

本期内容简介

本期主题是“民族\文化心理研究”，关注国内、国外民族与文化心理问题，探讨民族和谐与文化传播的心理机制。此外，“中华文化与大众传播研究”栏目关注中华文化在当代社会的传播问题；“广告传播研究”探讨广告传播与社会的关系；“媒体与社会研究”多角度关注媒体与社会问题的内在关联以及传媒相关问题；“国学新知”栏目则研讨国学精义、中西文化差异诸问题。

华夏传播 文明传承 文化自强 民族复兴



定价：45.00 元

中华文化与传播研究

2016年卷（总第四期）

厦门大学传播研究所 主办

中华文化与传播研究

Chinese Culture and communication studies

VOI.4 NO.4 (Serial No.4) Jun.2016

2016年卷

(总第四期)

谢清果 主编

本期主题：民族\文化心理研究



厦门大学传播研究所 主办

主编谢清果简介



主编 谢清果

谢清果，哲学博士，历史学博士后，两岸关系和平发展协同创新中心研究员，厦门大学新闻传播学院教授，博士研究生导师，传播研究所所长，世界老子学会副会长，美国北卡罗莱纳大学夏洛特分校访问学者，福建省高校新世纪优秀人才，福建省传播学会副秘书长，福建省易学研究会副秘书长，福建省炎黄文化研究会理事，福建省老子研究会常务理事。已在《国际新闻界》《现代传播》《台湾研究》等刊物上发表学术论文120余篇，出版《中国近代科技传播史》《中国视域下的新闻传播研究》《和老子学传播》《道德真经精义》等著作16部，主编《华夏文明传播研究文库》《两岸关系与海峡传播研究文库》《中华文化与传播研究丛书》等三套丛书。主持国家社科基金以及省部级课题10余项，学术成果连续三届荣获福建省社科优秀成果三等奖。



中华文化与大众传播研讨会会场



谢清果教授在主持中华文化与传播大讲坛



王维生山长在演讲中



黄鸣奋教授在演讲中



赵振祥教授在演讲中



中华文化与传播大讲坛合影



廈門大學

哲学社会科学繁荣计划

2011—2021

主管单位：厦门大学新闻传播学院

主办单位：厦门大学传播研究所

协办单位：

世界道家联谊会

福建省传播学会

福建省易学研究会

厦门大学国学研究院

四川大学老子研究院

厦门市易学研究会

厦门大学道学与传统文化研究中心

厦门筓笏书院

厦门伟纳机电技术有限公司

中盐金坛盐化有限责任公司

两岸关系和平发展协同创新中心

本期出版经费支持：厦门大学繁荣哲学社会科学计划（2011-2021）

顾问委员会

主任：张铭清（两岸协创中心 社会整合平台 主任）

詹石窗（四川大学老子研究院 院长）

顾问（以姓氏笔画为序）：

王维生 朱人求 许清茂 陈支平 陈培爱 林荣涛 罗辉 周宁 周昌乐

周建昌 钟海连 郑庆昌 郑学檬 郑树东 郭丹 郭金彬

学术委员会

主任：孙旭培（中国社会科学院新闻与传播研究所）

委员（以姓氏笔画为序）：

- | | |
|----------------------------|----------------------|
| 马成龙（香港浸会大学传理学院） | 尹韵公（中国社会科学院新闻与传播研究所） |
| 史安斌（清华大学新闻与传播学院） | 吕行（美国迪堡大学） |
| 刘海龙（中国人民大学新闻学院） | 庄鸿明（厦门大学新闻传播学院） |
| 孙玮（复旦大学新闻学院） | 李彬（清华大学新闻传播学院） |
| 肖东发（北京大学新闻与传播学院） | 肖小穗（香港浸会大学传理学院） |
| 吴飞（浙江大学传媒与国际文化学院） | 吴予敏（深圳大学传播学院） |
| 吴廷俊（华中科技大学新闻与信息传播学院） | 汪琪（台湾政治大学传播学院） |
| 陈国明（美国罗德岛大学传播研究系） | 陈韬文（香港中文大学新闻与传播学院） |
| 陈熾如（厦门大学新闻传播学院） | 张志安（中山大学传播与设计学院） |
| 张惠晶（美国伊利诺大学芝加哥分校） | 张昆（华中科技大学新闻与信息传播学院） |
| 林升栋（厦门大学新闻传播学院） | 罗萍（厦门大学新闻传播学院） |
| 岳森（厦门大学新闻传播学院） | 邹振东（两岸关系和平发展协同创新中心） |
| 居延安（美国康涅狄格州州立大学） | 单波（武汉大学新闻与传播学院） |
| 卓南生（新加坡）（北京大学新闻学研究会） | 宫承波（中国传媒大学电视与新闻学院） |
| 赵月枝（加拿大西门菲莎大学传播学院） | 赵振祥（厦门理工学院） |
| 赵晶晶（浙江大学传媒与国际文化学院） | 胡翼青（南京大学传播学院） |
| 邵培仁（浙江大学传播研究所） | 郝雨（上海大学影视学院） |
| 姜红（安徽大学新闻传播学院） | 郭肖华（厦门理工学院数字创意学院） |
| 阎立峰（两岸协创中心专家委员、厦门大学新闻传播学院） | 黄旦（复旦大学新闻学院） |
| 黄合水（厦门大学新闻传播学院） | 黄鸣奋（厦门大学人文学院） |
| 黄星民（厦门大学新闻传播学院） | 程曼丽（北京大学新闻与传播学院） |
| 谭华孚（福建师范大学传播学院） | 戴元光（上海政法学院） |

编辑委员会

主 编：谢清果（两岸协创中心，新闻传播学院）

本期主编助理：赵 晟 张 丹

副主编：李 展 毛章清 曹立新 何钦明

编辑部主任：何钦明（兼）

编 委（以姓氏笔画为序）：

校外编委：

王明亮（暨南大学新闻传播学院）	王仙子（西南政法大学新闻传播学院）
王乃考（厦门大学嘉庚学院人文与传播学院）	白文刚（中国传媒大学政治传播研究所）
朱鸿军（中国社会科学院新媒体研究中心）	连水兴（福建师范大学传播学院）
刘忠博（华南理工学院）	李 漫（比利时根特大学人文与哲学学院）
李 红（西北师范大学新闻传播学院）	邹 洁（广东财经大学艺术学院）
杨少涵（华侨大学哲学学院）	杨中启（《集美大学学报》编辑部）
张 放（四川师范大学新闻与传播学院）	张毓强（中国传媒大学国际传播学院）
陈巧玲（集美大学外国语学院）	陈先才（两岸协创中心社会整合平台执行长）
陈 谦（青岛大学新闻与传播学院）	陈 娜（天津师范大学新闻传播学院）
姚锦云（暨南大学新闻传播学院）	洪长晖（浙江传媒学院）
曾一果（苏州大学凤凰传媒学院）	贾 兵（广州大学新闻与传播学院）
戴美玲（厦门筓筓书院）	

校内编委（以姓氏笔画为序）：

叶 虎（新闻传播学院新闻学系）	史冬冬（新闻传播学院新闻学系）
朱至刚（新闻传播学院新闻学系）	孙慧英（新闻传播学院新闻学系）
苏俊斌（新闻传播学院新闻学系）	李德霞（新闻传播学院传播学系）
周建昌（厦门大学图书馆）	汪晓云（人文学院民族与人类学系）
宫 贺（新闻传播学院广告系）	黄含韵（新闻传播学院传播学系）
黄 勇（新闻传播学院新闻学系）	唐次妹（新闻传播学院新闻学系）
谢晓东（人文学院哲学系）	熊 慧（新闻传播学院传播学系）

本期执行编辑：赵 晟 张 丹

刊名题字：孙旭培（中国社会科学院）

刊 号：ISSN 2308-5606

排版设计：鹤雅

字 数： 200 千字

出 版：厦门大学传播研究所

通讯地址：福建省厦门市思明南路 422 号厦门大学新闻传播学院传播研究所，《中华文化与传播研究》编辑部 收

邮编：361005

投稿邮箱：weirai2002@126.com

定价： 人民币 45 元 港币 60 元

《中华文化与传播研究》第四期

目 录

一、特稿·民族\文化心理研究（特约主持人：吴胜涛）

1. 海上丝绸之路中阿文化的传播交流与互动变迁·····王 平（2）
2. 新疆民族心理与民族政策·····李维青（10）
3. 文化心理学视野下的族群冲突·····吴胜涛（16）

二、问道·中华文化与大众传播研究（特约主持人：林荣涛）

1. 时代呼唤中华文化大众传播·····谢清果（20）
2. 石刻对联与中华文化的传播·····黄鸣奋（22）
3. 旧学与新知、传承与创新——以厦门筓筓书院为例探索当代书院建设与发展的若干
·····王维生 戴美玲（34）
4. 泰国孔子学院中华文化传播刍议·····叶 虎（43）
5. 黄道周在两岸的文化符号与文化传播·····杨中启（52）
6. “互联网+”时代下中医媒介形象重塑问题研究 ·····陈彦蓉（59）
7. 文化自觉角度下汉服运动中的问题与解决对策·····母 丹（64）
8. “仁”之思想内核的时代传播诉求 ·····高筱红（69）
9. 漫谈中华传统文化的教育与传播问题·····许显晖（74）

三、探索·广告传播研究

1. 房地产广告中的环境审美思想·····周 雨 吴凯瑜（81）
2. 新媒体语境下佛山老字号的广告传播应用研究·····邹 洁（94）

四、追问·媒体与社会研究

1. 南海领土争议中的日本主流媒体角色研究 ·····李德霞（100）
2. 微信用户社交安全指数调查报告·····吴 婷 程佳佳 姚素梅（120）

3. 朱立伦访问大陆事件报道框架研究·····赵伊然 (126)
4. 对娱乐新闻传播中媒体伦理失范的探析·····鲁欢 (132)
5. 新媒体影响下的新闻专业主义·····徐莹 (137)

五、求索·国学新知

1. 性危说: 荀子人性论新探·····谢晓东 (142)
2. 中国式乌托邦“大同世界”与西方“乌托邦”特质差异论·····杨雪团 焦仕刚 (153)
3. 中国道教对越南高台教中瑶池金母名号的影响研究
·····NGUYEN PHUOC TAI 陈钰宁 (159)
4. 少林禅武的意蕴与心法阐微·····杨菲扬 (ANGELIE YOUNG LIM) (165)
5. 唐僧与孙悟空的师徒关系再研究 ·····王珊珊 谢清果 (171)

六 回眸·会议综述

- 中华文化与大众传播研讨会综述 ·····赵晟 祁菲菲 (183)

七、印象·中华文化与传播大讲坛 (栏目主持人: 赵晟)

- 第一讲: 姚锦云: 日用而不知——《周易》与华莱坞功夫电影的观念原型·····杜恺健 (187)
- 第二讲: 巫称喜: 神权政治与商代传播·····赵晟 (188)
- 第三讲: 胡翼青: 互联网+时代的新闻业变革·····李淼 (189)
- 第四讲: 卫高荣: 三十年中美交流的感悟——我的体验与期待·····赵晟 (190)
- 第五讲: 谢馨慧: 成功的品牌需要好故事作者·····张希月 (191)
- 第六讲: 续明伟: 传统文化在园林景观设计的应用体悟·····徐莹 (192)
- 第七讲: 蔡长安: 易经与个人创业·····赵晟 (192)
- 第八讲: 黄文: 中国国家安全的现实考量——从抗战阅兵到南海问题·····张丹 (193)

八、切磋·书评

- 新道统: 仁与礼之“中”——评梁涛教授《儒家道统说新探》·····杨少涵 (195)

九、文献·华夏传播研究编目 (四) ·····谢清果 (201)

十、嚶嚶·稿约·····编辑部 (204)

民族/文化心理专栏主持辞：

在“一带一路”国家战略及中华民族伟大复兴的重大历史背景下，对儒释道传统的汉民族与其他民族或文明的文化心理（尤其是价值观）的差异以及双方的互补性进行深入研究，是凸显中华文明历史地位、拓展文明对话空间的重要战略课题，也是理解当今社会冲突、寻求治理路径的科学尝试。同时，在问题中心、学科交叉的科学变革中，采用心理学、传播学、社会学、民族学的多学科路径，一方面可以整合的视角来回答问题，另一方面可以促进不同领域的协同创新。本期，我们特别邀请了厦门大学人类学与民族学系的王平副教授以及新疆维吾尔自治区政协文史资料与学习委员会/新疆大学的李维青教授，分别从理论、实践的视角，介绍了他们在信仰伊斯兰教民族或地区的心理结构与民族政策领域的研究成果和经验总结；进而，厦门大学传播研究所传播与社会研究中心的吴胜涛副教授，阐释了用文化心理学来处理族群冲突的国际经验与中国路径。

吴胜涛（厦门大学新闻传播学院副教授；厦门大学传播研究所副所长）





海上丝绸之路中阿文化的传播交流与互动变迁

——基于福建泉州回族文化为个案的分析和思考

王平^①

(厦门大学人文学院人类学与民族学系, 福建, 厦门, 361005)

摘要: 泉州回族文化是海上丝绸之路中阿文化传播、交流、互动、适应、变迁与融合历史过程的展现, 它是泉州回族在历史发展过程中为适应其生存的自然地理环境和社会经济文化环境不断演变的结果。泉州回族文化是泉州回族起源、文化变迁与融合、社会适应与发展、族群认同变化与重构、民族文化心理形成、变化和延续的历史呈现和现实表达。回顾历史, 展望未来, 随着泉州回族社会经济文化的不断发展, 随着国家一带一路建设的不断推进和实施, 泉州回族将为新的海上丝绸之路建设和中阿文化交流做出自己的新的贡献。

关键词: 泉州回族 文化传播 文化适应 文化变迁

历史上的“海上丝绸之路”将中国同世界主要文明古国和文化发源地连接起来, 推动了这些国家和地区的经济文化交流, 被称为“东西方文明对话之路”。泉州作为我国海上丝绸之路的起点, 唐宋以来即是中外海上交通和经济文化交流的重要门户, 对于中华文化的对外传播和海外文化在中国的传播都起到了非常重要的作用。泉州回族是历史上中华文化和伊斯兰文化交流互动的结晶, 泉州回族文化的形成和发展就是“海上丝绸之路”上中阿文化传播交流与互动融合的历史见证和现实表达。

一、泉州回族文化遗产: 中阿经济文化交流的历史记忆

泉州回族文化遗产呈现多元形态, 既有物质形态的碑刻、墓葬、寺庙建筑、族谱、典籍、书法、绘画及展览馆, 又有非物质形态的口头传说、民俗活动、礼仪与节庆文化以及宗教信仰仪式与文化。既有伊斯兰文化特色的清真寺、古墓、碑刻、书法、博物馆、民俗遗迹; 也有闽南文化特色的祠堂家庙、民居建筑、祭祖仪式、生活习俗、家族礼仪、宗教信仰。它们共同形成了独具特色的泉州回族文化遗产群落。

泉州回族文化遗产是中阿经济文化交流历史的记忆与表达。泉州自唐宋以来即是海上交通的重要门户, 长期以来与波斯湾阿拉伯诸国有密切的商业交往。葬于泉州灵山的两位圣贤, 在唐武德中(618-626年)来泉州传授伊斯兰教, 那时伊斯兰教刚创立, 他们来华只是在来华贸易的阿拉伯人中传播伊斯兰文化的。当时的泉州和广州、扬州一样也是阿拉伯商人聚居地方。“1965年, 在泉州郊区出土的一方古体阿拉伯文墓碑石, 初步辨认, 其义为‘这是侯赛因·本·穆罕默德·色拉退的坟墓。真主赐福他。亡于回历二十九

^① 作者简介: 王平(1969-)男, 回族, 甘肃临夏市人, 厦门大学人类学与民族学系副教授, 博士, 主要从事民族学、人类学研究。

年，三月……回历二十九年即我国唐贞观二十三年（649年），可见早在七世纪中叶，在泉州就有信仰伊斯兰教的阿拉伯人。”^①五代时，中国与阿拉伯国家通过印度中转进行贸易。据《蒲寿庚考》记载，阿拉伯人马考地说：唐末五代间，阿拉伯商人东航者，皆乘中国船。宋元时期，泉州港海外通商空前繁荣，海上交通航线也日益发展，由泉州出航，经南海、三佛齐、故临至波斯湾，再由波斯湾沿阿拉伯海岸西行，至亚丁湾和东非沿岸。从泉州至波斯湾沿岸的阿拉伯诸国，往返一次需两年时间。“1225年，与泉州发生贸易关系的阿拉伯国家和地区有大秦（伊拉克）、麻嘉（沙特阿拉伯麦加城）、瓮蛮（阿曼）、白达（今伊拉克巴格达）、勿斯里（埃及）、波斯（伊朗）等”^②。当时泉州陶瓷业兴旺发达，是为适应当时东南亚各国和阿拉伯国家人民的需要。泉州进口的香料主要从阿拉伯等地进口的。“南宋绍兴年间，大食商人羅辛来泉州贩卖乳香价值三十万緡”^③。《宋史·食货志》载：大食商人羅辛、福建纲首蔡景芳，因贩入巨额的海外宝货，各补承信郎。南宋周密在《葵辛杂识》中说：“泉州有巨贾南蕃回佛莲者，蒲氏之婿也。其家富甚，凡发海舶八十艘。”元朝继续执行招徕外商来华贸易的政策，元至元十年（1227年）在泉州设立市舶提举司，管理海外贸易。并任用原南宋掌管泉州市舶司的蒲寿庚，继续主持泉州市舶提举司的工作。元代泉州港出口的商品，有丝绸纺织品、瓷器等，其中泉州产的“泉缎”（又名“刺桐缎”），驰名海外，远销南洋、印度、西亚、东北非、欧洲等地。“阿拉伯人把泉州缎子叫做Zaituni，这个名词随着阿拉伯人贩卖的泉州缎子传入欧洲，就成为欧洲各种语言中缎子的名称”^④。以至英语、法语和德语中的缎子“Stain”一词，也由阿拉伯语“Zaytuni”（刺桐）转音而来的。在伊本·白图泰的著作中还提到大食、波斯的商人侨居泉州的很多。波斯的毛氈、鞍鞞、兵器、铜器、玳瑁等，由泉州输入中国内地，而泉州的瓷器则输往印度、阿曼等地。从唐、宋至元代，有众多的阿拉伯人、波斯人侨居泉州。他们以泉州为据点，来我国转贩货物、经营香药、珠宝等贸易。他们当中，“像蒲寿庚这样几代久居中国的阿拉伯人，在宋末元初，主持泉州市舶司达三十年之久，在外商中有较高的声誉，这对招徕南洋、印度、阿拉伯等国商人来华贸易，也起过积极的作用”^⑤。元朝官方的记载说“泉州那里……做买卖的前往‘回回田地’，‘忻都田地’经商”^⑥。在寓居泉州的亚非各国人民中，以阿拉伯和波斯人为最多，泉州人称他们为“南海番客”。他们把泉州作为自己的第二故乡，有的人甚至死后也埋葬在泉州。有的和当地人互通婚姻，他们的子孙后代，早已成为中华民族大家庭的一员。当时泉州民间流传有“回半城”、“半蒲街”的说法。据族谱记载，“现在泉州居民中的金、丁、夏、马、郭、葛、蒲、卜、哈、铁等姓，他们的祖先都和阿拉伯人有血缘关系”^⑦。宋元时期，由泉州出洋远航亚非各地贸易的中国商人，也受到各地人民的欢迎和接待，增进了彼此之间的了解和友谊。马可·波罗在他的游记里也记载了元代我国商船将药材运到埃及亚历山大港的情况。1953年，泉州市文管会在泉州南校场，发现一块元代石刻，

① 《泉州港与古代海外交通》，第17页，文物出版社，1982年。

② 《泉州港与古代海外交通》，第50-51页，文物出版社，1982年。

③ 出自《宋史·食货志》。

④ 马坚：《齐墩、橄欖、刺桐与泉州城》，1963年5月8日《光明日报》。

⑤ 《泉州港与古代海外交通》，第72页，文物出版社，1982年。

⑥ 《通制条格》卷27《杂令·蒙古男女过海》，其中“回回田地”指阿拉伯诸国。

⑦ 出自《凤池林李宗谱》。





“记载元大德三年（1299年），泉州人奉使往波斯湾的火鲁没思（即忽鲁谟斯），受到该国哈赞大王的接见，并带回特赐的‘七宝货物’呈现给元朝廷”^①。频繁的贸易和人员往来，促进了泉州与亚非拉各国的经济文化交流。指南针、火药、印刷术三大发明是中国劳动人民勤劳智慧的结晶，“其中指南针和火药，就是通过海外交通贸易，经阿拉伯商人西传的欧洲的”^②。我国大量的瓷器经由泉州运销亚非各地。“在叙利亚大马士革以北的哈玛遗址，曾出土中国的青花瓷片，经鉴定是元代的产品”^③。元代游历过泉州的摩洛哥旅行家伊本·白图泰说到当时中国的瓷器曾远销到他的故乡摩洛哥。考古工作者在伊朗发掘出大量的中国瓷器。在伊朗的古勒斯坦宫，成双成对地摆着中国元明两代的青花大瓷瓶和其他精美的古瓷器。在波斯语里，瓷器叫做“泰尼”，意思是“中国的”^④。在医药方面，当时侨居泉州的阿拉伯人和波斯人，和泉州民间医生结识，把我国的医术和药材带回本国。如阿拉伯名医阿维森纳的《医典》，其中许多医方是从我国医学著作里获得的。“从阿拉伯、南洋等地输入泉州的乳香、龙涎香、木香、苏合香油、肉豆蔻、没药、蔷薇水、安息香等十二种香药，其中有七种，在宋时已入药，成为民间常用药品”^⑤。如“苏合香油，出大食国。……番人多用以涂身。闽人患大风（麻风病）者亦做之。可合软食及入医用”^⑥。“在中国与阿拉伯之间所进行的千百年间的航海贸易中。从阿拉伯经印度洋到南中国海，再至泉州之间，从事海上贸易的各国商人形成了他们之间的经济、物产、航海地理知识的交融。形成了一种在阿拉伯与中国的航海人所共有的文化。比如说，阿拉伯《一千零一夜》中的不少素材与行商于泉州港的阿拉伯人有直接关系。“中国的泉州港毫无疑问地，应该是中国海上的‘阿拉伯走廊’。泉州是中国人从海上认识阿拉伯、前往阿拉伯的通途”^⑦。

泉州回族伊斯兰文化历史遗迹是海上丝绸之路泉州伊斯兰文化繁荣的历史见证。“自从公元7世纪以来，由于海上丝绸之路畅通，泉州就出现了由阿拉伯和波斯商人组成的、渐趋中国化的独特的穆斯林社会”^⑧。泉州是伊斯兰教传入我国最早的地区之一，公元622年（唐武德五年）暨伊斯兰教历元年，穆罕默德到麦地那建寺传教，唐武德中（618-626）伊斯兰教传入泉州。据闽书记载“穆罕默德门徒有大贤四人，唐武德中来朝，遂传教中国。一贤传教广州，二贤传教扬州，三贤、四贤传教泉州，卒葬灵山。”泉州灵山圣墓便是这一历史的见证。“圣墓”的墓廊平面呈马蹄形，东、北、西、三面环绕一墓，廊为石制，采取仿传统木构形式。从前椽柱看，共十柱九间，左右对称；从形体看中间三间屋略高起，形成主体，左右为从体，所以墓廊实际上是象征的中央厅堂三间及左右廊庑各三间。这座墓廊与二墓盖之阿拉伯风格迥异，完全是中国式的。泉州是古代“海上丝绸之路”的起点，唐代，由于朝廷对海外交通的重视，在泉州专门设“参军”，招

① 《泉州港与古代海外交通》，第78页，文物出版社，1982。

② 冯家升：《火药的发明和西传》，第50页，上海人民出版社，1957。

③ 阎文儒：《从考古发现上看阿拉伯国家与中国的关系》，《文物参考资料》1958年第9期。

④ 许博远：《我们的交往已有二千多年的历史——随中国考古代表团访问伊朗散记》，福建日报1977年11月29日。

⑤ 《泉州港与古代海外交通》，81页，文物出版社，1982。

⑥ 出自《诸蕃志》卷下。

⑦ 宋岷：《泉州港是中国的“阿拉伯走廊”》，李冀平等主编《泉州文化与海上丝绸之路》，183-189页，社科文献出版社，2007。

⑧ 傅吾康：《关于中国西安和泉州古礼拜堂》，《泉州文史》第5期。

引外商贸易，而此时非常重视海外贸易的阿拉伯国家正在发展兴起，所以自唐以来一直是中国海外贸易的伙伴。宋、元时期泉州港被誉为“东方第一大港”，随着泉州对外贸易的兴盛，大量的外国人如阿拉伯、摩洛哥、波斯、叙利亚、印度等国的商人和传教士涌进泉州，由以阿拉伯等信奉伊斯兰教的国家为多，他们中许多人与当地汉人通婚，产生了从中国姓氏的第一代“土生蕃客”。《泉州府志》记载大食商人“作丛冢于城于东南隅，以掩胡贾之遗骸。”在泉州东门外的圣墓，涂门外的津头浦、法石、云麓、美山、后渚以及后渚对岸的惠安百奇一带，都曾发现阿拉伯人的石棺式墓葬，多达数百座。从墓碑石刻可以看出，他们当中有贵族、官吏、商人及传教士，也有妇女和儿童。《诸蕃志·大食国》记载“有番商曰施那帏。礪（侨）寓泉南，轻财乐施……作丛塚于城外之东南隅，以掩胡贾之遗骸。”据考定，“十二、十三世纪时，泉州的阿拉伯公共墓地，是由阿拉伯人蒲霞辛合纳只卜·穆兹喜鲁丁经营的”^①。据《泉州府志》记载“胡贾航海踵至，富者资累钜万，列居郡城南。”解放后发现的大量的阿拉伯文墓碑石刻印证了他们绝大部分居住在泉州城南的历史。1932年，在拆除泉州东门城墙时，发现一方两面皆阴刻阿拉伯文的古伊斯兰教徒墓碑石，译文是“死者名伊萨尔德，阿拉伯人，到中国泉州经商兼传教。……卒于回历721年（公元1321年，元至治元年。碑的另一面，刻伊斯兰教的《古兰经》经文”^②。北宋大中祥符二年（公元1009）年在泉州涂门街建造清净寺，现存泉州的清净寺的整体结构，具有典型的阿拉伯伊斯兰教式的建筑风格，清真寺的细部结构，也吸收了中国古建筑结构的优点，清净寺是中阿文化艺术交流的珍贵遗迹。至元代，随着信仰伊斯兰教国家来泉人数增多的需要，泉州清真寺又建了好几座，根据吴鉴《重立清净寺碑记》记载“今泉造礼拜寺增为六七”。“泉州海交馆也从一块阿拉伯文石刻碑文中考证出一个清真寺”^③。泉州古老的清真寺和圣墓以及众多的伊斯兰教宗教墓碑石刻，是海上丝绸之路上泉州伊斯兰文化繁荣的历史见证。

泉州回族文化遗产是海丝之路上中外文化交流、互动、适应、变迁与融合过程的历史反映。“遗产属于一种特殊的记忆形式，是一个特定族群的集体表述与历史记忆。研究遗产必须与它的时间和记忆联系起来”^④。泉州古老的伊斯兰教古墓、千年历史的清真寺以及众多的伊斯兰教墓碑石刻，记忆着泉州回族在历史上的社会文化繁荣景象。泉州回族的宗祠与族谱、祭祖仪式和宗教信仰以及浓郁的闽南汉族习俗礼仪，贮存着泉州回族迁居汉族社会后的文化变迁的历史记忆。“陈埭丁氏对于宗族和‘祖教’伊斯兰教的认同远远强烈于对民族的认同，无论是族谱的修撰，还是祠堂的建立，抑或是对祖先的历史记忆，都是在强化宗族和祖教的认同感。泉州穆斯林后裔互称‘同宗’，海外泉州穆斯林后裔的‘清真五姓联宗会’，皆以‘宗’为纽带”^⑤。宗祠的建立和祭祖仪式的举行，目的在于对祖先的崇拜，是泉州回族文化变迁的一个表现，反映了闽南回族伊斯兰文化的变迁。同时，在祠堂建筑中、祭祖仪式和丧葬习俗中保留的伊斯兰文化遗迹，反映出文化融合的特色和民族意识的表达。正如《陈埭丁氏宗祠刍议》中写道：“……建造宗祠采用了

① 白寿彝：《回回民族的新生》，第15页，东方书社，1951。

② 吴文良：《泉州宗教石刻》，第8页，科学出版社，2005年。

③ 陈达生：《泉州又一座清净寺的考证》，见《海交史研究》1978年创刊号。

④ 彭兆荣：《遗产：反思与阐释》，云南教育出版社，2008。

⑤ 丁毓玲：《泉州穆斯林后裔的历史记忆和理性选择》，李冀平等主编《泉州文化与海上丝绸之路》，第324页，社科文献出版社，2007。





当地汉族的传统建筑形式。然而,陈埭丁氏的民族意识并没有消失,……特将宗祠的形制建成“回”字型”^①。“建于明代的丁氏祠堂外观和周边族姓的宗祠没有什么区别,但是内部布局却颇有暗喻,廊院建筑呈现汉字“回”字形结构。这一闽南地区绝无仅有祠堂建筑,是丁氏族人对于自己回回身份的隐语”^②。厦门大学郭志超教授认为百崎郭氏回族墓制经历了元代石墓、明代整石雕成的石墓、明清三合土墓、清代以来的“内回外汉”式墓共五种墓制类型的变化。在形态上墓围、墓表石雕纹饰、墓葬构造等方面是明代以来社会变迁与回汉文化交流、冲突、适应、变迁与融合的历史反映。

二、开放与发展:泉州回族文化的变迁适应与多元兼容

泉州回族闽南特色文化是泉州回族适应社会经济环境变化和寻求生存发展的历史反映。泉州回族民众在与汉族民众的世代相处中,由于社会政治经济文化环境、生产方式、生活方式以及传统观念都逐渐发生了变化,泉州回族的民俗也相应的发生了巨大的变化。其原来的回族以伊斯兰文化为主的习俗逐渐演化为以汉族民俗为主。生活于明代万历年间(1537-1620)的丁氏第10代丁衍夏所撰谱牒《陈江丁氏族谱》,追忆他年幼时所见到的宗教信仰和宗教仪式,具有明显的伊斯兰文化特征,他同时还描述丁氏家族伊斯兰教信仰正逐渐削弱,取而代之的是民间宗教色彩正在加浓。根据厦门大学石奕龙教授的研究“陈埭回族宗教转化过程的开始大致可以从丁姓一世祖时算起。这以后,汉民族的民间宗教因素不断增长,伊斯兰教的因素渐渐减少。通过了300年左右的时间的量变之后,大致到明代万历年间,才导致了质变,最终从信仰伊斯兰教转化为几乎全部信奉汉族的民间宗教”^③。根据笔者对陈埭回族社区和惠安百崎回族乡的调查,人生礼仪、婚庆习俗、丧葬习俗、祭祀礼仪都呈现出汉族民俗的特点,但其与当地的汉族习俗又有所不同,体现在其民俗在逐步汉化过程中,还保留了回族原来的风俗痕迹。例如百崎回族逢年过节,红白喜事,祭祀祖先,家家回民都要煎炸“油香”以表示尊祖继俗,在祭祖时要摆上《古兰经》,举凡丧事必须“请经”,体现出伊斯兰文化的特色。

“文化的交流以经济的开放和开放的经济为基础和先导,泉州回族的形成本身就是开放的经济和文化交流活动的结果”^④。泉州回族先民通过海上丝绸之路来泉州进行商业贸易,这本身就是一种开放的经济和文化交流举措。泉州回族海外经济贸易不仅是一项经济活动,而且是不同文化进行交流的文化互动。回族传统文化中的重商价值观和兼容并蓄的泉州文化特质乃至福建沿海具有的海洋文化开放性的特质共同塑造了泉州回族开放性的民族性格和文化的组合性格特质。并形成了勤劳、坚韧、拼搏、务实、开放的民族精神和品质。泉州回族继承了其先民的伊斯兰文化,积极主动地学习和借鉴中原和闽南汉文化,融合生成了多元包容与开放的泉州回族文化。

历史上泉州回族伊斯兰文化和闽南特色文化经过相互交流与互动,彼此协调,接纳,它们的内容与形式,性质与功能以及价值取向等为适应现实社会的需要不断进行修正,逐渐变化、融合,从而最终形成一个现今泉州回族多元兼容的文化体系,这种整合兼容

① 郑焕章:《陈埭丁氏宗祠刍议》,《陈埭回族史研究》,第181-182页,中国社会科学出版社,1990。

② 丁毓玲:《泉州穆斯林后裔的历史记忆和理性选择》,李冀平等主编《泉州文化与海上丝绸之路》,第322页,社科文献出版社,2007。

③ 石奕龙:《陈埭回族宗教信仰的演变及其原因初探》,陈国强主编《陈埭回族史研究》,203页,中国社会科学出版社,1991。

④ 陈惠平:《“海上丝绸之路”的文化特质及其当代意义》,中共福建省委党校学报,2005年第2期。

是一个有机的动态过程。泉州回族文化体现出多元兼容的特性。首先，泉州回族文化体现出是儒家文化、伊斯兰文化、闽南文化相互融合的特质。泉州回族文化从它一开始就不是单一体，而是多元文化兼容并蓄的复合体。其次，从泉州回族宗教文化体现出伊斯兰教、佛教、道教、基督教和闽南民间信仰文化相结合的特质，目前有许多陈埭回族家庭是佛教、基督教、道教、伊斯兰教及民间信仰等多种信仰合一的家庭，体现出宗教文化兼容并包的特点。

三、迁徙与传播：泉州回族文化的传播、交流、互动与融合

随着泉州回族移居台湾、香港、菲律宾、韩国、美国等国家和地区，将具有闽南回族特色的文化传播到海外各地。目前居住在陈埭的丁姓回族逾2万，而分布于包括台湾在内的全国各地以及海外超过5万人之多，百崎之地历史上民穷地瘠，多有飘洋过海者。“时至今日多有族亲生活于东南亚和香港、台湾等地，在台湾鹿港郭厝有百崎郭姓的衍派所。”^①这些移居他乡和海外的丁氏和郭氏后裔，将具有丁氏和郭氏回族特色的文化传播到海内外各地。菲律宾的清真五姓联宗会是一个由旅菲华侨宗亲组成的民间社会文化团体，由泉州金、丁、马、白、郭五姓回族旅居菲律宾的华侨家族组成，为泉州回族传统文化的海外传承和发扬起到了重要的作用。和祖籍地的回民一样，五姓侨民无信奉伊斯兰教，无明显的回族文化特征，但有自己的回族文化心理，而祭祖禁用猪肉则与陈埭丁和白奇郭的习俗完全一样。“旅菲清真五姓”的联合宗亲会既有对清真堂传说远祖的崇拜，也有对可依族谱追溯的始前祖和先贤祖先的崇拜^②。清真五姓联宗会和其他海外华侨宗亲会一样，以敦亲睦族，弘扬中华民族文化和泉州回族文化为宗旨，使得泉州回族文化在海外得以继承和弘扬。旅菲清真五姓联宗华侨虽身居异国他乡，但胸怀家乡，常来常往、互相交流。如改革开放后，菲律宾丁氏宗亲曾组团回乡祭拜泉州灵山圣墓以及附近的丁氏先祖墓。2013年10月，旅菲清真五姓联宗总会参访团一行22人到陈埭共叙宗谊、参观交流，在陈埭期间，旅菲清真五姓联宗总会参访团与陈埭回族委员会、七个回族村的丁氏回族代表亲切谈论，参观陈埭丁氏回族宗祠、陈埭回族史馆及回族企业乔丹公司、三斯达公司、陈埭民族中学等。这次活动对于弘扬清真五姓联宗的历史文化，传播泉州回族的传统文化和发扬清真五姓联宗华侨的精神，促进了菲律宾华侨和泉州回族经济、文化及各项事业的交流和发展具有重大意义。

文化的传播与互动、交流与交融，对文化质地的变化、创新和发展都有重大的作用，是文化发展的必由之路。“新的文化形式的出现，总是不同文化传统相互使用的结果，总是不同文明互动的产物”^③。唐代泉州出现的“云山百越路，市井十洲人”^④的繁荣景象，商路沟通民族的对话与交流，商业促进文化的互动。在泉州港繁荣的历史时期，文化互动与商业交流结合是那么亲密无间，文化依托商业活动传播，商品交流依靠文化互动形成交易网络，通过商业贸易，使泉州中阿两种不同文化产生了有效的交流与互动。当时由商业贸易从国外传来的文化，其中大量的是阿拉伯伊斯兰文化，他们开始与泉州文化碰撞、交融。泉州和阿拉伯的文化交流，远非一般文化形式的交流，而是进行深层的交

① 石奕龙：《鹿港郭厝郭顺直派的渊源关系》，《台湾源流·冬季号》，1996年，第42-46页。

② 郭志超：《旅菲清真五姓》，《福建侨乡民俗学术研讨会论文集》，1993年。

③ 施舟人：《中国文化基因库》，北京大学出版社，2002年。

④ 包何：《送泉州李使君之任》，出自《全唐诗》卷598。





流,甚至熔化在血液之中,建立血缘、亲缘的密切关系,所以,这是一种血浓于水的文化互动关系。随着海上丝绸之路的发展、文化的互动,中阿人民交往更为频繁,泉州便更急剧地由汉人聚居之地变为“民夷杂处”之区。这个“夷”中,以信仰伊斯兰教的阿拉伯和中亚的穆斯林为最多,包括商人、手工业者、航海事业家,学者和宗教职业者。这些人被称为“土生番客”、“五世蕃客”,他们居住在泉州,看到中华民族文化博大精深,便积极主动地学习儒家文化,甚至很多人热衷于中国的科举,当为自己的晋升之阶。泉州陈埭丁氏回族家族是一个注重汉文化教育,积极鼓励科举、诗文传统累代相传,文学名人辈出的大家族。也有泉州人受阿拉伯传教人士和阿拉伯穆斯林商人的影响,便随阿拉伯人信仰伊斯兰教。不同文化拥有者之间的通婚是文化互动的一种独特形式,历史上在泉州地区,回汉两族男女互相通婚是很正常的现象,甚至还出现世代通婚的现象。也有泉州人航海经商至波斯者,有娶回波斯女子为妻者,出现“有从妻为色目人者,有从母为色目人者,习其习俗。”的现象。通过拥有不同文化个体相互通婚的方式,使中阿文化产生了互动、交流与融合。郭沫若《咏泉州》中“亚非自古多兄弟,唐宋以来有会盟”的诗句,不仅是诗的语言,而且是反映丰富的历史事实。陈埭丁氏祠堂建成一个“回”字型,丁氏回族祭礼中的伊斯兰文化遗迹也是中外文化交流互动与融合的一个历史见证。在墓葬方面,一般穆斯林是不崇拜偶像的,树碑的现象很少见,“但是泉州回族死后,一般都立有墓碑,在同一块墓碑上,可以看到同时刻有中阿两种文字,这些都是两种不同文化传统互动互相参照的结果”^①。

四、身份认同与文化再造:泉州回族文化的重构与中阿文化交流

泉州回族文化遗产已成为泉州回族表达民族认同和打造民族边界的符号,成为他们争取民族权力与获得民族经济发展的象征资本。民族文化遗产属于民族性资源,因而是一种民族认同的话语符号,成为特定族群身份认定、价值体现和民族边界打造的符号。“几经起伏的地方穆斯林史给百崎回民留下来的文化遗产是多方面的。正是凭着这些地方穆斯林史的文化遗产,使百崎郭姓的穆斯林身份首先得到外界的认可(recognition),并在上世纪八十年代就被国家确认为回族”^②。百崎回族将“民族特色文化”作为当地发展经济的有利条件,在百崎回族民族文化重新打造的过程中,地方政府接受了当地知识人士的一些有关强调“民族特色”建议,而且认为要将这一特色在空间上充分表现出来,以期与发展商品经济、招商引资相结合。百崎回族乡行政大楼的建筑表现显然意在传递某种与伊斯兰文化有关的信息。大楼中部顶层立着三座黄色穹顶,正面装饰则是巨大的拱形加网状线条出部分,与地面起建的圆柱状楼体衔接起来,柱状体内则是通往各楼层的楼梯。这一设计显然受到阿拉伯国家伊斯兰寺院常有的、用来招唤作礼拜的“望月楼”(minaret)之启发。此外,所有突出和明显之处的阿拉伯窗户均为拱形,整个建筑之外还有围墙,大门门框亦呈拱形。远远望去,总共六层的乡政府大楼犹如一座阿拉伯伊斯兰文化风格的建筑。乡政府于上世纪九十年代初期推出了集镇总体规划,在这一项目中,建设“伊斯兰商业街”为重要组成部分。既用“伊斯兰”来冠名街道,自然要有所体现。的

^① 许在全:《试谈泉州与阿拉伯的文化互动》,李冀平等主编《泉州文化与海上丝绸之路》,190-198页,社科文献出版社,2007。

^② 范可:《“再地方化”与象征资本——一个闽南回族社区近年来的若干建筑表现》,《开放时代》,2005年第2期。

确，在回族乡的都市规划里，如何表现百崎回族的“伊斯兰文化”成了具体任务。百崎回族突显的伊斯兰文化的重塑，除了力求通过体现所谓民族特色以获取外界的回族身份的“认可”之外，还有现实利益诉求和自我发展考量，那就是促进百崎与伊斯兰国家和地区的经济交流，争取让百崎的产品进入这些国家的市场。当时，百崎为数不多的集资和乡镇企业主要生产鞋类产品，包括皮鞋和运动鞋。由是观之，“在建筑理念上追求某种阿拉伯文化表现还有增强对伊斯兰国家的亲和力的诉求”^①，也表达出百崎回族通过与阿拉伯国家进行经济文化往来达到自我发展的目的。1978年后，随着民族政策和宗教政策的贯彻与落实，晋江县(今改市)政府于1979年1月重申了陈埭丁氏回族的民族身份。1984年成立“陈埭镇回族事务委员会”，具体管理丁氏回族所有事务，后来还开通了回族事务委员会网站，介绍回族传统文化和报道陈埭回族的社会文化活动等。1985年在丁氏祠堂开辟“陈埭回族史馆”，展示本民族的历史和文化，而后又成立“晋江市伊斯兰教协会”，1991年建筑陈埭清真寺，并请阿訇主持清真寺礼拜仪式，组织举办每年的开斋节、古尔邦节活动。

改革开放以来，随着国家民族宗教政策的贯彻落实和对外开放的不断深入，泉州回族的文化重建和中阿经济文化交流不断加强。一些阿拉伯或伊斯兰国家官方和民间人士前来泉州进行参观访问，也有一些阿拉伯或伊斯兰国家的商人来泉州经商。笔者在陈埭进行田野调查时发现，一些国外穆斯林商人常到陈埭清真寺礼拜。2009年，笔者应邀参加了泉州清真寺千年庆典（泉州清净寺始建于公元1009年），庆典的一项重大活动是为泉州清净寺新建成的礼拜殿剪彩，该礼拜殿由阿曼国王捐资兴建，剪彩仪式上阿曼国大使发表了热情洋溢的讲话，表达了促进和发展中阿文化交流的愿望，近百名来自国内外的穆斯林和泉州回族代表参加了庆典，并进行了友好的交流与互动，有效的促进了泉州与阿拉伯国家的经济文化交流。

结语

民族历史文化是民族共同体的集体表述与历史记忆，是该民族智慧的结晶和民族文化发展历史的象征与表达，是维系该民族生存发展的动力和源泉，在民族历史发展过程中占有十分重要的地位。泉州回族文化是海上丝绸之路中阿文化相互传播和影响的历史见证，是中阿文化互动的历史记忆，是泉州回族适应社会经济文化环境变化和寻求生存发展的历史反映，是海丝之路上中阿文化相互交流融合与变迁适应的历史表达。回顾历史，展望未来，对泉州回族形成发展、历史变迁以及社会经济文化进行全面整体的研究，探究“海上丝绸之路”中外文化的传播与交流历史，总结海丝之路上中外文化交流互动的历史经验和历史智慧，这对于加强建设新的“海上丝绸之路”，促进中阿文化的交流与传播，推动“一带一路”战略的有效实施具有重要的现实意义。

^① 范可：《“再地方化”与象征资本——一个闽南回族社区近年来的若干建筑表现》，《开放时代》，2005年第2期





新疆民族心理与民族政策

李维青

(新疆维吾尔自治区政协文史资料和学习委员会, 乌鲁木齐 830063)

摘要: 本文以新疆区域内各民族发展状况为例, 以国家在治理新疆、解决民族问题中实施的民族政策为前提, 阐述了民族心理学中民族认知、民族需要、民族意识等概念。文中提出, 民族政策将会影响民族心理, 并对民族心理有着引导的作用, 而在制定民族政策中要充分考虑到民族心理各因素。对于新疆民族心理的研究方法, 文中探索: 1. 采用跨文化研究方法, 多元多地多族多层多样本多结构的调查与分析, 揭示其心理现象; 2. 结合项目, 实地实录, 注重个案, 整体分析, 积累和开拓资料, 丰富民族心理信息; 3. 借助课题, 把隐在潜意识中的心理活动投射出来, 了解多样、复杂、动态、敏感的民族心理。

关键词: 新疆, 民族心理, 民族政策, 民族认知, 民族需要, 民族意识

新疆位于中国西北边陲, 自古就是多民族聚居地区, 研究民族心理, 这里是资源最丰厚的园地。笔者长期工作在这里, 多年来, 在新疆亲历实施民族政策过程中, 曾在高校管理过各民族大学生, 曾在新闻出版界从事过各民族图书编辑出版工作, 特别是自从参加全国政协《中国少数民族百年实录》书系的文化工程中, 用心于民族心理的调查研究, 现将有关内容总结成文。

一、民族心理、民族政策、方法探索

(一) 民族心理

民族, 是历史上形成的人们稳定的共同体, 一般多具有共同的语言, 共同的地域, 共同的经济生活以及表现共同文化上的共同心理素质^①。新疆各个民族由于历史、政治经济条件、生产生活方式、生存环境不同, 风俗习惯、宗教信仰、语言文字都有差别, 表现出来的心理特征也不一样, 这就是每个民族特殊的生活条件在该民族心理上的反应, 也是社会物质、文化生活综合作用于民族精神面貌的反映, 在民族生存发展和生活中起着重要的作用。新疆截止 2013 年底, 境内有 55 个民族成份, 总人口约 2264.3 万人, 有 13 个世居民族, 维吾尔族约 1074.41 万人, 汉族约 860.06 万人、哈萨克族约 158.54 万人、回族约 104.57 万人、柯尔克孜族约 19.58 万人、蒙古族约 18.43 万人、塔吉克族约 4.9 万人、锡伯族约 4.35 万人、满族约 2.71 万人、乌孜别克族约 1.82 万人、俄罗斯族约 1.18 万人、达斡尔族约 0.68 万人、塔塔尔族约 0.51 万人^②。新疆各个民族虽然人口数量多寡不一, 历史长短不等, 社会发展水平高低有别, 然而, 皆在长期的发展过程中形成各具特色的经济文化和迥然相异的风俗民情, 这里是多民族、多语言、

^① 《现代汉语学习词典》, 商务印书馆, 2012 年版, 第 870 页。

^② 《新疆维吾尔自治区地图集》, 北京星球地图出版社, 2009 年版, 第 1 页。

多宗教、多文化聚集地，相互渗透，相互交融，形成了丰富多彩的地域文化特色，因此，在新疆的各民族心理，有其各个民族的特点，也有新疆的地域特色。

（二）民族政策

政策是国家和政党为完成一定的历史时期的总任务而制定的处事办法和行动准则。民族政策，也就是为了调节民族关系，处理民族问题而采取的相关措施、规定等总和^①。

多年来，对新疆的治理以及新疆的发展都离不开国家每个时期、每个阶段的民族政策。我国三大民族政策的内容是：坚持民族平等和民族团结；实行民族区域自治；各民族共同发展繁荣。这三大民族政策，第一条是指导思想和实施原则。第二条就是实实在在的格局，我国有民族自治地方 155 个，其中自治区 5 个、自治州 30 个、自治县（旗）120 个。另外还有 1173 民族乡。新疆是维吾尔自治区，有五个自治州，分别是：伊犁哈萨克自治州、博尔塔拉蒙古自治州、昌吉回族自治州、巴音郭楞蒙古自治州、克孜勒苏柯尔克孜自治州。新疆共有 68 个县，包括 6 个自治县，即木垒哈萨克自治县、巴里坤哈萨克自治县、焉耆回族自治县、塔什库尔干塔吉克自治县、察布查尔锡伯自治县、和布克赛尔蒙古自治县。新疆 858 个乡镇，其中有 43 个民族乡。我国三大民族政策的第三条，不同阶段有不同的目标和内容，近一个时期，在发展少数民族地区经济文化事业方面采取了三项措施：西部大开发、兴边富民行动、重点扶持 22 个人口较少民族的发展。这三项措施都与新疆的发展、各民族人民的生存生活水平有直接的关系，这些民族政策也直接影响着民族心理。

（三）方法探索

新疆少数民族心理研究方法选择与改进，是科学认识新疆各民族心理状况的重要环节，再考虑了常用的社会学、政治学、民族学、人类学、心理学等学科的方法后，结合新疆大形势，结合新疆民族政策的实施，在研究方法上着重考虑这么几点：

1、新疆由于民族成分的多元性、多结构性及各民族发展历史的差异性，在研究中采用跨文化比较的研究方法，在研究民族心理现象及其规律时，在对民族群体及其相互之间表现在心理方面的相同点或相异点进行研究时，尽可能地采用较多的文化样本。在这点上，新疆自治区政协近年来在完成全国政协“中国少数民族百年实录”书系的文化项目时，新疆同时要开展九个民族的实录工程，结合项目做调研，是新疆民族心理研究的一次时机。再则，国家的民族政策实施，不同区域、不同民族、同一民族的不同阶层，反应程度也有所不同，跨文化心理学的研究方法，更能揭示其心理现象。

2、在各项民族政策的实施中，结合新疆各地实际，以采用“注重个案、整体分析”更符合新疆实际和各民族实际，从而可以使得调查客观、真实、深入、细致。在“中国少数民族百年实录”中，常常采用口述史的方式，积累资料和开拓资料，把亲历、亲为、亲见、亲闻的记忆和实地实录的点滴图文纳入史料库，这是人类个体记忆库，同时也是人类心理档案库，这种采集，本质上是一种心理领域的作业，口述中，访录者的提问和对话，受访人的回忆和陈述，都是心理活动的产物，都能够提供丰富的民族心理信息。

^① 《现代汉语学习词典》，商务印书馆，2012 年版，第 1628 页。





3、不同的前提将会得到不同的调查结果。新疆的民族心理是多样的、复杂的、动态的、敏感的,在研究中更要考虑到其内隐性,采取投射测验的方法原理,进行调查研究,把隐藏在潜意识中的欲望、动机、冲突等心理活动不自觉地投射出来,这就要借助某一个课题,特别注意的是要有一个合适的前提。笔者曾经历过,同一群体,同一地点,同一方式,但是不同的前提,被调查者的态度就不一样,从而得到程度不同的结果。以宣传部的身份去调查,前提是找典型、找亮点,群体态度就带有被诱导性;以调研者的身份去调查,前提是完成科研课题,群体态度就是淡漠性的和应付性的;以基层干部的身份去调查,前提是了解某项民族政策的实施情况,群体态度是机敏的;以政协文史资料书稿实录者的身份去调查,前提是编撰少数民族百年实录,群体态度是积极配合性的。由此,以政协人员的身份,籍以编撰《中国少数民族百年实录》文史资料的途径,研究新疆民族心理,所调查获得的资料,真实可靠,这个方法是科学有效的。

二、民族认知

认知是个体认识和理解事物的心理过程,是人全部心理活动的开端和基础,个体在认知中会表现出人格倾向性和人格特征上的差距。因此,每当一个民族政策出台,对这个政策的理解很关键。同一个政策,在不同的区域就有不同的认知角度,不同的民族也有不同的认识角度。同样也受到个体的认知情感及对民族政策的认识水平的影响,同样也受到个体利益的享用程度的影响。在新疆,区域大,民族多,要使民族政策很好地贯彻实施,该政策的民族认知的前期工作就很重要,一个好的政策,要让新疆各个民族都认识到、理解到,才能执行好、落实好、效果好。同时,借助民族认知,人们也会在借助外界的各种信息、加工各种信息并对周围的环境做出相应的反应。

国家西部大开发战略被视为近年来发展少数民族地区经济文化事业的民族政策三项措施之一,自2000年部署,涉及到西部12个省、自治区、直辖市,民族区域占西部的地区总面积的86.4%,包括西部40多个民族,5个自治区,27个自治州,84个自治县,人口占全国少数民族71%,可以说,这是民族地区大开发政策。西部人在对这项民族政策的认知,也有一个过程。2016年8月,全国政协文史和学习委员会组织12省区地方政协编写的“亲历西部大开发”套书出版问世,既是记录了这项民族政策实施十五年来的历程,同时也是民族政策在民族认知方面做的可信可思的积极工作。

人类依靠认知来认识世界,依靠认知有选择地收集周围世界的信息,对于各种刺激,做出不同的反应,具有不同的社会生活条件和经验,生活在不同社会文化或民族群体的人,其认知必定受其生活环境和生活经验的制约,从而表现出独特的认知特点,这是一个民族文化的重要组成部分,其职能是把该民族文化的所有符号有系统地编辑储存,以便查找,以便提取并投入使用。民族文化是在特定那个民族群体生活环境中形成,并为该民族成员所共有的生存方式的总和。在民族文化的历史发展中,无不受到民族认知特点的影响,而长期形成的民族文化及文化模式又作用于民族认知结构,使得认知结构与组织的发展更具有民族性与文化性。在新疆,就有一些民俗节日具有鲜明的民族性和文化性,“古尔邦节”(宰牲节)和“肉孜节”(开斋节)是信仰伊斯兰教各民族的传统节日,哈萨克族的“纳吾热孜节”、蒙古族的“麦德尔节”、塔吉克族

的“巴罗提节”、塔塔尔族的“撒班节”、锡伯族的“西迁节”等等，都蕴育着民族情感，使民族群体内的成员保持一致的向心力和凝聚力，在行为方式和心理情感方面更加容易趋于一致。

民族认知具有多层面、多难度、多视角的特点，而且民族认知也可以通过众多方式、众多方面来展现。同时也要看到，不同民族的认知，其突出表现：对同一事物，不同民族的人总是根据自己的心理结构或心理经验去解释，也即任何一个人认识外边世界都是继承前人，顺应族群认知结果的基础上，开始其独立的认知历程的。任何一个民族都不可能无选择地感知任何事物，他们总会根据自己民族的发展的需求，根据本民族所处的自然社会环境，根据本民族的宗教文化等，选择主要的内容，合理的安排认知能力的投入，这就形成了各民族认知取向上的差异。

三、民族需要

民族需要是个体和社会客观需求在民族成员头脑中的反映，也是民族成员个体心理活动与行为的基本动力^①。民族需要满足与否，对民族活动的动机、兴趣、情感、民族关系等都有影响。民族政策的制定布置，首要的是考虑到民族的需要。这里选择几种民族需要的类型来认识。

归属需要是形成民族共同体的心理基础。所有民族个体都具有一种民族团体意识及属于某一民族团体的相属相爱的心理动机，这就是归属需要形成的一种内驱力，在一个群体中，同一民族，人们之间行为自如，相互无猜疑、无歧视，能获得自尊。

自尊需要是增强民族凝聚力的心理基础。民族自尊意味着民族团体在其他民族成员心目中的形象与位置，是社会竞争结果的体现，一个民族的成员，都希望本民族团体能被他人承认与尊重，民族自尊需要动机是增强民族凝聚力的重要的内涵性元素。自尊的需要使得民族成员有自觉维护本民族利益的意识，有民族责任感。

情感需要是民族意识、民族气节的心理基础。自发民族情感表现在日常情境中对本民族英雄、同胞、语言、文化、服饰、生活区域等的热爱；自觉民族情感一般指对民族的认识达到理性水平后，以整个民族为对象，热爱本民族的一切可爱之物，产生民族的自豪感，关心民族的命运、地位。

全国政协文史和学习委员会组织编写的，“中国少数民族百年实录”书系，直接满足了各民族的归属、自尊、情感等方面的需要，在组稿编写中各民族作者心怀感恩，积极行动，从新疆已经完成初稿的《中国锡伯族百年实录》《中国柯尔克孜族百年实录》《中国塔吉克族百年实录》《中国塔塔尔族百年实录》等几部书稿，在实施的全过程中，人人、事事、处处、时时都让组稿者感受到，当这一事物满足了各民族的归属、自尊、情感的民族需要时，由此期待本民族文化精品问世的动机，产生了一种力量，使这项民族文化工程，高质量的顺利完成。

四、民族意识与社会认同

民族意识是民族发展到一定程度，是最能代表民族的人们共同体的显著特征之一。这是由民族共同体对自己民族的归属、地位、责任、利益及历史使命的认知，是由民族的性格、情感、自我意识、社会定型、风俗习惯等心理成分组成。

^① 林崇德、杨治良、黄希庭主编《心理学大辞典》，上海教育出版社，2003年版，第827页。





民族意识每时每刻都在影响、制约、调节着民族个体每一个新的认知过程,这既是心理过程的结果,同时其本身又是一种心理的过程。民族意识一经产生就有其相对的独立性和稳定性,并对客观存在发生影响。近年来,由于民族意识的普遍复苏以及人权理念的发展,民族意识又被赋予了新的内涵,在民族维系与发展中产生越来越重要的影响。在新疆世居的13个民族中,有7个是跨国民族,有四个民族属于在我国人口较少的民族。在这种情况下,角色意识、民族意识、公民意识、国家意识,都摆在什么位置上,影响着新疆稳定与发展。在新疆的民族理论和民族政策教育中,往往把民族意识分为广义和狭义:广义上讲,民族意识是指中华民族意识;狭义上讲,是指单一民族的民族意识。对于民族意识的社会作用的两重性,也要有充分的认识。一方面要肯定,民族意识的增强,有利于提高民族自尊心和自信心,有利于激发民族自强不息的精神,有利于民族发展与繁荣来说,是具有进步意义的。另一方面也要看到,如果把民族意识的增长夸大到不恰当的地步,如果把单个民族同中华民族对立起来,把本民族的利益置于各民族的共同利益之上,那就走邪了。这些年来,新疆对民族意识社会作用的两重性,趋利避害,进行扬弃,关键在于把民族意识与中华民族意识统一起来,积极引导民族意识健康发展,使之既增强中华民族的凝聚力,又焕发各民族的生机与活力。

五、总结与展望

当今世界,地球上约有3000个民族分布在200多个国家和地区,中国各民族的人口分布呈现大散居、小聚居、交错杂居的特点。1949年中华人民共和国成立以来,通过识别并经中央政府确认,中国共有56个民族。中国政府在解决民族问题方面,把握各民族共同团结奋斗、共同繁荣的主题,确立并实施了以民族平等、民族团结、民族区域自治和各民族共同繁荣为基本内容的民族政策,形成了比较完备的民族政策体系。

同时,也要看到,中国是一个拥有13亿人口的发展中大国,特殊的国情决定了中国的发展有其不平衡的一面;中国正处于社会主义初级阶段,实现各民族共同繁荣发展,还有很长的路要走,还需要付出艰苦的努力。因此,制定和实施民族政策中,更要做大量的工作。在评价民族政策中,能起到民族平等、团结、发展的政策就是好政策;而引起民族隔阂,民族歧视的政策,就必须赶快调整。民族政策对民族心理有着直接的影响,因此,在制定、贯彻、实施民族政策时,要求考虑到民族心理因素,这个民族心理因素应该是真实的,可靠的,同时也要考虑到民族政策对民族心理因素是动态的,可引导的。

在新疆,民族问题是大问题,民族关系是大关系,而民族问题又是敏感的,有些民族关系又是微妙的,因此,新疆民族心理的研究,任重道远。

参考文献:

- 1.全国政协文史和学习委员会编:《亲历西部大开发:新疆卷》,北京:人民出版社,2016.8。
- 2.马戎编著:《民族社会学》,北京:北京大学出版社,2004.9。
- 3.威廉·冯特著,陆丽青刘瑶译:《民族宗教心理学纲要》,北京:宗教文化出版社。

- 4.李静 著：《民族心理学》，北京：民族出版社，2009.7。
- 5.吴仕民 主编：《民族问题概述》，成都：四川人民出版社，1997.8。
- 6.雷振扬 主编：《民族学人类学论坛（第一辑）》，北京：民族出版社，2006.9。
- 7.李维青 单勇 著：《新疆图书消费文化》，乌鲁木齐：新疆人民出版社，2015.11。
- 8.张曙光 主编：《民族信念与文化特征》，北京：人民出版社，2009.8。
- 9.朱培民 著：《中国共产党与新疆民族问题》，乌鲁木齐：新疆人民出版社，2004。
- 10.杨发仁 著：《邓小平民族理论及其在新疆的实践》，乌鲁木齐：新疆人民出版社，2000.7。
- 11.严文华 著：《跨文化沟通心理学》，上海：上海社会科学院出版社，2008.3。
- 12.朱培民 王宝英 著：《中国共产党治理新疆史》，北京：当代中国出版社，2015.1。
- 13.李晓霞 著：《新疆民族混合家庭研究》，北京：社会科学文献出版社，2011.1。
- 14.新疆维吾尔自治区地图集编纂委员会：《新疆维吾尔自治区资源经济地图集》，北京：中国地图出版社，2011.12。
- 15.吴福环主编：《中国地域文化通览新疆卷》，北京：中华书局，2014.6。
- 16.郝时远主编：《中国少数民族分布图集》，北京：中国地图出版社，2002.8。
- 17.新疆维吾尔自治区地图集编纂委员会：《新疆维吾尔自治区地图集》，北京：中国地图出版社，2015.9。
- 18.新疆维吾尔自治区测绘地理信息局 编著：《地图上的中国新疆》，北京：中国地图出版社，2016.6。
- 19.林崇德、杨治良、黄希庭 主编：《心理学大辞典》，上海：上海教育出版社，2003.12。
- 20.管彦波：《民族地理学》，北京：社会科学文献出版社，2011.4。
- 21.编委会：《中国伊斯兰百科全书》，成都：四川辞书出版社，2007.4（第二版）。
- 22.周伟洲，丁景泰主编：《丝绸之路大辞典》，西安：陕西人民出版社，2006.4。
- 23.商务印书馆辞书研究中心 编：《现代汉语学习词典》，北京：商务印书馆，2010.8。





文化心理学视野下的族群冲突

吴胜涛^①

(厦门大学传播研究所传播与社会研究中心, 福建厦门, 361005)

摘要: 二战以来, 世界处于经济快速增长、政治相对稳定的时代大变革中, 文化价值观呈现复杂、多元的形态, 并成为不同民族或文明冲突的重要动力。本文采用文化心理学的视角, 阐述了文化心理与族群冲突的学科背景、国际经验, 然后分析了中国族群冲突背后的文化心理因素, 对中国问题提出建议和反思。

关键词: 文化心理, 族群冲突, 个人主义, 集体主义, 一带一路

文化心理学的兴起、发展最初与“民族”问题联系在一起。德国心理学家、科学心理学之父威廉·冯特(Wilhelm Wundt)早在19世纪60年代就指出, 心理学应该有两个分支: 一个是偏自然科学的生理心理学, 一个是偏社会科学的民族心理学。其中, 后者强调一个拥有共同生活特征的“集体心灵”或民族精神, 文化传统如语言、神话、宗教、民俗等。20世纪以来, 西方国家纷纷尝试用文化心理学的方法或研究成果来促进族群问题的解决, 它们的经验或教训为我们今天观察和处理国内民族问题或族群冲突提供了有益借鉴。

文化心理与族群冲突

文化心理学家对民族或文化的重视与研究成果, 在历史上为欧洲主要强国克服内部帮争、完成民族国家统一的心理基础做出了重要的理论描述。例如, 英国人作为一个民族或文化居于世界霸主地位, 年轻的德意志民族作为一个新兴力量迅速走向世界舞台、并发动了两次世界大战, 其背后都有统一的民族/文化认同这一心理因素在起作用。文化心理学研究还表明, 20世纪初不同民族/文化心理往往与战争(扩张或反抗)联系在一起——民族/文化心理是族群冲突的重要动因, 族群冲突反过来也可能强化了民族/文化心理。

鉴于文化心理学与族群冲突之间的内在文化关联, 一些国家在处理族群问题时注重运用文化心理学的研究成果, 并取得较好效果。第二次世界大战结束后, 文化心理学者开始反思早期民族心理背后的种族主义、沙文主义, 开始强调文化的相对性。美国学者鲁思·本尼迪克特(Ruth Benedict, 1887-1948)通过研究日本战俘发现了东方“耻感”文化与西方“罪感”文化的差别, 这一差别决定了日本人好斗、也好面子的矛盾性格。因此, 在处置战败国问题时, 对日本制定了完全不同于德国的政策。例如, 对德国不仅占领、而且推翻已有政府, 而对日本却是占领但保留天皇体制——这不仅仅是美国亚太政治布局的考量, 也是文化差异战略的体现。美国学者爱德华·萨皮尔

* 作者简介: 吴胜涛, 中国科学院心理学博士, 厦门大学新闻传播学院副教授。作者 Email: michaelstwu@xmu.edu.cn

(Edward Sapir, 1884-1939) 通过研究美洲原住民印第安人的语言提出了语言-思维假说, 认为不同文化的语言形式并非仅仅作为可以替代的工具而存在, 而是作为决定思维方式与生活方式的人类意义系统而存在, 这为战后美国印第安文化的保存和印第安人权利法案的通过提供了重要理论依据。总之, 二战之后美国的文化心理学研究帮助美国有效地应对、并极大地缓解了国际、国内的族群冲突。

二战结束以后, 尤其是 20 世纪末以来, 伴随民族主义浪潮而兴起的族群冲突, 虽然不像世界大战、种族屠杀那样激烈而广泛, 但也在不断酿成区域危机, 甚至以暴恐袭击等方式给民众带来巨大的心理恐惧。面对错综复杂的族群冲突, 从经济、政治、乃至军事的视角分析问题、解决问题, 运用传统国家管制或管理的方法如经济援助、政治控制、军事干预, 等等, 效果都不尽如人意。尤其是在面对不同族群或文化群体时, 单方面物质化的经济、政治、军事措施(如打击核武器扩散), 往往“水土不服”, 甚至充满了政客的一厢情愿和舆论欺骗。这告诉我们, 社会作为历史的存在物, 深受文化传统和价值系统的影响, 浸染于其中的个体行为和社会关系往往很难用某一特定领域的经济、政治、军事活动来解释或解决。这也提醒我们, 在群体冲突问题上不仅要经济利益、政治地位或军事对抗的视角把握其物质基础, 而且还要从文化心理学的视野来看待社会行为与群体冲突背后的民众心态与价值系统。

当今世界, 在文化认同的心理驱动下, 各个民族都在国际、国内舞台上寻找更大的发展空间, 包括对不同于西方的、独特的现代化、全球化的价值寻求; 在此背景下, 极端民族主义抬头, 文化种族主义、沙文主义仍然盛行。以欧美国家为例, 由于穆斯林人口增长及拉美移民必然带来的文化相遇, 使得种族暴力、暴恐袭击的发生率大大上升, 一些白人和基督教徒掌握主要话语权的政府甚至推出限制外来文化的严厉措施, 大众媒体也加入到反省自身文化或贬低外来文化的行列。面对移民等问题, 美国人对是否应该给予外群体自由、包容争论不休, 陷入了“文化战争”。文化心理学者海特、亚诺夫伯尔曼等从人类道德基础的角度来描述和化解这一纷争, 他们发现, 主张自由、平等的一方体现了维护个体自治的道德, 并非简单愤青; 主张内群体忠诚、威权等级的一方体现了维护社区传统的道德, 并非良知沦丧。这两种道德基础对于一个健全的美国都很重要, 所以双方需要互相理解、多样共存。

中国的族群冲突与文化心理路径

当下, 由 56 个民族共同创造的中华文化, 正以团结、独立、自强的姿态走向世界舞台。但其内部、外部同样存在各种文化纷争, 并且内部族群冲突常受外部文化的影响。中、西方文化的差异有许多层面, 现在看来, 最重要的区别在“上帝”的观念上。所谓“子不语怪、乱、力、神”, 中国多数老百姓没有明确的、西方式的上帝信仰, 也没有去庙堂唱诗、做礼拜的惯习。由于这些观念、惯习的分歧以及西方的文化中心主义和近代殖民扩张, 美国政治学家亨廷顿认为, 中华文化与基督教文化属于强冲突关系。然而, 一百多年前面对晚清统治困境时, 中国的志士仁人掀起了一股向破除旧俗、学习西方的热潮。这其中, 既包括学习古希腊理性精神和西方科学技术, 也包括主动或被动接受西方基督教文化的“洗礼”; 同时, 由于历史、地理等原因, 基督教文化在东南沿海(包括香港、台湾地区)留下了很深的烙印, 其社会习俗、价值与中华传统





文化的差异及可能对社会行为、族群关系的影响,值得深入研究和探讨。根据文化心理学研究,个体的宗教偏好会受到社会习俗的影响——在基督教盛行的社会,个体往往比较容易服从社群规范而信教,所以社群交往性越高的人宗教性也越强;而在不盛行(甚至抵制)基督教的社会,个体需要突破社群规范才会信教,所以个体能动性越高的人宗教性则越强。这里的个体能动性是指个体在社会行为中表现出独立、自信、坚定等个人主义品质。从理论上讲,信仰外邦宗教基督教的中国人应该具有较高的个人主义,具有更强的独立倾向。这一问题在今天的中国应该受到重视。

当然,文化心理学对族群关系的关注不仅局限于外来宗教。近年来,一些文化心理学者以主观价值文化中被讨论最为广泛的集体主义(关系互依)、个人主义(自我独立)为例,分析了生产方式的重要作用。他们发现,农耕生产方式更易产生或固化集体主义文化,而狩猎生产方式更易产生或固化个人主义文化;在农耕生产方式中,种植水稻相对于种植小麦对劳作时间与分工协作的要求更高,所以前者更集体主义、而后者更个人主义。巧合的是,西方一神教(包括基督教、伊斯兰教和犹太教)分布较集中的地区历史上也具有很强的狩猎传统,其农耕传统也多以种植小麦为主,所以,其宗教习俗与个人主义的关系还可能受到其他因素的综合影响。文化比较研究发现,相对于信仰天主教、基督教新教的人,信仰佛教、道教的人对外群体(如异教徒)更加宽容;在教义上,佛教比较鼓励安静、放松、平和等低唤醒水平的情绪表达,而基督教比较鼓励兴奋、激情等高唤醒水平的情绪表达。

总之,在文化多元化时代,我们不可避免地面临多文化相遇、文化间冲突或融合的历史课题,即便是对于本来处于“弱冲突”、“共命运”关系中的儒家文化、伊斯兰教文化、佛教文化,忽视或误读其文化心理,也可能会带来种种社会问题。如能从文化心理学的视角对不同文化文化背景下人们的社会行为与群体关系进行多重反思,将有利于不同文化的理解、合作,进而推动族群之间和谐相处,减少或避免族群冲突。

中华文化与大众传播栏目主持辞：

当前，中华文化正处于全面复兴时期。为充分挖掘和提炼中华优秀传统文化精神，探索中华文化更有效传播的路径，提高中华文化在民众中的传播效果，增强民族文化自信，维护中华文化安全，提升中华文化的国际话语权，为此厦门大学传播研究所与厦门伟纳机电技术有限公司联合于2016年5月14日在厦门筲箕书院学术交流中心举办“中华文化精神与大众传播研讨会”。本次小型研讨会议以传承中华传统文化为主轴，以优化传播路径，提升传播效果为主题，以增强民族文化自信为目标，围绕中华文化精神的核心内容和传播模式进行探讨。本栏目选择一组会议交流论文以飨读者。

栏目主持人：林荣涛（国学践行者）





时代呼唤中华文化大众传播

——中华文化与大众传播研讨会开幕辞

谢清果

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

各位来宾, 女士们, 先生们:

今天我们相聚在厦门筲筍书院学术交流中心, 满怀着对中华先贤的崇敬和对中华优秀传统文化的热爱, 本着陶渊明“奇文共欣赏, 疑义相与析”的坐而论道情怀, 共同探讨中华文化精神及其当代大众传播的相关话题, 可谓正当其时。这既是中国和平崛起的必然要求, 也是人民提高精神文化生活的强烈心声。习近平先生于2013年12月30日在中共中央政治局第十二次集体学习时的讲话强调: “提高国家文化软实力, 要努力展示中华文化独特魅力。在5000多年文明发展进程中, 中华民族创造了博大精深的灿烂文化, 要使中华民族最基本的文化基因与当代文化相适应、与现代社会相协调, 以人们喜闻乐见、具有广泛参与性的方式推广开来, 把跨越时空、超越国度、富有永恒魅力、具有当代价值的文化精神弘扬起来, 把继承传统优秀文化又弘扬时代精神、立足本国又面向世界的当代中国文化创新成果传播出去。”于此, 我们似乎听到了中华民族伟大复兴雄浑有力的时代强音, 似乎看到了中华优秀传统文化再谱新篇的美丽画卷。

位卑未敢忘忧国。这是宋代陆游《病起书怀》诗中的一句名言。多少年来成为国人“铁肩担道义”的精神依托。正是无数仁人志士这样的智慧积淀成了中华民族的文化精神。无论我们是高校的一名普通教师, 一名普通学生, 还是企业老总, 政府公务员, 个体工商户, 或国术传播者……我们都日益深感文化是立国之本。本固则邦宁。

居安要思危。龚自珍曾在《古史钩沉论二》中说: “灭人之国必先灭其史。”章太炎也曾接着说: “欲灭其史, 先灭其文”。用当代话来说, 文化事关国运兴衰。文化是民族安身立命的精神家园。一个民族如果丧失对自己的传统文化的深厚情感, 那么这个民族就成为了孤魂野鬼, 失魂落魄, 没有了精气神。近年来, 历史虚无主义, 文化虚无主义盛行, 加之西方文化的侵蚀, 出现一股贬低乃至否定中华文化思潮, 极端言论甚嚣尘上, 中国的思想文化界大有成为西方思想的跑马场, 中华文化面临“失语”的境地, 消解着我们的文化原创精神, 这种态势令人忧虑。

历史在呼喊。曾几何时, 支撑中华民族五千年文明的优秀传统文化在近代以来的西学东渐的浪潮冲击下, 日渐式微。于是便有“打倒孔家店”, “全盘西化”的激进思潮; 同时相伴随的亦有食古不化的复古主义思潮。此两者都没能带来中华文化的振兴。乃至今日, 即便历史已经跨过了二十世纪, 历经改革开放三十多年, 我们迎来了经济社会高歌猛进的最好时代, 然而, 君不见, 近年来文化危机、文化安全的字眼却也屡屡出现于政府的工作报告中。同时, 社会上曾有过“我们穷得只剩下钱”的反思; 便有了“停一停, 等等我们的灵魂”的呐喊; 更有了“要不要扶老人”这一被戏称为“世纪难题”,

引发了社会大讨论。岂不悲乎！

文化要光大。中华民族的伟大复兴，必定终究是要从文化精神上着手。要从全球化的时代重新审视我们的文化，加强培育我们的文化主体性，要积极汲取世界其他国家的文明成果，努力提升我们的文化话语权，让我们中华民族的文化更多地造福国人，造福人类。我们已经彻底摆脱了西方列强经济、政治奴役的悲惨境遇，我们也必将承担起彻底摆脱精神上依赖西方的使命。我们有过辉煌的汉唐盛世，我们也必定能够再次创造出世界瞩目的中华盛世。我们应当有这样的文化自觉，文化自信，文化自强意识。

文化要传承。可喜的是，2014年3月教育部颁发了《完善中华优秀传统文化教育指导纲要》，《纲要》强调传统文化教育当从着重从以下几方面着手：1.“开展以天下兴亡、匹夫有责为重点的家国情怀教育”。国是家的国，家是国的家。有国才有家，家和国兴旺；2.“开展以仁爱共济、立己达人为重点的社会关爱教育”。中国人历来有“守望相助，疾病相扶持”的互助友爱思想，历来倡导“一方有难八方支援”的大家精神，仁义礼智信、恭宽信敏慧并没有过时。3.“开展以正心笃志、崇德弘毅为重点的人格修养教育。”国家的兴旺，社会的和谐都源于一个个有着健全体魄和健康心灵的公民。宽以待人，严以律己的“慎独修德”理念，是保和太合的根本所在。这个教育思想涵盖了国家、社会和自我三个层次。我把它概括来“尊道”（天心民意）、“慎德”（修身养性）、“和合”（和谐共赢），并认为可视为是中华文化精神的“六字真言”。

文化当化人。我们呼吁全中华民族都能够自觉地学习和爱护我们中华优秀传统文化，自觉地继承和发扬各地区独特的地域文化，守住我们的乡愁。不让传统成为记忆；我们呼吁社会有识之士，尤其是青年人，能够提高自主学习和探究中华文化的能力，培养自身的文化创新意识，增强自我传承弘扬中华优秀传统文化的责任感和使命感。从自我做起，深入学习承载中国古典智慧的重要典籍，准确理解和把握中华优秀传统文化的精髓，提升自身文化主体意识和文化创新意识，不崇洋媚外，不数典忘祖，不妄自菲薄，更不人云亦云，努力成为中华优秀文化的践行者与传播者。努力将个人价值实现与中华民族伟大复兴的中国梦紧密地联系在一起。

今天，我们荣幸地邀请到来自厦门大学的人文学院和新闻传播学院、集美大学、台湾政治大学、厦门筲筍书院以及企业家、文化界等近30位专家学者和各行各业的朋友。既有长期从事中华文化研究和教学的专家学者，也有还在校学习的本硕博不同阶段的学生。另有在民间传承中华传统文化的国学运用者和传播者，他们都在以实际行动感召国人学习中华文化。

在此我们以热烈的掌声对大家的到来表示最真诚的敬意。也一起为我们不忘共同弘扬中华传统文化的初心而点赞。





石刻对联与中华文化的传播

——以厦门为个案的研究

黄鸣奋

(厦门大学人文学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 对联是中华文化传播的重要载体。古代对联主要是通过石刻、典籍和其他文献传播下来的。与之相比, 当代对联存在如下和现代社会相适应的演变趋势, 即写法散文化、载体标准化、内容商业化、语境扁平化。古代对联和现代对联的区分不是绝对的, 二者有相互渗透的一面。目前, 借鉴古代对联的有益经验以创作和运用现代对联, 已经是文化旅游业常见的做法。本文记述了厦门三个景点的石刻对联, 并分析了它们各自的特征: 陈嘉庚纪念胜地贯彻寓教于游、寓教于乐的理念, 厦门旅游集散服务中心立足于商住一体化、拉动经济, 集美区灌口镇凤山祖庙和当地民间信仰相结合。它们分别和事业类景观、产业类景观和信业类景观的格调相称。刻石的优势在于纵向传播而非横向传播。如果说现代大众传媒往往在受众心目中唤起和社会时尚多变的感受的话, 那么, 石质载体则更多地使人们感悟到文化的源远流长。以凝练之笔为传承中华文化服务, 这就是石刻对联的价值之所在。不仅如此, 石刻对联往往还作为所在景点、景区和景群的自我表白起作用, 是公众(包括居民和游客)认知它们的社会定位的客观根据。

石刻对联既是中华文化的重要载体, 又是厦门景观的重要组成部分。在厦门, 陈嘉庚纪念胜地、厦门旅游集散中心和灌山凤山祖庙刻于石头的对联分别着重于教育文化、商业文化和宗教文化。它们一方面为所在景点的文化定位点睛, 另一方面对中华文化传播发挥积极作用。在大众传媒高度发达的今天, 石刻对联仍具有结合现实景观言说本土对象的独特作用, 并且通过自媒体等途径在赛伯世界中找到自己新的价值定位。

一、对联是中华文化传播的重要载体

对联相传在五代十国时期就有了。北宋文学家杨亿在谈及前朝之事时, 说过这样的话: “辛寅逊仕伪蜀孟昶为学士。王师将攻伐之前岁, 昶令学士作两句, 写桃符。寅逊题曰: ‘新年纳余庆, 嘉节号长春。’明年, 蜀亡。”^① 原来, 学士辛寅逊在新年前夕奉后蜀末代皇帝孟昶之命, 写了表示喜庆的两句话, 刻在桃木板上。这被认为是对联的开端。对联虽然没有为孟昶带来什么好运气, 却发展成为我国传统文化的重要形式, 至今仍获得广泛应用, 被称为对偶、门对、春贴、春联、对子、桃符、楹联等。其类别为数不少, 正如叶鹏飞所说, “楹联据文字内容和用法的不同而分为春联、景物联、修养联、教化联、行业联、婚喜联、寿庆联、挽联以及歌颂神灵、祖德之联(用于宗

^① [宋]陈元靓:《岁时广记》卷四十“岁除”引《杨文公谈苑》, 清十万卷楼丛书本, 第257页。

庙、寺院），歌颂忠烈、节妇之联等等。”^①

顾名思义，对联以对仗为基本特征，大致可分诗歌型、散文型两类。它们都由上下句组成，不过，诗歌型讲究平仄、力避重字，并且要求词性相当，写起来困难得多。古代对联以诗歌型为主，相关要求一直延续到现在。尽管如此，散文对联也有自己的生命，在20世纪初白话取代文言的主导地位之后尤其如此。当今许多上下句基本对称的标语、广告，其实都可以看成散文对联。

