

软实力视阈下华人饮食文化在秘鲁的播迁及影响

渠默熙¹, 江时学²

(1. 上海政法学院 语言文化学院(国际交流学院), 上海 201700; 2. 上海大学 文学院, 上海 200444)

摘要:“软实力”既可以是传统西方理论视阈下“国”与“国”之间的综合实力比拼,也可以是基于“和谐”“兼容并蓄”的全人类共同价值,透过具体历史进程中“人与人”之间的交流得以展现,这也是构建中国特色“软实力”概念的应有之义。在秘鲁历史发展的不同时期,华人饮食扮演了众多角色,由最初满足秘鲁一部分民众的基本需求和了解中国风俗文化的窗口,到慢慢融入秘鲁大众的日常生活后逐渐成为一种烹饪、社交乃至生活方式上的新风尚。以秘鲁华人饮食文化为切入点,不仅可以见微知著,窥探秘鲁日常生活与精神风貌的变迁,探明秘鲁华人作为“非国家参与者”的经济软实力、社会—语言软实力和作为整体的族群软实力,使得超越现有西方语境下的视野与概念窠臼、构建中国特色软实力概念成为可能,而且也能更好把握中秘“民心相通”的历史背景与现实基础,为捍卫“全人类共同价值”、构建“人类命运共同体”提供一定的启发。

关键词:文化软实力; 秘鲁; 华人饮食文化

中图分类号:K73 **文献标志码:**A **文章编号:**1009-1505(2023)03-0055-10

DOI:10.14134/j.cnki.cn33-1337/c.2023.03.006

一、引言

“民以食为天”,饮食对于人类生活的重要性自不待言。饮食文化的变迁在某些方面就是人类社会发展变化的缩影。作为族群间交流的媒介,饮食具有低门槛、易于跨越语言、地域与种族传播的特性,它在日常生活中超越文字等媒介,成为最具传播力的文化符号。如今,有关华侨华人的相关研究可谓汗牛充栋,然而作为海外华人生存与发展的“诺亚方舟”——中餐业却未能引起研究者足够的兴趣,寥寥可数的成果也多着眼于发达世界,广大发展中国家的同类故事则散落在网络的角落和民间逸事之中。从区域国别研究看,近几年来我国前所未有的“拉美热”主要受潜力巨大的中拉经贸和基建等现实

收稿日期:2022-09-01

基金项目:国家社会科学基金重大项目“人类命运共同体思想的历史学研究”(18ZDA170);中国—上海合作组织国际司法交流合作培训基地科研项目“‘一带一路’视域下拉美三国语言政策研究”(19SHJD035)

作者简介:渠默熙,女,上海政法学院语言文化学院(国际交流学院)讲师,文学博士,主要从事社会—语言学研究;江时学,男,上海大学特聘教授,主要从事拉美经济研究。

利益合作驱动,学者的研究视野也主要集中于这一领域,研究中拉政经合作现状问题的学者较多,在历史和文化层面探讨中拉关系的成果较少,远不能满足双方关系蓬勃发展的需要。

美国著名政治学家、哈佛大学教授约瑟夫·奈(Joseph Samuel Nye)所提出的软实力的概念长期是国内外学界讨论的重点,尽管他所探讨的软实力概念滥觞于相对国家或地区经济力、科技力、军事力等硬实力所对应的软性综合能力,然而并不妨碍其在更广泛维度的解释力。如今,学术界一般认同软实力概念的经典界定:“一种依靠吸引力,而非通过威逼或利诱的手段来达到目标的能力。”^{[1]XII}软实力又称同化力或间接力。软实力从何而来?奈认为,“从资源的角度来看,软实力来自能产生吸引力的资产”^{[1]10},并将这种资产概括为三种:一是文化,二是政治价值观,三是外交政策^{[1]15-16}。

如果说美式软实力概念强调文化的工具理性和功利主义,是资本主义场域下可供开采和盈利的“资源”,那么中国文化的软实力则更应追溯至中国传统文化中对诸如“和谐”“兼容并蓄”等价值的赞许和颂扬,事实上这也是中国有别于美式软实力概念的另一种文化想象。然而遗憾的是,国内现有的对软实力的主流理解与分析框架仍然无法脱离西方尤其是美式概念的窠臼。从中国的软实力叙事模式来看,似乎长期难以改变其外交和宣传属性(“公共外交”与“对外宣传工作”),这也是在实践“民心相通”中“官多民少”“官大民小”,以及重“故事”而轻“历史”的根本原因。其结果是,在实践中外人文交流过程中,常见国家意志下的“文化”交流,却忽视了历史进程中一个个具体“人”的故事。从中国的软实力叙事主题来看,抛开意识形态和人才培养方面的障碍,其更为明显的缺陷在于精英主义倾向与叙事视角单一,社会民众和边缘人群的故事似乎难以挤进主流叙事之中。在新的复杂内外形势下,中国亟需应对全球范围内的“软实力赤字”问题。事实上,在时下“加快构建中国特色哲学社会科学”的热潮中,我们需要创造性丰富软实力概念,更多挖掘脱胎于中国传统文化的“全人类共同价值”,最重要的不是如何“走出去影响别人”,而是“深化文明交流互鉴”,为“人类文明新形态”知往鉴今。

