

跨文化视角下

中国书法文化

传播效果研究

朱佳妮 著

非外借



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

跨文化视角下

中国书法文化

传播效果研究

朱佳妮 著



上海交通大学出版社
SHANGHAI JIAO TONG UNIVERSITY PRESS

内容提要

本书是一部在跨文化视角下研究中国书法文化传播效果的著作。本书以加强中国书法文化传播效果为研究起点,以跨文化传播为研究背景,以在华外国人为研究视角,对三个层次的效果模型进行研究,最终聚焦于中国书法文化传播的影响因素,并得出结论:文化共通性对书法文化传播具有重要影响。本书对促进当代中国文化现代化建设和跨文化消费市场的建立具有一定的启示意义,适合跨文化研究相关专业的研究人员参考阅读。

图书在版编目(CIP)数据

跨文化视角下中国书法文化传播效果研究 / 朱佳妮
著. —上海: 上海交通大学出版社, 2022.12
ISBN 978-7-313-27151-8

I. ①跨… II. ①朱… III. ①汉字—书法—文化传播—研究—中国 IV. ①J292.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2022)第 131137 号

跨文化视角下中国书法文化传播效果研究

KUAWENHUA SHIJIAOXIA ZHONGGUO SHUFA WENHUA CHUANBO XIAOGUO YANJIU

著 者: 朱佳妮

出版发行: 上海交通大学出版社

邮政编码: 200030

印 制: 苏州市古得堡数码印刷有限公司

开 本: 710 mm×1000 mm 1/16

字 数: 169 千字

版 次: 2022 年 12 月第 1 版

书 号: ISBN 978-7-313-27151-8

定 价: 58.00 元

地 址: 上海市番禺路 951 号

电 话: 021-64071208

经 销: 全国新华书店

印 张: 9.75

印 次: 2022 年 12 月第 1 次印刷

版权所有 侵权必究

告读者: 如发现本书有印装质量问题请与印刷厂质量科联系

联系电话: 0512-65896959

本书为国家哲学社会科学基金重大项目
“汉语异域传播与中国文化影响模式研究”系列成果
项目编号(17ZDA273)

目 录

第 1 章	绪论	1
1.1	研究背景与问题	1
1.2	研究意义	4
1.3	研究内容	6
1.4	研究方法和研究框架	7
1.5	研究创新点	9
第 2 章	文献综述与理论基础	11
2.1	文献综述	11
2.2	理论基础	18
2.3	本章小结	24
第 3 章	中国书法文化传播效果的模型探究	25
3.1	跨文化视角下中国书法文化传播分析	25
3.2	书法跨文化传播中的文化共通性	29
3.3	中国书法文化传播效果的三种模型	36
3.4	本章小结	41
第 4 章	数据收集与研究设计	42
4.1	研究对象	42
4.2	数据收集	43
4.3	变量设置与测量	44

4.4	本章小结	61
第5章	跨文化认知模型的效果研究	62
5.1	数据特征与现状描述	62
5.2	跨文化认知模型效度信度分析	74
5.3	跨文化认知模型验证	80
5.4	本章小结	85
第6章	跨文化情感模型的效果研究	86
6.1	在华外国人的书法文化态度情况描述	86
6.2	跨文化情感模型效度信度分析	91
6.3	跨文化情感模型验证	96
6.4	本章小结	100
第7章	跨文化行为模型的效果研究	102
7.1	在华外国人的书法文化行为情况描述	102
7.2	跨文化行为模型效度信度分析	108
7.3	跨文化行为模型验证	113
7.4	本章小结	118
第8章	研究结论与展望	119
8.1	研究结论与讨论	119
8.2	研究的理论进展与实践启示	123
8.3	研究展望	125
附录		126
附录1	中国书法文化调研问卷	126
附录2	The Survey of Chinese Calligraphy Culture	133
参考文献		142

第 1 章 绪 论

1.1 研究背景与问题

1.1.1 研究背景

在当今的全球化时代,国家之间的紧密联系正在不断深化,表现为全球金融体系发展、经济贸易一体化、跨国移民热潮等现象,伴随着资本和人力资源的全球性流动。全球化将经历两个阶段,第一阶段是物质形态的趋同化,第二阶段是人类历史中精神层面的一体化、普遍化,是精神上相互依存的客观趋势,可以说全球化的第二个阶段是全人类文化的共荣共生,此时最显著的特征为不同文化间的博弈加强(雅克·德里达,2002)。马克思的社会交往理论也表明,在物质生产和精神生产中,物质是第一性的,精神文化是第二性的。文化交往可以反作用于物质交往,这个力量是巨大的,同样可以引起社会变革和发展。

