

# 道家内向传播的观念、路径及其目标

谢清果

**摘要:** 道家传播思想研究领域中言语传播思想研究居于主流地位。不过,道家内向传播思想的特色则更鲜明。为此,笔者相对系统地提出了道家独特的内向传播意识、道家的主我客我观、道家内向传播的途径与目的,从而将道家传播思想研究推向深入。

**关键词:** 道家; 内向传播; 吾丧我; 游

**作者简介:** 谢清果,男,教授,博士生导师。(厦门大学 新闻传播学院,福建 厦门,361005)。

**中图分类号:** B223、G206      **文献标识码:** A      **文章编号:** 1008-6552 (2019) 02-0016-08

**DOI:** 10.13628/j.cnki.zjcmxb.2019.02.004

英国李约瑟博士曾把道家比作中国文化的根,对于中国传播学而言,道家思想也构成了华夏传播研究中不可或缺的重要组成部分。在以往的研究中,关于道家的传播思想,多集中在言语传播领域,而关于道家内向传播思想的考究似乎少人提及。有意思的是,学界认为道家有着一定的反传播思想,即反对人际传播、社会传播等外在传播,认为其主要追求的是内向修为,讲究“天人合一”,提倡“坐忘”“心斋”,而这正是内向传播的范畴。一些学者从“绝圣弃智”字面理解,就想当然地得出道家思想是否定传播作用的,其实是一种误解。恰恰是道家对人类传播的负面影响抱有深切的洞察,才提出要谨慎处理人类传播问题。尤其是,道家特别关爱生命,以养生长生为宗旨,形成了以“摄生”为中心的一套思想体系,讲究处理人与自然,与社会以及人自身身心的关系都应当从自我修身开始,并认为“悟道”的过程正是由个体自身与大自然、社会互相融通的过程。“通下一气”,正因为人与天下万物在道的层面上是共通的,所以,人只要复归于道,就能够与世界融为一体,和谐自然。因此,道家的思想体系必然是最注重个人内部的信息调适过程的,如此说来,道家内向传播思想的研究便显得十分必要了。

## 一、道家传播思想的研究回顾与总体评价

道家的传播思想历为传播思想史研究的学者所关注,也常引入到当代传播实践作为重要的思想启迪源泉。

### (一) 道家传播思想研究焦点

从台湾的关绍箕先生在《中国传播思想史》一书中以“道家传播思想”为章名之后,道家的传播思想日渐被更多的学者予以探讨。就现有的论著来说,在道家传播思想方面探讨得比较集中的还是言语传播。如谢清果在其论文《道家语言传播效果的求美旨趣》一文中提到的不言、无言、忘言,分别从语言传播的方式、语言传播的效果及语言传播效果的极致三个方面论述了道家的传播智慧;还有其另一篇论文《道家语言传播主体的求真意向》从正言、贵言、信言谈及道家语言传播主体的求真意向。又如,常启云在其论文《道家语言传播思想探析》中分别从言与义、言与辞、言与果的关系三方面分析道家的语言传播思想。在吴予敏的中国传播学著作《无形的网络》中,谈到道家传播思想时,也是着重讲述了道家的语言传播,只不过作者认为道家语言传播的态度是否定的“知者不言,言者不知。”

基金项目: 本文系国家社科基金重大课题“一带一路背景下中国价值观的国际传播研究”(17ZDA285)成果之一。

诚然，现有的道家传播思想研究论著讨论得较多的是语言传播，论著中论述的重点也是语言传播。可以说，至今语言传播仍是道家传播思想研究的焦点，因此探求道家的其它传播观不失为一种新的方向，就比如本文将探讨的道家的内向传播观。

### （二）道家是否“反传播”的争论

由于道家所倡导的“行不言之教”，坚持“道不可言”“言不尽意”“知者不言，言者不知”等，许多学者认为道家的传播观是消极的，甚至是反传播。就如吴予敏在其论著《无形的网络》中谈到的：“在老子的眼里，人们平时孜孜营求的事业，唠唠叨叨的言语，罗嗦繁琐的往来，都是一种‘伪’。奋斗索求的愈多，丧失的也就愈多；学习的愈多，愈是糊涂，距离真知也就愈远；互相往来交流得愈频繁，人际的关系愈紧张愈疏远。信息流通和人际互动，使得人们自己给自己树起一道屏障、欺骗的栅栏，更难于把握宇宙和人生的真谛。从这个意义上，老子完全否定了社会生活中信息传播的价值。”<sup>[1]</sup>而学界的另一派则否定这种“道家反传播”的见解，他们认为道家虽然反对“言”，但事实上其传播思想是积极的。比如余晓莉在其论文《反传播还是愚民政策？——试论道家的传播观》中讲到的“道家的‘言不尽意’与‘言道’其实并不矛盾”，在承认道家“行不言之教”的同时，提出“即言即道”。笔者认为，不论道家的反传播思想是否成立，学界仍然已达成一个共识：道家不提倡过多的外向传播，它更强调个人自身的修道。因此，我们认为，道家的内向传播思想不仅应该被学界所重视，还应成为道家传播思想的重点组成部分。

