

新传媒

2016.1

NEWMEDIA

主 办 全球修辞学会视听传播学会

协 办 中国传媒大学媒体创意研究中心

浙江越秀外国语学院网络传播研究院

主 编 宫承波 詹文都



人际传播视角下的“老死不相往来”思想新探

《91公分之外》文本创意分析

数字动画发展对策研究

网络“广场效应”的产生与舆论引导

文化遗产保护与开发数字化路径简析

学界立场 | 业界眼光 | 创新传媒 | 生态传播

新 修 媒

2018.1

NEWMEDIA

主办 全球修辞学会视听传播学会
协办 中国传媒大学媒体创意研究中心

主编 浙江越秀外国语学院网络传播研究院
宫承波 詹文都

中国广播影视出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

新传媒. 2016. 1 / 宫承波, 詹文都主编. —北京:
中国广播影视出版, 2016. 8
ISBN 978 - 7 - 5043 - 7753 - 1

I. ①新… II. ①宫… ②詹… III. ①传播媒介 - 文集 IV. ①G206. 2 - 53

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 210566 号

新传媒. 2016. 1

宫承波 詹文都 主编

责任编辑 史闻峰

封面设计 文人雅士

出版发行 中国广播影视出版社

电 话 010 - 86093580 010 - 86093583

社 址 北京市西城区真武庙二条 9 号

邮 编 100045

网 址 www. crtp. com. cn

电子信箱 crtp8@ sina. com

经 销 全国各地新华书店

印 刷 北京市金星印务有限公司

开 本 889 毫米×1194 毫米 1/16

字 数 310(千)字

印 张 14. 25

版 次 2016 年 8 月第 1 版 2016 年 8 月第 1 次印刷

书 号 ISBN 978 - 7 - 5043 - 7753 - 1

定 价 38. 00 元

(版权所有 翻印必究·印装有误 负责调换)

新传媒 (2016. 1)

全球修辞学会 视听传播学会 主办

中国传媒大学媒体创意研究中心 协办

浙江越秀外国语学院网络传播研究院

学术顾问 陈汝东 张君昌 王 甫 李宝萍

主 编 宫承波 詹文都

编 委 (按姓氏音序排列)

安文军 付松聚 郝 雨 何海翔 惠东坡 金梦玉

靳雪莲 蒋海升 李亚铭 刘逸帆 王建华 王 倩

谢清果 闫玉刚 杨 晶 赵光怀 赵云泽 张冠文

张慧子 张凌霄

本期执行主编

何海翔 张凌霄

本期特约编辑

管 璘 朱逸伦 郝丽丽 黄灿灿 付砾乐

目录

CONTENTS

特稿

Special Reports

- 1 人际传播视角下的“老死不相往来”思想新探
..... 谢清果 杨 芳

焦点话题：微电影创意分析

Focus

- 10 《91 公分之外》文本创意分析 徐子涵
16 《你只需要爱吗》文本创意分析 朱珍珍
21 网络微电影《门·票》文本分析 史忠玮
24 幸福与遗憾的交融
——微电影《时间门》文本创意分析 孙 宇
28 爱情路上
——《益达酸甜苦辣》文本创意分析 张钰曼
33 《判若云泥》文本创意分析 李 月
37 《沙溪轶事》文本分析 陈华璇

- 41 《一指城》文本创意分析 贾世豪
- 44 《寄生木》文本创意分析 马梦颖

新媒体前沿

New Media Frontier

- 47 网络“广场效应”的产生与舆论引导 成文胜 李卓聪
- 55 微信信息流广告用户接受度的影响因素
——基于结构方程模型的实证研究 寇 娇 肖 明
- 64 网络力量的初步认知
——2005 年反日“入常”签名事件的回顾与反思
..... 程 茜
- 68 新媒体事件中的“人肉搜索”
——基于“虐猫事件”与“铜须门事件”的对比分析
..... 付砾乐
- 73 新媒体事件中的话语运动与权力重塑
——基于“范跑跑”事件的个案考察 竺怡冰
- 79 新媒体事件的议程设置新特点
——以“我爸是李刚”事件为例 王玉凤
- 83 数据可视化分类特征及问题浅究 李郁甜

