



— 北京日本学研究中心 —



日本学研 究

十六

學苑出版社



— 北京日本学研究中心 —

日本学 研究

學苑出版社

图书在版编目(CIP)数据

日本学研究/北京日本学研究中心编著. —北京:学苑出版社,2006.12

ISBN 7-5077-2792-0

I. 日… II. 北… III. 日本—研究—文集 IV. K313.07-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2006)第 153586 号

责任编辑: 郭 强

封面设计: 徐道会

出版发行: 学苑出版社

社 址: 北京市丰台区南方庄2号院1号楼 100079

网 址: www.book001.com

电子信箱: xueyuanyg@sina.com

xueyuan@public.bta.net.cn

销售电话: 010-67674055、67675512、67678944

印 刷 厂: 永清县印刷厂

开 本: 787×1092 开本 16

印 张: 32

字 数: 800千字

版 次: 2006年12月北京第1版

印 次: 2006年12月北京第1次印刷

印 数: 0001—2000册

定 价: 50.00元

主 编 徐一平 白水纪子

编委会委员 曹大峰 譙燕 郭连友 吴咏梅 张彦丽

伊藤德也

执行主编 譙 燕

まえがき

北京日本学研究中心より、『日本学研究』第16号をお届けします。本号は2005年10月14-15日に行われた北京日本学研究中心設立20周年記念国際シンポジウムの特集号です。

「＜日本的＞の現在」と題した当シンポジウムの趣旨は、既存の先入観や学問的枠組みに縛られることなく、日本社会と文化に関する研究の現状と動向を、外部から見直すということでした。「＜日本的＞の現在」という表現をテーマに使ったのも、従来の枠組みにとらわれない斬新な視点をなんとか打ち出したかったからにほかなりません。本センター中国人スタッフがコーディネーターとなり、日本人やアメリカ人の専門家をパネラーに迎えたパネルディスカッション「ジブリアニメの力」は、以上のような当シンポジウムの趣旨を如実に示すものだったと言えるでしょう。シンポジウムでは、認知言語学や、社会格差を主題とする専門性の高いワークショップが参加者の高い評価を得ました。言語、文化、社会それぞれの分科会では、多彩なテーマの発表がなされました。そんなシンポジウムの充実した内容の一端を少しでもお伝えできれば幸いです。

本号は、他に一般投稿論文の力作も掲載しています。特集と合わせて、忌憚のない批判、あるいは意見・感想をどうぞお寄せください。

北京日本学研究中心
編集委員会

目 次

中日文化比較之我見——传统与现代	刘德有	1
------------------	-----	---

パネルディスカッション「ジブリアニメの力」

趣旨		12
ジブリアニメと2005年の日本	秦 剛	13
ジブリ映画——媒体としての宮沢賢治	米村みゆき	18
欧米のファンたちが見たジブリアニメの魅力	スーザン・J・ネイピア	24
複数の軸から見る宮崎駿のアニメとその共同体想像	王衆一	28
ディスカッション・ジブリアニメの力		
司会：秦剛 パネリスト：米村みゆき、スーザン・J・ネイピア、王衆一		35

日本語学・日本語教育学分科会

特別講演

認知言語学と日本語教育	池上嘉彦	45
-------------	------	----

ワークショップ

指示詞の中日英対照：空間・対象・相手認識の差	新村朋美	54
中日両言語における形容詞一語文対照研究の再検討	徐一平	63
時間副詞やテンスに関する中日対照	潘 鈞	72
日英対照に見られる日本語話者の時間意識	小澤伊久美	80
日本語文法教育の課題—聞き手認知と終助詞を中心に		
	近藤安月子 守屋三千代	91
川端康成『雪国』の三人称視点とその認知表現について	熊倉千之	106
翻訳に見る日中両言語の事態認識の差異	盛文忠	114

分科会発表

東アジア言語ネットワークの構築を提言する	韓有錫	124
中国における非母語話者日本語教師教育の質的变化		
—「大平学校」と北京日本学研究センター(2)—		
	篠崎摂子 曹大峰	134
文明本『節用集』の入声字の呉音と漢音 —母音を中心に—	侯 銳	142
中国語母語話者に対する「敬語表現」指導についての一考察		
—行動展開表現を中心に—	高澤信子	154
いわゆる連用から連体への転換について		
——「Nに対して…」から「Nに対するN」へを中心に——		
	馬小兵	165
対日漢双重主语句两个主语间意义关系的考察	朱鹏霄	173
日中拟声词的形态比较	庞 焱	178
关于日本对外日语教学语法系统的一个考察		
—以『みんなの日本語』的动词活用表为中心—	彭 广陆	184
导入听解策略训练的日语专业3年级听力课教学尝试	尹 松	194

