



新媒体与跨文化传播的理论脉络

肖 珺

摘要: 跨文化传播研究的终极关怀是要实现文化融合,从而达致和谐的最高价值理念。新媒体特指数字新媒体,它们均采用以数字化形式存储、处理和传播信息的技术,其已成为跨文化传播的基本载体,由此,新媒体与跨文化传播研究中的理论脉络逐渐呈现。新媒体的界定、历史发展与权力格局,新媒体与跨文化传播间的内在关系和实践发展催生出学术的现实关怀。跨文化传播的边界从民族国家到网络社会;跨文化传播的主客体呈现出异质性、多样化的对立与统一;跨文化传播方式实现媒体融合下的共享、互动和创新;跨文化传播中的文化认知迈入数字文艺复兴。进而,新媒体之于媒介事件跨文化传播表现出多层次意义,未来新媒体与跨文化传播研究有了新的可能性,亦需关注跨文化交流的核心问题。

关键词: 新媒体; 跨文化传播; 数字文艺复兴

早在现代西方新闻传播业出现前,跨文化传播就作为一种精神交往现象而存在了。20世纪中叶,伴随全球化与媒介新技术的普遍应用,卫星技术、网络技术等现代化技术制造出“人体延伸”的景观,使得跨文化传播成为根植于人的物质生活生产与精神交往需要之中的历史现象。总的来看,起源于西方的跨文化传播研究的核心问题是我们与他者如何交流的问题,不同文化背景的人与人之间的理解与误解如何形成的问题以及交流如何跨越性别、国籍、种族、民族、语言与文化的鸿沟问题。这些问题显然不只是意味着纯粹的学术兴趣,而是同殖民主义、种族主义、东方主义、文化霸权主义与文化割据主义、性别主义、全球化与本土化的冲突、群体间语言偏见等人类处境有着极其深刻而广泛的联系。跨文化传播研究的终极关怀是要实现文化融合,从而达致和谐的最高价值理念。

近年来,伴随新媒体在跨文化传播中的作用日益明显,跨文化传播研究出现了新的议题,如:探讨不同的价值观、传播模式和不同的语言对在线跨文化交流的支配与排斥作用;数字化世界是如何建立跨越文化边界的体验,建立全球虚拟团队;虚拟化身在网上合作情景中的作用和意义;新媒体与文化全球化之间的关系等。可以说,数字新技术的采用使得世界视域内的跨文化传播研究面临全新的时代背景:全球信息传播技术突飞猛进、电子网络社区形成、全球和区域经济组织与跨国公司的作用在某些方面超过了民族国家、信息技术对军事冲突的控制能力增强、大规模的移民、急速推进的城市化、网络技术和自然语言的结合、全球文化市场扩张、国际品牌的形象认同等各类现象交替显现,彼此渗透和扩散,共同交织成异彩纷呈、但又令人困惑的跨文化传播图景。笔者采用文献研究方法,试图揭示新媒体与跨文化传播研究中的理论脉络。

一、新媒体的界定、历史发展与权力格局

新媒体特指数字新媒体,它们均采用以数字化形式存储、处理和传播信息的技术,新

媒体已成为当前和未来相当长时间内跨文化传播的基本载体,而且,伴随数字技术的不断革命,新技术的内涵和外表现形态仍将动态发展。对新闻传播业而言,新技术不仅带来了诸多形态的数字新媒体,更带来了媒体间融合的全新形态。那么,新媒体与文化、传播业、跨文化传播间的历史纠葛从何时开始?又生成了怎样的历史图景呢?

20世纪前半期,伴随复杂系统工程、高科技控制系统的出现,一些学者,如传播学者威尔伯·施拉姆^①开始乐观地将信息理论与传播理论进行结合。第二次世界大战后,信息理论的普及使得信号传输过程移植到了拥有社会基础的语义内容交换中,即进入有意义的文化王国里^②。20世纪70年代后,随着后工业理论被广泛接收,同时,伴随西方社会发展中现代产业内部的工作重组、国际劳动分工的变化以及信息技术的开发和利用,文化观念也经历了一次次复杂的修正过程。政治和经济的精英们越来越意识到信息的战略重要性,更重要的是,资本主义生产体系使得“商品化过程也已经渗入信息生产的新手段中:即信息客体化技术的演进序列”,围绕信息构建资本主义发展的新的扩张性的企图,使得西方社会整体迈向“信息化的资本主义的转变”,这些都“导致信息和文化产品的独特实现过程最终走上商品化”,而且处于持续的加速过程中^③。

