

中国跨文化传播研究年刊 第1辑

姜 飞 主编



中国社会科学出版社

中国跨文化传播研究年刊 第1辑

姜 飞 主编



中国社会科学出版社

图书在版编目(CIP)数据

中国跨文化传播研究年刊. 第1辑/姜飞主编. —北京: 中国社会科学出版社, 2016. 3

ISBN 978 - 7 - 5161 - 6760 - 1

I. ①中… II. ①姜… III. ①文化传播—中国—年刊 IV. ①G12 - 54

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2015)第 182373 号

出 版 人 赵剑英
选题策划 刘 艳
责任编辑 刘 艳
责任校对 陈 晨
责任印制 戴 宽

出 版 中国社会科学出版社
社 址 北京鼓楼西大街甲 158 号
邮 编 100720
网 址 <http://www.csspw.cn>
发 行 部 010 - 84083685
门 市 部 010 - 84029450
经 销 新华书店及其他书店

印刷装订 三河市君旺印务有限公司
版 次 2016 年 3 月第 1 版
印 次 2016 年 3 月第 1 次印刷

开 本 710 × 1000 1/16
印 张 23.5
插 页 2
字 数 421 千字
定 价 89.00 元

凡购买中国社会科学出版社图书,如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话:010 - 84083683

版权所有 侵权必究

《中国跨文化传播研究年刊》

创刊号(总)第1期(2015)

主办机构

中国社会科学院新闻与传播研究所“中国跨文化传播研究与实践基地”

创始成员:

中国社会科学院新闻与传播研究所“世界传媒研究中心”

华南理工大学“公共外交与跨文化传播研究基地”

上海外国语大学“跨文化研究中心”

首都师范大学科德学院

编辑顾问委员会(按姓氏拼音排列)

安 然 华南理工大学

白 贵 河北大学

陈昌凤 清华大学

陈国明 Rhode Island University, USA

陈韬文 香港中文大学

陈卫星 中国传媒大学

程曼丽 北京大学

戴晓东 上海师范大学

杜俊飞 南京大学

冯建三 台湾国立政治大学

冯应谦 香港中文大学

冯宪光 四川大学

郭 琴 Macquarie University, Australia

郭镇之	清华大学
郝晓鸣	Nanyang Technological University, Singapore
韩 强	新疆大学
何道宽	深圳大学
胡正荣	中国传媒大学
胡智锋	中国传媒大学
洪浚浩	The State University of New York at Buffalo, USA
金兼斌	清华大学
金元浦	中国人民大学
蒋晓丽	四川大学
荆学民	中国传媒大学
李金铨	香港城市大学
李臻怡	Royal Roads University, Canada
刘卫东	天津师范大学
罗文辉	香港中文大学
欧阳友权	中南大学
孟 建	复旦大学
潘忠党	University of Wisconsin-Madison, USA
单 波	武汉大学
邵培仁	浙江大学
史安斌	清华大学
唐绪军	中国社会科学院新闻与传播研究所
唐润华	新华社新闻研究所
王万良	首都师范大学
王岳川	北京大学
王一川	北京师范大学
汪 琪	台湾国立政治大学
魏 然	University of South Carolina, USA
吴 飞	浙江大学
吴予敏	深圳大学
肖小穗	香港浸会大学
杨立川	西北大学

于运全 中国外文局对外传播研究中心
 臧国仁 台湾国立政治大学
 张 坤 华中科技大学
 张隆溪 香港城市大学
 钟 布 Penn State University, USA
 赵月枝 Simon Fraser University, Canada
 Giuseppe Richeri Vivaldi Pasqua Lugano University, Switzerland
 Monroe E. Price University of Pennsylvania, USA
 Daya Thussu University of Westminster, UK
 Wendy Leeds-Hurwitz University of Wisconsin-Parkside, USA
 Liisa Salo-Lee University of Jyväskylä, Finland
 Darla K. Deardorff Duke University, USA
 Tristan Mattelart Université Paris 8, France
 Herman Wasserman University of Cape Town, South Africa
 Naren Chitty A. M Macquarie University, Australia
 Todd L. Sandel University of Macau

