

研究論文

跨文化對話間性空間的建構與完善

楊石華

摘要

本文借鑒哲學中的「間性」、心理學中的「格式塔」理論，聚焦於跨文化傳播過程中的跨文化對話間性空間，力圖跳出傳播學學門視野的局限性，嘗試對其作相對全面的關照。本文認為：由於有著文化普遍價值的存在，在不同文化間存在著文化間性，致使在跨文化傳播過程中會形成一個文化對話的間性空間。因此跨文化傳播的本質可看做是不同的文化在跨文化間性空間中進行文化對話、協商及調整，進而實現文化進化的一個過程。跨文化對話間性空間的形成是一個複雜的同構與濡化過程，有著自身獨特的建構與完善機制，對提升跨文化傳播的效能有著關鍵性作用。本文將對其建構與完善的過程、機制及其特點、影響因素作簡要分析。最後，本文還以作為跨文化對話間性空間實體化實踐的跨國企業辦公建築中的「休憩區域」為例，進行相應論述。

關鍵詞：跨文化傳播、文化對話間性空間、同構、濡化、休憩區域

楊石華，中國人民大學新聞學院博士研究生。研究興趣：跨文化傳播、傳媒經濟、知識傳播、編輯出版。電郵：gushiqi@sina.cn

論文投稿日期：2015年10月5日。論文接受日期：2016年8月17日。

Research Article

Construction and Perfection of Intercultural Dialog in Interality

Shihua YANG

Abstract

Adopting the philosophy of interality and the psychological theory of Gestalt in psychology, this study focuses on the space of intercultural dialog in intercultural communication. The purpose of the study is to expand the perspective of communication in order to present a comprehensive description. In the presence of universal values of culture and interactions between different cultures, the interality of intercultural dialog is developed in the process of intercultural communication. In this regard, the essence of intercultural communication can be deemed a process of achieving interality through cultural dialog, negotiation, and adjustment between different cultures. The formation of intercultural dialog is a complex process of isomorphism and acculturation, which is characterized by unique mechanisms of construction and perfection. Such dialog plays a key role in enhancing the effectiveness of intercultural communication. In this study, the processes, mechanisms, features, and influencing factors of its construction and perfection are briefly analyzed. The practical manifestation of this concept is exemplified by the interality of intercultural dialog in the “rest zone” in office buildings of multinational corporations.

Shihua YANG (PhD Student). School of Journalism and Communication, Renmin University of China. Research interests: intercultural communication, media economy, knowledge dissemination, editing and publishing.

Construction and Perfection of Intercultural Dialog in Interality

Keywords: intercultural communication, intercultural dialog interality space, isomorphism, acculturation, rest zone

Citation of this article: Yang, S. (2017). Construction and perfection of intercultural dialog in interality. *Communication & Society*, 41, 217–250.

致謝

感謝匿名評審專家和編委會富有建設性的修改建議，使得論文在觀點上更加明晰、論文結構也更為完整。在論文修改過程中，執行編輯程曉萱老師，武漢大學的伊麗娜同學，重慶大學的陳卓同學、陳曄副教授、吳明華老師等人給予了相關幫助，在此一併給予誠摯的感謝。

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

研究背景與問題的提出

在全球一體化的浪潮中，各種跨國企業的出現以及東西方資訊之間的傳播已經成為當下社會環境中的常態，跨文化傳播現象涉到了社會中的各個領域。中國政府於2013年提出了「一帶一路」的合作的發展理念，中國最高領導人習近平於2016年2月19日調研中國三家傳統主流媒體，並在中國共產黨的新聞輿論工作座談會上提出了「著力打造具有較強國際影響的外宣旗艦媒體」、「聯接中外、溝通世界」的媒體工作方向。在此背景下，為了「絲綢之路經濟帶」、「21世紀海上絲綢之路」的建設和更好地對外溝通，中國的跨文化傳播事業將會在國際舞台中扮演著越來越重要的角色。但文本流轉的翻譯、「陌生人」及其身份的問題以及具體的跨文化傳播策略衝突問題都會嚴重影響著中國文化的對外傳播(陳力丹, 2016)。同時，在跨文化傳播的過程之中也經常會出現一些傳播偏差(傳播效度低)的現象。這種偏差既有來自於傳受雙方的故意引導，也有來自於自身對彼此文化理解的偏差。例如，在美國媒體中被他者化了的諾貝爾文學獎得主中國作家莫言(辛靜, 2015)，就是其中一個因中西方不同文化體系間異質文化因素導致跨文化傳播效能不高、甚至出現傳播誤解的典型事例。中國近年來崛起的一個結果是「中國挑戰」，趙月枝(2014)在傳播政治經濟學理論框架的基礎上，圍繞「中國挑戰」討論了傳播與意識形態等一系列問題，突出了在跨文化傳播過程中要充分考慮到政治經濟因素，並指出在面對「中國崛起」所帶來的挑戰時，克服其西方中心主義和種族主義弊端，使傳播研究具有真正的國際主義和更徹底的解放性學術實踐的特質，已變得十分緊迫。同時，中國迅速崛起的一個衍生物是「中國敘事」，然而西方對「中國敘事」的理解受到主客觀因素的綜合影響，對於中國的理解與認知存在著較大的偏差。復旦大學政治學教授、中國發展模式研究中心主任張維為曾接受《紐約時報》的採訪，談「中國敘事」。在《紐約時報》網站上，人們對此報導的態度截然相反，形成了認同與質疑勢均力敵的局面。¹ 由此可見，在當下跨文化傳播情景中，對於「中國敘事」以及中國文化在跨文化傳播過程中如何增強其傳播效果，進而呈現出一個真實而完整的中國已經成為了當務之急。

跨文化傳播需要最大限度地增強傳播效度，將傳播主體的傳播意圖明確傳達給傳播客體，以使傳播效果達到最佳。隨著跨文化交際、交流與研究領域等跨文化傳播各方面的推廣與發展，傳播主體越來越重視跨文化傳播的傳播能力建設問題，其原因主要源自於傳播能力已經成為測量傳播效果的主要指標。傳播能力涉及技巧與策略、關係的促進與發展、有效地傳播等諸多方面(張名章、李雲雯，2012)。在全球化背景下，為了適應全球公民社會，更是需要加強建設描繪文化、校準交際、展現自我以及全球思維方式的全球傳播能力(陳國明，2006)。因此，如何加強建設跨文化傳播中的傳播能力成為了當下亟需探討的問題。文化對話是跨文化傳播過程中的必要手段與方式，不僅關乎著傳播的溝通，還關乎著文化自身的進化發展需求。在跨文化傳播的過程中，不同的文化系統間存在著文化普遍價值與文化間性，因此在跨文化對話交流時會產生類似於視域融合(Gadamer, 1976)或多重本真性(Starosta, 2010)的一個可供不同文化交流者進行互動協商的跨文化對話間性空間。在這一跨文化對話間性空間中不同的文化系統可以相互結構、融合，從而使不同的文化體系得以相互吸收消化，達到資訊傳播與文化交流的目的。這一文化對話間性空間有別於哈貝馬斯的實體物理公共空間，是在文化想像與文化交互的基礎上相互建構出一種文化擬態空間。它是一種勾連不同文化體系相互交融與適應的基礎構件。文化對話間性空間越大、越完整、越細緻，其跨文化傳播的能力也就越大，傳播效度越高。這與陳國明(2012)提出的不同傳播主體原有文化的共同中心(co-center)的跨文化適應空間，在全球化社會背景下擴展得越大越理想的觀點是一脈相承的。故而，跨文化傳播過程中所建構的文化對話間性空間在其跨文化傳播效果方面發揮著關鍵性的作用，是增強其傳播傳受雙方跨文化傳播效果的一個新取徑。因此，在進行跨文化傳播時，傳播主體應有意識地引導建構不同文化體系間的文化對話間性空間，使間性空間最大化並增強其穩定性，從而最大限度地達到增強跨文化傳播的效果與提高傳播效度的目的。為此，在立足於哲學、心理學理論的基礎上，本文提出並探討了以下問題：在跨文化傳播過程中所形成的跨文化對話間性空間的建構過程及其機制是什麼？在其建構與完善過程中有何特徵？受什麼因素影響？具體有著什麼樣的運用前景？

文獻討論

跨文化傳播研究自研究領域的確立到成為傳播學研究中的顯學，再到當下研究反思階段的發展歷程中有著兩個明顯的轉變脈絡。即從注重靜態的描述跨文化適應階段以及跨文化比較，到關注跨文化互動過程；從注重文化差異，到同時關注差異與共性。跨文化傳播研究早期的研究內容多聚焦於文化差異、文化衝突以及跨文化適應領域，這主要源於跨文化傳播研究發端於美國為解決國際時政活動中的文化適應和國內的種族矛盾以及文化多樣性等一系列問題而進行的研究與實踐(劉陽，2010)。因此，調適理論、身份管理理論以及對新文化的適應/調整等理論在早期整個跨文化傳播理論建構中佔據了很大的比重(Gudykunst, 2005)。這在大陸學者姜飛(2010)所指出的美國早期(1990年以前)跨文化傳播研究的四個主要內容(人際跨文化傳播、跨組織文化傳播、國際傳播、比較大眾傳播學研究)中也得到了體現。在這四個研究內容中，跨組織傳播所關注的是從文化規範的角度進行不同文化背景下的比較，而比較大眾傳播學部分則是從不同文化背景下對大眾傳播媒體的使用進行的比較。然而當學界對跨文化傳播研究進行深入反思，並開始研究轉型時，基於「誤會/理解」研究視域的跨文化傳播研究(姜飛，2016)，更多強調的是跨文化傳播主客體間的平等互動過程以及從強調文化差異到同時關注文化差異與共性的傳播內涵。這種轉向在近些年的學界研究中表現得尤為突出。例如，在近年來西方關於跨文化傳播研究中，無論是「潛隱的文化價值觀」的提出及其文化價值觀測量走向多樣化，還是文化適應的中介因素的發現，抑或是情感、他者、身份認同的深度挖掘等其他最新研究發現(單波、林莉，2015)，其研究發現的落腳點都是基於文化的「互動」與「求同存異」。這種以互動、同時關注文化差異與共性為中心的跨文化傳播研究的本質內涵就是跨文化傳播過程中的文化間性。而跨文化傳播的這兩種學術研究脈絡的演變所反映的實質則是跨文化間性研究的演變過程。

