

理 论 篇

第一章

文化与沟通



学习目标

- 掌握文化的维度与差异性；
- 了解文化智力与文化意识的重要性；
- 掌握文化对沟通的影响机制。

引例

星巴克在中国

约 82% 的跨国公司的失败缘于跨文化品牌管理的失败，而星巴克却能够在竞争激烈的今天，在日本、中国大陆及港台地区，以及亚洲其他国家取得很大的成功，这离不开其推行的本土化战略。

星巴克进入中国市场后，在保持原有产品特色的基础上，加大了对新产品的开发力度，不断推出具有中国本土文化特色的产品。中秋节是中国人注重的传统节日之一，于是星巴克便在中秋节时在中国市场上推出月饼。另外，星巴克不断推出的融合中国元素的特色商品随行杯、马克杯、生肖储蓄罐等也成为它的盈利点，之后又推出了彩椒蘑菇包、豆腐蔬菜卷等中国式新品。

2009 年端午节期间，星巴克的特色端午节产品“星冰粽”在江、浙、沪出炉。其粽子每盒 8 个，有红豆、咖啡、杧果三种口味，很吸引中外客人，星巴克又一次在中国的本土化尝试中取得了巨大成功。同年，为了庆祝进入中国市场 10 周年，星巴克推出了凤舞祥云咖啡豆，这也是星巴克首款融入了产自中国地区的咖啡豆的综合咖啡。

在 2010 年 3 月，星巴克在具有茶文化传统的中国市场上推出了令人吃惊的九款茶饮品，包含中式茶、四款异域茶及两款特制茶。4 月，星巴克再次推出多款非咖啡夏日特饮，让人们在炎炎夏日也能尝到既符合中国人口味又冰凉一夏的星巴克饮品。

在 2012 年和 2013 年春节期间，星巴克相继推出的桃花如意拿铁和福满栗香玛奇朵两款融入了中国传统风味的新年特饮广受欢迎，其独特的风味和所寓意的好兆头令许多人争相品尝。

在衍生产品设计上，星巴克在 2015 年和 2016 年共推出了两次中国城市系列星享卡，2018 年推出了中国城市款星礼卡，卡面的手绘风格展示了我国各地城市的地标建筑和文化风情。

这些本土化产品让我们看到：星巴克在中国不断融合中国传统文化，并不断调整其跨文化管理模式。

（周义红，2012）

星巴克根据中国文化的特点不断调整产品策略，并大获成功，可见文化对沟通的重要性。本章将着重探讨文化与沟通的关系。

跨文化沟通是一种动态的跨国界和地区的行为和情感过程，在此过程中沟通的发起者和接收者有意地将他们的行为编码生成信息，并通过一定的渠道传递这些信息（Richard & Larry, 2000）。跨文化沟通问题之所以存在，是因为跨文化沟通的信息发出者和信息接收者具有不同的文化背景。文化差异的存在使得跨文化沟通更难操作。

有效的跨文化沟通在全球化日益加快和中国“一带一路”的大背景下越发重要，是商务活动进行的前提与商业扩张的保障，是消除文化误解与地区冲突的有力武器，有助于增强不同文化之间的互通性，给全球化发展插上腾飞的翅膀，推动世界的和平与发展。

第一节 文化与文化意识

文化是多维性的。所有的文化都是彼此关联的，没有任何一种文化是单一的、纯粹的，所有的文化都是混杂的、异类的、非常不同的、不统一的（特瑞，2003）。美国的塞缪尔·亨廷顿（2002）曾说：“在未来的岁月里，世界上将不会出现一个单一的普世文化，而是许多不同的文化和文明相互并存。”文化差异的不可消弭性使得提高跨文化意识愈发重要。

一、文化

（一）什么是文化

“文化”是当今社会科学领域运用最广泛同时又是最难以准确定义的一个学术名词。英国人类学家爱德华·泰勒在《原始文化》一书中第一次明确给文化下了定义：“文化是一个综合体，其中包括知识、信仰、艺术、法律、道德、习俗以及作为社会成员的人们掌握的其他能力和养成的习惯。”（Edward Tylor, 1871）著名跨文化学者霍夫斯泰德曾形象地比喻说，文化是 Mental Software（心灵软件），即一类人不同于另一类人的集体的头脑编程（Hofstede, 1994）。他也将文化比喻为洋葱，最外的一层称为象征物，人的肉眼能够看见；第二层是英雄人物性格；第三层是礼仪，礼仪是每种文化里对待人和自然的独特表现方式；最里面一层是价值观，即人们相信什么是真、善、美这一抽象观念，也是文化中最深邃、最核心的部分（林新奇，2004）。

（二）文化的特征

文化具有鲜明的特征，即连贯性、习得性和共享性（乔畅，2006）。

1. 连贯性

每一种文化，不管过去的还是现在的，其自身都具有一致性和完整性。文化是一种

完整的宇宙观，它是某个特定的人群在遇到困难时所产生的统一的、持久的、愿景的外在表现。理解文化的完整性，我们就应该意识到在与来自其他文化的人们的交往过程中，或者在和其他的文化价值观接触过程中，要清楚自己传达给对方的文化价值观，同时也要了解对方的文化价值观。

人类文明和文化不是一蹴而就的，而是积累而成的，也许在一段时期内，一个国家或者政权有可能中断，但是该地区人们的文化却不会随着政权的变更而中断。其中最典型的当属中国文化，无论是在其萌生的最初阶段，还是在以后漫长岁月的演进过程中，从来都不是由一个单一民族创造的文化，而一直是作为一种内部有众多民族文化并存的多元复合的文化形态而存在的（刘鸿武，1996）。

这种文化能够持续发展且保持自身的统一性和持久性，与其内部众多民族形成的有助于其长期延续的文化关系结构密不可分，其他文化在某种程度上也具有类似的特征。

2. 习得性

文化并不是天生的，相反，文化需要通过学习来掌握。个体所学到的关于自己文化的东西，大部分是在社会化过程中耳濡目染、不知不觉形成并存储在大脑里的。在跨文化活动日趋广泛的今天，许多人已经学习了不止一种文化并且能够出入其间、游刃有余，他们会依据环境的变化，轻而易举地从一种文化过渡到另一种文化。但是，文化通过学习而得，并不意味着人们能够客观地谈论自己的文化。只有受到来自迥然不同的文化挑战时，人们才会回想起自己的文化。

3. 共享性

文化是为社会所共享的。社会成员在事物的意义以及这种意义的归因上达成了共识。他们从自己身边的人（如家里的长辈、老师、德高望重的长者、自己的同龄人等）身上学习文化，因为这些人的生活阅历本身就证明了其价值观的正确性，他们甚至从来都没有怀疑过这种正确性，所以他们都认为自己对此的阐释也没有错。他们一致认同什么是重要的，什么是真正值得尊重的。

社会各成员的意见即使不表达出来，也很可能会达成默契。因此，为了取得这样的默契，文化符号是不可或缺的和至关重要的，具有同一文化背景的人员共享该文化的各种符号和标识。

（三）文化的功能

文化的功能具体表现在如下三个方面（Beamer & Varner, 2001）。

1. 文化列出了事情的重要次序

文化决定了人们的价值观或对事情的优先次序的观念。价值观是为群体所普遍接受的信念，它是社会文化的组成部分，又是社会文化因素在人们心中长期渗透、积淀的结果，它持久地影响着人们的态度、需求和行为方式，具有持久、稳定的特点。价值观告诉我们怎样去判断事物的价值，它隐含着一种相对的价值等级观念，而价值观或事情的重要次序在不同的文化中各不相同。比如“名望”，其重要程度在某些文化中可能大一些，而在另一些文化中可能小一些。

例证 1-1

日期、地址的写作次序

中国人写日期按照年、月、日的顺序，英美国家的人写日期则是先写日，后写月，再写年，顺序是由小到大，与中国人正好相反。中国人写信的地址是从大到小的，即国家、省、市、县、街道、门牌、收件人。而大多数西方人完全反过来，认为收件人最重要，所以收件人放在最前面，地址是从小到大排列，如：108 Louisiana street, Houston, Texas, U.S.A。其实写地址和写日期这两种排列方式，从侧面反映了东西方人对事物重要性次序观的不同。西方人习惯把信息量最大、时序最近的排在前面，予以强调，因为他们认为开头是最重要的。中国人习惯重过程，过程优先，由大到小。有人甚至认为，贝多芬第五交响曲响亮的开头之所以产生那么强烈的效果，是因为它迎合了西方人重开头的文化传统。

（葛志宏，2004）

2. 文化决定态度

态度是后天形成的，是对事物的总体评价。态度是一种倾向，是对同一对象、情况或观点的一致反应。态度是在价值观基础上形成的对事物的感觉，可以是积极的，也可以是消极的，是可改变的。人的态度与价值观和信仰等文化因素密不可分。

中西方存在很大的文化差异。这也导致了中西方人在对待事物方面的态度会有很大的差异，主要表现为价值观的差异。西方人比较注重个人主义价值观，这是西方文明的核心价值观，是以个人长远利益为根本出发点和归宿的价值观念，强调个人自由和个人重要性；而中国人则偏重集体主义价值观，集体主义价值观是社会主义精神文明建设的重要体现，强调公共利益高于个人利益。这种价值观的差异在对待家庭的态度上表现得最明显，西方家长会从他们孩子小时候就开始培养其个人独立性，减少他们对父母的依赖性，例如在小孩周岁时就让他们自己住一个房间，在学生时期也会自己去做一些兼职，挣点零花钱，成年以后就和父母分开住，甚至租房也不与父母同住，结婚以后有了自己的子女，也不会要求父母帮带；而在中国，孩子从小都跟父母住在一起，即使在结婚以后，跟父母同住的现象也很普遍，并且有了自己的子女以后，父母也会帮忙带。人们在对待相同的事物时出现的截然不同的态度都是中西方文化差异导致的。

例证 1-2

关于罢工

Ono 先生保持沉默，面无表情。

“这样做会破坏美国各地的劳资关系，贵公司是日本企业，你认为这样做对于日本企业在美国树立良好形象有好处吗？”

……

“Ono 先生”，罗伯特又向他靠近一步，“这件事很严肃，你还是和你的翻译好好商

议一下吧。”

“Ono 先生，如果日本工人罢工，一家日本大公司会解雇他们吗？”

Ono 和翻译商议了一番之后讲道：“日本工人不会罢工，只有美国工人会罢工，因而我们会选择解雇罢工工人，招募新的工人。”