全球资本主义市场体系加快了信息文化传播领域的商品化过程,新技术的创新和使用显然极大地推动了商业社会以资本效益最大化为基本准则的信息文化传播的商品化和全球化,使得地球村的人们都欢呼雀跃于个体自由的增进、文化间的接触和跨文化的沟通。但许多学者多年来一直发出警告,以美国为代表的西方国家“用貌似客观并体现线性社会进步逻辑的‘信息范式’涵盖和隐匿了‘文化’领域所体现的社会冲突和矛盾”^④，“新媒体崛起的过程恰恰也是新自由主义全球化加快、贫富不均深化,传统社区和意义系统解体,文化危机加深的过程”^⑤。这既包括他们国内的文化间冲突,也包括国际范围内的国际信息传播新秩序的争夺,从而导致新媒体传播权力格局的重新生产,跨文化传播正是在这一社会发展的逻辑下面临新的挑战和历史使命。

二、新媒体与跨文化传播的内在关系和现实关怀

数字新技术的发展、应用和制度化建构重构了人类社会实践的方式,这些社会实践成为催生复杂多变的跨文化传播模式及理论创新的内生动力。新技术不仅赋予每个个体感知、描述客观事物运动状态及其变化方式的能力,也使得作为社会的人在社会机体运转中获取了自我显示的途径。个体的解放使得新技术转型正成为当前社会转型的基础力量,这些改变直接反映在跨文化传播的路径选择中。新媒体正在重塑跨文化传播的格局、思路和实践方式,它所带来的媒体融合使得信息更快、更多、更立体地汇通世界各地,语言障碍在某些不同文化群体间也伴随翻译软件、语言学习等逐渐弱化,跨文化传播的表象越来越直接地通过媒介本身扩散出来,数量越来越大,影像越来越多,速度越来越快。但与此同时,新媒体与跨文化传播也让人们不断体验、反思全球化时代下人类社会发展与跨文化转向、融合、殖民甚至再封建化等无法回避的时代命题。

新媒体对跨文化传播社会实践的影响正在凸显。首先,从国家间层面看,全球化与区域利益间的冲突导致国家间的文化冲突依然明显,甚至上升为意识形态的对抗。第二,从组织间层面看,数字新技术已促成企业间、社会团体间的跨文化联系普遍而紧密,特别是在非政府组织间的全球联动中,他们就环境、种族、宗教等各类文化话题进行了时空交错、情景交融的线上、线下接触,并最终转化为颇具影响力的社会行动。第三,从人际间层面看,新媒体更是推动了全球化的接触和联系,各种民族性格、思维方式和价值观念的差异已经突破了物理时空的限制,实现了跨文化间的沟通和了解。文化间的言说、交流、

① Wilbur Schramm. "Information Theory and Mass Communication", *Journalism Quarterly*, 1955, 32, p. 135.

② Dan Schiller. *How to Think about Information*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 2007, p. 18.

③ 丹·席勒:《信息拜物教:批判与解构》,社会科学文献出版社2008年,前言、第2章。

④ 丹·席勒:《信息拜物教:批判与解构》,第4页。

⑤ 李丹:《专访长江学者赵月枝:新媒体不会造就一个理想地球村》,载《澎湃新闻》2015-04-16, 09:08, http://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_1320782。

理解和适应正在显示更加强大和澎湃的生命力。

新媒体与跨文化传播间的内在关系和实践发展催生出学术的现实关怀,呈现出规模不大、但观点多元、视角各异的研究图谱。数字技术对传统世界的颠覆性重构促使文化多样性的不断增生,多元文化的爆炸性释放、文化间的宽容度都使虚拟世界的跨文化传播呈现出雾里看花的神秘景象,尤其有趣的是,虚拟世界中的身份认同与传统世界大相径庭,这些都推动着这一领域研究的新探索。

三、跨文化传播的边界:从民族国家到网络社会

全球化是当前跨文化传播研究的基本社会背景,许多学者都将研究置于这一语境之下,如何提升多文化间的跨文化传播能力,并使之具有现实可能性,是学者们共同关注的话题。尽管迄今为止,“全球化”缺乏一个被普遍接受的概念,但它与跨文化传播间的联系却是异常紧密。研究认为,新媒体是加速人类社会全球一体化趋势的主要动力,在社会和文化方面,全球化已经改变了我们对社区这一概念的认知,重新定义了文化认同与公民社会,并要求寻找出一种新的跨文化互动方式^①。当人们试图理解这一社会背景时,关键问题出现了:是什么实现了跨文化传播的全球化?

