

FRANCE-CHINE

Interculturalité et communication

À une époque où les échanges internationaux se développent de manière exponentielle, la question de la communication entre les cultures se pose avec acuité. Les malentendus qui ont émaillé les relations franco-chinoises au cours de la décennie passée, notamment pendant l'Année de la Chine en France et les Jeux Olympiques de Pékin, prouvent que la communication interculturelle est plus compliquée qu'on pourrait le croire, à l'heure d'Internet et de la circulation instantanée de l'information.

Qu'il s'agisse d'appliquer nationalement des normes internationales pour entrer dans la mondialisation ou de défendre des intérêts géopolitiques et économiques en Afrique, les difficultés à surmonter sont nombreuses et prégnantes.

Des auteurs français et chinois analysent ici quelques exemples précis illustrant ces difficultés, les formes qu'elles revêtent dans les relations entre entreprises multinationales (qui sont aussi multiculturelles), mais aussi les résonnances diverses et dissonantes qu'en relaient les médias. Ils proposent également une approche plus fondamentale et conceptuelle de la communication interculturelle.



Professeur émérite de l'Université de Bordeaux, Hugues Hotier dirige la collection « Communication des organisations » des éditions L'Harmattan. Il a enseigné à l'Institut du journalisme et de la communication de l'Université de Wuhan et collabore depuis quinze ans avec le centre de recherche sur l'interculturel de cet institut.

ISBN : 978-2-343-00848-6
22 €



Communication
des
Organisations

L'Harmattan

Sous la direction de Hugues Hotier

FRANCE-CHINE

Sous la direction de Hugues Hotier

FRANCE-CHINE

Interculturalité et communication