

# 中国符号学传统 ● ● ● ● ●

## 知行合一：礼乐符号的交往行为论<sup>\*</sup>

谢清果 曹书圆

**摘要：**人是符号的动物，总是借助某种符号展开行动。人际交往以表意符号构建共通意义空间，然后在这个意义世界中互动，其自然体现为“知”与“行”相互促进的持续过程。本文以符号互动论为切入视角，探究古代中国的礼乐符号如何建构成被普遍认同的价值观念，以及人们在礼乐符号所构筑的意义之网中如何形塑自身交往行为；进一步分析“知行合一”作为中国特色交往观念的历史源流及发生机制。

**关键词：**知行合一，符号互动论，人际传播，交往行为

## Unity of Knowing and Acting: A Communication Behaviour Theory Constructed through Chinese Ritual and Music Signs

Xie Qingguo Cao Shuyuan

**Abstract:** Humans cannot live without signs, and we have always acted through them. Interpersonal communication uses signs to construct a common space of meaning and interaction, which is reflected in the continuous

<sup>\*</sup> 本文为国家社科基金重大项目“铸牢中华民族共同体意识的传播策略研究”（22&ZD313）阶段性成果。

process of mutual communication between “knowing” and “acting”. This paper uses the perspective of symbolic interactionism to explore how the signs of ritual and music in ancient China were constructed into a universally recognised value concept, and how people shaped their own communicative behaviours in the meaning network constructed by this value concept. It then further analyses the historical origin and mechanism of “the unity of knowing and acting” as a communicative concept with Chinese characteristics.

**Keywords:** unity of knowing and acting, symbolic interactionism, interpersonal communication, communicative behaviour

**DOI:** 10.13760/b.cnki.sam.202301006

“知是行之始，行是知之成。”“知而不行，只是未知。”（《传习录》）以王阳明为代表的“知行合一”观念是中国传统知行观最系统深刻的呈现，也体现出中国人的行动观。在儒家看来，“知”“行”二者本身便如同阴、阳构成的太极一样——道德认知是在具体行动中实现的，而这些行为的共同模式为“礼”。（陈来，2015，p.44）具体到人际交往领域，“礼”成为人与人相处中相互尊重的表达，整个礼乐文化可以视作一套区别性等级符号体系，人们的各种交往活动则可视作“言语实践”，必须符合礼乐文化的“语言规范”。（祝东，2018）

礼乐符号体系的形成过程与西方“符号互动论”阐释的人际交往形成过程遵循相同的规则，即首先需要对表意符号产生共通理解，再做出相应的反应，这其中包含着“知”与“行”两个不同阶段。在这个意义上，本文在符号体系形成过程层面并不局限于王阳明的“知行合一”思想，而是就一般意义上的“知”与“行”观念展开论述，以寻求更普适的解释。此时，“知”并非取义“知识”的名词词性，而是“认知”的动词词性，意在强调礼乐符号体系被建构成共同价值的认知过程，其中既有社会或显或隐的教化规约，也包含君子慎独的内向反思。“行”是指在对“礼乐符号”共同认知的基础上，不断涵化孕育出的具有中国特色的人际交往实践。在宏观的表达范式与价值取向层面，本文将着重强调中国古人在礼乐符号体系所形成的共同道德情感作用下，如何进一步转化出特殊行动逻辑“知行合一”的交往实践。

## 一、作为传播观念的“知”与“行”

“知”与“行”作为中国传统文化中的一对重要范畴，已然浸润着中华

民族的生活感悟与交往实践，其传播机理在字形的不断演绎中亦可略窥一二。

### （一）作为传播过程的“知”

如图1-1所示，甲骨文1、2、3号字中“知”的基本字形可分解为：“干”，代指武器，借代行猎、作战；“口”，谈论；“矢”，武器，借代行猎、作战。在远古时代，弯弓使箭是成年人的基本常识和重要经验，这里的“知”便已有谈论和传授行猎、作战的经验之意。战国时期，由图1-1中的4号字再加“日”（说，传授）另造图1-2的“智”字，后续“知”的形容词含义“聪明、有战略”逐渐消失，更强调谈论和传授经验之意。《说文》：“知，词也。从口，从矢”（许慎，1985，p.168），段玉裁（2012，p.227）注“识敏，故出于口者疾如矢也”，表示快速的从心到口的言辞过程。这说明，言语表述是“知”的表象，而“知”也是在一次次的言语中不断积淀新的认知经验。综上，在“知”字的历史演变中始终贯穿着对既有社会经验的认知与传播。因此，“知”本身是一种行动，一种交往的行动。