在发达国家,文化产业已经发展成为主导性、支柱性产业,其国家文化产品的出口贸易额占全球文化贸易的领先地位。根据《文化软实力蓝皮书:中国文化软实力研究报告(2011)》,2010年美国文化产业的产值占全国GDP的21%,日本则比美国略低一点,占全国GDP的18.5%。美国的电影、电视节目、广告、音像图书、报纸杂志等文化产业在全球都高居榜首(关世杰,2004)。以电影为例,2013年世界票房排行前20的影片普遍都是由美国出品的。2015年美国电影总票房达到400亿美元,同时海外票房达到250亿美元,美国电影前20位海外票房市场中,亚太市场占比接近50%,其中中国市场占比25%。

改革开放后,我国对文化建设一直十分重视,从“文化产业”在2000年的中国共产党第十五届五中全会上提出,到2002年中央发布了文化产业的蓝皮书,文化产业高速发展,2010年我国文化产业产值1.11万亿人民币,占全国GDP的2.78%,但是同期与美国和日本文化产业的产值相比,尚有较大差距,为了尽早进入世界舞台,我国必须加强自身文化建设。中国共产党第十八次全国代表大

会上,将“建设社会主义文化强国”提到了国家顶层设计的战略高度,意在使中华文化更快地走出国门,走向世界,从而增强国家的软实力和影响力。

在中华文化中,书法是伴随着中国文明的进程而发展出来的文化形象。从人类书写的历史和传播的角度来看,文字书写可看作是中国文明兴起的标志,因此,有人说“中国书法的历史和中国本身的历史一样长久”。书法有着数千年的历史积淀和强大的生命力,它见证了历史的变迁,传承着中华文化的精髓。此外,中国的文字书写和世界上其他民族的文字书写有所不同,其他民族的文字书写仅仅达到工艺化的高度,而中国的书法却达到了艺术化的境界。汉字本身的字体结构就具有独特的造型力,文字的意义加上书法的表现,可以传达出情感、情绪、意境等动态性内涵。可以说,中国的文字书写已经超越了传递信息的本职工作,变成了一种视觉审美和精神意境。再者,书法发展中所形成的特殊群体也值得一提,士大夫和书法家就是这个群体中的佼佼者,他们通过书写活动,将书法的书写风格、评价体系通过人际传播代代相传,形成一套十分详尽的书法理论。正因为有理论的支撑,书法才能成为一门独立的学科,使书法理论代代相传,历经千年而延绵不绝。世界其他国家尚没有书写理论能够达到如此博大、丰满和成熟的程度。历史久远、艺术境界、书法一脉传承这三点,造就了中国书法在中华文化中无法撼动的地位,在各国提倡文化传播的当下,传播书法文化可以说是我们中华民族非常重要的一个任务。

中国书法的跨文化传播是一个跨学科、跨领域、跨地域的传播现象。传播学本身就是一个综合性学科,借用许多人文学科的研究方法来分析具体的传播问题。书法本身属于传统艺术学和造型艺术的范畴,而对外传播与国际传播相关,文化传播又与跨文化传播相关,这两者都属于传播学范畴,因此,书法文化对外传播必然是跨学科的研究。那么书法传播是不是属于教育传播学领域呢?虽然书法的传播离不开传统的教育机构,但传授双方的信息交流活动不仅限于教育者和受教育者之间,还可以通过媒介、文化企业、个人等来进行,研究的侧重点不同,会涉及不同的研究领域(南国农,2005)。如果从地域来看,书法对外传播还可以分为在汉字文化圈内的传播和在非汉字文化圈的传播。汉字文化圈是指曾经在历史上使用过汉字,并在文字形成上受到过汉字影响的国家,主要包括越南、朝鲜、日本等亚洲国家。书法在汉字文化圈内的传播具有与当地文化的密合性,而在非汉字文化圈的传播则可能产生文化排异性。

