

从孙中山到乔布斯： 中华文明的现代传播

——“第三极文化”论丛
(2012)

黄会林 主 编
蔡晓芳 副主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

从孙中山到乔布斯： 中华文明的现代传播

——“第三极文化”论丛
(2012)

黄会林 主 编
蔡晓芳 副主编



北京师范大学出版集团
BEIJING NORMAL UNIVERSITY PUBLISHING GROUP
北京师范大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

从孙中山到乔布斯：中华文明的现代传播——“第三极文化”
论丛(2012)/黄会林主编,蔡晓芳副主编. —北京:北京师范大学出版社, 2012.8

ISBN 978-7-303-14971-1

I. ①从… II. ①黄…②蔡… III. ①传播学—影响—文化史—
研究—中国 IV. ①K203

中国版本图书馆CIP数据核字(2012)第154390号

营销中心电话 010-58802181 58805532
北师大出版社高等教育分社网 <http://gaojiao.bnup.com.cn>
电子信箱 beishida168@126.com

CONGSUNZHONGSHANDAOQIAOBUSI: ZHONGHUAWENMINGDE
XIANDAICHUANBO

出版发行: 北京师范大学出版社 www.bnup.com.cn
北京新街口外大街19号
邮政编码: 100875

印 刷: 北京中印联印务有限公司
经 销: 全国新华书店
开 本: 170 mm × 240 mm
印 张: 15.5
字 数: 300千字
版 次: 2012年8月第1版
印 次: 2012年8月第1次印刷
定 价: 30.00元

策划编辑: 王 强	责任编辑: 王 强
美术编辑: 毛 佳	装帧设计: 毛 佳
责任校对: 李 菡	责任印制: 李 啸

版权所有 侵权必究

反盗版、侵权举报电话: 010-58800697

北京读者服务部电话: 010-58808104

外埠邮购电话: 010-58808083

本书如有印装质量问题, 请与印制管理部联系调换。

印制管理部电话: 010-58800825

代序：“从孙中山到乔布斯——新媒体时代中华文明的现代传播”国际研讨会暨中国文化国际传播研究院第二届年会的发言

北京师范大学资深教授、中国文化国际传播研究院院长
黄会林

他们都被人们称为“伟人”或者“天才”，他们都是社会变革的先行者，他们说活着就是为了改变世界，他们都是一个时代的传奇。孙中山和乔布斯，这两个不同时代、不同国籍、看起来毫不相干的两个人，今天却因为我们的国际论坛走到了一起。

辛亥革命过去了整整一百年。沉重的中国从封建社会破冰起锚，航行到了1911年，一个学医的中国人——孙中山，成了革命的领航员。就在那一年，以孙中山先生为代表的革命党人发动了震惊世界的辛亥革命。他站在时代前列，率先举起反对封建专制统治的斗争旗帜，提出民族、民权、民生的三民主义政治纲领，发出“振兴中华”的呐喊，希望推动中华民族摆脱封建专制统治和外国列强侵略，跟上世界发展的步伐，跻身世界民族之林。孙中山先生带给国人全新的思考方式，让我们看到了更远、更有希望的未来，这种民族的进取心直到今天仍深深地鼓舞着我们。

时间转眼到了21世纪，世界的发展格局已被

置于信息革命的浪潮之中。融入时代，力求革新，是当前中国文化传播最主要的任务。在当今的信息时代，西方有一位引领潮流的先行者，以对信息技术发展的超凡洞察力，开启了信息终端产品的新纪元，他就是辞世不久的苹果公司总裁史蒂夫·乔布斯。乔布斯用自己独到的眼光定义了公司的风格，以凝聚无穷创意的产品，不断改变着人们的阅读方式和思考方式，成为信息时代的先驱者。

孙中山先生以卓越的眼光向西方学习借鉴；乔布斯总裁则从学生时代起就醉心于东方禅学的研究，使得西学东渐的孙中山和东学西渐的乔布斯有了对话交流的可能与必要。这便是我们此次论坛主题的缘起。