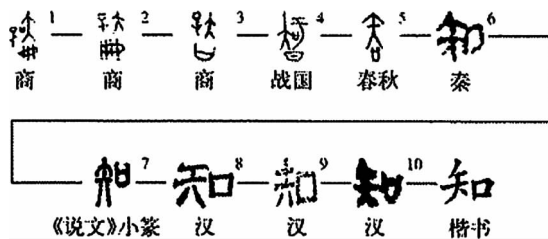


图1-1 “知”字字体的历史演变（李学勤，2012，p.473）

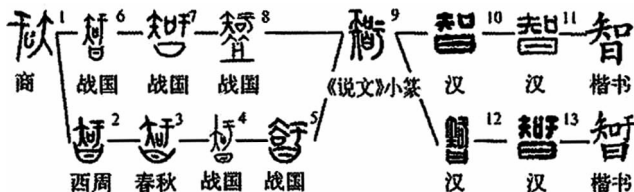


图1-2 “智”字字体的历史演变（李学勤，2012，p.291）

### （二）作为传播实践的“行”

如图1-3所示，其中1号字显示三千多年前“行”字的图形文字是十字大路，2号字是商周两代铸在钟鼎彝器上的金文中的“行”字，二者都不失十字路口的样子。李斯把“行”字改为5号字的样子，不像十字路口

## □ 符号与传媒 (26)

了。之后汉儒许慎(1985, p. 57)则说“行”字是“人之步趋也,从彳,从亍”,其中“彳”和“亍”都是小步走路、走走停停的意思。后来把“行”字当作动词来使用,“十字大路”本义渐失。《周礼·地官·师氏》“二曰敏德,以为行本”,注“德行,内外之称。在心为德,施之为行”(郑玄,1999, p. 348),意为“德”是一个内在于人之身心的东西,而“行”则是施之于行为而表现在外的品行。由此,“行”可以看作内在观念塑造下的传播实践活动。“行”的造字古义以形象来表达人类的行动轨迹,换言之,十字路本身意味着人类的创造性实践,表明人类基于种种目的的行走,而行走本身便是起点至终点的交通,更是心中意向的达成,因此,“行”字背后的传播意义十分明显。

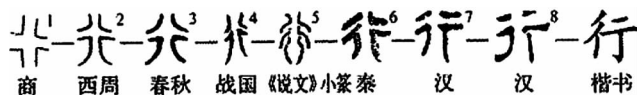


图 1-3 “行”字字体的历史演变(李学勤, 2012, p. 143)

## 二、“知”：人类共通价值的意识建构过程

前文已言,“知”在历史演变中始终保有对既有社会经验的内化与传播之意,因此,从传播角度来研究“知”范畴是可行的。

### (一) 知识传习：言传身教的教化传播

米德(2008, pp. 134 - 138)认为,自我产生的背景因素分为两种:一种是“符号应当对人的自我引起它在其他个体身上引起的反应”,另一种则表现在社会生活中能否“采取所有其他参加者的态度”。这在某种程度上可视为人的社会化过程,而对礼乐符号的认知建构被认为是古代中国人社会化的必由之路,所谓“不学礼,无以立”(《论语·季氏》)便隐含着这种含义。黄星民在《礼乐传播初探》(2000)中指出:古代对于礼乐的传播活动较少使用“传”字概括,而多用“教”“风”“化”等替代。相比于“教育”重在知识的获得,“教化”兼有知识与道德两个层面,并且更重视道德教育(张兵娟,刘佳静,2019)。由此,在教与学的教化传播活动中,礼乐符号被解释为更具象化的传播内容,通过学校教育与家庭教育不断沿袭,最终演化为被普遍认同的价值体系。

“玉不琢,不成器;人不学,不知道”,这句出自《礼记·学记》的经典

名言极好地诠释了教育学习对人的塑造作用。这里的“道”，除了指对生存性技能的获知，更主要的是对社会共识——礼乐符号的认知建构。“师也者，教之以事而喻诸德也”，直接指出老师的作用是通过事例给学生传授“德”，使其“归诸道者也”（《礼记·文王世子》），即达到言行举止符合礼乐规范的效果。在知识传习的过程中，家长作为具有亲密关系的“初级群体”在孩子社会化过程中扮演着极为重要的角色，具有极强的社会整合作用。首先，“幼子常视毋诳”（《礼记·曲礼》），强调家长要以正确的方式与思想助推孩子完成对礼乐共识的建构。其次，教育内容也应合乎孩子成长阶段之宜。“子能食食，教以右手；能言，男唯女俞”（《礼记·内则》），在幼年期提供社会化最基本的技能学习环境，而后随着孩子成长进行循序渐进式的礼乐教化，最终达到获得共同礼乐符号体系、融入礼乐社会的理想目标。由于言传身教本身就是传授与践行的传播实践，故而在教化与习得的过程中，整个中国古代社会构成了一个由上而下、富有层次的礼乐传播体系，每一个闭环中的施教者和受教者皆各得其宜。（谢清果，等，2021，p. 87）

## （二）显性载体：生活媒介的仪式传播

赵毅衡（2016，p. 121）指出：“符号是个抽象的意义项，载体与媒介是包裹并传送符号感知的物质。”具体到儒家的礼乐符号体系，服饰、祭祀及生活仪式以最贴近百姓生活的媒介形式将内在的制度性规范蕴含其中，潜移默化地塑造人们的情感共识，演化为深层意义上最有传播效果的显性载体。

