

金宰賢的博客 <http://jinzaixian.blog.caixin.cn/archives/21237>

金宰賢畢業于高麗大學(Korea University)中文系，自2003年起在華工作，曾在北京大學讀MBA，現在上海交通大學攻讀管理學博士。

## 《功夫熊貓2》與中國的世界化

2011年06月16日

最近看了一部美國電影《功夫熊貓2》，我又一次被中國的傳統文化吸引住了，特別是開場的那段皮影戲，實在是太美了。這部電影雖然在中國遭到了一些人的抵制，但是仍然受到許多中國觀眾的青睞。其實《功夫熊貓2》不但在中國，而且在很多國家都深受觀眾的喜愛。从今年5月末上映以來，這部電影在韓國、俄羅斯等9個國家成了票房冠軍，並在很多國家創造了動畫片的新記錄。

和許多中國觀眾一樣，我覺得《功夫熊貓2》完全像個中國電影。這讓我不由得好奇，美國人是如何將中國元素這麼完美地展現出來的。不少中國媒體稱《功夫熊貓2》在中國的成勳和影片中的中國元素不無關係，這部動畫片在很大程度上是針對中國觀眾的審美而製作的。不過在我看來，好萊塢之所以能製作出這部電影，也是因為他們掌握了歌德所說的“越是民族的，越是世界的”這一精髓。

我記得以前在韓國常聽到一句話：“越是韓國的，越是世界的”。金泳三總統1993年就任後大力提倡“世界化”，當時世界化的熱潮一度讓很多人覺得韓國傳統文化已經過時了。後來，不少人意識到盲目的世界化會弱化韓國文化的魅力，並開始提倡“越是韓國的，越是世界的”這個口號。我覺得這個口號

Guess word meaning

boycott  
champion  
record  
favor  
be curious  
grasp  
attract  
element  
mass media  
promote  
slogan  
out-of-date; outmoded  
success  
blind; unrealistic  
reduce

很有道理。舉個例子，2005年，在韓國釜山舉辦亞太經濟合作組織(APEC)會議的一次晚宴上，考慮到可能有部分首腦不能吃辣的，主辦方準備提供不辣的白泡菜，但是後來他們還是覺得應該讓各國首腦品嚐最有韓國特色的食物。最後，酒店給各國首腦提供的是具有韓國傳統風味的、地道的辣泡菜。晚餐後各國首腦對泡菜的讚嘆證明了他們的判斷是正確的。

中國近十年經過了“滄海桑田”般的變化。但除了像北京、西安等個別歷史名城之外，一般城市卻漸漸失去了自己的特色。90年代末我剛到中國時，每到一座城市都能感受到當地特有的氛圍。但如今每一座城市都似乎與別的城市並沒有太大區別。以寫字樓、購物中心和百貨商場為代表的商業化讓很多城市同質化了。為了追求城市化和經濟發展，很多城市都放棄了自己的個性。傳統的中國味道已經被丟棄在追求現代化的途中。

這些傳統的逐漸消失實在令人可惜。當然經濟發展能提高人們的生活水準，對社會是有利的。但是我們應該明白什麼樣的發展才符合我們真正的需要。所謂世界化，對很多非西方國家來說，其實就是西方化。我發現很多擁有自己傳統特色的國家，在經濟發展之後往往都變得和西方國家大同小異。這對整個世界來說也是一個很大的損失，因為一個多元化的世界才能保持活力。中國的世界化應該充分展現中國元素以及傳統，使世界變得更加豐富多彩。

好萊塢夢工廠製作的《功夫熊貓2》，清楚地告訴我們這樣一個道理：“越是中國的，越是世界的”。

Guess word meaning

highly praise  
change  
difference  
taste  
lose  
feature  
give up  
characteristic; unique  
individuality; personality  
preserve  
abandon  
disappear  
pity  
satisfy  
loss