

■ 新闻传播学

冲突与融合:全球化语境下跨文化传播的主旋律

车 英, 欧阳云玲

(武汉大学 新闻与传播学院, 湖北 武汉 430072)

[作者简介] 车英(1954-),男,河北望都人,武汉大学新闻与传播学院新闻学系教授,武汉大学文科学报编辑部副主任,主要从事新闻传播学、比较新闻学及国际法学研究;欧阳云玲(1979-),女,湖南湘潭人,武汉大学新闻与传播学院新闻学系硕士生,主要从事新闻传播学及比较新闻学研究。

[摘 要] 伴随着经济的全球化,现代信息与通讯技术的突飞猛进,使文化传播与媒介结合越来越紧密。在全球化语境下,跨文化传播呈现出繁荣的景象,经济与政治的力量亦使跨文化传播在不断的融合与不断的冲突中呈现螺旋式上升,引发出全球的文化冲突与寻求文化身份认同的潮流,其主旋律应为:冲突与融合。然而,跨文化传播并不只是一个单向的全球一体化的文化运动,它包含着全球化与地域性、同质化与异质化两种文化力量的对峙与互动。任何一个民族文化只有在吸收外来文化精华,结合本土文化的优势,才能在历史发展的长河中找到合适的空间。当前跨文化传播的境况中,倡导多元文化的“共存互补”,引入儒家文化“和而不同”的智慧,才是消弭文化冲突的最佳方案。

[关键词] 全球化;跨文化传播;融合;冲突

[中图分类号] G210 [文献标识码] A [文章编号] 1672-7320(2004)04-0570-07

随着世界经济一体化的形成以及现代信息与通讯技术的突飞猛进,麦克卢汉的“地球村”隐喻在 21 世纪全球化背景下被再次激活。我们开始面临着一个传播全球化的时代,整个媒介行业的发展趋势都在“朝着全球化方向发展”^[1](第 1 页)。因此,传播媒介不但迅速改变着大众媒介文化在日常生活的社会文化构成和社会阶层划分中的角色,而且还使媒介文化产品“从过去那种特定的‘文化围层’中扩张出来,进入了人们的日常生活,成为了消费品”^[2](第 162 页)。

跨文化传播的表象越来越直接地通过媒介本身扩散出来,数量越来越多,影响越来越大,速度越来越快。“卫星电视以及多媒体和互联网本身朝着越来越开放的方向发展,成为全球经济一体化当中的现实力量或者说是‘新殖民主义’的先头部队。”^[3](第 52 页)在跨文化传播过程中,经济力量和政治力量贯穿其中,举足轻重。跨文化传播在历史的螺旋式上升运动中所遭遇的种种障碍,引发着全球性的文化冲突与寻求文化身份认同的潮流。

一、全球化语境下跨文化传播:媒介与文化

全球化作为由经济逻辑引发的人类现象,既是一种“扩张性”的实践过程,又是一种强势性的流行话语。文化的相互影响与相互渗透,在引发文化的民族性与世界性矛盾的同时,其本身蕴含着全球文化共享的趋势,是加速全球化进程的关键性因素之一。文化与传播具有内在的统一性。一方面,文化规定了传播的内容、方式和方法以及传播方向和效果;另一方面,传播则以符号化、意义化的方式呈现着文化,

作为文化的活性机制而存在。

1959年,爱德华·霍尔在《无声的语言》一书中指出:“文化即交流”。这个定义体现了文化与传播的互动实质。文化的传播功能是首要的和基本的功能,一个时代的文化传播的性质和水平,不在于要传播什么,而在于用什么媒介手段进行传播。从原始社会开始,文化的传播陆续经历了非语言传播、语言传播、文字传播阶段,直到印刷术的发明,才使人类文化传播真正步入了一个崭新的大众传播时代。今天,大众媒介已基本实现了“从铅与火到光与电”的历史性大跨越,其印刷媒介已经成为人们每天获得信息、娱乐、知识的基本渠道之一,而电子媒介则更上一层楼,实现了信息的远距离快速传输,卫星通讯技术以及卫星广播、卫星电视的发展和普及,使大面积的跨国传播和全球传播成为可能;电脑的发明和电子技术的发展,使人类的文化传播进入了一个全新的、前所未有的网络信息化时代。全球化语境下的跨文化传播已经大大扩展了除大众传媒以外的其他渠道。经济、政治、教育、宗教活动本身以及任何世界人口流动的组织形式都把各个国家、地区的文化在世界范围内进行传播。