2009年我们提出的“第三极文化”建构，着眼于内外两个维度。

一百年前，孙中山先生代表的革命力量，开启了中国前所未有的社会变革；九十年来，中国共产党人作为孙中山先生开创的革命事业最坚定的支持者、最亲密的合作者、最忠实的继承者，不断实现和发展了孙中山先生和辛亥革命先驱的伟大抱负，引领中国人民取得了举世瞩目的巨大成就，谱写了中国发展的辉煌篇章。而今天，以乔布斯为首的技术先行者又在全世界范围内掀起了轰轰烈烈的技术创新，极大地改变了人们的生活方式。然而当今世界问题多多，麻烦不断，如何用更加文明的方式来加以解决？如何用历史和现实留给我们的丰厚文化遗产来推动和平、推进发展？这是摆在许多人面前的课题。这也正是提出“第三极文化”的核心要义，是“第三极文化”聚焦的重心。

“第三极文化”的理论设想，强调重视中国传统文化的梳理、汲取和扬弃，倡导在全球意识的观照下，增强自身的文化自觉与自信，致力于促进中国文化价值观、伦理观、思维方式和文化产品面向世界的传播，以求得中国不仅为世界物质文明，同时也为世界精神文明发展做出贡献。这一颇具前瞻性的文化思想，引起了社会各方广泛的关注和思考。

有数千年历史的中华文明在时代的洪流中不断演进，积累了对当今世界十分有益的文化资源。在多元文化的冲击下，中国文化如

何确立“第三极文化”的坐标？作为新的技术支撑体系下出现的媒体形态，新媒体是未来媒体发展的新趋势，它使文化与信息传播从内容到形式都已经和传统媒体时代截然不同。面对新媒体新技术的锐不可当，传统媒体将如何生存与发展？在每个人都可能成为传播媒介的今天，媒体道德与责任又该如何把握？在传播媒介发生巨变、信息泛滥和多元的状况下，如何有效地进行中国文化的国际传播？这些都是“第三极文化”建构中重要的时代性命题，都是中国文化对外传播中休戚相关的问题，也是实现我国文化复兴，并在整体意义上促进中华民族复兴的关键性节点。

中华文明积累了大量光辉、灿烂的优秀成果，并曾经为中华民族乃至整个人类社会的发展和进步做出过不可磨灭的贡献。然而，18世纪以降，特别是1840年“鸦片战争”之后，无论在中国还是在世界，中国文化的影响力日益逊于欧洲文化和美国文化。而自从新中国成立以来，尤其是中国改革开放30多年来，我国的政治、经济地位不断提高，综合国力日渐增强，人民生活水平显著提升。但是伴随着中国在世界政治、经济舞台上扮演着越来越重要角色的同时，我们不得不承认，中国文化的对外传播与中国经济的发展极不相称，中国文化的输出相对落后，中外文化传播很不对等，中国文化要成为被广泛接纳的世界主流文化，还需要经过漫长的努力过程。

党的十八届六中全会提出了建设社会主义文化强国的宏伟战略目标，指出当今世界，文化在综合国力竞争中的地位和作用更加凸显。从一百年前以孙中山为代表的革命者对近代中国的历史性影响，到今天以乔布斯为核心的新媒体对全世界的颠覆性渗透，以“第三极文化”为核心的中华文明，在全球化洪流中不断遭逢震动和裹挟。基于历史的传承与现代的发展，中华文明在时代更迭中的不断演进，是“第三极文化”强调的旨归。同时，面对现实，面对新媒体时代文化传播从技术、观念、途径到效果的全方位革新，努力将中国文化的国际影响力推向新的高度，是“第三极文化”建构中更为迫切的时代要求。

中国文化国际传播研究院致力于整合社会各界的优势资源，通

通过开展扎实、深入的学术研究和富有中国文化特色的艺术创作，把中国文化更有力地推向世界，为构建和谐的世界文化贡献力量。建院一年以来，我们召开了“第三极文化”国际传播研讨会，主办了以“looking Beijing”为代表的中美青年艺术交流与影视创作活动，开展了中国电影国际影响力的全球数据追踪与分析，启动了突出中国特色，又可被世界接受的故事片、纪录片的剧本创作并开始了中国电影国际传播年度报告“银皮书”的策划与撰写等工作。