「間性論」(Interology)是一個新興的哲學概念，是一種不同於西方傳統本體論(作為物質的研究)的關於「間性」研究的哲學探究(Shang, 2015; You & Zhang, 2015; Zhang, 2015)。在「間性論」研究中，「間性」

來源於「主體間性」，但卻比主體間性更具包容性，且更強調形成過程。值得注意的是，「間性」一直是東亞文化，尤其是中國道家文化與之後的禪宗文化的重要特徵 (Shang, 2015; You & Zhang, 2015; Zhang, 2015)。伴隨著後現代主義思潮的湧入，「間性」的理論觸角不斷伸向諸多學科領域，並對這些學科的理論研究產生著重要影響。「間性的凸現」逐漸發展成為一種新的理論共識 (陳涵平, 2005)。間性理論是主體間性、文化間性諸觀點的綜合，間性具有平等性、多邊性、對話性、互動性等多個特徵，其中對話精神是間性理論的核心精神 (陳涵平, 2005; 鄭德聘, 2008)。鹿國治 (2002) 指出「間性，具有『居間、中間、中介、離間』等多重象徵意蘊。其意旨就是在對立的兩極之間進行『居間』思維，在辯證的比較的間性地帶建立同一性關聯。」在跨文化傳播領域中「文化間性」是間性理論的主要體現。「文化間性」是指「文化成員通過協商和合作實現互惠互動的文化間的複雜結合，是不同文化視角相遇的空間」 (Dai, 2010)。「文化間性」在汲取了胡塞爾的主體間性理論、德勒茲的以差異哲學為基礎的「生成原則」等理論、巴赫金的他者理論、伽達默爾的視域融合理論以及哈貝馬斯的交往行為理論等的養分後成為了一個相對成熟的理論。它克服了「文化混生」、「文化融合」等概念的缺陷，以文化間的開放為前提，以求同存異的交往、商談、互為主觀等途徑擴大開放融合的空間 (蔡熙, 2009)。因此間性思維是跨文化研究的一個元理論問題 (王才勇, 2007)，而對於跨文化對話間性空間的研究則是一個不可忽視的研究問題。

對跨文化對話間性空間有著較大理論影響的是「第三空間」這一社會學概念與「第三文化建構」理論 (third-culture building theory)。「第三空間」的概念在美國社會學家 Ray Oldenburg (1999) 的著作 *The Great Good Place* 中得到深入的闡釋。社會學研究中的第三空間指的是介於家和工作單位 (第一、第二空間) 之間的一個中性平等的社交空間 (王永陽, 2013)。索傑 (Soja) 在其專著《第三空間》中提出了區別於第一空間 (客觀的、物理的空間) 與第二空間 (主觀的、精神的空間) 的第三空間 (超越所有空間的混合物) 的概念 (索傑, 2005: 79)。有學者以此為理論依據，以品牌的跨文化傳播為研究物件，指出品牌在其跨文化傳播過程中分別需要處理：地理區位空間關係 (第一空間)、心理距離空間

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

關係(第二空間)、社會文化因素空間關係(第三空間)這三個層面的空間關係(張景雲、楊彬、何昕, 2012; 張景雲、龐毅, 2013)。近年來, 國際漢語教學是跨文化傳播對話空間研究的一個頗具研究成效的研究領域(葉洪, 2012; 王永陽, 2013)。在國際漢語教學與傳播的第三空間模式中, 雙語教學與文化傳播不是孤立地發生在目的語文化空間中的, 而是在第一空間(學生母語文化)和第二空間(目的語文化)共同作用下的第三空間中發生的一個漸進的過程(王永陽, 2013)。也有學者關注到了在跨文化交際和交流過程中產生的作為第三空間文化的「文化混生物」(hybrid culture)或「混生文化現象」(Alsayyad, 2001; Mitsukuni, Ikko, & Tsune, 1984)。比如, 在中國瓷器文化的影響下, 十八世紀的英國仿造了中國的「柳葉瓷」、康熙時期宮廷畫家義大利人郎世寧的《百駿圖》等這些有別於傳統意義上的東、西方文化的第三空間文化現象(王永陽, 2013)。此外, 第三文化建構理論是一個由多位學者持續研究所組成的跨文化傳播理論分支。其中Casmir (1993, 1999)在Starosta & Olorunnisola (1995)的研究基礎上給互動者建構了一個具有文化間性的第三文化空間, 並指出該空間是一種「長期的, 可以最大化的適應和生存在所有設計和使用此形式的參與者中的框架」。此外Shuter (1993)將第三文化建構理論運用於跨文化傳播中時指出: 在跨文化關係中基於互動雙方彼此文化差異建構的第三文化是以互動雙方共同欲望為基礎, 並對雙方是可行的一個互動和互益過程; 同時對於個人認同的重構是跨文化關係必要和可欲的副產品。

尤為值得注意的是陳國明教授曾對跨文化傳播中文化對話間性空間進行了一系列的相關研究。文化間性是陳國明對於跨文化傳播研究的核心概念之一。陳國明(2010)從歷史文化語義學的角度梳理了「跨文化傳播」術語和學科的生成發展, 認為對於cross-cultural communication和intercultural communication兩個詞語可分別翻譯為: 「跨文化交流 / 傳播學」與「文化間交流 / 傳播學」。其中對於intercultural communication的界定延續了其早期著作《文化間傳播學》(2003)中的文化間性思想。在此基礎上陳國明提出了一個作為邊際博弈的跨文化適應空間理論。陳國明指出跨文化適應需要基於各種文化核心價值的差異形成一個具有隱形界限的空間, 以便於不同的交際者能夠通過彼此協商重新定義

邊際，即跨文化適應空間(陳國明，2012)。此外，陳國明還再次強調「文化間性」(interculturality)在跨文化傳播中開啟了一片可持續性適應的空間，緩和了文化緊張狀態，加強了不同文化思想的融合，並將文化差異轉變為創造的動力與源泉，這使得文化間性成為跨文化適應空間中的整體網絡(陳國明，2012)。但本文認為陳國明關於跨文化傳播中的跨文化適應空間研究僅限於跨文化適應過程中，將其空間適用範圍縮小了。這種文化對話的間性空間不應只局限於跨文化適應階段，而應是在整個跨文化傳播開始時便開始了建構，因此本文更願意將這種跨文化適應空間以及文化對話公共空間稱之為跨文化對話的「間性空間」。此外，對於該空間的具體建構機制陳國明並沒有展開具體的研究，對該適應空間建構的哲學基礎「間性」中的文化間性雖有提及但也並未進行深入地分析。因此，縱觀跨文化傳播中關於其跨文化對話間性空間的研究，就整體而言，在理論建設與研究方向等方面仍有待深入探討，故而在此基礎上本文確定了上述的相關研究問題。

跨文化對話間性空間的同構、濡化及運行機制

同構：跨文化對話間性空間建構的形成

跨文化對話間性空間的形成過程是一個不同文化體系傳播同構的過程。在解析其形成過程時，可以借鑒格式塔心理學派的完形理論與異質同構理論。²該流派認為，人的心理意識活動都是先驗的「完形」即「具有內在規律的完整歷程」。事實上在跨文化傳播的動態過程中也存在著這種「具有內在規律的完整歷程」，即不同的文化體系間的某些文化元素³能夠在傳播過程中依據一定的規律自行完形形成一個文化對話的間性空間。這種傳播同構是建立在愛德華·斯圖爾特(Stewart Edward)就跨文化傳播研究的核心問題所提出的文化異同原理以及Casmir等人的第三文化建構理論的基礎上的。邁克爾·普羅瑟(Michael Prosser)(2013: 13)在此基礎上提出：「研究和有效踐行跨文化傳播中的一個固有的命題是，我們要學習和應用相似性和差異性兩極之間的平衡。」在第三文化建構理論看來，跨文化對話間性空間中不同的文化

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

傳播主體可以通過相互協商與調整彼此間的文化差異從而發展出一種蘊含互惠互補、共生共贏的良性人際關係的第三文化，而且在這一過程中需要交流雙方在這一文化間性空間中努力適應和融合不同的文化價值觀並重構自身的文化身份(陳國明、安然，2010：234；陳國明，2011)。「場域」是當代法國社會學家皮埃爾·布迪厄(Bourdieu)提出的社會學理論中的核心概念之一，其指出「從分析的角度來看，一個場域可以被定義為在各種位置之間存在的客觀關係的一個網絡(network)，或一個構型(configuration)」(布迪厄、華康德，1998：133-134)。以此定義來考察跨文化傳播過程中所形成的文化對話間性空間——由不同文化體系之間交互形成的客觀關係的一個文化公共網絡或文化構型，因此也可以將這一文化對話間性空間稱之為「文化間性場域」。為全文書寫物件指稱上的統一性，本文仍使用「文化對話間性空間」這一概念。

單波(2011)在關於跨文化傳播的基本理論命題的問題上提出了：文化與傳播的同構、人是傳播關係的總和、「他者」是主體建構自我意義的必備要素這三個基本命題。在跨文化傳播的過程中，文化與傳播的同構是整體層面上的，而在細節層面，其文化對話間性空間的形成過程也存在著某種同構關係，這種同構主要體現在主體中的自我與「他者」相互同構的過程中。在跨文化傳播過程中的文化對話間性空間裡不同文化體系都可以將另一方文化體系稱之為「他者」，在架構新的文化體系時，他者與自我之間存在同構的建構關係。同時也是自我文化體系能夠對外進行資訊傳播與文化交流的必備要素。在跨文化傳播過程中文化對話間性空間的同構可以分為同質同構和異質同構兩大橫向方向，與此同時，又可以將這一同構過程劃分為平面與立體兩個縱向方向進行參考研究。

