

教育部“211”工程项目“现代传媒与中国社会文化发展”研究成果
国家“985”创新基地项目“新闻传播与媒介化社会”研究成果

新闻学与传播学丛书

跨文化传播新论



○ 单波 石义彬 主编



武汉大学出版社
WUHAN UNIVERSITY PRESS

教育部“211”工程项目“现代传媒与中国社会文化发展”研究成果
国家“985”创新基地项目“新闻传播与媒介化社会”研究成果

新闻学与传播学丛书

跨文化传播新论

◎ 单波 石义彬 主编



WUHAN UNIVERSITY PRESS

武汉大学出版社

图书在版编目(CIP)数据

跨文化传播新论/单波,石义彬主编. —武汉:武汉大学出版社,
2005. 11

新闻学与传播学丛书

ISBN 7-307-04733-0

I. 跨… II. ①单… ②石… III. 大众传播—文集 IV. G206. 3-53

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2005)第 113444 号

责任编辑:骆佳林 责任校对:刘欣 版式设计:支笛

出版发行:武汉大学出版社 (430072 武昌 珞珈山)

(电子邮件:wdp4@whu.edu.cn 网址:www.wdp.com.cn)

印刷:湖北恒泰印务有限公司

开本:880×1230 1/16 印张:26.875 字数:775千字 插页:3

版次:2005年11月第1版 2005年11月第1次印刷

ISBN 7-307-04733-0/G·748 定价:45.00元

版权所有,不得翻印;凡购买我社的图书,如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请与当地图书销售部门联系调换。

目 录

前言：寻求多元文化认同的媒介空间 单波 (1)

第一部分 跨文化传播的理论与方法

- 从历史和地缘的角度看“文化多样性” 阿尔芒·马特拉 (11)
- 疆域与十字路口：全球市场时代认同与团结 格雷姆·默多克 (15)
- 英国文化研究中的文化与权力：对全球化等同于文化
美国化观点的一些疑问 约翰·斯道雷 (23)
- 媒介生态的“道”：一种跨文化传播理论 波尔·格罗斯威勒 (31)
- 超越东方主义话语：萨以德、亚洲媒介、民主化 李金铨 (37)
- 跨文化传播的文化伦理 单波 王金礼 (43)
- 自我文化诉求视角的传媒跨文化传播 徐小立 秦志希 (51)
- 跨文化交流谈东方人与西方人交流理念及风格之异同 孙华临 (56)
- 人性、因特网与全球传播的普世文化内涵 杨伯淑 (64)
- 跨文化交流中的荣誉含义及价值 克力思梯·玫尼勒 (76)
- 文化的作用和协商的过程 白尔纳·卡思达尼 (81)
- 传播学比较研究的“三角分析法” 祝建华 (86)

第二部分 大众传媒与跨文化传播

- 作为跨文化传播者的连环画艺术在东方与西方之间 约翰·A·兰特 (95)
- 传媒全球化和文化的汇聚：欢喜、担忧和未来的趋势 洪浚浩 (102)
- 中国传播产业与入世：一种跨文化政治经济学视角 赵月枝 (110)
- 全球媒介企业与中国 约翰·当宁 曹勇 (117)
- 全球媒介探析：“第三世界”、“民族主义”和“帝国主义”
..... 拉玛斯瓦米·哈里德拉纳斯 (125)
- 加拿大电视剧中的文化多样性及种族描述 凯瑟琳·默里 (131)
- 论港台英韩法印电影产业对文化交流的启示 冯建三 (149)
- 从日剧、韩剧的风行看跨文化传播 郑贞铭 (161)
- 传媒文化之移植：以香港壹传媒集团成立台湾姊妹集团为例 彭家发 (167)
- 全球化语境下的体育“殖民” 石义彬 余靖 (179)
- 远距：超现代化传媒所必需的非地域性范式 多米尼克·哥伦波 (192)
- 传播策略和网络文化启示 凯瑟林·帕斯卡尔 (201)
- 新媒体传播与跨文化交流 熊澄宇 程绮瑾 (208)
- 因特网是地球村吗？ 章戈浩 (217)

互联网环境下的跨文化传播刍议 苏成雪 卢娟 (223)

第三部分 跨文化传播与文化形象互构

法国日报中的中国形象 于格·欧梯也 (233)

中国大报的法国形象：以 2000~2003 年《人民日报》为例 张金海 吴俐萍 (249)

香港人对日本与韩国的刻板印象 李少南 (256)

日本战前“南方报道”与战后“东南亚报道”的连续性与非连续性 卓南生 (264)

跨文化传播的语言问题：也谈美国对伊战争 王瀚东 (277)

非职业因素对跨文化传播中“误读”现象的影响 张 昆 (282)

论媒介报道中的新种族主义 纪 莉 (290)

跨文化的开放与变化 佛罗琅斯·爱依 (298)

第四部分 跨国公司与跨文化传播

企业中多种文化的相遇：人种学方法 菲力普·迪力巴尔 (313)

