

跨文化传播视域下中国传统 共通性理论的当代阐释

王 鑫 李麟学

【摘 要】中国传统经典理论关于共通性问题的讨论,涉及从感性到理性、从本能到伦理、从文学批评到跨文化对话等多个方面,这为人类在共理、共识、共感等方面建立更多交流的路向提供理论基础,也有助于进一步增强中华文明传播力影响力。基于中国传统理论创造性转化和当代意蕴阐释,在“审美共通感—知音说—‘理、事、情’逻辑—‘真、善、美、适、神’体系”这一共通性理论脉络中,建立孟子、刘勰、叶燮以及钱穆之间跨越时空的理论对话,从生理到人性,从文艺到社会,从世间理、事、情到宇宙观、人生观,在传播和接受双重视角探寻不同文明之间交流的现实与可能。通过引入中国传统理论,也丰富和拓展了跨文化传播的理论资源 and 实践进路。

【关键词】中国传统理论;共通性;跨文化传播

【作者简介】王鑫,同济大学艺术与传媒学院特聘教授、博士生导师;李麟学,同济大学艺术与传媒学院院长,特聘教授、博士生导师(上海 200092)。

【原文出处】《江西社会科学》(南昌),2023.2.22~30

【基金项目】中央高校基本科研业务费专项基金资助项目“世界秩序实践与想象下中国话语国际传播新范式与新路径研究”(22120220300)。

拓展跨文化传播的理论基础,有助于在实践层面上进一步深化和开阔传播范式与路径。增强中华文明传播力影响力,一个很重要的方面是转换问题,也即如何实现中国式向世界性的转变、特殊性向普遍性的转换、民族性向人类性的转化,这是中华文明能否实现与“多彩文明”交流并进行有效传播的关键。因此,需要建立以人类共生价值为基点,辐射人类相遇相知的内容,搁置分歧和争议,找寻人类美好、互惠生活的可能。支撑共同生活和存在的人类命运共同体结构;并以人类共通情感为纽带,连接人类情感上的共情和共鸣,激活人类共通的情绪价值;同时要以人类共识判断为依据,在解决相同困境和难题时,提供能够超越局限的应对方案和策略,在互惠性交流与理解中使不同国家和地区更了解中华文化。这是增强中华文明传播力影响力的应有之义,

也内在要求如何在跨学科的理论资源和对中国传统理论当代阐释中寻找与“多彩文明”沟通的理论基础与可行性路径。近些年来,国际传播研究成果多集中在对存在问题提出优化路径上,或是对当前国家国际传播战略政策解读和问题讨论方面,还有从区域、国别探讨差异化的国际传播策略,这些研究具有较强的实践意义和现实观照,但在多学科基础理论供给国际传播研究上,还显不足。特别是如何从与世界和人类的普遍性、共通性方面建立关联,找到中华文化的叙事维度和解释方式,并从学理层面阐释与总结,仍需进一步研究。基于此,本文从中国传统理论中的共通性问题入手,通过对孟子、刘勰、叶燮、钱穆等不同时代思想理论家的文本细读和阐释,探寻中国传统经典理论在中华文明跨文化传播中的现实意义和理论张力,重新发掘和释放中国经典理论

的现代意义。

一、孟子基于生理与人性的共通感理论：跨文化沟通的基础与现实

审美共通感是中国传统经典美学理论中的重要命题之一，它指向不同个体对审美对象的共情感知和共同判断，其思想来源于孟子的生理和人性的共通观。对于中华文明跨文化传播研究而言，这一理论颇有启发意义：能否基于审美共通实现跨文化之间的交流与对话，拓展中华文明与“多彩文明”之间连接的通道和维度，为传播实践提供可行性路径。^[1]