I. 同質同構：跨文化對話間性空間的平面建構

跨文化傳播過程中「文化對話間性空間」的同質同構是指在跨文化傳播過程中傳受主客體能夠自發地選擇雙方文化體系中的同質的文化元素共同建構一個較完整的「跨文化對話間性空間」，此時的文化對話間性空間是相對狹小、粗略的。但由於這一文化對話間性空間的建構中存在著一個能夠自我完善的機能，能夠促使文化對話間性空間周圍

的空間縫隙自發地吸收潛在的同質文化元素進而不斷完善，連接起來達到一種相對自我完滿的狀態。文化是一種泛稱，但所有的文化現象最終也只歸結為「文化」這一指稱。文化有著自身的文化「母題」，即 Schwartz (1990, 1992) 所提出的文化普遍價值理論 (theory of universals in individual values)，其主張不論在集體主義或個人主義、低情境或高情境文化取向的文化中都有許多普遍性的價值是同時存在的。文化普遍價值是由文化自身所固有的同質文化元素的共同作用而凝聚成的。正如文學母題中的戰爭、愛情、金錢、智者受難等諸多母題一般，文化也有著自身共有的文化普遍價值。Schwartz (1990, 1992) 列舉了普世主義、享樂主義、權力、傳統、鼓舞、成就、仁愛、安全、合模、自我引導，並指出這是人類文明中共有的十項普遍性文化價值。這十項普遍性的文化價值可再歸納成：迎變與保守；自我超越與自我加強兩組對立的面向(陳國明，2009：81)，並得到了證實 (Schwartz & Bilsky, 1987, 1990；Schwartz & Sagiv, 1995)，其確實存在於不同的文化之中。由於文化普遍價值的存在，雖然是不同的文化體系，但其中都會有著人類文化價值所蘊含的那種集體無意識式的趨同文化元素。在兩種或多種的文化體系相互傳播交融建構文化對話間性空間時，這種趨同的同質文化元素越多，文化對話間性空間建構的基礎也就越多，同構時的範圍也就越廣，其空間壁壘也就越細緻，空間結構越穩固。跨文化傳播中的同質同構是其間性空間形成的必要過程，也是其建構的起點，這種基礎性質的同質同構因其同質文化元素的趨同與穩定性保障了跨文化傳播對話間性空間的穩定性。這種穩定性是建構間性空間的基礎，類似於日常生活中建築空間的一維平面空間，這是由人類文化中所具有的文化共性決定的。故而稱之為跨文化對話間性空間同構的平面建構。

跨文化對話間性空間的同質同構在跨文化傳播中移民文化的傳播與適應中有著明顯的體現。在移民的傳播與適應中的兩種文化體系的家庭文化碰撞與交融，同構其文化對話間性空間時，雖然兩種文化體系間的家庭文化必然有著差異性存在的異質文化元素，但是在不同的文化體系中都存在著同質的文化元素，即家庭組織框架與仁愛的普遍文化價值，在這一同質文化元素中，父母、配偶、子女等角色文化元

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

素也是同質的。所以，在兩種文化體系相互傳播與適應的過程中，家庭組織框架這些同質文化元素有著一種自發完形同構為文化對話間性空間的驅動力。在這一粗淺的家庭文化對話間性空間中，仁愛的普遍文化價值元素是最主要也是占比例最多的同質文化元素，家庭組織框架與仁愛的普遍文化價值等同質文化元素的同質同構基本上建構了跨文化傳播的文化間性空間的平面空間，雖然這只是粗淺的空間框架。此外，這種文化對話間性空間的平面同質同構在跨國企業裡來自於各類不同文化體系的員工中亦有明顯的體現。跨國企業在本土市場成功與否的關鍵在於是否適應了本土文化。跨國企業的跨文化適應的基礎是員工的跨文化適應。跨國企業員工在新進入到一個異域環境時，首先面臨的就是自身文化體系與異域文化體系間的文化對話間性空間的同質同構。這是由自身文化體系同質元素的趨向性決定的，同時也是自身主觀意願的「先易後難」的行為模式所決定的。跨國企業員工在企業內接受跨文化管理的相關培訓後，在進行跨國企業員工身份意識角色同構時，作為企業員工的基本職責(如按時完成工作任務、恪守本分等)是大同小異的。企業員工可以較快地在本國企業文化的原有基礎上對其角色進行跨文化調適，使之適應新環境中的角色需求，從而確保得到自身作為文化「旅居者」的「安全」這一文化普遍價值的適應，進而獲得「鼓舞」、「自我引導」等的文化需求。當然這僅是角色跨文化適應的前期階段，是其接受傳播主體文化內容傳播的同質同構，其後續還有著諸如「成就」、「權力」等更多需要適應的方面。

II. 異質同構：跨文化對話間性空間的立體建構

如果說文化普遍價值中蘊含的同質文化元素是建構文化對話間性空間的平面空間結構框架的原始材料，那麼不同文化體系間的自身文化獨特性、差異性的文化元素，即異質文化元素，則是建構文化對話間性空間的立體空間的原始基石。格式塔心理學認為在外部事物的存在形式、人的視覺組織活動和人的情感以及視覺藝術形式之間，有著一種對應關係，這幾種不同領域的「力」的可作用模式達到結構一致時可以激起某種審美經驗，產生異質同構的變化。在跨文化傳播過程中不同文化體系間的異質文化元素間也存在著這種對應關係，能夠達到

不同文化元素間的異質同一，不同體系間的文化元素在相互交流時會產生一種通感式的文化認同，從而使得不同的文化元素得以相互融合傳播。在這種結構交融的傳播過程中，會有著明顯的文化異質感知，從而在文化適應中產生立體空間感。故此階段稱之為跨文化對話間性空間同構的立體建構。

當文化對話間性空間的平面同質同構完成時，不同文化體系間的異質文化元素正是建構立體空間的空間支點。因為在跨文化傳播過程中異質文化元素雖然差異巨大，但其中某些異質文化元素中卻存在著某種內在的同一，這種同一需要在幾種「力」的作用下才會激發體現出來。以符號學的視角來解釋即文化符號的「能指」是不一樣的，但其「所指」的意義則存在著同一性。與之對應的是格式塔心理學的同型論，這種同一性會使其在跨文化傳播過程中的文化對話間性空間中產生文化移情、異質同構。在文化對話間性空間進行異質同構的完形過程中，異質同構的基礎越牢固，立體空間的支點越多那麼文化對話間性空間所能建構的文化方向也就越多，能選擇的範圍也就越廣泛，對話空間的立體維度也就越多。基督教文化是西方的希臘文化與東方的希伯來文化相互交融而成的，當兩種文化相互碰撞相互傳播時，其中的異質文化元素集合是龐大的，在同質文化元素同構的文化場域的基礎上，異質文化元素能夠在文化差異中逐漸進行異質同構，將「他者」異質文化元素移情到與自身文化元素相近的文化中來，從而異質同構出新的文化體驗。與之類似的是印度佛教在中國的演變與繁榮發展的歷程，也是這種文化異質同構的典型代表。越是民族的也就越是世界的，跨文化傳播的宗旨是促成不同文化體系間的文化交流，並使雙方能夠接受與理解不同文化的差異性與獨特魅力，這正是跨文化傳播過程中文化對話間性空間異質同構的理論的出發點與落腳點。

III. 跨文化對話間性空間同構的主要影響因素

跨文化對話間性空間的同構是一個複雜而又十分龐大的微觀擬態工程，其中存在著諸多影響其文化對話間性空間同構的因素。在此，本文主要對以下兩個主要的影響因素展開說明。

首先，世俗的魅惑：跨文化傳播內在的功利性。跨文化傳播最初

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

的目的之一，是為了展示或者推銷自身的文化差異性與獨特性，從而達到促進文化傳播的目的，這就為其附帶著明顯的功利屬性。這種文化功利性體現在社會結構的各個領域之中，但與此同時，也在不同程度地限制影響著跨文化傳播過程中的文化對話間性空間的建構，這種影響主要體現在文化對話間性空間建構的時間上。跨文化對話間性空間是一個有著一定智慧的成長型文化對話空間，無論是同質同構或是異質同構，都是需要一定時間的積累與溝通培養的，然而功利性的屬性則不同程度地影響著跨文化對話間性空間同構成長的時間。

以國際間的跨文化廣告傳播為例，「在不同文化環境的傳播中，認識、融合差異、回避差異、尋求可能的對話與理解應該是加強廣告跨文化傳播的關鍵」(姚曦、蔣亦斌，2005：366)在廣告的跨文化傳播過程中，掌握了這些關鍵點將會使其對話空間的同構進程加快，促進不同文化的傳播速度增強傳播效果。但是跨文化傳播內在的這種功利屬性將會縮短這類掌握這些關鍵點的時間，從而達不到或者削減了預期的傳播效果。當一個跨國廣告發佈並進行推廣時，有一個重要的評估指標是廣告傳播效果，這種廣告傳播效果就是典型的跨文化傳播的功利性屬性的代表。當廣告的傳播效果達不到廣告主的預期效果時，那麼這一個國際間的推廣廣告就是一個失敗的廣告，廣告主則不會繼續浪費一大筆廣告預算與時間去推廣這麼一個廣告。不同於地理大發現時期的以「文化殖民」觀念為主的跨文化傳播，二戰後「文化傳播」逐漸成為思考和處置文化行為的視角和途徑(姜飛，2008)。但相對於之前，政策性行政動力支持被大幅度削弱了，所以跨文化對話間性空間建構時間的長短作用就被凸顯出來了。故而跨文化傳播的內在屬性(功利性)通過跨文化傳播的時間在深刻影響著跨文化傳播的間性空間的建構。

值得注意的是，跨文化傳播內在的功利性對於文化對話間性空間的同構既有積極的影響也有消極的影響。積極影響主要體現在，跨文化傳播的主體會依據傳播客體的文化特性制定相應的傳播策略和調整相關的文化內容。在此情境中，傳播主體是把傳播客體放置在同等地位進行平等對話與展開互動的。其目的是便於傳播客體更好地進行跨文化適應與接納。而消極方面主要體現在，在當下消費社會中，大多

