Globethics Repository



国际商务环境中的多元文化价值观[multi-cultural values in the International business environment]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository. More information on Globethics see https://www.globethics.net. Data and content policy of Globethics Repository see https://repository.globethics.net/pages/policy.

Item Type	Article
Authors	徐, 丽芹;万, 涛
Publisher	江西省社会科学院
Rights	With permission of the license/copyright holder
Download date	2026-11-15 06:36:49
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/182357

许丽芹 万涛：国际商务环境中的多元文化价值观

许丽芹 万涛

本文以Hofstede的文化维度模式和Hall的高 低情境模式为理论指导，以国际商务环境活动中的大量实例，论证分析了跨文化商务环境中的多元文化价值观以及文化的多维度，认为在跨文化商务交际活动中，交际者必须对全球文化的多元性和多维度有深刻的认识，对跨文化商务环境中的多元文化差异非常敏感，随时调整自身的商业决策、管理行为和交际方式，以适应国际商务环境中多元文化价值观的差异。

[关键词]跨文化商务环境；多元文化价值观；宗教文化价值观
[中图分类号]H059 [文献标识码]A [文章编号]1004-518X(2007)06-0207-04

许丽芹(1966)，女，南昌航空大学外国语学院教授，研究方向为语言学与跨文化交际学；万 涛(1969)女， 南昌航空大学外国语学院副教授，研究方向为文化与翻泽。(江西南昌 330063)

本文为国家社会科学基金资助项目 跨文化交际中言语信息差及其调控的研究 (项目编号： 05CY005)的阶段性成果。

在现今经济全球化时代，国际商务活动在全球文化环境中展开，使得我们每天都要接触新的文化和不同的文化价值观。在国际商务领域中，商务活动中的冲突、商务管理的失败、商务谈判陷入僵局，常常是由于跨文化交际中的多元文化差异造成的误解所导致，对多元文化价值观的理解成了国际商务活动成败的关键因素之一，全球性多元文化的商务环境对国际商务活动的影响日渐受到商界人士和人类学家的重视。因此，人们必须以全球化的思维方式去了解跨文化商务环境中的多元文化价值观。

一、国际商务环境中文化的多维度

对于 文化 这一概念，至今都没有一个完全一致的定义，但总的来说，文化关系到人们的生活态度、信念、行为规范，以及一个群体所共享的基本设想和价值观，并且会影响到该群体中每个成员的行为以及他或她对他人行为的意义所做的解释[1]。在美国著名人类学家Benedict看来，文化的发展是一个整合的过程，不同民族和社会有不同的文化模式，每一种文化模式都有自己的特色和价值取向以及潜在的价值意识[2]。在国际商务环境中，有许多案例证明，缺乏对东道国文化价值观的了解以及对异国文化差异认识的迟钝是导致跨国商务活动在新的文化环境中失败的重要原因之一。

对文化价值观与跨文化商务活动之间的关系进行研究，不少学者已经做了大量的工作，主要研究的是文化对人际交往的影响，以及多元文化价值观对跨国商务活动、人们的消费选择和消费行为的影响。在分析文化价值观对国际商务活动的影响中，广泛应用的是Hofst-ede的文化维度模式和Hall的高 低情境模式。

(一)Hofstede的五个文化维度

Hofstede在20世纪70年代，通过调查研究IBM等跨国公司雇员所持有的与工作相关的价值观，将民族文化差异分成5个维度，并且根据实际取得的数据，按照这些维度对60多个国家进行了比较。他总结出民族文化差异主要表现在五个文化维度：个人主义与集体主义、权利距离、男性化和女性化、不确定性规避和长短期趋向。

1. 个人主义与集体主义

典型的个人主义文化强调的是个人的目标、个人的主动性和个人成就；而在集体主义社会中，更关心的是集体目标，社会群体被看成是一个不可分割的整体。在商业界，个人主义社会更侧重用事实和数据来测定最好的结果，如美、英、法等个人主义指数高的国家；而集体主义社会却更看重人际关系和群体的和谐，典型的有中、日、韩等国。

2. 权利距离

权利距离这一维度考察的是人们对权利、级别和身份地位的看法。比起低权利距离国

家，高权利距离国家对权利和身份地位更加尊重。在权利距离极高的国家，人们对权威人士特别尊重，比如说对上级主管、老师和父母等，权威人士做出的决策是必须服从的，不管对于接受者来说它们是否是有意义的决策；而在低权利距离国家，上层决策通常是基于理性论证和事实情况，而且常常会受到质疑。

