

导 论 文化的传播与传播的文化

人之为人从传播起。传播是人的天性亦是文化的本性。文化传播使人成其为“人”使人成其为“类”。

文化传播拓展了文化时间和文化空间，从而也拓展了人类生命存在的时空形态。文化传播可谓左右旁通，环环相扣。文化传播是文化研究之网的“纽结”抓住了文化传播也就抓住了文化研究的关键。

传播是促进文化变革和创新的活性机制。传播是文化的内在属性和基本特征，一切文化都是在

传播的过程中得以生成和发展的。

文化传播产生于人类生存和发展的需要。文化传播深度地卷入我们的日常生活之中，成为当代人类的主要生存方式和生存空间。

文化传播是人类特有的各种文化要素的传递扩散和迁移继传现象，是各种文化资源和文化信息在时间和空间中的流变、共享、互动和重组。是人类生存符号化和社会化的过程，是传播者的编码和解码者的解码互动阐释的过程，是主体间进行文化交往的创造性的精神活动。

文化与传播是互动的和一体的。文化的传播功能是文化的首要的和基本的功能，文化的其他功能都是在这一功能的基础上展开的。

文化传播既促进了多元文化的生成和发展，同时也加速了全球化进程。

传媒的世界化和世界的传媒化是当今时代的一个显著特征。透过传播认知文化，认知社会和人类自身，将成为人类认识史上的一场变革。

一、文化传播：人·媒介·社会

文化传播 Cultural Communication 与人的精神交往活动充满了许多让人费解的谜，以致有学者把它称为 20 世纪哲学最大的

难题，即“主体际困境”。主体际何以可能成立？人与人之间何以可能交流？人与人何以可能通过交流建立多极主体共在的共同体？这些问题一直困扰着智慧的哲学家们。

人之为人从传播起。一个人的生活方式就是他的文化传播方式；也可以说，一个人的文化传播方式就是他的生活方式。正如美国文化传播大家威尔伯·施拉姆所言：“我们既不完全像神，也不完全像动物。我们的传播行为证明我们完全是人。”^① 文化传播总是和人类生活的各个方面交织在一起，成为人与人之间、民族与民族之间、国家与国家之间必不可少的交往活动。正如人的生存离不开空气一样，我们也离不开文化传播。英国学者特伦斯·霍克斯认为：“人在世界上的作用，最重要的是交流。”^② 当代人对社会生活的阐释，当代人的文化实践活动和文化创造活动，都与传播息息相关。文化传播成了当代人类的主要生存方式和生存空间。

我们谈论文化传播，也就是谈论我们的文化和我们与世界的关系。我们如何理解周围的世界？如何理解我们的社会？历史上人们彼此是如何交往的？文化传播的本质及其特征何在？媒介变迁与社会发展和人类文明有何内在关联？是媒介在控制人还是人在控制媒介？如何理解文化传播的功能及其与人的全面发展的关系？文化传播在当代的表现形态是什么？跨文化传播的现实境况如何？如此等等。对于这些问题，文化传播研究

[美] W 施拉姆等：《传播学概论》，39页 北京 新华出版社，1984。

[英] 特伦斯·霍克斯：《结构主义和符号学》，127页 上海 上海译文出版社，1987。

也必然要表现出自己的关注和思考。

文化传播何以可能？我们为什么要研究它呢？

我们所处的时代是一个文化传播的时代。20世纪人类最大的嬗变是文化传播对人类社会和人类生活的全面渗透。文化传播将是21世纪文化研究最重要的主题和中心视界之一。文化传播作为人类存在和发展的表征和特权，是人类认识世界和改造世界的武器和工具。文化传播既改变了人类也改变了世界，人类的生存和发展一刻也离不开文化传播。事实表明，文化传播无处不在、无时不有，深度地卷入我们的日常生活之中。我们可以说，文化传播是人类生活的主要样式，是人类社会最普遍、最重要、最深层和最复杂的现象之一。

