

中日韩馈赠文化的核心内涵与差异比较研究

金燕玲

上海商学院, 上海市, 201400;

摘要: 馈赠是一种广泛存在于人类生活中的社交行为, 在商务往来、节日、人际交往等场所中, 人们通过相互赠送礼物, 表达祝福、情感等, 以巩固人们之间的关系、增进相互的情感, 形成了馈赠文化。不同地区因历史、文化等的差异, 馈赠文化及行为也存在差异, 中日韩三国都处于亚洲, 地理位置相近, 在历史发展过程中, 彼此之间的文化交流较为频繁, 三国的馈赠文化也在交流与交融中, 存在很多相似与差异。本研究将通过分析中日韩馈赠文化的核心内容, 对比三国之间馈赠文化的异同之处, 为国家之间文化与经济等的交流提供有益参考, 避免因文化差异出现误解或冲突, 推动跨文化交流。

关键词: 中日韩馈赠文化; 核心内涵; 差异比较

DOI: 10. 64216/3080-1494. 26. 02. 058

引言

随着经济全球化、全球文化交融的持续深入, 国际交往日益深入, 尊重文化的多样性显得尤为重要, 对国际交往中的跨文化交际能力也提出了更高的要求。馈赠文化作为一种礼仪文化, 在国际交流中发挥着重要的作用, 合适的馈赠行为不仅可以有效促成合作, 还可以加深国家之间的友谊, 促进深入的交流与融合。我国的馈赠文化有着悠久的历史, 从古老部落之间的信物交换, 到现代社会的礼物赠送, 都体现了我国浓厚的传统文化。日本、韩国作为我国的相邻国, 与我国的文化交流极为紧密, 中国传统礼仪在日本、韩国保存颇多, 在他们的社会活动中发挥着重要的功能, 但因国家历史、风土人情、民族文化等的差异, 中日韩馈赠文化也存在差异性, 形成各自独特的特点。深入探究中日韩馈赠文化的内涵与差异受到了广泛关注, 以助力三国友人之间的交流, 促进国际文化与经济交流的深入。

1 馈赠文化的核心内涵

馈赠是一种古老的社会互动形式, 不仅是物质的交换, 也是一种情感、文化、心理等层面的交流。馈赠一词在传统文化中包括馈、赠, 从馈字的字体构造分析, 古人有“以物与神及人, 皆言馈”的说法, 也就是向人(尤其是向地位尊贵的人)提供食物, 或利用祭祀的方式, 向神灵进献食物。从赠字的字体构造分析, 以“贝”字旁表示与财物相关, 强调将自己喜好、珍视的玩赏物品送给他人, 是一种表达友好、珍视、情谊的社交礼仪。随着社会交往的频繁, 社会的发展, 形成的馈赠以此, 强调将物品无偿送给他人、组织、群体等, 以表达友好、敬意、感谢等情感^[1]。

从文化角度分析, 馈赠具有不同的文化意义。(1) 表达情感, 馈赠行为可以传达出对他人、群体等的尊重与重视, 表达出友好、感谢等情感, 通过馈赠行为, 可以有效缩短双方的情感距离, 促进文化及情感的沟通、交流。(2) 文化交流, 随着国际交流的增多与持续深入, 国家之间的馈赠行为也逐渐丰富, 可以有效促进不同文化之间的相互交流、学习。(3) 社交礼仪, 馈赠行为本身就是一种社会互动形式, 是社交活动的重要组成部分, 可以有效增进人与人、人与群体、群体与群体之间的关系。

2 中日韩馈赠文化的差异比较

2.1 中国馈赠文化

我国作为人类文明的发源地之一, 是世界闻名的礼仪之邦, 在我国几千年的发展历史中, 馈赠文化主要是受到周公之礼、孔孟之道的影响, 重视礼尚往来。《礼记·曲礼上》中指出, “礼尚往来, 往而不来, 非礼也, 来而不往, 亦非礼也。”指出, 馈赠行为要重视诚意。

(1) 表达情、理, 从我国的传统习俗中, 我国馈赠文化强调礼轻情意重, 因此在礼物的选择时更加重视其价值, 而非价格, 并结合馈赠行为本身情境, 选择合适的礼品, 比如要参加私人宴, 选择的馈赠礼品可以是花束、特产等, 也可以为儿童准备玩具、糖果等礼品; 而探病时, 则要根据病人的病症选择礼品, 包括水果、保健品、鲜花等。

(2) 日常社交中的馈赠文化, 馈赠行为是社交活动的重要行为, 在日常的社交行为中也包含不同的馈赠文化, 比如在朋友、同事或亲人搬家时, 会通过赠送乔迁礼的方式表达祝福, 并重视礼物的实用性, 可能会赠