西班牙裔美国学者曼纽尔·卡斯特在其巨著网络三部曲之一《认同的力量》(The Power of Identity)的开篇中这样描述“我们的世界,我们的生活”:

我们的世界,我们的生活,正在被全球化和认同的对立趋势所塑造。信息技术革命和资本主义的重构,已经诱发了一种新的社会形式——网络社会(network society)。它的典型特征是战略决策性经济活动的全球化、组织形式的网络化、工作的弹性与不稳定性、劳动的个体化、由一种无处不在、纵横交错、变化多端的媒体系统所构筑的现实虚拟的文化(culture of real virtuality),以及通过形成一种由主导地位的活动和占支配地位的精英所表达出来的流动的空间(space of flows)和无时间的时间(timeless time),而造成生活、时间和空间的物质基础的转变^②。

“网络社会”是全球化的当代表述,在信息技术革命和资本力量双重推动下,生活、时间和空间的物质基础的转变重新塑造了我们的世界。新媒体使用下的跨文化传播置身于“网络社会”,既有的民族国家(nation-state)框架势必遭遇合法性危机,从而出现“网络国家”的新型政治机构。曼纽尔·卡斯特全景式的描述与丹·席勒对信息与文化理论变迁的历史性描述不谋而合,他们的研究表明,自20世纪70年代以来,新技术在资本主义全球化的强力推动之下被世界各地广泛采用,跨文化传播的工具障碍、语言障碍、边界障碍、时间障碍等都得到了缓解和释放,进而产生了“无场所逻辑”、“无时间逻辑”^③的网络社会,人们学习利用新媒体以增强在新型社会中的权利和自我、彼此的文化认同。

四、跨文化传播的主客体:异质性、多样化的对立与统一

谁在言说?对谁言说?是跨文化传播研究中首先需要明确的问题,既往研究中的主客体通常具有明确的边界,主体间性的哲学分析建构了主客体融通的理论可能性,从一些最新的研究中不难看到,新媒体在跨文化传播中的应用正迫使理论重新解释主客体的角色划分和各自的边界。

(一) 虚拟身份与现实行为:主客体的建构、解构和融合

虚拟环境,例如网上游戏和基于互联网的聊天室,使人们越来越轻而易举地改变网上自我形象。那么,当我们改变我们的网上自我形象时,网上自我形象是否会反过来改变我们的行为?有研究提出普鲁吐斯效应(The Proteus Effect)^④假设,即不论别人看法如何,个人行为总是与他们的网上形象一致。

^①G. M. Chen, K. Zhang. "New media and cultural identity in the global society". In R. Taiwo. *Handbook of Research on Discourse Behavior and Digital Communication: Language Structures and Social Interaction*. Hershey, PA: Idea Group Inc. pp. 801~815.

^②曼纽尔·卡斯特:《认同的力量》,社会科学文献出版社2006年,第1页。

^③曼纽尔·卡斯特:《认同的力量》,第415页。

^④Nick Yee, Jeremy Bailenson. "The Proteus Effect: The Effect of Transformed Self-Representation on Behavior", *Human Communication Research*, 2007, 33(3), pp. 271~290.

研究通过实验法发现,虚拟环境使得人们能够轻易地通过修改或创造化身(数码自我形象)来改变自我形象,但自我形象与他人对我们的看法之间并不一致。个人的“伪自我概念”(false self-concept),比如自我刻板印象(self-stereotyping),对于他们的行为有重要的影响。比如,实验中使用可爱形象的被试者与陌生人更亲密友好,这种友好可能引起对方肯定的回应,并因此导致总体上更加积极的互动。这说明,虚拟环境中个人伪自我概念可能使本人以一种特定的方式与人交流,而这种交流方式让对方可能确认本人设计的伪自我概念。此外,虚拟环境中的自我形象是被控制的,数以万计的用户与修改过的自我形象互动。人们在虚拟环境里选择自我形象,自我形象又反过来改变人们的实际行动。每天成千上万用户通过游戏、聊天实时互动,他们都使用与他们真实形象不同的网上自我形象。实际上,在这些环境中用户一律选择年轻、身材好、有吸引力的自我形象,如果拥有可爱的自我形象,用户能在几分钟内增加自信心和自我表露的程度。

