

泛组织传播：对“孔孟”为中心的 儒家传播思想考察

阳海洪¹，阳海燕²

(1. 华中科技大学新闻学院，湖北武汉 430074；2. 长沙大学图书馆，湖南长沙 410003)

摘要：从传播学的角度来看，为在“礼崩乐坏”时代重建理想的“礼治”社会，儒家传播思想从“性善论”的逻辑前提出发，把传者和受众、传播内容、传播媒介、传播技巧、传播效果等基本的传播命题都纳入到“家国”秩序中来思考，并对此做出了种种规定，呈现出“泛组织传播”的特征。

关键词：泛组织传播；儒家；性善论；礼治

中图分类号：G206 **文献标识码：**A **文章编号：**1008-309X(2007)05-0094-05

现代传播学把传播分为自我传播、人际传播、组织传播和大众传播，实际上是西方现代理性精神的产物，其划分的根本前提是个体、组织有独立的人格、权利及不为他物所涉的自由。古代中国因这种个人权利的法理缺乏，个体、组织无法形成与“家国”相当的价值。因此，这种划分并不适合中国古代的传播活动，因为在中国古代传播活动中——特别是以“孔孟”为中心的儒家传播思想中，这四种传播方式都是以组织传播的方式获得出场的，形成一种特殊的“泛组织传播”。

一、“齐家”与“治国”：泛组织传播的定义

泛组织传播是指以维护组织——“家国”——的秩序和稳定为前提，以发挥组织的功能为目的的传播活动。“泛”字意指这种传播跨过自我、人际、组织、大众（在现代看来）的不同尺度，虽在组织传播的意义上奠定基点，但在组织规模尺度间可自由跨越。中国古代国家的形成并不像西方一样走家长制家庭解体、个体家庭与私有财产充分发展、最后形成国家的道路，而是由家长制家庭直接进入国家，“家”与“国”是中国古代思想家的中心议题。在儒家看来，传播不是个体的自由行为，而是“家国”行为，秩序规范的绝对价值使泛组织传播化约成以“家国”代表——君主——为核心的同心圆结构，它以维护组织的稳定为根本目的，是一种空间压倒时间最终把时间消融于空间中的思维取向，是家国组织重于个人权利最终把个体消融于家国中的设计理路。

二、“礼崩”与“乐坏”：泛组织传播的缘起

春秋时代是奴隶社会解体、封建社会开始形成的时期，既有的秩序规范失去效能，“世道衰微，邪说暴行有作，臣弑其君者有之，子弑其父者有之”^{[1](P155)}，随着宗族共同体的逐渐瓦解及血缘解体后人际关系的日趋复杂，如下话题成了当时思想家必须解答的问题：“如何才能使这普遍无序的社会重归有序？”对于重视等级秩序的儒家而言，王纲解纽、礼崩乐坏是社会失范的主要原因，只有重回“周礼”，社会才能稳定，秩序才能正常。儒家对传播的考察，正是从为了给

收稿日期：2006-03-20

作者简介：阳海洪(1969-)，男，湖南冷水江人，博士研究生，研究方向：新闻学与现代文学

当时无序混乱的传播加上规范这一思路来对传播进行设计的。

三、“性善论”：泛组织传播的逻辑起点

儒家和法家虽然都以人性为依据开出了一套整顿社会秩序的方法，包括传播的一整套观念，但对人性的认识却存在着根本区别。法家是从“人性恶”开始的，“其道亲亲而爱私”^[2]，认为是有各亲其亲的感情和各有私心的贪欲，秩序才会发生混乱，不利于“家国”的利益，故倡严刑峻法，鄙视儒家的德性之治，强调用外在的法律规范管理国家，把治下的百姓视作自己的对立面，只有用权术才能统治。儒家则基本上是从“人之初，性本善”的出发点来看待传播的，在儒家看来，人皆有向善之心，用孟子的话来说，即人皆有四端：恻隐之心、羞恶之心、辞让之心与是非之心，这是人之为人的根本依据，是“非由外铄我也，我固有之也”^{[3](P259)}，但这并不意味着人天生即“善”，而只是具有趋“善”的潜质，将这种潜质转化成现实可能，将这一心性加以理智的正确推阐，扩大到整个社会，才可以整顿秩序，后天的传播、教育主旨即在于此。因此，传播的要义在于“去蔽”，即去掉遮蔽在人们身上不符合“人性善”的物欲因素，复归人的良知、良能与本真状态——善。这种从人性本善的逻辑起点来设计传播的理路，一开始就把传播放置到社会的伦理秩序中来思考，割断了与个体权利的缠绕，显示了儒家传播思想对家国责任的担承。