广播电视前沿

Radio and Television Frontier

- 91 我国户外类真人秀节目剧情化现象分析
——以东方卫视《极限挑战》为例 武嘉臻

99	刍议城市社区老年广播节目的互动创新	陈曦
105	国内“时移收视”应用初探	吴心悦

新闻与传播研究

News and Communication Research

111	我国社会组织新闻发言人制度建设的动因、条件及 路径	黄灿灿
118	社区报发展中的内容本地化 ——以北京青年报社《北青社区报》为例	姜琳琳
123	突出抗战主题，强化舆论引导 ——抗战时期的党报	哈艳秋 何婧
130	新媒体环境下我国国家领导人形象传播探析	张哲瑜

视听传播与文化创意产业研究

Visual Communication and Culture Creative Industry Research

137	文化遗产保护与开发数字化路径简析	张凌霄
146	数字动画发展对策研究	朱逸伦
153	浅析平台经济模式的演进	孙中玥
160	互联网背景下的IP运营特征研究	白敬璇
166	浅析我国创客发展趋势与特征	张子杨
172	数字化时代出版产业发展新语境	魏苗
178	亚马逊数字出版发展模式探析	阿依简

媒创大陆

Media Invasive Continent

187	《钢琴湖》之一	李余韵梓
192	《钢琴湖》之二	段 婕
199	《钢琴湖》之三	朱珍珍
204	《钢琴湖》之四	俞禾依
209	《钢琴湖》之五	胡娃丽
213	《钢琴湖》之六	
	——系列广告创意设计	徐子涵

封面人物介绍

Cover Figure

219	青年学者朱逸伦
-----	---------

人际传播视角下的“老死不相往来”思想新探^①

■ 谢清果 杨 芳

人际传播是人类维持其作为类生存所必须的社会活动。没有人际传播，就像没有水和空气一样，人类就无法生存。因此为了更好地进行人际传播，众多学者进行了孜孜不倦的探索，但是我们不禁要问，社会发展到今天，人际传播已经超越了时空的限制，但是我们人与人之间实现了最理想的交流了吗？答案是否定的，我们依然面临着不了解自己，不了解他人的痛苦境地，我们依然面对着朋友的背叛，依然面对着夫妻的反目，依然面对着同事的陷害，我们战战兢兢地活着，我们不得不、却进行着无奈的交流，我们用言语维持着关系，艰难地苟活于世。因此，从人际传播学来看，老子“老死不相往来”的思想就具有非同寻常的意义。

一、“老死不相往来”何以实为一种人际交流的究竟

众多的人际传播理论层出不穷，但是无论

是社会交换理论，还是符号互动理论，抑或者人际关系管理理论，这些理论的共同的特点都在于：（1）增加人际传播知识；（2）改进人际传播技巧^②，也就是指导人们更好地察言观色，更好地使用各种手段与别人沟通交流，但是，他们在过分地强调人际传播的工具性的时候，却忽视了对于人的内心情感的观照。正相反，这些理论都是在教会人如何控制自己的感情，从而组织语言来更加合理地表达自己的意思。但是正如解释学所说的，语言一旦以文本的形式呈现，其意义便非立言者所能限定，文本所载这“言”总是包含着不断延伸的意义空间^③。这就是彼得斯口中时所说的交流的无奈，但是在彼得斯看来，解决这种交流无奈的方式是“手拉手，而不是心连心”，也就是“观身”，在进行人际传播时，身体作为保障言语真实性的工具必须在场。与彼得斯一样，带有批判主义色彩和怀疑论风范的老庄也同样认同交流的无奈，庄子在《庄子·内篇·大宗师》中说：

① 【基金项目】国家社科基金一般项目“海峡两岸数字公共领域与文化认同研究”（15BXW060）；中央高校基础科研业务费资助项目“道家传播学的理论建构”（编号：2010211089）。

