

社会文化、政治环境与国际技术传播

康建虎

(长江大学,湖北 荆州 434100)

摘要:影响国际技术传播的环境因素包括自然环境、政治环境、经济环境和社会文化环境等。着重从社会文化环境和政治环境两方面予以探讨。

关键词:社会文化;政治环境;国际技术传播;影响

中图分类号:G20

文献标识码:A

文章编号:1001-7348(2005)04-0106-02

与国际技术传播活动直接相关,并对国际技术传播活动的产生、发展、变化及效果等方面发生影响的社会环境,通常包括自然环境、政治环境、经济环境和社会文化环境。本文着重从社会文化环境和政治环境两方面探讨这种影响。

1 社会文化环境对国际技术传播的影响

技术作为生产力,属于经济范畴又与社会意识相联系,是文化的一部分。技术水平与经济水平、文化水平有一致性。技术传播包含着经济传播、文化传播的内涵。换言之,技术传播是在传递社会信息,是社会的一种通讯方式。技术传播需要恰当的社会经济文

化参照体制,来提供其所要求的技术相关性。技术传播的任务不是简单地寻求适合于某种目的的技术办法,最重要的是要使那些技术办法适应该社会的具体特征。因此,技术传播与资本输出不同。资本输出到任何环境都能发挥同样的作用,没有严格的条件限制,而技术传播就复杂得多了。技术有文脉之别,其选择因时因地而异。例如社会价值观的异同,消费者的嗜好、习惯,对引进某项新技术以及开发某个新产品,有时可以起促进作用,而有时可能起着阻碍作用。又如,劳动者和经营者的态度和素质,对一项新技术的传播能否取得预期的效果会起到关键作用,而一个国家劳动者和经营者的素质,归根到底决定于该国的文化教育。因此,要推

动国际技术传播持续有效地发展,就必须充分考虑社会文化环境的影响。

现代社会是信息社会,信息社会带来了观念及生活方式上的巨大变化,一个企业要想使其所传播的技术知识为外国受传者认同和接受,单靠技术的质量和价格优势已经力不从心了,还必须通过信息优势,即通过各种渠道,把企业的无形技术知识转化为信息状态传递到市场上去。然而并不是所有的信息传播都能对受传者产生正面影响,只有那些最终被受传者识别认同、理解接受的信息才有可能获得信息优势地位,才能对受传者的行为产生积极影响。作为国际企业,由于它所面对的是广阔复杂的国际技术市场,其受众更是纷繁复杂,品味殊异,因而在信

生物医药作为国家重点发展的高新技术行业,这些年的发展有了巨大的进步,但我们也应该看到在行业发展的同时仍存在着不少问题。其中比较突出的问题包括技术创新平台和新药研发机构彼此之间重复建设,各自作战,缺乏协调,造成资源的浪费;同时科研工作与产业开发之间仍然存在较大的距离,一些产业急需的个性化服务尚无法满足产业发展的要求等等。与任何产业的发展一样,生物医药产业的发展离不开服务体系的建设,良好的服务支撑体系也可润滑产业链的运转,缩短新药开发的周期,是医

药产业细分的趋势,同时也为产业提供保障,加速医药新技术的产业化,促进科研与产业的结合,推动生物医药创新链与产业链的同步运转,因此生物医药服务体系的建设有着非常重要的意义。政府应采取一定的扶持政策辅助生物医药服务产业的发展,同时,生物医药专业服务机构应加速自身的建设,面向市场需求提供特色鲜明具有行业针对性的高度专业化的服务,并积极转型,采用适应市场需要的服务模式与运行机制,使生物医药服务体系能真正发展成为支撑行业发展、带动科技创新的服务产业,以促进

我国生物医药的可持续性发展。

参考文献:

- [1]武夷山.促进我国中介服务发展的几点思考[J].科技导报,2002,(11):16-18.
- [2]宋铁波.企业集群中技术服务机构的发展对策研究[J].科技进步与对策,2003,(11):124-125.
- [3]郭伏等.我国科技中介服务业发展面临的问题及对策[J].东北大学学报(社会科学版),2002,(4):112-115.