在本情境中，时任劳工部长的罗伯特·莱西本意是要通过会话，让日本老板 Ono 收回成命，不要惩罚罢工的工人。因为按照美国法律文化，劳工有罢工的自由（雇主和雇员是社会协议的关系），而政府官员出面过问，严厉训斥外企老板，是维护这种自由、保护劳工的合法权益的行为，当然，也是为自己摆脱困境。因此，他的行为不仅是合理的（从社会、文化的角度看），也是合适的。但是，那却是无效的，因为日本的企业和社会文化与美国完全不一样。在日本，企业像家族，想象一下，在自己家庭里，谁会罢工呢？所以，无论莱西多么义正词严，多么合理与合适，在日本企业文化面前，照样是白搭。

（何刚，2011）

3. 文化支配着行为

文化差异首先会从人们的行为上表现出来。人们的行为直接取决于其对于事物的重要意义的态度，即对于事物的价值判断。价值观驱动着行为，商务活动也是其中重要的一个部分。

例证 1-3

企业的家文化

娃哈哈集团、康奈集团、联想集团、胜利油田、比亚迪股份有限公司等企业建设的家文化都具备这样一些基本元素：家园（物质载体）、家情（情感管理）、家长（领导力）、家风家规（管理风格和制度）、家传（目标及绩效管理）。且诸元素的重要性是递减的，即首先强调物质条件，甚至有些企业就仅停留在此，便以为是在营造家文化了；其次是强调情感熏陶，认为构建其乐融融的企业氛围就是家文化；最后会渐次关注领导力、管理制度以及绩效，期望增强员工组织承诺和组织公民行为，提高组织绩效。领导者扮演着类似于父亲的角色，下属则类似于子女，即领导必须保护和照顾下属，下属必须忠于领导，服从其指挥。家长式的专权作风表现为不愿授权、下行沟通、独享信息及严密控制等；下属相应表现为公开附和领导的决定，无条件接受领导者的指派，效忠并信任领导者。领导者对待所有下属并不一视同仁，而是将他们分成自己人和外人，构成体现差序格局的微型社会组织。

同样提倡家文化的西方企业从不同的角度来营造他们心目中的家，侧重不同的构建元素。中国企业的家文化是在确保家长（领导）权力的基础上，对家庭成员实施照顾和关爱。而唐德计算机公司、宝洁公司、Sergio Lub 珠宝公司、罗森布鲁斯国际公司、Fernley & Fernley 等倡导家庭价值的企业文化是在平等、尊重、分享、参与和个性等理念基础上增添更多亲情，强调多理解和尊重，然后才是对生活的物质照顾。相对中国社会建立在

人伦基础上的次序格局，西方的团体格局是建立在契约关系上的。基于契约文化的治理明显不同于基于家文化的治理。契约文化下形成的团体格局是一种非宗族文化的社团格局，弱化血缘关系，企业治理通常基于法治，领导方式偏向民主，具有自主治理的企业文化信念，主要体现在尊重个体、平等分享、员工主动而充分地参与、家规明确、管理者为活动倡议者、家文化的构建依靠员工而不是领导者的设计等，即使是家族企业也进行社会化管理，以冲破狭隘的家族牢笼。

（康蕾，2011）

二、文化的维度与差异性

（一）文化的维度

荷兰心理学家霍夫斯泰德提出了文化五维度的理论（Hofstede, 1984）。其中，在对IBM工作在全球的116 000名员工的调查中，对东西方文化差异的原因用四个维度进行了概括，包括个人主义和集体主义（Individualism and Collectivism）、权力距离（Power Distance）、不确定性规避（Uncertainty Avoidance）、男性化和女性化（Masculinity and Femininity）。后来，霍夫斯泰德和Bond（1988）提出了第五个文化维度，即“长期取向”（Long-term Orientation）和“短期取向”（Short-term Orientation）。

（1）个人化倾向和集体化倾向。在个体主义文化中，强调个人目标，崇尚对抗、竞争、直言快语，注重逻辑和推理；在集体主义文化中，社会结构具有较强的凝聚力，集体利益高于一切。

（2）权力距离是指人们对社会或组织中权利不平等分配的接受程度。在权力距离小的国家，如美国，人们相信权力和机会平等，个人通过努力可以改变自身在社会中的地位；而在权力距离大的国家，如日本、中国，则相信分配可以不均，人有等级之分。

（3）不确定性规避是指反映社会成员对模棱两可或不确定性的容忍程度。该指数较高的文化往往难以忍受不确定性，因而个人对新思想或新行为持怀疑态度，人们往往借助于信念、习惯或是制度等避免这种不确定性。不确定规避指数较低的文化对于成文法规在感情上接受不了，除非绝对必要，因而有利于产生一些根本性的革新想法，却不善于将这些想法付诸实践。

（4）男性化和女性化用于描述社会的主流价值观更倾向于男性气质还是女性气质。该指数较高，说明该社会的男性化倾向明显，男性气质突出；反之，则说明男性化倾向不明显，男性气质弱化，女性气质突出。根据霍夫斯泰德的观点，男性化的文化特征崇尚办事果敢、乐于竞争、追求实质性的成功；女性化的文化特征则偏向于合作、养育、和谐。

（5）长期取向的文化关注未来，重视节俭和毅力。如日本，国家以长远的目光来进行投资，每年的利润并不重要，重要的是能够逐年进步以达到一个长期的目标。短期取向的文化里，价值观是倾向过去和现在的，人们尊重传统，关注社会责任的履行，但此时此地才是最重要的。例如，美国公司更关注季度和年度的利润成果，管理者在逐年或逐季对员工进行的绩效评估中关注利润。

（二）文化的差异性

各个国家、地区和民族的文化都存在一定的差异性，并且这些差异体现在方方面面，以下从推理模式、行动和存在、结果和关系、神与人类、时间观念五个方面对文化的差异性进行阐述。

1. 推理模式

思维模式是一个逐渐习得的过程，不同文化的推理方式不同，人们思考问题的角度、逻辑以及语言的组织也各有差异。没有语言，思维无法产生；离开了语言，思维也只是—种潜在的机能，“无以定其形，无以约其式，无以证其实”（李瑞华，1999）。

西方文化最典型的思维方式为线形思维，因此西方人擅长因果推理。上帝造人、人造房子、房子什么也不造，就是这种思维模式的一种表现，该模式使得西方人交流时表露较为直接。在语言谋篇方式上则体现为：首先亮明观点或看法，点明主题，然后再依次说明背景、条件、原因。并且，西方人侧重从个体出发把握对象，通过逻辑分析认识和了解事物，高度重视逻辑性。因此，西方人讲话时一个句子不论长短，主、谓语必不可少。如用英文表达“足球是一项高难度运动”这个观点并给出支持理由，可以表述成：“Soccer is a difficult sport. A player must be able to run steadily without rest. Sometimes a player must hit the ball with his or her head. Players must be willing to bang into and be banged into by others. They must put up with aching feet and sore muscles.”观点放在句首，体现了西方人在写作中的线形思维。

亚洲人的思维方式讲究整体思维和主体思维，因此亚洲人擅长关联推理。例如，中国人常常会把谈判双方的一次会晤同两国历史上曾经发生过的重大事件联系在一起；“送伞”“送钟”“分梨”在中国被赋予了不好的谐音“送散”“送终”“分离”，因此“钟”是绝不能送人的，“梨”哪怕再大，也是不能分着吃的；还有“镜子”在中国不要拿来送人，否则对方会以为你在讥讽他“你有多大能耐，拿镜子照照吧”。但这些在西方人的眼里，却没有这样的意思（黄碧蓉，2003）。东方人在语言使用上，讲究的是意义的关联，没有形式上的线形衔接，如中国元曲大师马致远的《天净沙·秋思》。

天净沙·秋思

枯藤老树昏鸦，
小桥流水人家，
古道西风瘦马。
夕阳西下，
断肠人在天涯。

“阴阳物耦式”思维模式也是中国人的显著特点。《易经·系辞》：“易有太极，是生两仪，两仪生四象，四象生八卦。”中国人的这种要素对比式的逻辑思维方式可能令西方人大惑不解。在沟通时，中国人会用一系列并不互相排斥的对照式平行句或对偶句，不管有无主谓，只要符合阴阳对立模式就行。再者，中国人的“螺旋式”思维模式在《太极图》中得到了充分展示，万物每一阶段的演变都有一个中介范畴，即：太极到阴阳中介动静，阴阳到五行中介变合，五行到男女中介妙凝，男女到万物中介交感（郑春苗，

1994)。亚洲的许多国家都使用中国的阴阳符号，如韩国的国旗上便有这个符号，故亚洲人交流多使用间接的方式，即首先叙述事情的背景或罗列客观的条件、原因、证据，然后“点睛”，得出结论，说明看法。

例证 1-4

中西方家庭教育思维方式的冲突

在美国，一位从中国大陆去的女士带一个两岁的女儿逛街时，女儿打了一个美国孩子。为了教训自己的孩子，她当场打了女儿，这惊呆了在场的美国人。当晚，女儿突发高烧，由于她没有稳定的工作，再加上英语不是很好，所以不敢去医院。好在她曾经当过“赤脚医生”，家里也有从国内带去的针剂，就给孩子注射了这种药。没想到孩子病情更加严重，她都快急疯了，多方打听下，她才将孩子送到了附近的医院。医生问了病情，当他们好不容易才明白这位母亲给孩子注射的是什么针剂后，让她回家拿来那种针剂。哎呀！是链霉素，竟然还过期了！链霉素在美国早就被禁用了。可是她不明白为什么医生那么惊讶并有些愤怒。她看到医生全力抢救孩子，心里踏实了，也很感激。几天后孩子终于痊愈了，当她高高兴兴准备接孩子回家时，却被医生断然拒绝了。更没想到的是医院控告她虐待孩子，法院决定暂时把孩子交给一家美籍中国人监护。

（宋晓莉，2016）

2. 行动和存在

行动导向的文化崇尚效率和实践，而存在导向的文化崇尚宁静、镇定与从容。这也就是西方人生活节奏快并提倡快速、高效，而泰国等国家更注重生活的安逸与平和的原因。克利福德·格尔茨（Clifford Geertz）（1999）第一次注意到了重视行动的文化与重视沉默的文化之间的联系。重视行动文化的人把沉默视为一种浪费，而重视存在文化的人往往会重视沉默。