传播是人的天性亦是文化的本性。走进历史和现实深处我们会发现，人类发展的历史就是文化传播的历史。文化传播随着人类的产生而产生，随着社会的发展而发展。文化传播冲破各式各样的社会藩篱，从时间和空间两个维度展开，是历时性和共时性的过程。文化的产生与发展、变迁与转型、差异与冲突、整合与创新、生产与再生产，都与文化传播紧密关联。文化传播作为一种最富有人性和人情的社会活动使人成其为“人”，使人成其为“类”。一句话文化传播与人类文明共振起伏、互动互进、休戚相关。没有文化传播，便没有人类的文明。文化研究富于变化，确实很难把握。文化传播可谓左右旁通，环环相扣。文化传播拓展了文化时间和文化空间，从而也拓展了人类生命存在的时空形态。因此，只有通过文化传播的研究，从历时性和共时性的动态过程中，方能真正把握住文化。显然，文化传播是文化研究之网的“纽结”抓住了文化传播也就抓住了文化研究

的关键。

传播是促进文化变革和创新的活性机制。文化不是一个被动凝固的实体 而是一个发展变动的过程 是一个“活”的流体。文化不是“静态”的而是“动态”的 文化既是“名词”又是“动词”。说到底，人类文化是一个不断流动、演化着的生命过程，文化一经产生就有一种向外“扩散”和“传递”的冲动。传播是文化的内在属性和基本特征，一切文化都是在传播的过程中得以生成和发展的。文化的差异性、社会性和符号性使文化传播“势所必然”并成为可能。威尔伯·施拉姆称文化传播“是社会得以形成的工具”。社会学家查尔斯·科利认为文化传播是“人类关系赖以存在和发展的机制，是一切智能的象征和通过空间传达它们和通过时间保存它们的手段”。人类学家爱德华·萨皮尔强调：“每一种文化形式和每一社会行为的表现，都或明晰或含糊地涉及传播。”^① 这些描述说明了文化传播的可能性、普遍性以及在社会发展中的重要性。

文化传播产生于人类生存和发展的需要。传播促进了人类社会的发展，而文化借助于传播影响着人类。文化传播不仅是人格与社会的建筑材料，而且反映了人与人之间的一种共存关系。传播既是文化载体和“社会水泥”，又是人类文明和社会进步的助推器。概括起来，文化传播具有以下特征：一是社会性。文化是一种群体性的存在，文化传播是人与人之间进行的一种社会交往活动，离开人这个传播的社会主体，传播活动就不能进

转引自周晓明：《人类交流与传播》，10页，上海：上海文艺出版社 1990。

行。二是目的性。人类的文化传播总是在一定的意识支配下的有目的、有指向的活动，这与动物本能性的机械生成传递有着本质的不同。三是创造性。文化传播是文化创新与发展的动力系统，在文化传播活动中，人类对信息的收集、选择、加工和处理，处处都包含着人类的智慧，彰显着人类文化的创新。四是互动性。文化传播是双向的，是传播者与受传者之间信息共享和双向沟通与交流的过程。五是永恒。文化传播生生不息，绵延不断，超时空、跨种族，贯穿于人类社会发展过程的始终，是恒久长存的人类活动。据此，我们认为，文化传播是人类特有的各种文化要素的传递扩散和迁移继传现象，是各种文化资源和文化信息在时间和空间中的流变、共享、互动和重组，是人类生存符号化和社会化的过程，是传播者的编码和解码者的解码互动阐释的过程，是主体间进行文化交往的创造性的精神活动。

文化与传播是互动的和一体的。文化是传播的文化，传播是文化的传播。没有文化的传播和没有传播的文化都是不存在的。一方面，文化的形成和发展受到传播的影响。传播促成文化整合、文化增殖、文化积淀、文化分层、文化变迁和文化“均质化”。传播对文化的影响不仅是持续而深远的，而且是广泛而普遍的。反过来，文化对传播也有着十分重要的影响，这种影响体现在传播者对受传者的文化意义，同时还体现在传播媒介及传播过程之中。传播与文化的互动表明：文化与传播在很大程度上同质同构、兼容互渗。从这个意义上我们可以说，文化即传播，传播即文化。