孟子思想中关于生理共通的论述是这个命题的理论基础，也提供了关于审美共通感的经典阐释。孟子说：“至于味，天下期于易牙，是天下之口相似也。惟耳亦然，至于声，天下期于师旷，是天下之耳相似也。惟目亦然，至于子都，天下莫不知其姣也，不知子都之姣者，无目者也。故曰，口之于味也有同嗜焉；耳之于声也有同听焉；目之于色也有同美焉。”^[2]（《告子上》，P238）孟子在这里列举的易牙、师旷和子都，分别是天下人公认的厨师、乐师和美男子。为什么天下人认为，美味可期于易牙，美乐可期于师旷，美颜可期于子都？在孟子看来，天下人的口、耳、目是一样的，这是人共有的生理感官。同类相感，故能对味道、声音和形色有共同的感知和判断。正如陈望衡所言：“孟子认为，人的生理感觉：视觉、听觉、味觉等是相似的，由此他推论出人对于声色有共同的美感。”^[3]（P141）生理感官是人作为一种存在共有的身体结构，具有先天的一致性或相近性，人类对美的事物的感知，虽然依凭感官直接获得，但具有一定的普遍性。孟子所言的“天下”，即是强调一种普遍性和共同性，而这种普遍性实现的前提就是人的生理感官。由于社会的发展，人们在文化偏好上会产生一定的差别，甚至是政治意识形态上的隔阂，但因为生理上的共同和共通，人才会在生活、审美和艺术的判断上超越其他的分歧和隔阂，形成对世界共情的感受。美的味道让人喜悦，美的声音让人愉快，美的颜色让人愉悦，这种感知从一般意义上讲，是直接而可靠的。孟子提出的人具备生理上的共通感，意在

为君王实施仁政提供思想基础，即生理共通可以超越政治和阶层的局限，实现君王“与民同乐”。如果进一步延伸，基于生理共通而达到的感知上的共通，不只是超越阶层，也能超越地域和空间，实现主体间跨文化上的共通。孟子这一思想可贵之处在于，从最基础和普遍的感觉意义上建立了人类沟通的可能性。正如“以食为媒”，人们对食物的生理感知与口腹之乐，也推进了文化与文明的传播，“大流动将不同民族和地域的人的口味带到世界各地，把世界其他地方的口味变成熟悉的乡味”，“作为文化历史经验与现实经验的焦点，‘共食者’的身份为食物的跨文化传播提供了更加坚实的‘共情’基础”。^[4]而“以美为媒”，色彩、形式、声音、节奏等通过视觉和听觉使人产生的普遍一致的感受和状态，则是共通的美感。

生理和身体产生的有关美丑好恶的价值判断以及基于感同身受而生的悲欣之情，确立了人类沟通得以展开的一种维度，这种共通构成了审美表现和接受的前提。由此可见，人类文明和文化的传播和交流，既存在需要的必然性，也存在行动的可能性，因为人类有着共同的生理基础，具备可以感知事物的共通能力。以“口之于味”为例，虽然饮食文化存在不同文明间的差异，但是食物流通在很大程度上依据生理基础而实现“感觉共通”，并在流动的过程中成为人类文明融通的重要一环，正如麦当劳遍布全球也将美国文明的麦当劳化特征传遍世界一样。生理共通不仅诠释了交流的可能性与必然性，也为如何可能提供方向：首先，传播内容要做到悦耳悦目，从感官上能够使接受者感到愉快，产生情感连接。在这一点上，也不要忽略主体间的创伤与痛感连接。其次，充分考虑文明传播的物质向度，也要把制度性、精神性、思理性内容以具体可见、可听、可触的形态呈现出来。

生理感官的共通使中华文明的传播在悦耳悦目层面上实现了交流的可能性，那么在心灵上有没有共通的内容？孟子说：“至于心，独无所同然乎？心之所同然者何也？谓理也，义也。圣人先得我心之所同然耳，故理义之悦我心犹刍豢之悦我

口。”^[12](《告子上》,P238)至于“心”,就没有共同需要、共同接受的东西吗?孟子给出的答案就是理和义,也即公理和正义等。“理”和“义”使人内心产生的愉悦,就像美味佳肴能够使人产生愉快的心情一样。这就从传播和交流的悦耳悦目层面进入悦心悦意层面,不仅是生理和感觉的共通,也是人性中“善”的体现,在伦理和价值的维度上实现了共通。“人皆有不忍人之心。……由是观之,无恻隐之心非人也,无羞恶之心非人也,无辞让之心非人也,无是非之心非人也。恻隐之心,仁之端也;羞恶之心,义之端也;辞让之心,礼之端也;是非之心,智之端也。”^[12](《公孙丑上》,P72)同情怜悯之心、羞耻好恶之心、谦虚礼敬之心、是非善恶之心,人皆有之,这是人性共通之处。一个人能够在古今中外的文学作品中感到愤怒、悲伤、欣喜,人类能够从遥远的哭声中感到心痛,都是因为心同此心,理同此理。人类对公理和正义的寻求,也是人性中“善”的回应,“在文化多样性和复杂性的情况下,人世间存在基本的共同价值,我们与他者之间保持着近乎出于本能的尊重、敬畏和关怀,这也是跨文化传播中强调的感知和共情(empathy,也译作‘移情’)的价值所在”^[15]。就像美国好莱坞电影中总会设计一些直抵情感柔软之处的桥段,这种设计在各种文化中畅行的一个重要的原因就是人类的精神和情感世界中始终存在着超越其他限制的共通感觉和情感结构。两千年之后的美国传媒学者彼得斯的问题,“我们能不能真诚而宽厚地拥抱”,也许在孟子那里可以找到某种乐观的确认。^[16]不过,人人都“应有”,仍是一种应然状态,将应然变成实然,还需要历史沉淀和形构典范性来达成共识。

