

论中国跨文化传播学“交往话语权”范畴的构建

侯旭 刘明

(东南大学外国语学院,江苏南京 210096)

摘要:中国对外文化交流与传播的实践为中国跨文化传播学的发展创造了良好的契机,尤其为理论构建提供了实践的基础和现实的诉求。人是传播关系的总和,人的存在体现了交往的本质,交往思想与跨文化传播的契合性从学理上为跨文化传播学的理论构建提供了依据,而构建以交往思想为核心的“交往话语权”范畴可以消解中国跨文化传播实践中存在的单向灌输所产生的疑虑和紧张感问题。实现“交往话语权”的路径包括传播者和传播对象的话语权,其所强调的双主体地位有助于构建文化融合,提升跨文化传播的有效性。

关键词:交往思想;中国跨文化传播学;交往话语权;范畴构建

中图分类号:H04 **文献标志码:**A **文章编号:**1674-6414(2019)01-0088-06

0 引言

从20世纪50年代开始,西方跨文化传播基于一系列与文化相关的范畴(如“文化”“文化与认知”“文化与传播”等),构建了“一维时间观”“多维时间观”“高语境”“低语境”“跨文化适应”“跨文化冲突”等新范畴,奠定了该学科的发展基础。20世纪70年代后期,跨文化传播经历了对自我的反思,重新定义了“跨文化传播学”范畴,引入“道德伦理”范畴,旨在解决该学科的身份认定问题。随着跨文化传播学从民族志研究方法向民族主义中心传统和公平问题的转换,该学科又出现了诸如“他者”“濡化”“涵化”“公平”“平等”“认同管理”以及“本土文化”等范畴(罗雯,2006:141;张美伦,2012:163;戴晓东,2012:A06;安然,2013:55)。这些范畴试图解决跨文化传播实践中文化帝国主义与民族国家之间的文化支配与公平问题,探索民族国家如何促进跨文化间非垄断化市场和多元化新闻传播空间的原则,从而使新闻传媒成为文化传播的论坛(罗雯,2006:142)。从全球的视角来看,跨文化传播学长期以来一直坚持“欧美中心”的理论和方法。目前,国外学者提出了“非洲视野”和“亚洲视野”来挑战“欧洲中心”。中国近年来的迅速崛起以及围绕“中国模式”展开的争议为中国学者参与这一挑战提供了历史机遇(施安斌,2011:41)。其中,中国学者对中国跨文化传播的实践进行了有益的探讨。学界论述了“他信力”“在场”“交流力”等范畴(单波,2011:105;李建军,2013:84),强调了跨文化传播的交往性以及对话关系中他者对促进跨文化传播的作用。这些研究将交往思想纳入中国跨文化传播研究中,抓住了跨文化传播的本质,为进一步研究奠定基础,这也符合当前中国跨文化传播的实际需求。

在“一带一路”倡议的引导下,国家对软实力建设的重视和投入不断强化,中国对外文化传播与交流呈现出新的内容和形式,也取得了瞩目的成就,为跨文化传播学的发展创造了最佳契机。跨文化传播研究成为中国学界关注的热门话题(李永杰,2014:A02)。与此同时,中国对外文化传播也存在一些问题,在传播内容上较多关注传播中国的传统文化,较少注重中国传统文化与现代精神的融合;在传播方式上,多强调文化输出和单向宣传,其强烈的传播者主体性难免造成传播对象的抵触心理,甚至是疑虑和紧张感(李建军,2013:81)。为了解决这些问题,中国学者急需做进一步的理论思考,尤其是如何实现从“作为材料的中国”

收稿日期:2018-09-18
基金项目:国家社会科学基金项目“多语种外宣译本海外认知度与翻译有效性研究”(17BYY051)的部分成果
作者简介:侯旭,男,东南大学外国语学院副教授,博士,主要从事社会语言学研究。
刘明,男,东南大学外国语学院硕士研究生,主要从事外国语言学及应用语言学研究。

到“作为方法论的中国”再到“作为主体间性的中国”的转化(阿拉达日吐,2016)。本研究将立足于交往思想,指出问题的根本在于能否正确处理跨文化传播实践中传播者及传播对象的关系,并从传播者与传播对象双主体出发,通过构建“交往话语权”范畴进一步丰富中国跨文化传播学的理论探讨,也借此阐述如何解决中国跨文化传播中存在的问题。