主编:

姜 飞(中国社会科学院新闻与传播研究所)

编辑

安 然(华南理工大学公共外交与跨文化传播研究基地)
 Steve Kluch(顾力行,上海外国语大学跨文化研究中心)
 Peter Praxmarer (Università della Svizzera italiana, Switzerland)
 Stephen M. Croucher (University of Jyväskylä, Finland)
 Vivien Marsh (University of Westminster, UK)
 张 丹(中国社会科学院新闻与传播研究所)
 黄 廓(中国国际广播电台)
 麻争旗(中国传媒大学)

编辑助理

谢 明(中国社会科学院新闻与传播研究所)

张楠(首都师范大学科德学院)

孙彦然(中国社会科学院新闻与传播研究所)

陶丽(中国社会科学院新闻与传播研究所)

投稿信箱

editor_cica@163.com

出版社

中国社会科学出版社

西城区鼓楼西大街甲158号 北京

序言 《中国跨文化传播研究》创刊

汪 琪

华人从事跨文化传播研究三十余年来，传播的大环境不变；跟随变化而来的，是在全球化趋势下各个国家愈加密切的关系，以及生活在不同文化中的人们在经贸、艺文、教育与学术各个层面愈加密切的交流。换言之，我们比以往更需要了解其他文化，以及跨越文化的交流与传播活动。在此前提之下，新学刊的出版无疑是华人学界一个重要的里程碑。

但是新学刊要达成的任务是否仅仅在于秉持过去的方向，刊载更多研究论文？近年来值得我们特别注意的一个发展趋势，是大环境改变之余，研究者对于“跨文化传播”意义的诠释以及研究的方向旨趣也都有了改变。不可否认的是，跨文化传播研究虽然面对多元文化的现实，它的源起却在欧西，因此承袭了西方的辩证思考典范与观察角度。随着非西方学者加入跨文化传播研究的行列，这种西方文化对于研究本身所带来的影响与限制也开始受到批评；许多学者认为，“觉醒”的意义在发展亚洲的甚至本土的典范、观点与研究旨趣。本学刊以“中国”标志“跨文化传播研究”显然有着上述的意涵。

事实上，华人学者所面临的挑战，还不只是区辨出跨文化传播理论中所蕴含的西方观点，坚守“本土”。因为将一切事物机械式地对立起来，正是传统上西方观察世界的方法。如果由易经来看华人的思维方式，那么所有的差异未必都是对立或是一成不变的，而是万事万物在无所不变的世界中，不断展现分合异同的态势。换言之，我们未必能够截然区分文化在人身上所反映出来的特质并勾勒出这些特质的影响。在阴阳的典范下，我们要做的不是证明不同文化族群在特定议题上相同或不相同，而是要剖析他们在变动中展现出来的特殊型态，以及经由不断交流之后，如何呈现雷同与迥异之处交缠的情形。此时要问的，不是“是否”

(whether) 同或不同或“有何”(what) 同与不同,而是“如何”(how) 同与不同,以及这同与不同彼此间如何相生相长、相冲相荡。

学刊的编辑与出版是学界中人俱知的艰巨任务,但是学刊对于学术发展的影响却也是无可否认的。“中国跨文化传播”学刊因此不会也不应该只是又一个发表园地。已故香港学者张佩瑶曾经说过,“中国性”(Chineseness)是需要不断被定义的。而如何鼓励华人学者重拾主体性、适切地诠释“中国性”,并且在跨文化传播的论述中充分展现出来,正是我对这本学刊的期待。

作者简介

汪琪,台湾政治大学传播学院终身荣誉讲座教授。早年在媒体工作,取得美国南伊利诺伊大学博士学位后,在美国东西文化中心传播研究所担任研究员。1982年回到台湾,先后担任政治大学新闻系教授、系主任,中正大学电讯传播研究所教授、所长、社会科学院院长,交通大学传播研究所讲座教授,香港浸会大学传理学院讲座教授、院长,以及新加坡南洋理工大学黄金辉传播与讯息学院黄金辉讲座客座教授。