除了散文化之外，当代对联存在如下和现代社会相适应的演变趋势：一是载体的标准化。古代对联的用语多数出自个性化创作，书法也是由人工完成的，载体主要是石壁、木板、宣纸等。受信息技术的影响，现代对联载体逐渐向印刷品、电子媒体转变，有相当部分被纳入了工业化生产的轨道。这类对联的用语比较一般化，书法则由字模调用，因此其生产效率高得多，但在很大程度上消除了创作者和书写者的个性烙印。二是内容的商业化。对联就其起源而言和节庆、风俗有很大关系。不过，由于受古典散文、诗歌的理论与实践等影响，古代对联总体来看是在“载道”与“抒情”两大传统中获得发展的，在特定历史条件下还发挥了社会批判的作用，清代所谓“诗钟”就是如此。由于如今商品生产非常发达的缘故，当代对联从整体上说笼罩在消费社会的氛围中，在满足节俭需要方面和古代类似对联一脉相承，但商业运作的力量更大。“载道”向政治性的标语口号演变，“抒情”每每满足于给人喜洋洋的感觉。至于发挥社会批判功能的对联，目前较少见到。三是语境的扁平化。对联本来就有立体化和扁平化两种不同取向。立体化是将对联置于特定的物理空间、社会空间和心理空间中进行创作，力求切合此景、此境、此情，将不可移易作为自己的目标。相比之下，扁平化更多考虑对联的通用性或类型性，将便于大批量复制作为自己的追求。在历史上，佛教的偈语进入对联，对扁平化起了推波助澜的作用。佛寺的楹联每每相互借鉴，地藏殿尤其明显。现代对联在载体上标准化、在内容上商业化，这类趋势是有利于语境的扁平化的。

景点未必拥有对联，对联未必见于景点。尽管如此，二者的关系其实是渊源有自的。根据明代江盈科的看法，“唐人登眺之诗皆与山川相称，中间联句真是移动不得。如《题杭州天竺寺二语》云：‘楼观沧海日，门对浙江潮’；《题金山寺》云：‘树影中流见，钟声两岸闻’；《题洞庭湖》云：‘气蒸云梦泽，波撼岳阳城’；《题黄鹤楼》云：‘晴川历历汉阳树，芳草萋萋鹦鹉洲’。后人摘为对联，绝与景称。”^②某些对联确实如江盈科所说出自登高眺望之诗，但也有些对联是直接写景、不经过诗歌之中介。我们可以在清代华学澜的自述中找到佐证。^③还有一些对联并非写景，而是说理，如“传家有道惟存厚，处世无奇但率真”等。它们若现身景点，可以增加其理趣、丰富其内涵。

对联在厦门的分布非常广泛。古代对联主要是通过石刻、典籍和其他文献传播下来的，可能作为文化遗产被有意识地加以保存，但也可能因为其内容和现代生活不相吻合而加以淘汰。这一点从寺庙翻建中就可以看出来。由于时代久远，古代对联的视觉特征显得比较灰暗，给人以沧桑感。柯盛世所编的《厦门匾联文化丛书》（北京：

① 叶鹏飞：《从“桃符”到装饰的演变——楹联的形式与书法》，《书法》2012年第1期，第90页。

② [明]江盈科：《雪涛诗评》“摘联”，民国本，第8页。

③ [清]华学澜：《辛丑日记》“十六日辰刻起晴日满牕雾消云敛为移居监临堂来初见之景写对联一副”，民国商务印书馆本，第101页。





中国文联出版社 2013 年版)保存了大量古代的石刻对联。它分为“公园景区”、“企业机构”、“家庙宗祠”、“寺宇宫观”四册,收录牌匾 2100 多方,楹联 3000 对,并附有图片 3000 多幅。作者长期从事匾联研究,搜集了大量资料。有些楹联如今在景点已经见不到了(菽庄花园就有这种情况),赖此书得以保存,实为万幸。

今天,人们仍用对联来抒写情思、寄寓愿望。在厦门的大街小巷都可以见到载体标准化、内容商业化、语境扁平化的现代对联,其外部特征比较明显,经常用红纸印刷,给人的基本印象是红艳艳、热腾腾、暖洋洋、喜洋洋。相比之下,采用石刻方式进行传播的现代对联显得典雅、庄重,情调比较沉稳。本文选取三个厦门景点作为例子,对它们所包含的石刻对联加以考察。

二、兴教馨香播海隅:陈嘉庚纪念胜地的石刻对联

陈嘉庚纪念胜地(以下简称“纪念胜地”)位于集美,由集美学校委员会管理。它北至嘉庚体育馆、BRT 嘉庚枢纽站,南至龙舟池,西至集美学村(集美大学航海学院等),东至嘉庚公园,总面积为 16 万平方米,其中建筑面积近 3 万平方米。胜地中央为陈嘉庚塑像、归来园、归来堂和陈嘉庚先生故居。从导游图上可以看到:这儿还有不少中西合璧的嘉庚式建筑,如南熏楼、道南楼、黎明楼、延平楼、南侨楼群,集美大学航海学院的允恭楼、财经学院的敦书楼,集美小学的三立楼、敬贤堂、钟楼,集美幼儿园的养正楼、葆真堂,嘉庚路的福南堂、石鼓路的体育馆和科学馆等。其中,南熏楼曾是厦门地区最高的建筑。纪念胜地融纪念性、文化性、游乐性于一体,是陈嘉庚教育理念的体现。

作为 4A 级景区的嘉庚公园位于纪念胜地的东南,占地面积 3 万平方米,其中建筑面积 5500 平方米。目前的入口是龙舟亭附近的南门,出口处为北门。园名为著名书法家高怀所书。南门外楹联为:“嘉木葱茏园中桃李风华茂,庚星璀璨云里鲲鹏事业新”(谷向阳撰);“集成大景观鹭岛有山皆献秀,美蔚多材俊鳌园无水不生光。”门内楹联为:“策天马行空创业南洋江畔犹堪寻圣迹,邀灵鳌镇海建言北阙人间从此仰丰碑”(陈力杰撰);“水绿山青兴学校于村何其美也,夏强春涌集英材以教不亦乐乎”(瞿晓萍撰)。若比照民居的话,嘉庚公园东部主要景点可以用“三进两厢”来概括。“三进”是位于东西向中轴线的宣传接待科/游客服务中心、命世亭和鳌园,两厢分别是南厢的“桃李芬芳”花岗岩人物群雕、鳌亭,北厢的尊师重教荣誉碑。全国人大副委员长卢嘉锡为后者题词:“集社会之力,兴千秋之业。”西部主要景点有陈嘉庚廉洁奉公事迹展(长廊)、陈嘉庚纪念馆等。

鳌园原是海中龟形小岛,陈嘉庚将它建成与陆地相连的“博物观”,以贯彻寓教于游、寓教于乐的理念。从建设集美解放纪念碑到陈嘉庚归葬,鳌园建设历时 10 年(1951-1961)。它占地 9000 平方米,从空中鸟瞰,呈现出为繁体字“园”(園)的形态。其门堂联为:“鳌戴定教山尽峙,园居宁与世相忘。”外墙有联语:“贞砥表乡闾好并鳌峰留胜迹,名已成画本喜看园冶有新编。”两侧的窗联分别为:“澄清新海宇,砥柱旧鳌头”;“改造旧社会,建设新国家。”横批分别为“增产”、“节约”。

鳌园入口处的长廊相当于繁体字“园”方框内的“土”字。它主要包含了如下三层信息:第一层是对联。长廊入口处所题为“高矗青苍熙丽日,长存正直度休风”;尽头处

柱联为：“世界鼓和平人类掬心焉有别，神州夸壮丽风光入眼自无双。”所展出的两列浮雕最上方分别刻有“至诚道前知”、“功成唯三杰”，合观亦为一联。第二层是金字标题和 58 幅浮雕，位于长廊两侧的上部。浮雕主要内容为历史故事。入口左侧为七个革命历史片段（五四运动、毛主席在湖南组织马克思主义小组、南昌起义、三湾改编、井冈山会师、强渡金沙江/抢渡卢定桥、毛主席在延安学校发表整风演说），诸葛亮《马前课》（节录与联想），还有七个戏曲故事（即赵武灵王、包公斩鲁齐郎、秦香莲、县令背纤、打严嵩、现世报、打面缸）。入口右侧为历史故事，依次是张飞打督邮、三请诸葛亮、赤壁大战、兵入咸阳、韩信拜帅、汉王东征、荥阳之战、韩信自称齐王、项羽乌江自刎、一鼓作气、宋襄公、城濮交兵、血染长平、吴王与勾践。第三层是陈嘉庚生平事迹摄影图片展，位于浮雕的下方。

鳌园的中心区屹立着集美解放纪念碑。碑高 28 米，象征中国共产党从诞生到建国的 28 年奋斗史（1921-1949）。纪念碑由碑身和两层正方形基座构成，其造型相当于繁体字“园”方框内的“口”字。第一层基座有 28 根小柱，按每边 8 柱排列成正方形（位于四个顶点的小柱都同时计入双边）。这样，朝外有 32 面、朝内有 24 面便于题词。每面都只刻有一句，由此构成如下对外 16 副、对内 12 副柱联。对外是：“艰难重缔造，劳动好磨磋”；“四时勤树艺，万户弭饥寒”；“分工有轮舆梓匠，因利在沟恤河渠”；“旗列五星光日月，题碑七字舞龙蛇”；“记事山经珠错落，取材尔雅玉雕镂”；“天地丰收革命果，普天开遍自由花”；“殊方草木奇多态，瀛海风光焕一新”；“造土广储经世选，作民兼树典邦型”；“选香为仿群芳谱，觅种应搜本草书”；“高下楼台云树里，万千风物画图中”；“弦诵海潮音互答，风帆沙鸟影齐飞”；“漱石巨鳌能负重，枕流天马欲行空”；“别开教育园地，仰见革命精神”；“制器因时其利溥，飭材辨物厥功多”；“翠色通松壑，清阴接杏林”；“七宇立碑光棫朴，^①十年树木长风烟。”对内是：“风土无忘祖，舆梁足济人”；“江山助磅礴，文物照光辉”；“倘有三鳢瑞，殊多一鸛材”；“鸾声听在泮，羊碣看凌霄”；“乾坤留正气，山海毓精英”；“陶镕成大器，建设赖良工”；“海天浔厦屿，子弟工农兵”；“威风祥麟藪，秣桃珍李花”；“强国先强种，养民在养生”；“山海兼收通鹭岛，羽毛自爱托鳌园”；“自辟鳢堂四十稔，宏开马帐五千人”；^②“静观博物志，欢唱东方红。”

第二层基座刻有 8 副对联：“相期勤锻炼，于此畅胸怀”（张治中题）；“树人早作百年计，筑室宁为一己谋”；“稻梁丝泉资民活，棫朴弘义秀国桢”；“过集体生活，看美景到来”；“如行天马标鳌柱，长见丰碑镇海疆”；“重洋浪静非无日，广霞云连又一时”；“揽图窥万象，立石纪重光”（傅作义题）；“花草千春在，虫鱼万象观。”

碑的底部（第二层基座之上）正面为三幅照片影雕，分别题为“1949 年 10 月 1 日人民政府成立毛主席在北京天安门升旗”、“1949 年 10 月 1 日人民政府成立朱总司令在北京天安门阅兵”、“1949 年 10 月 3 日人民政协筹委会全体常务委员在北京勤政殿前合影。”其余三面刻有以畜牧业、体育场、农业场、纺织厂、皮革工业、渔业场、中华人民共和国海军为题材的浮雕。所配对联为：“目穷沧海通南纪，首戴灵山拱北辰”；

① 《棫朴》是：《诗经·大雅·文王之什》的一篇，歌颂周王仪态端庄，用人得当，治理四方。

② “鳢堂”，讲学之所；“稔”，年；“马帐”，本指汉儒马融的教学场所，现在泛指书斋、讲堂等。





“劝业农桑美国计, 开源衣食厚民生”; “发挥集体的力量, 创造美好的将来”(沈钧儒题)。

纪念碑前为影壁。所配对联为:“海潜空飞齐物理以归一, 天造地设合人力而成三”; “南陌东阡兴互助, 豆棚瓜架话丰登。”影壁还向外伸展, 左翼刻有马寅初、陈培锬等题词(4屏)和传染病防治题材浮雕(6屏), 右翼刻有黄炎培等题词(3屏, 另空屏1)和学生课外活动题材浮雕(6屏)。两翼对联为:“乔木认前痕劫后能酬经始志, 菁莪期远荫老来犹抱济时心”; “广学甄微敬咏其德, 揽英接秀隆构厥基。”

影壁朝外一面正中为“鳌园”两个大字。中间稍下处为“博物观”, 配以对联“真大观勿嫌小岛, 有旧植乃展新型”, 两边所配浮雕为对称的青铜器、植物题材。再下处浮雕为工业、农业题材, 对联为“发挥无比无穷之力量以改造旧社会, 培养更多更好的人才来建设新国家”(马叙伦题); “集合英才共向社会主义建设迈进, 美好生活须从人民劳动创造出来”(邵力子题)。影壁左右翼分别为山水桥梁、建筑活动题材的浮雕, 配以长联:“慨曩昔烽火弥天毓物培才在危难中坚持下去, 喜今兹楼台如画移花补竹从废墟里创建起来”(虞愚撰); “构厦育群材喜见太邱真道广, 障川收万派共和左海正风同”(叶恭绰题)。

陈嘉庚之墓以辉绿岩块石砌成, 坐北朝南, 位于影壁前。墓塘石柱联写道:“合公谊私情送先生归舟万里, 论勋劳物望是中外在野一人”(新加坡福建会馆1949年5月)。这是当年海外同人为欢送陈嘉庚归国而赠与的。

命世亭的对联都刻在12根柱子上, 共有如下六副:“地因胜迹比肩崇高领袖, 海不扬波欣看舜时尧天”; “建国新猷光垂万世, 仪容勒石望重千秋”; “萃天下英才满廷文武皆楨干, 数风流人物万古云霄一羽毛”; “把三千年历史翻新请看今朝人物, 受亿万众诚心共戴永垂天地光芒”; “巨手宏开新国运, 一亭饱揽好风光”(谢无量题); “旋干转坤移山填海, 济人利物震古铄今”(董必武题)。

陈嘉庚纪念馆是相当气派的三层建筑。一层为行政办公区、文物库房区、图书资料室、报告厅及1000平方米的临时展厅; 二、三层为展厅, 面积约3080平方米。其大门有余元钱所撰二联:“以天为幔以海为襟天海展青蓝此地风光焉有二, 与国同心与民同气国民争俯仰斯人功德允无双”; “为故乡兴盛为祖国新生倾资财于教育, 谁是先驱者, 曰民族光辉曰华侨旗帜获领袖之褒扬, 公推第一人。”

嘉庚公园的出口处(北门)离陈嘉庚纪念馆不远。它朝内一面所刻对联为:“集天地之灵人物之美, 嘉菁义者乐诚毅者庚”; “赫赫丰碑鼎彝声诗垂百世, 琅琅学府桃李锦绣遍寰区”(方文图撰); 朝外一面所刻对联为:“化雨时沾大贤溥惠, 摩霄共举群彦高翔”; “九域颂鸿猷兴学育才重光国运, 千秋铭雅训竭诚弘毅再造人文”(唐海秋撰)。

陈嘉庚纪念胜地的对联相当密集。它们既体现了陈嘉庚本人的高风亮节和兴教观念, 又反映了集美民众与政府对这位杰出人物的崇敬和纪念, 格调高雅, 内容丰富。欣赏这些对联和相关石雕, 不仅可以加深对博大精深的中华文化的认识, 而且可以了解中华民族所经历的历史变迁。

三、开津妙笔沁芬芳: 厦门旅游集散服务中心的石刻对联

古代对联和现代对联的区分不是绝对的, 二者有相互渗透的一面。目前, 借鉴古

代对联的有益经验以创作和运用现代对联，已经是文化旅游业常见的做法。厦门旅游集散服务中心就是一个很好的例子。它位于观音山商业街，2015年5月揭牌。该中心和智能城市建设相结合，以旅游电子信息化平台为基础，集食、住、行、游、购、娱于一体，力求实现“互联网+旅游”的完美融合。就对联而言，这个中心所呈现的构思是比较精致的。它们在载体上运用了标准化的字体但又镌刻于非标准化（该中心特有的）的牌坊，在内容上有商业化成分但又注意艺术性，在语境上有扁平性（表现泛在风情），但又有立体性（属地化）。

厦门旅游集散服务中心所在广场有大门面向沙滩。它的朝外一侧以“时和世泰”为横批，镌有两副对联：

善造良机泽惠商家称独步

广交诤友沟通环宇架津梁

青门录唐史，记当时金榜书声，本来集美中原笈笪浩荡

胜景出银滩，留北地碧空帆影，愿教同安四海鼓浪繁荣

第一联由彭一万撰写，揭示该中心的通商、交友的双重目标。“良机”既可以解释为好机会，也可以解释为好设备（因为它致力发展智慧旅游）。抓住好机会、造出好设备，运用好设备制造好机会，这种创举是旅游及相关产业的福音，堪称创举。“诤友”本来是指能够直言规劝的朋友，若按传统观念，人的一生难以结交几个。该中心立志为在全世界范围内广泛结交这样的朋友起中介作用，定位是相当高的。第二联由吴玉良撰写，嵌入厦门掌故与地名，从历史写到未来。“青门”在古籍中可能是专指汉代长安城的东南门，或者泛指京城东门，亦可解释为东郊等；在此处是指退隐之处，因其背景为唐代文人陈黯隐居金榜山教书育人。上句言史，下句写景。“集美”、“同安”既是厦门地名，又双关于传播中原文化、追求世界和平的愿景。“笈笪”是厦门一个港口的名字，“鼓浪”是厦门一座岛屿的名字，既对偶又互文（笈笪既浩荡，又繁荣；鼓浪既繁荣，又浩荡）。上述嵌入使这两副对联做到言简意赅，回味无穷。

这座牌坊朝内一面以“嘉年坊”为横批，彭一万所撰楹联称：

厦凌云顶，志存高远兴骏业

门纳海潮，情注沧桑展宏图

上句说这儿的楼宇高大、可以超过云顶，主人的志向高远、一心兴举宏业；下句说这儿的大门宽广、可以接纳海潮，主人的情怀开阔、重在继往开来。“云顶”此处有双关之义，既是指厦门地名（云顶岩），又是指天空高处。上下句首字嵌入“厦门”，形成藏头格。

厦门旅游集散服务中心所在广场上的牌坊共有四座，分正背两面，跨骑在南北中轴线上。其横批若从正面看分别是“问月”、“乐水”、“仰山”、“风吟”，若从背面看“知春、迎夏、宴秋、融冬”两组，合而观之，富有生态美。这些联语字面上都很美，即使不了解所涉及的典故，也不妨碍对句意的理解。这些对联由谭南周、洪妈赞、谢澄光、卢善庆等知名学者或文化人撰写，在遣词造句上是相当讲究的。同一牌坊，正反两面表达不同的旨趣，相互映衬。

第一座牌坊位于观音山梦幻海岸商业街的起点。其正面匾额为“问月”，联语是：“人





间香韵飘琼宇，天上银辉映海湄”；背面的匾头是“知春”，联语为：“山色长催花惬意，风情更遣鹭还乡。”这两联都富含诗意。正面对联用简洁的语言展示了优美的意境。上句由人间写到天上，下句由天上写到人间；上句言香气而诉诸嗅觉，下句言银光而诉诸视觉。上句之“韵”可以理解为音韵、与言语相关，因此是“问”；下句之“辉”可以理解为视觉语言，与月亮相关，因此是“答”。人有香韵之问，月有银辉之答，不语而语，不情而情，不思而思，不尽而尽。以“海湄”对“琼宇”，和所在的地理位置相切合。背面对联紧扣“知春”。正如一首流行歌曲所唱道：“春天在哪里？”春天在山色中，春天在风情里。怎么知道春天来了？你看，花儿开了，白鹭来了。是谁知道春天来了？是山吧，它催促花儿赶紧开放；是风吧，它招呼白鹭赶紧回家乡（厦门别称“鹭岛”）。也许花儿才是先知春吧，因为它们绽放，山色才沁出春意；也许是鹭儿才是先知春的吧，因为它们归来，风情才契合春心。也许是作者才是真知春的吧，不然他怎么写出这样春意盎然的对联来？也许是读者才是真知春的话，不然他怎么能够理解对联中的春意？

第二座牌坊位于厦门旅游集散服务中心所在广场靠如家酒店一侧，和上述第一座牌坊相互呼应。其正面匾头是“乐水”，联语为：“心闲临水知鱼乐，晓起入林寻鸟声”；背面的匾头是“迎夏”，联语为：“凤凰绣锦游人醉，白鹭陪茗远客酣。”这一联“凤凰”与“白鹭”对举，仿佛是指鸟类，其实双关于作为厦门之市树的凤凰木。正因为凤凰木绿叶红花，才显得犹如锦绣。相比之下，若解释为凤凰擅长编织，就牵强了。“白鹭陪茗”自然是出自想象，现实生活中谁也没见过这类小鸟会陪客人喝茶。不过，白鹭是厦门的市鸟，不妨视为厦门人的象征。这个城市有不少居民确实乐于请客人喝茶（尤其是“功夫茶”）。喝得酣畅，自是佳境。第二联就不是专指厦门了，命意也由远游转向近适，颇有禅味。^①

第三座牌坊位于厦门旅游集散服务中心所在广场靠凌波湾度假酒店一侧，和上述第二座牌坊相对。其正面匾头是“仰山”，联语为：“流连榕影街声选万商珍品，俯仰山光水色迎四海银潮”。背面匾头是“宴秋”，联语为：“采菊东篱幸良辰其莫失，飞觞南浦欣秀色之可餐。”正面联语看似写游山玩水，实际上是写出入集市。“珍品”兼及海味，“银潮”连言财富，构成了互文。“仰山”令人想起《诗经·小雅·车辖》的名句“高山仰止，景行行止。”诗中的“高山”比喻高尚的品德，因此“仰山”也被用于比喻对高尚品德的仰慕。“景行”指“明行”（光明正大的行为），是高尚品德的具体实践。司马迁《史记·孔子世家》引这两句诗赞美孔子——“《诗》有之：‘高山仰止，景行行止。’虽不能至，然心向往之。”到厦门旅游集散服务中心来购买商品与服务，和高尚品德有关系吗？这副对联隐隐约约地告诉我们：答案是肯定的。至于是什么关系，就要看个人的理解了。也许，你会想到：参悟了山光水色，可以更好地理解商品大潮？或许事情是相反的，在商品大潮之前，应当保持一点超然的心态、寡欲的定力？作者也可能是想告诉我们：是卖是买，都要遵守行为准则哟。背面联语虽然与正面联语属于同一牌坊，但用了陶渊明归隐田园、屈原江边送别的典故，将语境由现代转向古代，风格由质实变为飘逸。上句更多是面向家乡人、本地人，下句更多是面向外地人、作客人，大家一起来，在

^① 黄志安：《欧阳询楷书集字对联：禅意篇》，广西美术出版社2010年版。

金秋畅饮于东篱菊下、南浦楼中。这么好的日子，这么美的风景，千万不要错过。当然，公共场所不比陶潜家园，菊花未必真可采（要爱护哟）；山水风光不比美味佳肴，秀色未必真可餐。宴秋贵在相遇之幸、心情之欣。有此二条，飞觞未必真须美酒，白开水、矿泉水亦可醉人。这是文化人的品味使然。若是商家，当然还是希望趁好日子多卖几瓶好酒、几道好菜。

第四座牌坊位于观音山梦幻海岸商业街的出口。其正面匾头是“风吟”，联语为：“去来无迹看楼宇群雄林立，动息有声喜品牌众望玉成”；背面的匾头是“融冬”，联语为“青门潮起千涛载雪，云顶风回万石藏梅。”正面对联以“去来无迹”、“动息有声”写风，上句重在风之动，下句重在风之音，合言便是“风吟”了。“看楼宇群雄林立”、“喜品牌众望玉成”乍看起来和风没什么关系，但只要将风想象成为某种人格化的自然现象，情况便大为改观。作者或许是想告诉读者：风儿正穿行于厦门，惊讶地发现海边怎么一下子就冒出了这么多的高楼大厦；它们深入探索，发现原来那儿推出的是各种质量的商品和服务，因此，满心欢喜地将有关信息传播到各地。当然，这副对联还可以做这样的解读：好商品、好服务、好品牌都应如风行水上、涣然成文。背面对联要写冬天之景，颇有难处，因为厦门属于亚热带气候，许多植物是常绿的。作者很巧妙地将海潮和雪景联系起来（化用苏轼《念奴娇·赤壁怀古》中“乱石穿空，惊涛拍岸，卷起千堆雪”的典故），然后又拈出梅花作为代表性景观。“青门”在汉语中是多义词，此处应当是指东郊。“云顶”在字面上可以理解为白云高处，作为地名是指厦门岛最高峰（即云顶岩）。“万石”在字面上和“千涛”对举、指山景，作为地名是指厦门岛的万石岩。“千涛载雪”、“万石藏梅”，气魄宏大，景象开阔。就地理看，涛是海景，石是山景；就颜色看，雪白而梅红。“潮起”为涛涌助力，“风回”替梅绽播香。

厦门旅游集散服务中心的对联主要集中于牌坊，数量不是很多。与陈嘉庚纪念胜地的对联不同，它们产生于同一个时段、同一个项目、同一种设计，围绕同一个主旨，虽然不能给人以博物印象，也不会唤起沧桑感觉，但在服务于旅游业方面有其特色。其作者都是名家，文人雅致，诗酒风流。至于对联内容的商业性，令人联想到中华文化本来也有重商主义的支脉。

四、建功水利化三身：集美区灌口镇凤山祖庙的石刻对联

凤山祖庙位于集美区灌口镇灌口街北侧，始建于明朝天启、崇祯（1621-1644）年间。如今的山门在交通干线安仁大道旁边，四柱三拱，内、外两面的对联都是如下两副：“真君降孽蛟伏螺精功德不朽，大使开灌口拓台郡业迹千秋”；“神缘系海峡两岸，人情连华夏九州。”其中的“真君”是指二郎神，“大使”则是他的化身。

在我国古代传说中，二郎神又称二郎显圣真君、灌口二郎、二郎真君、灌江神、赤城王、清源妙道真君等。但其真身究竟是谁，有李二郎、赵二郎、杨二郎、石二郎、青铜纵目人乃至外来神祇等不同说法。其中，李二郎据说是秦蜀郡守李冰之次子，协助父亲兴水利、建大功，因此被民众作为奉祀对象。宋代高承《事物纪原》说：“元丰时，国城之西，民立灌口二郎神祠。”^①引文中“元丰”（1078-1085）是宋神宗赵顼的年

① [宋]高承：《事物纪原》卷七灵宇庙貌部第三十七凡二十六事“灵惠侯”，明弘治十八年魏氏仁实堂重刻正统本，162页。





号之一。引文中所提到的灌口如今隶属于四川成都都江堰市,在历史上因位于著名水利工程都江堰灌溉渠口而得名。厦门市集美区灌口镇与之同名(实际上是比照成都的灌口而命名,详下),崇拜二郎神有这一层原因。这一带流传着二郎神降孽蛟、伏螺精的故事。前者似乎是发生在蜀郡都江,后者则发生在厦门市集美区灌口镇。

至于“大使”,据说是二郎神的化身。《灌口祖庙碑记》称:“庙中三像者何?始不知神之奚若也。真君乃夜觉父老曰‘三月七日有指挥从孔道来,马首有白犬导之,此少年似我也’。”当地人要为他建庙,但不知如何塑其形象为好。于是,二郎神便托梦给主事者,说某日某时将有一“指挥”(即指挥使,在明朝是卫所一级最高军事长官,秩正三品)行经此地,那就是他的化身(外貌与之相似)。事情果然如此,不过,那天出现的指挥使不是一位,而是三位,并且都是风度翩翩的年轻人。人们于是按其身形塑造了三尊神像,分别称之为“大使”、“二使”、“三使”。大使崇拜始于集美区灌口镇,后来流传到台湾,那儿建立了许多与之一脉相传的庙宇。厦门市人民政府2001年1月公布该庙为“厦门涉台文物古迹”时所立碑称:“清代康熙年间香火传入台湾,据不完全统计,今有分炉庙宇160多座,是台湾四大民间信仰之一。”因此,凤山祖庙在山门对联中突出了海峡两岸的神缘关系。

从山门到大门要走好长一段路,经过不少商店,迈过若干台阶。大门对外一面的楹联为:“棋山耸翠三千尺笔架青空呈瑞,凤屿流芳四百年安仁风雨犹春”;“古驿重光龙潭日暖千车竞,祖祠锡瑞凤谷春和万客临。”对内一面的楹联为:“百业俱兴近悦远来中国金龙跨四海,八方辐辏主欢客乐厦门机械遍五洲”;“阳光和煦嘉庚风范传绛帐,桃李芬芳凤山精神焕春晖。”这四联都是介绍这儿的环境。“棋山”指横亘于灌口与长泰之间的仙灵棋山,海拔九百余米。“笔架”亦是灌口镇山名,在长春谷一带。“凤屿”指灌口镇的凤山,那儿建有祀奉“李府清源真君二郎神”的凤山庙。“安仁”指安仁里,位于仁德里、积善里之间,是大使公成神处,如今凤山古庙山门前的交通要道以之为名。“古驿”指灌口镇的深青村,那儿是古代驿站的所在地。“龙潭”指离凤山祖庙很近的双龙潭风景区。厦门正新橡胶工业有限公司在那儿建有汽车赛场。“祖祠”即凤山祖庙。“金龙”指厦门金龙联合汽车工业有限公司,位于集美灌南汽车工业城。“机械”指厦门厦工机械股份有限公司,其总部位于灌口南路668号。寺庙的对联将现代工业写进去,较少见。

凤山祖庙正殿大门中间和“凤山古地”匾额相配的楹联是:“灵镇凤山棋峰圃岫舒丹翻,炉传夔峡淮水岷江带锦纹。”“棋峰”即上文所说的仙灵棋山。“圃”指种植菜蔬、花草、瓜果的园子;“岫”的本意为岩穴、山洞,文言文中多指山峰。“舒丹翻”指红色羽毛的吉祥鸟自由自在地飞翔。“炉传”指宗教传播过程中的分炉现象。“夔(kuí)峡”是瞿塘峡的别称,得名于扼守其西的夔门。这一联上句说凤山是胜景所在,下句说二郎神崇拜来自四川。左边小门对联是“秀挺丹山仪彩凤,光生紫府映文垣”,横批:“灵扬蜀道”。右边小门对联是“白鹤青鸾扶宝座,仙旗天马拥瑶阶”,横批是“凤山古地”。“白鹤”、“青鸾”在这儿都是道教意象。“仙旗”、“天马”本是山名,此处亦被纳入信仰体系。

大门和小门之间有壁联:“灵昭蜀下藉驿吏而传炉肇禋前代,庙建国初化指挥以著像垂镇此邦。”肇禋,指开始祭祀。传说明末一位来自四川灌江口的驿丞在位于灌口镇

西五里的深青村驿站祭拜故乡清源真君李二郎。他养的猎犬在主人死后将祭拜用品衔到凤山，日夜卧守。村民因此在那儿建了小庵，颇为灵验。这就是凤山祖庙的前身。为了纪念这段历史，凤山祖庙大门之内、正殿之前立两组驿吏、驿马塑像，正殿门堂两侧有驿吏牵驿马的浮雕。庙的建设成为当地经济繁荣的契机之一，人们饮水思源，以驿吏故乡灌口来命名新兴集市，取代了原先的安仁里地名。“国初”指清朝初年，“指挥”是军职名，此处指上文所言的二郎神所化的大使。这一联说的是凤山祖庙建立的缘由。

前柱有一联：“凤山回顾棋山一脉地灵特萃，灌口源承江口二郎神道常尊。”上句说这儿是风水宝地，下句说此处的神灵颇有来头。“江口”指二郎神所驻守的灌江口。大门背面柱子上的对联是：“地脉灵奇耀精华而起凤，神功烜赫施恩泽可安人”；“庙宇重新跨凤山而跋翠并耀，神灵永奠临灌水以保佑无疆。”第一联上句说凤山祖庙所在地风水好，下句说所崇祀的神灵有灵验。第二联上句说这座庙重修过后焕然一新。“跋翠”语本《诗经·小雅·斯干》“如跋斯翼，如矢斯棘，如鸟斯革，如翬斯飞，君子攸跻”，^①形容宫室规整宏大。下句说灌口人世代祭拜二郎神以求得保佑。

凤山祖庙正殿主祀清元真君（王孙大使），左侧是关帝圣君、阎罗天子，右侧是天上圣母、注生娘娘。清元真君指三郎神，其龛联是：“庙貌常新早有遗炉传驿吏，神功永著匪惟蓄水救农民。”此联一方面说本庙渊源有自，另一方面说神灵功德无量。对应的塑像有三尊，即前述的大使、二使、三使。他们之所以称为“王孙大使”，据说是因为被王母娘娘收为义子并予以策封。

殿中柱子所刻对联是如下六副：“古驿纪深青德泽流行传蜀道，名区称灌口神功显赫震闽疆”；“炉分川口声灵远，庙拱棋尖局面开”；“清净为宗童年证果，元亨合撰高位宜仁”；“大使泽长俎豆南洋香万里，真君名重光风海峡耀千秋”；“居近圣人仙儒一体，炉传驿吏俎豆千秋”；“捍患御灾民生敦赖，传炉化像灵爽式凭。”第一、二联重述凤山祖庙的历史由来，强调神灵依托所在地发挥的广泛影响。“川口”相当于江口，“棋尖”指棋山之巅。第三联说二郎神将心境洁净佛作为立身之本，小小年纪就经过修行悟入妙道；他所象征的是大吉大利、仁道遵行。“元”指元气，“亨”指通达，“合撰”相当于连言。“元亨”是占卜所得大吉之卦。“高位宜仁”本于孟子所说的“惟仁者宜在高位。不仁而在高位，是播其恶于众也。”^②第四联上句说大使作为二郎神的化身恩泽长远、对东南亚发挥广泛影响，下句说清元真君名声显赫，为台湾海峡两岸所长久拥戴。第五联说大使风度翩翩、颇有素养，香火鼎盛延续千年。第六联说老百姓要想对付灾患有赖于大使，因此供奉香火、传播形象，让神灵爽心快意，就有了依靠。

正殿两侧墙上绘有《封神演义》壁画。其入口处解签处所贴的红纸上写道：“有求必应吾签诗，凤山祖庙出灵书。神仙渡化结缘人，牵沟过坎是我佛。”长廊上书有《凤山祖庙颂》。

正殿内两侧有小门通往厢楼，其中一侧的厢楼是凤山祖庙管委会所在地。厢楼前为钟楼和鼓楼，均为二层六柱。钟楼以“清源”为题。楼下有柱联三副：“莫嫌老圃秋容淡，最爱黄花晚节香”；“风调雨顺民安乐，海宴河清世太平”；“云龙博浪飞三级，天

① [汉]毛亨：《毛诗注疏》卷第十一，清嘉庆二十年南昌府学重刊宋本十三经注疏本，第610页。

② [战国]孟轲：《孟子》卷七离娄章句上，四部丛刊景宋大字本，第54页。





马行空载五华。”第一联本于宋朝重臣韩琦（即韩魏公）的“莫嫌老圃秋容淡，最爱黄花晚节香。”^①第三联为革命前辈方志敏所喜书。^②楼上亦有楹联三副：“水云长日神仙府，禾寿年丰富贵家”；“仙风玉露争飘洒，密竹疏松斗志苍”；“功德长与天地在，英名永垂宇宙间。”鼓楼刻有“日月”之题。楼下柱联有三幅：“正直为神视民为赫，平安赐福惠我无疆”；“山河共存音容在，日月同辉伟业新”；“德行人间金管记，姓名天上碧纱笼。”第三联相传是清代书画家、诗人金农自题。据记载，“昔梁元帝为湘东王时好学着书，常记录忠臣义士及文之美者。笔有三品，以金银雕饰或用斑竹为管。忠孝全者用金管书之，德行精粹者用银管书之，文章瞻丽者以斑竹管书之。”^③因此，世上遂有“金管记德，银管记功，斑竹管记文”之说。另据五代王定保《唐摭言·起自寒苦》：“王播少孤贫，尝客扬州惠昭寺木兰院，随僧斋食。诸僧厌怠，播至，已饭矣。后二纪，播自重位出镇是邦，因访旧游，向之题已皆碧纱幕其上。播继以二绝句曰：……上堂已了各西东，惭愧阁黎饭后钟。三十年来尘扑面，如今始得碧纱笼。”^④用半透明的碧纱将字迹保护起来，表现得很珍重。神仙的德行在世间自然应当用金饰之笔加以记载，他们的姓名在天下同样值得珍重。楼上柱联亦有三副，但因未开放，只能远观，看到其中一句是：“直与峨眉争秀色。”楼旁有功德碑，旁书：“芳烈如兰馨百世，名声似磬韵千秋。”上述对联都不是专指凤山祖庙的。

闽南多寺庙，厦门亦然。凤山祖庙的对联既昭示了闽南文化与中原文化、西南文化之间的联系，又呈现了古代文化和现代文化之间的纽带。它包含了关于神灵和奇迹的丰富想象，寄托了普通民众祈求国泰民安的愿望，看似虚无缥缈，其实还是很接地气的。

五、结语

本文所介绍的陈嘉庚纪念胜地、厦门旅游集散中心和灌口凤山祖庙分别属于事业类景观、产业类景观和信业类景观。与此相应，它们所铭刻的对联分别着重于教育文化、商业文化和宗教文化。这三类文化都是中华文化的重要组成部分。中华文化既包括内核相当稳定的价值观，又包括外延不断扩展的亚文化。从理论上说，二者都可以通过对联来加以表现。与其他传播形式相比，对联是高度凝练的，篇幅虽短但内涵丰富。

若和现代基于印刷术、电磁波和计算机的大众传媒比较的话，刻石的优势在于纵向传播而非横向传播。如果说现代大众传媒往往在受众心目中唤起和社会时尚多变的感觉的话，那么，石质载体则更多地使人们感悟到文化的源远流长。如果说现代大众传媒对中华文化的传播主要是在符号世界中进行的话，那么，石质载体对中华文化的传播往往是结合现实景观进行的。在古代社会中，石质载体对中华文化的传播曾经发挥了相当重要的作用。即使在现代大众传媒高度发达的今天，石质载体仍在传播领域占有一席之地。

以凝练之笔为传承中华文化服务，这就是石刻对联的价值之所在。不仅如此，石刻对联往往还作为所在景点、景区和景群的自我表白起作用，是公众（包括居民和游

① [明]李时勉：《晚圃处士墓志铭》，《古廉文集》卷十，清文渊阁四库全书本，第155页。

② 陈家鹦：《方志敏书联寄情》，《党史文汇》1998年第6期，第14页。

③ [宋]胡仔：《茗溪渔隐丛话前后集》卷二十四“五季杂记”，清乾隆刻本，第107页。

④ [五代]王定保：《唐摭言》卷七，清学津讨原本，第40页。

客)认知它们的社会定位的客观根据。在这一意义上,每个地点的石刻对联都根据人们的需要对中华文化的要旨进行具体阐释。由于公众(特别是游客)将这些石刻对联作为拍摄对象等原因,它们不仅葆有属地的本真性,而且在赛伯空间中找到了自己的新定位。





旧学与新知、传承与创新

——以厦门筓笪书院为例探索当代书院建设与发展的若干关键问题

王维生 戴美玲

(厦门筓笪书院, 福建 厦门 361012;
厦门大学人文学院, 福建 厦门 361005)

摘要: 书院作为中华优秀传统文化的载体, 承载了文化传承与发展的重要历史使命。盛世兴国学, 面对世界文化的交往与现代中国公民素质提升的需求, 在政府、学者、企业、民间等力量推动下, 当代书院的建设呈现复兴之势。目前众多当代书院以传授国学经典为内容, 传承中华优秀传统文化, 弘扬民族精神, 培养人性道德为理念宗旨, 面对当代书院的建设的蓬勃发展, 当代书院建设运营的理论还在探索与形成中。本文以厦门筓笪书院的建设与发展为中心, 分析当代书院建设与发展中的若干关键问题, 力求找到当代书院在国学传播, 新知培养以及中华优秀传统文化的传承与发展中可以借鉴的规律与经验。

关键词: 旧学 新知 传承 发展 当代书院

一、旧学与新知: 中华传统文化与当代书院复兴的时代背景

书院作为中华优秀传统文化的载体, 是中国古代一种独特的文化教育机构, 是中国士人围绕着书, 开展包括藏书、读书、教书、讲书、校书、著书、刻书等各种活动, 进行文化积累、研究、创造与传播的文化教育组织。“书院”在中国历经千年历史长河, 蕴含了深厚的中国传统文化内涵与经久不衰的生命活力。甚至在东亚文明的传播中, 书院也是作为儒家文化的一种载体, 将学术传承与教育由私人交流变成一种向公众开放的领域, 成为名流学者们讲经论道之所, 文人学士们向往的精神家园。传统书院在近代渐趋衰落后, 历经近百年的沉寂, 又在现代意识的反观下兴起。从上世纪八十年代到近年来有更多的书院在新一轮国学热中相继成立。近十年来, 传承着传统书院文化与精神, 新时代的书院又蓬勃兴起, 出现了多样的新的发展形式, 让书院焕发出新的生命力, 昭示着传统文化普及的兴起。

考察当代书院再度出现与兴起的背景, 与世界文化的多元发展和中华文化的复兴密切相关。首先是中国文化主体地位的讨论, 无论是“全盘西化”派(主张全盘接受西洋文化)、保守派(主张保存中国固有文化), 还是折中派(提倡调和办法中西合璧), 关于中国文化的“现代化”的争论都历经百年。在当前全球的政治经济环境下, 对于中国可谓是“盛世”, 考察中国历史的过程, “盛世兴国学”是普遍性的规律。从积极的方面讲, 改革开放后中国的经济发展了, 普通的民众与世界的沟通交流越来越多, 也让人们重新思考中国文化的地位, 需要确立中国文化的主体意识, 要树立对中国文

化（特别是传统文化）的自尊和自信。从另一方面讲，历经三十年的高速发展和市场经济的荡涤，功利性、世俗化、高节奏，成为现代人的精神之累。在世界交往中，中国民众的行为表现与现代“新知”公民的素养出现了跟不上的现象！“仓禀实而知礼节”，中国经济较发展了，就有了在“仓禀实”的基础上使得民众“知礼节”的需要，正所谓所提倡的“富之”然后“教之”。在崇尚西方文明过后，很多人自发性的开始回归中国历史和文化传统，去那里寻求根源，进行现代中国人人文素养的补课与精神上的回归。

如何“对传统文化中适合于调理社会关系和鼓励人们向上向善的内容，我们要结合时代条件加以继承和发扬，赋予其新的涵义。”值得我们思考。“周虽旧邦，其命维新”，“旧”是中国历史之悠久，很多的思想道德从古到今一以贯之，有一定的稳定性，“新”还蕴含着“变”，就是要适应现在，这个就是现代化的过程。当代书院建设的最初动力正是在国学复兴的盛世驱动影响下发展的，也是因为当代教育所存在的种种不足，让人们对于中国文化的“旧学新知”关系开始重新思考。在教育与文化的选择上，通过书院这一富含传统文化底蕴的组织，让人们在面对“西化”时候，也多一份教育与文化的自由选择，让现代教育中的公民能够调整科技文化和人文道德文化的比例，充分认识人文道德文化在社会发展和进步中的重要意义，至少人文道德文化不受轻视，进而能够积极扶植和发展人文文化。近年来不断有新的书院在“国学热”中复建、新创，这些现代书院的创立，再一次昭示书院仍具有新的精神与现实活力。

二、传承与创新：当代书院发展的几个关键问题

当代中国文化本身就有“旧”与“新”的两面，由此形成的“国学”的概念也多有讨论，当代兴起的诸多书院也以复兴国学为自己的使命与目标。搁置概念的争议，以“国学”为概括的中华传统文化，一是面对“复古”，“开倒车”的质疑，二是面对真正热爱中华文化的迫切需要，当代书院的建设如何从文化历史的资源中生发出适合时代需要的新定位，目前并没有充足的理论可以指导，在大量兴起的当代书院中，可以说也是在实践中慢慢总结经验，在传承与创新的两端需要实现时代的创造与定位。

（一）当代书院的功能定位

书院的产生与书相关，传统观点认为最早的书院是官方修书、校书和藏书的地方，肇始于唐玄宗时的丽正修书院（后改为集贤殿书院），这时的书院主要是图书机构，随着唐朝经济文化的发展，私人藏书读书的地方也开始叫书院，唐朝末年真正拥有教育教学功能的书院开启了千年书院史。宋代书院陆续形成“讲学、藏书、祭祀、出版”等功能，朱熹制定的《白鹿洞书院揭示》体现了南宋书院成为一种融合讲学修业等多种功能的教育文化组织。元代的统治者对儒家文化与书院也曾有过应有的尊重，明朝的书院数目超过唐至元所有书院总和的一倍，基本分为两类：一种重授课、考试的考课式书院，同于官学；另一种是教学与研究相结合，各学派在此互相讲会、问难、论辩的讲会式书院，此类书院屡次在统一思想的名义下禁毁。清代书院是清代教育机制最重要的组成部分，经历了一个由禁止、限制到鼓励、提倡，最后到改革、废止的发展、演变的过程。清末书院废止，不同层级的书院改成了现代的小学堂、中学堂、大学堂，可以说书院完成了其在中国传统文化发展中的传统功用，不少古代书院变成了旅游景点、历史古迹，有的还变成了寺宇庙堂。





在当代社会,传统书院的主要功能也被各类专业机构所代替。首先是其讲学研究的功能多为大学机构所代替,书院藏书的功能现在也有专业的图书馆机构,出版的功能也有专业的出版社,传统的祭祀形式与功能已鲜为人知。传统书院的功能虽然在当代都有具体的分工,但是书院在社会道德建设方面的作用仍然值得学习借鉴。朱子的书院精神在于“前人建书院,本以待四方士友,相与讲学”,因而,书院欢迎的是“四方之士有志于学,而不屑于课试之业者”。同时,书院也是践履儒家经世理想的讲学机构,并非“两耳不闻窗外事,一心只读圣贤书”,而是要通过讲学“传斯道而济斯民”。也许正是这样的书院精神,仍然鼓舞了社会各界人士投入到当代书院的复兴之中。

当代书院,包括新办与复办的,首先要明确期功能与定位,如上所述,当代书院已经无法回到过去,其功能和定位必须转换,适应当代社会的需要。在相当长的一个阶段,当代书院的定位应该作为现代学校教育的有效补充而非替代学校教育,需要结合新的时代,深入探索新的知识,开拓新的领域,培养新世纪的人才,需要集聚社会的力量,为学者搭建一座交流沟通的平台,既要有高端的学术研究讨论,同时注重面向普通市民开展多层次的传统文化普及的课程与活动,给青少年多一种传统文化学习的选择,给成人一次弥补中华文化的机会,从而培养在中国优秀传统文化中成长、生活的一个氛围,最终能够使得国民道德取得进步。

(二) 当代书院的机制、体制创新

传统的书院从创办形式与后期的发展上看,书院即非官学,又非纯粹意义上的私学,而是时而融于私学,时而汇合于官学,时而又与它们形成鼎足之势,具有“非官非私,既官既私”的特征。书院教育制度的关键在于经费,“学田制”是古代书院常见的一种教育经费保障机制,由国家、家族拨给或书院创办者自行购置一定数量的土地,作为固定资产,书院通过土地租赁来获取教育经费,最早就见于宋代乾兴元年(1022年),朝廷赐兖州州学学田10顷,“以为学粮”。学田来源,除了朝廷赐田以外,地方官府也会为书院拨田、拨钱,购置学田,政府官员个人会捐俸市田,民间家族或士绅个人捐私田立为学田以教族里子弟,供四方学者,促进了社会捐资办学的优良传统的形成。书院自筹的学田,由官府捐帑为“抵质库”,“月收其息,以助养士”,书院多种方式的田产获得与经营为书院的生存和发展提供了可靠的经济保障。

当代书院的机制体制决定了其类型与经费的来源,无论何种办学模式的书院,在实际运行中皆需要资金的持续投入。在经费的来源上,上级部门拨款型主要以地方政府文化品牌建设中的书院为主,经费多出自官方体制内经费,多为政府相关部门在历史遗迹的基础上复建或重新找地新建,其目的在于响应弘扬传统文化的指示精神。但建成后,不少书院未常规开展传统文化活动,基本成为传统文化景点,空置率较高;企业赞助型主要是书院的建设与企业的文化相关,书院作为企业的品牌建设而建设,一些书院本身就以文化公司的方式进行商业运营,以传统文化为核心内容,兼顾企业经济与社会效益,如一些作为地产企业本身的社区建设而建立起来的书院组织形式;慈善捐款型主要是以与宗教密切相关的书院,特别是佛教相关的书院;依托自身实体经济盈利的主要是受民间读经运动影响而成立的国学堂、私塾类型的书院,其教育学生,出版教材等经费的来源以促进这种类型的运转,其中不少书院的负责人是从事过

相关企业经营或者是从教育自家孩子而发展起来的，其注册的形式多为文化公司、培训学校等类型，其中一种培训类的书院类似“总裁班”主要为社会精英人群特别是私营业主，以收取较高学费以及建成“企业家共同体”为运转方式与目标。

当代的书院非常的多元，也可以说是良莠不齐，不同的机制、体制以及其资金来源，影响甚至决定着当代书院的办学目的。当代书院如何在公益性和盈利性之间做到有效的区隔？如何兼顾国学公益性活动的同时，资金的良性运转需求能否得到可持续的满足？如何避免部分企业以公益活动为名，而在实际操作中以盈利为实现象出现？同时，对于部分盈利性书院而言，收费标准如何制定？业内是否形成较为一致的标准？以上这些问题需要出台相应的措施加以规范，也为当代书院的机制体制创新提出更高的要求。

（三）当代书院的建筑创新与环境再造

中国古代的书院不但是教育子弟、培养人才的学校，而且是一个地区的文化中心，家族的书院往往与祠堂相伴，建筑也有别于一般官学建筑民间建筑，往往综合两者有点，朴实庄重，典雅大方，反映了中国古代知识分子的品格，其薪火相传、生生不息，成为中国人的精神家园。

中国古代书院根据不同的类型、功能有与其相应的建筑和环境特色，在建筑具体功能上，主要满足书院以讲学、藏书、祭祀为主的事业，书院园林建筑与人文景观与自然环境相得益彰，也体现了与文人雅士闲情逸致风格相契合的环境再造，并且将思想上探讨天人关系延续到对人与自然的关怀，并具体投射到书院的环境与建筑之中，将书院作为个人修养的道场，通过文化空间的营造以沉淀读书人的审美情趣与价值取向。书院的选址往往体现了古代文人“天人合一”体验感悟的治学方式，一些传统的书院选址一是在僻静优美的山林，如现在有址可考的宋代四大书院都与自然相映成趣，成为地方风景环境的一个重要组成部分。书院的布局模式，包括讲堂、斋舍、书楼，殿堂厅房所居的位置一般以讲堂为中心，庭院天井组合，中轴对称，从总体格局到装饰都力求方正严整，形成一个序中有和，和中有序，和序统一的整体，“礼义大宗”、“各序其宜”体现了儒家的观念与秩序，体现了古代文人“修身齐家治国平天下”、“斯文圣境”、“礼乐教化”等儒家理想追求，装饰手法体现了古代文人修身济世的远大志向，其环境营造手法都深刻体现了中国传统文化的深刻影响。在书院具体的装饰布置上，通过树立书院碑记，镌刻书院的学规、信条，悬挂书院精神的楹联、匾额等无不在字里行间与书院的各个角力求将中国传统道德精神去建构子弟的学识与行为，敦品励学，教化人心，进而转移社会风气，沉淀醇厚民风。

当代的书院的建设一是复建，复建者多以尊重历史为先，力求遵从历史资料去复原历史上的书院原貌，多以博物馆的形式呈现古代书院样貌，由于古代书院的内部空间往往不大，不少复建的书院主要的功能也是作为古代书院的展示与相关文物的展览。然后由于历史资料的欠缺，加之传统书院的建筑功用已经满足不了当代书院的现实需求，完全的复古可谓已经不合时宜。另外一方面是完全新建的书院，目前不少新建的书院主要采取已有的处所开展传统文化的活动，多在装饰布局上体现儒家文化精神，比较多的装饰上也汇通禅道等理念。另有一些主要以政府为主导的或者有实力的企事





业单位为主导的新书院的建设,如何在建筑的综合创新与环境的再造以及国家与地方文化特色上体现当代书院的文化精神,可谓是一个新的课题。总而言之,我们认为在书院的环境和建筑设计上,遵循天人合一的思想,体现传承、创新与发展的理念,是一个比较正确的态度。

(四) 当代书院教育内容的传承与创新

中国传统的书院在以朱熹为代表的宋代理学家的理念中,首先是一个独立于官学的学术共同体,书院不以科举为目的而以讲学为旨归,可以说中国书院的制度是建在具体的讲学活动的实践之中的。明朝时,书院根据其教学与学术活动内容基本分为两类:一种重授课与科举考试的课课式书院,同于官学的教学内容;另一种是教学与研究相结合,各学派在此互相讲会、问难、论辩的讲会式书院,此类书院屡次在统一思想的名义下禁毁。到了清代,创建和修复书院更是以科举为目标,清代书院取代了官学成为培养人才的主要机构,除了少数以研习汉学为主要内容的书院以外,绝大多数的书院的教学目标、内容以及课程的设置都是围绕科举而进行,不少曾经以程朱理学为宗旨的著名书院也转向科举,并遵行科举之学与理学之道本质上的统一。在全面科举化的时代,书院主要以四书五经等传统旧学作为主要教课内容,承担了普及文化知识的启蒙教育功能,教授生童掌握课艺特别是八股文的写作,应该看到书院在培养学生时依然是注重学问与道德的同时提高,注重教授“有本之学”,满足了士子求学的需要,也为国家与社会培养了大量的人才。

在清末书院改革与改制之际,其实就已经随着时代的步伐与社会文化教育需求引入了“新学”、“西学”等作为研究与教学的内容。一方面有传教士创办的百余所教会书院淡化宗教色彩,更加注重现代科学技术知识,另一方面中国人自己创办的新式书院,主要以“经世致用、通经致用”为旗帜,力求集合旧时代的优良传统与时代的新鲜内容。值得注意的是在甲午战争之前在大体上是在旧书院中添加西学的内容,中学为体,西学为用,而甲午战争之后,风气日开,西学日进,经史的国学内容在书院中日益下降,西学使用类越来越多,可谓与旧学越行越远,随后就开启了20世纪初的书院改学堂的历史进程。随着科举废止,经学内容的没落,书院的传统使命正式告一段落。

在当代书院的蓬勃复兴中,多以“国学”作为自己的主要活动内容,虽然关于“国学”学科的认同问题一直处于热烈讨论中,各家书院因各自定位不同,且受办院条件影响,在弘扬传统文化内容方面各有所侧重,但或许正因为“国学”的多元开放性,也为正在探索中的当代书院的多元发展提供多元的可能。当代书院在弘扬国学中,有学术研讨或者民间读经典的倾向,然而面对新时代的发展,书院完全学习传统的做法其实在清末已经进行了思考与革新,如果再一味的在现在的体制之外,去完全学习中国经典或者说生硬的用英文读经典,并不能满足现代社会的人才需求。我们一直坚持主张当代的书院的教学内容是要弥补当代中国人人文素养特别是中国本民族历史文化素养的不足,起到的是补充性而非替代性的作用,在内容上如果能融通古今,经世致用才是根本。当代的书院需要面对如何将学术或者精英的国学文化与民间以及百姓喜闻乐见的文化形式对接的问题,当面临诸多困难特别是运营压力时,如何面对多方的要求与需求,如何保证自身活动内容的教育性、价值性与纯粹性都值得关注与研究。

三、旧学商量、新知培养——厦门筼筮书院探索当代书院的建设与发展之路

筼筮书院是厦门市首家现代书院，2005年开始筹划，2009年建成，位于城市中央的“国家重点公园”——白鹭洲公园东部。书院以“旧学商量、新知培养”为办院理念，在市政府指导下由厦门白鹭洲建设开发公司投资兴建，采取“政府支持、企业投资、公益性经营”的运营方式，立意成为海峡两岸最具活力与影响力的现代书院之一。筼筮书院的创立，可谓在中国传统上书院基础上应运而生，顺势作为。然而，作为厦门首家现代意义的国学书院，在新的历史条件下如何发展，这是一个全新课题。著名作家、文化部原部长王蒙先生说，筼筮作为书院没有历史，但可以创造历史。

筼筮是竹子的雅称，筼筮书院以此命名，以传播中国传统文化思想为主旨，广邀学者专家讲授国学要义，开展多层次的国学教育普及、两岸国学论坛以及国学专题研究、经典文集出版等活动。到过筼筮书院的许多专家认为，书院有“三绝”：“第一绝”为规划设计，虽地处城市中心，但闹中取静，回归草木莺飞，是块“天人合一的净土”；“第二绝”为建筑形态，将闽南建筑风格与现代建筑材料相结合，很好完成了新闻南建筑的美学思考；“第三绝”为功能作用，虽是“无中生有”但真正起到了书院功效，成为专家学者谈古说今、市民学子学习国学的课堂。筼筮书院一直致力于探索一条当代书院建设与发展之路，希望能让人们在教育上多一份选择，也多一种中华文化的寻根与创新的载体。2014年9月，书院被推举为中国书院学会副会长单位，并获批成立“中国书院学会当代书院研究中心”，在当代书院的建设上有以下几点可供借鉴的经验：

（一）筼筮书院环境再造与建筑创新

在筼筮书院建设过程中，经过对国内外建筑风格的几番挑选，并考察了国内现存的多个传统书院和现代建筑，力求既要深得传统书院的精髓，又要匹配城市文化格调。筼筮书院区域坐落于公园最东端，三面环湖，整个区域占地38000平方米，每栋建筑环筼筮湖而建，区位十分优越，视线开阔，具有良好的水景观。在环境再造中，着重小丘绿地的建设园区竹林滴翠，小步道迂迴于树荫中，颇有闹市中的世外桃源之感。

筼筮书院主体建筑座西朝东，清早透过湖面冉冉雾气，金色阳光筛射过来，呈现“紫气东来”的生动景象，建筑平面为正方形组合，中规中矩，体现儒家的根本理念“中庸之道”，也是吸取闽南大厝“三间张”（三开间）的建筑风格及传统经典的书院的平面格局，建筑面积约1300平方米，体量小巧玲珑。书院东大门设玄关（门斗），大门的制式仿明清造型，门框前两侧摆鼓抱石，设门限。门里玄关迎面以“筼筮书院记”为屏风，背面则镌刻孔子像，这是传统设计手法，屏风似是犹抱琵琶半遮面，先收后放的轴线序列效果，内敛含蓄。玄关两侧设廻形（四方形）廊道（展廊），形成以庭院为中心的四合院围合传统形制，庭院内植传统书院所种寓意努力读书的桂树。对着大院殿后以古典优雅的讲堂为主体，也是书院核心所在。讲堂按古代室内装修格式布置，讲台、课桌等都是用绛红色木作，门窗和墙上的扁、轴、条幅等也是沿袭传统样式加工，使其有“国学”讲堂的氛围环境，讲堂两侧穿插四个小庭院和辅助用房，并与外部水池贯通，使书院建筑“印”入池中，拓展空间深度，以达到丰富空间层次感。书院外南北两池环绕，设喷泉。

整个书院建筑犹如闽南“大厝”韵味，空间灵活，室内外有机流动，体现书院特性。





书院的建筑造型大量采用闽南建筑的大壁牵手规, 坡屋顶举折, 燕尾脊, 镜面墙等手法进行提炼、抽象, 辅以现代的轻钢, 大玻璃, 铝合金管材, 钢木栅栏等建筑构件, 使整个建筑形象具有“后现代”设计手法, 所有建筑采取的是现代材料, 大量采用透明落地玻璃, 细节处如瓦当, 远看是传统琉璃瓦结构, 但实际是采用了一些现代的铝合金管装饰材料……以最现代化的建材, 简约诠释了闽南民居的经典元素, 创意基于源远流长的文化历史, “新材旧貌”使得书院既古色古香, 又具有现代甚至后现代的审美感, 完成了 21 世纪“新闽南建筑”的美学思考。最终达到远看很传统, 近看很现代, 走进看很地道是笱笪书院设计的“三个表情”, 也体现了我们对传统文化的的从传承到创新, 再寻求发展的态度。

(二) 笱笪书院教学内容的传承与创新

书院是教育和学术研究机构, 承载着中国传统文化的精华和风神秀骨。笱笪书院紧紧把握传承与创新的关系, 结合传统书院的规制和现代书院的特点, 积极搭建新时期学术研讨和文化普及的平台, 创建学术性与普及性相结合的国学乐园, 在国学普及教育、两岸学术交流、国艺传习等诸方面, 着力尤多, 已经具备一定的规模, 推动传统文化迸发活力、重焕生机。一方面, 书院聘请著名学者饶宗颐先生为名誉院长, 聘请海峡两岸百余位知名学者为学术顾问, 同时与海内外数十所高校、研究机构建立紧密联系, 先后邀请李敖、陈鼓应、葛剑雄、葛兆光、毛佩琦、于丹等知名学者与文化名人到院开讲, 推动学术交流分享; 另一方面, 面向市民日常开展不同形式和不同专题的公益性传统文化活动, 特别是坚持面向全市青少年开展系列国学经典启蒙教育, 面向市民开展系列国学经典讲习, 一年三季的“国学经典公益常设班”已开展百余班次, 并定期举办“竹林读书会”、“笱笪分享会”, 开展书法艺术类课程、古琴箏篪传统乐器弹奏课程以及少年武术课程, 举办“笱笪明月夜音乐会”、“笱笪雅乐分享会”等系列活动, 形成了独具一格的国学经典艺术教育普及方式, 得到了广大市民的普遍欢迎。通过诚恳、认真的传承优秀传统文化, 吸引了海内外学者、专家和国学大师的关注和莅临以及广泛持续的国学活动成为市民的精神家园, 被市民称为“活着的书院”。

在特色内容发展上, 笱笪书院发挥地处厦门的优势, 以弘扬中华优秀传统文化为己任, 以促进两岸传统文化交流为重点, 推动闽台两地民众增进了解、融合共进, 创建海峡两岸传统文化交流的高端平台。自 2009 年起, 坚持每年底都与厦门大学国学研究院、台湾中央研究院中国文哲研究所等单位联合举办“海峡两岸国学论坛”, 至今已连续举办七届。作为国台办批准的重点对台交流项目, 该论坛以高端、两岸交流以及重视经世致用为特色, 被誉为当今两岸最活跃的高端学术交流平台, 影响日益广泛。此外, 书院还积极促进两岸青少年文化往来, 支持开展两岸大学生“重走朱子之路”活动, 举办了多期两岸大学生儒学与志工之爱研习营、“同根同源·传承经典”两岸青少年中华经典之旅夏令营等活动。2014 年 11 月, 书院被全国台联确定为“全国台联海峡两岸国学研习交流基地”。

(三) 创新现代书院的“学田制”

在经营机制与体制上, 作为当代书院的一种创新模式, 厦门笱笪书院秉承书院传统, 创新书院发展体制, 汲取先人的办院智慧, 将古代书院的“学田制”与现代的经营

理念相结合，通过经营“学田”、收取周边配套租金等，为书院筹措办学经费，解决资金来源问题。筓筓书院筹建伊始，就明确由厦门白鹭洲建设开发公司进行投资兴建和运营管理，书院用房、周边配套设施等“学田”及筓筓书院学术交流中心等均属白鹭洲公司所有。白鹭洲公司在厦门市委、市政府的指导下，按照城市文化产业发展的整体战略布局开展建设，在企业稳定的资金支持下，在从事课程教育和学术研究的同时，使得筓筓书院能够在发展中坚持公益性经营，各项活动取得广泛的社会影响力，确保了书院的可持续发展。邓洪波老师新版《中国书院史》的余论“柳暗花明：二落二起的书院命运”中论述当代书院在官民二者之间，还有民办官助，或官办民助等形式书院出现。典型之一是筓筓书院，另一典型是山东泗水县的尼山圣源书院。可以说，当代书院由于主管部门，牵头部门等等的差别都具有自己的特殊性，当代书院的“学田制”应该可以充分的摸索，并力求形成制度性的规定，或许是当代书院可以在历史上一个很重要的意义。

四、当代书院未来建设与发展之路

未来还会有更多的书院复建、新建，这些书院的未来发展应注意以上的功能定位，机制、体制的创新，建筑创新与环境再造，教育内容的传承与创新等四个方面的诸多问题，还需要诸多的结合才能走向更好的未来发展之路。在筓筓书院过去的建设发展中非常注意高端与普及相结合，传统与现代相结合，从大的方面来说，是对传统和历史的认同做出努力，从小的方面来说，是对民众的教养和文化提供滋。如今，筓筓书院成为广大市民与四海学人可以在现代都市学习优秀传统文化的国学乐园，其创立与发展可以逐步发展为当代书院文化建设与发展的新模式，在中国当代书院复兴中确实是具有标志性意义，也为当代书院下一步的发展提出一些方向，在未来几年的发展中，当代书院将着力结合几个方面有所发展：

一是形成以书院为中心的国学体验区。伴随着厦门白鹭洲公园的文化改造提升，筓筓书院计划对传统儒家“六艺”进行创造性的转换，设立新“国学六艺”体验馆，将传统文化与现代生活相结合，用人们喜闻乐见具有广泛参与性的方式来推广，包括：以传统书画交流、培训、名家作品展为主的书画院；以古琴、箜篌等国乐艺术培训、雅集与欣赏为主的筓筓书院国乐馆以及花道、香道、茶道为主要内容的新生活美学馆等。

二是结合基层社会建设参与厦门市社区书院建设工作。根据相关请示文件，厦门市设立市社区书院指导中心，试点工作依托筓筓书院开展日常工作，力求统筹社区教育资源，采取“先试点探索，再总结推广，先开设重点课程，再不断调整充实”的形式组织实施、逐步完善，以便更好的满足社区居民需求。目前厦门市已经有6个社区试点社区书院先后开班。在下一步社区书院建设中，如何创新社区书院建设的内容和形式，注重传承文化传统，定期按需配送课程，书院下设各类讲堂、学堂，并推行课堂+活动模式，把社区书院打造成传播文化知识、孵化组织团队、发展兴趣爱好、群众活动议事的市民多元教育平台值得探索。

三是结合国家省市政策开展书院合作建设。一方面，福建书院多以朱子书院精神为指引，福建朱子文化建设促进了更多书院的创办，筓筓书院建院以来开展多样的朱子学研究及普及活动，并以“中国当代书院研究中心”为平台将推动更多的当代书院规





划、建设、发展。另一方面结合“一带一路”的国策与海外华裔“中国寻根之旅”、全球孔子学院建设开展相关中国文化寻根之路。目前在笕笕书院已经开展多期海外华裔的“中国寻根之旅”活动以及孔子学院的活动。在充分发挥地缘优势,立足海峡两岸文化交流的基础上,笕笕书院立意面向海外与相关机构协同推进中华文化的复兴与发展做出应有的贡献。

在全球化的时代,在中西文明的碰撞与对话中,以笕笕书院为代表的当代书院如何用书院这一历久弥新的形式吸引众多一心向学的人,如何在引领民众进行精神上的回归方面发挥更大的作用,如何顺应时势发挥优秀的传统文化的生命力,完全复制传统并不可行,如何传承与创新还有待我们更深入的实践与思考。

泰国孔子学院中华文化传播刍议*

叶 虎

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘 要: 从 2006 年 8 月泰国成立第一所孔子学院至今已有十年, 在这十年的发展进程中, 泰国孔子学院在中华文化传播方面做了大量卓有成效的工作, 但也存在着不容规避的问题。文章在阐述泰国孔子学院发展概况的基础上, 探讨泰国孔院在中华文化传播中面临的机遇与存在的主要问题, 并对泰国孔院中华文化传播的对策进行了分析, 以期更好地改进和提升泰国孔子学院中国文化传播的效果, 促进两国文明的交流互鉴, 不断增进中泰两国人民的相互了解和友谊。

关键词: 泰国; 孔子学院; 中华文化; 传播

伴随着 21 世纪以来“汉语热”、“中国热”的持续升温, 孔子学院顺应时势, 应运而生。2004 年, 第一个孔子学院合作协议在乌兹别克斯坦塔什干国立东方学院签署, 第一块孔子学院铭牌在首尔韩中文化协力研究院挂出, 第一所孔子学院在美国马里兰大学正式投入运行。截至 2015 年 12 月, 中国已在 134 个国家和地区建立了 500 所孔子学院和 1000 个孔子课堂, 学员总数达 190 万人。^①孔子学院的成长和发展有力地促进了中外文化、教育和人文交流, 已成为中国的一张闪光的名片, 是语言之桥、文化之桥、交流之桥和心灵之桥, 在很大程度上也促进了中国的软实力建设和提升。

中泰两国的文化交流源远流长, 自 1975 年建立外交关系以来, 双方关系不断密切和发展, 两国文化交流也更为广泛和深入。作为沟通中泰两国语言文化交流的桥梁和纽带, 孔子学院在促进两国经贸发展、推动两国文明互鉴以及深化中泰友谊等方面发挥着不可替代的作用。本文在阐述泰国孔子学院发展概况的基础上, 探讨泰国孔院在中华文化传播中面临的机遇与存在的主要问题, 并对泰国孔院中华文化传播的对策进行了分析, 以期更好地改进和提升泰国孔子学院中国文化传播的效果, 进一步发挥好孔子学院在中泰两国人文交流中的作用, 为推进两国经贸发展, 增进相互理解, 加深彼此友谊奠定良好的基础。

一、泰国孔子学院发展概况

伴随着中国经济的快速持续发展, 中泰两国的贸易、旅游、文化交流等日益密切,

* **基金项目:** 2010 年度教育部人文社会科学研究青年基金项目“海外华文传媒与中国软实力建设研究”(10YJC860053); “中央高校基本科研业务费专项资金资助”(Supported by the Fundamental Research Funds for the Central Universities) 项目“海外华文传媒与中国软实力建设研究”(0101-ZK1006)

作者简介: 叶虎, 厦门大学新闻传播学院副教授、博士、硕士生导师, 主要研究方向为海外华文媒体研究、文化传播研究、国际传播研究和新媒体研究。2012 年-2014 年担任泰国皇太后大学孔子学院中方院长。

① 周洪:《我国已建立 500 所孔子学院 学员总数达 190 万人》, 新华网, 2015 年 12 月 7 日, http://news.xinhuanet.com/politics/2015-12/07/c_128506154.htm?jsxwxhw.