(责任编辑:曙 光)

息的编码、媒介的选择及其具体的传导方式上更是困难重重,稍不留意,就会前功尽弃。如20世纪60年代,美国本土生产的轿车多是较豪华的和较大型的,穷人买不起。日本丰田汽车公司趁机设计生产了一种成本低廉的小型轿车,进军美国市场,为突出其“小”的特点取名为“TOYOLET”——东洋小车(TOYO)意指东洋,LET在英文中是小用具之意,其用心可谓精明,殊不知,TOYOLET与英文中厕所一词读音相同,而又有谁愿意自己的汽车被称为“厕所”呢?可见,要打入国际市场,企业在传递信息时必须慎之又慎。只有当企业所传达的信息符合消费者的积极情感、习惯需求,以及理解和接受方式,才有可能得到消费者的认同和接受。从这种意义上说,国际技术传播活动其实也是一种文化沟通活动。这就需要国际企业必须对文化有非常敏锐的感受力,能够体会到文化的奥妙之处。

一般来说,人们接受某一信息和如何接受这一信息是受其社会文化背景所直接制约的。这主要包括特定社会的语言系统、风俗习惯、教育状态、宗教信仰、价值观念、社会阶层和相关群体等因素,它们规范着特定社会中人们的行为方式和思维方式,也规范着人们对信息冲击的承受方式。

从信息论角度而言,就是受者的解码标准和解码方式。国际企业在对所传播的技术信息进行编码前,只有先掌握了受传者的“解码”的标准和方式,才能真正实行信息的有效沟通。语言是人们用以交流思想、沟通信息的工具,语言与文化不可分割。我们想什么以及我们怎么想是受语言直接影响的,我们想什么以及怎么想组成并决定我们的文化特点。因此,语言最能显示出文化间的差异。口语是这样,非语言沟通也是这样。作为跨文化沟通的国际技术传播活动,总是以特定的语言符号集中传送着一定的技术信息,因此,语言是沟通的桥梁。然而,由于在跨文化沟通中,语言的编码者是一种文化的成员,而语言的解码者则是另一种文化的成员,所以不理解和通晓所在国家或地区的通用语言,则语言又往往成为技术传播的障碍。克服这种语言沟通障碍的办法之一就是要求通晓当地语言,用当地的语言及语言习惯来进行传播。然而世界上各种语言非常复杂,据统计,超过5000万人口使用的文字

有13种之多,有些国家流行几种语言文字。国际企业不可能掌握所有语言,解决的办法是利用文化桥梁。例如,请教本地语言学家,请代理商,聘用当地人为企业职员、管理者等。此外,还可通过研究外国语言来掌握当地信息,这对制定相应策略很有用处。

风俗习惯对国际技术传播活动也会产生重要的影响。要分析海外市场的文化结构、文化传统、偏好和禁忌,成功的机会与分析预测的准确性很有关系。在空间、颜色和友谊交往等方面,不同国家有不同的风俗习惯。对空间的看法各地商人不同,英国商人常以交易对手的办公室大小来判断他们在该公司地位的重要性,在阿拉伯国家和拉丁美洲国家就不能以办公室大小来衡量对方在该公司的重要性。在洽谈生意时,美国人不喜欢过于接近,而拉丁美洲人与人谈生意时,往往靠得很近,有时甚至是鼻子碰鼻子。在友谊交往方面也是千姿百态。美国人活泼好动,交友快,分手也快,而与英国人或法国人建立友谊就要一段较长的时间。在中东或拉丁美洲,人们十分珍视友谊,总觉得有义务照顾朋友的利益。在谈生意时,日本人很少当面做出拒绝的表示,而美国人则喜欢开门见山。因此在技术的国际市场化传播活动中要做到入乡随俗,方能游刃有余。不同民族对颜色、花卉图形和数字也有不同的爱好和禁忌。如红色在中国是吉祥之色,在法国则是妖魔和死亡的象征;日本人忌讳绿色,在马来西亚绿色代表疾病;埃及人不喜欢蓝色;土耳其人不喜欢紫色;法国人讨厌墨绿色;巴西人诅咒棕色。故在利用色彩语言进行技术传播活动时要谨慎从事。在数字方面也有一些禁忌。如西方国家忌讳“13”;日本人不喜用“4”和“9”(与“死”、“苦”音近);印度人认为以零结尾是不祥之兆。对这些禁忌,在传播技术的过程中都应该有所警觉。