可见,主体的虚拟自我通过图示等新媒体符号、代码得以构建,图示隐藏下的虚拟自我通过网络实践不断调适行为以符合与客体形象的一致性。跨越虚拟世界,虚拟自我对现实行为的改变也不可小视,尽管选择自我形象在虚拟环境中是件容易的事情,但这种选择会反过来决定人们的行为,虚拟角色的选择可能会延伸到真实世界。主客体在虚拟和现实世界中的建构、解构和融合时常模糊了既往研究中主客体的清晰边界。

(二) 虚拟化身与网上合作:主客体的对话与意义生成

有研究通过比较分析了虚拟化身在网上合作情景中的社会存在、人际信任、非言语传播、视觉注意力以及所感知的沟通质量的影响^①。文中将包含一个特殊虚拟化身的即时传播产品整合到一个共享的合作性工作平台中,所研究的传播模式包括文本聊天、音频、音视频以及虚拟人物化身。研究发现,在工作合作中,人们普遍受到两种动力的驱使:促进任务表现、增加解决问题的协作,他们往往关注工作效力,却似乎普遍忽视了社会丰富层面(social richness)的维度,即人类交流的社会情绪。新媒体中的社会情绪信息可以表现出积极效果,特别是非语言的信息与交流:手势、体态、运动和面部表情等。

虚拟化身与网上合作的研究表明,新媒体为互动提供了空间,但似乎没有提供意义交流的社会场域。一方面,虚拟化为克服传统媒体对跨文化传播的基本限制提供了新的可能性,参与者通过选择不同的新媒体交流形态进行彼此语境化(contextualize)的社会互动,有益于主客体主观经验和客观行为,比如,协同存在(co-presence)感、情感亲近(closeness)感、人际信任感。另一方面,虚拟化身在意义生成(作为人类经验集合的文化)中的作用却是有限的,虚拟的人类对话很难实现情绪的认知、交流和理解。也就是说,新媒体虽然解放了跨文化传播的工具性问题,但仍然难以解决跨文化在意识形态层面的交流困难。

(三) 大众的复兴与平行文化:个体的转型

作为新的全球社会结构,网络社会暗含着人们对统治形式的反抗之间而产生的诸多矛盾关系。如曼纽尔·卡斯托所发现的,20世纪90年代以来的各种文化认同(cultural identity)都是反对既有全球网络价值和利益的主要支柱。对于跨文化传播而言,更重要的思考在于,是谁在这些反抗和文化认同中扮演了重要角色?是个人还是共同体呢?个体在文化生成中的重要作用伴随文化共同体的培育和伦理传统而来,新技术环境下,个体表达自由的空前释放与大众文化间的关联性该如何理解成为了新的议题。

有研究认为,信息技术革命导致当前的网络社会实践出现了化整为零、终极细分的长尾(The Long Tail)形态,位于头部的流行文化和位于长尾的小众文化的并存让精神文化选择的多样性似乎比物质选择多样性更让人们激动和满足:

今天,我们的文化越来越像是头部和尾部的混合,机构和个人的混合,职业者和业余者的混合。……大众文化已经四分五裂,但并没有重新组合成另一种大众文化。相反,它转化成了

^①G. Bente, S. Rüggenberg, N. C. Krämer, F. Eschenburg. "Avatar-Mediated Networking: Increasing Social Presence and Interpersonal Trust in Net-Based collaborations", *Human Communication Research*, 2008, 34(2), pp. 287~318.

无数种小众文化,它们正在以一种变幻莫测的排列方式同生共息,相互影响。所以,现在的文化不是一张巨大的毯子,而是由许多条细线交织缠绕而成的,每一条线都可以独立编织,都同时连接着多个不同的群体^①。

个体在新技术环境下的文化反抗和自我表达开始摆脱对传统传播技术、行业分工的依赖,跨文化传播中的个体数量、能量不断扩大,他们更多地利用业余时间、业余爱好使自己的兴趣转化为社会实践,进而生成文化和文化的共同体,这些个体被称为“业余爱好者阶级”,这个在20世纪被认为是嘲笑别人的说法,却在21世纪成为大众复兴的标志:“人类已经拥有了足够的知识,曾经神秘的世界不再神秘。通过互联网,业余爱好者可以获得和专家一样多的信息。”^②足够丰富和深入的信息获取,使得个体的理性得到更好地提升,并在网络社会中获取更多的“集体智能”。