② [美] 理查德·L·威瓦尔：《交际技巧与方法——人际传播入门》，赵微等译，学苑出版社1989年版，第4页。

③ 谢清果：《道家语言传播效果的求美旨趣》，《哲学动态》2008年第3期。

“泉涸，鱼相与处于陆，相响以湿，相濡以沫，不如相忘于江湖。与其誉尧而非桀也，不如两忘而化其道。”他又接着说：“鱼相造乎水，人相造乎道。相造乎水者，穿池而养给；相造乎道者，无事而生定。故曰：鱼相忘乎江湖，人相忘乎道术”。离开了水，鱼才有相濡以沫的心酸无奈；离开了道，人才有不得不说的交流无奈。与庄子一样，老子在《道德经》第八十章中表达自己理想中的国度时说：“邻邦相望，鸡犬之声相闻，民至老死，不相往来。”这种完全否定交流的表现道家对“人相忘于道术”的向往，只有世间有“道”，人才会像水中鱼一样，不需要交流，活得逍遥快活。这种完全否定交流的态度把交流拒绝门外，同时也把有交流可能带来的失败，以及由交流的失败所能带来的一系列的社会问题也拒之门外。这是一种一劳永逸的理想状态，但是，在已经符号化的社会和人身上，这种理想的状态是不可能实现的。但是，正如黑格尔在评价老庄思想时所说的那样：“他的哲学思想是建立在自然个体的基础之上，因此，他们看不到自发产生的理智智能的客观性，因此，就无法应对伴随智能意识而产生的种种社会问题，面对这些社会问题，他们的解决方法就是绝圣弃智，但是，这绝对不是最好的解决办法，一个理智开启的民族不可能丧失理智回到蒙昧时代。”^①当然，黑格尔对于老子的理解太过于绝对了，老子所希望回归的并不是丧失理智的时代，他所希望的是回到没有机巧的和谐态。“虽有舟舆，无所乘之；虽有甲兵，无所陈之。使民复结绳而用之”。这并不

是指不用舟舆、甲兵，而是说没有用到它们的地方，也就是人们安居乐业，内心没有用它们的想法。然而，这种无法实现的乌托邦式的理想以及由交流所带来的一系列问题就是老庄眼中的相濡以沫式的悲哀。

二、“老死不相往来”的人际沟通设想的内在理路

但是与彼得斯不同的是，对于如何减弱这种交流的无奈感，老庄的思想方法是“观心”，而不是“观身”，并且老庄眼中的“观心”并不是通常意义上的观他人之心，而是在于观自我之心。如何能够达到“观心”的层面呢？主要有以下两个方面。

（一）对儒家社会角色的自我消解

为什么我们对不同的人说话会采取不同的方式？如果把这个问题问给“戏剧理论”的创始人戈夫曼的话，他的回答肯定是这样的：我们之所以这样做，是因为地位是一个人的角色特征，而角色是交往过程中指导我们行为，并赋予其意义的那个系统的组成部分。^②是的，我们每个人在社会生活中都扮演着不同的角色，角色的认同也是人社会化过程中的一部分，角色的观念深入人心，特别是在中国，角色的观念更为重要，只是，这西方的角色在我们中国人这里不称为角色，而称之为“伦常”。孙旭培在其所著的《华夏传播论》中，就曾经专门总结过中国人际传播的九大特点，其中之一就

① 卿文光：《论黑格尔的中国文化观》，中国社会科学文献出版社2005年版，第335页。

② [美]莱斯莉·A·巴克斯特，唐·O·布雷斯特维特：《人际传播：多元视角之下》，殷晓蓉等译，上海译文出版社2010年版，第265页。

是强调伦常^①，特别是强调长幼尊卑，中国人在人际传播中对长幼尊卑的在乎延至今日，渗透到整个社会肌体中。中国传统文化中的“尊”的潜在力量使中国人在人际传播中近乎条件反射地寻找彼此的对应关系^②。这种长幼尊卑的关系就是基于宗族社会下人与人之间特定的角色关系，每个人都必须无条件地服从，“目无尊长”往往遭遇被逐出宗族社会的后果。儒家根据“仁义道德”所建立起来的维护社会秩序的一种规定，它使人们产生了社会差别意识，产生人看人的尊卑等级定式。这种维护社会秩序的方式有它存在的合理性，但是，正如王怡红在《人与人的相遇——人际传播论》中所说的那样，由于我们所认识的大部分关系，都属于社会角色式的关系。尽管传播者也是由角色关系联结起来的，但从角色的消极层面看，人的关系总达不到那么亲密的程度。人越来越细的角色分工拼凑起个体虚假的自我映像也是极不可靠的。^③而所能达到的也只是完成布伯所说的“我”与“它”的信息传递工作，而不能达到“我”与“你”的神性交流。而以老子为代表的道家强调的就是社会角色的淡化，是对于“仁”“义”“礼”这些道德规范的淡化，《道德经》第十八章说：“故大道废焉，有仁义；智慧出焉，有大伪”，第十九章接着说：“绝圣弃智，民利百倍；绝仁弃义，民复孝慈；绝巧