除了新传播科技的影响与政策,汪教授的研究兴趣主要在文化与传播的关连,包括早期的跨文化传播以及晚近的媒介全球化现象;近年对于传播研究与理论本土化的关注,也可以视为是上述兴趣的延伸。汪教授曾获得台湾“国科会”“杰出研究奖”,与2011年度由Asian Media and Information Centre (AMIC)颁发的“亚洲传播奖”(Asian Communication Award)。

目 录

序言 《中国跨文化传播研究》创刊	汪 琪 (1)
导论 走进中国跨文化传播研究的密林	姜 飞 (1)
往里去,向外走:开拓学术对话的国际空间	肖小穗 (28)
跨文化传播学的文化人类学根源:探寻过去以理解 现在	温迪·利兹-赫尔维茨 (54)
文化塑造过程模型的构建与 Gudykunst 跨文化交际理论的 延伸	顾力行 翁立平 (70)
信息国际流通之利弊	特里斯坦·马特拉尔 (88)
跨文化传播如何可能?	单 波 (102)
全球传播的重构和“中印一体”的 崛起	达雅·屠苏 史安斌 (121)
产业与主权:中国影视跨文化传播的双重 逻辑	姬德强 胡正荣 (141)
欧洲视角下的跨文化传播:挑战与 新路径	丽莎·萨罗·李 (164)
跨文化传播在新加坡的发展趋势研究	陈雪华 曹媛媛 (197)
俄罗斯跨文化交际研究及在我国的借鉴 状况	杨秀杰 张惠芹 张冬梅 (212)
跨文化交际能力:概述与框架	达拉·迪尔道夫 (230)
传播个体、跨文化与新媒体:传播能力研究的 新动向	安 然 魏先鹏 (245)

- 近代新疆汉人主体研究建构 周 泓 (264)
- 通过经由介导的社会互动走向自我心理功能：维果斯基
文化发展理论之于旅华美国人文化适应的应用研究 刘 杨 (301)
- 符号的活用：美国总统奥巴马印度尼西亚大学
演讲的修辞策略分析 吴 玫 朱文博 (319)
- 影视剧翻译中的文化问题 麻争旗 刘晓宇 (331)
- 文化语境与媒介话语的意义生成及传播 张 力 (347)
- 旅游与跨文化传播新探 马诗远 程 华 (358)

导论 走进中国跨文化传播研究的密林

姜 飞

承学术的逻辑，应实践的发展，汇学界的智慧，聚同仁的努力，感朋友的关怀，谢出版社的慷慨，《中国跨文化传播研究年刊》（CICA, *China Intercultural Communication Annual*）（以下简称“年刊”）终于创刊了，万千的欣喜自无法言喻。

“年刊”致力于打造汉语学术界从事跨文化传播研究群体的一个思想园地。用国际化的视野，人文的关怀，文化自觉的意识，学理性的探讨，分析世界范围内不同国家、地区、民族、种族、个体之间的文化关系，研究包括语言、媒体、国际关系等不同领域围绕文化边界跨越的理论和现实问题，探索不同文化主体之间共存共荣的逻辑。

究竟什么是跨文化传播？为什么要在中国、此时推出“年刊”？为什么是在传播学领域？进而，又为什么是我们来承担此艰巨任务？请允许我借创刊号的时机，尝试回答这样几个问题以飨读者的关切。

一 什么是跨文化传播

要回答什么是跨文化传播，首先需要理解什么是文化。

有关文化的界定非常多，其诞生和演变与“文明”不离左右。历史上对二者不乏极具韵味的描述。17世纪，弥尔顿将“文化”喻为“大自然的热能”，18世纪，赫尔德又将站立在“文化对面”的现代新兴工业文明譬喻为“机械的”、“无人情味”的。19世纪斯宾格勒更是将工业文明视为文化发展的“木乃伊”阶段。目前引用最广但也最不具个性的是泰勒的定义，在他那里，文化是一种综合体概念。“所谓文化和文明乃是包括知识、信仰、艺术、道德、法律、习俗以及包括作为社会成员的个人