日本文学・日本文化分科会

特別講演

靖国問題と歴史認識	西田毅	203
-----------	-----	-----

分科会発表

須磨・明石巻における光源氏と明石君の物語		
—「山がつ」をてがかりに—	於国瑛	216
简评复刊《中国文学》	熊文莉	228
「文化」と現代日本の自己認識	張彦麗	237
日本经验与中国式维新：改良派对日本崛起的认识和借鉴	张广生	245
異なった見地からのアプローチを参考に		
—日本中世文化構築における禅僧をめぐる研究について—	韋立新	251
甲午战争前后的中日经济关系概述	黄荣光	257
平安時代の天皇家の名前から見る皇統意識	潘 蕾	268
日本庭園の「縮景」に関する研究——「憧れ」の西湖景観を中心として		
	李 偉	278

日本社会・日本経済分科会

ワークショップ

居民收入分配之中日比较——人均 GDP 一千至三千美元时期的问题探究	丁红卫	294
------------------------------------	-----	-----

分科会発表

日本アパレル上位企業の市場支配	康上賢淑	309
日本コンテンツの表現手法の特徴		
——日本のお笑いテレビコマーシャルを例にして——	吴咏梅	322
当今日本の政治生態	邵建国	336
企業の高齢者雇用に関する一考察	王 娟	341
关于日资企业员工流动问题的调查研究	金 山 吕百灵	354

一般投稿

社会主義用語の形成に見られる特徴—語構成と語誌記述の視点から—	朱京偉	360
关于汉日文本关键词提取方法的评述	施建军	374
汉日重叠式副词的对比研究	譙 燕	384
ACG 文化における翻訳不可能と生産性	蒋 葳	396
夏目漱石の「草枕」における漢詩の受容		
——その小説方法への投影をめぐって	周晨亮	409
「やみ夜」の本文生成にはらむ創作上の諸問題	何涪嘉	424
空海学术中的曼荼罗思想	王一鸣	442
在日新華僑によるIT 事業の展開とそのビジネスモデル		
——生産性と顧客の視点から——	潘若衛	451
试论日本民族起源和中国江南通道	胡 積	466
名古屋 YWCA の発展についての序論的考察	文 俊	477
テーマの相違から見る民俗性		
——「斑竹姑娘」(チベット族民話) と「竹取物語」(日本民話) の比較	王景杰	486
「日本学研究」投稿規定		496
「日本学研究」執筆要領		497
英文目次		499

中日文化比较之我见 ——传统与现代

中国对外文化交流协会常务副会长 刘德有
中华人民共和国文化部原副部长

要旨 21世紀は、一段とスピードアップされたITとデジタルの時代であり、人類の生活様式の大きな変化に伴って、必然的に人々の物の考え方や行動様式にも変化が見られるようになっている。特に、経済の急速な発展とグローバル化、イノベーションおよび世界的なマルチメディア化が進んでいる今日、国際文化交流は文字通りグローバルな規模で行なわれ、その形態はいっそう多様化している。その結果、国と国のつながりや文化的背景の異なる民族間の文化交流の度合いはこれまでのいかなる時代よりもはるかに大きくなった。

中日両国が良き友人として歩み寄り、相互理解を深める上で、文化の果たすべき役割は大きい。表面的な理解ではなく、真の交流に必要なものはなにか？そして、その鍵はなにか？

同じ東洋の国である中国と日本には共通するものがある反面、異なる面も多い。真の文化交流には、異文化間における同一性と相違性の相互作用と相互補完のはたらきを正しく理解することが必要であり、そうした理解に求められるのは、客観的な「科学的」態度で相手を見つめようとする姿勢である。文化の重要性が増す今日、こうした姿勢こそが多角的な真の文化交流を促進させる鍵なのである。

日本問題に取り組む時、日本人の外部的行為についての研究はもちろん重要であるが、それよりもっと重要なのはその行為のなかに深く潜んでいる思考方法を分析し、その行動の拠って来たところの思考のパターンを知ることであろう。一口で言えば、このようなパターンを生み出す文化的根源を研究することが重要であると思う。

今年是北京日语教师培训班（即大平学校）成立 25 周年，也是它的延伸——北京日本学研究中心成立 20 周年。20 多年来，在中日双方密切合作下，日研中心在教育、培养高水平专门人才，在学术科研、文化交流以及图书信息等方面都做出了有目共睹的成绩，为建立具有中国特色的日本学研究，为进一步促进中国国内、中日两国以及中国和世界各地的日本学之间的合作与交流做出了可贵的贡献。对此，我由衷地感到高兴，并表示热烈祝贺。我十分荣幸并感谢主办者给我在这个具有纪念意义的讲坛上发言的机会。