1 交往思想与跨文化传播的契合性

1.1 交往思想的历史发展脉络

纵观交往研究的历史,我们发现,关于交往的讨论不是西方独有的,也不是近现代的专利。古今中外思想家们对交往的论述充分反映了交往是人类的一种存在模式。中国古代思想家们对交往的探索集中反映了人与自然和谐统一、“天人合一”的自然发展说。其中,儒家提倡的“礼尚往来。往而不来,非礼也;来而不往,亦非礼也”就是通过交往有序化制度,即礼制来规约人与人交往的行为规范,其中以礼治国的理念强调,如果每个人都具备了完美的社会理性,并依照交往规则行事,那么社会一定是和谐有序的。儒家交往思想从人的本体角度关注了实现人与人和谐交往的道德标准,倡导人与人之间的亲情以及礼仪制度,对后代中国人的交往行为产生了深远的影响(丁大同,1997:56)。

与中国古代交往思想相比较,西方关于交往的研究最为突出的特点就是将交往上升为概念和范畴,从本体论角度分析交往主客体的变化及其活动机制。这些研究成果大致分布在哲学、社会学、教育学、心理学、人类学、伦理学等领域。在哲学史上,从洛克的认识论到休谟的情感论,从霍尔马赫的功利主义交往观到康德的辩证对立统一交往原则,从费尔巴哈的感性回归到马克思的交往社会实践性本质,这些论述无不展现了早期西方哲学家对交往思想立体和深入的探索。现代交往思想则以同处于后工业化时代的雅思贝尔斯和哈贝马斯的交往理论为代表,二者都超越了交往的客观性和物质性,用主体间观念代替主客体观念,从精神、思想层面探索交往的意义。同样对现代交往思想做出贡献的是巴赫金,他的交往对话理论对个体独立性和个体间交往对话关系的论述充分体现了“存在就意味着进行对话的交往”的思想(巴赫金,1998:340)。

1.2 现代交往思想的核心内涵

现代交往思想产生于人对自身的深切关怀,反映了人的主体性及主体间性的交往特点和交往的本质。首先,由于交往是人的存在方式,它成为人的社会本性的体现,又确证和实现着人的本质。交往思想以人的主体性为出发点,以人的独立、自由、平等为最终目标,对主体性的尊重体现了人对自我发展和自我实现的诉求,是对人的自由、解放和理性精神的张扬。正是出于对人的主体性的重视,哈贝马斯(1989:35)力图建构交往理性,以对抗旧的工具理性对人的主体意志的压迫。与此同时,他赋予话语新的交往意义,认为话语作为交往的语言符号工具,具有协调人类交往和相互理解、达成行为一致和共识的功能,是一种交往资源。他进而主张,为了促进人的交往,解放人的主体性,人的交往应该在话语方式上实现从控制式和劝导式话语向对话式话语的转变,在话语内容上贴近人的生活世界,在话语之中融入人的情感。哈贝马斯作为一名从事社会批判理论的学者,他的交往行为理论立足于现实社会,从宏观社会学视角探索人的生活世界,指出现代西方社会的基本特征就是制度与生活世界的严重脱节,技术、科学以及金钱、权力等中性媒介侵入和强占了人作为主体的生活世界,抵消了生活世界对于社会整合应起的作用(傅永军,2003:9)。

交往思想同时也强调主体间性的意义。主体间性涉及两个或两个以上的主体,反映了自我与他人、个人与环境、个体与群体之间的交往关系。如果说主体性是人相对于自然和社会对人自身的理性思考,主体间性则突破了传统主客二分的交往模式,实现了从主客模式向主主模式的转化,为探索我与他者、我与环境的交往关系奠定了理论基石。巴赫金在论述交往对话语言观时指出,形式主义语言学的缺陷在于隔绝了语言与人的关系,隔绝了说话人与听话人两个主体之间的联系,因而只是主体-客体的、静态的、非交往动态的关系,而他的语言哲学观则“超越了形式与内容这个僵死的二分法”,运用文化阐释模式,将文化看作是由多重话语构成的、拥有各种独立主体即“自我”和“他者”的东西,“从而开拓了一条融符号意识、话语理论和