传播媒介的进步也与人类社会文化的积累和变化密切相关。现代传媒作为一个社会辐射力很强的文化装置具有极强的“聚合力”和“扩张性”。它的“聚合力”使技术与媒介紧密结合起来,传播媒介的产业界限日渐模糊,跨国、跨产业、跨媒体的信息传播产业将不同性质的媒介聚合在一体。传媒的世界化与世界的传媒化成为当今时代的一个显著特征。它的“扩张性”使时间和空间不再成为文化传播的阻碍,文化传播的范围、内容以及速度改变了全球文化的地理版图,文化的“杂交”、“混血”成为普遍现象。现代传媒的诸多特点已经进入当代文化的深层结构,使当代文化呈现出媒介化的特征,同时,现代传媒经文化传播的积淀,又成为独特的媒介文化。全球化语境下的文化与媒介已结成联盟,一致为人类的进步、国家的合作、资本的流动服务。

二、全球化语境下跨文化传播要素:经济与政治

(一)经济全球化下跨文化传播的融合与冲突

由经济活动伴随的文化传播很早就存在了,如古代丝绸之路,即汉朝时期张骞开辟的丝绸之路,我们的先人们在输出丝绸的同时也把中原的文化散播到周边各国。明朝时期,郑和7次下西洋,在进行贸易往来的同时,也间接地进行了文化的传播和交流互通。现在的经济全球化是指世界各国在全球范围内的经济融合,它的主要表现在于:生产活动的全球化,世界多边贸易体制的形成;投资活动遍及全球;跨国公司的合作进一步加强。加拿大学者斯迈兹强调:传播是重要的社会实践,它不仅影响经济活动,而且本身已成为基本的经济活动之一。经济全球化对文化的影响一方面由经济活动本身产生的,比如异国的管理思想和生活观念伴随着经营管理和生产流通的过程广为传播;一方面则由大众媒介“制造”,主要表现为企业通过大众媒介进行产品宣传,影响消费者的购买行为。而跨国媒介公司或者跨行业的媒介公司则同时囊括了以上两种行为,即在有意识与无意识之间实现着文化生产、销售与传播。传播大师拉斯韦尔曾就传播的基本模式提出了5个“W”,从而提供了传播研究的发展方向。鉴于经济在传播过程中的重要性,我们建议把“wealth”作为传播背景中的另一个重要因素来研究。

如今,全球化语境下的跨文化传播往往是以资本的全球化运作为前提,换言之,资本在全球范围内的运作是实现文化全球化重要的物质保证。一个跨国公司生产的产品在不同的国家、不同的领域都畅行无阻,在不同的社会群体、不同层次的接受范围中成为一种消费对象,并在全球成为时髦的先锋。如“可口可乐”、“麦当劳”等,不仅仅成为一种企业的产品畅销世界,更作为一种时尚文化的代名词。它的背后是资本的全球流动,是大众媒介把受众贩卖给了广告主的后果。媒介的“强效果论”在这个层面上具有普遍的意义。人类文化的共性使跨文化在异国传播中有了生存的土壤,传媒也在无形中使现代社会普通大众都被裹挟了消费至上的价值系统和生活方式。这种消费主义作为一种全球性文化意识形态,它伴随着跨国公司的商品、广告、代理人和机构陆续进入各国。英国学者汤林森指出:“资本主义的文化重点就是消费的行为过程与经验的商品化……资本主义文化的扩散,实质就是消费主义文化的张

扬,而这样的一种文化,会使所有文化体验都卷入到商品化的旋涡之中。”^[4](第 6 页)经济全球化使得各国接受他国产品,并采取随之而来的文化观念不得不采取开放的态度;而美国等发达国家借助其强大的经济实力使文化的全球共享成为现实。人们不用出门便可以在“使用和满足”中享受到各种“杂交”的文化产品以及文化观念。通过混合和调血,“文化的报复”借助历史性和地方性的力量和传统在抵抗文化行为的同质化时获得了新的形式^[5](第 6 页)。