### （三）道家内向传播研究现状

虽然道家的内向传播思想在一些论文或者论著中会偶有提及，但都未做全面深入系统的研究。如在余晓莉的论文《反传播还是愚民政策？——试论道家的传播观》中说到“对于人与人之间平行的传播以及内向传播而言，道家的思想是积极的”，<sup>[2]</sup>但之后就没有对内向传播有过多的解释，只是对人际间传播加以论述。又如陈红兵在其论文《庄子、荀子主体性思想比较》中谈到“人的本性是与道相应的，是人内在稳定有序的信息系统，具有超越形体、外物乃至自然运化的独立性”，<sup>[3]</sup>但具体道家所蕴涵的人内的信息系统是什么样子，文章也未多作说明。而值得欣喜的是，李敬一在其论著《中国传播史论》中谈到了道家对内向传播的重视“如果把传播看做是人类个体与群体之间的关系，而这种关系又包含个体成员自身对外界信息的获取、反馈、思维和社会成员之间的信息交流与情感沟通的话，老子的传播思想则偏重于对前者亦即对处于一定的社会关系中的个体内向传播的探讨”。<sup>[4]</sup>此外，全冠军的《先秦诸子传播思想研究》和谢清果主撰的《和老子学传播——老子的沟通智慧》中也偶有提及道家内向传播思想，只是还未系统论述。笔者近年来以内向传播的视角着重探讨了《庄子》书中提到了“见独”观念，指出，道家经由内观而实现对自我的反省，推动自我由俗我向道我转化。<sup>[5]</sup>此外还有数篇专门论述道家老子和庄子的内向传播思想，比如发表于《国际新闻界》2011年第6期的《内向传播视阈下的老子自我观的探析》，发表于《诸子学刊》2015年第9辑上的《内向传播视阈下的〈庄子〉“吾丧我”思想探析》，发表于《诸子学刊》2018年第17辑的《自我与超我的蝶变——内向传播视角下的庄子之梦新探》等系列论文。

综上，道家内向传播观本应是其传播思想中的重要组成部分，可学界关于道家内向传播的研究基本上还处于起步阶段，这使得对道家内向传播思想系统研究更凸显其独特价值。

## 二、道家内向传播之道

内向传播是指个体根据需要对接到的外部信息与自我的前见进行综合处理的一系列过程的总称。纵观道家的思想体系，我们时时可见“出世”“归隐”的思想倾向，俨然是一种不以物喜、不以己悲的心灵状态。在道家追求真善美，亦即求“道”的过程中，最强调的就是个人修为，而这种修为主要靠

自身的体悟来完成,也就是一种个体的内向传播过程。因此研究道家修身悟道的思想有助于我们建构道家的内向传播观体系。道家关于修身养性的观点比比皆是,贯穿着整个道家思想体系。笔者将站在传播学的基点对其进行整理分析,并系统地提出道家内向传播之道。

### (一) “收视反听”: 道家独特的内向传播取向

道家是最注重人的内在修为的,但是道家的内向传播观却是与众不同的,因为相对于接收外界信息再内化到内向传播系统而言,道家却主张与外界信息的隔绝。

纵观道家的古文典籍,无不体现出一种与世无争、致虚守静的人生态度,而“守静”则正是一种内向传播观。道家认为,通过“致虚极,守静笃”的特殊途径,在“微妙玄通”的自我生命体验中,“收视反听”“耳目内通”,才可以达到对“道”的体悟。这是道家所独有的内省方法。<sup>[6]</sup>道家所谓“真人”与“真知”,即是指摆脱了异化枷锁、归真返璞的人所特有的对天人和合境界的体知。所谓“知天之所为,知人之所为”并非神秘直觉,而是经过长期的修炼,逐步地意识到“人”与“天”、个体小生命与自然大生命乃是同质同构、互涵互动的,“天地与我并生,万物与我为一”,“静而与阴同德,动而与阳同波”。因为通过个体生命律动的探求,“载营魄抱一”“心斋”“坐忘”等内在的体验自澄,可以达到自我净化,“与天为徒”,乃至逐步由“外天下”“外生”到“见独”“无古今”的自由境界。

老庄作为道家的集大成者,其传播思想也独具代表性。虽然他们各有侧重,但总体上仍然秉承“守静”“收视反听”的内向传播观,即不受外界干扰,通过自身体悟来完成悟道的过程。