交往精神为一体的语言哲学道路”(托多罗夫,2001:173)。

1.3 交往思想与跨文化传播的契合性

跨文化传播是人类悠久的历史中长期存在的交往方式,这是由文化的交往性所决定的。交往是文化的核心,文化的独特发展规律只有通过交往互动才能被感知,由此决定了文化传播的交往性(霍尔,1991:206)。同时,人作为传播关系的总和,其地位是第一位的,人的交往本质自然也成为文化传播的本质特征(单波,2011:108)。跨文化传播是来自不同文化的社会群体间的传播,由此决定了人在其中的重要地位。因此,跨文化传播研究必须以文化与人的交往为基础,体现交往的本质。交往是人类社会自古以来的重要活动,交往促进了文明的流通,促进不同文化间的借鉴与吸收,在漫长的人类交往活动中形成了许许多多的交往智慧,这些智慧应当成为中国跨文化传播学的重要思想资源。因此,交往思想既体现了人的本质特征,也反映了文化传播的本质,二者的契合性决定了交往思想对跨文化传播研究的学理意义。

与此同时,中国跨文化交流与传播的实践成果也证明了交往思想与跨文化传播的契合性。中国的“一带一路”倡议本质上就是交往,这种交往既是国际的又是区域的,既是双边的又是多边的,既是陆上的又是海上的,既是跨国的又是跨洲的,是跨文明跨文化的交往。“一带一路”倡议正是遵循着交往思想,在共建共享中不断加深经贸、基础设施建设、国家安全和生态建设、科技、教育、文化、卫生、民间交往等各领域的广泛交往和合作,合作共赢理念已经转化为行动,愿景正在转变为现实。这种美好的未来需要建立在交往互动、共同发展的基础上,不仅是中国的项目和工程在沿线国家落地生根,沿线国家人民也有了越来越多的实际收益。上海洋山港借助“一带一路”倡议的东风,正在实现“东方大港”的百年梦想,希腊比雷埃夫斯港作为地中海地区重要的集装箱中转港、海陆联运桥头堡、国际物流分拨中心,也在“一带一路”倡议下重新焕发活力,成为希腊和中国在“一带一路”框架内通力合作的结晶(新华网,2108)。作为全球发展合作的交往新平台,“一带一路”倡议不仅促进了中国走向世界、重构对外开放,而且在交往中与世界各国分享了中国的发展机遇,让各方搭乘中国发展的“快车”和“便车”。

2 构建“交往话语权”范畴的必要性

话语与权力的关系是后现代哲学的重要命题。后现代哲学对话语的认识超越了结构主义的语言观,从而产生了对话语与权力的全新阐释,该诠释可以帮助我们探究中国跨文化传播中传播对象出现的疑虑和紧张感。洛克夫(2002:2)指出:“20世纪末的权力与地位之争是对话语权力的争夺,语言控制权实际上是一切权力的核心基础。”在跨文化传播领域,由于传播双方历史、文化、制度、意识形态等的差异,话语权的问题显得更为突出,由此导致的“单向度”灌输往往很难跨越,传播效果自然差强人意,而过于强调单向灌输和意识形态宣传就会导致话语霸权问题。所谓“话语霸权”指的是“语言的专制、暴政、封闭和保守,它只承认某一类话语而否认其他话语的正当性与合法性”(黄甫全,2003)。文化传播中的话语霸权表现为传播者以我为主、一厢情愿地向传播对象灌输某种信息,缺乏与传播对象的对话,忽视传播对象的主体地位。此时,文化传播者的话语是一种缺失对话性的强权话语,只关注自我的存在,忽视他者。而作为他者的传播对象是具有独立意识的主体,正如马克思所说,“人是一种存在物,一个种的全部特征,种的类特征就在于生命活动的性质,而人的类特征恰恰就是自由自觉的活动”(马克思,1995:46)。跨文化传播中如果过于强调单向灌输就会因剥夺了传播对象的话语权而使其产生疑虑和紧张感。

因此,跨文化传播实践要避免出现话语霸权,这意味着跨文化传播不仅仅是由此及彼的对象性的活动,也是由彼及此的交往性的活动,不仅仅是传播者的主体活动,也是传播对象的主体活动,是处于交往中的人主动与被动不断转化和互动的主体间性活动。如果传播者总是意图控制话语权,则可能最终导致丧失实施话语权的可能性,这种教训在跨文化传播的实践中已经有所表现。国际恐怖主义的出现从某种程度上来说就是以西方中心主义为导向的旧的跨文化传播理念导致的后果,而中国孔子学院的官方色彩已在某种程度上造成一些国家对中国文化传播的谨慎反应。这是因为“从话语权争夺的角度看,中国还存在着对外宣传面太宽目标不清晰等问题,导致‘中国威胁论’的论调出现”(李建军,2013:82)。因此,在今天中国“一带一