例证 1-5

说话模式

对盎格鲁-撒克逊人来说，A 先说，说完 B 接上，然后 B 开始说，说完停下 A 再接着说，一来一往，有问有答，顺序清楚，是良好的对话方式。如果一个人在别人还没说完话就插进来，会被视为不礼貌，有可能会遭到白眼。

但对于拉美人，这样的方式却未必被视为有效。他们的对话方式是，A 开始说话，但在 A 尚未停下时，B 就应该插嘴，打断对方，并接着往下说。然后 B 在还未结束时，A 插进来继续打断。打断对方被看成是对对方的话感兴趣，而且自己也有很多感受要分享。如果不插嘴，则说明话题无趣。

东方人则是 A 先开始说，B 在接 A 的话之前有一段空白，这段空白表示沉默。也就是说，在回答或接另一个人的话题时，应该有一个小小的停顿。这个停顿可能只有几秒钟的时间，显示的是你在思索对方的话，思考之后再回答。因此，沉默是对对方尊重的表现，

同时也表现自己的深思熟虑。

(郑兴山, 2010)

3. 结果和关系

结果与关系在某种程度上对应霍夫斯泰德关于个人主义和集体主义的观点。个人主义文化是行为导向的, 强调个人成就, 提倡在竞争中取胜, 而结果便是其成就的衡量标准; 集体主义文化则是关系导向的, 强调人际关系的网络型支持与协力合作。

4. 神与人类

你若出差到印度马德拉斯, 会看到商人一天去神庙数次, 每天早晨工作开始之前都要为公司的运货卡车祈福。在泰国曼谷, 女商人每天清早开门营业之前都提供给和尚食物, 当天晚些时候会在街上的圣坛停下来做祷告。在土耳其的安卡拉, 教徒们在对真主阿拉的祈祷中开始一天的生活, 一天当中每隔一段时间还要做相应的祈祷。尽管这些国家都不受宗教约束, 所有人都有宗教信仰自由, 但是, 由于多数人信教, 宗教信仰活动对所有事物都会造成一定的影响。然而, 某些国家对宗教在公众场合的频繁提及却极为反感, 如加拿大人就对美国某些领导人频繁提及上帝感到困惑不解。

各国宗教制度不同, 商务活动以及政治活动的执行、宣传等也存在差异。下面简单介绍下世界上五种主要宗教, 以了解各国价值观、文化活动及商务活动的不同。

(1) 基督教。基督教神学有两大来源: 一是希伯来文化, 二是希腊文明。它从希伯来文化得到了一个信仰的上帝, 从而继承了犹太教“上帝面前人人平等”的伦理普遍主义传统; 它又从希腊文明得到了一种理性逻辑的求知工具, 从而继承了“真理面前人人平等”的认知普遍主义传统。所谓“吾爱吾师, 吾更爱真理”, 正是这种认知普遍主义取向的一个生动写照(帕森斯, 1988)。尤其是前者, 对基督教文化传统形成的影响更为突出。因此, 在基督教的经典中, 存在着强烈的普遍主义取向, 甚至存在着为了使人们更好地信奉唯一的上帝, 而反对与任何一个具体的人过分亲近的倾向。

基督教有 3 个主要分支, 即天主教、新教、东正教。

① 罗马天主教人数最多, 强调罗马天主教教皇在集权、等级制度中的绝对权威。耶稣是人类和上帝的共同儿子, 由一个名叫玛利亚的女子所生, 并被认为是上帝施恩于人类的辩护人。天主教教会组织体系自上而下, 集中统一, 所有神职人员, 包括修士和修女, 均遵守独身制度, 在教堂里举行的宗教崇拜活动称为“弥撒”。天主教坚持《圣经》本身的权威, 同时赞成以教会来主导对《圣经》的解释, 强调神职人员的中介作用, 从而使神职人员享有一个较为崇高的地位, 相信凭借教会的引导使信徒得救。

② 新教徒与天主教徒有所不同。新教徒认为, 耶稣是唯一的一位上帝和人之间的中保, 个人必须同耶稣基督有直接的、亲自的接触。宿命论的观点在新教教派中占据主导地位, 认为被上帝选定的人就是接受上帝的仁慈和恩典的人。物质财富的繁荣和被上帝选择这两者之间有紧密联系。财富应归因于上帝的恩准和赐福, 如果上帝的恩准降临于你, 你就会勤勉劳作, 变得越来越富有, 但财富不应被用于个人纵欲作乐, 而应该用于储蓄和投资, 用财富去创造资本。资本主义在新教的伦理环境中也因此得以发展。

③ 东正教是从中东、东欧和俄罗斯的早期基督教运动中分化出来的。基督教出现后不久,就逐渐分化成以希腊语地区为中心的东派教会和以拉丁语地区为中心的西派教会。1054年,东、西两派正式分裂,以君士坦丁堡为中心的大部分东派教会自称“正教”,意为保有正统教义的正宗教会。因为地处东方,故又称“东正教”。东正教有三大特点:保守性,表现在它拘泥于古代基督教会的教义和礼仪,不做任何更改和革新;神秘性,表现在它对教士实行禁欲主义,要求教士与世隔绝,终身过隐修生活;依附性,教会直接受制于王权,完全依附于世俗政权。

(2) 佛教。佛教始于公元前6世纪的印度,是一名叫悉达多·乔达摩的王子创立的(悉达多:释迦牟尼本名;乔达摩:释迦牟尼的俗姓)。他一直过着衣食无忧、富足充裕的隐居生活,直到有一天,他碰到了—个年老的、已经死了的乞丐,目睹了生活的严酷,于是离家出走,去思考人生苦难的意义。他在一棵菩提树下沉静冥想后,悟出了道理,随后将自己悟出的道理向其他人讲说。

他的四大真理即四谛,具体如下。

① “苦谛”:人生的本质就是遭受苦难。

② “集谛”:人生的“苦”产生的根源在于欲望永远得不到彻底满足。

③ “灭谛”:当欲望消失时,人就可以从苦难中解脱出来。

④ “道谛”:消除欲望、摆脱苦难的途径就是“八正道”。“八正道”(Noble Eightfold Path)概括了规避邪恶和暴力、思考人的本体转瞬即逝的伦理行为。沉思冥想的目的是使思想完全专注于一个想法,从而使自己从欲望中解脱出来,并最终从感觉中解脱出来。

佛教对印度教的一种思想——“羯磨”(梵文音译,即“因果”)做了阐述,意为人的所作所为会以“原因—结果”这样的先后次序,产生某种不可避免的最终结果。做好事将产生好的因果报应,做坏事则产生坏的因果报应,这种因果报应无论好坏,都是人们今生和来世必须经历的事情。“涅槃”是世间所有一切法都灭尽而仅有一本住法圆满而寂静的状态,是一种超越了天地万物的空无状态。人自身与宇宙万物融为一体,一切皆空,这便是人生痛苦的终结。

佛教有两个大的分支:小乘佛教和大乘佛教。大小乘佛教之间的区别表现在如下五个方面:① 经典不同。小乘佛教只承认早期结集形成的经典是佛经,用巴利语写成,对后出的《阿弥陀经》《金刚经》《法华经》《华严经》等大乘经典并不认同。大乘佛教认为用梵语写成的大乘佛经才是经典,但是对小乘佛经也持肯定态度,认为小乘佛经是佛对小根器之人说的不了义经。② 对佛的看法不同。小乘佛教认为世界上除了现有的释迦牟尼佛和将来可能会有的弥勒佛,别无他佛。大乘佛教则认为世界上有大量佛,并且认为释迦牟尼佛并不是佛的真身,佛还有报身、法身,作为法身的佛,常住不灭,无在无不在。③ 对解脱的认识不同。小乘佛教认为常人是不会有来生的,只会修行到最高等次(即阿罗汉)之后涅槃解脱。大乘佛教则认为人均可成佛。④ 对菩萨的认识不同。小乘佛教认为释迦牟尼前世的菩萨,菩萨只是成佛前的状态。大乘佛教则主张众生均可成佛,认为文殊、普贤、观音等菩萨都是真实存在的,并且菩萨的修行有不同的等次。⑤ 对涅槃的认识不同。小乘佛教认为涅槃就是灭除肉体和精神,不再有来生。大乘佛教则认为涅槃是“常、乐、我、净”,

涅槃之后还会有来世。

例证 1-6

信仰佛教的泰国

佛教是泰国的国教，佛教徒占泰国人口的 95%。在泰国，严格的教法和习俗甚至对商业活动产生了影响。与泰国人做生意，必须注意由宗教信仰而衍生的各种商务习俗。访问泰国的各级政府机关宜穿西装，商界人士见面宜穿衬衫，打领带。约见大公司的办公人员，宜持有英文、泰文、中文对照的名片。

此外，泰国人非常重视人的头部，而轻视两脚，认为头是灵魂所在，是神圣不可侵犯的，因此切勿触摸别人的头，即使是小孩的头也不可随意去摸。又如长辈在座，晚辈必须坐在地上，或者蹲跪，以免高于长辈的头部，否则就是对长辈的不敬。人坐着的时候，忌让他人拿东西从头上而过。在泰国人面前盘足而坐是不礼貌的。商务谈判坐下时，千万别把鞋底露出来，因为这样是极不友好的。同泰国商人相处时，不要夸耀自己国家的经济，在泰国，最好携带旅行支票或本票，少用现金。商人如果对泰国的寺庙、佛像、和尚等做出轻率的举动，就会被视为有罪。在当地人家做客，如果发现室内设有佛坛，要立即脱掉鞋子和帽子。再者，初到泰国，要注意当地人行行的合掌礼，外国人也可以照样行礼，双手抬得越高，表示对客人越尊重，但双手的高度不能超过双眼。

（浩知，1998）

（3）伊斯兰教。伊斯兰教的创始人是穆罕默德，他在大天使加百利（据说是替真主把好消息传给世人的使者）口传的启示下，进行公开讲道，把真主的启示传授给麦加的阿拉伯人，这些书面记录的启示被信徒们汇集起来，形成了《古兰经》。

“伊斯兰”一词的原意为“顺从”，即顺从真主“安拉”。在伊斯兰国家，最常用的词语就是“印沙安拉”（Inshallah），意思是“单凭天意，听天由命”。伊斯兰教一个最基本的信仰便是：一切事物无论好坏都是由真主的意志安排的。在不同国家，伊斯兰教的习俗各有不同。例如，在印度尼西亚、马来西亚、土耳其、埃及、沙特阿拉伯和突尼斯，伊斯兰教徒的行为各有不同，但他们都遵从《古兰经》的戒律。