“古者深衣盖有制度”（《礼记·深衣》），《礼记·王制》云“制：三公一命卷，若有加，则赐也，不过九命；次国之君不过七命，小国之君不过五命。大国之卿不过三命，下卿再命；小国之卿与下大夫一命”，即通过对服饰等级进行严格有序的划分，强调不可违礼僭越的规范。除了服饰的等级制度，“诸侯玄端以祭，裨冕以朝，皮弁以听朔于大庙，朝服以日视朝于内朝”（《礼记·玉藻》），要求诸侯根据祭祀、朝天子、听朔礼、内朝等不同场合穿着不同服饰。甚至，配饰也是服饰礼仪中不可或缺的一部分。“君无故玉不去身，大夫无故不彻县，士无故不彻琴瑟”（《礼记·曲礼下》），“君在不佩玉，左结佩，右设佩。居则设佩，朝则结佩”（《礼记·玉藻》），等等，对于古代社会不同阶层、不同场合的服装配饰的规范进行了详尽的论述。周锡保（1986，p. 3）指出，“衣服形制确立后，人们都按照这种式样穿着去祀天地、祭鬼神、拜祖先。部族社会的人与人之间活动得以较有秩序地进行着，因而天下治”。由此可见，对于服饰制度的强调，实际上起着规范人伦秩序、建

构制度共识的作用。

“夫礼之初，始诸饮食”（《礼记·礼运》），饮食之礼贯穿于人们的日常生活，起到辅助建构礼乐规范体系的作用。进食之礼意在通过强调进餐时所需要遵守的礼仪规范，如“共食不饱”“毋咤食”（《礼记·曲礼上》），“食于人饱”“食枣、桃、李，弗致于核”（《礼记·玉藻》），等等，达到“敬人修己”的基本价值认同。（吴蕴慧，2014，p. 161）在宴请宾客的饮食宴会上也有着细致的仪式规范，如“食礼，主人亲馈则客祭，主人不亲馈则客不祭”（《礼记·坊记》），意为宴会上宾主间需要表示客套。此外，在菜肴摆放与宴席座次方面也有着严格的规定。这种隐含着礼乐符号的宴客之礼在现代社会的依旧保留了明显的印记，可见其作为共通价值所带来的影响之深远。

“夫礼始于冠，本于昏，重于丧、祭，尊于朝、聘，和于射、乡：此礼之大体也”（《礼记·昏义》），礼之要义各不相同，以冠礼为开端，以婚礼为根本，以丧礼、祭礼为隆重之代表，以朝礼、聘礼表示尊敬，以乡饮酒礼、乡射礼体现和洽。日常礼俗贯穿了中国古代先民从生到死的每一个阶段，见证着每一个重要的转变。这些显性仪式不仅将礼乐符号巧妙地融合贯穿进人生的全过程，而且间接赋予其高度庄重感与神圣感，让人们在一场场重大的生活仪式中完成对礼乐符号的共同认知建构。

### （三）参照群体：尊圣敬贤的榜样传播

“参照群体”理论延续了符号互动论的基本思想并做出了进一步的发展说明，即理想层面本应强调个人与社会互动影响的双向过程。米德后继者的理论架构更多侧重于微观个体如何理解符号、适应角色的层面，而“参照群体理论的创导者则更多地强调了米德观点的另一面：社会制约着个体的精神与自我”（周晓虹，1990，p. 251）。库利在进一步分析参照群体的内涵与功能时，认为人们往往在“规范”与“比较”两种意义上使用“参照群体”一词。规范功能指人们依据参照群体建立一定的行为标准，并自觉规范自身，使自己的态度和行为与之保持一致；比较功能则意为个体把参照群体作为评价自身或别人的标准和出发点。但不管哪种功能，都强调了参照群体以自身表率建构规范体系，从而影响个人认知及态度，进一步影响其社会交往行为的过程。这种以社会主流道德的践行中具有楷模作用的个人（或群体）为传播主体，引导、激励他人产生仿效行为的传播实践（陈继红，2014），可以看作榜样传播的典型范例。值得注意的是，这种影响不一定是完全正向的，也可能导致人们出现失落感或相对剥夺感，“当相对剥夺感高涨时，一些

人会采取违法行为或参加社会运动”（李强，2004）。

“圣人，吾不得而见之矣，得见君子者斯可矣”（《论语·述而》），在古代中国的语境中，“圣人”“圣贤”是理想典范的代名词，自然也成为真善美化身的参照群体。圣人崇拜作为古代中国一种深层文化心态，其真正代表的实际上是礼乐规范的完美施行者。常被当作榜样传播过程的起点的“君子”“圣贤”，也不断将这一符号体系推广给普通民众。在这一过程中，“圣贤”首先要满足“正己”这一前提条件，才能达到“其身正，不令而行”（《论语·子路》）的传播效果。而在下一阶段的榜样传播过程中，个体由于不断受到参照群体“圣贤”的熏陶，内在比较与外在规范的驱动力不断影响其认知与态度，最终于潜移默化中实现对礼乐符号体系的价值认同，达到“见贤思齐焉，见不贤而内自省也”（《论语·里仁》）的传播效果。与此同时，为防止“相对剥夺感”带来的不良后果，以“圣贤”为代表的群体在传播礼乐符号体系时也非常强调尊重受众主体性与循序渐进，形成了具有中华传播特色的“风草论”。所谓“君子之德风，小人之德草。草上之风，必偃”（《论语·颜渊》），“必”字体现出了圣贤群体强大的传播效力，但选用“偃”而非“倒”也侧面印证了古代受众自身的可塑性以及“君子之风”的温和传播模式（谢清果，陈昱成，2015）。

