本版编辑：沈　辉
E-mail：m4@studytimes.cn
Tel：010—62806418

楼宇烈谈文化自信

被誉为国学泰斗的楼宇烈，一直在倡导文化自信。楼宇烈认为，要达到文化自信，必须先对传统文化有所了解。现实生活中，国人对于传统文化的了解是有所缺失的，一些领域的文化传承甚至出现了断裂。

□李海峰

楼宇烈先生是位慈祥睿智的国学大师，儒道释三家皆有涉猎，担任北京大学哲学系教授、国学院导师、宗教研究院名誉院长。笔者曾经有幸师从先生，受先生人格魅力之感召熏陶，故代为整理先生所倡，继先生之志，以期传承和唤起国人之文化自信。

文化自信缺乏的原因

中国是一个以文化来立国的国家，是一个文化氛围浓厚的国家。是什么样的原因，导致我们对自己的文化认知产生了误区？楼先生认为从晚清时期开始，中国人对传统文化一直存在着误读，因为近代中国一直处于被动挨打、乃至丧权辱国的境地，一般国民都丧失了文化的自信心，反省批判中国传统文化，尤其是把儒家的主体文化礼教说成是吃人的礼教；另外，传统文化流传既久，真意渐失，也确实存在着各种各样的问题。因此，人们丧失了对中国文化的自信。事实上，中国的礼教对于维持社会稳定非常有意义。当一个民族有良好习俗的时候，法律就是简单的。

楼先生认为，许多人把文化看作是一个历史进展的过程，注重文化的历史性，认为不同的历史时期产生的文化是递进的，后一个时期产生的文化，一定比前一个时期的文化先进。因此，总觉得西方工业文明产生的文化一定比农业文明的文化进步。中国的文化，恰恰是农业文明时期为主产生的文化。到了近代，世界迈入工业文明时代，农业文明的落后性就凸现出来了。我们要赶上世界的潮流，要与世界同步，势必要批判传统的农业文明。

他指出，文化不仅是时代性的，更是超越时代的，并不是说农耕文化只适于农业社会，而应该看到文化的传承性。不同的文化具有不同的类型和特色，而这种差异性，恰恰是世界文化发展的重要动力。如果文化都一样，那就无法彼此相互推动发展了。

文化自信的内涵

“越是民族的，越是世界的”。我觉得这个口号非常重要。楼先生认为文化自信是对于中国传统文化的特质有信心，认可其独到的人文价值，可以让世界共享，为人类文明和谐共存提供思路。人文就是不以武力，而以一种文明的办法，以诗书礼乐来教化人民，由此建立起一个人伦有序的理想的文明社会。

楼先生常常讲，中国文化是一种知恩报本的文化。中国古代最崇敬“天地君亲师”，“天地”是万物的生命之源，“亲”是个体生命的来源，代表的是某一类的祖先，而“君”（国）和“师”是教化的根源。中国传统的祭祀是对于万物之本、生命之本、教化之本的感恩与尊敬，内含着一种敬畏与神圣的情感。

中国文化强调人的道德的自我提升和完善。人在天地万物中是最有主动性和能动性的，那么人自身的提升就是最根本的。所以，明道正谊、节制物欲、完善自我人格的观念深入人心。“观乎天文，以察时变”，通过对天文刚柔交替的观察，来发现万事万物的次序变化。“观乎人文，以化成天下”，人文化成是中国文化中最核心、最根本的内容。人文化成，即通过礼乐教育来改变人性，形成整体和谐的社会环境。

中国人不仅通过礼乐教化建立和谐的人际关系，也非常重视建立和谐的人与自然的关系，即天人合一。其中包含着更深层的意义，人只是天地万物中的一部分，部分不能离开整体，人应该不断向天地万物学习，顺从自然的发展，而不仅是让天地万物来顺从人的意愿。中国文化归根到底，就是尊重天地万物，又要保持人的主体性、独立性、能动性。