老子认为人需要效法的只是“自然”,在传播活动中,他也崇尚自然、素朴。因此,他要求传者要始终保持内在的清静恬淡。他说“五色令人目盲;五音令人耳聋;五味令人口爽;驰骋畋猎,令人心发狂;难得之货,令人行防。是以圣人为腹不为目,故去彼取此。”(《道德经》第12章)针对当时统治者一味追求声色犬马之乐、生活淫逸放荡的现象,老子指出:斑斓陆离的色彩,会让人眼花缭乱;令人痴狂的靡靡之音,会让人听觉迟钝;美味佳肴,会让人味觉失灵;犬马享乐,会令人心志放荡;宝贵的财物,会让人行为受到妨碍。所以,每一个传者乃至每一个社会成员,都应该以“圣人”为榜样,“为腹不为目”,严格要求自己,自觉抵制物欲的诱惑,这才是参与传播的应有起点。

此外,老子还特别强调自我认知也要避免受到外界干扰,这样才能真正达到自我的提高,这与西方的社会关系论中的内向传播是相去甚远的,比如最具代表性的“镜中我”理论认为他人是自我的镜子,强调内向传播的社会性。道家则更倾向于内向传播的自省性。老子认为“知人者智,自知者明。胜人者有力,自胜者强。”每一个传者在传播活动中不仅要善于“知人”,更要能“自知”。人处于特定的社会关系中,要时时审视自己、坚定自己、克制自己,这样就能长久地保持活力,以适应传播的环境。老子认为,传者非但不能自作聪明,有时还得承认别人高明。“俗人昭昭,我独昏昏。俗人察察,我独闷闷。”让别人光耀自炫去吧,我不妨自认愚黯;让别人都苛察明白吧,我却是醇厚、宽宏的。老子就是这样要求传者做到自知、自胜、自化、自正、自朴、自省、自卑,少受外界干扰。<sup>[4][179]</sup>他认为只有这样,最终便会“不出户,知天下;不窥牖,见天道;其出弥远,其知弥少”(《道德经》第47章)。也就是说,人们能做到足不出户,便能明白天下的事理;眼不望窗外,便能认识日月星辰运行的规律;而人们追逐身外的世界太远,他所知道的道理就愈少。虽然这种思想是不同于我们现有的辩证唯物主义的认识论的,但它却也为老子“收视反听”的内向传播观提供了有力的佐证。其实,老子的此番见解并不是世人理解的不可知论,而恰恰是要求人家注重自我理性的洞察力和悟性的感通力。只有自己昭昭了,才能将错综复杂的万事万物条分缕析,以一御万。

在庄子的哲学视角中,人的本性具有通达大道的本能,而如果拘于人的形体则是进道的障碍。修道的过程,其实就是复归与呵护人的内在自洽和谐甚至灵通的本性,从而自己成为自己的主人,即人能够凭借自我内在稳定有序的信息传输系统,达到形神俱妙,内外和谐,随机应变。<sup>[3]</sup>庄子学派认为,

“闻道”的过程，只能是“收视反听”，不能是向外伸延感触器官，人如逐于物，则迷失自我。必须经过一层层的步骤，即自我反省，领悟外界信息可能成为人自我超越的障碍，因此时刻对自己欲望抱有清醒的认识，并努力地培育道性、道情，以至于外物不入于心，如此方可把握“道”，实现自我逍遥自适。正是在这个意义上，庄子学派强调内心体悟的同时对语言传播比较警醒。那就是，任何事物都有其外相和内蕴，有其粗形和精微，有其现象和本质，即“可以言论者，物之粗也；可以意致者，物之精也；言之所不能论，意之所不能察致者，不期精粗焉”（《庄子·秋水》）。在庄子学派看来，大凡能够用言语表达的，只不过是事物的表象；而只有意会的东西，才是事物的精微；而其实，还有言语不能表达，意会又不能体察，那就不能指望用常规的理性去解剖分析，而是进入直觉悟性思维以达到对某事物的认识能得其精或得其粗的超越而得其质。可见，庄子主张借助语言的外向交流进入直觉悟性的内向交流，而内心体悟是最重要的，一旦获得，便可摆脱语言乃至文字的束缚了。

内向传播在西方传播视界中，往往强调的是个人对社会信息的理解与解释以应付社会生活的一个内在信息处理过程。而道家的内向传播观却反对接受外部信息，侧重强调人体内部的信息处理，不能不说独树一帜。“收视反听”作为道家独特的内向传播观，不仅体现了道家文化中的与世无争，相比于西方的实证主义内向传播观点，它也反映了我们中国传统文化中“修身为本”的内向传播理念。

## （二）“吾丧我”：道家内向传播的主我与客我观念

《庄子》书中首次提出“吾丧我”的命题，这一命题道出了道家内向传播的要旨。在学界的主流观点中，“吾丧我”也被认为是理解《齐物论》的钥匙。道家认为人们经过“吾丧我”的自我超越过程，从而主体内心不受外界的干扰，做真实自在的自我，也只有这样，自我最终也才能达到与人、社会、自然的和谐共处，因为人遵循道的运作方式而排除了一切人心的自我干扰，能够顺道而已在，则无危殆。就如陈静教授指出的，庄子所谓的人有三个层面“形态的我”“情态的我”和“真我”。而“吾”即代表真我，“我”即代表“形态的我”与“情态的我”，人生的价值就在于从“我”的角色中超脱出来而找到“真我”。<sup>[7]</sup>由此，“吾”与“我”即可衍生出道家的主我客我观念。