路”倡议的现实语境下,构建中国跨文化传播学的“交往话语权”范畴不仅能够更好地传播中国的声音,更重要的是,在中国对外文化传播所面临的“中国威胁论”“文化折扣”的国际社会大环境下,加之中国对外语言文化传播实践中存在的单向度传播问题,探讨“交往话语权”范畴将有助于传播一个“本真”的中国形象,消除跨文化传播中“文化误读”和“他者心态”。

3 实现“交往话语权”范畴的路径

“路径”既指到达目的地的必经之路,也比喻门道(李行健,2004)。“交往话语权”范畴的实现路径指交往思想指导下的跨文化传播者和传播对象的交往话语权的实践,是抽象逻辑指向与具体实践过程的统一。本研究依据交往思想,立足中国跨文化传播实践,构建交往话语权,主张作为文化传播活动的实践主体,传播对象自然享有其话语权,这就要求原本拥有霸权话语的传播者通过分权来实现传播对象的话语权,使话语权面向他者,扩大他者的参与权。同时,“交往话语权”范畴在赋予传播对象话语权的同时也坚持传播者话语权。对跨文化传播者而言,交往话语权要求传播者拥有作为独立意识的个体的话语权。传播者话语权要求传播者主体在行使话语权时对自己的文化充满自信,从而充分发挥主体的能动性和创造性,而不是消极、被动地照搬照抄传播内容,将自己置身于客体位置,导致个体话语权的丧失,从而失去反思、批判、创新的权力,削弱了自己的话语权。

3.1 传播对象话语权

针对跨文化传播实践存在的传播者话语霸权问题,交往话语权赋予传播对象以话语权。跨文化传播就其内容而言必定包含意识形态的部分,因为意识形态是社会总体结构的一部分,好比一种社会“水泥”,使单个人通过对某种意识形态的接受获得了自觉的团体意识,从而融入集体,因而具有灌输思想和左右人们行为倾向的能力(辛斌,2005:9)。然而,跨文化传播也有非意识形态的部分,它为跨文化传播实践中传播对象的话语权预留了存在的空间。事实上,如果把跨文化传播看作是一个场域,那么传播各方毫无疑问都会争夺传播的主体地位,而传播活动的达成是一个动态的博弈过程,是自我与他者的交往互动,需要他者的智慧。他者被赋予主体地位,另一个主体的登场使独唱成为二重唱。传播对象的话语权就是对他者的认同,是对他者主体地位的认同。“中文西传”正反两方面的实例就充分说明了他者在跨文化传播中的重要作用。寒山诗在西方社会,尤其在美国经久不衰的文学经典地位和社会影响说明,文学作品的成功译介必须符合译介主体、内容、途径以及受众等传播要素的不同要求,而这些要素无不体现了与他者的密切关联。杨宪益的《红楼梦》英译本在中国学界受到极高的评价,在英语世界却受到冷落。究其原因,就是没有充分考虑目标语读者对译本的接受程度,没有与他们所习惯的思维范式、话语体系、表述方式相适应。

主体和客体这两个哲学范畴的出现是基于人的视角,当我们从人的对象活动中去观察人与对象世界的关系时,就产生了主体和客体的区分。用这个标准来考察跨文化传播中传播者与传播对象,毫无疑问,传播者是主体,因为他们是跨文化传播中有目的、有意识地从从事跨文化传播实践活动的人。而传播对象是客体,因为他们是这一实践活动的对象。但是,跨文化传播自身的规律告诉我们,这里的客体又具有特殊性,即他们在传播过程中所表现出来的能动性、自主性和创造性。康斯特指出,跨文化交际本质上是人与“陌生文化”的关系问题,其产生的焦虑与不确定性决定了文化传播的成效,而该成效又在很大程度上取决于客体的主体化过程,也就是将传播内容从单纯的外部刺激经过自身主动的建构而转化为自身稳定的心理结构的过程(Gudykunst, 2002)。“认识的建立或者更广泛地说,认识论诸种关系的建立,包括的不是外界事物的一个简单摹本,也不是内部预先形成的主体结构的开展,而是在主体世界和客体之间相互作用而不断形成的一整套结构。”(皮亚杰,1981:15)在跨文化传播中,传播的效果取决于传播对象主体与传播内容客体之间相互作用而形成的一整套结构,而结构是在建构中形成的,它通过同化来适应外界环境的变化,即通过将环境因素纳入机体已有的图式或结构中丰富和加强主体的结构体系,并在主体的认同中得到强化和巩固,以此促进更进一步的发展。中国强调“五不”原则。该原则就是对中国跨文化交往中他者话语权的现实关照。其中,“不干预非洲国家探索符合国情的发展道路”“不干预非洲内政”“不把自己的意志强加于人”体现了中