综合来看,提出中国书法的跨文化传播符合当下文化全球化的时代背景,是能够展现中华文化特色的重要工作。本书尝试在传播学视角下分析中国书法文

化的传播活动,为推进中国“文化强国”建设提供新的思考。

1.1.2 研究问题

中国书法文化传播是我国文化建设的重点之一,为了实现中国特色文化走向世界的目标,我国大力推进信息社会的建设,发展信息传播技术,从而促进形成较好的文化网络,丰富文化传播的形式;通过增加载体可加快文化传播的效率,最终打破文化传播的界域。但是同时,信息传播技术的进步对文化的多样性发展构成了威胁。在跨文化传播中,由于各国经济发展的不平衡,导致国与国之间出现种种失衡局面,文化的全球化加剧了文化交流的不平等。在这场文化战争中,富国基于自己雄厚的经济实力,拥有健全的信息高速公路,拥有强大的跨国文化企业,可以向世界输出大量的文化产品,文化穷国的受众正受到非本土化文化产品的影响。特别是正在成长的青年一代,他们在新文化环境中接收着与本土政治、宗教、民族信仰相脱离的进口文化产品,大众媒介承担了教育他们的部分责任。

因此,在传播中国书法文化的过程中,发展信息传播技术的同时还要维护我国文化的独特性。如果只是将文化传播简化为信息传递问题,或是仅从传播技术层面加以考虑,则无法全面解读多元文化共存的局面(多米尼克·吴尔敦,2012)。借助媒介虽然可以增加不同文化信息传播的范围,极大超过国土物理边界,但信息的快速流通无法提供充足的时间和空间,人们无法做到深度的理解和思辨,文化间的碰撞日益增多产生了诸多文化矛盾,也就是说信息高速发展的不平衡只是表象问题,问题背后更多的是各国文化交流之后所发生的碰撞。导致未来文化冲突的根本原因是“文明的差异”,未来的战线是文明之间的分界线。“文明冲突论”揭示,世界是由八种主要的文明相互作用而形成的,未来的冲突将首先在文明交界处爆发,这个理论加深了人们对文化交流的理解(塞缪尔·亨廷顿,2010)。然而,有学者提出,“文明冲突论”只是简单地把各国文明分割来看,但是物理空间的泾渭分明并不会阻碍各国文明的交流,不同文明之间虽有差异,但从整个人类的发展史来看,各国文明也有更多的相互交融和相互学习时期,各国的文明之间依旧存在大量的共性。

我国在推进中国书法文化的对外传播过程中,同样也遇到了上文所提到的文化矛盾,关于中国书法对外传播的传播效果、影响因素等的研究也明显不足,特别是对传播效果缺乏深入的实证研究。基于此,本书致力于解除文化误解,拉近文化距离,提升文化传播的价值。在建立相应的理论模型的同时,注重研究

中国书法的文化共性和文化差异性在其中起到的作用。这一研究路径还指出,传播效果的三个层面研究路径可以作为中国书法文化传播研究的新方向。认知、态度、行为三者之间存在什么联系?如何找到提升书法文化的对外传播效果的影响因素?基于该现实背景和理论研究,本书提出如下的总体研究主题:在跨文化传播视角下,探究影响中国书法文化认知、态度和行为等传播效果的因素。

1.2 研究意义

中国书法对外传播的历史可谓源远流长,但是有关中国书法文化对外传播的理论和实践的研究,却是目前亟待加强的,特别是在经济全球化、文化多元化、中华文化崛起的大背景下,全面开展中国书法文化对外传播的效果研究,具有十分重大的理论价值和现实意义。

1.2.1 学术意义和理论价值

从学术层面看,以往国内外有关“中国书法文化对外传播的理论和实践”的研究多从“中外文化交流”的视角出发,重点考察书法艺术物质载体的传播形式,以及相应的书法艺术思想等文化形态层面的中外交流。具体而言,以往关于“中国书法文化对外传播理论与实践”的研究,主要基于中外文化交流研究的导向,或偏向对中国书法文化传播的历史资料的总结和分析,对于中国书法文化产品输出的现实渠道及其创新关注不够;或偏向对中国书法文化产品在政府政策主导层面的“走出去”的宏观战略研究,对于中国书法文化对外传播的“市场化”路径未予以重视;或偏向对中国书法文化对外传播媒介因素的考察,对于传播效果及其影响因素以及传播策略的全面分析和实证研究尚未深入展开。以往这些关于中国书法文化对外传播的理论与实践的研究成果,无疑给予本研究很多启迪,并构成了进一步研究的重要基础,而其存在的不足,则成了本研究的逻辑起点和创新空间。