#### （四）自我规约：君子慎独的内向传播

作为传播活动的基本类型，内向传播是作为意愿和行为主体的“主我”（I）与作为他人的社会评价和社会期待的代表的“客我”（Me）之间的信息交流的过程（董璐，2008，pp. 1-2）。在符号互动论的视角中，“主我”是有机体对他人态度的反应，“客我”是有机体自己采取的一组有组织的他人态度。米德（2008，pp. 157-160）进一步指出，主我绝不可能被完全预测，客我确实要求某种主我，但主我始终有别于情境本身的要求。依据这个视角，客我实际上是需要时刻服从于社会共识性评价的习惯性的个体；主我的不确定性却使得个体不拘泥于对外部环境的机械反馈，而是依据不同情境不断更新自我意识，保持新鲜性、自由感和进取心。对于古代中国来说，一方面，所谓“君子之事君也，必身行之”（《礼记·祭统》），作为参照群体的圣贤君子需要不断形塑自身行为，以达到符合社会评价与期待的“客我”要求；另一方面，哪怕在社会无法透视的情境中，圣贤君子的“主我”也在不断敦促其进行严格的自我规约，达到“慎独”的效果。

《礼记·中庸》开宗明义：“是故君子戒慎乎其所不睹，恐惧乎其所不

闻。莫见乎隐，莫显乎微，故君子慎其独也”，深刻揭示君子在任何时间与空间中严格约束自身的本质，这与内向传播中“自我管理”的核心不谋而合。谢清果（2017）指出：“慎独”的产生根植于礼乐体系建构起的社会责任的强烈感召，这个过程是在心灵深处营造出当下自我（“主我”）与以天（命）及其一般化的他者（圣贤）为表现形态“客我”间对话的张力。从这个意义上看，“慎独”作为一种儒家的内向传播形态，其本质依旧是将礼乐规范作为共通价值不断内化于心，最终达到“外谐而内无怨”（《礼记·礼器》）的境界。

### 三、“行”：基于共识的交往实践

前文已言“行”原本是以路而显现的行动，承载着路媒介的沟通意向，同时也预示着行动主体的时空交往取向。因此，从传播角度来研究“行”范畴是可行的。

#### （一）基本原则：诚信为本的交往伦理

《礼记·大学》言：“欲正其心者，先诚其意”，在礼乐体系中“诚”具有极为重要的价值，被赋予作为修身、齐家、治国、平天下之根本准则的意义。“诚者，天之道也；诚之者，人之道也”，在《礼记·中庸》中“诚”不仅被上升至“天道”的高度，也成为“圣人”所代表的极为崇高的精神境界。其提出“诚者，不勉而中，不思而得，从容中道，圣人也。诚之者，择善而固执之者也”，强调除圣人外的任何人都不能轻易做到“诚”，但应按“诚”的标准行事并坚持下去。在这样的普遍共识之下，“诚”被作为一种基本道德要求贯穿百姓的社会实践过程，成为礼乐体系下古代中国人际交往基本原则。

首先，人际交往中的自我认知应遵循“诚不自欺”的原则。所谓“诚则明矣，明则诚矣”（《礼记·中庸》），天性诚实之人更容易明达事理，从而达到更和谐的人际沟通；而对于礼乐规范的通晓认知也会帮助人们形成诚信交往的秉性。其次，对于人际交往中的他人互动来说，“诚”具象表现为遵循“言”“礼”“信”三者互通的原则（贾南，2017，p. 50）。第一，“礼”是交往的大前提，“出言不以礼，弗之信矣”（《礼记·礼器》），即不按照礼数规范的交往语言，从一开始便无法让人信服。第二，“言”符合规范，出口要具有可信度，“礼，不妄说人，不辞费”（《礼记·曲礼上》），不求用空话取



悦别人，但求所说内容真实可靠。第三，言出必行，言行一致。“是故君子与其有诺责也，宁有已怨”（《礼记·表記》），表达不尚空言，绝不言过其实。最后，以诚信为本的交往原则能产生巨大的正向效应，如《孟子·离娄上》言：“至诚而不动者，未之有也；不诚，未有能动者也。”统治者和君子更要以诚信作为交往表率，“君子不以口誉人，则民作忠”（《礼记·表記》），这样会有利于整体社会秩序的建构。因此，不论何时何地、在何种社会背景下，诚信都是人际交往的基本准则，敦促和谐关系与良好社会风气的形成。

