

(影印改编版)

跨文化交际

第八版

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

Eighth Edition

[美] Larry A. Samovar
Richard E. Porter
Edwin R. McDaniel
Carolyn S. Roy

著

董晓波 编译



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



内 容 简 介

CROSS-CULTURAL COMMUNICATION

本书旨在增进人类的人际交流能力和跨文化交流能力，讲述了文化和交流之间的独特关系，特别是来自不同文化背景的人如何交流思想、感情和信息。

本书适用于那些在工作或生活中碰到了跨文化交流问题的人，其中既包括不同国家间的跨文化交流，也包括国内不同文化间的交流，具有很强的实用价值。

本书自出版以来，一直是美国该领域最流行的教科书之一。

主要作者简介

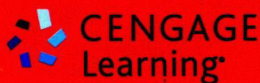
拉里·萨莫瓦尔 (Larry A. Samovar) 美国圣迭戈州立大学 (San Diego State University) 传播学院教授，跨文化交际研究和写作方面的权威人物。他在国内和国际会议上发表了一百多篇学术论文，出版著作有13部之多。他与理查德·波特合著的传播学专著多次再版。萨莫瓦尔热心社会活动，长期担任政府和私人部门的咨询顾问。

理查德·波特 (Richard E. Porter) 美国加州州立大学长滩分校 (California State University, Long Beach) 传播研究系名誉退休教授，长期从事跨文化交际方面的研究与著述，出版著作有16部之多。他与拉里·萨莫瓦尔长期合作编著跨文化交际领域的著作。

爱德温·麦克丹尼尔 (Edwin R. McDaniel) 日本爱知淑德大学 (Aichi Shukutoku University) 教授。

编译者简介

董晓波 博士，南京师范大学外国语学院教授、博士生导师。



www.cengageasia.com



“北大出版社社科图书”
微信公众号



“北京大学出版社”
微信公众号



ISBN 978-7-301-28461-2



9 787301 284612 >

定价：48.00元



跨文化交际

第八版



(影印改编版)

跨文化交际

第八版

Larry A. Samovar
〔美〕 Richard E. Porter 著
Edwin R. McDaniel
Carolyn S. Roy

董晓波 编译

常州大学图书馆
藏书章



北京大学出版社
PEKING UNIVERSITY PRESS



著作权合同登记 图字: 01-2015-4161 号

图书在版编目(CIP)数据

跨文化交际:第八版/(美)拉里·萨莫瓦尔(Larry A.Samovar)等著;董晓波编译.一影印本.一北京:北京大学出版社,2017.1

ISBN 978-7-301-28461-2

I. ①跨… II. ①拉… ②董… III. ①文化交流—高等学校—教材 IV. ①G115

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第124284号

Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R. McDaniel, Carolyn S. Roy

Cross-cultural Communication, 8e

Copyright© 2017 Cengage Learning Asia Pte Ltd.

Original edition published by Cengage Learning. All Rights reserved.本书原版由圣智学习出版公司出版。版权所有,盗印必究。

Peking University Press is authorized by Cengage Learning to publish and distribute exclusively this custom reprint edition. This edition is authorized for sale in the People's Republic of China only(excluding Hong Kong, Macao SARs and Taiwan). Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. No part of this publication may be reproduced or distributed by any means, or stored in a database or retrieval system, without the prior written permission of the publisher.

此客户订制影印版由圣智学习出版公司授权北京大学出版社独家出版发行。此版本仅限在中华人民共和国境内(不包括中国香港、澳门特别行政区及中国台湾地区)销售。未经授权的本书出口将被视为违反版权法的行为。未经出版者预先书面许可,不得以任何方式复制或发行本书的任何部分。

Cengage Learning Asia Pte. Ltd.

151 Lorong Chuan, #02-08 New Tech Park, Singapore 556741

本书封面贴有 Cengage Learning 防伪标签,无标签者不得销售。

书 名 跨文化交际(第八版)

KUA WENHUA JIAOJI

著作责任者 (美)萨莫瓦尔(Samovar, L.A.) (美)波特(Porter, R.E.) (美)麦克丹尼尔(McDaniel, E.R.)