我今天发言的题目是《中日文化比较之我见——传统与现代》。

21 世纪是一个更为快捷的信息化和数字化时代。由于人类生活方式所发生的重大变化，必然会带来思维方式和行为模式的改变。特别是经济的高速发展，经济全球化、信息技术革命和世界性多媒体结构使国际间的文化交流的扩展具有全球性，而且推动国际文化交流的形式更加多样化。这就使国家间的联系以及不同文化背景的各民族文化间的交流，大大超过了任何一个时代。

仅从我长期从事的中日文化交流来看，这几年中国和日本都出现了许多新现象。这些新现象，从某种意义上说“脱离”了人们原有的观念，带上了“非古典”、“非传统”的色彩。

我们以进入中国社会的日本文化产品为例，动漫和漫画显得最为突出。

现在打开中国的电视机，动画片时段几乎完全是日本和美国动画片的天下（日本占 60%，美国占 29%），而中国内地和港台原创动漫的比例只有 11%。我们知道，动漫的基础是漫画。日本的漫画，在中国也有很大的市场。

最近，我在《朝日新闻》上看到该社记者真锅弘树和菅野俊秀撰写的一篇报道，它是这样描写的：

“上海市的沈庆（45 岁）正苦恼于怎样使自己 15 岁的女儿能对（学校的）功课和中国文学产生兴趣。因为，女儿热衷于日本的漫画和动漫。满屋子贴的都是宣传广告。”

“这位沈先生供职的管理处，位于一条商业街——‘上海都市风情街’。这条街上，有 11 家商店出售日本的漫画和服装。每月的销售额达 30 万元”。“其中一家店铺叫‘前春’，铺面不到十平米，译成中文的日本漫画堆到了天棚上。店主徐虹梅（25 岁）说，她是通过漫画了解日本的。很多顾客跟我一样，是看日本漫画长大的 20 岁到 30 几岁的一代人。”

我最近还发现了一个耐人寻味的现象：今年 4 月我国部分地区出现了涉日的游行示威，但尽管如此，一些中国青少年喜爱日本动漫和漫画这一趋势并没有因此而受到根本性的影响。这位徐虹梅就曾签名反对日本人常，她的一些喜欢日本漫画的朋友也参加了游行。但她说：“游行，也不是反对日本的一切。我并不只看到日本坏的一面，也看到它的好的一面。”

最近几年，在北京等地曾多次举办过日本的连环漫画（ストーリー漫画）展，受到中国少年儿童乃至成年人的超乎想象地热烈欢迎。人们过去认为，连环漫画不过是孩子们的消遣性读物，但现在似乎应当改变这一传统观念。日本的情况也是如此。女漫画家里中满智子说的一番话很值得玩味。她说：“在日本，人们已经改变了过去那种对连环漫画所持的偏见。过去，老一辈的日本人是通过‘文字’——即看书来了解中国的。但如今许多日本年轻人，先看连环漫画《三国演义》，对中国产生亲切感，然后进一步想了解中国，想去中国访问。访问中国后，他们再回过头来阅读原版的《三国演义》。从这个意义上说，漫画是年轻人的文化。只要是健康的故事性强的连环漫画，应该加强相互间的交流。”当然，我们还注意到日本有极少数人利用漫画破坏和毒害中日关系，这是需要我们十分警惕的。

说到中国的动画片，确实也曾有过辉煌的历史。上世纪 60 年代的《大闹天宫》以及《哪吒闹海》等，均在上世纪 60 年代占有一席之地。最近则有《蓝猫淘气 3000 问》让人们记忆犹新。然而，我们总不能长期在《孙悟空》和《哪吒》上停滞不前。仅管我国政府对发展本土动漫产业给予了大力扶持，多年来我们也生产出不少脍炙人口的优秀的原创动画片；但是，应当如实地承认我们还没有创造出更多具有生命力和巨大影响力的动漫形象（キャラクター）。

日本动漫的迅速崛起，是进入上世纪 80 年代以后。大家熟悉的日本动画大师宫崎骏摄制的《千与千寻（千と千尋の神隠し）》，可谓是新世纪初获得最大成功的动画片。它在第 52 届柏林电影节上首次以动画片的形式摘取金熊奖；2003 年的奥斯卡最佳长篇动画片奖也被它捧回。2001 年日本电影录影带和光盘的年收入为 780 亿日元，而《千与千寻》一部片子就创下了 304 亿日元的年收入记录。