2012年12月2日，作为本次“从孙中山到乔布斯——新媒体时代中华文明的现代传播”国际研讨会的序幕，我们与美国国家地理学会签署了战略合作谅解备忘录。美国国家地理拥有百余年历史，是当今国际出版界尤其是期刊出版、数字出版及新媒体等领域，具有巨大影响力的全球最大非盈利教育与科学机构。我们决定以“推动中国文化国际传播、促进多种文化圆融会通、构建和谐世界文化”为宗旨，邀请国内外政治、经济、传媒、文化艺术界杰出人士和人文社会科学知名学者专家，搭建高端交流平台，把中国文化放在全球化和新媒体的语境中，就上述热点问题充分研讨。通过与各方的对话、交流与“会通”，为推动中国文化的国际传播，促进人类的文明与进步做出应有的贡献。我们将继续以踏实勤勉的态度，为提升国家文化软实力，增强民族文化自觉与文化自信而奉献自己的绵薄之力。

中华民族正走在伟大的复兴之路上，而文化复兴是其中极为重要的部分。“雄关漫道真如铁、而今迈步从头越。”面对未竟的事业，我们的资源和力量还是微弱的；但面对伟大的理想，我们的热情和信心是强大的。今天暖意融融，这暖意来自于朋友们的鼓励和支持，来自于我们共同的热情和信心。信心生长春天的希望，信心凝聚奋进的力量，因为我们深爱我们的民族、深爱我们的文化、深爱我们身边的每一位亲人！

2012年4月6日

目 录

代序：“从孙中山到乔布斯——新媒体时代中华文明的现代传播”国际研讨会暨 中国文化国际传播研究院第二届年会的发言/黄会林	1
--	---

从孙中山到乔布斯：新媒体时代中华文明的现代演进

坚守民族文化本性 创造不可替代的“第三极文化”——提高中国文化 国际传播能力的必要性与迫切性/黄会林	3
信息容量媒介的革命/马未都	17
与世界对话：凸显中华民族文化的主体性及其国际传播实力/黄式宪	20
关于中外“价值观”问题的笔记/许柏林	37
中华现代文明的符号何在？/梁 玫	47
中国风格、中国气派的《音乐中国》——向国际社会传播什么样的中国 音乐文化/王耀华	65

IPAD 来了，我们还看报纸吗：新媒体时代传统媒体的生存方式

新媒体时代的文化传播：挑战与实验/熊晓鸽	73
符号的困境与哈姆雷特难题——“从孙中山到乔布斯：新媒体时代中华文明的 现代传播”研讨会发言/方 宁	81
IPAD 时代，传统杂志的生存方式/朱学东	84
寻找传统媒体的春天/杨 晖	91

IPAD 时代，我们仍然需要阅读/路海波	102
----------------------------	-----

吸引眼球就是最大的胜利吗：新媒体时代的媒体道德与责任

从《海洋》出发/张同道	107
对道德缺失的媒体要群起而攻之/曾庆瑞	112
新媒体：传播能力与媒介责任的延伸/俞虹	123
“眼球经济”与新媒体责任/索谦	131

中国电影还要“打”天下吗：新媒体时代中国文化国际传播的有效性

中国影视产业的时代振兴与传统文化资源的现代转化/贾磊磊 ..	137
影像生产·电影报国·中国形象的树立——入世以来中国电影的发展及 趋向/丁亚平	148
“全国化”与电影/张颐武	160
中国电影全球化战略与全球化传播/饶曙光	170
中国电影继续“打”出核心竞争力与影响力/王宜文	202
中国电影国际化拓展策略探析/李掖平	210

会议综述

“从孙中山到乔布斯：新媒体时代中华文明的现代传播”——中国文化 国际传播研究院第二届年会综述/蔡晓芳	227
鲲鹏展翅 扶摇万里——“从孙中山到乔布斯：新媒体时代中华文明的现代 传播”国际研讨会暨中国文化国际传播研究院第二届年会会议综述/萧薇	233

**从孙中山到乔布斯：新媒体时代
中华文明的现代演进**

坚守民族文化本性 创造不可替代的 “第三极文化”