中国的现代化一定要建立在自己传统文化的土壤上，这样才会充满活力。楼先生认为，我们要树立民族自信心才会有辨别的能力，然后再广泛地吸收外来文化的优点。西方两次提倡人文主义，在某种程度上都跟中国的传统文化有关联。他们都看到了中国传统文化中“上薄拜神教，下防拜物教”的人文精神的价值所在，不会变成上帝的仆人，也不会成为物质的奴隶，这种宝贵的人文精神在不同的时代都焕发着光彩。当今西方文明的危机，促使它们第三次向中国传统文化找寻解决的答案。

昆曲、古琴、茶艺都是理解传统文化的途径。“以道统艺，由艺臻道”是楼先生的人文理想，中国人借由艺术上通下达，实现对日常琐事的超越，并最终实现自我精神的提升。楼先生不是一个“拒绝现代”的守旧者。用手机看电子书、看电视直播，上网看电影，他都习以为常。而对现代生活的融入，更让他认识到传统文化的价值所在。楼先生以身行道，与夫人一道坚持十几年为北大师生开办公益的昆曲与古琴课程，身体力行地传承弘扬传统文化。笔者博士毕业多年之后，轻抚古琴时仍感念先生传道授业之恩德。

怎样培养文化自信

培养文化自信方面，楼先生认为要先让人们深入了解。有了了解，才会真正地认同；有了认同，才会去尊重它，才会有自信。了解也不仅仅在思想层面了解，得通过各种各样的历史和创作来理解中国的文化。我们的文化要走出去，首先要走回来，把传统文化的意义、成就在民众中发扬起来，才能让世界人民都看到我们文化的特点、优点和长处，让他们来吸收中国的文化，去充实和发展他们的文化，让世界都来共享中国文化。

楼先生指出，中国文化的根本精神就在于它的人文文化特质，在科技高度发展的情况下，人文显得格外重要。如果没有人文文化的引领，科技文化就会像一匹脱了缰的野马，不知道往哪个方向去。人文文化会让我们不至于沦为物质生活的奴隶。如果中国能坚持人文文化，并用人文文化来弥补科技文化的缺失，这对整个人类来讲，都是重大的文化贡献。

楼先生强调，文化是价值观念、思维方式，是生活样式、信仰习俗。前两者是理念，后两者是实践。理念只有运用到实践中才会有生命，若两者脱节，理念充其量不过是知识而已。在跟随先生攻读博士期间，最难忘的是楼先生总是穿着中式对襟上衣。他时常用手掂起衣角教授笔者，“这是我们中国文化的符号，我们不能丢掉这个载体。在一些场合，穿上它，能够唤醒我们对民族文化的记忆”。如果我们能从传统中去寻找那些对今天有启发意义、有鼓舞意义的元素，那么，几千年的文化将是最宝贵的财富和前进的动力。这也是文化自觉的一种体现，不抛弃自己的传统。先生认为对文化传统的认同是根，只有继承之后才有创造，以此为基础的创新，才有真正的生命力。

当今世界，文化交流、交融、交锋之势前所未有，西方强势文化深刻影响甚至侵蚀着一些欠发达国家和民族的文化。如何保持和增强自身的文化主体性，成为这些国家和民族最关切的问题之一。楼先生常常讲，中国人增强文化主体意识，就是要认识到中国文化独有的特质，做到既不妄自尊大，也不妄自菲薄。只有坚持并不断增强文化主体性，才能有针对性地吸收异质文化的有益养料，滋润、丰富和发展中国文化。中国文化是中华民族对世界文明的重大贡献，是中国人赖以生存发展的精神家园，是最深厚的文化软实力。

总之，我们既要有强烈的民族文化认同，又要有宽广的世界眼光；既要有开放接纳、交流融合的雅量，又要有不削足适履、不买椟还珠的智慧和定力，这样才能充满文化自信，在文化精神上实现中华民族伟大复兴。