而获得的其他任何能力、习惯在内的一种综合体。”^①

每个界定好比不同研究者的思想之花，其香味还需要历史、发展、辩证地来分析和研究，或可以恰切理解。2011年我在《传播与文化》中曾经做了初步梳理，概括了一个有关“文化”概念诞生以及与“文明”关系的历史发展脉络，并提出了文化和文明的逻辑函数关系，试图将二者繁复的关系和多元的界定相对清晰化。

我们看到，自从德国思想家在18世纪将特指农作物培养的词根 *cultura* 升级为“文化”（*culture*）并以“文化 vs 文明”与英法所界定的“文明 vs 野蛮”二元对立世界话语相抗衡以来（姜飞，2013a），文化就成了一个隶属“人类”使用的特定成果与话语，而“文明”也通过工业革命的成功从农业文明阶段演化到工业文明，并随着工业文明的内部不断突破构造着与其相匹配的“文化”的升级。

在这个过程中，文化和文明的内涵界定逐步清晰化。“文明”指人类在处理人与自然、人与社会、人与他人、人与自我的过程中形成的物质性成果；“文化”是在这样的物质性成果基础上建构起来的精神性产品，包括意识形态和价值观（姜飞，2014）。二者存在一种逻辑函数关系：文明是自变量，文化是因变量，文明演进是文化变迁的根基。“一定的文化，就是一定的主体，在一定的空间和时间要素作用于一定的文明要素基础上的结果”（姜飞，2011，p. 130）。影响文化变迁的系数主要有三个：主体（*subject*）、时间（*time*）、空间（*space*），还有一个特别系数，即大众传播媒体（*Mass Media*）和数字媒介（*Digital Medium*）为代表的一般媒介（*medium*），它们既是文明的基本要素，又作为重大系数共同作用于文明（*Civilization*），构建文化的内涵（姜飞，2011，p. 96）。

一旦“文化”有一个相对清晰的工作定义，并将其与文明的关系通过逻辑函数关系基本确立下来，那么，跨文化传播研究的实践和逻辑就逐层展开了。

1955年，美国人类学家爱德华·霍尔在《无声的语言》（*The Silent of Language*）中，从文化的分析入手，首次将 *intercultural* 和 *communication* 并提，从思想上开创了 *intercultural communication*（跨文化传播）研究领域以后，跨文化传播实践不断深入细化，逐渐扩展到多个领域涉及更多的

^① 转引自胡文仲《跨文化交际学概论》，外语教学与研究出版社2005年版，第35页。

话题。

但是,对于中文“跨文化传播”的表述,在英语语境下,除了 intercultural communication 之外,还有 cross-cultural, intra-cultural, trans-cultural communication 等。1972 年,作为跨文化传播研究领域的第一部著作,跨文化传播研究者萨姆瓦和波特合编的《跨文化传播读本》第一章开篇即谈这些术语表述的区别,并断然将 intercultural 作为通用语,认为可以涵盖其他所有的细微差别。他说:“近些年来,‘intercultural communication’(跨文化传播)这个词被用来描绘来自不同文化的说者和听者的互动行为。尽管 intercultural communication 使用时是和 cross-cultural communication, trans-cultural communication, trans-racial communication(跨种族传播)和 interracial communication(种族间传播)同义的,但我们相信,intercultural communication 应该是最适合表达这个意义的词,因为它几乎涵盖了来自不同文化的两个或多个传播者的所有状况。”(Samovar Larry A. and Proter Richard E., 1972. p. 1)。