文化传播和交流的实效在于个体对异文化的认识、了解和尊重,共通感则提供了逻辑前提。真、善、美作为价值追求也并非放之四海而皆准,仍需要在一定的历史和语境中去考察,但是至少与不可通约的问题相比,能够在更大范围获得普遍性的认同,这也是人类基于审美共通感建立传达、交流和接受的必然性。“人类命运共同体”概念中也包含人类共通的情感维度,从孟子的共通感这一命题出发,有助于

找到更多人类情感连接的部分,发掘共通感在中华文明与“多彩文明”融通中的学理意义,也为传播实践拓展了思路。

二、刘勰文艺与社会接受的“知音说”:跨文化交流中存在的问题与可能

孟子的共通感理论启发了文化传播和接受的可能性,揭示了两个心灵得以沟通的生理和伦理基础。不过在具体实践中,想要实现跨文化传播与交流,建立主体间有效的沟通,并不容易。魏晋时期杰出的文艺理论家刘勰在《文心雕龙》中说:“知音其难哉!音实难知,知实难逢,逢其知音,千载其一乎!”^[17](卷十《知音》,P713)这是两个心灵共通的问题,也是一个文学交流的问题。如果说孟子是从生理和伦理方面讨论共通感的问题,刘勰的“知音说”则是从文艺和社会的层面上展开。他认为作者(传播者)与读者(接受者)之间的沟通,如果想要知晓对方的情感、心意和志神,并能相通,像伯牙与子期高山流水般的知音那样,非常困难,“千载其一”。刘勰的“知音说”,从文学接受的角度谈共通性问题,提出了心灵共通难以实现的困境,同样触及交流问题的核心:一般来讲,读者往往对于文本或叙述有不同“期待视域”,并存在接受心态、接受意向上的差异,这就造成了主观或者客观上的误读与偏见。对于传播实践而言,解码过程同样与受众的观念、态度、能力等有关,两者异曲同工。

刘勰的“知音说”不仅指出了作者(传播者)与读者(接受者)文本接受过程中的共通困境,还对其产生的原因进行了分析。刘勰认为:“夫古来知音。多贱同而思古。”^[17](卷十《知音》,P713)除了“贵古贱今”之外,还存在“文人相轻”“崇己抑人”“信伪迷真”“知多偏好”等问题,这是造成“音实难知,知实难逢”的原因,也是困境的表现。从接受者的角度看,这些原因大抵受到主观方面的意愿、心态、能力的影响。虽然刘勰针对的是文学传播与接受,但是这些问题在国际传播中以某种“变形”的方式同样存在,比如“贵大贱小”,即文化传播双方存在发达国家与发展中国家的区别,发达国家和地区的受众在心态上容易“崇己抑人”,

甚至以奇观化心理来对待他者文化；而在大国之间，也存在“相轻”的情况，特别是受民族主义情绪的影响，大国之间言论“挤兑”尤为明显，使交流陷入“相轻相抑”的境地；此外，由于受众存在刻板印象，并且固守“首因效应”，缺乏对不同文化的学习和了解，特别是媒体报道制造了某种“想象的真实”，就会产生“信伪迷真”，使接受偏离了传播的“初衷”。受众通常基于个人经验进行“交流”，千差万别的个体存在着丰富而独特的个人经验，将个人的“偏见”和“私心”放在交流之中，使交流陷入困境是难以避免的事情。比如，讲好中国故事的国际传播策略总会引起“他者”对中国秉持和合之意的交流和讲述产生戒备甚至是敌意。此外，如英国广播公司一些涉华纪录片，由于导演或者制作人自身的好恶和臆断，特别是意识形态上的偏见，导致在拍摄中进行了选择和“过滤”，结果难以客观地呈现事实以及中国形象。