在探讨庄子的主我客我观前，我们先来看看西方最具代表性的米德的内向传播观，即主我客我观。米德进一步发挥了詹姆斯的自我观，注意到自我其实具有内在的张力，这个张力体现在，自我是由相互联系、互相作用的两个方面层面的“我”构成：一方是作为意愿和行为主体的“主我（I）”，即实然的自我，亦即当下怀有自我抱负，以自我价值来评判与对待周遭的人与事，充溢着各种喜怒哀乐情怀的自我；另一方则是作为他人的社会评价和社会期待之代表的“客我（Me）”，即应然的自我，这层面的自我是自我基于生活经历与思想积淀而塑造出来的理想自我，代表着未来和应当更为理想完善的自我，从而成为指导自我当下做出改变的精神动力。<sup>[8]</sup>在米德看来，人的自我的鲜活性体现在“主我”和“客我”的互动中。人能够将自我客观化，是人自我审思与超越的心理基础。如此看来，庄子学派提出的“吾丧我”，便是意识到主体可以“吾”与“我”两个层面来看，个体修道的过程，就是“丧我”的过程，即作为“主我”的这个我是不完善的，是过程性中的存在，修道便是不断需要认识他人，认识社会，更要认识自己。因为自己才是自己的障碍。因此，庄子学派启发世人，放下自我的意识，即对功名利禄的执着，越是执着，就没有清静的内心境界，就越没有快乐自由的自我。而要实现自我超越，就需要冥思，需要体悟天道。在感知大道的真善美的至上性的同时，以道的光芒来化解自己的迷误，认识到只有自己才能救自己，只有经过心死神活的“吾丧我”过程，人才能成为真正的自我。因此，我们可以从内向传播的自我观来分析“吾丧我”思想。即首先确认了自我其实是由吾与我组成的。“我”类似于“主我”，“吾”则类似于“客我”。修道的过程，或者说道家内向传播的过程，就是“吾丧我”的过程。因为“我”（“主我”），是世俗的且为许多欲念所支配而没有真正自由的自我，是混俗的自我；相反，“吾”，则是超脱世俗功利心而达到自由精神的自我，此时的自我是有道的

自我。可见，“吾丧我”以最精炼的方式表达了道家设计的主体道德修炼的过程，即具有道家鲜明特色的内向传播的理论表征。

首先，为什么“我”需要“丧”呢，这是因为庄子学派意识到日常生活中的“我”是一种社会性关系的存在，那就永远处于我与世界、自我与他人、是与非、得与失等等这样的相偶的关系中。此时之我，在他人眼中是许多不同的身份，处于不同的期待角色之中。庄子学派期望人们反思自我，反思日常生活中那个忙忙碌碌的自我，到底是不是我的本相。是不是“我”就应该在这样的忙碌中失去自我而得快乐？显然不是。于是，庄子告诉世人说“一受其成形，不亡以待尽。与物相刃相靡，其行尽如驰，而莫之能止。不亦悲乎！终生役役而不见其成功，然疲役而不知所归，可不哀邪？人谓不死奚益？其形化，其心与之然，可不谓大哀乎！人之生也，固若是芒乎？其我独芒而人亦有是芒者乎？”（《庄子·齐物论》）如此看来，“我”处于形化之中，不得自由。亦即有形体的我，必然处于与外物纠缠的困境之中，被他物裹挟着、冲击着，踉跄于人生之途，终生劳碌，却不见得有什么可以真正得到，然而弄得身心疲惫不堪，却不知何时何处是归宿。庄子学派首先以形体的自我的不自由启示世人，不要迷于一切的物质享乐之中，因为看似享受的过程，不过是形尸走肉的我，没有安定感的自我，此为“物质自我”。只有意识到现在自我的无奈，才有了超越的意愿。

超越现实的意愿只有在精神世界中来获得。精神自由超脱了，形体才能得到更好地安顿。因此，庄子学派首先分析日常生活中的个体，其实，精神状态由于物化而没有自由。无论是白天还是黑夜，都在计较担忧中度过——“其寐也魂交，其觉也形开，与接为构，日以心斗”，或傲慢，或阴险，或慎密，“其发若机括”，窥视着是非，“其留如诅盟”，严守着秘密。总之是不断地在“喜怒哀乐，虑叹变，姚佚启态”的不同情境中流转。此为“精神自我”。