教育水平和教育结构的信息和资料对国际技术传播是至关重要的。教育水平的高低直接影响读和写的能力。教育水平高的人,谋求改善生活的欲望及能力都较强,在认识、接受及使用最新模式和仪器时就比较容易,对各种宣传媒体(如文字、图画等)也能有较好的理解,宣传效果也较好,而没有受教育或教育水平低的人正好相反。例如:我国拖拉机技术水平不算先进,但在斯里兰

卡却颇受欢迎,其中中国拖拉机易于掌握,便于维修,与斯里兰卡教育水平较低相符合是重要原因。

宗教信仰直接影响各国人民的生活习惯与偏好。不同的宗教有不同的倾向与戒律,从而影响着人们认识事物的方式、行为准则和价值观念。例如,在印度教徒心目中,等级观念、家庭观念以及因循守旧的观念根深蒂固,企业在这类国家从事技术传播活动时必须使自己的传播策略和传播方式与当地观念结合起来才能较快地打开局面。如《古兰经》是伊斯兰教的法典,凡是“古兰经”未提到的事情都有可能被虔诚的教徒所摒弃,这就要求国际企业在这一类国家进行技术项目投资前,必须先研究“古兰经”,与“古兰经”相结合或一致的投资策略必能收到事半功倍的效果。

时间观念的不同也会影响国际技术传播活动。美国人把时间看得很重要,认为“时间就是金钱”,“时间就是生命”,所以节省时间的技术及交往方式、服务方式很受他们欢迎。但在另一些国家,比如日本,家庭妇女宁愿煮普通咖啡,而不喝速溶咖啡,以证实她们的勤劳、贤慧。

对新事物的态度的不同是影响国际技术传播的又一重要因素。对一种新技术,各国的受传者的接受态度也不同。美国人好奇,认为新东西有价值,而有些国家则注重传统,喜欢沿袭祖先,如德国人比较保守,法国人不易相信广告上的东西。

此外,对财富的态度、冒险意识以及社会结构等等都可能成为国际技术传播的障碍。然而,只要正确地理解和把握国际企业的文化环境,克服以自我为中心的价值观念,国际企业就可以将语言、风俗习惯、教育状态、宗教信仰、态度与价值观念、社会制度和结构等妨碍有效沟通的因素转化为有效沟通的桥梁。

2 政治环境对国际技术传播的影响

政治环境对国际技术传播也有着不可低估的影响。我们把政治环境划分为国际政治关系、国内政治状态和国内国际政策3个相互联系的方面来考察这种影响。

2.1 国际政治关系对国际技术传播的影响

虽然科学技术本身没有阶级性和政治性,但由于科技成为社会的第一生产力,它能为一国的政治服务,特别是技术,往往是

国际政治斗争的重要砝码和强大武器。因此,运用科技这一杠杆来寻求国际政治关系的平衡,是现代国际关系中的一个重要特征。而根据国际政治关系的现实状况来调整一国的技术传播政策和传播流向,则是各国最常用的手段。我们以冷战前后前苏联与西方的技术传播的变化来说明这一现象。

长期以来,前苏联把引进和利用国外先进技术,一直当作增强自身经济实力,并进而参与世界经济竞争的一项重要战略。早在1920年,前苏联就曾颁布关于租让制的法令,允许外国企业在一定时间内开发本国矿藏资源。租让的范围有开矿、采伐工业、农业和运输等。据统计,到1929年,租让项目共162个,主要集中于采矿及加工工业部门。与此同时,前苏联还和美、英等国签订了9个对苏技术援助协定。在这期间,前苏联成了西方技术设备的最大买主。1931年前苏联购买的机器设备约占当年世界机器设备出口总额的1/3;1932年前苏联进口的设备约占世界技术出口的1/2。1929~1945年,前苏联总共同西方各国公司签订了217个技术援助协定,其中美国139个、联邦德国33个、英国为10个^[1]。前苏联正是依靠这些引进的成套技术和设备,为在本国建立现代化的大型企业准备了足够的条件。

战后,美苏进入冷战状态,一直到20世纪60年代中期,前苏联同美国和西欧的经济联系一度中断。到20世纪60年代末,由于国际形势的转变,东西方关系出现缓和,前苏联为尽快提高本国的经济效益,又开始大量引进西欧和美国的先进技术设备,进入20世纪70年代甚至趋向高潮。在20世纪70年代,前苏联从其他发达国家引进的大规模技术中,既有联邦德国、法国和英国的钢管、有色金属材料、光学仪器、造船、化工、汽车制造和自动控制系统器件,也有日本的钢管、船舶、化工、精密仪器材料,以及美国的计算机、精密机床、油井装置等设备。同时,西欧、北欧小国的船舶、木材加工和造纸工业设备的引进也占有一席之地。前苏联实行的这种全方位、多渠道的引进战略,在当时情况下,对分化西方发达国家原先为对付前苏联所采取的一致经济政策,确实起了较大的作用。例如,前苏联为了提高本国的航空安全保障水平,加强空运能力,曾利用西方各国垄断财团的竞争心理多方招标,先后向