——提高中国文化国际传播能力的必要性与迫切性

北京师范大学资深教授、中国文化国际传播研究院院长

黄会林

一、为什么开展中国文化国际传播：古老文明 式微与当代人的“精神缺钙”

拥有 5000 多年历史的中华民族创造了光辉灿烂的中国文化并曾经为世界文化和整个人类的文明与进步做出了其他文化无法企及的卓越贡献。公元前 4 世纪后，汉字就相继传入朝鲜、越南、日本等国，成为通行于这些国度的唯一公用文字以及国际间交往的通用文字。随着汉字的流传，中国的典章制度及哲学、宗教、科技、文学艺术也传播于各国，形成了具有共同文化要素的中国文化圈或东亚文化圈。^①事实上，中国文化对这些国家文化的影响至今仍然可见。此外，中国的哲学思想、科学技术曾经对欧洲文化产生过深远影响。美国传教士丁韪良曾指出，笛卡儿的以太旋涡学说与宋明关于气的学说惊人地相似，他把气论称为前笛卡儿的笛卡儿哲学，并推测笛卡儿

^① 张岱年、程宜山：《中国文化与文化论争》，232 页，北京，中国人民大学出版社，1990。

曾受到宋明哲学的影响。^① 德国古典哲学的先驱莱布尼茨高度评价中国文化和中国哲学，他的单子论在相当程度上吸收了中国哲学尤其是宋明理学的思想。法国启蒙思想家伏尔泰认为中国人“是在所有的人中最有理性的人”。他称赞孔子“卓然不以先知自诩，绝不认为自己受神的启示，他根本不传播新的宗教，不求助于魔力”。伏尔泰还仿照元曲《赵氏孤儿》编写了诗剧《中国孤儿》。^② 另外，中国古代的四大发明对欧洲社会历史的发展也起到了革命性的推动作用。正如马克思所说：“火药、指南针、印刷术——这是预告资产阶级社会到来的三大发明。火药把骑士阶层炸得粉碎，指南针打开了世界市场并建立了殖民地，而印刷术则变成新教的工具，总的来说，变成科学复兴的手段，变成对精神发展创造必要前提的最强大的杠杆。”^③

遗憾的是，在日益全球化的今天，中国文化在全世界的影响力日渐式微。20世纪90年代以来，中国经济高速发展，政治地位显著攀升，国际影响力不断扩大，在世界政治、经济舞台中扮演着越来越重要的角色。但是我们不得不承认，中国文化对外传播与中国经济的发展极不相称，中国文化的输出相对落后，中外文化传播很不对等。

随着经济社会的发展及全球化的影响，我国社会文化格局发生了深刻变化。以欧洲文化、美国文化为代表的外来文化大量涌入，加上报纸、广播、电影、电视、互联网等大众传播媒介的推波助澜，文化界、艺术界、学术界及社会各界，甚至到普通民众，在思维方式、行为方式、生活方式、价值观念、语言习惯等方面对外来文化跟风模仿日甚一日；文学、艺术创作中所谓“后现代”、“先锋派”

① 丁韪良：《笛卡儿的“以太”“旋涡”说与张载的“太虚即气说”》，载《陕西师大学报》，1982（4）。转引自张岱年、程宜山：《中国文化与文化论争》，240页，北京，中国人民大学出版社，1990。

② 张岱年、程宜山：《中国文化与文化论争》，240～241页，北京，中国人民大学出版社，1990。

③ 《马克思恩格斯全集》，47卷，427页，北京，人民出版社1979。

作品大肆泛滥；学术研究唯西方理论马首是瞻；吃洋快餐、用外国名牌、买西式家具、看欧美电影、听交响乐等，不仅成了时尚而且已经被人们当做现代社会主流生活方式而大加追捧。

“在以发达国家利益为主导的全球化规则面前，不顾客观实际，渴望强国认可，且以他人标准为准则的文化焦虑症候，从而盲目操作，甚至削足适履，误入他人的文化藩篱，成为强势文化的附庸。而强势文化容易同化并影响弱势文化的发展，甚至连强势文化衍生的流行文化也比弱势文化更容易受人青睐。弱势一方容易把强势文化预设为一种现代的、发达的、时髦的东西。而人们在享用其方便、快捷、实用的同时，也伴有价值判断的认同，其背后，实际上是弱势对强势的响应和臣服。由此而一味的妄自菲薄、随波逐流，将会在急切的文化焦虑中乱了自己的阵脚。”^①