在华法国企业中的跨文化问题 依莎贝尔·古斯琅 多米尼克·布兰 (322)

谁的汽车？谁的广告？ 罗以澄 吕尚彬 (335)

国际思维、本土战术：中国遇见 MTV 冯应谦 张武宜 (344)

论媒介资本游走中的文化转型 肖 珺 (350)

广告的跨文化传播能力 姚 曦 蒋亦斌 (361)

全球化商业与跨文化传播：以跨国企业的广告传播活动为视角 程 明 (370)

第五部分 跨文化传播的问题评说

试析跨文化传播中的认识误区 童兵 (379)

一致性或相似性：两性、网络及网络寓言 密歇尔·马特拉 (385)

通过国际治理增强跨文化交流 史蒂芬·麦克道尔 (391)

国际协议与世界传播之条例 泰德·豪格德 (398)

跨文化传播史上的成功范例 李敬一 朱韦俊 王 倩 许 玲 (406)

1990~2003 年的中国大陆跨文化传播研究 罗以澄 司景新 (416)

作者介绍 (423)

Contents

- * Preface Bo Shan 1 (1)

Part I Theories and Methodology of Intercultural Communication

- * The Cultural Diversity: between History and Geopolitics *Armand Mattelart* (11)
- * Borders and Crossings: Identities and Solidarities in the Age of Global Markets
..... *Graham Murdock* (15)
- * Culture and Power in British Cultural Studies: Some Problems on Seeing
Globalization as Cultural Americanization *John Storey*(23)
- * The Tao of Media Ecology: a Theory of Intercultural Communication *Paul Crosswiler*(31)
- * Beyond the Discourse of Orientalism: Said, Media in Asia and Democratization
..... *Jin-quan Li*(37)
- * Cultural Ethics in Intercultural Communication *Bo Shan and Jin-li Wang*(43)
- * Intercultural Communication of Media: an Appeal to One's Own Culture
..... *Xiao-li Xu and Zhi-xi Qin* (51)
- * Communication Between Chinese and Americans *Hua-lin Sun* (56)
- * Human Nature, Internet and the Implications of Universal Culture in Global Communication
..... *Bo-xu Yang* (64)
- * The Sense of Honor and Value in Intercultural Communication *Christian Mesnil* (76)
- * Concerns of Culture and Negotiating Process *Bernard Castagna* (81)
- * "Triangle Analytical Approach" in Comparative Study of Communication
..... *Jian-hua Zhu* (86)

Part II Intercultural Communication and Mass Media

- * Comic Art as Intercultural Communicator between East and West *John A. Lent* (95)
- * Media Globalization and Cultural Convergence: Favors, Fears, and Future Trends
..... *Jun-hao Hong* (102)
- * Chinese Media Industry and China's Accession to WTO: from an Intercultural
Political Economic Perspective *Yue-zhi Zhao* (110)
- * Global Media Enterprises and China *John D. H. Downing and Yong Cao* (117)
- * An Analysis of Global Media: Third World, Nationalism and Imperialism
..... *Ramaswami Harindranath* (125)
- * Silent on the Set Monitoring Cultural Diversity and Race in Canadian TV Drama
..... *Catherine Murray* (131)

- * Inspiration for Intercultural Communication: Film Industry in Hong Kong, Taiwan, Britain, South Korea, France and India *Jian-san Feng* (149)
- * Intercultural Communication in the Fad for Japanese and Korean TV Series *Zhen-ming Zheng* (161)
- * Grafting of Media Culture: A Case Study – The Establishment of Sister Group of Hong Kong Yi Media Group in Taiwan *Jia-fa Peng* (167)
- * “Colonization” of Sports in the Global Context *Yi-bin Shi and Jing Yu* (179)
- * The Distance: The Necessary Non-Place Paradigm of the Supermodernized Media *Dominique Colomb* (192)
- * The Pagoda, the Cathedral and the Global Commerce: the Electronic Media, Internet, its Development in France and in China. Global Modernization, Stereotyped Identity or Intercultural Adaptation? *Catherine Pascal* (201)
- * New Media Communication and Intercultural Communication *Cheng-yu Xiong and Qi-jin Cheng* (208)
- * Is Internet the Global Village? *Ge-hao Zhang* (217)
- * Internet Mediated Intercultural Communication *Cheng-xue Su and Juan Lu* (223)

Part III Intercultural Communication and Co – construction of Cultural Images

- * The Image of China in the Daily Newspaper of France *Hugues Hotier* (233)
- * An Analysis of the Image Construction of France in People’s Daily *Jin-hai Zhang and Li-ping Wu* (249)
- * The Stereotypes of Japan and South Korea among Hong Kong People *Paul S. N. Lee* (256)
- * The Continuity and Non-Continuity in the Pre-war “Report of the South” and Post-war “Report of the Southeast Asia” in Japan *Nan-sheng Zhuo* (264)
- * Linguistic Problems in Intercultural Communication: Iraqi War *Han-dong Wang* (277)
- * Effects of Non-Professional Factors on the Misunderstandings in Intercultural Communication *Kun Zhang* (282)
- * Neo-Racism in News Report *Li Ji* (290)
- * Intercultural Mutation and Opening: Chinese Veritable Cultural Revolution *Florence Henon* (298)