相互了解对方文化和学习对方的语言已成为迫切的需要。自从2006年8月泰国第一所孔子学院——孔敬大学孔子学院运营以来,泰国汉语教育和中泰文化交流发展形势喜人。为因应泰国民众学习汉语和了解、认知中华文化的需要,2015年6月、9月又分别成立了海上丝路孔子学院和易三仓大学孔子学院。迄今,泰国共有14所孔子学院,分布在泰国北部、东北部、中部、东部和南部。其数量在亚洲位列韩国(19所)之后,东南亚位居第一。这14所孔子学院的主要情况见下表:^①

泰国孔子学院一览表

名称	成立时间	中方合作院校	备注
孔敬大学孔子学院	2006年8月3日	西南大学	
皇太后大学孔子学院	2006年11月4日	厦门大学	
清迈大学孔子学院	2006年12月18日	云南师范大学	
曼松德昭帕亚皇家师范大学孔子学院	2006年12月19日	天津师范大学	
宋卡王子大学普吉孔子学院	2006年12月24日	上海大学	
玛哈沙拉坎大学孔子学院	2006年12月25日	广西民族大学	
川登喜皇家大学素攀孔子学院	2006年12月27日	广西大学	
勿洞市孔子学院	2006年12月28日	重庆大学	泰国唯一一所由中国大学和泰国市政府(勿洞市市政局)合作建立的孔子学院
宋卡王子大学孔子学院	2006年12月29日	广西师范大学	
朱拉隆功大学孔子学院	2007年3月26日	北京大学	
农业大学孔子学院	2008年7月7日	华侨大学	
东方大学孔子学院	2009年9月15日	温州医科大学、温州大学	
海上丝路孔子学院	2015年6月24日	天津师范大学牵头	由泰国博仁大学等26家教育机构共同申办
易三仓大学孔子学院	2015年9月12日	天津科技大学	

总体看来,泰国各孔子学院发挥自身的优势,扬长避短,在汉语教学、师资培养培训、中华文化传播、各类汉语水平考试、中泰教育和文化交流等方面发挥了重要作用。

以曼松德昭帕亚皇家师范大学孔子学院为例,该孔院发挥中方合作院校天津师范大学在师资培养培训方面的优势,近年来,在和教育部各部委建立长期、稳定、友好的合作关系基础上,进一步以点带面,联系各个学区,培训教师以推动汉语教学,努力建成泰国层次最丰富、体系最完整、课程最完善的本土汉语教师培训基地。2013年9月至

^① 资料来源:笔者根据国家汉办驻泰代表处网站相关材料整理。

2014年8月,曼谷市教育局本土化汉语教师培训、基础教育委员会本土汉语教师培训、民校教育委员会本土汉语教师培训、下属教学点本土教师专项培训等各类培训总计达到8903人次。^①2013年9月两校共同签署了《合作举办汉语国际教育专业硕士研究生学位教育项目的协议》,国家汉办以孔子学院奖学金对该项目予以支持。学生在天津师范大学完成两年的汉语国际教育专业大部分课程。孔子学院承接第三年的教师资格证课程及相关的专业课程,并负责学生的实习和论文撰写,学生论文答辩通过后可以获得天津师范大学硕士文凭和泰国教育部教师资格证。截至2016年5月,第三批汉语国际教育硕士招生结束。自2014年至今的三年中,共有75名泰国学生获得推荐并就读。

参加各类汉语考试的人数也是反映一个地区和国家汉语言文化传播发展程度的一个重要指标。泰国在这方面的成绩可圈可点,以2013年为例,全球共有500万人次参加各类汉语考试,全球汉语考试考点达875个,遍布114个国家和地区。而全球考量排名前二十的考点中就有10个考点来自于东南亚国家,分别是新加坡科思达(4, 8611)、菲律宾红溪礼示大学孔子学院(5, 6886)、泰国曼谷东方文化书院(7, 4278)、泰国清迈大学孔子学院(9, 3846)、菲律宾华教中心(10, 3700)、泰国朱拉隆功大学孔子学院(13, 3197)、泰国宋卡王子大学普吉孔子学院(15, 2822)、印尼国民教育部-中国汉语考试(雅加达)(16, 2583)、新加坡劳发局(17, 2311)、泰国孔敬大学孔子学院(20, 2057)。^②其中泰国孔子学院就有四家——清迈大学孔子学院、朱拉隆功大学孔子学院、宋卡王子大学普吉孔子学院以及孔敬大学孔子学院,考生人数排名分别位列第9位、第13位、第15位和第20位。

在传播中华文化方面,泰国孔子学院主要通过设置和讲授中华文化课程、举办各类中华文化系列讲座、庆祝中华传统节日(如春节、中秋节、端午节等)、开展中华才艺培训、举办中华文化图片展览、开展中国影视周系列活动、举办中华文化知识竞赛等一系列活动传播中华文化。

例如,皇太后大学孔子学院着力打造“文化中国”中国文化节、“指尖中国”手工艺品大赛、“影像中国”中国影视周、“魅力中国”中华文化系列讲座以及“最炫民族风”中国民族歌舞大赛等中国文化品牌。2014年,紧紧围绕庆祝孔子学院成立十周年暨全球首个孔子学院日这一主题,举办了“孔子学院日”、“庆祝孔子学院成立十周年海上丝绸之路巡演”、“中国对东盟一体化的影响”国际研讨会、“首届泰北中文导游风采大赛”、“泰北中华文化常识竞赛”、“首届汉泰口译大赛”、“首届摄影大赛”等一系列庆祝活动,活动反响热烈,取得了很好的成效。

为进一步扩大中华文化的影响力,泰国孔子学院通过与泰国主流媒体与华文媒体合作传播中华文化。皇太后大学孔子学院与《中华日报》合作,由孔院师生组稿编辑,推出《中华青年报》。泰国第三电视台、第五电视台、第七电视台、第九电视台、旅游卫视、泰国32台、素攀电视台等一批电视媒体先后对素攀孔子学院进行采访报道,提升中华文化的影响力。2011年8月24日,泰国曼松德昭帕亚皇家师范大学孔子学院与《亚洲日报》签订了合作协议,于9月27日报纸首刊刊发《中国文化专刊》。专刊每月一期,

①资料来源:曼松德昭帕亚皇家师范大学孔子学院中方院长温象羽提供。

②资料来源:孔子学院总部/国家汉办考试处、汉考国际:泰国汉语考试工作会议,泰国,2014年1月6日。括弧内数字分别为考点考量排名和考生人数。





由曼大孔院负责全版内容的编辑和版面设计, 全版使用中文简体字。另一方面, 泰国孔子学院还通过各孔院官方网站以及泰国民众广泛使用的社交媒体 Facebook、视频网站 Youtube 等传播中华文化。

二、泰国孔子学院中华文化传播面临的机遇与存在的主要问题

(一) 泰国孔子学院中华文化传播面临的机遇

随着“21 世纪海上丝绸之路”的推进, 中国与东盟的关系已从“黄金十年”迈向“钻石十年”, 双方政治、经济的日益深入发展为中华文化传播创造了有利的外部条件。

2012 年 4 月, 中泰两国建立全面战略合作伙伴关系。2013 年 10 月, 两国政府发表《中泰关系发展远景规划》。最近两年, 中国企业在泰国投资的步伐在加快。根据相关数据, 到中国驻泰使馆经商处做了正式登记的中资企业有 200 家, 加入中国总商会的中资企业有 180 多家, 这 180 家会员中, 年产值达到 1000 亿元人民币以上的企业有 30 家。中国驻泰使馆商务参赞张佩东指出: “在世界整体经济低迷的情况下, 中泰两国经贸关系取得了长足发展, 去年(指 2015 年, 引者注) 贸易进出口额达到 755 亿美元, 在中国整体对外进出口总额下降 10% 左右的情况下, 中泰两国间的进出口贸易增长了 3.9%。中泰两国的投资发展也很顺利, 2015 年, 中国对泰国的投资从第六位上升到了第四位。可以看到两国整体的经贸合作和投资全面发展的情况。”^①

2015 年泰国入境游客人数创下 2990 万的历史纪录, 其中 790 万来自中国内地, 占比逾四分之一。而就在 5 年前, 中国在泰国所有入境游客中还仅占 7.9%。如下图所示:^②



① 李晓萍:《中国大型光伏企业泰国工厂开业 中泰投资贸易前景可期》, 凤凰网, 2016 年 3 月 29 日, http://news.ifeng.com/a/20160329/48249377_0.shtml。

② [英]丹尼尔·加卢奇:《分析: 中国游客提振泰国经济》, Ft 中文网, 2016 年 3 月 18 日, <http://www.ftchinese.com/story/001066709>。

中泰两国日益密切的经济、贸易和旅游往来无疑激发了泰国民众了解和学习中华文化的热情。对于泰国的普通民众来说，中国不仅是一个具有悠久文化历史的文明古国，还是一个经济快速发展、国际影响力日益提升的大国。中国改革开放 30 多年来经济社会发展所取得的举世瞩目的成就，特别是 2010 年一跃成为世界第二大经济体的事实，对于世界政治经济格局产生了重大而深远的影响。一般来说，一国经济体通过自身经济实力产生的影响力，影响着对象国民众对于该语言和文化的选择，从而推动该语言、文化的传播速度和传播范围。就泰国来看，对中华文化学习和了解的热情主要是从上世纪 90 年代特别是新千年之后才迅速升温的，这与中国国力的日益提升以及中泰两国日益增强的经济、贸易和旅游联系具有明显的内在关联。

第二，“汉语热”在泰国持续升温，学习汉语的泰国人数已达到 100 多万，这为中华文化在泰国的传播创造了良好的语言条件。

语言的功能有多种，最基本的有表达功能、交流功能和记忆功能。语言是文化的承载，如果讨论中华文化，就必须研究汉语和汉字，否则就难以参透个中意味。从某种意义上说，任何语言都是某个民族文化、风俗习惯的一面镜子，换言之，语言不能脱离文化而存在；反过来说，只有深入细致地了解所学语言国家的历史、文化、传统、风俗、生活方式及其生活细节，才能正确地理解和运用这一语言。^①从根本上说，语言既是文化的一种载体，是文化赖以构建和传承的主要手段和形式，而语言本身又是文化的积淀，是文化的映像，是文化的一部分，是一种特殊的文化现象。

国家主席习近平 2014 年 3 月 29 日在柏林会见德国汉学家、孔子学院教师代表和学习汉语的学生代表时指出，掌握一种语言就是掌握了通往一国文化的钥匙。学会不同语言，才能了解不同文化的差异性，进而客观理性看待世界，包容友善相处。^②从实际情况来看，汉语学习本身其实也是对汉语自身包孕的中华文化的了解，对于中华文化的了解和认知如果脱离了语言这一媒介，也只能停留在表层的物质和行为层面，而不能深入到文化的制度和精神层面。当然，泰国众多的汉语学习人数并不必然意味着学习者对于中华文化的认识都会触及文化的深层结构，但会成为学习和了解中华文化的触发剂和推动力量。就如改革开放以来中国人学习英语一样，从语言学习自然而然地会了解英美等国家的风土人情、社会历史、价值体系以及生活方式等文化因素。

第三，泰国王室、政府等对中泰文化交流的大力支持为中华文化在泰国的传播提供了重要保障。

提及泰国王室对中泰文化交流的引领和支持，诗琳通公主对此的贡献尤其值得一书。1981 年，诗琳通公主第一次访华回国后立即将在中国的所见所闻用中泰两国文字撰写成书，取名为《踏访龙的国土》。正是这本书为泰国人民了解中国，打开了一扇清新而明丽的窗口。此后，几乎每次访华，公主都会写一部有关中国的著作，向泰国民众介绍一个真实的、全新的中国。从 1981 年到 2013 年，32 年间，诗琳通公主 35 次访问中国，是当今世界皇室成员中访华次数最多的人。1994 年和 1995 年，公主先后翻译、出

^①龙井石：《“汉语热”背后的文化联想》，中国新闻网，2006 年 7 月 26 日，<http://www.chinanews.com.cn/hr/hrlt/news/2006/07-26/764369.shtml>。

^②王晓玉，习近平：《掌握一种语言就掌握通往一国文化的钥匙》，搜狐网，2014 年 3 月 30 日，<http://news.sohu.com/20140330/n397433669.shtml>。





版了中国作家王蒙的短篇小说集《蝴蝶》和女作家方方的中篇小说《行云流水》，成为中泰文学交流史上新的里程碑。她还将 100 多首中国古典诗词译成泰文，出版了汉泰双文对照的《唐诗宋词选集》，现为曼谷朱拉隆功大学中文系的教材。诗琳通公主也成为将中国诗词译成泰文数量最多的翻译家。^①基于诗琳通公主的卓越贡献，中国政府特授予她“中国语言文化友谊奖”和“理解与友谊国际文学奖”。诗琳通公主对中国和中国文化的深厚情感，影响了越来越多的泰国民众，他们效仿公主，对中华文化从接触到喜爱，对中国的理解逐渐加深。诗琳通公主的妹妹朱拉蓬公主 43 岁时学习古筝，经过十多年研习，已经可以演奏最高级的曲目。朱拉蓬公主对中国古筝文化的热爱和孜孜以求在泰国民众中掀起了学习古筝了解中华音乐文化的风潮。

自 1975 年中国与泰国建交以来，泰国历届政府对中泰文化交流基本上都持支持态度，冷战色彩和意识形态斗争的立场逐渐淡化，两国政府推动的文化交流项目以及活络的民间文化交往成为势不可挡的主潮。在此背景下，无论泰国政权如何更迭，各界政府对中华文化在泰国的传播都持欢迎和鼓励的态度。英拉总理在执政期间，曾经向孔子学院总部提出要求，派遣 1 万名左右的志愿者教师到泰国教授汉语和传播中华文化。2015 年适逢中泰建交 40 周年，泰国总理巴育特别强调，中国是泰国的友好邻邦，两国友谊源远流长，往来密切，“在本世纪，中泰两国友好关系是什么力量也改变不了的。”^②

（二）泰国孔子学院中华文化传播存在的主要问题

泰国孔子学院在中华文化传播中存在的问题可以从传播的主体、内容、受众、效果等方面予以分析。

就传播主体来看，泰国孔子学院中华文化的传播主体主要由中方院长、志愿者教师和公派教师承担。而就实际情况来看，由于中方院长承担着大量的行政事务以及教学任务，在中华文化传播方面主要起到组织和领导作用，实质性的面对面传播常常是心有余而力不足；公派教师主要承担的是教学任务，泰国高校原则上对承担中文课程的教师有如下要求：或者是公派教师（一般都具有硕士或博士学位），或者是已经毕业或在读的硕士。有的大学如朱拉隆功大学中文系只允许公派教师担任汉语教师。志愿者教师一方面要承担高校或中小学汉语教学任务，一方面又得传播中华文化，肩上的责任也并不轻松。另一方面，泰国孔子学院中华文化传播主体的能力和水平参差不齐，专职队伍很难建立起来，特别是作为孔子学院中华文化传播主力的志愿者教师流动性大，往往任职一年就因为学业、工作等问题纷纷回国，对中华文化传播的连续性和效果产生了不利的影响。

就传播的内容来看，泰国孔子学院中华文化传播往往集中于剪纸、中国结、书法、绘画、舞蹈、武术等层面，深层次的涉及文化价值观和精神层面的内容往往比较缺乏。这一方面源于在国家汉办的志愿者选拔面试中，绝大多数志愿者的“中华才艺”都只局限于这几样，而且属于初级水平。例如关于“中国结”的涵义，面试中几乎所有志愿者都说

①汪融：《我为什么要给泰国公主诗琳通投票——写在诗琳通公主入选传播中华文化年度人物候选名单之际》，凤凰网，2013年12月5日，http://book.ifeng.com/gundong/detail_2013_12/05/31804088_0.shtml。

②高鑫：《泰国文化深受中华文化影响 中泰一家亲》，网易新闻网，2015年8月4日，<http://news.163.com/15/0804/15/B06D1KES00014JB6.html>。

它象征团圆，但却没有人谈到它的“无始无终”、“处处是圆”、“迂回曲折”、“彼此处在紧密联系中”这些更进一步的文化内涵。^①而且还会造成一种错误印象，即博大精深、源远流长的中华文化就是剪纸、中国结、太极拳，等等。另一方面也可归结于不是所有的受众都具有较高的中华文化修养和认知水平，因此如果深入到中华文化的纵深层面，从接受程度上往往难以达到预期的效果，这也是泰国孔子学院中华文化传播偏向于物质与行为层面，而难以触及精神和价值观层面的客观原因。另一个具有普遍性的问题是，对于中华文化构成的复杂性、发展态势及其对当代中国人思想观念、生活方式、行为模式的影响等方面的对话与沟通比较薄弱和缺乏。客观而论，这其中包蕴着丰富多彩引人入胜的中国好故事，如果不将这些内容纳入泰国孔子学院的主体叙事框架，并以泰国民众喜闻乐见的形式加以呈现和展示，必将损害中华文化的丰富性及其当代活力，使中华文化传播窄化为单一化、扁平化的叙事。

就传播的受众来看，泰国孔子学院中华文化传播在受众细分层面亟待改进。受众细分涉及到不同族群、年龄、阶层、职业等层面以及对中华文化的了解和认知程度。限于孔子学院中华文化传播者自身的结构及认知水平，根据不同的指标对于受众进行细分的工作还未深入开展起来。这就造成对受众的中华文化了解和认知情况普遍把握不准或不足，直接影响了泰国孔子学院文化活动的可持续发展。

就传播的效果来看，由于每年孔子学院总部均有量化考核的要求，中泰方合作单位对孔子学院也负有管理、考核和监督职责，这就造成泰国孔子学院在中华文化传播方面常常追求数量、规模、参加者的层级和报道效应，对传播效果与质量的考量反而被遮蔽了。正如有论者所指出的：“诚然，在一个文化机构刚刚开始立足和发展的时候，这些硬性的数字确实能够起到量化成果振奋人心的作用，但是孔子学院作为语言文化的教学机构，其衡量标准绝不能仅限于数量的增长，那些不可量化的功绩也更应值得关注，因为软实力本身就不像硬实力那样可以计算。从文化本质来看，它的传播应该是一个循序渐进、润物无声的过程，强调速度而忽视质量其实是得不偿失的，并不能提高文化传播以及接受的效率。”^②当然，在此并不是要一概否定数量、规模等因素，而是要强调中华文化的传播不仅仅是个数量、规模的问题，而且也是一个讲求质量和后续效应的问题；同样，中华文化的传播不能仅仅“闻达于诸侯”，它更多的是要担负起公共外交的职能，架起中华文化与泰国民众沟通的桥梁。另一方面，就目前整体状况来看，相对于泰国华文媒体和国内主流媒体来说，泰国主流媒体对孔子学院中华文化传播的报道量偏少，这既涉及到传播语言的问题，也与泰国孔子学院自身的传播理念有关：主要局限于华文圈，而没有将视野投向更广阔的当地主流媒体。这对于泰国孔子学院中华文化传播的延伸效应和扩散效应显然有着不利的影响。

三、泰国孔子学院中华文化传播的对策分析

为更好地推进泰国孔子学院中华文化传播工作，发挥好孔院传播文化、沟通心灵的作用，可以从以下四个方面着手制定具体的对策。

^①张春燕：《中华文化海外传播的路径和内容选择》，《云南师范大学学报（对外汉语教学与研究版）》，2014年第1期。

^②周璐铭：《孔子学院十年发展统计、成果分析与战略建议》，《西南交通大学学报（社会科学版）》，2015年第1期。





第一, 加强顶层设计, 整合资源, 推进中华文化传播, 促进中泰两国文明的交流互鉴。

泰国孔子学院中华文化传播是一个系统的、复杂的长期工程, 并不是举办多少场文化活动和、开设多少场文化讲座、增加多少场中华才艺培训就能够一劳永逸地解决问题的。从很大程度上说, 推进中华文化在泰国的有效传播需要孔子学院总部与泰国教育部门、文化部门、旅游部门等积极沟通、平等协商, 制定各个层次的中华文化传播方案, 推进中华文化传播从粗放型走向内涵型, 从偏重中华传统文化的单一型走向传统与当代并重的多元型, 从各自为政的竞争型走向孔子学院相互支持的合作型。另一方面, 推进中华文化传播并不是一个线性的传递和扩散过程, 而必须在与所在国国家文化的交流与交融中才能实现可持续性发展。习近平主席在孔子学院成立十周年的贺信中指出孔子学院“为推动世界各国文明交流互鉴、增进中国人民与各国人民相互了解和友谊发挥了重要作用”, 并强调“孔子学院属于中国, 也属于世界”。为此, 泰国孔子学院中华文化传播也应该适应当地经济社会发展的需要, 适应当地历史、文化发展的实际情况, 吸纳和整合泰国文化中的优秀成分, 在相互了解和相互融合中更好地推进中华文化传播, 促进两国文明的交流互鉴。

第二, 推进多元传播主体建设, 改变单一主体传播的不利局面。

据笔者了解, 泰国孔子学院中方工作人员数量一般是在 10 名至 30 名之间, 泰方工作人员一般在 10 名以内。各个孔子学院的运作模式也存在差异: 有的孔子学院教学点较多且与孔院本部距离较远(如玛哈沙拉坎大学孔子学院), 这样必须抽调志愿者教师长期在教学点工作; 有的孔子学院所在高校中文专业人数多, 部分汉语教师主要在汉学院或中文系工作, 同时也参加孔子学院举办的各类文化活动(如皇太后大学孔子学院)。总体来看, 如果仅凭孔子学院的工作人员传播中华文化, 显然不能达到理想的效果。而“要构建一个立体化、多元化的话语体系的生产、流通、传播机制和平台, 就一定要实现传播主体的多样化”。^①

为此, 泰国孔子学院必须打造多元传播主体, 改变单一主体传播的不利局面。比如与所在大学中文系或其他学院联合举办活动, 与当地政府部门、企业、华人社团组织、华校、泰文学校中文部等进行合作。从当前实际情况来看, 泰国孔子学院在推进多元传播主体建设方面已取得一定成果, 特别是在 2013 年第七届孔子学院大会提出推动孔子学院融入大学和社区这一目标之后, 上述工作得到大力推进。不过, 泰国孔子学院还可以在以下两个方面着力改进: 一是在多元传播主体建设中发掘和培养各类人才, 构筑中华文化传播人才队伍。人才是搞好中华文化传播工作的关键, 人才培养和建设工作不仅要发挥中方教师的积极性和主动性, 更要在本土师生和民众中发掘传播中华文化的各类人才, 加以重点培养、支持和扶助, 打造优良的中华文化传播人才本土队伍。二是泰国孔子学院要继续秉承“相互尊重、友好协商、平等互利”的校训, 加强中泰双方院长之间的沟通与合作, 争取所在大学与合作单位的支持, 为中华文化在泰国的传播工作打下坚实的支撑基础。

^① 郭尧:《讲好中国故事 提高国际话语权——专访中国传媒大学副校长、博士生导师胡正荣》,《国家治理》, 2015 年第 26 期。

第三，针对不同受众特点对中华文化传播的内容和形式进行定位。

确立“受众中心”的理念是做好中华文化传播工作的核心与关键。具体来说，可以从以下三个方面着手：一是做好信息的收集、整理和分析工作，将开展不同层次、不同类型、不同特点的受众群体关于中华文化的实际需求和建议意见工作列为孔子学院的基础工作。二是积极组织人手，与当地本土教师编写适应当地实际的本土中华文化教材。三是文化活动的策划、组织与实施必须考虑到受众的兴趣和接受能力，满足不同层次和特点的受众的实际需要。

第四，采取立体传播路径，尤其要注重新媒体平台建设。

推进泰国孔子学院中华文化传播工作，除了课堂教学、开展文化活动这些常规方式之外，还须因应信息技术和互联网迅猛发展的实际情况，积极推动“互联网+中华文化教育”，营造泰国中华文化学习者全天候学习氛围，在耳濡目染中优化和提升学习效果。笔者在泰国工作期间，发现泰国民众缺乏中华文化的学习环境，因此，亟需孔子学院总部和在泰孔子学院与泰国的汉语言文化教育机构携手，先进行课程设计和录制，再通过MOOC平台上线发布，再结合翻转教学法，进行线上与线下的课程整合。最终形成一套既保证教学质量，又可以提高教学工作效率的课程体系。泰国的学习者通过添加中华文化学习网站的微信公众号或在手机上下载客户端就可以随时随地进行学习。这样，利用“互联网+中华文化教育”，就可以使其成为中华文化教育和传播的一个重要组成部分，而不再仅仅只是辅助教学的工具。

总之，从2006年8月泰国成立第一所孔子学院至今已有十年，在这十年的发展进程中，泰国孔子学院在中华文化传播方面做了大量卓有成效的工作，但也存在着不容规避的问题。在“一带一路”战略背景下，泰国是海上丝绸之路建设的重要支点国家，这也为新的形势下泰国孔子学院中华文化传播提供了难得的机遇。只有抓住机遇，克服困难，充分发挥孔子学院在中泰文化交流中的积极作用，泰国孔子学院才能够新的征程中更好地传播中华文化，促进两国文明的交流互鉴，不断增进中泰两国人民的相互了解和友谊。





黄道周在两岸的文化符号与文化传播

杨中启

(《集美大学学报》编辑部, 福建集美, 361021)

摘要:黄道周作为晚明鸿儒、抗清志士、儒家大师在传统文化语境及社会历史语境中被官方赋予了不同的符号价值, 死后配享太庙, 民间也被尊奉为神, 作为成功的文化传播个案, 在大小传统中皆实现了较好的传播效果, 增进了两岸的文化认同, 促进了两岸的文化交流。

关键词:黄道周 文化符号 文化传播

黄道周(1585—1646), 字幼玄, 号石斋, 福建漳浦县铜山所深井乡人(今福建漳州东山县), 是著名的爱国文人、儒家大师、书法大家。黄道周38岁中进士, 历任崇祯朝翰林院编修、少詹事, 南明弘光朝礼部尚书、隆武朝内阁首辅等职, 隆武二年即清顺治三年(1646年)因抗清不屈, 就义于南京。

黄道周作为晚明大儒, 忠君爱国、为官廉正、勤于笔耕、著述宏富、办学授业、广纳弟子、精于易学、弘扬儒学, “儒行所言, 自立者五强。学力行, 一也; 见死不更, 二也; 戴仁 抱义, 三也; 虽危竟伸, 四也; 推贤忘报, 五也。”^①其文化地位在明清之际独步一时, 明隆武谥“忠烈”, 清乾隆谥“忠端”。清代被请入太庙, 这是福建唯一一位, 而且书籍被刊行、编入四库全书, 名称于后世。他生前被民间尊称为“黄圣人”, 死后还被尊为神, 设庙奉祀, 成为如孔子、孟子般的文化符号。黄道周殉节后, 朝廷在福州、漳州所立的悯忠、报忠二庙, 可惜由于历史原因, 未能保存下来。黄道周文化地位不仅在大陆桂林一枝, 且因黄道周为福建大儒, 族人后裔又部分移居台湾, 其人格品行所象征的传播符号就随之传入台湾并影响深远。据台湾出版《寺庙志》记载, 台湾民众为了纪念民族英雄黄道周的高尚节义, 在郑成功时代, 就在台湾建庙奉祀, 以供千秋景仰。^②繁华的艋舺(今名万华区, 台北市的发源地之一), 还有淡水、五股等地也有供奉黄道周的“助顺将军庙”。据庙前石碑《助顺将军略传》所言, 助顺将军即黄道周, 乾隆中叶某年, 泉州三邑一黄姓移民从惠安奉灵来台, 先在艋舺竹尾巷中立一小庙供奉, 至同治年间始建成宏伟大庙, 然此后多次遭遇劫火, 破落不堪, 直至民国十年, 才重修旧庙, 始成今之规模。庙门的对联“忠烈壮千秋只今庙貌峥嵘何处是逊清宗社, 雄心在故国到底江山无恙令人想大汉威仪”。风格高标的黄道周身着世俗的锦衣绸裳, 与庙里一同供奉的文昌、关帝、观音、地藏还有福德正神、黑白无常诸神一起, 在百姓祈福的香火中, 保佑着一方安宁。^③

一、黄道周作为历史文化名人的符号性价值

① 黄道周:《右经第五章》,《孝经集传》卷一。

② 孙英龙:《黄道周与台湾》,《闽南日报》,2008年12月3日,第C04版。

③ 郑晨寅:《初访台北晋德宫》,《闽台文化交流》2009年第2期。

鉴于黄道周的历史地位、思想内涵及在海峡两岸的文化影响力，可将黄道周作为传播于两岸的文化符号。所谓符号，美国哲学家、符号学先驱皮尔士将符号定义为“一个符号（sign），或者说象征（representation）是某人用来从某一方面或关系上代表某事物的某种东西。”^①在他看来，构成符号有三要素：一是代表事物的符号（形式），二是被符号指涉的对象（指称），三是对符号的解释（意义）。这三个要素可延伸为符号的能指、所指、意指。现代语言之父符号学鼻祖索绪尔将能指和所指看成一个对立统一体，意指就是以能指指向所指，以能指表达所指的组合行为，也即把能指和所指结成一体，成为符号的一种组合过程。^②如把“餐桌”这个能指，与“吃饭喝茶的桌子”这个所指组合在一起，就有了“餐桌”这个符号，以供懂汉语的人使用；把“table”这个能指，与“a piece of furniture that consists of a table. Eg. a kitchen table”这个所指组合在一起，就有了“table”这个符号，以供说英语的人使用；这两个例子的组合过程，都是意指行为、意指作用，或称意指组合。

罗兰·巴尔特等符号学家强调符号能指和所指的意指关系是任意性的，是约定俗成的。罗兰·巴尔特解释说，一切意指组合都包含一个表达平面（能指 E）和一个内容平面（所指 C），意指作用则相当于两个平面之间的关系（R），如图 1 表示，左边的长方形代表能指 E（玫瑰花），右边的长方形代表所指 C（一种植物），使两个长方形分开的中间那一竖划代表意指行为 R，ERC 组合就是一个符号。^③

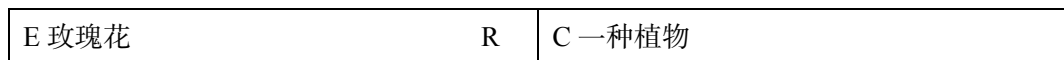


图 1

但符号含蓄意指层面的所指并非天然存在的，它是在有目的的传播过程中逐渐形成的，是通过两个符号间的相似性、相关性甚至相悖的关系在传播中实现的意义的扩充和移植。这种所指不可能是直接意指，而是两个符号的含蓄意指层面的所指在特定的语境中互相发生了关系，令原本不具备思想的“物”意识形态化了，为符号附加上“审美、品味、阶层”等社会属性，进而创造出了符号含蓄意指层面的所指。^④含蓄意指层面，即指在直接意指基础上，在某种语境中，对所指 2 与能指 1 之间任意性关系的掩盖，相似性的凸显，如图 2。所指 2 与能指 1 之间的相似性，掩盖了它们之间的任意性关系，构建了含蓄意指。换句话说，就是使信息的接收者不再关注能指 2 是由能指 1 与所指 1 共同构成，而是直接奔向所指 2，毫无选择地全盘接受所指 2；不再关注玫瑰花（能指 1）首先是一种植物（所指 1），而是直接奔向玫瑰花（能指 1）象征着爱情（所指 2）这个信息，破坏玫瑰花作为能指（能指 1）与作为一种植物的所指（所指 1）之间的“自然的”或“明显的”联系，反而强调它与爱情的“相似性”，由此掩盖了信息的中介（能指 2）的

① 《皮尔士文集》第 2 卷，第 228 节，转引自李彬《传播符号论》，清华大学出版社，2012 年版，第 4 页。

② 隋岩：《元语言与换喻的对应合谋——符号传播意义的深层机制之一》，《新闻与传播研究》，2010 年第 1 期，第 63 页。

③ 隋岩：《元语言与换喻的对应合谋——符号传播意义的深层机制之一》，《新闻与传播研究》，2010 年第 1 期，第 63 页。

④ 隋岩 张丽萍：《对“同构”的溯源与阐释》，《现代传播》2011 年第 7 期，第 38 页。





形成过程 (E1R1C1), 从而掩盖了含蓄意指形成过程中的社会性、历史性、文化性、意识形态性。其实, 玫瑰花代表爱情只是人们的一种想象, 一种美好的愿望, 一种对世界的意向, 却被当作事实不假思索地全盘接受了。^①

E2	R2	爱情 C2
E1 玫瑰花	R1	一种植物 C1

图 2

由此可知符号的能指与所指间存在直接意指层面, 及含蓄意指层面, 其所指是直接表达还是含蓄表达, 要考虑其所处的社会环境、传播情境、意识形态及相关性、相似性。同一符号在不同的传播情境中会有不同的所指, 即象征不同的意义。黄道周作为符号原本可以是一个人名、可以具有其他的性格、相貌特征, 但在不同的传播语境中可以有不同的所指。在中国传统文化研究领域, 黄道周以钻研程朱理学及深谙易经而闻名, 故可以作为文化符号。在社会历史领域, 黄道周是晚明的思想家、文学家、书画家, 故可作为名人符号。

所谓文化符号是经过时间洗涤之后沉淀下来的物质文化和精神文化的精华, 是某种意义和理念的载体。^②文化符号是文化的载体, 符号文化则是其内容, 文化则是符号交互作用的系统, 是人的本质属性的对象化。而人的本质属性的凸现正是在人的生命活动中展开的, 通过对应物——文化符号的外在价值, 完成人的生存使命。^③黄道周的文化符号的表征主要体现为忠君风骨、儒学精神、易学思辨、讲学授业。忠君风骨, 终其一生效忠明朝匡扶正义至死不渝; 儒学精神, 其信奉孔孟强调礼乐中和仁义为先; 易学思辨, 其易学象术气息浓厚杂以天文历算玄乎莫测; 讲学授业, 其讲学传道弟子诸多桃李天下。故在传统文化传播语境中, 黄道周这一符号为人们所接受的所指是“忠君爱国、学术精深”, 如图 3。

E2	R2	忠君爱国、学术精深 C2
E1 黄道周	R1	一个人名 C1

图 3

由于数百年来黄道周作为文化符号, 如同孔子、孟子、朱子等历史文化名人般具有符号性价值在海峡两岸的传播, 其人物形象已成为名人符号。名人是社会关注度极高、影响力极大的文化符号, 名人符号是特定社会结构与意识形态的表征。从文化研究角度, 名人符号研究并不关心由声音、名称、形象与生物个体相结合的“名人”。只有当名人所代表的符号意义被史家、媒介选中加以书写并成为社会关注的对象时, 才能成为文化理

① 隋岩:《符号传播意义的机制——对自然化和普遍化的深度阐释》,《新闻与传播研究》2008年第3期,第58页。

② 冯聚才:《文化符号与文化软实力》,《开封大学学报》,2012年第3期,第1页。

③ 孟庆艳:《文化符号与人的创造性——早期符号理论比较研究》,吉林大学博士论文,2006年。

论探讨的“名人符号”。换言之，名人符号所指向的对象是指与“名人”效应相伴随的社会文化现象，或者说是包含特定历史文化言说的名人。^①

名人符号意味着名人不再只是某个具体的个人，而是特定社会意识形态在个人身上的折射和反映。黄道周作为晚明大臣、学术大师其言行举止无不反映其受儒家忠君爱国思想之影响，在明末清初之际闽南籍台湾反清复明之人士更以黄道周为行为楷模，以其蹈身赴国之行激励着自身。故在社会历史领域及海峡两岸文化传播中黄道周不仅是文化符号，还是名人符号，其所指可表达为“晚明爱国名臣，学术大师”，如图4。

E2		R2	晚明爱国名臣、学术大师 C2
E1 黄道周	R1	一个人名 C1	

图 4

黄道周这一闻名于海峡两岸的历史文化名人，在传播语境的演变中被赋予了不同的象征意义，并形成了其独特的传播价值。

二、黄道周在海峡两岸传播的价值

（一）增进了两岸文化认同

文化这一概念在数百年来古今中外许多学者都对其进行研究和定义，最终未能统一。英国文化学家泰勒 1871 年在《原始文化》一书中对文化的早期经典解说，即文化是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗和任何人作为一名社会成员而获得的能力和习惯在内的复杂整体。不同文化、不同区域之间出现的文化相似性，除了少部分是独立发明外，绝大部分都是通过文化传播而出现。这种文化的传播，是指一个文化特质（文化因素）或文化丛从一个社会或一个文化向另一个社会或另一种文化的转移或互动。

海峡两岸同属中华民族，台湾文化与中华文化是同质性文化，其内涵具有高度的一致性。厦门大学陈孔立教授就曾指出，台湾虽然是一个移民社会，历经社会变迁，但它依然保持了作为一个中国社会的特质，从语言、文字到传统道德，从民间风俗到思维方式，都保持了中国式风貌，延续了中华文化的传统。^②自宋朝开始大陆移民移居台湾，至明朝末年郑成功收复台湾儒家文化逐步传至台湾。1666 年嗣王郑经命漳浦儒生陈永华在台南成天府（今台南市）建成台湾第一座孔庙，随后在各地陆续兴建了各类学校，中华传统的儒家文化自此在台湾蓬勃发展起来。黄道周思想作为儒家文化的组成亦在明末清初伴随文化传播传至台湾。

黄道周不仅在明清之际具有影响力，更因其为儒家忠君爱国、学究天人的典范其文化符号传承至今。从明清之际到当下社会，海峡两岸都将黄道周作为忠孝文化、周易文化之典范，对黄道周文化符号承载的文化内涵进行研习、继承与传播。黄道周作为文化符号所承载的中华传统文化在台湾的传扬也佐证了台湾同胞对中华文化的认同。文化认同是人与人之间或个人与群体之间共同习俗、共同理

① 苗艳：《消费社会“名人”符号分析》，《上海师范大学学报》，2011 年第 2 期，第 96 页。

② 陈孔立：《台湾历史与两岸关系》，台海出版社 1999 年版，第 245 页。





念、共同思维模式和行为规范的一种确认,是对个人或群体的社会属性、文化属性及其正当性的一种确认。此外,文化认同与民族认同、国家认同也有着密切联系。根据构建主义的“文化-规范-认同”范式可以得知,文化因素对一个国家、地区或民族内部成员的行为可以产生规范效应,而普遍和被广泛接受的社会规范又有助于建构对国家或民族的认同。^①

(二) 促进了两岸文化交流

海峡两岸一衣带水,亲缘相近,文化相同,早年移居台湾的居民中大部分来自福建。黄道周作为明末清初的抗清义士,在他英勇就义后其部分族人为了避免清廷迫害移居台湾。近年来随着两岸交流日益频繁,台湾开放大陆居民赴台旅游,两岸黄姓宗亲寻根之旅亦逐渐升温。台湾黄姓宗亲在来大陆旅游之时,往往都会安排前往东山岛黄道周故里、漳浦黄道周讲学处等地寻根谒祖,缅怀先贤,追寻先贤的遗迹。东山黄道周后裔若游访台湾亦会前往拜谒“黄将军庙”等台湾黄道周纪念场馆。从而推动两岸亲缘文化交流。

黄道周作为文化符号及名人符号的传播不仅推动两岸黄道周后裔的文化交流与互访,还增进了两岸关于黄道周研究的学术文化交流。改革开放以来在福建召开的黄道周学术研讨会共四次:第一次,1985年3月漳浦县召开纪念黄道周诞辰400周年学术研讨会,汇编有《黄道周研究论丛》。第二次,1995年3月东山县召开纪念黄道周诞辰410周年学术研讨会,会后出版了《黄道周研究文集》,这也是国内第一部正式出版的黄道周研究文集。第三次,2006年11月福建省江夏黄氏源流研究会在漳州召开黄道周学术研讨会,会后出版了《黄道周学术研讨会论文集》。第四次,2011年6月13日海峡两岸首届黄道周学术研讨系列活动在黄道周家乡东山岛举行。来自国家图书馆、清华大学、北京大学、浙江大学、台湾清华大学、台湾暨南大学、台湾海南大学以及香港、日本近70余名黄道周理学、易学、书法艺术专家学者与会,并为东山县黄道周研究会揭牌。第四次学术活动召开前夕,大会主办单位还向全国发起关于黄道周研究的征文活动,征文活动在海峡两岸引起关注。在这次大会上与会人员对黄道周生平、交游、易学思想、忠孝思想、诗文书画、文化传播等相关方面的研究进行交流与探讨,形成了两岸学人对黄道周符号研究的热潮。由此可以看出,海峡两岸关于黄道周的文化交流活动日益频繁且影响渐广。

三、学术研究是两岸黄道周文化传播的主要路径

当代对于黄道周思想的研究和传播对于中华传统文化的研究与传承起到不可忽视的作用。黄道周作为晚明的思想家、文学家、书法家,其学术思想、诗文著作、笔墨书画流传于世的不可胜数。故海峡两岸由晚明至当代对黄道周及其文化思想的研究世代相传。在明末清初之际,黄道周及其弟子撰写的著作包括《儒行集传》、《石斋集》、《易象正义》、《春秋揆》、《孝经集传》等。在他就义之后,门人弟子担心夫子文章湮没无闻,多方收集其著作,以传承黄道周学术思想及忠孝精神。其弟子洪思曾作《收文序》表达收集愿望之灼切,此外后世学人亦多有辑录,计有洪思编《石斋十二书》196卷、《黄子文集》约88卷、郑亦邹编《黄石斋先生集》50卷、郑开极辑订《石斋先生经传九种》55卷、陈寿祺编《黄漳浦集》50卷等,并有年谱、传记多种。《四库全书》收录

^① 李鹏:《和平发展视阈下两岸文化整合的功能与路径》,《台湾研究》2010年第2期,第7页。

其经传九种及《榕坛问业》,《续修四库全书》、《四库禁燬书丛刊》等大型丛书皆有收录。黄道周学术成果及学术思想历来为学界研究所重视,据侯真平先生所述,“历来研究黄道周学术思想的,主要有清代黄宗羲《明儒学案》、《四库总目》,本世纪(20世纪)40年代的容肇祖《明代思想史》、李兆民《明清福建理学诸家之概况》,80年代的侯外庐主编《宋明理学史》、袁尔钜《黄道周与刘宗周哲学思想比较》,90年代初的高令印等编撰《闽学概论》、廖名春等编撰《周易研究史》。”

近年来由于两岸交流日益频繁,两岸学者对于黄道周作为历史文化名人的认知及研究也日益繁盛。国内近些年相继推出黄道周研究的博士论文,北大翟奎凤博士2009年《以易测天——黄道周易学思想研究》、南大杨毓团博士2010年《天人秩序视野下的儒学重建——黄道周思想研究》、厦门大学杨中启博士2011年《学贯天人 行本忠孝——黄道周哲学生命哲学研究》、闽南师范大学陈良武博士2013年《黄道周学术思想与文学研究》、河北大学许卉博士2013年《黄道周哲学思想研究》,以及翟奎凤整理、中华书局出版的《易象正》、《三易洞玑》等、郑晨寅2014年的力作《黄道周论稿》等。杨毓团博士专注于黄道周儒学思想的研究,先后发表了《黄道周孝本思想析论》(《殷都学刊》2011年第12期)、《黄道周礼学思想论略》(《长安大学学报》2012年第1期)、《黄道周礼学思想探论》(《湖北大学学报(哲社版)》2011年第4期)、《论晚明黄道周礼秩重建的学术理路——基于“孝本”意识的礼学建构》(《合肥工业大学学报》2012年第3期),吉林大学副教授翟奎凤博士专注于黄道周易学思想研究,先后发表《黄道周“天方图”与“天方盘”考释》(《周易研究》2008年第6期)、《黄道周论〈周易〉与天文历算》(《周易研究》2009年第6期)、《黄道周〈易象正〉的成书、版本及崇祯本的发现》(《吉林大学社会科学学报》2010年第3期)、《黄道周“七十二卦”易历星象、中医藏象说述论》(《周易研究》2011年第4期)、《明清以来关于黄道周易学的评论》(《集美大学学报》2012年第4期)。此外还有漳州学者郑晨寅专注于黄道周生平、交游及讲学研究。泉州学者汤漳平专注于黄道周骚体赋及黄道周与闽南文化研究。

而台湾学者对于黄道周的研究也日甚一日,如叶英先生著有《黄道周传》;大通书局选编出版了《黄漳浦文选》6卷,为《台湾文献丛刊》第8辑第137种第150册,收录了陈寿祺编《黄漳浦集》中“有关当时史事者”,篇幅约为原书十分之一;台湾商务印书馆《中国历代思想家》丛书之14辑《高攀龙、刘宗周、黄道周、朱之瑜、黄宗羲、方以智》一书中有黄春贵先生的《黄道周》部分,介绍其生平传略、学术思想及对后世的影响。^①台湾地区近年来的青年学者也开始对黄道周传统文化思想开始研习,在论文方面,林庆彰先生的《黄道周〈儒行集传〉及其时代意义》一文发表于1995年12月台北明代经学国际研讨会。杨自平先生的《黄道周以“两象合观”治〈易〉析论》一文发表于2009年台北宋明理学学术研讨会。通过台湾“国家”图书馆“全国”硕博士论文查询网搜索得到以下资料:在硕士研究生学位论文方面,以黄道周思想为研究对象的论文如下:韩学宏撰写的《黄道周经世思想之研究》(国立政治大学中国文学研究所,1981学年度,导师董金裕),论文首先从政治、经济、军事及其当时的学术环境等方面分析了黄道周经世思想兴起的背景。接着提出黄道周的经世理念。文章最后论述了黄道周与晚明学社之间

^① 许卉:《黄道周哲学思想研究》,河北大学博士论文,2013年。





的关系,并给出了黄道周经世思想的定位。赖晓云撰写的《从黄道周书<孝经>论其书法艺术》(国立台湾大学艺术史研究所,1992学年度,导师傅申),论文从黄道周书写《孝经》并因之成名的特殊现象谈起,主要探讨了黄道周的书学观念和书风源流,进而探讨中国文化“中庸平衡”的至善观念、“书以载道”的思想对中国文人的巨大影响。文中也涉及到黄道周经世致用的理念实践和安身立命的易学思想。杨智任撰写的《黄道周<孝经集传>研究》(国立高雄师范大学国文学系,1993学年度,导师郑卜五),作者依照依《今文孝经》的次序,分别讨论了黄道周在《孝经集传》中对《孝经》十八章要旨的阐发,深入分析了其“孝”思想,文中亦展开探讨了《孝经集传》中的经世思想。^①

黄道周作为东山名宿,晚明鸿儒、一代名臣、授业大师,其学术思想、忠君品德、大师风骨、书画墨宝均对后世儒学研究产生重大影响,又因黄道周生于福建其族人部分移居台湾,黄道周作为文化符号及名人符号在海峡两岸传播甚广,颇具传播价值,影响深远。

^① 许卉:《黄道周哲学思想研究》,河北大学博士论文,2013年。

“互联网+”时代下中医媒介形象重塑问题研究

陈彦蓉

(湖北大学, 新闻传播学院新闻系, 430062)

摘要: 2015年,屠呦呦获得诺贝尔医学奖,这一事件使得中医受到了极大关注,然而中医作为中国传统文化的一部分,在大众媒介中没有得到很好的传播。中医作为一个存在极大争议的职业,其媒介形象在“互联网+”新的语境下也发生变化并需重塑。

关键词: 中医 媒介形象 互联网+

2015年3月5日,李克强总理在第十二届全国人民代表大会政府工作报告中第一次提出了“互联网+”行动计划,他提出“将移动互联网、云计算、大数据、物联网等与现代制造业相结合,促进电子商务、工业互联网和互联网金融的健康发展,引导互联网企业拓展国际市场”,这是总理政府工作报告中第一次出现“互联网+”的概念,也将“互联网+”概念提到了一个前所未有的高度。什么是“互联网+”?简单来说,就是“互联网+XX传统行业=互联网XX行业”。例如,传统的百货市场+互联网有了淘宝,传统银行+互联网有了支付宝,传统的交通+互联网有了滴滴打车等一系列互联网+行业的应用。

互联网催生了很多新兴产业,传统媒体受其影响,在传播内容以及方式上也出现了质性改变,一种新的媒体形态也酝酿而生——那就是“互联网+”,现实受众向虚拟受众转变,已有的媒体生存空间也向网络世界转变^①,媒介融合使得媒体用户群发生很大变化,信息共享,数据关联,应用创新,多媒体时代下媒体影响力的范围在进一步扩大。

中医作为我国的传统文化,一直以来都处于媒体传播的边缘。媒体对中医知识的传播形式单一,缺乏新意,难以吸引年轻受众,导致受众对中医的认同度不高。互联网+时代的到来,传播渠道的拓宽,为中医文化的传播带来新的机遇。如何发挥大众媒介的最大功能实现中医的有效传播,是当下亟待解决的问题。

一、研究综述

笔者在中国知网上以“中医传播”、“中医媒介形象”进行全文搜索,共发现222篇期刊及论文,经过筛选,确定33篇与本文研究内容相关。

中医媒介形象与中医知识传播的现状,中医知识传播的渠道,传播主体,传播客体以及中医电视养生节目这几个模块的研究紧密相关。首先,中医是中国国粹,有其文化价值和医学意义,但关于中医传播现状的研究大都得出这样的结论:中医知识的传播现状不容乐观。而导致传播现状不乐观的因素大致有以下几个:影响传播效果的传播主体传播意识不足和能力有限;医术高超的老中医越来越少,并且没有传播中医知识的意识

^① 徐争荣:《“互联网+”时代传统行业的创新与机遇分析》,《互联网天地》,2015年第5期,第8-10页。





和责任感;媒体对于中医知识的传播过于注重盈利和收视率,夸大中医的效果,缺乏准确性;养生节目泛滥并且其真实性无法保证,让受众审美疲劳甚至出现抵触心理。此类研究虽然量多,也很全面,但始终停留在描述层面,没有进行量化分析,没有具体的数据进行比对。

其次,在传播主体上,徐强的《中医传播中的主体化倾向研究》从人际传播的角度说明中医在临床上与患者的互动不畅,偏方泛滥,社会公众盲目照搬由此对中医形成认知偏差。更多的研究则将重心放在大众媒体上。在传统媒体的语境下,报纸对中医知识的报道较少,电视媒体出于吸引眼球的目的又将中医神话巫化,尤其是养生节目这一类型。李文泰的《中医类电视节目的传播研究》和肖俊的《健康传播视角下的中医养生电视节目研究——以北京卫视《养生堂》栏目为例》,指出如今中医类电视节目普遍存在风格娱乐化,缺乏专业性,专家权威性令人质疑的问题,并且提出了中医知识借助电视传播时要更注重其科学性的一系列建议。也有一部分研究关注中医知识通过新媒体传播,陈靓,张保春的《新媒体背景下中医理论传播的问题与对策分析》指出微博,微信上大量中医知识,养生信息,整体上鱼龙混杂,有名无实,可信度低。这些研究从微观探讨中医传播过程中传播主体在专业性,科学性的话语缺失,但是局限在特定的节目,信息内容上,没有从宏观角度归纳比较。

另外,在中医传播策略上,研究主要放在媒体和政府层面,赵仁龙的《传播学视域下的中医药文化继承与发展》陶林的《论中医文化传播的困境与突围》都指出了媒体在中医传播上的缺位,没有发挥“把关人”作用,选择高质量中医知识信息传播。王旭东的《中医发展面临的文化问题及对策》则指出政府没有很好地推广中医教育,普及中医知识。在中医的图书期刊研究上,李速的《我国养生类图书乱象的成因及消解策略研究》指出部分中医出版物打造的“伪养生文化”增加了受众对中医的认知偏见。不过,这部分的研究通常把社会组织作为研究对象,忽略了个人在中医传播中的作用,例如有资历的老中医、接受过中医治疗的患者等在一定群体范围内的人际传播同样也很重要。

此外,中医传播的客体也是影响中医媒介形象的一个重要影响因素。受众性别、年龄、兴趣、受教育程度等的不同,对中医知识的接受、二次传播的效果也不同。如张树剑在《微博时代中医文化传播存在的问题及对策》中谈到,受众个体能力的不同,对微博上中医知识信息判断、理解不同,从而导致,真假信息传播混乱。并且受主流西医的影响,受众生病后会第一时间接受西医治疗,西医治不了才会想到中医的偏方,因而中医治疗的大都是西医无法治愈的高难度病,加大了中医治疗的难度,进而影响中医治疗效果的传播。除此之外,受众生活在一个由各种信息构成的巨大拟态环境中,而拟态环境与现实是有差异的,甚至有夸大的成分,这种体验的不真实性、不连续性和不完整性,让受众对中医的认识不准确,甚至抱有怀疑态度。不过,此类分析大都停留在分析阶段,并未给出具体解决措施,分析研究都过于宏观,没有落到实处。

总体来说,对中医媒介形象的研究几乎没有,把中医知识的传播与传播学两者结合的研究还很少,并且怎样利用传播学知识更好地促进中医知识的传播也没有得到很深入的研究。如对受众分不同知识层级教育背景进行中医知识传播,把中医知识加入中小学课本进行全民中医知识的普及,对中医传播环境进行研究等。另外权威中医知识书籍的

平民化,用纪律片等形式为中医的科学化进行议程设置,让受众更深入理解中医的精髓也是研究的方向。

麦奎尔在《大众传播模式论》中称:“媒介是‘社会关系的中介’,通过大众媒介,意义被建构,这直接影响着受众对现实世界的理解、接受和实践”^①,中医医生是中医知识传播的一个重要主体,但是,传统媒体对中医的报道较少,媒介在构建中医的形象时不够全面,客观——“神医”“偏方”“养生”,中医的形象已被媒介高度符号化,尤其是一些个别非中医养生专家在媒体上不断放大,受众对整个群体产生刻板印象,导致中医出于一种被建构,被塑造的劣势处境。在互联网+时代,随着信息的碎片化和用户群的年轻化,一个专业,负责的中医形象亟待被重塑。

二、传统媒体语境下的中医形象

(一)“学院派专家”形象

中医文化博大精深,有着极其深厚的价值观和哲学思辨思维。媒体通过一系列典型报道塑造出有丰富中医知识,临床实践经验的专家学者。他们有着中医学的学术背景,讲授的内容是经过科学论证的理念而非民间流传的偏方。同时还强调中医文化的终极关怀。但是这类学者没有能够很好地放低身段,从象牙塔中走出来,深奥晦涩词语较多,没有深入浅出通俗易懂地讲述原理,存在传统中医话语体系难于被受众接受的现象。

(二)“神医”形象

从张悟本,到“气功大师”王林,再到“治癌神医”王学贵,几乎每隔一段时间,都会有一位所谓的“神医”被媒体揭开画皮。在许多养生类节目中,中医被塑造为“神医”,节目对中医传递的信息进行无限放大和追捧,尽管有些只是未经科学验证的偏方。而且不少“神医”并没有相关资质和从医经历,只是节目提高收视率的噱头。这些带有欺骗性质的甚至插入软广告的节目都加固了中医的负面刻板印象。中医文化博大精深,中医中有不少古代流传下来的理论和术语,但是虽然中医观念根植于不少人心中,但是必须要承认的是,相比于以实验室为基础的西医,中医的科学性较差,偏向于主观化,中医的一些药方,甚至一些偏方是模糊的、经验的、只可意会不可言传的,比如所谓“阴阳之说”就带有玄学色彩,对普通大众来说难于理解,比较神秘,这就为“伪神医”提供了空间。

(三)“养生专家”形象

“养生,最早见于《庄子》内篇,其有‘养生主’一篇专论养生,古又谓之‘摄生’”,养生是人类为使未病之人不得病或少得病以健康长寿。^②养生学是中医特有的一门学科,但是并不是中医的全部。然而很多中医类电视节目将中医塑造成为养生专家,如北京卫视的《养生堂》,湖南卫视的《百科全说》。嘉宾常常会讲授一些没有经过论证的信息,比如生吞泥鳅退虚火、喝绿豆汤养肝调气、喝芒硝药水“脱水”治病等,这些号称是根据传统中医理论而得出的“秘方”。为了追求节目收视率和商业利润,时下众多的中医电视节目将“中医学”片面定义为“养生学”,往往会邀请一些所谓的“养生专家”,甚至是一些没有医生资格证的养生畅销书作家做吆喝式的宣传,把中医理论“养生化”,健康的中医知识没有得到传播,反而是一些得不到科学验证的养生理论大肆传播。这其中最为典

^① 麦奎尔:《大众传播模式论》,北京:中国人民大学出版社,2006年第2版,第53页。

^② 苏传琦:《互联网下的中医文化传播探讨》,《医学科技》,2011年第3期,第5-6页。





型的案例要属湖南卫视《百科全说》的“张悟本事件”。在“张悟本事件”中，张悟本和《百科全说》栏目将自己包装成“中医食疗第一人”，《百科全说》美名其曰“国家卫生部首批高级营养专家”。但是，经过媒体的一系列调查，发现其学历造假。他的畅销书《把吃出来的病吃回去》，大肆宣扬“绿豆治疗百病大法”引发市场绿豆涨价，其食疗理念也遭到专家质疑。此外，该节目许多嘉宾的观点也备受争议，甚至一些所谓专家的观点前后不一、自相矛盾。很多所谓养生专家的头衔和学历都被发现子虚乌有。最终，《百科全说》于2010年6月停播。

三、互联网+时代下媒体对中医形象塑造的影响

(一) 全媒体呈现使中医形象立体化

“互联网+”加快了媒介融合的趋势，传统媒体和新媒体，自媒体间的界限被打破，文字、图片、音频，视频得以立体呈现，因为新媒体交互性，参与性较强，而且在及时性，广泛性上也优于传统媒体，中医文化和中医知识得到更好，更亲民的传播。^①例如一些艰深难懂的中医理论通过图文长微博、经络循行动图、微信视频授课等全媒体途径进行传播。除了传统的专业知识报刊，例如《医学知识》《中医学报》，以及养生科普类节目《健康之路》《养生堂》之外，有关中医理论传播的网站、博客、微博、微信公众平台、App也开始面向大众。这些不同的媒介形态使得中医知识能够多层次地传播，受众不再局限于从报纸或养生节目中获得中医知识，对中医的认知也不再局限于是在神坛的精英学者或是大讲养生理论的神医。尤其是手机客户端APP能够使中医知识的传播可感可触，线上预约，线下就诊，能够使受众和中医零距离接触。

(二) 中医受众市场细分

“互联网+”时代，由于成长环境、教育、职业，文化习俗等等各方面的原因，单个的媒体已经很难满足所有受众的偏好，于是受众细分愈加明显。受众不仅消费内容，本身也产生内容。根据不同受众的需求来制定中医传播的不同路径。微信微博作为年轻受众的聚集地，在传播中医知识上可以关注年轻人感兴趣的话题，融入一些社会热点，避免过于深奥，晦涩难懂的话语体系。而对于中年甚至老年受众来说，则主要通过电视节目在保证科学性的前提下融入一些“养生”概念。目前很多中医类论坛，社交网站上的中医主页通过受众发帖中医回帖的形式与受众需求直接对接，产生对话效果。通过媒介传递中医知识，满足不同年龄层受众的需要，有利于中医正面形象的塑造。

(三) 传播内容数字化

“互联网+”时代下，数据新闻已经成为一个热点和焦点，通过数据分析本质内容，运用交互性以及可视化手段解释现象，让公众更好地了解新闻以及文化生活。从1995年开始，《纽约时报》就开始走向数字化道路，把新技术与高质量的新闻内容相结合，创造了符合互联网价值规律的模式与内容，打造了富有创造性的数字产品。目前，有部分专业性的中医报刊，中医网站同样把中医知识，理论，甚至中医问诊的方法通过图表和交互性的设计展现出来。比如“中医医药网”，就将中医传统理论中“望闻问切”的四步骤通过图表展现出来，而“新浪中医”则通过用户投票来决定每期“中医讲堂”的内容。数字化内容的产生使得中医类媒介的点击率和影响力提高，有利于中医媒介形象的塑造。

^① 何裕民：《媒介革命中中医学传播窘境及其对策》，《医学与哲学》，2015年第5期，第21-23页。

四、“互联网+”时代中医媒介形象的重塑

（一）规范中医类电视节目，保证节目的专业性和权威性

目前，中医类电视节目作为受众了解中医的重要途径，对中医媒介形象的塑造起着关键性作用。在内容生产上，中医信息的科学性能够增强说服力和提高中医形象。中医类电视节目在制作过程中要在源头对节目内容进行把关，寻找接受过专业的中医学教育和培训，有丰富中医实践经验的专家担任嘉宾，避免对其身份的过度包装，杜绝一味地炒作养生。

同时要加强节目的互动性，制作单位要及时听取受众对于嘉宾的反馈，能否满足受众的健康需要，是否实用等。并且要对嘉宾讲授信息进行严格把关，使得能代表中医水平的优秀专家和科学性的中医信息进入受众中。

（二）利用微博，微信公号等新媒介传播中医知识，形成线上线下互动

除了在传统媒体上宣传中医知识，要充分利用微博微信等新的媒介形式多介质，多渠道传递中医知识和塑造中医形象。屠呦呦获诺贝尔奖激发了公众对于中医的讨论，而以屠呦呦为首的中医科学家也被大众重新认识，关于屠呦呦获奖的微博登上微博热搜榜，网友对其转载，评论上百万。这说明，新媒介对于塑造中医正面积极的形象有重要作用。

在互联网+时代，可以将优秀中医的讲座制作成视频，音频，在微信公号，相关网站上发布，受众可以实时提问，专家进行解答。可以形成线上预约，线下权威专家现场交流、答疑解惑的模式。由此来缩小中医与受众的距离，增强受众对中医的认同。

（三）强化用户思维，尤其重视移动客户端市场

据《信息时报》报道：“2014年，全球智能手机受众数量将超过2012年的10亿大关，达到17.5亿”，另据eMarketer预测，“智能手机的采用率一直到2017年都将保持快速增长步调”，的确，在“互联网+”时代下，手机媒体市场凸显，随之而来的是有较大用户粘性的市场。^①由此媒体可以通过挖掘用户数据将中医知识和中医讲座制作成垂直类APP产品，建立移动客户端产品，目前已经出现“张宝旬妙招App”、“中医书友会APP”，这些媒介产品能够形成线上线下的互动式传播，方便受众使用。

^① 叶放：《未来中医发展途径的双向性探讨》，《医学与哲学》，2015年第6期，第8-12页。





文化自觉角度下汉服运动中的问题与解决对策

母丹

(福建师范大学文学院, 福建, 福州, 350007)

摘要: 汉服, 即中国汉族传统服饰。近年来, 对于汉服的继承和复兴运动正在不断发展, 越来越多的人开始穿上汉服, 跳起古典舞蹈, 参加及笄礼, 并带上它走向世界, 向世界的各个民族宣传汉服之美。但是, 随之而来的还有各种争议甚至不认同。面对这些不理解, 汉服能否承载继承中华传统文化, 并且走得更远? 本文将对这场运动进行介绍和分析, 展示汉服在传播中华传统文化方面的作用。

关键词: 汉服 传统文化 民族服饰

随着时代的进步, 人们的衣食住行都在改变, 然而要论变化最大, 仍然是衣。吃食方面, 引进了新作物, 革新了烹饪技术, 我们把中国菜馆开向世界的唐人街的同时, 也将各地的美味佳肴带回来, 然而那从远古开始飘香的一碗米饭, 一双筷子, 仍然占据餐桌的主要位置。住宿方面, 传统的建筑方式并未被沿用, 但还有故宫等被后人小心翼翼地留存。那么出行, 则是有更多的方式了, 但在道路拥挤时, 回归原始的两条腿, 也是不错的交通工具。相比起来, 唯有服装与发型变化最多。以最近一百年为例, 从苏式布拉吉, 到蓝绿军装, 再到的确良灯芯绒衣裤, 不到一百年时间, 衣物的样式不断变化更新。而发型更是如此, 有团队专门为世界各国近一百年来女性发型妆容以十年为一个单元做一次复原, 并将其做成视频, 取名为“百年之美”。从这个系列视频中可以看出, 发型妆容变化之快, 种类之多, 正在不断刷新纪录。

的确, 在人们的观念里, 饭可以和老祖宗吃一样的, 建筑之美可以隔着时空欣赏, 抛开各种使人心烦的交通工具, 用双足前进, 可以回归本真自然。这三项并不存在过时的问题, 唯有衣服和头发, 必须追赶时髦——再不济, 也不能打扮得像古人一样。否则, 就可能迎来众人不大友好的目光。

大概这便是传统服饰发饰难以正大光明地回归的重要原因之一。这其中, 又以汉族的传统衣冠为甚。而一直保持传统服装穿着的少数民族, 其传统的相关的制作技术并未遗失, 并且一些具有地方特色的仪式仍然举行, 而毫无疑问的是, 这些仪式和习俗是需要传统服饰的寄托的。然而, 汉族服饰发展由于各种历史原因进入停滞期, 除去戏曲宗教等领域, 大多数人所穿的汉服的地位被旗装, 中山装等替代并且有较少的渠道了解, 因此在民众的心中已经很陌生。随之一并遗失的, 还有冠礼及笄礼等仪式。这种情况下, 汉服的使用范围被进一步缩小。因此, 汉民族服饰的反对的人认为, 穿传统服装轻则是复古过时, 重则是妄图复兴封建传统帝制。更严重的是, 由于日韩等国的传统服装曾经借鉴汉族传统服饰的元素, 并将这些元素放在自己民族的服装里, 给世界人民留下了深刻印象。于是当有人穿着汉服挽着簪子走上街头时, 会被人误认为是韩国人或者日本人。

这种误解，还有可能引起某些“民族主义者”的不满。曾经就发生过他们为此一时冲动，做出烧衣服甚至攻击他人的行为。

那么，复兴传统服装的意义何在？这经纬钗钏上到底承载了些什么呢？

汉服，即中国汉族传统服饰，曾称汉衣冠、汉装、衣冠、中国衣冠、华夏衣冠等，是发展、传承了四千多年，区别于其他少数民族，体现汉民族礼仪风俗、审美品格、思想哲学，并彰显华夏民族认同精神的服饰体系。自黄帝、尧、舜垂衣裳而天下治，汉服已具基本形式，历经周朝礼法的继承，到了汉朝形成完善的衣冠体系并普及至民众，还通过儒教和中华法系影响了整个汉文化圈。汉人、汉服、汉语、汉俗由此得名。汉服运动是汉服复兴运动的简称，属于华夏文化复兴运动中的一部分，通过汉服同袍复兴传统服饰的方式进而推广汉民族传统文化的一种方法。汉服运动在近代就有过，但更多的是本世纪初，随着中国国力上升，一部分国人大国意识觉醒的背景下，以知识分子、青少年族群为主体，以汉服回归为出发点，以复兴华夏文化为终极目标的一场文化复兴运动。汉服运动是汉民族热爱传统文化的表现，具有科学性、进步性，有深层的文化内涵。

在几年之前，汉服复兴运动还曾有一位重要的倡导人物，在同袍中产生了巨大的影响。他叫汪洪波，安徽宿州人，网名溪山琴况或天风环佩，生前任天汉民族文化网管理员和百度汉服贴吧吧主职务，致力于汉服及中国传统文化的复兴事业，提出了汉服运动中“华夏复兴，衣冠先行”的口号。生前著述甚多，逝世后被同袍网友编成《溪山琴况文集》，在网络上流传。其中包括他所倡导，提出并操作执行的中式学位服和奥运礼服方案，受到了社会各界的好评。此外，他还研究了传统礼乐文明中的冠礼，笄礼，婚礼，祭礼，并撰写了操作方案。他生前关于汉服传承的一系列观点有很多值得借鉴的地方。

首先是在定义方面。关于汉族传统服饰的定义，有多种说法，汉服是被提及最多的。其它的定义如华服等，在溪山琴况先生看来就不是那么妥当，他也认为“汉服”作为汉族的民族服饰名称更好。

仔细想想，“华”所代表的，一般是“中华”“华夏”，若将其单单用来形容汉民族服饰，显然是不妥当的。说到民族的服饰，汉族的传统服饰到底是哪一种，至今仍然有争议。若说是旗袍，但它是经过了现代审美的改装，“能够体现东方女性美，保留传统元素的服饰”的描述才是更为妥当的。况且，旗袍的大部分元素都来自旗装，而满清的旗装对汉族服装元素的继承不是没有，只是太少，两者拿出来比较，有太多不同，因此，旗袍可以被看作是传统文化的继承，但是否能代表汉族传统服饰，这点有待商榷。此外，我们可以看到，无论是少数民族传统服饰，还是和服，韩服，都较多地保留了民族特有的印记。如苗家服饰上的银质花片，韩服的大裙摆，和服的长袖丈，都是区别于现代服饰的显著标志。正是因为这些，传统服饰才可以适合各种传统礼仪风俗的继承，如果我们穿着衬衫或者旗袍参加成人礼，多少都是有些奇怪的。其它民族都有自己民族的传统寄托，那么汉族呢？所以这就是汉服复兴者一直坚持以汉服作为定义正宗的原因。

除定义外，还有汉服的形制问题。反对者最担心的恐怕还是汉服的宽袍大袖会不方面，在现代文明之下显得像异类。溪山琴况先生认为凭古人的智慧，创造多种形制根本不在话下。更何况古人也有生产劳作，所以短打等窄袖窄裤腿并不少见。

在壁画或者卷轴里可以看到，古人所穿的衣物样式各异。宽袍大袖，往往是不用劳





作的贵族或是偏爱飘逸的文人所穿着,至于多层繁琐的衣物更是只能在大富大贵家的宴会上见到了。因此,汉服复兴可以不只是宽袍大袖的飘逸风或者隆重款的礼服复兴,也可以是简约方便款的常服复兴。央视曾有一套纪录片《布衣中国》,那里讲述的中国服饰里不是还有现代人给婴儿制作交领的蚕丝衣吗?说明汉服里流传的元素,并非是不实用的。

当然,人们对于汉服的误解,确实是有原因的。现代社会,民众了解传统服装最多的渠道,恐怕还是电视电影这样直观的传播媒体。近年来,各种古装剧不停开拍,尽管广电一再下限令,它依然在最大限额内满满当当地占据着各大卫视的排片表。然而,就算是这样,古装剧质量依然堪忧——剧中能真正回归古典,遵照古代服饰场景礼仪来设计的少之又少。更多的是缺乏历史常识或者干脆架空朝代玩起魔幻的古装剧,这些剧中的秦朝人读起了百家姓,女怪可穿袒领装,更别提夸张的服装造型和艳俗的配色,怎么样都无法使电视机前的观众认同古代文化的悠久丰富。尽管有极少数的剧组能用心揣摩,但其中的加分项其实更多在演员的演技,镜头的安排到位上,做齐复原的恐怕是屈指可数。于是古代在人们心中留下的印象是刻板落后,或是艳俗夸张。古代人生产方面的智慧,在气质风骨里的那份洒脱和不羁,若非读古书或者亲临博物馆,光凭某些粗制滥造的古装剧,其实是很难体会到的。设计师们用现代的眼光,将传统服饰改的面目全非,然后将它们推到观众面前,告诉大众这是古代的装束——其实,这只是为了镜头效果更好,凸显演员的身材气质罢了。观众对于古代服装的偏见,大概就源于此。更严重的是,现在已经因为古装而形成了一条产业链。电视剧里的古装深得观众喜爱,电视前的人们纷纷找淘宝卖家买同款,买的多了,就有影楼借此商机多找这样的衣服,好在顾客提出要求时,从一堆化纤制品中找出袖子及地长,开衩却快高到腰的“传统服饰”,哪怕它是不是有中缝,符不符合真正的传统服饰之美。

为了影视效果,对于传统服饰的加工没有错,但给民众传播一种错误的思想,告诉人们这就是汉族的传统服饰,恐怕就有问题了。古代舞蹈就是一个很好的例子,为了女子翩翩起舞时能更加飘逸轻盈,舞裙上会比常服做更多改动,如添加荷叶边,减少用料,露出舞者纤细的腰肢手臂。但除舞蹈戏曲等特殊场合,日常服装绝不会太过夸张。相比起过去,现在很多古装剧似乎处处都是舞台,要有气势就加高垫肩,要可爱就用蓬蓬裙,有这样的服装的影视剧,像个光怪陆离的世界。而观众,就认为这是我们纪律严明,崇尚礼仪的祖先所穿的衣裳。这种情况下,当正统的服装第一次出现时,当然会变得尴尬。不为观众所熟知又不像古装一样夺人眼球,接受到不友善的评价,是迟早的事。

汉服与古装,在大多数不了解的民众看来是很难分清的两个概念。也正是因为如此,,汉服复兴,才显得更加重要。汉服复兴的目的不是要指责古装剧的改动,而是为传统服装正名,让大众知道真正的古代服装是什么样子,让想做古装历史剧的人与奇装异服划清界限。至于架空的魔幻题材,设计师如何折腾也与传统无关。

此外,汉服所承载的,其实不仅仅是外表那么简单,它是中华文化的一个具象化的体现。

在设计方面,它往往蕴含着礼仪等多个因素。以《礼记·深衣》节选为例:

古者深衣,盖有制度,以应规、矩、绳、权、衡。短毋见肤,长毋被土。续衽,钩

边。要缝半下；袷之高下，可以运肘；袂之长短，反诎之及肘。带下毋厌髀，上毋厌胁，当无骨者。制：十有二幅以应十有二月；袂圜以应规；曲袷如矩以应方；负绳及踝以应直；下齐如权衡以应平。故规者，行举手以为容；负绳抱方者，以直其政，方其义也。故《易》曰：坤，「六二之动，直以方」也。下齐如权衡者，以安志而平心也。五法已施，故圣人服之。故规矩取其无私，绳取其直，权衡取其平，故先王贵之。故可以为文，可以为武，可以摠相，可以治军旅，完且弗费，善衣之次也。具父母、大父母，衣纯以纁；具父母，衣纯以青。如孤子，衣纯以素。纯袂、缘、纯边，广各寸半。

首先在布幅拼接方面就大有讲究，汉服的制作中存在“中缝”一说，其中“负绳及踝以应直。”孔颖达疏：“衣之背缝及裳之背缝上下相当，如绳之正，故云“负绳”，非谓实负绳也。”这个“负绳”其实就是汉服的中缝。那么中缝代表什么呢？“负绳抱方”者，以直其政、方其义也。背缝垂直而领子正方，象征政教不偏，义理公正。中缝原来只是古代布幅不够而使用的拼接，但到了后面就成为了一种人的正直的象征。此外，还有对布幅的规定——必须十二幅，以象征一年的十二个月。这倒是与中医的四季学说，五行八卦的产生一样的讲究了。并且，我们可以看出，这其中有许多裁剪规定，其实是非常人性化的，所谓“短毋见肤，长毋被土。续衽，钩边。要缝半下；袷之高下，可以运肘；袂之长短，反诎之及肘。带下毋厌髀，上毋厌胁，当无骨者。”深衣的长度规定在脚面与地板之间。裳的两旁都有宽大的余幅作枉，穿着时前后两枉交叠。深衣腰围的宽度，必定是深衣下缉的一半。袖子与上衣在腋下连合处的高低，以可以运肘自如为原则。袖子的出手部分的长度，以反折过来刚好到肘为合度。腰间大带的位置，下面不要压住大腿骨，上面不要压住肋骨，要束在大腿骨之上、肋骨之下的无骨部位。这种设计，要求能够遮住脚却不拖地，袖子的位置和长度分别要求要运肘自如和出手反折到肘，长度合适，大带则更是要求不可压住骨头，使穿着者不适。有的西装制作者就能做出行动间舒服自如的衣裳，而我们的汉服光制作上就有严格的规定。可见设计汉服的人们也是处处为穿着者着想。

除了这些，汉服的每一个细节都与传统的道德礼制相关。“具父母、大父母，衣纯以纁；具父母，衣纯以青。如孤子，衣纯以素。纯袂、缘、纯边，广各寸半。”如果父母及祖父母都双双健在，所穿的深衣就用带有五彩花纹的布来镶边。如果只有父母健在，所穿的深衣就用青布来镶边。如果是个父亡母在的孤儿，就用白布来镶边。深衣袖口的镶边，深衣下摆的镶边，深衣裳边的镶边，都是寸半宽。细致到镶边的规定，其实是对于孝道的遵从和对拥有美好家庭的期盼。就像在现代悼念亡魂的方式是鸣笛，降半旗，古代则将其寄托于衣缘，只要看到，就能想到父母双亲。倒真是应了陶渊明《闲情赋》中“愿在衣而为领”的精神寄托了。

在穿着方面，汉服的穿着是应该仅限于仪式还是推广到日常仍然有争议，但毫无疑问的是，穿着汉服是非常适合更好地参加活动，展现中华之美的。正如笔挺方便的中山装能够代表革命者的朝气，适合那时候的向上青年穿着一样，大气古朴的汉服也能够让人们更好地融入传统活动中。汉服复兴从来都不只是一件衣裳的复兴，而是其形制背后的中华精神的传承。随着汉服复兴的发展，越来越多的人开始穿上汉服，跳起古典舞蹈，参加及笄礼，并带上它走向世界，向世界的各个民族宣传汉服之美。从第一个穿汉





服上街的王乐天先生,到安九《礼仪之邦》歌曲舞蹈的出现,汉服正在和传统活动越来越紧密地联系在一起。其中尤其是像及笄礼,冠礼这样重大的活动中的程序,是需要穿着汉服的。可以说,汉服已经与传统文化分不开了。在国外,汉服也渐渐地成为了汉民族的一个标志。“星女郎”徐娇就曾通过微博晒自己身穿汉服在美国演讲的照片,并称:“毕业项目展示会顺利结束了,后来有美国同学跟我谈天,竟然非常标准地说出了‘汉服’,还说‘很羡慕我生在一个拥有古老且美好传统文化的国家’。自豪欣喜的同时,我在心里对自己说:谢谢你的赞美,不过我们还需为此继续努力。不只汉服,还有好多传统等待被保护,被传承。”不只是徐娇,还有璇玑等同袍在海外致力于汉服文化的推广,让世界的人民体会到汉服之美。

汉服需要认同,需要继承。它不只是一件衣服,也是汉民族生产生活方式的见证,还是传统思想方式的继承。背后的中缝里是正直,腰下的布幅拼接,是对四世同堂,阖家幸福的期待。汉服不能完全代表中华文化,却是传统精神的图腾之一。

“仁”之思想内核的时代传播诉求

高筱红

(集美大学思政部, 福建, 厦门, 361021)

摘要: 先秦儒家“仁”内求于己、务实本分、宽厚礼遇、向善助人的思想内核历经岁月的沉淀, 在现代社会仍然具有强烈的时代传播诉求, 如: 哲学方法论诉求、伦理道德诉求、精神文化诉求和中国话语建构方面的价值诉求等。

关键词: 仁 思想内核 时代传播

“仁”是先秦儒家思想的核心和基点, 孔子及其弟子将“仁”作为一切道德的最高境界, 并从哲学、个人、家庭、社会、政治等诸多方面对“仁”进行阐释。孔子言“仁者爱人”(《论语·颜渊》), 并将“仁”由以家庭为本位的血亲之爱扩展到社会大众之爱, 进而包括一切好的德行, 甚至善的精神追求, 孟子强调“仁政”, 极大的丰富了“仁”的思想内涵。因此, 儒家的“仁”本思想不仅被封建统治者广泛吸收、应用, 而且成为几千年来影响中国人民思维方式、精神生活、价值行为、认知习惯的最大基因, 植根于中国国民性之中, 是中华民族最宝贵的精神财富。在社会物质财富极大发展、多媒体网络信息技术广泛应用、人们的生活节奏异常快速、精神世界的需求不断增长、中国国际地位空前提高的今天, 儒家“仁”本思想是否依然存在传播的价值, 在何种程度上具有哪些方面的时代传播诉求, 能给予当代社会的人类怎样的指导, 这些都值得我们深思。因此, 本文立足于时代发展和生活的现实需要, 以哲学的抽象挖掘先秦儒家“仁”的思想内核, 提出其对于时代传播的价值诉求, 力求为当前传统文化的创新发展和传播提供一定的理论视角和方法借鉴。

一、“仁”的思想内核

先秦儒家“仁”的思想内涵丰富, 内容庞杂, 相关分析研究的文章甚多, 但是依然没有一个明确的答案, 人们观点不一, 认知迥异。为此, 今天我们并不是要简单重述儒家“仁”的思想内容, 也不是将其思想内涵不加分析的全盘承继, 而是从哲学抽象的视角, 提炼出先秦儒家“仁”的思想精华及其富有现代意义的价值理念, 并以此作为“仁”本传统文化进行时代传播的思想基础。

(一)“仁”之内求于己 先秦儒家代表人物对“仁”的表述颇多, 最典型的有: “我欲仁, 斯仁至矣。”(《论语·述而》) 孔子认为, 想要得“仁”者必“反求诸己”。孟子说“心之官则思, 思则得之, 不思则不得也”(《孟子·告子章句上》), 这里的“思”是省察, 思的路径在于“慎独”, “慎独”又与“反求诸己”相契合。荀子也说“立爱自亲始”^①意思是发扬仁爱的精神要从身边人做起, 要从自己做起, 也是说“反求诸己”。而儒家代表作《大学》讲“修身齐家治国平天下”也是强调先从自身开始, “格物致知诚意正心”方能向外发展。儒家这种向内发展, 由内而外的思维理念, 反映出儒家对人本身的重视, 要求人自我认知,

^① 王先谦:《荀子集解(上)》, 北京: 中华书局, 1997。





认识到自身潜藏的无穷力量, 只要充分发挥人的主观能动性就能将仁爱的精神发扬光大。人在向内自求的过程中必然对自己有更深入的认识, 从而达到自省自知。

(二)“仁”之务实本分 儒家“仁”虽然高屋建瓴, 但并非泛泛而谈, 而是通过各种规范将其细化到生活的方方面面, “仁”不离人, 见之于日用常行。比如: 在家庭方面, “孝悌也者, 其为仁之本与”(《论语·学而》); 社会方面, “老吾老以及人之老, 幼吾幼以及人之幼”(《孟子·梁惠王上》); 在为人处世方面, “君子坦荡荡, 小人长戚戚”(《论语·述而》)等等。我们暂且不论其行为规范等是否合理, 是否还适用于现代的行为标准, 只是从其思维角度来看, “仁”是务实的, 来源于生活又用于生活。这种务实精神对于人的指导意义就在于要求人专注于所做之事, 不浮夸, 能够脚踏实地的做人做事。

(三)“仁”之宽厚礼遇 林则徐自勉云:“海纳百川, 有容乃大。”一个人内心坦荡无私就会变得宽厚, 进而礼遇于人, 同样, 一个内心宽厚, 时时以礼待人的人多是有一颗仁爱的心。虽然, 孔子提倡的诸多繁杂的“礼数”, 被封建统治者歪曲利用来统治民众, 也成为后来者对其思想进行抨击的主要原因, 但是孔子“礼”的思想是以“仁”为前提和出发点的, 是具有“仁”的本质的。“知者乐水, 仁者乐山”(《论语·雍也》), 在孔子看来, 仁者的快乐就像山一样崇厚、伟大和宁静。“唯仁者能好人, 能恶人。”(《论语·里仁》)仁者有一颗理智而公义的心, 能客观公正的判断善恶。因此仁者要“居处恭, 执事敬, 与人忠。虽之夷狄, 不可弃也。”(《论语·子路》), 即在家守礼节, 处理事情严肃认真, 待人真心诚意, 即使蛮夷之地也不可以不做到“礼”。冯友兰先生说:“一个人可能了解到超乎社会整体之上, 还有一个更大的整体, 即宇宙。他不仅是社会的一员, 同时还是宇宙的一员。他是社会组织的公民, 同时还是孟子所说的‘天民’! 有这种觉解, 他就为宇宙的利益而做各种事。他了解他所做的事的意义, 自觉他正在做他所做的事。这种觉解为他构成了最高的人生境界。”^①可见, 内心宽厚可使一个人体悟到不一样的人生, 到达更高的人生境界, 是宽厚礼遇成就了孔子之“仁”, 也是“仁”促使人变得更加宽厚礼遇。

(四)“仁”之向善助人 关于“仁”的向善性, 在先秦儒家的主要代表人物及经典著作中俯拾皆是。孔子言“仁者爱人, 己所不欲, 勿施于人。”(《论语·颜渊》)又言“夫仁者, 己欲立而立人, 己欲达而达人。”(《论语·雍也》)说明孔子的“仁”要求我们有善心、有爱心。一方面不可以将自己的意志强加于人, 另一方面要尽自己的力量多帮助别人。对于这种善的追求, 孟子直接提出“性本善”, 认为人皆有“恻隐之心”, 我们要在实践中将这种善的本性发扬光大。虽然荀子主张“性本恶”, 但又提出“起伪化性”, 呼吁人们充分发挥主观能动性, 祛除人恶的本性, 从而向善的方面转化。可见, 儒家“仁”的思想本质上都在追求一种善念。善和良心是息息相关的。一个内心有善念的人, 他的良心是会渐渐被唤醒的, 一个追求善的人, 必然是有良心的, 而一个有良心的人又必然是趋于理性的。在面临选择时会“三思而行”以使自己的良心得到安放。显然, 这种理性不是我们通常所理解的经济人理性, 而是以一个本真自我活着的人的理性, 这种理性是综合的, 是符合人本质的理性。

二、“仁”思想内核的时代传播诉求

文化传播是文化传播主体有目的有意识地综合运用各种传播载体和传播手段传播

^① 冯友兰:《中国哲学简史》,北京:北京大学出版社,1985。

文化产品和精神，并使其内化为受播者自身的价值取向和行为方式。就传播形式而言一般有纵向传播和横向传播；就传播途径而言，有口头传播、文本传播、视听传播、网络传播等。由于文化传播的受播者具有主观能动性，不同时代的人对文化的需求和接收方式也不一样，就像马克思所讲，“任何人如果不同时为了自己的某种需要和为了这种需要的器官做某事，他就什么也不能做”。^①因此，文化传播要考虑当前时代的具体传播环境、传播者、传播内容、传播媒介，特别要把握时代受播者的需求心理、选择性行为，克服其逆反心理。所以，我们这里姑且称当时代的文化传播为“时代传播”。从儒家“仁”所体现出来的内求于己、务实本分、宽厚礼遇、向善助人的思想内核来看，今天仍未过时，与当下社会发展对人们的思维方式、伦理道德挑战，以及民众文化精神需求不断提升和中国急需在世界舞台上建构自己的话语体系的要求相一致，“仁”之思想内核有着强烈的文化传播诉求。

（一）哲学方法诉求 儒家的“仁”不同于西方社会超越一切的“上帝”，具有绝对性、先验性，而是以现实的人为中心，注重人与人之间相互的归属关系，且这种关系不是外在的，而是内在的。由此，为我们处理现代人与自然、人与社会、人与人、人与自身关系提供了一种极其重要的方法，即“内求法”。“内求”法以体验、体会、体悟相结合的方式，感悟人生真理，注重内在的精神探求和思想道德修养，高扬人的自我意识，以提升人的自我觉察、领悟与反思能力。孟子言：“行有不得者，皆反求诸己，其身正而天下归之。”^②意在告诉我们做事情、人际关系等遇到困难时要“返躬自省”，只要自己没有问题，问题自然就会解决。因此，在“内求法”的指导下，人对于纷杂的外在事物和纠结的内心世界会获得一个内在认知判断，并树立问题意识，进而“反求诸己”和自主实践，化模糊为清明，化消极为积极，化批判为建设，达到人自身和外在事物的共同发展和进步。如钱穆先生所言：“中国人追求真理，主先向内，先向人生世界之本身求体验体验所得，本此转向外面宇宙去关照，故中国人之真理观，乃为现实而内在者。”^③

（二）伦理道德诉求 任何时代都需要伦理道德，时代越发展，人们对伦理道德的追问愈深，对真善美的追求愈盛。儒家的“仁”在某种程度上就是一种伦理道德要求，为了达到这种要求，儒家从家庭、个人、社会、政治等诸多方面提出很多具体的伦理道德规训，进而将“仁”的外延扩大至礼、义、智、信、忠、孝、悌、勇等内容。正是从儒家“仁”的思想出发，经过时代的改革变迁完善，培育出我们中华民族的荣辱观、义利观，并在国家建设中将以德治国和依法治国相结合，重视道德教育的重要作用。所以，强调“仁”之思想内核在时代传播中的伦理道德要求，一方面，为解决当下面临的部分社会成员蔑视伦理，道德滑坡现象提供一定的警示作用和方法借鉴；另一方面，也提醒我们在建设中国特色社会主义的过程中，不仅要以经济建设为中心，大力发展科学技术，同时也要重视时代的伦理道德建设，保证社会的“良心”不灭，满足人们对真善美的欲求，保持社会的有序健康发展。

（三）精神文化诉求 美国人本心理学家马斯洛将人的需求分为生理需求、安全需求、社交需求、尊重需求和自我实现需求五种层次，意指人生理、安全方面的需求获得

① 马克思、恩格斯：《马克思恩格斯选集（第3卷）》，北京：人民出版社，1995:286。

② 杨伯峻：《孟子译注》，北京：中华书局，1960:167。

③ 钱穆：《人生十论》，北京：三联书店，2009:48。





满足之后必然出现社交、尊重、自我实现等高级层次的需求。对应社会发展,近年来,随着社会物质财富的极大发展,人们物质需求获得较大满足,但是精神世界却在迅急的生活节奏、耀眼的物质诱惑面前变得荒芜,人们渴望获得一种文化的依托和精神的充实。儒家“仁”的思想是中国优秀的传统文化,是中华民族最宝贵的精神财富,不仅给人们“内求于己”的方法论指导,而且提供人们对真善美的具体认知,特别是其“和”文化的价值理念和皈依与中国人的心理需求和价值认同最贴近,能够给与人们极大的心灵安慰,开启中国人丰富精神世界的大门。首先,“和”思想因为是正道思想,延伸正道文化,故也是“大道之行,天下为公”的思想文化。大道文化是上善文化,上善的优势就是若水,若水的文化是无为无不为的文化,是以柔克刚的文化。”^①其次,儒家“仁”追求的“合和”文化是一种大气、有深度的、“辩证”的文化,这里“辩证”不是“一分为二”的辩证,而是“天地人”通变思想。告诉我们想问题、做事情要全面、整体、域境、历史、长远的进行,要有宽厚、正气的本心。

(四)中国话语述求 中国话语体系的建构是由时代发展、“西方模式”倒逼、中国自身长远利益和谋求国际权益需要三者综合作用的结果。但是,建构中国话语体系离不开中国文化。没有中华上下五千年的文化积淀,没有中国文化知识系统的构建,没有汉语的规范、普及和应用,就难以建构系统、完备和影响广泛的中国话语体系。因为中国话语体系的建构根源于中国文化基因、依赖中国文化内容、表现为汉语语言的运用。张维为教授讲到“不管现代化发展到什么程度,一个民族的文化精髓,核心的东西是不会变,也不应该变的。”^②这句话中所说的“文化精髓”和“核心的东西”就是中国几千年文化传承下来的,植根于中国国民性中的文化基因,而这些文化基因很大一部分都是从儒家“仁”的思想内核中演绎扩展出来的,最大的表现就是中国人对和谐的追求,拥有社会大同的理想。此外,构建中国话语体系也要重视“仁”文化的载体,即汉语语言的掌握、运用和推广。一方面,中国话语要通过汉语撰写成文,供人们阅读、理解和领悟;另一方面,中国话语要通过汉语表达出来,让人们听到、明白和感知。当然,这些话语想要为世界人民所知晓,就需要被翻译成多国文字,输送到,世界各地。所以,作为中国传统思想文化的核心-儒家“仁”的思想内核必需被重新阐释、发展、创新、承继,它所表现出来的语言、语境、语意逻辑方面的内容也应受到重视,并且不断的进行时代传播。

总结

总之,运用哲学抽象的宏大视角探讨儒家“仁”的思想内核,是文化进行时代传播的基本前提。同时,结合时代发展特征和要求,发现儒家“仁”本思想内核在哲学方法论、伦理道德、精神文化、中国话语建构等方面的时代传播诉求是儒家“仁”的思想创新发展,进行文化传承的必要过程。在此基础上,儒家“仁”之思想的时代传播,首先,可以通过书院、学校等机构对学生群体进行专门教育,主要实现“仁”思想中的伦理道德内容传播;其次,发挥文化学者、大师作用,鼓励他们以“仁”的思想内核为出发点创造出更多优秀的作品,丰富“仁”的精神内涵,立足于当今时代进行创新发展,用高质量的文化产品满

① 田辰山:《儒学国际化的必然途径是中西比较哲学阐释》,《孔子研究》,2014(1):22。

② 张维为:《中国三部曲·中国超越》,上海:上海人民出版社,2015(3):164。

足人们的精神文化需求，同时实现“仁”思想的时代传播；此外，我们要大力借助多媒体等高新技术对儒家“仁”的思想文化进行持续高品质的文化输出，让世界了解中国文化、中国思维，建构中国话语。





漫谈中华传统文化教育与传播问题

——从福建高中语文教学谈起

许显晖

(福建师范大学文学院)

摘要: 青少年是国家未来的栋梁,因而高中语文教学也成为中华传统文化传播的重要途径。本文从教材、行业、政府以及学生等多角度探讨如何改进中华传统文化在当代的传播问题。

关键词: 中华传统文化; 传播; 高中语文

中华传统文化博大精深,源远流长,世所共知。悠悠二千余年之文明史,其间瑰丽奇宝也不胜枚举。然自有清以降,西风东渐,逮至民国,众士喧哗。先有胡氏之刍议,后继陈生之论章,于是文言废,白话兴,今文扬,遂乃革秦汉之旧象,黜唐宋之文章,于是今之文制始具焉。及至破四旧,倒孔二,百年遗刊,多付一炬,而人莫敢语焉。当是时,国学之衰也甚矣!