以下为伊斯兰教“五功”的具体内容。

① 念功，即信安拉，立誓信教。可概括为：万物非主，唯有真主，穆罕默德是真主的使者。

② 拜功，即日祷，做礼拜。伊斯兰教教义要求祈祷者每天做五次祷告，信徒面向圣城麦加的方向，用阿拉伯语祈祷，其中最重要的祷告时间是每星期五的中午，在这个祷告时间里，男人们要去清真寺做礼拜。

③ 课功，即施舍性的捐赠。伊斯兰教提倡乐善好施、接济穷人。伊斯兰教徒每年进行一次慈善捐款。

④ 斋功，即斋戒。指伊斯兰教徒从黎明前到日落黄昏，戒除饮食、男女性关系，谨言慎行，自我克制，不许有任何非礼行为。伊斯兰教历法的第 9 个月为斋月，伊斯兰教徒须

白昼戒饮、食和房事一个月。黎明前而食，日落后方开。

⑤ 朝功，即参拜圣地麦加。每个信教的成年人，只要能够负担得起，就要每年去麦加参拜一次，伊斯兰教历法的第12个月是朝圣月。

（4）印度教。印度教源于古印度韦陀教及婆罗门教，是世界最古老的宗教之一。印度教认为世界由等级制度规范，即“种姓制度”。血统最纯正的婆罗门僧侣位于最上层，但不一定是最有权势的人。每个种姓都有自己的“德”或“法”，即职责，各种姓的成员根据才能和资质被安排承担某些工作。这会对人们的抱负和社会流动性产生影响，进而也意味着人们想从事具有流动性和其他特点的某些特定的职业，因受种姓制度的限制，这些工作对他们来说是封闭的。尽管以种姓作为雇佣和晋升的基础已被宣布为非法，但其价值取向在印度文化中依然存在。例如，三一重工印度分公司的一名中方高管在分配工作时，习惯性地由工作秘书进行传达，这遭到印度高管的投诉，原因是印度的种姓制度让印度高管们认为工作不应该由一名秘书进行传达。

此外，大多数印度人认为，灵魂既可以依托于人的形体，也可以依托于动物的形体转世重生。在印度教的教义内容中，恶鬼轮回到母牛要经历86次转生过程，再多一次转生灵魂便可托生为人形，因此他们不吃牛肉，崇拜牛。外国商务人士必须了解印度特定地区中人们的信仰是什么，因为某一个地区的某些基本宗教信仰在另一个地区可能是不被接受的。并且，印度人非常愿意谈论宗教问题，愿意谈论种姓制度对职业生活的影响。

（5）犹太教。犹太教起源于公元前1200年以前，基督教和伊斯兰教都是在犹太教的基础上产生并发展起来的。《塔纳赫》是犹太教的经典，也称希伯来圣经，它同时是基督教圣经的旧约部分，总共24卷。另一个重要的著作是犹太法典《塔木德》，它由《密西拿》和《革马拉》两个部分组成。《密西拿》阐述了犹太人通过口述流传下来的教义的律法条文，《革马拉》是对《密西拿》中条文的注释，是由犹太学者在几个世纪中写成的。

大多数犹太人怀有某些共同的信仰，主要有以下7个方面。

① 宇宙中只有一个真神。

② 神关心人类。

③ 一人应体现对另一人的关怀。

④ 圣约是神与以色列民族订立的誓约，以神的戒律的形式表达了神希望他的子民善待宇宙万物的意愿。

⑤ 救世主弥赛亚或弥赛亚时代终将到来，参加宗教仪式和典礼的犹太人将在那个时代重生。

⑥ 信仰犹太教徒的惯例和习俗。

⑦ 信仰犹太人的圣日和犹太历法。

当代犹太集团可以划分为四大流派，分别由四个犹太人集团的成员所代表：正统派、改革派、保守派、重建派。世界范围内的大部分犹太人尽管不属于四大流派，但也认为自己是犹太人，其中有些人经常参加犹太人集会，而另有一些人出于意识形态方面的原因更愿意居于“尘世”。在“尘世”的犹太人和加入犹太集团的犹太人中，还混杂着其他一些把自己的

身份定位于“犹太复国主义”的人，他们致力于在以色列创建和维护犹太人家园的活动。

5. 时间观念

不同文化背景的人们在时间观念与时间使用上存在差异。Edward T. Hall 把不同文化的时间分为两种范畴，即单一时间制（Mono-Chronic）和多元时间制（Poly-Chronic）。前者是一种强调日程、期限，讲究效率，倾向于做短期计划和一段时间只做一件事情的时间习惯；后者讲究时间使用的灵活性，倾向于做长期计划和一段时间内允许做多件事情的时间习惯。其中单向计时制国家主要包括美国、德国、瑞士等欧美国家，多向计时制国家主要有非洲、阿拉伯和希腊等。以下从四个方面对不同的时间观念做进一步的介绍（潘国强，2006）。

（1）对时间期限所持的态度。Edward T. Hall 和 William H. Whyte（1963）在谈到不同时间取向对交际的影响时指出：“美国人具有期限的概念。但是，如果对一个阿拉伯人提出最后期限，那无异于在公牛面前摇摆红旗。”可见，在不同的文化中，人们会对时间期限做出不同的反应。

以美国为代表的单向计时制国家深受时钟的“铁腕”控制，他们甚至称自己是时间的奴隶（Slave to nothing but the clock）。正如霍尔（Hall）所说：“在西方世界，任何人都难逃单向时间的铁腕控制。事实上，社会及商业生活甚至于性生活都受时间操纵。时间完完全全地编织人们生活的网络。”而多向计时制国家对时间期限的理解要灵活得多。如在中国，期限有时只意味着接近最后底线的一个警告，人们似乎都心照不宣地知道，在期限之后还有一个真正的“底线”。

例如，在商务沟通中，对于工程的完工时间限制，不同时间制的国家会有不同的阐释，跨文化沟通的矛盾也因此而产生。

例证 1-7

写 报 告

经理（美籍）：你需要多长时间完成这个报告？

员工（希腊籍）：我不知道。应该需要多长时间？

经理：你应该最有能力判断需要多长时间。

员工：10 天吧。

经理：给你 15 天时间。

15 天之后……

经理：报告呢？

员工：明天就应该行了。

经理：什么？我们不是说好 15 天完成吗？

在时间限制方面，美籍经理把 15 天看成是合同，是不可随意更改的“死期”（deadline）。但在希腊籍员工的眼里，15 天只是一个约定，不需要严格遵守，只要在 15 天左右完成就可以了。

（郑兴山，2010）

（2）对时间顺序所持的态度。Robert Levine（1959）曾说：“时间是大自然用来避免事情同时发生的方式。”这就说明，事情本身有时间上的先后顺序，而不是同时发生的。尽管如此，不同文化对时间顺序的态度是不一样的。西方人视时间为一条河流，河水只能从一头流向另一头，不会倒流，也不会在哪里停顿。受这种线性时间观影响的西方人非常重视时间的价值。在西方谚语中有比较明显的体现，如：“Time is money”（时间就是金钱）、“Make hay while the sun shines”（趁热打铁）、“Time lost can not be won again”（光阴一去不复返）等均反映出西方人的时间顺序观。西方的线性时间观是工业社会的典型代表，工业化程度较高的社会一般采用单一时间制。如美国，他们对时间这条“直线”严格进行分割计划，在一段时间里只安排一件事，既定日程不轻易改变，做事讲求效率、计划的周密性与严谨性。在一定程度上，时间观客观地操纵人们的社会生活，时间决定他们做什么，不做什么，必须先做什么，什么可以留到最后一分钟。

在中国传统文化中，对时间的认识既有线性观念，又有环性观念，但更多地表现为环性时间观念。环性时间观认为时间就像一个大圆圈，世间万事万物都在经历一个时间周期之后又回到原来的状态。中国人的环性时间观和历史环境分不开。以农为本、以耕为生的农民在漫长的生活实践中形成了按照农作物生长周期安排时间的习惯，久而久之，这种习惯就形成了一种定势。农民对季节的体察和感受格外细致入微。春耕夏耘，秋收冬藏，季节的更替、气候的变化与人们的生计休戚相关。“节气歌”既是长期生产实践的智慧结晶，也是农民感知时间的独特方式。因此，中国人在长期的农业生活中，受天时的循环变化影响，形成了这种环性时间观。

例证 1-8

三一重工的“双子塔”

在三一重工德国公司，招人流程就明显不同。中国人的做法像并联电路，多倾向于所有重要岗位同步招聘：既招聘营销老总又招聘营销经理，同时也招聘服务工程师。而德国人的做法则像串联电路，先招聘营销部门负责人，然后再授权他去招聘部门经理以及服务工程师。

如何把串联、并联用到同一个电路上呢？对于入职的高管、关键员工，三一会专门安排一次中国之旅，让他们全面了解并接受三一的企业文化和价值观，让彼此的沟通能够建立在共同的诉求之上。

此外，三一德国设立了“双子塔”，让“混血”团队通力合作。具体做法是，各个主要岗位的设置都是一正一副，比如财务主管、营销主管是德国人，那他们的副手就是中国人。这些中国“副手”充当中德两种文化之间的“变压器”，其职责是把中国总部的文化、做事逻辑及沟通语言等“变压”，让德国人能听懂、能理解，再由德国同事向欧洲市场直接输出。

（本案例源于网络，并经作者加工整理）

（3）钟点时间和合适时间。Erickson 等人（1982）曾借用希腊词语将时间分为钟点时

间和合适时间。钟点时间主要是指在工业社会里人们严格按照钟点时间做事,人们制定生产和销售目标,确定每项工作应该完成的时间。合适时间是指按照事情发生的合理时间进行,比较注重做事的合适时机,但对时间的要求不像钟点时间那样需要精确到分分秒秒。例如,在波多黎各,你在 10:30 有一个约会,你也许是对方的日程安排中要见的第二个人,你一直等到 11:30 也不奇怪,每个人都很重要,因此不能因为事先随意制定的时间表的安排就草率地结束会面。在俄罗斯,人们的通常观念是:时间与成本或利润没有什么关系,严守时间完全是一个陌生的概念。而在结果导向型的文化中,如以色列,守时不但是工作严肃认真的体现,更是一种基本的礼貌。这种钟点时间还被体现在英语语言中,如 to the minute, in a second 等。

