为澳大利亚社会普遍参与庆祝的重要节日。”澳大利亚悉尼科技大学澳中关系研究院副院长詹姆斯·劳伦森说，过去，对澳大利亚经济影响比较大的时段就是圣诞季和跨年，而现在，“由于春节期间来澳中国游客为当地企业带来的巨大收益，澳大利亚经济也跟着‘过年’。”

“春节的意义已经超过中国范畴，而具有世界影响。”尼日利亚中国研究中心主任查尔斯·奥努纳伊朱说，随着中国综合国力的显著提升，中国文化的辐射领域也在不断扩大。春节期间的节日消费不仅拉动中国经济增长，也刺激世界经济增长。“这是文化促动经济的一个非常典型的例子。”

加拿大西蒙菲莎大学教授扬·沃尔斯说，对加拿大人而言，春节庆祝活动早已被视为国际化的文化活动，尤其在温哥华、多

伦多等华人聚居的大城市。温哥华市的“唐人街大游行”已成为当地最具影响力的庆祝活动，温哥华市市长、不列颠哥伦比亚省省长甚至加拿大总理等政要都会到场与华侨华人共迎新春。

### 春节，是文化自信

在英国白金汉大学教育发展事务主任阿利斯泰尔·洛马克斯看来，“春节意味着新的开端，代表着新的希望。春节所代表的中国礼仪文化、庆祝方式正在被全世界认可和喜爱，如今已有越来越多的英国人一同庆祝中国春节。英中关系是重要的双边关系，今天，英国需要更多了解和拥抱中国文化。”

扬·沃尔斯认为，春节的文化内涵极其丰富，“既有着重大文化意义，并且还意味着年度生活循环。大家都希望新的一年会是吉利丰收之年，所以会用吉利的语言、吉利的图画、吉利的行动来体现对新的一年的期待。”

詹卡洛·帕纳雷拉说：“给我印象最深的是，春节期间，中国人往往在自家门口贴上春联。春联凝聚着深厚的文化内涵，人们欣赏春联，体会字句含义，感受喜庆和欢乐。每当看到写春联的人和欣赏春联的人的神情，我就会想到中国文化就是这样经历几千年而不断传承至今的。”

“春节意味着新一年的到来，意味着新的希望，人们期待通过辛勤耕耘迎来更好的日子，”智利圣地亚哥市长费利佩·亚历山德里说，“中国文化已延展至世界各地，中国人应该有文化自信。我希望中国文化更多地影响智利人，因为这将是有积极作用的，我们有很多地方需要向中国学习。” 据新华社

## 俄战略轰炸机巡航日本海

新华社电 俄罗斯国防部机关报《红星报》21日报道，日前俄空天军两架图-95MS战略轰炸机对日本海及西太平洋部分海域进行巡航。

报道说，这两架图-95MS战略轰炸机在俄苏-35S战机的护航下展开巡航，巡航期间还进行了空中加油演练。

此外，在巡航的部分区域，图-95MS战略轰炸机遭到日本航空自卫队F-4、F-15等战机的跟踪飞行。

图-95战略轰炸机是苏联图波列夫设计局研制的四发涡轮螺旋桨远程战略轰炸机。图-95战略轰炸机已进行过多次升级改造，是俄实施空中威慑的重要武器。

## 美国“万年钟”开始安装

新华社电 美国亚马逊公司创始人杰夫·贝索斯20日说，由他投资的“万年钟”项目进展顺利，目前已进入安装阶段。这一项目旨在提醒人们关注未来，以及人类当前活动对后代的影响。

贝索斯当天在社交媒体发布一条视频，展示“万年钟”安装进展，并附文说：“安装已经开始——500英尺（约合152米）高，纯机械式，靠昼夜热循环驱动，午时校准，象征着长远思考——万年钟来了，感谢整个团队！”

“万年钟”项目由一家非营利性机构负责。据该项目官网介绍，这座巨大“钟表”位于美国得克萨斯州的一座山中，建成后可供游客参观。不过这家机构并未给出“万年钟”的预计完工时间。

“万年钟”的构想最早由美国人丹尼·希利斯在约30年前提出，主旨是作为一个象征物，提醒人类关注未来。按照希利斯的设计，“秒针”一年走一格，表示“世纪”的指针每百年走一格，报时工具每千年报时一次，其记时寿命将长达一万年左右。

贝索斯为这一项目投资约4200万美元。“在我看来，人类目前在技术上已经足够发达，能创造非凡奇迹，但也会带来巨大问题，”贝索斯在该项目官网上的封公开信中说，“我们需要更多的长远思考”。