數的傳播主體在跨文化傳播過程中短期內沒有達到相應的傳播效果，傳播主體則會放棄或者轉移其原有的文化傳播內容。這對於正在接受跨文化傳播的傳播客體的文化對話間性空間的同構體驗是不利的，會嚴重影響到以後其他內容的跨文化傳播適應與接納進程及結果。但就總體而言，跨文化傳播內在的功利性在促進當下全球一體化的文化進程方面仍是起著主要作用的。

其次，跨文化傳播所處的具體環境。格式塔心理學派的集大成者學者考夫卡 (Koffka, 1997) 在他的《格式塔心理學原理》一書中著重闡述了兩個重要的概念：心物場 (psycho-physical field) 與同型論 (isomorphism)。心物場中包含了自我和環境的兩極。環境是一個影響格式塔同型同構完成的重要因素，而環境又可以劃分為地理環境與行為環境兩個方面。「行為發生於環境之中，行為由行為環境來調整。行為環境有賴於兩組條件，一組是地理環境中所固有的，一組是有機體所固有的。」(考夫卡，1997：38)。在跨文化傳播過程中，作為傳受主客體雙方的人，其內在的有機體屬性就附帶了這種行為環境的一組條件，有機體「心物場」的差異性在文化對話間性空間同構的過程中也會有所體現，這種差異會不同程度地阻礙文化對話間性空間的同構。在跨文化傳播過程中所同構形成的對話空間中，不同體系的文化得以在此相互傳播與接受，在某種程度上，這個跨文化對話間性空間的存在對於文化傳受雙方來說就是一個微觀的行為環境。這一空間的穩固與否直接關係到跨文化傳播主客體能否有效地接受彼此傳播的文化內容。

至於宏觀的行為環境則是指整個宏觀的社會背景。社會環境是跨文化傳播的基礎，社會環境對跨文化傳播的影響可以分為兩種不同的情況。經濟基礎決定上層建築，激蕩的社會環境對文化對話間性空間的建構是明顯不利的，在跨文化傳播過程中同構著的對話空間是粗糙且不完滿的，尤其是異質同構出來的立體空間正處於磨合期，外在的環境壓力會嚴重影響傳播客體的接受能力，從而壓縮這種異質同構的空間範圍。反之，平穩的社會環境則有利於跨文化傳播的進行。但也有特殊情況，有時在動盪的社會環境下，由於受眾的思想體系正面臨著解構與重構的特殊時期，受眾的接受能力會有所增加，固有的文化偏見、刻板印象有所削弱。同時受眾也更容易受到各種文化思想的衝

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

擊，思想得以解放，跨文化對話間性空間也易於擴張。例如，鴉片戰爭時期，在激蕩的社會背景下，中國自清王朝以來的閉關鎖國政策被西方列強的武力所打破，各種西方文化的傳入掀起了一股西學東漸的潮流，同時中國的各種思想文化也迅速地傳播到西方各國。由此可見，在跨文化傳播中，傳播主體應時刻關注其所處的社會背景，選擇恰當的社會時機進行文化傳播，並應該具備營造有利於文化傳播的文化氛圍的良好意識。

濡化：跨文化對話間性空間的完善

I. 文化濡化：跨文化對話間性空間建構的粘合劑

Redfield、Linto與Herskovits (1936)是較早提出「濡化」概念的學者，其含義是指不同文化團體中的個人由於持續進行直接的接觸，使得交流中任意一方的文化或雙方的文化因此產生變遷的現象。在跨文化傳播過程中，文化濡化指的是將跨文化傳播的不同文化元素，放置於文化對話間性空間中進行磨合乃至改造，使雙方能夠協調起來，融為一體的過程。文化濡化是文化適應的核心理論，也是跨文化傳播研究的一個重要研究方向，對於跨文化對話間性空間的完善有著至關重要的作用。在跨文化傳播過程中，無論是在文化對話間性空間的平面，還是在立體的空間同構方面，因其文化自身的異質性，所同構出來的空間都是粗糙的、是有著無數文化裂縫存在的框架性空間。雖然這些空間框架由於同構的文化元素的優化而達到穩固，但其週邊仍然是不完整的，此時文化濡化則是使其平面與立體空間同構達到相對完滿狀態的一個至關重要的粘合劑。濡化的種類可以區分為集體或團體濡化(強調集體文化的變遷)以及心理濡化(強調個人心理的變遷)兩種不同層次的現象(Graves, 1967)。在本文中所探討的濡化現象主要是指心理濡化。

跨文化傳播過程中的文化濡化策略可以引用加拿大學者Berry的「濡化策略模式」(acculturation strategy model)的劃分：「文化整合、文化同化、文化分離、文化邊緣化」(安然等，2011：37)。在跨文化傳播過程中的對話空間的同構中，文化整合是最重要的一個策略。當不同

的文化體系元素相互同構時，只有文化整合模式的同構才能使異質文化元素達到一種平衡的狀態，使異質文化元素間產生共鳴，同構出來的空間結構才能最大限度穩固。在跨文化對話間性空間中同質同構是簡易與相對穩固的，卻也不是完滿與毫無文化裂縫的。立體空間異質同構時，異質文化元素的文化融入相對較難，主體身份意識、種族文化身份認同的程度不一，故而文化適應的濡化則是文化對話間性空間同構達到相對完滿狀態的重要粘合劑。要想發揮這種文化濡化的粘合劑作用，就必須處理好不同文化體系間的身份意識的認同度與文化融入的程度和文化交流頻率的關係。

II. 跨文化對話間性空間濡化的特徵

在跨文化傳播過程中文化對話間性空間濡化的特徵主要體現在文化磨合與融合兩方面。在文化磨合方面，文化裂縫的存在使文化對話間性空間只能趨向相對完整，不存在完美狀態。「文化裂縫」是跨文化傳播所不能避開的問題，「文化裂縫」又稱「文化隔閡」，雖然有著文化普遍價值所蘊含的同質文化元素，但是同質文化元素有限，更多的則是異質文化元素。異質文化元素所帶來的文化裂縫就像「誤差」一樣是不可避免的，也是消除不了的客觀存在。文化濡化在跨文化間性空間中的主要角色就是雖然不能消滅這些衝突，但能最大限度的減小文化裂縫所帶來的文化分歧與衝突。同時文化濡化策略中的文化整合、同化只占其中一部分，還有文化分離、文化邊緣化等其他的发展方向，這在一定程度上也說明瞭文化濡化的粘合劑的作用是有限的。故而跨文化傳播的完形格式塔空間同構只能接近於相對完滿的狀態而永遠也達不到絕對完美狀態。如果說理想中的跨文化傳播的對話間性空間是圓形球體的話，那麼現實中實際所同構和最終濡化出來的對話空間只是一個無限趨近於圓形的橢圓間性空間。

在文化融合方面，文化濡化在跨文化間性空間的完善過程中附帶了一定程度的智慧性。擁有一定程度的智慧性主要源自於文化對話間性空間的同構與完善是在文化深層次結構下各種「力」平衡協作的結果。這種智慧性主要體現在：首先，有一定程度的把關意識。在關注跨文化傳播間性空間完善的把關過程問題上，需要注意的一點是，先

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

要把其中做為人的把關意識獨立出來，只有把人的主觀意識抽取出來後，進行文化對話間性空間的把關意識的研究才是客觀公正的。在文化對話間性空間同構的過程中，同質同構需要選擇同質的文化元素，異質同構也需要選擇內在具有同一性、能夠達到引起移情或者說是能夠達到幾種文化元素「力」的平衡的異質文化元素，這就是一個把關的意識過程。這種智慧性的把關意識貫穿於跨文化對話間性空間的同構與濡化過程中。尤其在後期的濡化中如何把關進行選擇具有內在統一的文化元素進行交流濡化對於整個間性空間的完善有著舉足輕重的意義。其次，具有明顯的成長性。在跨文化傳播過程中跨文化傳播的對話間性空間從空間框架到具體的對話空間建構是需要一定時間來濡化的，用以保障同構的穩定性，因此跨文化間性空間的濡化是一個動態的傳播過程。在濡化時，首先是平面空間同構後的濡化，之後是立體空間異質同構的濡化過程。隨著傳播時間的推移而不斷成長，由粗糙到較為完滿的空間狀態的過程體現出了較為明顯的成長性，並且這種成長性是以具有一定把關意識為基礎的，這就為其智慧特徵奠定了堅實的基礎。最後，傳播內容間交互的自發性。在跨文化傳播過程中的文化對話間性空間裡，不同的文化體系間的碰撞與交流展開後，作為整個傳播過程中的關鍵要素之一的傳播內容(即文化自身)會自發的進行交互。這種自發的交互性源於文化自我進化的發展訴求。跨文化傳播中的文化濡化在其傳播過程中的意義由傳播效果方向延伸到了文化本身發展的命題領域中。文化的自我發展與進化是一個需要不斷交流與融合吸收新的文化元素的動態過程。這一過程直接作用於跨文化傳播過程中文化對話間性空間建構的同構與濡化進程之中。自發的交互性主要側重於文化交流的過程而非結果，同時使得文化不再是被動地融合，而是會自發地去協作交流。這種自發的交互性構成了文化濡化的主要內容，促進了跨文化對話間性空間建構的後期完善。

III. 跨文化對話間性空間濡化的主要影響因素

跨文化對話間性空間的完善需要濡化的調適，然而在其濡化過程中，不同文化體系間的文化異質性、文化症候等因素，以及其他諸如文化距離、濡化壓力、濡化能力與主觀意願、種族、人格等因素都會

不同程度地影響該空間的完善。在眾多的影響因素中，有三個因素是比較關鍵的，分別是「文化異質性」、「濡化壓力」、「文化距離」。「文化異質性」是影響跨文化對話間性空間濡化的最本源因素，而「濡化壓力」和「文化距離」則是在這個本源因素中分別衍生出來的兩個較為重要的影響因素。若以樹為喻，它們之間的邏輯關係是「文化異質性」為樹的主幹，而「濡化壓力」、「文化距離」是這棵樹主幹上分叉出去的兩個較為粗壯的枝幹。