主我其实还是个“社会自我”。“社会自我”指的是“我”在各种不同的社会关系之中，我们在言说“我”的时候，其实是有个清晰的参照系——“他者”，我之所以有喜有忧有得有失，都是因为“他者”的诉求，是“他者”与我的互动中造成的。因此，道家的“社会自我”一定程度上倾重于阐明社会如罗网，这张无形的网可能成为自我悟道修真的障碍。如同佛教所说的红尘是染缸。当然，红尘也可以是道场。关键的关键在于自我要明了，如果将他者作为自我修道的镜子，从中窥探万有的虚妄，不要随波逐流而迷失自我。因此，道家“社会自我”，并不是要形体远离社会，而是心灵要与社会保持一定的距离，努力从社会性的存在状态（“角色”）中超脱出来。<sup>[7]</sup>

其次，为何“丧我”的是“吾”呢？“吾”是种什么样的不同于“我”的自我呢？“吾”其实就是役物而不役于物，处俗而不混俗的真性情、真自在。按庄子学派的说法，“吾”正是“真我”，是道家自我的本质规定性。道家的自我不是社会的规定性，是道与我的规定性，即一种载道的自我，与道合真的自我。此时的自我虽然难以言说，但却是内心自足自由的天乐状态。吾何以能“丧我”，是因为“吾”获得了道的力量的指引，看到了“我”的虚妄，也意识到“我”对自我的伤害，只有“丧我”，化解物质自我、社会自我、精神自我给自我的种种束缚，从多样性中走向统一性。当然，在此过程并不是要消灭肉体，消除社会关系，使自我精神不灵，而是在“吾”的指引下，肉体自我有神人之美。社会自我则如相忘于江湖的鱼儿，每个人都不会成为他人的障碍。精神自我则至人无梦，内心安静宁静，清静如镜。因此，“吾”即是指“真我”，即“道我”。这种的“吾”或在觉境中，或在梦境中都能保持自我，都能以道观之，无富无贱，齐物玄同。此时的自我，既是独特的、唯一的，也是共通的、一致的。个体可以自我在不同境界中，身心清明地感知自我与万有。以梦为例，或可梦为鸟而“厉乎天”，梦为鱼而处在“没于渊”，都能逍遥自在。甚至如同梦蝶般地物化流转和始终自我同一。因此庄子十分肯定真我的存在，这样的“吾”不会纠缠于“物”的关系之中，也不会纠缠于“社会”的关系之中；只有“吾”，能够做到“因是因非”。<sup>[9]</sup>

通过如上对“我”与“吾”的阐述，我们能够明了庄子对真我的追求以及对物欲的呵斥。“吾丧我”观念充分体现了道家主体性思维的觉醒，而在传播学范畴则表述了一种极具中国传统文化代表性的主我客我观。在西方的内向传播研究中，无论是米德的主我客我观，还是布鲁默的自我互动理论，都强调一种社会性和互动性，自我的发展和完善都是基于社会的大前提下。而在庄子的“吾丧我”的内向传播中，主体摒弃了外部世界的喧嚣和聒噪，在致虚守静的心态下追求自我的超脱。在当下物质追求膨胀、人心浮躁的社会中，“吾丧我”这样的内向传播观正应是被人们所推崇的。

### （三）“心斋”“坐忘”：道家内向传播运作的路径

上文我们谈到“吾丧我”是一种道家式的内向传播观，这里我们将侧重探讨“丧我”的途径。在庄子的观念中，“吾丧我”是“吾”无去“我”的过程。由纯净清静的“吾”把世俗的“我”进行省思，鉴别，涤除、消解、转化，遗忘。纵览《庄子》一书，可知庄子学派不仅追求这一转变的方向，而且对于如何“丧我”作为一种心理运作过程精心设计了一套独特的步骤和技巧。首先，是启发世人当一步步地远离外界欲望的诱惑，努力回归内在。他告诉世人，世间的一切都是暂时的，而且是苦乐之源，使自我在其中大喜大悲，而这一切其实都是自我的执着所造成，正是自我在感受这些苦乐的，因此何不回归清静，少私寡欲！为了回归内在，就需要通过“心斋”的方式，虚空一切有为法；其次，由于一切的内向传播是基于意义又复归意义，而最新的意义，便是记忆意义。因为有意义世界便有“我”的意义世界的执念，因此，为了摆脱意义世界对人生的“桎梏”，庄子学派提出“坐忘”的手段来实现丧“我”现“吾”，即丧掉假我、俗我回到真我、道我。

