

中国文化与世界

张 英^①

人类文明主要有五种对话方式,即语言、贸易、外交、宗教、战争。而语言和文化具有独特的价值,语言具有经济价值、文化价值、战略价值;文化具有独特价值、普世价值、未来价值。

关于“地球村”的未来发展预测,有几种主要论点:第一种是亨廷顿的文明冲突论,他认为地球村是第三世界国家走向现代化的预言,是建立民主国际的预言,是对未来文明冲突的预言,因为文化内核无法改变。第二种是法兰西斯·福山的历史终结论,他的主要观点包括:西方文明将是各种文明的最后终结者;文化是可以改变的。伊拉克、阿富汗的民主改进和制度设计就是在这一论点的影响下采取的行动。第三种是约瑟夫·奈的软实力论,他指出实力是强制性威胁(大棒)、诱导或物质报酬(胡萝卜),让别人想你之所想(吸引力);而软实力是一种诱导和吸引的能力。国家软实力主要包括以下几个方面:

文化——能够吸引别人的部分;

政治价值观——当该国在国内外都践行了这种价值观;

外交政策——当这些政策被视为合法并具有崇高的道德威望。

面对“地球村”的未来发展趋势,中国采取的是软实力应对策略。中共十七大提出更多地投资于软实力资源,通过汉语国际推广和开办孔子学院来推行文化发展战略,从而推广中国的价值观,增强中国在国际上的地位和话语权,提高中华文化(价值观)拥有的理解度和认同度。

在全球化大背景下,一个国家或一个民族仅仅依靠硬实力(经济、军事、科技),对内,社会难以长治久安,发展难以持续;对外,难以融入国际社会并求得共存与发展。

因此,谋求软实力与硬实力能够比翼双飞,不仅是国家发展、社会长治久安之道,也是中国真正走向世界的必由之路。

在这一过程中,汉语将是连通中国与世界的桥梁,而中华文化则将是中国走向国际的名片。汉语言文化要走出去,有必要先思考以下几个问题:

我们的文化内核是什么?

我们的文化以什么身份跻身国际?

文化走出去的目标是什么?

^① 作者简介:张英,北京大学对外汉语教育学院院长、教授,主要研究方向为对外汉语教学。

文化怎样走向国际?

一、传统文化与当代文化的关系

中国文化的内核是什么?文化结构包括物质文化、制度文化和精神文化,文化的核心是价值观。近现代中国文化经历了几方面的演变:物质文化——洋务运动;制度文化——辛亥革命;文化革命——五四运动。此外也进行了大量的文化移植和文化反思。到底是进行文化复古还是文化创新,怎样介绍中国文化(比如和谐),这都是中国文化走向国际面临的一系列困境。

二、中华文化与人类文化的关系

文化存在个性与共性,“普世价值”到底存不存在这一问题一直存在争议。美国圣何塞州立大学应用语言学教授库玛说:在全球化背景下,中文教育不能封闭和隔绝于全球化背景下单个文化自身认同的形成过程(要寻找人类身份的文化认同);在全球化背景下,汉语言文化要走向国际,必须积极有效地应对文化全球化的趋势(要奉献中华文化中人类身份认同的文化价值或元素)。

文化具有两个共同的属性:首先,文化是人类创造的产物,为人类所独有;其次,一定的文化总是与一定的民族和一定的时代相联系,因而每一种文化都有其独特的价值和“个性”。

前一个属性表明:由于文化是人类所独有的创造物,不同文化之间必然具有某些共通性,这为人类了解和理解异文化提供了基础;后一个属性表明:由于文化的民族性和时代性,各种文化之间必然存在着差异,它使得异文化之间的交流会存在一定的障碍。

从全球化的视野来审视人类文化的这两个共同属性,可以发现,它既是东西方文化乃至所有异文化之间能够进行交流的基础和具有交流意义的价值所在,同时也是不同文化之间进行跨文化交流时,易于遇到障碍、产生摩擦乃至发生冲突的原因所在。

中国文化与世界文化的共性可以提供普世价值,获得人类文化认同;而中国文化的个性则可以提供独特价值,让世界了解中国文化。因此我们说文化是走向世界的名片。

三、文化走向国际的目的与方式

中国文化走向国际的目的是什么?是寻求理解?寻求认同?还是求同存异?不同的目的决定采用不同的方式:客观介绍、强势推介、相互沟通……我们需要努力将目的与效果统一起来,避免现在“符号满天下,误解遍五洲”的现象。

值得反思的是:

(1) 文化能不能作为一种类似静态的产品或事实介绍给语言学习者?

(2) 文化走向国际的是一种协调一致的整体文化形象,还是一种分散的文化元素的集合?

(3) 文化之间有无关联? 我们怎样理解并分析文化之间的这种关联?

(4) 要不要深入思考什么是中国元素? 哪些具有普世价值? 哪些对全球化的和谐发展
与文明的繁荣具有积极意义?

(5) 依据国家文化发展战略(增强国家软实力)目标,中国元素的核心特点是什么?
它能否或怎样在国际汉语教学中简易地表达和传播?

我们以打招呼为例:

中国友人:吃了吗?

留学生:(什么意思? 是想请我吃饭吗?)

——困惑:不知道该如何应对。

中国友人:上哪儿去呀?

留学生:(中国人为什么对别人的隐私感兴趣?)

——愤怒;困惑:不知道如何应对。

造成困惑的原因:

形式——句面意思不具有实质性;

功能——打招呼;

习惯——日常生活内容作为招呼语。

留学生试着使用遇到的尴尬——中国人吃惊:他怎么不时地冒出这么一句?

“吃了吗”到底应该怎么教? 怎么解释? 首先我们要弄清楚“吃了吗”的使用条件:

时间条件:必须是在吃饭时间前后的一段时间内相遇才用;

处所条件:必须在就餐地点或家附近相遇才能使用;

人际条件:必须是熟人之间相遇才能使用,不熟悉或陌生人相遇一般是不能使用的;

虚实条件:移动中使用;非移动中使用。

关于中国人为什么用“吃了吗”做招呼语,我们的调查所得结果主要集中在穷、好吃和
“民以食为天”上,到底哪个更有道理呢?

关于饮食的地位,很多古代文献都有记载:如“国之大事,唯祀与戎”(《左传》);“夫礼之初,始诸饮食”(《礼记》);“民以食为天”(《汉书》)。而关于饮食的社会功能(团结、教育、规范),古代文献也有相关记载,如:“以嘉礼亲万民;以饮食之礼亲宗族兄弟;……以飧燕之礼亲四方宾客”(《周礼》);“故燕礼者,所以明君臣之义也,乡饮酒礼者,所以明长幼之序也”(《礼记》)。饮食礼俗则体现在礼制——等级——问安——招呼语这一层面上。

四、中华文化走向国际的策略

人类文化存在身份认同,即共性(普世);民族文化也存在特质,即个性(独创)。我们应该关注差异,但不能止于差异;应该展示文化,但不能止于符号。正如先贤之训所云:“梓匠轮舆,能与人规矩,不能使人巧。”(《孟子·尽心下》)“学问之事,可授受者规矩方圆,其不可授受者,心营意造。”(章学诚《文史通义·文理》)