弃利，盗贼无有”，第三十八章也说：“上德，无为而无不为也；上仁，为之而无以为也；上义，为之而有以为也；上礼，为之而莫之应也，则攘臂而扔之。故失道而后德，失德而后仁，失仁而后义，失义而后礼。夫礼者，忠信之薄，而乱之首也。”承袭老子的庄子在《庄子·外篇·山木第二十》中也说：“若夫万物之情，人伦之传，则不然。合则离，成则毁，廉则挫，尊则议，有为则亏，贤则谋，不肖则欺，胡可得而必乎哉？”同样在《庄子·外篇·骈拇第八》庄子以“且夫待钩绳规矩而正者，是削其性者也”，来说明了自己的“则仁义又奚连连如胶漆绳索而犹乎道德之间为哉，使天下惑也！”的观点，从这些可以窥见，以老子为代表的道家是不赞成儒家所提倡的那套维护人与人之间关系的“仁”“义”“礼”这样人为的道德准则，这些人为的规范造成了人际传播的外在化，形式化，对于人际关系愈来愈外在化，而自发自主的精神逐渐消失，仅靠一些规范来把人的思想行为定着在固定的形式中，老子的这些感言是十分沉痛的。^④正如那薇在比较庄子与海德格尔的思想后所说：“在老庄看来，仁义一旦作为什么显露出来，即‘以为有物’^⑤，把‘某某东西作为某某东西’^⑥时，仁义就成为多余的、束缚人本性的东西”^⑦。基于这种认识，

① 孙旭培：《华夏传播论》，人民出版社1997年版，第330页。

② 倪迅：《试论中国人际传播的若干特点》，收录于余也鲁、郑学檬主编：《从零开始：首届海峡两岸中国传统文化中传的探索座谈会论文集》，厦门大学出版社1994年版，第150页。

③ 王怡红：《人与人的相遇——人际传播论》，人民出版社2003年版，第5页。

④ 陈鼓应：《老子今注今译》，商务印书馆2003年版，第219页。

⑤ 《庄子·齐物论（第二）》：“古之人，其知有所至矣。恶乎至？有以为未始有物者，至矣尽矣，不可以加矣。其次以为有物矣，而未始有封也。其次以为有封焉，而未始有是非也。”

⑥ 海德格尔认为语言陈述中的综合和分解这两种结构在现象上的统一涉及的是“把某某东西作为某某东西”这种现象。

⑦ 那薇：《天籁之音 源自何方——庄子的无心之言与海德格尔的不可说之说》，商务印书馆2009年版，第56页。

在自我社会角色淡化方面，老子提出了以下两点：

1. 对君子之交的向往

“君子之交淡如水”语出自《庄子·外篇·山木第二十》：“且君子之交淡如水，小人之交甘若醴；君子淡以亲，小人甘以绝。彼无故以合者，比无故以离。”没有原因而结合在一起的朋友，必然没有分开的原因，这就是君子之交淡如水最合理的解释。也就是说“淡如水”也就是没有尊卑等级之分，没有因这些角色定位而带来的利益关系之所累，“水”这种意象是道家所崇尚的意象，不仅仅在《庄子》中有，在《道德经》中也是比比皆是，《道德经》第八章就说：“上善若水。水善利万物而不争，处众人之所恶，故几于道。”老子心中的“道”是极其模糊和抽象的，但是，如果在现实世界中选一种最接近于道的事物，那就是“几于道”的水了。因此，老子在描述“古之善为士者”的时候，才说“涣兮若冰之将释”，融合可亲啊，像冰柱消融。^①冰是水的另一种表现形式，善为士者给人带来的是春天般温暖清爽之气，既然善为士者是这样的，因此庄子才说“君子之交淡如水”。这如水的君子就应该有水一样的品性，水是什么样的品性呢？在老子那里，水的品性就是“处众人之所恶”，以及“江河之所以为百谷王者，以其善下之，故能为百谷王”，也就是说，“处下”是水的特质，这种特质放在人际传播的角度上来说，就是在传受双方不对称的传播情境中，地位高的那一方应该有自我角色弱化的意识，能够“处下”，保持一种相对平等的地位，来实现淡如水