为此,本文聚焦于全球闻名却鲜有人研究的“契发”与秘鲁华人饮食文化,在历史视野中分析其在秘鲁的播迁与流变。本文尝试建构“秘鲁华人饮食文化软实力”概念,论述华人饮食从一种小众、神秘的族群风俗习惯,发展成为秘鲁全民所喜闻乐见之文化风景的社会机理与普遍意义。从秘鲁民众对中餐认知的变化中,我们可管窥其日常生活与精神风貌的变迁。更为重要的是,本文希望超越现有软实力概念的固有视野,跳脱国家与政治话语的“俗套”,聚焦于历史进程中具体“人”的故事,这也应是当下探讨“民心相通”“人类命运共同体”“全人类共同价值观”等概念的根本前提。

二、华人饮食文化在秘鲁的传播与发展历程

(一) 庄园内外的美食家:初识中餐

学者李安山曾很好地指出:“华人在任何国度和条件下均可生存,是凭借中华文化的生命力、忍耐力和吃苦精神抑或儒家文化的包容力。”^[2]早期中国人远赴秘鲁艰难谋求生计,散居在远离主流社会的庄园、鸟粪岛等地,一些人重获自由后,也只能以微薄之力营生于民间,烹饪中餐是他们维系生存与发展的根本手段,秘鲁华人饮食文化也因此呈现出草根性、包容性与延续性,在秘鲁社会审美和猎奇的观察中初绽光芒。

19世纪,在种种因素的驱动下,中秘两国之间兴起契约华工热。华工不仅是促进秘鲁经济发展的“工具”,也是中国饮食文化的“传教士”。他们在维持自我生存的同时,为秘鲁社会提供必要的温饱之食,并因此逐步唤起秘鲁民众对中国饮食的初步认知。

秘鲁自1825年独立后,其经济曲折向前发展,新生的秘鲁需要大量的劳动力支撑,然而令统治精英阶层失望的是,秘鲁当时的人口数量、人口结构、劳动观念无一不成为桎梏其经济发展的不利因素。

根据美国学者伊沃里特·S.李(Everett S. Lee)的“推力—拉力”理论解释,人口迁移的因素包括迁出地、迁入地以及个人因素等^[3];一方面,匮乏的劳动人口、不均衡的人口结构,好逸恶劳的社会风气,以及大地产制的余毒成为引进中国移民的“拉力”;另一方面,我国南方地区人民强烈的冒险和进取精神则成为其移民秘鲁的“推力”。此外,晚清中华帝国无力控制国土与基层社会,为猖獗的人口走私与贩卖活动大行“方便”。不仅“开明的”葡萄牙占领者使澳门成为苦力贸易合乎逻辑的中心,而且晚清政府企图防止中国人前往澳门的法令“甚为无力”,通常遭到下属官吏和从事苦力贸易的那些人的蔑视^[4]。在此背景下,有约10万华工在1849—1874年期间到达秘鲁,华工的闽粤背景使得以广东菜为主的饮食风俗和口味扎根于华工劳作的周边区域,并随其身份的转变影响更大范围的秘鲁民众的日常生活。

自踏上秘鲁之始,华工们的烹饪技能就攸关其生存。待运输船进港,完成移民靠岸的手续之后,他们“在甲板上排好队……每个人身旁都放着同样的东西:一条毯子,一个小包袱和一个炒菜锅”。在被“买主”选中和送入庄园劳作后,庄园主每天会分配给每个人一些吃食,到中午时分,“劳动停下来,每个中国人在自己的位置上准备烧午饭。首先点着火,摆好用小木棍搭起来的三角架,把锅架在上面,开始煮发给他们的大米和羊肉”^[5]。华工不仅活跃在乡间地头,也活跃在秘鲁人的日常家庭生活中。一部分华人成为庄园内的家佣,他们照顾雇主及其家人的起居,执掌饭勺是其不可或缺的工作和行为方式。他们与雇主家庭的关系往往十分亲密,常常被称作“让人信任的中国人”。随着沿海庄园华工数量的增多,华工的风俗习惯也逐渐跨越庄园围墙,影响到临近的庄园和村镇。中国传统文化历来重视吃与喝,“吃”成为社会交际中不可或缺的元素,华人的到来将这一风俗带到秘鲁。逢年过节,华人都会邀请当地的百姓到华人社区中共贺佳节,像在中国一样作揖并祝愿对方“恭喜发财”(kon hei fat choy),邀请他们品尝色香味俱全的中餐。秘鲁民众对陌生的中餐风俗不甚了解,但能直观感受“恭喜发财”中蕴含的“饮食合欢”与浓烈的节日气氛,异域饮食与华人好客形象开始在秘鲁沿海庄园周边区域口口相传。

除了在乡间地头劳作之外,自1855年始,许多获得自由或从庄园中逃出的华工逐渐活跃在城市中^[6],有一部分人进入城市成为城市居民的家佣,到19世纪后半叶,利马市内的家庭劳务工作已完全被中国人垄断。秘鲁外交官胡安·德阿罗纳(Juan de Arona)曾感叹:“利马所拥有的最好东西就是华人佣人。”^[7]这证明华人家佣不仅是中上层阶级的仆人,同样也服务于下层民众。华人佣人也引起德国人类学家恩斯特·米登多夫(Ernst W. Middendorf)的注意,他曾指出,那时在利马家庭中工作的人通常有三类:厨师、管家以及女佣。这些人有着不同的种族背景,但“厨师通常都是中国人”^[8]。有资料显示,在1860年,在利马从事厨师行业的华人比例就达34.55%(见表1)。

表1 1860年在利马从事佣人和厨师行业的华人数和比例

职业	华人数	总人数	比例(%)
佣人	122	1162	10.50
厨师	66	191	34.55

资料来源: Jesús Cosamalón. *Cocinándose a fuego lento. Los chinos y la plebe limeña*, Richard Chuhue, Li Jing Na y Antonio Coello[C]//*La inmigración china al Perú. Arqueología, historia y sociedad*. Lima: Universidad Ricardo Palma, Instituto Confucio, 2012: 273.