3、男性特质和女性特质

男性特质文化的典型表现就是崇尚自信、竞争和坚定的态度，喜欢具有挑战精神和竞争意识的环境（最典型的代表是日本）；而女性特质文化就应该强调富有同情心和温柔的态度，更注重良好的关系和合作精神（如瑞典和韩国）。

4、不确定性规避

这一维度主要研究一个社会中人们对风险采取回避倾向的程度。在跨国商务活动中，弱不确定性规避国家的人民喜欢冒险，尝试新方法，开辟新途径；而强不确定性规避社会则强调试验法，建立正式的规则，以保障职业安全。

5、长/短期趋向

该维度研究的是不同文化对时间所持的态度，短期趋向型社会在商业活动中关注的是眼前和中期效益；长期趋向型文化则明显倾向于过去与未来的延续性，比如注重传统文化对现代文化的适应，坚持长期利益等。

Hofstede区分的五个文化维度，研究了文化价值观对社会组织的影响，不同文化中的个人和组织价值观、对社会权利重视程度、对风险的容忍度以及社会对女性的尊重程度。

（二）Hall的高 低情境文化维度

E. T. Hall在他的 The Silent Language [3]和 The Hidden Dimension [4]两本著作中，区分了高 低情境文化，认为在高情境文化国家，如中国、日本和阿拉伯等，理解交际时的语境与理解语言信息同等重要，交际成功与否在很大的程度上取决于交际双方对交际语境的共同理解。比如日本是一个高情境文化国家，日本商人在表达 不 时，经常用多种迂回婉转的表达方式。但在低情境文化社会，如瑞士、德国、北欧国家和美国，语言信息很明确地用文字表达出来，交际者无须费劲地联系交际时的语境来理解话语的真正含义。

二、商务环境中的多元文化价值观分析

Hofstede和Hall的文化维度研究，对于跨文化商务环境中的多元文化价值观的研究具有很现实的指导意义。在跨文化商务环境中，文化既表现在客观的因素如各种商业符号和企业生产的产品中，更表现在主观的因素如共享的价值观、信念和思想中。

价值观指的是相比较而言人们对某种事物状态的偏好的倾向，人们大部分的行动和举止行为都是基于人们的价值观，基于人们对事物的看法是好是坏，或者是不好不坏的中立状态。文化价值观对商务组织机构中的个人行为的影响稳定、深刻而且持久，体现在人们对完成工作的方式方法的基本看法和潜在模式中，决定着人们在商务环境中对于什么行为可取或不可取所做的选择，以及人们应该鼓励什么样的行动和举止行为上[5]。

根据Hofstede和Hall的文化维度模式，可以说，相对于其它文化而言，每一种文化都是处于这五个维度的不同位置的独特混合文化。两种民族文化可能在所有维度上都不同，但是在某些维度上可能会相对来说更相近，而在其它方面彼此可能会相差较远。美国、澳大利亚和欧洲国家通常被笼统地归为西方国家，他们的文化价值观在Hofstede和Hall的文化维度中在很多方面非常接近，但由于它们不同民族的政治、历史、社会民族构成和宗教等文化的相异，在跨文化商务环境中仍然体现出多元的文化价值观，更别说西方国家与亚洲国家以及阿拉伯国家之间的差异了，这些国家在Hofstede和Hall的文化维度中所处的位置相距甚远，在商务环境中表现出来的文化价值观更是呈现出异彩纷呈的多元性。

（一）西方国家的多元文化价值观

根据Hofstede和Hall的文化维度研究分析，西方国家总的来说个人主义倾向性比较明显，属于低情境文化国家。在跨国商务环境中，西方国家的商人通常来说崇尚个人奋斗，在工作中表现出雄心勃勃、敢做敢为、注重个人成就和成功，喜欢竞争、冒险和压力等价值观，这些特质在美国商人中表现的更加明显。

美国人的个人主义价值观明显地反映在最受美国大众欢迎的西部电影牛仔身上。历史学

家认为美国的历史就是拓荒者的历史，边疆开发培养了美国人的独立自主和个人主义精神。

另外，美国是一个崇尚基督教的国家，认为一切东西都是善恶分明，要么黑，要么白，所以美国人简单直白，他们通常强调诸如技术、设备、方法、规章、组织机构、财务数据、经济分析这些硬的因素，偏重于从经济学的角度去考虑管理问题，不太考虑人们之间的社会关系等软的因素，忽视了家庭成员或公司经理们的心理目标以及社会目标的复杂性。