幸乎于今,国富民强,翻前代之旧案,而思教化之文章。于是反求诸身,欲以式微之国学,去粗取精,假百代之脊梁,于是旧学始茁。先贤若闻,可以欣且喜矣。梁氏作《少年中国说》,论国之栋梁,皆在青年,可谓昭矣,其实国学何尝未是!然今之高中学生,所涉未广,所阅弥鲜,止教材中一二文字,试卷内两三篇章,加以今之教制虽备,法未尽臧。若欲承绝学,扬旧艺,以此教之,只是权宜,非能久长。余虽浅陋,亦钟情于古典文化,因之曾躬历其弊,颇有感悟,又痛之日月徂矣,而诸生学识难进,遂以此兴,敢撰斯文,以备一览。龃龉数语,遽笔草文,若有裨益,则吾愿也。

先言教材事。一是版式问题。今之高中教材,所选古文,皆以简体横排除之。简繁之争,悬而未决,诸家论述纷纷,未遑有定。余以为学古文当习繁体,然就今世而言,高中文章,仍宜以简体教之,方合现之国情。至于个人若有习繁体者,乃是私事,教考之学,简体为正,兹不备叙。然则于横排则似可商榷。竖写之式,殷商卜契已肇其始,后世沿之,迄民国乃止。今横排之式,盖宗欧美。然东西自异,文明有别,横排竖排,各因其宜,以西方横排之法改我国之旧体,于白话文章虽尚无不可,于经史文言则有阙。何也?白话意顺,读之无碍,间有一二注释,则列于文后页下可也,为文不多,简明可观。至若古文,往往博征史实,旁考文献,一句之中,用典再三,不注则难明,尽释则惮烦。而今之教材中之文言篇者,或为脚注,或为尾注。尾注则前后翻阅,脚注则上下求索,是皆倍力之举也。余高中时,师每授古文,余辄以手指文之注释,上检下搜,颇为不便,及欲笔记,手不能指,又需重寻,实是无奈,若师语疾,或有不能逮。顾身旁同窗,多搬页脚之注释于正文之旁者,以省翻检之功,然行窄间密,字细且小,阅之伤眼。且注释文多,有一行不能尽之者,于是错乱行间,杜

塞文词，费力而无好。及余稍壮，始读坟籍，见竖排体式，甚为简明。夫竖排者，正文单行，若有注释，则以小号之字附列于下，随阅随检，泾渭分明，又不致纂乱，大为可取。且今之学术出版物，多从旧例，作竖排夹注，若高中教学先为之，以奠古文爱好者之基础，不亦可乎？余意高中文言教学，目的有二，一为培养有志于中华传统文化之士子，为高校教学铺其路；二为传播古典文化之精髓，使我中华文明之精神，继于今世而不没，使百业之人，虽不务于文学，亦有一份传统情志怀之于心。以此观之，竖排之行也，于前者大有裨益，于后者亦无伤，实可行之法也。

或以为竖排文章，大骇世俗，亦不周于今人之俗，则亦可退而求其次，横排其文，而紧列注解于其后，如中华书局《中华国学文库》丛书之类也。如此则符合今人之阅读习惯，惟改注文于正文后耳，条贯理晰，随文附释，亦较现法为优也。

次论注释之择用。今之教材之注释颇有谬误，学者早有指论，兹不复引。注有今古，古注者，“某之为言某”、“某，某也”之类也；今注者，以白话直斥其意也。古注拙奥，然有益于学；今注浅近，其失之也在未墙。余以为注释务在简明，除生僻之字、难解之词外，不必再如今之详释之。例如下：高中教材所收之《兰亭集序》中“所以游目骋怀”句，注曰：“[所以游目骋(chěng)怀]借以纵展眼力，开畅胸怀。所以，这里是‘用来’的意思。骋，奔驰。”既已释句意矣，又更解词意于后，不亦繁乎？且如此之详也，将置教师于无用乎？此未可以为善。余以为不若如此标注：“所以游目骋(chěng)怀游，纵展；骋，奔驰。”其余诸项，可于课堂而讲之，或课下学生自习之耳，不必如十三经注疏之回环复沓，一事屡言也。且注释若用浅易之文言，亦有助于学生文言语感之养成。待学生阅读既富，如上“所以”之句式，读之即明，可以不必解矣。

又，现之高中语文教学，有授以经典者。所谓经典，在福建省内盖不出儒经，即《论语》、《孟子》是也，每岁高考亦必有一题出于其间者。《论》、《孟》二书，流风千古，有宋以降，便为莘莘日诵之书，其佳处固不待余言申之。然九流十派，各有菁华，虽今宗儒，亦无需抑道、法也。且诸子百家，久为士人所熟习，前儒先贤，无有被其化而莫能言者，故后世诗文，多有百家之踪，若先预之，不强乎临文而后学？韩非谨严，庄周善辩，取其精妙之譬喻、缜密之逻辑而入之议论文之写作，不乃善乎？儒、道二门，互融共济，已为千年来吾国书生之精神归宿，而法者所以制国也，此三家为诸子中之大者，读之可仁人，可明理，可辨恶，可匡邪，虽不中，亦不远，此正诸子篇章所以胜过后世辞赋之处，高中习之，不亦宜乎？或曰今之课时有限，凡此嘉美，三年之内，恐不能尽。且以初学之力，殆亦鲜有能之者。学有所泛，亦当所专，以高中之间，授之儒经可也。此言或是，然私意揆度之，以《论》、《孟》当儒经，终嫌不腆。且读《论》、《孟》有二难，一为体例庞杂，讲说德育、史事之文，散见各篇，鸠读不易；二是诘屈蠹卷，洋洋万言，纵览则不逮，择录亦有阙。余以为不若肇之以《大学》而该之以《中庸》。《大学》为儒道“初学入德之门也”，而《中庸》乃是“孔门传授心法”，之二篇之重亦明矣。《大学》之三纲八目，《中庸》之允执厥中，孔孟之道，尽在斯矣。且此二书首尾相衔，自成体系，寥落千字，而奇隽屡现，若以之教，而撮《论》、《孟》之英以成之，儒道钩沉，大概已备，足以诒将来、启后学也。然此处亦有不可不辩事，今之所谓读经，非汉儒“章句”之学，亦非宋明“天理人心”之说，





今之读经，意在习言法、明文辞、去陈疴、格谬俗，还儒学以本来，发正心于始萌。至于义理，可略言之。经典之妙，乃是于生命体验中之自我感悟，而非一时簧门吟诵之虚叹。空言仁义，令人嗤烦，若不获之于心，假以千言也枉然。且若不知妄作，胡乱解经，不有读乎？故当师之教也，重在记诵，务使彼之心中，存一善思，使日后或逢其时，念之于此，明于何事可为勿为，则是向日读经之功也。又，“熟读唐诗三百首，不会作诗也能吟”，言记诵之益也，若能熟读此四书，则将不惑于文言句法矣。要之，高中之经典教学，若不能教以诸子文章，则当务力于儒家之四书，以《学》、《庸》为干，《论》、《孟》为枝，教之以文法，习之以句词，如此亦足亦。

又，以余之所闻，今时高中教师，大多已具硕士之学历，虽间有止本科毕业生，其数不多，故现仍以研究生之水平统言之。然文学研究生之专业也杂矣，有研究现当代文学者，有研究外国文学者，有研究文化产业者，所学不同，课业迥异，及其毕业，入高中而教则一也。然诸君试想，假余有一“世界比较文学”之研究生文凭，即可谓余古文之水平，亦足以匹古代文学之研究生乎？术业有专攻，必以为不如也。然其古代文学之学识也介乎本、硕之间，而欲予人滴水者，先必有桶水之资，否则以己昏昏，而犹欲昭昭他人，岂可得哉？余身处师范，就己所见，今之一般之本科乃至硕士毕业生，其能力弗能胜高中文言教学之任：照本宣科，谁人皆会；张皇幽眇，非厚学难以为之。如是则何哉？使高中之语文教师，皆为古代文学类之毕业生乎？此又过不及耳。高中之纳硕士毕业生者，在其掌握新知之方法、所闻所阅优于本科耳。故若能稍加浸润于古学，虽非此学，亦可胜任此教。因之，余以为一校之内，必有善于古代文学之教员，课余业下，可令之多与他教师交流、沟通，言所以读古书、讲古文之法，使虽非该业之学，亦有该业之识，能以之教他人。此种学习，可因利制变，譬于课余谈论读书之心得，一人讲之，众人听之、辨之驳之，于此交难互论之际，其学则愈明矣；或又可约一时间，共读古文，此等交流固不必拘其时间、地点、方式之属，然务要有之，籍以增其学、长其教也。

又，今之高中文言教学，诗歌为一大宗，盖高考有之，故人人皆重视也。然诗不易学，更不易解。何也？诗人欲于三五字内述胸中之意，固已促矣，而学生又将以六七分钟间读之、解之、悟之、书之，以末学而求探前人作诗之旨，不亦艰乎？况诗词多用典、多化用，若无万卷藏乎膺中，怕将多于诗意有所未逮。是故余以为诗词乃古文中之最难学者。然今之教诗词之法弊端也多。余忆曩时学诗，吾师教以“三步法”：先寻意象，次描意境，后论情感，三者尽得，则套以“此诗通过运用XX之意象，描绘了XX之意境，抒发作者XX之情感”句式，若有修辞之用，亦添“采用XX手法”于其中，恒为不破之法式。此岂可谓学诗乎？夫特为按图索骥而得蛙也！周汝昌言“讲中国诗，不知其极大的民族特点特色，而用外来（不同民族、语音、文化）的文学、理论、观念、标准来‘分析’、‘解释’，于是中国之诗，所存几稀矣”，可谓有识之见。诗词之教，旨不为使人能作诗，而在欲后世之人，于涵咏间能见夫古人之情，于三五字间得古文之真味也（诗体短而精，涵括极广，又便记诵，最易动人心）。余以为诗教重在体悟，体作者吟诗之由，身世之故；悟此诗之宏旨与精妙。吟由世故，孟子所谓“知人论世”者也，师者言之，不惟有助于学生之悟诗旨，亦可增广其闻。悟则难教，需自体之，若是师言，

终嫌不尽。故余以为不若以诗教诗，今且举例以明之：人教版高中语文必修二第二单元收有陶渊明《归园田居》（其一），师讲解此诗时，可援引靖节其余归居诗并后世之隐逸、田园诗，领学生反复读之，辨章同异，考究得失，以养学生之诗感；师则讲述陶潜其人其诗、介绍诸家之点评，详释文典之由来，引诸生思论此诗与他诗之优劣。盖师之所重，在于启发，欲令学生举一反三也。如此学诗，庶几可哉？至若考试时，但令学生书其读诗之所得及其对此诗之评判、分析即可也，不必再以三段之公式切割而一之以标准答案。

“以意逆志”、“诗无达诂”，诚哉斯言！虽若以此命题，则教师阅卷之难度亦随而增加，然又岂可因噎废食，贪一时之逸，而怠百世之学乎？

又，余以为高中语文课堂教学之课时应适当增加。譬今人有善跃者能十米，若置其于不盈尺之室，则寸步难逾。教学亦然，虽教法臧备，诸生学之亦尽心矣，而时不过半刻，亦何有所学？苟欲诸生之精于古文，则语文课时之增加是所必趋。况当今学生，习于白话久矣，除课堂外，能读文言之时几稀。故余以为，不特增加教学之总时长，且可缩短于现当代文章之用时，并添之于古文教学。然此牵一动百，关涉尤多，非余闭门造车、一二笔墨所能言尽。故余仅提之以备一说。

以上就余乡日就学所感而言之，冀补高中文言教学之所失。然传统文化之传播，亦不当拘于高中也。社会之徒，百业诸流，皆有以学乎古道也，在乎有关单位弘扬之力与不力耳。下且拟举二三余以为可行之法，敢请诸君垂鉴。

一曰：政府可予各地之图书馆、书店一定额度之补助，以资其购买相关传统文化之书籍，而图书馆、书店当陈其书以飨读者，未可藏之深阁，束之高架，任其尘落虫蠹也。此行今日多有，然则拥书虽逾万卷，奚益？或曰：某书吾馆虽购之陈之，然借阅甚少，将何如？余曰：此有二故，或是书不精，或推广不力。故书馆之纳书也不可不慎，其所择之书，必属佳作有所益于弘道者。书馆可聘专人司此择书事，此职非博通慎思者不能任之。某书之读也必先乎其入，如此则庶可去莠而齐良矣。然是书之精也，未得宣传而广之，终类佳醇而藏乎深巷，人不得而知也。故书馆当采取一定之手段促使人们阅读有关传统文化之书籍，譬如每月定一阅读之主题，开展各种形式之阅读及交流活动，若读书交流会、主题征文等（读书之自悟亦需籍相与之交流），视参与之情况，附赠一定数量之小礼品。今请举例以明之：假余乃书馆之主事，定此月传统文化阅读之主题为“论语”，则余当先于微博、微信等网络媒体预热此活动，后令人于书馆之一隅，辟一专柜，陈古今有关《论语》及儒家阅读研究之书籍，上既有通俗之读物，若杨伯峻之《论语译注》，亦有专精研究之著，如程树德之《论语集释》，如此则各层次之书友皆有以读也。于是于周末闲时，以座谈形式，开一二“《论语》交流会”，或请高校之教授讲述儒家之人格文化等，或就个人阅读之体悟，各抒己见。援疑质理，畅谈共论，稷下学风，将于斯兴焉！同时亦启征文之事，凡有立论，皆可以投。于众篇之中，择其优者，赠以“论语”之主题书签，书签上既可绘仲尼杏坛讲学之图，亦能书之《论语》中名句。要其旨，凡活动所及，不离“论语”二字便可也。又，主题之定也，旨在使民众知此书之主题及旁衍之说，若有高明之士，岂待定主题而后读？故书馆可集众人读书之得，刊为一栏，定时发之于微信／微博或馆刊，以倡习读之风。然以上活动，贵在能贯，三曝两寒，则难有功焉。若能数年如一，则吾国传统文化之普及，期可待矣。





案, 上所论述之书籍采购及交流诸事, 皆止就中国传统文化相关书籍而言。所谓专人, 亦就指为传统文化书籍之采购专设一有识能辨别诸书之士。余固知书馆之本有司购书之职员, 然其或非精通于古学也, 故特有此说。或曰: 何为中国传统文化之书籍? 英译之《水浒》《西游》, 足以当之乎? 欲说此论, 需明何为中华传统文化。传统者, 吾国之本有且能延续者。然则何可言传统文化? 古人之诗词歌咏乎? 先秦诸子之文章乎? 抑或汉唐之服饰乎? 余以为此皆吾国传统文化之一面, 然非是吾国之传统文化, 若蚕能吐丝, 不可谓丝即是蚕。鄙意揆度之, 所谓中华传统文化者, 是千百年来我中华民族所秉持之一种生活方式及态度, 其囊括精神与物质二大方面于内, 且早已随吾人之呼吸渗入骨髓, 相融为一体。今之国人, 非如多数人所断言, 已弃我民族文化之根于不顾, 特惟如《中庸》所言, “鲜能知其味也”。而相关传统文化之著作, 即欲唤醒吾身之国魂者也。故凡所介绍吾民族旧日之生活方式, 如饮食、服饰、典章之变革, 研究吾国历代文学、思想之实质及内涵, 探讨吾国传统之事物在新时代之走向及旧有之著作, 皆可谓中华传统文化相关之著作。此中著作之内容有浅有深, 行文有难有易, 今欲传播中华传统文化, 则应偏重于基础书籍之广泛采购及推广, 但亦不可置精深之著作于无地, 古人所谓“偏举而不废也”, 诚哉斯言。

又, 出版社应增加传统文化书籍之出版, 然需对所出书之内容加以严格之甄别。此非是以前之文化审查, 乃所以绝彼假古名而为荧惑之说者也。盖世俗之心, 多贵古而贱今。今人又于古道不甚了解, 偶读一玄说谬论, 便奉若圭臬, 以为真吾国之传统。此是一大患也。何谓玄说谬论? 以儒解道, 以道济佛, 此乃吾国之固有, 自不足目为佞妄。然若有一书, 取经典之一句一事而引申之, 未查详考其源起、思想等始末, 而发为不经之说, 借以抨击旧式, 含射时政, 鼓吹新说, 标名立目, 是为谬论。如前之“《大漠谣》之争”即属此类, 托名于古而实妨害于今。或以为吾国之坟籍, 能流传于今者, 皆有可观处, 可以刊行以传。吾国典籍, 虽屡焚灾厄, 然存之于今者, 为数亦不少。于文献学之角度观之, 此乃不幸之万幸事。然古之书, 皆适于今日出版乎? 余以为未必。古书之留存者, 除解经之语, 文人唱和外, 数医书及炼丹阴阳书最多。中医自有不妥之偏方, 道家求仙更为荒唐。若皆以为是吾国之传统文化, 不加择别而付梓, 恐将遗患后来。此种书籍, 保存之以供专家研究则可, 推行之以播于世则不当; 研究此类行为之专著出版可也, 弘扬此类行为之论述则当禁。

或曰: 吾国之宗派, 儒释道三家为最, 若去其中阴阳神鬼之说而教于民, 可乎? 余曰: 去则去矣, 善未尽善。盖神鬼天人之说, 于今观之, 固属荒诞, 但古人蒙昧, 以之为真, 故其著书立论, 多建构于阴阳气理上。若去其所凭立, 则其思想、哲学之价值已损其半矣。再则, 释、道二家, 民间乡下犹有其余绪, 今若弘扬之, 恐剃发为僧之徒、炼丹求道之辈将倍之矣。此辈皆不事生产, 专以修心为务。然则心虽修矣, 余恐社会之进步、国力之壮大将不能也。然曰: 如之说, 则去道绝佛, 何如? 余曰: 佛、道岂是说去便能去? 且其中之思想、艺术价值于国人之影响也甚。鄙意以为, 新时代国学之弘扬, 应摒弃过去之迷信而盲从, 加之以科学之精神, 注重其思想、文化之内核之传承, 而不惟学其制式, 因制式易流于徒表。昔人宗儒, 必学礼乐。然自战国以降, 礼乐即不能行, 而儒家亦不废, 何也? 贵在学其道也。若学佛必待打坐而后

成，学道必籍阴阳而后就，是非有佛、道也。释家体空，道法贵无，粗目之似无益于世之治。然道家主无为、齐同异，诚为内治之良方，吾国士子千百载来精神之归宿，上文已言之。佛家虽宗虚无，然非为消极之不应世，其劝人行善之说亦多，何故紧紧着眼于一处耶？要之，新时代之传承国学与相关古籍之出版，皆需持之以通达之眼光，弘扬传统文化中之优秀部分。何谓优秀传统文化？是古时便具有相当之影响力，保留到至今朝又能顺应新时期之文化。此种文化之特点，在其内核中有与现代精神观念相近或相同之部分，如和平、正直等，遂能经世而不废。传统文化之学也，毋如古时之全盘接受，亦不可同新文化运动时之盲目推倒而重建，需以睿达之心，持其中可行可用之部分而用之，不可则舍。如磕头问安之礼，今已罕有，吾辈固不必强为之，然磕头时心中所存之敬，其可免乎？今日之弘扬传统文化，旨不在复国之旧，而在焕国之新，为今时之学。取不变之筋骨，揉以新鲜之血液，乃能合乎当代之世情。庄生所谓“物物而不物于物”，正得其旨。

案，上述之事项，以不才虑之，若仅为书馆、出版社之独立行为，恐力薄将有不逮。如是则需政府之扶持。观历代文教之兴也，莫不同政府主管之推动有关。余意政府每年可拨置一定之经费，以供相关单位、活动之取用。亦可鼓励民间成立传统文化传播之团体，给予一定之引导及帮助。政府于文化传播之作用，盖不外乎协助与引导。协者助私力所不及，导者匡时俗之正谬。当今之时，国学方兴未艾，而假国学之名以谋私利者亦多悄然窃位于其间，故不可不慎，惧其本为皓白而蒙世之温蠖也。

未谈个人所以弘扬传统文化之方法（此处所言之国学，谨就传统之文章及思想而言，于舞蹈、书画等艺术形式无涉）。弘扬倚基于学。个人之学，亦是弘道。古之为学，必始乎识字，然此非己所能自主之方面。故此处所谓，就已具备基本中文之素养而欲习古道者言之。学必由径，余所以为初始之径者，《四书》而已。《四书》皆先秦之旧文而儒家之经传，读之一可以习句读，二可览史实，三可观小学，四可正心性，五可了解儒家学说之脉络。四书读毕，则可略读诸子之著作，如儒家之《诗》、《左传》，道家之《道德经》、《南华经》，法家之《韩非子》以及它如《吕览》、《战国策》等。所以重先秦文学者，以其为后世文章之大宗也。后之士子，鲜有不能诵其书者，故后世之文章，常假典于斯以取譬。若能先明于兹，及读后之唐宋诸文将无大碍，是事半功倍也。况若有欲治文字、音韵之学者，亦必先烂熟先秦文典于其胸，而后方可为之，否则是南辕而北辙，莫能有所成也。先秦文献乃吾国传统文化之源流，余嘉锡先生所谓“千端万绪，盖非一途。特既幸存于今，则皆足以考古。猥琐之事，可以观物情；荒谬之谈，可以见风俗；文字可以明通假，歌谣可以证音韵；至于《拾遗》、《搜神》之记，《洞冥》、《神异》之编，则刘勰所谓事丰奇伟，辞富膏腴，无益于经典而有助于文章者也。”可谓得先秦古书之用。盖先秦之文献，不惟有助于文章之阅读、写作，亦可籍以资严谨之学术考证，且给人思想以一种哲学之影响也。

读先秦古书，宜取清人及近代论解之详者读之，因自乾嘉以来，学者多疾虚妄而尚实，其解书也允。而近人之学，犹秉有朴学之遗脉，其著作能概前说之要，亦多发先辈之未造。前人之说，多因各方面之原因而有所局限；今人之作，虽未必尽善，然青多胜蓝，且可体现最新研究之成国，两相参阅，可互发瑕瑜。读古书宜古今并举。





待先秦诸书略备于胸后, 则可各择己所喜之文章而习焉, 如汉赋唐文、宋元词曲、明清笔记等, 然读书当主于一书而不能专于一书, 盖古时学科体例未如今之明, 一书之内, 往往杂有历史、地理、科技、艺术、天文等内容, 若无相当之学识以应之, 则虽读而不能察其精也。故读书, 除文辞章句之外, 亦必博观诸类之学, 如今之所谓“学科交叉”, 乃能有新之发现。然读书除习此知识外, 亦需感悟先贤之道德与精神。古人重德, 如韩退之、王阳明诸公, 言为世则, 行为世范, 若读其书而不能有所鉴, 则徒为书生矣。余读古书, 每每追思古人之容, 忆其高节, 如坐风观霁, 灿然可爱, 恨不及时相见耳! 人可宏道, 道亦宏人, 固如是而已矣。

又, 读书之先, 切勿有成见在胸, 譬读《朱子语类》, 若先以王阳明之评判为是非, 则是无有是非矣。必待已读之后, 审辨之, 切思之, 发己之意而度以他人之见解, 乃可谓有己之所获。盖真正优秀之传统文化, 乃因人而异, 无法亦无能予以明确之界定。譬如可以因坚持马克思之唯物主义哲学观而批判王阳明之心学, 然无法令全世界以心学为渣滓。优秀之传统文化乃得之于心而不可求诸野, 唯待深入接触之后, 方可明确地说出真正适应自己之部分, 即优秀之部分, 如是可知何道须承扬, 何当摒弃矣。既知之, 则当笃行不辍, 以教旁人, 止于至善而后可。学贵得诸心而笃行之, 并以此教诸旁人亲友, 如是则可执古之道以御今之有, 而吾国之传统文化庶几可得而弘矣。

结语:

总而言之, 在现阶段教育中, 它也有着如所排版式不合理、注释良莠不齐、所选篇章不当、教师资历尚浅、教育方法错误、课时稍短等诸多不足处。本文对以上问题进行分析并提出了相应的解决对策。同时, 传统文化的推广不应该仅仅局限于学校教学, 学习、传播传统文化该成为全社会的一种风气。而现阶段国学方兴未艾, 存在着种种的困难。因此, 政府应给予图书馆、出版社等行业一定的资金援助和政策扶持, 同时相关部门也应发挥监管的功能, 严密把控相关国学出版物的质量, 杜绝借用国学之名以传播有悖新时代精神的行为。新时代传统文化的弘扬, 应该摒弃以往那种盲目的继承和绝对的批判, 而是平和地对其加以审视并有选择地弘扬其中与现代价值观相符的部分。作为社会传播的主要实施者, 图书馆等行业, 亦应积极发挥其主观能动性, 综合应用多种手段以引导社会各界对传统文化的学习。至于个体对传统文化的学习, 则应该由《四书》读起, 之后略读先秦古籍, 侧重诸子书的阅读, 所选取的版本可以取清代以来的注解作为参考。之后可就自己的偏好而学习。学习的时候, 要怀有一颗公允的心, 避免先入为主所造成的阅读影响, 同时也应注重学科间的相互运用和影响。

附记: 余以末学肤受, 敢撰冗章, 散论我国传统文化弘扬之诸事, 固难免乎过于主观及理想之失。然今所言, 皆己之所愿, 不才愿以砾砖之质, 引金玉之文, 故敬呈于兹。童子无知, 躬逢胜饯, 拙笔不敏, 先生幸勿为过。

祝斯会蛟起风腾, 人文俱臧; 冀吾国之传统文化籍此而兴, 似颠木而能藁。

時惟丙申年春二月既生霸
溫麻後學許顯暉拜手稽首敬呈

房地产广告中的环境审美思想

周 雨 吴凯瑜

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 随着人们对居住环境的要求越来越高, 房地产广告和环境美学的关系日益紧密。通过内容分析与文本分析相结合的研究方法, 本文以《厦门晚报》中的房地产广告为样本, 探讨环境美学思想在房地产广告中的表现, 从而理解受众对环境的审美态度。结果发现, 当今房地产广告普遍重视环境诉求, “宜居”思想是首要关注点, “乐居”思想中的山水之情是一大亮点。亲近自然、回归自然的向往, 和掌控自然、拥有稀缺环境的渴望同时存在于消费观念里。相较于“宜居”, “乐居”的体现还有所欠缺, 且对它的诠释大多流于表面。环境审美体验依赖视听感官, 重视联觉。总之, 人们对住宅环境的审美化追求还有待提升。

关键词: 环境美学 房地产广告 宜居 乐居

随着人们对居住环境的要求越来越高, 房产在百姓生活中的角色不再仅仅是遮风挡雨的庇护所, 逐渐演化为安居、乐业之所, 甚至是心灵的港湾, 这一点在房地产广告的创意表现中体现得最为鲜明。

环境美学作为美学学科的一个新分支, 兴起于上世纪 60 年代, 至今发展成较为成熟的理论体系, 并日益得到重视, 其内涵应渗透到每个人的环保观念以及社会各个领域之中。作为社会文化的一面镜子, 房地产广告是否传递、如何传递环境审美思想? 民众的环境观是否关注其审美性? 这是本文的主要研究目的。

一、研究综述

环境美学是以环境为研究对象的美学, 将自然、建筑等先前被划入艺术领域的对象作为环境的构成因子。

(一) 环境美学的学科发展历程

环境美学的兴起背景, 学界有较为统一的看法, 陈望衡的《环境美学的兴起》^①和史建成的《论环境美的历史及其现状》^②均认为它的兴起原因有二: 其一, 20 世纪以来工业化发展带来了严重的环境问题, 逐渐引起人们关注, 部分学者开始对人与环境的关系进行反思; 其二, 60 年代后, 与环境相关的自然学科以及人文学科、社会学科的研究逐渐受到重视, 环境美学与艺术美学开始处于同等的研究地位。至此, 环境美学开始成为一门正式的课题。

环境美学的研究学者, 西方代表人物主要有阿诺德·伯林特、艾伦·卡尔松、约·瑟帕

① 陈望衡, 环境美学的兴起. 郑州大学学报, 2007.5: 80.

② 史建成, 论环境美的历史及其现状. 美与时代, 2014.9: 26-29.





玛等人,西方对环境感知和景观评估的研究较为突出。国内的主要代表人物有陈望衡、曾繁仁、彭锋、程相占等。国内环境美学研究在不同时期有其侧重点。上世纪50—60年代,环境美学研究还主要停留在对美的本质问题的探讨上,尤其是进入80年代,有关自然美的论文如雨后春笋般出现。如伍蠡甫的论文集《山水与美学》,严昭柱的《自然美论》。90年代以来,开始出现对生态美学、景观美学等学科的研究。进入21世纪后,2004年5月在武汉大学召开的“美与当代生活方式”为主题的国际美学学术会议引发了学界对环境美学中自然美问题的关注。如今,对环境美学的讨论已经深入到各个应用领域。

(二) 环境美学近五年来的研究成果

国内学者王焱所著《近十年来国内环境美学研究述评》一文从环境美学理论自身的进展与突破、环境美学理论的评价与应用、环境美学对于其他学科的借鉴和融合三个方面对2001—2010年国内环境美学的研究成果进行了述评^①。本文按照这一思路,着重梳理近五年以来的新成果。

1、环境美学理论自身研究

王焱指出,国内学者对环境美学本质的探讨主要基于哲理性与生存论意义,同时也综合了中国本土的经验。环境美学理论借鉴了自然美学和生态美学理论。从环境美学与自然美学关系来看,学者主张对环境的欣赏要综合运用各个感官知觉与审美对象进行融合;从环境美学与生态美学关系来看,生态美学弥补了环境美学理论上的不足,也促使二者互相促进发展。对国外理论的评论方面,国内学者基本认同伯林特的“结合美学”和“经验融合”一说,对卡尔松的“科学认知主义”的意义予以肯定,但也质疑科学知识的必要性和边界。

近五年间,中西方环境美学的研究差异得到一些学者的重视。阿诺德·伯林特^②和曾繁仁^③分别探讨了中西方环境美学理论及其视角,指出两者需要在交流与对话中走向成熟。国内学者还讨论了西方环境美学研究存在的问题。赵玉继彭峰、赵红梅对卡尔松“自然全美”观点逻辑的质疑后进一步分析论证了它在扩充审美经验领域时表现出的自相矛盾,认为学界在强调美学与其他学科的关联性时不能忽略美学本身的内在特质和学科独立性^④。

环境美学作为美学学科的一个重要分支,不少文献就其对美学的发展与拓展作用有了新的认识。谭好哲指出,环境美学将生态思想引入美学领域,强调美学对自然生活的回归,有助于重新认识人与自然关系、主体与客体关系^⑤。陈国雄阐释了环境美学的学科特征是“超越美学的美学”,它的学术价值一是突破美学研究艺术的单一立场,二是突破传统美学的束缚,三是加强美学学科把握当代问题的能力^⑥。

关于环境的感知和体验方面,国内近年来多关注审美主体本身——身体上,是一个新颖视角。如潘华琴以身体知觉为出发点,认为“环境连续体”、“审美知觉”、“身体化”

① 王焱,近十年来国内环境美学研究述评.上海大学学报,2011,5:57-66.

② 阿诺德·伯林特,赵卿,程相占,西方与东方的环境美学.求是学刊,2015,1:111-114.

③ 曾繁仁,生态美学的东方色彩及其与西方环境美学的区别.河北学刊,2012.6:29-33.

④ 赵玉,当代西方环境美学的内在问题.文艺理论研究,2012,11:95-100.

⑤ 谭好哲,当代环境美学对西方现代美学的拓展与超越.天津社会科学,2013.5:113-119.

⑥ 陈国雄,李信,超越美学的美学——环境美学的学科特征.郑州大学学报,2015.1:106-109.

等审美思想是对审美主客分离的二元论的矫正^①。韦拴喜直接将身体美学与环境美学建立联系,探讨其共通之处^②。聂春华探讨了环境美学中身体转向的可能性、身体在场与多感知特性、环境美学与审美描述等^③。也有部分文献对西方审美思想提出质疑,特别是关于“如画性”的讨论。西方审美模式坚持动观,批判“如画性”审美模式,陈国雄以陶渊明的“悠然之间”代表中国传统审美方式,阐述其动静结合的环境审美方式,更强调审美的态度^④。王中原也不认同环境美学对“如画”的全盘否认,从审美心理角度出发,阐述心理距离在欣赏环境中的运作机制,认为如画并不与参与式审美有冲突^⑤。

2、环境美学的应用研究

王焱总结出国内学者对环境美学的应用研究集中体现在城市建设、农业景观以及社会和谐等方面。城市建设方面,应该符合宜居、利居、乐居,以“家园感”为理念;环境美学范式对构建和谐社会有重要意义;农业景观应实现审美性与生产性的统一。

近五年来不少文献将研究视角从城乡建设聚焦到居住、建筑、园林等问题上。

陈望衡认为城市建设应该以乐居为理念,并提出“生活-居的环境审美模式”^⑥。环境的审美可以分为宜居、利居、乐居三个层面。宜居要求生态环境利于人的生存,利居关乎人的发展,包括要求生活方便和创业方便。而乐居是更加侧重于环境对人的精神层面的影响,乐居是环境美学的最高主题。这一思想对本文启发最大。晏杰雄对陈望衡倡导的居-生活环境审美模式进行了分析,该模式具有双主体论与和合思想,为理想环境审美模式提供了现实范本和实践形态^⑦。薛富兴重点阐释了卡尔松的建筑思想及其提出的建筑美学的生态学方法,认为建筑审美特性最大特点是环境性和功利主义^⑧。张春燕侧重“存在”理论的探讨,指出建筑艺术更易引发“存在”问题的根源在于公共资源占用与社会功能实现之间的不对等关系^⑨。

3、环境美学与其他相关理论的研究

王焱归纳出国内学者比较分析了环境美学与环境伦理、自然美学、文化、中国古典美学等学科,认为它们既为环境美学提供新的理论依据,也为环境美学向新领域的发展提供新思路。

此前将环境美学与生态美学进行比较的研究较少,而近五年的探讨逐渐增多。廖建荣指出生态性是环境美学的基础,而生态美学要通过景观来表现生态观,环境美学与生态美学的关系是相互促进、相互依存^⑩。程相占归纳了过去环境美学与生态美学关系的五种立场,并赞成两者有明显差异的立场,认为可以相互参照和借鉴[□]。艾伦·卡尔松发现只有科学认知主义承认生态在环境欣赏中的重要作用,能够较好地论证生态美学在环

① 潘华琴,重归自然之径——阿诺德·伯林特环境美学思想研究,苏州大学学报,2012.6:166-170.

② 韦拴喜,环境美学与身体美学:一种可能的融通.河南师范大学学报,2012.5:50-54.

③ 聂春华,试论环境美学中的身体问题.中州学刊,2012.5:198-202.

④ 陈国雄,悠然之见与中国传统自然审美方式.郑州大学学报,2013.5:99-102.

⑤ 王中原,自然审美、心理距离与风景如画.理论月刊,2012.12:64-67.

⑥ 陈望衡,城市如何让生活更美好?——环境美学的视角.郑州大学学报,2012.1:12-15.

⑦ 晏杰雄,生活(居):一种理想的环境审美模式.郑州大学学报,2014.1:104-108.

⑧ 薛富兴,艾伦·卡尔松论建筑美学的生态学方法.南开时报,2012.1:123-131.

⑨ 张春燕,卡尔松建筑美学“存在”理论再思考.山西师大学报,2014.2:55-59.

⑩ 廖建荣,环境美学与生态美学.郑州大学学报,2012.1:5-7.

□ 程相占,论环境美学与生态美学的联系与区别.学术研究,2013.1:122-131.





境美学中的位置^①。

(三) 房地产广告的相关研究

房地产广告的研究角度主要有：房地产广告的策略研究、房地产广告内容研究、房地产广告与文化现象。

房地产广告的策略研究方面，袁柯提出楼盘在预售期、开盘期、持续销售期、尾盘期等不同阶段应采用相对的营销策略，以获得广告效果最大化^②；王学平分析了房地产广告策略所存在的主要问题，应注重市场定位、广告的媒体组合、广告的创意表现^③。

房地产广告内容及表现研究主要集中在诉求上，高小嵩将房地产广告诉求分为理性诉求、感性诉求、文化诉求三大类^④；罗志芬等发现事件告知、生活方式、建筑价值、地理位置、价格促销等是报纸房地产广告的主要诉求点^⑤。张泉等发现，在限购令背景下，房地产广告中的情感诉求、理性诉求、时尚诉求、荒诞诉求、另类诉求等更受欢迎^⑥。此外，房地产广告语言和文案也是学者关心的问题，郑革委以语言学理论分析语境建构中的诉求语义、关联语义和审美语义，提出房地产广告需要向消费者传递引人入胜的设计语境^⑦。

广告即文化，不少文献试图从房地产广告去解读消费观，揭示消费主义在地产广告中的体现及其负面影响，炫富问题是一个讨论热点。常燕民^⑧和杨先顺、吴凯娜等学者^⑨均阐述了地产广告中炫富之风的由来以及负面影响，并提出应由政府机关、媒体、广告行业以及社会各界通力协作，对这种风气进行合理疏导。

总的来说，本文也是从广告与社会文化的互动关系角度来探讨。环境是房地产广告的重要诉求点，但鲜有研究关注环境文化和房地产广告的关系，因此笔者拟使用定量和定性结合的方法来综合考察如下问题：

- (1) 环境美学思想在房地产广告中的普及和分布；
- (2) 房地产广告的环境诉求所体现出的“宜居”、“乐居”理念分布；
- (3) 房地产广告中环境审美体验的方式；
- (4) 房地产广告中环境审美的修辞表达。

二、研究过程

(一) 研究方法

内容分析和文本分析结合，是本文的研究方法。正如苏特·杰哈利所指出的：“（内容分析与符号学相结合）不仅具有内容分析法的‘系统性’与‘客观性’特征，并且还有符号学的敏锐诠释力^⑩。内容分析主要解决上述三个问题，文本分析探讨环境审美的修辞

① 艾伦·卡尔松,赵卿,程相占,生态美学在环境美学中的位置.求是学刊,2015.1:115-119.

② 袁柯,房地产广告的营销策略.新闻爱好者,2011.5:74-75.

③ 王学平,我国房地产广告策略研究.生产力研究,2009.10:133-135.

④ 高小嵩,房地产广告策划中的诉求热点.企业改革与管理,2011.7:77-78.

⑤ 罗志芬,戴玥,黄合水,房地产报纸广告内容分析.广告大观理论版,2006.5:19-25.

⑥ 张泉,张琳,徐广静,限购令下中国房地产广告的突围策略研究:以基于目标购房者心理需求的广告诉求策略为例,2012.12:103-105.

⑦ 郑革委,房地产广告设计语境的创意表达.包装工程,2007.10:151-154.

⑧ 常燕民,透析炫富房地产广告.当代传播,2008.2:87-89.

⑨ 杨先顺,吴凯娜,房地产广告中的炫富现象探析.新闻界,2012.6:25-28.

⑩ 苏特·杰哈利,广告符码——消费社会中的政治经济学和拜物现象.2004,北京:中国人民大学出版社:144.

及符号意义。

1、样本

报纸作为传统媒介,发行量大,覆盖率高,可以承载大量文字信息,且具有地域性和时效性,是房地产广告最常选用的广告媒介。厦门市地处中国东南沿海地区,是一座风景优美、气候适宜的滨海城市,曾多次获得“中国十佳宜居城市”、“中国休闲城市”等称号,房地产市场繁荣,而且环境诉求普遍,因此选择《厦门晚报》这一区域发行量最大、传阅率最高、覆盖面最广、房地产投放首选的报纸作为研究媒体。

房地产市场素有“金九银十”一说,即一年中的九月和十月是房产购销旺季,相应地,房地产广告投放也在九、十月份前后是一个高峰时段。为了囊括这两个月,获取尽可能多的样本,笔者选择2013年6月至2014年12月共计一年半的《厦门晚报》中刊登的地产广告作为研究样本,剔除分类广告、重复广告后,共获得155则。

2、编码

由于学界还没有应用环境美学理论所作的定量研究,本文的难点之一即是如何借鉴理论来制作出可操作的编码量表。笔者选择陈望衡《环境美学》中的理论作为主要依据^①。原因有:陈望衡是国内环境美学研究的先驱和集大成者,其思想具有全面性、权威性;《环境美学》一书理论体系完整,脉络清晰,环境美的层次划分含义明确。内容分析共设计五个量表,统计房地产广告中环境诉求的分布、广告中环境美层次的分布、广告中环境审美方式的分布以及广告中的环境类型。

关于广告中的环境诉求,首先需明确环境的定义。这一点学界看法有所差异。约·瑟帕玛将环境看作是围绕人而存在的客观对象^②,而阿诺德·伯林特反对将环境客体化,他提出环境和人应该是统一体,人与所处环境间并没有明确的分界线^③。陈望衡更赞成伯林特的看法,他将环境分为自然状态的环境和人文状态的环境,自然状态的环境还可分为天然型和人造型;人文状态的环境包括建筑、广场、道路等生活场所。这也是本文认同的观点,在此基础上设计了操作定义,如表1所示:

表1 广告中的环境诉求分布

操作化定义	记录方式
广告的标题、正文、楼盘命名中出现和环境相关的词语,包括自然环境,如山水、风景等,以及人文环境,如城市景观	1、只在标题出现;2、只在正文出现;3、只在楼盘名称中出现;4、出现在标题和正文中;5、出现在标题和楼盘名称中;6、出现在正文和楼盘名称中;7、三者都出现;8、均不出现

关于环境美的层次,陈望衡提出“宜居”和“乐居”两个境界。“宜居”表现有:第一,有利于健康,判断标准包括饮水是否清洁、气温是否宜人、是否有噪声、是否有严重损害人健康的其他因素;第二,有利于安全,

它指一个环境是否能给人以安全感;第三,出行及做事方便,这与楼盘所处地理位置、交通便捷程度以及周边生活配套等相关;第四,能带来某种利益。据此,笔者将广

① 陈望衡,环境美学.2007,武汉:武汉大学出版社.

② 约·瑟帕玛,环境之美.2005,长沙:湖南科学技术出版社:23.

③ 阿诺德·伯林特,生活在景观中——走向一种环境美学.2005,长沙:湖南科学技术出版社:8.





告中环境“宜居”的表现设计成表2。

表2 广告中环境美的“宜居”表现

编码项目	操作化定义	记录方式
环境有利于健康的诉求分布	广告标题和正文中诉求空气清新、水源清洁、气候宜人、环境安静、无其他损害健康因素	1、空气；2、水源水质；3、气候气温；4、噪声声响；5、其他；6、无
环境有利于安全的诉求分布	广告标题和正文中诉求住宅治安良好、物业管理规范、住宅安全品质等	1、物业；2、治安；3、住宅质量；4、其他；5、无
环境有利于出行的诉求分布	广告标题和正文中诉求地理位置方便、交通设施快捷、生活配套齐全等	1、位置；2、交通；3、配套；4、其他；5、无
环境有利益满足的诉求分布	广告标题和正文中诉求环境能带来利益回报、特殊功能满足以及其他需求满足	1、教育；2、户口；3、娱乐；4、投资；5、社会地位；6、其他；7、无

“乐居”，陈望衡认为需要满足以下几点：第一，景观优美，具有综合的美感享受性，这里强调的是自然景观或人文景观在形式美、外表美方面给人的享受；第二，历史文化底蕴深厚，这里指楼盘周边环境关于历史古迹、历史年代、历史地点、历史人物、历史文物等方面的诉求；第三，能满足居住着的情感需求和文化需求，情感需求包括亲情、爱情、友情、乡情或山水之情等，这里的山水之情主要指的是中国人天然的回归自然、亲近自然的需求。编码类目及记录方式如表3所示：

表3 广告中环境美的“乐居”表现

编码项目	操作化定义	记录方式
环境的美观诉求分布	广告标题和正文中涉及环境的语词诉求对象的外表美、形式美	1、造型外观；2、色彩；3、光线；4、质感肌理；5、其他；6、无
环境的历史感诉求分布	广告诉求环境的悠久历史、历史名人、历史事件发生地、古迹等	1、历史年代；2、历史名人；3、历史事迹；4、历史文物；5、历史地点；6、其他；7、无
环境的情感满足诉求分布	广告诉求环境能满足人的亲情、乡情、友情、爱情、山水之情等情感需求	1、亲情；2、友情；3、爱情；4、乡情；5、山水之情；6、其他 7、无
环境的文化满足诉求分布	广告诉求环境满足人的文化品味、文化教养等高层次精神满足	1、有文化需求满足；2、无文化需求满足

关于环境审美体验的方式，卡尔松和伯林特均主张人在进行环境审美欣赏时应综合调动各个感官、全身心地投入，这一点，可以通过文案表达看出。

表4 广告中环境的审美方式

操作化定义	记录方式
环境的审美体验经由单一感官，还是运用多种感官的联觉或通感。广告正文和标题使用视听味嗅触等感官的词汇分布	1、视觉；2、听觉；3、味觉；4、嗅觉；5、触觉；6、其他感觉；7、无

关于广告中的环境类型，笔者根据环境的定义以及前期对样本的观察，将环境类别分为以下几类：自然风景、楼盘（包括外观、内部装潢或户型图）、小区、标志性景观（独特造型或象征意义的建筑、园林、喷泉等）、城市、农村、周边配套、人物等。判断依据为广告图片中占据比例最大的环境类型，记录方式如表 5 所示：

表 5 广告中环境类型

编码项目	操作化定义	记录方式
最大比例的环境类型	广告图片中占据比例最大的环境类型	1、自然风景/山水；2、楼盘；3、小区；4、标志性景观；5、城市；6、农村；7、周边配套；8、人物；9、其他；10、无
第二大比例的环境类型	广告图片中比例占据第二份额的环境类型	1、自然风景/山水；2、楼盘；3、小区；4、标志性景观；5、城市；6、农村；7、周边配套；8、人物；9、其他；10、无

为了保证信度，由两位经过培训的编码员抽取 10% 的样本进行预编码，并用霍思提公式：编码员信度=2M/（M1+M2）进行信度检验，检验结果如表 6：

表 6 编码类目信度检验结果

	环境分布	健康	安全	出行便利	利益满足	环境优美	历史感	情感满足	文化满足	感官分布	图占比
应有同意数	155	930	775	775	1085	930	1085	1085	155	1085	3100
不同意数	12	59	53	73	106	89	26	75	10	96	222
完全同意数	143	871	722	702	979	841	1059	1010	145	989	2878
信度	0.922	0.937	0.932	0.906	0.902	0.904	0.976	0.931	0.935	0.912	0.928

3、文本分析的步骤

将符号学理论应用于房地产广告的文本分析，能更好地从内容出发，探究房地产广告使用了哪些与环境美学相关的符号、这些符号如何被组织，以及符号背后的意义。

笔者主要从两个角度对房地产广告进行语言符号分析，一是环境审美的体验形式，二是人与环境的审美关系。具体做法是从广告标题和正文中，挑选符合“环境审美体验”、“山水之情”定义的关键词及短语。如“瞰景高层”、“山语听溪”中的瞰和听都是审美方式符号，“拥湾傍海”、“尽纳山水”等体现了人与环境关系。然后归纳这些词汇的出现的频率，并分析其修辞技巧和字面背后的引申意义。

（二）研究结果及分析

1、环境诉求在房地产广告中的分布

表 7 显示了环境诉求自高往低的分布情况，可以看出，几乎所有的房地产广告都使用环境诉求，而且多次强调，楼盘名称、标题和正文都出现该的比例最高，两个元素结合的手法也较普遍。

表 7 房地产广告中的环境诉求分布（n=155）

排名	比例
1	三者均出现（58.1%）
2	只在正文和楼盘名称中出现（16.8%）





3	只在标题和正文中出现 (8.4%)
4	只在正文中出现 (7.7%)
5	只在楼盘名称中出现 (6.5%)
6	三者均不出现 (1.3%)
7	只在标题中出现 (0.6%)
8	只在标题和楼盘名称中出现 (0.6%)

2、“宜居”思想在房地产广告中的体现

从图1可以看出,广告中诉诸环境“宜居”的各个因素都有,但以利益满足为最高比例,其次为出行方便诉求,第三为安全诉求,健康诉求比重最小。可见,楼盘所在环境能给业主带来的利益在宜居思想中最为突出,而环境否有利于人的健康和安,作为最基本的生存要义在广告中很少提及。在“宜居”思想各个要素的占比上,表8按照自高而低的顺序依次排列。

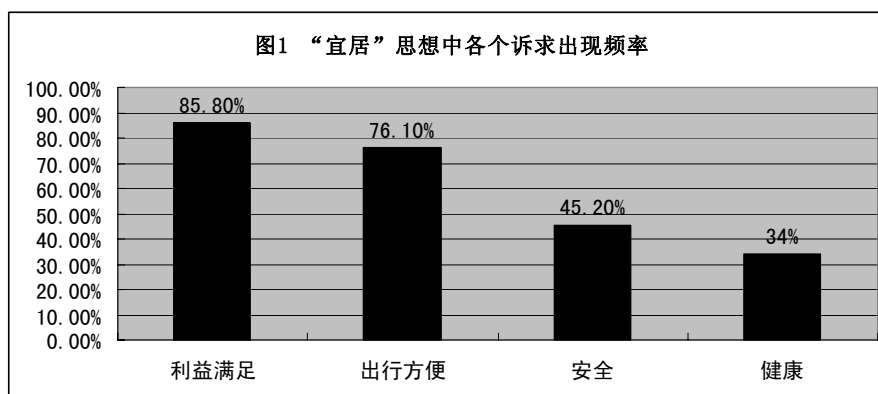


表8 “宜居”思想在房地产广告中的体现

排名	健康 (n=57)	安全 (n=99)	出行便利 (n=282)	利益满足 (n=371)
1	无 (65.8%)	无 (54.8%)	位置 (69.7%)	其他 (80.6%)
2	其他 (25.2%)	住宅质量 (38.7%)	配套 (54.8%)	娱乐 (59.4%)
3	噪声声响 (6.5%)	物业 (14.8%)	交通 (52.3%)	教育 (42.6%)
4	空气 (3.9%)	其他 (8.4%)	无 (23.9%)	社会地位 (25.2%)
5	水源水质 (0.6%)	治安 (1.9%)	其他 (5.2%)	投资 (25.2%)
6	气温气候 (0.6%)			无 (14.2%)
7				户口 (6.5%)

从中可见,房地产广告在诉求健康时,“噪声声响”因素相对较多,空气次之,可以推断清洁的空气和安静的环境是居住者比较看重的。在诉求安全时,住宅质量的频率最高,其次是物业,住宅本身的品质和物业管理的规范最能给人带来安全感。在诉诸出行方便时,位置占比最高,其次是配套、交通,从实际生活来看,这三者的配合实际上决定了居住环境的方便快捷程度。广告在诉诸利益满足时,娱乐满足、教育资源最让消费者动心,社会地位和投资回报也是吸睛重点。娱乐需求,广告通常诉求为休闲闲和放松找乐,如公园、海滩、湖等供人休憩,电影院、KTV、咖啡厅等让人娱乐。

3、“乐居”思想在房地产广告中的体现

图2和表9反映了“乐居”思想在房地产广告中的总体分布以及各自因素的占比。

房地产能带个人的“乐居”感受，最主要来自于情感满足和环境美观的体验。而更具有深度的历史感和文化满足相对来说较少，其中历史感可能受城市地理位置限制，无法突出显示，文化满足提及频率不到一半，且主要诉求教育资源，如和某大学毗邻而受其熏染，鲜有涉及个人的文化、生活品位。

在情感满足诉求方面，山水之情的频率远高于其它因素，亲情次之，友情最小。这反映了消费者在选择居住环境时，也力求能身处城市、心在自然，天然的亲近自然、回归自然的心态普遍可见。亲情和谐，往往在广告中诉求为“三代同堂”、“只与家人共享”、“欢迎回家”

环境美观，直接能带来愉悦的心理享受，在各个因素中，造型外观最被看重，光线、色彩次之，质感肌理较少提及。一方面可以看出房地产广告对环境的描述，主打较为宏观、普适的美感，而质感肌理等微观细节受限。另一方面，也可以推断消费者对环境的审美体验主要依赖于视觉上的美感。

历史感的诉求上，各个因素出现频率都比较少，其中历史名人和历史事迹两个因素均未体现。房地产广告在诉诸历史感时，年代时来表现比较常见，而可能受位置因素影响，人物事迹地点等因素甚少提及。

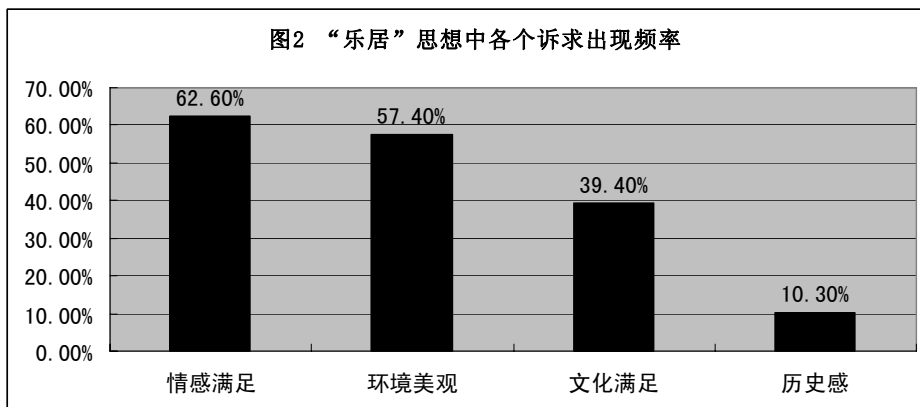


表9“乐居”思想在房地产广告中的体现

编码 类目	环境美观 (n=116)	历史感(n=26)	情感满足 (n=149)	文化满足 (n=71)
1	无 (42.6%)	无 (89.7%)	山水之情 (58.1%)	无文化需求满足 (54.2%)
2	造型外观 (41.3%)	历史年代 (7.1%)	无 (37.4%)	有文化需求满足 (45.8%)
3	光线 (18.1%)	历史文物 (4.5%)	其他 (23.9%)	
4	色彩 (10.3%)	其他 (3.2%)	亲情 (9.7%)	
5	其他 (4.5%)	历史地点 (1.9%)	爱情 (1.9%)	
6	质感肌理 (0.6%)	历史名人 (0%)	乡情 (1.9%)	
7		历史事迹 (0%)	友情 (0.6%)	





4、环境审美方式在房地产广告中的体现

通过归纳涉及感官的词汇，房地产广告中诉求环境审美的方式如表 10 所示。视觉表现当仁不让地占据第一感官，触觉第二，听觉味觉和嗅觉的比例均很小。但是，联觉和通感等代表更为深化的审美体验方式，占比约为三分之一。

表 10 广告中感官词汇分布 (n=187)

排名	感官
1	视觉 (73.5%)
2	其他 (25.8%)
3	无 (18.7%)
4	触觉 (11%)
5	听觉 (5.2%)
6	味觉 (4.5%)
7	嗅觉 (0.6%)

表 11 联觉出现频率 (n=45)

两种感觉	三种及以上	总计
24.5%	4.5%	29%

5、房地产广告中的环境类型及其图文比

可以看出，自然风景和楼盘是房地产广告最常用的图像组合，且比重最大。将居住环境融入自然，是普遍的表现手法，这象征了人与自然亲近和谐的关系。

表 12 房地产广告中的环境类型及其图文比 (n=155)

排名	最大比重的环境类型	第二大比重的环境类型
1	无 (31.6%)	无 (31.6%)
2	自然风景 (25.2%)	楼盘 (23.9%)
3	楼盘 (21.9%)	其他 (18.7%)
4	其他 (7.1%)	自然风景 (9%)
5	人物 (7%)	人物 (5.3%)
6	城市 (3.2%)	周边配套 (5.2%)
7	小区 (2.6%)	标志性景观 (3.2%)
8	标志性景观 (2.6%)	小区 (2.6%)
9	周边配套 (1.9%)	城市 (0.6%)
10	农村 (0.6%)	农村 (0%)

6、环境美的修辞表达

笔者从所选取的样本中收集到涉及环境审美的短语词汇共计 56 条,通过整合归纳,大致可从以下两个方面探究其表现手法以及背后隐含的符号意义。

(1) 对环境的审美体验

所搜集的短语词汇中,有 23 条含有明确的感官字眼,其中,视觉感官的运用最为频繁,主要是“瞰”、“阅”、“瞻”、“观”、“看”等动词。它们都呈现为从远处、高处观看的视角,如果依照中国传统的山水画表达,这里所说的风景都是“平远”山水,相应地,风景给与人的观感都是恢弘辽阔之美,形容词有“阔”、“开阔”、“阔绰”、“宽”、“浩瀚”、“大美”。这一视角能对环境有全瞻式的整体领略,让人油然而生“神飞扬、思浩荡”之情,和中国自古推崇的“囊天地于心中”的宇宙环道思维息息相关。但不可否认,也由于这一有距离的远观视角,环境和人呈明显的分离状态,人以“静观”态度对待环境,视环境为审美对象,尚没有充分地投入进去。

审美体验的丰富性常能从通感联觉中反映出,在房地产广告中,联觉的修辞虽不多见,却使用了“视觉+触觉”、“视觉+听觉”两种形式,代表了审美方式的常见形态。如“收纳阳光清风”,就从视觉和触觉来表现,“阳光清风”给人以沐浴在明亮光线之下感受风从肌抚过的惬意享受;而“山语听溪”则从视觉和听觉来表现,一边欣赏山水风光,一边聆听溪水潺潺,这里还运用了拟人的修辞手法,将山和溪水化作有口有耳之人。

(2) 人与环境的关系

房地产广告中的环境,以城市环境和自然风光为主,前者如“湖城繁华”、“阅海美宅”、“宽景园林”、“阔景温泉”等,后者有“一品江山”、“湖隐层峰”、“山湖湾海”、“壮阔湾区”等,它们作为“人化的自然”,与人类的关系相比于那些偏向崇高美的风景而言,更为亲密、和睦。因此,广告表述人与自然的关系之一,就是亲切感,这些表述有:“亲海无距离”、“山海居住梦想”、“世界岛、心灵湾”、“境高远,心悠然”、“明心净性”、“鸟语虫鸣”等,自然被当作人们的家园,不仅可以从中获得心灵的放松和精神的愉悦,还能以自然为“比德”,从中陶冶情操,体悟人生智慧。

同时,广告中另一种突出的关系表达则是掌控感,这些词汇比上述亲近的表述更为普遍,如动词“坐拥”、“尽纳”、“奢藏”、“奢享”、“收纳”、“争藏”、“尊享”、“指点”、“玩赏”、“拥”、“揽”等,无一不显示了居住者对风景的全面掌控;又如“做湾主”一语明确显示了主体和掌权者;还有的表述传达了掌权者高高在上的心理感受,如“无意争锋自成峰”、“全城观候”、“巅峰仰止”。从修辞技巧而言,这可能是夸张手法的应用,以便更好地传达环境优势。但笔者认为,这至少反映出两个方面的问题。其一是自然和环境日益成为稀缺资源,如陈望衡所指出的:“自然当其作为人的价值物时,主要有两种情况:一是作为资源,二是作为环境。”^①随着城市化的进行以及人类对自然资源的掠夺,原生态的自然景观越来越少,环境的稀缺性使得人们对其奉若珠宝。“争藏岛内最后一湖”、“生活、观景双重奢享”等广告语足以反映出人们对自然的渴望、珍视。其二,如果自然变成具有价值的资源,那么拥有它便成为衡量人的社会成就的标准之一,因此广告反映出人对于身份、地位的看重,与直接对金钱的显摆不同,这里的尊贵和富足,是通过占

^① 陈望衡,环境美学的当代使命.郑州大学学报,2014.1:101-103.





有稀缺资源——风景——来达成的。固然,环境以及环境审美的重要性在广告中得到充分的展示,但笔者赞同柏林特的观点,把属于公共领域的自然风光变成个人私有财产,是不利于环境生态发展的,“成片的房子拔地而起,把本来天然的江湖变成自己家的后院,禁锢了天然的野趣和美丽。”^①

三、结论及展望

根据内容分析及文本分析的结果,本文对房地产广告所作的环境美学观照可以得出如下结论:

(1) 环境诉求成为常态

房地产广告中无论是楼盘名称、标题还是正文,几乎都在宣扬环境的重要性,环境诉求非常普遍。

(2) “宜居”是房地产广告的首要关注点

宜居思想在房地产广告的诉求中占主要比重,房地产能带给人需要满足、利益回报等,房地产利于出行方便等,最为消费者看重,而居住地区的安全性、自然环境本身的健康与否不是有吸引力的理由。生活-居是环境美学的主题,宜居归根结底就是让居住者能够在所处的环境中生活得健康、舒适、称心如意。

(3) “山水之乐”成为房地产广告表现“乐居”思想的一大亮点

宜居是乐居的基础,乐居是宜居的更高层次,它侧重于精神层面的享受。在环境美学中,乐居主要是让居住者不仅悦耳悦目,还能悦心悦意。房地产广告强调居住环境给人带来的主要情感享受来自于“山水之情”,人人亲近自然、回归自然、享受自然美的天然需求被特别看重。在图文表现上,房地产广告通过风景与楼盘的组合手法来渲染人与自然共处一室的美好状态。

(4) 视觉仍是主要的环境审美方式

房地产广告显示视觉欣赏仍然是环境审美的主要方式,外观优美,光线充足等因素是最吸引人的地方,偶有联觉应用,主要是视听结合。这与环境美学的主旨不符,后者强调感知的全息性,应综合运用各个感官,追求与环境的交相感应,与环境融为一体,全身心投入其中。

(5) 亲近感和掌控感是人与环境的关系

从审美体验的方式和人与环境关系两个方面,都能发现房地产广告中所反映的审美关系,既有居住者亲近自然、回归自然,视自然为家园的一面,也有掌控自然、占有自然,显示人的主体性的一面。

(6) “乐居”思想有待进一步彰显

宜居和乐居两种思想都在广告中有鲜明的体现。广告作为社会文明的折射,必然反映了消费者的生活形态和主流价值观,因此可以说,当前民众对环境美的追求是有意识的,对环境的审美性和人与自然的和谐关系是渴求的,正如陈望衡所说,“诗意地安居,意味着人与环境的关系,……是一种相互肯定、相互渗透、相互有利的亲和关系^②。随着城市建设、交通配套的逐步完善,居住环境提供的利益好处和方便卖点可能会逐渐淡

① 阿诺德·伯林特,《环境美学》,2006,长沙:湖南科学技术出版社:40.

② 陈望衡,《环境美学》,84.

化,而对居住的精神满足要求越来越关注,宜居向乐居的过渡应是环境审美的发展方向,但目前相较于“宜居”思想,“乐居”思想在房地产广告中的表现仍有欠缺,且对它的诠释不够到位,蜻蜓点水。不少广告还只停留在“告知”阶段,而没有进一步进行“感化”,无法打动受众。因此,掌握环境美学的核心理念,有意识地将其强化、渗透到房地产广告中具有一定的社会意义和价值意义。同时,我们也应看到,居之乐,不是一般的快乐,也不是指娱乐,而是指幸福。幸福不是幸福感,而是兼顾物质与精神,而且物质处在基础层面^①。乐居是在宜居层次得到充分发展后的自然生成,只有当物质基础得到充分满足,人对生活的追求才开始转向精神层面,目前房地产广告仍以利益为卖点,说明生活-居的理想环境关系任重而道远。

^① 陈望衡,环境美学是什么.郑州大学学报,2014.1:102.





新媒体语境下佛山老字号的广告传播应用研究

——兼议广东老字号

邹洁

(广东财经大学, 广东广州, 510320)

摘要: 笔者通过对佛山地区近 13 家“中华老字号”在网站、网络广告视频、网购平台、社交媒体上广告传播的分析,发现广东老字号之间发展非常不均衡,地区与地区之间差异表现较大,“得利器而不知所用”是老字号发展的普遍现象。因而笔者提出技术导向的全媒介全融合、效果导向的个性化定制、受众导向的广告内容设计等针对性的营销性建议。

关键词: 佛山中华老字号 新媒体 消费者 个性 互动

“中华老字号”是指历史悠久,拥有世代传承的产品、技艺或服务,具有鲜明的中华民族传统文化背景和深厚的文化底蕴,取得社会广泛认同,形成良好信誉的品牌。广东省内被商务部认定的“中华老字号”企业共有 34 家(见表 1)。然而以“佛山 老字号”为关键词提取 2004-2014 年的文献,相关研究仅为 6 篇,在近五年的省、市厅级规划项目中,仅 2013 年有“佛山老字号保护与传承研究”的佛山市哲学社科项目立项。新媒体发展如火如荼,严重冲击着新品牌和老品牌,有必要以新的视角解读和研究。

表 1 广东中华老字号品牌(注册商标)一览

陈李济	中一牌	王老吉	冯了性	敬修堂	宏兴
致美斋	潘高寿	珍珠	海天	广州酒家	东古牌
群星	采芝林	莲香楼	徐其修	沙溪	何济公牌
陶陶居	皇上皇	广德泰牌	咀香园	爱群	新
陈太吉	大有	岐江桥牌	远航	趣香	泮溪
泮塘	宝生园	红荔	老山合		

本次研究即以佛山被权威认定的老字号为研究样本,除了中华老字号之外,部分广东老字号认定的品牌也在研究之列。笔者在前期通过电邮和电话的方式,已与佛山相关的食品老字号进行过沟通确认,拟定以面访或邮件、电话沟通的的走访单位有:海天、冯了性、陈太吉、盲公饼、升平百货、民间艺术研究社、合记、大良民信甜品、西樵樵园饼屋、德众药业、得心斋、李禧记大良蹦砂等。旨在发掘在当今以受众为核心的新媒体高速发展的语境下,佛山老字号在广告传播的理念和行为路径上是如何演变的,从而抛砖引玉,给出策略性建议。

一、新媒体时代佛山老字号广告传播的创新研究

关于新媒体的论述已汗牛充栋。联合国教科文组织将其定义为“网络媒体”。在新媒体时代，以私人化、自主化的微博、微信、各类 APP、QQ、社区等网络平台最受年轻人追捧。被誉为“数字时代的麦克卢汉”保罗·莱文森说过，后出现的媒介是对前一种媒介的补救。新媒体是对旧媒介的集成，它集合了声、光、影、音、色等，越来越有“人化”的气质。在新媒体视域下，广告传播是伴随着更新换代层出不穷的数字工具和应用软件，对图像、文字、色彩、版面、图形等表达广告的元素进行的一种创意组合。广告传播的应用领域也从广告本身扩展到了内容营销、移动化营销、社会化营销等各种新媒体传播活动中，广告传播的理念和内容同样发生着巨大变化。

（一）网站设计

企业官网是企业形象展示的重要平台，也是消费者了解企业信息的重要入口。据笔者统计，10家佛山老字号只有海天品牌和冯了性有自己的官网，大多数的佛山老字号没有开通自己的官网，即使是佛山地区知名度最高的海天味业企业也没有将民族和广府文化作为基因体现在官网设计和布局排版中，仅是较为生硬的将广东老字号的认证 logo 摆放于首页的滚动条中。页面设计比较现代和卡通，并没有体现任何广府文化特色。而冯了性药酒的网站设计又过于老旧。建议佛山老字号的官网建设在体现广府文化特色的同时也展现出新颖的观念，将功能性与娱乐性兼具。同样为广东老字号，比如鹤山东古调味食品公司的官网，她在首页以较大像幅的动画展示了古老的集市和充满人情味的商贸往来，配合悠扬的娓娓道来的男中低音画外音解说，以这一形式来展现该品牌自清朝道光三十年至今与人们生活的息息相联。

此外，以王老吉为例，这个家喻户晓的广东老字号品牌，不得不提其营销理念和设计理念也是俱有领导性的。从网站色调来看，无处不在的大红色使得品牌具有很强的视觉区隔，从线上到终端形成了完美呼应；从网站页面布局来看，重点突出详略得当，笔者进行资料统计时恰逢电影《亲爱的》上映，作为该电影的合作伙伴，无论是王老吉的官网还是广药集团官网，都将网站大部分的面积用来呈现该电影的海报（图1），突出了与该老字号品牌与热点时事、文化流行结合紧密的广告传播理念。此外，主页下方微信二维码和微博公众号的露出，将企业的多媒体宣传阵营齐齐暴露在消费者面前，配合王老吉高频的线下互动，使得企业形成了一个良好的线上引流线下体验的 O2O 闭环。



图 1





(二) 网络广告视频

优酷、爱奇艺、56等专业视频网站的崛起突破了传统广告传播时长的限制,受众在这些视频平台上拥有自由创作的空间和分享的权利。作为近两年网络广告视频中的主流形式,微电影广告让受众与品牌直接进行情感交流,一则优秀的微电影广告也拥有强大的自营销能力。然而,据笔者统计,广东中华老字号“触电”的品牌数量凤毛麟角。王老吉的网络广告一直远远地走在众品牌前面,随着时代发展每年都会有一至两个能引发年轻消费者共鸣和讨论的微电影发布。还有一些品牌,如致美斋等,与本地电视栏目合作,制作系列美食栏目诸如《大嘴叹世界》,然后投放在大的视频网站。这其实只是一种传统广告的翻版,只是介质不同。还有品牌以与院校合作的形式设立广告奖项,让学生制作相关作品,如海天拌饭酱“回忆相拌”等相关视频。其他老字号,几乎没有任何微电影作品。大多数品牌都只保有几年前甚至十几年前的电视广告片。总得来说,就网络视频推广领域而言,广东老字号品牌是养在深山无人知的状态,更遑论佛山老字号

笔者对广东老字号在微电影广告投放方面做了定量分析。以2012年至2014年这三年为例,仅有王老吉、白云山中一药业发布了三部微电影。这个发现让笔者也深感意外。而真正有影响力的仅为王老吉2013年拍的微电影《倾世之恋》。该作品在各大视频网站均有大力推广,数据截止至2014年10月16日,众平台总播放频次达近450万之多。尽管评价各异,但以正面评价为主,掀起了一波又一波的话题探讨。根据社会化媒体时代的波纹营销模型,品牌面对的网络环境,就像是面对一个平静的湖面。品牌需要不断往湖面里扔石头,产生一个又一个涟漪,涟漪和涟漪在波纹同步的过程中会互相影响,形成更大的波峰和波谷。^①王老吉一直给自己创造着话题,不断动员和激发着品牌所拥有的意见领袖、忠诚消费者,帮助品牌实现以他们为中心的在社交网络上的同心圆传播。

而论及佛山老字号,除了海天味业与大广赛合作,征集过一些学生创作的微电影作品外,还有一些专业的广告公司设计制作的微电影视频如《美味历程:海天酱油阳光工厂美味之旅》、《海天酱油的传奇》等,时长7-8分钟,但在众视频平台上的点击率都在1000以下,影响力还是偏低的。此外,佛山老字号便再没有一家企业运用过微电影的手段,只是在当地电台和本地媒介会进行相关的电视广告投放,广告设计方式较陈旧,媒介手段也是对于传统媒体的运用。

(三) 网购平台的体验式设计

网络销售渠道已成为继批发,商超,零售店之后的第四大销售渠道。通过网络销售渠道,弥补了老字号固有的地域性限制,延伸了其覆盖范围,让更多的人知道并了解广东的特色文化。据笔者统计,在天猫、京东、1号店等大型网购平台,除了海天官方旗舰店外,10余家佛山老字号并没有哪个品牌是以自己的品牌名命名开辟天猫渠道的,而是授权其他公司进行品牌的联合售卖。比如说联合食品专营店,他的LOGO是“佛山公”的文字品牌,广告语是“传统佛山味道”,而在产品线上,有李禧记大良蹦砂、盲公饼等。

佛山老字号应该如何做呢?我们不妨以优秀的广东老字号为代表进行分析。由于市场需求、产品特性、定价策略、知名度等均不同,导致月销数差异非常大。仅以2014

^①张锐:《漏斗将死,波纹方兴——2014年中国社会化营销趋势展望》,虎嗅网,<http://www.huxiu.com/article/28021/1.html>,2014-02-18

年9月份为例，销售量最高的广州皇上皇肉食制品厂，它的广式香肠达到了月售2250件，在体验设计方面，皇上皇天猫旗舰店也是做得比较突出的。它通过极具视觉冲击的色彩和深金色仿古背景凸显腊味质地，在页面最醒目位置设置微信二维码扫描区域。此外，手机端抢券、热卖推荐、美味零食、手信礼盒等首页信息的布局安排引导性强，方便消费者做出判断选择。客服中心人员分为导购、售前、售后，回应及时，极大方便了与消费者的即时沟通，而品牌故事、美味菜谱等看似与品牌销售无直接关系的版块对沉淀品牌文化，加强消费者粘性亦有极强的正向作用。然而，大多数广东老字号的官方旗舰店仅将网购平台作为一个销售渠道，忽视了其品牌形象的展示功能，体验设计感较弱。

（四）社交媒体

笔者发现，广州地区之外的老字号在社交媒体的应用方面是比较欠缺的，除了海天味业和冯了性企业之外，佛山老字号几乎没有自己的微信或官微平台，而其他的广州地区，如英德、梅州、中山、汕头、潮州等地的中华老字号也是几乎没有自己的微信公众号或官方微博平台。就微博平台来说，广东老字号表现良莠不齐，粉丝数量分布非常不平均。粉丝数量多的老字号如王老吉有345万人，白云山星群夏桑菊也有145多万人，海天味业有20多万人。而新亚大酒店和广州市泮塘食品，只有寥寥数人关注。除了王老吉的微博平均每条有百人的转发量，其它老字号微博的转发人次仅为个位数。究其原因，一是信息更新的速度迟缓；二是微博内容陈述性的信息告知多，有趣时尚和互动性信息非常欠缺。在微信平台上，可圈可点的是王老吉的广告传播。它在微信中使用3D地图导航技术，在与受众的互动之中展示王老吉凉茶博物馆。而海天酱油阳光工厂的微信内容展示则将整合营销传播理念发挥到极致，其阳光工厂、阳光之旅的概念无论在官方网站，官方旗舰店，还是社交媒体都成为线索和关键词，让人对其“五大晒点”的广告诉求过目不忘。

二、新媒体视域下广告传播的营销建议

当今，新兴的媒体形态是推动营销发展的主要动力。但通过笔者研究，发现广东老字号之间发展非常不均衡，地区与地区之间差异表现较大，佛山地区的老字号表现非常低调甚至可以说是“一部默片”，“得利器而不知所用”是老字号发展的普遍现象。无论这种现象的形成是企业主动选择还是被动接受的结果，新媒体时代，就广告传播而言，笔者以为佛山老字号至少应有以下理念转变。

（一）技术导向的全媒介全融合

新媒体带来了技术上的革新。早期静态的旗帜广告不再能满足广告主需求，融合图形、声音、动画、视频等媒介手段的富媒体广告成为时代发展所需。富媒体广告在抓取受众注意力，提升广告的创意性等方面起到了巨大作用。广东老字号应研究和集结各种新媒体上常见的广告载体如Email广告、banner广告、视频插播广告、弹窗式广告和企业官网、活动网站、购物平台等，在保证用户浏览流畅体验的前提下，利用富媒体技术，发挥媒介全融合的效果，创造出准、深、新、趣、奇并令人喜闻乐见的广告形象。

（二）效果导向的个性化定制

移动互联网解决了新媒体的平台和渠道问题，同时又开发了受众的个性化需求。个性化的新媒体时代已经到来，受众可以搜索自己的核心需求，而无需四处打探；而一个





完美的新媒体甚至不需要大量的营销就能够获得小众市场的生存空间。伴随着新媒体发展而诞生的80后、90后族群,新媒体是满足他们个性化需求的极致舞台。在市场细分的基础上,广东老字号应以个性化定制的理念制作有针对性的广告,提升客户的忠诚度和广告效果。

(三) 受众导向的广告内容设计

北大陈刚教授曾说过:网络引发并实现了一次媒体革命,而作为这次革命动因的核心正是“互动”。新媒体使得受众与传播主体处于公平的地位,无联结的、异质的、分散的受众通过互联网集结成一个影响力堪比传统权威媒介的口碑社群,受众的意志、喜好达到前所未有的受重视的高度。广告传播必须从受众而非传播者的角度考虑内容生产,因为决定企业命运的是用户体验。

1、设计贴近消费者的内容

拥有百年历史,有着“莲蓉第一家”的美誉的老茶楼——莲香楼在团购方面做了很多推广,但在其他社交媒体渠道与消费者的沟通甚少。相较于莲香楼,历史仅26年的广东名牌华美月饼却在网络传播方面拥有绝对强势的表现。在刚过去的中秋节,华美月饼发起“会说话的月饼”活动,单从广告主题的设计上看就有很强的悬念性,加上整个微电影视频将中国传统文化与当下热点、幽默故事结合起来,达到了上线几天就破百万的播放量。

2、设计有趣的内容

广东老字号中的新亚酒店和爱群酒店表现非常低调,除与点评网合作外,几乎没有在任何新媒体平台上做过推广,更遑论与消费者深层互动。前两年风靡全球的瑞典Pause商店盗窃营销和加拿大ArtSeries酒店的“够胆就来偷”营销给了我们借鉴。广告主通过网络地图、社交媒体发布消息,与用户一起协同合作完成预设任务,充满新奇性和挑战感的线下互动活动甚至吸引了网球明星小威廉姆斯参与,加上与公益组织的合作,活动获得了极大曝光和网络讨论。

3、设计有时代感的内容

同为以枇杷膏为主打产品的品牌,香港老字号品牌京都念慈庵在近两年选择了80后著名艺人林宥嘉、张嘉倪担任广告代言人,设计了一系列轻松活泼的广告短片,而广东老字号潘高寿的电视广告还主要以2005年唐国强、刘蓓等中老年艺术家为版本。北京老字号红星二锅头在2013年针对其旗下产品小瓶二锅头推出一系列激情澎湃的广告,将红五星时代的风发意气传承,将酒桌上盟友的肝胆相照重温,画面个性鲜明,文案血气方刚,让红星二锅头系列广告在微信圈着实火了一把(图2)。同为酒类,广东老字号顺德酒厂在近些年几乎没有设计过和年轻用户群互动的广告活动。

简言之,新媒体时代,成功的移动营销一定是体现在其内容设计上,以病毒口碑为主要特征。^①只有做到创意出贴近消费者的、有趣的、紧随时代的内容,才有可能形成规模化跨屏传播。

^①许璐:《移动营销,迷宫的十字路口》,《广告大观综合版》,2014年第6期,第18页。



图 2

佛山商道，源远流长。一座城市的老字号，承载着这座城市的记忆，是构成历史文脉不可或缺的元素。盘活、弘扬历史文化遗产和岭南人文资源，对传统的佛山老字号的广告传播进行创新和改革，具有必然性和紧迫性。固守传统营销和旧有市场是远远不够的，唯有坚持全方位立体式营销，迎来老字号的美好时代才会由愿景变为可能。





南海领土争议中的日本主流媒体角色研究

——以《日本新闻》和《日本时报》相关报道为例

李德霞

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 日本并非南海问题当事国, 却蓄意插手南海问题。近年来, 随着日本政治右倾化日趋严重, 军国主义意识和帝国意识不断膨胀, 以及中日关系因日本方面的原因而持续紧张以来, 日本当局以多种方式加快了搅局南海的步伐, 其中发动舆论战是安倍及其右翼集团极为重视且相当擅长的。在安倍的操控下, 部分日本主流媒体自觉不自觉地配合政府展开了舆论战, 并在南海领土争议中扮演着一些不容小觑的角色。文章以日本最大的英文报纸《日本新闻》和最古老的英文报纸《日本时报》为主要研究对象, 采定性为主, 定量为辅的研究方法, 对上述日媒有关南海问题报道进行了较为系统深入的研究, 试图揭示日本媒体在南海领土争议中饰演的角色, 剖析其背后的原因和动机, 并指出相关报道存在的问题。鉴于日本舆论资源丰富、舆论技术高明, 又具有非同一般的舆论引导能力和热点制造能力, 而眼下的东亚与东南亚的岛屿主权之争, 不但是有关各方硬实力之间的比拼, 更是软实力之间的较量, 特别是在各方都不会轻易动武的情况下, 舆论战的较量就显得尤为重要。因此, 本研究应具有一定的现实意义和学术意义。

关键词: 南海问题 日本媒体 角色

基金资助: 本文系中国海洋发展研究会基金项目(China Association of Maritime Affairs, CAMA)资助, 项目名称:“南海问题:美菲舆论挑衅与中国的应对策略”(编号:CAMAJJ201502);福建省社科规划重点项目“南海问题中的美国媒体外交与中国应对策略研究”(批准号:FJ2016A021)的阶段性成果。

一、引言

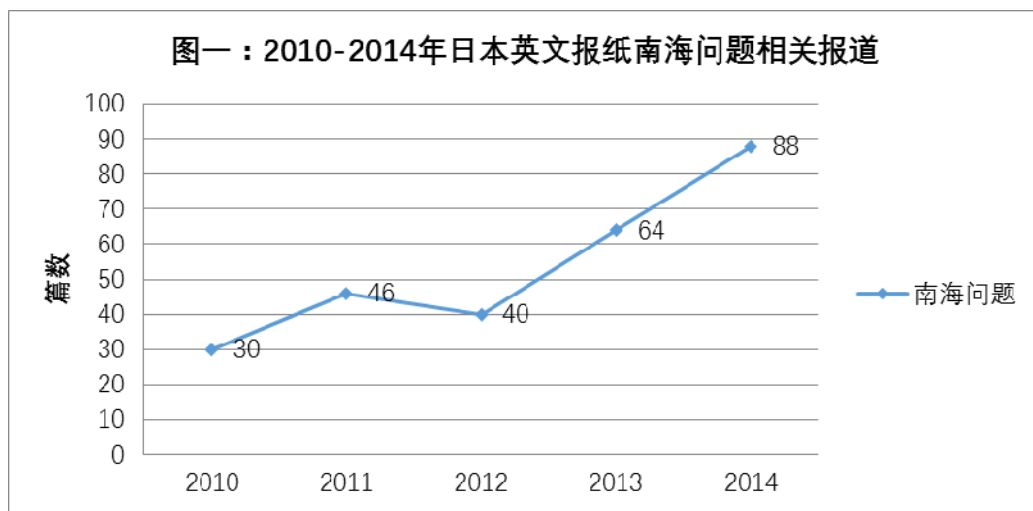
(一) 研究背景和研究意义

日本虽然远离南海, 却对南海念念不忘。二战期间, 日本曾占领过南沙群岛, 后虽因战败而不得不遵照《开罗宣言》和《波茨坦公告》之规定, 将南沙群岛归还中国。但自20世纪80年代开始, 随着日本经济和军事实力的增强, 以及美国要求日本承担更多的防务任务, 日本又开始将其关注的目光投向南海。冷战结束后, 国际格局的重新洗牌、日本“专守防卫”范围从本土向整个亚太地区的扩大,^①以及中国经济的飞速发展, 均促使日本想方设法插手南海, 并扩大其在该海域的影响力。自美国实施“重返亚太”和“亚太再平衡”策略以来, 日本更是不失时机地积极介入南海领土争端。日本之所以对南海如此热衷, 其一是因为南海航线关乎日本大量海上运输, 被日本当局视为“海上生命线”;