从表1可以看出,从种族的角度看,当时每10个佣人中就有1名华人,而超过三分之一的厨师来自中国^[9]。秘鲁著名人类学家温贝托·罗德里格斯·帕斯托尔(Humberto Rodríguez Pastor)曾经在其研究中指出,在19世纪前半叶,当地存在大量买卖中国人的活动^[10]。从当时秘鲁报纸的“广告”中可一窥对华人厨师的巨大需求。譬如,在1852年到1877年间,秘鲁《商报》和《国家报》上有超过296条涉及买卖中国人的广告,其关键词大多为“工作出色”“可以在任何目的地”“从事任何工作”,反映出当时主流社会对于华人佣人和厨师的认知与偏好。

除华工和城市华人佣人之外,还有一些华人选择自立门户经营中餐小饭馆(Fonda),华人开设的小饭馆常常出现在同时代的历史文献中,大多是“装潢简单、光线昏暗,让人感到忧伤的地方”,“那些失去财富的人,冒险家和无家可归的人都聚集在这里”^[11]。中餐开始从华工的果腹之物转变为中秘劳苦大众所共同拥有的物质财富。秘鲁著名社会活动家多拉·梅耶(Dora Mayer)曾就华人开的小饭馆作出很好的总结:

不可否认的是,亚洲人开的低端餐馆令人钦佩地满足了社会底层人民的需求,这种完全是亚洲人发明的职业还有许多,比如在早上为那些想要准备早餐的家庭出售白开水。简而言之,中国人是一群在满足公共需求方面极为敏感的社会群体^[12]。

中餐小饭馆的影响力不仅局限在底层民众,而且从一开始就具有充分的社会与文化兼容度。在1935年5月,秘鲁著名记者、作家费德里科·莫里·巴里奥涅沃(Federico More Barrionuevo)感叹,“中餐馆里既有权贵,也有无产阶级……每天都有数以千计的顾客来此用餐……有钱人可以享用竹荪鸭和燕窝,而穷人用不超过40分钱也能喝上一碗杂碎汤或享用一块里脊肉”^[13]。作家卡洛斯·帕斯·塞尔南(Carlos Paz Soldán)在1916年游览华人街时注意到,中餐馆之所以能够吸引社会大众,主要原因是其兼容并蓄的菜品和用餐方式。华人可以按照传统方式喝茶吃白米饭,秘鲁人也可以使用刀叉,品味含盐的米饭和菜品^[14]。这种兼容并蓄也直接体现在“炒里脊(lomo saltado)”“搅拌搅拌(Tacu-Tacu)”等享誉秘鲁大街小巷的菜品中。现今普遍认为,兴起于19世纪的“炒里脊”除了肉品取材于秘鲁本土,其大火爆炒的烹饪方式,酱油、大蒜的配料组合都刻有深厚的广式烹饪基因,是一道地道的中国菜。而“搅拌搅拌”尽管起源于一种“黑人食物”,却是因为混杂中国调料与配料而得到发扬光大。随着华人厨师和中国小饭馆声名鹊起,秘鲁社会对中餐推崇有加,一方面是因为华人勤奋、可靠的品质声名远扬;另一方面也是因为中餐满足了平民百姓的饮食需求。最终,华人饮食文化在历史的发展中逐渐内化为秘鲁饮食文化的一部分。

(二)“契发”与新风尚:融入日常

一种文化能否流传至今并保持活力,大体与其是否能够适应变化、顺应形势息息相关。

泰勒(Edward B. Tylor)认为:“文化或文明是一种将全社会所接受认可的知识观点、行为信仰、艺术活动、法律和传统习惯等融合为一体的无形体。”^[15]文化研究巨擘费孝通先生早已指出,文化是人类发展的产物,被社会成员共同认可和肯定是文化能够传承的推动力^[16]。华人将故乡的饮食文化带入新的文化环境,在这种特殊的情境中,一方面他们保持、传承自己的文化;另一方面他们的文化与居住国的其他文化交流、融合而不断更新。几个世纪以来,秘鲁华人饮食文化与其故土的饮食文化一脉相承又与时俱进,成为秘鲁饮食乃至文化中不可或缺的一部分。

从20世纪30年代开始,中餐在秘鲁逐渐从一种廉价、低端的食物转变为被各个阶层所接纳的高端、纯正的异域美食。中餐在烹饪、社交乃至生活方式上的益处,是其趋向流行的重要原因。融合秘鲁土生血液、服务秘鲁中下层民众的中餐馆在20世纪30年代逐渐实现了自身转变。随着历史发展,华人扎根秘鲁各大城市,他们在日常生活中口口相传的“食饭”意外给秘鲁的日常语言中创造了新词——“契发(Chifa)”,在世界性的“大萧条”(1929—1933)之后,“契发”悄无声息地征服了整个秘鲁^[17]。随着秘鲁报刊广告与海报中越来越多地使用“契发”,社会大众也习惯以“契发”指代中餐与中餐馆。在这种背景下,华人也顺势而为,纷纷都将自身餐馆冠名为“契发”^[18]。从“小饭馆”到“契发”的转变中,中餐逐步褪去自身负面属性标签,以更加自信、包容的形象出现在大众的日常生活中。以下几个侧面可以一览“契发”的特有魅力。