首先，「文化異質性」(idiosyncrasy) 是跨文化溝通的最大障礙(陳國明, 2010: 30)，也成為了跨文化間性空間濡化完善的首要影響因素。異質同構作為跨文化對話間性空間建構的一種方式，雖然能夠將少數不同的異質文化元素加以整合，但仍有大部分的異質文化元素不能在文化間性空間中能夠得到相互配對以產生文化反應。因此這些沒有得到文化融合的異質文化元素在文化間性空間中相互碰撞衍生出：刻板印象與偏見、語言差異、非語言的誤譯、高度焦慮、同質化的假設導致錯誤的認知傾向、判斷的傾向這六項影響跨文化傳播的障礙與困難(Barna, 1997)。其次，「濡化壓力」(acculturative stress) 是基於「文化異質性」並回應壓力源而產生的一種影響文化間性空間濡化的重要因素。焦慮、困惑、疏離感、邊緣感及認同混亂等心理健康狀況下降的現像是其具體表徵，這些濡化壓力多源自於外部環境。正如曹經緯(2011)所指出的在華跨國公司的外籍高管在文化濡化的壓力因素方面主要表現在工作壓力上，而壓力源主要來自於家庭、人際交往模式和政策環境等因素。此外，「文化距離」(culture distance) 同樣也是「文化異質性」的另一種延伸，對於文化對話間性空間的濡化完善也有著重要的影響。文化距離主要是指旅居者的文化與地主國文化之間的差距或母文化和新主流文化之間的差異，可以用來衡量跨文化傳播主客體本身的文化環境與其所面臨的新文化環境中社會和自然兩個領域中的不同(Babiker, Cox, & Miller, 1980; Ward & Searle, 1991)。Triandis(2003)指出在跨文化傳播過程中互動雙方所處的社會結構、生活水準、價值觀、宗教信仰及所使用的語言等都是影響文化距離的因素，都有可能在互動交流中增加其文化誤解與衝突的可能性。因此，其通常被視為測量旅居人在異鄉的疏離感與心理苦痛的指標，文化距離愈

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

大，旅居者的疏離感就愈強，心理也愈苦痛，對於跨文化對話間性空間的濡化也就越不利。

連接與調適：跨文化對話間性空間同構與濡化的運行機制

跨文化對話間性空間是不同文化體系間互動傳播過程中形成的對話空間的集合代稱，類似於李普曼(Walter Lippmann)的「擬態環境」但又相差甚遠。該空間的同構與濡化是一個動態的過程，在其建構與完善的過程中存在著多個可用於該空間內部連接與調適的運行機制。編碼/解碼理論、基於移情/共情的文化移植理論、相互學習/借鑒理論是諸多運行機制中比較重要的三條，這三者相互交織，共同築造了跨文化對話間性空間建構與完善過程中的主要運行機制網絡。而勾連這三條運行機制相互交織的網絡節點正是文化間性中一直所強調的「互動」與「求同存異」特徵。編碼/解碼中的「協商性解碼」，文化移植中的「移情、共情」及相互學習與借鑒中所強調的「互動、對照」圍繞著文化間性中的跨文化互動與求同存異的傳播內涵這一網絡節點，進行跨文化對話間性空間同構與濡化的相互連接與調適。在該過程中，這三條主要的運行機制間既相互重合又有著各自的特質。

首先，協商性解碼的互動協商與平等對話建構了跨文化對話間性空間中同構與濡化的運行機制之一。霍爾在1973年在《電視話語中的編碼與解碼》提出了主導—霸權解碼、協商性解碼和對抗性解碼的三種受眾解碼假設(黃鑫，2013)。但霍爾的三種解碼方式是1973年提出的理論假設，當時流行的文化帝國主義、文化霸權等國際傳播理論，反映了對外來文化的防禦抵抗心理。在當今世界，出於務實合作、適應全球化等目的的需要，機構和個人都日益需要且歡迎外來文化，並表現出了學習與適應的開放態度，這種語境下的解碼少了些霸權與對抗因素(區域性的地方文化保護主義除外)。因此，主導—霸權性和對抗性解碼方式在當下的跨文化傳播語境中較少存在，傳受雙方更多的是選擇「協商性解碼」作為跨文化傳播中文化對話間性空間同構與濡化的主要編碼/解碼運行準則。當文化對話間性空間是以「協商性解碼」進行編碼/解碼時，文化對話間性空間是達到了相對完滿的狀態的。不

同文化體系以較為平等的身份在文化對話間性空間中進行交流協商，以溫和的交融方式進行文化元素的交織建構，其間性空間的閾值可隨著建構時間的推移而不斷成長。與之相對應的文化濡化策略是文化整合，在跨文化傳播文化場域中單方文化體系既重視保持傳統文化，也注重與其他群體進行日常的交往。

其次，以移情、共情為基礎的文化移植建構了跨文化對話間性空間同構與濡化的運行機制之二。文化移植能夠建構一個豐富而複雜的文化空間，它包容著不同的、有時甚至是對立的、矛盾的「感知」（薩布里，2008）。因此，文化移植在某些方面有利於消解文化的二元對立狀態，從而建構一種「居間」的文化身份。美國華裔作家湯亭亭的《女勇士》中的對中國傳統典故的文化移植和改寫就是其中的一個事例（汪景峰、陳愛敏，2012）。在跨文化間性空間建構過程中的文化移植是基於文化移情和文化共情的基礎而進行的。文化移植中的移情能力為跨文化傳播文化內容的「協商性解碼」提供了一個很好的內在邏輯。簡而言之，移情能力就是將自己放在別人的立場來看自己及別人，是一種複雜的心理和社會推論，是一種溝通訊息的建構過程（潘家慶、許佳正、陳蕙芬，1990）。專注於研究人際傳播的學者將移情能力分為心理的層次（即感同身受的感覺）、社會的層次（除了能感受對方的心理感受外，還能預測其言行）、互動的層次（在前兩個層次的基礎上，再依本身的傳播目的去建構最有效的傳播訊息）三個層次進行討論（Miller & Steinberg, 1975, pp. 167-174）。潘家慶等人（1990）就以此為研究思路，針對當時大陸和台灣地區的新聞記者相互交流、奔赴兩岸採訪時為避免雙方文化、意識形態和主觀態度上的衝突的狀態，提出應該培養「移情」能力，用以對彼此的文化進行協商性解碼。共情理念是一個較新穎的概念。共情是發生在人際互動過程中的一種心理現象，恰當地共情可以提高親社會行為的發生幾率（劉聰慧、王永梅、俞國良、王擁軍，2009）。將文化共情的概念引入到跨文化傳播中，其目的是為了提高跨文化傳播的能力，降低和避免跨文化傳播的失誤。文化共情主要是基於儒家的「己所不欲勿施於人」的思想理念，將跨文化傳播的傳受雙方與不同的文化體系放置在一個平等的位置上去進行溝通與交流，這有利於文化對話間性空間在同構時促使傳播傳受雙方更好地採取「協商性

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

解碼]方式解碼所傳播的文化內容，從而達到跨文化傳播與增強傳播效果的目的。

此外，相互學習與借鑒理論建構了跨文化對話間性空間同構與濡化的運行機制之三。相對於以文化移情和共情為基礎的文化移植的文化間性空間建構方式，相互學習與借鑒是一種更重視互動與交流的建構方式。文化擁有整體性、我族主義、動態性以及經由學習獲取的這四個基本特徵；其中因文化是一組共同分享的符號系統，故而人類不可能與生俱來地在器物、人事、精神等各方面擁有文化，必須經由社會化的學習過程而相互習得(陳國明，2003：44-48)。這種相互學習的文化特性決定了不同傳播主體在文化間性空間中進行跨文化協商調整時是彼此相互汲取其優秀文化成分，用以完善自身文化的不足並達到相互理解的目的。此外Taylor在Mezirow的轉化學習理論和Kim、Ruben的跨文化轉化理論的基礎上發展出跨文化適應的轉化學習模式。該模式主要通過工具性學習方式(用技能式解決問題的方法)和溝通學習方式(對諸如感覺、態度等概念的認知理解過程)來反思自己的經歷並學習東道國文化，用以達到跨文化轉化的目的(陳國明、安然，2010：236-238)。在立足於自身文化身份的基礎上，跨文化傳播主體通過轉化對方文化內涵用以擴大文化間性空間，為彼此在跨文化適應時爭取更多的可能性。

「休憩區域」：跨國企業中跨文化對話間性空間的具化實踐

第三空間理論是建構在多元文化主義的基礎上的，主張不同文化體系間(包括其文化載體——不同的語言形式)的交流與傳播需要尋求一個可以讓不同文化體系可以平等對話、和而不同、有容乃大的第三空間(Lo Bianco, Liddicoat, & Crozet, 1998)。在當下，關於第三空間的研究主要聚焦於圖書館(李浩，2011)、星巴克(Oldenburg, 1999)等這類大型的社會公共領域的文化交往行為上。近年來，跨國企業也關注到第三空間的特殊功能，在其企業辦公建築規劃與建設過程中，其跨國企業管理者便會特意請專業設計師分別從人的因素和場所的因素兩

條線索尋求設計依據，對餐飲、咖啡區等這類辦公休憩公共空間進行具體設計，對空間的擺設、氣氛、位置、圍合等諸方面深入分析、研究，給出辦公休憩交往空間的合理化設計思路和方法（張雋，2002）。相應的學理探究在學界也得到充分的重視，例如陳國明（2002）在關於風水與華人溝通行為研究的十項命題中有兩項就涉及到了企業空間的設計：「公司空間的設計愈是適當，商業談判的過程愈是順利；公司空間的設計愈是舒適公司的生意愈是興隆。」