推动美丽乡村建设要有文化思维

□ 杨旭东

美丽乡村建设是社会主义新农村建设新发展阶段，也是农村建设从过去以硬件建设为主向更加注重内涵建设的一次重大转变。美丽乡村之“美丽”，不仅要求自然生态环境的宜居优美，还要求人文环境的优雅、人文素养的提高、乡风民俗的淳朴等。可以说，新时期的美丽乡村建设，文化建设是核心。各级政府要避免把美丽乡村建设仅仅当成一项经济工作来抓，在推动这项工作中就需要有文化思维。具体来说，应该着重在以下四个方面着手。

选择试点要有文化标准。一些地方在选择美丽乡村建设试点时，采取竞选立项的办法来确定试点村落，这种选择办法貌似公平，实则有利于一些特色文化村镇胜出，因为这些村镇本身就具备历史文化方面的优势，成为美丽乡村建设试点只是一种锦上添花的事情，而对于一般村落而言则有失公平，即使成为试点，也往往倾向于在硬件设施建设上做文章，比如道路硬化、村庄绿化、排污管网化等，忽视文化方面的标准和要求。虽然我国仍处于社会主义初级阶段，但包括广大农村地区在内，人们精神文化生活的需求日益提高已经是一个不争的事实。另外，农村文化建设滞后，精神生活匮乏，不良社会风气抬头，现实社会遭遇到的困境也要求在选择美丽乡村试点时一定要有文化标准。这就要求对美丽乡村建设可以分批、分类进行，根据各个村庄的特点制定不同的措施，但必须要确定一些带有共通性的标准，比如文化标准。对于文化积淀深厚的村镇，要提高在美丽乡村建设中的文化标准，在原有历史文化优势的基础上提出更高的要求，使其成为当地文化风尚的引领者和示范者；而对于文化基础条件较差的村镇，则可以把其视为美丽乡村建设中需要补齐的短板，在加强基础设施的同时，努力增加文化建设的投入，提高当地的整体文化水平。

规划设计要留足文化空间。《美丽乡村建设指南》（下简称《指南》）中明确要求：未来的美丽乡村不仅要建设具有娱乐、广播、阅读、科普等功能的文化活动场所，还要定期组织开展民俗文化活动、文艺演出、讲座展览、电影放映、体育比赛等群众性文体活动。因此，美丽乡村的规划设计中要充分考虑到人民群众公共文化生活的需求，留足文化空间。“文化空间”是一个随着非物质文化遗产进来的学术新名词，实际上中国传统社会里并不缺乏这样的理念和实践，不少地方遗存的古戏台、祠堂、庙宇，甚至包括村落内约定俗成的公共场所，本质上都是农耕社会里特定区域内的文化空间，它们在传统社会里承担了为民众提供公共文化展示平台的功能。今天的美丽乡村建设，不仅要提供民众精神享受的文化正餐，而且还要提供享受这些正餐的文化空间。之所以强调对文化空间的预留，是因为要借鉴和吸取城镇化过程中的教训，比如一些城中村改造项目，片面追求住宅小区的容纳人数，而无视居民精神文化生活所必需的公共空间，导致很多新建社区成为人和车的集散地。未来的美丽乡村建设不仅要留足享受文化的公共空间，而且还要留有承载文化的空间。要尊重乡土社会敦亲睦邻的文化传统，尤其应该注意借鉴和吸收古代村落和房屋设计上蕴含的传统哲学思想和生态文明理念，在充分合理利用物理空间的同时，建设符合现代乡村社会实际的人文空间。