相比之下,从传播学的视角出发,立足于对外传播理论和跨文化传播理论,对书法文化的传播效果的实证研究数量较少,尤其是立足于当前全球化、信息化、网络化、数字化、大数据态势上的社会文化传播背景,对当代中国书法文化的有效传播——传播效果、影响因素、影响机制等实践层面的问题,进行全方位、多学科研究的成果,极为欠缺。

1.2.2 现实意义和应用价值

随着文化全球化的深入发展,中国文化融入世界的步伐日趋加快,推动中国文化的繁荣兴盛,形成具有国际影响力的国家文化产业,对建设中国特色社会主义文化具有重要的意义。中国书法作为中国文化之精髓,在中华文化传播中具有特殊的地位。概言之,以“中国书法文化”为切入点,由此全面开展关于中华文化对外传播的理论和实践探究,有助于确立中国在世界文化语境中的核心价值 and 主体地位。具体来说,有三个层面的现实意义。

经济层面。促进“经济中国”向“文化中国”转型,或者说,由“中国制造”向“中国创造”转型,这是中国经济发展到当前阶段,不可避免地必须面对的重大课题。通过加强“中国书法文化”的发展与对外传播,向世界生产、提供富有人文价值和艺术感染力的文化艺术精品,从而全面塑造“文化强国”形象,成为推动中国经济可持续发展、支撑中国从“经济大国”进一步成长为“经济强国”的关键所在。

政治层面。从具体的文化传播入手,塑造当代中国文化形象,也具有重大的政治意义。美即是善,艺术是道德的象征,通过探索中国书法文化对外传播的理论和实践,研究中国文化对外传播的特征和规律,以建构当代中国的核心文化价值,进而确立中国真实、良好的世界形象,尤为必要。换言之,通过中国书法文化的对外传播,凸显中国文化内涵,增加中国与世界的交流通道,逐渐减少“中国威胁论”“中国崩溃论”等对中国文化的误解和偏见,从而维护国家文化安全,巩固和平发展环境,堪称当代中国政治传播、国际交往之要务。

文化层面。除了经济、政治意义之外,本研究还具有促进当代中国文化现代化的意义。文化作为认知符号,对于树立正面的国家形象意义非凡。特别是中国书法文化,具有形式与内容结合的优势,在塑造文化符号方面,更有独特的意义。随着经济全球化的深入,文化全球化不可避免。具有深厚历史积淀的中华文化,如何与现代世界文化融会贯通,建立既是中国的、也是世界的文明形态,无疑是当代中国必须应对的重大课题。只有通过全方位的对外传播的发展,中国文化才能与其他文化形式相互碰撞、相互交流、相互借鉴、相互融合,最终实现中国文化的现代化。为此,进行中国书法文化对外传播的研究,不仅可以对外展示中华文化独特的魅力,也可以对内优化中华文化的品质。

以上三个层面的现实意义,同时都体现为充分的应用价值。由于本书的研究成果注重问题导向,具有实证性、科学性、可操作性,因而可直接为文化传播提

供理论依据,进而转化为文化生产力、创造力和影响力。

1.3 研究内容

本书紧紧围绕“跨文化视角下中国书法文化传播效果研究”的主题,经过大量调研,对整个研究进行合理的构思,对研究方法进行适当的选择,全书共有八章,其中每章内容安排如下。

第1章是绪论。本章在中国文化走出去的大背景下,提出了本书的研究问题,并阐述了本书的研究目的,从经济、政治、文化三个方面归纳本书的研究意义。随后界定了研究对象,给出论文的总体内容安排,并进一步介绍了本书使用的研究方法和研究框架,最后结合研究问题对本书的创新之处进行了简要介绍。