(4) 长期取向和短期取向。长期与短期取向是单向计时制和多向计时制的一个显著特征。持有长期时间观念的人倾向于制定长期的工作计划,希冀维护长期的人际关系,把坚持和耐心作为一种美德。持短期时间观的人喜欢做短期的计划,人际关系变化快,重视短期的目标,追求立竿见影的效果。美国前总统布什的一个预算官员 Richard Darman 在 1989 年曾批评美国已陷入一种所谓的现在主义(Now-Now-ism),即人们过度地沉湎于现在和当前的利益和快乐,缺乏对未来应有的考虑。金融泡沫的破裂就是一个佐证。而长期取向文化中,如中国,人们从小受到的教育便是“只要功夫深,铁杵磨成针”“一日为师,终身为父”等观念,做长期计划已深深扎根于人们的心中。

三、文化智力与文化意识

个体面对陌生文化时,既对陌生文化感到好奇,希望有更多的了解,同时又可能不愿意改变自己,而要求他人与自己一致。文化智力将帮助我们适应异族文化;而文化意识可帮助我们认识到文化差异,减少跨文化沟通中的冲突与矛盾。

(一) 文化智力:对异文化的适应程度

“文化智力”一词是由 Earley 和 Ang (2003) 最早提出的。他们认为,文化智力是反映个体在新的文化背景下,收集和处理信息、做出判断并采取相应的有效措施以适应新文化的能力。Peterson (2004) 对文化智力的解释是,各行各业的工作者为了改善工作环境中的沟通,与来自不同国家的客户、合作伙伴以及同事保持融洽的商业关系的能力,包括语言能力、空间能力、情感能力以及人际关系能力四个方面。而对文化智力较为简单的概括是“一个人成功适应新文化环境的能力”,并将文化智力分为三个主要部分:① 对于文化以及思考和解决文化问题的行事方式的相关知识认知;② 适应新文化的动机;③ 应用,即将自己适应新文化的愿望、知识和能力付诸行动,解决文化难题(Beamer&Linda, 2001)。

关于文化智力的结构有三维结构和四维结构两种看法(王明辉, 2011),但其实质大体类似。文化智力四维结构包括元认知性文化智力、认知性文化智力、动机性文化智力、行为性文化智力,其中元认知和认知部分可以统称为精神性文化智力。元认知性文化智力是指与来自不同文化背景的人交往时个体的意识水平和知觉程度;一般而言,高元认知性文化智力的个体具有较强的战略性思考能力,当与来自不同文化背景的人交往的时候,他们

能够有意识地使不同文化环境的模糊性呈现条理性。认知性文化智力是指个体对不同文化环境中的规范、习俗的理解程度；高认知性文化智力的个体通常能够基于他们对新的文化中的经济、法律的理解，来寻找与不同文化背景的人的相同之处和不同之处。动机性文化智力是指个体适应不同文化的驱动力和兴趣点；高动机性文化智力的个体能够发自内心地关注文化情境，自信快速地适应不同文化。行为性文化智力是指当与来自不同文化背景的人交往时，个体所表现出的合适语言和非语言行为的灵活性；高行为性文化智力的个体能够根据他们的语言和非语言的能力在不同文化情境中表现合适的行为，如语调适中、举止自然等。

关于文化智力的影响效果，Ang 等研究发现，文化智力能够解释外派经理人的工作绩效和他们的适应能力，而且显著高于人口统计学变量与一般认知能力所能解释的部分。他们的研究还表明，精神性文化智力（包括元认知性与认知性文化智力）能够预测个体的文化判断、决策制定和任务绩效，动机性文化智力能够预测个体在不同文化环境中的普遍适应能力，而行为性文化智力与个体的任务绩效以及不同文化环境中的普遍适应能力相关。此外，动机性文化智力能够预测外派专业人员的跨文化适应能力，甚至超过了外派工作之前的组织培训（Templer, Tay&Chandrasekar, 2006）。

（二）文化意识的重要性

根据 Hanvey（1979）的观点，跨文化意识是指跨文化交际中参与者对文化因素的敏感性认知，一般分为四个层次：一是对那些被认作是怪异的表面文化现象的认知；二是对那些与母语文化相反而又被认为是不可思议的显著的文化特征的认知；三是通过理性分析从而取得对文化特征的认知；四是从异文化持有者的角度感知异文化。第四个层次是跨文化意识的最高境界，要求参与者具备“移情”和“文化融入”的能力。

文化意识的高低决定了交际者能否摆脱自身文化积淀所形成的思维定式的影响，从而自觉地避免因文化差异，如文化取向、价值观念、宗教信仰、伦理规范、思维方式等引起的文化冲突，保证跨文化交际的顺利进行。跨文化意识的有无或程度的强弱直接影响交际的质量，同时也是衡量一个交际者能否成功地实现跨文化交际目的的重要准绳之一。

第二节 沟通与文化

受价值观、宗教信仰等影响，人们对事物的看法各不相同，在沟通中组织信息、问礼寒暄等方式也各不相同，文化与沟通的顺利进行有着密切的关系。关于沟通与文化之间的关系，国内外学者已展开了深入的研究。

一、“不同文化间的沟通”与“跨越一种文化的沟通”

威廉·古第坎斯特（2003）对“不同文化间的沟通”和“跨越一种文化的沟通”这两个概念做了区分，他认为：“跨越一种文化的沟通涉及比较各种文化的沟通，而不同文化间的沟通涉及来自不同文化的人们相互之间的沟通。”本书的视角是“不同文化间的”沟通，

着重对不同文化特有的文化特点在书中进行描述和比较。

表 1-1 是对“不同文化间的”与“跨越一种文化的”两种研究视角所包括的不同范畴的总结 (Beamer & Varner, 2001)。表中的每一个研究领域都导致了理解文化与沟通之间关系的某种理论的创立。

表 1-1 “跨越一种文化的沟通”与“不同文化间的沟通”两种视角的部分研究范围

跨越一种文化的沟通 (Cross-cultural)	不同文化间的沟通 (Intercultural)
比较各种不同文化的沟通	考察不同文化背景的人沟通时的相互作用
把文化看作一个理论变量	用文化/文化变量来解释相互作用
包括跨文化心理过程, 如认知和情感	包括不同文化间的心理过程, 如身份管理、外表形象和表情
比较非语言沟通和其他沟通行为	关注沟通中的相互作用的结果和过程, 如文化适应、冲突管理、团队工作、谈判
考察各种文化的言语 (语言) 沟通的差异	研究人们在其他文化环境中的适应性和心理调节
对比外在谈判行为; 比较冲突管理方法	考察沟通网络

二、跨文化沟通的发展与研究范式

(一) 跨文化沟通的发展

1. 跨文化沟通在国外的发展

在当今经济全球化的时代, 人们很难回避跨文化沟通现象。跨文化沟通作为一门学科最早出现在美国, 也是为了满足当时的经济发展以及政治和军事扩张的需要。20 世纪 60 年代末期, 美国在推动跨文化沟通的研究中起到了先导作用。1958 年 Eugene Burdick 和 William Lederer 出版的《丑陋的美国人》(*The Ugly American*) 以及 1959 年 Hall 发表的《无声的语言》(*The Silent Language*) 标志着跨文化沟通研究的开始, 也掀起了该研究的热潮。Hall 学习的专业是人类学, 第二次世界大战后, 他同其他人类学和语言学家一道, 在美国对外服务协会工作。他们为即将奔赴其他国家从事政府事务工作的人开发出了各种出国前培训项目, 编写培训教材, 设计各种培训方法。之后, Hall 和其他学者继续为美国对外服务协会编写培训教材, 逐渐形成了跨文化沟通这门学科。

此后, Robert Oliver 出版了《文化与交际》(1962), A. Smith 出版了《交际与文化》(1966), David Hoopes 出版了《跨文化交际学读本》, 这三本书都是围绕文化与沟通的关系展开论述的。而在 20 世纪 60 年代中期以前, 学者们在讨论沟通时很少涉及文化的影响。从 20 世纪 60 年代开始, 美国的一些大学开始开设跨文化沟通这门课程。60 年代中期, 匹兹堡大学的一批学者组织了研讨会, 成立了一个研究中心, 由 David Hoopes 主编, 出版了《跨文化交际学读本》, 在当时论著缺乏的情况下, 这本书在教学中起到了举足轻重的作用。1970 年对于跨文化沟通研究来说是一个转折点, 这一年, 国际传播协会 (The International Communication Association) 正式承认跨文化沟通学这一领域, 并在协会下成立了跨文化交际分会、言语传播协会 (The Speech Communication Association), 在协会下也成立了跨国与跨文化交际委员会, 并确定 1970 年为“跨文化与跨国言语研究交际年”。

2. 跨文化沟通在中国的发展

20 世纪 80 年代初,“跨文化沟通”这一概念在我国开始引进并有了迅速发展。1982 年,许国璋先生在《现代外语》上发表了有关语言与文化的论文——*Culturally-loaded Word and English Language Teaching* (《文化词语与英语教学》),着重讨论了词的文化内涵与翻译的关系。1983 年,何道宽发表的两篇文章《介绍一门新兴学科——跨文化的交际》和《比较文化之我见》将跨文化沟通作为一门学科向国内学者进行介绍,探讨了这门新兴学科的基本内容、理论及其研究成果。李筱菊在英国杂志发表的《为交际教学道路辩护》,被学者视为 20 世纪 80 年代国际英语教学改革的代表作。此后,随着交际法外语教学在我国的推广,讨论跨文化沟通与外语教学及翻译的文章便如雨后春笋般涌现,越来越多的中国学者投身到了跨文化的研究中,并为世界跨文化沟通研究的发展做出了贡献。

据统计,1993 年以前,有关语言与文化的各类文章已发表有数百篇,这些文章涉及面很广,涵盖了与跨文化沟通研究有关的各个重要课题,这些论文基本上被收入在胡文仲主编的《文化与交际》、王福祥与吴汉樱主编的《文化与语言》两本书中。1993 年以后,各类外语及对外汉语教学的刊物及高校文科学报上仍不断发表这方面的文章,数量相当多,无法一一列举。林大津教授的《跨文化交际研究——与英美人交往指南》综述了跨文化交际学,并从微观与宏观两个角度比较了英美文化与中国文化的差异及其对于各种沟通行为的影响,探讨了当代中国文化的动态特征,并对重新构建跨文化沟通能力提出了积极的设想与建设。