Part IV Intercultural Communication and Transnational Companies

- * The Encounter of Cultures in the Enterprises: an Anthropologic Approach *Philippe d’ Iribarne* (313)
- * The Intercultural Communication Problems in the French Enterprises Established in China: Interculturality and Human Resources *Isabelle Cousserand* (322)
- * An Analysis of Toyota Advertisement Incident *Yi-cheng Luo and Shang-bin Lv* (335)
- * Think Globally, Act Locally: China’s Rendezvous with MTV *Anthony Fung and Wu-yi Zhang* (344)

- * The Interaction of Media Capital and Culture; from the Perspective of Murdoch's Business Operating Strategy *Jun Xiao* (350)
- * The Capacity for Intercultural Communication in Advertisement ... *Xi Yao and Yi-bin Jiang* (361)
- * Globalized Commerce and Cross - cultural Communication *Ming Cheng* (370)

Part V Reviews of Intercultural Communication Problems

- * Misunderstandings in Intercultural Communication *Bing Tong* (379)
- * Uniformity and Similarities: Genders, Net and Net Parable *Michèle Mattelart* (385)
- * Strengthening Intercultural Communication through International Governance:
Proposals for a Convention on Cultural Diversity *Stephen D. McDowell* (391)
- * International Agreements and the Regulation of World Communication *Ted Magder* (398)
- * A Successful Case Study in the History of Intercultural Communication:
Modern Interpretation of Dissemination of Buddhism in China *Jing-yi Li* (406)
- * Intercultural Communication Study in China from 1990 to 2003
..... *Yi-cheng Luo and Jing-xin Si* (416)
- * About the Author (423)

前言： 寻求多元文化认同的媒介空间

单 波

2004年的6月，珞珈山以夏之热烈迎来了从法国、英国、美国、日本、加拿大以及中国内地、台湾、香港各地赶来的100多位学者，搭起了武汉大学历史上第一次“跨文化传播国际学术会议”的讲台。

此次会议设立了一个引起学者们广泛兴趣的主题，即“大众媒介与东西方文化的沟通、理解”，其目的在于，探讨经济全球化背景下的跨文化传播的历史、现状与问题，反思现实的文化冲突与文化帝国主义，探寻在相互沟通、理解、尊重基础上的世界多元文化发展道路；分析在社会权力、种族、性别、宗教、年龄等方面的跨文化传播问题，充分理解社会各方面文化的特点，为大众媒介的跨文化传播实践提供思想资源。归结为一点就是：“寻求多元文化认同的媒介空间”。我们设立这样的主题和目标，为的是激发全球新闻传播学者的理性与责任，而为了给理性与责任注入一点想像，我们特意安排与会学者在会前到三峡一游，去体验“云开巫峡千峰出，路转巴江一字流”的山水意境，以此领悟人类文化的多样性、开放性与整体性的图景；开幕式前，我们又安排大学生以中国的古筝和西洋乐器小提琴演绎中西方音乐，编织文化互动的梦幻，召唤超越文化冲突的真性情。从会议的整个过程来看，这种传播“效果”是明显的，来自不同国家或地区的学者热烈互动，为跨文化传播构筑了理性、责任与想像的空间，使这次会议成为一次充满理性、充满创见的学术会议，一次自由、开放的多元学术话语对话的学术会议，一次展现跨文化传播研究的丰富性、复杂性与现实性的学术会议。尽管语言不同、学术话语相异，但在人类文化的多样性与创造性所赐予的精神力量的支撑下，学者们还是表现出了人类在跨越文化障碍方面所具有的相互尊重、相互对话与相互理解的智慧，这其中的精神与智慧便凝结在这本论文集里面了。

根据论文主题的差异，我把论文集分为五大部分，即“跨文化传播的理论与方法”、“大众传媒与跨文化传播”、“跨文化传播与文化形象互构”、“跨国公司与跨文化传播”、“跨文化传播的问题评说”。入选的文章一般符合观点新颖、方法新颖、角度独特、材料丰富等特点，于是，本论文集很自然地命名为《跨文化传播新论》。为了便于读者阅读，我们将以国际跨文化传播学术潮流为背景，说明本论集中的一些重要文章及重要观点的价值，呈现本次会议所要开拓的跨文化传播的理论思维空间。

不同文化的人与人之间的交往是从什么时候开始的？这是一个很难考证的问题。但有一点可以肯定，不同文化群体的人相互交往是一个漫长的历史过程，它以物质交换、旅行、战争、传教等形式，呈现了丰富多彩的、亦喜亦悲的跨文化传播历史剧，诸如文化的认同、冲突、交融、成长、扭曲、衰败等。在西方，与这一历史过程相伴随的是人们对跨文化传播的焦虑、争辩、思考