文化传播促进了多元文化的生成和发展。历史、理论与现实早已证明，文化是一个开放的规则系统，各种不同文化的交

往、交流和传播是实现多元文化生成和发展的前提条件。然而，在当前的国内文化传播研究视域内，存在着一种将“本文化”和“他文化”隔绝封闭起来的排他的“文化自然主义”和“文化部落主义”；一种争论不休的“文化激进主义”和“文化保守主义”；一种由于对强势媒体的“畏惧”而表现出来的“狭隘的民族主义”倾向。其结果是在反对西方“文化霸权”的同时确立自己的“文化霸权”，以一种暗含的中华文化优越论去抗击西方文化中心论，这显然是一个并不明智的文化发展策略。如果我们只强调“本文化”的优越而无视“他文化”的存在，只强调“本文化”的“纯洁”而反对与“他文化”进行交流和交往，就会发展成为一种以自我为中心、拒斥异质文化的“文化孤立主义”。这些观念的存在和强化，无论在理论上还是在实践上都是十分有害的，不利于多元文化的生成和发展，更不利于民族文化的保护和创新。因为在文化交往全球化的今天，任何文化都应该是开放的而不可能是封闭的。我们并不需要以一种新的文化中心论去取代旧的文化中心论，中国需要的是一种与时俱进的开放的本土文化，一种世界主义的胸怀，一种鼓励多元文化的战略。我们应该在全球意识的观照下发展自身的民族文化，认真处理好“现代对传统的超越复归”与“传统文化向现代文化的转化”两者之间的关系。惟其如此，中国文化才能重现辉煌。

文化传播加速了全球化进程。当代的文化传播是一种全球传播，是一种国际化的现象，需要全球性的思维，需要开放的理念。全球化是人的社会关系的世界化，是人的社会交往的世界化。全球化瓦解了文化传播的边界和防护系统，为文化的交流与融会提供了条件，从而也改变了当今世界的文化地图。在传

播全球化背景下，技术层对文化层的影响越来越大。随着现代科学技术的发展，全球范围内的经济资源和文化资源的流动和扩散、重组和整合加快，文化发展呈现出既高度融合又高度分化的趋势，文化发展的整体性、相关性、动态性和不确定性也在增大。由于大众传媒特别是网络媒介日益深入的作用和影响，在全球存在着严重的文化传播生态的危机：出现了网络传播中的文化失范现象；出现了文化交流和文化传播中的“杂交”、“混血”和“不对称”现象；出现了少数文化传播强国和多数文化传播弱国之间的控制与反控制、支配与被支配的不平等关系；出现了文化的“媒介化”和以视象文化为主的“文化转向”；出现了文化主权与文化霸权之争。表现为强势文化与弱势文化、传统文化与现代文化、西方文化与东方文化的冲突更加激烈，而且这些现象都与文化传播紧密关联。各种因素和信息通过网络传播交叉重叠，错综复杂，相互纠缠，成为世界性的焦点和难题。文化传播已溢出民族国家的疆界，充塞于全球性的时空之中。我们经历传播，我们言说传播，我们解读传播。文化传播已成为当代和未来社会发展与人的全面发展的重要动力和关键性要素。因此，文化传播研究具有重大的理论意义和实践价值。

二、文化传播研究的理论渊源

文化传播的实践活动与人类的历史一样古老。但作为一门科学来研究，是19世纪末才由西方学者发起的。在人类学领域，文化传播经历了从进化论到传播论的论争和演变，曾在欧美

学界产生过很大影响。人类学的进化论包括人类生物进化论和人类文化进化论，前者以查尔斯·达尔文、阿尔多斯·赫胥黎为代表，其主要贡献是指出了人类与自然界的联系，后者以斯宾塞、泰勒和摩尔根为代表，直接影响到人类学后来发展的一些理论。人类学的传播学派可分为德奥传播学派和英国传播学派。德奥传播学派以弗里德里希·拉策尔、弗罗贝纽斯、格雷布内尔和施密特为代表，其主要贡献是“文化圈层”理论的提出。英国传播学派的主要代表人物有威廉·里弗斯、埃里奥特·史密斯和威廉·詹姆斯·佩里 他们是“极端传播论”的倡导者。

20 世纪 40 年代以后，文化传播研究的视角发生了重大变化。当时的文化传播学家和社会学家开始关心文化对社会影响的过程、机制、效果以及传播对文化发展的作用。其代表人物有美国的政治学家哈罗德·D. 拉斯维尔、社会学家保罗·拉扎斯菲尔德、社会心理学家库尔特·莱温和卡尔·霍夫兰。进入 20 世纪 50 年代，美国著名传播学大师威尔伯·施拉姆创建了伊利诺伊大学传播研究所，标志着传播学作为学科正式出现。他们在文化传播领域反对从观念到观念地对社会文化现象作纯主观抽象的说明，强调切实可靠的经验材料或客观数据的重要性，主张从外部环境或外部条件的变量出发来揭示社会文化现象的原因和客观规律。由于他们的研究重实证和实践效果，因此在历史上被称为经验学派。

