

# 涓 杓瀛兼姝组 - 涓 洙鏃ユ涩鑾伴杓鏃朵簩 - 鍦 儿 棉 锦 彦 汉 组 惧 施 洪 ゆ 稗 日本圣诞节：年轻人的节日

旅行

浣漏

鑒賤龔浜庸細2007/11/26 21:31

高木明子是《华盛顿邮报》驻东京特派记者，虽是地道的日本人，但在美国接受高等教育的她以往每年圣诞节都要到纽约、巴黎、伦敦等外国大都市度假。今年，高木决定留在日本过圣诞。她说：“很多西方人圣诞节都会去教堂，但教堂里的圣诞夜总让我感到有些沉重。比较而言，日本的圣诞节没什么宗教色彩，是属于年轻人的节日。我现在更喜欢享受一个放松、尽兴的圣诞节。”

在日本，去教堂过圣诞夜的人的确不多。大部分日本人都利用圣诞节这个机会为自己创造一些快乐，比如在家里举行一些聚会等。对日本民俗颇有研究的高木说，日本人最早开始过圣诞是20世纪50年代经济高速发展时期，生活节奏的加快使人们更需要与亲朋交流和进行自我放松的机会，而节日恰好能给人们一个名正言顺的休息、交流和消费的借口。因此，圣诞节、情人节这种“人造”的西方节日逐渐在日本流行起来。

对很多日本人尤其是年轻人来说，圣诞节更商业化、更时尚。他们一提到过圣诞就眉飞色舞，满心向往。据日本媒体调查发现，过圣诞节的人中有70%为38岁以下的年轻人，而他们中60%以上的人都有相当的经济实力。用日本某商家的话说，“中老年人对圣诞节并不很感兴趣，圣诞就是专门策划给有钱年轻人的时尚选择，既缓冲了他们的工作压力，又为我们带来了无限商机”。

日本年轻人一般会选择去圣诞气氛浓厚的娱乐场所或餐厅同情人共度圣诞夜，因此圣诞灯饰辉煌的景点总是人山人海。此外，不少日本年轻人还习惯坐在家中一边透过窗户欣赏繁华街市上火树银花的圣诞夜景，一边飞快地浏览计算机上的商品图片进行网上购物。一家运营着2000多家网上商店的电子商务公司称，今年12月前半个月该公司的圣诞礼品和食品销售额已超过5亿日元，比去年同期增长了120%。日本最大的在线商店“乐天”公司的一款圣诞套餐的销售额也比去年同期增长了6倍。

不止是网络销售，在商家的精心炒作下，东京等地的圣诞气氛今年可以说达到了极至。在新宿高岛屋广场、台场彩虹桥、原宿竹下通等年轻人聚集的商业区，街道两旁几乎所有树木上都装饰了彩灯，整个街区一到夜晚便流光溢彩、绚丽动人。除了四处可见的圣诞街景外，今年日本市面上的圣诞装饰品也让人啧啧称奇，人造雪、光纤饰品、胶状彩绘贴饰等增强了家居圣诞气氛。一般日本人虽不像西方人那么夸张地隆重装点家居门面，但他们对家中的圣诞小饰品也相当讲究。

与此同时，日本各大电视台也早就瞄准了圣诞节的黄金档期，调遣精兵强将推出了“圣诞乐一乐”、“浪漫圣诞夜”、“圣诞美食大比拼”等精心制作的庆祝节目。日本娱乐杂志更是在11月中旬便抢先介绍了今年过圣诞节的新花招，教人们如何去玩如何去乐。看来，虽然日本经济连年不景气，但今年的圣诞节仍将热闹而疯狂。（穆东）