



打破中国文学在日本长期沉寂 阎连科《受活》 获日本推特文学奖

刚刚获得2014年卡夫卡文学奖的中国著名作家阎连科,近日凭《受活》又获得由日本读者评选的twitter文学奖,这也是亚洲作家首次获得该奖项。谈及获奖,阎连科坦言没想到《受活》在日本卖得如此好。他认为这一方面可能和获卡夫卡奖有关,另一方面也可能是因为作品中的想象力,“日本小说更日常化,也更人本化,想象力不太会像《受活》这么飞扬。” 郑州晚报记者 尚新娇

创造了中国作家作品在日销售奇迹

《受活》是阎连科本人的代表作品之一,迄今已翻译(或正在翻译)成18种语言。该书(日文版翻译《愉快》)于去年底上市,首印8000册销售一空,四个月之内再版三次,创造了中国作家作品在日销售的奇迹。

Twitter文学奖是民间发起的文学奖,今年是第五届。在评奖规则方面,作家和文学评论家不能参加投票,投票的都是文学爱好者,通常情况是发起人发出“今年最有意义的小说是哪一部?”的倡议,读者在twitter上推

了,就是一票。该文学奖每年颁发给一位日本作家和一位海外作家。此前获得过该奖项的作家有美国作家、普利策奖获得者胡诺特·迪亚斯,法国作家、龚古尔奖获得者劳伦·比内等。

“在日本文学翻译界一般瞩目的都是欧美作家,亚洲作家首次获得该奖项是一件划时代的事情。”《受活》日文版翻译谷川毅说。凭借这部小说,谷川毅也入围了日本文学年度翻译大奖。

据日本国立东北大学教师、

诗人田原介绍:“中国文学在日本还是相对边缘的。”中国文学翻译成日文的并不是太多,以前有鲁迅,后来就是莫言、残雪、阎连科、贾平凹和余华等。大部分中国作家小说在日出版之后就销声匿迹,这次《受活》的上市打破了一贯的沉寂。《受活》上市当月,日本最具影响力的几家报纸《朝日新闻》《读卖新闻》等均刊发书评。不少评论认为,除了与当下中国现实的连接,阎连科小说的结构和虚构能力,以及语言都具有创造性。

中日文学“逆差”由来已久

阎连科表示,自己大概在一周前得到获奖消息。阎连科对得奖本身并没有特别感受,但定价不菲的《受活》如此畅销并且不断再版,让他着实“很意外”。“说实话,我也不太明白,可能和卡夫卡奖的热闹有点关系。再一个,在日本文学里,我们读到

的小说,都更日常化,也更人本化,想象力不太会像《受活》这么飞扬吧。还有一点,这是日本文学很少见的讲故事的方法、结构。当然小说和中国的现实(的联系)、对人物的把握,可能至少也达到了预期的水准。”

谈到中日两国文学交流上

的“逆差”,阎连科认为由来已久。“这是从1930年开始的。我们很多作家都受过日本作家影响。直到今天,日本的年轻作家,包括中年的村上春树,(作品)都在中国销得很好。中国文学在日本相对受冷遇一点,除了1930年的鲁迅和之后莫言的《红高粱》。”

《受活》绝对是正能量!

记者采访了作家张宇,张宇说:“《受活》这本书很有力量,能在日本连印三次,这是大奇迹。过去,中国买日本的书比较多,日本作家中的川端康成、大江健三郎、村上春树对中国读者一直很有影响。现在阎连

科的书能进军日本,让日本读者买中国作家的书,使中国文学在日本盛行,提高中国文化在国外的影响力,这是好事,绝对是正能量。”

省文学学院院长何弘认为:“阎连科作为河南籍作家,继获

卡夫卡奖之后,又获得日本推特文学奖,是个好事。说明他在西方的认可度更加广泛,也证明了河南作家的实力。同时,阎连科包括莫言在内,这种更极致、更具想象力的写法,更被西方读者认可。”

两百余件欧洲玻璃艺术史珍品亮相中原 这才是古代“奢侈品” 价比黄金珠宝

昨日,211件(组)欧洲古代~20世纪初玻璃艺术品在河南博物院精彩亮相。这次展览由河南博物院和捷克共和国布拉格国家工艺美术博物馆联合主办,捷克共和国布拉格国家工艺美术博物馆馆藏4万多件玻璃器,被誉为集欧洲玻璃工艺艺术之大全。本次展出的玻璃器珍品,选取了欧洲从古代到近现代各个重要时期、各主要代表性艺术流派的精华和杰作,展览持续到6月14日。 郑州晚报记者 崔迎



中国风甜点盘



绘有神圣罗马帝国皇帝和选帝侯形象的啤酒杯



意大利威尼斯V.祖非玻璃工坊制作的高脚酒杯

这件作品是仿制埃及开罗13世纪时期的灯具



曾为历史上的奢侈品

玻璃作为最早发明的人造材料之一,诞生于两河流域;在古代西亚、埃及和欧洲,玻璃器一直是上层社会的奢侈品,价比黄金珠宝。

本次展览是捷克布拉格国家工艺美术博物馆首次大规模在远东地区的展出。作为连接东西方交通要地的捷克共和国首都布拉格,自中世纪以来,在文化交融与碰撞中,孕育了自己独特的文化,逐渐发展成为中欧的文化艺术中心。1885年,捷克布拉格国家工艺美术博物馆创立,并以收藏、展示美术工艺品为主。藏品多达50万件以上,

其中玻璃器达4万多件,集欧洲玻璃工艺艺术之大全。

本次展览遴选了211件(组)玻璃器珍品,遵循欧洲玻璃工艺,从诞生到发展并走向繁荣的历史轨迹,并选取了从古代到近现代各个重要时期、各主要代表性艺术流派的精华和杰作。

据了解,因欧洲人将玻璃工艺视为商业技术和秘密,从不外传而保持其垄断商业权,在亚洲和欧洲的交易历史上,也就是中国的瓷器产业比欧洲的玻璃产业更强。不过,在历史上,中国人使用的玻璃制品都已经是当时的“顶级奢侈品”!

追赶时尚的“中国元素”

此次来华巡展,是中国和捷克之间文化交流的盛事,通过精美的展品,观众可以近距离欣赏到一个传承了近2000年的艺术奇迹。

在河南博物院西配楼展厅,中世纪时期曾盛行一时的彩色拼花窗玻璃,文艺复兴时期色彩艳丽、绘有神圣罗马帝国皇帝形象的啤酒杯,巴洛克时期象征着“爱和纯真”的无色玻璃奶瓶,现代主义时期集实用和时尚为一体的各类花瓶……一件件精美的展品,讲述玻璃器从诞生到发展并走向繁荣的历史轨迹。

值得一提的是,带有中国元素的玻璃器皿尤其引人注目:一件精美的中国风玻璃板画上面画着远东式房屋、飞翔的仙鹤、画面前方有低矮的假山石和中国人……还有两个中国风调酒瓶,表面刻的花纹是当时非常流行的中国元素,外加同样风靡的贝朗式条状纹饰和阿拉伯蔓草纹。此外,还有由红色亚立斯玻璃制成的“中国风甜点盘”,刻花描金极其精美……据介绍,17世纪欧洲人都十分推崇中国的瓷器,认为那是时尚的象征。