虽然存在交流和接受的困境，但是刘勰并未停留在交流的无奈或者不可实现的惋惜中，而是对如何改变提出了思路。刘勰说：“凡操千曲而后晓声，观千剑而后识器；故圆照之象，务先博观。阅乔岳以形培塿，酌沧波以喻畎浍，无私于轻重，不偏于憎爱，然后能平理若衡，照辞如镜矣。”^[7]（卷十《知音》，P714-715）“晓”，是通晓和明白；“识”是鉴别和判断。弹奏千首曲子，自然能够听懂音乐；看过千把宝剑，就能够鉴别兵器。这表明作者（传播者）与读者（接受者）之间要建立共通的理解，第一，需要一个积累过程，不仅是时间的积累，也是经验和视野的积累，“务先博观”。博观可致了解，看得多，自然就不会“少见多怪”，可以避免奇观化；“操千曲”和“观千剑”，只有在不断地相遇和交流中，才能在判断和理解上实现共通和“懂得”。这也提示，良好的传播心态是必要的，缓行而渐入，才能“润物无声”。第二，需要一个由浅入深、由直观到抽象、由可感到可解的过程，才能从“看热闹”到“看门道”的提升。对于接受者来讲，对传播的内容有兴趣，并且有了解的意愿和行动，经过不断地积累才能对内容有所辨识，辨识之后而觉察。这也是笔者一直致力于中华文明传播的物质性研究的原

因，对器物的把玩、对食物的品味、对日常可用之物的反复使用，才能体会、感受和理解隐匿在物质文化中的观念、思维。因此，增进中华文明传播力影响力，要做好物质性议题的开掘和发现，并找到可用之物作为传播载体。第三，需要一个客观和尊重的心态。“无私于轻重，不偏于憎爱，然后能平理若衡，照辞如镜矣。”张少康认为：“刘勰指出由于批评者的主观和无知，往往会埋没许多优秀的作品，同时批评者常常因为自己的好恶而不能对文学作品作出客观的实事求是的评价。”^[8]（P217）不受私心干扰地评价作品的分量，不受个人憎爱而生偏颇之心，之后才能客观公正地衡量，客观真实地显现，就像镜子一样。刘勰在这里构筑了一个相对理想的沟通情境，并且假定了完美的接受者，但是对受众来讲，是很难去除加达默尔所谓的“前见”的。

跨文化传播也需要规避“前见”，通过对刘勰“知音说”的当代阐释，可获得一些启发。首先，“披文入情”，在普惠性和人“情”化中，讲述中国故事。曾经的李子柒和木匠爷爷，以无言的日常生活吸引并受到世界上不同国家和民族的受众的欣赏和喜欢，在个体与个体相遇中，找到了心灵沟通的契机和可能。这种交流，不需要具体的语言和面对面的讲述，举手投足、“一招一式”中就是心灵的外化，因此，行“不言”之“讲”，做“不说”之“传”，往往会有意想不到的效果。第二，以“默化”“涵化”和“润化”的方式，在“默会意象之表”中，把故事讲清楚、把内容讲好。前面提到的食物，就是很好的物质载体。它不断与人们在日常生活中相遇，食物的食材、调料、烹饪方式都浸润了文化的内容，食物虽然什么都没说，却讲了一个故事。第三，在相互尊重的心态和相互认知的过程中，去除各自的刻板印象，感受不同文明的魅力。对于不同文化的接受，需要一个认识、了解、揣摩、会意、懂得的过程，期间也会遇到质疑、反诘、批评和拒绝等。在跨文化交流过程中，平等和尊重是前提，单一的否定或者拒绝都是狭隘和局促，不利于传播与接受。这也表明跨文化沟通存在一个先决条件，即传播仍旧是心灵与心灵的碰撞、个体与个体的

相遇。传播与交流的最终落脚点,仍旧是一个个具体而鲜活的人。大而化之的理论和概念无法抹杀个体在接受意愿、接受能力、接受态度上的差别。“两个心灵如何能够知道一件事物?”这需要在共通性中进行持续不断的探究。刘勰虽是谈及文学中的批评和接受问题,但同样触及文化传播的实质,为思考当下中华文明传播问题提供灵感。