日本动画片成功的秘诀和最大的特点是什么？除了文化经营意识强，日本政府把动画片作为一种独立的文化形式和重要的出口产业加以培育以及注意培养人才外，最重要的是有“创意”。可以说，这种“创意”，首先表现在创造出了许许多多个性化很强、观众喜爱的动漫形象（キャラクター），其次是创造了极具夸张、充满喜剧效果，要么稀奇古怪，要么充满神秘色彩的故事情节，在内容上，更多地探讨了人与自然的互动关系，做到了触及人的心灵。然后又围绕着这一批具有极大号召力的动漫形象（キャラクター），开发出各种令人爱不释手的衍生商品（キャラクター・グッズ），从而使“投入和产出”产生了良性循环。

相比之下，中国的动漫和漫画产业尚有很大的改进余地和发展空间。中国有着悠久的历史和丰富的文化资源。文学、戏曲、民俗、民乐、绘画、服装、建筑等等传统和现代的文化内涵是我们动漫创作的富矿，为我们提供了广阔的选材空间。怎样来开采这一富矿？关键在于观念的更新。民族的内容是否就一定要用传统的形式表现？现在有很多原创的叙述理念还不够合理，我们的编剧总是觉得一切传统文化都要用“传统”的形式表达。问题是怎样使民族的内容国际化，并朝这一方向整合资源？如果能解决好这一课题，就能开辟更广阔的市场，争取更多的消费人群。

传统文化加上动漫载体，就是一种新艺术模式的尝试。90 年代初，台湾省的漫画家郑问在讲谈社《早晨（モーニング）》漫画杂志上发表了连环漫画《东周英雄传》。他一反过去日本那种注重钢笔线条的传统画法，使用毛笔将中国的水墨画笔法和意境引入漫画创作，在水墨画这一传统形式上找到了一种新的附加价值，从而获得了巨大成功。我们还注意到，日本和美国已经或正在运用《西游记》、《花木兰》、《三国演义》等中国传统文化资源，制作动漫片或系列游戏。其次，我认为要发展动漫，还要使国产动漫片努力做到“寓教于乐”，而不要说教意味太浓，这也是一个课题。当然，要繁荣中国自己的动漫产业，大力培养相关人才也是很重要的，尤其是要培养有创意的造型人才。其实，中国并不缺乏人才。像《樱桃小丸子》《蜡笔小新》这些耳熟能详的日本动漫，其底稿都出自于中国动画漫画人的手笔。中国的原创动漫片所缺少的，恰恰是创意，是想象力和个性。

上面谈到，民族文化的有些内容只有赋予多媒体、多视角特色，才容易被当代

人所接受。如果仅仅强调其根源性和本色，则很难进入今天的市场。这一点，通过大家所熟悉的中国“女子十二乐坊”的巨大成功，得到了有力地证实。“女子十二乐坊”是一支成立于2001年6月、由13名平均年龄不到24岁的靓丽女孩组成的中国民乐团体。她们曾在国内寂寂无名，一直处于游离状态，但经过成功包装后在日本一举成为家喻户晓的明星。她们正是以古典中融入拉丁、爵士和摇滚的流行乐队的姿态，性感着装、站立表演，激情四溢的奔放演出代替了正襟危坐、含蓄内敛的传统演奏，在日本红得一发不可收拾。这支乐队在日本一亮相就征服了疯狂的日本乐迷，不仅演出爆棚，唱片发行更是创造了乐坛新奇迹。第一张专辑《美丽能量》早已突破200万张，连获20个金奖和10个白金奖；第二张专辑《奇迹》在数周内就售出170万张，高踞排行榜榜首。今年1月26日，亚洲第三张专辑《敦煌》在日本首发，当日销量就突破了10万。

女子十二乐坊为什么能获得如此巨大成功？有人说，是由于中国民族音乐的精深博大，是由于“乐坊”这一唐宫专用的称呼刚好契合了日本人的中国文化情结，等等。但是，在女子十二乐坊登陆日本以前，就曾有许多有名的中国演奏家试图传达中国民乐的博大精深，可是日本的文化市场未必就需要这样的“博大精深”，它需要的，毋宁说是一种可以令人愉悦的音乐商品。当然，女子十二乐坊成功的基点来自于两个决定性因素，即丰厚的民族器乐资源和高水平的乐手们。一切后续的操作和包装如果离开了这个基点，也许最终都是徒劳的。关于这一点，女子十二乐坊的掌门人王晓京曾说：“靓丽却不是花瓶，民族却不失时尚，激情却不失魅力，外向却不忘本土”。