勒纳、施拉姆等人在 20 世纪五六十年代提出“传播与国家发展理论”,为发展中国家提供现代化发展模式。然而,发达国家与发展中国家的权力依附关系却使这一理论成为空想。经济发达的资本主义国家与原来的殖民地以及经济不发达的第三世界国家构成了“中心—边缘”的关系。在这种依附关系中那些位于“中心”的西方国家勾结收买落后的资产阶级为“同谋”,从“边缘”榨取经济利润、掠夺必要的原料,使资本和市场不断趋于集中或被垄断在“中心”国家。而独立后的殖民地国家为实现工业化,则不得不依赖和受制于发达国家的技术和资金,形成边缘对中心的依附关系。实践证明,这一关系是导致媒介发展和信息交流不平等的根本原因^[6](第 56 页)。发展中国家的媒体在所有权、结构、发行或传播、内容等方面受制于发达国家媒体利益的强大压力,在国际范围内越来越丧失发言权,最终在“沉默的螺旋”中造成文化主权的丧失。就具体文化产品的全球化消费而言,大众传媒的消费主义使受众于不自觉的状态中既消费着媒介也消费着自我,销蚀着人的精神与意志。法国后现代理论家让·鲍德里亚尔认为,西方资本主义社会将“消费与信息”合成一种符码系统,这种符码系统是一个无意义的浮动网络,操纵和制约着大众的思想行为,并形成全面的文化霸权^[7](第 175 页)。

(二)国际关系中跨文化传播的融合与冲突

世界范围内政治多极化、经济全球化的电子媒体跨疆界的迅速发展使国际传播的作用日益彰显^[8](第 1 页)。各国之间的政治外交也一直是文化传播的重要渠道。在中国古代,不论是张骞出使西域还是汉唐时期的和藩政策,都通过外交手段间接引发了文化的传播。跨文化学科的研究也往往起源于政治交往的需要。第二次世界大战期间,当美国政府面临盟军如何同其他国家官员合作等问题时,人类学家们就开始了对不同国家的文化进行研究,他们的研究为跨文化传播学的诞生奠定了重要基础。20 世纪 50 年代,跨文化传播学先驱霍尔出版了经典著作《沉默的语言》,作者以外交官们的经历为背景,系统地阐述了文化与传播之间的相互关系和作用。

当文化被确认为国际关系的内容时,作为文化交流的工具和内容,大众媒介也成为当今国际关系中不可分离的一部分。大众媒介通过对国际关系中各种政治事务的报道,来传递其中隐含的文化因素。比如,我们可以通过媒体对巴以冲突问题的报道,了解伊斯兰文化以及种族冲突的历史背景。同时,通过国际之间确立的有关迅速交换信息的制度,大众媒介才能把自己的文化送出国门,进一步为跨文化的传播提供基础。在国际关系中,不论它叫文明冲突还是叫宗教冲突乃至发生到激烈的军事冲突,亦不论其宏观论之还是微观论之,其实质则属于跨文化冲突。

当今的跨文化冲突,以西方基督文化与伊斯兰文化冲突最为激烈。20 世纪中的第一次世界大战和第二次世界大战,乃至后来的多次中东战争,以及进入 21 世纪后的阿富汗战争和伊拉克战争,都与其文化冲突或多或少地有着某些因果关系。无怪乎有人这样谈及 20 世纪:“这是一个以战争为标志的世纪。世界大战决定了它的生活和思想,即使当枪支沉默、炸弹无声之际。”^[9](第 1 页)应该说,战争是文化冲突达到不可调和之际所派生之产物。然而,战争与和平又总是国际关系这篇乐章中矛盾突显并可共鸣之二重奏。