美国、意大利和瑞典等国表示要购买一套现代化的空中交通控制系统,经过持久的讨价还价,终于以优惠价格引进了急需的设备,并学到许多先进科学知识。由此可见,国与国之间的政治关系如何,会直接影响国际技术传播。

2.2 国内政治状态对国际技术传播的影响

一国国内的政治状况是否稳定也直接影响着国际技术传播。对外国人来说,对一个国家的印象,主要是从新闻媒体获得的,并且许多新闻属于政治新闻。如果一个国家有一个稳定的政府,它在世界电视网络上没有被发现有骚乱、罢工、革命或游击战争等情况,并且具有良好的劳动关系、平稳的生产秩序、准时的交货期或支付期,那它就是技术传播的传播方理想的合作伙伴。如新加坡就是这样的国家。由新加坡国际商会出版的投资者指南上写道:“众多因素中,使新加坡吸引投资者与商人的,是它的政府稳定……它有稳定的劳动关系。从马来西亚分离出来后,把不利转化为有利,在一代人的时间里,把一个贫穷的岛国,转变为亚洲生活水平最高的国家之一。”因为大公司的计划大多数是长期性的,“在那里可以考虑5年或是10年走向未来的计划^[2]”。政治不稳定,做计划是不可能的。当发觉一些国家是不稳定的,公司难于向这些国家进行投资以及输出技术。

经济稳定也是政治稳定的一个重要方面,也像政治稳定一样重要。一个作长期金融计划的公司不可能向一个经济不稳定的国家进行投资或输出技术。在税收结构、银行规则、关税或外汇管制上有过骚乱和突然变化的国家是缺乏吸引力的。

2.3 国内国际政策对国际技术传播的影响

经济合作与发展组织曾经向发达国家的技术传播方作过一次调查,在向发展中国家许可转让技术时,什么是最重要的制约(负面影响)因素?得到的几项回答如下:公司看作是制约的百分数:需要预先批准80%;要求购买当地原料59%;出口规定52%;外汇控制88%;对许可证收入征税62%。对这些问题的结果,半数以上(52%)的公司报告说,这些问题完全地或至少有一次阻止了协议的签订。20%的报告说,这些问题破坏了已经达成的协议^[3]。这些数字表明,一国的政策环境对国际技术传播起着重要

的作用。

政策环境可分为两类:一是国内政策环境,主要指技术提供国和接受国的社会制度、政治体制、国家对内外所奉行的基本方针政策、法律措施等,具体就政策而言是指其产业政策、贸易政策、科技政策、利用外资和引进技术的政策以及有关法规等。例如,一个国家的产业政策有利于促进资本、劳动、技术等生产要素的流动,有利于企业的竞争,旨在促进国内产业结构向高级、先进、现代化调整和转换。又如,对利用外资、引进技术,是采取鼓励优惠的政策,还是推行限制的政策,等等。二是国际政策环境,系指是否具有有利于国际技术传播的环境,特别是是否具有有利于发展中国家从发达国家引进技术。这就需要建立一个合理的国际技术传播的政策环境。例如①保证传播双方国家之间利益的公平分配;②国际技术传播的自由进行;③取消发达国家在技术传播中对发展中国家施加的种种不合理的限制性条款,有利于促进国际科技合作,特别是有利于发展中国家科技水平的提高,等等。

可见,建立和健全良好的国际国内政治环境,对促进国际技术传播的持续、健康和有效的发展是十分必要的,特别是在经济、技术全球化的今天更是如此。

参考文献:

- [1]冯江源.当代科学交流与国际关系[M].北京:中国科学技术出版社,1990.
- [2]孙新,李成新等.迎接21世纪挑战:国际技术转让指南[M].北京:中国政法大学出版社,1999.
- [3]陈向东.大转移:影响世界的技术和知识流动[M].北京:经济日报出版社,2000.

(责任编辑:赵贤瑶)