第2章是文献综述与理论基础。本章经过大量的调研,详细介绍了本书研究的理论基础,国内外相关研究的历史及现状,主要内容包括对文化传播、跨文化传播、文化传播效果及书法文化传播等相关研究的文献回顾。并对与文化传播相关的理论基础包括文化距离、文化认知、感知价值等理论进行总结和阐述,从而对本书研究的概念进行明确界定,对研究变量进行合理维度划分,为变量的测量条款选择和评价标准等奠定了理论基础。

第3章是中国书法文化传播效果的模型探究。基于相关文献和理论基础的回顾与评述,本章开始对中国书法文化传播效果进行探究,提出研究假设,构建研究模型。首先对中国书法文化传播的两个层面的特点进行分析,明确研究内容的核心内涵。其次,对本书的研究对象——在华外国人进行深度访谈,得出一个潜在的关键变量“文化共通性”。并在对访谈资料进行内容分析的基础上,对这一构想进行概念界定、维度研究。再次,围绕本书拟解决的研究问题,在文化距离理论、文化认知理论、感知价值理论、文化认同理论、计划行为理论的基础上,梳理出各概念之间的逻辑关系,提出书法文化传播效果的三个模型,并提出了一系列的研究假设。

第4章是数据收集与研究设计。本章在大量调研问卷设计准则的基础上,结合公开文献、一对一深入访谈等,以成熟量表为基准,并根据本书研究内容进行恰当调整,从而最终形成本书研究变量的初始测量条款和测量量表。首先,参考3个文化传播专家的建议,对问卷题项进行删选,留下最具代表性的选项进行试调研;其次,通过对试调研的问卷结果进行分析,从而对问卷的合理性、可靠性

进行验证;最后,基于以上分析结果,对问卷再次进行修正,并确定问卷的最终版本,实施问卷发放,并根据预设剔除了无效的问卷,完成了对问卷的检查筛选工作。

第5章是跨文化认知模型的效果研究。本章对跨文化认知模型的数据进行了描述性统计特征分析,通过探索性因子分析明确了因子结构。通过多元回归分析揭示感知文化距离对在华外国人中国书法文化认知的影响,并且探讨可能存在的中介效应。

第6章是跨文化情感模型的效果研究。本章对跨文化情感模型的数据进行了描述性统计特征分析,通过探索性因子分析明确了因子结构。通过多元回归分析揭示文化共通性对在华外国人中国书法文化态度的影响,并且探讨可能存在的中介效应。

第7章是跨文化行为模型的效果研究。本章对跨文化行为模型的数据进行了描述性统计特征分析,通过探索性因子分析明确了因子结构。通过多元回归分析验证行为计划理论对在华外国人中国书法文化行为的影响,并且探讨各变量可能存在的交互效应。

第8章是研究结论与展望。本章讨论建立文化共通性对书法文化传播的重要性,并且在结论进行分析的基础上,对计划行为理论的贡献做出阐释。

1.4 研究方法和研究框架

明确研究问题后,首先,基于对相关研究文献的调研,并结合对探索性访谈内容的分析和判断,得到了合理的研究假设;其次,根据现有的统计学方法确定合理的抽样方式,并且明确测量以及操作化手段,从而获得研究数据;最后,为了确保数据真实可靠,采用问卷调查的方式得到实证研究数据,从而获得最接近事实的第一手资料。

1) 文献研究

丰富而充分的文献调研,一般被认为是研究的第一步,对相关研究的文献资料及成果数据进行系统的分析整理,能够使研究者对该领域的研究现状及未来研究方向有总体的把握,从而更好地选择研究内容并且确定合理的研究假设。本书通过对文化传播、书法传播等相关领域研究内容的总结,并结合对定量研究的基本理论的系统总结和梳理,从而最终明确研究思路,并为研究提供了理论支撑。

2) 访谈研究

对文化传播有影响的相关因素,是本研究需要考虑的重要变量,主要包含内因与外因两个方面,其中内因主要指文化差异性等因素,外因主要指文化市场等因素。虽然文化差异性、文化市场与影响中国书法文化传播效果的相关变量(文化认知、文化情感和文化行为)在文化维度上都已有相关的研究成果,但还不足以解释文化传播的动因是什么,除了文化距离和文化市场,还有什么因素推动各种文化之间进行传播。因此,探索性访谈有着重要的意义,通过与研究对象的面对面交谈,可以快速地收集研究对象大量多维度的资料,从而帮助研究者梳理清晰变量之间的关系,进而再次修改研究假设。在对在华外国人进行半结构化的深度访谈之后,得出一个潜在的关键变量“文化共通性”,可是这一构念在概念界定、维度研究以及量表开发上尚属于空白。在记录访谈内容的基础上,通过内容分析对“文化共通性”这一构念的基本概念做出界定,并且制定本研究的测量工具。