我国跨文化沟通研究在取得成就的同时,也存在不足,主要表现为:① 零散罗列现象较多,整体系统研究较少;② 低层次的概括较多,高层次的抽象较少;③ 实用性的建议较多,理论建树较少。总体上看,我国跨文化沟通研究在关注不同群体间的文化差异时,忽略了群体文化之间的共性探讨和群体文化内部的个性探讨,这是学术发展初期不可避免的现实局限,同时也是以后学术健康发展所要避免的误区(朱爱秀,2004)。

(二) 跨文化沟通的主要研究范式

对沟通等人类行为和活动的研究属于社会科学研究范畴。一般来说,以英文和其他欧洲语言发表的、包括商务研究在内的社会科学研究成果,可以归纳为两个类型:实证主义和诠释主义(Beamer & Varner, 2001),又被称为研究范式(Research Paradigms)。研究范式是一种模式、一种解释事物的方法。这两种范式代表了对现实存在的事物、研究者的作用以及从事研究的理由的两种不同理解。

1. 实证主义方法

研究者使自己同研究对象区别开来,他们客观地观察、测量,使用规范的、去争议的术语来描述所观察的事实,其研究往往独立于特定的研究背景。举例来说,日本商人和墨西哥商人谈判在墨西哥中部建立一个合资企业,生产丰田轿车和卡车。在实证主义范式框架内进行的研究,可能就是对观察到的双方谈判中的行为进行的描述。研究者会从已知的关于日本文化和墨西哥文化显著特征的视角,考察双方的沟通行为,进而分析和预测在其合资企业中哪些方面可能出现问题、哪些方面可能运作正常。研究者可能针对日本文化和墨西哥文化使用某个模型或理论框架,进而度量观察到的沟通者行为是怎样与该模型或理

论框架相匹配的。研究结果往往通过数据表示出来，并成为预测日本人和墨西哥人的沟通行为的基础。

2. 诠释主义方法

同样地，在考察日本商人和墨西哥商人在建立合资企业中的沟通行为时，研究者知道自己处于与研究对象的关系情境中。他们解释自己所听到、观察到的事实，使用不规范的术语描述其发现的结果，他们的研究并不独立于特定的研究背景。在上面的例子中，诠释主义的研究者会花一些时间在墨西哥进行访谈，找出墨西哥人认为其合资企业的沟通在何种程度上是成功的，或者在何种程度上是失败的。

表 1-2 所示为两种研究范式主要差异的对比。

表 1-2 两种研究范式主要差异的对比

比较的内容	实证主义研究范式	诠释主义研究范式
对现实的看法	客观的、能被研究者观察到的	主观的、由人类的心智活动构成的
研究者的观点	中立的，观察数据不影响正在研究的事物	在某种程度上与研究的事物有关系，影响正在研究的事物
研究的目的	描述和预测沟通行为	按照被实验者所报告的结果描述沟通行为和原因
研究方法	观察	实地研究（例如访谈、民族志）
研究的期望结果	识别行为中的文化变量，结论可能对其他文化具有普遍适用性	以社会环境为背景解释文化和沟通

大多数跨文化沟通的研究都是把两种研究方法的原理相结合，而不是完全局限于一种研究框架内。同时，跨文化沟通的研究者在研究跨文化沟通时对研究变量的选定不同，研究方向也不同。

(1) 多变量观察法。这里所说的多变量观察法是指考察文化价值观和态度等多个变量，并说明这些变量怎样导致了沟通行为的差异，从而对文化差异做出解释。

例证 1-9

不同文化下的自我介绍

西方的法国学生在介绍自己时，主要以特长、兴趣爱好等个人方面的特征为主要内容，而东方的中国、韩国学生并不注重个人特征，而更注重通过学校、家族等社会性关系来介绍自己。

法国学生：“大家好，我叫德克露妮·阿特利西亚，今年 14 岁了。现在除了学习法语，还在学习汉语和英语，我还想学习日语和韩语，以后我想进入能够学习东方语言的大学。我喜欢画画、读书和音乐，已经学了 7 年的钢琴，也听过很多 K-POP 音乐，我希望以后能在艺术或者医学领域工作。”

中国学生：“大家好，我是正扬小学的学生，名叫艾子敬，今年 14 岁了。我家除了爸爸妈妈之外，还有两个弟弟。我性格活泼，在家的時候喜欢帮助父母做一些力所能及的事情，在学校我也乐于向小伙伴伸出援助之手。以后我要努力学习，长大了我想当一名老师，这样才能像其他的老师那样，帮助那些农村里的孩子，教给他们很多的知识。”

韩国学生：“大家好，我是新宇小学四年级（4）班的郑愈彬，是家里的独生子，所以爸爸妈妈很宠爱我。前不久我的爷爷去世了，我伤心了好长一段时间。我之所以上学，是因为我希望能和老师、班里的小伙伴们一起学习，以实现我的梦想。我的梦想是成为首尔大学的教授，或者成为一名花样滑冰选手。”

（资料来源：从中法韩三国学生的自我介绍中看文化差异[EB/OL]. [2014-12-26]. <http://mt.sohu.com/20141226/n407300611.shtml>。）

（2）单变量追踪法。选取沟通行为中的一个变量，追踪该变量在不同的文化中有何不同之处，如沟通情境在人际交流中的作用。基于此变量，爱德华·霍尔创立了关于文化类型的理论——“高语境文化”和“低语境文化”。高语境文化和低语境文化是跨文化沟通的最基本指南之一。语境（Context）通常是指各种不成文的规范、价值观、仪式、非语言行为及背景。根据霍尔的观点，高语境文化中，环境因素在编译码过程中起着重要作用。人们在交往时，较多的信息蕴涵在社会文化环境和情境中，而相对少量的信息寓于明码之中。因此，高语境文化的成员在交际时重“意会”。低语境文化中，明码在编译码过程中起着重要作用，环境因素的影响相对较小，所以低语境文化的成员在交际时重“言传”。威廉·古第坎斯特（2003）将12个不同文化的国家按从低语境到高语境的顺序排列，依次为：瑞士、德国、斯堪的纳维亚、美国、法国、英国、意大利、西班牙、希腊、阿拉伯、中国和日本。

例证 1-10

请 病 假

史女士（美籍经理）：林小姐，请坐。我注意到上个月你请了好多次病假，我对你的身体有点担心。

林小姐（新加坡籍员工）：对不起，史女士。

史女士：自从我把你提升到办公室以后你就这样了，是不是这个职位对你来说担子太重了？

林小姐：可能是。

史女士：我也不知道该怎么办。我也想过让沈先生或刘女士来当主任，但他们都不如你做事有效率，尤其是上几个星期。

林小姐：哦，不是这样。他们都很不错，而且在公司工作的时间都比我要长得多。

这则对话发生在美国公司在新加坡的办事处里，其中史女士是公司的外派经理，林小姐是本地招聘的员工。从这段对话可以看出，美籍经理史女士与新加坡籍员工林小姐之间在提升的标准上有相当不同的看法。史经理认为工作效率和工作绩效是最重要的提升标准，而林小姐认为在公司任职的时间（资历）应该是最重要的标准。现在提升她去领导老员工，让她压力很大，必须请病假逃避。史女士看到林小姐请病假，根本没有看出来林小姐是在逃避当老员工的主任的尴尬，而以为林小姐是真的病了。林小姐回答含糊其词，希望史女士能够“猜测”到她的真正意图。史女士就事论事的低语境思维方式与林小姐的高语境思

维方式发生了冲突，导致沟通不能顺利进行。

（郑兴山，2010）

第三节 文化与沟通障碍

在进行跨文化沟通时，根据我们对对方文化的了解程度，可能出现三种情况：完全陌生；有一定了解，但过于简化或不准确；了解得比较全面。在这三种情况下，文化差异可能影响沟通的方式是不同的，分别表现为文化迁移、逆文化迁移和文化定势。

一、文化迁移

文化迁移是指在跨文化沟通中人们下意识地用本民族的文化标准和价值观念来指导自己的言行和思想，并以此为标准来评判他人的言行和思想，从而形成文化干扰，造成误解，给交际带来困难，甚至导致交际失败。文化迁移一般分为表层文化迁移和深层文化迁移。表层文化迁移一般很容易被观察到，如词语的文化迁移和言语行为交际模式的文化迁移等。深层文化迁移则指发生在深层文化层面的世界观和价值观等心理方面的迁移，由此引起的社会语用失误虽不如言语语用失误明显，却会对交际的顺利进行起到很大的制约作用（梁勇，2009）。

（一）文化迁移的形式

不同民族具有不同的文化，不同文化之间既有联系又有区别，既有各自的个性，又有普遍的共性。共性为跨文化交际提供依据和保障，个性却构成跨文化交际的障碍，进而引起文化的迁移。文化迁移按其文化意旨可分为以下三种。

1. 文化信息的增值

交际的一方或者双方获得的文化信息量超出了说话者所赋予的文化意旨，即受话者除了赋予说话人所要传达的意旨以外，还附加了说话者并未传达的意义，或受话者把说话者所要传达的某项较弱的意义人为地强化了。例如，“你饿了吗？”在汉文化中是一种寒暄语，类似于英语的“Hello”。但对不了解汉文化的英美人来说，却会理解成对方想邀请自己吃饭，其文化意旨就增加了。

2. 文化信息的减损

交际的一方或双方获得的文化信息量少于说话者所赋予的文化意旨，即受话者弱化了说话者传递的文化信息的强度，就出现了文化信息的减损。例如，有个中国学生想去拜访他的美籍教师，他的开场白是：“Are you free this afternoon?”他的美籍教师感觉很奇怪，心想：“It’s none of your business.”对于美国教师来说，自己是否有空与对方无关。

3. 文化信息的误解

交际的一方错认了说话者所赋予的文化意旨，这样就产生了文化信息误解。例如，对英美人的称赞语，缺乏跨文化交际知识的中国人往往要自谦一番，这让英美人始料不及，经常使他们陷于十分尴尬的境地。例如，对英美人来说，中国式的谦虚行不通，中国人的