国新型国际关系理念对他者的尊重,传递了中国不盛气凌人、不发号施令的态度,增强了他者在相互交往中的舒适度;“不在对非援助中附加任何政治条件”“不在对非投资融资中谋取政治私利”则体现了不高高在上、对他者的平等相待、合作共赢的新外交理念。

3.2 传播者话语权

“交往话语权”范畴在赋予传播对象话语权的同时也坚持传播者话语权。跨文化传播不可能是一帆风顺的传播,一方面,不同文化间的同质性为实现交往话语权提供了可能性,而另一方面,文化间的异质性不可避免地会导致抵触和误解,这就对跨文化传播提出了交往对话的诉求以达成理解和包容,是旧的话语霸权的消解、新的交往话语权生成之所在。但是,对他者的尊重不等于放弃自我的话语权,尤其是在当下跨文化交往中仍存在“西强东弱”的现实,传播者话语权预示着传播者的文化自信,是传播者的文化话语权。文化自信是指“文化主体对身处其中作为客体的文化,通过对象性的文化认知、反思、批判、比较及认同等系列过程,形成对自身文化价值和文化生命力的确信和肯定的稳定性心理特征。文化自信是增强中华民族化软实力的源泉与动力,是应对世界异质文化冲突与融合的心理支撑,也是实现中华民族伟大复兴的精神支柱”(刘林涛,2016:21)。传播者话语权所折射出的文化自信不仅体现了一个国家、民族和政党自身文化的正确理解和认同,以及对自身文化生命力和发展前途的信心,同时也表明其在跨文化传播与交流中对待不同文化具有兼容并蓄的包容态度,是对传播对象话语权的尊重和保护。由此可见,交往话语权在赋予传播对象话语权的同时也对跨文化传播者的话语权提出了新的要求和挑战,是两者的辩证统一。

同时,传播者话语权也强调传播者主体的个体话语权,即传播者实践的每一个环节都充分发挥其主体的作用。作为跨文化传播活动的设计者和载体,他们必须明确传播目标,理解、接受传播内容,了解传播对象,在正确传播理念的指导下,制定恰当的传播方式与策略,转变传播体制,设计传播环节,并在此基础上确保对传播活动的有效组织,包括增强对外传播的时效性,提升对外传播的公信力,加强公众外交,主动设置中国议题,建立危机预警机制,及时、合理地针对传播实践活动中出现的问题进行调整,自觉进行跨文化传播,打好“中国牌”。为了确保实现传播者的主体性,传播者必须充分认识并有效行使其参与权,即话语权,认识到自己不只是跨文化传播实践的实施者,更是参与者和构建者。其次,传播者的个体话语权还指体现传播者独特个性魅力的个人话语权。传播者在传递传播内容的同时还必须有说自己的话语的意识和能力。这不仅要求传播者要有发自内心的、对传播内容的深刻的情感认同以及对传播对象的真挚的情感投入,还要求他们能够把自己的社会经验、精神世界、对生活的体会和感悟贯穿到话语实践的过程中,并通过积极参与使自己成为传播内容的“诠释者”而不仅仅是“传声筒”,从而形成有个性的、自我独立的话语。

4 结语

在全球化背景之下,亚洲“丝绸之路复兴”的成功既取决于大力发展经贸合作,也取决于人文交流、文化传播。文化传播涉及跨文化交流,跨文化交流涉及不同文化以及不同文化中的人之间的交往。本研究针对中国跨文化传播实践存在的问题,通过梳理交往思想的中西方发展脉络,阐述交往思想的核心内涵,从跨文化传播实践中传播者和传播对象双主体出发,构建“交往话语权”范畴,指出对于存在交往关系的双主体而言,话语权不仅仅指传播者的话语权,也指传播对象的话语权,交往话语权是两种话语权的融合,这种融合建立在主体间性的基础之上,以解决中国跨文化传播实践中存在的传播者话语霸权及由单向灌输产生的疑虑和紧张感问题,赋予跨文化传播中自我和他者双主体地位,尊重主体间性,促进文化融合,提升跨文化传播实效。交往思想为探讨跨文化传播的学理依据提供了丰富的理论养料,为进一步的研究提供了探索的空间。今后的研究还可以围绕交往思想,从传播者主体与传播内容以及传播对象的交往关系探讨“交往灌输”范畴的内涵和实现途径;从价值实效和工具实效两个方面探讨“跨文化传播有效性”范畴,以构建具有中国本土特色的跨文化传播范畴系列。