3) 问卷调查

问卷调查是研究人员收集资料的一种方式,也可以说是一种衡量被试者的态度偏好的技术。问卷调查是传播学研究人员常用的数据收集方法,设计合理的问卷可确保数据采集高效、数据质量可靠、可行性较高,因此,将问卷调查作为本研究获得实证研究数据的方式。

本研究在大量研究问卷设计的准则基础上,根据研究内容特点,以国际上通用的成熟量表为参考进行修改和优化,从而制定初始调研问卷。笔者还咨询了3位文化传播专家对问卷题项进行删选,留下最具代表性的选项进行试调研。接着通过对测量量表的信度和效度进行检验,发现可能存在的问题,对问卷做最后的修正,以提高样本问卷调研的可靠性。

4) 数据分析

数据分析是对研究假设的定量验证,通常采用的分析方法为多元线性回归分析和结构方程模型,其中多元线性回归分析可以考虑多个自变量对结果的影响,更符合文化传播受多因素影响的客观现实;而结构方程模型可以更好地展示不同变量的关系。从国内外的相关研究来看,SPSS软件可以较好地满足数据分析的要求,并且是传播学研究中应用的主流软件,因此,本研究采用SPSS软件对数据进行处理。本书将对建立的书法传播影响模型采用多元回归分析的方式进行分析,通过因子分析、中介效应检验以及调节效应检验,为理论假设关系提供验证依据。本书的研究框架如图1-1所示。

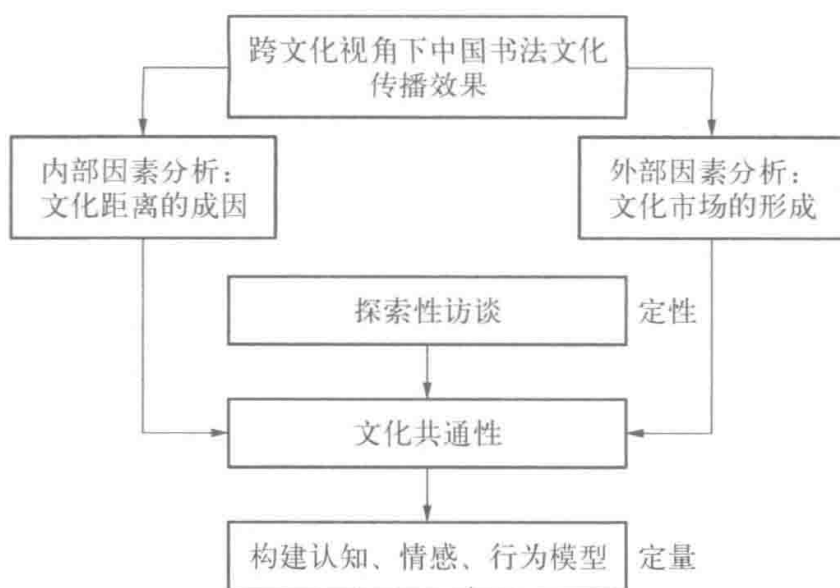


图 1-1 本书研究框架

1.5 研究创新点

本书以加强中国书法文化传播效果为研究起点,以跨文化传播为研究背景,以在华外国人为研究视角,对三个层次的效果模型进行研究,最终聚焦于中国书法文化传播的影响因素,并探讨可能存在的其他形式的影响机制,从而增加中国书法文化的传播途径,进而增强中国文化的传播效果。本书的四个主要创新点如下。

1) 文化共通性构念的创新

文化共通性是本书的主要研究内容之一,该构念的提出与界定,对其内涵的合理解析,是本书首先要解决的问题。本书基于国内外相关领域研究成果展开探索性的访谈研究,并结合访谈内容进行全面的分析,从而提出了文化共通性这一新构念,进而通过实证研究拓展明晰了这一构念的概念内涵和维度结构。在跨文化认知模型与跨文化态度模型中运用这一构念构建模型,确认其重要性。