然而，对于女子十二乐坊现在国内外褒贬不一。在日本，年岁大的一些人未必都欣赏。早稻田大学名誉教授长谷川良一先生曾撰文说：“最近在日本，中国的女子十二乐坊等演奏的中国民族器乐在年轻人中间似乎很受欢迎。但是她们演奏的曲子，对于我们这些老年人来说，感到远不如中国的古典乐曲精彩。希望对中国民族器乐开始感到亲近的（日本的）年轻人也能发现（中国）古典乐曲的美妙。”尽管如此，中国女子十二乐坊的成功却给人们以启示：即创意是多么的重要。是创意而不是别的，拉近了传统审美和现代审美的距离。

当前，世界文化潮流走向后现代、一些艺术品的生命延伸还须借助于其自身的商业价值，文化艺术领域中出现的许多新现象都在逼迫我们重新去思考和审视原有概念的合理性。面对这样一种新形势，各国都在认真地思考如何来对应。几年前，我去伦敦出席中英论坛时，英国的文化艺术界强调“创意产业（Creative Industry）”。当时我对这一概念是陌生的。后来，才知道“创意产业”是英国政府于1997年率先提出的一个新概念。它是世界进入以高新技术为基础的知识经济时代所形成的一个崭新的产业，特别崇尚个人创造力和创新理念，并强调文化艺术对经济发展的贡献和作用。人们看到，“创意”是无穷的，“创意”就是财富，“创意”可以创造出巨大的价值。当时在论坛上的讨论中，我们与之相对应的，是我国的文化产业。当然，“创意产业”和“文化产业”是两个概念，但它们之间又有着联系，而且“文化产业”应该是“创意产业”的核心。稍后一个时期，我还发现日本开始使用一个

全新的概念——“内容产业（コンテンツ・ビジネス）”。这一称谓是“和制英语”，它的内容包括电影、动画、动漫游戏、音乐、出版等等，但它不仅仅是指这些产业本身，它们还必须包括附加价值。人们的传统观念是“只要是生产出产品来，就不愁卖不出去”，但那样的时代已经成为过去。现在，生产出来的产品必须要有新点子（アイデア）。这新点子就是“附加价值”。如果没有这样的“附加价值”，产品就销售不出去。“コンテンツ・ビジネス”这一新词，便由此应运而生。

国外的“创意产业”和“内容产业（コンテンツ・ビジネス）”的迅猛发展，已经引起我国的重视，有关部门和机构正在对此进行积极研究。因为人们看到，在全球化趋势不断加强、国际竞争日趋激烈的今天，“创意产业”和“内容产业”的发展规模和程度，已经成为衡量一个国家包括文化在内的综合竞争力高低的重要标志之一。

在新形势下，我们的对外文化交流观念也要与时俱进，有所变化。随着中国加入世贸组织、文化产业和文化市场在世界范围的发展，对外文化工作的经济功能日益凸现，文化外贸在对外文化交流中的地位越来越突出。今后，在国际文化市场的激烈竞争中，我们要努力赢得主动，既要善于“引进”，又要善于“走出去”，文化交流既要包括传统文化，更要包括现代文化。21 世纪的中国文化将面向世界，更加开放，一方面以博大胸怀，广收博采，兼容并蓄，存异致和，学习、借鉴、吸收人类创造的一切优秀成果，另一方面反对偏见、歧视、颓废和愚昧迷信以及一切不利于民族进步和人类文明发展的腐朽落后的东西。

进入 21 世纪，文化在国际关系中的作用愈显重要，从而使各国间的文化交流与合作也更显迫切。因为不同文化的沟通有助于消除民族隔阂与偏见，促进国家间政治、经济关系的发展。我们希望中日两国大力开展文化交流，其理由也在于此。

文化交流，是心灵的沟通。大家都有一种感觉：中日两国在文化上有许多相同或相似的地方。因此，东西方之间难以沟通的事，中国和日本之间容易沟通。例如，李白有一首诗《山中与幽人对酌》，脍炙人口：“两人对酌山花开，一杯一杯复一杯。我醉欲眠卿且去，明朝有意抱琴来。”对于“幽人”一词，无论是中国人还是日本人，只要是有一定的文化修养，都知道是指躲避尘世、住在深山老林的隐士。但是，西方人就未必懂得。向西方人说明了半天，有个想象力丰富的人说：“哦！我明白了。那是无家可归的人（homeless）或失业者。”其次，“一杯一杯复一杯”，中国人和日本人都会理解为手里拿的是酒盅。但一般的西方人就会理解为拿着像喝啤酒那样的大口杯，一杯一杯地喝。其他例子就不必多举了。