研究者展示的新媒体中的新文化,其核心都直指个体的转型,这些基于兴趣的文化表达、生产和消费都表现出越来越小众的利基文化的生命力、创造力和转化为商品的消费力。个体的转型在跨文化传播中迸发出蓬勃的生命力,从而让世界各个角落的民众基于兴趣、价值观等文化因素重新部落化。

五、跨文化传播的方式:媒体融合下的共享、互动和创新

新技术条件下的跨文化传播基于媒体融合的传播平台,这一传播平台突破了传统媒体的区隔划分,呈现出彼此渗透、互为生成的新景观。

从西方研究文献看,媒体融合(Media Convergence)这一学术概念最早出现在美国马萨诸塞州理工大学传播学者浦尔教授^③的《自由的技术》中,该书描述了媒体融合的模式,指出它更多集中于电视、报刊等传统媒介的融合,认为媒体融合就是各种媒介呈现出多功能一体化的趋势,最终,电子技术将所有传播方式都融汇进一个庞大的数字化系统中。浦尔描述的数字化传播系统随着网络技术的迅速发展被广泛应用于西方媒介,对于媒介融合的应用和研究从技术层面扩张到了产业、文化和社会的转变中。霍华德·莱茵戈德(Howard Rheingold)^④提出,技术融合的可能性使虚拟的、社会的和自然的世界中各种碰撞、融合和调整所产生的社会层面影响发生了转变,融合过程就意味着新旧媒体会以比之前预计的复杂得多的方式互动融合。这种互动令新闻融合呈现出四个维度的变化:整合生产,多重技能的专业人员,多重平台的传输,以及活跃的受众^⑤。还有研究指出,媒介融合导致了两种多媒体新闻生产的模式:整合模式和跨媒体模式。这两种不同模式都各自拥有不同的生产系统、编辑部组织、新闻记者多重技能的程度,以及经营战略^⑥。

传统媒体新闻网站的改革和基于个体的社交网站的兴起都表明媒体融合在跨文化传播中的重要性,小众群体在网络社会中创建的虚拟公共领域就是一例,小众群体开始在虚拟世界中打破疆界、加深交流、建立社区并争取权益。以拉丁美洲的女同性恋团体为对象的研究讨论了建立网络虚拟公共领域的重要意义(Elisabeth Jay Friedman,2007)^⑦。研究对六个女同性恋女权主义组织的成员进行访谈,同时对墨西哥、智利、阿根廷、秘鲁、巴西等国女同性恋女权主义代表性网站进行分析。研究认为,新媒体既是女同性恋者彼此连接的场所,也是团结的手段。真实世界中拉美女同性恋者运动虽然取得了一些进展,成员间建立了某种友谊、亲密关系和政治团结,但跨文化社团的建立却困难重重,社会污名化、资源缺乏、政治压迫、内部分化都导致她们几乎不可能找到并保持一个集会的场所。新媒体带来了转机,

① 克里斯·安德森:《长尾理论》,中信出版社2009年,第182、185页。

② 杰夫·豪:《众包:大众力量缘何推动商业未来》,中信出版社2009年,第17页。

③ Ithiel de Sola P. *Technologies of Freedom*. Harvard University Press,1983.

④ Rheingold H. *Smart Mobs. Transforming Cultures and Communities in the Age of Instant Access*. Perseus Publishing,2002.

⑤ Domingo Santamaria D, López López B. *Inventing Online Journalism*. Universitat Autònoma de Barcelona,2006.

⑥ Avilés J A G, Carvajal M. "Integrated and Cross-media Newsroom Convergence Two Models of Multimedia News Production—The Cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain". *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 2008, 14(2), pp. 221~239.

⑦ Elisabeth Jay Friedman. "Lesbians in (cyber)space: The Politics of the Internet in Latin American on-and off-line Communities", *Media, Culture & Society*, 2007, 29(5), pp. 790~811.