2) 感知文化距离对书法文化认知的作用机制研究

在以文化差异性为研究起点时,发现文化共通性以及文化传播市场在中间也起到重要作用。感知文化距离对在华外国人的中国书法文化认知起到一定的影响。但是这种影响并不是我们所预测的对个体用户主观的文化差异性进行干预,更多的是针对外在的整体文化环境,通过构建文化传播市场来影响用户的“书法文化认知”的进程。因此,以感知文化距离为自变量时,必须讨论文化传播

市场、文化共通性因素在两者间起到的中介效应影响。

3) 文化共通性和感知价值对文化态度的作用机制研究

研究发现,感知价值不仅是在华外国人主观认知上的反应,还可以对他们的情感造成重要影响。感知价值特别是感知社会价值对增强外国人对中国书法的评价具有显著效果。本研究还发现文化认知对感知价值有重要影响,会间接影响人们的情感模式。而在以往相关研究中鲜少有将文化认知纳入文化态度的研究。

4) 行为计划理论各变量之间存在交互效应

知觉行为控制不仅直接影响文化行为和行为意向,并且还会受到态度和认知的影响。虽然目前已有研究者提出了行为计划理论,该模型认为个人的行为意向受到态度、主观规范和知觉行为控制这三个方面的影响,并且认为这三个方面的作用是相互平行的,但是该理论存在明显的不足,它并没有深入探讨三者之间的关系,无法解释三者之间的相互影响。

第 2 章 文献综述与理论基础

2.1 文献综述

本书以跨文化传播视角下的中国书法文化传播效果的影响因素为研究起点,聚焦于如何提升书法文化传播的价值,试图解决文化差异、文明冲突对书法文化传播效果所带来的影响,并从建立文化共通性的角度探讨文化传播的效果。因此,围绕研究主题,本书需要在跨文化传播的相关领域,文化传播效果的相关领域,书法文化的概念界定和书法文化传播的相关领域进行文献基础和理论基础的系统收集、识别、梳理和归纳分析。本章结构框架图如图 2-1 所示。

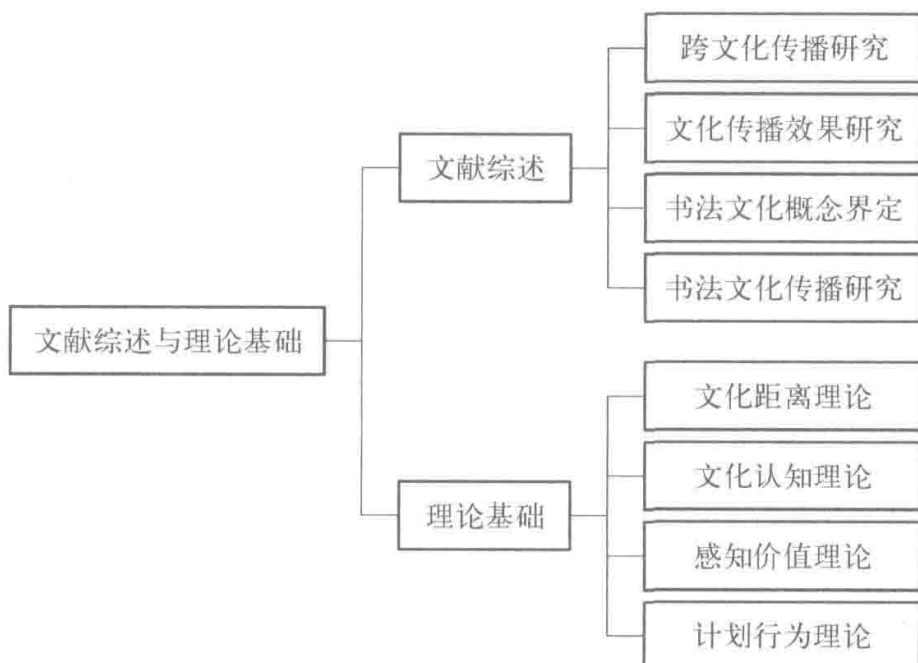


图 2-1 本章结构框架图

2.1.1 跨文化传播研究

跨文化传播研究始于 20 世纪 50 年代,是由美国人类学家爱德华·霍尔