(美)卡罗琳·罗伊(Roy, C.S.) 著 董晓波 编译

责任编辑 周丽锦

标准书号 ISBN 978-7-301-28461-2

出版发行 北京大学出版社

地 址 北京市海淀区成府路205号 100871

网 址 <http://www.pup.cn> 新浪微博: @北京大学出版社

电子信箱 ss@pup.pku.edu.cn

电 话 邮购部 62752015 发行部 62750672 编辑部 62765016

印刷者 北京大学印刷厂

经销者 新华书店

787毫米×980毫米 16开本 18.25印张 393千字

2017年1月第1版 2017年1月第1次印刷

定 价 48.00元

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究

举报电话:010-62752024 电子信箱: fd@pup.pku.edu.cn

图书如有印装质量问题,请与出版部联系,电话:010-62756370

序 言

在多元文化共存、交流日益频繁的当今世界，日新月异的现代通信技术、交通运输方式、多媒体和互联网正将巨大的地球压缩成一个小小的“地球村”。在“地球村”里，每一个“村民”都或多或少地被卷进了一张连接全球不同民族、不同种族和不同语言文化的“大网”。在这张“大网”里，人们随时随地地串门、聚会、交往、沟通。现代科技的发展拉近了人们之间的时间和空间距离，却无法消除人们之间的文化差异。由不同的历史渊源、地理环境、社会制度和宗教信仰塑造的世界各民族分属于不同的文化范畴，有着各具特色的民族传统，持有不同的意识形态和价值观念。人们的生活方式、思维方式、认知体系、社会规范、语用体系等都存在着显著的文化差异。而这些差异给跨文化交际带来的障碍也越来越突出，包括沟通效率低下、相互误解，甚至文化冲突和纠纷等问题。如何高效地与来自不同文化背景的人们进行交流，如何提高跨文化交际的能力，已成为当今形势下一项日益紧迫的时代课题。

跨文化交际学作为一门新兴交叉学科至今只有几十年的历史，但是跨文化交际是一种古已有之的社会现象。交际是人的本性，也是人的本质得以形成和展开的手段与途径。正是在从低级到高级、从简单到复杂、从局部到全球的人际交往中，在多样性文化的交流、渗透和融合中，人类对于客观世界和主观世界的认识和实践才不断地得以发展，人类文明的发展和社会的进步从而被推动。1959年，美国文化人类学家爱德华·霍尔的著作《无声的语言》问世，该书首创“跨文化交际”（intercultural communication）一词，成为跨文化交际学的奠基之作。此后，从文化角度探讨文化与人际交流、组织传播和国际传播之间的关系的研究大量增加。20世纪70年代，跨文化交际学成为传播学的一个分支，主要探讨文化与人际交流的关系，探讨如何提高跨文化人际交流的能力。跨文化交际能力也是语言交际能力的一个重要组成部分，培养学生的跨文化交际能力是高校英语教学的重要任务之一。2004年，国家教育部高等教育司公布的《大学英语课程教学要求》明确地把对学生“文化意识”的培养列入英语教学计划，认为在英语教学中培养学生的文化意识与培养学生的语言意识、语言技能同等重要。语言教学不仅包括语言知识的教学，而且包括文化知识的教学。只有充分了解目标语言国的历史文化，学习者才能真正有效地掌握语言知识，提高语言能力，更加有效地将这门语言运用于实践。

美国的国情特点使得跨文化交际学的研究在该国最为发达，著述最丰富。美国圣迭戈州立大学（San Diego State University）的拉里·A. 萨莫瓦尔（Larry A. Samovar）和美国加州大学长滩分校（California State University, Long Beach）的理查德·E. 波特（Richard E. Porter）均为跨文化交