20 世纪 60—70 年代，文化传播研究视野发生了根本转换。在欧洲开始出现以社会文化的批判性而备受人们关注的批判学派。批判学派的理论渊源有两个：一是法兰克福学派。这个学派是指以德国法兰克福大学“社会科学研究所”为主的一个学术

派别。该所成立于1923年。这一学派从马克思主义理论出发，从哲学和社会学的角度研究和批判现代资本主义社会中的文化危机和现代西方文明。其主要代表人物有M. 霍克海默、H. 马尔库塞、T. W. 阿多诺等人。在德国法西斯势力上台后，“社会学研究所”于1933年迁到日内瓦，第二年又迁到美国。战后于1949年重新迁回法兰克福，成为欧洲新马克思主义和新左翼运动的研究据点。

二是西方马克思主义。该派学者主张用马克思主义的观点对资本主义的社会结构、文化意识形态等领域进行分析和批判并于20世纪60年代在欧洲流行开来。英国的传播学者进行的文化研究就是这一思潮在传播学中的体现。批判学派的主要流派有：

(一) 政治经济学派。其代表人物是英国累斯特大众研究中心的G. 默多克和P. 格尔丁等。该派关心的焦点问题是现代媒介高度集中和垄断的趋势及其带来的社会后果。

(二) 伯明翰学派 亦称“文化研究”学派。该派以英国伯明翰大学“现代文化研究中心”而得名，主要代表人物有R. 威廉斯和S. 霍尔。该派反对简单的“经济基础还原”论，主张从上层建筑和意识形态的相对独立性出发来研究资本主义社会的大众文化传播。

(三) 意识形态“霸权理论”。该派学者认为，在资本主义社会，统治阶级不再主要依靠国家、军队、法院等“强制装置”，而主要是通过意识形态“霸权装置”来维护自身的利益。该派对此现象予以揭露，并唤起民众觉醒，推动社会变革。

(四) 哈贝马斯的批判理论。J. 哈贝马斯是德国著名哲学家和社会学家，法兰克福学派的第二代旗手。其代表作是《公共领域的结构转型》(1962)和《交往行动理论》(1968)。在这两部著作中，哈贝马斯提出通过改善“交往的合理性”来实现社会变革的观点。哈贝马

斯反对导致人的异化的片面追求‘工具合理性’的立场，提倡‘综合的合理性’，即主张通过扩展‘没有支配和强制的交往关系’来改革社会，建立基于‘理性合理’的新型社会关系。

经过二三十年的发展，批判学派在 20 世纪 80 年代逐渐成熟起来，成为备受人们青睐、理论内涵丰富的社会思潮。近年来，其中的文化研究在历史、文化、政治和媒介等不同层次与当下炙手可热的后现代主义的争辩，不仅紧扣社会现实的脉动，而且介入社会的变动之中，因而其影响已经波及许多领域，其学术地位和实践价值日渐提高。

进入 21 世纪，文化传播研究又面临新的机遇和挑战。当今世界正朝着全球化、信息化和生态化的方向发展。当代文化传播的媒介化趋势日益凸现出来，网络传播已成为文化传播在现今的主要形态，各种各样的文化冲突奔涌而来，引起了人们的焦虑和关注。如何适应当代社会和现代传媒的巨大转变，调整自己以应对挑战并谋求进一步的发展，已成为全球文化传播学者共同关心的话题。

三、瞻前顾后：我们的使命

近些年来，文化传播研究的学科边界已经被打破，它涉及哲学、社会学、历史学、文化学、政治学、人类学、新闻学、心理学等多门学科。因此，它既带有相关学科的‘遗传因子’，反映各种知识交叉、融会、整合的轨迹，又饱含着强烈的‘后来居上’的冲动，表现出作为新领域所特有的开拓创新精神和超越意识。

我们的文化传播研究应以马克思主义的交往理论为指导，运用科学的社会历史观和实践反思法，批判地继承西方文化传播研究的理论成果，探寻文化传播与“人—媒介—社会”三个核心要素的内在关联，力图从传播的角度来解读文化，理解文化与传播的一致性，通过对传播的理解达到对文化理解的跨越和文化研究的深化，以揭示人类文化传播的现象、机制和规律。立足于对中国文化传播境况的阐述和分析，从哲学和人类学视域梳理文化传播的历史图景，追问文化传播的历史动因，考察文化传播的性质与特征、功能与结构、途径与模式，厘清文化传播与符号、文化传播与人类文明和人的全面发展的关系，在此基础上对媒介文化进行审视，对大众传媒进行批判，对跨文化传播进行反思，从时代性和前瞻性的视角阐释网络传媒在文化传播中的地位、作用和缺失，探讨全球化时代如何保护和发展民族文化等理论与现实问题，是本书的主要任务。本书共分五章进行阐述。