首先,“契发”具备高雅、体面的社交属性。中餐馆在从“小饭馆”到“契发”的转变中,华人试图为中餐馆塑造起现代、干净、精致的新形象,讲究菜品和服务的“地道”“豪华”与“高雅”。在当时秘鲁报

纸杂志的记载中,“中国风味”“豪华包间”是中餐馆广告中出现的高频词,这在20世纪30年代秘鲁《东方月报》有关“契发”的广告中可见一斑:

在重要社区中的现代设施中品尝精美的中国菜;
拥有宽敞、卫生的房间,举办家庭与大型宴会的包间;
供应本土和外国酒精饮料;
中国本土专业大厨亲自掌勺^[19]。

其次,“契发”具有异域美食风情,推动秘鲁社会兴起“中国美食热”,这不仅体现在中餐调料、食谱的逐渐流行,而且体现在中式烹饪术、饮食服务逐渐演变为一种积极、正面,乃至为当地百姓所喜闻乐见的文化风景。再以《东方月报》为例,在20世纪30年代的广告中已可以看到制造秘鲁国酒“奇恰酒”的厂家开始兼作中国豉油^[20],40年代的“契发”菜单已有现今耳熟能详的炒饭(Chaufa)、炒面(Tallarín Saltado)、烤鸭(Pato Asado)等^[21]。“契发”的流行也引起民众对中餐烹饪术的兴趣。40年代常见各类“纯正中国风味”的烹饪教程,其核心自然是使用豉油、猪油等中式传统调料,以炸、炒、炖、煮等特有烹饪手段,有些还特别强调要“配不含盐的白米饭”^[22]。

最后,“契发”提供高效、有趣的饮食体验。“契发”茁壮发展衍生出不同类型和层次的细分市场,包括各类大众化、快餐型的“契发”餐厅,此类餐厅的服务“如机器人般的快速和精准”,在更广泛社会层面撼动秘鲁民众对传统用餐体验的认知。有秘鲁杂志曾很好总结出这类“契发”的大众印象:

中餐馆是以精致和快速的烹饪中国和秘鲁美食而闻名的地方。想要验证这个结论,只需看看居住在利马的中国厨师是如何以面无表情的高速度工作的,这种做饭速度感觉可以喂饱一整支饥肠辘辘的部队。在短短的七分钟内,他就能一次又一次地烹饪五种不同的菜肴。他的速度使他更像是一个不屈不挠的机器人,而不是那些细心品尝每一个细节的厨师^[23]。

各个“契发”不仅平日人声鼎沸,在周末更是成为秘鲁休闲之余的用餐之地,利马市中心的唐人街便当仁不让地成为最著名的休闲中心。有材料记载:

尽管街头有人山人海的街头小贩和让人看不懂的装饰物,但在周六、周日游览有着特殊吸引力的唐人街总是值得的。周末的利马市中心的交通更加通畅,值得参观一些中式茶馆和糕点店,例如“华乐(Wa Lok)”“凤英(Fun Yen)”“中国城(Chun Koc Sen)”或者“美心(My Sam)”,这些地方总是聚集了许多中国人吃咸口的包子、烧卖,或者甜口的蛋糕配茶。对秘鲁民众来说,这是一种既实惠又有趣地度过一天的方式^[24]。

在当代,许多秘鲁的中餐馆更是顺应潮流,加入了“卡拉OK”、宴会表演等中国餐饮文化习俗元素,突出其“饮食合欢”的特点。2004年《东方月报》一篇介绍秘鲁著名中餐馆“国华(Kuo Wha)”的文章中提到:

目前,“国华”餐厅提供午餐和晚餐的舞蹈表演,“卡拉OK”以及会议宴会等服务,它的点菜和自助餐服务随之在不断变化。它还设有宽敞的酒吧、休息室以及其他一流专项服务……“国华”在40年中一直保持着原有的建筑风格:精巧的木材、华丽的装潢和餐厅内那让人难忘的水塘,彩色的鱼儿在里面遨游,荷花在一旁沉睡,还有那中式的庭院、回廊以及屋檐^[25]。

由此可见,中餐馆已不仅仅是一个用餐的场所。华人在经营中餐馆的过程中,在保持餐饮服务的基础上,不断拓展新的附加服务,使之更加符合当地民众的喜好和用餐习惯。随着历史的发展,华人饮食文化在秘鲁已从一种族群界限十分清晰的“你们”的文化演变成全民接受的“我们”的饮食文化。由饮食文化衍生出的烹饪特征构建出一种华人与秘鲁人所享有的共同体意识。