跨國企業的管理者之所以高度重視企業建築空間的設計是因為良好的空間設計能夠有效地幫助企業實現跨文化整合，而休憩區域在其文化整合方面的功能尤為明顯。文化整合是應對文化多樣性的一種強有力的工具。整合的解決方案通常是通過認知並超越員工和客戶的個人文化而創造出企業管理和組織的新形式（陳國明、安然，2010：35-36）。跨國企業在其辦公建築空間內進行有意識地開發設計「第三空間」，是其進行跨文化整合的一個典型例證。其理念是：將企業內來自於不同文化體系的員工在辦公之外的休憩時間彙聚於一個相對舒適的跨文化交流空間內，使之能夠在開放、舒適的空間環境中進行交流，促進員工的跨文化適應與濡化能力的提升，這種提升不僅適用於新進員工，同時也適用於企業老員工，尤其是在提升其對外開展工作時的業務能力方面。劉俊振（2008）將跨國企業外派員工的跨文化適應分為「工作、一般生活、互動以及心理適應」四類。其中的互動與心理適應在企業辦公建築內的公共休憩空間就可以進行，企業員工在工作之餘，與東道主國員工以及其他不同文化體系的同事可以展開很好的互動，展開跨文化同構，促進文化間的溝通與整合，進而促進同事之間的跨文化濡化。

Hall（1966）將空間歸納為固定空間、半固定空間與非正式空間三種。休憩區域則將這三種空間融為一體，同時休憩區域也是將跨文化間性空間實體化實踐的一種特殊的第三空間。在此空間中，跨國企業員工間的公共距離、社交距離、個人距離與親密距離（Hall, 1966）得到了很好的呈現。在這種經過具化了的跨文化對話間性空間中，跨國企業員工之間的跨文化交流行為有了一個合理化空間，即為其跨文化交往行為提供了一個正確的、合乎辦公之外的規範語境相關的言語行為

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

(哈貝馬斯, 2004: 100)。來自不同文化體系的員工可以利用這些公共空間進行隨意休閒式的跨文化交往, 與主觀世界內的文化對話間性空間同步進行同構與文化濡化, 從而進行跨文化傳播與交往。在跨國企業中, 文化對話間性空間的同構與濡化表現形式是跨國員工間的文化認同。文化認同是文化理解和文化能力的綜合表現, 也是跨國企業進行跨文化整合的前提之一。

在跨國企業辦公建築內的第三空間中的跨文化傳播與交流行為, 因有著「同仁」這一社會角色的社會紐帶以及經過精心設計的休憩區域空間的存在, 能夠為跨國企業員工縮小文化異質性、濡化壓力及文化距離等同構與濡化的影響因素, 為溝通雙方的文化認同縮小難度與認同時間。通過在辦公區之外的公共休憩區域空間的跨文化交流, 不僅可以幫助企業員工增進文化認同與情感聯繫, 同時還可以幫助企業員工擴展文化視野、增強跨文化適應能力, 從而更好地在異域他鄉的工作環境中勝任本職工作。Jesnsen Chung (2000) 指出: 關係的深淺、面子的重視、角色認知的差異、禮尚往來的觀念、面對問題的方式、沉默寡言、對社會規則的熟悉度、表現謙卑、時空環境的重視及語言的障礙這十項是影響著組織成員「果敢」(assertiveness) 程度——即在人際關係中捍衛自己的權利, 而又能尊重他人權利的一種溝通能力的重要指標。在這十項指標中, 針對關係的深淺、沉默寡言、時空環境的重視、表現謙卑這四項影響因素, 跨國企業的管理者、建築設計師可以在企業內的休憩區域中依據間距學原理, 通過精心的空間設計進行改善。跨國企業內部休憩區域的良好空間設計可以為來自不同文化體系中的員工營造出一個能夠進行友善交流的空間。這有利於改善企業員工沉默寡言的表現, 增強其自信心。進而逐步改善其因為文化身份差異所導致的過分謙卑等行為, 繼而在此基礎上整體提升跨國企業員工的「果敢」程度, 促進企業員工間的友好人際關係和企業文化認同, 實現跨國企業員工的跨文化整合。

當跨文化對話間性空間具化在跨國企業中的休憩區域時, 企業員工能夠在這一空間中基於移情、共情的文化移植、相互學習與借鑒彼此的文化特性, 從而碰撞出新的文化創意, 促進企業生產力的提高。這種影響在以創新型高科技產業園區中的跨國企業中尤為明顯。其中

Google公司辦公建築中休憩區域的設計與裝置堪稱典型代表。2013年美國喜劇電影《實習大叔》以Google為內容場景，其實景拍攝地點就在美國Google公司總部，在該影片中真實地再現了其休憩區域休閒、互動的「遊樂園」場景。企業員工在其中暢談、討論、各種創意的相互碰撞與修正保持了企業員工的創新活力。此外，跨國企業中的休憩區域的精心設計也契合了跨國企業員工在跨文化對話時的社會心理。跨文化傳播的這種附帶著世俗魅惑的功利性社會動力機制心理，在企業員工的跨文化交流過程中期望能夠與企業同仁在休憩時間內建立良好的同事關係、累積社會資本時，有著直接體現。依據跨文化對話間性空間所設計、裝置出的休憩區域，有助於明跨國企業員工擁有良好的社交距離。從而促使其能夠進行有效地跨文化交流，以各自的文化趣聞和當下共有社會時事話題進行對話溝通，從而建立文化資本和社會資本。

結論與建議

本文對跨文化傳播中所形成的文化對話間性空間展開了初步的理論性解析。跨文化對話間性空間是跨文化傳播過程中文化對話的必然結果，也是影響跨文化傳播效能的一個關鍵變數。跨文化對話間性空間的形成是基於哲學層面的「間性」存在，是一個在文化間性的基礎上由不同文化體系、文化與傳播的同構與濡化完善的過程。因此就某種程度而言，跨文化傳播的本質就是在文化間性空間中的不同文化體系間的交互協商調整過程。文化間性的存在不僅為跨文化傳播提供了切實可行的溝通基礎，也為跨文化對話間性空間的同構與濡化奠定理論基石，還為避免內卷化，並實現自身進化這一文化自我發展訴求提供了可能。但在這一過程中跨文化對話間性空間也會受限於文化自身內在的異質性、傳播主/客體間的屬性、傳播功利性等諸多因素的影響。因此，在對外進行「中國敘事」的跨文化傳播時，作為敘事方的傳播主體需要注重挖掘其不同文化敘事的文化對話間性空間。在建構跨文化間性空間時需要避免相應的同構、濡化影響因素，促進不同文化交流者在文化間性空間中的相互協商與調整適應。此外，跨國企業員

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

工的跨文化適應是跨文化傳播中的一個典型研究領域。跨國企業辦公建築中的「休憩區域」作為一種跨文化傳播與適應的特殊公共空間，其實質是跨文化對話間性空間的一種實體化實踐。在跨國企業的辦公建築空間中的規劃與設計在當下應該成為一種企業跨文化管理的重點實踐領域。這不僅關乎人與建築及空間的交互理念，更關乎著一個跨國企業在對其員工的跨文化管理中增強員工彼此間文化認知與認同的能力建設，促進跨文化傳播能力的改善。

本文立足於已有的研究成果，對跨文化傳播過程中所形成的文化對話間性空間的同構、濡化及其主要運行機制進行了相應的簡要分析，並結合跨國企業中的「休憩區域」進行相應的論述。但囿於文章篇幅與作者水準，本文並未對跨文化對話間性空間的建構與完善及其運行機制做相應實證分析。跨國企業辦公建築中的「休憩區域」是一個合適的實地研究場所。因此，對「休憩區域」中跨國企業員工的跨文化傳播實踐進行參與式觀察、深度訪談以及問卷調查，是本研究進一步檢驗「跨文化對話間性空間」建構與完善的一個未來方向。此外，在諸如日本動漫在中國的跨文化傳播與接受，中國文學作品的翻譯對外傳播等其他領域，同樣可以進行跨文化對話間性空間的應用型研究。最後，本文使用材料的有限性，足以表明它僅只是一個關於「跨文化對話間性空間」研究的導論而已，旨在以此拋磚引玉，希望能夠以此引起更多跨文化傳播學者對該研究方向的重視，並為未來研究提供一定的參考。

註釋

- 1 關哲(2015年6月30日)。〈外國網友如何評價「中國敘事」?〉。取自觀察者網，http://www.guancha.cn/GuanZhe/2015_06_30_325111.shtml。
- 2 完形論是指在心理學中視覺能夠自動的把不完整的視覺結構完形成為一個完整的視覺結構的一種知覺規律現象，也是跨文化傳播文化場域同質同構的源泉。同型論是指概念意指環境中的組織關係在體驗這些關係的個體中產生了一個與之同型的腦場模型，在文學中可稱之為「移情」，這種同型是跨文化傳播中文化場域異質同構的源泉。

- 3 文化元素是指帶有自身特質屬性的文化基因，也稱之為文化特質，具體的文化元素，常指一種以物質為載體蘊含著某種固定意義實體性的東西，比如中國園林、中國結、花燈等。抽象的文化元素是指某種文化現象凝聚形成的文化膠質。

參考文獻

中文部分 (Chinese Section)

- 安然等(編)(2011)。《跨文化傳播與適應研究》。北京：中國社會科學出版社。
- An Ran et al. (Ed.) (2011). *Kuawenhua chuanbo yu shiying yanjiu*. Beijing: Zhongguo shehui kexue chubanshe.
- 布迪厄、華康德(1998)。《實踐與反思：反思社會學導引》(李猛、李康譯)。北京：中央編譯出版社。(原書 Bourdieu, P., & Wacquant, L. D. [1992]. *An invitation to reflexive sociology*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.)
- Bourdieu, P., & Wacquant, L. D. (1998). *Shijian yu fansi: fansi shehui kexue daoyin* (Li Meng & Li Kang, Trans.). Beijing: Zhongyang bianyi chubanshe. (Original book: Bourdieu, P., & Wacquant, L. D. (1992). *An invitation to reflexive sociology*. Chicago, IL: The University of Chicago Press.)
- 蔡熙(2009)。〈關於文化間性的理論思考〉。《大連大學學報》，第1期，頁80-84。
- Cai Xi (2009). *Guanyu wenhuajianxing de lilun sikao*. *Dalian daxue xuebao*, 1, 80-84.
- 曹經緯(2011)。《在華跨國公司外籍高管跨文化適應的壓力及應對研究》。華東師範大學心理與認知科學學院博士論文。
- Cao Jingwei (2011). *Zaihua kuaguogongsi waiji gaoguan kuawenhua shiying de yali ji yingdui yanjiu*. Huadong shifan daxue xinli yu renzhikexue xueyuan boshi lunwen.
- 陳涵平(2005)。〈間性理論與比較文學〉。《學術研究》，第12期，頁129-132、148。
- Chen Hanping (2005). *Jianxing lilun yu bijiaowenxue*. *Xueshu yanjiu*, 12, 129-132, 148.
- 陳力丹(2016)。〈「一帶一路」下跨文化傳播研究的幾個面向〉。《江西師範大學學報(哲學社會科學版)》，第1期，頁69-73。