## （二）角色扮演：亲亲尊尊的关系定位

角色理论来源于社会学家对舞台与社会、演员（舞台角色）与社会个体之间对照的想象，乔纳森·特纳（2001，p. 48）将其形容为“正如演员必须按照写好的剧本去演戏，行动者在社会中也必须遵守规范”。在结构主义强调个人角色与社会地位紧密相连的前提下，符号互动论进一步提出“过程角色”的概念，旨在揭示个体会基于情境而做出行动的特点，提出个体对角色的理解与实践具有高度创造性和自主性。

从“结构角色”视角来看，礼乐本身即是“以正君臣，以笃父子，以睦兄弟，以和夫妇，以设制度”（《礼记·礼运》）的规范性社会准则，具有强烈的“正名分”的取向。正如“非礼无以辨君臣、上下、长幼之位也，非礼无以别男女、父子、兄弟之亲，昏姻、疏数之交也”（《礼记·哀公问》），其参照“亲亲、尊尊、长长”的社会地位与结构，划分出君臣、父子、夫妇、兄弟、朋友五种基本人际关系，规定了个人在每种交往关系中的角色，并强调按照礼乐规范的普遍共识进行交往实践。从君臣角度来说，君主要“为政在人，取人以身，修身以道，修道以仁”（《礼记·中庸》），用礼义、仁爱和诚挚之心对待人民。而臣下侍奉君主，应“量而后入，不入而后量”（《礼记·少仪》），进行可行性考量后再交流，方能形成君臣关系的良性循环。当君主行为不端时，应“有谏而无讪，有亡而无疾”（《礼记·少仪》），主动劝谏而不应背后诽谤，若谏言不被听取可选择离开，但不能有所怨恨。从父子角度来谈，《礼记》所建构的父母、子女关系是双向的。“为人子止于孝，为人父止于慈”（《礼记·大学》），强调处于父母的社会角色时对子女悉心疼爱，处于子女的社会角色时孝顺敬重父母。在夫妻关系方面，以“男不言内，女不言外。非祭非丧，不相授器”（《礼记·内则》）为代表，重视男女有别。在邻里、朋友交往方面，诸如“邻有丧，舂不相；里有殡，不巷

歌”(《礼记·檀弓上》)、“孙友视志”(《礼记·内则》)等论述也做出了详细的阐释。

同时,礼乐符号体系并非死板的条文与框架,也包含一定程度上的情境原则。正所谓“礼也者,合于天时,设于地财,顺于鬼神,合于人心”(《礼记·礼器》),人际交往依礼而行,也应因时制宜、因地制宜、因事制宜且因人而异,从而使人际关系更加融洽。《礼记·曲礼》的“礼从宜,使从俗”便深刻反映出这一特性,要求通过“入竟而问禁,入国而问俗,入门而问讳”的方式了解不同情境后,再做出符合当下情境的交往行为。甚至在不同情境下的交谈内容也有不同规范,“居丧不言乐,祭事不言凶,公庭不言妇女”(《礼记·曲礼下》),凸显出个体在人际交往中的创造性作用。

### (三) 想象性预演:推己及人的共生意向

米德认为“想象性预演”是个体成长中心理能力成熟的表征,即自觉将自己置于他人的位置,以谋求彼此间的最佳适应,意味着自身已经形成了稳定的认识。在礼乐共识下的人际交往实践中,这首先体现为对分寸和尺度的重视。《礼记·曲礼上》言“礼不逾节,不侵侮,不好狎”,要求在交往中做到不逾越界线、不侵犯怠慢、不轻佻戏弄,而这种交往尺度背后便是对他人感受的观照,也映射出最基本的道德要求。又言“君子不尽人之欢,不竭人之忠,以全交也”,旨在说明若想在人际交往中维护友情,便需要站在他人角度进行考量,不能一味享受他人给自己带来的欢愉,也不能强求他人一定对自己无限忠诚。这种由己及人的交往法则实际上是在继承“尊礼为仁”观念的基础上提出的,强调以“仁”的态度顺从“礼”规定的社会秩序,进而获得主体性生存的价值与意义(于洪卫,王洪军,1992,p.155)。

在“想象性预演”的基础上,米德(2008,p.266)进一步对人际交往中的“同情”做出了诠释。他认为,积极的同情意味着该个体的确在另一个人身上唤起由他的援助所引起的反应,并在他自身唤起同样的反应。这种“感他人之所感”的自居作用与儒家提出的“恻隐之心”如出一辙。“恻隐之心,仁之端也”(《孟子·公孙丑章句上》),是主体在看到他人处于痛苦的特定情景中时体验到的一种感同身受的悲伤和哀痛(郝宏伟,2012),是更普遍道德情感形式“仁”的直观表现,也是礼乐体系着重强调的最为核心的道德情感。但米德认为,同情者要在自身唤起这种态度的话,还需要与被同情者合作,即被同情者需要进行回应,否则就不会产生进一步的交往行为。“恻隐之心”同样具有条件性,“今人乍见孺子将入于井,皆有怵惕恻隐之