送一些家用小电器、生活用品或一些水果、鲜花等礼品,以表达对朋友的祝福。

(3) 传递亲情、友情, 在我国春节、中秋等重要传统节日时, 礼物的馈赠成为传递亲情、友情的重要方式, 亲人之间、朋友之间通过相互赠送礼品或钱财等, 表达情感。比如在春节时, 人们会通过互相赠送食品类礼盒、烟酒等礼品的方式, 表达对亲人或长辈的敬意, 重视礼物的实用性、美观性; 或者, 老年人或长辈会通过发红包的形式, 将钱财放置在红包中, 表达对晚辈的祝福。而中秋节, 因节日的特殊性, 礼物的馈赠文化中也更加重视“团圆”的含义, 通过互赠月饼及食品礼盒的方式, 表达对亲人的情感。这个过程中, 收礼的一方也会通过请客人吃饭的方式表达情谊^[2]。

(4) 商务活动中的馈赠文化, 随着社会经济的发展, 商务活动中的馈赠文化不断发展, 并极为重视礼物的价值, 尤其是在有求于人时, 可能会通过送一些贵重的礼物, 如名贵的服饰或首饰、珍贵的食物等, 以表达求助时的感谢, 但有时可能会因动机不纯, 出现错误的行为。而在一些商务往来中, 则更加重视馈赠礼物的实用性、品牌调性, 通过赠送品牌礼品或一些特殊节日的相关产品等, 以表达商务礼仪。随着我国国际业务的日益增多, 在相关的商务活动中, 强调馈赠行为本身的文化性, 因此会利用一些代表我国传统文化及特色的物品表达礼仪。

2.2 日本馈赠文化

日语中, “贈りものです”是指赠送给他人礼物, 包括外出旅游或探亲时, 购买回来送给他人的特产, 或者拜访他人时带的礼物, 或者还礼时的礼物赠送, 都表达出馈赠的含义。从日本的馈赠文化分析, 日本的馈赠行为及文化包括三个层面, (1) 表达友谊、联谊等情感的饯别, 在日本的社会活动中, 在面临与友人的离别时, 日本友人或老师等, 会通过赠送钱财的方式, 表达饯别, 一般是将钱财放到白色信封中, 给予友人“微薄的路费”。这种饯别的馈赠文化源自日本古代, 但在古代, 日本人并不能随意的出行、旅行, 一般是以一个共同体的代表去参拜神社、履行公共义务, 为这个行为是代表群体开展的外出参拜行为, 因此, 群体外出的旅费是通过集资的方式, 因此, 在外出行为发生前, 人们会举行送行会, 在为外出群体提供路费的同时, 也希望群体购买一些吉祥物、特产等, 共享神灵的恩惠, 因此饯别中的馈赠行为主要表达一种友谊、联谊共同体。

(2) 表达“入伙”的礼物, 日本人在换工作、出差、升迁时, 都会给同事们赠送礼物, 主要是以点心、

特产等礼物为主, 是一种见面礼, 表达加入一个共同体的“入伙”礼。入伙礼的行为还表现为, 在新建房屋、新入住房屋时, 会通过给邻居赠送礼物的方式表达歉意、进行自我介绍等, “入伙”礼也成为现代日本社会重要的行为规范。

(3) 表达感谢、感恩的送礼或还礼, 节日时的馈赠行为是日本馈赠文化的重要表现, 尤其是在“中元”“岁暮”时, 比如, 岁暮是在年末, 个人与个人、个人与群体、群体与群体之间, 通过赠送利于的方式, 表达感谢、祝福等情感。而且, 随着社会经济的发展, 商店也会在节日时举办赠送服务项目, 可能会通过电话、邮寄等方式, 向客户馈赠礼物, 以表达感谢或祝福。日本节日时馈赠行为的背后含义与我国节日馈赠行为的含义基本相似。

(4) 表达社交的赠答。在社会交往活动中, 日本人也极为重视馈赠文化及行为, 比如在友人或亲人的生日时, 或结婚、生子、葬礼等, 或孩子的入学、升学等日常社交活动中, 人们会通过互赠礼物的形式, 表达敬意、好意、情谊等。在日本的社交活动中, 馈赠行为的发生机会较多, 日本著名的民俗学家宫田登氏支持, 日本古代农村, 人们在接受他人的礼物馈赠后, 会将火柴、信纸等放在礼品袋中进行回赠。在日本的社交互动中, 还认为自己家周边的邻居是需要亲密交往的群体, 会在节日或日常生活中相互送礼, 表达分享、分福的含义^[3]。

2.3 韩国馈赠文化

韩语中, “선물”也强调礼物的赠送, 韩国的馈赠文化是在我国儒家“礼”的思想指导下, 结合本土的“家族主义”文化, 强调馈赠文化的礼仪性、传统性、实用性等特点, 在传承传统文化的同时, 也依靠礼物维系家族关系、社会关系等。

(1) 表达礼仪、孝、敬等思想, 韩国受儒家文化的影响较为深远, 极为重视等级秩序, 尤其是长辈与晚辈、上级与下级的等级秩序, 在馈赠行为中, 强调依靠馈赠的礼物的礼仪、孝、敬, 以表达行为的情谊。而且在礼物的选择时, 也较为重视传统符号, 比如在春节时, 韩国人会给长辈送“拜礼”, 并送一些传统物品, 如韩果、清酒等, 以及一些实用性的物品, 如保健品、衣物等, 表达对长辈的尊重。