四、“礼治”：泛组织传播的逻辑终点

儒家从“性善论”的逻辑起点开出了一整套社会秩序规范，旨在重返“周公之治”，这是儒家泛组织传播以“家国”利益为枢纽的要义。“礼治”就是以“礼”为“治”，“道之以政，齐之以刑，民免而无耻；道之以德，齐之以礼，有耻且格。”^{[4](P12)}“小人哉，樊须也！上好礼，则民莫敢不敬；上好义，则民莫敢不服；上好信，则民莫敢不用情。夫如是，则四方之民襁负其子而至矣，焉用稼？”^{[4](P135)}儒家提倡“礼”，要求人们在国家政治生活中上下有等和在社会礼仪生活中尊卑有序，希望在“周礼”的旗帜下通过伦理道德的统一实现整个社会的统一。“礼治”依血缘与自然的关系建立政治组织，传播服从于、服务于这一目的，维持社会等级秩序并在此等级秩序下传播。“社会系统的结构特征既是组成这些系统的实践的媒介，又是它们的结果。”^[5]因此，儒家的传播设计就在于把礼仪等外在的有形规范转化为个体自觉遵循的“无形网络”，把“原子化”的个体编织在组织网络之中，而不在于获取知识，恰恰相反，在于防止个体权利意识的觉醒以致溢出组织秩序的边界而影响到组织的稳定和君父的权威，“民可使由之，而不可使知之。”^{[4](P81)}

五、“天子”和“庶人”：泛组织传播的传者和受众观

在儒家看来，自天子至庶人，都应照自己的规定位置进行传播，任何越位的传播都是对“礼治”的破坏。“传者”和“受众”的信息流动化约成一组组等级制关系——治人者与治于人者、君与臣、君子与小人、智者与愚民、文明者与野蛮者，作为个人权利载体的、关系平等的传、受者却没有进入儒家的视野。“天下有道，则政不在大夫，天下有道，则庶人不议。”^{[4](P174)}“不在其位，不谋其政。”^{[4](P82)}故泛组织传播的传、受关系是严格框在“礼”之内的，信息传播垂直流动以致最终的信息传播权集中于君主一身。君主是总信息源，并把传播权的合乎礼仪规范作为政治合法的基础，“天下有道，礼乐征伐自天子出。”^{[4](P174)}“圣王不作，诸侯放恣，处士横议。”^{[1](P155)}君主的传播甚至关乎国家存亡：“一言可兴邦”、“一言可丧邦”^{[4](P138)}。在这样的传播结构中，处于等级制下端的受众则只是一个被动接受信息的容器，对传者具有绝对的依赖性。

但在儒者“性善论”的道德视野中，关于“传者”的设计还有另外的一面。“礼”是外在的行

为规范,其内在核心是“仁”,“人而不仁如礼何?人而不仁如乐何?”^{[4](P24)}“仁”是有等差的爱人,“克己复礼为仁,一日克己复礼,则天下归仁焉。”^{[4](P123)}强调人们要约束自己的行为以符合礼的规范。这种“仁”的思想,孟子把它发挥成“仁政”思想,使之成为君主传播权的合法性基础,“三代之得天下也以仁,其失天下也以不仁”^{[1](P166)}。道德是获得传播之权的前提,这就把天子之“仁”从彼岸之天,归结为此岸之民意,天子是至高的传者,但其传播也不能破坏以“仁”为本的“礼治”秩序,“天视自我民视,天听自我民听,”^{[1](P219)}这就为“以仁存心,以礼存心”的“大人”和“君子”(士)——想象中的“民意”代表者——提供了传播权的可能,为文人议政提供了理论依据。“说大人,则藐之,勿视其巍巍然……在彼者,皆我所不为;在我者,皆古之制也,吾何畏彼哉?”^{[3](P339)}当天子无道、破坏组织稳定时,作为“志于道”的“士”往往会以想象中的民意代表身份挺身而出,为社会确立行为规范和价值体系,把君主传播限制在“礼”与“仁”的范围之内。儒家传播理想,是建立君主、士、民三者之间的稳定和谐秩序,但在这种传者本位的理念中,真正的受众——“庶人”,始终是缺席的,他们只在造反时才发出自己的呐喊。因此,这种等级制的传受设计隐藏着一个悖论:儒家把自己的传播权奠定在凌虚高蹈的圣人之道和想象中的“民意”之上,缺少有力的法理支撑,他们对传播权的分享前提是以熟谙传播技巧和礼仪道德而不是权利本身,他们的作用在于证明君主传播的合理性并帮助其管理传播等级秩序,因此,儒家之徒在传播中面临道德和政治的双重压力,特别是无法化约的君主权力,迫使儒家必须对传者人格进行道德高调设计以取得某种合法性,迫使儒家必须周密考虑传播技巧和智慧以求生存。