何为“坐忘”？《庄子》曰“坠肢体，黜聪明，离形去知，同于大通。”意思是说消融自己的形体，使身如槁木一般，不为生息所执念；摒弃聪明之念，用心不纷，没有己见，也就是说支离了形体，却除了知见，如此达到与“大道”相通的化境。这一过程无非说的是主体在修道中控制意志、排除杂念做到内心清静的思维方法。庄子认为，“坐忘”首要的是要忘掉儒家所倡导的仁义，因为仁义是对身心的羁绊，将身心都社会价值化，而不得解脱；其次，要忘记与仁义相表里的礼乐，因为礼乐是等级的规范的表征，让人服务于外在的礼乐而不得自由。有了此前提，进而开始了深入的离形去知的“坐忘”功夫。如上论述可知，“坐忘”的对象有两方面：其一是忘形，要努力基于生理的躯壳而滋生的欲望，不执着于形体了，就能少了干扰；其次是去知。就是改变日常生活中常以理性分析评判而在仁义等之中徘徊，是谓去智。去智方可清静而生智慧。可以说，只有自我全丧失了，做到了忘我，才是真正得到了自我。显然，“坐忘”是达“道”的手段，是“吾丧我”的具体过程。坐忘之后的我就是“吾”，此时的“吾”是物自体意义的真我，与道是同一的，达道之人就是丧掉假我、俗我而呈现真我、回到道我的真人。此时的知才是真知。

何为“心斋”呢？《庄子·人间世》曰“若一志，无听之以耳而听之以心，无听之以心而听之以气。耳止于听，心止于符。气也者，虚而待物者也。唯道集虚。虚者，心斋也。”陈鼓应先生解释说：“你心志专一，不用耳去听而用心去体会；不用用心去体会而用气去感应。耳的作用止于聆听外物，心的作用止于感应现象。气乃是空明而能容纳外物的。只要你到达空明的心境，道理自然与你相合。‘虚’（空明的心境），就是‘心斋’”。<sup>[10]</sup>心斋实质是心虚、虚心，就是要放下一切的先见、成见、偏见、我见。这是因为一般人很容易从自我出发来考虑问题，心用去计较，以我们的情感、自我的价值与利益作为评判事情的标准，使万有都成为为我之物，从而用自我的心意扭曲事物的真相。心斋，说到底是要让主体的心能静下来，从虚到静、从静到明。心若澄明，宇宙万物皆在我心中，万物的真相无所遮蔽。

陈樱宁先生则是把“心斋”工夫进行了细致的推敲，进而分为五个步骤：第一步，“若一志”。“若”指你，“志”指思想或念头，“一”是思想要专一，不要有杂念；第二步，“无听之以耳，而听之以心”。“无”即“毋”或“勿”，“之”指所听的对象，“听”不是用耳去听声音，而是用心去知觉鼻

中呼吸之气，以此来牵引自己纷乱的思绪；第三步，“无听之以心，而听之以气”。当听息的工夫达到心气不分时，气就不再是心的对象，故曰“无听之以心”；但这时尚未达到混沌境界，还稍有点知觉，继续做下去，很快就能达到完全无知觉，这其间的过程与其说以心听气，不如说以气听气，使心和气之间混去裂痕，故曰“听之以气”，“听”是“听其自然”之听。这一阶段就是慢慢静心的过程，以至于听气忘心；第四步，“听止于耳，心止于符”。“听”的工夫下来是“止”的工夫，“听止于耳”是教人不要再着意于听，“心止于符”是达到无知无觉的混沌境界。自我听的意义也没有了，心与道合一了，随气流行；第五步，“气也者，虚而待物者也。唯道集虚。虚者，心斋也”。最后是“虚”的境界，是无知无觉以后自然得到的先天境界。<sup>[11]</sup>气的状态正是无处不在又似乎无所在，不执不滞，自自如如。这五步工夫换句话说就是通过“徇耳目内通而外于心知”的过程达到“未始有回”的“丧我”境界。从中我们即可看出，庄子主张的从内通到心知，无不反映出了一种超脱的内省式思考状态。

综上所述，“坐忘”与“心斋”都是“吾丧我”的途径，也都是一种内省式思考的方式。不同的是，前者侧重于“离形”，不仅否定人的认识活动，而且排除人的生理欲望，是对人的感性生命、肉体生命的超越，重在“与道同一”，重在忘我。后者侧重于去知，消解感官与外物的接触和感知对自我的干扰，放下“心”的理性认识和逻辑思维，从而为产生悟性思维奠定基础。实质是对儒家所倡导的理性生命、精神生命的超越，重在“心虚”。心虚的要义在于虚，虚去外在，也虚去内在，内外相融无碍。从这个意义上讲，不管是“心斋”还是“坐忘”，都体现的是一种以忘我合道为目的的内省式思考过程，这使得道家的内向传播观更加明晰起来。

#### （四）“游”：道家内向传播的终极目的

上文，我们重点畅谈了道家“收视反听”的内向传播观，尤其是通过“心斋”“坐忘”来达到“吾丧我”的状态。那么，“吾丧我”是否就是道家思想中追求的最高境界呢？答案是否定的。庄子心目中真正追求的自由是一种“游心于无穷”的自由，此种“游”也代表着整个道家思想体系的无上追求。