1974 年成立于美国的“跨文化教育训练与研究学会”(SIETAR, Society for Intercultural Education, Training and Research)援用 Intercultural Communication。当今几个重要的跨文化研究和培训机构中,荷兰的跨文化合作研究所(Institute for Research on Intercultural Cooperation)、加拿大不列颠哥伦比亚大学的跨文化中心(CIC-UBC)、美国俄勒冈州波特兰跨文化研究院(the Intercultural Communication Institute in Portland, Oregon)使用的都是 Intercultural。其他国家的学者,比如德国学者马勒茨克,在其著作《跨文化交流:不同文化的人与人之间的交往》用的也是 Intercultural(马勒茨克,2001)。

除了萨姆瓦和波特“决断性”地将 intercultural 作为跨文化传播研究的代表术语外,有的研究者既没有模糊处理,也没有武断处理,而是直接将 cross-cultural communication 和 intercultural communication 放到一起,明确点明二者的不同,同时提出如何明确二者的关系问题。比如,1976 年,Sharon Ruthly 在“The Major Triad Revisted: A Potential Guide for Intercultural Research”(Sharon, 1976)一文开始提出跨文化(intercultural)研究领域的两个工作:一个是需要建立一套相关的理论概念,另一个是需要定位跨文化(cross-cultural studies)和跨文化传播的关系(intercultural communication)。在他的描述中,有一个细节,即提到跨文化(cross-cultural

studies) 时, 他特意加了一个括号, 特别点明跨文化 (cross-cultural studies) 研究是一种比较研究 (comparative)。

到了 20 世纪 80 年代, 跨文化传播研究的理论化趋势明显。已逝美国著名跨文化传播学者古迪孔斯特 (Gudykunst) 在 1987 年第一次就跨文化传播这个领域研究的几大方向予以明确: (1) intercultural communication (when individuals from different cultures interact), (2) cross-cultural communication (comparisons of interaction norms in different cultures), (3) international communication (when countries officially interact, otherwise known as international relations), (4) comparative mass communication (comparisons of the use of mass media in different countries) (Gudykunst, 1987)。

1989 年, 阿森特和古迪孔斯特再次对二者的区别进行确认, “在传播研究领域, 对跨文化传播研究的持续强调也伴生了一系列类似但不同种的术语标签 (比如用 intercultural 来替代 cross-cultural)。对二者一般接受的区分是, cross-cultural 是对多种文化下的比较研究, 而 intercultural 则研究那些来自不同文化背景的文化个体的相互影响、相互作用”^①。

即使是在这样日趋精细的界定下, 学者还是根据自己的理解和偏好从事着各有特色的研究, 使得跨文化传播研究领域呈现出一种百花齐放的局面。比如, 著名美国跨文化传播学者 Stella Ting-Toomy 1999 年在她的专著《跨文化传播》(*Communicating Across Cultures*) 的作者自我介绍中, 并未将 cross-cultural 和 intercultural 区别使用 (Ting-Toomy, 1999)^②。另外一位跨文化传播学者在其有关美国跨文化传播研究历史的文章中认为, “这就是当前的一些方向……值得点明的是, 原初的术语依然保留其原初的用法: 来自不同文化背景的个体的相互作用 (intercultural interaction) 依然像其原初一样, 是本领域 (“跨文化传播研究”。作者注) 公认的核心, 这个领域的研究依然以此为中心” (Leeds-Hurwitz, 1993)。

多年以来, 包括中国在内的学者基本上认可并使用 intercultural communication 作为传播学的一个分支领域, 翻译成汉语约定俗成地将 “跨文

① 转引自 Richard L. Wiseman, and Jolene Koester, ed. (1993), *Intercultural Communication Competence. International and intercultural communication annual*. Publisher: SAGE. Speech Communication Association. v. 17.

② Ting-Toomy, Stella. (1999), *Communicating Across Cultures*, New York: The Guilford Press. preface.