与设计，特别是工业革命后，物质交往空间的扩大推动了精神交往的发展，历史向世界历史转变，西方人对跨文化的交往与交流的兴趣日益增加，逐步发展出一门研究来自不同文化群体的个人、组织、国家之间进行信息传播这一社会现象的学问，这就是跨文化传播学。它反思处于文化交流场中的人们的现实处境，剖析文化差异与多元文化认同的心理障碍，探寻媒介化社会文化互动的道路，展望相互理解、相互尊重、共同发展的人性化文化传播前景，因此，它体现出立于人类文化发展潮流之上的反思性与前瞻性，也有几分跨越文化差异与文化冲突、建构多元文化认同的乌托邦构想。它与西方的扩张、西方文化中心主义、普遍主义的文化等级观、新老种族主义、文化帝国主义、全球化思潮、传媒的文化表达方式等相互激荡，形成蔚为壮观的思想之流。这一思想之流从特定层面映现着跨文化传播的无奈与超越，映现着人们在“人类没有能力成为人类”^①的荒谬处境中，努力在跨文化传播中寻找人性内容的过程。

在学术层面上，跨文化传播研究始于“二战”后的美国，并通过美国学者发展起来。从1951年开始服务于美国国务院外国服务所（FSI）的人类学教员霍尔（E. T. Hall），根据学员的要求，率先将课程的重点从宏观文化知识转向微观文化知识，如声调、手势、表情、时间与空间的概念等，向学员传授如何与不同文化背景的人沟通的知识。1955年，霍尔在一篇题为“举止人类学”（*The Anthropology of Manners*）的论文中提出了跨文化的范式；1959年，他出版《无声的语言》一书，从此开创了跨文化传播研究领域。后来的学者总结说，霍尔对跨文化传播研究的贡献有四点^②：（1）从关注单一文化到两种文化比较；（2）从文化的宏观层面转向微观层面；（3）将文化同传播过程相联系；（4）让人们注意到文化对行为的影响。同时，霍尔提出了如“一维时间观”、“多维时间观”，“高语境”、“低语境”等我们今天已经广泛使用的概念，为跨文化传播学研究奠定了基础。随后，美国逐步把跨文化传播研究制度化，一个文化帝国主义盛行的国度同时也成为跨文化传播研究的中心。^③不过，总的来看，在美国，跨文化传播研究还没有摆脱本位主义文化立场，没有充分展开东西方民族文化系统和文化心理差异的研究，在研究策略上，追求实用主义方法，客观上为美国文化开拓全球化市场服务。因此，尽管随着跨文化传播领域吸引了越来越多的国家和地区的学者，单一的研究视角逐步被克服；尽管自20世纪90年代以来，美国学者加强了美国人与东亚人特别是中国人交往的研究，但这一研究领域生来就具有的欧裔美国人视角并没有被超越。

与此相对照的是，欧洲直到20世纪末才初步形成跨文化传播研究的制度化^④，在此之前，欧洲学界经历了由现代性所导引的跨文化的傲慢与偏见向后现代性所指引的“去欧洲中心化”的转变，一些思想家将跨文化传播与交流上升为“人类的对话”，将跨文化问题看做人最本质的精神需求，从人文主义的高度关注跨文化交流的作用与地位，从而为当代欧洲跨文化传播研究奠定了思辨与宏阔的基调。欧洲自20世纪末以来，在全球化的两个层面上都面临着新的问题和挑战。首先是移民数量的急剧增多，东欧问题带来的欧洲内部人口流动等在欧洲内部带来了更加严

① 莫兰、凯恩：《地球祖国》，三联书店1997年版，第104页。

② Hammer, M. (1995). *Lecture in Cross - Cultural Communication in International Communication Program*: 33. 642. The American University, Fall Semester.

③ 20世纪60年代，跨文化传播课程进入美国高校，到1979年，几乎每一所美国重点大学都开设了跨文化传播学课程；70年代，国际传播协会（ICA）正式承认跨文化传播学作为传播学的一个分支学科，并在协会下成立了跨文化传播分会，同时，美国的言语传播协会（SCA）在自己的协会下成立了国际与跨文化传播委员会，1974年，该委员会创办《国际与跨文化传播年刊》（*International and Intercultural Communication Annual*），1977年，国际跨文化教育、训练研究会创办《跨文化关系国际刊物》（*The International Journal of Intercultural Relations*）。