庄子在其行文中大量使用“游”这一概念，用“游”来表达精神的自由活动与形体的超脱。“游”是人从世俗功利场脱离而向自然寻求的自为行动，是主体主动性的外化行为，是乘物以游心最实际的实现。而“吾”与“我”之分也与“游”密切关联，因为世俗之“我”被外物裹挟且陷溺于角色的序列之中，自然是“游”不起来。而只有“吾”才能“游”，因为“吾”的“游”展示了一个自由自在的人生境界。也就是说人要先通过内向传播上升到“吾”，才能达到“游”的境界。因此，“游”可说是道家内向传播的终点，即是目的。

庄子的“游”，“逍遥”之游，是“无待”之游，是不依靠“外物”而因自我精神超越而达到的“随心所欲”的境界。其实，这种游是由精神而返回肉体的身心俱适的游。甚至，精神能够控制肉体来实现对有形的超越，即有形也无法阻碍我的逍遥自适。庄子对游的渴望是基于“现实”各种束缚和约束的痛苦感受，也来自庄子对人类沉迷于自己建构的世俗意义世界而不自知的沉沦和堕落的反思。在世人看来，要摆脱“客观世界”对自身“行动”和“行为”的限制，似乎是完全不可能的。但在道的世界中，或者说有了道能力的圣人、至人、神人，则可以心想事成。当然，在“精神世界”中就更不在话下了。主体与万物圆融无碍，一切都可以成就自我，而不会限制或阻碍自我的实现，因而可以从容自游，可以无拘无束。

当然，世人常更多将庄子的“游”作为一种审美境界来看待，视为一种内向的精神操持过程。诚然，就一般的精神升华技艺而言，庄子的“游”是富有启示性的。“游”可以作为一种无碍自主的精神活动，敞开了一个广阔无垠的思想境界，从而实现了对“精神自我”的“内观”“内乐”或“内适”，此时的自我有人之形而无人之情，是谓“天人”“道人”，即“精神自我”与道相“冥合”和“神契”，

是谓“内游”。<sup>[12]</sup>“内游”就是在“内心”世界中实现“无所不适”“无所不至”“无所不观”的“至游”。因此，庄子的“游”，从根本上看，应当是服务于“内省”而实现的状态，通过上文所言的“坐忘”与“心斋”的精神升华术，实现自我对“道”的体认，体现为与道合一的“超越性”境界。在这种“境界”中，人是自由的、无待的，因为似乎含摄了“道”这“绝对者”的无穷能力与智慧，消解了智障、情障，所以这种“游”是一种“内向性的神秘体验”。<sup>[13]</sup>

而要做到“游”的境界，陈鼓应则指出：一方面，人要培养“隔离的智慧”，让精神从现实的种种束缚下超脱出来；另一方面，要培养一个开放的心灵，使人从封闭的心灵中超拔出来。<sup>[14]</sup>从这里我们就能看出，“隔离的智慧”正是道家“收视反听”的内向传播观，而要培养开放的心灵，也正是通过“心斋”“坐忘”来达到的“丧我”状态，进入“游”的境界。游正是道家一切内向传播活动所追求的最高境界，也即最终目的。它是一种和谐、恬淡、无限及自然的境界，从这个角度来说，它也凸显了道家“至乐无乐”的内向传播目标。

### 三、结 语

综上所述，我们通过对道家思想中内向传播理论的梳理，相对系统地提出了道家独特的内向传播观、主我客我观以及道家的内向传播途径与目的。我们认为，道家内向传播之道不仅体现了修身为本的内向传播起点，还凸显着至乐无乐的内向传播目标。希望本文能为推动道家内向传播思想的进一步研究提供有益的启示。

致谢：本文整理成文中得到厦门大学新闻传播学院赵萌同学的帮助，特此致谢！

#### 参考文献：

- [1] 吴予敏. 无形的网络——从传播学的角度看中国传统文化 [M]. 北京：国际文化出版公司，1988：5.
- [2] 余晓莉. 反传播还是惠民政策？——试论道家的传播观 [J]. 阜阳师范学院学报（社科版），2004（2）.
- [3] 陈红兵. 庄子、荀子主体性思想比较 [J]. 管子学刊，2004（4）.
- [4] 李敬一. 中国传播史论 [M]. 武汉：武汉大学出版社，2003：172.
- [5] 谢清果. 新子学之“新”：重建传统心性之学——以道家“见独”观念为例 [J]. 人文杂志，2017（5）.
- [6] 萧蓬父. 吹沙二集 [M]. 成都：巴蜀书社，2007：190.
- [7] 陈静. “吾丧我”——《庄子·齐物论》解读 [J]. 哲学研究，2001（5）.
- [8] 郭庆光. 传播学教程 [M]. 北京：中国人民大学出版社，1999：65.
- [9] 陈清春. 庄子“吾丧我”的现代诠释 [J]. 中国哲学史，2005（4）.
- [10] 陈鼓应. 庄子今注今译 [M]. 北京：中华书局，1983：121.
- [11] 陈撷宁. 道教与养生 [M]. 北京：华文出版社，2000：387-389.
- [12] 孔润年. 伦理文化的人格透视 [M]. 北京：中国社会科学出版社，2010：165.
- [13] 毛峰. 神秘主义诗学 [M]. 北京：三联书店出版社，1998：72.
- [14] 陈鼓应. 老庄新论 [M]. 北京：商务印书馆，2008：424.

