



JIMNY
5-door

ASC Reference Code: S0205P020626S



Like us @ facebook.com/SuzukiAutoPh

www.suzuki.com.ph/auto

SUZUKI
By Your Side

春節文化日趨國際化



傳統節日是塑造中國形象的重要源泉。中國春節在海外擁有廣泛的群眾基礎，春節所蘊含的重人倫、重親情、重和諧、重禮儀的中國優秀節日文化將伴隨著春節海外影響力而進一步受到關注和喜愛。

斗轉星移，戊戌狗年春節正悄然向我們走來，一場神州同樂的盛大慶典即將上演。新時代如何弘揚節日文化，提升春節文化國際影響力已進入議事日程，成了熱門話題。

在中華民族絢麗多彩的傳統節日中，最隆重、最有民族特色的莫過于春節了。春節作為中華民族傳承幾千年的重要節日，在國民心中的地位是迄今為止中國其他傳統節日都難以超越的。春節早已作為一個非常重要的文化符號，烙印在每個國人身上，植根于每個國人心裡，並以一種獨特的文化傳承方式具體生動地詮釋國人的民族精神、民族心理、民族性格、民族情感，以及民族智慧。

春節是傳統文化的最佳載體，是活態的傳統文化。每逢新年，倘若我們從北國冰城哈爾濱松花江步行到海南三亞市天涯海角，從新疆霍爾果斯邊防站到黃海之濱，人們可以看到的是：大紅的鑼鼓敲起來，大紅的春聯貼起來，大紅的燈籠掛起來，大紅的中國節吊起來，貼年畫，放鞭炮，扭秧歌，看社火，舞龍燈，踩高蹺，包水餃，打年糕，祭祖先，祈未來。世界上有哪一個民族，哪一個國家，哪一種文化能夠像春節這樣具有如此強大的親和力，如此自覺，如此詩意盎然，富有魅力。在農曆紀年交替之時，調動起億萬國人，無論他身處何鄉都是人在天涯，不約而同地、自發地舉行共同的禮儀活動，普天同慶歡樂盛典。春節文化早已與中華各民族十幾億人民的血液融為一體了。可見，春節是國人文化認同的象徵，是中華民族的聯歡大會，千百年來，每逢春節，闔家團聚，相互祝福，盡享天倫之樂，神州大地沉浸在歡樂、祥和的氣氛中。祥和與祝福從每一個聚會、每一個充滿祝福之夜，像同一首不老的歌迴響在我們耳邊，像一條清幽的歷史長河從每一個中華兒女的心田淌過。

春節是世界的，因為它早已在唐代走出國門，向疆域四周輻射，東傳朝鮮、韓國、日本，南傳越南、印尼、馬來西亞，菲律賓，成為東方最有影響力的節日。以日本為例，日本著名史學家阪本太郎在《日本史概說》中提出：日本奈良時代（710-784）文化特點就是「唐風盛行，無論是儒教、佛教、律令政治，還是學問藝術各方面，都是照搬唐朝的樣式，或者稍加增刪，總之無不與唐風有關。人們認為唐文化具有最高的水平，盡早達到它那樣的水平，是當時一般的共同目標」。中國的傳統節日就是在奈良時代被日本留學生和學問僧傳到日本，春節傳到日本後，首先為日本宮廷及貴族所接受，然後傳向民間。這是因為入唐學習的留學生和學問僧返回日本大都在政府擔任重要官職，他們將在唐見到的節日習俗首先介紹給宮廷，並在宮廷貴族間舉行。奈良時代慶祝新年的活動只限于宮內，以後大臣、幕府將軍等也效仿宮廷，舉辦形形色色的慶祝活動。最後慶祝新年的活動傳入民間，成為日本全民性的活動。

日本受漢文化影響，新年習俗是將繩索、松柏枝掛在門上，門前立門松，以點綴新年。繩索在日本稱作「注連繩」，用稻草編結，上面掛常青的樹葉和橙子，也有掛白紙條、扇子、龍蝦、海帶、串柿的。掛「注連繩」標誌著此地清潔無垢，屬神佛保佑的領域，因而門上，到處掛此物。

日本人也有守歲的習慣，他們相信誰若在除夕睡覺便會頭長白髮，臉生皺紋。除夕迎眾神降臨各家，因此守歲時要謹言慎行。

中國新年飲屠蘇酒的習慣傳到日本後，日本新年也飲屠蘇酒。首先是在宮中盛行。正月初一天皇用屠蘇酒宴請前來賀正的文武百官，以後此習俗逐漸傳到民間。日本屠蘇酒配方以及飲用程序完全同于中國。即用白朮、桔梗、山椒、防風、肉桂、大黃等中藥材浸入酒中喝。年幼者先飲，最後是年長者。這些新年習俗無不與中國春節節俗影響相關。

新世紀以來，隨著改革開放的深入，中國綜合實力在世界上不斷增強，為春節在海外的傳播注入新活力，節慶規模和影響範圍也日趨擴大。越來越多國家的人民通過中國的春節，感受到了中國傳統文化的魅力。海外「春節熱」逐年升溫，從最初華人華僑在唐人街舞龍、舞獅、放鞭炮的「自娛自樂」，到當地民眾皆著唐裝吃餃子，互道「恭喜發財」，中國春節的年味和習俗正悄然在世界各地擴散、傳播，許多「老外」自發地加入新春行列，來中國「過春節」已開始成為一種新的社會時尚。

在華人總數超過1000萬的印度尼西亞，2002年2月17日，時任總統梅加瓦蒂宣佈中國農曆春節為全印尼的國家節日。2012年，菲律賓正式宣佈從當年起將中國農曆正月初一定為全國假日。美國紐約市政府從2003年起將中國的春節納入本州的法定公共假日，目前已有多個國家把春節定為本國的法定假日。每年春節，英國倫敦市長點亮紅燈籠、法國巴黎埃菲爾鐵塔換上「紅裝」以賀春。美國、加拿大、巴西、新加坡等國為春節發行生肖郵票，中國春節正日趨走向國際化。

每當春節到來之際，多國政要都積極參與相關的慶祝活動，並向當地的華人華僑拜年。尤其引人注目的是聯合國秘書長及各國政要均開始熱衷于用中文拜年。美國、英國、澳大利亞、新西蘭、俄羅斯等國家元首發佈視頻，祝賀所有過農曆新年的民眾佳節愉快，多位法國政要在愛麗捨宮舉行春節團拜會，向亞裔族群祝賀新年。英國威廉王子特地發佈視頻向中國人民拜年。聯合國前秘書長潘基文以中文祝願中國人民和全球華人「新年快樂」。近年來，聯合國秘書長在農曆新年前夕發表新春賀詞已成為慣例。由此可見，我們的春節文化已進入歐美等主流社會是不爭的事實。

傳統節日是塑造中國形象的重要源泉。中國春節在海外擁有廣泛的群眾基礎，春節所蘊含的重人倫、重親情、重和諧、重禮儀的中國優秀節日文化將伴隨著春節海外影響力而進一步擴大，更會受到世界人民的關注和喜愛。我們十分自信，一個展現美麗中國新時代、新形象的春節，成為世界性的節日，指日可待。