际学的开拓者。除了每三年编辑出版一次在跨文化交流学界享有盛誉的《跨文化交流学论文集》(*Intercultural Communication: A Reader*) 外, 他们把注意力集中在跨文化交流领域教科书的编写上。1981年他们编写了第一本与论文集相配套的教科书——《理解跨文化交流》(*Understanding Intercultural Communication*), 以作为阅读论文集的向导, 使两本书互为补充, 相得益彰。1991年, 他们在《理解跨文化交流》一书的基础上出版了新的教科书——《跨文化交际》(*Communication Between Cultures*)。为了不断吸收新的科研成果和读者的有益建议, 与时俱进, 本书此后每隔三四年就再版一次, 不断在修改中完善。1995、1998、2001、2004、2007、2010年先后出版了第二、三、四、五、六、七版。从第六版起增加了一名新主编——爱德温·R. 麦克丹尼尔(Edwin R. McDaniel) 博士。现在呈现在读者面前的是2013年出版的最新版——第八版。这一版中又新增了一名主编——卡罗琳·S. 罗伊(Carolyn S. Roy)。相较于之前的版本, 此版本有了更多的改进, 包含了新的内容、新颖的素材以及更多修正。为了响应读者的号召, 作者在新版中插入了更多图片, 更新了旧图片, 加强了本书的观赏性。另一个重大的变化是编译者在旧版的基础上又增加了关于如何学习和强化跨文化交际技能的内容, 给予读者更多更具体的指导, 使本书更具实用性。本书重点关注交际与文化之间的独特关系及其对人际交往的影响, 特别是来自不同文化背景的人如何在交际中分享观点、情感和信息, 同时理解和接受相互之间的差异。交际和文化这两个概念之间有着千丝万缕的关系, 在本书中作者和编译者都努力将这两者的基本原则结合, 旨在增进人类的人际交流能力和跨文化交际能力。本书主要适用于那些在工作或生活中碰到跨文化交际问题的人。其中既包括不同国家间的跨文化交流, 也包括国内不同文化间的交流, 具有很强的实用价值。因此, 本书自出版以来, 一直是美国该领域最流行的教科书之一, 也是中国学生喜爱的教材之一。

为了便于中国读者更好地理解本书, 尤其为了满足高校英语专业、传播学专业和非英语专业选修课教学的需要, 我们以教育部《大学英语课程教学要求》为依据, 遵循“借鉴吸收、洋为中用”的原则, 在英文原版的基础上, 重新改写、编译了此书。此书的编译版旨在帮助中国学生了解美国学术界跨文化交际学研究的最新动态, 开阔眼界, 确立跨文化意识; 在掌握英语语言知识的同时, 熟悉相关的交际策略, 进而提高跨文化交际能力。

本书既可以作为高等学校英语专业、传播学专业及其他专业文化素质教育的教材, 也可以作为正在参与或将要参与跨文化交际的人们的知识性读物; 同时, 也是英语爱好者了解英美文化、培养跨文化意识的有效读本。

本书由董晓波编译。在编译过程中, 感谢研究生陈红为我整理书稿。虽然编译者力臻完美, 但是限于水平及一些不可避免的因素, 定不乏偏颇和疏漏, 恳请广大读者朋友和同行不吝指正。

董晓波

2015年9月

写于南京仙林

电子邮箱: dongxiaobo@163.com

简 要 目 录

第一章	跨文化交际：多元文化世界中的交互活动·····	1
第二章	文化与交际·····	29
第三章	文化的结构：家庭根源·····	63
第四章	文化价值观：行为的准则·····	97
第五章	言语信息：语言·····	140
第六章	非语言交际：行为、空间、时间和沉默传达的信息·····	164
第七章	交际语境与文化的影响·····	208

Contents

CHAPTER 1

Intercultural Communication: Interaction in a Multicultural World 3

THE GLOBAL COMMUNITY 4

GROWING DOMESTIC DIVERSITY 6

U.S. IMMIGRATION 7

TECHNOLOGY 8

DEFINING THE CONCEPTS 10

Intercultural Communication 10

The Dominant Culture 10

Co-Cultures 11

Society 11

VENTURING INTO A NEW CULTURE 12

Reactions to Culture Shock 12

The Phases of Culture Shock 13

Beyond Culture Shock 14

Learn about the Language of the Host Culture 15

Guard against Ethnocentrism 15

Learn about the Host Culture 15

Work to Maintain Your Culture 15

ETHICAL CONSIDERATIONS 16

Fundamentalism 17

Relativism 17

ETHICS IN INTERCULTURAL COMMUNICATION 18

Be Mindful That Communication Produces a Response 18

Show Respect for Others 19

Search for Commonalities among People and Cultures 19

Respect Cultural Differences 21

Accept Responsibility for Your Behavior 21

STUDYING INTERCULTURAL COMMUNICATION 22

Individual Uniqueness 22

Generalizing 23

Objectivity 25

PREVIEW OF THE BOOK 26**CHAPTER 2 Culture and Communication 31****HUMAN COMMUNICATION 31****THE USES OF COMMUNICATION 32**