^① 刘庭华.日本右翼势力为何猖獗[N/OL].学习时报,2012-09-24.
http://news.xinhuanet.com/world/2012-09/24/c_123754877.htm

其二是因为南海乃综合实力不断加强的中国核心利益之所在，与中国存在历史和领土纠葛的日本由此将南海视为抗衡中国的重要手段；其三是因为东南亚一些国家与中国存在南海领土主权纷争，日本由此将南海问题视为拉拢东盟、谋求地区战略优势的天赐良机；其四是因为南海问题的解决同样关系到日本在该海域的经济利益，部分日本企业自 20 世纪 90 年代起即已参与了南海油气资源的开发。^①

日本对南海兴趣的与日俱增，亦可以从其媒体的相关报道中得到体现。以日本两家主要的英文报纸《日本新闻》(The Japan News)和《日本时报》(The Japan Times)为例，这两份报纸在 2010-2014 年有关南海问题的报道量如图一所示：

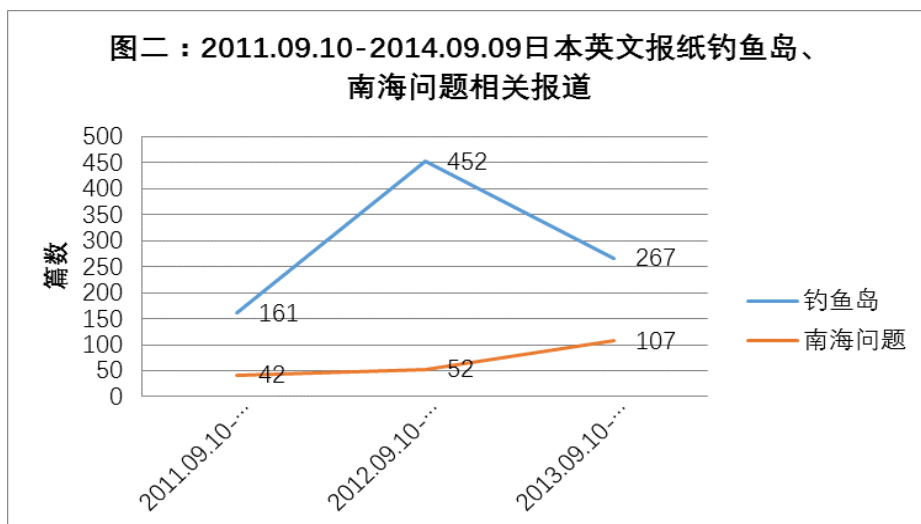


资料来源：根据相关数据库中的数据制作而成。

这里要先说明的是，2014 年的统计量仅计算到笔者开始撰写本文的 9 月 24 日为止。也就是说，在 2010-2014 年 9 月将近 5 年时间里，《日本新闻》和《日本时报》关于南海问题的报道量总体呈上升趋势，尤其是自 2012 年到 2014 年间的报道量增长迅速，这应该是与日本在 2012 年 9 月将钓鱼岛及其附近的南小岛和北小岛“国有化”，并由此导致中日关系不断恶化有关。有意思的是，当笔者尝试以 2012 年 9 月 10 日日本政府在其内阁会议上确定所谓的钓鱼岛“国有化”方针为关键时间点来统计其前后三年，即 2011 年 9 月 10 日到 2014 年 9 月 9 日间，《日本新闻》和《日本时报》关于钓鱼岛和南海问题的报道量时发现，在日本将钓鱼岛“国有化”后的那一年（2012 年 9 月 10 日-2013 年 9 月 9 日），两份报纸有关钓鱼岛的报道量达到了 452 篇，较前一年增加了 291 篇，但此后一年的报道量则迅速减至 267 篇。与此不同的是，在这三年间，两份报纸对南海问题的报道量却是逐年攀升的（见图二），其中第三个统计年度的报道篇数（107 篇）是第一个统计年度（42 篇）的 2.5 倍之多。这固然与近年来南海问题不断成为媒体关注焦点有关，但也从某种程度上反映了日本媒体对南海问题有增无减的报道兴趣和报道热情。

^① 张瑶华.日本在中国南海问题上扮演的角色[EB/OL].(2011-08-03).
http://www.ciis.org.cn/chinese/2011-08/03/content_4381397.htm





资料来源：根据相关数据库中的数据制作而成。

近年来，随着日本政治右倾化日趋严重，军国主义意识和帝国意识不断膨胀，以及中日关系因日本方面的原因而持续紧张以来，日本当局以多种方式加快了搅局南海的步伐，其中发动舆论战是安倍及其右翼集团极为重视且相当擅长的。安倍内阁不仅在 2013 年 8 月斥 10 亿日元巨资用于所谓的岛屿争议宣传费，^①还对日本国内媒体不时诉诸软硬兼施，从而加速了日本媒体的右倾化。在安倍的操控下，部分日本媒体自觉不自觉地配合政府展开了舆论战，并在南海领土争议中扮演着一些不容小觑的角色。本文将《日本新闻》和《日本时报》为例，结合笔者对南海问题的长期跟踪，来探讨南海问题背景下的日本媒体角色。

鉴于日本舆论资源丰富、舆论技术高超，又具有非同一般的舆论引导能力和热点制造能力，而眼下的东亚与东南亚的岛屿主权之争，不但是有关各方硬实力之间的比拼，更是软实力之间的较量，特别是在各方都不会轻易动武的情况下，舆论战的较量就显得尤为重要，谁能在国际舞台上占据更多的舆论优势，争取更多的好感，谁就有机会获得更多的道义支持。因此，研究日本媒体在南海领土争议中扮演的角色、剖析其背后的原因和动机，并揭示其报道存在的问题，颇具现实意义和学术意义。

（二）研究对象的选择和说明

本文之所以选择上述两份日本英文报纸作为主要研究对象，大抵是基于如下两大因素之考量：首先，尽管日文知名报纸不少，但基于语言优势，英文报纸在国际舆论场上的影响力相对较大；其次，《日本新闻》既是日本最大的英文报纸，又是由日本报纸中发行量最大的《读卖新闻》所创办，故而不论在日本国内还是在海外，均具有相当的影响力。^②而创刊于 1897 年的《日本时报》则是日本最古老的英文报纸，且据称自 2013 年 10 月 16 日起，该报已同《国际纽约时报》（*International New York Times*）一起印刷和销售，^③因此，不论是从历史还是现状来看，《日本时报》应该都具有一定的国际知名

^① 佚名.日本计划本周内推出宣传钓鱼岛等“主权”[N/OL].世界日报,2014-01-23.
http://www.worldnewsph.net/4/i_images/i10.html

^② 见该报网站：<http://the-japan-news.com/about>。另见 Yomiuri Shimbun[EB/OL]. 维基百科网站：
http://en.wikipedia.org/wiki/Yomiuri_Shimbun

^③ The Japan Times[EB/OL]. 维基百科网站：http://en.wikipedia.org/wiki/The_Japan_Times

度。当然，本文还会涉及其他一些日本媒体（如共同社、《朝日新闻》、《外交学者》杂志等）的相关报道。

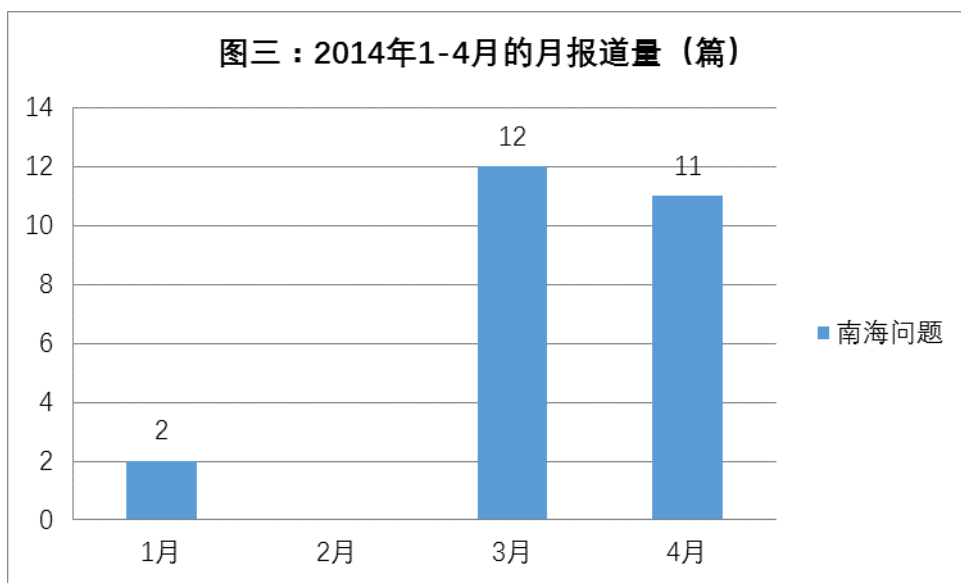
（三）研究方法

本文将采定性为主、定量为辅的研究方法，以随意选择的《日本新闻》和《日本时报》在2014年1月至4月间有关南海问题的报道为例，探讨南海问题背景下的日本媒体角色，分析日媒扮演这些角色背后的原因和动机，并揭示相关报道存在的问题，以期达到知己知彼、更好应对的目的。

二、研究内容

（一）相关报道的基本情况介绍

首先，从报道量来看，在2014年的前4个月，《日本新闻》和《日本时报》共刊载了25篇与南海有关的报道，其中绝大部分是《日本新闻》的，《日本时报》仅有2篇，且都是在3月发表的，说明《日本新闻》显然对南海问题更加热衷，这可能与其母报《读卖新闻》中间偏右的政治立场有关。再从月报道量来看，在这4个月中，1月份仅有2篇，2月份没有，3月和4月则较为平均，分别是12篇和11篇（见图三）。1月和2月分别是庆祝新年和中国传统春节的时候，不少受中国文化影响的东南亚国家也都有过春节的习俗，可以想象，在此期间，南海形势应该是相对平静的。



资料来源：根据相关数据库中的数据制作而成。

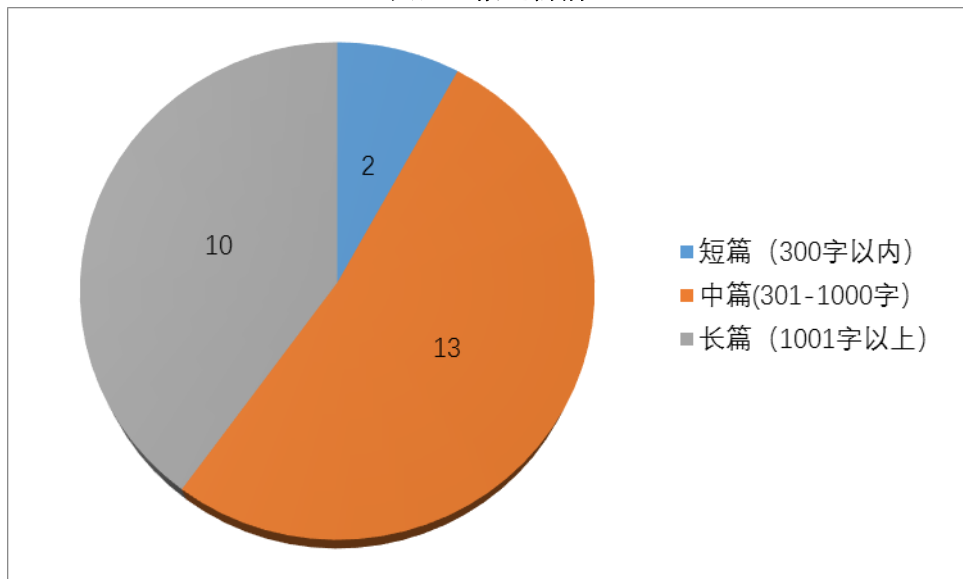
其次，从报道体裁来看，25篇报道中涵盖了5篇社论、2篇采访报道，和18篇消息报道。《日本时报》的2篇文章均为消息。

最后，从报道篇幅来看，25篇文章中，仅有2篇是短篇（300字以内），中篇（301-100字）和长篇（1001字以上）分别是13篇和10篇（见图四），其中最长的一篇多达2261字，可见日本媒体在报道南海相关问题时是不惜篇幅的，这也同样表明了他们对南海问题报道的兴趣。





图四：报道篇幅



(二) 日本媒体扮演的角色

1. 提供重要信息

尽管在信息化和全球化时代，人们获取信息的渠道可谓多种多样，但就领土争端、国际关系、军事动态等较为复杂而又敏感的非强制性接触(Unobtrusiveness)议题^①而言，大众媒体依然是各国政要、专家学者，乃至普通大众不容忽视的重要信息来源。由于日本传媒技术先进、报道经验老道，又对亚太领土主权，中美、中日关系，中国军事动态等方面的信息相当关注，因此，对于日本社会各界来说，日本主流媒体无疑是其获取此类新闻的重要渠道之一。事实上，据笔者观察，日本主流媒体获取一些关键或内部信息的能力确实非同一般。举几例来看，早在东亚峰会于2013年10月10日在文莱召开之前的一周，即10月3日，共同社已经获得了此次峰会的主席声明草案内容。^②2013年11月10日，共同社又将中国军方计划划设防空识别区(ADIZ)一事公诸于众，这比中国国防部正式对外宣布设立的时间(即2013年11月23日)提早了13日。^③此后，日本媒体还于2014年1月披露了中国划定东海防空识别区的一些内部消息，如原案的出炉时间、划设范围，以及是否要求飞机事先出示飞行计划等。^④紧接着，《朝日新闻》又爆料，中国正考虑在南海也设立防空识别区，并断言“南海防空识别区的草案已在空军事务层级制作完成。范围将以中国大陆实际管辖的西沙群岛上方空域为主，几乎覆盖南海上空的全部空域。”^⑤共同社为此还特意采访了美国白宫国家安全委员会负责亚洲事务

^① 所谓非强制性接触的议题，是指受众无法直接亲身体验的议题。参阅传播学核心理论与概念[M].2008:253.

^② 佚名.独家：东亚峰会主席声明草案出炉 南海表述回避刺激中国[N/OL].共同社,2013-10-03. <http://china.kyodonews.jp/news/2013/10/61009.html>

^③ 日媒：华“防空识别区”或纳冲绳[N/OL].大公报,2013-11-12. <http://news.takungpao.com/paper/q/2013/1112/2030506.html>, 20131219

^④ 沈子涵.东海风云/日媒：陆划防空区范围比原案广[N/OL].中央日报网路报,2014-01-12. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=109&docid=102607566

^⑤ 佚名.日本朝日新闻专文——中国大陆讨论设南海防空识别区 南沙或纳入视野[N/OL].中央日报网路报,2014-02-06. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102633413

的高级主管梅德罗斯，以探询若中国划定南海防空识别区，美国将采取怎样的对策。^①尽管日本媒体关于中国即将划设南海防空识别区的炒作遭到了中国外交部发言人洪磊的否认和批驳，^②但其相关报道还是引发了美国和周边一些国家的警觉与反弹，美国国务院甚至为此发出了“措辞强硬的警告”。^③此外，鉴于日本媒体对中国的军事事务始终兴趣浓厚，因此，一些涉华军事要闻往往能在日本媒体中找到。诸如中国的国防开支、中国人民解放军的重组、中国的军队建设、军方行动、军事战略等，日本媒体都乐此不疲地予以了大篇幅的报道、分析、点评和渲染。^④为了获取更多的信息，日本媒体对中国媒体同行的相关报道也非常重视。比如，《日本新闻》关于中国针对南海展开的“卷心菜策略”或“香肠战术”等重要信息的透露，便是来自中国北京电视台播出的访谈节目。^⑤类似的消息对于那些极少关注中国媒体，或不懂中文的日本或他国受众来说，其重要性不言而喻。而日本媒体透过对相关政府官员或专家学者的采访而得的信息或观点，对有关各方来说，同样意义非凡。

2. 鼓吹中国威胁论

在南海问题相关报道中，日本媒体最津津乐道，也最擅长的莫过于制造中国威胁论。但凡中国的军力发展、军事活动、国防开支、防空识别区问题、中美军舰对峙事件、东海问题、南海问题等都是日本媒体百炒不厌的对象。在本文所研究的 25 篇报道中，《日本新闻》至少在 6 篇中不厌其烦地警告道，中国正试图通过武力改变现状，^⑥但却忘了恰恰是日本政府将钓鱼岛“国有化”的行径导致了现状的改变，并由此造成中日关系陷入低谷的事实。对于中国正常的军事改革或军事活动，日本媒体认为，中国的军事建设是“为了在亚太地区争霸”；它们预言，中国的举措将会“强化中国可能对其他国家造成巨大威胁的意见”，^⑦并断言中国正在“追求军事扩张”；^⑧中国的国防开支更是日本媒体大肆渲染的题材，在中国公布 2014 年国防预算的第二天，即 2014 年 3 月 6 日，《日本新闻》即刊发了题为“2014 年中国国防支出将增加 12.2%”（China to increase defense

^① 佚名.美促华勿设南海防空识别区[N/OL].世界日报,2014-02-02.<http://worldnews.net.ph/post/202>

^② 佚名.中国否认即将设南海防空区[N/OL].世界日报,2014-02-02.<http://worldnews.net.ph/post/199>

^③ 美促华勿设南海防空识别区[N/OL].世界日报.

^④ 详见 Anon.China plans military reform to enhance its readiness[N]. The Japan News, 2014-01-03; Anon.China to increase defense spending by 12.2% in '14[N].The Japan News, 2014-03-06; EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N].The Japan News, 2014-03-07; Anon.Japan-China COLD WAR / China's maritime aggression distorts international norms[N]. The Japan News, 2014-03-19; Anon.U.S. eyes on Japan's security 2 / Japan, U.S. must deter 'creeping aggression' at sea[N].The Japan News, 2014-04-10; Anon.Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News, 2014-04-25; EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N]. The Japan News, 2014-04-26.

^⑤ Japan-China COLD WAR / China's maritime aggression distorts international norms[N]. The Japan News.

^⑥ Anon.Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News, 2014-01-01. See also EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News; Anon.U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News, 2014-03-23; EDITORIAL / Japan, S. Korea, U.S. must address deeper challenges to trilateral unity[N]. The Japan News, 2014-03-28; Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News; EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N].The Japan News.

^⑦ EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^⑧ Anon.Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News, 2014-04-25.





spending by 12.2% in '14) 的新闻, 通过将中日国防总预算之对比, 来凸显中国国防开支之庞大, 发展之迅速,^①但对中国以往的军费支出基数之低, 以及现有人均军费开支仍然比日本低很多的事实则只字未提。3月7日,《日本新闻》又以“中国的公然扩军威胁到亚太地区和平”(China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region) 为题发表了一篇社论, 继续老调重弹地抨击中国国防预算的不透明, 认为实际的费用, 应是“公布数额的两倍”。^②直至4月25日,《日本新闻》仍旧对中国的国防预算耿耿于怀, 但这回是把中美两国的军费开支情况进行对比, 说明两国国防预算差别之缩小。^③事实上, 与其他一些西方媒体一样,《日本新闻》并未对中国国防支出的实际情况进行相对客观公正的报道。恰如俄罗斯《俄塔社》所点评的那样:“中国军事增长是伴随着经济实力而增加的,”相对其他国家而言, 中国的国防预算仅占国民生产总值的1.4%, 远低于世界3%的平均水平。美国夏威夷东西方研究所中心军事专家亦认为:“中国努力实现军事现代化, 并非起源于其与邻国的争端, 而是为了从整体上, 推进其全球地位的提高, 从而与其在经济/政治/文化等方面的影响相匹配。”^④中国大陆是在包括美、日在内的20几个国家均设立防空识别区之后, 才宣布建立东海防空识别区, 这原本是合理合法的,^⑤但《日本新闻》却反应强烈, 先是妄称中国像对待领空一样地对待防空识别区,^⑥继而便引用美国助理国务卿丹尼尔·拉塞尔(Daniel Russel)在听证会上的发言称, 中国宣布设立防空识别区的声明是“一种挑衅行为, 是迈向错误方向的严重一步”, 接着又责怪中国没有事先与邻国协商,^⑦然后又援引日本航空自卫队西部防空部队前指挥官利通岩永(Toshimichi Iwanaga)的话称:中国的防空识别区是“‘针对日本的威胁’, 意在夺取尖阁诸岛(即日本对钓鱼岛的称呼——笔者注)”。^⑧

3. 抹黑中国形象

正如安倍无论走到哪, 从不忘蓄意损毁中国形象一样, 日本媒体也尽其所能地抹黑中国形象。众所周知, 钓鱼岛历来是中国的固有领土, 中国拥有无可争辩的主权, 但日本政府却在2012年9月擅自将其“国有化”, 从而致使中日关系急剧恶化。对此, 日本媒体不予检讨, 反而倒打一耙, 极力将中国塑造成所谓“亚太侵略者”的形象。在25篇新闻中, 至少有6篇提到中国国有船舶或政府船只“侵犯”钓鱼岛周边所谓的“日本领海”, 或中国的无人驾驶飞机飞越所谓的“日本海域”, 或中国国家海洋局的飞机于2012年12月“侵入”所谓的“日本领空”, 或中国冒犯“菲律宾、越南及该地区其他海上国家的领海”等。^⑨在日本媒体看来, 中国不但是个觊觎他国领土的所谓“侵略者”, 还是个导致亚太

^① China to increase defense spending by 12.2% in '14[N].The Japan News.

^② EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^③ Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^④ 紫茗.和平需要实力维护[N/OL].世界日报,2014-03-12.<http://worldnews.net.ph/post/3508>

^⑤ 文睿.香港中评社社评——警惕日本借防空识别区分化两岸的图谋[N/OL].中央日报网路报,2013-12-11. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102567031

^⑥ Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N].The Japan News.

^⑦ Anon.Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N].The Japan News, 2014-03-14.

^⑧ Japan-China COLD WAR / China's maritime aggression distorts international norms[N].The Japan News.

^⑨ Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News. See also EDITORIAL /

地区紧张局势升级的“军事挑衅者”。^①在这些报道中，“单方面的”（unilateral/unilaterally）是日本媒体频繁使用的一个关键词，至少在 10 篇文章中出现过 15 次，^②其中一半以上是在谴责中国未经与邻国，特别是日本商量而设立东海防空识别区的行为，不知当年日本划设防空识别区时是否跟中国商谈过？此外，《日本新闻》还把中日关系的恶化归结为中国在钓鱼岛周边海域的“反复挑衅行为”所致，全然忘了是谁迫使中国不得不采取此类措施来强化其对钓鱼岛的主权声称。^③

4. 指责中国

在日本媒体的相关报道中，时常可见指责中国的言论。除了中国的军费开支和防空识别区之外，日本媒体还在以下多个方面无理指摘中国：中国不应因安倍晋三参拜靖国神社便拒绝与日本对话；^④是中国而非日本“一直在撼动战后的国际秩序”；^⑤中国“对周边国家实施军事和商业胁迫”；^⑥中国对钓鱼岛施行重复的强制性行为；^⑦中国军舰不仅将火控雷达锁定日本海上自卫队的船只，还在南海多次对菲律宾和越南采取类似的挑衅行为；^⑧2013 年底发生的所谓中美军舰南海险相撞事件是由中国挑起的，是中国海军船只故意要与美国的“考本斯”号相撞，这已是同类事件中的第三次，“中国以几乎是以对待其领海的方式来对待其专属经济区；”中国具有任意解释国际法规和国际惯例的倾向；^⑨中国无意遵守中美海上磋商机制；^⑩尽管日本数次呼吁中国建立海上沟通机制，但中国

China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News; Anon.Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News, 2014-03-13; Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N]. The Japan News; Anon.Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N].The Japan News, 2014-03-18; EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N].The Japan News.

^① U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News. See also Anon.Kishida: Japan backs Philippine lawsuit[N]. The Japan News, 2014-04-13; Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^② Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News. See also EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News; Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N].The Japan News; Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N].The Japan News; Anon.Japan, U.S. to help ASEAN monitor seas[N]. The Japan News, 2014-04-20; EDITORIAL / Chinese military must strictly adhere to new code of conduct on safety at sea[N]. The Japan News, 2014-04-25; Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News; Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News; EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N]. The Japan News; Anon.Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News, 2014-04-26.

^③ Kishida: Japan backs Philippine lawsuit[N]. The Japan News. See also Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^④ Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N].The Japan News.

^⑤ EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^⑥ Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News.

^⑦ Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^⑧ Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N]. The Japan News. See also Anon.21 navies support ban on radar-lock[N]. The Japan News, 2014-04-22. EDITORIAL / Chinese military must strictly adhere to new code of conduct on safety at sea[N]. The Japan News.

^⑨ Japan-China COLD WAR / China's maritime aggression distorts international norms[N]. The Japan News.

^⑩ Anon.Japan-China COLD WAR / CPC decisions made under layers of veiled obscurity[N].The Japan News, 2014-03-20.





兴趣不大；^①南海海域之所以尚未制定行为准则，是因受到中国方面的抵制；^②“中国一直在国际上兴风作浪。”^③最令日本媒体看不顺眼的恐怕就是中国媒体的所谓“反日宣传”了。在《日中冷战/中国媒体编造对日“胜利”》(Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan)一文中，《日本新闻》不惜以长达1027字的篇幅，对《文汇报》和中国中央电视台(CCTV)关于日本驻慕尼黑总领事彰弘水谷(Akira Mizutani)在中国驻德国大使史明德于2014年1月15日的慕尼黑国际新闻记者俱乐部上发言时突然站立离席一事的报道，予以了猛烈的反击，认为中国媒体的报道纯属诬陷。^④

5. 离间中外关系

南海问题的实质在于中国与南海周边某些国家存在岛礁主权和海洋划界争议，这原本应由直接当事方通过双边友好协商的方式解决，与非南海国家日本毫不相干，但日本媒体却热衷于借题发挥，搬弄是非，妄加揣测，以此来离间中外关系。在有关报道中，经常可以看到此类挑动地区对立的言论。如在2014年3月13日的新闻报道中，《日本新闻》转载了日本驻英大使天井住宅(Keiichi Hayashi)向《每日电讯报》的投稿，声称“中国在军费开支方面的戏剧性增长，已对处于东海和南海的邻国构成了威胁”；“已成为亚太地区和平与安全问题的严重且值得共同关注的，是中国空前的军事发展，及其对周边国家使用军事和商业胁迫。”^⑤“自2008年全球金融危机以来，在美国影响力逐渐消退的国际秩序中，中国已毫不迟疑地对日本尖阁诸岛和南海纠纷诉诸高压手段；”^⑥“中国已多次与菲律宾和越南因南海的南沙群岛和其他岛礁发生冲突。这个为运送原油提供重要通道的南海，为中美对抗奠定了基础，美国拥护航行自由。”^⑦“奥巴马已敦促中国缓和区域紧张局势，但北京无视华盛顿的劝说努力，采取了多项举措，包括在东海单方面宣布设立防空识别区；”^⑧2013年11月，“中国在东海包括尖阁诸岛在内的区域宣布设立防空识别区。该国还表现出在南海其邻国管辖的岛屿设立此类区域的意图。”^⑨事实上，中国政府已多次对外宣布，中国将“始终坚定不移地走和平发展的道路”，“睦邻友好、互利合作是中国同周边国家关系的主流。中方奉行与邻为善、以邻为伴的周边外交政策和‘亲、诚、惠、容’的周边外交理念，始终致力于加强同周边国家各领域交流合作。”^⑩然而，日本媒体却罔顾事实，不断炒作中国威胁论，挑拨中外关系，其主要目的无非在于配合日本政府构筑反华战略联盟。

6. 渲染紧张气氛

^① 21 navies support ban on radar-lock[N]. The Japan News. See also EDITORIAL / Chinese military must strictly adhere to new code of conduct on safety at sea[N]. The Japan News.

^② 21 navies support ban on radar-lock[N]. The Japan News.

^③ EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N]. The Japan News.

^④ Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N]. The Japan News.

^⑤ Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News.

^⑥ Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N]. The Japan News.

^⑦ 21 navies support ban on radar-lock[N]. The Japan News.

^⑧ Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^⑨ Anon. Obama aims to change image of 'weakness'[N]. The Japan News, 2014-04-26.

^⑩ 佚名.中方:日蓄意挑动地区对立[N/OL].世界日报,

2013-12-10. http://www.worldnewsph.net/2/p_images/p03.html. 另见佚名.斥日军机跟踪监视 最近距离仅10米 中国军方:证据确凿 居心何在[N/OL].世界日报,2014-05-30. <http://worldnews.net.ph/post/9832>

自安倍再次上台以来,日本政坛右倾化趋势明显加剧,安倍内阁积极推动和平宪法的修改,频频为解禁集体自卫权造势,妄图恢复军国主义,挑战战后国际秩序,日本的种种倒行逆施导致东亚地区紧张局势频现,这是国际社会有目共睹的。可是,日本媒体对此不仅视而不见,反而动辄制造议题,渲染紧张气氛,把一切责任都推给了中国。如《日本新闻》夸张地宣称,倘若中国继续推行要求所有在防空识别区内飞行的飞机均需提前提提交飞行计划,否则将采取“紧急防御措施”的话,“日本就有可能卷入一场军事冲突。”^①《日本新闻》还断章取义地把李克强总理关于中国将“大力建设海洋强国”,并“在常规基础上准备战争,加强边防、海防和空防”的言论,解释为“北京有意扩大其在东海和南海所声称的国家利益”,因此,该媒体警告道:“日本必须准备应对中国试图武力改变现状的可能性。”^②《日本新闻》亦不止一次地把亚太地区不断升温的紧张局势归因于所谓的中国的军事建设和海上挑衅行为。^③对于2013年1月发生的所谓“火控雷达照射”事件,包括日本共同社在内的日本媒体均予以了多次炒作,妄图以此抹黑中国形象。^④《日本新闻》引用日本官方的说法,称中方的行动无异于是对日本海上自卫队驱逐舰的“实际进攻”,^⑤并声称:“中国军舰已多次在南海以此类挑衅行为来对付菲律宾和越南。哪怕是一丁点的错误都有可能造成事故或冲突。”^⑥此外,《日本新闻》也把中国海警编队在钓鱼岛领海的合法巡航行为定性为“反复挑衅行为”,并称此举“已使与日本的紧张关系不断升级”,中国“也与东盟成员国因南海领土主权争议而关系紧张。”^⑦总之,炒作区域紧张局势,煽动敌对情绪,以误导国际舆论,这也是日本媒体在南海问题报道中惯用的把戏。

7.关注美方动态

尽管美国亦非南海争议国,但在日本媒体的相关报道中,“美国”一词却是出现频率较高的一个关键词。在本研究所选定的25篇文章中,有多达19篇(占76%,其中一篇是由《日本时报》报道的)不同程度地提及了美国,说明日本媒体对美方动态甚为关注。总体而言,日媒报道的与美国有关的议题主要集中在如下几个方面:

第一,日美同盟关系。众所周知,自第二次世界大战结束以来,美国就一直是日本的靠山和扶持者,日本一向采取“依托日美军事同盟对地区实行主导控制”的安全战略,^⑧因此,对日本而言,日美同盟至关重要,按照日本公明党党首山口那津男的说法,“日美同盟是日本外交的支柱,是亚太地区稳定的关键。”^⑨《日本新闻》也指出,安倍晋三治理下的日本,“一直寻求维持和发展日美同盟作为其外交的基础。”^⑩为此,深谙日美

^① Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News.

^② EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^③ Ibid. See also Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^④ 佚名. 海军斥日媒报道纯属捏造[N/OL]. 大公报, 2013-03-19.
<http://news.takungpao.com/paper/q/2013/0319/1498530.html>

^⑤ 21 navies support ban on radar-lock[N]. The Japan News.

^⑥ EDITORIAL / Chinese military must strictly adhere to new code of conduct on safety at sea[N]. The Japan News.

^⑦ Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^⑧ 日本在中国南海问题上扮演的角色[EB/OL].

^⑨ 佚名. 美参院外交委员会主席要求日方修复日中关系[N]. 共同社, 2013-08-14.
<http://tchina.kyodonews.jp/news/2013/08/57892.html>

^⑩ U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News.





同盟重要性的《日本新闻》极力倡导改善日美同盟关系,认为深化日美同盟既能缓和区域紧张局势,又能牵制中国,同时不忘提醒美国,日美安保条约“规定了美国对日本的国防义务”。^①为了更好地了解美方对日本的态度以及新形势下日本的应对策略,《读卖新闻》记者 Seima Oki 特意采访了美国五位国际关系和军事事务方面的知名专家,^②从中了解到美国“有兴趣改善日本的自卫姿态,以使其能更有效地保护自己。因此,日本的防卫仍然是联盟的首要任务。”^③不过,《日本新闻》虽然对美国希望通过更多介入亚太事务来从该地区的“稳定与繁荣中受益”的意图了如指掌,但对奥巴马政府的亚太“再平衡”策略的效果却是心存疑虑的,其主要原因即在于担心美国与中国确立新型大国关系。^④当然,《日本新闻》也对安倍试图摆脱战后体系,并将日美同盟置于更平等基础的意愿直言不讳,且公开指出,日本“获得集体自卫权这项无限权利的最大变化,可能是参与他国(除美国之外)的联合军演。”^⑤《日本新闻》对强化日美同盟之重视还体现在它对报道日美高层互动之热衷。例如,它对2014年4月24日举行的日美首脑会谈进行了详细的报道和解读。就本研究所选的文章来看,从4月20日起,《日本新闻》就已披露了其母报《读卖新闻》所获悉的不少与峰会有关的讯息^⑥;此后,又在峰会结束后的4月25日和26日进行了一系列(至少5篇)后续报道,进一步阐释了峰会的内容。^⑦报道中特别提到,奥巴马把日本作为此次“亚洲四国之旅的首站”,强调这是奥巴马自2010年11月访问日本以来的第三次,“是18年来作为(日本)国宾的首位美国总统,”峰会确定了一项旨在通过安全合作来加强日美联盟的政策。^⑧字里行间流露出日本受到美国重视的自豪感,以及对未来两国深化同盟关系的憧憬。

第二,美国对涉日议题的表态。从相关报道中可以看出,日本媒体非常在意美国对中国设立防空识别区、中日钓鱼岛之争、日本修宪等牵涉日本利益话题的态度和看法。对于东海防空识别区,《日本新闻》分别引述了美国助理国务卿丹尼尔·拉塞尔在听证会上的发言,拉塞尔斥责中国的做法是“一种挑衅行为,是朝错误方向的严重一步;”^⑨美国国务卿约翰·克里(John Kerry)的警告,及其对中国在南海设立类似区域的反对;^⑩安倍晋三和奥巴马的一致见解:“明确反对任何企图通过胁迫或恐吓手段来改变现状的行为;”日美联合声明对中国的施压:“美国和日本对引起东海和南海紧张局势的近期行动

^① Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News.

^② 为了解专家们关于日本如何应对形势之看法,日本《读卖新闻》记者 Seima Oki 采访了五位国际关系和军事事务方面的美国知名专家,并于2014年4月9日-13日,连续在《日本新闻(The Japan News)》上刊载了系列采访,这里引用的是第一篇采访报道,编号:22813,日期:2014年4月9日,第3页。

^③ U.S. eyes on Japan's security 2 / Japan, U.S. must deter 'creeping aggression' at sea[N]. The Japan News.

^④ U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News.

^⑤ Anon.Abe ready for full-on military drive[N]. The Japan Times, 2014-03-28.

^⑥ Japan, U.S. to help ASEAN monitor seas[N]. The Japan News.

^⑦ Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News. See also Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News; EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N]. The Japan News; Obama aims to change image of 'weakness'[N]. The Japan News; Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^⑧ Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News.

^⑨ Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N]. The Japan News.

^⑩ U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News.

深表关注，如在东海设立防空识别区的不协调声明。”^①对于钓鱼岛，《日本新闻》亦一再引用美国官员乃至总统的说法，称“尖阁诸岛是在日本的管辖下；”^②尖阁诸岛攸关美国利益，必须立即采取行动；^③尖阁诸岛属日美安保条约第 5 条的范畴；^④“美国反对任何旨在破坏日本对尖阁诸岛管辖的单边行动。”^⑤尤其对奥巴马在美日峰会后召开的记者招待会上的表态——“我们对日本安全的条约承诺是绝对的，[日美安保条约]第 5 条涵盖所有日本管辖下的地区，包括尖阁诸岛”——欢呼雀跃，称这是美国总统的第一次公开承诺，是“日本外交和日美关系的里程碑式的成就”。^⑥对于日本修宪这一敏感话题，《日本新闻》再三宣称，奥巴马支持安倍内阁修改宪法解释之努力，以使日本能行使集体自卫权，^⑦同时对美国此举的背后动机予以了解读，认为是美国有意使日本在安全领域发挥更大的作用。^⑧

第三，中美关系。日本媒体对中美关系的走向高度重视，并费尽心机予以挑拨离间，如通过断言中国所构想的作战现代化将对日本和美国构成威胁来提醒美方应注意中方的军事改革；^⑨通过声称在美国影响力日渐消退的国际秩序中，中国毫不迟疑地对钓鱼岛和南海纷争诉诸高压手段，来试图刺激美国；^⑩通过指出中国宣布设立防空识别区是紧接在美国国家安全顾问苏珊·赖斯（U.S. National Security Advisor Susan Rice）发表与中国实施大国关系新模式的发言之后，来企图挑动中美关系，同时暗批奥巴马政府的不明确姿态给了中国钻空子的机会，并暗示美方现任官员应像前国务卿希拉里·克林顿和助理国务卿库尔特·坎贝尔（Kurt Campbell）那样，向中方传递出强有力的信息；[□]通过强调北京无视奥巴马有关缓和区域紧张局势之要求，反而采取了包括设立防空识别区在内的多项措施，来图谋离间中美关系，并塑造中国麻烦制造者的形象。[□]除了不时征引美国官员的话来压制和威慑中国之外，《日本新闻》还别有用心地报道了美国对其他不满和忧虑，如难以辨别中国领导人的意图；中国无意正确遵守中美海上军事磋商机制；[□]中国正逐渐追求军事扩张；[□]中国可能在南海效仿俄罗斯吞并克里米亚之举动等。[□]

^① Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^② Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N].The Japan News.

^③ Japan-China COLD WAR / CPC decisions made under layers of veiled obscurity[N]. The Japan News.

^④ Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News. See also Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News; Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^⑤ Statement: Article 5 covers Senkakus[N].The Japan News.

^⑥ EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N].The Japan News. See also Obama aims to change image of 'weakness'[N]. The Japan News.

^⑦ Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News. See also Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News; Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^⑧ Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News. See also Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^⑨ China plans military reform to enhance its readiness[N]. The Japan News.

^⑩ Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N]. The Japan News.

[□] U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News.

[□] Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

[□] Japan-China COLD WAR / CPC decisions made under layers of veiled obscurity[N]. The Japan News.

[□] Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News.

[□] Obama aims to change image of 'weakness'[N]. The Japan News.





8.拉拢东盟对付中国

日本虽然不是南海周边国家,但把南海领土争端问题作为既牵制中国、累积对华经验,又乘机将势力和影响渗透到南海地区的王牌,却是其多年来的盘算。安倍重夺政权之后,日本政府的这一策略表现得更加明显,按照英国杂志《经济学家》的说法,安倍是在向东南亚“勤勉求爱”,因为在其上任第一年,就遍访了东盟十国。^①基于安倍内阁对东盟的重视,有关东盟的新闻也频现报端,尤其是与中国因南海纠葛而关系较为紧张的菲律宾和越南,更是常被日本媒体提及。在本研究所选的25篇文章中,提到东盟的有9篇(36%),提到菲律宾和越南的分别是9篇和7篇。为了更好地了解日本媒体对南海问题背景下的中国、日本、美国和东盟,特别是对菲律宾和越南的立场,这里不妨先对《日本新闻》的相关报道进行一下词法分析(lexical analysis)^②。我们知道,词本身或在特定上下文中,是具有一定的褒贬或中性色彩的,而新闻工作者在遣词造句时也并非毫无意图,因此,研究报道中的用词,有助于更好地了解媒体的立场和观点。例如,在提到中国时,日本媒体一般使用的是带负面色彩的词汇,如“军费开支方面的戏剧性增长”、“对邻国构成威胁”、“空前的军事发展”、“使用军事和商业胁迫”、“入侵已升级”、“闯入……领海”、“教条式的反日宣传活动”、“中国和其一一些亚洲邻国之间的摩擦加剧”、“实行军事集结及其他各种海上挑衅活动”、“领土主权声索缺乏国际法规定的证据”、“日益增长的地区野心”、“单方面的海上冒进”、“南海海上扩张”、“数次与……发生冲突”、“反复挑衅行为”等,由此将中国塑造成为一个咄咄逼人,又不愿遵纪守法的“侵略者”和“挑衅者”的形象。在提到日本与美国时,日本媒体多数情况下使用的是带正面色彩的词汇,如“日本要继续促进该地区安全”、“说服中国要意识到自己作为国际社会一成员的责任”、“日本的重要职责”、“奉行和平主义路线”、“称赞安倍的外交努力”、“日本帮助保卫友好国家,如菲律宾和越南等”、“维护法制”、“欣赏日本的明确支持”、“帮助东盟”、“支持改善东盟”、“促进东南亚的发展”、“加强东盟国家的海上监视能力”、“阻止中国单方面的海上冒进”、“强调安全航行的重要性”、“改善该区域的海上监视”、“帮助确保海上通道的安全”、“美国捍卫航行自由”、“建设多层次的合作关系”、“确保海上交通路线的安全”等,以此塑造日、美两国所谓的见义勇为、帮助弱国抵御强国、热爱和平、捍卫航行自由与安全的“光辉”形象。至于东盟或东盟成员国菲律宾和越南,日本媒体通常将其描绘成既是受害者和需要帮助的弱者,但又不畏强暴,依法维护自身权益的形象,所选词汇诸如“越南国家主席张晋创(Truong Tan Sang)……欢迎来自日本的……发展援助”、“受到攻击”、“马尼拉根据联合国海洋法公约……提起诉讼”、“抗议北京对南海大部分区域的领土主权声称缺乏国际法规定的证据”、“担忧”等。

其实,钓鱼岛及其附属岛屿、九段线内的南海诸岛及其周边海域自古以来就是中国的固有领土,中方对此拥有充分的历史和法理依据。尽管如此,以和平大局为重的中国政府还是在多年前提出了“搁置争议,共同开发”的倡议。近年来不断挑起事端的是日本和南海周边一些国家,而非中国,但中国为维护领土主权这一核心利益问题则不得不予

^① 转引自 Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News.

^② 所谓词法分析,即分析媒体文本中对词汇的选择和用意。分析文本的方法很多,词法分析是其中一种。

以应对，这是有目共睹的。然而，日益右倾化的日本媒体不但不省察日本自身的行为，反倒颠倒是非，把中国描绘成主动挑事者，而把日本和菲律宾、越南刻画成为被动应对的受害者。如《日本新闻》写道：“中国已多次与菲律宾和越南因南海的南沙群岛和其他岛礁发生冲突。”^①越南和菲律宾，或一些东盟成员国卷入了与中国的南海领土纠纷。^②似乎意在构建日本与东盟一些南海声索国的反华统一战线，《日本新闻》常常有意把钓鱼岛和南海这两个原属不同性质的主权争议问题相提并论，把中日之间的矛盾和中国与个别东盟国家之间的矛盾一概而论。比如，《日本新闻》无中生有地称：“去年一月，一艘中国护卫舰将其雷达锁定在东海海上自卫队的一艘驱逐舰。中国海军舰艇已多次在南海采取此类挑衅行为来对付菲律宾和越南。”^③“中国通过在尖阁诸岛附近的东海上的反复挑衅行为，已使与日本的紧张关系不断升级，同时也与东盟成员国在南海因领土主权争议而关系紧张。”^④“中国最近在该地区采取的行动，包括在东海单方面宣布设立防空识别区，反复侵入尖阁诸岛附近的日本领海。在南海也一样，中国一直在利用其军事力量，公开朝着扩大其领土和海洋权益的方向前进。”^⑤

9. 美化日本

近年来，日本社会右倾化的加剧，不仅体现在政客们的言谈举止上，还体现在新闻媒体的报道上。通过对本研究所选报道的分析，不难看出部分日本媒体具有保护右倾言论、维护安倍政权、协助当局诱导舆论的倾向。自鹰派首相安倍于 2012 年年底重掌大权以来，便积极推动修改日本和平宪法，为解禁集体自卫权造势，千方百计复活军国主义，妄图突破战后体制，制造区域紧张局势，成为亚洲安全的最大隐患，这是有目共睹的，然而，日本一些媒体对此却熟视无睹，反而极力进行美化或加以辩护。例如，《日本新闻》对内阁官房长官菅义伟无理指责中国军费开支的言论颇为欣赏，认为“这样的立场是相当合理的”；^⑥针对中日因日本当局美化战争历史和安倍参拜靖国神社而展开的舆论战，《日本新闻》表达了对安倍内阁的海外公关活动的大力支持，通过引述日本驻英大使天井住宅（Keiichi Hayashi）刊载在《每日电讯报》上的反驳文章，日本媒体为安倍的拜鬼行径进行了诡辩，并转移话题，将矛头指向中国，还借《经济学家》的评论对安倍的“外交努力”大加赞赏，同时为日本如何在国际辩论舞台上战胜中国献言献策；^⑦对于安倍试图拉近日俄关系而引起美国部分官员怀疑一事，《日本新闻》以美国专家和外交人士的话予以了辩解；^⑧对于安倍卖力兜售的所谓“积极和平主义”战略，和重新诠释和平宪法、解禁集体自卫权等不良企图，《日本新闻》亦予以了充分的肯定，称“积极和平主义”与美国希望日本承担更大责任的想法相吻合，且在峰会期间，奥巴马还对

^① 21 navies support ban on radar-lock[N]. The Japan News.

^② Japan, U.S. to help ASEAN monitor seas[N]. The Japan News. See also Alliance to lead Asia-Pacific[N]. The Japan News; Obama aims to change image of 'weakness'[N]. The Japan News.

^③ EDITORIAL / Chinese military must strictly adhere to new code of conduct on safety at sea[N]. The Japan News.

^④ Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^⑤ EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N]. The Japan News.

^⑥ EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^⑦ Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News.

^⑧ U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News.





安倍欲借修宪达到行使集体自卫权的举动表达了感谢和支持。^①

(三) 日本媒体扮演上述角色的原因

日本媒体之所以会在南海领土争议中扮演上述角色,是有其深刻而复杂的社会历史背景因素的。这里主要从日本社会的右倾化、媒体与政府的关系、中日实力的此消彼长、日美联手对华等几大方面来加以阐述。

1. 日本社会的右倾化

据著名日本问题专家卓南生教授的研究,日本政坛自20世纪90年代初以来就已进入了“总保守化”的时代。^②近年来,日本右翼势力复活军国主义的步伐明显加快,他们公然美化侵略历史、否认战争罪行、参拜靖国神社、篡改历史教科书、急于摆脱战后国际秩序。特别是保守立场鲜明的安倍再度掌权之后,日本当局更是迫不及待、挖空心思地推行告别战后体制的政策,积极推动修宪路线,意图否定三大谈话。^③日本政界的迅速右倾化,是历史与现实双重因素作用下的产物。首先,从历史来看,战后日本在美国“冷战”政策的荫庇下,从未对其侵略战争的严重罪行进行过认真的清算,更勿说道歉了,这为其右翼势力的生存与发展创造了有利条件。其次,自上个世纪90年代以来,牵制日本的所谓三大法律保障,即“和平宪法”、“非核政策”和“专守防卫”也早已在日本右翼势力的操弄下名存实亡了。^④第三,在日本错误的历史教育和因泡沫经济破灭而导致的持续多年的经济低迷事实的双重作用下,日本这些年来对战争史观的扭曲已渐成气候,并非仅局限于少数右翼分子。例如,民意调查显示,对于安倍2013年参拜靖国神社的行为,竟有高达84.1%的日本国民予以认同。^⑤而公然为日本军国主义招魂的影片《永远的零》的一炮走红,与日本为极端军国主义分子神风特攻队队员的遗物向联合国教科文组织申遗的行为,同样证明了“日益右倾的日本看来已开始向军国主义复活不归路上狂奔”。^⑥至于日本网络右翼化的情形就更令人担忧了。按照日本媒体人秋山惣一郎的说法,所谓“网络右翼”,就是“一群讨厌韩国或讨厌中国大陆、只局限于幻想、坚信日本正被韩国支配的这样一群人。”让他觉得可怕的是,网络右翼的主张正逐渐赢得普通民众的理解。^⑦另一日本媒体人小田嶋隆亦认为,“网络政治化的倾向在日本社会愈发显著,“只要表现出对中韩两国的坚决(强硬)态度,网路上就会呈现出压倒性的拥护之声。”^⑧长期致力于慰安妇等历史问题研究的明治大学特任教授大沼保昭在接受《朝日新闻》采访时,也谈到了日本人奇怪的“爱国心”:“主张‘爱国’和‘日本人的骄傲’的人们却

^① 详见 Abe ready for full-on military drive[N]. The Japan Times. See also U.S. eyes on Japan's security 2 / Japan, U.S. must deter 'creeping aggression' at sea[N]. The Japan News; Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News.

^② 卓南生.如何辨析日本的乱象与真相——兼论“从安倍到安倍”的日本走向[N/OL].世界日报,2013-06-28. http://www.worldnewsph.net/5/w_images/w01.html

^③ 即1982年的“宫泽谈话”、1995年的“村山谈话”和1993年的“河野谈话”。

^④ 日本右翼势力为何猖獗[N/OL].学习时报.

^⑤ 佚名.大陆北京青年报专文——陆日为何难以建立法德式关系? [N/OL].中央日报网路报,2014-01-12. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102607432

^⑥ 黄信怡.应该反制为军国主义招魂[N/OL].世界日报,2014-02-10. <http://worldnews.net.ph/post/907>

^⑦ 秋山惣一郎.日本朝日新闻专文——从东京都知事选举看网络右翼[N/OL].中央日报网路报,2014-02-12. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102640651

^⑧ 小田嶋隆.日本朝日新闻专文——安倍沉醉于“赞!” 过度自信招致“失望”[N].中央日报网路报,2014-01-06. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102599010

把反省过去日本发动战争的态度当成是一种‘自虐’，与之划清界限并摒弃这种反省倾向正在不断增强。”^①《朝日新闻》则在一篇社论中感慨道：“那个‘多样化价值观互相理解的民主主义社会’，如今已然摇摇欲坠，”日本正呈现出“排他性言论充斥整个社会之势”。^②在这样的社会大背景下，日本媒体的日渐右倾堕落是不可避免的，更何况安倍政权还有计划、有目的地采取了种种策略来推动日本媒体的右倾化。下面我们将着重分析一下日本媒体与日本政府（主要是与安倍内阁）的关系。

2.媒体与政府的关系

安倍重返政坛的最大目标就是要实现日本“告别战后体制”的使命，^③为此，安倍内阁必须努力营造适宜的舆论氛围，这自然离不开日本媒体的配合。而安倍也的确是个高度重视媒体和舆论，且善于宣传的日本首相。自重新上台以来，面对日本与周边国家的领土纠葛，安倍政府采取了一系列争取国内外舆论的举措，诸如在2013年8月1日宣布设立加强外宣的跨部委工作组；^④2013年8月27日拨款10亿日元（约合1000万美元）用于宣传钓鱼岛等争议岛屿为其“固有领土”；^⑤在其二度掌权的前14个月里，高达17亿日元的“官方机密费”中有相当一部分投到了媒体高层和意见领袖身上。他不但与较为听话的读卖集团、富士电视台等媒体领导层常见面，也与不那么听话的《朝日新闻》、《每日新闻》高层进行餐叙。而备受其推崇的《特定秘密保护法案》在国会的强行通过，更是使得“日本的言论自由和公众知情权被关进了‘安倍笼子’”。在安倍的直接操控下，日本公共媒体NHK迅速右倾化，俨然成为了“安倍的NHK”，其他新闻媒体的批判声音也变得越来越弱，^⑥即便有时仍不乏一些媒体发出相对客观、理性的声音，但大多是出自这些媒体对日本国家利益和日本外交可能受损的担忧，而非真正的反省。上述大沼保昭教授曾把造成日本现阶段扭曲爱国心的原因在很大程度上归咎于日本媒体的不当言论，他批评道：“宣扬‘爱国’、‘荣耀’的论客与‘反省’历史的论客相互对立的‘激变’模式不断被媒体渲染，对人们的思考持续产生影响。”^⑦卓南生教授亦认为，“日本民众从‘反战’、‘恐战’、‘厌战’到逐步‘认可’或对安倍政府急速向右转感到‘无奈’，正是保守阵营战后长期以来营造的‘舆论空气’的结果。”^⑧日本民众对宪法态度的极大转变，是“日本鹰派政客与主流大众传媒长期以来携手合作、不懈努力的结果”。^⑨当然，在南海领土争端中，日本部分媒体之所以愿意配合日本政府进行舆论宣传的一个关键因素，即在于南海对日本

^① 佚名.日本朝日新闻专文——日本的爱国心[N/OL].中央日报网路报,2014-05-11.

http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102752187

^② 佚名.日本朝日新闻社论——朝日记者受袭事件 勿忘言论自由初衷[N/OL].中央日报网路报,2014-05-03. http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102742697（注：原文刊登在5月2日的《朝日新闻》上，原标题为《朝日支局襲撃「排他」に立ち向かう》）

^③ 卓南生.中日关系出了什么问题？（下）[N/OL].世界日报,2014-03-14.<http://worldnews.net.ph/post/3700>

^④ 佚名.安倍曾致信多名美议员敦促通过对华施压决议[N/OL].世界日报,2013-08-03.

http://www.worldnewsph.net/6/i_images/i15.html

^⑤ 佚名.日媒：日拨10亿日元宣传钓鱼岛等“领土主权”[N/OL].(2013-08-29).

<http://world.cankaoxiaoxi.com/2013/0829/263361.shtml>

^⑥ 金赢.安倍政权推动日本媒体右倾化[J/OL].环球,2014,5.

http://news.xinhuanet.com/globe/2014-02/28/c_133150645.htm, 20140821

^⑦ 日本朝日新闻专文——日本的爱国心[N/OL].中央日报网路报.

^⑧ 中日关系出了什么问题？（下）[N/OL].世界日报.

^⑨ 如何辨析日本的乱象与真相——兼论“从安倍到安倍”的日本走向[N/OL].世界日报.





不言而喻的重要性,这在本文一开始就已论及。

3.中日实力的此消彼长

自上个世纪90年代日本经济泡沫破灭以来,日本已长期处于经济停滞状态,即便是曾经呼声极高的“安倍经济学”似乎也挽救不了日本眼下的经济颓势,日本国民的普遍失落、迷茫心态可想而知。反观中国,自改革开放以来,中国抓住难得的发展机遇,成功实现和平崛起,不但经济总量于2010年超越日本,达到世界第二的水平,而且综合国力也大大提升,这更加剧了日本社会的集体危机感,从而在一定程度上使得日本政客中盛行的历史虚无主义思潮^①得以滋生蔓延,日本右翼势力和媒体则借机散播“中国威胁论”,煽动狭隘民族主义和爱国主义情绪,并极力挑起中国与周边国家的矛盾和分歧。据卓南生教授的分析,当1996年日本试探性地抛出否定钓鱼岛搁置争议共识牌时,尚有四张王牌可对付中国,即“中国威胁论”、“两岸分裂”牌、“经济”牌和“北京怕乱”牌,然而,时至今日,日本当局所剩下的,恐怕就只有“中国威胁论”了。^②这就不难理解安倍内阁和部分日本媒体为何如此热衷于鼓吹“中国威胁论”了。应该说,借助东海、南海问题着力渲染中国威胁论,不仅能引爆日本国内的民粹情绪,还可能混淆视听、误导国际舆论,以唤起国际社会对日本的同情和对中国的谴责与提防,从而达到安倍政府不可告人的政治目的。冲绳主流媒体《琉球新报》就曾在2013年10月25日的社论中一针见血地指出:“目前日本最大的威胁并非来自中国,而是以中国威胁论为幌子,企图颠覆日本和平主义的,以扩大军备为目的政治趋势。”^③

4.日美联手对华

日本之所以敢冒天下之大不韪,越来越大胆公开地挑战战后国际秩序,与美国的撑腰不无关系。其实,早在1996年4月17日发布的旨在重新定义美日安保的“日美安全保障联合宣言”中,两国就已确定了三大重点:(1)双方的“假想敌”由前苏联转向中国;(2)重申美国奉行“以日制中”的策略;(3)将两国安保条约范围由远东扩大至亚太。^④也就是说,冷战结束后,中国就已取代前苏联,成为美日共同的“假想敌”。近年来,今非昔比的美国国力,更让日本看出了美国若想牵制中国,就免不了让日本扮演更重要角色的事实。而多年来内政外交一筹莫展的奥巴马政府,也极力想使重返亚太、制衡中国成为其外交闪光点。就在2014年11月16日结束的20国集团(G20)峰会上,奥巴马再次强调了美国在亚太地区的领导力,表示美国将加深对该区域的介入,并宣称这将是其“外交政策的根本焦点”,同时重申“无人应当质疑我们(指美国)对盟友的决心和承诺”。^⑤可想而知,面对综合实力日趋增强的中国,日美两国难免焦虑不安、烦恼不已,

^① 按照香港中评社评论员郭至君的说法,“当前日本政客中泛滥的历史虚无主义思潮的主要方向,就是彻底否定日本在二战犯下的战争罪行,否定军国主义的危害性,否定人类正义成果。”详见郭至君社评:日本大使反扣伏地魔帽子 玩虚无主义[N].(2014-01-08).

<http://bj.crntt.com/doc/1029/6/6/4/102966449.html?coluid=93&kindid=3051&docid=102966449,20140108>

^② 中日关系出了什么问题?(下)[N/OL].世界日报.

^③ 佚名.日在宫古岛部署反舰导弹部队 此地为中国海军出入太平洋必经之地[N/OL].世界日报.2013-11-07. http://www.worldnewsph.net/4/i_images/i02.html

^④ 中日关系出了什么问题?(下)[N/OL].世界日报.

^⑤ 佚名.奥巴马放话美当老大抗俄 指出俄入侵乌对世界造成威胁[N/OL].世界日报,2014-11-16. <http://worldnews.net.ph/post/23119>

双方联手对华自在情理之中。一方面,美国既然推行“以日制中”的政策,在自身国防预算大幅削减的情况下,必然会允准日本采取主动防御措施,这将涉及修宪以使日本获得集体自卫权等,因此,奥巴马公开表示支持日本修改宪法解释的做法也就不足为奇了;^①另一方面,一心想恢复日本昔日“辉煌”的安倍内阁也希望能在美日同盟的荫蔽下实现“强大日本”的战略,故而对日美同盟极其重视,更何况因中国日渐强大而引爆的日本民粹情绪也使日本民意拥护亲美路线,^②这便是“国益至上”的日本媒体为何如此关注美方动态,并努力倡导加强日美同盟关系的重要原因。

(四) 日媒南海问题相关报道存在的问题

接下来我们再分析一下日本媒体在南海问题相关报道中明显存在的一些问题。

1. 滥用匿名消息来源

在相关报道中,日本媒体大量使用匿名消息来源,甚至已达到了滥用的地步。据统计,在本研究所涉及的25篇报道中,至少有13篇文章的30处地方使用了匿名消息来源,比例之高,数量之多,令人瞠目结舌。诸如“据中国高级军官和其他消息来源称;”“中国一名高级军官称;”^③“观察家们认为;”^④“一位资深的外交部官员指出;”^⑤“据日本官员称;”^⑥“专家们指出;”^⑦“根据一美国政府消息来源;”^⑧“据消息人士透露”^⑨等字眼比比皆是。众所周知,消息来源是新闻制作过程中的一个重要环节,在众多的消息来源中,匿名消息来源最具争议性,也最容易让人对新闻的真实性和媒体的公信力产生质疑。虽说匿名消息来源的使用有时是难以避免的,但在使用之时却要慎之又慎,因为它向受众隐匿了可信性这一重要的新闻要素,而按照职业新闻记者协会(SPJ)的规定,“公众应该有尽可能多的信息来判断消息来源的可靠性。”正是基于消息来源可在很大程度上决定传媒的声誉这一事实,故西方主流媒体往往对消息来源,特别是匿名消息来源的使用极其慎重,且制定了具体可操作的规范。如路透社明文规定:“不要用‘可靠人士’‘消息灵通人士’‘圈内人士’等作为消息来源。”法新社要求:“通讯社的一切消息必须有来源。”英国《金融时报》指出:“可靠信息源和准确地交代出处对树立报纸的权威性至关重要。”很难想象,日本媒体会在相关报道中如此频繁地使用匿名消息来源,这不由得让人对其报道的真实性和报道动机产生质疑,因为据法新社,“‘观察家’一词及其类似称呼(专家、主管人员)带有主观色彩,容易叫人怀疑这种所谓的观察家、专家……就是消息作者本人。”另据《金融时报》,“一篇报道若充斥着‘消息灵通者’‘可靠消息’等含糊表述,容易使读者产生报纸肯定在隐瞒真相的联想。”^⑩据此推断,日本媒体如此喜好匿名消息来

^① Alliance to lead Asia-Pacific[N/OL]. The Japan News. See also Expanded role in strengthened alliance[N/OL]. The Japan News; Statement: Article 5 covers Senkakus[N/OL]. The Japan News.

^② 佚名.本报特稿/美日深层战略矛盾浮现[N/OL].中国国民党中央政策委员会大陆情势双周报第1662期.中央日报网路

报,2014-03-16.http://www.cdnews.biz/cdnews_site/docDetail.jsp?coluid=110&docid=102680560

^③ China plans military reform to enhance its readiness[N]. The Japan News.

^④ China to increase defense spending by 12.2% in '14[N]. The Japan News.

^⑤ Japan-China COLD WAR / China media fabricates 'victory' over Japan[N]. The Japan News.

^⑥ Vietnamese leader welcomes fresh aid from Japan[N]. The Japan Times, 2014-03-19.

^⑦ Japan-China COLD WAR / CPC decisions made under layers of veiled obscurity[N]. The Japan News.

^⑧ U.S. struggles to offer single voice in Asia policy[N]. The Japan News.

^⑨ Kishida: Japan backs Philippine lawsuit[N]. The Japan News.

^⑩ 张宸.国外知名媒体有关“消息来源”的使用规范[J/OL].中国记者,2005-08-17.





源,如若不是不懂得消息来源的使用规范的话,就应该是有其不可告人的用意吧。

2. 散布不实言论和信息

中国国际问题专家华益文把日本搅局南海的惯用伎俩形象地归纳为“无理狡三分,睁眼说瞎话”。^①在南海问题有关报道中,日本媒体也采用了这一伎俩。举几例来说,日本媒体常常毫无事实根据地指责中国“对周边国家使用军事和商业胁迫”、^②“对那些对其利益构成威胁的国家施加了毫不留情的政治和经济压力;”^③“中国政府公务船在中国固有领土钓鱼岛和南海诸岛周边海域巡航,以宣示主权的正当行为,被日本媒体称为是对他国领海的入侵;”^④尽管包括习近平主席在内的中国领导层不断在多个国际场合强调中国坚持走和平发展道路的的决心和意志,日本媒体对此却置若罔闻,一再宣称“中国正试图通过武力改变亚太地区的现状”。^⑤事实上,恰恰是日本将钓鱼岛“国有化”的不当行径导致了中日关系现状的改变;对中国划设东海防空识别区一直忿忿不平的《日本新闻》在报道中散播中国像对待领空一样对待防空识别区的谣言;^⑥《日本新闻》还把中国正常的军队建设说成是“为了在亚太地区争霸”;^⑦日本媒体也以《联合国海洋法公约》(以下简称《公约》)“没有对专属经济区内的军事活动进行限制,包括没有对在该区域内从事信息收集的军舰航行进行限制”为依据,抨击中国阻止美军在中国专属经济区内执行侦察任务的行为。其实,《公约》第五十八条“其他国家在专属经济区内的权利和义务”规定,“第八十八至第一一五条以及其他国际法有关规则,只要与本部分不相抵触,均适用于专属经济区,”而据《公约》第八十八条规定,“公海应只用于和平目的”。因此,对于美军在中国专属经济区内侦察这种近似挑衅的行为,中国是有权制止的,这完全合乎国际法的规定。日本媒体这种歪曲事实,混淆视听的行为,只能以其法律知识贫乏,或居心叵测来予以解释。至于日媒对中菲黄岩岛对峙事件中中方行为的抹黑,则是比菲律宾媒体有过之而无不及之。黄岩岛事件系由菲律宾最大海军军舰非法袭扰中国正常作业的渔船所引起的,但在日媒的笔下,却变成了是中国精心策划的。在整个事件的始末,中国并未派出任何军舰,始终保持自我克制,这与日媒的如下报道明显不符:“2012年,中国通过派遣渔船赴该海域(即黄岩岛海域——笔者注)而使该有争议领土置于其有效控制中。接着这些渔船被渔业巡逻船、近海巡逻舰和海军舰艇所包围,中国声称这些船是被派去保护渔船,以此来捍卫自己的行动。”^⑧近年来,中日关系因钓鱼岛问题每况

http://news.xinhuanet.com/newmedia/2005-08/17/content_3366355.htm

^① 华益文.人民日报:日本搅局南海祸心昭彰[N/OL].(2014-06-13).

http://news.xinhuanet.com/world/2014-06/13/c_126614176.htm

^② Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News.

^③ Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N]. The Japan News.

^④ Japan-China COLD WAR / Tacics using WWII imagery should not go unanswered[N]. The Japan News.

See also EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News; Japan-China COLD WAR 6 / After policy shift, China puts 'core interests' to forefront[N]. The Japan News.

^⑤ Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News. See also EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^⑥ Deal with economy, China to ensure Japan can rise again[N]. The Japan News.

^⑦ EDITORIAL / China's blatant military buildup threatens peace in Asia-Pacific region[N]. The Japan News.

^⑧ Japan-China COLD WAR / China's maritime aggression distorts international norms[N]. The Japan News.

愈下，其责任全然在于日方，这是连美国前总统卡特都认同的，他在接受媒体采访时谈到：“其实问题的根源就在于前东京都知事石原慎太郎。他买下钓鱼岛的举动，破坏了中日之间某种相对和平的关系。他当时要买岛，并将岛变成日本的观光胜地，使得紧张关系由此开始。”^①不过，日本媒体对此却避而不谈，反将矛头指向中国，不断散布中国在钓鱼岛周边海域的所谓“挑衅”、“霸道”行为。^②

3. 存在片面偏颇的报道

通过片面偏颇的报道来歪曲事实，这同样是日本媒体相关报道中存在的不容忽视的问题。以2013年12月5日发生的所谓中美军舰南海对峙事件为例，这原本是因美国军舰“考本斯”号无视中国海事局网站发布的禁航令，抵近侦察在南海执行训练任务的中国航母编队引起的，^③但《日本新闻》不知出于何种目的，直至2014年3月19日还在炒冷饭。报道通过片面引述美国官方的一面之词和刻意盘点历史上发生的类似事件，来鼓噪中国海军之“冒险行径和好斗行为”，并将其列入中日关系恶化系列报道之七。同样的，在关于中国设立东海防空识别区和中菲黄岩岛对峙事件的报道中，日媒闭口不提日本将钓鱼岛国有化及菲律宾军舰对中国渔船的挑衅行为等前提因素，而是一味地谴责中国。^④至于有关中国国防预算方面的报道，日媒的报道更是偏颇，这在前文已提及，这里不再赘述。日本媒体的这种片面偏颇报道，严重地损害了中国的国际形象，应当引起有关当局的重视和应对。

三、研究结论

本文以日本最大的英文报纸《日本新闻》和最古老的英文报纸《日本时报》为例，采定性为主，定量为辅的研究方法，对上述日媒有关南海问题报道进行了较为系统深入的研究，以揭示日本媒体在南海领土争议中扮演的角色，剖析其背后的原因和动机，并指出相关报道中存在的问题。研究发现，在南海领土争议背景下，日本媒体既是重要的信息源，又是中国威胁论的鼓吹者和中国不良形象的塑造者；相关报道既充斥着对中国的批评和不满言论，又不乏美化日本、维护安倍政权之言论；日媒既企图破坏中外关系，挑动地区对立，又极力渲染紧张气氛；既对美方动态高度关注，又冀拉拢东盟来对抗中国。在日本社会迅速右倾化、安倍政权软硬兼施、中日实力此消彼长，以及日美携手制华等多重因素的作用下，日本媒体饰演了上述角色。由于报道主题敏感复杂，报道立场鲜明，日媒相关报道中存在着一些违背新闻专业主义精神的问题，如滥用匿名消息来源，传播不实言论和信息，充斥片面偏颇报道等。这些虽对日本媒体自身的声誉和形象有损，但基于日媒丰富的舆论资源、较强的舆论引导力和影响力，其相关报道对中国国际形象的破坏不可等闲视之。

^① 美国前总统卡特：中日关系恶化因日本挑起争端[N/OL].世界日报,2014-09-10.<http://worldnews.net.ph/post/17912>

^② Japan-China COLD WAR / CPC decisions made under layers of veiled obscurity[N]. The Japan News. See also Kishida: Japan backs Philippine lawsuit[N]. The Japan News; Expanded role in strengthened alliance[N]. The Japan News; EDITORIAL / Stronger Tokyo-Washington alliance key as a check on ambitious China[N].The Japan News; Statement: Article 5 covers Senkakus[N]. The Japan News.

^③ 佚名.中美舰船南海对峙：美方舰长曾与辽宁舰舰长进行沟通[N/OL].环球时报,2013-12-17.http://news.ifeng.com/mainland/special/zhongmeinanhaihuizhi/content-5/detail_2013_12/17/32187849_0.shtml

^④ Japan-China COLD WAR / China's maritime aggression distorts international norms[N]. The Japan News.





微信用户社交安全指数调查报告

吴 婷 程佳佳 姚素梅

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 微信是当前中国最受欢迎的网络社交工具, 但其带来的社交安全隐患却容易被忽略。本次调研围绕微信用户社交安全展开, 共回收 1559 份有效问卷。调研发现, 微信用户在发布信息内容安全控制方面表现良好, 其中女性的安全意识逊于男性, 而外向者则逊于内向者; 在使用习惯和好友管理上安全意识较弱, 其中, 女性的安全指数要高于男性。微信用户的总体社交安全水平有待提升。

关键词: 微信 朋友圈 社交安全



访员

~ 你知道吗, 你的微信安全指数只有中等!

真的吗! 我以为我已经在微信上裸奔了! 我的安全等级有这么高? (啊~) 我很满意!



受访者



访员

你觉得你使用微信发布状态有没有特意关注隐私, 谨慎发布?

没有谨慎! 我已经, 用尽了洪荒之力在发朋友圈了!



受访者



访员

我们知道许多网友在网络上的信息安全状态不是很好, 对此你有什么看法?

鬼知道中国网民经历了什么! 我觉得有的时候无缘无故的骚扰电话真是让人生不如死!



受访者



访员

那你对自己微信使用中的隐私安全保护有没有什么改进的建议呢?