三、华人饮食文化在秘鲁的影响

如今,华人饮食在秘鲁全境快速扩张。有秘鲁学者曾做过统计,在利马或省级城市中,没有中餐馆的社区几乎不存在。秘鲁著名记者玛丽埃拉·巴尔比(Mariela Balbi)曾指出:“在利马的西班牙餐馆是很少的,‘契发’却在周围发展了七十多年,遍地开花。这些餐馆为我国的食客们贡献了不可或缺而又与众不同的美味。秘鲁美食有着多元、灵活,能够融合不同饮食风格的特性。从这个意义上来说,在中华饮食文化的渗透和改造下,秘鲁美食重新迸发出活力。这种饮食文化上的混合是非常微妙的,但又具有重大意义。”^[26]有秘鲁华文报刊主编以“三暖”形容华人与当地社会的关系:华人与当地社会世代相处铸就的“暖心”情谊;遍布大街小巷“暖胃”的“契发”;“暖耳”的“炒饭”“馄饨”“姜”“酱油”等熟悉的词汇^[27]。如果用软实力理论和概念阐释“三暖”,那么秘鲁华人饮食具备文化软实力的某些特征,并具有草根性、包容性与延续性:第一,华人饮食已深深地融入秘鲁人的生活之中,华人饮食文化中集体主义的形式和气氛、烹饪法与食材调料等各个方面早已跨越族群区隔,充分实现了“以食为本”“以食为缘”“以食为媒”“以食为桥”的软实力特性;第二,华人饮食文化之所以能浸润秘鲁社会至深,更多源于华人在饮食相关商业上的成功,华人饮食文化的发展和壮大,有赖于华人在秘鲁社会的经济实力和社会影响力;第三,华人饮食文化的发展与秘鲁华人170余年的移民史紧密相连,秘鲁华人饮食从无到有,从有到壮大,最终被秘鲁社会所接受和认可,背后自然历经岁月的长期锤炼。

随着华人大量移民海外,中国饮食文化也随之遍地开花。对于继承中国文化血脉的秘鲁华人而言,饮食不仅是一种无法磨灭的中华文化认同,更是一种生存与发展的武器。国内学者杨发金指出,华人在促进中国与拉丁美洲国家关系发展方面起到了重要作用。他们不仅为中拉经贸牵线搭桥,而且是弘扬中华传统文化的主力军^[28]。王焕芝也认为,华人文化本质上是一种商业文化,但保持了伦理道德和价值观念等方面的中华文化传统,这一点随着改革开放的深入而越发体现出来^[29]。本文认为,上述观点在秘鲁华人饮食文化的播迁史中得到验证。秘鲁华人饮食文化软实力可以进一步细分为经济软实力与社会语言软实力。

首先是经济软实力。华人饮食文化对秘鲁经济的影响首先表现在农业方面。针对华人饮食文化对秘鲁农产品多元化发展的影响,玛丽埃拉·巴尔比(Mariela Balbi)曾指出:“很难找到其他像秘鲁这样的国家,种植了如此多种多样的中国蔬菜:荷兰豆、黄瓜、节瓜、白菜、韭菜、芋头、大白菜、芽菜……市场上的蔬菜供应数量充足,且很多蔬菜是没有时令限制的。”^[30]华人不仅在契约华工时期为秘鲁的农业种植和出口作出重大贡献,在自由移民时期,华人在农业方面的天赋也得到进一步展现,许多前华工“反客为主”成为大型农场的主人。在20世纪20年代,华人农业巨头刘金良在秘鲁北部地区帕卡斯马约(Pacasmayo)经营一座占地2300公顷的农场,从事稻米种植。除了刘金良以外,戴宗汉、古永权、黄义雄、周剑平、梁裕丁、潘鏊诸等也都作为华人农业家代表名噪一时。华人农场生产的粮食不仅可供应秘鲁军民,还为秘鲁的初级农产品出口经济作出贡献。在秘鲁北方地区,90%的农场都是华人开垦的。有材料指出,在20世纪五六十年代,在秘鲁切彭(Chepén)地区,许多农场归华人所有,农场里形成一个个小型中国社会,每个农场中都雇有中国厨师。他们生活在庄园内部,在农场里自产自销,因此都没有必要外出就餐^[31]。

一些华人大农场主,如戴宗汉等人,对秘鲁的农牧业技术发展作出巨大贡献。譬如,从中国引进优良稻种,把中国的传统插秧技术介绍到当地;创造出“平面弯型引水法”,解决秘鲁沿海北部的土地干旱问题;开发森林等新的农业土地,开办养猪业等新的农业产业;率先运用农业机械等新兴技术,提升稻米生产率等。在秘鲁前总统胡安·贝拉斯科·阿尔瓦拉多(Juan Francisco Velasco Alvarado)当政时期(1968—1975),戴宗汉被授予“农业功臣”勋章,成为秘鲁第一个获此殊荣的华人。

还有一些中国特有的农产品也在这个时期随华人的脚步传播至秘鲁,并得到播种与开采。譬如,有材料显示,在“契发”流行时期,除了稻米、中国蔬菜广为人知以外,荔枝也在秘鲁的盆地地区广为种植。中国的瓜果蔬菜在当地如此流行,在20世纪四五十年代甚至衍生出了荔枝酒、荔枝茶等。此外,在秘鲁的热带雨林地区,中国的杨桃也得到种植和开采,秘鲁人同样将它泡进皮斯科酒中,酿造出一种粉红色、散发出草莓味的“皮斯科”酒。时至今日,大白菜、豌豆、葱以及其他中国特有的蔬菜在秘鲁菜市场随处可见,它们得到秘鲁普通民众的广泛接纳。