全球语境下的国际间冲突至今依然不断,除了血肉横飞的军事战场外,意识形态领域时时刻刻都在进行着潜移默化的侵袭。意识形态的入侵,特别是发达资本主义国家对发展中国家的意识形态入侵,不仅表现为赤裸裸的政治宣传,更表现为在“文化”传播的旗号下进行的“和平演变”。20 世纪 80 年代末到 90 年代初,东欧巨变和苏联解体便是在没有硝烟的战场上由大众媒介主导的一场政治风暴和变革。因此,警惕全球化意识形态的入侵及保持大众媒介的“高品味”,是国际关系中每个国家保持主权统一、公民自由及政治稳定的理念基础。

从经济与政治乃至意识形态在全球化的语境下对跨文化传播的影响中可以看出,跨文化的传播是一个复杂的过程。在政治与经济领域中,合作与对抗是一对矛盾并奏的主旋律。那么,融合与冲突则是跨文化传播领域中的一对矛盾并奏的主旋律。然而,融合是冲突的终极目标,冲突是融合的实现方式。不论是跨文化传播与经济还是政治等因素的冲突多么激烈,最终仍在冲突中找到消弭对立因素的力量,在融合中历史呈螺旋式上升。

三、全球化语境下跨文化传播:问题与对策

(一)语言文字之互换即转译的二度编码造成信息在媒介文本的二度符号化传播中的失落、畸变、增殖、转换、误读

全球化语境下跨文化传播有赖于各类媒体和各种工具。“在导致交流困难的诸多因素中,人们常忽视的一个因素是:各国人民以不同的方式使用自己的语言和言辞。语言是一种交流的工具,传递信息,但并不仅限于此,它的长处和短处,反映出本民族的特点甚至哲学思想。”^[10](第76页)因此,跨文化传播所遇到的首要问题则是语言文字的互换即转译问题。传播要达成意义的共享,必须使一种符号能为社会成员所共同认可。按照符号学的观点,跨文化传播的最终使命是要打破语言的隔膜与突破语言的障碍。麦克卢汉却曾经幻想着“机器取代论”,期盼“合乎逻辑的下一步似乎不是翻译,而是绕开语言去支持一种普遍的寰宇意识”,即所谓“集体无意识”的“无言语状况”^[11](第45页)。事实证明,翻译是一道必须由人类亲自逾越的鸿沟,是跨文化传播的活性转换器。

在同一语言系统下,符号传播的过程是一个编码、解码的系统,即从意义到符号,再从符号到意义的二次转换。如果双方分处不同的语言文化体系,翻译便站在两者之间进行编码和解码,这样进行的两次符号化过程称为“二度符号化”。此时,“笔译和口译者要从一种话语的组织规则过渡到另一种话语的组织规则”^[12](第117页)。然而要注意的是,翻译过程中经常会出现这样的情况:在一种语言中根本不存在相应的词汇用以表达另一种文化的思想或概念,即使是相同的词语也会因为文化的不同产生不同的意思。有时候“翻译更倾向于一种改编:归纳精神和文章意图压倒对原文的直接平移”^[13](第17页)。因此,翻译的中介转换不仅仅是个简单的技巧问题,编码、解码的行为不完全是个人的活动,这是由语言符号的社会性所决定的。一方面它受翻译家个人世界观、价值观、知识范围、经验等因素所制约,另一方面也受社会和文化环境所制约。媒介的文本内容包括电影脚本、电视节目、新闻稿等,在经过二度符号化的转变中发生意义失落、畸变、增殖、转换现象是很普遍的,特别是在译制市场混乱、音像市场、印刷市场等不规范国家和地区。

(二)“文化最终为支配而斗争”——媒介帝国主义所带来的褊狭的传播机制

跨国传媒公司的高度垄断和集中造成的跨文化传播的“不对称性”以及文化的同质化趋势愈来愈强烈,构成了对文化多样性的威胁,“强势文化单向地流向弱势文化,而弱势文化在强势文化的侵入和渗透下,不得不认同和接受强势文化的价值取向与行为规范等,以适应强势文化主宰的社会系统”。有学者认为,所谓褊狭的传播机制,一是以集权主义的权力运作方式和思想统制的形式,实现信息的单向、片面的传播;一是在追求资本利益最大化的过程中建立政治经济文化权力的单向流动与单一控制,以致个性消失、界限消失、文化的多样性消失,出现受资本宰制的、虚拟的国际社会或“时尚感觉”。前者是容易引起现代人厌恶、反抗的封建化传播机制,后者则以资本的逻辑和消费主义的迷魂药,让人们沉沦于文化生产的标准化、一体化。提出跨文化传播要建立健全的传播机制,那就是在充分的信息交流基础上形成意义的分享以及分享过程中的对抗、协商和认同,真正使人与人之间、文化群体之间的传播既呈现文化的多样性、表现人的自由本性,又能抑制文化霸权的产生和集团利益的渗透^[14](第373页)。