从另一方面来说，美国人的工作作风简单，还表现在行政人员对等级分明的企业结构和专门化的工作职能的偏好方面，经理们看到的只是他们有限的行政职能，而很少看到全局，他们注重的只是简单地测量经济效益和产量，倾向于促成变化，发号施令，将信任建立在人们的业绩、行为和声誉的基础上，并以私生活的空间来衡量当地人的生活质量。

虽然与美国人讲同一语言，有着相同的宗教信仰，但澳大利亚人的文化价值观与美国人却有较大的不同。澳大利亚人讨厌接受命令，他们赞成集体决策，认为信任是基于员工的忠诚和执着，他们并不仅仅根据闲暇来评价生活质量，而是从生活的各方面来评价。澳大利亚的一句古语 Jack is as good as his master(杰克与他的师傅一样出色），也反映了澳大利亚人喜欢一种比较轻松的商业环境，强调上下级的平等关系。

文化价值观的差异影响着商务计划的执行，影响着决策的制定，也影响着策略的贯彻执行，甚至还会影响对员工的评价。一个地方的主导信仰中的文化价值观越根深蒂固，在该地运营跨国公司就得越加谨慎。迪斯尼的理念在东京运行得非常顺利，但在巴黎却举步维艰，其主要原因就是日本青年对美国的流行文化采取的是肯定的态度，但欧洲人却对自身的文化价值观和文化传统心满意足。后来迪斯尼为了纠正其早期的错误，只能重新设计一个新式的欧派迪斯尼，充分展示欧洲旅游胜地的特点，备有旅馆、游乐场和剧院，以吸引信奉欧洲文化的当地游客[6]。

(二)宗教文化价值观

在全球商务环境中，宗教对人们的创业精神、消费观念、社会组织等方面的影响是不可忽视的。我们不仅要注意到不同宗教之间的文化价值差异，甚至还要注意同一宗教内部之间不同的文化价值观。比如说，在印度教中，人们被分成不同的子社群，而这些子社群通常又决定了他们的社会地位和消费能力。

再比如基督教。基督教是世界最大的教派，但信仰基督教的教徒主要分为天主教和新教。它们之间的最大的价值观的区别在于对金钱的看法。天主教教徒对个人努力的价值取怀疑态度，而新教教徒却强调工作的重要性，认为必须为上帝的荣耀而积累财富；同时，新教教徒鼓励节俭，认为勤劳才能致富，也是投资的基础。所以不少学者认为，正是新教教徒的劳动价值观促成了西方社会资本主义的发展。

在不同的文化中，主要的节假日通常也与宗教有密切的关系而且庆祝方式也有很大的不同。所以在不同的文化环境中运营的企业或公司在做企业营销计划或设定办公时间时，最好记住这些节假日的宗教文化差别。在基督教文化中，庆祝圣诞节以及交换礼物是在12月24日或25日进行，而荷兰人却是在12月6日圣 尼古拉斯节那天庆祝圣诞节并交换礼物。Tandy公司在荷兰开办公司的第一年中，将圣诞促销活动定于12月的第三周，结果自然是不那么令人满意。墨西哥的亡人节从10月31日延续到11月2日，在此期间营业是徒劳无功的，因为当地文化更看重的是在此期间如何举行节日纪念活动。

三、结语

跨文化商务环境中的多元文化价值观，特别是多元宗教文化价值观，是影响人们商业行为模式的极其关键的因素之一。对跨文化商务交际者来说，必须对全球文化的多元性和多维度有深刻的认识，对跨文化商务环境中的多元文化差异非常敏感，在跨文化商务交际活动中，随时调整自身的商业决策、管理行为和交际方式以适应多元文化的差异。

[参考文献]

[1]Spencer-Oatey, H. Culturally speaking: Man-aging Rapport Through Talk Across Cultures. London, New York: Continuum. 2000.

[2]Benedict, Ruth.Patterns of Culture.Boston: Houghton Mifflin Co. 1934.

[3]Hall, E. T. The silent language. New York, Double Day. 1959.

[4]Hall, E. T.The hidden dimension. Man's use of space in public and

private. London, Bodley Head. 1969.
[5]Atkinson, Philip E. Creating Cultural Change, Management Services 34 (11). 1990.
[6]Tagliabue, John. Disney s New Park Has a Eu-ropean Accent, The New York Times, June 9, 2002, Travel Advisory.
【责任编辑：莉 茹】

《江西社会科学》 200年第 6期
/