化传播”和 intercultural communication 并列在一起。从学理层面来看,在 Gudykunst 的概念体系中, intercultural communication 的概念范畴要比 cross-cultural communication 大,两者具有包含和被包含的关系(威廉·B·古迪孔斯特,2005)。那么,早期将 intercultural 作为公认术语,也还是有共识的。但随着跨国传媒的出现,跨文化传播日趋复杂,将跨文化传播的研究进行细分,愈加呈现出必要性。尤其有意思的是,二位作者持续更新《跨文化传播研究读本》;到了2007年,在第六版的跨文化传播教材中,萨姆瓦和波特将书名设定为 communication between cultures (L. A. Samovar, Proter & Mcdaniel, 2007)。依然是跨文化传播的研究,为什么不继续使用 intercultural communication,或者是 cross-cultural, trans-cultural, international, intra-cultural communication 了呢?

研究者发现,“跨文化传播”在英文中逐渐演变出“两类四种”表达方式或研究领域:第一类是 intra-前缀,第二类则包括 cross-, inter-, trans-三种前缀,加在一起是四种表达方式: Intra-cultural communication, Cross-cultural communication, Inter-cultural communication, Trans-cultural communication。

通过对跨文化传播学科史的梳理,研究者发现,汉语中统称为“跨文化传播”的研究领域,英语中对应的研究范畴是有比较大的差异的。intra-cultural communication 特指均质文化背景下跨文化的传播;而 cross-, inter-, trans-兼顾均质、异质文化背景,彼此的区别,可以尝试归纳入以下表格,作为一个象征性概括(姜飞,黄廓,2009),便于理解彼此的差异。

	Cross-Cultural Communication	Intercultural Communication	Trans-Cultural Communication
动作	跨骑 (Across-)	介入 (In-)	超越 (Trans-)
重心	物理疆界 (Physical border)	文化边界 (Cultural Boundary)	哲学存在 (Philosophy of Human Being)
突破	刻板印象 (stereotype)	文化深层结构 (Deep structure of culture)	文化原型 (Cultural archetype)
关系	我/他人 (I/other)	文化我者/文化他者 (I/Other)	所有人都在天下 (All-under-heaven)

续表

	Cross-Cultural Communication	Intercultural Communication	Trans-Cultural Communication
表现	日常生活 (Daily life)	文化传播 (Cultural communication)	传播哲学 (Communication philosophy)
方向	单向 (Mono-directional)	双向 (Two-dimensional)	超越方向 (Hyper-directional)
范式	比较 (comparison)	介入 (Intervention)	超越 (transcendence)

通过对三种表述的细绎,研究者发现,其中似乎隐含着跨文化传播的三个层次递进的境界。即,跨文化传播从文化跨骑和文化比较,到关注不同文化内部的深层结构,到尝试打破不同文化所构筑的意识边界,以“天下”的视野观天下的事业,以贯通的哲学来看待、思考和指导跨文化传播实践和理论。由这三种不同的角度出发,也内置了跨文化传播研究的不同方法和研究的旨趣。

诚如学者所言,“意识形态介入符号和文本生产的方式有:指引作者建构新的能指,以改变旧的符号结构。……一些传统故事的当代版本(符合当代人意识形态需要的版本),通过引入新能指(例如新角色)来改变传统故事的架构,从而改变故事的含意”(肖小穗,2002,p.5)。跨文化传播的研究已经在逐步超越时间层面的工具理性,朝向意识形态和价值观的人文属性努力,在这样的过程中,跨文化传播的工作定义愈加清晰化呈现:跨文化传播是以文化他者(Cultural Other)为研究对象,以文化和传播为双焦点,探讨文化对传播的影响——文化在跨越国家/地区和个体边界的传播过程和规律,传播对文化的影响——不同类型传播媒介对文化传播过程和规律的基础性和调节性作用,综合传播学、心理学、人类学、社会学等多学科知识形成的一门新兴交叉学科,看待不同文化之间关系的研究视角,朝向不同文化之间的理解、合作、共存、共荣进行新知识生产的过程。^①

由此我们似乎可以提炼出跨文化传播研究的三大属性:其一,她是一

^① 研究者曾经在2007年对跨文化传播的研究对象做过一个探索,这里是对既往研究的延伸。姜飞:《从学术前沿回到学理基础——跨文化传播研究对象初探》,《新闻与传播研究》2007年第3期,第35页。