从20世纪70年代起,发展中国家就把建立“信息传播新秩序”与建立“国际经济新秩序”视为同等重要的问题,要求改变国际信息流通不平等、不均衡和不对称的现象。就连一向以人类优秀文化发祥地著称的欧洲国家,也在20世纪90年代初举起了“文化反击战”的旗帜,因为他们看到,“好莱坞的模式是

欧洲的电影模式;美国歌手占据着欧洲的排行榜;而欧洲的互联网语言也是说英语的。美国的文化入侵成了全欧的问题。”^[15](第 3 页)在这种情况下,“发展中国家都面临这样的外交难题,由于自身传播力量的微弱,自己的国家形象是由西方大国塑造的,一交手,先是处在一个先行的、被歪曲、被误解的偏见中,被剥夺了享受相互平等、相互尊重的外交礼遇,一旦被激怒,又引来更多的非议与围攻。自己的立场、观点都无法在正常的舆论环境中让人们知晓,更谈不上理解与支持。”^[15](第 26 页)有些学者曾经为抗拒“西方中心主义”而提出了“三十年河东、三十年河西”观点,力图建立“东方中心主义”以抗拒西方文化中心论,实则是以一种文化帝国主义代替另外一种文化霸权,是并不明智的文化发展策略。

(三)跨文化传播之价值取向——有共同点但差异颇大

跨文化传播之价值应包含两个方面的内容:一是客观事实的存在,二是人们对事实存在的认识。体现客观事实的价值,即是对一个客观存在的事实,按照传播者的评价标准做出选择,然后再进行传播的结果。然而,中西方各自的价值标准是与其意识形态、价值取向紧密联系在一起。换言之,中西方都有各自不同的价值标准、意识形态及价值取向,往往其审美观、价值观及其方法论都不尽相同。冷战时期,中西对立。在西方,尤其是在美国,对于中国和其所处的社会主义阵营的报道也都是“妖魔化”的。它的价值观和主流意识形态一言以蔽之:即资产阶级的民主、自由的理念及其制度^[17](第 188 页)。跨文化传播的价值取向,应该说是共同点的,但从以往的态势上看,其差异实在是太大了。以美国为例,从杜鲁门上后对社会主义阵营所采取的“遏制”战略、艾森豪威尔时期杜勒斯推行的“和平演变”,一直到现在的小布什的“伊拉克战争”,都强调了推行其价值观念的“先攻心后攻身”的战略。当然,后来的美国政府中的当权者们与其当年的前任如杜鲁门、艾森豪威尔等还是有所不同的,其策略也是有所调整的;以美国为代表的西方传媒也较之过去对中国的报道要客观的多了。但更为不同的是其政府与人民,其价值观念应该说是有着很大差异的。跨文化传播的价值取向之共同点大都存在于人民之中,觅其共同点并发扬光大,可极大地促进跨文化传播的速度和广度。跨文化传播的主体是人民,只有通过人民之间的交流与传播才是推动世界文化进步的主旋律。

(四)同质性思维方式和生活方式——民族中心主义、偏见、歧视、成见等

所谓民族中心主义乃是一种信念,即一个人认为自己所属的文化群体——通常被等同于国家——优先于所有其他文化群体。它表现为一种民族优越感,即从本民族文化价值出发判断其他文化的价值,并认为其它民族文化的价值比本民族文化价值低。典型的思维是:大多数文化比我的文化落后,我的文化应该成为其他文化的典范,不必尊重其他文化的价值与习俗,生活在我的文化中的人拥有最好的生活方式,等等^[18](第 54 页)。民族中心主义一方面有助于增强本民族成员之间的凝聚力,另一方面则使人们习惯于用本民族文化去衡量和判断他种文化,容易得出不正确的褒贬结论。“异邦”与“己邦”的孰是孰非是这种意识的产物。实际上,阿拉伯国家与以色列的冲突、基督文明与伊斯兰文明的冲突,也是民族中心主义的另外一种表面形式。