心”（《孟子·公孙丑章句上》），强调“乍见之时”自然流露的心灵反应，而这种代入性认知是否会延续并转化为实践行动，还需综合考虑同情者与被同情者的互动以及同情者自身的利益情况。

#### 四、“知行合一”：管窥礼乐符号下的特殊交往机制

上文基于中国礼乐符号的认知与实践两个过程，探索了中国人的交往行动逻辑，也论述了人类交往的一般性问题。下面将把二者合为一体，从“知行合一”观念的历史源流讲起，进一步阐释这种中国特色交往观念的根本发生机制。

##### （一）历史溯源：古代中国的“知行合一”观念考

在中国哲学中，从广义上看，“知”的含义和“knowledge”相似，都表示“知识”或“认识”。但实际上，中国哲学范畴里的“知”除了与西文“knowledge”共同指代狭义的事实性知识，还包括对价值的认识问题。用中国哲学的术语说，关于事实的认识叫作“闻见之知”，而关于价值的知识叫作“德性之知”（宋志明，2004，p. 35），后者更受重视。价值的认识同实践密切相关，因此中国传统哲学更“重行”。“行”本身也具有目的性，对于目的清楚了解和准确定位，就是中国传统哲学中“知”的实质含义。因此，传统哲学往往把“知”与“行”相提并论，强调“知”一定要落到“行”上，否则就不算真“知”，这也是“知行合一”意义之体现。

“知”与“行”作为标志认识和实践关系的哲学范畴，一直是认识论和道德论讨论的中心问题，贯穿整个中国古代哲学史。“非知之艰，行之惟艰”（《尚书·说命中》）被认为是中国最早的知行学说，主张“知”后达到“知行”统一，认为“行之”更为重要。百家争鸣时期郑国大夫子产已提出“知易行难”之说，至春秋末期孔子首次将“知”“行”作为认识论范畴进行系统论述，提出“生而知之者上也，学而知之者次也；困而学之，又其次也；困而不学，民斯为下矣”（《论语·季氏》）。论及二者关系，孔子主张“知行统一”，认为“行”是“知”的目的，也是检验“知”的标准。由于孔子认识论具有先验论和经验论的内在矛盾，后期哲学家也朝两个方向分化——孟轲、庄子等人继承了“生而知之”的先验论思想，而墨子、管子、荀子、韩非等人着重发展了孔子“学而知之”的知行观。实际上，这一时期“知行合一”观念便已萌芽，如荀子认为“安特将学杂识志，顺诗书而已耳”最无

用，一辈子“不免为陋儒而已”（《荀子·劝学》），显露出对空谈无行之人的批判。汉唐时期，中国哲学史经历了复杂的发展路径，诸儒对于“知”没有更多的新见解，而佛教的唯识宗对于所谓“识”做了详细的解析。（张岱年，2017，p. 251）

宋代以后，中国知行学说的发展进入新的阶段，相继形成了各种系统的知行学说与理论。“知常在先”是两宋时期占统治地位的知行理论，以程颐、朱熹的理学为代表。但其论述已“已发知行合一之端”（方克立，1982，p. 188），“知之深，则行之必至，无有知而不能行者”（《二程遗书》卷十七）、“知之愈明，则行之愈笃；行之愈笃，则知之益明”（《朱子语类》卷十四）中便隐含这种观念。王阳明则彻底发挥这一思想，进而把行融于知中，在人的“良知”中实现了“知行合一”。作为最具代表性的人物，王阳明认为“知之真切笃实处即是行，行之明觉精察处即是知”“要皆知、行合一之功，正所以致其本心之良知”（《传习录·答顾东桥书》），其中包含知行互涵、知行并进、恢复良知之本体三重含义（葛荣晋，2001，pp. 428 - 429）。由于王阳明知行合一存在内在矛盾，明朝中后期的王廷相、吴廷翰、高拱等人对其观点进行了批判修补。其中，王廷相的“知行兼举”说继承朱熹“知行护发并进”的思想，也吸收王阳明思想中的合理成分，将知行关系演绎成一个哲学辩证法命题。明清之际，反道学成为时代之思想潮流，以黄宗羲、顾炎武、王夫之、颜元为代表的启蒙思想家，在知行观方面共同反对唯心主义的先验论，提出“力学致知”的唯物主义认识论命题。

综上所述，“知行合一”之说虽然由王阳明正式提出，但先秦的儒家思想中已出现它的影子，它一直随着历史浮沉，却从未消隐。除从哲学的认识论角度对知行观念进行考察外，我们更应注意到，中国古代传统知行观背后隐藏的实质是伦理道德问题。正如汤一介（1984）所言：“认识论问题往往与伦理道德是同一问题，故中国古代哲学家主张在社会生活中不仅应‘知’（认识），而且应‘行’（实践，身体力行）。”在古代中国的历史语境中，儒家所创造的礼乐符号体系一直被视为伦理道德的准绳与标尺，得到社会各个阶层普遍认同。因此，我们有理由认为：“知行合一”植根于礼乐传播的内容与特性，最终发展成一种中国特色的交往观念。