外来文化在社会公众中的影响力远远超过了中国文化。在对光怪陆离、眼花缭乱的外来文化的追捧中，人们与中国传统文化的核心价值渐行渐远。正如有论者指出的：“我们的社会的确创造了经济奇迹，人们的财富和生活的确有了大幅度提高，文化、娱乐、消遣方式的确丰富多彩极了。但是，在这些物质的背后，心灵深处却是虚无的，这种虚无蔓延到人们精神的各个层面：个人的信仰、个体的私德与公德、怜悯之心、公民精神，等等。人们找不到心灵的归宿，整个社会因此弥漫着一种普遍的焦虑症。”^② 因精神空虚而导致焦虑，因焦虑而精神越发空虚。人的精神无所依托，心灵无所慰藉，“缺乏信仰，心灵不受任何约束；不相信未来，只相信现实的享受；不相信周围的人，只相信自己，自己就是这个世界的一切，而其余所有人或许是我们的敌人，要么是我们用以实现自己目标的工具；不相信世界上有美好的东西，一切美好的东西要么是可笑的，要么具有不可告人的目的。坚定的信仰遭到所有人的嘲笑，无所信仰则

① 仲言：《文化的定力》，载《人民日报》，2009-11-27。

② 《中国新闻周刊》：《重构中国精神》，1~2页，上海，文汇出版社，2005。

成为自豪的资本；诚实被等同于傻帽，欺骗被认为是一种才能。”^①这正是由于缺少文化自信导致民族精神不振的表现。一个缺少文化自信的民族必然是精神乏力的民族，一个精神乏力的民族注定是没有希望的民族。

在全球化的今天，具有 5000 多年悠久历史和深厚积淀的中国文化遭遇外来文化的强烈冲击，导致当代中国人普遍性的“精神缺钙”。因此，我们“应当保持自己的文化定力，坚守清醒的民族意识，坚守本土的文化自信，在外来文化铺天盖地涌入时，从容不迫、沉着应对，以丰厚的历史感和鲜明的文化底蕴，展示无可替代的文化魅力。努力争取文化交流的话语权，必须用自己气大道正的文化产品去赢得世界的尊重和认可。”

二、向世界传播什么：“第三极文化”内涵与特征

“第三极文化”是我们因应当今世界文化格局提出的一个学术概念和理论设想。地理学上用南极、北极、“第三极”（指青藏高原）指代地球上在地理位置上最具特点的三个地方，这三个地方的特点分别是最南、最北、最高。在这里，“极”有两层含义：一层指在某一范畴内部最为突出、最为典型、最有代表性，如南极在“南”这个范畴中最为突出，“南”的特点达到了极致。北极、“第三极”同样如此。“极”的另一层含义，指在一个范畴内部最为突出之外，在更宽阔的视阈和背景下，与其他范畴相比较具有非常鲜明和独立的个性、品质和特点。南极、北极、“第三极”是各自范畴内的“极”，每一极自身最突出的特点（最南、最北、最高）都是其他“极”所不具备的。也就是说，同其他“极”相比较，每一“极”都有其独立、鲜明的个性、品质和特点，这些特点使得“三极”（今后或许会发现更多的“极”）并行不悖、相映成趣，一起成为丰富多样的地理环境的组成部分。我们正是在这两层含义上借用“第三极”的概念，提出“第三极文化”的理论设想。