过分自谦，让英美人的一系列夸赞无处安放。明明是真心实意的夸赞，在中国人的谦虚面前却显得无比虚假（熊美华，余妹容，2005）。

（二）导致文化迁移的因素

导致文化迁移的因素有很多，总结相同之处可以分为两大类，即文化背景不同和思维方式不同。

1. 文化背景不同

文化具有民族性，每种文化都有其独特的风格和内涵。每种文化在其准则、规范、行为模式的表层下，都有着整套的价值系统、社会习俗、道德观念、是非标准、心理取向等，正是它们决定着语言的使用。各民族都有自己的文化。西方文化重个人、重竞争、突出表现自我。在这种文化中，个人偏好的生活方式受到高度重视，个人情绪、愿望、目的和隐私得到特别的尊重，并得到突出的表现，这是西方文明的产物。

中国文化强调个人在群体成员中的适当地位和适当的生活方式，家庭成员和家庭是社会的基本组织形式，人与人之间的关系决定于一个人在家庭中的地位，在家中的地位取决于他的辈分，在此基础上经过长期发展形成了中国重集体、重伦理的文化传统。在这种传统中，个人的情绪、愿望、目的、隐私等相对于群体来讲无足轻重，它们必须让位于群体的考虑。

2. 思维方式不同

思维方式是人类文化的重要组成部分，是人类文化的最高凝聚，是人类文化现象的深层本质。英汉民族的思维方式具有较大的差异，英语的话语结构呈现直线型，汉语的修辞结构呈现螺旋形。英语民族在说话和写作时先有主题句，后接一个自然衔接的例证句，而后收尾，或与此相反；汉民族在说话和写作时，不直接论证段落主题，而是在主题外围“团团转”，从各种间接角度来说明问题，这使英语民族的人困惑不解，他们觉得汉族人在说话和写作时“重点不突出，缺乏连贯性”。

例证 1-11

Listerine（李施德林）品牌故事

美国 Listerine（李施德林）漱口水最开始在泰国做广告时，以相爱的男女青年作为画面背景，结果失败了。原因是在泰国青年人没有恋爱、择偶的自由，婚姻是由父母包办的，而美国人用自己的文化去揣摩泰国人的心理，导致广告失败。后来，公司将广告画面改为两个女孩在一起讨论“Listerine”，销售业绩马上有了改善。

（陈小辉，殷萍，2007）

美国人崇尚自由，其中也包括婚姻自由，但是泰国却不是，泰国的婚姻都是由父母包办的，新婚夫妇可能直到结婚的那天才是第一次见面，所以 Listerine 最开始在泰国投入广告的时候只基于对自己文化的认知，没有考虑泰国本土的文化，从而导致泰国人们从内心不接受那样的广告。当美国人发现广告的效应不好时，才发现两个国家对婚姻的观念有天壤之别，之后，又基于泰国的本土文化重新制作了广告，并取得了良好的效果。

二、逆文化迁移

文化差异从沟通的角度来讲,就是符号编码或解码规则不一致。静态地来看,在一次具体的沟通过程中,如果双方对对方的文化都一无所知,显然会出现以己度人的情况。但如果双方都对对方的文化很了解,并在假定对方编码或解码方式不变的前提下,去适应对方,即发送者 A 将自己的编码规则调整为 B 的,同时接受者 B 也将自己的解码规则调整为 A 的,编码和解码规则不一致问题只是换了一种方式存在;只有当其中一方的解码或编码方式不变,另一方主动适应,同时采用 A 或 B 的方式,或者双方共同商定采用新的规则 C 时,沟通才能顺利进行(陈小辉,殷萍,2007)。因此,文化差异是导致跨文化沟通出现障碍的主要因素,尽可能全面地了解文化差异是人们关注的重点。但是了解了对方的文化特征,也不一定就会避免障碍的产生。

逆文化迁移不在于沟通双方对文化差异的无知或忽视,而是指沟通双方同时放弃了自己的立场,而采取了对方的立场,使编码与解码方式出现了新的不一致。这与文化迁移很相似,但是却以反向的形式出现,发生了逆文化迁移,反而导致了问题的产生。成功的跨文化沟通要求我们,不但要了解彼此的文化差异,而且要求我们了解文化差异在沟通中的作用机制,努力使双方达成一致,实现成功的交流,防止文化逆迁移。

例证 1-12

做 客

一位中国教授应邀到外教家里做客,外教夫妇心想一定要让教授好好享受这次聚餐,他们在中国教授到来之前,决定对中国人的餐桌礼仪再回顾一下,以免到时出错。当中国教授到来时,外教夫妇分别伸出手去跟他握手,可教授却给两人分别来了个拥抱。外教不禁有点诧异,心想平时教授不是这样的。接着,他们围着餐桌坐了下来,教授将自己盘子里的食物全部吃完了,外教说:“还需要吗?”“不需要了,谢谢,我已经吃饱了。”“再加点吧!”“不用了,谢谢。”可是外教还是在教授的盘子里加了食物,因为他觉得教授是在谦让。在他印象里,中国人到别人家里做客时一般不会把盘子里的食物全部吃光。教授不得已又把食物全部吃光了。就这样来回了两三次,教授实在吃不下了,便将食物留在了盘子里。之所以会发生这样的事是外教有所不知,教授来之前同样做了充足的准备,对西方人的餐桌礼仪也温习了一遍,以求给对方留下好的印象。结果却发生了上面令人尴尬的场面。

三、文化定势

文化定势也称文化定型(Cultural Stereotype),这个术语最早由 W. Lippman 在《大众舆论》(1922)中首先采用,指的是人们对另一群体成员持有的简单化看法。文化定势可能是由于过度泛化而导致的,即断言群体中的每一成员都具有整个群体的文化特征,是人们因对其他民族或种族所持有的预想而导致的成见。例如,大多数人一般会认为中国人吃苦耐劳,英国人保守刻板,美国人开放随和,这可能是由于忽视文化具有动态性和变迁性而

引起的。例如，以前中国重要的社会职位都属于老年人，而现在这些职位大部分被年轻人抢占。这类概括的认识常常左右人们对对方的理解，可惜的是这样的认知定型很可能导致跨文化商务沟通的失败，因为并非每一种文化的个体都带有他那种文化的所有定型特征。如果将定型的认知模式套用于某种文化的所有个体，必然会碰到意想不到的困难，毕竟同一种文化背景的人的个性也是千差万别的（韩仲谦，郝光华，2008）。

消除文化定势给跨文化交际带来的消极影响，要求商务人士具有良好的世界各国文化知识储备和宽容的博大胸怀，与人为善，以实现商务交际为最终目的，打破思维定势和偏见，与不同宗教、文化和种族的各类商人建立起良好的个人关系。

文化定势可能将我们的认识局限于一个或两个凸显的维度，妨碍我们对其他同等重要方面的观察，使我们客观存在的差异浑然不觉，从而导致跨文化沟通的失败。

总之，为了有效地进行跨文化沟通，正确对待文化差异是一种基本要求。只有端正态度，尽量使不同文化相融合，才能促进沟通双方的沟通与协作，减少由于文化冲突而带来的组织关系的失谐（张邦辉，彭洪洋，2007）。成功的跨文化沟通要求我们必须培养移情的能力，即在传递信息前，先把自己置身于接受者的立场上；接受信息时，先承认发送者的价值观、态度和经历、参照点、成长和背景，设身处地体会别人的处境和境遇，从而提升感情上的共鸣能力。



本章小结

- 文化具有连贯性、习得性和共享性的特征。
- 霍夫斯泰德提出了文化五维度的理论，包括个人主义和集体主义、权力距离、不确定规避、男性化和女性化、长期取向和短期取向。
- 文化智力是反映个体在新的文化背景下，收集和处理信息，做出判断并采取相应的有效措施以适应新文化的能力。文化智力分为三个主要部分：① 对于文化以及思考 and 解决文化问题的行事方式的相关知识认知；② 适应新文化的动机；③ 应用，即将自己适应新文化的愿望、知识和能力付诸行动，解决文化难题。
- 目前跨文化沟通的研究范式有实证主义和诠释主义两种。
- 文化差异对沟通的影响表现为文化迁移、逆文化迁移和文化定势。



网站推荐

1. 中国文化网：<http://www.chinaculture.org>
2. 搜狐文化频道：<http://cul.sohu.com>
3. 中新网文化频道：<http://chinanews.com>
4. 人民网文化频道：<http://culture.people.com.cn>
5. 文化中国网：<http://www.whzgzx.com>



影视推荐

《刮痧》

故事发生在美国中部密西西比河畔的城市圣路易斯。许大同来美八年，事业有成，家庭幸福。在年度行业颁奖大会上，他激动地告诉大家：我爱美国，我的美国梦终于实现了！但是随后降临的一个意外却使许大同从梦中惊醒。五岁的儿子丹尼斯闹肚子，爷爷看不懂药品说明书，用中国民间流传的刮痧疗法给丹尼斯治病，而这成了丹尼斯一次意外事故后许大同虐待孩子的证据。中西文化的差异给整个家庭带来很大的影响。



思考练习题 1-1：选择题

- 文化的特点不包括（ ）。
 - 习得性
 - 连贯性
 - 共享性
 - 对行为和态度的决定性
- 下列哪个国家不属于高语境文化的国家？（ ）
 - 阿拉伯
 - 泰国
 - 德国
 - 希腊
- 下列不属于伊斯兰教“五功”的是（ ）。
 - 信安拉
 - 日祷
 - 捐赠
 - 圣餐



思考练习题 1-2：简答题

- 简述霍夫斯泰德的文化五维度理论。
- 试比较高语境文化与低语境文化的不同。
- 什么是文化智力？



管理游戏 1-1：文化冲撞

主题：提升对文化差异的认知。

任务：出席一次由不同文化背景的人参加的聚会或交流活动。

准备：将团队分成 4 个小组。例如，将一个 12 人的团队分成每组 3 人的 4 个小组。然后分别给每个小组布置任务，布置任务时不要让其 他小组听到。每个小组有一个不同于其 他小组的文化准则，而且他们没有意识到其他小组是不遵循这一准则的。

事实上，这些准则在各个团队中是如此的根深蒂固，以至于他们几乎没法意识到这些准则只是他们自己所独有的。这些不同的准则是：

- 第一个小组回答任何问题时都要等待 7 秒钟后再作答，无论是多么细小琐碎的问题都一视同仁；哪怕提前一点点回答问题，均被视为一种没有修养的表现。

- 第二个小组要求对话时保持约 0.1 ~ 0.2 米的个人空间，如果在对话时与他人的距离超过 0.1 ~ 0.2 米即意味着对他人不尊重。
- 第三个小组要求任何性质的个人对话都应保持约 1.2 米的个人空间，保持这个距离是受到良好教育的标志。
- 第四个小组在与他人对话时从不看对方的面部，而注视对方的脚表示对他人的认可。

