

## 中国宗教文化『走出去』大有可为

## China Religions Will Be Very Promising if Go Abroad

文/刘元春

10月7日到15日,由中国嵩山少林寺主办,少林北美联合会承办的“首届北美少林文化节”在美国纽约等地举行。文化节由祈福法会、禅修讲座、佛医养生、功夫大赛,以及展览与演出等内容组成。10月9日晚,中国佛教协会副会长永信方丈率团首次步入位于美国纽约的联合国总部。这是少林寺僧人第一次在这里展示武艺精华,受到热烈欢迎,各界人士纷纷慕名而来。

多年来,“少林文化热”经久不衰,原因是多方面的。其中一个重要因素,就是得益于少林寺“走出去”的战略举措。他们善于凭借少林寺“禅武”文化品牌,借助大众喜闻乐见的形式,在世界范围内建立了“少林文化网络”,以中国嵩山少林寺祖庭与散布在有关国家和地区少林寺下院、武馆等机构,共同举办“少林文化节”、“少林功夫大赛”等活动,相互呼应,良性互动,掀起了一波又一波的热潮。由此,在宣传少林文化、佛教文化的同时,更是架起一座平台去彰显中国文化丰富的思想内涵与精神气质,开通一条渠道去增进中国与世界人民之间的交往与友谊,打开一扇窗口让世界人民了解中国人民健康多元的人生信仰与和平向上的价值追求。据介绍,每年有20余万国际友人参观访问少林寺,数百名外国弟子到少林寺学习功夫和体验禅修生活,还不断有海外武功爱好者与团体到少林寺“认祖归宗”。这正是少林寺“走出去”带来的“走进来”,并由此产生的“连锁效应”。

长期以来,中国宗教界为了社会发展与人类和平,积极参与多种形式的世界宗教文化交流与对话,宣传共建和谐世界主张,树立我国和平、开放、包容的形象,发挥了“宗教在民间外交方面的独特作用”。世界著名历史学家汤因比与国际创价学会会长池田大作先生在《展望二十一世纪》对话录中曾指出,“在漫长的中国历史长河中,

中华民族逐步培育起来的世界精神”以及儒佛道等传统文化世界观中所蕴涵的“人道主义”、“合理主义”思想特质,能够成为世界“文化上的主轴”。放在今天的语境,这至少应当成为文化自觉和文化自信的重要内涵。

有了文化自觉和文化自信,就要具有面向世界、走向世界的胆略,敢于开拓创新,弘扬我们富有“世界精神”的民族文化,以及彰显着“合理主义”的文化信仰及其相应的宗教信仰。在当今世界文化全球化、多样化的发展进程中,中国宗教文化也不应墨守成规、固步自封,不能在多元文化异花授粉、循环往复的交流中再次缺位。也就是说,面对当下世界文化日益频繁的双向交流,我们不能只是消极地或被动地抗拒或接受,而是要积极地主动地乘势而出,因势利导,走出国门,在新的文化时空中培植中国文化的“法脉”,使之扎根、开花、结果,共襄人类文明盛举。回顾人类文化发展历史,任何一个文化信仰体系都是在不断“放射”中发扬光大的,都是在不断“融会”中健康成长的。正是文化的“外向性”,导致社会发展的“开放性”,进而促进生命群体的“和谐性”。当然,文化尤其是宗教文化传播的方式往往不同,其中中国文化总是运用和平方式,在互相尊重、相辅相成中潜移默化,这也正是以汤因比为代表的众多西方有识之士推崇中国文化、尤其是中国大乘佛教信仰精神的一个关键因素。中国宗教界走出国门,不能局限在某些狭隘意识层面,而要展现出人文情怀、时代担当、世界眼光。

如今,民间外交在公共外交中显得越来越重要,而宗教方面的民间外交也越来越引起重视。相对而言,中国文化尤其是宗教文化传播中的民间外交活动,以往还多停留在传统的交流形式上,比如只是停留在某种



少林武僧在联合国总部表演

形式的你来我往，显得过于“外交化”，而缺乏针对现实问题的深层次的交流与探讨，往往给人“司空见惯”的感觉，由此造成人们的“审美疲劳”也是在所难免的，大家希望宗教文化的民间交流不可走形式主义，一定要精耕细作；要立足于长远，不能急于一时；要学会用国际语言，讲中国故事，等等。其实，中国文化传播发展中有很多值得今天学习借鉴和继承发扬的经验与榜样，单以中国佛教为例，就有许多具体的实例。中国佛教主要是在“请进来”与“走出去”的“民间外交”中，在持续不断的“求法”与“传法”的双向推进中，逐步成长与完善，进而发展成为世界佛教的主体和中心的。以玄奘为代表的求法者和以鉴真为代表的传法者，他们无不是在博通三藏、精研宗门之后，自觉地将纯正的个人信仰转化成社会担当，将悟彻的生命智慧升华为文化精神，将深切的人文关怀凝聚成普度众生的愿行，不惟成为“中国的脊梁”，而且也可以说是“世界佛教文化的脊梁”。

由此，我们想到，包括佛教在内的中国宗教在努力走向世界的愿行中，至少要在如下几个方面有所准备：

第一，要志存高远，自觉担当。《孟子·告子》篇中有“先立乎其大者”，意即不论是个人行事还是人生信仰实践，都应该有大愿心。佛教《法华经·方便品》中有“诸佛世尊，唯以一大事因缘故，出现于世”，也是启示信徒们首先要有弘法利生的

大志愿大气度。走出去，不是低级玩赏，不为个人包装，而以弘扬中国文化为己任，以推动世界和平与人类文明为使命。只有这样的志向，才能走得稳、走得远。

第二，要树立品牌，持续发展。任何一种文化体系都涵盖丰富，既有与其他文化体系相通的价值趋向，也有独特鲜明的个性特质。在异质文化环境中，要想深入人心，引起共鸣，既要善于“随缘”，又要坚持“不变”，要能够形质相辅，突出亮点。即如人与人交流，不但会说，还要会听，知己知彼，方不失本份。这就需要看清、选准，将资源优势转化成“品牌效应”。少林文化走向世界，就是以独具特色的“禅武精神”树立起“世界品牌”，凝聚了持续发展的力量。

第三，要强化内功，净化形象。这是中国宗教走向世界并产生正能量的“硬道理”。近年来，中国宗教界开展的讲经交流、玄门讲经、卧尔兹演讲、讲道交流和“教风建设”等活动，正是基于这样的考量。作为一种人生信仰体系，宗教信仰者自身的品格，直接影响着其群体的社会形象，在互联网时代尤其值得时时警醒。就佛教而言，“人成即佛成，是名真现实”，只有人格、僧格、佛格三位一体的时候，才能让人高山仰止、心行相随，才能事半功倍，达成自立立世的美好愿景。■

（作者单位为上海社会科学院）

责任编辑 张华