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

- Chen Lidan (2016). Yidai yilu xia kuawenhua chuanbo yanjiu de jige mianxiang. *Jiangxi shifan daxue xuebao (zhexue shehuikexue ban)*, 1, 69–73.
- 陳國明(2002)。〈風水與華人的溝通行為理論建立之嘗試〉。中華傳播學會2002年學術研討會論文，台北。
- Chen Guoming (2002). Fengshui yu huaren de goutong xingwei lilun jianli zhi changshi. *Zhonghuachuanbo xuehui 2002 nian xueshu yantaohui lunwen*, Taipei.
- 陳國明(2003)。《文化間傳播學》。台灣：五南圖書出版股份有限公司。
- Chen Guoming (2003). *Wenhuajian chuanboxue*. Taiwan: Wunan tushu chubangufenyouxian gongsi.
- 陳國明(2006)。〈論全球傳播能力模式〉。《浙江社會科學》(趙晶晶譯)，第4期，頁131–139。
- Chen Guoming (2006). Lun quanqiu chuanbo nengli moshi. *Zhejiang shehuikexue*. (Zhao Jingjing trans.), 4, 131–139.
- 陳國明(2009)。《跨文化交際學》。上海：華東師範大學出版社。
- Chen Guoming (2009). *Kuawenhua jiaojixue*. Shanghai: Huadong shifan daxue chubanshe.
- 陳國明(2010)。〈「跨文化傳播」術語和學科的生成發展〉。《學術研究》，第11期，頁141–148、160。
- Chen Guoming (2010). Kuawenhua chuanbo shuyu he xueke de shengcheng fazhan. *Xueshu yanjiu*, 11, 141–148, 160.
- 陳國明、安然(編)(2010)。《跨文化傳播學關鍵術語解讀》。北京：中國社會科學出版社。
- Chen Guoming & An Ran (Eds.) (2010). *Kuawenhua chuanboxue guanjian shuyu jiedu*. Beijing: Zhongguo shehuikexue chubanshe.
- 陳國明(2011)。〈論跨文化傳播的脈絡性〉。《傳播研究與實踐》，第2期，頁13–24。
- Chen Guoming (2011). Lun kuawenhua chuanbo de mailuoxing. *Chuanbo yanjiu yu shijian*, 2, 13–24.
- 陳國明(2012)。〈跨文化適應理論構建〉。《學術研究》(余彤譯)，第1期，頁130–138。
- Chen Guoming (2012). Kuawenhua shiying lilun jiangou. *Xueshu yanjiu* (Yu Tong trans.), 1, 130–138.
- 黃鑫(2013)。〈新的博弈——再讀霍爾的編碼/解碼理論〉。《新聞傳播》，第4期，頁143–145。

- Huang xin (2013). Xinde boyi—Zaidu huor de biamajiema lilun. *Xinwen chuanbo*, 4, 143–145.
- 尤爾根·哈貝馬斯(2004)。《行為交往理論：行為合理性與社會合理性》(曹衛東譯)。上海：上海人民出版社。(原書Habermas, J. [1984]. *The theory of communicative action: Reason and the rationalization of society*. Beacon: Beacon Press.)
- Habermas, J. (2004). *Xingwei jiaowang lilun: xingwei helixing yu shehui helixing* (Cao Weidong, Trans.). Shanghai: Shanghai renmin chubanshe. (Original book: Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action: Reason and the rationalization of society*. Beacon: Beacon Press.)
- 姜飛(2008)。〈中國跨文化傳播研究三十年探討(1978–2008)〉。《新聞與傳播研究》，第5期，頁16–21。
- Jiang Fei (2008). Zhongguo kuawenhua chuanbo yanjiu sanshinian tantao (1978–2008), *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 5, 16–21.
- 姜飛(2010)。〈美國跨文化傳播研究形成發展的理論脈絡〉。《新聞與傳播研究》，第3期，頁17–27。
- Jiang Fei (2010). Meiguoku kuawenhua chuanbo yanjiu xingcheng fazhan de lilun mailuo. *Xinwen yu chuanbo yanjiu*, 3, 17–27.
- 姜飛(2016)。〈跨文化傳播研究的思想地圖與中國國際傳播規劃的轉向〉。《暨南學報(哲學社會科學版)》，第1期，頁83–95、131–132。
- Jiang Fei (2016). Kuawenhua chuanbo yanjiu de sixiang ditu yu zhongguo guojichuanbo guihua de zhuanxiang. *Jinan xuebao (zhexue shehui kexue ban)*, 1, 83–95, 131–132.
- 庫爾特·考夫卡(1997)。《格式塔心理學原理》(黎煒譯)。浙江：浙江教育出版社。(原書Koffka, K. [1935]. *Principle of gestalt psychology*. London: Lund Humphries.)
- Koffka, K. (1997). *Geshita xinlixue yuanli* (Li Yi, Trans.). Zhejiang: Zhejiang jiaoyu chubanshe. (Original book: Koffka, K. (1935). *Principle of gestalt psychology*. London: Lund Humphries.)
- 李浩(2011)。〈免費開放後的公共圖書館要逐步走向天堂——借鑒星巴克理念打造「第三空間」的思考〉。《圖書館建設》，第10期，頁74–76。
- Li Hao (2011). Mianfei kaifang hou de gonggong tushuguan yao zhubu zouxiang tiantang—Jiejian xingbake linian dazao disankongjian de sikao. *Tushuguan jianshe*, 10, 74–76.

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

- 劉俊振(2008)。〈論外派人員跨文化適應的內在系統構成與機制〉。《廣西民族大學學報(哲學社會科學版)》，第6期，頁63-66。
- Liu Junzhen (2008). Lun waipai renyuan kuawenhua shiying de neizai xitong goucheng yu jizhi. *Guangxi minzu daxue xuebao (zhexue shehuikexue ban)*, 6, 63-66.
- 劉聰慧、王永梅、俞國良、王擁軍(2009)。〈共情的相關理論評述及動態模型探新〉。《心理科學進展》，第5期，頁964-972。
- Liu Conghui, Wang Yongmei, Yu Guoliang, & Wang Yongjun (2009). Gongqing de xiangguan lilun ppingshu ji dongtai moxing tanxi. *Xinli kexue jinzhan*, 5, 964-972.
- 劉陽(2010)。〈我國本土化跨文化傳播研究現狀分析——以2000-2009年部分CSSCI新聞傳播類學術刊物為例〉。《西南民族大學學報(人文社科版)》，第7期，頁130-136。
- Liu Yang (2010). Woguo bentuhua kuawenhuanbo yanjiu xianzhuang fenxi—Yi 2000-2009 nian bufen CSSCI xinwenchuanbo xueshu kanwu weili. *Xinan minzu daxue xuebao (renwen shekeban)*, 7, 130-136.
- 鹿國治(2002)。〈問性思維與比較文學——談比較文學研究主體的思維基礎〉。《山東師範大學學報(人文社會科學版)》，第4期，頁42-44。
- Lu Guozhi (2002). Jianxing siwei yu bijiaowenxue—Tan bijiaowenxue yanjiu zhuti de siwei jichu. *Shandong shifan daxue xuebao (renwen shehuikexue ban)*, 4, 42-44.
- 普羅瑟(2013)。《文化對話：跨文化傳播導論》(何道寬譯)。北京：北京大學出版社。(原書Prose, M. H. [1978]. *The cultural dialogue: An introduction to intercultural communication*. Boston: Houghton Mifflin.)
- Prose, M. H. (2013). *Wenhua duihua: kuawenhua chuanbo daolun* (He Daokuan, Trans.). Beijing: Beijing daxue chubanshe. (Original Book: Prose, M. H. (1978). *The cultural dialogue: An introduction to intercultural communication*. Boston: Houghton Mifflin.)
- 潘家慶、許佳正、陳蕙芬(1990)。〈兩岸記者交流的相關理論〉。《新聞學研究》，第43期，頁1-24。
- Pan Jiaqing, Xu Jiazheng, & Chen Huifen (1990). Liangan jizhe jiaoliu de xiangguan lilun. *Xinwenxue yanjiu*, 43, 1-24.
- 單波(2011)。〈跨文化傳播的基本理論命題〉。《華中師範大學學報(人文社會科學版)》，第1期，頁103-113。
- Shan Bo (2011). Kuawenhua chuanbo de jiben lilun mingti. *Huazhong shifan daxue xuebao (renwen shehuikexue ban)*, 1, 103-113.