这说明中日之间有很多彼此容易理解的一面。然而，我们要如实地承认中日两国由于文化背景的不同，也存在着难以理解的另一面。

试举一例，从反映民族感情和心理状态的文学作品——俳句来看，我们也能看出两国文化的“相同”和“差异”。

俳句，是日本传统文学的一种形式，它是世界上最短的格律诗，类似中国的小令，其特点是以三行 17 音（5・7・5）写出瞬间的感受和抒发情怀。由于俳句尚凝练，无背景，多省略，中国人要真正理解它是不容易的。

试举一例：

易水にねぶか流がるる寒さかな

青葱漂流去，易水今犹寒。（林林译）

这是著名俳人芜村（1716—1783）的名句，是芜村以他所具有的中国诗文的教养为背景写出的想像之作。根据《史记》记载，燕国太子丹忍受不了秦始皇的欺侮，派荆轲去刺杀他。荆轲从易水河畔临出发时，唱道：“风萧萧兮易水寒，壮士一去兮不复还。”大家知道，易水在中国河北省，凡是有汉文教养的日本人，读了芜村的这首俳句，一定会在脑海中浮现出这样的景象：

因“风萧萧兮易水寒”的名句而闻名遐尔的易水，今天又是一个寒风刺骨的天气。猛然一看，不知是谁从上流丢弃的一棵大葱，漂在河面，顺流而下。大葱根部刺眼的白色，使人更加感到寒冷。

然而，中国读者读了芜村的这首俳句是否会像日本人一样去感受，我是怀疑的。林林先生在论及这首俳句时就说过：“作者用叶绿根白的葱的漂流去，来衬托易水寒，不大好理解。”

当然，中国的北方，一到冬季，新下来的大葱在早市上堆积如山，形成冬天的一景。但是，如同上述，中国人从大葱白色的茎部感受到的季节感绝不像日本人那样寒冷，因此，从上流漂下来的大葱与易水寒之间有什么内在联系，中国是难以理解的。我认为，这就是文化差异带来的困难。

由此可见，要加强相互理解，就要特别重视不同的文化背景。只有这样，才能真正做到知己知彼。也许大家已经注意到，中国影片在日本上映时，常常改动片名。如《那山、那人、那狗》。这部影片描写的是山村的邮递员。中国观众从《那山、那人、那狗》这一富有文学味的片名，可以联想很多情景。但是，如果在日本上映时直译为「あの山、あの人、あの犬」，观众会不知所云。因此，日本没有直译，而译为「山の郵便配達」，从而取得了很大成功。同样的，日本影片在中国放映时也有这样的情况。例如曾在中国轰动一时的《追捕》，它的原名是「君よ 憤怒の河を渉れ」。倘若译作《你要渡过愤怒之河》，就不如《追捕》响亮。

有的电视广告在制作时，也考虑了文化的差异。例如，“雀巢”牌速溶咖啡就是一例。我注意到，在日本的广告词是「コーヒー飲みのコーヒー「ネスカフェ」」。为什么要强调「コーヒー飲みのコーヒー」？因为日本人普及喝咖啡的历史相对地长，而且有很多人是喝咖啡的“通”。对于“通”来说，他们喜欢的是把咖啡豆炒后磨出来的那种喷香的咖啡，而对速溶咖啡是不屑一顾的。因此，必须强调“咖啡‘通’喝的咖啡（コーヒー飲みのコーヒー）”。中国则不然。在中国要强调味道好。因此，中国的广告词是“雀巢咖啡，味道好极了！”如果不考虑文化背景，也像日本一样强调“咖啡‘通’喝的咖啡”，那就会“效果减半”。

谈到文化差异和中日文化比较时，人们常常提到日本人的“暧昧”。

关于“日本人暧昧”说，给我们提出了一个问题，就是日本人是否真的暧昧？

国际上在相当一部分人中间一直流行着一种说法：“日本人暧昧”。这种说法似乎已成定论，甚至连日本人自己也这样说。不少日本和国外的学者还举例指出，日

本人讲话就喜欢暧昧，并认为日语本身也是一种暧昧模糊、逻辑性不强的语言。乍一听，似乎很有道理，但实际情况又如何呢？在考察日本人的文化心理时，我认为这个问题很值得探讨。

日本人讲话，一般说来喜欢暧昧、模糊、含蓄、委婉，这是事实。然而，实际情况是，日本人并不总是暧昧的。曾经在东京做过常驻记者的中国国际广播电台的李顺然先生在《日本 第三次开国》一书中写道：“日语果真是那样的暧昧吗？的确，日语有暧昧的一面，而这一点有时也很方便。甚至还能使人感到有一种感情色彩的东西。但是，这决不是说不能把日语写得明了和严谨。我到东京工作后，多次遇到这样的情况。例如，到东京后首先等待我的是，住公寓要签合同。那份合同所使用的日语非常明确和严谨。也许在房东看来，这合同还不够明确和严谨，过了两年后在更新合同时，又作了几处改动。我恍然大悟，只要你想把话说得明了、严谨，日语也是完全可以做到的。”