的君子之交。也只有淡如水的君子才能部分地消解建立在社会角色和地位基础之上的价值判断和利益往来。

2. 对赤子之心的复归

虽然老子不赞成“仁”“义”“礼”，但是，他不赞成的其实是人为制定的规范，老子希望的是人与人之间发自内心的自然的仁义，依靠舆论和权威而来的仁义是非自愿的，非自然的。^②《道德经》第八章就说：“居善地，心善渊，与善仁，言善信，正善治，事善能，动善时。”“与善仁”，与人相处，要有发自内心的仁慈，这种仁慈是自然而然的发自内心，而不是儒家所提倡的“克己复礼而曰仁”那样，遵循着在礼的控制之下的仁。作为周之守藏室之史的老子，对于古代礼制应该是相当熟悉的，他完全了解礼制的弊端，对于礼制他是坚决反对的，所以才那么决绝地说：“夫礼者，忠信之薄，而乱之首。”针对这样的认识，因此老子强调的是“观心”的内向传播，他在《道德经》中第十三章中说：“宠辱若惊，贵大患若身。……何谓贵大患若身？吾所以有大患者，为吾有身也。及吾无身，吾与何患！”因此，《道德经》第十二章中才说：“是以圣人之治也，为腹不为目。故去彼而取此。”只有时常地忘记自己，观照自己的内心，重视内向传播，才能时刻审视自己的言行是不是符合内心的那个“道”是不是真诚，传者内心唯有保持“真”质，则语言自然精诚真实，才能打动人。正如《庄子·渔父》曰：“真者，精诚之至也。不精不诚，不能打动人。……真在内者，神动于外，是所以贵真也。”不过，道家认为这个“真”是人的天赋本性，是不可改变的，但是，

① 陈鼓应：《老子今注今译》，商务印书馆2003年版，第131页。

② 全冠军：《先秦诸子传播思想研究》，北京大学2005年博士论文，第190页。

却可能被遮蔽。遮蔽语言的传者与受者双方的往往是机智和知识。^① 所以,《道德经》第十九章才说:“绝圣弃智,民利百倍。”第八十一章才说:“善者不辩,辩者不善;知者不博,博者不知。”

如同前文所说的“道”不可名,但是可以以“水”来喻道一样,这里的内心的“真”也不可名,不过,同样,在老子看来,人世间也有一样事物可以用来形容这个真,那就是婴儿,所谓的“真”,在很大程度上等同于婴孩的“赤子之心”。老子在《道德经》第二十章中说:“众人熙熙,如享太牢,如春登台。我独泊兮,其未兆,如婴儿之未孩。”^② 众人都兴高采烈,好想参加丰盛的筵席,又像春天登台眺望春色。我却独个儿淡泊宁静啊,没有形迹,好像不知嬉笑的婴儿。^③ “赤子之心”的真是还不知喜怒哀乐这些人间感情的天然之真,因此,老子在《道德经》第十章中又说:“专气至柔,能婴儿乎?”想尽办法的结聚精气以致柔顺,能像婴儿的状态吗?也就是说,在与人交往中的“真诚”是为了真诚而真诚的真诚的话,那么,这也不能称之为“真”。

(二) 对于“不言”传播效果的追求

这是针对语言对于传播的限制来说的。传播离不开语言符号,上文所述的人与人之间的社会角色关系在很大程度上也是由语言塑造出来的。人际传播需要语言符号来作为信息的载体,内向传播过程中,语言符号也是我们认识自我的工具。但是,当我们在谈论着传播中的

符号、信息、意义的时候,作为人所存在的特征的意识和精神去哪里了?该如何传播呢?这也就牵涉到语词有没有意义的问题,很多人的回答当然是语词没有意义,但是,正如彼得斯在《交流的无奈——传播思想史》中所问到的那样:“倘若语词没有意识,我们在什么意义上说,人有意识呢?换句话说,意义并不需要一个生命体,语词本身就可以发射意义,就像留声机或照片能够用客观的形式包含意义一样”,“我们成为了符号寄生的宿主,就像外来的孢子一样,飘落到四面八方”^④。皮尔斯更加极端地认为:“人只不过是一个涉及一般理念的符号。”“每一个一般的理念都具有人的统一的活生生的情感。”^⑤ 如果是这样的话,那么,我们的精神本身也就是混合了血肉之躯的活生生的符号。这些振聋发聩的话语让我们感觉到了人在交流中的无奈,我们创造了符号,到最后,却成为了符号的奴隶,符号竟然成为了我们进行心灵观照的枷锁,中国有句俗话叫“一切尽在不言中”,也是看到了语言符号对于人的限制。由此,老子提出了有关于“不言”的两种观点:

1. “不言”以“坐进此道”

老子在《道德经》中也一再地强调“不言”“希言”“贵言”。老子自己也不断地体会着这种语言符号的限制,不然他自己也不会只写五千言,他在《道德经》第十九章中说:“绝圣弃智,民利百倍;绝仁弃义,民复孝慈;

① 谢清果:《道家语言传播主体的求真意向》,《民办高等教育研究》2008年第3期。

② 孩:与“咳”同。《说文》:“咳,小儿笑也;从口,亥声;孩,古文咳,从子。”

③ 陈鼓应:《老子今注今译》,商务印书馆2003年版,第154—155页。

④ [美]彼得斯(John Durham Peters):《交流的无奈——传播思想史》,何道宽译,华夏出版社2003年版,第240—241页。

⑤ 同上。

绝巧弃利，盗贼无有。此三言也，以为文，未足。”用这三句话来表达我的理想，真的是太不够了。言外之意就是，语言符号的有限性与我的思想之间的差距实在是太大了。在第三十五章中也说：“道之出言也，淡兮！其无味也。”深奥玄同的道啊，只要一说出口，就变了味道，意思也是语言实在是太有限了，无法完全表达我的道啊！所以，老子才说：“悠兮，其贵言”，“多言数穷，不如守中”，“行无为之益，不言之教”，最终达到“得意而忘言”，“无言而心悟”的境界，但是，“忘言”与“无言”就是不说话，完全不使用语言吗？答案当然是否定的，通过“忘言”和“无言”而达到“得意”的过程的含义在于对语言的超越，是人对自己存在价值的获得。在语言表述世界的问题上，道家意识到有感性之知、知性之性和悟性之知三个层面。悟性之知其实是“意义的盈余”，它并没有脱离符号承载的感性对象与知性之知，但它无疑是一种超越。道家认为人们陷于前两者太久了，或者说太在乎符号本身了，阻碍了自身精神的超脱，于是提出“不言”^①的思想，只有“忘言”“不言”才能把人从皮尔斯所说的一般理念的符号之中解脱出来。所以，道家的“忘言”“不言”是“坐进此道”，达到精神解放的一种必经的过程。

2. “不言”而“观心”

在“坐进此道”的过程中，道家所强调的不是对于语言的使用，而是时时刻刻对于自身心灵、精神和情感的观照，也就是“观心”。印度灵修大师克里希那穆提说：“当我们有一种

感觉时，我们总是喜欢为它命名，我们说它是愉快或痛苦的。但你可曾想过，如果你不命名会怎样？试试看，下一次生气时，不要为它命名，只要觉察那份感觉而不给名称，然后会怎样。”^②《庄子·应帝王》也说：“至人之用心若镜：不将，不迎，应而不藏，故能胜物不伤。”这种只是观照心灵，不为其命名的思想与老子同出一辙，老子开篇就说：“道可道，非常道，名可名，非常名。”后来在第十四章论述道为何物时又说：“视之而不见，名之曰微；听之而不闻，名之曰希；搢之而不得，名之曰夷，此三者，不可致诘，故混而为一。一者，其上不皦，其下不昧。绳绳兮！不可名，复归于无物，是谓无状之状，无物之象；是谓惚恍。迎之，不见其首；随之，不见其后。”不可名的，就是恍惚，是无状之状，无形之象，这种只能用心灵体会的境界与皮尔斯所述的“第二性”是很接近的。皮尔斯认为，第二性是无理性涉入而未经理解的经验、赤裸的事实。如果从日常理解的世界和事物中，祛除了判断、理性、持久性和规律，我们就获得了纯粹的第二性之存在状态。^③这里的第二性难以描述，如果非要描述的话，就像是震惊打破了习惯的那一刹那，以及“得意而忘言”的那一瞬间。而彼得斯在《交流的无奈——传播思想史》中提到，皮尔斯的第二性与爱默生的“物品”在原则上是一致的，爱默生说“我完全不能证明我自己感官报告的真实性”，因此，我们都是在自己迷宫中迷失的自我，但是，爱默生又说，不论怎样，总会有东西使我们清醒的，我们会被这些东西粗