Communication and Identity 32

Communication and Person Perception 32

Communication and Interpersonal Needs 32

Communication and Persuasion 32

DEFINING COMMUNICATION 33**THE COMPONENTS OF COMMUNICATION 34**

Source 34

Encoding 34

Messages 34

Channel 35

Receiver 35

Decoding 35

Feedback 35

Noise 35

CHARACTERISTICS OF COMMUNICATION 36

Communication Is a Dynamic Process 36

Communication Is Symbolic 37

Communication Is Contextual 37

Location 38

Occasion 38

Time 38

Number of Participants 39

Most Communication Behavior Is Learned 39

Communication Has a Consequence 39

CULTURE 40

Culture Is Shared 41

Culture Defined 42

The Functions of Culture 43

- The Elements of Culture 43**
 - Religion 44*
 - History 44*
 - Values 45*
 - Social Organizations 46*
 - Language 46*
- Characteristics of Culture 47**
 - Culture Is Learned 47*
 - Culture Is Transmitted from Generation to Generation 56*
 - Culture Is Based on Symbols 57*
 - Culture Is Dynamic 58*
 - Culture Is an Integrated System 60*

CHAPTER 3 Structure of Culture: Family Lessons 65

- THE DEEP STRUCTURE OF CULTURE 66**
 - Deep Structure Institutions Carry Culture’s Most Important Messages 67**
 - Deep Structure Institutions and Their Messages Endure 68**
 - Deep Structure Institutions and Their Messages are Deeply Felt 68**
 - Deep Structure Institutions Supply Much of a Person’s Identity 68**

- FAMILY 69**
 - The Importance of Family 70**
 - Definition of Family 70**
 - Forms of Family 71**
 - Nuclear Families 71*
 - Extended Families 71*
 - Transforming Families in the United States 72**
 - Globalization and Families 73**
 - Mass Media 74*
 - Migration 74*
 - Functions of the Family 75**
 - Reproductive Function 75*
 - Economic Function 76*
 - Socialization Function 76*
 - Identity Function 76*

COMMUNICATION, CULTURE, AND FAMILY 77

- CULTURAL VARIANTS IN FAMILY INTERACTION 78**
 - Gender Roles 78**
 - United States 79*
 - Asian 79*
 - Latino 80*

Indian	81
The Muslim Community	82
Changing Gender Roles	83
Individualism and Collectivism	85
Individualism and the Family	85
Collectivism and the Family	86
The Elderly	89
Social Skills	92
Aggression	93
Decision Making	94

CHAPTER 4

Cultural Values: Guidelines for Behavior 99

UNDERSTANDING PERCEPTION 100

UNDERSTANDING VALUES 101

Cultural Patterns	102
Selecting Cultural Patterns	103

KOHL'S "THE VALUES AMERICANS LIVE BY" 104

Personal Control Over the Environment	105
Change	105
Time and Its Control	105
Equality/Egalitarianism	106
Individuality and Privacy	107
Self-Help Control	108
Competition and Free Enterprise	108
Future Orientation	109
Action/Work Orientation	109
Informality	109
Directness, Openness, and Honesty	110
Practicality and Efficiency	110
Materialism/Acquisitiveness	110

OTHER CULTURAL PATTERNS 111

HOFSTEDE'S VALUE DIMENSIONS 111

Individualism/Collectivism	111
Individualism	112
Collectivism	113
Uncertainty Avoidance	114
High Uncertainty Avoidance	114
Low Uncertainty Avoidance	114
Power Distance	115
High Power Distance	116

<i>Low Power Distance</i>	116
Masculinity/Femininity	117
<i>Masculinity</i>	117
<i>Femininity</i>	117
Long- and Short-Term Orientation	118
Indulgence/Restraint	119
MINKOV'S MONUMENTALISM/FLEXHUMILITY	121
KLUCKHOHN AND STRODTBECK'S VALUE ORIENTATIONS	121
Human Nature Orientation	122
<i>Evil</i>	122
<i>Good and Evil</i>	123
<i>Good</i>	123
Person/Nature Orientation	123
<i>Humans Subject to Nature</i>	123
<i>Harmony with Nature</i>	124
<i>Master of Nature</i>	124
Time Orientation	125
<i>Past Orientation</i>	125
<i>Present Orientation</i>	125
<i>Future Orientation</i>	126
Activity Orientation	126
<i>Being</i>	126
<i>Being-in-Becoming</i>	127
<i>Doing</i>	127
HALL'S HIGH-CONTEXT AND LOW-CONTEXT ORIENTATIONS	128
High-Context	128
Low-Context	129
THE GLOBE STUDY	130
Globe Study Cultural Dimensions	130
Globe Societies and Geographical Groups	131
FACE AND FACEWORK	135
CULTURAL PATTERNS AND COMMUNICATION	136
CHAPTER 5	Verbal Messages: Language
FUNCTIONS OF LANGUAGE	143
Social Interaction	144
Social Cohesion	144
Expressions of Identity	144