三、叶燮的“理、事、情”:桥接不同文化内容与叙事的关键

建构主义的路径对于中华文明传播至关重要,找到不同文化沟通的契合点和共通之处,并且以此为基础,建立更宽泛的可交流的内容,才能增强文明传播力影响力。清代初期著名文学理论家叶燮在《原诗》中提到文学创作的“理、事、情”三个维度,为跨文化沟通的内容和叙事提供了可借鉴的思路。叶燮的《原诗》,是继《文心雕龙》之后,又一部理论性、系统性文艺理论著作。在《原诗》中,叶燮提到诗文创作一个非常重要的观点,即“理、事、情”三要素。尽管叶燮的理论着重阐释文学创作方面的有关问题,但是对于跨文化沟通的内容和叙事有重要的启发。相较于孟子和刘勰从生理、人性、艺术和社会的基础展开共通性的讨论,叶燮的理论则从世间的理、事、情入手,为共通性内容方面提供了启发。

叶燮认为:“曰理、曰事、曰情,此三言者足以穷尽万有之变态。凡形形色色,音声状貌,举不能越乎此。此举在物者而为言,而无一物之或能去此者也。”^{[9](《内篇》下, P23)}在叶燮看来,理、事、情三者可穷尽万千事物之形态,天地万物的构成不能脱离三者。“曰理、曰事、曰情三语,大而乾坤以之定位、日月以之运行,以至一草一木一飞一走,三者缺一,则不成物。”^{[9](《内篇》下, P21)}理、事、情三个方面,与天地、万物、人事相通,缺一不可:事物的内在之理,在具体的事情当中显现,事情(故事)的讲述和延展又涉及情感、情绪等。因此,理、事、情是交织在一起的,共同构成跨文化叙事和文明传播的内容基础。叶燮说:“先揆乎其理,揆之于理而不谬,则理得。次征诸事,征之于事而不悖,则事得。终絮诸情,絮之于情而可通,则

情得。三者得而不可易,则自然之法立。故法者,当乎理,确乎事,酌乎情,为三者之平准,而无所自为法也。”^{[9](《内篇》下, P20)}首先考量的是理,其理不误,理就有了;其次,要呈现各种各样的事,事情展现正确无误,则事就对了;最后是激起情感,情感被整理通顺了,则情就到了。三者都做到不容易,如果做到则自然之法就确立了。这里所谓的法,是道理得当、事情准确、情感平衡。叶燮是中国古代文学艺术理论的集大成者,他提出的理、事、情三个方面,把创作和接受关联起来,人所共通的内容不外乎相通之理、相近之事、相悦之情三个方面,这也是主体间得以建立可沟通内容的三个维度。诗文要有理、事、情;世间之种种,也在理、事、情。理、事、情是一把钥匙,打开作者与读者沟通之门,也或能打开跨文化沟通之门。依靠这把钥匙,就可以找到不同文化沟通中的相似之理、共通之理、可解之理,然后依靠具体的故事、具体的事物,深入人心、激发情感,从情感和情绪上打动人、吸引人。通过耳目之悦、心意之悦、志神之悦,实现跨文化之间的有机交流。虽然叶燮是从文学和诗歌创作的角度提出“理、事、情”,但在跨文化传播过程中,无论是文学艺术,还是新闻叙事,都离不开这三点,这也是跨文化沟通的契机和焦点。

“理、事、情”体现人类共通性内容,那么“理、事、情”具体指的是什么?叶燮将之概括为:“譬之一木一草,其能发生者,理也。其既发生,则事也。既发生之后,夭矫滋植,情状万千,咸有自得之趣,则情也。”^{[9](《内篇》下, P21)}引申来讲,这里的理,是符合大道规律的理,及至自然、社会、人心之理;这里的事,是理灌注之后而存在的具体的事情;事情发生,使人体体会到各种情感和情绪,构成普遍的共感和共鸣,就是“情”,是可以被人直接感受和感知的。理可分道理、事理、情理;事可有人事、世事、情事;情可有人情、世情、感情:这三者之间相互缠绕、相互融贯、相互沟通。讲理、说理要依托具体的事;讲故事如果没有情绪的激发和情感的共鸣,事也就乏味和单薄;缺乏事理的情感,情也会苍白无力。这些内容,并不会因时空转换而有根本性的变化,作为人类生活基底共有