当每个小组都知道自己的文化后，将 4 个小组混合到一起，由教师选择一个普通的话题让他们进行交流。交流过程可以持续 5 ~ 10 分钟或者在讨论的激烈程度开始减弱时叫停。如果是一个大型团队，就应分组讨论不同的话题。例如，一个小组讨论“太阳黑子”，另一个小组则讨论“怀疑主义的托马斯学派”。

游戏时参考的讨论话题：

1. 如何准备好跨文化沟通课程期末考试？
2. 如何在跨文化沟通课程学习中处理好跨文化知识学习与跨文化沟通能力培养的关系？
3. 大学新生如何尽快适应大学学习生活？
4. 大学生应不应该谈恋爱？

这个游戏可以帮助加深理解不同的文化背景之间的冲撞，同时验证了一句众所周知的格言：理解万岁。让每个小组围圈而坐，问他们一些问题，例如：

与一个等待 7 秒钟后才回答的人交谈时是一种什么感觉？

必须等待 7 秒钟后再回答问题是一种什么感觉？

你注意到了什么？

你怎么做出反应？

当他人表现出一种我们不理解的行为方式时，我们会如何评价他们？



案例分析

从可口可乐广告看中西方文化的差异

2016 年里约奥运会期间，可口可乐针对欧美地区投放了一则名为《WHAT DOES GOLD FEEL LIKE?》（赢得金牌是一种什么感觉？）的视频广告。其展现了一系列欧美运动员名将在获胜时的激动神情与表现，配以欢快的音乐，并以文案指出“*It's a feeling you can't contain. It makes you feel crazy. It bubbles inside you. You just can't describe it...I've craved this for so long!*”即赢得金牌是一种无法控制的感觉，那感觉让你疯狂，能激起你内心的波浪，让你根本无法形容，每个人都对这种感觉渴求已久。该广告将运动员赢得金牌时的奇妙感受与畅饮可口可乐的爽快联系在一起，寓意喝可口可乐也能给用户带来无与伦比的快感，让用户就像赢取金牌一样成为人生赢家。

而针对中国地区，可口可乐投放的广告视频名为《此刻是金》，它不像欧美版广告那般强调喜赢金牌的心情，而是对金牌的意义进行了探讨。该则广告以中国知名游泳健将孙

杨、女排运动员朱婷、田径运动员苏炳添为叙述对象，分别展现了他们从训练到比赛获胜的心路历程。当他们艰苦奋斗时，是家人给予了他们无微不至的关怀；当他们气馁止步不前时，是教练陪伴着他们攻克了一个又一个的难关；当他们受伤落泪时，是队友在旁加油鼓劲帮助他们再次鼓起勇气。在这一视频中，不论是谁，从来都不是一个人，就连他们喝可口可乐时也都会和这些身边的人一起分享。在上场进行比赛时，这些运动员在心中默念的是“这一次我们要一起赢，为彼此而赢，回报他们的信任，这对我们很重要。”影片中还频繁地出现了红旗飘飘的场景下千万中国人一起起立鼓掌欢呼为胜利庆贺的画面。该则广告在中国地区上线投放后引起了巨大反响和关注度，在微博官方平台上仅三天就获得了突破六百万的播放量。

（史楠，刘念，2019）

问题讨论：

1. 简述可口可乐公司针对欧美和中国两个广告的不同解读。
2. 结合本案例，分析此不同取得成功的原因。
3. 结合本案例，请简要提出你认为跨文化沟通中应该注意的事项及你的看法。



参考文献

- [1] 周义红. 从星巴克(中国)看跨文化管理[J]. 今日湖北(中旬刊), 2012(5): 79-80.
- [2] LARRY A S, RICHARD E P. Communication Between Cultures[M]. Shanghai: Foreign Language Teaching and Research Press, 2000.
- [3] 特瑞·伊格尔顿. 文化的观念[M]. 方杰, 译. 南京: 南京大学出版社, 2003.
- [4] 塞缪尔·亨廷顿. 文明的冲突与世界秩序的重建[M]. 周琪, 刘绯, 张立平, 等, 译. 北京: 新华出版社, 2002.
- [5] EDWARD B T. Primitive Culture [M]. London: J. Murray, 1871.
- [6] HOFSTEDE G. Cultures and Organizations[M]. London: Harper Collins Business, 1994.
- [7] 林新奇. 国际人力资源管理[M]. 上海: 复旦大学出版社, 2004.
- [8] 乔畅. 中美合资企业员工跨文化沟通影响因素比较研究[D]. 上海: 复旦大学, 2006.
- [9] 刘鸿武. 民族文化关系结构的独特性与中国文化的连续性发展[J]. 思想战线, 1996(2): 57-62.
- [10] LINDA B, IRIS V. Intercultural Communication in the Global Workplace[M]. 2nd ed. McGraw-Hill College, 2001.
- [11] 王明辉, 张芳. 文化智力及其对组织管理的启示[J]. 商业时代, 2011(26): 99-100.
- [12] 葛志宏. 东西方时间观念的跨文化比较[J]. 盐城师范学院学报(人文社会科学版), 2004(4): 101-104.
- [13] 何刚. 话语、社交、文化: 文化驱动的社会语用视角[J]. 外语教学理论与实践,

- 2011（3）：35-41.
- [14] 康蕾. 因家之名：中西方企业的家文化之比较研究[J]. 理论观察, 2011（6）：74-77.
- [15] HOFSTEDE G. Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values[M]. 2nd ed. Beverly Hills CA: SAGE Publications, 1984.
- [16] HOFSTEDE G, BOND M H. The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth[J]. Organizational Dynamics, 1988, 16(4): 5-21.
- [17] 李瑞华. 英汉语言文化对比研究[M]. 上海：上海外语教育出版社，1996.
- [18] 黄碧蓉. 思维文化差异与跨文化交流[J]. 湘潭工学院学报（社会科学版），2003（5）：87-90.
- [19] 郑春苗. 中西文化比较研究[M]. 北京：北京语言学院出版社，1994.
- [20] 宋晓莉. 从跨文化交际案例看中西方思维方式的差异[J]. 边疆经济与文化，2016（7）：50-51.
- [21] 克利福德·格尔茨. 文化的解释[M]. 韩莉，译. 北京：译林出版社，1999.
- [22] 帕森斯. 现代社会的结构与过程[M]. 梁向阳，译. 北京：光明日报出版社，1988.
- [23] 浩知. 各国商务礼俗撷萃[J]. 决策探索，1998（2）：44-46.
- [24] 潘国强. 单向记时制与多向记时制：中西文化时间观差异[J]. 浙江交通职业技术学院学报，2006（3）：60-63.
- [25] EDWARD T H, WILLIAM F W. Intercultural communication: A Guide to Men of Action[M]. Practical Anthropology, 1963（9）：83-108.
- [26] EDWARD T H. The Silent Language[M]. New York: Doubleday, 1959.
- [27] 郑兴山. 跨文化管理[M]. 北京：中国人民大学出版社，2010.
- [28] ROBERT LEVINE. A geography of Time[M]. New York: Anchor Books, 1997.
- [29] ERICKSON F D, SHULTZ J. The Counselor as Gatekeeper: Social Interaction in Interviews[M]. New York: Academic Press, 1982.
- [30] EARLEY P C, ANG S. Cultural intelligence: individual interactions across cultures[M]. Stanford, CA: Stanford University Press, 2003.
- [31] PETERSON B. Cultural Intelligence: A Guide to Working with People from Other Cultures[M]. Yarmouth, ME: Interclutlural Press, 2004.
- [32] TEMPLER K J, TAY C, CHANDRASEKAR N A. Motivational Cultural Intelligence, Realistic Job Preview, Realistic Living Conditions Preview, and Cross-cultural Adjustment[J]. Group & Organization Management, 2006(31): 154-173.
- [33] HARVEY R G. Cross-cultural awareness//E C SMITH. Toward internationalism: readings in cross-cultural communication[C]. New York: Newbury rlouse, 1979: 53-54.
- [34] WILLIAM B G. Cross-Cultural and Intercultural Communication[M]. Thousand Oaks: SAGE Publications Inc, 2003.
- [35] EUGENE B, WILLIAM J L. The Ugly American[M]. New York: W.W. Norton & Co., 1999.

- [36] ROBERT O. Culture and Communication[M]. Syracuse University Press, 1962.
- [37] ALFRED G S. Communication and Culture: Readings in the Codes of Human Interaction[M]. New York:Holt, Rinehart and Winston, 1966.
- [38] HOOPES, DAVID S. Global Guide to International Education[M]. New York: Facts on File, 1984.
- [39] 许国璋, 王宗炎. 现代外语[M]. 上海: 上海外语教育出版社, 1994.
- [40] 何道宽. 介绍一门新兴学科: 跨文化的交际[J]. 外国语文, 1983 (2): 70-73.
- [41] 何道宽. 比较文化我见[J]. 读书, 1983 (8): 104-111.
- [42] 胡文仲. 文化与交际[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 1998.
- [43] 王福祥, 吴汉樱. 文化与语言论文集[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 1994.
- [44] 林大津. 跨文化交际研究: 与英美人交往指南[M]. 福州: 福建人民出版社, 1996.
- [45] 朱爱秀. 对我国跨文化交际研究的重新认识[D]. 上海: 华东师范大学, 2004.
- [46] 梁勇. 中西文化差异与跨文化交际[J]. 康定民族师范高等专科学校学报, 2009 (3): 51-53.
- [47] 陈小辉, 殷萍. 影响跨文化沟通的种类及对策建议[J]. 现代商业, 2007 (23): 280-281.
- [48] 熊美华, 余妹容. 跨文化交际中的文化迁移[J]. 江西社会科学, 2005 (7): 202-204.
- [49] LIPPMAN W. Public Opinion [M]. New York: Free Press, 1997.
- [50] 韩仲谦, 郝光华. 浅析跨文化商务交际失败的原因[J]. 商场现代化, 2008 (26): 183-184.
- [51] 张邦辉, 彭洪洋. 浅析跨文化沟通中的障碍及改善途径[J]. 现代企业教育, 2007 (16): 63-64.
- [52] 史楠, 刘念. 集体主义还是个人主义: 从可口可乐的中国本土化广告看当代中国文化价值观[J]. 新闻知识, 2019 (7): 57-61.