① 谢清果：《道家语言传播效果的求美旨趣》，《哲学动态》2008年第3期。

② 魏超：《老庄传播思想散论》，中国轻工业出版社2010年版，第242页。

③ 邱忠善：《论皮尔斯的现象学范畴》，《南昌大学学报（人文社会科学版）》2009年第2期。

暴地唤醒却又心存感激^①，这些东西被爱默生称之为“物品”。有时，我们不得不承认，中外思想家的见解是何其相似，老子在《道德经》第十二章中也说：“五色使人目盲，五音使人耳聋，五味使人口爽，驰骋畋猎使人心发狂，难得之货使人行妨。是以圣人之治也，为腹不为目。故去彼而取此。”“为腹不为目”，观照内心，时时观照那些涌上心头的不可名的“物品”，就能在纷乱的世界中保持清醒的头脑和独立的人格，才能以至真至诚之心与他人进行交流，达到老子所希望的人际传播中求“美”的效果。

三、“心善渊”：人际传播中的“观心术”

由上述可见，老子所强调的人际传播中的“观心”与西方人际传播中的情感理论^②是不一样的，西方人际传播中的情感理论侧重于对人际传播中情感产生与传播的过程进行细致的分类，构建不同的模型，以便使人能够更有效地把握自己情感的产生、发展以及传播，从本质上来说，仍然是一种工具理性。即使是所谓的情感孤独症^③也带有一定的利己主义色彩。而老子所强调的“观心”并不是一种理论，而是一种“悟性之知”的心灵旅程，他所希求的是传播中的人心之“致真”，与传播效果之“至

美”，而不是希望在与人的明争暗斗中，运用工具技术来战胜他人。

我们被外物迷惑了很久，经常忘记了观照自己的心灵，因此，老子在《道德经》第二十七章中说：“故善人者，不善人之师；不善人者，善人之资。不贵其师，不爱其资，虽智大迷，是谓要妙。”怎样才能做到把善人当作自己的老师，把不善人当作自己的借鉴，从而做到“知人者智，自知者明”呢？这就需要与这些人交流，只是交流还不够，还需要在内部进行自我反思，所以，归根究底，谁才是我们自己的老师，答案就是自己的心灵，也就是庄子在《庄子·杂篇·庚桑楚第二十三》中所说的：“请尝言移是。是以生为本，以知为师，因以乘是非。”王谦之对此句的集解是：“此以我之生为根本，以我之心知为师。”^④时时以自己内心的真诚为标准审查自己的言行，以期做到“心善渊”，心灵像幽谷深渊里的水一样深沉安静，不辨不争，随和豁达，包容万象，因此老子在《道德经》第九章中才说：“古之善为士者，微妙玄通，深不可识。……旷兮其若谷。”这种“心善渊”的观心之状在《庄子·外篇·山木第二十》的“螳螂捕蝉黄雀在后”的寓言故事中有很好的体现，在栗子林里，庄子看“螳螂捕蝉黄雀在后”这一幕看的入神了，反而忘记了自己也身处这个寓言故事之中，因为，看守栗子园的虞人以为庄子要偷栗子，而侮辱他，

① [美] 彼得斯 (John Durham Peters):《交流的无奈——传播思想史》，何道宽译，华夏出版社2003年版，第144页。

② 这里的情感理论是指詹姆斯——兰格情感理论以及认知标签理论，详见[美] 约瑟夫·A·德维托：《人际传播教程》，余瑞祥等译，中国人民大学出版社2011年版，第189页。

③ 所谓的情感孤独症，指没有亲密的人与之分享情感。尽管一个人可能有广泛的关系网，却没有有人能够达到亲密的水平。在人际传播中，如何能够使人防止或者减少情感孤独也应该成为传播学者关注的问题。详见[美] 约瑟夫·A·德维托：《人际传播教程》，余瑞祥等译，中国人民大学出版社2011年版，第190页。