- 單波、林莉 (2015)。〈2014年西方跨文化傳播研究綜述(上)〉。《文化與傳播》，第1期，頁4-10。
- Shan Bo & Lin Li (2015). 2014 nian xifang kuawenhua chuanbo yanjiu zongshu (shang). *Wenhua yu chuanbo*, 1, 4-10.
- 索傑 (2005)。《第三空間：去往洛杉磯和其他真實和想像地方的旅程》(陸揚譯)。上海：上海教育出版社。(原書 Soja, E. W. [1996]. *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. New York: Wiley-Blackwell.)
- Soja, E. W. (2005). *Di san kongjian: quwang luoshanji he qita zhenshi he xiangxiang difang de lvcheng* (Lu Yang, Trans.). Shanghai: Shanghai jiaoyu chubanshe (Original Book: Soja, E. W. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places*. New York: Wiley-Blackwell.)
- 薩布里 (2008)。〈摩洛哥人放棄「古斯古斯」轉向衛星電視——環球電視，感知與文化移植〉。《新聞與傳播評論》(葉曉華譯)，頁46-59、251-252、257。
- Sabuli TaiRuike (2008). Moluogeren fangqi gusigusi zhuanxiang weixing dianshi—huanqiudianshi, ganzhi yu wenhuayizhi. *Xinwen yu chuanbo pinglun* (Ye Xiaohua, Trans.), 46-59, 251-252, 257.
- 王才勇 (2007)。〈文化間性問題論要〉。《江西社會科學》，第4期，頁43-48。
- Wang Caiyong (2007). *Wenhua jianxing wenti lunyao*. *Jiangxi shehuikexue*, 4, 43-48.
- 王永陽 (2013)。〈國際漢語教學傳播與跨文化交際第三空間模式〉。《雲南師範大學學報(對外漢語教學與研究版)》，第1期，頁73-79。
- Wang Yongyang (2013). *Guoji hanyu jiaoxue chuanbo yu kuawenhua jiaoji disan kongjian moshi*. *Yunnan shifan daxue xuebao (duiwai hanyu jiaoxue yu yanjiu ban)*, 1, 73-79.
- 汪景峰、陳愛敏 (2012)。〈在「第三空間」建構文化身份：《女勇士》中文化移植和改寫現象的後殖民解讀〉。《南京工程學院學報(社會科學版)》，第3期，頁11-15。
- Wang Jingfeng & Chen Aiming (2012). *Zai disankongjian jiangou wenhuashenfen: nvyongshi zhong wenhuayizhi he gaixie xianxiang de houzhimin jiedu*. *Nanjing gongcheng xueyuan xuebao (shehui kexue ban)*, 3, 11-15.
- 辛靜 (2015)。〈熟悉的陌生人：美國新聞媒體中被他者化的中國作家莫言〉。《國際新聞界》，第4期，頁27-38。

《傳播與社會學刊》，(總)第41期(2017)

- Xin Jing (2015). Shuxi de moshengren: Meiguo xinwen meiti zhong bei tazehua de zhongguo zuojia moyan. *Guoji xinwenjie*, 4, 27–38.
- 姚曦、蔣亦斌(2005)。〈廣告的跨文化傳播能力〉。單波、石義彬(編)。《跨文化傳播新論》(頁361–369)。武漢：武漢大學出版社。
- Yao Xi & Jiang Yibin (2005). Guanggao de kuawenhua chuanbo nengli. Shan Bo & Shi Yibing (Eds.), *Kuawenhua chuanbo xinlun* (pp. 361–369). Wuhan: Wuhan daxue chubanshe.
- 葉洪(2012)。〈後現代批判視域下跨文化外語教學與研究的新理路——澳大利亞國家級課題組對跨文化「第三空間」的探索與啟示〉。《外語教學與研究》，第1期，頁116–126。
- Ye Hong (2012). Houxiandai pipan shiyu xia kuawenhua waiyu jiaoxue yu yanjiu de xin lilu—Aodaliya guojiaji ketizu dui kuawenhua disankognjian de tansuo yu qishi. *Waiyu jiaoxue yu yanjiu*, 1, 116–126.
- 張景雲、楊彬、何昕(2012)。〈基於傳播心理距離理論的品牌跨文化傳播策略〉。《現代傳播》，第6期，頁133–134。
- Zhang Jingyun, Yang Bin, & He Xin (2012). Jiyu chuanbo xinli juli lilun de pinpai kuawenhua chuanbo celve. *Xiandai chuanbo*, 6, 133–134.
- 張景雲、龐毅(2013)。〈品牌跨文化傳播中的空間關係處理：傳播心理距離視角〉。《國際新聞界》，第9期，頁92–101。
- Zhang Jingyun & Pang Yi (2013). Pinpai kuawenhua chuanbo zhongde kognjian guanxi chuli: Chuanbo xinli juli shijiao. *Guoji xinwenjie*, 9, 92–101.
- 張雋(2002)。《辦公建築中的第三空間——休憩交往空間》。大連理工大學碩士論文。
- Zhang Jun (2002). *Bangong jianzhu zhongde disankognjian—Xiuqi jiaowang kongjian*. Dalian ligong daxue shuoshi lunwen.
- 張名章、李雲雯(2012)。〈「傳播能力」的內涵及其研究視域初探〉。《昆明理工大學學報(社會科學版)》，第2期，頁87–91。
- Zhang Mingzhang & Li Yunwen (2012). Chuanbonengli de neihan jiqi yanjiu shiyu chutan. *Kunming ligong daxue xuebao (shehuikexue ban)*, 2, 87–91.
- 趙月枝(2014)。〈中國的挑戰：跨文化傳播政治經濟學芻議〉。《傳播與社會學刊》，第28期，頁151–179。
- Zhao Yuezhi (2014). Zhongguo de xin tiaozhan: Kuawenhua chuanbo zhengzhi jingji xue chuyi. *Chuanbo yu shehui xuekan*, 28, 151–179.
- 鄭德聘(2008)。〈間性理論與文化間性〉。《廣東廣播電視大學學報》，第4期，頁73–77。

Zheng Depin (2008). Jianxing lilun yu wenhua jianxing. *Guangdong guangbodianshi daxue xuebao*, 4, 73–77.

英文部分 (English Section)

- Alsayyad, N. (Ed.) (2001). *Hybrid urbanism: On the identity discourse and the built environment*. New York: Praeger.
- Babiker, I. E., Cox, J. L., & Miller, P. M. (1980). The measurement of cultural distance and its relationship to medical consultations, symptomatology and examination performance of overseas students at Edinburgh University. *Social Psychiatry & Psychiatric Epidemiology*, 15(3), 109–116.
- Barna, L. M. (1997). Stumbling blocks in Intercultural communication. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader* (pp. 370–378). Belmont, CA: Wadsworth.
- Casmir, F. L. (1993). Third-culture building model: A paradigm shift for international and intercultural communication. In S. A. Deetz (Ed.), *Communication yearbook 16* (pp. 407–428). Newbury Park, CA: Sage.
- Casmir, F. L. (1999). Foundations for the study of intercultural communication based on a third-culture building model. *International Journal of Intercultural Relations*, 23(1), 91–116.
- Chung, J. (2000). The Challenge of Diversity in Global Organizations. In G. M. Chen & W. J. Starosta (Eds.), *Communication and global society* (pp. 73–89). New York: Peter Lang.
- Dai, X. D. (2010). Intersubjectivity and interculturality: A conceptual link. *China Media Research*, 6(1), 12–19.
- Gadamer, H. G. (1976). *Philosophical hermeneutics*. Berkeley: University of California Press.
- Graves, T. D. (1967). Psychological acculturation in a tri-ethnic community. *South-Western Journal of Anthropology*, 23(4), 337–350.
- Gudykunst, W. B. (2005). Theories of intercultural communication II. *China Media Research*, 1(1), 76–89.
- Hall, E. T. (1966). *The hidden dimension*. Garden City, NY: Anchor.
- Lo Bianco, J. E., Liddicoat, A. J. E., & Crozet, C. E. (1998). Striving for the third place: Intercultural competence through language education. *Adult Education*, 85(2), 191.
- Mitsukuni, Y., Ikko, T., & Tsune, S. (Ed.). (1984). *The hybrid culture: What happened when East and West met*. Michigan: MAZDA.
- Miller, R., & Steinberg, M. (1975). *Between people: A new analysis of interpersonal communication*. Chicago: Science Research Associates.
- Oldenburg, R. (1999). *The great good place: cafes, coffee shops, book stores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community*. New York: Da Capo Press.

《傳播與社會學刊》·(總)第41期(2017)

- Redfield, R., Linton, R., & Herskovits, M. J. (1936). Memorandum on the study of acculturation. *American Anthropologist*, 38(1), 149–152.
- Schwartz, S. H. (1990). Individualism-collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 21(1), 139–157.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries *Advances in experimental social psychology*, 25(2), 1–65.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1987). Toward a psychological structure of human values. *Journal of Personality & Social Psychology*, 53(3), 550–562.
- Schwartz, S. H., & Bilsky, W. (1990). Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications. *Journal of Personality & Social Psychology*, 58(5), 878–891.
- Schwartz, S. H., & Sagiv, L. (1995). Identifying culture-specifics in the content and structure of values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 26(1), 92–116.
- Shang, G. (2015). Interality shows through: An introduction to interalogy. *China Media Research*, 11(2), 68–79.
- Shuter, R. (1993). On third-culture building. In S. A. Deetz (Ed.), *Communication yearbook 16* (pp. 429–436). Newbury Park, CA: Sage.
- Starosta, W. J., & Olorunnisola, A. A. (1995, April). *A meta-model for third culture development*. Paper presented at 1995 Eastern Communication Association Annual Conference, Pennsylvania, Pittsburgh.
- Starosta, W. J. (2010). *ECA-Focus on the future of intercultural communication*. Paper presented at 2010 Eastern Communication Association Annual Conference, Baltimore, MD.
- Triandis, H. C. (2003). Culture and Conflict. In L. A. Samovar & R. E. Porter (Eds.), *Intercultural communication: A reader* (pp. 18–28). Belmont, CA: Wadsworth.
- Ward, C., Searle, W., Ward, C., & Searle, W. (1991). The impact of value discrepancies and cultural identity on psychological and sociocultural adjustment of sojourners. *International Journal of Intercultural Relations*, 15(2), 209–224.
- You, X. L., & Zhang, P. (2015). Interality in Heidegger. *China Media Research*, 11(2), 104–108.
- Zhang, P. (2015). The human seriousness of interality: An East Asian take. *China Media Research*, 11(2), 93–103.

本文引用格式

楊石華 (2017)。〈跨文化對話間性空間的建構與完善〉。《傳播與社會學刊》，第41期，頁217–250。