参考文献:

- W. B. Gudykunst. 2002. *Intercultural Communication: Introduction* [G] // W. B. Gudykunst & B. Mody. *Handbook of International and Intercultural Communication* (second edition). Thousand Oaks: Sage Publications.
- 阿拉达日吐. 2016. 后现代主义视野下跨文化传播学理论建构[D]. 呼和浩特: 内蒙古大学.
- 安然. 2013. 解析跨文化传播学术语“濡化”与“涵化”[J]. 传播学研究(9): 54-60.
- 巴赫金. 巴赫金全集(第5卷)[M]. 钱中文, 译. 石家庄: 河北教育出版社, 1998.
- 戴晓东. 2012. 跨文化传播学概念与理论流派系统阐释——评《跨文化传播学关键术语解读》[N]. 中国社会科学报, 2012-4-6, (A06).
- 丁大同. 1997. 儒家道德中的交往理论[J]. 天津社会科学(1): 56-60.
- 傅永军. 2003. 哈贝马斯交往行为合理化理论述评[J]. 山东大学学报(哲学社会科学版)(3): 9-14.
- 郭毅然. 2007. 交往理性: 思想政治教育话语变革的根基[J]. 探索(5): 89-92.
- 哈贝马斯. 1989. 交往与社会进化[M]. 张博树, 译. 重庆: 重庆出版社.
- 黄甫全, 王本陆. 2003. 现代教学论学程[M]. 北京: 教育科学出版社.
- 霍尔. 1991. 沉默的语言[M]. 上海: 上海人民出版社.
- 李建军. 2013. 中国与中亚的文化交流力建构[J]. 中南民族大学学报(人文社会科学版)(1): 81-84.
- 李永杰. 2014. 跨文化传播学须突破西方主导范式[N]. 中国社会科学报, 2014-12-15, (A02).
- 刘林涛. 2016. 文化自信的概念、本质特征及其当代价值[J]. 思想教育研究(4): 21-24.
- 刘咏秋. 2018. 综述: “一带一路”建设让希腊最大港口焕发活力[OL]. 2018-08-30. <http://www.baijiahao.baidu.com>.
- 洛克夫. 2002. 语言的战争[M]. 刘丰海, 译. 北京: 新华出版社.
- 罗雯, 何军. 2006. 跨文化传播学的发展及研究传统[J]. 湖北社会科学(4): 139-142.
- 皮亚杰. 1981. 发生认识论原理[M]. 王宪钊, 译. 北京: 商务印书馆.
- 单波. 2011. 跨文化传播的基本理论命题[J]. 华中师范大学学报(人文社会科学版)(1): 103-113.
- 史安斌. 2011. 跨文化传播学在我国的发展方向和前景[J]. 对外传播(8): 41-42.
- 托多罗夫. 2001. 巴赫金、对话理论及其他[M]. 蒋子华, 张萍, 译. 天津: 百花文艺出版社.
- 辛斌. 2005. 批评语言学与西方马克思主义——批评性语篇分析中的意识形态观[J]. 常熟理工学院学报(5): 7-10.
- 张美伦. 2012. 濡化否? 涵化否? ——《跨文化传播学关键术语解读》介评[J]. 河北联合大学学报(社会科学版)(5): 161-164.

Construction of “Communicative Discursive Right” in Cross-culture Communication

HOU Xu LIU Ming

Abstract: The rapid development of China's cross-culture communication has provided both practical foundations and requests for further development, especially in terms of theoretical construction. It is believed that man is the core of communication, which is well represented by the theory of communication. The consistency between the theory of communication and cross-culture communication provides a sound foundation for the research of cross-culture communication. Meanwhile, the construction of “communicative discursive right” can solve problems of discourse hegemony and single dimension in practice. Furthermore, it is argued that to realize communicative discursive right relies on both communicators and communicatees and thus by exploring the subjectivity of both of them, harmony and efficiency of cross-culture communication can be achieved.

Key words: theory of communication; cross-culture communication in China; communicative discursive right; construction of category

责任编辑: 肖谊