除了中国的农产品之外,无所不能、丰富多元的中餐烹饪也使得各类调味品在秘鲁民间社会中流行开来,成为一种不可忽视的食品经济。中餐调味品不仅在秘鲁大型城市流通,也渗入秘鲁的偏远地区。有秘鲁民众回忆,20世纪五六十年代,他的父辈“从特鲁希略(Trujillo)^①带回许多种蔬菜……父亲去利马时,会订购酱油、麻油、蚝油……”^[32]几十年后,对酱油、蚝油、麻油等调味品的需求早已从小众变为寻常,从华人圈子扩展到秘鲁整个社会。如今,秘鲁人已习惯于在肉和汤中添加一些酱油,在许多菜肴中添加香葱和姜,在洛克罗(一种南瓜玉米汤)中添加中国虾米。

在饮食服务业方面,中餐餐饮业对秘鲁经济的发展无疑也是巨大的。据相关资料显示,秘鲁每年都新增“契发”约10000家^[33]。中餐厅在创造就业方面发挥了重要作用。经营一家“契发”餐厅通常需要聘请6—8人,以4000家餐馆的规模来计算,这可为秘鲁创造3.2万个直接工作岗位。不仅如此,在秘鲁诞生的“契发”餐厅早已将其经营触角延伸至智利、玻利维亚、厄瓜多尔等周边国家。例如,在厄瓜多尔,一家名为“Joy Tim”的餐厅因其可口的鸡肉炒面(Tallarín saltado con pollo)而闻名于当地。

其次是社会—语言软实力。早在19世纪后半叶,随着华人越来越多地投身于小饭馆,他们与当地民众基于雇佣关系上的情感联结就已经开始。到20世纪,随着中餐由“小饭馆”向“契发”转变,其受众也进一步增多,许多经营历史超过几十年的中餐馆比比皆是。^②以“Ton Wa”为例,尽管其外部装饰几经变化,但其内部装潢几十年未变,同样不变与传承的是它的主雇与主顾关系。许多顾客尽管早已搬出了餐馆所在区域,却仍然愿意驱车穿越半个城市来享受其美食。在餐馆中工作的伙计与老板合作几十年,也早已亲如一家。温贝托·罗德里格斯·帕斯托尔曾指出,在许多历史悠久的中餐馆内,不仅仅店主与员工之间感情深厚、充满信任,许多中餐馆也有一批衷心的顾客,这种对中餐和中餐馆的感情自然会遗传和影响下一代^[34]。

除了基于雇佣与邻里之间的深厚情谊之外,华人饮食文化中蕴含的“饮食合欢”等情感价值唤起中秘民众对于集体主义的共同偏好。从“个人主义—集体主义”的社会文化偏好来看,拉美国家与中国有共同的集体主义历史根源与文化底色。^③康德(Immanuel Kant)曾经说过:“味道比气味更善于社交。”^[32]中国自古有“饮食合欢”的思想与习惯,中国人好聚在一起吃饭、喝酒,饭桌上有“江湖”,有社交,有“文化”。无论是远古时期的席地而坐、屈肢而坐还是近代的圆桌聚餐,中国人集体聚餐、喝酒的习惯始终未变。无论是宗教祭祀设宴,还是民间的红白喜事、人情往来,无不以“饮食合欢”的形式展开。中国人的“吃”已深入文化,不管是悼念先人,还是调节人际关系、敦睦亲友与邻里感情,皆可以“吃”来展开、推进。“饮食合欢”中共享美食,推杯换盏,欢声笑语的气氛早已内化为中国饮食文化的一种标志性场景。尽管在西方现代“卫生”概念的视野下,“饮食合欢”中的食物与酒水共享存在由唾液传播导致的卫生及健康问题,曾引发秘鲁统治精英阶层对华人饮食风俗的误解与歧视,进而上升至

①特鲁希略是秘鲁拉利伯塔德大区首府,位于秘鲁西北,也是秘鲁规模第三大的城市。该市是秘鲁北部的经济中心。

②著名的有“Cheng Yion”(1933)、“Nueva Unión”(1950)、“Tonwa”(1951)等。

③拉美的集体主义来源于印第安文明与天主教文化,这将拉美人的社会文化偏好与以美英为代表的盎格鲁-撒克逊个人主义偏好区分开来。

“卫生”与“营养”语境下对中餐和华人群体的攻讦。但由此代表的“共同体”心理超越时代局限和族群的藩篱,“共享”的集体文化感染,以及欢乐与和谐的感情交流既符合中华民族的精神特征,也是秘鲁乃至拉美文化中所珍视的人伦情感元素,这是那些将西方“卫生”“营养”的“科学”价值观奉为圭臬,将饮食体验与社会情感价值割裂开来的人群所无法理解的。

除了社会层面上的情感纽带与价值观连接,语言文字也是文化软实力重要的承载形式。吃中餐早已成为秘鲁民众日常生活的一部分。华人饮食融入秘鲁社会的过程中也无意间使得当地语言更加丰富与多元化,秘鲁西班牙语中吸收了大量的华人饮食词汇,让秘鲁西班牙语具有别具一格的特色。当一个秘鲁人购买中国的蔬菜时,常常脱口而出的是它的中文音译名。例如,当地人想买姜时,会直接脱口而出“Kion”,想买酱油会直接说“Sillao”,想吃中式点心时会说“Dim sum”,等等。除了大量跟华人饮食相关的农产品、调料、饮食习俗词汇外,“契发”一词本身的内涵与外延也在不断扩展。它不仅体现出华人饮食在秘鲁语言生态中的独特地位,例如“我们去契发”中的动词功能、“我很喜欢契发”中的名词功能;而且更为重要的是,“契发”的语义演变现象体现出其与秘鲁民众日常生活的更多场域发生连接,例如,如果要表达某人不愿意在某件事中搅和,他可以说:“这不是我的契发。”随着时间的发展,秘鲁民众也给这个词赋予了更多与饮食不相关的含义。例如,“契发某人”既可以表示与某人发生关系,也可以表明杀死某人。