应当说明，语言文字的暧昧、模糊、含蓄，甚至朦胧，决不是日本独有和固有的。我们注意到，一些日本和国外的学者特别强调日本的这种暧昧性、模糊性和不合逻辑性，似乎这是日本文化的特殊性。其实，这种现象在中国人和其他外国人的语言生活中也随处可见。最明显的例子，就是外交上双边和多边发表的“外交文件”，有关各方都能按自己的需要把模棱两可的话做有利于自己的解释。只不过日本在这一方面更突出一些，构成了日本人的语言生活乃至日本文学的一个特点罢了。而这种语言习惯已深深地扎根于民族的心灵深处，是不容易改变的。

尽管如此，现在有两种情况正在迫使日本人在一定的场合改变着语言习惯。一，随着科学的进步，信息的大量增加，生活节奏的加快，要求人们高效率，少说废话，把必要的信息用最明确的语言，以最简洁，最直截了当的形式提供出来，而不要拐弯抹角，含糊其词。二，随着国际化，日本人在国际舞台上发言的机会增多。“心照不宣”、“暧昧模糊”等手法，尽管今后在外交上仍将继续使用，但在国际事务中不明确表示“yes”或“no”的那种“八面玲珑”的做法，显然越来越行不通了。

然而，我们发现有一个非常值得注意的现象，那就是日本政界有那么一些人在政治活动和国际交往中，特别喜欢用暧昧、模糊的语言，以回避矛盾或不敢接触问题的实质。应该说，这里的暧昧、模糊是“虚像”，而在“虚像”的背后，常常掩盖着“实像”。日本著名诗人、评论家大冈信在1955年日本国会通过一项对于历史责任措辞暧昧的决议后，在《朝日新闻》上曾撰文指出：“日语决不暧昧。但是，这一决议却有意识地暧昧地使用日语。很显然，（决议的）文字就是为了达到模糊责任的目的。”“日本应当明确地承认过去做过的事。应当用明确的语言加以表述。不这样做的后果是，对外对内不知带来多大的负面影响。特别是会严重地影响对下一代的历史认识教育。对于这一点，应当负责地加以考虑。”

其次，我们说到日本文化的特点，还可以举出日本人在传统文化艺术中崇尚“物哀”（もののあわれ）以及“闲寂”（わび）、“枯淡”（さび）的审美境界。这些都似乎与中国的审美观不同。然而，果真如此吗？

以前，我在《日语知识》杂志上读到西安第四军医大学的侯仁锋同志写的文章。

他说他发现日本人对唐代诗人张继的那首《枫桥夜泊》——“月落乌啼霜满天，江枫渔火对愁眠。姑苏城外寒山寺，夜半钟声到客船。”特别情有独钟：每年到了除夕夜有那么多人到寒山寺来听“夜半钟声”。为什么呢？就是因为诗人在诗中描写他名落孙山、触景生情的失落感及其情趣意境，恰好与日本文学的精髓、日本人的艺术审美观——“物哀，闲寂、枯淡”一脉相通的缘故。

下面，我想着重谈谈“闲寂”和“枯淡”。

“闲寂”和“枯淡”是日本传统艺术——茶道和俳句所追求的最高的审美境界。两者在其根底都带有一种寂寥感。它们的共同点是，以简洁为上乘，厌恶华美。“闲寂”表示清静、安闲的情趣，而“枯淡”则是指寂寥、淡雅的氛围。

“わび”和“さび”这一美学理念，通常被认为“只能意会，不能言表”。汉语把“わび”、“さび”、有的译作“闲寂”、“枯淡”，但均未能充分表达其意。然而，茶道里千家的前掌门人千玄室先生在《茶之心》一书中却做了辩证的阐述。他说：人们往往容易把“わび”理解为一种“静寂”的境界，其实不然。这一点，有藤原家隆（1158—1237）的“和歌”为证：

花をのみ待つらむ人に山里の
雪間の草の春を見せばや

何须只盼鲜花开。
君不见
山野白雪间，
绿草萌动报春来？！（大意）

据说，茶道里千家的创始人——千利休（1520—1590）非常喜爱这首和歌。千玄室先生根据《南方录》，对这首和歌做了诠释。他说，这首和歌的意境就是“わび”的心境。千利休从雪盖大地、春草萌动之中，发现了“わび”的“动”的一面。“わび”不仅具有寂静、空无，或阴暗的一面，它同时具有跃动的、阳性的一面，具有丰富而活跃的生命力。他认为，这最好地表达了日本人的气质，也是容易被外国人所理解的。因此，“わび”才被视为茶道的最重要的精神。