的部分,四海相通,成为沟通中外文化的“一把钥匙”。

文化传播与故事讲述,需要从人类文明发展和日常生活中找到可以对话和交流的部分,在一来一去的主体间互动,在民族内部形成连接,也在不同文化中被欣赏和接受。笔者得益于叶燮理论的启发,在《寻找沟通中西方观众的“理、事、情”》一文中认为,正是具有跨时空的共通性,使杜甫和他的诗不仅属于中国,也成为世界的和人类的。“这个‘理’,不会因为肤色、人种、民族、国家的差异就有所不同。杜甫一生所为之事,大多是在困顿中坚持、于险阻中奔波、在无望中努力,他的诗歌中始终充满了对人间疾苦的关切,对山河的热爱,对家国的心愿,虽沉郁凝重,但神思飞扬,创造了一个自由且丰沛的情感世界。”这个世界并没有因为历史的远去和时代的更迭而有任何削减,仍旧给予人丰富的审美体验和珍贵的价值认同。“杜甫既活在历史中,也活在当下;既活在中国,也活在世界。”^[10]这也提示我们:一些具有典型意义的“理、事、情”,具有超越性和普遍性,较为容易形成人类跨文化的共通的理解。对于辽宁省博物馆“山高水长:唐宋八大家”的展览,笔者在接受专访时亦提出,跨越时空对话的密码在于“理、事、情”,这种跨越千年的情感和人情并没有因为时空的转换发生根本性的改变,存在于唐宋八大家诗文中的“理、事、情”,成为民族文化基因,即使千年之后,人们依然可以感受和体恤到这种相似性、相关性和相通性。^[11]

跨文化的沟通和互动,需要寻找中外共通的理、事、情,使其成为讲述中国故事的具体内容。这不仅是传播和交流的基础,也会提升向世界说明中国的层次和境界。除了理、事、情,还有一点不能忽略,就是“境”。“境”,是语境也是情境。毕竟“多彩文明”既有共通性也有特殊性,历史和语境是构成特殊性的重要原因。因此,除了“理、事、情”三个核心部分外,还有一个“境”,形成“中国道理—中国故事—中国情感—世界语境”相连接的传播思路。整合中国文化深层观念和现实经验,统摄“故事”和“情感”,并从“理—事—情—境”的角度发掘人类共通的部分,

在悦耳悦目—悦心悦意—悦志悦神中,实现中华文明传播的进阶和拓展。

四、钱穆的“五维价值域”:跨文化传播可沟通的理论基底与线索

笔者曾在文章中提到用钱穆的“五维价值域”来疏解国际传播的困境。^①“五维价值域”是笔者对钱穆在《适与神》一文中提到的“真、善、美、适、神”的归纳,并将“五维价值域”作为寻找建立中外文化共通性的理论基底。从孟子到叶燮,关于共通性的讨论是一场跨越时空的理论对话,从生理、人性到艺术、社会,再到世间的理、事、情,而至钱穆,则进入沟通中西方宇宙观和人生观的问题上来,共通性问题的广度和深度进一步拓展。

晚清至民国,很多学者探讨中西方文化的差异,引入思考中华文明的“他者”视角,并在重估和重识中华文明价值的过程中,找到两者的共通之处。对中国哲学和文化制度史谙熟于心的钱穆,站在中西方哲学对比的角度,从真、善、美、适、神五个维度,来沟通中西方人的宇宙观和价值观,笔者将之概括为“五维价值域”。钱穆是从宇宙观和人生观的视角,来考察中西方文明共通性与差异性问题的。

钱穆并没有在他的《适与神》一文中重点论及真、善、美这三个维度,而是着重论述“适”与“神”。钱穆认为:“西方人列举真善美三个价值观念,认为是宇宙间三大范畴,并悬为人生向往的三大标的。这一观念,现在几已成为世界性的普遍观念了。”^{[12][P10]}钱穆却指出了真、善、美三大观念的局限,认为其“并不能包括尽人生的一切”,“有一些容易引人走入歧途的所在”,同时“中国传统的宇宙观与人生观,亦与此真善美三范畴论有多少出入处”。^{[12][P10]}钱穆说,德人 Bernhard Bavink(巴文克)主张于真善美三个范畴之外,再加适合和神圣之两项。巴文克的配列是:科学真、道德善、艺术美、工技适、宗教神。^{[12][P10]}按照这个逻辑,真、善、美、适、神五个价值域就都有了合适的配置。钱穆重点论述适合与神圣两个方面,认为西方传统的真、善、美三个价值域与中国的宇宙观和