第一章考察和审视文化传播的历史图景。首先，从社会历史观的角度对文化传播的历史进程进行梳理和辨析，认为人类发展的历史既是文化传播的历史，也是媒介发展的创造史和变迁史。文化传播既改变了人们对外在世界的理解认知系统，也改变了人们价值意识建构的内容和方式。文化传播手段和文化传播媒介的进步不仅贯穿于人类社会发展的整个历史过程，而且与人类社会文化的积累和变化密切关联。文化发展和创新的速度越快，规模越大，对文化传播的速度和规模的要求也就越高，文化传播的过程与结构也就变得更加复杂。媒介制约着人们对于外在世界的认知和想象。在很大程度上，文化的进步是通过其物化形态和传播方式实现的。一个时代的文化传播的性

质和水平，不在于传播什么，而在于怎样传播，用什么媒介手段进行传播。文化发展的每一个阶段，都受到特定媒介的支配，而每一种新的传播方式和技术的兴起，都毫无例外地引起文化的变革。其次，本章通过对文化与传播及其相互关系进行考察和论证，指出文化的传播功能是文化的首要的和基本的功能，文化的其他功能都是在这一功能的基础上展开的。此外，本章还对文化传播的基因、途径和模式进行了阐述和分析，以深化文化传播理论的研究。

第二章从人类学和哲学视域对文化传播进行讨论。在人类学视域，文化传播理论是作为进化论的对立物而产生的，曾在欧美学界产生过很大影响。虽然在进化论和传播论之间经常发生争论，但两者实际上是相互补充的理论。在人类进化的早期，由于传播手段的落后，进化的机制更显重要。随着社会发展特别是现代交通工具和传播工具的出现，传播的重要性与日俱增。进化论和传播论在人类历史中的作用不可偏废，二者是相辅相成的。在哲学视域，文化传播表现为对人类交往领域的关注和人的反思性实践。文化传播涉及主体际的交流。个体话语何以可能成为共同主体或一般主体的话语？人的意向如何才能超越自我而达及他人？个体的反思性何以可能成为社会的反思性？这个问题对于文化传播理论来说，是最根本的问题，而它又是同20世纪哲学的最大难题即“主体际的困境”联系在一起的。本书认为，人自由而全面的发展是文化传播所追求的最终目标，马克思主义的物质交往与精神交往理论是我们研究文化传播理论与实际问题的指导思想。

第三章分析文化传播与媒介文化。首先阐述马歇尔·麦克

卢汉和斯图亚特·霍尔的媒介观 然后对“媒介帝国主义”的理论渊源和发展趋势进行考察和审视，指出“媒介帝国主义”有三个特点：一是以强大的经济和资本实力为后盾，主要通过文化市场进行的全球文化扩张；二是通过含有文化价值的产品或商品的销售来实现全球性的文化支配；三是这种文化支配和扩张是通过传播媒介来实现的。这样，人们更为关注两个极为现实的问题：一是跨国传媒的高度垄断和集中；二是由这种垄断体制所造成的跨文化传播“不对称”性所产生的文化后果。文化的媒介化或媒介文化是文化传播研究特别需要关注的问题。因为文化的生产、消费和发展都离不开传播，而文化传播是依靠媒介来进行的。现代传播媒介作为一个社会辐射力很强的文化装置，具有极强的“聚合性”和“扩张性”不仅影响到文化传播的范围、内容及速度，成为文化传播的强大推动力，而且现代传播媒介的诸多特点已进入文化的深层结构，使当代文化呈现出媒介化的特征。同时，现代传播媒介经文化传播的积淀又逐渐成为独特的媒介文化，成为当代文化的有机组成部分，并对整个社会结构产生深远的影响。我们正在面对一个日益媒介化的文化大系统。媒介文化把传播和文化凝聚成一个“动力学”过程，将每个人裹挟于其中。文化的媒介化，表现为社会的技术层对文化层的深远影响。这是一个国际性的文化现象，是我们这个时代最显著的文化特征，是当代日常生活的仪式和景观，也是当代中国文化的发展趋势。本章最后对媒介文化与“文化工业”进行分析和透视，阐述渗透于文化之中的工具理性与价值理性的关系。