LANGUAGE AND MEANING 145**What Is Language? 145****Language Variations 146***Accent 146**Dialect 147**Argot 147**Slang 148***Conversational Taboos 148****LANGUAGE AND CULTURE 149****The Synergy of Language and Culture 149****Using Language 150***Spanish 150**Northeast Asian Cultures 151**Arabic 152**English 153***INTERPRETING AND TRANSLATING 153****Interpretation 154****Translation 155****Cultural Considerations in Interpretation and Translation 155****Working With Interpreters and Translators 156****COMMUNICATION TECHNOLOGY AND LANGUAGE 157****LANGUAGE AND INTERCULTURAL COMPETENCE 158****Improving Interpersonal Interactions 158***Being Mindful 159**Speech Rate 159**Vocabulary 159**Attend to Nonverbal Behaviors 160**Checking 160***Second Language Benefits 160****CHAPTER 6****Nonverbal Communication: The Messages of
Action, Space, Time, and Silence 166****THE FUNCTIONS OF NONVERBAL COMMUNICATION 168****Expressing Internal States 168****Creating Identity 169****Regulating Interaction 170****Repeating the Message 170****Substituting for Words 170**

DEFINING NONVERBAL COMMUNICATION 170

Intentional and Unintentional Messages 171

Verbal and Nonverbal Messages 171

STUDYING NONVERBAL COMMUNICATION 172

Nonverbal Communication Can Be Ambiguous 172

Multiple Factors Influence Nonverbal Communication 172

The Study of Nonverbal Communication Includes Cultural Universals 172

NONVERBAL COMMUNICATION AND CULTURE 173

CLASSIFICATIONS OF NONVERBAL COMMUNICATION 174

Messages of the Body 174

Appearance 174

Judgment of Beauty 174

Skin Color 176

Attire 176

Body Movement 179

Posture 180

Gestures 181

Facial Expressions 184

Eye Contact and Gaze 186

Touch 188

Paralanguage 190

Vocal Qualities (Volume, Rate, Pitch, Tempo, Resonance,
Pronunciation, Tone) 191

Vocal Characteristics (Laughing, Crying, Moaning, Whining, Yawning) 192

Vocal Segregates ("uh-huh," "shh," "uh," "ooh," "um," "mmmh,"
"hmm") 192

SPACE AND DISTANCE 192

Personal Space 193

Seating 194

Furniture Arrangement 195

Time 196

Informal Time 197

Monochronic (M-time) and Polychronic (P-time) 199

M-time 199

P-time 200

SILENCE 200

IMPROVING NONVERBAL COMMUNICATION SKILLS 203

Monitor Your Nonverbal Actions 204

Monitor Feedback	204
Be Sensitive to the Context	205
Be Aware of Nonverbal Ambiguity	205
Know Your Culture	205

CHAPTER 7

Communication Contexts and Cultural Influences 210

CULTURE AND CONTEXT 210

UNDERLYING ASSUMPTIONS ABOUT CONTEXT 211

Communication is Rule Governed	211
Context Helps Specify Communication Rules	211
Communication Rules are Culturally Diverse	212

ASSESSING THE CONTEXT 213

Formality and Informality	213
<i>Informality</i>	213
<i>Formality</i>	213
Assertiveness and Interpersonal Harmony	214
<i>Assertiveness</i>	214
<i>Interpersonal Harmony</i>	215
Power Distance Relationships	215
<i>Egalitarian</i>	216
<i>Hierarchical</i>	216

INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE BUSINESS CONTEXT 216

The International Business Setting	216
The Domestic Business Setting	218

COMMUNICATION IN THE MULTICULTURAL BUSINESS CONTEXT 219

Business Protocols	220
<i>Making Initial Contacts</i>	220
<i>Greeting Behavior</i>	220
Business Cultures	222
<i>Brazilian Business Culture</i>	222
<i>Chinese Business Culture</i>	224
<i>Indian Business Culture</i>	225
Negotiation and Conflict Resolution	227
<i>Negotiating with Brazilians</i>	228
<i>Negotiating with the Chinese</i>	228
<i>Negotiating with Indians</i>	230
<i>Developing Intercultural Negotiation Skills</i>	231