六、“礼”与“仁”:泛组织传播的内容观

传播的目的是要形成一个“礼治”组织,因此,儒家对传播的信息有着严格的规定和强烈的控制欲望。一切都必须符合“礼”:“非礼勿视,非礼勿听,非礼勿言,非礼勿动。”^{[4](P123)}“名不正,则言不顺;言不顺,则事不成;事不成,则礼乐不兴;礼乐不兴,则刑罚不中;刑罚不中,则民无所措手足。故君子名之必可言也,言之必可行也。君子于其言,无所苟而已也。”^{[4](P133-134)}据杨伯峻先生考证,这里的“名”不是一般的用词不当,而是指礼制、名分上的用词^{[4](P134-135)},这里的“名”是别尊卑、定上下,何者可言、何者不可言,因此,泛组织传播的内容是严格框定在“礼”之内的。但“礼”并不仅是冷冰冰的礼仪规范,它的内核是“仁”,是要建立各个等级之间都相互仁爱、充满人情伦理的组织秩序。“仁”也是优良的道德品质,对“礼”的遵守则是“仁”的外在行为表现,“礼”与“仁”是泛组织传播最主要的信息内容,“谨痒序之教,申以孝悌之”,即使在工作信息的传播中,也总是充满着温情脉脉的人情伦理。

七、“言传”与“身教”:泛组织传播的媒介观

泛组织传播旨在影响、改变组织成员的思想与行为,故儒家将“信”悬为传播的最高标准,但这一标准与主要传播媒介——语言之间存在矛盾。孔孟虽不反对以言说来传播,但在更具形上倾向的思考中,他们看到了“言传”的局限性:泛组织传播是以“仁”和“礼”为主要内容的传播,“礼”是一种以“仁”为内核的外在行为规范,和语言是有距离的,有时是无法言说的。所以孔子感喟:“天何言哉?四时行焉,百物生焉,天何言哉?”^{[4](P187-188)}在他看来,通过生活中具体的道德榜样“身教”,而不是通过“言传”方式来传播才是理想的传播,才能被完全接受,就如同万物臻于完善时什么也不说一样。儒家希望礼仪秩序的传播也遵循、仿效天道,使之自然而然地被接受并最终成为组织成员的自发行为。这是一种导师式的传播梦想:梦想礼仪和道德在传播中能够不失其纯真、不经过语词的过滤,梦想没有任何东西能阻隔在思想和思想的实现之间。

这一梦想始终处于泛组织传播哲学思考的中心。

其实孔子知道，放弃语言，传播便几乎不可能发生，但他对语言的过度运用持怀疑态度：“有德者必有言，有言者不必有德。”^{[4](P146)}“巧言令色，鲜以仁。”^{[4](P3)}“言传”体现的道德与传者本人的道德品行之间有距离，因此在他看来，德性修养高于语言传播，语言传播又高于事功之业，这样的价值序列，显示了儒家传播思想对“德性”与“语言”关系的思考：德性从来都不仅是言语传播，而且是个体的道德践履，是个体对“家国”的责任承担，亲身传播永远高于语言传播。

八、“文”与“情”：泛组织传播的技巧观

“言传”有局限性却不得不借助它进行传播，因此只能借助传播技巧，把“言传”的局限性降至最低。“志有（所）之，言以足志，文以足言。不言，谁知其志？言之无文，行而不远。”^[6]语言传播在大多数情况下不是太过，就是不及，因而“不足以言志”，故为传播致效，语言不能止于“辞达而已矣”，而是必须“文”，才可以“足言”，否则，“言而无文，行之不远。”

不仅书面语要“文”，儒家强调传播中的肢体语言也必须“文”：“质胜文则野，文胜质则史。文质彬彬，然后君子。”^{[4](P61)}并强调要根据不同对象、不同场合对自己的言行进行“文”，使之符合“礼”的规范：“孔子于乡党，恂恂如也，似不能言者。其在宗庙朝廷，便便言，唯谨耳。”^{[4](P97)}“非礼勿言，非礼勿听，非礼勿言，非礼勿动。”

与法家强调传播技巧的冷冰冰的“权”、“术”、“势”不同，“礼治”本身就是以“仁”为内核的政治管理制度，因此儒家在传播中特别强调情感灌注，以求更好地实现传播目的。孟子认为：“善政，民畏之；善教，民受之。善政得民财，善教得民心”^{[3](P306)}。只有“善教”，才能格其心，得其民。信息的传播要伴随情感的传播，因此儒家所倡导的仁、礼、义等伦理观念都有着丰富的感情内涵，“自孔子开始的儒家精神基本特征便正是以心理的情感原则作为伦理学、世界观、宇宙论的基石。它强调‘仁，天心也’，天地宇宙和人类社会都必须处在情感性的群体人际的和谐关系之中，这是‘人道’，也就是‘天道’。自然、规律似乎被泛心理（情感）化了。”^[7]