建设实践中要有文化情怀。美丽乡村建设是针对乡村社会的国家农村建设方略，在建设实践中可能同样会遭遇中国城镇化过程中的一个老问题，即拆和建的问题，“拆”的原因无非有两个：一是为建设新的提供空间，二是旧的不符合时代审美要求。无论是哪一个原因，都需要面对“旧”的去留问题。在这一方面，中国已经有太多因野蛮拆迁而造成文化遗产遭到破坏的教训，因此，美丽乡村建设中，无论是政策制定者，还是建设实践者，都应当怀有一种浓浓的文化情怀，只有持有这样情怀的决策者、执行者，才可能对文化有爱惜之意、敬畏之心，在观念上才可能视那些散落在乡村社会里的非物质文化遗产、文物古迹为宝贵的财富并对其进行合理保护，《指南》对此也要求“搜集民族民间表演艺术、传统戏剧和曲艺、传统手工技艺、传统医药、民族服饰、民俗活动、农业文化、口头语言等乡村非物质文化，进行传承和保护”。尤其是大量的非物质文化遗产是农耕文明的产物，与村落的生产生活息息相关，村落是孕育这些非遗的母体，也是它们得以传承、发展的空间和载体。我们一直强调要活态传承文化遗产，究竟如何活态传承，正如有学者指出的“活鱼须在水中看”一样的道理，恐怕保护其原生的环境是重要的措施之一。唯有在这样的文化情怀下，决策者、推动者、实践者等诸多参与美丽乡村建设的力量才能把文化的传承与发展视为美丽乡村的重要使命，如此理念主导下建设成的美丽乡村才可能不仅美丽宜居，而且适宜文化传承。

贯穿始终要有文化责任。每一代人都有自己的责任，我们这一代人在努力实现全面小康社会的同时，还必须承担起一个重大的文化责任那就是守护民族文化的根脉，确保其能够延续下去，并焕发出新的生命力。恰逢社会急剧转型的时代，以工业文明为主导的社会飞速发展，并裹挟着各种外部力量，给悠久的农耕文化带来冲击。而一个伟大民族不仅要有强大的经济实力，还必须在文化上处于领先地位，具有引领作用，灿烂辉煌的农耕文化正是中华民族的优势所在。要在今天确保我们这种文化优势能够在全球化的语境下继续为世界作出贡献，作为华夏文化之根源的农耕文化显得尤为重要。未来的美丽乡村建设需要有一种文化思维来主导和推动，用意也在于此。从这个角度看，美丽乡村建设中必须有一种贯穿始终的高度的文化责任在其中，表面上看，它关乎广大农民的精神文化生活质量，深层次上说，乡村社会是农耕文化的孕育土壤和发展源头，要得中华民族文化之“渠水清如许”，“源头活水”之重要性不言而喻。

新　论

文化视界

以中国立场和世界语境阐释好生态文明建设

□彭曼丽

坚持中国立场和世界语境，全方位、多渠道推进生态文明建设的国际传播，是提升我国在国际交流中的生态话语权，增强生态文化自信的基本原则与方法。

生态问题国际交流中的“去政治化”假象要求生态文明中国经验传播坚持中国立场。国际传播是以国家利益的实现为最高价值和主要目标的有组织、有目的、有策略，并随着国际环境的变化不断调整的传播活动。生态文明的国际交流与经济、政治、文化等方面的国际交流相比，表面看意识形态色彩较少，但事实并非如此。从国际交流事实看，以推进全人类生态文明建设为幌子，发达国家对发展中国家、不发达国家和地区进行生态侵略的现象时有发生。如人类历史上第一个限制温室气体排放的国际法律文件——《京都议定书》，围绕发达国家与发展中国家温室气体排放量问题谈判一直徘徊不前，问题的关键在于发达国家试图要求发展中国家在温室气体减排问题上承担“共同而有区别的责任”，表面上要求大家承担环境保护的共同责任，事实上是对发展中国家提出了过高的、不公平的要求，是国际交流中的生态陷阱。维护国家利益始终是国际传播的最高价值和主要目标，因此，维护国家利益、坚持中国立场是生态文明基本经验国际传播应持的基本立场。