没有, 中等我已经很满意了! (跑走~ 啊啊啊)



受访者

如上所示，我们会发现，中国的网民虽然都知道自己的信息已经通过网络途径泄露出去了，也时常对于突然打来的骚扰电话深恶痛绝，却也往往仅止于此，对于自身的网络使用习惯并没有太深的认知与态度倾向，更别提有何隐私保护行为的改进了。

微信朋友圈作为当前中国最受欢迎的网络社交工具，为用户提供保持联系、分享信息和进行社会交往的平台。根据企鹅智酷发布的 2016 版《微信数据化报告》显示：截止 2016 年 2 月收集的数据表明微信月活跃量达到 6.5 亿，超过九成的微信用户每天都会使用微信。而微信的高频使用也使得微信的社交安全成为关注点。7 月时，来也汹汹去也匆匆的柏拉图 APP 案例，就是网民个人信息泄露的一种简单粗暴的方式——当大多数人毫无戒备，在输出了自己的姓名和生日之后，津津有味地刷屏着生成的性格标签时，殊不知自己的隐私早已泄露，如此这般采集用户的真实信息，不法之徒若将这些真实信息和手机的 IP、串号进行绑定再有针对性地进行策划，骚扰乃至犯罪将接踵而至——这正是微信用户信息安全的一声警钟！

调查小组在林升栋教授的指导下，采用网络在线平台随机自填答的方式进行了微信用户社交安全水平的调查。本次调查数据收集时间为 2016 年 5 月 23 日—6 月 10 日，在此期间，有 4169 人次在“风传吧”参与这次调查，剔除重复填答和缺失值，有效问卷的数量为 1559 份。其中，男性占 36.75%，女性占 63.25%，学历分布初中及以下学历占 9.30%，高中学历 8.21%，大专 12%，本科占比 47.92%，研究生占比 21.04%，博士研究生 1.35%。调查考察内容包括用户头像昵称设置、夜跑后信息发布、评论互动、朋友圈公布范围、积极事件与消极事件发布、添加好友习惯、清理陌生人习惯、使用微信关联登录行为等，每题设 1-4 分不同等级。

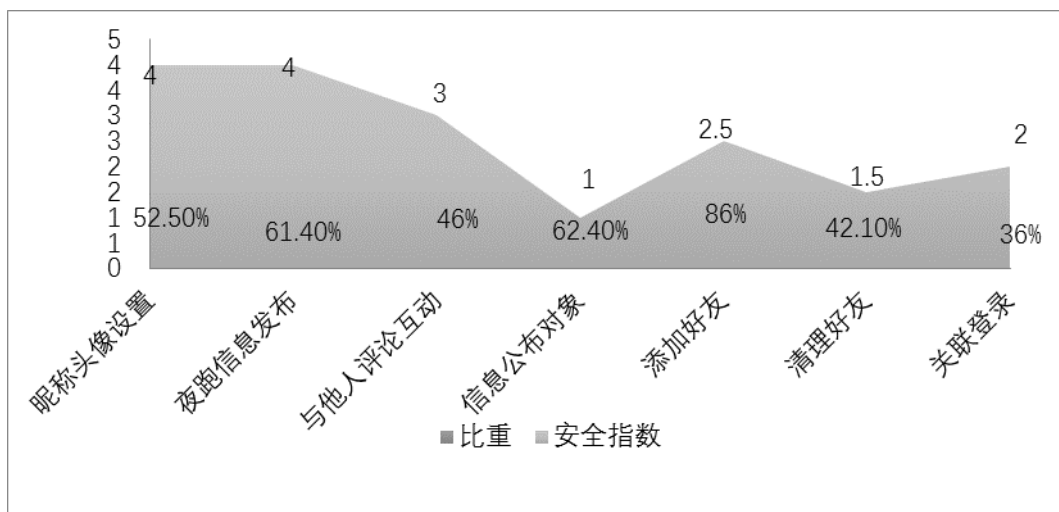
现将主要调查结果呈现如下：

一、微信用户总体社交安全情况

根据调查结果，现将每一题选择人数最多的项目及其所对应的安全指数与选择人数比重整理如下：

题目	最多选择项	安全指数（分）	比重
昵称头像设置	非真实姓名，非真实头像	4	52.5%
夜跑信息发布	不发夜跑信息	4	61.4%
与他人评论互动	点赞互动	3	46%
信息公布对象	向所有好友公布信息	1	62.4%
添加好友	查看、询问信息（项目 2+3）	2.5	86%
清理好友	不清理（项目 1+2）	1.5	42.1%
关联登录	有时关联登录	2	36%





(一) 微信用户在发布信息内容安全控制方面表现良好

用户在包括头像昵称设置、夜跑信息发布、与他人互动等项都具有较高的安全意识,但在情绪波动的事件中(积极或消极),表露水平较高。

五成填答者在设置微信昵称和头像上会同时选择非真实姓名和非真实头像;五成填答者在朋友圈对好友所发的状态倾向于点赞互动,信息泄露较少;六成填答者在夜跑之后不会发布朋友圈,但发布者中注重隐去地点等信息的甚少。

(二) 微信用户在使用习惯和好友管理上安全意识较弱

用户在发布对象选择、清理好友、关联登录行为等都具有隐私泄露的隐患,但添加好友方面用户则表现得较为谨慎。

仅三成填答者有定期清理陌生人的习惯;六成以上的填答者会向所有微信好友发布朋友圈状态;超八成的填答者有过不同频次的将微信作为关联用户登录其他平台的行为;欣慰的是,超八成填答者在添加好友方面有较高的防范和自我隐私保护意识。

二、用户微信社交行为特点

(一) 报喜不报忧——朋友圈里“别人的生活”

人们在表露积极事件和消极事件时社交安全指数存在显著差异($T = -8.198, P = .000$ ^①),说明人们在表露积极事件时和消极事件时隐私意识不尽相同。根据调查结果显示,对于积极事件,超六成的答题者会进行不同程度的表露。而对于消极事件,五成填答者会选择毫不表露。这一点不仅是微信用户在消极事件表露上表现得更为安全,同时也是朋友圈里一个鲜明现象的写照——大家普遍倾向于报喜不报忧,使得朋友圈里“别人的生活”看起来总是光鲜愉快,这一点,也对于用户的心理有一定的影响。

(二) 管理好友,难进易留

添加好友和清理陌生人行为存在弱正相关,相关系数为.233^②,说明用户在添加好友

^① T值表示对回归参数的显著性检验值,而它对应的P值表示概率,反映某一事件发生的可能性大小,一般以 $P < 0.05$ 为显著, $P < 0.01$ 为非常显著,其含义是样本间的差异由抽样误差所致的概率小于0.05或0.01。此处表明两组数据之间存在的差异非常显著,此差异由误差而非数据本身意义所致的可能性为0.00。

^② 相关系数,用以反映变量之间相关关系密切程度的统计指标,其绝对值小于0.2表示无相关,大于0.2表示不同程度的相关。

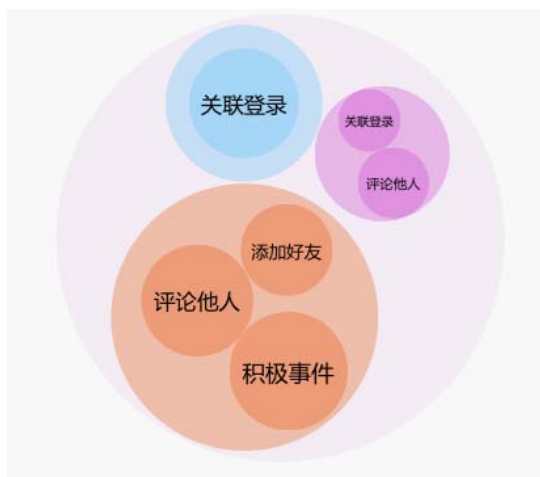
时和清理陌生人时的隐私保护习惯具有相关性,但较小。填答者对于添加好友和清理陌生人的社交安全指数存在显著差异($T = -14.495, P = g.000$)。人们在添加好友时一般较为谨慎,有46%的人会问清对方身份后再通过对方的好友申请;有40%的人会查看对方的基本信息后通过好友。但对于已经添加进朋友圈的人,无论熟识与否,人们却很少会去清理。这一点,不仅源自于人们的管理好友习惯不够周全,还在于,人们在添加好友时本就较为谨慎,微信也是一个圈子社交、熟人社交,陌生人较少。

三、不同属性微信用户社交安全指数差异分析

在本次调查中,将性别、学历、性格作为不同的组别对调查结果进行差异分析,发现不同性别、学历、性格的用户在社交安全表现各不相同。其中不同性格之间的关联登录行为的安全指数存在显著差异,不同性别之间在评论他人、积极事件、添加好友行为等项的安全指数存在显著差异,而不同学历之间在评论他人、关联登录行为等项的安全指数存在显著差异。

项目	组别	Test of Homogeneity of Variance (sig.) ^①	F ^②	P (sig.)
关联登录	性格	0.257	7.084	0.000
评论他人	性别	0.124	33.825	0.000
积极事件	性别	0.326	37.219	0.000
添加好友	性别	0.133	64.862	0.000
评论他人	学历	0.552	5.674	0.000
关联登录	学历	0.057	16.537	0.000

具体差异分析如下:



(一) 在发布信息的内容控制的表现上,女性的安全意识逊于男性,而外向者则逊于内向者。

在微信昵称和头像设置上,用户的隐私保护意识较高,其中周末喜欢宅在家的填答

^① 方差齐性检验结果,当 $sig > 0.05$ 时,认为因素间方差相等,可以进行差异比较。

^② F 值是回归方程的显著性检验值,它对应的 P 值表示 F 检验差异显著的概率,与前文意义相同。





者社交安全指数最高。从性别来看,女性在头像的设置中表露信息比男性少,社交安全指数高于男性。而这一点在学历上没有显示出明显差异。

六成填答者在夜跑时不会选择发朋友圈在发布夜跑信息,其中现实生活中较为外向的人群在发布夜跑信息是表露信息较多。女性在夜跑信息表露中要比男性表露得更多,联系之前引发关注的女性夜跑危险事件,建议女性运动者在夜间运动时,要更加注重个人信息的保护。从学历上看,硕士学历的填答者在夜跑信息发布时最为注重社交安全。

在收集到的问卷数据中,在朋友圈对好友所发的状态点赞是最常见的一种反应,点赞是一种浅层表露,既可维持人际关系,又能保障隐私安全。在评论他人时,内向型填答者的表露程度要低于外向型填答者,社交安全指数更高。男性比女性在“评论他人”安全指数更高且差异显著($F=33.825, P=.000$),说明女性更容易在与他人的互动交流中泄露个人信息。同时,评论他人时,社交安全随着学历的增高而降低,不同学历差异显著($F=5.674, P=.000$),说明不同学历的用户在发表评论时隐私意识不同。

对比积极事件和消极事件,填答者的社交安全指数水平存在显著差异,填答者在积极事件的表露比消极事件泄露更多的个人信息。总体而言,二者表露水平都相对偏高。而不同性别在积极事件的表露中具有显著差异($F=37.219, P=.000$),其中无论积极、消极事件,女性比男性的自我表露程度都更高,社交安全指数更低,我们推测女性在情绪化的表露中更偏于倾诉心理。博士在积极事件的表露中安全水平最高,消极事件的表露中安全水平最低且低于积极事件,说明其在消极事件表露中控制能力降低,需要有所注意。

(二)微信用户在使用习惯和好友管理上安全意识较弱,其中,女性在这一方面的表现,安全指数要高于男性。

在收集到的问卷数据中,大部分的填答者在发布信息时会直接向所有微信好友公开发布,相对来说更容易泄露自己的个人信息。其中女性相比男性,会更加倾向于分类发布信息,在发布对象的选择上更为细腻。

填答者在添加好友方面有较高的防范和自我隐私保护意识。其中尤以内向型填答者表现最为谨慎。总体来说,随着学历的增高,用户在添加好友的时候会变得更加注重社交安全。女性在这方面的社交安全水平要显著高于男性($F=64.862, P=.000$),说明女性在这方面比较注意保护自己。

四分之一的填答者认为自己的朋友圈里没有陌生人。多数填答者没有定期清理朋友圈的陌生人的习惯,主要原因在微信朋友圈主要是熟人社交,陌生人较少。其中,女性比男性更加注重好友管理。

超八成的填答者有过不同频次地将微信作为关联用户登录其他平台的经历。其中尤以男性为甚。在不同性格不同学历之间,这一行为存在显著差异,其中不同学历的社交安全指数呈U形,本科为最低水平,不同学历间差异显著($F=16.537, P=.000$)。推测理由为,在各学历中,本科学生的网络休闲娱乐行为最为频繁。而不同性格的填答者在关联用户登录行为中亦有显著差异($F=7.084, P=.000$),内向型填答者的关联登录行为要显著少于外向者。

总体而言,微信用户的总体社交安全水平有待提升。从人群来看,外向型填答者的

隐私表露程度要高于内向型填答者，女性的社交安全水平要低于男性，这些人群需要在微信使用中更加注重自己的隐私保护行为。从内容上看，用户在设置昵称头像、表露夜跑行为、与他人评论互动等项目中都有较好的隐私保护意识，尤以男性表现突出。而从使用习惯看，发布对象选择、清理好友、关联登录行为都具有隐私泄露的隐患，其中女性要比男性更注重保护自己。此外，虽然用户在添加好友时表现得较为谨慎，微信也是熟人社交，但仍建议用户在管理好友时，能够培养更好的清理陌生人习惯。另一方面，用户在发布信息时不甚注重对象选择、情绪化信息泄露信息过多并且习惯于用微信作为关联用户登录其他平台，这些方面都具有较高的社交安全隐患，需要用户有所注意，有所改进。微信使用中安全隐患颇多，人们除了在微信支付等直接交易金钱的方面需要慎之又慎以外，使用微信社交的方方面面都不应忽视隐私保护，需要更高的警惕与防范。





朱立伦访问大陆事件报道框架研究

——以《人民日报》为例

赵伊然

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 本文旨在通过分析《人民日报》对于朱立伦访问大陆的四篇报道的报道数量、报道话题、报道角度以及报道态度等五个方面, 解释《人民日报》的针对类似事件报道框架, 理解党报在舆论引导方面的作用。

关键词: 报道框架 舆论引导 党报 两岸关系

基金资助: 本文系大学生创新项目“两岸政治互信视阈下的海峡传媒研究”(编号: 2014Y0262)的阶段性成果。

梵·迪克在《作为话语的新闻》一书中提到“这些(新闻)事件通常是经由别人进行编码和理解的话语形式通过新闻机构的传播渠道而为大众所了解的。”^①李希光也指出新闻框架“在某种程度上是观念框架、意识形态框架和知识框架的翻版”。^②从传媒运作来看, 对新闻事件的报道并不仅仅是记者的机械式的动作。报道往往有其内在一套精密编码的体系, 引导传媒人在编码的过程中围绕一定的新闻报道框架建构“事实”, 而新闻接收者则常在不知情的情况下进行解码, 从而建构自己的主观真实。

我国内地目前对框架理论的研究, 以实证为主, 相关主题有对国内媒体的报道框架分析, 对国外报道框架的分析以及对两岸、国内外报道框架进行对比, 一般得出的结论包括两岸、国内外的报道框架不同, 或质疑西方新闻带有偏见缺乏客观性。^③

2016年2月19日, 中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平在北京主持召开党的新闻舆论工作座谈会并发表重要讲话。他强调, 党的新闻舆论工作是党的一项重要工作, 是治国理政、定国安邦的大事, 要适应国内外形势发展, 从党的工作全局出发把握定位, 坚持党的领导, 坚持正确政治方向, 坚持以人民为中心的工作导向, 尊重新闻传播规律, 创新方法手段, 切实提高党的新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力。从讲话中可以看出, 党报的新闻舆论引导任务尤其艰巨, 在意识形态领域发挥重要作用的同时, 对党报报道框架的研究十分必要。

大陆从中央到地方的媒体对台湾有关新闻报道数量众多, 但比较而言, 党报的报道更具权威性。为了管窥大陆媒体对涉台事件报道的框架, 鉴于《人民日报》是中国共产

^① [荷]托伊恩·A·梵·迪克:《作为话语的新闻》, 北京: 华夏出版社, 2003年, 第99页。

^② 臧国仁:《新闻媒体与消息来源——媒介框架与真实建构之论证》, 台北: 三民书局, 1999年, 第152页。

^③ 孙彩芹:《框架理论发展35年文献综述——兼论内地框架理论发展11年的问题和建设》,《国际新闻界》, 2010年, 第9期。

党中央委员会的机关报。笔者希望以《人民日报》为例，分析大陆媒体对朱立伦访问大陆的报道框架。

2015年5月2日朱立伦抵达上海，并于3日在上海出席第十届两岸经贸文化论坛后，率中国国民党大陆访问团前往北京，参加了一系列会见活动。本文希望通过对《人民日报》及其海外版对于朱立伦访问大陆的报道框架进行分析，理解党报在传播信息和舆论引导的作用。

一、研究方法

《人民日报》(包括海外版)对2015年5月朱立伦访问大陆的报道共有四篇，最早出现于2015年4月15日，也就是朱立伦“登陆”的半个月前。到5月6日朱立伦离开大陆结束。鉴于报道文章数量较少，本文将全部四篇文章(见附件)作为研究对象。主要运用内容分析法，分别从报道数量、报道主题、报道角度和报道态度等五个方面分析，进行定量和定性分析。

表一：《人民日报》对朱立伦访问大陆相关报道整理

刊登时间	报道标题	版面位置
2015年4月15日	朱立伦“登陆”各方反应耐琢磨	海外版 003 版
2015年5月4日	俞正声朱立伦出席第十届两岸经贸文化论坛并致辞	001 版
2015年5月5日	习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦	001 版
2015年5月6日	中共中央台办负责人解读习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦讲话精神——共创两岸关系新未来 建设两岸命运共同体	008 版

二、研究发现

(一) 报道数量分析

对某事件的报道数量往往可以看出，在事件发展的不同阶段，媒体的态度以及关注重点。

中国国民党主席的朱立伦访问大陆是对于中共两党和台海两岸意义都十分重大的事件，人民日报在朱立伦正式访问大陆的19天前，就通过海外版分析了此次访问对于台湾岛内政治形势的影响，进行了具有前瞻性的分析。对朱立伦正式访问大陆时出席活动的报道共两篇，最后一篇是访问结束后的社论。报道数量有阶段性特征，访问的前中后三个阶段中最主要的事件进行了报道，并及时地发表了评论。

(二) 报道主题分析

报道的主题是报道的主线，可以体现报纸的性质。选择什么主题，它是关系到给报道铸造什么灵魂的大事，是确定什么导向的重大问题。





表二：报道中“两岸关系”和“两岸命运”的词频

报道标题	“两岸关系”和“两岸命运”的出现频次总和
朱立伦“登陆”各方反应耐琢磨	4
俞正声朱立伦出席第十届两岸经贸文化论坛并致辞	16
习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦	17
中共中央台办负责人解读习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦讲话精神——共创两岸关系新未来 建设两岸命运共同体	34

“新闻话语的主题并非简单的事项堆砌，相反，他们形成一种层次分明的等级结构。”^①可以见得新闻报道在主题选取方面并不是简单随意的选择，而是有一定的层次。而紧扣党的路线、方针、政策及中心工作，是党报选择新闻主题角度需把握的首要环节。《人民日报》对朱立伦访问大陆的四篇报道都是以“两岸关系”作为宏观主题，以具体的事件作为微观主题进行叙述。

第一篇报道是对台湾政治形势的分析，作为朱立伦访问大陆的铺垫报道，但是这篇只是在海外版上刊登。而作为中国共产党机关党报，《人民日报》关于朱立伦访问大陆的两篇活动报道和一篇分析评论，都是围绕“两岸关系”这一重要议题来展开的。《人民日报》一直都是中共中央大政方针的权威解读者。中国共产党和中国国民党两党的态度和行为对两岸关系的影响重大，从党报的角度来看，报道两党的对话也应围绕两岸共同命运等议题。

另外，朱立伦在北京访问期间也参与了其他活动，如与北京大学师生进行交流，但这一事件的重点并不在两岸关系，而是朱立伦“故地重游”，与北大师生共叙往事的个人行为。所以《人民日报》并没有选取此话题进行报道，可见其坚定的党报属性和严谨的关注重点选取。

（三）报道角度分析

海外版在朱立伦访问大陆前进行的相关报道的角度可以归为台湾方面的态度，而后面的三篇报道的角度可以总结为大陆方面的态度。

具体来讲，《人民日报》对朱立伦在大陆出席的两个重要活动的报道《俞正声朱立伦出席第十届两岸经贸文化论坛并致辞》和《习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦》，篇幅的85%以上是中共中央领导人所传达的中国共产党关于活动本身以及两岸、两党关系的讲话转述，其他15%是介绍活动和朱立伦所代表的国民党的表态。

“新闻的主题可用其特殊的方式进行组织、实现、表达和暗示。”^②《人民日报》作为中国共产党的党报，是中共中央向外界表达对中国大陆和世界大事的观点与角度的宣传工具，理所应当将本党对两岸关系的态度通过转述中央领导人的重要讲话的形式表现

^① [荷]托伊恩·A.梵·迪克：《作为话语的新闻》，北京：华夏出版社2003年，第43页。

^② [荷]托伊恩·A.梵·迪克：《作为话语的新闻》，北京：华夏出版社2003年，第37页。

出来，对中国共产党方面在两岸关系方面的积极形象进行强化，并从本党的角度肯定中国国民党维护两岸和平发展的态度。相对应的，《人民日报》在报道朱立伦讲话时，只是概括式的转述，所占篇幅小。这充分体现了《人民日报》的党报性质。

（四）报道态度分析

“新闻媒介组织总是要从属于社会或某一个集团、党派、阶级，而其本身又是由一群按照一定方针、宗旨、任务聚集在一起的活生生的人所组成。因之，它必定有自己的传播意图和目的，并把这一切贯彻到新闻传播过程之中。”^①从传播目的的角度，党报的报道中态度是否鲜明直接影响宣传和舆论把控的实际效果。

表三：报道态度

报道标题	所处阶段	报道态度
朱立伦“登陆”各方反应耐琢磨	访问前	反对态度
俞正声朱立伦出席第十届两岸经贸文化论坛并致辞	访问期间	肯定态度
习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦		
中共中央台办负责人解读习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦讲话精神——共创两岸关系新未来 建设两岸命运共同体	访问结束后	肯定态度

作为台湾政局中的“蓝营”，中国国民党一直以来与中国共产党有良好的沟通和对话，并且坚持“九二共识”，维护两岸和平。《人民日报》对于中国国民党领导人访问大陆的报道都是基于肯定态度，表现了两党在活动中的友好氛围。但在其海外版对本次访问前瞻性报道时，对民进党和“台独”势力对这次访问的“抹黑”持反对态度。

在两岸问题上，《人民日报》向来所持态度都是如此，坚持贯彻中共中央对台政策，坚决反对台独势力对两岸和平发展的阻挠，对此次访问的报道的态度鲜明，观点得体。其传播意图贯穿了整个系列的报道中，加强了宣传效果。

（五）文本群分析

新闻文本群是指“传播者从某一意图出发而将内容相似相近的三篇以上报道集中在某一时间段内传播的新闻报道群体。它具有连续报道和系列报道的特征，各篇稿件的主题一般是预先按照整体框架设置的，彼此联系紧密，主题集中鲜明。”^②新闻事业作为阶级舆论工具，在我国既是人民的耳口喉舌，也是党和政府的耳口喉舌，其指导舆论和宣传推广的功能，需要文本间的群体互动。

《人民日报》及其海外版关于朱立伦访问大陆的报道分为前中后三个阶段，共四篇相关报道。从预热报道台湾各党态度到具体事件报道，再到事后总结评论，《人民日报》对朱立伦访问大陆的系列报道结构完整，主线清晰，呈现了完整的新闻图景，使《人民

^① 黄旦：《新闻传播学》，杭州：杭州大学出版社，1995年，第234页。

^② 孙友发：《新闻文本与文化生态》，北京：人民出版社，2005年。





日报》在引导两岸关系舆论方面起到更加有力的作用。

朱立伦此次访问大陆参与的活动主题涵盖经贸、学术等度各方面,而《人民日报》这四篇报道的主题为两岸关系,所以其新闻文本群紧密地围绕这一主题进行议程设置,去除不相关的议题,立足于热点新闻事件,使受众受众意识到新闻事件和主题重要性,从而达到相应的宣传效果。

三、结论与建议

(一) 结论: 鲜明主题帮助舆论引导。

1.就报道数量和所处版面而言,《人民日报》对朱立伦访问大陆的报道充分反映了党报对两岸关系的重视,以及对相关舆论环境的强化,随着工作重心的变化而进行相关传播,不拖泥带水。

2.从报道主题来看,本次《人民日报》对朱立伦访问大陆的报道主要围绕两岸关系的议题展开,过滤掉主题相关性小的事件,单一但直中要害,充分阐释和强调了中共中央对两岸问题的态度和原则。同时《人民日报》也在新闻事件和政策方针宣传方面做了平衡,依托于热点事件进行宣传。

3.从报道角度来看,《人民日报》充分发挥了中央党报的“喉舌”作用,报道角度聚焦在中国共产党领导人的表态上,立场鲜明,为舆论营造与引导创造有利条件。抛弃细枝末节,将最核心的传播意图展示给受众,积极引导受众进行理性思考。

4.从报道态度的角度来看,《人民日报》反对“台独”势力和维护两岸和平发展的态度鲜明,与党和国家的方针高度统一,很好地服务于报道地中心话题,成功地营造了维护两岸统一的舆论环境。

5.《人民日报》为受众创建了一个事件的完整新闻图景,从而引导受众对事件建构完整清晰的认知,在潜移默化中向受众传递“和平统一,一国两制”的核心理念。

(二) 不足与建议

《人民日报》在报道朱立伦访问大陆这一事件时,极少提及两岸民众对于此事的态度。两岸同属一个中国,文化的同根同源,民族亲情基础深厚,以此为基础容易引起共鸣,唤起强烈的民族情感,对“两岸统一”的舆论引导十分有利。

建议不仅仅要通过官方角度阐明观点,也应通过反映民众对此事件的态度来进行舆论的营造,使得报道更亲民,更好地服务于宣传工作。

附件：

《人民日报》(包括海外版)2015年4月15日至5月6日对朱立伦访问大陆的报道

刊登时间	报道标题	版面位置	“两岸关系”和“两岸命运”的出现频次总和	所处阶段	报道态度
2015年4月15日	朱立伦“登陆”各方反应耐琢磨	海外版003版	4	访问前	反对态度
2015年5月4日	俞正声朱立伦出席第十届两岸经贸文化论坛并致辞	001版	16	访问期间	肯定态度
2015年5月5日	习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦	001版	17	访问结束后	肯定态度
2015年5月6日	中共中央台办负责人解读习近平总书记会见中国国民党主席朱立伦讲话精神——共创两岸关系新未来 建设两岸命运共同体	008版	34	所处阶段	报道态度





对娱乐新闻传播中媒体伦理失范的探析

——以“刘恺威出轨王鸥”事件为例

鲁欢

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 现代科技与互联网的高速发展, 使得媒体拥有了丰富多样的采集与发布新闻的方式, 与此同时, 也加剧了媒体行业的竞争。为追求轰动效应、吸引眼球, 媒体竞相报道极具煽动性的新闻, 尤其是以报道光怪陆离的娱乐新闻为主。由于过分追求报道角度上的猎奇, 媒体在传播过程中的道德失范行为已经不足为奇。本文主要从“全明星探”近期对“刘恺威出轨王鸥”事件的报道出发, 对“全明星探”在报道该事件中的手法进行分析, 探究媒体道德失范行为及产生的原因, 并提出改善媒体伦理失范问题的建议。

关键词: 媒体伦理 伦理失范 全明星探 “刘恺威出轨王鸥”事件

一、“刘恺威出轨王鸥”事件概况

“刘恺威出轨王鸥”事件是全民星探在其官方微博发布的娱乐新闻。先是微博认证为“live 全明星直播官方微博”的live 全明星直播发布了一篇“卓sir有大料”的新闻并@了资深媒体人——中国第一狗仔卓伟。微博发出之后, 很快得到了卓伟的回复“言而有信, 周三见”。在之后的几天里, “全明星探”和卓伟及其其他营销账号对事件进行持续炒作, 吊足了受众的胃口。

该事件以风行工作室在某电视剧的拍摄现场偷拍到刘恺威与同剧组女演员王鸥多次深夜独处一室的“疑似出轨”照片, 并拟好时间点, 在“周三”将所拍视频、照片公诸于众为内容。事件一经发布, 就在微博、微信公众号等自媒体的推波助澜下持续发酵, 当事人刘恺威的妻子杨幂在机场被围追堵截, 刘恺威和杨幂的婚姻存续状况、刘恺威和王鸥甚至王鸥的前男友均被各路网友深度扒皮, 一时间谣言满天飞。接下来的几天, “刘恺威出轨”、“王鸥”等关键词一直出现在微博热搜中。

11月9日(周三)晚上, 杨幂出席活动, 表示“自始至终相信恺威”, 随后刘恺威发布微博否定出轨一事, 杨幂很快转发备注爱心表达了对丈夫的支持。另一位当事人王鸥也以“还能不能好好玩耍”回应了出轨一事。“全明星探”及卓伟则宣布将继续公布证据, 证明其所声称的“刘恺威出轨王鸥”一事属实。

据卓伟团队透漏, 此次跟拍时间为期数月, 刘恺威与王鸥多次在深夜独处一室的视频也是在拍摄一个月之后才向公众发布。虽然对公众来说, 刘恺威出轨王鸥是一件新闻, 但事件本身并不是新近发生的事情, 而只是新近核实确定的事情, 属于软新闻, 也可称之为娱乐新闻。

二、娱乐新闻报道过程中媒体伦理失范及体现

(一) 媒体伦理失范概述

关于媒体伦理这一概念,学界并没有统一的定义。笔者认为,由于传播失范所导致的问题就是媒体伦理。那如何定义媒体伦理失范呢?传播失范应该包括以下两个方面的内涵:第一,道德主体(媒体组织)在传播行为中对道德客体(传播文本中的人或者物)以及道德波及者(普通受众)做出的善或者恶的道德判断,即对道德客体在道德范畴内的利益侵害与否,以及对道德波及者的利益侵害与否。第二,传播者在搜集资料过程中涉及到的道德问题。^①在“刘恺威出轨王鸥”事件中,全明星探通过对刘恺威、王鸥行径的报道和揣测,在没有石锤的情况下,将刘恺威和王鸥分别定性为“背叛者”和“破坏别人家庭的小三”,刘恺威和王鸥均遭到网民的严厉批评,网友的留言中充斥着侮辱性词汇。同时,整个事件持续时间长,关注度高,给当事人本人和家属的工作、生活都造成了不便。这是媒体伦理失范的典型。

(二) 娱乐新闻中媒体伦理失范的表现

娱乐新闻在内容上偏重软新闻,在表现形式上强调故事性、情节性,强化事件的戏剧性悬念性。注重对故事性、情节性的挖掘,使得一部分报道娱乐新闻的媒体忽略了娱乐新闻的本质是新闻,其娱乐特性并不能使其违背新闻本质所要求的“真实性、客观性和人道主义”的道德原则。^②全明星探在对“刘恺威出轨王鸥”事件的报道中,基本没有遵循“真实性、客观性和人道主义”。在没有资料、照片、视频佐证的情况下,全明星探甚至没有用“疑似”这样的字眼,就直接给出结论。从微博预热炒作到接二连三爆料的所谓的重弹,整个事件的传播过程中充斥着媒体审判,媒体以及自媒体通过微博、微信公众号进行转发、评论,甚至将当事人之前一些未经求证的陈年旧事都翻出来企图使该事件更加不堪,使当事人看上去更加卑劣。也正由于媒体对事件持续的、无原则的报道,当事人家人的日常生活被严重影响。(其中,刘恺威的父亲,香港影星刘丹在多次被媒体采访后拒绝回应,又被解读为从侧面印证刘恺威出轨。)这远远超出了娱乐新闻应有的报道底线,媒体伦理严重失范。^③

三、“刘恺威出轨王鸥”事件分析

(一) 全明星探选择报道“刘恺威出轨王鸥”事件的原因

尽管杨幂、刘恺威夫妇从公布恋情开始,就经常在媒体和公众面前大方秀恩爱,但是关于“女强男弱”、“刘恺威吃软饭”等言论从未在网络上中断过。从去年年末开始,两人就很少合体在公开场合露面。对比之下,媒体及两人粉丝都对二人的婚姻状况存疑。尤其是卓伟及其团队,笃定“幂威夫妇”已经离婚,并对杨幂进行了为期一年的跟拍,但杨幂除了在片场和黄轩、李易峰有过互动之外,并没有出格的举动。因此,全明星探就将目标转移至刘恺威,经过五个月的拍摄,终于拍到了所谓的证据。

杨幂是目前国内的一线女星,刘恺威也是电视荧屏的收视保障,而王鸥由于出演《伪

^① 唐庆文,陈璇:《传播失范与媒体伦理的表现方式及其解决之道》,《媒体时代》,2011年,第12期。

^② 孙锦卉,周晓航:《娱乐新闻传播中媒体道德失范现象探析——以“周一见”事件为例》,《文化与传播》,2014年,第6期。

^③ 谢晓:《传媒伦理的考量与选择》,《新闻记者》,2014年,第5期。





装者》中的女反派,也在这两年收获了一批粉丝。若是刘恺威出轨王鸥事件属实,那媒体在他们三人之间就可大做特做文章,全明星探也会因为这场感情戏的首播而提升知名度、获得丰厚的回报。所以,全明星探持续跟拍,并不顾“神秘人士”阻挠与约谈,不断放料也就不足为奇了。

(二)“刘恺威出轨王鸥”事件影响广泛的原因

杨幂和刘恺威在微博上的粉丝加起来将近一个亿,因此其影响力可见一斑。在全明星探爆料刘恺威出轨后,杨幂在机场被各路媒体围追堵截,并在晚上出席活动时回应“无论发生什么,我都相信恺威”。杨幂力挺刘恺威在先,引起“蜜蜂”(杨幂)暴走,疯狂刷屏辱骂刘恺威和王鸥。稍晚刘王二人也在微博否认出轨,但由于微博系统原因,王鸥的微博一度被删除,更是引发众多推测,网友群情激愤,全明星探也在微博上讥讽推波助澜,尽管在跟微博后台沟通,恢复王鸥所发微博,王鸥已经惨遭各种扒皮,被贴上各种带有侮辱意味的标签。

没有具体的证据,卓伟及全明星探团队希望通过释放烟幕弹,逼出刘恺威杨幂承认离异的事实,但是换来的只是一张法院传票。还没等网友回过神来,微博上又爆出卓伟朋友圈截图,直指刘恺威已经错过了为自己辩驳的最好机会,并质疑刘恺威为了嘉行的一点股份值得吗?种种言论及各种猜测都将刘恺威和杨幂推上了风口浪尖。

刘恺威微博里回应二人同处一室是因为深夜对剧本,于是“刘恺威体”、“夜光剧本”等更是遭到了群嘲。但在事件持续发酵的过程中,也有不少网友对刘恺威和杨幂的女儿小糯米表示同情,认为这毕竟属于明星的私人生活,应该由他们自己解决。那媒体的报道是否适当,媒体是否存在媒体伦理失范都值得考量。但不管网友支持哪方,关注哪方,都对事件的发展做出了“贡献”。

(三)“刘恺威出轨王鸥”事件媒体伦理失范体现

“刘恺威出轨王鸥”事件在微博及各路媒体上得到了空前的关注,但至今刘恺威是否出轨还是一个不确定事件。因此不管从客观性考量,还是事件本身的真实性,全明星探在本次事件的报道中多处媒体伦理失范。

1、预告新闻延迟发布

自从《南都娱乐周刊》发布的“周一见”事件后,预告式新闻已经不是新鲜事。新闻是对新近发生的事实的报道,不管是“周一见”还是此次刘恺威出轨王鸥的“周三见”都已说明,媒体早就可以通过各种渠道推送新闻,尤其是新媒体,不需要付诸刊印,更没有做出预告的必要。通过预告来悬吊网民胃口,把刘恺威作为假想敌,把正常的娱乐新闻报道,演变为追求新闻自由的惨烈战争。预告式新闻是基本违反新闻伦理的。^①特别是已经获知新闻事实,却不及时告知公众。已经获知事实,却不及时告知公众。全明星探重蹈《南都娱乐周刊》“周一见”,不断在微博平台上发出“周三见”的话题,发布新闻的过程中,又不断制造悬疑,这种类似媒体威胁和预告式新闻的态度,严重违背了新闻伦理。^②

同样,“刘恺威出轨王鸥”事件还涉嫌延迟性报道,全明星探其实一早就拍到了二人

^① 何镇飏:《媒介伦理的新思考》,《新闻记者》,2014年,第5期。

^② 布埃尔·布尔迪厄:《关于电视》,南京:南京大学出版社,2011年,第33-34页。

在新疆某二星级酒店共处一室的视频，但是有故意延迟发布的嫌疑。视频发布后，很多网友包括《莽荒纪》剧组成员都在质疑全明星探的视频有剪辑的痕迹，但是由于视频发布延迟，刘恺威、王鸥所住的二星级酒店的视频监控早已被覆盖。刘恺威和王鸥就算想质疑视频的真实性，都无法拿出实质性证据。作为仅供娱乐大众的娱乐新闻报道，全明星探这种刻意不给当事人辩驳机会的做法实在让人匪夷所思。

2、违背了媒体传播过程中的伦理原则

不管是硬新闻还是软新闻，传播主体在传播的过程中，都要遵守一定的伦理原则。但是纵观全明星探在整个事件传播的过程中，完全不顾及当事人及家人的感受，自说自话，对当事人及其工作团队、家属都造成了无法挽回的伤害。

在全明星探发布“刘恺威出轨王鸥”事件后，微博热搜排行榜上不仅出现了“刘恺威出轨”、“王鸥”等关键词，“杨幂”、“刘丹”、“小糯米”、“卓伟”、“全明星探”都一并成为一段时间之内微博网友关注的焦点。当事人被扒皮，当事人家属回应被扭曲解释、王鸥微博被删除又引来恶意推测，加上不怀好意之人的炒作，都满足了作为吃瓜群众的网友看好戏的需求，但此番并无实证的爆料，产生的负面影响，波及之广，危害之大，不可估量。

3、名人隐私权的侵犯

“刘恺威出轨王鸥”事件仅仅是公众人物隐私被媒体公开的冰山一角。布尔迪厄在其著作《关于电视》中认为，对于像体育明星、影视明星等公众人物的部分隐私权也要依法给予保护。第一，其住宅或者私人空间不受非法侵入或侵扰；第二，其私生活不受收听监视；第三，保障通信秘密与自由；第四，夫妻两性生活不受他人干扰或调查；第五，与公众的合理兴趣完全无关的纯粹个人私争之秘密或安宁收到保护。^[3]全明星探为了拍摄刘恺威和王鸥的画面，在酒店走廊安装摄像头，实时监控两人的一举一动。视频一经发布后，满足了公众对名人隐私的窥探与指责欲望。

从一定程度上说，作为公众人物，明星在享受高收入、高社会地位、高知名度的同时，也必须付诸一定的牺牲，比如成为公众茶余饭后的八卦谈资、娱乐媒体竞相追逐的对象。但明星隐私的暴露，极有可能对其事业甚至家庭生活造成伤害。对于报道主体来说，曝明星隐私，全民星探可以增长其作为娱乐媒体的市场占有率和通过向受众传递更多的明星八卦而获得经济利益。对于公众来说，最大的利益就是好奇心的满足，并以为看到了明星的真实面目。所以，在喧嚣的微博评论中，能看到不少网民为以卓伟为首的狗仔的追踪报道叫好，认为这就是新闻专业主义的体现。但是，美国学者坎丹斯认为：公众的确没有必要知道这些名人的隐私，这种曝光可能带来的伤害要大于公众的利益。^①美国学者马修基兰认为：（对公众人物的私生活攻击，是否有些伪善呢？）测试这一问题的最好方法，就是询问新闻记者甚至是报社的所有人，他们是否也愿意让自己的私生活细节经年累月，彻底且几近被诽谤地暴露在大众面前。他们期待在这种情况下婚姻生活还能美好持久吗？^②

4、没有遵守新闻的真实性原则

^① KAREN SANDERS, Ethics and Journalism, SACE, 2002, p85

^② 马修基兰：《媒介伦理》，张培伦、郑佳瑜译，南京：南京大学出版社，2009年，第90页。





新闻真实性指的是在新闻报道中的每一个具体事实必须合乎客观实际。即表现在新闻报道中的时间,地点,人物,事情,原因和经过都经得起核对。新闻真实性要求叙述准确,不引申,少议论。笔者认为,新闻写作的真实性就是指对新闻事实在报道中真实写稿应遵循的一种基本原则。

尽管“刘恺威出轨王鸥”事件闹得沸沸扬扬,全明星探也不断发布视频片段试图证明事件的真实性,但仅是二人是否单独独处一室一点都被网友怀疑有剪辑嫌疑,更何况用心良苦跟拍N久,刘恺威和王鸥都没有亲密性的举止,全明星探却一再明示暗示,刘恺威一定出轨王鸥。

全明星探的拍摄疑点重重,加上后期炒作,网络上人云亦云,真实性根本无从核对,所以整个新闻其实根本就没有遵循最基本的真实性原则。真实是新闻的生命,全明星探明显在报道过程中忽略了这一守则。

四、娱乐新闻媒体伦理失范的启示与反思

(一)对自身行为进行自省,加强媒体自律

媒体,尤其是娱乐媒体自律成本低效率高,且媒体有自己的专业自主权。每个媒体都应考虑通过遵循新闻准则“真实性、客观性、人文关怀”来提高媒体在公众心目中的公信力以及权威性。媒体必须要承担一定的社会责任,要确保所发新闻不会对社会造成过多的负面影响,要有良心、有良知,不为了过分追求关注,迎合受众。坚持用事实说话,不跟风炒作,不做标题党,不能以为自己属于娱乐媒体,也把新闻内涵娱乐化起来。

(二)媒体之间相互监督,自律他律并存

网络时代,不管是媒体还是普通网民的版权意识并不高。一旦有重料爆出,几乎没有人核实真相,就跟风转载报道,因此网络上的新闻总是真真假假,谣言满天飞。媒体之间是既合作又竞争的关系,应该互相监督、互相学习,扬长避短,及时发现问题并予以改正,以保障我国新闻业呈现健康有序的发展。

(三)媒体从业人员要遵循基本的职业道德

不管是传统媒体还是新媒体的从业人员,既然选择了从事新闻业,都要时刻谨记遵循基本的职业道德。不能为了升职加薪,拍出重磅一夜成名而枉顾伦理道德。近期的名侦探赵五儿就做出了优秀反例,尽管林丹出轨的视频早已拍好,但考虑到谢杏芳还在孕期,赵五儿团队愣是压下新闻,直至谢杏芳顺利生产才予以报道,得到一致好评。新闻从业人员追求轰动效应无可厚非,但一定要兼顾社会效益,处理好新闻报道与社会效果之间的关系,不影响被报道者的日常生活。

当前,娱乐新闻的媒体伦理失范现象的存在较为明显,这也为新闻行业敲响了警钟,它警示着媒体及从业人员要始终保证社会效益优先,以此前提下,做到社会经济双赢的成绩,促进我国新闻事业的长足发展。

新媒体影响下的新闻专业主义

徐莹

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 新闻专业主义一直是新闻业界和学界共同追求的新闻理想, 尤其是随着市场竞争的加剧, 我国新闻业在政治和经济的双重影响下, 暴露出一系列的问题: 如虚假新闻、有偿新闻、媚俗新闻、媒介审判等现象层出不穷。在这样的背景下, 新闻专业主义的探索显得尤为重要和亟需。而新媒体在新闻传播中的优势特点, 给新闻的报告的客观公正真实性带来的新气象和新期待。本文正是通过对新媒体在新闻报道中的优势梳理, 从而探索如何借助新媒体的新闻传播来进一步推进新闻专业主义在中国更进一步发展。

关键词: 新闻专业主义 新媒体 新闻

2012年4月4日,《纽约时报》刊登了一篇题为《In China Press, Best Coverage Cash Can Buy》的新闻, 揭露了中国媒体的有偿报道现象。^①《纽约时报》的报道一出, 引起了国内网民的广泛讨论。而在中国现状来看, 国内新闻存在的问题远不止有偿报道这一点, 新闻还存在虚假新闻、低俗新闻、媒介审判等多种问题。新闻业的现状及未来的发展思考似乎都离不开中国新闻专业主义的完善和应用于实践。而处在新媒体时代的中国, 新媒体对于新闻专业主义的影响正是我们需要探索研究的内容。

一、新闻专业主义的中、西方发展

(一) 西方新闻专业主义内涵

西方新闻专业主义的产生与19世纪中后期西方政党报纸的解体与媒体商业化进程紧密相连。新闻媒体为了摆脱政党及相关经济利益集体的影响, 免于被其控制, 于是借助新技术的产生和商业化的发展机遇, 重新对自身进行定位从而谋求新的发展。如《纽约先驱报》提出“提供一副世界的正确图画”^②的经营理想;《纽约时报》的雷蒙德(Raymond)树立要使该报成为一张“刊载每天发生在世界各地所有新闻的报纸”^③的鸿鹄之志; 以及1896年的继承者奥克斯更明确提出“刊登一切适宜刊登的新闻”^④的经营意图。均有效地体现了新闻专业主义的核心理念, 即客观新闻学和新闻媒介和新闻从业者的独立地位保证。19世纪70年代, 随着独立报刊的兴盛和发展, 雇佣专职记者开始出现且群体不断壮大, 直至80-90年代, 记者已经成为了一个专业的社会分工职业。记者新闻报道中尊重事实、客观报道的要求, 开启了新闻专业主义理论雏形的形成。1947年以哈钦斯为首的出版委员会报告《一个自由和负责的报业》正式地提出媒介专业化。

^①周劲:《新闻专业主义的本土化探索》,《新闻大学》,2013年,第4期。

^②黄旦:《传者图像:新闻专业主义的建构与消解》,上海:复旦大学出版社,2005年,第20页。

^③黄旦:《传者图像:新闻专业主义的建构与消解》,上海:复旦大学出版社,2005年,第20页。

^④[美]迈克尔·埃默里,埃德温·埃默里:《美国新闻史》,展江、殷文译,北京:新华出版社,2001年,第273页。





至此,西方新闻专业主义理论形成了较为成熟的话语实践。而美国学者阿特休尔在《权力的媒介》一书中认为,新闻专业主义就是指:“(1)新闻媒介摆脱外界干涉,摆脱来自政府、来自广告商甚至来自公众的干涉;(2)新闻媒介为实现‘公众的知晓权’服务;(3)新闻媒介探求真理,反映真理;(4)新闻媒介客观公正地报道事实。”^①

(二)新闻专业主义在中国的发展

与西方相比,新闻专业主义在中国的发展历史并不长,且发展并不成熟。中国受历史文化的影响,新闻不可避免地带有“文人论政”的色彩感。中国的新闻专业主义的历史可以追溯到近代《大公报》1926年的接管者吴鼎昌、张季鸾、胡政之提出的“不党、不私、不卖、不盲”的“四不”原则,主张创办一张言论自由、客观公正、经济独立的报纸。徐宝璜在其《新闻学》著作中主张,报纸应具有独立的社会地位,应代表国民提出意见和建议。他在《新闻纸之性质与价值》一文中,指出报纸的第一个职务是:“供给各方平等发表之机会。新闻既为国民之言论机关,社外一切来件,但需所记不虚,言之有理,不应问其属何党派,及与本报主旨向背,而予刊出,供世人之讨论,给各方平等对待。”^②1949年全国解放后,全国进入社会主义改造时期,对现代报业起重要作用的资本市场在当时处于基本停滞状态,西方的新闻专业主义探索也无疾而终。随后的30年,中国基本进入了苏联的党报思想时期,虽然出现了1956年的短暂新闻改革,但是很快就在大规模的社会运动中断裂。改革开放后,随着市场经济的发展,新闻专业主义的实践和探讨再次回归。但是中国的新闻事业受到党、市场及专业服务意识的三股力量影响,使得中国的新闻专业主义存在呈现的碎片化特点,完善的中国特色新闻专业主义理论还未出现。

二、新媒体在新闻传播中的优势力

新媒体,是指继报纸、广播、电视三大媒体之后出现的互联网媒体和手机媒体。新媒体基于实时传输技术、数字技术、网络技术及多媒体技术四大技术支持,在新闻传播中拥有了自身优势,显示出自身新闻传播的特点。

(一)传播速度快

新闻价值五要素中的不变要素是真实性和时新性。真实性指的是在新闻报道中的每一个具体事实必须合乎客观实际。即表现在新闻报道中的时间,地点,人物,事情,原因和经过都经得起核对。而新闻时新性则是侧重于对新闻事实发生到公布时间距离的超短性。这就要求新闻事实从发生到被作为新闻报道过程中,经过加工的环节越少越好,且速度越快越好。传统的“黄金24小时”可以说已失去了其理论基础。而新媒体的实时传输技术,可以实现全球信息的即时送达。且信息从获取到传播中间不需要经过筛选、制作、编辑等程序,最大程度上避免了中间环节可能造成的信息偏离,实现新闻最大程度的保真。这种即时和保真传播可以最大程度上实现新闻价值的保值,实现新闻的社会效用最大化。

(二)传播资源丰富

数字技术指的是在电子信号的传输方式上,用数字压缩方式来取代传统的信号模拟

^①[美]阿特休尔:《权力的媒介》,黄煜、裘志康译,北京:华夏出版社,1989年,第133页。

^②徐宝璜:《老北大讲义》,节选自《新闻学》,长春:时代文艺出版社,2009年。

方式。数字技术的应用,使得新媒体新闻发布内容具有海量性和并于再传播。传统媒体的新闻载体是有限的,要求在有限的篇幅中表述完整的新闻。但是,新媒体的数字技术可以极大地扩大新闻容量,新闻不受篇幅和版面、时段的限制。传统媒体对于一般受众来说,只能成为新闻的接收源,和受众有一定的距离,不能为一般受众所应用。但是,数字技术的应用使得新闻信息的发布和新闻的转发成为了可能。一般受众改变了原有的单纯作为受者的角色,而是可以通过对新闻的发布或转发成为新闻的发布者。传播资源的丰富化将改变少数大众传播机构垄断资源的状况,为更多的社会成员成为传播者提供了条件。

(三) 传播的多向性

传统媒体在新闻传播的过程中更多地是把自己选择的新闻信息直接“推”给受众,也不会更多地去关注受众的自身特点和内在需求。而在网络技术的支持下,新媒体可以把大量分散的信息源和用户统合到一个系统中,形成巨大的信息海洋。网络技术的超链接技术,也使得用户在信息接触、选择、处理、反馈上有了更多的选择,网络的即时通信功能,不仅保证了信息的双向互动,甚至在一定情况下可以实现信息的多向性传播。传播过程的双向性甚至多向性,大大改善了传统大众传播过程中的受众地位,这种改变有助于新闻机构和新闻记者更多地在新闻工作中客观公正、坚持新闻的原则,从而提高传播新闻的质量。

多媒体技术的发展,使得新闻传播的方式可以包含文字、声音、图像、视频等多种信息符号,打破了传统媒体之间的隔阂界限,使新闻表现形式趋于多元化。这种传播形式的变化,使得新闻改变了原有的说教式的死板的表现形式,新闻内容的丰富元素地表达,大大增加了新闻的可视化、可感化。且新媒体技术的应用,可以避免传统媒体如报纸、杂志等浪费资源资源的缺点,避免广播、电视媒体的传播的新闻内容传播过程的不可选择性的缺失点。

三、新媒体对新闻专业主义的影响

新媒体依靠新的技术支持,拥有了自身的传播优势特点,在传播的过程中其对新闻存在的政治、经济、文化等生态环境均产生了影响,这种影响必然会对新闻专业主义的各大要素如新闻媒介壁垒、新闻观念、受众等产生一定的影响,这种影响最终均会体现为新闻专业主义的发展。

(一) 媒介壁垒消解

新闻专业主义要求新闻媒介能够不受政治、经济利益影响,可以独立运作,保持自身的客观公正性。实际上,在现实社会中,这是一种过于空想的完美主义理论。现实社会中,新闻媒介想要生存发展,必然脱离不开政治、经济环境。在对政治、经济环境的适应中,必然会出现一定的妥协,新闻也必然在客观公正的大道要求上有所偏离。但网络时代的来临,新媒体成为新闻新的媒介基础之上,这一情况将有所弱化。第一、新闻的传播方式由“一对多”的传播方式变成了“多对多”的传播,普通受众也可以成为新闻的主动传播者,传播者的纷繁复杂和变化多样,以及新闻过程的零制作性、新闻传播的即时性等特点,使得政治经济利益主体很难去对纷繁复杂的新闻传播者进行控制,也很难在极短的时间里去采取措施干预新闻的内容和传播。第二、传统媒体的新闻时间段、新





闻报道版面等有限,使得新闻的报道内容有限,从而更容易被政治经济利益主体影响。但网络自身的内容容纳的海量性,可以瞬时在网上同时爆发大量的同一新闻报道内容,且相伴而生的是受众接收新闻内容同时发表的评论,以及发表的新闻相关新闻。这样的几何乘积的爆发量和速度,使得政治经济利益主体想要干预也无从下手。普通受众地位的改变,受众观念的转变,加上新媒体的新闻发布平台的易使用性特点,使得新闻媒介的专业壁垒慢慢消解,传统媒体对媒介的把持将慢慢成为历史,普通受众在新闻媒介的活跃,对于新闻专业主义的坚持是有利的尝试。

(二) 新闻观念现实实现

新闻专业主义的核心思想是要保持新闻的客观真实、公正公平,完全脱离记者个人的偏见和情感因素。传统媒体的版面、时段的限制,使得对一个新闻的报道一般只有一篇篇幅,一篇篇幅的报道还是记者编辑个人加工之后的稿件。记者编辑受自身价值观、文化视野及对事件本身认识的局限性,其新闻报道很难保证完全的客观公正,很难保证将事件的每一面都展现在公众面前。但随着网络技术的发展、新媒体的普及,信息获得的渠道畅通发达,受众从单纯的受者变成了集受者与传者于一身的角色。信息的传播者越多,被报道的事实就越能够通过各个角度得到全面完整地呈现,客观报道的可能性也会越大。新闻专业主义的核心观念的客观真实,要求完全脱离记者个人的偏见和情感因素的观念,也许在一个一个个体的报道中很难实现,但在无数报道者对事件的全面报道中,可以实现另一种形式的客观和公正。如2007年“华南虎事件”中,周正龙用年画拍出假的野生华南虎照片,最终在网络“打虎派”和“挺虎派”的激烈交锋后,对造假事实进一步进行了揭露。^①这一事件从新闻报道到最终的事实真相浮出水面,这恰好印证了多主体的报道可以最大限度上保证新闻专业主义。新媒体在新闻报道中的应用促使了新闻专业主义的新闻观念的调整和改变。

(三) 公民记者强势塑造

新闻专业主义要求新闻从业人员以公众利益为基本出发点,为广大的公众服务,带领公众寻求真理,追求社会的正义和公平。公众的利益需要维护,但是仅靠媒体对公众利益维护以及追求社会公平正义是很难做到的。而在新媒体时代背景之下,“人人都是报道者”的公民记者的出现,他们遍布世界的每一个角落,分散在社会中的每一个阶层,占领着社会中的每一个行业,这就在最大程度上保证了能够在第一时间接触到新闻现场,可以得到真实的、现场的第一手新闻资料,尤其是在一些突发事件的报道中,更是拥有其独特的优势。他们能够第一时间进行报道,进而借助网络媒介第一时间进行传播。2008年“3·14事件”中,CNN等西方媒体对我国进行片面的倾向性报道,我过网民通过BBS、博客、网站等媒介对事件事实进行自发报道,对西方不实报道进行反驳和抨击,最大限度上维护了新闻报道的客观公正性,维护了新闻专业主义,维护了国家和民族的声誉,对中国国际形象进行了有效地支撑。

(四) 受众意识主动觉醒

新闻专业主义要求受众具有知情权。知情权虽然没有作为一项法定的公民权利见诸于具体的法律文件,但我国《宪法》规定:“一切国家机关和国家工作人员必须依靠人

^①360百科:华南虎照片事件<http://baike.so.com/doc/6108675-6321789.html>

民的支持，经常保持同人民的密切联系，倾听人民的意见和建议，接受人民的监督”。这一规定被普遍解读为人民享有知情权和监督国家机关的权利。公民享有对政府重要决策、重要事务的知情权、对国家管理和社会事务的参与权以及对政府工作的监督权也已经成为现代民主法制社会的共识。在实践中，“知情权的内容不仅局限于知道和了解国家的法律、法规和政府的大政方针，还包括政府掌握的一切关系到公民切身利益和公民个人应当了解的一切情况。”^①在传统媒体时代，新闻传播内容几乎提前被确定，做为受众的大众只能被动地接受新闻信息，无法做到及时地互动和反馈。即无法形成舆论。舆论的本质是公众对于某一事务一致意见的表达。而在网络时代，舆论的形成更是具有广泛性、爆发性和冲击性。舆论的特性以及舆论引导主体的受众意识的觉醒，使得受众对于媒体报道的内容不再是一味地接受，而是会进行辨别、分析、求证，最终才会对媒体新闻给出最终评价。这样的受众觉醒，使得媒体在新闻播出的时候会更尽量避免不客观公正的新闻出现，而引发的受众对媒体的质疑，而降低媒体的公信力，客观上有助于新闻专业主义的保持。

四、反思和总结

总体来说，新媒体与生俱来的特点，在新闻传播的过程中具有了传统媒体所不具备的优势点，且在一定程度上甚至弥补了传统媒体在新闻传播中的传播主体窄，传播内容角度有限，传播受众互动反馈性差等问题。我们必须乐观客观地看到新媒体对于新闻专业主义的保持和发展拥有非常积极的意义。但是，同时我们也应该冷静地看到，新媒体在新闻传播过程中也存在一定的需要注意和探讨的问题。而我比较感兴趣的课题则是媒介审批的问题。在“受众为王”的时代，由于受众受者地位的转变，越来越多的受众开始主动追求成为传者。但是，由于受众的文化水平、价值观念、媒介素养水平的参差不齐，不理性的网络舆论造成的媒介审批问题层出不穷。如1997年“张金柱案”，2008年“孙伟铭案”，2009年“邓玉娇案”，2011年“药家鑫杀人案”。这些都是网络上掀起的质疑、指责、抨击的舆论狂潮，影响了新闻报道的客观公正性，给案件审理造成了极大的压力，从而在一定程度上影响了司法审批的公正性。我们在看到新媒体给新闻专业主义的坚持和发展带来鲜活新角度支持的同时，也应理性地看到其存在的问题和不足。

^①刘建明：《关于公众知情权的深度分析》，《新闻界》，2005年，第5期。





性危说：荀子人性论新探

谢晓东

(厦门大学哲学系, 福建厦门, 361005)

摘要: 在荀子哲学中, 性是指人生而具有的自然倾向, 既涵盖了知情意三种能力, 也包括了由之生发的情感与欲望。在此基础上, 从两个角度论证了性危说这种新阐释: 一方面, 在《荀子》文本中有性危说的暗示; 另一方面, 借助了朱熹人心道心论中关于人心道心的诠释, 证明了朱熹对人心危的诠释适用于《荀子》对“性”一词的规定。相对于其他几种对荀子性论的阐释, 性危说具有一定的优势, 能够较为有力地反驳其理论对手。

关键词: 荀子 性恶 性危说 性向善论

关于荀子的人性论, 多数人认为是性恶论。况且, 《荀子》的文本也是这么阐述的。于是, 性恶这种观点几乎成了荀子的招牌, 也是历代学者毁之和誉之的焦点。就性恶论而言, 可以区分为性本恶(先天性恶)和后天性恶论。^①不过, 也有一些人认为荀子的人性论蕴涵着性善论。^②此外, 也有人认为, 荀子所说的性恶不是指人性本恶, 而是顺从、沉溺于人的本性的结果。^③这种观点认为, 性本身无善恶, 从而否定了性本恶。还有一种观点认为, 荀子支持的是性可以为善可以为不善的观点。^④在时贤的研究基础之上, 笔者试图提出一种对荀子性论的新阐释。这种阐释, 虽然主要针对性无善无恶论, 但是也兼顾到了其他几种观点。性无善无恶论或许比性恶论更好地总结了荀子性论的立场, 它从消极的角度规定了性的属性, 从而指出了性不是什么。笔者以为, 这是不够的, 应该从正面指出性到底是什么。^⑤就此而言, 以性无善无恶来概括荀子的性论, 仍然不够充分。我们的基本观点是, 以性危来指称荀子的性论, 或许是一个更好的选择。

一、荀子对“性”的理解

在阐述性危说之前, 有必要先行分析荀子对“性”之一词的理解, 以便为该论点奠定一个较为坚实的基础。这种理解, 相当程度上是以“性”之定义, 尤其是以分析“性”之内

基金项目: 国家社科基金项目“政治哲学视角下的先秦儒学与古典自由主义研究”(10CZX020); 中央高校基本科研业务费专项资金资助项目“政治哲学视域下的朱子研究”(2013221002); 福建省新世纪优秀人才计划(闽教科[2013]41号)。

作者简介: 谢晓东, 四川射洪人, 哲学博士, 厦门大学哲学系教授, 主要研究政治哲学和儒家哲学。

^① 吴乃恭:《荀子性恶论新议》,《孔子研究》1988年第4期。

^② 马一浮:《马一浮集》(第三册),杭州:浙江古籍出版社、浙江教育出版社1996年版,第1141页;劳思光:《新编中国哲学史》(一卷),桂林:广西师范大学出版社2005年版,第254页;胡伟希:《荀子人性思想探微》,《清华大学学报》(哲社版)1988年第2期。

^③ 韦政通:《荀子与古代哲学》,台北:台湾商务印书馆1966年版,第68-72页。

^④ Kim-chong Chong, *Early Confucian Ethics*, Open Court, Chicago and La Salle, Illinois, 2007, p83.

^⑤ 张祥龙也认为,性无善无恶论并没有突出人类的特殊的通性,因为无机物、植物和动物也都是无善无恶的。《先秦儒家哲学九讲——从〈春秋〉到荀子》,桂林:广西师范大学出版社2010年版,第245页。

涵和外延为中心的。先考察性之内涵。

第一，性是什么？根据戴震的研究，“谓之”一词在古汉语中可视为下定义。^①故而，可以说荀子给性下过如下定义。“生之所以然者谓之性。性之和所生，精合感应，不事而自然谓之性。”（《荀子·正名》）“不可学、不可事之在天者，谓之性。”（《荀子·性恶》）因而，所谓性就是指人因出生这项事实而具有的自然倾向，因而不具有人为的含义。就此而言，颇为接近告子所说的“生之谓性”。事实上，荀子之《性恶》与《正名》诸篇中的“性”字在原本当作“生”字解。^②那么，在荀子看来，凡是可以称为“性”的事物都具有什么特性呢？“凡性者，天之就也，不可学，不可事。”（《荀子·性恶》）“性者，本始材朴也。”（《荀子·礼论》）“性也者，吾所不能为也，然而可化也。”（《荀子·儒效》）可见，性具有自然而成、质朴、不可以通过学习获得和可以转化等几种特征。

第二，性和情、欲。上文对性的分析完全是形式化的，那么，性的内容是什么呢？“性之好、恶、喜、怒、哀、乐谓之情。”（《荀子·正名》）也就是说，好恶等六情是性的内容。荀子进一步认为，“情者，性之质也；欲者，情之应也。以所欲为可得而求之，情之所必不可免也。”（《荀子·正名》）可见，情是性的质体，或者说是内容。就此而言，性情是同体的，因而荀子常把这两个词连用。比如，“故顺情性则不辞让矣，辞让则悖于情性矣。”（《荀子·性恶》）而欲望是情对外物的反应，因而，欲望是人必须要有的。虽然荀子在概念上把性、情、欲三者加以分别界定，但在事实上，它们是一个东西的三个名称。^③

第三，性与伪的分合。在荀子哲学中，要正确理解“性”，是无法离开“伪”这个术语的。可以说，区分性和伪是荀子的一大创造。“情然而心为之择谓之虑，心虑而能为之动谓之伪。虑积焉，能习焉，而后成谓之伪。”（《荀子·正名》）可见，伪具有两层含义，其一是指心的能动性，其二是指经过主体的努力而取得的客观成效。^④当然了，对于重行的儒家来说，伪的第二层含义占主导地位。荀子认为，“可学而能、可事而成之在人者，谓之伪，是性、伪之分也。”（《荀子·性恶》）也就是说，伪的属性是，并非天生的，是人的努力可以成就的。因而，伪意味着人类的文明，所谓“伪者，文理隆盛也。”（《荀子·礼论》）荀子也没有忽略性和伪相联系的一面。他认为，性是伪所处理的对象和得以发挥作用的前提，而伪则是性得以提升和转化的关键，二者缺一不可。“无性则伪之无所加，无伪则性不能自美。”“性伪合”具有莫大的功效，可以成圣人之名，可以使天下治。（《荀子·礼论》）要言之，性是天生，而伪是人成，于是天生人成就成为了荀子的基本原则。^⑤

根据荀子对性的内涵的规定，符合这种属性的事物大致是什么呢？这就是性的外延。有学者认为荀子性概念的子概念有四种，即情、欲、知和能，其中情欲为一组，知能为一组，前者是恶的，而后者是无所谓善恶的（中性）。^⑥这种区分颇有意义，但上述

^① [清]戴震：《孟子字义疏证》，北京：中华书局1982年第2版，第22页。

^② 傅斯年：《性命古训辨证》，桂林：广西师范大学出版社2012年版，第74-78页。

^③ 徐复观：《中国人性论史》（先秦篇），上海：三联书店2001年版，第205页。

^④ Philip J. Ivanhoe, *Confucian Moral Self Cultivation*, Second Edition, Hackett Publishing Company, Inc. Indianapolis/Cambridge, 2000, p.40.

^⑤ 牟宗三：《名家与荀子》，长春：吉林出版集团有限责任公司2010年版，第143-4页。

^⑥ 廖名春：《荀子新探》，台北：文津出版社1994年版，第125页。





四个方面,在笔者看来,似乎应该属于性的外延问题。荀子还认为性具有同一性,一切人的性都是一样的,没有差别。“凡人之性者,尧、舜之与桀、跖,其性一也;君子之与小人,其性一也。”(《荀子·性恶》)这种同一性,也就意味着性具有普遍性。此外,性还具有现成性,^①也就是人生而具有的自然的属性。那么,具有这些意义的性的外延是什么呢?

认识能力是性的一种类型。其中,较为低级的能力是感官的感觉能力。“目辨白黑美恶,耳辨声音清浊,口辨酸咸甘苦,鼻辨芬芳腥臊,骨体肤理辨寒暑疾养,是又人之所常生而有也,是无待而然者也,是禹桀之所同也。”(《荀子·荣辱》)与此同时,人还具有理性认识能力。“凡以知,人之性也;可以知,物之理也。”(《荀子·解蔽》)^②“所以知之在人者谓之知,知有所合谓之智。”(《荀子·正名》)知之在人和人所具有的认识能力,就是佛学所说的能知,知有所合和可以知,就是所知,能相结合方产生知识。情感能力也是性的一种类型。由于情可以分为好恶等六种具体情感,其中的每一种都可以表现为某些欲望,故而这里的情感能力之实质就是欲望。故而,荀子性论的特色,就在于以欲为性。^③欲望可以分为生理层面的和心理层面的,其实指的都是人的自然本能,比如,“饥而欲食,寒而欲暖,劳而欲息,好利而恶害,是人之所生而有也,是无待而然者也,是禹桀之所同也。”(《荀子·荣辱》)性的第三种类型是意志能力。在《荀子》的文本中,多处出现了“志”这个词语,比如,“君子贫穷而志广”(《荀子·修身》),“而志乎古之道”(《荀子·君道》),等等。著名翻译家里雅格(Legge)和刘殿爵(D. C. Lau)都把“志”译成英文 Will。因而,可以较有把握地认为,荀子注意到了意志这种人所具有的特殊能力。荀子明确涉及到了意志软弱(weakness of will)的问题。^④他认为,从潜能来看,人都具有成为圣人的可能性,所谓“涂之人可以为禹”(《荀子·性恶》)是也。虽然“涂之人可以为禹则然”,但是从现实性来看,“涂之人能为禹则未必然也。”之所以如此,就是因为普通人的意志薄弱,无法积学而为圣人。

要言之,荀子哲学中的性之内涵是指人与生俱来的自然倾向,其外延既包括知情意三种能力(faculties),也指由之生发的情感与欲望(emotions and desires)。

二、性危说的证明

既然性危说是对荀子性论的一种新阐释,那么它又是如何得到证明的呢?在此,笔者主要从两个方面予以论证。

(一)《荀子》文本中有性危说的暗示

第一,文本中有很多处“危”字。许慎对“危”的解释是,“在高而惧也”。^⑤许慎是从造字的角度来分析“危”的,说明人由于处于某些特殊境地而害怕。“危”在《荀子》中是常用字,共出现 107 次,^⑥其基本含义是危险。从词性的角度而言,当“危”单用时,主要

^① 储昭华论述此点颇为精到。详论参见氏著:《明分之道——从荀子看儒家文化与民主政道融通的可能性》,北京:商务印书馆 2005 年版,第 238-240 页。

^② 第一个“以”,梁启雄认为当作“可”,可知即能知,而能知是人的本质。参氏著:《荀子简释》,北京:中华书局 1983 年版,第 304 页。

^③ 徐复观:《中国人性论史》(先秦篇),第 205 页。

^④ [美]倪德卫著、万白安编:《儒家之道——中国哲学之探讨》,周焯成译,南京:江苏人民出版社 2006 年版,第 106 页。

^⑤ [汉]许慎撰,[宋]徐铉校定:《说文解字》,北京:中华书局 1963 年版,第 194 页。

^⑥ 引得编纂处编纂:《荀子引得》,上海古籍出版社 1986 年版,第 405-407 页。

有名词、动词和形容词三种形式，前者比如“安则虑危”（《荀子·仲尼》），中者比如“危其身者”（《荀子·王霸》），后者比如“夫是之谓危国”（《荀子·王霸》）。当然，“危”也可以和其他字组合而构成词组，比如“危亡”、“危害”、“危辱”、“危弱”、“危削”和“危殆”。就本文而言，更加注重“危”及其反义词“安”在一个句子中共同出现的情况，这些例子比较多，信手拈来几处。“是安危利害之常体也”（《荀子·荣辱》）、“国之所以安危臧否也”（《荀子·王制》）、“将以为安乃得危焉”（《荀子·王霸》）、“此谓荣辱安危存亡之衢也”（《荀子·王霸》）、“欲安而恶危”（《荀子·君道》）、“以安国之危”（《荀子·臣道》）和“以危为安”（《荀子·赋》），等等。可见，“危”确实具有危险和不安全的含义。“危”的适用对象一般是“身”和“国”，当然也包括“心”，比如“人心之危”（《荀子·解蔽》）。关于“人心之危”的详细分析，留待后文。

第二，对“情安礼”命题的分析。在《荀子》文本中，两处谈到了“情安礼”，笔者以为这个提法应该引起人们的高度关注。其内容如下，“礼然而然，则是情安礼也；师云师云，则是知若师也。情安礼，知若师，则是圣人也。”（《荀子·修身》）杨倞对“情安礼”的注释是，“谓天性所安，不以学也。”^①由于情是性的内容，因而“情安礼”也可以解释为性安于礼。而我们知道，礼义乃圣人所制，其目的是“养人之性，给人之求。”（《荀子·礼论》）礼义相当程度上是用来调节人的欲望（性）的，从而在无限的欲望与有限的资源之间保持平衡。在没有礼（pre-ritual）产生之前，人的欲求导致无秩序、不通和混乱。“人生而有欲，欲而不得，则不能无求。求而无度量分界，则不能不争；争则乱，乱则穷。”（《荀子·礼论》）可见，对于情（性）来说，有礼则安，无礼则危。“安礼”之“安”和“性危”之“危”刚好是一对反义词，这不更好地凸显了化性的必要性吗？就此而言，性危说呼之欲出。“行离理而不外危者，无之有也。”（《荀子·正名》）此处的“理”，似指礼义，或 good order，^②这句话表明，任何人的行为只要背离了礼义，其处境就会危险。笔者以为，这句引文的要点在于，行背理则危险，这就暗示了其反面，即行合理（礼）则安全。此处，或可认为也暗示了性危说。

（二）关于性危说的几个证明步骤

前面论证得出的结论是荀子暗示了性危说，而下文则要证明，对荀子性论的性危说阐释，是较为符合荀子的思想理路的。需要指出的是，这种证明相当程度上借助了朱熹关于人心道心的诠释。

第一，人心与性之间联系的确立。本文的基本思路是把朱子关于人心惟危的论证转用于证明荀子的性论是性危说，要达到这个目的，首先要做的事情就是确立《荀子》文本中“人心”与“性”这两个概念的联系。王夫之在注释《尚书·大禹谟》的“人心惟危，道心惟微，惟精惟一，允执厥中”时指出，“告子湍水之喻，其所谓性，人心之谓也。濬洄而不定者，其静之危与！决而流者，其动之危与！湍而待决，决而流不可挽，初非有东西之成形；静而待动，动而尧、桀之皆便。唯其无善无恶之足给，可尧可桀，而近桀者恒多；譬诸国然，可存可亡，而亡者恒多，斯以谓之危也。”^③由于朱熹的努力，人心道

^① [清]王先谦：《荀子集解》，北京：中华书局1988年版，第33-34页。

^② John Knoblock, *Xunzi: A Translation and Study of the Complete Works*, vols. 3. Stanford: Stanford Univ. Press, 1994, 22.6D.

^③ 王夫之：《尚书引义》，北京：中华书局1962年版，第20页。





心说成为了宋明理学的重要论题。作为哲学大家的王夫之,也阐述了自己的某些理解。为了使论述不至于过于枝蔓,此处就不详细阐发王夫之的相关思想了,只需指出,王夫之确认了《孟子》文本里,告子思想中“人心”与“性”之间的一致性,这对于荀子的思想来说,可以视为一种曲折的间接证明,因而具有某种方向性意义。不应低估王夫之这个观点的重要性,因为中外不少荀子研究者认为荀子的性论是无善无恶说,从而和告子持有相同的立场。^①

如果说王夫之只是提供了一种间接说明的话,那么汉学家史华兹(Ben Jamin I. Schwarze)则给出了进一步说明。他指出,“在《荀子》中,如果把‘性’这个词译成‘心灵’(mind)则更为合适,因为它不可能依靠对于与生俱来的道德禀性的引导来生成。它所包含的是一种宝贵的思想能力,是一种既可能又不能调动起来去获得知识、深思熟虑的气质、反思的能力、自觉完成其预定目标的思想能力。至少就人们对‘心灵’这个词的第一感觉而言,它正是典型的‘有为’意识尤其是人们获得知识之能力的中心。”^②敏锐的汉学家注意到,在荀子那里,“性”与“心”之间具有同一的一面。这对于我们的基本证明,起着重要的中介作用。

唐君毅曾经对孟荀之性心关系有一概要看法,他指出,孟子言心,“乃与性合言”;而荀子言心,“则与性分言”。^③也就是说,荀子是,“裂心与性情为二,贵心而贱性情。”^④关于荀子思想中的性和心,牟宗三有一个重要观点,即“以心治性”。^⑤可以说,唐君的论点都注重了心和性的区别,而史华兹则强调了心和性的一致之处。就荀子的对性心关系而论,还有一个问题需要解决,那就是,心是否是性?对此问题,可以从两个层面来回答。“心是性”是从“生而有”说,而“心不是性”则是从“实践功夫”说。^⑥其实,在荀子哲学中,心和性既具有明显区别的一面,更具有同一的一面。而对心性同一性的强调,则把人们引向了“人心”与“性”这两个概念的联系。

如果说前文只是提供了间接证明的话,那么黄宗羲则给出了明确得多的说明。他在为阎若璩的经典著作作序时曾经写道,“‘人心’、‘道心’,正是荀子性恶宗旨。‘惟危’者以言乎性之恶,‘惟微’者此理散殊无有形象,必择之至精而后始与我一,故矫饰之论生焉”。^⑦黄宗羲指出,“人心惟危”表明了性恶,这种看法和本文所提出的性危的基本观点是不同的。在人心道心问题上,黄氏和其师刘宗周以及朱熹的人心不是恶的观点明显不同,却同于王阳明及二程人心为恶的学说。^⑧即使如此,黄宗羲明确把荀子里的人心、性恶和危的观念放在一起考察,而这种思路却是笔者所非常认同的。

^① 比如柯雄文(A. S. Cua)和韦政通等人。A. S. Cua, *Philosophy of Human Nature*, in Cua, *Human Nature, Ritual and History: Studies in Xunzi and Chinese Philosophy*, Washington D.C.: Catholic University of American Press, 2005. pp.1-38.

^② [美]本杰明·史华兹:《古代中国的思想世界》,程钢译,刘东校,南京:江苏人民出版社2004年版,第303-304页。

^③ 唐君毅:《中国哲学原论》(导论篇),台北:台湾学生书局1986年版,第139页。

^④ 同上,第133页。

^⑤ 牟宗三:《名家与荀子》,第179页。

^⑥ 何淑静:《孟荀道德实践理论之研究》,台北:文津出版社1988年版,第47-73页。

^⑦ [清]黄宗羲:《尚书古文疏证原序》,收入阎若璩:《尚书古文疏证》,上海:上海古籍出版社2010年版,第三页。

^⑧ 谢晓东:《宋明理学中的道心人心问题——朱熹与心学的思想比较》,《厦门大学学报》(哲社版)2009年第6期。

第二，朱子对人心危的诠释适用于荀子之性。朱熹在《中庸章句序》中阐发了自己成熟的道心人心思想。^①为了论证的需要，兹引序的相关部分如下：

“盖尝论之：心之虚灵知觉，一而已矣，而以为有人心、道心之异者，则以其或生于形气之私，或原于性命之正，而所以为知觉者不同，是以或危殆而不安，或微妙而难见耳。然人莫不有是形，故虽上智不能无人心，亦莫不有是性，故虽下愚不能无道心。二者杂于方寸之间，而不知所以治之，则危者愈危，微者愈微，而天理之公卒无以胜夫人欲之私矣。精则察夫二者之间而不杂也，一则守其本心之正而不离也。从事于斯，无少闲断，必使道心常为一身之主，而人心每听命焉，则危者安、微者著，而动静云为自无过不及之差矣。”^②

根据笔者和一些学者的研究，朱熹人心道心思想晚年定论的基本标志是确立了人心、道心的普遍性（“虽上智不能无人心”，“虽下愚不能无道心”），尤其是前者。这就意味着，朱熹告别了“人心，人欲。道心，天理”^③的二程的人心人欲说，并批评了二程以人欲来解释人心，与天理来诠释道心的模式。他认为，人心不是恶，故而不是人欲。“‘人心，人欲也，’此语有病。虽上智不能无此，岂可谓全不是。”^④对于朱熹来说，人心具有普遍性，是上智和下愚都有的，其性质是危。根据朱熹的思想，笔者曾经提出了人心通孔说，据此把道心人心思想和天理人欲理论整合为一个模型，认为天理（或道心）和人欲都是通过人心这个通孔来表现自身的，分别是人心上达和下达的结果。^⑤根据学者们的研究，人心指的是人的知觉与需求。知觉通过感官而现，而需求就是欲望。在荀子哲学中，性既包含了知觉，也涵盖了欲望。故而，荀子对性的描述，有很大一部分和朱熹对人心的规定性是重合的。就此而言，朱熹所理解的人心和荀子哲学中的性，具有很强的可比性。

那么，朱熹对人心的诠释和荀子的思想，是否具有文本上的实际联系呢？答案是肯定的。事实上，朱熹的道心人心思想，就是通过阐发伪《古文尚书》之《大禹谟篇》的所谓十六字传心诀来确立的。这十六个字是这样的：人心惟危、道心惟微、惟精惟一、允执厥中。根据阎若璩的考证，其中前三句基本来自《荀子》书中所引的《道经》，而最后一句来自于《论语》的《尧曰》篇。^⑥来自《荀子》的相关内容，“故道经曰：‘人心之危，道心之微。’危微之几，惟明君子而后能知之。”（《荀子·解蔽》）《道经》早已失传，而荀子之所以引用《道经》的观点，目的是给自己张目。也就是说，此处他所引用的材料，和其基本思想倾向，应该是一致的。据此，可以认为，用朱熹对人心的理解来反观荀子的性论，这种做法具有较强的正当性。

朱熹明确指出，“人心不全是不好，若人心是全不好底，不应只下个‘危’字，盖为人

^① 谢晓东：《寻求真理——朱熹对道心人心问题的探索》，《河北大学学报》（哲社版）2005年第3期。

^② [宋]朱熹：《晦庵先生朱文公文集》卷七十六，朱杰人，严佐之、刘永翔主编：《朱子全书》第二十四册，上海：上海古籍出版社、安徽教育出版社2010年版，第3673-3675页。

^③ [宋]程颢 程颐：《二程外书》卷二，《二程集》，北京：中华书局2004年版，第364页。

^④ [宋]黎靖德编：《朱子语类》卷七十八，北京：中华书局1986年版，第2010页。

^⑤ 谢晓东、杨妍：《朱子哲学中道心人心论与天理人欲论之内在逻辑关系探析》，《江苏社会科学》2007年第2期。

^⑥ [清]阎若璩：《尚书古文疏证》，第122-124页。





心易得走从恶处去,所以下个‘危’字。若全不好,则是都倒了,何止于危?危,是危殆。”^①再比如,“危者,危险,欲坠未坠之间。”^②在这里,朱熹对人心之所以危的解释,和荀子对性的看法,几乎是如出一辙。荀子并没有说性便是直接是恶(性本恶),而是说,“顺是”,“从人之性”和“顺人之情”,便会产生恶。(《荀子·性恶》)正如黄百锐(David B. Wong)所说,荀子之所以认为性恶,是因为在人的欲望和情感(二者构成了性)占据了支配地位的情况下,就产生了不安全与缺乏秩序。^③对荀子而言来说,行为表现为恶,乃自然之势能,故而甚易;而善伪则某种程度上要反自然之倾向,故而需要付出相当大的努力。形象地说,作恶犹如水冲沙,故而甚易;而为善则如逆水行舟,甚难。对荀子而言,恶乃堕落的结果,善伪乃提升之结果。这些特性,均说明了性危说的提出,是符合荀子之内在理路的。到此为止,可以较为谨慎地认为,荀子的性论确实可以解释为性危。

三、性危说何以是一种更好的阐释?

笔者在上文初步论证了荀子的性危说,这是不够充分的。还必须证明性危说具有较为明显的优势,能够有力地反驳其他几种性说,从而是对荀子性论的一种更好的阐释。

(一) 性危说的优势

第一,跳出了以善恶言性的传统思路。一般认为,儒家人性论的主流是孟子的性善论,而荀子的性恶论则是主要的反面教材,处于两者之间的是其他几种人性论,比如性无善无恶、性有善有恶以及性可以为善可以为恶,则占据了一定的逻辑地位。这些性论,大多有人把它套在荀子头上。不难发现,不管这些性论有多大的不同,它们都分享了一个共同点,那就是以善恶来规定性。而本文所提出的性危说,则相当程度上跳出了这一窠臼。这是因为,在笔者看来,善恶是建立在规则的基础之上的。诚如康德所言,“善和恶的概念必定不是先于道德法则被决定的,而只是后于道德法则并且通过道德法则被决定的。”^④道德法则是人类确立秩序的基础,有法则方有善恶之分。具体到荀子那里,在作为规则的礼义产生之前,只有事实,没有价值,也就没有善恶。^⑤不管是从逻辑的角度还是发生学的角度来看,性必定先于礼义法度。可以设想,人类有过一段没有规则的时候,或借用著名的自然状态学说,该学说假定人类存在过一个自然状态。在自然状态里,每一个都是立法者,也是执法者,还是当事人。在这种情况下,没有客观的是非之分的,因而每一个人都具有康德所说的野性的自由。礼义的产生,是为了给人类确立秩序,此前,人类做什么事情都是可以的。也就是说,在社会秩序产生之前,无所谓善恶。^⑥秩序确立之后,则只能作规则所没有禁止的事情。因而,在对性予以逻辑分析的时候,在排除了规则的情况下,用善恶这种后规则的概念来规定“性”这一名词,就是一种不够合理的做法。就此而言,那些用善恶来阐释荀子性论的做法或许是存在问题的。

^① 【宋】黎靖德编:《朱子语类》卷七十八,第2010页。

^② 同上。

^③ David B. Wong, “Xunzi on Moral Motivation,” ed. T. C. Kline and Philip J. Ivanhoe, *Virtue, Nature, and Moral Agency in the Xunzi*, Hackett Publishing Company, Inc. Indianapolis/Cambridge, 2000, p.150.

^④ 康德:《实践理性批判》,韩水法译,北京:商务印书馆1999年版,第68页。

^⑤ 傅斯年也有类似看法,他写道,“自今日论之,生质者,自然界之事实,善恶者,人伦中之取舍也。自然在先,人伦在后,今以人之伦义倒名自然事实,是以后事定前事矣。”《性命古训辩证》,第194页。

^⑥ 本文所谈论的善恶,指的是道德意义上的,而不是自然意义上的。自然意义上的善恶,比如先天残疾、天性聪颖等,因不具有道德意义,故而不是本文所研究的对象。

而性危说则跳出了以善恶来考察性的传统思路，从而区别于目前一些主要的对荀子性论的阐释。

第二，为“善伪”和“化性”观念确立了更好的基础。性的概念本身就意味着它是一种本质，是自然的不可改变的永恒结构。这当然是对性的一种本质主义的理解。一些学者由于承认荀子性恶说在其思想整体中具有重要地位，故而发现，在论证善的起源（所谓“善者伪也”）及其基础观念“化性”时，就面临不少困难。诚如蔡元培所批评的，“荀子持性恶说，则于善之所由起，亦不免为困难之点。”^①性恶观念之所以较难以说明善的起源，是因为善就外在方面而言完全依赖于圣人所创立的礼义的矫正，在内方面而言则依赖于认知心的理性计算。前者导致对强制的强调，而后者则走向了他律，从而共同促成了自律的难产。^②就其理路本身而言，也存在难以解决的矛盾。荀子在《礼论篇》中认为，如果人的欲求没有规则的调节，在资源有限的条件下那么人与人之间必然发生持续的争斗，从而类似于霍布斯所说的“一切人对一切人的战争”。为了告别这种状态而给予人类社会以秩序，霍布斯诉诸自然法的理性。理性教导人们，应该通过社会契约的形式，建立一个国家来维持和平与秩序，霍布斯的选择是建立一个专制国家来控制社会冲突。^③荀子的思路近于霍布斯，他选择的“先王（圣王）”起到了类似的作用。只不过，儒家的圣王集自然法的理性与专制政权于一身而已。荀子的这种理路不是偶然的，而是先秦诸子关于这种礼（国家以及秩序等）的起源的思考的一贯路径。而世界范围内，这种多少具有神性的立法者来建立国家的说法比比皆是，比如希腊和罗马就是如此。荀子所理解的先王就是这么一位立法者（虽然缺乏神性），他制定了礼义。问题在于，这样的先王是单数还是复数，如果是复数，那么是不同时间段的吗？由于荀子持有的是一种自然主义的天道观，因而他所理解的先王就不具备神性，他也是学习和积累而成的。作为启蒙者（制礼义者）的第一先王，谁来启蒙他？^④如果接受本文的诠释，则困难将会减弱很多。性危而不是性恶，是对性的结构自身的客观描述。而性危，则既说明了化性的必要性，又比性恶说容易说明化性的可能性，故而只需要化性而不需要变性。

第三，有助于确立“责任”观念。性恶论认为，恶乃性之顺其自然。这种观点，导致难以合理解释“责任”观念。因为如果人的本性就是恶的话，那么人作恶一方面不过是体现了真实的自我，另一方面则说明了人很大程度是无能为力的，只能由性被动地推动。这更容易导致宿命论而不是意志自由。或许有人会反驳道，基督教的核心观念是原罪（original sin）说，而原罪说中的恶是根深蒂固的，从性质上看比荀子的性恶（human nature is bad）说更悲观，但却并不妨碍意志自由观念的确立。其实，基督教的原罪说，由于有上帝的作用，故而人的意志可以是自由的。但是荀子信奉的是自然主义天道观，没有上帝的干预，故而在性恶的条件下就较难以解释意志自由了。比如，信奉性恶说的霍布斯，就逻辑一贯地否定了意志自由。^⑤在笔者看来，意志自由和责任是互为表里的。

^① 蔡元培：《中国伦理学史》，北京：东方出版社1996年版，第20页。

^② 关于自律和他律的观念主要来自于康德，具体可以参阅《实践理性批判》等康德的实践哲学系列论著。

^③ [英]霍布斯：《利维坦》，黎思复、黎廷弼译，杨昌裕校，商务印书馆1985年版。

^④ 何平：《荀子的悖论与政治神话的发生》，《天津师范大学学报》（哲社版），1993年第1期；以及汴修全、朱滕：《荀子礼治思想的重新审视》，《哲学研究》2005年第8期。

^⑤ 霍布斯：《利维坦》，第30页。他认为该词毫无意义，是荒谬的。





而性危说则表明, 儒学的核心观念修身意味着要和自身固有的倾向作斗争, 这就充分地体现了修身的艰难与必要。而修身观念, 也是建立在意志自由观念的基础之上的。此外, 性危说比性恶说更容易和忧患意识共存, 而忧患意识, 也是责任观念的一个来源。要言之, 性危说有助于最终确立责任观念, 从而为道德奠定牢固的基础。

(二) 对荀子性论的几种解释之反驳

在证明性危说的过程中, 其实相当程度上已经反驳了性恶说和性无善无恶说。在接下来的分析中, 依托性危说反驳对荀子性论的其他几种影响较大的解释, 从而进一步证明性危说是一种更好的阐释。首先引起注意的是性无善无恶论及其反命题性有善有恶论这两种混合型解释。根据王充的记载, 性有善有恶论是周人世硕的观点。^①不过, 目前尚未发现有人用它来指称荀子的人性论。况且, 从逻辑上看, 这种观点是对常识的描述, 相对来说缺乏哲学的深度。基于这两个理由, 此处就省略对这种观点的分析。性无善无恶论, 由柯雄文(A.S. Cua)和韦政通等人所主张。从哲学史来看, 告子所持的观点也是性无善无恶(性无善无不善)。告子认为, 人性是没有方向和倾向性的, 就像流水那样, 哪里有口子, 就朝哪里流。(《孟子·告子》)据此, 荀子和告子似乎都支持同一种人性论。在性危说看来, 性虽然本身是无善无恶的, 但是却具有一定的倾向, 而不是没有倾向性。^②其容易坠落(为恶)就是一种明显的潜在的倾向性, 这就意味着, 性是可以一定程度上超越无善无恶而进一步认定为性危的。传统上认为荀子也是性无善无恶的解释, 是无法和告子的观点予以有效区分的。因为要是如此的话, 荀子人性思想的独特性也就难以彰显了。而我们知道, 区别荀子和告子的人性论, 还是比较重要的。比如, 告子持有一种唯意志论(voluntarism)立场, 把成就德性仅仅看作是一个简单的选择行为, 这与荀子以及儒家之立场差别甚大, 故而荀子就否认了告子意义上的人性是无善无恶的。^③基于这几项理由, 可以认为, 性危说从某种程度上看, 既使得荀子区别于告子, 又吸纳了合理要素, 故而可视之为对性无善无恶说的一种发展。

还有一种解释是庄锦章(Kim-chong Chong)提出的, 他认为, 荀子的性论实际上是性可以为善可以为不善。^④庄氏区别了“可以”和“能”, ^⑤并以之为基础得出了自己独特的结论。我认为, 庄氏的观点是对荀子性论研究的重要推进。但是, 这种解释也还存在一定问题。确实, 性从潜能的角度而言是可以为善可以为不善的, 从现实性而言, 则是有善有恶。问题在于, 能否进一步追问, 可以为善可以为不善的客观的却并非是由主体的选择所造成的依据是什么呢? 庄氏没有回答这个问题。而我们所提出的性危说, 则回答了这个问题, 那就是, 正因为性危, 所以才可以为善, 可以为不善。就此而言, 笔者的解释一方面可以涵盖庄氏对荀子性论的阐释, 另一方面还提供了一个新要素, 即跳出了以价值词语善来规定性的传统思路。

^① 王充:《论衡·本性篇》, 见《论衡校释》, 黄晖撰, 北京: 中华书局 1990 年版, 第 132-133 页。

^② 就此而言, 信广来(Kwong-loi Shun)的观点就值得商榷, 他认为, 荀子的“性”是无善恶倾向的。“Nothing in one’s constitution points toward goodness and away from badness.”Mencius and Early Chinese Thought, Stanford University Press, Stanford, California, p.230.

^③ Bryan W. Van Norden, “Mengzi and Xunzi: Two Views of Human Agency”, ed. T. C. Kline and Philip J. Ivanhoe, Virtue, Nature, and Moral Agency in the Xunzi, pp.125-7.

^④ Kim-chong Chong, Early Confucian Ethics, Open Court, Chicago and La Salle, Illinois, 2007, pp.83-97.

^⑤ Ibid, pp.67-81.