九、“教”与“化”：泛组织传播的效果观

墨家有段关于传播效果的论述：“染于苍则苍，染于黄则黄。所入者变，其色亦变。”^[8]这种“近朱者赤，近墨者黑”的“染”的效果，类似于西方的“魔弹论”，受者被视为完全放弃了自己个性的同质个体，有如等待传者“染色”的白布，染朱则红，染墨则黑。与墨家这种即时传播效果观形成鲜明对照的是，儒家强调的是一种延时效果。

儒家认为传播的目的在于把外在的“礼”化为的内心要求，做到“从心所欲，不逾矩”^{[4](P12)}，使组织和谐稳定，“其为人也孝弟，而好犯上者，鲜矣，不好犯上，而好作乱者，未之有也。”^{[4](P2)}使组织成员“贫而无怨难”、“劳而不怨”，追求长治久安的“诛心”效果。因此，在强调传者对受者的绝对占有、传播在组织成员意识的构成中起着重要作用的同时，泛组织传播思想认为强行的皮下注射式的传播往往适得其反，“染”必须反复进行，颜色才能化入织料之中经久不褪。它的逻辑是：既然人性本善，就有择善而从的可能；既然人性有泯灭的可能，就必须加强宣传，反复教化。传播是一个不断“去蔽”复归于本真与良知的过程，需要反复、多次、连续进行，抽象的“礼”才能化为成员的内在认同，是自然而非人为的，使个体与社会圆融无碍。这是一个“温故而知新”的“习得”过程，在“教”与“化”的互动中建立起对组织的认同并最终影响其行为。

综上，我们可这样概括儒家的泛组织传播思想：隐喻机制：泛组织传播中隐含一个隐喻——家庭隐喻，国是家的延伸与扩大，处于传播同心圆结构中心的是家国的代表——皇帝；传播内容：

有工作信息,但伴随大量的道德信息和伦理亲情,工作是融于道德和情感之中的——“谨庠序之教,申以孝悌之义”;传播流向:泛组织传播是从上向下的垂直传播,从下向上的及横向的信息传播很少发生,换言之,是从处于同心圆结构的圆心位置向周围圈层传播——“礼乐征伐自天子出”^{[4](P174)};传播渠道:通常为亲身传播,但也有语言传播——“其身正,不令而行;身不正,虽令不从”^{[4](P136)};传播类型:非常正式的传播,特别强调“礼”,强调传播双方在组织中的地位,其尊卑、高下对传播各方面都做了具体规定——“名不正,则言不顺”。儒家在“礼”和“仁”的规范之下确定了泛组织传播的范畴,对中国古代的传播实践和社会稳定的影响是深远的。

参考文献

- [1] 杨伯峻. 孟子译注(上册)[M]. 北京: 中华书局, 1960.
- [2] 山东大学《商君书》注释组. 商君书新注[M]. 济南: 山东人民出版社, 1976. 66.
- [3] 杨伯峻. 孟子译注(下册)[M]. 北京: 中华书局, 1960.
- [4] 杨伯峻. 论语译注[M]. 北京: 中华书局, 2000.
- [5] [美]丹尼斯·K·姆贝(陈得民, 陶庆, 薛梅译). 组织中的传播和权力: 话语、意识形态和统治[M]. 北京: 中国社会科学出版社, 2000. 92.
- [6] 阮元. 十三经注疏(第二册)[M]. 北京: 中华书局, 1980. 1985.
- [7] 王兴业. 孟子天人关系理论中的哲学思想[A]. 见: 谢祥皓. 孟子思想研究[C]. 济南: 山东大学出版社, 1986. 23.
- [8] 王焕镛. 墨子集诂(上册)[M]. 上海: 上海古籍出版社, 2005. 48-49.

Sub-organization Communication: A Probe into the “Confucius-mencius” Centered Confucianist Communication Thinkings

YANG Haihong¹, YANG Haiyan²

(1. School of Journalism and Communication, Huazhong University of Science and Technology, Wuhan, China 430074; 2. Library, Changsha University, Changsha, China 410003)

Abstract: In the historical age which witnesses both the decline of propriety and music, the Confucian School wants to rebuild the ideal “rule by rite” Society. Based on “the theory of original goodness of human nature” logic premise, the Confucian School thinks and makes a variety of regulation for communicator and Audience, communication content, communication media, communication technique, communication effect and so on. It displays the characteristic “Sub-organization communication”.

Key words: Sub-organization communication; Confucianist; Theory of original goodness of human nature; Rule by rite

(编辑: 刘慧青)