## （二）发生机制：植根礼乐符号传播的“知行合一”

中国的交往观念中的“知行合一”，强调内在想法和外表现要完全一致，和西方的“情境表演”有着根本性的区别。“故君子有礼，则外谐而内

无怨”（《礼记·礼器》），即只有发自内心的对礼乐符号体系的认同才能成就外部和谐而内心无怨，做到在任何特殊的情境中都达到“知”与“行”的完全同步和一致。王阳明认为，真正做到“知行合一”的关键在于人内心深处的情感性因素，这是推动道德认知转化为道德行为的根本力量。以示范伦理学为本质的儒家伦理学，正是旨在通过道德示范彰显德性，强调“范导”而非“强制”的情感导向，从而感动、激励人们建立道德人格（王庆节，2016），力求达到“如恶恶臭，如好好色”（《礼记·大学》）的知行合一的境界。礼，缘情而制；乐，更是帮助表达情感的符号形式。“乐也者，情之不可变者也；礼也者，理之不可易者也”（《礼记·乐记》），以“乐”为代表的情感传播助推人们对于“礼”所规范的社会交往伦理的内心认同。特别是在社会行动者汇聚于同一时空的各类礼乐仪式上，“礼乐”亦相应地以一套具有象征意义的仪式化行为及程序结构来调整人与人及个人与社会的关系（吴晓群，郭晓东，2005），仪式传播所产生的共同情感体验也潜移默化地推动个体形成对自己角色规范的真正认同。因此，中国“礼乐协同”所表达的道德情感根植于社会的各种关系中，以情感互动推动和维护社会关系，是社会互动和传播的重要媒介，成为推动道德认知直接且主动转化为道德行为的最根本力量（谢清果，林凯，2018）。

此外，“知行合一”还与礼乐符号体系的传播内核相勾连，随着古代中国由上而下的传播机制被全体社会成员接受，最终升华为“内圣外王”的终极交往目标。古代中国的礼乐符号中对“知行合一”没有明确的论断，但其核心内容却隐藏着这方面的要求与倡导，其中“诚”与“信”最为突出。“诚”强调自身内在本性的省察，“信”则突出社会群体提出的双向或多向要求。“信”是“诚”的外化，体现为社会化的道德践行，这个过程可以视为与“知行合一”相通的道德认知与道德行为的转化过程。“忠信，礼之本也”（《礼记·礼器》）、“诚故信，无私故威”（《张载集·正蒙·天道》），这些对“诚”“信”内容的论述与传播从侧面辅助深化对“知行合一”的认知。但若仅仅谈论其中道德意义，仍像是空中楼阁，实际上，礼乐传播也非常重视阐述人际交换法则。所谓“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”（《论语·子路》），即君主做到诚信便可以获取民众的信任，达到维护统治的目的。我们可以进一步将其延伸为：按照正确的道德认知进行道德实践，必定会取得相应的回报。这在一定程度上是基于儒家礼乐体系的人性观，也在客观上促进了民众对道德认知的认同与道德实践的转化。

在此基础上，礼乐符号体系为古代个人发展设计了理想的参照物，即不

## □ 符号与传媒 (26)

断追求人格全面发展的君子形象，而这种理想人格的终极价值目标便是实现“内圣外王”。“内圣”是指通过以人为主体的心性修养达到一种崇高的境界；“外王”则是以天下为己任，把自身主体心性修养所得推广到齐家、治国、平天下的高度。这种理想旨在将普遍的礼乐规范与主体的信念、情感、意向等相融合，也是将这种浸润着伦理道德的信念、情感和意向外化为实实在在的行动的过程（郭淑新，2005）。正是通过这种融合和外化，道德认知与道德实践二者达到契合与统一，真正推动中国的“知行合一”交往观念超越西方成就自身和他人认同的范畴，进一步上升到通过不断修炼自身而最终达到治理天下、实现太平的宏大境界。

### 结 语

新时代语境下，古代中国礼乐文明中所倡导的尊重、诚信、自律、换位思考等共识性人际交往原则在得到传承发扬的同时，也不断被赋予新的内涵，对于个人修身养性与构建社会主义和谐社会都颇具启示和借鉴意义。我们应从更广阔的视角中看到：中国礼乐文明中所蕴含的交往观以天下观为终极取向，“是唯一考虑到了世界秩序和世界制度的合法性的理论，因为只有中国的世界观拥有‘天下’这个在级别上高于/大于‘国家’的分析角度”（赵汀阳，2005，p.4）。在这个意义上，我们有理由相信，以礼乐传播为代表的中国本土交往观念在未来将帮助国际传播摆脱狭隘的民族主义与零和博弈的文化冲突框架，为解决世界上存在的“传播失灵”和“交流失败”问题贡献中国智慧。

#### 引用文献：

- 陈继红（2014）. 榜样之美与社会主流道德传播的主体转向. 南京社会科学, 9, 69 - 75.
- 陈来（2015）. 中华文明的核心价值：国学流变与传统价值观. 北京：生活·读书·新知三联书店.
- 程颢, 程颐（1992）. 二程遗书. 上海：上海古籍出版社.
- 董璐（2008）. 传播学核心理论与概念. 北京：北京大学出版社.
- 段玉裁（1981）. 说文解字注. 上海：上海古籍出版社.
- 方克立（1982）. 中国哲学史上的知行观. 北京：人民出版社.
- 葛荣晋（2001）. 中国哲学范畴通论. 北京：首都师范大学出版社.
- 郭淑新（2005）. 德性与德行——传统儒家德性伦理思想勾玄. 安徽师范大学学报（人文社会科学版）, 5, 518 - 522.