大数据、信息化、全球化的时代背景要求生态文明建设经验国际传播需要有世界眼光与世界语境。大数据、信息化、全球化是当前生态文明国际传播的背景，在此背景下，生态文明话语体系构建需要有世界眼光与世界语境。一方面，以好记、好传、好理解为标准构建生态文明中国话语体系。如“美丽中国”“绿色发展”“生命共同体”等词汇就是好的范例。另一方面，对一些词汇加大阐释力度。如“生态文明”一词由“生态”与“文明”两个词组成。一般认为“生态”一词来源于生态学，是个西方词汇，通常指有机体及其环境之间的关系。中国古代文化中则多将“生态”一词解释为美好的事物。如南宋梁简文帝《筝赋》：“丹黄成叶，翠阴如黛。佳人采掇，动容生态。”《东周列国志》第十七回：“（息妫）目如秋水，脸似桃花，长短适中，举动生态，目中未见其二。”这里“生态”都是指显露出美好姿态的意思。在现代汉语中，“生态”也可指生物的生理特性和生活习性。如秦牧《艺海拾贝·虾趣》：“我曾经把一只虾养活了一个多月，观察过虾的生态。”而“文明”一词，从词源上分析，在中国历史上最早见于《周易》：“见龙在田，天下文明。”唐代孔颖达注疏《尚书》时将其解释为：“经天纬地曰文，照临四方曰明。”这样，在中国，“文明”的形成就与改造自然、教化人类有关。在西方语言体系里，“文明”一词源于古希腊“城邦”的代称，“civilization”（文明）的概念来源于拉丁语“Civitas”，与城市同根。在西方，“文明”的形成与城市的兴起密切相关。因此，中国人和西方人在对“生态文明”一词的理解上会不自觉地受各自的文化背景影响而有所差别，并且这一词语的内涵与外延也正不断丰富与发展。近年来，随着国际交流的不断深入，生态文明（ecological-civilization 或 eco- civilization）一词日渐成为一个国际性词汇，但中西文化传统的不同会导致对这一词汇理解的差异。在我国，“生态文明”一词已不仅仅是停留在环境保护（environmentalprotection）层面，它还包括传统文化中的生态智慧、马克思主义的唯物主义辩证法思想、西方生态哲学思想中的合理成分，是一个融合中西智慧、与中国实际相结合的具有丰富内涵与广阔外延的概念。这一概念还需要不断解释与宣传。这需要学者们不断深入研究并与西方对话，不断增强我国在生态文明建设领域的话语权与影响力。

生态文明建设的系统性、传播途径的多元性客观上要求生态文明经验国际传播要做到全方位覆盖、多渠道推进。生态问题总是伴随着经济、政治、文化、社会治理等问题出现。因此，在国际经济、政治、文化、社会治理等问题的交流中，都应该坚持宣传我国生态文明建设的成果与经验。当前，生态问题已成为重大国际会议必涉的重要话题之一，这给我们在生态文明领域提升话语权既提供了机遇也带来了挑战。在国际经济领域，应致力于发展绿色贸易，积极参与国际贸易绿色标准的制定，打破国际绿色贸易壁垒；在国际政治领域，应加强与国外绿色政治力量的交流，实现生态领域的政治合作；在文化领域，应积极开发国际生态旅游线路、着力打造高品质的生态影视文化作品并推进国际化宣传，实现生态文化的国际交流；在社会治理领域，应积极展示我国生态社区建设与生态农村建设的成果，宣传公民参与生态治理的成功典型，学习国外绿色社区的建设经验，开展相关领域的合作交流。只有这样，才能实现在国际传播领域把生态文明建设融入经济、政治、文化、社会建设全过程和各方面，实现生态文明建设经验的全方位国际传播，提升我国生态文明话语权。从传播途径的多元性考虑，国际传播的途径主要是人际交流与大众传媒。人际交流途径主要包括国际旅游、国际会议、外交、留学生、移民等。大众传媒途径主要有印刷品、电影、广播、电视、互联网等。每一种传播途径都有其优势和短板，每一个国家和地区实际情况与受众也不同，需要结合当地实际，依托我国“一带一路”等重大国际发展战略平台，选择合适的传播途径，实现生态文明经验国际传播的全方位覆盖、多渠道共同推进。

生态文明建设是一个长期、动态的过程，需要不断总结新的经验并及时传播与世界分享，这样才能及时讲好生态文明建设“中国故事”，真正提升我国生态文明领域国际话语权，增强我国国际影响力，发挥我国在世界生态文明建设中应有的作用。