④ 从20世纪80年代开始，跨文化传播培训班在欧洲风行，到90年代，欧洲涌现出了《跨文化关系国际杂志》、《语言与跨文化传播》、《跨文化传播季刊》等学术刊物。

重的身份冲突和文化冲突等问题；其次就是跨国媒介传播的迅猛发展，尤其是 CNN、MTV 等美国媒介对欧洲的冲击，以及互联网技术的飞速进步，使跨国信息流动的规模和广度在欧洲有了前所未有的发展。这使欧洲感受到了全球化对自身文化的影响，并对如何保守本土文化等问题的忧虑与警惕加剧。在文化身份方面，欧洲面临的尴尬是：一方面欧洲文化身份不能分解为一个个小地区，成为无数相互妒忌而又不能沟通的小民族主义的集合；另一方面，欧洲也不能建立“中心化的集权”，通过建立“跨欧洲文化机制”控制或标准化它自己的组织成分，甚至是世界文化。在文化全球化方面，欧洲一方面感受到自己不再是文化输出的统治者，不仅移民等少数民族的大量迁入在向本土输入文化，而且其他各地方的本土文化也在挑战和脱离过去的文化管制。另一方面，美国文化大量输入已经妨碍了欧洲实现建立统一的欧洲的理想，从而使得欧洲维护和发展欧洲文化的要求越来越紧迫和强烈。欧洲希望通过建立“在多样性中统一”的欧洲文化，摆脱美国文化对欧洲的优势影响。如果说，过去欧洲的文化冲突和矛盾还只是某些有识之士或精英们反思、担忧的问题，那么现在跨文化传播的问题已经涉及欧洲社会的每个成员。因此，在复杂的理论问题和现实考验下，保护文化多样性成为了欧洲理论界和欧洲委员会共同提倡的一个选择。

整个 20 世纪 80 年代和 90 年代早期，跨文化传播的研究重点都放在对有着不同文化背景的人或是不同的文化群体之间的差异，以及导致这些差异的文化因素的分析上。虽然在研究过程中有时候对文化交流冲突、文化特性、文化依附和自主等问题有所涉猎，但尤其强调的是对不同文化的行为差异和不同文化的生活习惯的矛盾以及不同的文化延续发展过程的差异等问题的研究。而在过去的几年中，跨文化传播研究领域有两种显著变化：一种是从实用问题型研究转向理论问题研究；另一种是从微观问题研究转向宏观问题研究。目前，越来越多的跨文化传播研究已经涉及跨文化理论问题和宏观层面的问题。^①

对于中国人来说，跨文化传播所体现的是一种和平共存的生活态度，一方面表现为对他人的尊敬，所谓“己所不欲，勿施于人”；另一方面是对自己的期许，所谓“己欲立立人，己欲达达人”。自 19 世纪以来，中国人在中西文化的交流与碰撞中探寻着跨文化传播之路，但由于受到政治、经济等方面的影响，学术视野相对单一。自改革、开放以来，中国学者对跨文化传播问题的思考得以放开。根据我的统计，20 世纪 90 年代以来，中国的跨文化传播研究主要集中于十大议题：翻译中的跨文化问题、商业与跨文化问题、跨文化交际、文学作品中的跨文化问题、旅游与体育活动中的跨文化现象、教育与跨文化、跨文化心理、不同文化间的比较、跨文化传播理论、艺术表现形式与跨文化传播。

这次会议的重要历史意义在于，它通过北美、欧洲和亚洲学者的学术对话，进一步扩展了跨文化传播的研究视野，较为集中地探讨了中国媒体与西方媒体在文化形象互构上的表现，分析了在中国的跨国公司的跨文化传播问题，研究了在多元文化社会媒介如何呈现“他者”、如何认识文化的多样性以及如何实现跨文化传播战略等问题，从而使跨文化传播的学术话语更加丰富、更加多元。中国学者也开拓了一些比较新颖的议题，如城乡跨文化传播问题、电影电视的文化交流、信息主权研究、大众媒介与“他者”的文化形象建构、东西方媒体跨文化传播障碍分析、跨文化传播中的“误读”现象、跨文化传播的文化伦理等。这些议题代表了跨文化传播研究领域的前沿性、实践性问题，显现出中国学者的跨文化传播学术思维已大大开放了。同时，他们对跨文化传播的认识又存在着内在的紧张，如大陆学者童兵对跨文化传播中的认识误区进行了深刻反思，认为不能把跨文化传播简单地看做是“文化侵略”，应充分肯定西方国家政治文明的积极功能，同时提出，跨文化传播是一把双刃剑，既有可能对国家安全和国家主权构成挑战，又有可

^① Asante, M. & Gudykunst, W. (Eds.) (1989). Handbook of International and Intercultural Communication. Newbury Park, CA: Sage.

能促进东西方文化交流，拓展文化创造的空间。显然，寻找跨文化传播的可能途径依然是中国学者的历史使命。

二

借用文化多样性、全球化和文化帝国主义的理论视野进行跨文化传播研究已不是什么新鲜事情，但在这一点上，参加本次会议的一些学者提出了新的见解，尝试了新的致思取向，值得引起关注。

一般说来，推动“文化多样性”意味着“支持每个在主流社会和文化规范中处于边缘地位的人保持文化差异的权利”。它最大的意义在于人们如何理解文化差异，对待文化差异。吉拉迪的研究表明，战后欧洲文化多样性话语出现了很大的变化，最重要的是从将差异看做是意识形态建构转变为将它看做是具有普遍公平意义的词汇。^①越来越多的学者关注文化差异，将差异看做是一种财富，认为全球化时代的文化是一个沟通的场域，由于有差异的存在，所以不同群体的文化总是在不停地互动与交流，不断形成新的文化身份特征，而不再是保守单一的文化身份。