## 游玩泰国湾海域要小心剧毒水母

新华社电 中国驻泰国宋卡总领事馆21日发布公告，提醒近期前往宋卡府、苏梅岛等泰国湾海域游玩的中国游客警惕剧毒水母。

据泰国宋卡府卫生部门发布的消息，近日宋卡府萨米拉海滩出现大量含神经毒素的僧帽水母，已致23名市民及外籍游客受伤，目前在当地医院接受治疗。

僧帽水母分泌神经毒素，重伤者除遭受剧痛外还会血压骤降，呼吸困难，逐渐丧失神志，乃至全身休克，因肺衰竭而死亡。

宋卡总领馆因此特别提醒中国游客提高警惕，注意人身安全，下水游泳或进行其他水上活动时，多留意海岸边指示牌。若遇到水母，切勿与其接触，尽量保持距离，以免造成不必要的伤害。一旦被僧帽水母蜇伤，严禁用淡水冲洗或抓挠按压伤口，需立即用醋酸冲洗后前往附近医院治疗。

# 传情达意，历久弥新

## ——美国的贺卡文化

在中国，近年来微信拜年日益流行，贺卡显然已经过时。但在太平洋彼岸的美国，人们仍喜欢用贺卡互致问候和祝福。

仅在刚过去的情人节，美国人就送出了1.45亿张贺卡。在美国，贺卡和生活紧密相关，每年销量达65亿张。除了圣诞节、情人节、母亲节、父亲节这些重要节日的贺卡外，日常主题贺卡占到了一半以上。

美国贺卡的范围很广，称作心意卡更为贴切。友人考取驾照、买辆新车、旅游、搬迁、结婚、生子、升学、毕业、跳槽、退休、生病、亡故……生活中大小事基本都能找到合适的卡片表达心意。有的贺卡甚至没有理由，就写着：“我也不知道为什么送这张卡片，就是想发给你。”

美国贺卡分类极为精细。比如生日贺卡作为一个大类，有的不分年龄可以通用，但更多的则印着固定的生日年龄，从婴儿到100寿星，特别是逢五逢十，都能对应找到合适的贺卡和祝词。

卡片按所送对象不同更是分门别类，周全到极致，拿送父母的贺卡为例，就分为亲生父母、继父母、养父母、教父母，甚至还有专送同性“父母”的贺卡。

卡片的内容也包罗万象，就拿安慰人来讲，文字风格或深情

隽永：“给自己一些时间，就连太阳也有落山的时候”、“如果你力气用完了，我这里还有”；或正式庄重：“生活并不公平，不是你的错，不该你受过！”；或诙谐幽默：“生活光明，生活灰暗，解决之道，吃袋薯片”、“想来想去，我只能用比你过得更糟来安慰你”……必有一款适合消费者。被服务得如此周到，送卡人唯一需要做的大概只剩签名了。

一名业内人士解释说：很多场合，人们言不由衷。很多时候，不知如何表达。即使知道，也可能难以启齿。美国贺卡如此体贴备至，并不是为了迎合懒得书写祝福的送卡人，而是希望让卡片替人们说出最想说的话。

占美国贺卡市场份额四分之一的美国礼品公司最近推出的系列视频广告主题就是：用贺卡传情达意。

年初，旧金山湾区米尔布雷的居民发现，小城唯一一家贺曼公司贺卡连锁店贴出店主退休、关门甩卖的通知。那几天，人们

在店里都会和店员聊上几句，表达不舍，说些安慰的话，有人还为即将失业的店员介绍新工作，一名顾客甚至买了一张退休卡，希望店员转交给店主。店员告诉记者，这家店铺经营了10多年，带给小城居民很多美好回忆。

贺曼公司占美国贺卡市场51%的份额。公司首席营销官林赛·罗伊在情人节前接受采访时说，受互联网影响，“贺卡零售业面临冲击，需要顺应时势做出改变”。坏消息是，人们越来越多转到网上购买和定制个性化贺卡；好消息是，人们仍然对纸质贺卡情有独钟，对电子贺卡不太“感冒”。

旧金山不久前举办过一场贩卖老照片、明信片、画报的“故纸”集市。在一张1918年的情人节卡片上，一名在欧洲作战的美国海军士兵读信的图片旁写着：“德国人不会在意这张纸，但我在意，因为来自你。”百年前的话语依然动人。

贺卡的历史要比100年久远

得多。美国贺卡协会官网介绍说，贺卡起源于中国古代新年送帖问候的传统，现在成为全世界人们传达情感的重要方式。美国家庭平均每年要购买30张贺卡，贺卡产业甚至没有受到历次经济萧条的影响。

在“只拥抱创新”的硅谷，在“新新人类”中间，贺卡所代表的传统价值也被珍视。一项调查结果出乎意料，伴随互联网成长起来的千禧一代美国青年反而比长辈们更加接受纸质的贺卡。虽然习惯了使用短信和社交媒体沟通，对聊天软件乐此不疲，但年轻人也更愿意用纸张的质感来承载真挚的情感。现在，学生邀请同学去家里做客时，不仅会递上一张邀请卡，还会附带一张感谢卡：“谢谢你接受我的邀请。”

林赛·罗伊说，时代变迁，载体和形式无论怎样变化，贺卡连接彼此经历与记忆、心情与心意的内核未变。那些动人的生活日常，通过贺卡得以珍藏，经过时间的酿造，历久弥新。 据新华社