伴随民族中心主义产生的是成见和偏见。成见是过于一般化的、过于简单化的、过于夸大化的与某种类别或某一群体相联系信念。它倾向于把某一文化群体的一个成员当做该文化定势的代表,认为这个成员代表的是整体文化形象。抱有成见是感知“他者”的懒惰方法,对许多人来说是一种防卫机制,一种减少焦虑的手段。偏见是基于错误的信仰对于某个群体的执着态度。偏见付诸于行为就是歧视,会给社会带来很多负面影响。构成偏见的原因很复杂,但不管哪种成因一般都与人权和主权的概念是不相容的。今天,世界上许多国家和地区都有法律明文禁止种族和性别歧视,但在实际生活中,歧视处处可见,法律本身尚未能够改变歧视的文化规范。在美国,白人对黑人持有偏见,黑人常被视为贫穷、暴力、愚昧的象征。要在跨文化传播中克服民族中心主义与偏见、成见、歧视,就要进行文化相对主义的辩证对比。文化相对主义是指将某一文化置于它所处的环境之中加以评价,认为文化本身具有一定共性,各种文化之间的差异是由于其所处社会环境不同所致。因此,不能因为其他文化与自己的文化不同就对其他文化产生轻视的感觉,了解和评价一种文化要在其所处的社会环境中进行。

综上所述,目前的传媒全球化在促进跨文化传播的同时也强化了文化差距与隔阂,种种障碍使得跨

文化传播不可能一帆风顺。几千年来,人类文化的冲突延绵不绝,恐怖主义的袭击与文明世界的回击至今仍在进行。全球化产生的去区域化逻辑刺激着国家采取相应措施,以强化民族文化身份的认同。不仅仅是第三世界国家,甚至包括加拿大、法国等发达国家,也都采取一系列的政策策略以抵御美国的文化“殖民”。汤林森明确提出,全球化导致一种新的欲求,即渴望认同与差异,从而最终会催生新民族国家与民族的需求。于是,地域文化乃至民族主义在今天不仅没有削弱反而勃发抬头,甚至导致民族、地域之间的冲突愈演愈烈。这在某种程度上表明,当今跨文化传播并不只是一个单向的全球一体化的文化运动,它实际上包含着全球化与地域性、同质化与异质化两种文化力量的对峙与互动。而任何一个民族的文化只有在吸收外来文化的精华,结合本土文化的优势,才能在历史发展的长河中找到合适的空间。当前的跨文化传播应倡导多元文化的“共存互补”,引入儒家文化“和而不同”的智慧,这是消弭文化冲突的最佳方案。有学者认为:“全球主义是一个现实。”“全球化媒体,包括大众传媒和像因特网这样的电脑媒体,对人们的主要益处在于第一次使世界各地的人们之间进行互动交流成为可能。”因此断言:“全球化有益于人、媒体和表达自由。”^[19](第165页)同时,我们也应注意到,在全球经济一体化的时代,在中国经济飞速发展的今天,跨文化传播也有“跨严肃文化传播”与“跨通俗文化传播”之分,往往是“严肃文化无人喝彩而通俗文化叫好满天”,故而在进行跨文化传播时要调整策略,“严肃”与“通俗”并重,不可任意偏废之。

中国加入WTO后,文化上将面临更新的挑战。在中国积极主动参与国际事务、主动寻求和国际接轨时,异质文化也会长驱直入。当前的状况是,原创性的中国本土大众文化产品在数量与质量上都存有不足。为避免沦为外来文化的牺牲品,在采取一定的文化保护政策之外,应大力发展本民族的文化产品。要把握文化的多样性^[10](第2页),一切都要讲求科学,科学就是要“寻找我们感觉经验之间规律性关系的有条理的思想。”^[20](第253页)最科学的态度是建立一种中国特色社会主义文化与外来文化的互动关系,同时又要革除“民族中心主义”与“文化孤立主义”,将文化全球化当做复兴中华文化的一种机遇,以寻求更大发展,在世界文化交流和竞争中把中国建设成为文化强国。

