

中国文化与世界

张英^①

文化符号

一、符号

中国“符号”
草莽语言，西学
至在草面，五洋
讲在文化，是正
痛恨。一。到世界

二、符号

文化符号
草莽至大至小
昔年与单。一。出
语言文化符号
而在此部。一。出

文化符号
语言文化符号
符号

文化符号
符号文化符号
符号文化符号

文化符号
符号文化符号
符号文化符号

文化符号
符号文化符号
符号文化符号

三、符号

文化符号
符号文化符号
符号文化符号

文化符号
符号文化符号
符号文化符号

文化符号
符号文化符号
符号文化符号

文化的核心
文化——
。到底是
向国际面

美国圣何
于全球化
背景下，汉
中人类身

其次，一定
的价值和

某些共通
性和时代

方文化乃
不同文化

文化的个
名片。

？不同的
目的与效

文化元素

(3) 文化之间的关联？
 (4) 要不要深入发展与文明的繁荣具有国家意义？
 (5) 依据国家发展战略(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语教学中简易地表达和传播？

我们以打招呼为困惑:
 中国友人:吃了
 留学生:(什么意思)
 中国友人:上哪
 留学生:(中国人)
 造成困惑的原因形式——句面意功能——打招呼习惯——日常留学生试着使用“吃了吗”到底应时间条件:必须在何处条件:必须在人际条件:必须是虚实条件:移动中

关于中国人为什么“民以食为天”上,到底关于饮食的地位之初,始诸饮食”(《礼规范),古代文献也有之礼亲四方宾客”(《礼也》)(《礼记》)。饮食

四、中华文化

人类文化存在本身应该关注差异,但不能“梓匠轮舆,能与人规其不可授受者,心营意

关联?我们怎样理解并分析文化之间的这种关联?

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意义?

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?语教学中简易地表达和传播?

是想请我吃饭吗?)

不知道该如何应对。

呀?

什么对别人的隐私感兴趣?)

困惑:不知道如何应对。

不具有实质性;

内容作为招呼语。

的尴尬——中国人吃惊:他怎么不时地冒出这么一句?

怎么教?怎么解释?首先我们要弄清楚“吃了吗”的使用条件:

吃饭时间前后的一段时间内相遇才用;

餐地点或家附近相遇才能使用;

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;

用;非移动中使用。

“吃了吗”做招呼语,我们的调查所得结果主要集中在穷、好吃和个更有道理呢?

多古代文献都有记载,如“国之大事,唯祀与戎”(《左传》);“夫礼

“民以食为天”(《汉书》)。而关于饮食的社会功能(团结、教育、

记载,如“以嘉礼亲万民;以饮食之礼亲宗族兄弟;……以飨燕

);“故燕礼者,所以明君臣之义也,乡饮酒礼者,所以明长幼之序

则体现在礼制——等级——问安——招呼语这一层面上。

走向国际的策略

同,即共性(普世);民族文化也存在特质,即个性(独创)。我们

于差异,应该展示文化,但不能止于符号。正如先贤之训所云:

不能使人巧。”(《孟子·尽心下》)“学问之事,可授受者规矩方圆,

”(章学诚《文史通义·文理》)