① 《中国新闻周刊》：《重构中国精神》，1 页，上海，文汇出版社，2005。

“第三极文化”的第一层含义是指首先要在中国文化自身系统内部进一步梳理、总结、继承和发扬其最为突出、最具特色、最有代表性的内容，这些内容成为中国文化自身范畴内的“极”。这个“极”就是几千年来中国传统文化发展变迁过程中逐步形成、确立、巩固并为人们普遍认同、自觉遵守、代代相传的核心价值和基于这些核心价值所生成和建构的民族精神，如“自强不息”、“厚德载物”、“仁义礼智信”的精神品格和道德追求；“士不可以不弘毅，任重而道远”、“先天下之忧而忧，后天下之乐而乐”的家国情怀和道义担当；“天人合一”、“和而不同”、“礼之用，和为贵”的宇宙观、人生观；“兼相爱、交相利”、“天下为公、世界大同”的人文追求等。“第三极文化”的第二层含义指，在梳理、总结、继承和发扬中国文化中最为突出、最具特色、最有代表性的内容的基础上，把中国文化放在世界文化的背景下加以观照。当今世界文化格局中，最有影响的莫过于欧洲文化和美国文化，堪称世界文化的“两极”。具有数千年传统的中国文化在其独特性、影响力和对世界文明的贡献上，足以成为欧洲文化、美国文化之外的“第三极文化”，它与欧洲文化、美国文化及所有其他文化或相互影响、相互冲突或相互吸收、相互借鉴，共同构成丰富多彩的人类文化图景。

需要指出的是，“第三极文化”借用地理学上“极”的概念，仅仅是为了形象描述当今世界文化格局中影响较大、比较有代表性的三种文化，并不意味着文化的“三极”与地理上的“三极”关系完全等同。地理上的“三极”各有特色、相互独立、互不影响，文化上的“三极”（包括世界各种文化）不是相互隔绝、相互孤立的，而是相互影响、相互作用、相互冲突或相互吸收、相互借鉴、相互融合的。另外，国际政治中也有所谓“极”的提法，如冷战时期的“两极格局”，这个“极”带有明显的对抗和斗争的含义。“第三极文化”并不是要和其他“极”对抗和斗争，而是要相互借鉴和吸收，取长补短。经济领域中也有所谓“极”的提法，如珠江三角洲、长江三角洲有时被称作我国经济的“两极”，天津滨海新区被称作“第三极”，这里的“极”是要达到或超过某种量化的经济指标以获得超

越或领先地位的意思。“第三极文化”不是要超越其他文化，而是与其他文化相互融合、相互借鉴，共同发展。

“第三极文化”的内涵就是中华民族几千年生息繁衍过程中逐步创造、积累并传承下来的文化复合体。其中最重要的内涵是，作为主导文化的儒家文化在与其他文化派别（道家、墨家、法家等）、少数民族文化及外来文化相互影响、相互作用、相互融合、相互借鉴、共存共生、共同发展的过程中，逐步形成、确立、巩固并为人们普遍认同、自觉遵守、代代相传的核心价值和基于这些核心价值所生成的民族精神。这主要体现在以下几个方面：

第一，尊重和维护人的价值之人文精神。欧洲文艺复兴时期倡导的人文精神对世界文化产生了深远的影响。但实际上，早在 2000 多年前，中国古代思想家的论述中就已经闪烁着人文精神的光芒，如《孝经·圣治》中，“天地之性，人为贵”。人是天地宇宙中“最贵者”，人的尊严、价值被看做头等大事，必须加以维护。乃至传承至今的“不降其志，不辱其身”（《论语·微子》）、“三军可夺帅也，匹夫不可夺志也”（《论语·子罕》）等经典，无不高扬着人的尊严高于生命的价值取向。

第二，标举“君子为上”的道德品格、精神气节，指向人的道德情感和道德意识。中国传统文化所强调的、至今依然具有生命力的道德情感和道德意识，首先强调个人的道德品格、精神气节，如《易经》中的：“天行健，君子以自强不息”（《周易·乾·象》），“地势坤，君子以厚德载物”（《周易·坤·象》）。再如《论语》所记，“己所不欲，勿施于人”（《论语·颜渊》）；孟子所说：“富贵不能淫，贫贱不能移，威武不能屈。”（《孟子·滕文公下》）等格言，深刻地揭示出中国人自古以来的精神追求。另外，人的道德情感和道德意识也包括按照伦理准则为人处世，如《论语》中所说，“君子敬而无失，与人恭而有礼。四海之内，皆兄弟也”（《论语·颜渊》）。孟子所说，“恻隐之心，人皆有之；羞恶之心，人皆有之；恭敬之心，人皆有之；是非之心，人皆有之”（《孟子·梁惠王上》），等等，在当今纷乱的世界中具有重要的现实意义。