第四章认为文化传播在当今最突出的表现形态就是网络传播。网络不仅表征着我们时代的发展前沿，而且还为我们设计

了一个前所未有的历史环境。它正在深刻地改变着我们周围的经济、政治和文化。网络是人类历史上第一个真正意义上的全球性的文化传播媒介，它使人类文化的交流真正突破了时空的边界，标志着文化“后传播”时代的到来。在文化的“后传播”时代，网络在技术上给我们提供了一个十分理想的文化交往和沟通的平台，它像一个巨大的“信息超市”，成为人类大众聚会的“广场”，即“公共领域”，使人类的精神家园又有了一个新的“栖息之地”。网络媒介的发展正在改变着人们的交流习惯，并对人们的身份进行深层的定位。网络传播是人类精神交往的第二世界，是现实世界的延伸和扩展。网络传播对于现代社会的作用，已经超出了纯技术、纯经济学和纯社会学的研究范式，它对文化的传播方式、文化的生产与消费、文化资源的配置与重组都产生了不可估量的影响。网络传播建构了一种全新的文化范式，是一种全新的文化传播形态，具有全新的社会文化价值。认识网络的文化价值的基本立足点有两个：一是网络传播是否有利于人类交往方式的提升；二是网络传播是否有利于人类文明程度的提高。本章认为，网络为人类建构了一个全新的文化传播载体；网络促进了全球文化的传播以及文化资源在全球的流动与重组；网络丰富了文化传播的语言符号世界。当然，应该清醒地看到，进入网络时代，不同形态的文化在通过网络得以更加广泛传播与交流的同时，交织在其中的不同价值观和不同文化理念的冲突，并没有因此而得以缓和和消除，相反，由于网络传播的缺失，不同文化在碰撞与交汇中常常潜伏着危机。当前，认真探讨网络传播在社会发展中的作用以及网络传播潜伏着的危机并进行规则重建，显得尤为重要。

第五章阐述跨文化传播的现实关切。主要讨论全球化背景下文化的世界性和民族性的关系，以及传统文化和现代文化之间、强势文化和弱势文化之间的关系。本章选取跨文化传播的特殊视角，试图对跨文化传播中的“杂交”、“混血”和“不对称”现象，以及在跨文化传播境况中如何发展民族文化等问题进行审视和反思。跨文化传播是“历史向世界历史转变”过程的有机组成部分。在传播全球化体系中，存在着严重的文化传播生态的危机。本章着重分析了跨文化传播中的“不对称”现象，认为跨文化传播的“不对称”对文化传播弱国的文化传播主权和文化传播资源构成威胁，给发展中国家造成了“文化紧张”，给弱势文化造成了价值体系的混乱和价值观的冲突，使弱势文化面临被同化或文化殖民的危险。本章对“西方文化中心论”和“东方文化中心论”的错误予以批驳，不赞成“三十年河东，三十年河西”僵化对立的非此即彼的思维模式，指出全球化的确带来了文化冲突，跨文化传播也存在着“不对称”性，但这并不意味着必然造成一种文化吃掉另一种文化的结果，而是应当达到“和而不同”，是“一个世界，多种声音”，而不是“多个世界，一种声音”。跨文化传播不仅不会导致文化的“一体化”和“同质化”，相反，跨文化传播促进了多元文化的生成和发展。本章最后提出了民族文化发展的战略构想——以马克思主义为指导，发展面向现代化、面向世界、面向未来的民族的科学的大众的有中国特色的社会主义文化，实现民族文化的批判继承和综合创新。中华民族利益与全球化进程的良性互动，是我们思考民族文化发展的基本点。我们一方面要保持自身主体性的“不同”，完善自己的民族性；另一方面，又要同其他“异质文化”和谐共处，“并育而不相害”、“并

行而不相悖”对外来文化进行重塑和“整合”使我们的民族文化更具时代性和世界性。此外，我们也必须清醒地意识到，建构民族文化的安全机制，是实现民族文化创新与发展的重要保证。

本书的“结语”对在中国开展文化传播研究的意义进行阐述。指出应大力推进文化传播研究的本土化、中国化，在此基础上逐步建构起中国文化传播研究的话语体系、逻辑范畴和哲学理念，以引导中国文化传播实践的健康发展。