兒玉六郎^①以及周帜成提出的性朴论是一种对荀子性论的解释。周的基本文本依据取自于《荀子》中的“性者，本始材朴也”。该说认为，性恶不是荀子本人的思想，就文本而言，性朴才是荀子性论的正解。^②周说和笔者的观点有相近之处，其中之一就是跳出了以善恶来诠释荀子性论的固有模式。但是在我看来，性朴论实际上是性无善无恶说的变种，本质上依然属于性无善无恶说这种类型。从哲学的角度来看，性朴说似乎是性白板说。在我看来，性朴论忽略了“性”的字面含义，那就是作为本质的存在，是变中的不变者。性不是虚无，而是具有一些倾向，而性朴论则忽略了这一点。就此而言，其将难以回应荀子的如下挑战，“今当试去君上之执，无礼义之化，去法正之治，无刑罚之禁，倚而观天下民人之相与也。若是则夫强者害弱而夺之，众者暴寡而哗之，天下悖乱而相亡，不待顷矣。”（《荀子·性恶》）但是，性危说却可以较为有力地回应这个理论假设。此外，周说的文本依据过于薄弱，而且论证也相对简单。性危说，究其实质而言体现的是一条中间道路，即处于性恶和性善的中间观点。其区别于性朴论之处在于：如果说善是左，恶是右，正中间是无善无恶（也可以说是性朴），那么性危说则处于中间偏右。中间偏右有两种基本表达式：性危说和性向善说。性危说已经由本文所提出，而性向善说则是关于荀子性论的又一种理解。

性向善说是我们反驳的重点。或许，有人会说，荀子的性论不是本文所提到的其他解释，而是性向善论。这种观点目前并没有看到有谁提出，但是为了论证的需要，笔者认为，有必要为这种观点建构一种简要的证明。证明过程如下：洛克曾经提出了心灵白板说，从而否认了心灵存在任何先天的观念，而莱布尼茨则提出大理石纹路说以反驳洛克。他认为，心灵固然没有现成的观念，但是具有一些内在的倾向和潜存的观念。据此，可以借用这个论证于荀子，从而认为荀子所理解的性不是白板或白纸，并非空无一物，而是有倾向性的。或许有人会认为，在荀子看来，这种倾向性是明显的，那就是恶。换句话说，性确实不是本恶，但它倾向于为恶。为了强化关于性向善论的论证，可以借用《孟子》曾经提到过的水的流向来类比之。水的本性是朝低处流，也就是说，在地球重力等因素保持不变的条件下，水自然会向下流。对于荀子来说，顺人之性，人便会自然为恶，就像顺水之性，水会自然向下流一样。必须承认，性向善说是性危说的强劲对手。这是因为，它们都否定了荀子性论的如下阐释：性朴论、性善论、性本恶论，也与性无善无恶论、性可以为善可以为不善论明显不同。向善就意味着危，就此而言，性向善和性危似乎并无本质差异，只不过是词语的不同表述而已。但是，性危的表述更加简明扼要，从思维经济的原则来讲更为可取一些。此外，基于荀子的自然主义的天道观，正当优先于善的原则以及价值中立原则，笔者认为，对性的判断还是尽量不要含有诸如善恶之类的价值词，会更加合理一些。就此而言，性危说略胜一筹。前文曾经提到过蔡元培对性恶论的批评，其实，如果这种批评能够成立的话，那么性向善说也是难以避免其冲击的。但是，性危说则相当程度上可以避免这种批评。此外，性危论可以涵盖性向善论，而后者则似乎不能够涵盖前者。最后，性危说是动静合一的。就静态（未发）的性而言，是

^① [日]兒玉六郎，1974，《荀子性朴说の提出》，载《日本中国学会报》第26集。转引自佐藤将之，2003：《二十世纪日本荀子研究之回顾》，载《“国立”政治大学哲学学报》第11辑，第68页。该文在第39-84页。

^② 周帜成：《荀韩人性论与社会历史哲学》，广州：中山大学出版社2009年版，第17-36页。





无善无恶的；就作为潜能的性而言，是可善可恶的；就动态（已发或现实的）的性而言，是有善有恶的。而性危说则同时具有上述几个向度，体现了动静合一。

本文证明了性危说这种对荀子性论的新阐释，指出了其优势，并以之为基础反驳了对荀子性论的诸多理解。读者或许会问：根据你的阐释，既然荀子性论的实质是性危，那么荀子为何还要摒弃这种较为温和的观点而选择颇为激烈的“性恶”那种表述呢？最重要的理由是，为了反击孟子的性善论以及庄子的性善心恶论，荀子必须要强化自己的立场，故而需要某种关于人性的醒目而强硬的观点。从逻辑上看，性恶便似乎是不二选择。如果这个说法可以成立，那么其理论招牌性恶说，就此而言只不过是性危说的一种强势表达而已。但某种程度上就是这种表达，引起了董仲舒、宋明新儒家以及现代新儒家的批评。其中具有代表性的是程颐的观点，他认为，“荀子极偏驳，只一句‘性恶’，大本已失。”^①如果现代研究者回归荀子性论的实质，而摒弃其强势的表达，那么或许就可以减少对其观点的一些无谓的批评与误解。

^① [宋]程颢 程颐：《二程遗书》卷十九，《二程集》，北京：中华书局 2004 年第二版，第 262 页。

中国式乌托邦“大同世界” 与西方“乌托邦”特质差异论

杨雪团 焦仕刚

(广西艺术学院人文学院,广西南宁,530022;
厦门大学人文学院中文系,福建厦门,361005)

摘要:乌托邦在中西文化体系中,具有了各自的特质和内涵。作为中国的乌托邦“大同世界”与西方的“乌托邦”符号起源即已不同,一个是伦理道德化指向的“世界”,一个是理性与法理构建的“城邦”,由此,我们发现了四个对立的差异特质:一是政治性与宗教性,二是道德化与理念化,三是人格化与神学化,四是此在性与彼岸性,这些差异论让我们对中西乌托邦思想话语体系具有了更准确的认识。

关键词:大同世界 乌托邦 特质 差异

乌托邦作为近代西方舶来品,是一个外来的话语概念体系。在中国则是“大同世界、大同社会”等核心形成的中国式乌托邦话语及思想体系,与西方两希文明开始到托马斯·莫尔“乌托邦”叙事作为中心的乌托邦话语及思想体系的对立互动。我们下面则是重点探讨两个乌托邦思想话语体系在两个文明世界背景下,在哪些方面存在特质上的差异。

通过对中西方文化环境中对中式乌托邦和西方乌托邦两个思想话语体系梳理和界定,可以促进我们更准确和深入地把握两个乌托邦系列的特质差异。最明显的是具体的语言符号能指上不同,一个是“大同世界”一个是“乌托邦”,两者原初的产生及所指就具有了差异。中国的乌托邦即“大同世界”“大同社会”关键词是“世界”“社会”,叙述范围就是天下世界,也是一个社会的人世世界。而西方的“乌托邦”,关键词是“邦”,特别是指古希腊城市民主联邦的城邦,而城邦则是一个强调人的主体公民意识的“城邦”,具有一定的契约性。由此,可以发现两个类似所指的话语在能指上就已经含有了巨大的差异性,一个是强调文化性及现实人的秩序,一个则是具有强烈法的精神的理念世界。总而言之,中国式的大同社会、大同世界具有强烈的人世情怀,是此岸立场,具有很强的现实实在性,中国式乌托邦世界与现实世界是一种‘不即不离’的关系。如同漂浮在大气层的气球,既离不开大地也不是遥远的星空。更是一个伦理化的秩序世界,核心特质就是源于人情为中心的浪漫主义文化情怀。相对应的,西方的乌托邦则是出世的信仰倾向,是彼岸立场的,具有强大的脱离人的主体控制的客体性特征,高高在上具有对人的主体以控制和规约,强调法理秩序,是以人的理性为出发点具有很强的理想主义指向,是包裹着地球的浩瀚的宇宙星空,是超越性的。以此作为生发点,我们做出四个方面序列的中西方在乌托邦思想话语体系的特质差异论题。





一、政治性与宗教性

(一) 政治性——中国式乌托邦“大同世界”核心实质是政治性的，侧重点是人间秩序的安排和伦理秩序的和谐

我们看到，中国大同社会本身就是儒家对过往的先古圣贤现实治理的历史总结，也就是对圣贤取得人间现实人事及秩序的最佳效果的浪漫化。这里包括了黄帝、尧、舜、禹圣贤治理的盛世和周代周公以礼为核心的和谐社会的历史事实的超越性的再塑造，具有很强的政治功利性动机。加之，中国式乌托邦本身就是一个不断回到历史过往的盛世时代不断寻找新理想，包含了对当下现实的规约和提升的实用目的，因而我们的中国式乌托邦具有历史性回溯的价值倾向。“三代的宗法德治是儒家的政制乌托邦，受此影响，中国文学传统中形成了一种浓厚的怀古倾向。……在中国社会，一种远古理想秩序始终存在。直到晚清三千年未有大变局之前，儒家的世界观都是‘向后看’的乌托邦。这种理想秩序肇端于黄帝、亮舜禹等等圣王，由周公引向一个辉煌圆满之终局。《周礼》对这一古典乌托邦图景做了经典的记录。数千年中国文学史一直都以此历史本体论为基础。”^①，儒家乌托邦的社会理想本是三代之前的圣王之治，这种时空的复古性，决定了其侧重点则是人间秩序的浪漫化追求，于是中国式的乌托邦具有了伦理化、浪漫化特质。我们发现，在儒家经典《礼记》叙述理想的乌托邦“大同社会”，马上阐述人们如何在现实世界实现这样美好的大同社会的具体方法，方法重点则是强调人与人伦理关系的“礼”的作用，是在人间建成大同社会的根本方法。

“今大道既隐，天下为家，各亲其亲，各子其子，货力为己。大人世及以为礼，城郭沟池以为固，礼义以为纪：以正君臣，以睦兄弟，以和夫妇，以设制度，以立田里，以贤勇知，以功为己。故谋用是作，而兵由此起。禹汤文武成王周公，由此其选也。此六君子者，未有不谨于礼者也，以著其义，以考其信，著有功，刑仁讲让，示民有常。如有不由此者，在势者去，众以为殃。是谓小康。”

这里我们看到，“任何社会政治思想除了包含着社会理想之外，其更重要的方面还在于以这种社会理想来规范现实社会政治。而‘周礼’在儒家眼里，就是这样一种以三代之前的社会理想来规范现实政治的典范。也即是说：‘周礼’与其说是一种社会理想，不如说是将这种社会理想体现于现实中的社会秩序安排。”^②如此，中国式的大同世界是一个政治性伦理化完美的社会。

(二) 宗教性——西方乌托邦，在这个乌托邦的理想世界里，人们靠着信仰、法律等构建人与人的生命价值秩序，突出对神人、人与人的契约性关系

在西方古希腊神话、希伯来文化宗教概念、柏拉图《理想国》和基督教传统影响下，文艺复兴后，莫尔提出“乌托邦”这个理想世界，具有很强的宗教性特征。“乌托邦历史的许多著述都从柏拉图《理想国》开始，并且综合了《圣经》某些章节，特别是弥赛亚的预言和千年王国的观念。西方的乌托邦有一个一般的共识，那就是‘乌托邦有古典与犹太-基督教的祖先’”^③。莫尔在《乌托邦》中才能特别提到：“其他所有的乌托邦人尽管信仰不一，却在这点上意见一致，即只有一个至高的神，是全世界的创造者和真主宰，

^①朱军. 建构儒托邦:晚清儒学与新小说的乌托邦想象[R].上海: 华东师范大学, 2014年,31页

^②朱军. 建构儒托邦:晚清儒学与新小说的乌托邦想象[R].上海: 华东师范大学, 2014年,87页

^③朱军. 建构儒托邦:晚清儒学与新小说的乌托邦想象[R].上海: 华东师范大学, 2014年,48页

在本国语言中一致称为‘米特拉’”“灵魂不灭，灵魂由于上帝的仁慈而生来注定享有幸福。我们行善修德，死后有赏，我们为非作恶，死后受罚。这些固然是属于宗教原则，然而乌托邦人主张，理性使人们承认这些原则”。在莫尔的乌托邦里，人们因为信仰而主体独立自由，进而建立理性化人间秩序，在信仰和理性化原则下，法律成为乌托邦世界里最重要的处理人的秩序关键方式。“乌托邦不但是一个……民主国家，同时也是一个高度重视法制的国家。乌托邦人深深懂得法制能保护人民大众的利益。……莫尔的乌托邦的宗教精神与乌托邦的国家政治管理手段是有密切联系的。它与理性主义精神有关的。”^① 这与中国的人伦关系基础的礼来处理人与人的关系，天与人的关系的政治性的特征有着明显的差异性。

二、道德化与理念化

（一）道德化——中国式乌托邦“大同世界”，是德性修养极高的人生活的地方

中国式乌托邦“大同世界”，老子直接称为“至德之国”，儒家叙述的大同世界则是人人皆为君子的黄帝、尧、舜、禹、周公圣贤治理下盛世世界再美化，道德伦理化特质明显。我们看到《礼记·礼运》这个世界是个“大道之行”的世界，注重贤能才德、仁义信睦，重要的是这个世界最美的是在家族血缘伦理基础上所有人按照长幼伦理过着秩序明晰而圆满的生活。人人皆为圣贤、君子，于是乌托邦式和谐大同形成。这样的乌托邦世界是以人的道德修养和人伦关系和谐为核心的，以礼作为人们具体行为原则，以德行修养为人的主体独立的基础，最终实现天下德行高尚的大同世界。于是，中国式乌托邦大同世界道德伦理性成为核心本质，这个世界成为中国文化道德伦理生存秩序浪漫圆满的世界。

最终实现大同世界就与人的德行修养的内在世界有了根本性关系，于是，“圣王的心迹是内圣与外王的叠合，是内外两个乌托邦的叠合。所谓为天地立心，为生民请命，为往圣继绝学，为万世开太平，即是要求圣人（圣王）法天象地、顺天应人、继往来，这既是道德修养的功夫，也是外王的事功。……这一乌托邦的生成更像内外两种视域的融合。内圣要求追寻圣人的心迹在个人内在的道德修养上下功夫；外王则要求知识人影响他人建构一个王道大同世界。中国文人乌托邦意向是内圣与外王一内在视域与外在视域——相互叠合的过程。尽管这两个视域的延展会各自遵循自己的，甚至是明显不同的理路，但在最后最高的发展层次上，它们必然会走向视域融合。这一最高层次是变动不居的，始终产立在深处的道。”^②

（二）理念化——以柏拉图理想国的为原型的西方乌托邦世界，具有丰富的思想理念内涵

在这个乌托邦世界里，人们是经过筛选过的，是智慧、智者的世界。理想国是哲学家主管一切。“在《理想国》中，理想的统治世界的君主并非道德高尚的圣王，而是智力超群的哲学王。这说明：柏拉图心目中的社会乌托邦提倡的是‘以智治国’，而非‘以德治国’。强调德治与主张智治，分别构成了中西两种不同的社会乌托邦传统。儒家以德治国的社会乌托邦作为一种社会政治理想的提出，虽然是从孔子开始的，但这种乌托邦传统的起源却相当久远，甚至可以说是与中国远古文明共同发生的。”^③而希腊神话里荷

^①程孟辉.序言.Sir Thoms More. Utopia [M].北京：外语教学与研究出版社,1998年,11.13页

^②朱军.建构儒托邦:晚清儒学与新小说的乌托邦想象[R].上海：华东师范大学,2014年,34页

^③胡伟希.作为政治哲学的儒家社会乌托邦—兼对《礼记·礼运》的分析[C].《哲学研究》2007年7期





马的“福地”则是神将合适的人送达, 赫西俄德的“黄金时代”的人则是如神一样圆满地生活着, 品达的“福岛”、“福地”则是经过灵魂的筛选后的圆满之人生活的地方。而希腊的哲学流派则给予乌托邦以思想性内涵, 如犬儒派第欧根尼的“共和国”社会的一切都是智者的财产, 斯多噶学派芝诺的“共和国”是个智者社会, 不设神庙、法庭、体育馆。克拉底的“Pera”岛上都是智者天堂。莫尔在乌托邦中最高统治着必须是博学多才的学者中挑选的人, 由深明事理的哲学家和学者来领导, 在信仰和法律理念性的秩序框架下, 突出人们的理性生存法则。人与人, 人与自身, 人与世界从理性原则出发, 积极推动人、世界、社会的自由和平等, 实现人的主体自由。

三、人格化与神学化

(一) “人格化”的中国式乌托邦——每个人通过主体德性修养的提高, 成为君子、仁者、圣人, 进而促成大同世界在人间的实现, 这里的个人具有强悍的主体自我, 因而使中国式乌托邦具有了人格化特征

中国文化塑造的大同世界是一个圣人贤良治理下, 人人为德性圆满尧舜的世界, 但是这个世界对于每一个人来说, 只有一条路径可以进入到这个世界, 那就是个人的人格圆满即德行修养的提升。人的道德修养圆满即是人的自我完成和对现实世界超越的重要的方式。这就决定了中国式的乌托邦大同世界必然走向人的内部世界伦理道德秩序的建构, 个体道德完成成为中国乌托邦超越性的价值所指, 道德礼教成为中国人超越现实社会的信仰内容, 并取得了支配性的价值地位。“这就是通过孟子的‘仁义内在’而确定性善。仁义, ……本是由于如何调护安顿我们的形而下的自然生命而显出的一个道德生命、理性生命。……这个心性就是道德的心性, 我们于此亦曰道德理性。……这个心性一透露, 人之所以为人的‘道德主体性’完全壁立千仞地树立起来。上面通天, 下面通人。此即为天人合一之道。内而透精神价值之源, 外而通事为礼节之文。”^①于是, 围绕个体的道德养成, 以内圣外王, 治平天下成为一套丰富的道德浪漫化政治学, 也是实现大同社会的必然途径, 于是中式乌托邦大同世界有了深刻的现实联系。最终, 大同世界的理想乌托邦转化等同于人的内心道德世界的不断想象和建构。

于是, 伴随着对大同世界的乌托邦丰富的浪漫化图景, 不断地转化成为人的内心及个体行为的道德乌托邦化, 乌托邦隐形化冲动就成为人的个体道德养成的冲动, 动机运作模式同化。最终形成调护安顿我们生命心灵世界, 或价值世界的“中国式心灵乌托邦”。这个乌托邦的核心所指就是中国传统文化的主体核心价值体系, 主要是个人的“内圣外王”之学, “就其广义而言, 它代表一种人格的理想。……儒家的‘内圣’思想是方有超越意识, 儒家相信人的本性是来自天赋, 因此, 在这基础上, 个性永远得保存其独立自主, 而不为群性所淹没。这种‘人格主义’, 综合群性与个性, 而超乎其上, 消弭了西方现代文化中个人主义与集体主义的对立”^②, 这成为中国式乌托邦大同世界不同于西方乌托邦的重要特质。

(二) 神学化的西方乌托邦世界——这里是被神选定的有智慧的人生活的地方, 神人同在的世界, 也是一个无忧的天国天堂

85 页

^①牟宗三.中国哲学的特质[M].上海古籍出版社, 2007年, 150页

^②张灏.超越意识与幽暗意识.张灏自选集[C].上海教育出版社, 2002年, 25-26页

围绕着莫尔的乌托邦建构的西方乌托邦世界，我们上溯到古希腊、希伯来、基督教，下至今天泛化多元的乌托邦内涵。这是个理想主义的世界，在西方文化背景里具有丰富的含义。其中，西方乌托邦由于丰富的宗教性的内容具有了神学化特质。乌托邦里是智者无罪之人生活的地方，也是受到神恩宠的人生活的世界，在这里衣食无忧，心情愉悦，明显就是基督教的“天堂天国”的理想版本。在这里我们发现无论是谁，都是有智慧的，拥有对神的信仰，经过神的筛选，是神恩的世界，是彼岸指向的神学化世界。如古希腊诗人品达的“福岛”、“福地”。“福岛不是专门为英雄们准备的，进入是有条件的。‘不论是谁，不论他居住于哪一个世间，都必须三次洁净自己的灵魂，清除一切罪过（all deedsofwrong），最后才能通过宙斯的大道，到达克罗诺斯的城堡（tower）。’……只要经过一系列轮回转生，就可通过死后审判，到达永恒的至福之地。”^①，路德教派改革后，人们对教会依赖性降低，进而个体得到解放，而人文主义理想色彩的莫尔构建的乌托邦，则成为现世人群构建另一个“准天国”，在世俗化现实中给予现实以巨大的理想主义的关照，让人们可以具有超越现实的心灵寄托，神学化成为根本特征。

四、此在性与彼岸性

（一）此在性——中国式乌托邦大同世界的现实关怀与历史倾向

中国的文化传统强调此生现实问题的解决，解决人在现实中遇到的各种困难，是入世的，具有实用理性的特征。由此出发，作为中国人一直追求的想象性的乌托邦大同世界本身并没有与现实隔绝，而是具有强烈的现实关怀与历史倾向。传统坚持以伦理代宗教，构建人心大道，将道德化的乌托邦理想转换为日常生活方方面面。加上中国文化传统本质便是道德伦理支撑的世俗人文体系。我们看到晚明的心学及李贽，强调“理”“道德”即使人的吃喝拉撒睡等行为，情理一体，情理一家。由此，我们的大同世界本身就是现实的浪漫版本，始终从此岸立场来阐述我们的乌托邦世界，从没有成为天国和天堂的彼岸世界。“儒家最初的乌托邦想象中，孔子‘浮于海’的愿望，绝非‘遁世幽隐，但为世外之想’，而是要终要达到‘仍为行道’的目的。陶渊明心中，其实有一个世俗的乌托邦，桃花源并不只为个人的幸福，它期冀的是社会集体的和谐大同。当然，佛家和道家乌托邦思想为中国文学增添了一抹虚无色彩，……这一未来太虚幻境里的‘极乐世界’意味着终极的解脱，但也衍生出一种具有强烈救世性格的‘末世救赎’观念。”^②我们乌托邦世界只是超越性的心灵世界，从未脱离人的现实世界。我们的大同世界乌托邦具有的循环时间意识，我们的始终指向过去的现实，是对现实浪漫化关照。

（二）彼岸性——西方乌托邦价值立场始终指向天国天堂并具有明确未来时间意识

西方的乌托邦以柏拉图的理想国为原型，它是以“理式”为范本，彼岸与现世，天国与人间是两极化的世界。乌托邦是人们的伊甸园，需要一生不断的自我忏悔，人们在向天国天堂伊甸园进发中，不断抛弃现实一切原罪，现实是人暂留罪恶之地，人们留给现世的是罪过，而乌托邦则是救赎人的堕落的天国。人活着永远指向未来，现实现在发生的一切均以将来进入天国天堂为旨归。人们始终处于未来乌托邦的追逐中，不断否定现世的一切，将现世看成原罪之地。“按古希腊宗教传统和犹太—基督教精神传统，现世

^①杨巨平.古希腊乌托邦思想的起源与演变.[C].世界历史,2003年第6期,96页

^②朱军.建构儒托邦:晚清儒学与新小说的乌托邦想象[R].上海:华东师范大学,2014年,35页





本身没有什么意义可言。现世的意义仅来自于诸神的嬉戏或来自于上帝的神圣救恩。现世的意义如果有的话,只是由于它显示了诸神安排的命运或上帝的旨意。’其二神人共形同性论即神是人的理想,人是神的现实,所奠定的是人本身的虚幻性,以及人通过自身可以摆脱自身的虚幻性,最终成为神。……这种传统在柏拉图、亚里士多德那里得到了进一步的拓展,最终形成了希腊文字中的乌托邦传统”^①,只有神恩候选的人经过层层原罪的忏悔,才能进入乌托邦。乌托邦世界里都是纯净无罪的智者,他们依靠理性原则,按照法律和智慧生活着,是一个与现实世界隔绝的自闭世界,这个世界只能在乌托邦里,与现实隔断的。

^①赵臻.超越乌托邦——对乌托邦的反思与重探[C].马克思主义美学研究,中央编译出版社,2014年,一期,324.325页

中国道教对越南高台教中瑶池金母名号的影响研究

NGUYEN PHUOC TAI (阮福才) 陈钰宁

(厦门大学哲学系, 福建厦门, 361005)

摘要: 道教是中国本土产生的宗教。除了在中国以外, 中国道教对东南亚国家有极大的影响。自从古代时期, 中国道教传入了越南并影响非常深刻。本文针对越南高台教中的瑶池金母之称受了中国道教的影响作出了探讨。

关键词: 道教; 越南; 高台教; 瑶池金母; 名号

道教在中国古代文化中占有重要的地位。道教徒相信人经过一定的修炼有可能长生不死, 成为神仙。近来, 道教研究日趋兴盛, 而道教作为中国的本土宗教还有许多值得研究的领域。道教不仅仅在中国产生影响, 它早已随着中外文化交流和华人移居海外而传播到其它国家, 并产生了深刻的影响, 特别是在美国、日本、新加坡、马来西亚、越南等国家都设有办事处。对越南封建社会产生影响最大的宗教就是佛教和道教, 不过道教究竟在何时传入越南直到今天都没有定论, 比较可靠的一种说法是道教在公元前 257 年传入越南。那时, 许多人从北部或中部等地南迁, 东南亚各民族的宗教信仰正是在这一迁移过程中出现了相互碰撞和交流。在越南有许多本土宗教, 比如: 宝山奇香道 (BUU SON KY HUONG)、四恩孝义道 (TU AN HIEU NGHIA)、和好教 (PHAT GIAO HOA HAO) 和高台教 (DAO CAO DAI) 等。这些越南本土宗教都受到了儒释道三教的影响: 佛教教人们修身养性, 儒教教做人之道, 道教则关注治病修炼的方面。道教对越南本土宗教有巨大的影响, 其中受道教影响最大的就是高台教。

一、越南人的道教信仰

越南是一个传统的农业, 是一个多民族与多宗教的国家, 主要宗教既包含外来宗教, 如佛教、天主教、基督教、儒教、道教、伊斯兰教等, 还包括本土宗教, 即和好教和高台教。其中, 佛教和天主教的影响最大, 分别于公元 2 世纪末和 14 世纪传入越南; 宝山奇香道 (BỬU SƠN KỶ HÝÔNG、BUU SON KY HUONG)、四恩孝义道 (TỨ ÂN HIẾU NGHĨA、TU AN HIEU NGHIA)、和好道 (PHẬT GIÁO HÒA HẢO、PHAT GIAO HOA HAO)、高台教 (ĐẠO CAO ĐÀI、DAO CAO DAI) 是在越南本土诞生的宗教, 分别创立于 1849 年代, 1870 年代, 1920 年代和 1930 年代。

道教文化承袭华夏文明, 老子所著的《道德经》为其思想根基, 且《道德经》也是中国哲学的重要组成部分。道教是以老子 (生卒年不详, 姓李名耳, 字老聃) 之“道”为最高信仰、以“得道成仙”为基本信仰的中国传统宗教。大约在东汉 (公元 25 年—220 年) 时期道教形成正式的宗教团体。道教的正式形成历经了数百年之久, 自其产生开始与中国的政治、经济、文化都有着密切的联系。

根据越南学者的研究, 中国道教转入到越南的时间大约是在公元 2 世纪。至于道教





何时传入越南,至今还没有定论。这大概是早期中国道教仙道的内容传入越南最早的记载。越南多神崇拜的文化传统为儒、释、道三教相继传入创造了条件。道教在越南虽然经常是与佛教和儒教相依相伴,但是在信仰上却以祖先崇拜为主。

中国唐朝灭亡以后,到五代十国时期战争频发、国力衰微。公元938年(中国后晋天福二年),越南吴权在越南北方建立了吴朝,结束了越南依附于中国的时代。继吴朝以后,越南在500年中,又先后建立过丁朝、前黎、李朝、陈朝、胡朝和后陈等朝代。在此期间,中国和越南的政治、经济和文化的交往十分密切。据《大越史记全书》的《本纪》,丁朝先皇太平二年(中国宋代开宝四年,971年)曾经给佛道二教的领袖颁授官阶品级“道士邓玄光授崇真威仪”。据记载,丁朝先皇在一次起兵时,还到今宁平省的“天尊洞”道观,礼拜神明,后平定天下,遂改“天尊洞”为“安国祠”。《大越史记全书》的《本纪》还称,黎朝大行皇帝在兴统四年(中国宋代淳化三年,992年),曾经“宣华山道士陈先生诣阙”。陈先生当指陈抟。但是,根据中国的史书,陈抟似乎并未到过越南。越南史书的记载至少说明,陈抟盛名遍传天下,黎朝大行皇帝欲召而不得。李朝崇信三教,李太祖在位时,就兴建道教宫观太清宫,诏度道士。太祖之子李太宗登基时,道士陈慧龙还为其造“天命”,甚得皇帝宠信,获赐御衣。李神宗天彰宝嗣三年(中国宋代绍兴五年,1135年),神宗曾经赴五岳观,“庆成金银三尊像”,这是越南史书上有关越南道观造三清神像的首次记载。陈朝受到中国文化的深刻影响,三教并重,尤重儒家。陈朝道士曾经为陈太宗举行祈嗣醮仪,获验;为太宗举行延寿醮仪,亦获验。据越南史书记载,陈朝曾遭元代帝国三次入侵。据《白鹤通圣观钟记》记载,陈圣宗宝符四年(中国南宋景炎元年元至元十三年,1276年),北方道士许宗道随商船避难来到越南,即获越南朝野的重视,检校太尉平章事,清化府路都元帅,赐紫鱼袋。1284年,当元军来犯时,许宗道与越南军队的将帅“在白鹤江剪发立誓,与神为盟,尽以心忠共报君上”,结果击退元军,杀元将唆都。其后,陈朝君王更加崇信道教,屡次让许宗道举行黄斋仪,“投简于伞圆山,进龙璧于白鹤渊”^①。从道教在越南发展历史的角度来看,在李代和陈代道教在越南具有独一无二的地位,但之后佛教以及儒教也对越南产生影响,并且形成一种儒释道三教合流的趋势。黎代的佛教与道教已经是互相融合的了,但佛教的兴起也就意味着道教的衰弱,许多道馆改为寺庙,道教地位下降。阮代的思想体系是建立在儒教的基础上的,当时儒家思想成为一种官方管理思想,也就相当于“国教”,越南人受儒家影响很大。因而,道教在当时并不受到重视。

不仅在中国而且在越南,道教的现代意义日益凸显。随着医学的不断发展,他们发现道教治病是一种融道教信仰(心理治疗)、药物方术(生理治疗)以及社会治疗为一体的统合性宗教医学,是在道教文化中发展起来的一门医药学。它劝人通过养生修炼和道德品行的修养而长生成仙,最终获得解脱,求得永恒。道教在多方面继承改造了道家的思想,与道家既有联系又有区别,魏晋以后道教取代了道家的地位,在社会上扮演重要角色,发挥着作用。美国学者唐纳德·毕肖普主编的《中国思想导论》一书指出:“认为道教是道家思想的普遍堕落和腐败的产物的看法是毫无道理的。道教的思想体系中包含了道家思想所缺少的因素,而这些因素在现实生活中对人来说却是至关重要的。例如,

^① 黄敏、林丽:《道教与越南传统文化》,东南亚纵横,2003年08期

道家诉诸心灵或理性，道教却诉诸于人的情感、情绪或情趣；道教充分巧妙地利用人的敬惧、神秘和惊异等感觉，而道家对此熟视无睹^①。更为重要的是，道教文化在当代社会还有无价值？道教文化是否作为一种博物馆文化，仅仅陈列起来让人参观，就象我们观看文物展览一样。作者没有提出也没有回答^②。

从上述讨论来看，在不同的时代越南的宗教有不同的状态，产生的影响也不尽相同。从哲学的角度来看，这是因为宗教信仰是反映社会存在的一种意识形态，它随着历史的变化而变化。宗教信仰反映了人在不同发展阶段的认识，并在每一阶段具有相应的价值。随着人类的发展，部分宗教信仰思想会产生变化甚至被淘汰。因此需要考察、分析各种宗教的活动情况以及宗教对人们生活所起的作用。

二、中国道教与越南高台教的瑶池金母名号

（一）瑶池金母的别名

越南的高台教也可以叫“三期普渡”思想下而开始产生的教派，虽然高台教在 1926 年才正式创立，然因越南曾为中国的藩属国，且就其原名“大道三期普渡高台教”以及宣导“三教五枝”的教义思想，应受到中国民间宗教的影响^③。由于越南曾为法国所统治，高台教因此也受基督教的影响，同时融合越南当地的民俗信仰发展而形成的新兴宗教。

在中国的神话传说中，瑶池金母也被称为瑶池圣母、金母（*Golden Mother*）、王母娘娘（*Auntie Queen Mother*）、西王母等。中国人对瑶池金母很尊重，瑶池金母仙居于昆仑山的瑶池圣境，境内种有三千年开花，三千年结果的“王母蟠桃”，食之长生不老，在中国古籍《汉武帝内传》中，说圣母绝艳惊世，曾赐蟠桃予汉武帝，而在《穆天子传》中记载，圣母言行优雅温婉，曾邀周穆王在瑶池共宴，但在《山海经》中记载，瑶池圣母其状如人，豹尾虎齿，啸声震天，长发翻飞，承受天命，掌司人间刑罚，专责散布瘟疫病毒、灾难。

从越南高台教的角度来看瑶池金母的名字有两个不同的概念：首先是在道教书籍已经写了先有瑶池金母（*The Golden Mother of the Jade Lake*）的名号后才有三期普渡^④（三期普渡是高台教重要的教义之一，高台教的弟子认为他们具有上天所赋予的神圣使命，救渡天下众生）。除了在三期普渡以外，在其它的道教书籍中没有看见无极大慈尊这一名号。在高台教的书籍写了瑶池金母还有别的名号：**佛母**（*Buddha Mother*）；**无极慈尊**（在券首诗、券心诗已经写了）；**无极大慈尊**（念南无阿弥陀佛的时时候），**【大】慈尊**：为“当^⑤（當）”有了大德慈悲所以众生对他很崇敬，**无极**：大罗天帝无极圣皇是德至尊的名号（指阳位）对无极（指阴乘）相应意思是混沌的空间（气梦、虚无^⑥）、先有无极

①余敦康：《中国文化与中国哲学》，北京：东方出版社，1987年，第479页。

②道教文化的现代意义是什么？，<http://www.d1xz.net/wenhua/zongjiao/art83171.aspx>

③笔者怀疑，高台教之三期普渡与三教融合的教义思想应受中国之民间教派的影响。清时，许多民间教派人士受到清廷以发配边疆的处罚，或许，在这样的情况下，民间教派人士也将他们的教义理念传播至云南、贵州等地区，进而传入越南。关于中国民间教派与越南民间宗教的传衍关系，笔者拟另撰他文处理。

④Belief in the Golden Mother（金母信仰），<http://www.eng.taoism.org.hk/pg4-8-14.asp.htm>；The Queen Mother of the West（西母娘娘），<http://www.eng.taoism.org.hk/pg2-4-2-9.asp>

⑤许多越南高台教的信徒很尊重这位神，所以给号称“当（當）”。

⑥气梦、气虚无或气太古是一种气很早的时候有了它：HÔNG-MÔNG CHI KHÍ: là khí HẠO-NHIÊN, Khí Hồn-lộn, hay khí Thái Sơ là cái hơi rất mới sơ khai ban đầu





后有太极。

在大乘真教经讲：“太极位还没指定之前与空间同时、混元期中在一条路上有了白蒙蒙的红梦气，因此叫无极^①”。“阴阳还没有分享清楚与乾坤世界的时候，红梦气混沌的时间、隐隐然、默然无为、先有清后有混合，因此叫仙天虚无之气，在虚无气中又发现整个大光明就是太极，如此叫无极生太极（无而有）^②”。然而，两句话的所本是太极圣皇（德至尊）及无极慈尊（德母）、哪位起源早不真切答案。虽然，只有“无极而太极”的满足是道教的概念的、这也是道教方式指出了德金母的根本。

（二）德金母的基本概念

道教书籍中已经介绍德金母的一些基本信息，具体是金母从东华气出现^③，东王公又从西华气产生出来^④。两位神仙的职能都是管理阴阳气^⑤和长养万物^⑥。东华气与西华气互相交换构成阴阳，这是越南高台教的一个概念。因此，阴中有阳、阳中有阴。管理阴阳气和长养万物所以叫德金母是“母”，并为“她”是王母所以在越南高台教的圣教中她自称“母仪”的。

疼你母只有些话

民众必须实行记心上！

给玩伴的颁布，

母仪辞别回天阙去^⑦。

这上面四句话的意思：为了爱上众生所以母说一些话让众生记得与实行，母给人们予恩典与福佑，在越南高台教对母仪（母仪天下）有这样的概念：仪是仪表风度（母亲的为人处事，仪表

风度可作为天下妇女的榜样）与仪态的意思，引申为为人处事（为人处事能作为天下母亲的表率，可作为天下人的母亲）、给人们予恩典与福佑以后“母”回天阙去”。

除了上面的四句话以外，在《万国寺》书（1970年02月03号）写：

尘世擦过的慈船，

回故里来找母仪^⑧

以上两句话表达：“在越南高台教中认定、有一天仁慈会消失了，为了有了仁慈、有了人性等、高台教让信徒回到母仪的故乡找“母”帮助普渡众生，母仪的故乡意思是让

①原文：Trước khi chưa định ngôi Thái Cực thì trong khoảng không gian ấy còn dương mịt mịt mờ mờ với khí Hồng Mông, vì đó là con đường trong thời kỳ hỗn nguyên vậy. Không gian ấy tức là Vô cực, 《大乘真教经》，(2011)，宗教的出版家，页 213.

②原文：Trước khi chưa phân định âm dương, cần khôn thế giới thì trong thời kỳ ấy, khí hồng mông đương hỗn độn mờ mờ, mịt mịt, lặng lẽ vô vi, thanh trước hỗn hiệp, thì kêu là Tiên Thiên Hý Vô Chí Khí. Trong khí hý vô ấy lại phát tra một vòng đại quang minh là Thái cực, đó kêu rằng Vô Cực sanh thái cực (không mà có) 《大乘真教经》，(2011)，宗教的出版家，页 139-140.

③Đông Hoa Chí Chân Chi Khí 东华至真之气（東華至真之氣）

④Tiên Thiên Tây Hoa Chí Diệu Chi Khí 先天西华至妙之气

⑤She was born out the Most Perfect Vital Breath of the Eastern Essence, and works together with the King Father of the East, who was born out of the Most Sublime Pre-Existent Vital Breath of the Western Essence, to manage the two vital breaths of yin and yang.

⑥They administer the two Vital Breathes together and nourish all things in Heaven and Earth

⑦原文:Thương con Mẹ dạy bấy nhiêu lời, Ghi dạ thừa hành các trẻ ôi! Bỏ điển ban ơn cho tất cả, Mẫu Nghi từ giã lại Cung trời

⑧原文 Vạn Quốc Tự (1965/02/03), Thuyền từ lướt khỏi trần miên, Trở về quê cũ mà tìm Mẫu Nghi

人们念佛、行善积德、引导人们尽善避恶”。

综上所述，“母仪”是一个越南高台教的概念，“母金”主管阴阳气与生养万物，并普渡众生，所以越南高台教还有另外一个名字是三期普渡。

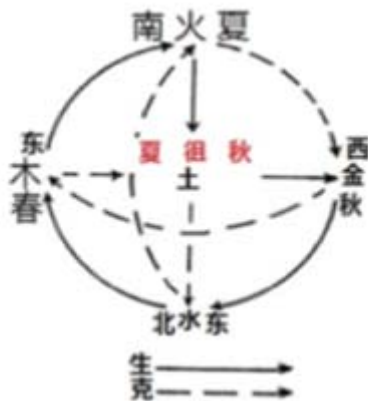
佛母真经中认为，“德金母（佛母）”原是掌管阴光、并总是听天的命令，金母使用阴阳和合构成万物与在乾坤中有众生。在八台阶阶层中某众生的进化由简单到复杂、由低到高跟八魂一样：金石魂、草木魂、动物魂、人魂、神魂、圣魂、仙魂、佛魂。

协阴阳有合变生

乾坤产出有形

八魂运转化成众生^①

众生由金母产生的，为了养育众生所以德金母使用生光（Vital light）的：“生光养育裙兒^②”。除了德金母，德西王母也是越南高台教的观念，因为、五行^③观念认为西方归于金，他们还认定德金母也是西姥（姥字有了女子旁，不是老人的老的意思。“姥”这个字还有另一个读音是“姆”，并且“姆”这个字也指一位妇人（dame）而不是母）。



德金母与瑶池 (the Jade Lake) 的名字有两个不同的概念。从中国道教的角度来看，在崑崙島上有德金母(西王母)的宫殿，这座宫殿的名字叫瑶池宫 (the Jade Lake Palace)，在宫殿的左边有一个用玉做的池叫瑶被，这个池还有另外一个名字叫瑶池。

在高台教的教义中有写关于瑶池金母带着：

端无极情布万方

亥啊慈尊永顾怜

照影瑶池找儿影

母仪为儿降更长^④。

德金母与蟠桃仙，在道家的经书中指出，王母娘娘居住在瑶池，是瑶池圣母，所以也叫瑶池娘娘，**蟠桃仙**三千年开花三千年结果^⑤，人吃了体健身轻、长生不老、成仙得

①原文 Hiệp âm dưỡng hữu hiệp biến sanh, Càn khôn sản xuất hữu hình, Bát hồn vận chuyển hóa thành chúng sanh.

②原文 Sanh quang dưỡng dục quần nhi.

③五行（金、木、水、火、土）与某四方（东、南、西、北）相应的，同时对应四节的（春、秋、夏、冬）

④原文 Đem tình VÔ CỰC rải muôn phýỡng, Con hỡi TỪ TÔN mãi nhớ thýỡng. Soi bóng DIỆU TRÌ tìm bóng trẻ, Mẫu Nghi vì trẻ giáng canh trýỡng.

⑤...there are peach trees by the Jade Lake which “bear fruit once every 3000 years”.





道。在道教的书籍中经常说蟠桃胜会 (the Peach Banquet) 由瑶池办的。例如在文学中、绘画中等涉及德瑶池或蟠桃胜会的时候就有指出德金母或者蟠桃仙。除了在道家的书籍中有说出关于德金母之外, 在越南高台教中也有说过, 但是, 在高台教不是叫“蟠桃胜会”而是“蟠桃宴会”。

金母与女子的关系, 在中国上古时代的人们都明白金母是母、“母”是主要的阴性。金母是所有女仙及天地间一切阴气的首领。金母原是掌管灾疫与刑罚的上古女神, 相传为护佑人们的结婚和生儿育女之事的女神。现代、在越南高台教的宗教中虽然认为“母”照顾众生, 但是其实“母”是照顾女系的女神。

祭祀金母, 在中国的传说中, 农历三月初三是金母的圣诞, 这一天, 金母要在瑶池举行盛大的蟠桃会, 宴请诸路神仙, 众仙也将受邀赴宴作为一种荣耀和身份的象征, 因此农历三月初三也成为了一个重要的道教节日。然而, 在越南高台教却选了农历八月望日作为金母的圣诞, 因为高台教根据五行学说、秋季对应金行。报恩寺或者西宁圣殿高台教教廷是祭祀金母的地方。

三、小结

关于中国道教与越南高台教的瑶池金母的关系探究, 笔者只提出中国道教对越南高台教的“瑶池金母”的名号的问题。如果, 需要分析缕析的名词、字义, 笔者认为很复杂, 最复杂是道教内容丰富的经书。虽然, 从以上所探析过的内容来看, “瑶池金母”的各种名号构成了各种不同的意义, 有更多的名号就有了更多不同的意义。

中国道教对越南本土宗教有影响, 但受影响最深的是高台教。虽说越南高台教是一个越南南方的本土宗教发展出属于越南特色的信仰型态, 但是实际上高台教受了中国道教的影响更深。其实“瑶池金母”的名号都有神妙的意义, 越南高台教的信徒认为瑶池金母的名号很亲切, 同时也是因为他们喜欢“又简单又好”的名号, 因此就叫她“母”。

少林禅武的意蕴与心法阐微

杨菲扬 (ANGELIE YOUNG LIM)

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 本文力图诠释“少林禅武”的内涵, 并结合其套路阐发其内在的心法运用, 从而进一步论述了“少林禅武”之“禅”意所在。

关键词: 少林禅武 心法

少林武术立足于中国佛家禅宗思想, 拳禅合一的现象特点跨越了宗教和武术两个领域, 是中国历史上跨文化传播时碰撞、融合的结晶, 体现了古代中华民族的包容和智慧。作者以实地观察法、深度采访法深入了解少林的禅武传播形式, 以传播学视角探究中华武术“思维指导行为, 行为影响思维”的传播模式。浅谈习武过程知其然、并知其所以然的重要性。

一、少林禅武的意蕴

武, 止戈为武; 术, 思通造化、随通而行为术^①。“功夫”这一用词是在中国清末出现的、是关于“武术”的别称, 主要区别体现在个人在武术上的应用和造诣。武术的起源是人类在自然界生存所需的搏击经验形成的。“文化”一词乃是“人文化成”一语的缩写, 此语出于易经贲卦彖辞: “刚柔交错, 天文也; 文明以止, 人文也。观乎天文, 以察时变, 观乎人文, 以化成天下。”随着人类社会的发展, 人们的思想理念也逐渐丰富了起来, 不同的社会背景、生活环境和饮食习惯等因素都导致了不同的世界观、价值观的形成。群体生活的趋同性, 形成了文化的雏形, 既通过图案、文字、器具和礼制来归化认同感。

中华武术在中华大地上萌生、发展、绵延数千年, 与中华传统文化相辅相成, 早已融合在一起, 武术注重内外兼修, 包罗了许多传统思想和文化如: 周易学说、五行学说、太极哲理、阴阳变化观、刚柔说等思维哲学。例如《左传 宣公十二年》里的“武有七德, 即“禁暴、戢兵、保大、定功、安民、和众、丰财”。这便是对诸侯用兵道德的要求, 其深受儒家思想影响, 表现在练武与修身的统一, 以制取为主点到为止。

不同文化背景下所形成不同风格的武术, 也就是后来的门派之分。流传下来的门派功夫虽然名称繁多, 但人们还是把它归纳为“内家拳”“外家拳”和“佛门功夫”。内家拳虚里藏实、顺势而为; 外家拳刚猛勇烈、摧枯拉朽, 世人早有冗论; 而“佛门功夫”, 被称之为“武禅”: 以武入禅, 禅修的形式是“止观^②”; “一念生, 众缘起, 止念方得圆通, 无招更胜有招。偶攻略于行止, 谓之武; 籍情感于动态, 谓之舞。武可舞, 舞亦可武!”^③

① [汉]许慎:《说文解字》,北京:九州出版社,2001年。

② 佛教术语。“止、即停止,停心止妄,降伏烦恼;“观”即观达,观察妄惑,达到觉悟。“止观”即“定慧”

③ 出自阿鸿师傅,泉州少林寺办公室主任,四面山少林寺武僧团督导。





所以这一念便可以看作是各门各派招式和舞姿的源头。“佛门功夫”以佛门的观点来看视乎像是“无着样样虚，一着款款实”，这确实与佛门理念：“缘起惜缘，缘尽了缘，切莫攀缘，缘起性空！”的观念是相符的。

二、少林禅武中的心法运用

文化源于生活，武术的形成也是源于生活经验的积累，或者甚至可以说，一切都是源于生活。所以经过拆分细解后，武术并不神秘难解，总是离不开心理学、生理学、运动力学、人体结构学等前人生活经验的总结。禅宗思想影响贯穿了少林武术的所有心法，所以少林武术在风格上，乃至变化上都大同小异。而心法又起着指导武术形式的作用，使得操练者得以以武入禅。

“不立文字”是禅宗的一大特点，指禅宗修行靠的是悟性，既自我传播。对禅宗思想指导的少林武术来说，也是一样的。在传播少林武术的精髓时，若光是武术技法的教授、或只是禅武理念、心法知识的讲解、亦或者缺乏受众自身的操练修行，都无法做到深层传播，这样是不足以使受众对传播内容真正理解、吸收的，就更做不到发扬与创新了。正如“书读百遍、其义自见”的道理一样，少林的禅武也是在实践中才能得到真知。行为与思维一次次反复磨合的过程就是这个“悟”的过程，也是一个自我传播的过程。在刚接收心法和心法教导的外部刺激后，许多操练者表示大部分是懂非懂，只是将它牢记。但在日积月累的技法操练这一输出过程中，慢慢对心法便有了自己的一番见解，这时对技法的运用也更加得心应手。正如《坛经》中的“一切万法，尽在自身心中”。

作者在泉州南少林、重庆四面山西少林均进行了实地考察，并对操练者进行深度采访。以少林龙行心法指导下的武术为例，探究少林武术操练者以武如禅的方式与内容，归纳起来便是“思维指导行为、行为影响思维”的自我传播过程，既“心法指导武术技法，而随后技法的反复操练影响对心法的理解和吸收”。

(一) 少林龙行心法

“龙”这个概念的地位及其所代表的民族精神作为历史文化的凝聚与积淀已经融合在每个人的潜意识里。龙行心法的命名以“龙”作为武术意识，以此来启迪、指导受众习武时的抽象思维模式。文章中提到的大小擒拿手、龙爪手、粘衣靠打、龙行剑法都属于少林龙行心法指导下的武术形式。

心法操练者的日常训练一般为手持两个里面可以填充钢珠的龙纹铜球，双足并拢，起式类似有周天^①导引的动作。然后双手交替运转，虽然动作缓慢，但需连续不断、前后左右此起彼伏，出手的时候同边的脚尖是踮着的，据说是骑龙步^②的着力要点。禅宗思想贯穿其心法口诀：“主从九环十八劲，环环相接、劲劲相通。顺逆起落影随形，无来无去、无始无终。无相且向有相破，力到极处一切空，诸法因缘生，诸法因缘灭，诸法空相”。操练者对于“主从九环十八劲”的解释为：连环运通则活，破环不接则败。这环力是敌我都有，只是对手未必意识到，也没注重这方面的训练提升。

观察到了他们如何只需将心法动作稍加变化，就能作为进可攻、退可守的实战招式。显然少林龙行心法指导下的招式应用不侧重硬磕硬碰，都是一些“粘削带打”。所谓“粘”，

① 气功修炼常见周天之说，指体内经络穴位循环，有大小周天之分。

② 骑龙步，南拳典型步型之一，也称跨虎步。

即搭靠；“削”，手臂由内而外地削架；“带”，手臂由外而内地接引；“打”，削带之后，避开对方的攻击，并顺着对方的收势而发力打击对方。操练者表示：无论是谁，用劲出拳，都不可能中途转变方向，除非是事先的虚招，出拳如射箭，便不用担心对方的拳中途会变方向，即使变了也无力的。所以，只要能搭接到对方的来拳，就能减轻了对方的打击力，但对方必然是要收势的，这时运用九环之力对方就要受到重击了。龙行心法表现出了佛门“因果相承，造化随缘”的认知，主从关节以环状运动，环环相扣，力力相接。



（二）大小擒拿手

擒拿就是在近距离范围之内用手法制止对方攻击，再透过擒拿对手关节、经络穴位进而利用身法、步法令对手失去重心和反击能力并完全受制。擒拿的巧妙在于同一个手法，稍作变动就可以令对方有不同程度的伤害，做到轻重去留完全由自己掌握。与此，展示出武术中攻击的效果由心而定，着实表现习武必修心的重要性。

少林武术中擒拿手较为闻名的有三种：“少林大擒拿手”：顾名思义，这套擒拿手大开大合、招式沉稳、出手凌厉、威猛力大，体现在过肩摔和颠扑摔打。“少林小擒拿手”：意在以小巧取胜、招式细巧，双手及对方之手形成杠杆态势，以推拉之间巧借应力。在有限空间能做到手法的变换多端。“龙爪手”：三十六式龙爪手，既有大擒拿手的威猛沉稳，又有小擒拿手的小巧变化，个中巧妙应对了佛门的“法无定法，事无定势”。这套擒拿手也因出现在金庸老先生的《倚天屠龙记》中而广为闻名。

武僧们在日常练习“大小擒拿手”的时候，是将一根与碗口同粗的木棍立在一个古早用的类似石头举重的石珠里，棍子的末端还伸出些许石珠，让站立的石珠有点倾斜，然后双手交替抓拿磕碰。在演示擒拿的时候，都是一些反关节和杠杆原理。关键的要点是指掌紧扣，然后大臂发力，同时要讲究“因形就势”，充分利用对方的抗力。





(三)“粘衣靠打”

“粘衣靠打”的表现形式为用手臂简单地一挤靠，对方就会被迫退倒。练得好的瘦弱的人竟然能把粗壮的人推的四脚朝天。他们在训练时，是围绕着圆柱或悬挂的沙袋，身体和双手不停变化推靠、进退。这辗转变化身法与手法得训练被他们称为“听力”训练。操练者表示：应对准备好的对手时，踩步和封环当然要一并做。寻常动态中，看准中分线的角度，然后手臂是接按挤崩分次发力的，甚至手臂上的发力点都不同。这跟太极推手有点类似，只是劲道不同风格迥异。先听后发，找到对方力不能消的梗点时，对方也自然是在这个时候在找平衡点，此时发力，还能借用对方的动态之力。

前面有说过，武术源于人类生活经验，自然会涉及到生理的自然反应，心理的作用，力量的支撑与汇集，人体结构的平衡。人体的双肩直线与双脚直线最大夹角的中分线方向，就是人体最不平衡的方向。在外力作用下，前脚的外30度角是后退的必经之路。踩住这30度角，封住对方的胯轮与肩轮，挤靠之下，对方必然在生理自然反应或心理上都会找新的平衡点，这个时候再发力，对方必倒，而且是用到了对方的力量。

操练者用了一个机器人与人的比喻来解释：机器人的移动，只是驱动了部分结构，而人的移动是潜意识地调动全身的肌肉。除了练好听力，九环十八劲也要练好才有用，粘衣靠打的力，是连绵不断的。人家说少林功夫是外家拳，可能就是不知就里了。至于心法口诀的内容，他们也是在领会的过程，总之对套路的理解和施展很管用。粘衣靠打注重佛门所讲究的：“缘起惜缘，缘尽了缘，切莫攀缘”的要义。招式之间要因形就势，勉强不得。



（四）龙行剑法

龙行剑法演示的时候，行云流水，动作很流畅。尽管有起伏飘逸，但跟刀棍的风格截然不同，倒是与枪术有点相同的感觉。身随剑走，犹如穿针引线。当我怀着疑问觉得这样优美的舞姿，能用来搏击吗？练剑的武僧展示了几个动作并讲解给我听：剑走的轻盈，若与对方的兵器硬磕硬碰得不到优势。一把剑分为四处：剑刺、剑刃、剑吞、剑把。每招每式的四处着力不同。一样是用“心法”中的主从九环十八劲，粘削带打来攻防，所以练剑时很讲究身法。练到出神入化的娴熟时，刺、刃、吞、把，双手四用，无剑一样可以变幻莫测地应对敌手。我问：“这是练剑的最高境界吗？”“不是！无敌、无我、无胜负的时候，心中的慧剑能压住群魔”，师父还特别解释了：“这群魔指的是心魔，你的我的众生的心魔”。练剑之人，要意在剑上，力分四处，身随剑行，领会“无人无我观自在，非空非色见如来”。

在练剑时每一招式都有不同的剑诀，这剑诀也是源于心法。对于剑尖、剑刃、剑吞、剑把，各处的运用既是融汇一体的，也是变化无穷的。剑的招数很多是“避击就势”不会硬磕硬碰，而且分寸把握很严谨。讲究自己的身法变化，借助剑诀的粘削带打，在对手还没反应过来时，已然击中要害。练剑者在理解招式运用的过程中，其他的行为习惯也会潜移默化收到“心法”的影响。正是因为接受了剑术“心法”的文化，剑的本身能当作一个文化载体。





三、少林禅武：“拳禅合一”的特色与价值

《少林拳术秘诀》写道“上乘技击术，总有几分禅机，方能活泼镇静，所谓超乎寰中，得其向外之法”。古人喻参禅如用兵、技击似禅。需要有超越有为的，深沉而自若得心态本性，才能立于阴阳不测之地，随机发用。所斗之术为心法之争，非形法之战^①。

禅宗的文化传播很注重“神识”与“行思”。“神识”指的是人的主观意识；“行思”，顾名思义便是行为与思考。认为文字上的描述只是“呈相义”，即直观感受。要经过身体力行才能领悟到文字描述的“无尽意”，即延伸体会。所以禅宗的“不立文字”是指不能立足停顿于字面上的理解。况且“五蕴皆空^②”，一个人的“色、受、想、行、识”，就是从对外界的认识到形成内心的意识，也是基于各人自身的经历体悟，并不能移植到另一个人的身上。好比学毛笔字时，道理都懂，但还是必须经过长时间的临摹练习，才有可能学会。单是听看那些笔法和字帖是没有用的。

少林寺的禅武文化便是在这个层面上：通过练习武功，领会武功的最高境界而带入禅境。一个武者的最高境界是“无敌、无我、无胜负”。无论是练武还是搏击，在他眼里只是调动身体的极限，应对变化中的破绽。比如龙行心法的“主从九环十八劲”与少林寺曹洞宗^③核心谒语里的“事存函盖合，理应箭锋拄”的道理是相通的，但如果是纯粹字面上看待这谒语，就比较费解了，必须通过亲身的操练去体悟。

练习中华武术少不了对“心法”的理解运用。“心法”概括起来就是各武术门派总结出来指导该门派武术的呼吸法、手法、腿法、步法、身法的总称。习武者通过研习“心法”来理解武术要义，进而达到发挥与创新。“心法”在习武中能够起到概念性的指导。每个门派的武术体系，在运用时都有他独特的理解层面和思维模式，这些自然就会形成了它招式的应用。有的刚猛凌厉、有的借力化力。所以当练某一特定门派的武术练习到一定的程度时，就会影响到练武之人的一些思维行为习惯。心法是呼吸法、手法、步法、腿法、身法的总持。当熟悉心法的时候，已无固定招式了。

如太极拳中的刚柔、虚实，以及少林武术的禅宗思想、“拳禅合一”都体现了中华文化的哲学和结晶。在学习中国武术的同时，也是对中华优秀传统文化潜移默化的解读和吸收。一些当代武术传播者受社会浮躁、竞争激烈的大环境影响，在教学中主要强调武术技术的教学，而忽略了武术理论与文化的教导。这样或许更“简单快速”方法着实影响了武术精华的深层传播，导致学生在练武时知其然而不知其所以然，传播受众对招式理解的不透彻不但影响了传播效果，也影响了武术融合创新的领域。

^① 万瑜，蔡宝忠：《少林武术拳禅合一的结合点》，《山东体育学院学报》，2009年，第1期。

^② 五蕴皆空，出自《般若波罗蜜多心经》。

^③ 曹洞宗，禅宗的五个宗门之一，目前南北少林的禅宗都属于曹洞一脉。

唐僧与孙悟空的师徒关系再研究

——人际关系三维理论的视角

王珊珊 谢清果

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

摘要: 本文首先分析了中国传统情境下的师徒关系类型, 进而引入舒茨的人际关系三维理论这一新的视角来分析唐孙师徒关系的不同发展阶段, 进而并加以评析, 探讨其对当代师徒关系的启示。

关键词: 孙悟空; 唐僧; 师徒关系; 人际关系三维理论

引言

中国四大名著之一西游记, 故事中的两位主要角色——唐僧与其徒弟孙悟空, 其关系为不少前人感兴趣, 并做过多番研究和解读。有学者认为: “唐僧与孙悟空是《西游记》中的主要人物, 二者本是唐僧为师、孙悟空为徒的关系。除此之外, 唐孙之间还存在不少鲜为人知的关系。如果换一个角度思考, 从其他的层面来探索唐僧与孙悟空两人的其他关系后会发现, 他们之间可能存在隐性的夫妻关系、父子关系和倒置的师徒关系等几层很不一样的关系。而且, 其师徒关系在不同的时代也呈现不同的特征”^①。另有学者指出: “唐僧与孙悟空在国游记中所呈现的关系不是一般的师徒关系, 其中还带有很多不为人知的关系, 很值得探究”^②。甚至有人认为: “在《西游记》文本中, 唐孙的师徒关系从师尊道严转变为互相扶持, 不仅使取经任务更好的完成, 还成功构建了另类的、师徒关系, 甚为独特”^③。但是以往的研究重点大多集中于几位主人公的性格特征或隐藏着的佛家意义等等, 极少针对其中最具有代表性的唐孙师徒做深入研究。我们认为唐孙师徒之间所包含的人际关系值得进一步探究, 并将以一个全新的角度——在人际关系三维理论的视角, 来探析唐僧和孙悟空师徒关系的发展与转变。

师徒关系是一种特别的人际关系。有学者认为: 人际关系是师徒关系在其教育过程中最基本和比较重要的。它指在教育过程中通过师父与弟子的相互交往而形成的认知与情感关系, 也是直接影响教育效果的最基本的因素”^④。其实, 无论在古代或现代, 师徒关系都是一种极为常见而亲密的关系, 徒弟通过“师”的教导和两人之间的互动交往, 形成信任和学习到各方各面的知识。

^① 李梦圆:《唐僧与孙悟空关系的别样解读》,《淮阳职业技术学院学报》,2014年第01期。

^② 本性:《构建佛教新型的师徒关系》,中国佛教协会2013-05-24,
<http://www.mzb.com.cn/html/Home/report/403589-1.htm>。

^③ 贾长峰:《从师道尊严到相互扶持——浅谈<西游记>中唐僧与孙悟空的师徒关系》,《文教资料》,2008年第8期上旬刊。

^④ 朱永新:《中国古代教育思想》,中国人民大学出版社2011年版,第230页。





师徒关系的基本内涵。传道是传统师徒关系的基本内涵。“道”作为一个观念,早在春秋时代就已经普遍使用了。子产提出“天道远,人道迩”思想。这里所说的“天道”是指天体运行的规律,“人道”则是做人的准则。如西汉董仲舒提出:“道之大原出于天,天不变,道亦不变。”因此,“传道”,就是中国古代“师”的首要任务。

“师”的出现最重要的一点是为了传授为人的准则,其德行品行应高于常人,除了教授徒弟基本知识外,更要点徒弟如何做事为人,以德服众,以德为先。此外,也有人认为:师徒关系就是一个人传授知识,另一个人接收知识而已,认为“师”只需要有一门技艺,技艺超人,有足够教授别人即可,不需要德行方面的要求。^①而我们认为师徒关系颇为复杂和多样化,非三言两语可解释。简单而言,师徒关系可分为几种,不同师徒关系其内部成员的结构和所教授的内容亦有所不同,以下将细说。

人际关系的三维理论

美国社会心理学家舒茨(W.Schutz)1958年提出人际关系的三维理论,他认为每个个体都有进行人际交往的愿望和需要,而且不同的人有着自己不一样的需要。根据每个人对别人的基本反应倾向,需求方式的不同,他把人际关系的需要分为三种,即包容需要、支配需要和情感需要。这三种基本的人际需要决定了个体在人际交往中所采用的行为^②。

每个人都有一定的生物需要,需要有相当的满足才可能存活下去。而生物需要与舒茨所提到的这三种人际需要相似但不完全一样,“生物需要调节有机体与物理环境的关系;人际需要决定了个体与人类环境之间的联系”^③。前者满足不了的话,会导致身体机能出现问题、生病甚至死亡;后者会导致其人际关系圈子出现问题,甚至精神和情绪出现崩溃。总而言之,生物需要和人际需要是每个人都需要的生存因素,缺一不可。而作者认为人际关系的三维理论亦可运用到唐孙两人的师徒关系分析上,当两人彼此满足了这三种需要,先是包容需要的满足,接着是支配需要的满足,最后是情感需要的满足,三者都满足,两人的师徒关系才算完满。

一、中华传统师徒关系概述

师徒关系是中国传统社会中一种独特的人际关系。师在“天地君亲师”中有其重要地位,因为亲生之,师成之。师对于个人成才关系密切,因此,正确看待和处理师徒关系,是人生的必修课。

(一) 常见的几种师徒关系

在源远流长的中华传统文化中,师徒关系很有自己的特色。主要有以下四种类型:

1. 教学关系下的师徒关系

“对古人而言,师徒关系是一种非常密切的人际关系,也是一种伦理关系,其亲密度不下父子关系。“一日为师、终身为父”,师即为父,父即为师,更有“生我者父母,教我者师父”及“投师如投胎”等民间说法。可见古人对“师”的重视和尊敬。

^① 朱永新:《中国古代教育思想》,中国人民大学出版社2011年版,第215页。

^② Schutz WC. *A three-dimensional theory of interpersonal behavior*, New York: Holt Rinehart Winston, 1958.

^③ 《人际行为三维理论》,《社会工作上半月(实务)》,2008年第07期上。

一代名圣——孔子亦称“三人行，必有我师焉”^①。

古代父母带儿女到私塾报名之时，非但要带领儿女向孔子牌位行三跪九叩首之大礼，还要向“师”三跪九叩。父母先向“师”行此大礼，其目的就是让孩子亲眼见到“师”是无比尊严的，“师”的教诲是必须听从的。从此处可理解，“师”地位之高，如君如父。古时普遍使用的“父师”一词，明确了“师”的身份。

2. 宗教关系下的师徒关系

宗教的本质在于信仰。“信”代表了一切。信徒之所以称“信徒”，就是因为是“信仰之徒”。“宗教中的信徒也就是人们常说的徒弟，而僧人是这些信徒的“师”，“师”未必是很强大的人，但他显佛功德、代佛宣法，代表和象征了佛教。为此，僧人与徒弟的关系，也就是师徒关系”。宗教关系下的师徒关系，“其关系应是圣人与凡夫的，僧人得到徒弟一分一意的尊敬与信仰，视师父为再世的诸佛菩萨。在巴利语系佛教的僧俗师徒关系中，就很好地体现了这一点——视师父为神，为天地间的所有主宰，并全心全意的信奉”^②。

3. 技艺传授下的师徒关系

“对古代的人来说，想要学得一门过人的技术，都要拜师，不管是武术界，演艺界，理发界，烹饪界，甚至杀猪、宰羊、铁匠、木匠、厨师、摆渡等等，各行各业，在工、商、艺、学等各个领域都有各自的师父。在明清时代的一些作坊里，技术管理人员与下级员工之间关系，其关系也类似于师父与徒弟之间的关系。古代的中国缺乏广泛而流通的技术教育，像数学、物理这些不能成为必要性的教育学科，整个社会的教育以宣扬传统伦理道德为主要教育的内容，有关技术和手艺等方面的知识都是靠一辈一辈的传下来的，而且只掌握在少数人手中，这些人就成为知识、技能的垄断者。唯有专门特地的拜师，才能学到专门的技能”^③。一般而言，这种师徒关系中的徒弟对师父需做到唯命是从，任劳任怨，而师父对徒弟的态度一般比较强硬而苛刻。

4. 利益关系下的师徒关系

此外，因为某种利益间的牵涉而建立的师徒关系，例如：金钱财富上的利益、有共同目的性的利益。师徒关系“有实无名”，师父或徒弟因为利益的驱使下达到其所该做的事情，当结束之间的所牵涉的利益关系，两人关系结束；两人带有共同的目的而建立师徒关系，既有合作，亦有利用，当完成事件或达到共同目的后，两人关系结束。

（二）师的首要职责

《师说》里提到：师者，所以传道受业解惑也。韩愈的所谓“传道”，就是传授道德伦理(为人之道和做事之道)，以“道”为先、以“道”为重；所谓授业，就是传授《诗》、《书》、《易》、《春秋》等儒家经典著作；解惑的意思为解答学生在学“道”和“业”的时候所出现的相关问题。这三者以传道为主，授业、解惑为辅，后两者正是为了保证传道进行顺利。

（三）师的几个常见要求

^① 宁宁：《〈西游记〉中师徒关系与当代师生关系对比分析》，《群文天地》，2011年第9期。

^② 本性：《构建佛教新型的师徒关系》，中国佛教协会

网，2013-05-24，<http://www.mzb.com.cn/html/Home/report/403589-1.htm>。

^③ 丁桂莲：《从民谚看中国古代职业教育中的师徒关系》，《教育学术月刊》2012年第6期。





1. 对自身

1.1 肩负弟子谋求职业、前途的责任

春秋·孔子《论语》有言“不患无位，患所以立；不患莫己知，求为可知也”从此话，可看出这是孔子为其弟子的前程在作考虑，两人间的一次坦诚对白。这说明了古代的“师”，好“师”不但有责任教育弟子成才，同时还肩负着教导弟子谋求职业、前途的责任，可谓任重道远。《礼记·学记》有言：“是故学然后知不足，教然后知困。知不足然后能自反也，知困然后能自强也。故曰教学相长也。”教和学是互相促进的，好“师”在教徒弟的同时，也在增长自己的学问。

1.2 学而不厌

《论语·述而》曰：“学而不厌，诲人不倦。”好学的老师应该是学生最佳的榜样。因为好学是会传染的，一个人好学，那就可以使很多人一起好学。好学的老师极为重要。想有好学的学生，须有好学的老师。换句话说，要想学生好学，必须老师好学。惟有学而不厌的老师，才能教出学而不厌的学生。好“师”是学而不厌的，自己的学生会被自己对知识的追求和执着所传染”^①。

2. 对弟子

2.1 严格要求

作为中国古代第一教育家——孔子，他对学生的要求很严格，其弟子虽然都上进，但除夸赞颜渊“好学”，他再也没有赞扬过其他弟子。好的老师应对座下弟子的道德伦理要求极高，一言一行皆要守儒家礼法、守规矩。

2.2 充分信任

孔子《论语·子罕》有言：后生可畏，焉知来者之不如今也？这句话的意思是：后辈未必不如前一辈，后辈也有可能超越前辈，同样值得敬畏。好的师不应自视甚高，应放下架子，相信弟子的能力，对自己的弟子有信心和对其充分的了解和信任，因为弟子有一天也有可能超越自己。

（四）拜好师的重要性

从孔子时代开始，人们“择师而教”的思想愈加盛行。“荀子说‘得贤师而事之，则所闻者尧舜禹汤之道也’。杨雄说：‘务学不如务求师’，‘求师者就有道而正焉’。他们的意思是指：求师是求道的门径，或是实现抱负，建立事业的门径。所以韩愈也说：道之所存，师之所存也”。^②

二、人际关系三维理论下的唐孙师徒

考察《西游记》中唐孙的师徒关系，我们认为大体可分为建立，发展，冲突，升华等四个阶段，而四个阶段中，最为重要的“发展”阶段与人际关系三维理论相当的吻合度，以下将重点分析此部分。

（一）唐孙师徒利益关系的建立

何谓利益关系？山东大学哲学与社会发展学院研究所的姜涌教授认为，利益关系是指“利益是个人自身的利益，同时又是社会的产物，当两个以上的人作为利益主体

^① 陶行知：《陶行知文集》，江苏教育出版社，2008年版，第60页。

^② 朱永新：《中国古代教育思想》，中国人民大学出版社2011年版，第215页。

存在时，所结成的利益关系就会成为每个人的各自行为，即利益主体之间的互动性，构成利益关系得以发生的条件”^①。另有学者认为，“人类之间的交往活动所形成的人际关系，除了以血缘为最常见最重要的的血亲关系外，还包括与利益相关的各种其他关系”^②。我们认为，利益关系是指两人或以上为了自己的获利或需要而彼此合作、互惠互利的一种关系。唐孙师徒两人没有血缘关系，本不相识，他们同时获得如来的指示——共同去西天取经，其带头人是唐僧，但只有他不可能成功取得西经，因为路上会遇到很多妖魔鬼怪，而他手无寸铁，需要有一帮手，两人互相帮助才能成功取得西经。即两人是因利益关系而建立起“师徒关系”，属于上文所提到的“利益关系下的师徒关系”。

而良好的人际关系应该是在彼此间的交往和沟通中建立和慢慢发展起来的。人们需要有共同目标不断地相互帮助才能发展，个体成熟和群体机能也需要在相互依存的关系才能实现”^③。唐孙两人本是“利益关系下的师徒关系”，不带丝毫师徒感情。在西天之行，九九八十一难中，两人彼此交往、相互依存、共渡过九九八十一难，渐渐建立师徒感情。

（二）唐孙师徒关系的发展

师徒关系好比两人所组成的小型群体，师为领导者，徒为下属或听命者。美国社会心理学家舒茨(W.Schutz)1958年提出人际关系的三维理论“在解释群体形成与群体分解中提出群体整合原则，即群体形成的过程开始是包容需要，而后是支配需要，最后是情感需要”^④三者有明确的次序之分，缺一不可。唐僧师徒的关系正是先后达到这三个需要，进而成功取经。

这里我们尝试运用社会心理学家舒茨所提出的人际关系三维理论来解释唐孙师徒在取经时的三个阶段的行为和心理变化，别有一番味道。

1. 师徒的包容需要

包容需要指的是，人想要与人有所接触交往、属于某个群体，想与他人建立和维护比较亲近和谐的关系的。而根据美国社会心理学家舒(W.Schutz)1958年提出的三维理论，唐孙两人想要提升其师徒关系，需要先做到互相包容，或一方被另一方所包容。

唐僧得到观音的指示，拯救被压在五指山下的“石猴子”，后取名“孙悟空”，并收他为徒。他和孙悟空互不相识，与孙悟空没有任何感情作基础，孙悟空不过是只石头蹦出来的猴子，连人都称不上，但他欣然收了孙悟空为徒，并说“我再与你起个混名，称为行者，好么？”^⑤（第十四回 心猿归正 六贼无踪）。唐僧先是询问了孙悟空的名字，后又替他取混名，即是小名，足见其亲昵、欣喜之情。孙悟空有幸获得当时名气极大、佛法高深的唐僧所包容接纳，成为其第一大弟子，其后唐僧还收了两个徒弟，孙悟空成为了大师兄，一行四人共同去西天取经。

在第十四回“心猿归正，六贼无踪”中，孙悟空擅自拿了唐僧的内衣和虎皮，利

^① 姜涌编著：《哲学与政治：当代中国政治哲学研究》，山东大学出版社 2007 年第 65 页。

^② 张文斌：《人际关系学》，西北大学出版社 2004 年版，第 172 页。

^③ 郑全全，俞国良：《人际关系心理学（第 2 版）》，人民教育出版社 2011 年版，第 22 页。

^④ Schtuz WC. *FIRO.A three-dimensional theory of interpersonal behavior*, New Yock: Holt Rinehart Winston, 1958.

^⑤ （明）吴承恩：《西游记》，人民文学出版社，1980 年版。





用针线把两者缝起来,直接穿在身上,向唐僧显摆,唐僧道:“徒弟,你不嫌残旧,那件直裰儿,你就穿了罢。”悟空唱个喏道:“承赐,承赐!”唐僧不是一个富裕的和尚,他自己亦无多余的衣衫,但他见自家徒弟穿起他的衣服有模有样的,毫不吝惜,直接把衣衫送孙悟空,并大夸徒弟:“好,好,好!这等样,才象个行者。”唐僧已在心中认同了孙悟空为自己人,认同他是行者,这明显可见唐僧对孙悟空的包容。孙悟空得到了唐僧的包容和接纳,对他自然更亲近,两人的师徒关系更进一步。

在第十六回“观音院僧谋宝贝 黑风山怪窃袈裟”中,唐孙两人行至一庙钦投宿一晚,那开门的和尚见到了孙悟空,打了个寒噤,咬着指头道:“这般一个丑头怪脑的,好招他做徒弟?”三藏道:“你看不出出来哩,丑自丑,甚是有用。”从唐僧和和尚之间的对话可见,唐僧对孙悟空的本领有所了解,而且觉得有用,孙悟空得到了唐僧的很大的认同和赏识。

可见,唐孙师徒关系的发展(第一阶段)从上面几个例子可看出率先达到了三维理论下的包容需要,唐僧包容了孙悟空成为自己的大弟子,不论在言语上或是行为上都明显可见孙悟空获得了唐僧的包容和接纳。

2. 师徒的支配需要

支配需要指的是人需要控制别人或被别人控制,从而在权力的关系上与他人建立或保持满意人际关系的需要。而根据人际关系三维理论,唐孙两人想要提升其师徒关系,进而达到共同目的,除了包容需要外,接着是支配需要,即是一方被另一方所支配或控制。

唐僧共有三位徒弟,各司其职,各有各自所负责的职责。而孙悟空作为团队中公认的武功最高、速度最快、法术最强的一名,首当其冲分配到最重要的工作——保护师父的安危。

两人出现的第一次冲突在文本第十四回“心猿归正 六贼无踪”(孙悟空出于本能和为了保护唐僧,动了杀念,下了重手杀了几个来叫骂的贼人),而冲突在于对生命的认知不同和孙悟空未把唐僧放眼里。孙悟空本是出自好意,他和唐僧有共同的目标——去西天取经,而他也深知唐僧手无缚鸡之力,所以他要担起保护师傅的责任,在他的想法里,他认为他做到了保护师傅的责任,而其他人的死活与他无关,他不认为自己有过错,也不需要担起责任,所以在面对唐僧对他乱杀生的愤怒,他感到不解和不耐烦。其次他才刚拜唐僧为师,和唐僧并没有多少的师徒之情,更不要提尊师之情,在面对唐僧的训骂,他所做的是一走了之,在没有得到自己师傅——唐僧的同意下,拂袖而去,留下唐僧一人,按古代师徒而言,这是极为大逆不道的事。

幸得老母(观音菩萨)赐紧箍儿咒,唐僧才有了控制孙悟空的利器,有了支配孙悟空的能力,此后孙悟空处于被支配地位。每次当唐僧一念心经,孙悟空都会痛得满地打滚,即使孙悟空法力无边,也无力反抗,没法把紧箍儿从头上取下来,从此他不敢对师傅——唐僧不敬,对师傅除了尊,隐约还存有一份畏惧之心。因为他发现师傅技高一筹,再也不敢放肆,在言词和行为中也有所收敛。在团队里,有了支配与被支配的上下级权力之分,促使唐孙两人建立更密切的师徒关系。

随后在第十六回观音院僧谋宝贝,黑风山怪窃袈裟中,唐孙两人见一庙,打算投

宿一晚，庙中和尚却对唐僧的袈裟起了歹心，想加害二人以谋取袈裟，却被孙悟空识穿，行者暗笑道：“我待要拿棍打他啊，可怜又不禁打，一顿棍都打死了，师父又怪我行凶。罢，罢，罢！与他个顺手牵羊，将计就计，教他住不成罢！”孙悟空在第十四回曾因错手杀人被唐僧念紧箍咒，把他痛得满地打滚，还被师父赶走，所以这次再也不敢乱杀生，深深畏惧师傅的权力(紧箍咒)，即使如他本领之高也对唐僧的紧箍咒无能为力，所以他使了法子，令该和尚计谋失败。孙悟空的改变是由于唐僧有足够的支配和控制孙悟空，而孙悟空没有能力反抗，从此不敢再胡作非为。

可见，唐孙师徒关系的发展(第二阶段)从上面几个例子可看出达到了三维理论下的第二个需要——支配需要，唐僧拥有比孙悟空更高强的法力(紧箍咒)，获得了支配孙悟空的能力，不论在言语上或是行为上都明显可见孙悟空从此对唐僧有一定的收敛和避忌，孙悟空是被支配的一方，听命于唐僧。

3. 师徒的情感需要

情感需要指个体爱别人或被别人爱的需要，是个体在人际交往中建立并维持与他人亲密的情感联系的需要。而根据美国社会心理学家舒(W.Schutz)1958年提出的三维理论，唐孙两人想要提升其师徒关系，进而达到共同目的，除了包容需、支配需要，最后还有情感需要。

第二十七回“尸魔三戏唐三藏，圣僧恨逐美猴王”中，唐僧误认为孙悟空又胡乱杀人，把他赶逐。其后唐僧遇到法力很强的妖精，而他其余两个徒弟都败下场，于是猪八戒前往花果山把孙悟空求回来，孙悟空二话不说，一听到师傅有难，一个跟斗马上回来和妖精交上手，妖精耻笑他被赶走了，还厚着脸皮回来，孙悟空表示“岂知一日为师，终身为父，父子无隔宿之仇！你伤害我师父，我怎么不来救他？”从此回话可见孙悟空对唐僧的情感，他对唐僧的感情早已超越师徒之情，在他心中早已把唐僧当为父来对待，所以一听到师傅有难，不计前嫌，马上回来。

当唐僧被救出后，了解了整个事件的起因经过，终发现自己错怪好人，对孙悟空谢之不尽道：“贤徒，亏了你，亏了你！这一去，早诣西方，径回东土，奏唐王，你的功劳第一。”（参见“第三十一回 猪八戒义激猴王 孙行者智降妖怪”）从上面两人的话可见，唐僧终是承认自己的错失，对孙悟空表示无限感激和认同，认为去西经之路，孙悟空的功劳第一。孙悟空得到了师傅的看重，满足了其情感需要，对唐僧更为上心和亲近，两人的师徒之情愈见深厚。

两人成了师徒已经有一段时间，路上共同渡过了不少的大劫大难，虽然两人对生命的看法还是有一定的分歧，但在共患难的过程中培养了感情，从最后一次冲突，第五十六回“神狂诛草寇 道昧放心猿”中可看出，虽然孙悟空再次犯了唐僧的大忌，在他被唐僧训话的时候，他放下的尊严，主动向师傅唐僧道歉与求情，唐僧不接受他的道歉，依然坚持赶走他。他被赶走后，还心心念念着师傅的安危，甚至去跟菩萨诉苦“行者望见菩萨，倒身下拜，止不住泪如泉涌，放声大哭”。

可见孙悟空对唐僧已怀有浓厚的师徒之情，对唐僧以及整个团队有了归属感和责任感，在第五十七回“真行者落伽山诉苦 假猴王水帘洞誉文”中，他被唐僧赶后又回来和唐僧求情，在言词间透出对唐僧的保护之情和对团队的责任感：“师父，恕弟子





这遭!向后再不敢行凶,一一受师父教诲,千万还得我保你西天去也。”

可见,唐孙师徒关系的发展(第三阶段)从上面几个例子可看出达到了三维理论下的第三个需要——情感需要,在取经的过程中,孙悟空渐对唐僧有了亲近感和归属感,对唐僧的情感有了一定的依赖和提升,而唐僧成功的让自己徒弟从一开始对自己的顶撞,到最后的舍命相救。

(三)唐孙师徒关系的冲突原因分析

胡河宁教授曾指出,“争论与冲突是团队增强凝聚力的基础和跳板。团队在一些问题上发生争论与冲突是很自然的事情,甚至也很必要”^①。唐孙师徒在取经过程中不是一帆风顺,当中遇到不少困难和误会,从而引发很多争论与冲突。其实,唐僧师徒之间最大的冲突在于信任和价值观的分歧上。

1. 师徒之间缺乏信任和了解

在第二十七回“尸魔三戏唐三藏 圣僧恨逐美猴王”中,唐孙师徒出现了一次比较严重的冲突:“行者又发起性来,掣铁棒,望妖精劈脸一下。那怪物有些手段,使个解尸法,见行者棍子来时,他却抖擞精神,预先走了,把一个假尸首打死在地下。加上他的另一徒弟猪八戒在旁挑拨,‘师父,说起这个女子,他是此间农妇,因为送饭下田,路遇我等,却怎么栽他是个妖怪?哥哥的棍重,走将来试手打他一下,不期就打杀了!怕你念什么《紧箍儿咒》,故意的使个障眼法儿,变做这等样东西,演幌你眼,使不念咒哩。’”(参见“第二十七回 尸魔三戏唐三藏 圣僧恨逐美猴王”)

事情起源:在取经路上,几位妖精化作乡间美女,欲来迷惑唐僧,还未曾近身,已被孙悟空一眼看穿,并一棒打死,妖精狡猾,在被打死之际,预先走了,把一个假尸首留在地下,而唐僧不明就里,只看到孙悟空打死了“人”,故而对他很愤怒。

而孙悟空除了七十二变,还有一双金睛火眼,可以一眼看穿是人是妖,而唐僧是凡人,作为师傅,他不了解自己徒弟的能力,对其不够信任,只相信自己看到的一切,认为孙悟空是无缘无故的乱杀人,对孙悟空非常不满,孙悟空随后为自己所做的事作出解释但不被唐僧所接纳。他认为孙悟空没有行善之心,处处作恶,不配去西天取经,再加上另一徒弟的挑衅,唐僧对孙悟空更为生气,甚至赶走孙悟空,认为他不配再当自己的徒弟。

2. 唐僧师徒对“生命”和“善”的看法不合

另一次冲突在第五十六回“神狂诛草寇 道昧放心猿”,在此回,唐僧再次对徒弟孙悟空感到愤怒,欲赶走孙悟空,“你这泼猴,凶恶太甚,不是个取经之人。昨日在山坡下,打死那两个贼头,我已怪你不仁。及晚了到老者之家,蒙他赐斋借宿,又蒙他开后门放我等逃了性命,虽然他的儿子不肖,与我无干,也不该就梟他首,况又杀死多人,坏了多少生命,伤了天地多少和气。屡次劝你,更无一毫善念,要你何为!快走,快走!免得又念真言!”