人生观是有分歧的,但是增加“适合”与“神圣”,“更易接近相融会”^{[12](P11)}。巴文克引入“适”的价值,“本来专指人类对自然物质所加的种种工业技术言”^{[12](P11)},钱穆认为这一范畴可以引申,不只是人类技术生产,诸如文化制度生产和创造,都应该纳入“适”的价值领域。西方偏重技术生产可以引入“适”的价值领域,中国偏重人文社会的发明和创造,因此,也可引入“适”的价值领域,前者侧重于改造自然,后者侧重于社会和人生现实,“儒家的所谓时,道家的所谓因,均可与巴氏之所谓适,意趣相通”^{[12](P11)}。经过这样的逻辑转换,作为价值理念的“适”指向人类生活的现实性和相对性,将“适”与真、善、美融会贯通,“则我们对宇宙人生的种种看法,就会容易透进一个新境界”。西方价值观念中的真、善、美具有永恒性,是超越人生的,是至上的。但恰是在人生之中才有真、善、美,“本是人心之产物”,因此西方文明中那种纯粹的宇宙观和真理性,在钱穆看来是有局限的。其实,现代西方学者已经对真、善、美超越性和无条件性进行了较大的修正,认为真、善、美是有限的、语境化的和相对性的,不能放之四海而皆准,这与钱穆的批评异曲同工。“把适字的价值观渗进旧有的真善美的价值观里面去,于是主观即成为客观,相对即成为绝对,当下即便是终极,矛盾即成为和合。”^{[12](P15)}西方的宇宙观和人生观因为引入了“适”,兼有永恒性和具体性、超越性和世俗性的双重特质,这种矛盾和辩证以及相互转换,又很符合中国的阴阳观念。钱穆在中西方宇宙观和人生观方面的阐释,为中西方观念上的共通奠定了基础。

“适”的基本意和引申之意更侧重人生的现实,钱穆又阐释了第五价值域“神”,增加其神圣性和终极性。中国虽然没有西方意义上的宗教,但是有“神”。这个神,在庄子那里可能是自然^[13];在孔子那里,神是模糊的,是祭如在的,但是孔子将此神迹称作“性”^[14]。钱穆认为,中国人把一个自然一个“性”字,尊之为神,正是唯物而唯神。巴文克并不是在旧宗教里找旧观念和旧信仰,而是“分析了近代科学之

总成绩,到底仍为整个宇宙恭而敬之地加送了一个神字的尊号……他也正是一个唯物而唯神的信仰者”^{[12](P17)}。在这个意义上,钱穆再次找到了中西方观念和思想的相合之处,即唯物而唯神。中国传统文化中很少讲“美”和“真”但是讲“自然”。^②“清水出芙蓉,天然去雕饰”,这是自然之美;“一语天然万古新,豪华落尽见真纯”,是讲自然之真。一个“自然”,就统摄了“美”和“真”。技巧高妙,则为“鬼斧神工”;用词独到,就是“神来之笔”。总之,“自然”和“神”是艺术和美的最高处,真和美也就与神地位相同,可以并列。“宇宙整个是一个真,是一个美,同时又还是一个善”,钱穆认为,“尽人之性以尽物之性而赞天地之化育”,“一个善字,弥纶了全宇宙”,“则善字自然要成为中国人的宇宙观中的第一个价值领域了”。^{[12](P19)}由此可见,钱穆论证的中西方文明沟通的三维价值域就清晰了。“真善美实在已扼要括尽了宇宙统体之诸德,加上一个适字,是引而近之,使人当下即是。加上一个神字,是推而远之,使人鸢飞鱼跃。”^{[12](P19)}其中“适”给人以当下即可用的生活,“神”则给人以可仰视的超越。中西方宇宙观与人生观因此也就有了共通之处。中西方文明的真、善、美都具有宇宙性,因此,钱穆认为三维价值域是可以超越文化、民族和国别之局囿,进入人心之共通之所。钱穆的三维价值域的论述,为中西方在价值观和宇宙观层面提供了理论基础。他认为,在真善美之外,加入“适”与“神”,既可以弥补真、善、美价值域无法包括的内容,也纠正了真、善、美的偏颇之处。

中西方跨文化沟通,元论是自我叙述还是他者叙事,真、善、美、适、神的三维价值域涵盖人类生活的诸种形态。求真,以求客观、平等、真实和实事求是。评价和判断尽可能考虑语境和历史,才能体恤和理解。求善,是人的天性、礼法和公正。正如歌德所说,世界上有两种和平力量:正义和礼法。求美,是人的感情的丰沛、情感的具象显现,是心灵的自由和适意。求适,是以最小之力实现效益最大,四两拨千斤,不仅涉及技术的完善,也涉及文化体制的完善,前者偏重于西方,后者偏重于东方。求神,是神