对于人们已习以为常的“文化多样性”这一用语，法国学者阿芒·马特拉（Armand Mattelart）在《从历史和地缘角度看“文化多样性”》一文中进行了认真的反思，指出它已经逐渐变为表达众多矛盾的现实与立场的广泛用语，一些国家和国际机构用这个概念来证明他们为维护各自利益所发表的言论，并使其合法化，而许多跨文化组织也以它作为其抵抗全球同一模式的依据。他认为这一概念的多义性揭示了在全球化过程中不同势力间存在着的紧张关系。这一见解的意义在于，它告诉我们要透过权力关系体系来审视“文化多样性”话语。作为一种呼应，美国学者特德·梅杰（Ted Madger）对维护文化权力和文化多样性的现实努力提出质疑，认为赋予文化以权力，保护和促进文化多样性看似极具吸引力，但要作为合法条文是有缺陷的，因为无论作为符号还是实践，文化天生就是集体表现，支持文化多样性的努力可能会夸大个人的跨国界传播权。

在跨文化传播研究领域，文化的全球化作为一个术语已经代表了一种全新的视角。“流动”是理解文化全球化的关键词。对比以往的文化理论，我们可以看到，全球化阶段以前，文化基本上被看做是一个民族或地区所在地人们的“生活方式总和”，是一种有地理疆界的、向内发展的概念。但是在全球化阶段，人们所接受的文化信息已经远远超越了他们的物理空间、传播技术和运输技术的发展带来的人口流动、信息流动，跨地区的文化交流从而突破空间对文化的限制，成为文化全球化的一个主要特征。文化全球化概念在一开始就设定了一个二元效果论的问题：文化全球化是带来了文化同质化、文化同步、文化整合、文化的普遍主义，还是带来了文化异质化、文化差异、文化多样性？英国学者约翰·斯多雷（John Storey）对此作了批判性的回答。他在《英国文化研究中的文化与权力：有关全球化即文化美国化的若干问题》一文中深刻指出，全球化是美国文化在全球范围的成功内爆，美国资本主义经济成功地操纵了文化产品，毁掉了本土文化，将美国社会方式强加给地方，这一观点让我们在全球化与文化关系的层面重温了英国文化研究传统关于“文化与权力”的理论表述。引人注目的是，另一位英国学者格雷姆·默多克（Graham Murdock）在这次会议上提出了自己的新观察：过去二十年市场化与流动的消费主义全球扩张，抹去了地理与想像的边界，同时原教旨主义运动空前的复苏，却致力于更尖锐的内外、敌友之分而强化边界。对此，他在《疆域与十字路口：全球市场时代认同与团结》一文中进行了精彩的分析，认为无论是流动的消费主义，还是原教旨主义运动，都构成了对公民权的伤害。进一步地，他指出，跨文化传播的目标是建构完整的全球公民权，即获取信息与知识的权利、要

^① Ghilardi, L (2001). Cultural Planning and Cultural Diversity. In Bennett, T (ed) *Differing Diversities: Cultural Policy and Cultural Diversity*. Council of Europe

求公正地被表达的权利、参与公共文化生活的权利。可以说，这是对文化全球化具有批判性和想像性的建构。

发展于20世纪70年代的文化帝国主义理论，习惯于认为媒介（印刷、收音机和电视）都处于一种单向的、自上而下的传播系统，由占统治地位的国家传送到被统治国家中去，从而在理论上使得被动的受众观和强大的媒介观出现。后来，戈尔丁在他编辑的《超越文化帝国主义》一书中，总结了文化帝国主义概念的四个弱点，即过分强调外因，贬低内因的变化；将经济权力和文化影响混合；认为受众是被动的，本土和抵抗方的创造力无足轻重；总是认为本土的“真正的”有机文化受到了发达国家的威胁，受到了来自西方的人工的非真正的东西的冲击。^①有趣的是，北京大学学者杨伯淑作了正面响应，他在对全球传播的普世文化内涵的分析中，深入到人的内在原因中进行探讨，一反二元对立的的文化观，从人性的角度考察了以因特网为核心媒介的全球传播的文化内涵，认为全球传播要扩散的文化就扎根于人欲之中，真正挑战中国民族文化的不是任何一种西方文化，而是在全球化进程中展示的，并通过全球传播扩散的欲望文化。这一分析的新奇之处在于，试图在对人欲文化的批判反省中实现文化间的沟通与理解。

三

跨文化传播是一种伴随着人类成长的历史文化现象，也是现代人的一种生活方式，更重要的是，它一直是文化发展的内在动力。欧洲文化之所以有强大的生命力，正是由于它能不断地吸收不同文化的某些因素，使自己不断得到更新和丰富。同样，中国文化也是在不断吸收外来文化的过程中得到发展的。众所周知，在历史上，中国文化曾受惠于印度佛教，后者传入中国，促进了中国文化在哲学、宗教、文学、艺术等方面的发展；近代中国文化又不断吸收西方文化，更新自己的文化；改革开放以来，中国文化正是在与世界各民族文化的交流过程中进行着综合性创造。从未来发展趋势上看，世界文化发展的状况将不是各自独立发展，而是在相互影响下形成文化多元共存的局面。那么，大众媒介在跨文化传播中应该扮演何种角色呢？我为此次会议的讨论预设了一个目标，即“寻找多元文化认同的媒介空间”。许多学者对此做了各种各样的响应。