- 郝宏伟 (2012). 从霍夫曼的移情理论看儒家的“恻隐之心”. 长春教育学院学报, 8, 5-6.
- 黄星民 (2000). 礼乐传播初探. 新闻与传播研究, 1, 27-35+95.
- 贾南 (2017). 礼之用, 和为贵. 硕士学位论文. 合肥: 安徽大学.
- 黎靖德 (编) (1986). 朱子语类 (王星贤, 注). 北京: 中华书局.
- 李强 (2004). 社会学的“剥夺”理论与我国农民工问题. 学术界, 4, 7-22.
- 李学勤 (编). (1999). 十三经注疏·尚书正义. 北京: 北京大学出版社.
- 李学勤 (编). (2012). 字源. 天津: 天津古籍出版社.
- 米德, 乔治·H. (2008). 心灵、自我与社会 (赵月瑟, 译). 上海: 上海译文出版社.
- 宋志明 (2004). 中国传统哲学通论. 北京: 中国人民大学出版社.
- 特纳, 乔纳森 (2001). 社会学理论的结构 (下) (邱泽奇, 译). 北京: 华夏出版社.
- 汤一介 (1984). 论中国传统哲学中的真、善、美问题. 中国社会科学, 4, 73-83.
- 王庆节 (2016). 道德感动与儒家的德性示范伦理学. 学术月刊, 8, 32-39.
- 王文锦 (2001). 礼记译解. 北京: 中华书局.
- 王先谦 (1988). 荀子集解 (沈啸寰, 王星贤, 点校). 北京: 中华书局.
- 王阳明 (2012). 传习录注疏 (邓艾民, 注). 上海: 上海古籍出版社.
- 吴晓群, 郭晓东 (2005). 论仪式学视角下儒家礼乐思想的解读. 华东师范大学学报 (哲学社会科学版), 4, 8-15+120.
- 吴蕴慧 (2014). 《礼记》的现代阐释. 北京: 中国人民大学出版社.
- 谢清果, 陈昱成 (2015). “风草论”: 建构中国本土化传播理论的尝试. 现代传播 (中国传媒大学学报), 9, 59-64.
- 谢清果 (2017). 内向传播视域下的先秦儒家“慎独”观. 杭州师范大学学报 (社会科学版), 5, 101-113.
- 谢清果, 林凯 (2018). 礼乐协同: 华夏文明传播的范式及其功能展演. 新闻与传播评论, 6, 59-68.
- 谢清果, 等 (2021). 华夏礼乐传播论. 北京: 九州出版社.
- 许慎 (1985). 说文解字 (徐铉, 校订). 北京: 中华书局.
- 杨伯峻 (1980). 论语译注. 北京: 中华书局.
- 杨伯峻 (2012). 孟子译注. 北京: 中华书局.
- 于洪卫, 王洪军 (1992). 中国传统思想. 东营: 石油大学出版社.
- 张兵娟, 刘佳静 (2019). 中国礼的教化传播思想及当代价值. 郑州大学学报 (哲学社会科学版), 2019, 3, 113-118+128.
- 张岱年 (2017). 中国古典哲学概念范畴要论. 北京: 中华书局.
- 张载 (1978). 张载集 (章锡琛, 点校). 北京: 中华书局.
- 赵汀阳 (2005). 天下体系: 世界制度哲学导论. 南京: 江苏教育出版社.
- 赵毅衡 (2016). 符号学: 原理与推演. 南京: 南京大学出版社.

## □ 符号与传媒 (26)

郑玄 (1999). 周礼注疏 (贾公彦, 疏). 北京: 北京大学出版社.

周锡保 (1986). 中国古代服饰史. 北京: 中国戏剧出版社.

周晓虹 (1990). 现代西方社会心理学流派. 南京: 南京大学出版社.

祝东 (2018). 名与礼: 儒家符号思想及其深层意识形态分析. 兰州大学学报 (社会科学版), 3, 151 - 157.

### 作者简介:

谢清果, 厦门大学新闻传播学院教授, 研究方向为中华文化传播。

曹书圆, 厦门大学新闻传播学院硕士研究生, 研究方向为中华文化传播。

### Author:

Xie Qingguo, professor of School of Journalism and Communication, Xiamen University. His research direction is Chinese cultural communication.

Email: weirai2002@126.com

Cao Shuyuan, master of School of Journalism and Communication, Xiamen University. Her research direction is Chinese cultural communication.

Email: kylinsu0602@163.com