[责任编辑：华晓红]



## ABSTRACTS

### **The Revolutionary Impact of Emerging Technologies on News Communication in 5G Era**

Liu Jingnan

Influenced by the wave of technological innovation, the information dissemination is changing with each passing day. New technologies and frontier theories such as big data, Internet of things, artificial intelligence, Bei-dou navigation system, 5G and so on have sprung up rapidly, and have quietly entered various fields and industries. Among them, AI, with its powerful information storage platform and intelligent information identification, acquisition system and more personalized visualization application, has subverted the traditional media communication mode, and has brought unprecedented revolutionary changes and influences on the production mode, communication mode and consumption form of the media industry. Driven by the synergy of various emerging technologies, man-machine synergistic intelligence synergy in the field of news communication has shown great potential and vitality, established the unique position of the ubiquitous practical application of intelligent communication, and has become the commanding point of the theory of news communication competing to seize.

### **Visual Symbol Construction of “Road to Tang Poetry” from the Perspective of Urban Communication**

Shen Min & Ma Zhenbin

The Road to Tang Poetry is a cultural project with regional characteristics, and its three-dimensional construction has tremendous cultural tension. This paper attempts to discuss the construction of visual symbols of “the road of Tang poetry” within the framework of urban communication, and puts forward the following ways: first, to define the regional culture of “the road of Tang poetry” and excavate the meaning of symbols; second, to find out the key images of each city, to establish the hierarchical arrangement of symbols, and to insert and coordinate symbols; third, to explain the symbols at length; finally, to use other symbols for comprehensive construction. Visual communication used to promote the construction of Tang Poetry Road is based on the requirements of image of the times and regional culture spreading outward.

### **The Concept, Path and Target of Taoist Introvert Communication**

Xie Qingguo

In the research field of Taoist communication thought, the study of speech communication thought occupies the mainstream position. However, the characteristics of Taoism's introverted dissemination are more distinct. There-

fore , we put forward some points of view such as systematical and unique consciousness , Taoism ' s subjective and objective perspectives , its self-concept , the ways of such kind of communication , and the purpose of Taoism ' s introverted dissemination , which will push the study of Taoism ' s dissemination thoughts into depth.

## **Fear and loveliness: The Culture of the Dead in American Animation**

Xu Kun & Wang Qi

Tracing back to the history of American animation , there are abundant artistic texts about the elements or topics of "death". The symbolic images include three levels: the image of the dead which is sensible and has different shapes , the objects which are evaluated by emotion ( story ) , and memory. From the perspective of aesthetics , the "aesthetics of the dead" in American animation is a game between "ugliness" and "beauty": that is , the "ugliness of life" in physical level is transformed into "artistic beauty" with a cartoon sense of form; the "external beauty" in artistic form gives way to the "internal beauty" in spiritual level; and the "darkening" image symbols often produce a black humorous color. As a result , many classical animations set off a core cultural concept: death. Death is not only "fearful" but also "lovely". Its specific value connotation includes: the "dead" embodied has independent aesthetic value; noble moral sacrifice and lofty good will sublimate the meaning of death; eternal love and memory connect the other shore , and death has become a part of life. Exploring the causes of the formation of American animation "dead culture" involves such topics as artistic origin , production concept , mass media attributes and multi-cultural blending.

## **Research on China ' s Image in China ——Thematic Meta-analysis of Research Papers on "Chinese Image" ( 2000-2018)**

Wei Lu , Jiang Jialin & Hu Yumeng

Nowadays , with the increasing spread of globalization , the image of China is more complex and sophisticated , which stimulates the research enthusiasm of many disciplines. In 2008 , taking the opportunity of the Beijing Olympic Games , the number of papers on "China ' s image" increased significantly. Researchers mostly come from scientific research institutions , spanning the humanities and social disciplines of communication , literature , politics , etc. , but lack the voice of the industry and political circles. In terms of research content , the existing literature mainly focuses on the image of China as a whole , and examines the image construction of China in the western world , mainly through literary works and paper media as cognitive carriers. Frequency analysis further confirms the above conclusions. It is found that Chinese , ethnic minorities , ethnic Chinese , Olympic Games , Beijing , Confucius , Sinology , socialism and so on are the symbols of scholars ' study of China ' s image. With the passage of time , the research has paid less attention to the West , and paid more attention to the role of the film , documentary and other video media in the dissemination of the image of China , and the research focuses on political , economic and other issues. Unfortunately , most of the studies have no obvious theoretical support , nor scientific research methods. A few studies use concepts and theories such as Orientalism , stereotype , frame theory and cultural imperialism. Qualitative research methods are more than quantitative research , especially text analysis and historical a-