我认为，对日本的美学理念——“わび”做了如此全面而又辩证地阐述的，千玄室先生当属第一次。

据我的理解，日本茶道美——“わび”，是在否定了世俗的那种普通意义的美——富贵、华美、艳丽，繁琐、匀称、典雅等之后而产生的禅所说的“无一物”的美。日本茶道体现的“わび——闲寂”、“さび——枯淡”这种“尚朴”精神，虽然是日本独特的美学意识，但它们与中国的一些理念也有相通之处，因此，日本茶道是可以被中国人所理解和接受的。说到“尚朴”，以我之见，它在很大程度上受了中国的易、孔、老、庄、禅特别是禅的影响。中国唐宋时代水墨山水花鸟画以及清淡山水田园诗兴起以后，素朴恬淡的风格占了主流。是否可以说，《易经》开其源，孔、老、庄畅其流，禅宗助其势。这一切，对日本人形成崇尚“闲寂”、“枯淡”

的审美观，无疑起了很大的作用。

综上所述，“物哀”、“闲寂”和“枯淡”等，并不一定就是日本独有的。我注意到，清朝乾隆年间的诗坛领袖沈德潜总结的古诗审美传统之一，就是“古澹”，即“古淡”。人，作为一定时空的存在物，对时空产生的感受、情绪、意境等等，乃是人类的一种普遍现象。中国只是没有把这些作为专门的一个“范畴”，使其体系化，也没有像日本那样刻意提升出来作为“文学的美的理念”而已。

我认为，一方面，“物哀”、“闲寂”、“枯淡”等确实是日本人的传统的美学意识，但是另一方面又不能把它们绝对化。它们既是日本的，又跟中国人某些生活情感、情趣和文学欣赏习惯有相通、相似之处，甚至有相同之处。

我国有的学者指出，现在研究日本的国民性往往存在着一种倾向，就是强调日本民族的特殊性，而且褒多于贬。他又说：“由于先入为主，带着有色眼镜观察，视角又很受限制，因而此类研究往往充满着主观随意性。如，有的说日本人重现世利益，而不太回顾过去，并以此作为日本为什么迄今不能正确认识侵略亚洲各国的行为的理由。其实，这不过是一种托词。世界上没有哪一个民族不重视历史。”

再比如，国内有的学者在分析日本战后之所以能够在经济上腾飞，原因之一是存在着民族危机感，而这种危机感，由来自于日本的多自然灾害，等等。这种论断，我认为也是不那么科学的。中国各地的自然灾害频仍，是任人皆知的。不能说中国自然灾害多，而中国人却缺乏危机感。分析问题，绝不能随心所欲，主观臆断。

我们注意到日本政府首脑在参拜靖国神社时，也搬出了“日本文化特殊”论，曰：“依照日本人的国民感情”，“不管善人恶人，死了都变佛。而甲级战犯已被处以死刑，他们今世已经受了刑”，因此，“成佛”无疑。但是，这种“特殊”的日本文化论是不能自圆其说的。

我认为，身为一国的政要去参拜靖国神社，绝不是能用“文化习俗的差异”和“生死观不同”所能解释和搪塞得了的，同时这也决不能等同于普通老百姓的一般行为，而是不折不扣的政治行动，是事关日本政府如何看待日本的侵略历史和二战战犯的重大原则问题，它关乎中日两国间建立相互信赖关系的基础。

“日本文化特殊”论的种种表现，说到底，是由于日本在战后没有彻底总结和清算过去的侵略历史。二战结束以后，虽然以东条英机为首的甲级战犯被处以极刑，但对日本发动侵略战争负有不可推卸责任的一大批军国主义骨干受到了美国战后冷战政策的保护。因此，什么是正义战争，什么是非正义战争，这个问题在日本至今未得到彻底解决。那种企图重温旧梦的思想温床并没有从根本上铲除。再加上，20世纪90年代初泡沫经济破灭后，日本政局一直动荡，经济长期低迷，从而加速了右翼思潮在日本社会的弥漫。这个问题之所以拖了一条很长的尾巴，一句话，是有其深层次的政治、经济、思想、文化和社会背景的。

对待那段不幸的历史和对待中日关系的正确态度是什么？不言而喻，是：“前事不忘，后事之师”，“以史为鉴，面向未来”。

关于这一点，哈佛大学教授入江昭曾经在《外交论坛》发表的题为《文化与外交》的文章说：“在日中关系上，所谓历史认识问题经常表面化。日本有些人把这个