④ [清] 王谦之：《庄子集解》，陈凡整理，三秦出版社1998年版，第333页。

并拿着棍棒赶他出去，所以庄子才感慨说：“吾守形而忘身，观于浊水而迷于清渊。吾闻诸夫子（即老子）曰‘入其俗，从其俗’。今吾游与雕陵而忘吾身，异鹊感吾颡，游于栗林而忘真，栗林虞人以吾为戮。”“吾守形而忘身”，王谦之集解说：“守物形而忘己身。”“观于浊水而迷于清渊”，王谦之集解说：“知物类之逐利，而不悟己之当避嫌。”^①人们常说：“当局者迷，旁观者清”，但是老庄告诉我们，有时候我们清的只是别人的迷，而对于自己的心，如果不通过观心，依然是“观于浊水而迷于清渊”，因此，自作聪明的人往往认不清自己，对自己糊涂一些，“不自见”，“不自是”，“不自彰”，可能会对自己有更清醒的认识，因此老子才说：“众人察察，我独昏昏；众人昭昭，我独闷闷。”

这种“昏昏”，“闷闷”的“心善渊”之状是说像心中有山水，胸中有丘壑那样海纳百川地把万物都为己所有吗？并不是的，这样的认识仍能把人心放在彼岸，而观照万物，实际上，道家所寻求的“心善渊”其实是海德格尔所追求的宝石从诗人手中不断落入命运之神的深渊之中不断“弃绝”^②的过程，因此，在“心善渊”之中，所有的存在者都不含藏其中，“且夫博之不必知，辩之不必慧，圣人以断之矣”，圣人弃绝的是把学问的广博作为真知，把辩论作为智慧的世俗观念^③，心中空空似无所存，但又任凭世间万物在心的空间中进进入入，来来去去，让心真正体悟到自身的存在，而不

是他者的存在，因此，老子在《道德经》第四章中说：“渊兮，似万物之宗；湛兮，似或存。吾不知谁之子，象帝之先。”这句话难道是真的在表达老子对于天地万物的本源的探索吗？如果这样理解的话，就误解老子了。老子并不是在探求，只是表明一种状态，一种在不断“弃绝”的“忘”中所达到的让自己不知自己、不知天地、不知天地本源的无知状态。因此，这里的“吾”并非是提问者与观察者的主体，而是从始至终出离自身、敞开自身，让万物得以显现，得以澄明的“吾”，“吾”有能力让道这个名称回复到它未被说出的状态^④，但是，这样恢复到“不言”的“让”并非是处于一种无奈，而是处于“心善渊”的指引和摒弃聪明才智的决断能力，顺从“我”进入语言，和语言进入“我”的“无心之言”的“渊深”境界。

四、结语

老子的“邻国相望，鸡犬之声，民至老死，不相往来”以及庄子的“相濡以沫，不如相忘乎道术”或许只是一种美好而不现实的理想，但是，正如全冠军所言：“虽然老子的主张不合时宜，不切实际。但是他对所谓人类文明的另一面的关照、对人类社会对自然人性的戕害的揭露，对我们理解当下大众传播产业对受众的操作和异化还是很有启发意义的。”在这个脆弱

① [清]王谦之：《庄子集解》，陈凡整理，三秦出版社1998年版，第279页。

② 海德格尔所说的弃绝，并不是一种否定，而是一种转变，是指弃绝必须让自己进入的领域，即命名那个进入到词和物之间现在已经被经验到的关联的指令。

③ 那薇：《天籁之音 源自何方——庄子的无心之言与海德格尔的不可说之说》，商务印书馆2009年版，第247页。

④ 那薇：《天籁之音 源自何方——庄子的无心之言与海德格尔的不可说之说》，商务印书馆2009年版，第250页。

的星球上，人与人之间必须“相濡以沫”地生存着，但是，在这纷繁复杂的光影世界中，我们更应该不时地停下来，闭上眼睛，塞住耳朵，静静地反思自己，看看自己的心灵，是不是做到了仰不愧于天，俯不愧于地的真诚和友善。正如《道德经》第十四章所言：“孰能浊而静之，徐清？孰能安而动之，徐生？葆此道者，不欲盈。夫唯不盈，是以能敝而新成。”不必单纯盲目地追求满足自己的各种欲望，时常停下

来，静下来，听听自己内心的声音，是否真诚，是否善良。从另外一方面上来说，这不是无奈的：我们一直处在把自我作为主体对于所谓的客体语言进行命名的遮蔽之中，老子这种异于常人思维习惯的振聋发聩之言就如同伤口的破裂之痛让我们感觉到自身的存在对于我们的价值一样，他能够使我们从自我遮蔽当中显现出来，清醒过来，以“无名之朴”进入自心，游心乎万物之初。

【谢清果，厦门大学新闻传播学院教授、博士生导师；杨芳，厦门大学新闻传播学院2010级硕士生】