来自加拿大的学者赵月枝选取跨文化政治经济学的独特视角，解读了中国传播产业本身以及以传播产业为管道而进行的与全球市场体系的融合，认为这种融合导致了一个新型的主流话语权力集团的产生，集团的组成部分包括改革后中国的官方资本、跨国公司资本以及受本国和跨国资本偏爱的城市中产阶级消费者；同时指出，这一融合一直接受两方面的制约，一方面是中国国家形成过程中的民族主义和国家社会主义意识形态的遗产，另一方面是改革过程中的新出现的文化冲突。这一观点触及了全球化背景下中国传播产业所面对的社会权力分配问题，从而更接近对融合现象的本质的揭示。

台湾学者冯建三通过对六地电影产业及政策的考察发现，阻碍世界各国通过电影而交流文化的最明显阻力，来自于好莱坞所营造的电影文化的新国际分工体制，如果不松动这个关系，国家政策的效果就相当有限。这似乎向我们暗示，大众媒介要想在跨文化传播中扮演积极角色，必须突破现存的文化权力关系体系。美国学者约翰·伦特（John Lent）从微观的角度探讨了连环画艺术中的跨文化现象，指出连环画艺术具有普遍流行性、漫长的历史根源以及重要的政治和社会影响；漫画书、动画片和滑稽画被非常荒谬地商业化了，而且被制作成商品以产生利润；卡通在跨文化传播中扮演的角色是负面的，它对他人、外来者、不知名的人以及敌人开玩笑。尤其在战争和其他政治冲突中，卡通里充满了敌人的丑恶形象。这些观点让人们领会了连环画所带来的社

^① Garofalo, R. (1993). Whose World, What Beat: The Transnational Music Industry, Identity, and Cultural Imperialism. *The World of Music*, 35 (2): 16 ~ 22

会问题。

引人注目的是，中法两国学者同时关注了媒介的文化形象塑造问题。法国学者于格·欧梯也（Hugues Hotier）通过对《世界日报》和《巴黎人-今日法国》两份日报中一系列中国报道的分析，从政治、经济、文化、社会等角度阐述了中国在法国报业乃至法国民众中的形象。另一位法国学者佛罗朗斯·爱依（Florence Henon）从法国电视台播放的中国文化出发，用符号学的方法解析了当代中国艺术，发现艺术上的发展反映出当代中国社会思潮和主流意识的种种变化，即人民思想的进步、政府更加开明、对外交流频繁，并认为中国正经历着一场真正意义上的文化革命，中国人正以更加开阔的视野来观察世界。在相互尊重的基础上建立的跨文化传播势必会增进国家间的交流，减少误会和隔阂。中国学者张金海和他的合作者吴俐萍则对《人民日报》的法国报道进行了分析，认为《人民日报》塑造了一个在政治上主张多极化、珍惜各自主权独立、反对外来干涉与控制、主张独立自主地决定自己的命运的政治形象，以及在文化上维护民族文化特性、保护世界文化多元化发展、倡导文化多样性的国家形象。与此相对照的是，武汉大学青年学者纪莉通过分析英国《泰晤士报》关于中国“神州5号”的报道，发现了扭曲式新闻报道中的“新种族主义”。她认为，与旧的种族主义多表现为行为上的暴力不同，新的种族主义表现为话语的暴力，符号的暴力。作为种族主义的一种延续，新种族主义给跨文化交流带来的恶果是一样的，新闻报道中充斥的以语言符号为载体进行的“文化的排他”和种族主义行为一样加深着彼此的误解，引发彼此的敌对；它依然反映了种族的不平等系统，并由社会内部成员共享的话语体系来维持、复制和巩固，尤其是由媒介精英引导的对“他者”的谈论，不仅给社会内部成员提供思想来源，而且创造群体的连贯性，维持现有状态。

相对于一些学者正面理解，美籍华人学者李金铨对美国的自由民主和“亚洲价值观”进行了双向批判。他认为，对多数亚洲国家而言，美国凭借强大的政治和经济力量，制造巨细无遗的文化和媒介形象，对外输出现代化和“美国的生活方式”，成就了文化霸权；同时，所谓的“亚洲价值观”是典型的东方主义话语。历史文化所呈现的现实是多变的、具体的、交织的，甚至矛盾的，“亚洲价值”把它化约为铁板一块的整体，突出“我们”与“他者”的对立，为权威统治服务，甚至冻结了区域、国家和各种次文化的多样性，使得弱势群体的声音更是渺不可闻。中国学者秦志希和他的合作者徐小立认为，自我文化诉求的需要是跨文化传播的深层原因，它使跨文化传播表现为对文化他者的合目的性的“映现”，而不是致力于真实的再现，同时它又根源于文化自我中心主义，而要摆脱文化自我中心主义几乎是不可能的事情，由此，理想的跨文化交流只是一种乌托邦。这一与多数学者相反的意见构成了对跨文化传播如何可能的置疑。相对于英国学者斯多雷、法国学者马特拉等人对于文化多样化的悲观论调，中国学者熊澄宇和他的合作者程绮瑾则通过对新媒体的分析，表达了一个乐观的论点：随着全球化市场而来的新的传播技术削弱甚至消除了单方面霸权的可能，从而形成了学术观点的对照。