四、结 语

本文以华人饮食文化在秘鲁的播迁及产生的文化效应为例,阐明在不同时期历史语境下,中餐以及中国文化在发挥文化软实力中的正面作用。秘鲁的“契发”早已是一张具有全球影响力的饮食品牌。从国外媒体和民众对秘鲁华人饮食的认可,到秘鲁中餐从业人员对自身行业的期许,由“下里巴人”主导的华人餐饮业通过自身的发展,在经济、社会、语言多个维度展现出由饮食所衍生出的饮食文化影响力与感召力:在经济方面,基于饮食需求衍生的农业、小商品贸易和餐饮业为秘鲁经济发展和农业技术进步作出巨大贡献,塑造出中国人智慧、勤劳的建设者形象。在社会—语言方面,无论是基于生存与发展形成的命运共同体,“饮食合欢”唤起的集体主义文化偏好,还是日常生活中不时闪现的饮食文化符号,都连接起中秘民间社会的“民心相通”。

秘鲁华人饮食文化软实力主要由两方面共同构建,即经济软实力、社会—语言软实力。它们共同构建出秘鲁华人基于无数具体个体“人”的族群软实力。首先,经济软实力为秘鲁华人饮食文化软实力之基础,主要体现为有形的华人农业与饮食服务相关的资本和实力,以及华商在近一个世纪以来深度融入秘鲁日常食品经济网络的开拓能力。其次,社会—语言软实力为秘鲁华人饮食文化软实力的可感知层面,主要体现为无形的社会凝聚力,中国文化与风俗的感召力和影响力。这两种资源相互依存、紧密相连。

华人作为秘鲁多元社会的一部分,自然不是国家层面上的实力博弈者,而是散落在异国他乡的“非国家参与者”。借助饮食这个媒介和桥梁,华人饮食文化融入秘鲁经济、社会、语言等方方面面,饮食文化的草根性、包容性与延续性使其易于为不同文化背景的人群所接受,从而使华人“族群软实力”在秘鲁得以施展并大放异彩。本文认为,从软实力的影响力、同化力和间接力基本概念出发,华人饮食文化具有影响、同化秘鲁乃至全球民众的软实力。如果说当下所热衷探讨的“构建中国特色哲学社会科学”需要具备建设性批判精神、立足中国实践、恪守以人民为中心的根本立场和研究取向,那么华人饮食文化以及基于具体“人”的软实力,一定程度上解构了西方软实力概念中围绕国家竞争的工具理性和功利主义,使得丰富现有西方语境下的软实力概念、构建中国特色软实力概念成为可能。秘鲁华人饮食文化既是“史”,也是当下不断发展与变化的文化风景。饮食联通了日常生活、大众文化与时代

风尚。只有深入发掘和拾起这些隐藏在“宏大叙事”中的历史碎片,关注这些“人与人之间的故事”,才能更好地理解中国对世界的文化软实力从哪里来,到哪里去。在百年变局加速演进、世界进入新动荡变革的大背景下,秘鲁华人饮食文化的案例或许能对捍卫“全人类共同价值”、构建“人类命运共同体”贡献一定的启示。

参考文献:

- [1] 奈. 软实力[M]. 马娟娟,译. 北京:中信出版社,2013.
- [2] 李安山. 中国华侨华人研究的历史与现状概述[C]//周南京. 华侨华人百科全书:总论卷. 北京:中国华侨出版社,2002:1034.
- [3] LEE E S. A Theory of Migration[J]. *Demography*,1966,3(1):47-57.
- [4] 斯图尔特. 秘鲁华工史[M]. 张铠,沈桓,译. 北京:海洋出版社,1985:24.
- [5] 格兰达. 沙国之梦契约华工在秘鲁的命运[M]. 竹碧,腊梅,译. 北京:世界知识出版社,1999:74.
- [6] VILLAFUERTE G P. “Fondas Chinescas”, Pioneros Cocineros y Negociantes Chinos en la Oferta Culinaria de Lima (1858—1879) [C]//CAMPOS RICO I V, ESQUIVEL R M. *Los Chinos de Ultramar: Sabor, Cultura, Alimentaria y Prácticas Alimentaria*. Mexico:Impresora Litográfica Heva,S. A.,2020:23.
- [7] DE ARONA J. La Inmigración en el Perú[M]. Lima:Academia Diplomática del Perú,1971:100.
- [8] MIDDENDORF E W. Perú, Observaciones y Estudios del País y Sus Habitantes durante una Permanencia de 25 Años[M]. Lima:Universidad Nacional Mayor de San Marcos,1973:176.
- [9] AGUILAR C, ANTONIO J. Cocinándose a Fuego Lento, los Chinos y la Plebe Lieña, una Mirada a partir del Censo de 1860 [C]//CHUHUE R, Li J N, COELLO A. *La Inmigración China al Perú. Arqueología, Historia y Sociedad*. Lima:Instituto Confucio, Universidad Ricardo Palma, Editorial Universitaria,2012:273.
- [10] PASTOR H R. Presencia Influencia y Alcances, Chinos en la Sociedad Peruana, 1850—2000 [M]. Lima: Facultad de Ciencias Sociales, UNMSM,2017:151.
- [11] GÁLVEZ J. Estampas Limeñas[M]. Lima:Universidad Nacional Mayor de San Marcos,1966:163.
- [12] MAYER D. La China Silenciosa y Elocuente[M]. Lima:Edición Renovación,1924:103.
- [13] BARRIONUEV M F. Gracias a los Chinos, el Perú, Huérfano Totalmente de Tradición Culinaria, Está Aprendiendo la Ciencia y el Arte de Comer[N]. *Cascabel*,1935-5-1(3).
- [14] SOLDAN C P. El Chinatown Limeno[N]. *El Comercio*,1916-9-29(5).
- [15] 泰勒. 原始文化:神话、哲学、宗教、语言、艺术和习俗发展之研究[M]. 连树声,译. 桂林:广西师范大学出版社,2005:44-47.
- [16] 费孝通. 论文化与文化自觉[M]. 北京:群言出版社,2005:74.
- [17] PALMA P, RAGAS J. Chinese Fondas and the Culinary Making of National Identity in Peru [C]//BANH J, LIU H M. *American Chinese Restaurants: Society, Culture and Consumption*. Loudan and New York:Routledge,2019:82.
- [18] PASTOR H R. Del Kon Bei Pat Choy al Chifa Peruana [C]//WESTON R O. *Cultura, Identidad y Cocina en el Perú*. Lima:Universidad San Martin de Porres,1993:189-238.
- [19] SEN C K. Un Aviso[J]. *Oriental*,1935,5(7):14.
- [20] CUZQUEÑA L. Un Aviso[J]. *Oriental*,1931,1(5):58.
- [21] BARTOLINA S. Cocina China y Perú[J]. *La Imagen*,1975,27(3):10.
- [22] LI Y Q. Favor Chino[J]. *Oriental*,1942,12(3):23
- [23] PALMA C. La Inmigración China en el Perú[J]. *Etiqueta Negra*,2008,57(9):30.
- [24] VALDERRAMA M. Los Sabores del dragón, Cap. Del influjo Oriental, El libro de Oro de las Comidas Peruanas [M]. Lima:Perú Reporting,1996:41-47.
- [25] KUO W. Un Aviso[J]. *Oriental*,2006,76(3):29.

- [26] BALBI M. Los Chifas en El Perú: Historia y Recetas [D]. Lima: Universidad San Martín de Porres, 1999: 173.
- [27] 人民网. 坚守文化传播 20 载——访秘鲁民间“大使”孟可心 [EB/OL]. (2016-12-02) [2022-06-29]. <http://world.people.com.cn/n1/2016/1202/c1002-28921776.html>.
- [28] 杨发金. 拉美华侨华人的历史变迁与现状初探 [J]. 华侨华人历史研究, 2015(4): 37-46.
- [29] 王焕芝. 新时期华侨华人文化发展趋势探析 [J]. 齐齐哈尔大学学报(哲学社会科学版), 2008(3): 68-71.
- [30] BALBI M. Lo Mejor de La Cocina Peruana [M]. Lima: PromPerú, 2008: 25.
- [31] NARANJO M. Entrevista a Bertha Leu, Chepén [J]. El Comercio, 2002, 8(7): 36.
- [32] JUAN L. Entrevista a Rafael Bernardo [J]. La Primera, 2005, 27(1): 41.
- [33] STAKEEFF N. Cada Año Abren Aproximadamente 10,000 Chifas y 8,000 Pollerías Nuevos a Nivel Nacional [EB/OL]. (2009-08-07) [2022-06-30]. <https://andina.pe/agencia/noticia-cada-ano-abren-aproximadamente-10000-chifas-y-8000-pollerias-nuevos-a-nivel-nacional-247110.aspx>.
- [34] PASTOR H R. La Pasión por el Chifa [J]. Nueva Sociedad, 2006, 8(203): 79-88.

Spread and Influence of Chinese Food Culture in Peru from the Perspective of Soft Power

QU Moxi¹, JIANG Shixue²

(1. School of Languages and Cultures (School of International Communication and Exchange),
Shanghai University of Political Science and Law, Shanghai 201700, China;
2. College of Liberal Arts, Shanghai University, Shanghai 200444, China)

Abstract: The concept of “soft power” can be a comprehensive strength competition between “countries” and “countries” under the perspective of traditional Western theory, or it can be displayed through “people-to-people” exchanges in a specific historical process based on the common values of “harmony” and “inclusiveness” of all mankind, which is also the proper meaning of building the concept of “soft power” with Chinese characteristics. In different periods of Peruvian history, the Chinese food has played many roles, initially meeting the basic needs of some Peruvian people, becoming a window to understand Chinese customs and culture, and when slowly integrated into the daily life of Peruvian people, it has gradually become a new fashion in cooking, social and even lifestyle. Taking the Peruvian Chinese food culture as the starting point, we can not only see the changes of Peruvian daily life and spiritual outlook, but also explore the economic soft power, socio-linguistic soft power of Peruvian Chinese as “non-state participants”, and the soft power of the ethnic group as a whole, which makes it possible to enrich the concept of soft power in the existing Western context, and then to build the concept of soft power with Chinese characteristics. Moreover, it can better display the historical background and practical foundation of “people-to-people bond” in China and Peru, and provide some inspiration for defending the “common values of all mankind” and building a “community with a shared future for mankind”.

Key words: cultural soft power; Peru; Chinese food culture



(责任编辑 张伟 李裕政)