(2) 重视礼物的实用性, 韩国的馈赠文化更加强调礼物的实用性, 比如在日常拜访朋友时, 可能会赠送食用油、牛肉、大米等实用的物品, 或拜访新生儿的家庭时, 可能会选择婴儿奶粉、纸尿裤、婴儿衣物等实用的物品, 以更好满足对方的需求。

(3) 社会交往中的馈赠行为, 韩国受到儒家思想的影响, 职场中的等级制度也极为严重, 为了更好的“入伙”, 韩国人在新入职时, 会给同事送咖啡、巧克力等小礼物; 在离职时, 也会通过一起送“离别礼”, 以表达对对方的祝福。

3 中日韩馈赠文化差异的跨文化交流启示

随着全球化的深入, 中日韩三国之间的贸易合作、文化交流活动日益频繁, 馈赠行为作为跨文化交流的重要环节, 如何在中日韩馈赠文化差异的指导下, 优化跨文化交流活动成为国际交流的重要研究课题。

3.1 尊重差异

在中日韩三国人民的馈赠行为开展前, 要加强文化调查与分析, 了解国家之间馈赠文化之间的相似点、不同之处, 以保证馈赠物品及行为的合理性, 避免因文化差异出现误解问题, 尤其是要重视馈赠行为的礼节性。比如, 日本人在与友人离别时, 通过赠送钱别礼品, 以表达对友人的祝福, 而且会利用白色的信封装钱财, 而我国的文化中, 白色的信封主要用于白事, 因此在馈赠行为中, 要充分遵循对方的馈赠文化, 调整馈赠行为。在馈赠行为中, 还要重视礼仪、尊重, 比如在与日本的交往中, 日本人强调“不当场拆礼”, 而中国及韩国则是根据交往情境、行为等灵活选择是否当场拆礼物, 需要结合交往情境, 尊重对方的馈赠文化, 避免引起对方的不适。在馈赠行为中, 还要重视语言的合理性, 尤其是利用谦逊、尊重的语言, 避免引起对方的不适, 保证馈赠行为的有效性^[4]。

3.2 送礼得当

馈赠行为中, 需要合理选择馈赠礼物的价值。从中国的馈赠文化分析, 较为重视有来有往、礼尚往来, 因此在礼品的选择时, 要与对方的礼品价值相等, 或略多一点, 以表达尊重、情谊; 而日本的还礼文化则不同, 还礼的价值只需要对方的一半, 因此在礼物的选择时, 也要尊重双方的馈赠文化, 避免出现误解。而且, 在收到礼物后, 也尽量不到马上还礼, 要有一定的时间间隔, 以表达尊重, 也避免会让对方感到不适, 保证馈赠行为的有效性。

3.3 文化传播

馈赠文化作为一种传统文化, 也是国家之间交流、

互动的形式, 不仅需要通过礼物的馈赠增进交流、推进贸易合作, 更加强调文化输送、文化交融。因此在中日韩馈赠行为互动时, 要强调文化传播, 比如在我国的传统节日, 可以通过向友人赠送传统节日的食物、非遗文化等的形式, 如在中秋节, 通过赠送精美的月饼及礼盒等, 让其他国家的人民感受我国传统文化及传统美食的魅力, 增强对中华文化的感知与认可。或者可以通过赠送我国的传统非遗文化作品, 如剪纸、刺绣等国际文明的礼品, 以表达对他国文化的尊重, 促进我国文化的传播, 提升我国的文化影响力^[5]。

4 结语

综上所述, 中日韩馈赠文化因国家独特的发展历史、文化背景等, 形成了各自独具魅力的传统文化, 体现了文化的多样性, 也是跨文化交流的重要基础。尤其是在全球化的时代背景下, 跨文化交流日益频繁, 如何在国际交流中, 减少误解或摩擦至关重要, 加强文化差异的分析与解读也成为跨文化交流的核心。在国际交流中, 要以开放、包容的心态, 尊重并接受彼此的文化差异, 并将其应用到馈赠行为中, 不仅要关注馈赠行为中物质的交换, 更要重视馈赠行为中心灵、情感的交融, 以构建和谐、稳定的国际关系, 推动国家经济贸易的发展、文化的传播与交融。

参考文献

- [1] 张昕. 中日“和”文化对比与对日汉语教学设计[D]. 上海师范大学, 2024.
- [2] 李静. 传统节日场域中礼物馈赠现代转型的文化解读——以中秋节为例[J]. 山西师大学报(社会科学版), 2017, 44(04): 59-62.
- [3] 苏玉洁. 跨文化交际背景下的涉外商务礼品馈赠分析[J]. 贵阳学院学报(社会科学版), 2014, 9(05): 63-64+94.
- [4] 陈杰, 黎相宜. 道义传统、社会地位补偿与文化馈赠——以广东五邑侨乡坎镇移民的跨国实践为例[J]. 开放时代, 2014, (03): 153-165+8.
- [5] 张汝军. 浅谈中日馈赠文化的差异[J]. 中国校外教育, 2013, (15): 31.

作者简介: 金燕玲(1974.11-), 女, 朝鲜族, 吉林省延吉市人, 硕士, 上海商学院商务外语学院讲师, 主要研究方向: 日语教学, 日本文化。