事情起因是,有几十个为非作歹的贼人挡在唐僧师徒几人面前叫嚣,要买路钱,转眼被孙悟空打个清光。唐僧的不满孙悟空的行为,碎念了他几句。之后他们一行人到老者之家借宿,孙悟空见老者之子不肖,杀之。唐僧本对孙悟空乱杀贼人心有不

^① 胡河宁:《组织传播学——结构与关系的象征性互动》,北京大学出版社,2010年版,第200页。

满，孙悟空后又打死老者之子，使唐僧忍无可忍。他认为徒弟过于心狠手辣，对他念起《紧箍儿咒》，把孙悟空痛得满地打滚，后被赶走。

所幸最后菩萨出面调和“你今须是收留悟空，一路上魔障未消，须得他保护你，才得到灵山，见佛取经，再休嗔怪。”随后唐僧和孙悟空重修旧好。

（四）唐孙的师徒的关系升华

师徒关系从建立到升华，往往要有相当长时间的磨合，彼此认知，建立互信，形成互助，甚至结合利益共同体，这就标志着关系的升华。

1. 目的达成

在开始的时候，唐孙两人成为师徒关系是有带着一定的利益关系，与一般师徒关系有所不同。在取西经的路上，经过九九八十一难后，唐孙之间的师徒关系大有改善，原因在于两人都先后经历了三维理论中的三个人际关系的需要，即包容需要、支配需要和情感需要，达到了三维理论所要求的三个需要，最后成功取经，两人目的达成。

2. 关系升华

两人因利益关系而建立的师徒关系，开初之时并无师徒之情，一路上共甘同苦，虽曾有过几次争论和冲突，幸最后一一和解，感情更甚从前(在第五十七回“真行者落伽山诉苦 假猴王水帘洞誉文”后，再没有起过冲突)。从一开始孙悟空不把唐僧放眼里，对唐僧没有对师傅该有的尊重及礼数，被唐僧训后，不管师傅的西经之路，不管师傅同意与否，便自作主的离去。他见唐僧只管絮絮叨叨，按不住心头火发道：“你既是这等，说我做不得和尚，上不得西天，不必恁般绪浩恶我，我回去便了！”

到后来，孙悟空即使被唐僧赶走也不舍离去“罢，罢，罢！我还去见我师父，还是正果。”对师傅求情和保证“师父，恕弟子这遭！向后再不敢行凶，一一受师父教诲，千万还得我保你西天去也。”前后态度改变极大，明显可见他对唐僧的师徒之情与归属感。两人建立“所谓”的师徒之情，仿佛成了“一般”的伦理关系下的师徒关系师徒，孙悟空对师父亲近有加，而且愈加尊重。

（五）从组织传播视角点评唐孙间的师徒关系

唐僧师徒四人（也还可包括白龙马），从一定意义上讲算是一个组织了。也就是说唐僧是领导者，其他三人是组织成员，这样就形成了组织中的领导与被领导的权力关系。这里我们侧重分析两者人际关系互动中权力是如何被运用的，关系是如何在传统组织文化中被建构起来的。

1. 唐僧是否有能力作为孙悟空的师父？

上文提及几点对名师的要求，而唐僧作为孙悟空的师父，他只做到一点——传“道”。在第五十七回“真行者落伽山诉苦 假猴王水帘洞誉文”中，行者只教：“莫念，莫念！我是有处过日子的，只怕你无我去不得西天。”三藏发怒道：“你这猢狲杀生害命，连累了我多少，如今实不要你了！我去得去不得，不干你事！”

孙悟空乃是石头所孕育的猴子，虽有灵气，但不懂人性，动辄杀生，在取经途上，曾多次因杀生之事与唐僧起冲突，被唐僧多次教训甚至赶走。猴子本无善恶念，做事任凭感觉，对他而言，杀人不过如吃饭睡觉般小事。而唐僧乃佛家弟子，凡事心存善念。唐王时期，唐僧穷尽各家学说，其才能倍受称赞，声誉满京师，且兼通儒家学说，





佛儒相通,他对“道”有执着的要求和自身严格执行。

当他看到孙悟空多次行凶杀人,先是苦口婆心告诫他,多次念紧箍咒但孙悟空不理睬,所以唐僧才会丝毫不顾师徒情分,开口把孙悟空赶走,他深知如果赶走孙悟空,有可能导致自己的生命受到威胁甚至取经失败,而他另外两个徒弟能力不过平平,但他依然坚持赶走了孙悟空。

由此可见,唐僧哪怕取经失败,也坚持传“道”,对孙悟空严格要求“道”的执行,无时不在灌输孙悟空伦理和道理,做到了师傅该做的事情,虽然在法力上,唐僧不如孙悟空,但把传“道”放在自己的私欲之上,可见道德之高,绝对有能力作为孙悟空的师傅。

2. 唐僧是否有资格作为孙悟空的领导者?

唐僧作为孙悟空的师傅,而两人同属同一团队,即唐僧既扮演着师傅的角色,同时扮演着领导者的角色。胡河宁指出,“领导者:具有指引组织走向何方的战略远见;具有使下属积极追求战略目标的非强制性的技能”^①。此定义比较恰当,充分解释了领导者的强人之处和特殊技能。

根据胡河宁总结,古代领导境界说,主要有三:

“第一‘内圣外王’的浩然正气:指的是个人修德——权威的建立。做领导的如果只依靠制度和权力是远远不够的,还须道德感召力,也就是我们常说的人格魅力和个人的内在完美,如孟子所言:吾善养吾浩然之气,在生命与理想无法两全的时候,对理想的追求比对肉体的生存更为重要,任何权势、财富、困境都无法变更个人的志向”。

“第二‘虚己立下’的言谏制度:人非完人,不能尽见天下之事。做领导的遇有事情当放下身段,虚心请教下级,从善如流”。

“第三‘道之以德,齐之以礼’的教育方法:采用引导、教育的方法,让下级了解到什么是该干的,以及什么是不该干的,即眼前得到了,但长远来看是保不住的,人有了羞耻心和是非感,就能自我约束而不犯错误”。^②

唐僧既作为孙悟空的师傅,同时作为他的领导者。虽然他在法力上远远不及孙悟空,但他基本上能做到上面所说的三点,具体分析如下:

其一,唐僧对佛教很虔诚,也是佛家思想的忠实践行者,佛家思想之中的“不杀生”原则,使唐僧对想要伤害自己的坏人或妖道都不忍杀之,哪怕要面对要吃他的老虎都不忍伤害。当他面对困境哪怕要舍身时,依然坚定守礼和完善其本善之心,可见他的个人修养之高,有一鼓“内圣外王”的浩然正气。

其二,虽然在文本中,唐僧出现多次不相信徒弟(孙悟空)的话,但这属于情有可愿。因为唐僧和孙悟空原先的师徒关系是建立在利益关系之下,他们本互不认识,并不了解对方,更无丝毫师徒之情。唐僧不过是凡人,他没有孙悟空的金睛火眼,在他看来,的确看到自己的徒弟杀“人”了,而佛教的教旨正是要求“不杀生”,他的不信任、不听孙悟空的解释是出于对佛教的忠诚,对信念的坚定,哪怕他知道赶走孙悟空

^① 胡河宁:《组织传播学——结构与关系的象征性互动》,北京大学出版社,2010年版,第286页。

^② 胡河宁:《组织传播学——结构与关系的象征性互动》,北京大学出版社,2010年版,第288页。

会使他取不到经。他依然狠心赶走了孙悟空，可见他对“善”的执着，这里的“不纳谏”，是可以被原谅和解释的。如果唐僧随便原谅了孙悟空的杀人之举，也就是背叛了佛教，所谓取西经也就失去意义。

其三，唐僧在整个取经之途贯彻得最彻底就是“道之以德，齐之以礼”了。“唐僧自幼为僧，自出娘胎就持斋受戒”（参见“第五十六回 神狂诛草寇 道昧放心猿”）精通佛教，而佛教重善、重德、重礼，所以他一路上不厌其烦、循循善诱几个弟子处处行善的重要性，孙悟空在第十四回“心猿归正 六贼无踪”中错手杀人，使得唐僧大怒：古人云：不教而善，非圣而何，教而后善，非贤而何……。在第二十八回“花果山群妖聚义 黑松林三藏逢魔”中孙悟空被赶逐后，自己都不禁叹言：自从归顺唐僧，做了和尚，他每每劝我话道：千日行善，善犹不足；一日行恶，恶自有余。在第五十六回“神狂诛草寇 道昧放心猿”中，孙悟空再次杀人，唐僧大骂孙悟空：打死那两个贼头，我已怪你不仁……虽然他的儿子不肖，与我无干，也不该就梟他首，况又杀死多人，坏了多少生命，伤了天地多少和气……唐僧在教育弟子的时候，充分的解释了什么该做什么不该做，怎么做才是合乎善与道德规范，当弟子做了不该做的事，毫不徇私，马上出口制止。

由此可见，唐僧是一名合格的领导者，他既做到指引组织走向何方的战略远见：对善的执着，对取经的坚持以及不放弃不畏惧，成功带领团队前往西天取经，最终所有人在第九十八回“猿熟马驯方脱壳 功成行满见真如”中“幸成了正果，喜脱凡胎”；同时具有使下属积极追求战略目标的非强制性的技能：孙悟空多次被唐僧赶逐后，每当师傅有难，孙悟空都会马上回来抢救，第五十七回“真行者落伽山诉苦 假猴王水帘洞誊文”中，唐僧被妖精抓走，孙悟空赶来相救，行者道：“一日为师，终身为父，父子无隔宿之仇！你伤害我师父，我怎么不来救他？”从这句话明显可见两点，一：孙悟空已视唐僧为父，即使被赶只要师傅有难就会马上回来；二：孙悟空对唐僧和对取西经的重视已高于一切，包括个人感受，对他而言，唐僧和取经是最为重要的，而这两点非唐僧所要求，而是孙悟空自愿所做。

三、唐孙师徒关系的当代思考

《西游记》作为中国传统四大名著，它对中国人理解和把握师徒关系具有典范作用。因此，我们有必要深入探讨其对当代师徒关系的启示与反思。

（一）唐僧与孙悟空的师徒关系是否值得借鉴？

虽然唐僧与孙悟空所建立的师徒关系起源于共同利益（被授命去西天取经），但经过重重困难（九九八十一难），他们由利益关系下的师徒关系转化成教学关系下的师徒关系和宗教关系下的师徒关系。

原籍澳大利亚的美国行为科学家，人际关系理论的创始人梅奥（George Elton Mayo, 1880-1949），长达九年的实验研究——“霍桑试验”中提到“被注意”的重要性，利益因素只是第二位的東西，社会交往、他人认可、归属某一社会群体等社会心理因素才是决定人工作积极性的第一位的因素，而这理论某种程度上也体现在孙悟空身上。

唐孙师徒间的关系在一开始虽然建立在利益而孙悟空原被玉帝封为弼马温，一个





低级而低下的职位, 乏人问津。当孙悟空感受到“不被重用、不被注意”时, 他感到愤怒和被献弄, 最终做出大闹天宫等荒唐事。后来, 他受命为唐僧的大弟子, 孙悟空本是占据一方的齐天大圣, 何以甘心屈就于一个凡人? 此处可以用霍桑试验来解释, 孙悟空是唐僧的第一大弟子, 能力最强, 拥有东海的镇海之宝——定海神针, 又能七十二变等等, 不论对唐僧还是其他徒弟而言, 他都是“备受需要”的, 最“受到注意”的一位, 因而他对唐僧怀有归属感, 这种意识坚定了他对整体团队有所作为和完成任务的决心。

从古至今, 伦理关系下的师徒关系占大多数, 而唐僧和孙悟空的师徒关系属于比较另类, 原初是建立在利益关系下的, 而他们最终的取经成功, 达到了建立原初建立师徒关系的目的, 而两人的师徒关系在取经的路上从利益关系第一, 转化为两人互相扶持, 有着紧密关系的师徒关系。从此可见, 师徒关系的类型不是一成不变, 只要有共同目标和共同付出, “师”尽到尽的责任, “徒”尽到徒的责任, 即是成功出色的师徒关系。

(二) 师徒关系探讨的当代价值

1. 师徒关系永在

不论在古代, 还是在现代, 不论是哪种类型的师徒关系, 师徒关系依然是一种相当重要的关系。老师或师傅, 在日常生活中扮演了很重要的角色, 虽然现代人不如古人, 把师父当成父亲, 但对老师、师父依然心存敬意。例如: 看到老师或师傅会先主动敬礼、在言语上会用“您而不用你”等等。

2. 尊师重道思想不变

古人对待老师或师傅是抱以十二万分的敬意和敬重, 在他们面前小心翼翼, 唯唯诺诺。现代人一般对待老师或师傅, 更象是对待长辈, 或是好友, 所谓“亦师亦友”, 正是道出师徒关系的变化, 但无论师徒关系怎么变化, 依然离不开“尊师重道”这四个字。

3. 当师徒关系发生变化或严重冲突时

一旦拜师要始终在各种场合以师为尊。即使在师门内各种关系的发展变化中, 出现新状况, 使自己必须选择离开, 也要懂得进退有序, 好合好散, 保持最后的风度与尊严。冲突不可怕, 可怕地没能很好处理冲突。现实生活中, 师徒由于人生阅历, 价值观的差异, 观念的冲突, 包括利益的冲突往往不可避免。比如中国体育队中常有教练员与运动员关系的紧张。其实, 师徒当各坚守自己的身份, 同时遵循社会应有的契约等规范精神, 多沟通, 多交流, 及时化解矛盾, 才能共创双赢。

中华文化与大众传播研讨会会议综述

赵 晟 祁菲菲

(厦门大学新闻传播学院, 福建厦门, 361005)

在中国作为经济大国地位不断得到巩固提高的当前形势下, 不断加大对中国文化现实存在与传播样态的研究, 以及海外传播途径的研究, 推进中国文化强国战略的不断发展已成为亟需面对的新挑战。为此 2016 年 5 月 14 日, 由厦门大学传播研究所、厦门筼筮书院、两岸关系和平发展协同创新中心, 以及厦门伟纳机电技术有限公司共同举办的中华文化与大众传播研讨会在厦门筼筮书院学术交流中心举行。会议共分为两个主题, 中华传播文化核心价值 and 中华文化大众传播路径。会议由厦门大学谢清果教授主持。

一、中华文化传播的现状、问题与出路

厦门理工学院副校长赵振祥教授首先为会议带来了提纲挈领式的第一场题为《中华文化传播的困境与出路》的主旨演讲, 他从中华文化中表现出的“克己”、“罪己”、“节欲”的总体文化倾向说起, 以诗经中“月出皎兮, 佼人廖兮”为引子, 提出中国人是一个偏爱月亮的民族, 并且认为中华文化是一种低势能的, 以兼容并蓄为特征的“月亮文化”, 相较于以美国“海洋文化”为代表的西方外向式的“太阳文化”, 也许在对外传播的方式方法上不能过于急功近利。另外他还以菲律宾华人华侨的现实经历为例子, 详述了海外华人在菲律宾“转侨转籍”时期的心路变迁与华语华文的教育与继承, 反思了中国现行华侨政策的得失。

另外, 赵振祥教授还以拉斯韦尔的 5W 模式为切入点, 对中华文化的域外传播进行了分析与展望, 尤其是关于“by which channel”这一环节, 他提出了三个要点: 首先是要以国际国内均认可的合适方式进行中华文化的国际传播; 其次要充分发挥文化最重要的载荷工具——语言的强大作用; 最后他还以江泽民先生的一句话进行点题: 信息再发达, 也代替不了面对面的交流, 提出了面对面人际传播的重要意义。

厦门大学人文学院的黄鸣奋教授在《石刻对联与中华文化的传播——以厦门为个案》的主旨演讲中, 将厦门独具滨海文化魅力的各处风景名胜划分为三类, 分别是公益文化类、商业旅游类和宗教信业类, 并以这三种类别名胜景区内的对联作为研究对象, 加以横向对比与古今变迁的详细考察, 勾勒出源远流长又历久弥新的中国对联文化传播史。

而厦门筼筮书院王维生院长则献上了一篇题为《传承与创新——以厦门筼筮书院为例探索当代书院文化的传播》的主旨演讲, 他以佛家文化载体——寺庙、道家文化载体——道观引出了独具中国儒家特色的书院文化, 他首先从历史上著名的岳麓书院谈起, 将古时书院“讲学”、“祭祀”、“藏书”、“修书”的教育与传播功能娓娓道来, 然后又以其引以为豪的筼筮书院作为新时代新书院的典型案例, 提出即传统又现代还地道的全新的书院创办公念, 认为书院将是未来保留和推广中国传统文化的最好载体之一。

在主旨演讲后的专题研讨部分上, 来自福建师范大学的硕士生许显晖同学也《试论





中华传统文化于当今社会之推广及传播》为题,从他读中学时的经历讲起,将现有的教育体制下学生通过课本与学校生活所能够实实在在接触到的中华传统文化进行了整理和分析,分享了其就学生涯中体悟到的中华文化遗产与教育上的不足与对未来改革发展的一些展望。

二、中华文化的海外传播

厦门大学新闻传播学院叶虎副教授在其主旨演讲《泰国孔子学院中华文化传播刍议》中详细介绍了在泰国所设立的孔子学院的现状,总体来说进步和发展的,从数量上来说已经达到了亚洲第二的体量,并在泰国国内拥有了不小的影响力;但同时也存在着如作为孔子学院主体的志愿者流动性大、可授课程受限等亟需解决的问题;并提出通过顶层设计,施行多主体建设、扩充新内容和新形式、建立效果评价体系,实现全面而立体式传播的解决方案。

厦门大学新闻传播学院赵梅副教授携弟子宋梦露同学一同作了题为《两种思路刍议——以〈弟子规〉和现代人际传播学为例》的报告,比较了东西方文化中对于人与人交流过程中在关注和侧重点上所存在的异同,探讨了东西方之间文化传播的实现途径。

集美大学的杨中启副教授也作了题为《黄道周在两岸的文化符号与文化传播》,将研究对象聚焦到黄道周这一历史人物身上,通过对比两岸对其人其事的不同记载和阐释,后人的祭奠方式,探究了两岸文化的异同。

厦门大学的史冬冬副教授作了题为《国家形象广告片与中华文化价值传播》的主旨演讲,详述并对比了近年来几大知名的国家形象广告片,通过优缺点的深入分析,探讨了中华文化的价值是否能够通过几部国家形象广告片就得以较全面和完整的展示。另一方面,他还指出现今中国文化国际传播中的一个误区,并提出相关建议,即在传播中避免古老的传统中国这一刻板印象,多多展现现代中国的文化,塑造一个古老传统与现代都市并存的新的中国国际形象。

在随后的专题研讨上,厦门大学博士生、越南留学生阮福才与厦门大学硕士生陈钰宁同学一起作了题为《中国道教与越南高台教的关系探究——以瑶池金母信仰为个案》的报告,介绍了中国道教思想传入越南后融合本土的和一些其他外来的宗教理念及人物,经过不断的发展演变最终形成了越南高台教,这样一个以道教思想和人物为核心,却又包容有多种知名宗教元素的特殊信仰。

厦门大学博士生赵晟同学则以《中庸的跨文化传播实践——以游戏设计为案例》为题,将儒家中庸文化与时新的文化载体电子游戏联系在了一起,探讨了游戏在设计和表现形式上所蕴含的中庸式的哲学思考,探讨了中华文化传播的新兴途径。

而在中间几场关于中华文化传播的热烈讨论中,众位教授也提出了诸多颇具建设性的设想与建议,如赵梅教授提出西方科学方法亦可为中国传播理论作注解的构想,她还以日本江本胜博士关于水结晶的实验为例,一方面强调语言的精妙作用,另一方面提出这种现象对应着佛教“万法唯心,心之所向”的真谛。

三、中华文化传播的当代思考

厦门大学新闻传播学院黄星民教授在会议主旨演讲中分享了题为《礼仪传播教育》的思考,对礼仪的传播功能与相关传播观进行了详尽的解说与深刻的剖析,他提出所谓

礼仪就是将语言符号曲调化以及非语言符号程序化，在还没有文字时就存在的礼仪传播是不同于一般的口语或视觉传播的一次性告知式的信息传递，而是一种适合于年年月月日日讲的浸润式的教化，是文化传播与传承的有力手段。

随后，厦门大学人文学院谢晓东教授则从政治哲学和东亚儒学的角度，回归到了古典哲学的源头，比较了儒学思想和自由主义思想的关系，探讨了哲学思想的跨文化传播与融合。并以东亚的历史发展与地位探讨了儒学在东亚地区的传播史与其思想对东亚文明所贡献的价值。

厦门伟纳机电技术有限公司的林荣涛先生则以一名技术人的身份作了《从“以技进道”说起》的报告，将中国传统文化中关于技术思想一一提取分析，整理出了一条清晰的发展脉络，提出中国的古典思想中同样有着崇尚技术和质量的工匠精神，而新时期中国想要继续解放生产力，打造中国创造的新形象就必须回归到古典思想的源头中去汲取精神养料，向我们的祖先学习“以技进道”的思想和境界。

来自拓荣方志办的陈起兴主任也通过一篇《道德经与太极拳》，分享了其多年来研读老庄思想与勤学苦练太极拳法所获得的一些哲学上的、深入思想精神本质的个人领悟与思考，展示了古典哲思与现代心理相结合的独特魅力。

著名风水学讲师蔡长安先生则从中国古典文化中独树一帜的风水学的角度，分享了题为《中国传统风水与当代家居装饰的布局》的思考，以一名实践者的角度介绍传统文化的现代体用，令与会者耳目一新。

在随后的专题研讨上，来自台湾政治大学的博士生孙祎妮作了题为《台湾故宫南院和台湾社会意识形态嬗变的关系》，介绍台湾政治力量围绕台湾故宫南院博物馆的落成所进行的一系列斗争和磋商的过程为案例，探讨了台湾青年人中普遍存在的去中国化思想与根植于台湾社会文化生活之中的中国传统文化之间的矛盾。

厦门大学硕士生祁菲菲同学展示了一篇《中庸：中国式的道德人文主义》，以中庸在人际传播中的四个基本关系范畴：“仁”与“礼”，“义”与“利”，“和”与“变”，“中”与“度”为切入点，对中庸思想在人际传播中的价值行为特点进行了详细的展开与叙述，对中庸作为中国式道德人文主义在现代人际传播中的意义进行了新剖析。

来自集美大学的硕士生高筱红同学则以《“仁”之思想内核的时代传播述求》为题，分享了其在儒家经典的学习中体悟到的“古为今用”的价值取向，并深入探讨了儒家“仁”的思想的多元内涵及现代体用。

研讨会上，学者们相互点评，畅快交流，碰撞出许多精彩的思想火花值得细细品味与回顾。最后，主办方还邀请到武当三丰派第十五代传人谢鹏道长，现场演示了精彩的武当太极拳和两仪拳法，让与会者们实实在在的又体验了一把中国传统文化的迷人魅力。会议取得了圆满成功。





中华文化与传播研究

(2016年卷第一期, 总第四期)



与会学者合影

印象·中华文化与传播大讲坛

栏目主持人：赵 晟

自2015年12月4日晚七时起，厦门大学中华文化与传播大讲坛就正式在厦大图书馆的文化讲堂上开讲了。“中华文化与传播大讲坛”是厦门大学传播研究所主办，厦门大学文化讲堂协办，并由厦大传播研究所所长、厦大新闻传播学院谢清果教授主持的一系列学术讲坛。在谢清果教授的主持下，大讲坛以中国特色的文化传播研究为主要关照对象，并延伸到中国社会文化传播历史、实践、体制和观念的方方面面，邀请了多学科不同文化背景的学者从各个角度关照中国的文化与中国的传播，力求在普及中国传统文化的同时将“华夏传播研究”与“中国的传播学科”这样的观念深入人心。

大讲坛举办至今已满周岁，成功举办讲座十余场，对厦门大学全体师生开放，并通过在优酷等视频网站上直播的方式，不仅惠及数百名到场的厦大师生，还使不计其数的网络观众得以品尝这道文化盛宴。下面就让我们以其中的数讲为例，浮光掠影地领略一下其间的风景：

第一讲：日用而不知——《周易》与华莱坞功夫电影的观念原型

主讲人：姚锦云（浙江大学博士）



12月4日晚7点，“中华文化与传播大讲坛”在厦门大学图书馆区域研究资料中心开讲。这是厦门大学传播研究所与厦门大学文化讲堂联合举办的“中华文化与传播大讲坛”的首次讲座。主讲人为浙大传播研究所的姚锦云博士。他演讲的题目是《日用而不知

七、印象·中华文化与传播大讲坛





知——〈周易〉与华莱坞功夫电影的观念原型》。

本次演讲,姚锦云博士以王家卫的电影《一代宗师》为切入点,他认为看懂了王家卫,就等于读懂了《易经》,一部《一代宗师》就是易经明夷卦象的解读。姚博士认为与《一代宗师》与《易经》的明夷卦密切相关,明夷卦的卦爻辞与剧情有着密切的关系,所谓“明夷”按照《易经》的解释就是明入地中,宜于艰难中守正。这正是当时电影中描述的近代中国武术的情况。明夷的每一个卦象对应着电影中的每个宗师,初九爻对应曾遭到日军追捕,逃到日本的一线天。六二爻则对应则退掉婚约,奉道复仇的宫二。九三爻意为不可疾贞,指的是急于求成,投靠日本人的马三。六四对应的是深谙明夷之道的丁连山。六五意为箕子于明夷,指的是家道中落,逃亡到香港仍不失自己规则的叶问。上六卦意为亢龙有悔,对应丁连山的师弟,北方宗师宫羽田。他认为电影中叶问所代表的是一种“中”的精神。并且将电影中中国武学的兴起与衰落归结于易经的一种信念,用电影中的原话来说就是“念念不忘,必有回响,有一口气,点一盏灯,有等就有人。”

在讲述完《周易》与《一代宗师》的关系之后,姚博士又用周易从中国功夫电影史的大角度来对其进行解读,他认为70年代的功夫电影讲述的都是快意恩仇以暴制暴的江湖故事,而到了九十年代以后,电影《风云》所讲求的是凡事大尽,缘分势必早尽。而《功夫》更是讲求和而不同。而这些功夫电影的观念也与《周易》一书的主旨密切相关,他认为易经八卦就是在讲述争与和的问题,但最后必然是“和而不同”,“和”不是一团和气,而是缘于“不和”,由此“中”与“和”就是中国电影的理想境界。

最后,姚博士用“人生如戏,电影如像,日用而不知”为此次讲座做了一个总结。

(杜恺健 报道)

第二讲：神权政治与商代传播

主讲人：巫称喜（广东韩山师范学院教授）

厦门大学 文化根基 第259期

中华文化与传播大讲坛 第二讲

神权政治與商代傳播

主讲人：巫称喜 教授 博士

主办：厦门大学传播研究所

时间：2015年12月5日 星期六 晚上7点

地点：厦门大学图书馆323 区域研究资料中心

巫称喜，福建莆田，1962年生，2000年毕业于厦门大学新闻传播学系，获文学硕士学位。曾任厦门大学新闻传播学系系主任、厦门大学新闻传播学院院长。现为厦门大学新闻传播学系教授、博士生导师。主要研究方向：中国新闻传播史、中国新闻理论、中国新闻教育史、中国新闻改革史、中国新闻法治史、中国新闻与政治、中国新闻与宗教、中国新闻与文学、中国新闻与艺术、中国新闻与传播学、中国新闻与传播学理论、中国新闻与传播学实践、中国新闻与传播学教育、中国新闻与传播学研究、中国新闻与传播学学科建设、中国新闻与传播学人才培养、中国新闻与传播学国际交流、中国新闻与传播学社会服务、中国新闻与传播学文化传承、中国新闻与传播学创新发展、中国新闻与传播学未来展望。

中华文化与传播大讲坛的第二讲邀请到广东韩山师范学院的巫称喜教授开讲《神权政治与商代传播》。

巫教授的讲座从甲骨文的基础知识开始谈起，将甲骨文研究的学派、学者和学说娓娓道来，介绍了甲骨卜辞在商代神权政治与传播实践中的重要地位。他从商代的甲骨占卜实践中的三种角色，即卜人、贞人和占人说起，描述了占卜的三种程序和衍生出的三种权力：一是负责烧灼龟甲和兽骨的卜人所拥有的命龟取兆权；二是负责初步解读龟纹，为商王解读神意、传达神意的贞人所拥有的信息初测权；三是龟纹兆像的最终解读者即占人商王，通过亲自观察并听取初测结果而做出最终解读，所拥有的信息终测权。三种祭祀权力的平衡共同构建了神权独尊、神权统治的神本时代与辉煌灿烂的殷商文化。巫教授提出，甲骨卜辞材料不仅是殷商时期人神权崇拜的记录，而且同时也是殷人与诸神之间对话（即信息交流传播）的记录，是研究人类传播史特别是中国古代传播史非常重要的史料。最后，巫教授还介绍了他注重材料文本分析，并以其跟随观察算命先生长达数月只为了亲身体验占卜算命的现代实践经历，谈起了理论密切联系实际，敢于质疑、善于思考的研究方法。

（赵 晟 报道）

第三讲：互联网+时代的新闻业变革

主讲人：胡翼青（南京大学教授）

厦门大学 文化讲堂 第260期

中华文化与传播大讲坛
第三讲

互联网+时代的新闻业变革

互联网的出现，完全改变了新闻业的技术座架。从产业经济学的角度来看，新闻业正面临前所未有的危机与挑战。

主持人：厦门大学新闻传播学院 谢清果 博士 教授 博导

主办：厦门大学传播研究所

时间：2015年12月6日 星期日 上午9点
地点：厦门大学图书馆323 区域研究资料中心

胡翼青，出生于江苏无锡，社会学博士，南京大学新闻传播学院院长助理，教授，博士生导师，主要社会兼职包括：中国新闻史学会新闻传播史研究分会会长，新闻传播思想史研究会秘书长，中国传播学学会常务理事，胡文举行为传播理论、传播思想史与传播社会学。

南京大学新闻传播学院的胡翼青教授在中华文化与传播大讲坛第三讲的讲台上与厦大师生分享了主题为“互联网+时代的新闻业变革”的学术讲座。

胡翼青教授以自己在哈佛大学商学院的学习经历案例与当下传统媒体的市长场占有份额大幅度下降为讲座的背景导入，通过当下各种热点新闻事件，对新闻伦理提出的





挑战,进行了诘问。并以1833年太阳报为例,指出传统媒体在感觉到生存危机后,所导致的煽情黄色新闻泛滥这一自救举措。

胡教授以产业经济学为视角,认为互联网+就是一种思考方式,即任何一种实体经济,在产业价值链条中被重新洗牌的过程。其中“价值棒”原理,通过一个产品的购买意愿、价格、下游商的销售意愿展开。互联网把传统媒体的购买意愿下降为0,无法强迫他人购买;此外,传统纸质媒体在社会生活中社会认可度的下降,又再次将购买意愿下降到负数。他提到《扬子晚报》2000年17亿元的盈利到今天2亿元的盈利金额,更显现出今天的广告商不再愿意为传统媒体的盈利模式买单,并通过Buzzfeed与亚马逊的原生广告模式,帮助师生们进行启发式思考;还以《今日美国》报网的互动关系为案例,分享了报网同步、报网异构与媒体融合的看法,认为未来应该通过高阶媒体来进行系统整合。在此基础上,他进一步通过彭博社做为成功案例,指出其通过新闻增加关注度与粉丝度,进而通过数据库进行盈利的运营模式,增加了自身的正向网络效应。

最后,胡教授总结道,在当下市场化运作的媒体,急需路径和模式的创新。从产业经济学的角度来说,新闻业无法再回到过去。对于互联网的舆论,一些情况下我们不妨采用让其自行安静的方式,同时需要防止传统媒体对于舆论环境的进一步破坏。

(李森报道)

第四讲：三十年中美交流的感悟——我的体验与期待

主讲人：卫高荣（北美著名华侨领袖）

厦门大学 文化学苑 第262期

北美著名侨领 中国电脑启蒙者
卫高荣

主办：厦门大学传播研究所
中华文化与传播大讲坛 第四讲

**三十年中美交流的感悟
——我的体验与期待**

以自己三十四年在美国求学工作的亲身经历,讲述一位学在美国的奋斗史,诠释着他对中美文化沟通的独特理解,他从IT行业进军商贸,又热心为中美政治、经济、文化各领域的交流合作牵线搭桥,被亲切地誉为“华人市长”。

主持人：厦门大学新闻传播学院
谢清果 教授

时间：2016年2月25日 星期四 晚上7点
地点：厦门大学图书馆323 区域研究资料中心

北美著名华侨领袖卫高荣先生是中华文化与传播大讲坛第四讲邀请到的学者,卫先生祖籍湖南,出生于台北,成就学业和事业于美国,曾担任过美国北卡州税务总局专员,是美国著名的华侨领袖。

讲坛上，他以自己三四十年在美国求学工作的亲身经历，将自己颇具传奇色彩的一生在讲坛上娓娓道来。作为一名从上世纪 80 年代就赴美奋斗的老华侨，他以一种融贯中美的身份和立场沟通中美，为两国间的政治、经济、文化各个领域的交流合作牵线搭桥，做出了卓越的贡献。他在讲座中所展示的一幅幅记录历史时刻的照片不仅仅是他个人荣誉的见证，更是生动地记录了中美关系不断进步的点滴。卫先生在讲座的最后动情的将如今中美关系的蓬勃发展总结为一句话：“三十年河东三十年河西，祖国的强盛是所有海外华人华侨的心底气和主心骨！”引起了在场师生的阵阵掌声。

(赵 晟 报道)

第五讲：成功的品牌需要好故事作者

主讲人：谢馨慧（奥美公共关系顾问有限公司台湾&福建董事总经理）

厦门大学 文化讲堂 第263期

厦门大学传播研究所 主办

中华文化与传播大讲坛 第五讲

看品牌说故事

谢馨慧 董事总经理 奥美公共关系国际集团

个人专长：20年公共关系顾问及品牌经验，专精行销传播及品牌管理领域。在服务政府单位及公共事务、消费性产品、健康医疗产业、汽车产业、及艺术行销相关领域，拥有策略性思考、丰富的操作规划能力及运作经验。

大型活动计划主持人经历：2012经济部国贸局规划大型活动结合优势产业进行创意行销规划案主持人。2012印尼及印度市场网站及社群媒体专页维护经营数位行销活动计划主持人。2011行政院农委会美食亮点活动及五项国产农产品行销案传播计划主持人。2009台北国际花卉博览会行销顾问案计划主持人。2010台北国际花卉博览会健身行销顾问案计划主持人。2010上海世界博览会台湾馆整合行销案计划主持人。

演讲经历：曾受邀于淡江大学、中原大学、经济部、中华民国药品行销管理协会、台湾企划暨、扶轮社、中华民国原创品牌协会、行销知音会、TPMAA与公关基金会、奥图玛、全国工业总会、动融杂志、远传电信、中国时报、灌溉...等单位，针对社会人士或学生族群进行公关实务经验分享。

公共关系行业动态；
奥美集团及奥美公关企业介绍；
大中华区成功案例分享。

主持人：厦门大学新闻传播学院
胡悦 博士

时间：2016年3月3日 星期四 上午10点10分
地点：厦门大学图书馆323 区域研究资料中心

中华文化与传播大讲坛的第五讲邀请到了奥美公共关系顾问有限公司台湾&福建董事总经理谢馨慧女士。作为大讲坛上的第一位行业高管，谢女士以“看品牌，说故事”为主题，为厦大学子带来了珍贵的行业经验分享。

谢馨慧女士有着 22 年公共关系顾问及品牌经验，在讲坛的分享过程中，她通过理论与案例相结合、文字与视频相结合、讲述与互动相结合的方式，为与会者们介绍了“品牌”是什么、“品牌”的作用及重要性，详细阐述了奥美公司在为客户树立品牌时的过程与经验，并启发如何才能树立成功的品牌，创作优秀的作品。在分享的最后，厦门大学的胡悦老师为本次讲坛做了总结，希望同学们能够在学习好理论知识的同时，积极地参加行业内实践活动，学习谢馨慧女士及其带领下的行业精英们的执着态度和创新精神。

(张希月 报道)





第六讲：传统文化在园林景观设计的应⽤体悟

主讲人：续伟明（YBC 中国青年创业国际计划持证导师资深策划人）

中华文化与传播研究

（2016年卷第一期，总第四期）



在中华文化与传播大讲坛的第六讲上，YBC 中国青年创业国际计划持证导师资深策划人续伟明先生以“传统文化在园林景观设计的应⽤体悟”为题，为厦大师生们带来了一场精彩的专题讲座。

续伟明先生从传统文化的关键词“诸子百家”、“宗教哲学”、“民间工艺”、“琴棋书画”等分享入手，引出了传统文化对中华上下传承五千年的文明的影响。随后分别以老子的“上善若水、水利万物而不争”、孔子的“智者乐山，仁者乐水”和释迦摩尼的“善心如水，诸恶莫作”三句话引出了“儒释道”中蕴含的做人道理，并以此引出了“滴水山房”的由来。随后在大家对“滴水山房”的期待中开始介绍传统文化在滴水山房园林景观设计中的应⽤。从滴水山房的门厅设计中蕴含的“退一步海阔天空”的为人之道，到门前小径的“阴阳八卦”的精深布局，再到利用半山山势而建瀑布的“注重自然”等等，条理清晰、层层递进、水到渠成地总结出园林景观基本设计的本于自然高于自然、建筑美与自然美的融糅、诗画的情趣和意境的蕴含等四个个方面的基本特征。

续明伟先生的讲座意境深远、引人深思，在介绍园林景观设计中传统文化应⽤的过程中润物细无声地阐释了水般灵动、山般沉稳的为人处事的道理，引发了在场听众的深入思考。

（徐莹 报道）

第七讲：易经与个人创业

主讲人：蔡长安（著名易经与环境策划师）

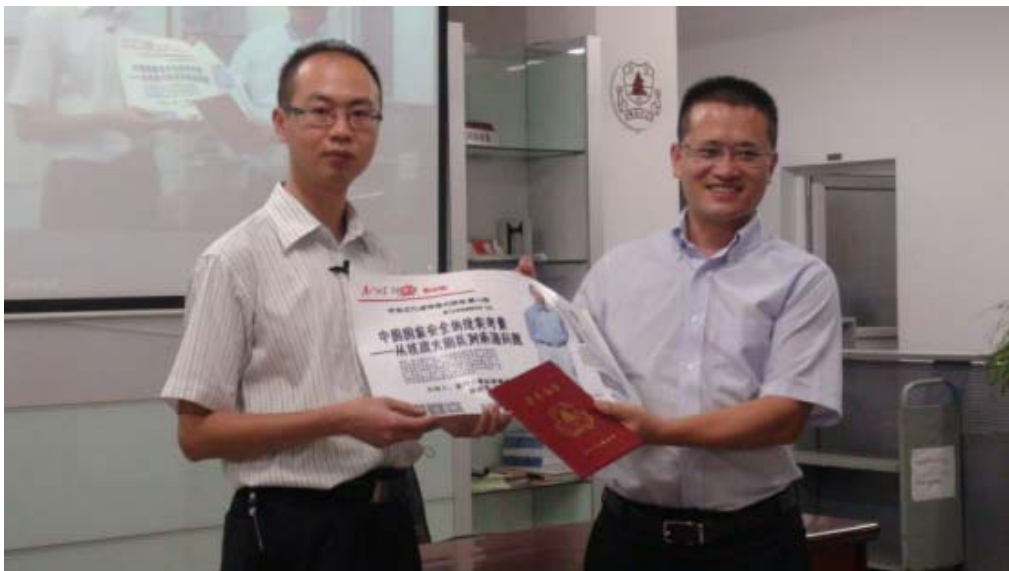


6月26日晚,新闻传播学院团委副书记黄文老师为大家带来了一场题为《中国国家安全的现实考量》的讲座。

黄文从去年刚刚举行的纪念抗日战争胜利70周年大阅兵开始讲起,通过分析抗战大阅兵所展示的各型主战装备,解读近年来中国国家安全战略的主要看点,包括与全世界共同维护第二次世界大战胜利成果、捍卫领海主权、树立西北太平洋地区的战略优势、建设中美新型大国关系等。

黄文针对近期菲律宾单方面提出的所谓南海“仲案”,从历史和现实,从国际法和中国国防力量发展的历史脉络逐一分析,说明了中国维护南海主权的正当性、合法性、必要性和紧迫性。黄文还通过介绍中美关系发展的历史进程,强调了在存在国家利益冲突的前提下,保持中美大国关系稳定健康发展的重要意义。

黄文老师以古语“国虽大,好战必亡;天下虽安,忘战必危”做总结,阐释了加强国防建设与维护和平发展大环境之间的辩证统一关系。讲座的最后,黄文老师回答了同学们的提问,解答了同学们关心的话题。讲座主持人谢清果教授为黄文老师颁发讲座证书。



黄文,新闻传播学院团委副书记,现为厦门广电《军情全球眼》节目嘉宾成员,多次参与录制。

(张丹 报道)

新道统：仁与礼之“中”

——评梁涛教授《儒家道统说新探》

杨少涵

(华侨大学 哲学与社会发展学院, 福建 厦门 361021)

道统的建造与重构是儒学发展中的一个大问题。尤其是在儒学处身挫伤与面临转折的当点,儒学的研究者都会满怀热忱地对儒家的道统进行各种理论上的诠释与重建。近年来,梁涛教授一直致力于儒家道统的重新诠释与建构。梁教授在这方面的代表成果是一大一小两本书:《郭店竹简与思孟学派》与《儒家道统说新探》。2008年,梁教授集思十年写成的50余万字大著《郭店竹简与思孟学派》,通过出土文献与传世文献的互证,尝试寻找儒家道统重建之新的可能。2013年出版的这本小书《儒家道统说新探》(华东师范大学出版社;以下简称《新探》,引用此书仅标页码)则是对上一本大书义理观点的直接承续。《新探》由两篇长文组成:《清华简〈保训〉与儒家道统说》(《邯郸学院学报》2013年第1期)与《儒家道统论的检讨与重构》(《学术月刊》2009年第2期),其中第二篇文章即是《郭店竹简与思孟学派》一书的结语。如果说上一本大书是一种重彩铺陈,那么这一本小书则是一种轻笔勾勒,即用一种快描的方式更集中、更骨感地勾绘梁教授意欲重建的儒家新道统之主脉。

—

顾名思义,“道统”即意味着以道来统绪思想的脉络与历史。但是思想有多家,一家思想又有多派,各家各派思想皆有其各自不同的道,以哪一种道来统绪,这就涉及道的判断与选择。正如《新探》所说:“道统本来就是一种价值判断,这种判断往往与对道的理解有关”。(第26页)所以,建构道统首先碰到的一个问题就是对道的理解、诠释、判断与选择,即“首先确立何为儒家的道,并以此道为标准来判别、确立儒家的谱系,凡合此道者即列于道统序列之中,凡不合此道者则排斥于道统序列之外”(第91-92页)。

对道的判断与选择必须有一个尽可能客观的标准,于是标准的选取也就成为一个问题。根据自己的学缘背景,梁教授将儒家之道的标准选择放在一种思想史的大背景中来探索,而不是纯粹从所谓的内在理路而逻辑地得出。——遗憾的是,梁教授的很多读者对此要么是忽略不记,要么是视而不见,没有给予足够的重视。

《新探》反复交待的一个思想史大背景是从“前轴心时代”到“轴心时代”的过渡。“轴心时代”这个概念是德国思想家雅斯贝斯的发明。它揭示了公元前五世纪左右(春秋战国)世界范围内文化巨人井喷、思想天才辈出的普遍现象。但这一精神现象绝非无风三尺浪、平地起土堆,必定有其前因,这就是所谓前轴心时代的文化传统。

八、
切
磋
·
书
评





前轴心时代与轴心时代之间存在两种关系,一是后者对前者的超越与突破,二是后者对前者的继承与延续。在对待两者关系的问题上,《新探》认为中西学者有明显的差异,“雅氏主要关注的是‘轴心时代’对之前文化传统的超越和突破”,这种态度带来的一种结果是忽略前轴心时代的文化影响;而“中国不仅有一个灿烂的轴心时代,同时还有一个漫长的前轴心时代”,以这种态度来审视,会发现“作为中国文化主流的儒家学说,本身既是轴心时代的产物,同时也是前轴心时代文明的最全面继承者”。(第73页)也就是说,儒家学说中既有轴心时代的创造,即轴心时代对前轴心时代的超越与突破,也有前轴心时代的流衍,即轴心时代对前轴心时代的继承与延续。

儒家道统之道的承载者包括两个方面,一是人物,二是经典。从人物来看,孔子之前的圣人包括尧、舜、禹、汤、文、武、周公,这些是前轴心时代的人物;孔子之后的贤者包括子思、孟子、荀子,这些是轴心时代的人物。从经典来看,儒家所谓“六艺”即《诗》、《书》、《礼》、《乐》、《易》、《春秋》,这些文献“本属于王官之学,是前轴心时代的经典”(第73-74页),而《论语》、《礼记》、《孟子》、《荀子》等经典文献是六艺精神在社会人生方面的诠释与运用,属于轴心时代的经典。

无论在人物的序列上还是在经典的序列上,作为儒家的创始人,孔子都站在前轴心时代到轴心时代的关节点上。孔子对儒学有两大贡献,一是对前轴心时代的六艺等古代文献进行编定整理、解释阐发,经过后儒的不懈努力,这逐渐形成一种专门的知识系统,此即汉唐以后所谓的“经学”。孔子的另一个更大贡献是根据六艺的思想精神,对当时的社会政教与人生困惑独立发表改革与建设的理想方案与个性主张。在这方面,孔子与其他新兴诸子一样,都是据实而提出自己的思想主张,所以属于“诸子之学”或“子学”。《新探》将孔子这两个方面的贡献分别称为儒家的“六艺之学”与“社会人生之学”：“孔子开始,儒学实际包括两个方面:一为六艺之学,一为社会人生之学”。(第74页)前者是孔子对前轴心时代文化传统的承继,后者是孔子在轴心时代思想精神的创发。孔子的社会人生之学又包括两个方面的内容,一是仁,一是礼。其中“仁是孔子开创之新统”,是孔子在思想精神世界的大突破、大创造,这最终发展成为历代儒者所追求向往的最高理想;而“礼是孔子承继之旧统”,是孔子对“先王之道”的继承与发展,这成为一般儒者所普遍认可的价值理念。“如果说仁主要是孔子的生命感受和思想创造的话,那么礼更多的是孔子对三代之礼尤其是周礼的继承和联系。”(第74页)

以上思想史的大背景以及其中的人物和经典,是后世儒家讨论道统问题的历史与思想资源;而儒家的道统问题也必须放在这样一种大背景下考察,才能梳理出尽可能全面客观的儒家道统论。

二

根据以上思想史的考察,《新探》认为,从前轴心时代到轴心时代,儒学沿着两条线绵延流传,一是六艺之学,一是社会人生之学,“前者发展为汉唐时期的章句训诂之学——经学,后者衍化为宋明时期义理心性之学——理学”。(第79页)由于社会人生

之学又包括仁与礼两部分内容，于是孔子之后，其社会人生之学就分化为两路，“孟子主要发展了孔子的仁，而荀子则继承了孔子的礼”。（第74页）这样一来，儒学的发展似乎应该有三条线，即六艺之学、仁学与礼学。每一条线就是一条道，以此线此道来统序儒家思想的发展脉络，便可形成一道统。那么，儒学是否应该有三种道统论？其实不是这样的。因为六艺之学是儒家之通学，无论是孟子一脉的仁学，还是荀子一线的礼学，都尊六艺之学，只不过侧重不一样，比如孟子更侧重《诗》、《书》，而荀子更侧重《礼》、《乐》。侧重只是在某一方面有所偏重，并不是弃他不顾，所以我们不能说孟子排斥《礼》、《乐》，也不能说荀子抵制《诗》、《书》。即使到了宋明理学，也是如此。宋明理学家将孔子的仁学推向极致，重视轴心时代的经典《论语》、《孟子》等四书，但我们并不能因此就说理学家罔顾前轴心时代的六艺经典；相反，很多理学大家同时即是经学大家，正如明儒顾炎武所说：“理学，经学也。”^①理学只是另一种形式的经学，理学家只是另一种形式的经学家。所以历来儒者都不会泛泛地以六艺之学来确定道统。于是儒家的道统论也只可能有两种，一是以仁为统，一是以礼为统。

以仁为统是儒家学者最早以一种清醒的弘道意识提出来的道统论。这一道统论“由韩愈首倡、朱熹集大成”。（第55页）其特点有四：首先，在道的内容上，确定以“仁”为先贤心心相印、一脉相传之道；其次，在道统的人物上，明确了尧、舜、禹、汤、文、武、周公到孔子、曾子、子思、孟子的道统谱系，尤其是强化了孟子在儒家道统中的地位；再次，在道统的文献上，韩愈以《诗》、《书》、《易》、《春秋》为经典，到了宋儒，则逐渐形成退五经而尊四书的经典意识；最后就是认荀子为非醇儒、汉唐儒为另类，从而将荀子与汉唐儒排除于道统序列之外。一千多年来，以仁为统的道统论在儒学史上一一直被主流儒者尊奉为正统定论。

近年来，以礼为统的儒家道统论逐渐兴起。这一道统论的抬头与学者们有意恢复荀子及荀学在儒家道统中地位的呼声息息相关。^②《新探》响应了这种呼声，其第一部分在刊物上发表时的副标题即“兼论荀子在道统中的地位问题”。而要恢复荀子及荀学的地位，首先要找到荀子之学与传统儒学能够相接之点。根据前面的分析，儒家社会人生之学的一个内容即礼学，而“作为先秦儒家的殿军，荀子的弘道意识主要体现在推崇‘先王之道’、‘礼义之统’，以及‘法先王’、‘后王’之中”。（第28页）荀子之学重在礼，而礼正是儒学之一大内容，所以“荀子是纯正的儒家，是儒家道统坚定不二的传承者”。^③往上看，由于荀子法先王、尊后王，推崇先王的礼义之统，所以必定重视己学与前轴心时代从尧到周公的承继性联系；往下看，荀子传经的宏业为汉初经师接续，所以在汉唐经学时代很长一段时间里，“荀子的影响似远在孟子之上，而彼时所谓儒学，……实由荀学发展而来”。（第77页）

比较以上两种道统论，可以发现其相似之处在于都肯定前轴心时代文化传统的奠基作用，所以都尊重前轴心时代的经典，都将道统人物上溯至尧；而两种道统论的最

^① 顾炎武：《亭林文集》卷三《与施愚山书》，万有文库本，上海：商务印书馆，1937年，第232页。

^② 相关研究可参见王中江《荀学与儒家的道统与学统》（《南昌大学学报》人社版2002年第1期）、路德斌《试论荀子哲学的特质及其对儒家道统之意义》（《孔子研究》2003年第2期）、徐克谦《荀子的“先王”“后王”说与辩证道统观》（《南京师范大学文学院学报》2010年第3期）。

^③ 王中江：《荀学与儒家的道统与学统》，载《南昌大学学报》（人社版）2002年第1期，第4页。





大不同就是孟、荀二子在道统中的地位。也就是说,两种道统论的分水岭在孟、荀,由此而上,大致相同,由此而下,迥然相异。

三

道统的最大问题不在于梳理清楚可能存在几种道,而在于哪一种道是正统。所以从上两种道统论梳理出来的道统序列即便都是客观存在的,也只是为新时期讨论道统问题提供了更加丰富可靠的思想史资料,道统本身的大问题即谁为正统的问题仍然没有解决。正统只能有一个。所以接下来的问题就是要在两种道统中确定谁是唯一的正统,或者两者都不是,那就必须在两者之上或之外确定一个新的道统为正统。前面提到,道统问题本质上是一个价值评判与标准选择问题。所以确定某一道统为正统而另一种道统为非正统,首先必须明确一个标准,并以此来对各个道统选项进行评判,进而做出自圆其说的选择。

前面还提到,《新探》将道统选择的标准置于前轴心时代到轴心时代的过渡与突破的思想史大背景中来讨论。但这个标准到底是什么呢?《新探》认为是“中”。《新探》通过对清华简《保训》一文中的“中”字的疏解,发现这个“中”指的是一种“中道”。《保训》讲了舜“求中”、“得中”与上甲微“假中”、“归中”两个故事,前一个故事是从正面讲积极的中,即在人伦之内确立中正恰当的原则,避免冲突,和谐共处;后一个故事是从反面讲消极的中,即在政治冲突中“秉持中道,以直报怨,避免冤冤相报、血亲仇杀对部落共同体的伤害”。(第22页)《新探》认为这两个故事所表达的是儒家传统的中道政治理念。更重要的是,《新探》在分析时还发现,《保训》两个故事里的“中”都与礼有关,“中与礼存在密切联系,中的原则主要是通过礼义来实现”。(第13页)但“中”只是一个形式化的抽象原则,这个原则要在人伦关系、政治实践中得到体现,“必须落实为具体的准则、礼义,否则‘民无所措手中矣’。所以在儒家那里,礼往往也被看做是中,是中的体现”。(第10页)甚至可以说,“中体现为礼,礼就是中,二者是一回事,只不过一个是抽象的准则,一个是具体的规定而已”。(第11页)。

当然,《新探》费了很大篇幅来疏解《保训》两个故事里的“中”字只是一个引子,它想由此得出的结论是“中国古代确实有重视中道的思想传统”。(第55页)而此中道的具体所指即礼。两个故事当然属于前轴心时代。所以前轴心时代如果也有所谓道统,那么这个道只能是礼,这个道统也只能是以礼为统。

这个传统到了轴心时代的孔子,发生了一个很大的变化,这就是仁、礼分立。仁是孔子根据轴心时代的社会政治现实,结合人生的生命感悟而兴发的思想创造,所以是“孔子开创之新统”;孔子之礼虽然与周公制礼有些微不同,但整体上仍然可以归为前轴心时代文化传统的脉续,所以是“孔子承继之旧统”。但在孔子那里,仁、礼并行不悖,都是儒家成人之学的两条基本原则,仁是内在的道德觉悟,礼是外在的伦理规范,内外夹逼,圣贤可成。而且孔子还有意识地“将仁、礼纳入中道之中,试图通过‘中’将二者统一起来”(第57页)。于是就有了所谓“仁——中”与“礼——中”(《新

探》称之为“仁义——中”、“礼义——中”)。此后,子思承继乃祖的道德使命,对仁、礼进行更深层次的综合统一。在《郭店竹简与思孟学派》一书中,梁教授将冯友兰等学者“《中庸》上下两分”的想法进一步细化,认为传世文献《礼记·中庸》其实应该分为“中庸”与“诚明”前后两个部分。^①其中“诚明”部分是从内在讲道德主体的创造性,“类似于孔子的仁,实际是对仁的继承和发展”,而“中庸”部分则侧重于从外在讲人伦德行,这相当于孔子所讲之礼。也就是说,子思所讲之“中”既可以指内心和谐的自然状态,也可以指外在行为的中节合礼,“这样,通过‘中’便把儒家的‘外内之道’贯通了起来”。(第58-60页)

如前所说,孟子与荀子分别继承了孔子的仁学与礼学,从中道思想来说,孟子继承的是“仁——中”一脉,而荀子继承的则是“礼——中”一脉。仁是孔子在轴心时代的孤心独明,可以与前轴心时代的中道传统无多大瓜葛,所以“孟子虽然对中道思想有所涉及、阐述,但并无实质发展,通读《孟子》全书,也未见有关中道的更多论述”。(第62页)而礼是孔子对前轴心时代中道传统的承继发扬,所以“翻开《荀子》一书,不难发现对于中道的详细论述和系统阐发,荀子不仅对‘地中’、‘中正’、‘中和’、‘中庸’等思想都有涉及、论述,且做了进一步发展”。(第63页)从前轴心时代到轴心时代中道思想的大背景、大传统来看,孟子一脉的“仁——中”思想是寡头的,而荀子一脉的“礼——中”思想才最合于整个中道传统。由此来说,“孔子之后,真正全面继承‘中’的传统的主要是荀子,而非孟子”。(第55页)

《新探》以此为标准来反观前面出现的两种道统论。首先是韩愈、朱熹所完成的尊孟道统即“仁——中”一脉。这个道统虽然也从前轴心时代的尧、舜、禹等圣王说起,但事实上它“缺乏文献根据。在先秦典籍中,没有任何材料表明,仁可以直接等同于中”(第42页),其所据以立论的虞廷十六字心传也是后人伪作,所以只能算是一种为了满足自身理论需要而迂曲为之的“虚说”。(第35页)这就为现代新儒家牟宗三截断众流、直接从孔子谱续儒家道统埋下了伏笔。这虽然符合了“仁——中”道统的理论事实,但同时也证明了这个道统的历史并没有其倡导者所说的那样长。相反,重荀一脉的“礼——中”道统却通贯前轴心时代与轴心时代,可谓是源远流长。如果从“礼——中”而非“仁——中”的历史事实来看,荀子之学与汉唐儒学不但不应排除在道统之外,反而更应该成为儒学的正统。

四

显然,《新探》煞费苦心拈出一个有着古老传统的“中”字来分疏两种道统论,意在宣告单方面的“仁——中”与“礼——中”都不能成为儒学的正统,进而展望一种更新形态的儒家道统。孟子所传承的“仁——中”虽然深化了内在心性一面,但忽略了外在修习一面,对礼之功用重视不够,所以“孟子是有所‘失’”;而荀子所传承的“礼——中”虽然拓展了外在礼制一面,但没能把握儒学的心性内核,致使儒家之仁趋于扁平化,所以“荀子是有所‘偏’”。(第104-105页)与此相对,一种新道统必

^① 梁涛:《郭店竹简与思孟学派》,北京:中国人民大学出版社,2008年,第261-291页。





须既能够集两种道统之所得, 又能够纠两种道统之偏失。

当然,《新探》作为一本小书, 没有也不可能对这种新道统有更系统的论证, 所以只能是口号性地呼吁“回到‘子思’去”。《新探》仿照新康德主义者李普曼《批判的论述: 康德和模仿者》一书反复使用“回到康德那里去”一语的方式, 在全书后面的六个大自然段, 每一段开头全部使用了“回到‘子思’去”一语。这六段分别从仁与礼的关系层面、实践与工夫论层面、人性论层面、天人关系层面、政治思想层面、文化承继层面等方面展望了新道统需要处理的大问题。这六个方面铺陈排比, 气势恢宏, 可以说是《新探》所展望的新道统之建构纲领。这个纲领如果用一句话来概括, 那就是出版社为《新探》制作的宣传页上所引用的两句话: “统合仁学与礼学, ‘合外内之道’才是儒家道统之在”, “发展仁学, 改造礼学, 统合孟荀, 才能发展出儒家的新道统”。(第69页)

但是口号毕竟只是一种意愿的表达, 而意愿要想坐实, 还有很多具体的理论问题需要解决。就《新探》的目标而言, 最大的一个理论问题就是仁与礼之统合问题。《新探》之所以要回到“子思”去, 是因为子思与乃祖孔子一样, 曾经自觉地以“中”来统合仁礼。我们且不问何以一定要回到“子思”去而不是直接回到孔子去^①, 我们只需要问: 仁与礼既已经过伟大如孔子、聪慧如子思的统合, 何以又会分出孟子、荀子两路, 并且越走越远, 几乎势不两立? 现如今, 我们又如何来统合仁与礼? 尤其是后一个问题, 是新道统能否达成之关键。但这个问题在孟子、荀子那里似乎不是问题。以仁为统的孟子虽然并不否定礼, 但却摄礼归仁, 将礼内化为仁, 从而解决仁与礼之间的张力; 而以礼为统的荀子虽然并不否定仁, 但却认定仁由礼出, 通过化性起伪, 将仁之根源落实于圣王制礼, 从而化解仁与礼之间的张力。新道统要在仁与礼并驾齐驱、两不偏重的前提下重新安排其功用, 首先就要在超越于仁与礼之上找到一个概念(比如“中”)来中和仁与礼之间的张力, 从而统合仁、礼, 化解性善论与性恶论之间的千年辩争。如果能理论圆融、体系圆整地做到这一点, 不但新道统可以立起来, 甚至整个儒学的发展也可能会为之改观。但我们在《新探》里还没有看到其详细的论证, 只能拭目以待梁涛教授在后的研究工作中, 逐步提供更多相关的学术成果。

^① 曹峰:《思孟学派的建构与解构——评梁涛〈郭店竹简与思孟学派〉》, 载《哲学研究》2010年第4期, 第126页。其实这不是个问题, 因为这个“子思”是加了引号的, “‘子思’也不仅仅指子思本人及其思想, 而是代表儒学一个思想丰富的时代, 以及一种合理的思想结构”(第105页), 所以这个加了引号的“子思”可以包括孔子, 回到“子思”也可以说就是回到了孔子。而一定要说“回到‘子思’”而不说“回到孔子”, 可能是为了照应《郭店竹简与思孟学派》的书名。

文献·华夏传播研究编目(四)

- 蔡铭泽(2012).老子传播思想探析.《湖湘论坛》.(6), 94-99.
- 陈国明主编(2004).《中华传播理论与原则》.台北:五南图书出版公司.
- 陈国明(2008).《有助于跨文化理解的中国传播和谐理论》.J.Z.爱门森(2010).《“和实生物——当前国际论坛中的华夏传播理念”》,杭州:浙江大学出版社.
- 陈建群(2014).“举谣言”考辨.《国际新闻界》,(8), 148-160.
- 陈韬文(2002).理论化是华人社会传播研究的出路:全球化与本土化张力处理》,张国良、黄芝晓主编(2002):《中国传播学:反思与前瞻》,复旦出版社.
- 陈雅莉、张昆、曾林浩(2016).《唐代的对外传播与“中国”在前近代国际关系中的国家认同建构》.《国际新闻界》,(6), 6-27.
- 程丽红,焦宝(2013).清代小报初探.《现代传播》.(9), 37-41.
- 程郁儒(2012).民族文化传媒化.北京:中国社会科学出版社.
- 崔莉萍(2012).节日传播的文化空间建构.《新闻大学》.(4), 98-103.
- 杜恺健(2016).华夏传播符号的内涵、体系及功能初探.《中国传媒报告》(4), 11-19.
- 付晶晶(2016).《中国古钟文化传播述论》.北京:社会科学文献出版社.
- 高海波(2011).被遗忘的中国早期传播研究——评朱希祖的《道家与法家对于交通机关相反之意见》.《国际新闻界》,(1), 37-41.
- 郭镇之、郭云强(2013).晚清电子传播的引进:兼析“权”“利”之争.《新闻与传播研究》.(4), 63-77.
- 郝雨(2015).《中国媒介批评学》.上海:上海大学出版社.
- 黄春平(2011).《汉代军事信息的传播——檄文》,《新闻与传播研究》,(3), 41-47.
- 黄旦(2013).问题的“中国”与中国的“问题”——对于中国大陆传播研究本土化讨论的思考》,黄旦、沈国麟编:《理论与经验——中国传播研究的问题与路径》,复旦大学出版社.
- 黄鸣奋(2013).从电子媒体到数码儒家.《中华文化与传播研究》.(1), 44-51.
- 贾奎林(2011).先秦诸子传播理论普适性分析.《现代传播》.(1), 165-166
- 蒋建国(2014).清末报刊的大众化与发行网络的延伸,《新闻大学》,(4), 118-126.
- 蒋建国(2016).《办报与读报:晚清报刊大众化的探索与困惑》《新闻大学》(2), 29-37.
- 姜红(2014).“黄帝”与“孔子”——晚清报刊“想象中国”的两种符号框架》.《新闻与传播研究》.(1), 6-20.
- 景宗虹(2012).《论中国茶文化海外传播》.《国际新闻界》.(12), 69-75, 100.
- 孔正毅、陈晨(2012).明代“京报”考论.《国际新闻界》,(2), 122-127.
- 孔正毅(2014).《再谈元代的“邸报”、“朝报”及“除目”问题——兼答李漫博士》.(1).153-166.
- 李红(2011).老子与媒介批评.《国际新闻界》.(4), 44-49.
- 李红(2015).《网络公共事件:符号、对话与社会认同》,北京:中国社会科学出版社.





- 李红(2016).老子思想的符号逻辑及其传播伦理.《暨南学报》(哲学社会科学版). (10), 65-73.
- 李滨(2014).《“附会”与中国近代报刊思想的早期建构》《新闻与传播研究》.(3), 99-116.
- 李立广(2013).《先秦言论传播思想与封建言论专制的建构》《国际新闻界》.(7), 142-150.
- 林丽云(2004).《台湾传播研究史:学院内的传播学知识生产》.台北:巨流图书公司.
- 李金铨(2003).视点与沟通:中国传媒研究与西方主流学术的对话.《新闻学研究》, (77), 1-20.
- 李漫.元代邸报“新证”考辨—与孔正毅教授商榷.《国际新闻界》.(6), 113-117.
- 李萍(2012).中华文化海外传播的策略性思考—基于“四大名著”海外传播的分析,《现代传播》.(1), 147-148
- 李滨(2011).试析谭嗣同的报刊角色观.《国际新闻界》.(6), 112-116.
- 李秀云.梁启超舆论观之演变及其成因.《国际新闻界》.(3), 103-108.
- 刘海龙(2011).传播研究本土化的两个维度.《现代传播》.(9), 43-48.
- 刘大明(2012).试论宋代谣言传播的政治风险防控.《新闻与传播研究》(1), 103-107.
- 刘建华、Cindy Gong.(2011).民族文化传媒化,昆明:云南大学出版社.
- 刘勇(2006).“想象力”缺失:中国传播学研究反思,《西南民族大学学报》(人文社科版), (6).84-86
- 穆弈君 M. W. Luke Chan (2014).中华民族文化形象符号之动漫塑造.《现代传播》.(12), .
- 潘祥辉(2015).传播史上的青铜时代:殷周青铜器的文化与政治传播功能考.《新闻与传播研究》, (2), 53-70.
- 潘祥辉(2016).“对天发誓”:一种中国本土沟通行为的传播社会学阐释.《新闻与传播研究》, (5), 30-46.
- 潘祥辉(2016).传播之王:中国圣人的一项传播考古学研究.《国际新闻界》, (9).20-45.
- 邵培仁(2013):《华人本土传播学研究的进路与策略》,《当代传播》(1), 1.
- 邵培仁、姚锦云(2013).《寻根主义:华人本土传播理论的建构》《新疆师范大学学报》(哲学社会科学版), (4).28-41
- 邵培仁、姚锦云(2014)《传播受体论:庄子、慧能与王阳明的“接受主体性”》,《新闻与传播研究》, (10).5-23
- 邵培仁、姚锦云(2014).《传播辩证法:先秦辩证传播思想及其现代理论转化》.《杭州师范大学学报》(社会科学版).(2).96-111
- 邵培仁、姚锦云(2014).传播模式论:《论语》核心传播模式与儒家传播思维,《浙江大学学报》.(4).56-74
- 邵培仁、姚锦云(2016).从思想到理论:论本土传播理论建构的可能性路径.《浙江社会科学》.(1).99-109.
- 邵培仁、姚锦云(2016).为历史辩护:华夏传播研究的知识逻辑.《社会科学战线》.

- (3).140-151
- 邵培仁、姚锦云(2016).传播理论的胚胎:华夏传播十大观念.《浙江学刊》,(1),203-215
- 邵培仁、姚锦云(2016):天地交而万物通:《周易》对人类传播图景的描绘,《浙江社会科学》,(8).70-81
- 单波、肖劲草(2014).《论语》的传播智慧:一种比较视野,《国际新闻界》,(6),76-91.
- 宋素红、齐琪(2014).进奏官从唐到宋的演变初探.《国际新闻界》(10),21-31.
- 孙旭培(1998):《探讨中国传播理论的可喜尝试——介绍〈华夏传播论〉》,《新闻学研究》,(57),238.
- 庾继光、刘海贵(2012).民俗传播要素简论.《新闻大学》,(4),7-12.
- 汪鹏(2014).碑刻媒介的文化传播优势及其现代功能转型,《现代传播》(2).155-156
- 汪琪(2013).《“华化”传播研究:挑战、目标与取径》,黄旦、沈国麟编(2013):《理论与经验——中国传播研究的问题与路径》,复旦大学出版社.
- 王怡红、胡翼青(2010).《中国传播学30年》.北京:中国大百科全书出版社.
- 魏海岩(2012a):宋代定本制度存废新考.《新闻与传播研究》,(2),87-91.[Wei, Haiyan (2012a)].
- 魏海岩(2012b).中国最早的新闻月刊——进奏院月报.《国际新闻界》,(2),87-101.
- 维莫尔·迪萨纳亚克(2003).人类传播研究的亚洲方法:回顾与展望.赵晶晶编译(2007).《国际跨文化传播精华文选》.杭州:浙江大学出版社.
- 吴予敏(2008).中国传播观念史研究的进路与方法.《新闻与传播研究》,(3),33-39.
- 吴果中、夏亮(2011).媒介的社会批判:清末《图画日报》的文本特色——以“新闻画”为中心.《国际新闻界》,(12),107-111.
- 谢清果(2014).华夏传播学勃兴的东方视维、问题意识与方法自觉.《中华文化与传播研究》,(2),31-40.
- 谢清果(2014).内向传播视域下的《庄子》“吾丧我”思想新探.《诸子学刊》(第十辑).上海:上海古籍出版社.61-75.
- 谢清果、周亚情(2015).无:道家内向传播的独特范式.《老子学刊》,(6),53-61.
- 谢清果、陈昱成(2015).风草论:建构中国本土化传播理论的一种尝试,《现代传播》,(6).
- 谢清果、王小贝(2015).华夏说服传播的概念、特征及其实践智慧,《高职研究》,(3).1-11
- 谢清果、季程(2016).内向传播视域中的佛教心性论.《扬州大学学报》(人文科学版),(3),16-22.
- 谢清果、王昀(2016).华夏公共传播的概念、历史及其模式考索,《华侨大学学报》(哲学社会科学版),(1),5-15.
- 谢清果、王昀(2016).华夏舆论传播的概念、历史、形态及特征探析.《现代传播》,(3).32-40
- 谢清果、曹艳辉(2016).华夏媒介批评的概念、思想流变及其价值取向.《南昌大学学报(人文社会科学版)》,(2),111-118.





- 谢清果(2016).作为儒家内向传播观念的“慎独”.《暨南学报》.(10), 54-64
- 谢清果(2016).新子学之“新”:重建传统心性之学——以道家“见独”观念为例,《“新子学”深化——传统文化价值重构与传播国际学术研讨会》(会议论文集).
- 谢清果(2016).华夏传播研究的前史、外史及其开端,《中国传媒报告》,(4).4-10
- 谢清果、杨芳(2016).交流的无奈:老子与彼得斯的不谋而合.《阜阳师范学院学报》(社会科学版), (3), 1-5.
- 谢清果、杨芳(2016).《老子对人际传播现象的独特思考——与〈交流的无奈——传播思想史〉比较的视角》(《成都大学学报(社会科学版)》.(4), 1-7.
- 谢清果、曹艳辉(2012).架构“交流的无奈”通向“人际的和谐”桥梁——论老子人际沟通的逆向思维.《周口师范学院学报》,(1), 34-36
- 谢清果、祁菲菲(2016).中西传播理论特质差异论纲.《现代传播》,(11), 30-35.
- 徐翔(2015).中国文化在国际社交媒体传播的类型分析——基于共词聚类研究.《现代传播》.(10).38-45
- 徐瑶、樊传果(2015).论孔子的传播思想.《中国传媒报告》,(3), 103-109
- 杨军(2011).宋代榜的传播学解读.《新闻与传播研究》,(3), 48-57.
- 于翠玲、郭毅(2013).清末民国开言路与言论自由的比较视野考论.《国际新闻界》(9), 139-145.
- 赵云泽、丁琢、孟雅、李师贤(2016).辅佑政事和延揽民意:先秦时期社会传播活动的功能考察.《国际新闻界》.(6), 129-140.
- 赵莹(2013).《京报》的流传与19世纪中英关系构建:以“勤见问题”为例,《国际新闻界》.(7), 151-159.
- 赵尚(2015).论“报”的中国文化背景——我国古代信息传播意义上的“保”、“报”关系考,《国际新闻界》,(9), 145-156.
- 赵晟(2016).夷夏之辨:华夏文明传播的安全观:中国传媒报告,(4), 20-28.
- 张玲(2013).“衣冠禽兽”的文化符号读解——以明代官服制度为例.《现代传播》,(7), 82-85
- 张振宇、张西子(2011).自“名”而“动”由“人”及“物”——中国古代“媒介”概念的意义变迁.《国际新闻界》.(5), 81-86.
- 郑博斐(2014).在交往中实现自我与他者——孔子传播思想的核心内涵.《中华文化与传播研究》,(2), 57-62.
- 朱鸿军、季诚浩(2016).经筵会讲:一种中国本土的政治传播仪式及其演变.《现代传播》.(10).18-24
- 周德波(2015).晚清自由观念的跨文化传播进路.《国际新闻界》.(4), 7-26.
- 邹利斌,孙江波(2011).在“本土化”与“自主性”之间——从“传播研究本土化”到“传播理论的本土贡献”的若干思考.《国际新闻界》,(1), 60-66.

编辑部

2016年12月

《中华文化与传播研究》

稿 约

1993年，厦门大学新闻传播学系庆祝建系10周年时，见证并为之倾注巨大心血的余也鲁先生提议举办了首届“海峡两岸中国传统文化中传的探索座谈会”，会后出版了《从零开始》的论文集。此后，厦门大学成立传播研究所作为推动两岸三地华夏传播研究的基地，并顺利地出版《华夏传播研究丛书》和《华夏传播论》，成为传播学中国化进程中的一个标志性成果。2013年，厦门大学新闻传播学院迎来了30周年庆典，厦门大学的华夏传播研究在黄星民教授等前辈学者的苦心经营下，已然成为我院教学科研的一大亮点。薪火相传是我们的使命，为将华夏传播研究事业不断发扬光大，我们在广大热爱中华文化，关注中华文化研究与传播的众多学者和社会贤达的大力支持下，将以“厦门大学传播研究所”这一校级机构为平台，以传播学系为依托，以广大中华文化研究学者和新闻传播研究学者作为我们的强大后盾，创办《中华文化与传播研究》刊物，搭建文史哲与新闻传播对话交流的平台，以更大惠及学林。

为了发掘中华文化中的传播智慧，提炼中华传播理论，推动传播学“华夏学派”的早日形成。我们希望以本刊为平台，继续集聚海内外有志于传播华夏文明，展现中华博大精深的沟通智慧的各方人士，彼此分享研究成果，提供学术动态，推进中华文化的社会传播，本刊特设立以下栏目：（1）基础理论，研究中华文化的传播思想、传播制度与传播方法等；（2）历史发展，研究不同时代传播观念与传播技术等方面的变迁；（3）古今融通，注重中外传播智慧的比较研究和中国传播观念的古今传承；（4）新书评论，介绍中华文化与传播研究领域中的新作；（5）经典发微，注重挖掘中华文化经典作品中的传播智慧；（6）学术动态，介绍海内外学者对华夏传播研究的新成果，刊发相关的学术会议综述和研究著作的书评；（7）传播实践，着重推介那些致力于国学运用的新观点和新做法，推进中华文化的社会传播；（8）国学新知，国学领域有创见的论文，等等。

本刊为年刊或半年刊，以当前国际流行的大开本印刷，每期200页左右。本刊注重学术性、知识性、普及性的统一，力求雅俗共赏。欢迎专家学者赐稿，中英文均可，来稿一经录用刊登，即赠样刊两本。本刊所有文章均为作者研究成果，文责自负，不代表编辑部观点。

来稿规范：论文题目、内容提要、关键词、作者简介、通讯地址、参考文献等内容均应书写清楚，论文字数一般控制在8000-15000字以内为宜。引文务必核对原书。格式为自动生成的脚注，以①、②为系列标记，每页重新编号。若有“参考文献”可放文末，以[1][2]标识序号，格式同于引文。引文中已有的，不再罗列。

正文中引文格式如下：

1. 著作

[序号] 作者. 书名 [标识码]. 出版地：出版社，出版年. 页码





①吴予敏. 无形的网格[M].北京: 国际文化出版公司, 1988.第 123 页。

①马克思恩格斯全集(第 1 卷)[M].北京: 人民出版社, 1956.第 7 页。

说明: 马克思恩格斯全集、毛选、邓选以及《鲁迅全集》、《朱光潜全集》等每一卷设一个序号。

2. 译著

[序号] 国名或地区(用圆括号) 原作者.书名[标识码].译者.出版地: 出版社, 出版年.页码

①(英) 霭理士. 性心理学[M].潘光旦译. 北京: 商务印务馆, 1997.第 4 页。

3. 古典文献

文史古籍类引文后加序号, 再加圆括号, 内加注书名、篇名。例如:

文中 “……孔子独立郭东门。” ①(《史记·孔子世家》)

脚注 ① 司马迁. 史记[M]. 北京: 中华书局, 1959. 页码。

文中 圣人是“百世之师” [1] (《孟之·尽心下》)

脚注 ① 杨伯峻. 孟子译注[M]. 北京: 中华书局, 1960. 页码。

文中 韦应物的诗秀丽警策, 如“南亭草心绿, 春塘泉脉动” ①(《春游南亭》)

脚注 ① 书江州集[A]. 四库全书[C]. 上海: 上海古籍出版社, 1987.页码。

文中 “视其户口和课之多寡, 增减之” ①(《金史·选举志》)

脚注 ① 金史[M]. 北京: 中华书局, 1975.页码。

4. 论文集

[序号]编者. 书名[标识码]. 出版地: 出版社, 出版年. 页码。

① 伍蠡甫. 西方论文选(下册)[C]. 上海: 上海译文出版社, 1979. 第 8 页。

论文集中特别标出其中某一文献

[序号]其中某一文献的著者. 某一文献题名[A]. 论文集编者. 论文集题名[C]. 出版地: 出版单位, 出版年. 页码。

① 别林斯基. 论俄国中篇小说和果戈理君的中篇小说[A]. 伍蠡甫. 西方文论选: 下册[C]. 上海: 上海译文出版社, 1979. 第 9 页。

5. 期刊文章

[序号]作者. 篇名[标识码]. 刊名, 年, (期)。

①黄星民. 华夏传播研究刍议[J]. 新闻与传播研究, 2002 (4)。

6. 报纸文章

[序号]作者. 篇名[标识码]. 报纸名, 出版日期(版次)。

① 谢希德. 创造学习的新思路[N]. 人民日报, 1998-12-25 (10)。

7. 外文文献

要求外文文献所表达的信息和中文文献一样多, 但文献类型标识码可以不标出。

① Mansfeld, R.S.&Busse.T.V.The Psychology of creativity and discovery, Chicago: NelsonHall, 1981.

①Setrnbeg, R.T.The nature of creativity, New York: Cambridge University Press, 1988.

①Yong, L.S.Managing creative people. Journal of Create Behavior, 1994, 28 (1).

说明：1. 外文文献一定要用外文原文，切忌用中文叙述外文，如“牛津大学出版社，某某书，多少页”等等。2. 英文书名、杂志名用斜体，或画线标出。

8、参考文献类型标识

参考文献类型	专著	论文集	报纸文章	期刊文章	学位论文	报告	标准	专利	词典资料
文献类型标识	M	C	N	J	D	R	S	P	Z

赐稿请使用电脑文本，通过电子邮件发送 word 文稿，并另寄精心校对的打印稿。本刊编辑部联系地址及主要联系人：福建省厦门市思明南路 422 号厦门大学新闻传播学院；邮政编码：361005；联系人：谢清果 先生.赐稿邮箱：weirai2002@163.com.

《中华文化与传播研究》编辑部

2016年6月22日