圣,更是真、美的神性,也是善的神性,实际上就是高处和高妙。无论是对于内容还是叙事,都应该从这几个方面寻求突破,才有可能探寻文明沟通中更多的相似性和相关性,推进不同文化与文明之间交流的进程和深度。真、善、美、适、神,是人类文明的基底,也是围绕五个方面具体的线索和路径。前面提到的孟子、刘勰,最后也将交流的方向汇聚在伦理和社会层面:在共同的精神与道德指引中的交流才是至关重要的交流,也是根本性的交流。真、善、美等问题虽然也带有历史的局限性,但是至少与不可通约的问题相比,更能够在最广大的范围上,获得普遍性的认同。

五、结语

从孟子至钱穆,在巨大的时间跨度上,可见中国传统共通性议题从生理到人性、从艺术到社会、从世间理、事、情到宇宙观及人生观的转换与对话,勾勒出中国传统理论中关于共通性讨论的谱系和脉络。这不仅为中华文明与“多彩文明”的交流提供理论基础,也拓宽了文明融通与互鉴的内容和路径。通过对中华传统理论的挖掘和当代阐释,一方面把跨越时空、超越国度、具有当代价值的传统理论激活;另一方面,也为传播学提供跨学科理论资源和本土理论资源,拓宽中华文明传播的议程和路径。加快构建中国叙事体系,增强中华文明传播力影响力是重要的国家战略,也是历史发展赋予的时代命题。这里暗含了三重任务:第一,中国传统理论的现代意蕴和转换,充分发掘传统文化和经典理论的价值,形成中华文化和中国传统经典理论与当代的对话,激活传统文化和理论的价值。第二,中国传统文化与经典理论的内涵发掘,在中西方文化和理论比较研究中,找到可交流的内容和维度,构成与西方文化及理论的对话。第三,探寻中西方文化沟通的可能性与可行性路径。这三重任务要求跨文化传播研究或者对外传播研究,需超越传播学视野,在哲学、历史、文学、美学、艺术、经济、社会等领域展开,汲取多学科资源,为跨文化传播建构可供讨论的理论空间。

此外,还需要在理论阐释层面、实践操作层面,以及两者交叉的部分形成发力点。本文从中国传统经典理论出发,发掘人类文明价值共通的概念和话语,从“理论—实践”维度上夯实中国话语国际传播的基础,为更好地向世界说明中国贡献一些基础性的思考,也是对上述任务的一种回应。

注释:

①参见王鑫《从自我陈述到他者叙事:中国题材纪录片国际传播的困境与契机》(《现代传播》2018年第8期)。

②关于中国文化精神的具体论述参见:许倬云《中国文化的精神》(九州出版社2018年版),辜鸿铭《中国人的精神》(李晨曦译,译林出版社2012年版)。

参考文献:

- [1]王鑫.中国传统美学助力跨文化传播[N].中国社会科学报,2021-04-20(01).
- [2]金良年.孟子译注[M].上海:上海古籍出版社,2004.
- [3]陈望衡.中国古典美学史[M].长沙:湖南教育出版社,1998.
- [4]王鑫,杨国鹏.“以食为媒”:情感体验、集体记忆与跨文化传播的物质向度[J].文化研究,2021,(4).
- [5]肖珺.互惠性理解的通路[J].跨文化传播研究,2022,(1).
- [6](美)彼得斯.交流的无奈:传播思想史[M].何道宽,译.北京:华夏出版社,2003.
- [7](南朝梁)刘勰.文心雕龙注[M].范文澜,注.北京:人民文学出版社,1958.
- [8]张少康.中国文学理论批评史[M].北京:北京大学出版社,2005.
- [9](清)叶燮.原诗[M].霍松林,校注.北京:人民文学出版社,1979.
- [10]王鑫.寻找沟通中西方观众的“理、事、情”[N].中国青年报,2020-06-08(02).
- [11]王鑫.八大家穿越千年与我们对话[N].辽沈晚报,2020-12-22(07).
- [12]钱穆.人生十论[M].北京:生活·读书·新知三联书店,2009.
- [13](战国)庄周.庄子[M].北京:中华书局,2010.
- [14]杨伯峻.论语译注[M].北京:中华书局,2015.