[参 考 文 献]

- [1] [加] 玛丽·崑庞德. 传媒的历史与分析[M]. 北京:北京广播学院出版社,2003.
- [2] [美] 弗雷德里克·杰姆逊. 后现代主义与文化理论[M]. 北京:北京大学出版社,1997.
- [3] 陈卫星. 跨文化传播的全球化背景[J]. 国际新闻界,2001,(2).
- [4] [美] 汤林森. 文化帝国主义[M]. 上海:上海人民出版社,1999.
- [5] [美] 阿芒·马特拉. 世界传播与文化霸权[M]. 北京:中央编译出版社,2001.
- [6] 单波. 现代传媒与社会、文化发展[J]. 现代传播,2004,(1).
- [7] 赵一凡. 欧美新学赏析[M]. 北京:中央编译出版社,1996.
- [8] 蔡帼芬. 国际传播媒体研究[M]. 北京:北京广播学院出版社,2002.
- [9] [英] 苏珊·L. 卡拉瑟斯. 西方传媒与战争[M]. 北京:新华出版社,2002.
- [10] [美] 理查德·D. 刘易斯. 文化的冲突与共融[M]. 北京:北京广播学院出版社,2002.
- [11] 麻争旗. 翻译二度编码论[J]. 现代传播,2003,(1).
- [12] [英] 马歇尔·麦克卢汉. 理解媒介——论人的延伸[M]. 北京:商务印书馆,2001.
- [13] [法] 阿兰·雷. 文化沟通的障碍[M]. 上海:上海文化出版社,1998.
- [14] 武汉大学新闻与传播研究所. “跨国跨文化传播”笔谈[J]. 武汉大学学报,2003,(3).
- [15] 龚刚. 欧洲文化反击战[N]. 南方周末,2000-06-30.
- [16] 杨伟芬. 渗透与互动——广播电视与国际关系[M]. 北京:北京广播学院出版社,2000.
- [17] 顾潜. 中西方新闻传播:冲突·交融·共存[M]. 上海:复旦大学出版社,2003.
- [18] 林惠祥. 文化人类学[M]. 北京:商务印书馆,1991.
- [19] [美] 埃弗利·丹尼斯,约翰·梅里尔. 媒介论争[M]. 北京:北京广播学院出版社,2004.

[20] [美] 爱因斯坦. 爱因斯坦文集: 第三卷[C]. 北京: 商务出版社, 1979.

(责任编辑 何良昊)

Conflict & Convergence: Main Melody of Intercultural Communication in Globalization

CHE Ying, OUYANG Yun-ling

(School of Journalism & Communication, Wuhan University, Wuhan 430072, Hubei, China)

Biographies: CHE Ying (1954-), male, Professor, School of Journalism & Communication, Wuhan University, Dean, Wuhan University Journal, majoring in journalism & communication and international law; OUYANG Yun-ling (1979-), female, Graduate, School of Journalism & Communication, Wuhan University, majoring in journalism & communication and comparative journalism.

Abstract: We are in the time of globalization. The rapid development of modern information & communication technology makes cultural communication closer and closer to the news medias. Under the language surroundings of globalization, intercultural communication goes up-word and in good lines so that the forces of economics and politics make the intercultural communications conflict and convergence, although many problems have been met. So the conflict and convergence are the main melody of the intercultural communication in globalization. But cross-cultural communication is not only a single global movement, but is the movement of including confront each other and convergence each other between the two or more two cultures of the global and the district, the similar and the different. Every national culture only absorb the cultural cream from other countries, combine it with its own, can find suitable spaces for its progress. At present, the cross-cultural communication should initiate the pluralism of living together and adding each other, recommend Confucian culture of similar but different, which is the best way of cross-cultural communication.

Key words: globalization; intercultural communication; convergence; conflict