运动者在虚拟世界中建立会场,寻求庇护与发展,跨越国界的解放和社团建立成为可能。互联网提供的全球性交流使在现实中遭受压迫和排斥的群体得到接受和团结。

不过,虚拟现实中的跨文化传播虽然透过媒体融合能实现文化的共享、互动和创新,但仍然表现出明显的局限性。比如,虚拟现实仍具有区域性的特点,互联网的无国界性并没有改变区域性,虽然超链接、用户、信息流会超越地区界限,但网站和热门新闻列表仍只能瞄准全国和地方用户,国际信息因此常被过滤。

六、跨文化传播中的文化认知:数字文艺复兴

“数字文艺复兴”(Digital Renaissance)是美国学者亨利·詹金斯(Henry Jenkins)在2001年提出的具有启示性的概念^①,他用这一概念描述媒体融合之后的文化,新的文化带来了一系列社会、政治、经济 and 法律的辩论,由此所产生的抗衡力量把人们推向了文化多样性和文化趋同性这两个截然相反的方向,同时也推向了商业化和草根文化生产。他认为这种文化转型“如同文艺复兴一样会影响到我们生活的方方面面。因为消费者、生产者和把关人目标的冲突会使我们在政治、社会、经济和法律领域发生争论。它们既将推动文化多样性,也会推动文化同质化。既会推动文化商品化,也会推动草根文化生产。这是最好的时代,同时也是最坏的时代。新的文化秩序将从中产生。”^②

简单地从技术视角认识文化现象是非常短视的,而应该理解当代文化中个人如何接触和整合大量不同媒体资源从而生成新的文化。融合应该被看作是一个文化过程,而不是技术终点。比如,“粉丝”(fans)这一特殊群体在跨文化传播过程中的文化认知就是一种典型的数字文化现象,“在当前的媒体环境中,媒体消费者中的粉丝群体将是定义数字时代的先遣队。”^③进而生成为一种“融合膜拜”的新景观^④。数字文化的创造者是被学者称为“数字原住民”(特指在互联网时代成长起来的一代人)和“数字移民”(除数字原住民外的数字媒介使用者)^⑤的新技术运用者,他们生产、传播和消费的全球数字文化被称为“混合文化”。在混合文化中,媒体使用者生产的内容在商业语境内外并存,支持同时也破坏商业控制。数字文艺复兴的研究指出数字文化作为公共资源的重要性,也是未来文化创造力产生的源泉。当然,数字文艺复兴的道路仍然受制于信息技术制度和资本主义扩张的全球化逻辑,产生了公司与个人间的对抗和张力等诸多新问题。

国内“新媒体与跨文化传播”研究关注理论本身的反思与创新较少,有谈到电视与网络传播技术手段融合“客观上加速了不同传播语境界限的消解,促进了同域文化(同质或异质)、异域文化的相互交流与认同,使后传媒时代文化呈现出多元化结构。”^⑥也有谈到网络民意已经从虚拟蔓延到现实,并以兼容化、数字化、交互化等多种特点进入跨文化传播领域^⑦。还有反思现有网络社会理论,认为它依旧无法解决跨文化传播中存在的问题,进而关注数字时代跨文化传播中的文化身份认同^⑧。另有一些研究则是从技术运用的角度提及了跨文化传播的实现^⑨。有文章提出新媒体语境下的跨文化传播需要解决伦理困境:“信息传播失衡、文化霸权、种族主义偏见、文化认同危机”^⑩。在基于国家形象塑造的网络跨文化传播中已经出现了“认同危机”^⑪。还有的专门探讨新媒体之于媒介事件跨文化传播的多层面意义:

① Henry Jenkins. “Convergence? I diverg”, *Technology Review*, 2001(6), p. 104.

② Henry Jenkins. “The Cultural Logic of Media Convergence”, *International Journal of Cultural Studies*, 2004(7), p. 33.

③ Henry Jenkins. “Digital Land Grab”, *Technology Review*, 2000, 3/4(2), p. 103.

④ 亨利·詹金斯:《融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带》,商务印书馆2012年,第28页。

⑤ 杰夫·豪:《众包:大众力量缘何推动商业未来》,中信出版社2009年,第211页。

⑥ 吴斌:《后传媒时代电视文化的选择——网络电视传播透视》,载《现代传播》,2004年第4期,第126~128页。

⑦ 史忆:《中国网络民意下的跨文化传播——由《功夫熊猫》引发的思考》,载《新闻爱好者》,2008年第8期,第94~95页。

⑧ 但海剑、石义彬:《网络社会理论视角下的跨文化传播思考》,载《学习与探索》2008年第4期,第119~121页。但海剑、石义彬:

《数字时代跨文化传播中的文化身份认同》,载《武汉理工大学学报(社会科学版)》2009年第4期,第148~151页。

⑨ 穆阳、王丰、王家民:《视觉符号在跨文化传播中的价值研究》,载《艺术与设计(理论)》2009年第1期。王皓:《浅谈数码影视文化及其跨文化传播》,载《才智》2008年第3期。

⑩ 孙宜君、葛志宏:《论新媒体语境下跨文化传播伦理困境与建构原则》,载《现代传播》2013年第10期,第12~17页。

⑪ 肖珺:《认同危机:基于国家形象塑造的网络跨文化传播研究》,载《武汉大学学报(人文科学版)》2013年第4期,第114~119页。

一方面,媒介融合在技术层面上形成了巨大的传播能量,从而极大地推动了跨文化事件的内容传播,缩小了我们与他者文化间的时空距离。另一方面,技术融合尚未实现文化间融合,相反,在民族主义、次文化冲突、意识形态等多重力量的交织中,媒介融合强化、放大和增加了文化间冲突和偏见,从而生成跨文化传播中新的障碍^①。

新媒体与跨文化传播之间的互动现象十分复杂,它突破了媒体融合原有的新技术认知层面,将人与技术的融合、文化与技术的动态交叉、文化间的多维镜像囊括其中。媒体物质性的融合并不一定促进文化意识层面的融合,相反,它可能强化自我言说,导致我们与他者间文化交流的困境,网络民族主义的出现就是一例。

全球化背景下新媒体对跨文化传播的影响促使理论研究本身面临诸多新的可能性:(1)民族/种族文化对新媒体发展的影响(反之亦然);(2)新媒体对文化/社会身份认同的影响(反之亦然);(3)新媒体(尤其是社交媒体)对跨文化传播不同方面的影响(例如,跨文化关系、跨文化对话和跨文化冲突)^②。与此同时,新媒体与跨文化传播研究亦需关注跨文化交流的核心问题:个体独特性(Individual Uniqueness)、成见和客观性^③,进而最终建设一个真正的多元文化社会。

Theoretical Development of New Media and Intercultural Communication

Xiao Jun (School of Journalism and Communication Wuhan University)

Abstract: The ultimate concern of intercultural communication research is to realize cultural integration, thus achieving the highest value of harmony. New media, especially the digital media, employ the technology which can store, process and diffuse information in digital form, and have become the basic instrument of intercultural communication. Hence, the theoretical development of new media and intercultural communication research has gradually shown. Along with the definition, historical development and power structure of new media, the intrinsic relationship and practical development between new media and intercultural communication create academic concern of reality. The boundary of intercultural communication has changed from nation-state to network society. Heterogeneity and diversification of opposition and unity have appeared in the subject and object in intercultural communication. The way of intercultural communication turns to be sharable, interactive and innovative with media convergence. The cultural cognition in intercultural communication has entered into digital Renaissance. Therefore, in media events related to intercultural communication, new media demonstrates significations in multi-dimension. There are more possibilities for the research in new media and intercultural communication. Moreover, critical issues in intercultural communication should also be concerned.

Key words: new media; intercultural communication; digital Renaissance

●作者地址:肖珺,武汉大学新闻与传播学院;湖北 武汉 430072。Email:xiaojunemails@qq.com。

●基金项目:国家社会科学基金一般项目(09BXW019);教育部重点研究基地武汉大学媒体发展研究中心项目(103-275024)

●责任编辑:何坤翁

① Jun Xiao, Helin Li. "Online Discussion of Sharon Stone's Karma Comment on China Earthquake: the Intercultural Communication of Media Events in the Age of Media Convergence", *China Media Research*, 2012, 8(1), pp. 25~39. 肖珺, 李鹤琳:《媒介融合与媒介事件的跨文化传播:以莎朗·斯通事件为例》,载《新闻传播学的跨文化转向》,上海交通大学出版社2011年,第255~278页。

② Guo-Ming Chen. "The Impact of New Media on Intercultural Communication in Global Context". Paper presented at the 6th International Conference on Intercultural Communication (ICIC), 2011(12). Wuhan, P. R. China.

③ 理查德·E.波特、埃德温·R.麦克丹尼尔:《跨文化传播》,中国人民大学出版社2013年,第22~23页。Larry A. Samovar, Richard E. Porter. *Communication Between Cultures (fifth edition)*. Wadsworth, Thomson Learning, 2004, pp. 24~25.