四

在某种意义上说，跨国公司文化建设决定着跨国经营的成败。跨国公司必须在异域文化环境中努力建设具有本国公司特色的企业文化，树立共同的价值标准、道德标准和行为模式等，把具有不同文化背景的各国员工凝聚起来，共同实施公司的经营战略。其目的在于如何在不同形态的文化氛围中，设计出切实可行的组织机构和管理机制，最大限度地发掘和利用企业的潜力和价值。据调查数据显示，约82%的跨国公司的失败是因为跨文化管理失败而导致的，目前约有1/3的著名跨国公司因为多元企业文化管理不善而面临内部关系紧张的状况。因此，跨国公司的跨文化传播一直是学术界的一个研究重点，在这次会议上，中法学者都在此方面提供了新的研究成果。

法国学者多米尼克·布兰 (Dominique Blin) 和依莎贝尔·古斯让 (Isabelle Cousserand) 考察了在华法资企业的跨文化问题, 得出了非常有意义的结论: 公司的内部宣传对于加强企业的对华合作意义重大, 及时反映在华分公司和中国经济的动态, 有助于提升对华合作在公司业务中的地位, 更有利于将其深入持久地开展下去。法国学者菲力普·迪力巴尔 (Philippe d'Iribarne) 用人种学的方法讨论了企业的跨文化现象, 认为企业内部的文化接触有直接和间接的表现形式, 一方面, 在跨国企业和国际组织中, 双方的融合使得来自不同文化的个体之间合作的可能性增强; 另一方面, 某些国家的管理概念也被应用到不同的文化氛围中。因此, 他提出, 在不同的文化环境中用同一种行为模式和管理模式, 就成为竞争中的重要砝码。香港学者冯应谦和他的合作者张武宜通过对维亚康姆传媒集团旗下的 MTV 频道在中国的跨文化传播个案分析, 说明跨国文化公司与中国地方传媒的顺利融合, 这既不是国际资本向中国屈服, 亦不是说中国政府放弃原则, 而是双方努力后催生出来的一种共生关系。他们的分析对如何建立跨国文化公司与政府的关系具有重要意义。武汉大学青年学者肖珺通过对资本与文化关系的分析, 认为资本全球化对文化本土化有两面意义, 一方面表现为对本土文化的重建, 另一方面表现为对本土文化的侵犯与破坏。面对资本全球化的冲击, 她提出了一个具有战略意义的问题: 人们应该如何处置全球媒介所展现的“文化本土化”? 是在封闭的系统内被迫接受, 然后在单一的文化维度内批判和拒绝呢? 还是在开放的系统内能动地接受, 然后在宽广的文化视野内批判和转化呢? 后一个问题实际上指出了文化发展的方向以及媒介所应该采取的策略。

当今的经济全球化本质上是市场竞争的全球化, 我们中国正在进行市场化改革, 因而也加入了这一进程, 但无论市场竞争在经济上如何必要, 只有竞争的全球化决不是人道的全球化, 我们需要一种多元文化认同的互动空间, 需要寻求跨文化传播的智慧。我认为这次会议应当成为一个路标, 它通过对“大众媒介与东西方文化的沟通、理解”这一主题的讨论, 使我们转向一种多元的、人道的、协力的、尽责的全球化。

“跨文化传播国际学术会议”在人们的喝彩声中落下了帷幕, 此次会议的每一幕都给人留下了弥足珍贵的记忆, 在此我要向每一位以不同形式参与到会议中来的人们表示深深的谢意, 向会议两主席罗以澄教授和于格·欧梯也先生表示崇高的敬意, 向给予会议特别支持的中华传播协会主席洪浚浩先生、此次会议的法国学者召集人王志杰教授以及留学英国的章戈浩先生表示真诚的感谢。需要特别说明的是, 本论文集的编辑得到了所有论文作者的通力合作, 同时, 外语论文的翻译也耗费了许多人的心血, 其中法语论文是武汉大学法国研究所所长吴泓渺教授精心指导他的研究生翻译完成的, 英语论文主要是由章戈浩、罗雯、纪莉等人领衔翻译的, 肖珺、刘学、郑一卉、王冰等博士研究生在论文的编辑与校对中做了大量细致的工作, 在此一并深致谢忱! 全书由我和石义彬教授编辑、校对并审定, 我们两人对其中可能出现的错误承担全部责任。



第一部分

跨文化传播的理论与方法

