

中美文化差异下的传媒英语

洪俊 赵倩 编著

Culture
Communication
Media
in

光明日报出版社

中美文化差异下的传媒英语

洪俊 赵倩 编著

光明日报出版社

图书在版编目(CIP)数据

中美文化差异下的传媒英语 / 洪俊, 赵倩编著. --
北京: 光明日报出版社, 2016.6
ISBN 978-7-5194-0916-6

I. ①中… II. ①洪… ②赵… III. ①传播媒介—英语—研究 IV. ①H31

中国版本图书馆CIP数据核字(2016)第121867号

中美文化差异下的传媒英语

编 著: 洪 俊 赵 倩

责任编辑: 李 娟

封面设计: 刊 易

责任校对: 范德利

责任印制: 曹 铮

出版发行: 光明日报出版社

地 址: 北京市东城区珠市口东大街5号, 100062

电 话: 010-67022197(咨询), 67078870(发行), 67019571(邮购)

传 真: 010-67078227, 67078255

网 址: <http://book.gmw.cn>

E-mail: gmcbs@gmw.cn lijuan@gmw.cn

法律顾问: 北京德恒律师事务所龚柳方律师

印 刷: 三河市明华印务有限公司

装 订: 三河市明华印务有限公司

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社联系调换

开 本: 787×1092 1/16

字 数: 200千字

印 张: 12.5

版 次: 2017年5月第1版

印 次: 2017年5月第1次印刷

书 号: ISBN 978-7-5194-0916-6

定 价: 40.00元

版权所有 翻印必究

作者简介

洪俊，男，讲师，1979年11月出生，汉族，硕士研究生，华中师范大学武汉传媒学院英语教师，主要研究方向：英语教育教学。近十年教学经验，培养的学生多次在国家级、省级英语写作和翻译比赛中获奖。

赵倩，女，讲师，1983年1月20日出生，汉族，硕士研究生，华中师范大学武汉传媒学院新闻系教研室主任，主要研究方向：广播电视新闻传播。八年的高校教育经验，一年的记者工作经验。多次在各种授课比赛中获奖。

前言

近年来，随着现代化科技发展水平的不断提升以及世界经济全球一体化进程的日益加快，不同国家、不同地区以及不同文化的人们相互之间的交流更加频繁。作为两个大国——中国与美国，在目前世界政治与经济中都占据着非常重要的地位，两国之间的合作交流必不可少。为了在一定程度上加强沟通，尽量消除交往期间可能会出现误解，有效减少交际障碍与冲突，必须要在充分认识两国文化差异的基础上，高度重视语言的学习。在高校英语教学过程中，应借助现代化的传媒手段，将传媒英语应用到实际教学中，促进高校英语教学水平的提升。

本书共计 5 章，合计 20 万字。由华中师范大学武汉传媒学院讲师洪俊与赵倩执笔撰写，由于时间比较仓促，加上编者水平有限，在编写的过程中难免出现纰漏之处，敬请读者谅解。

目录

第一章 中美文化差异内涵.....	1
第一节 文化核心维度层面的中美文化差异.....	1
一、文化核心维度的基本构成.....	1
二、中美文化在文化核心维度上的具体差异分析.....	3
第二节 中美文化心理特征与消费行为上的差异.....	9
一、中美文化心理特征差异.....	9
二、中美文化消费行为差异.....	11
第三节 中美文化教育学习理论差异.....	14
一、教育理念差异.....	14
二、学习目的差异.....	15
三、师生关系差异.....	18
第四节 中美文化模式差异.....	20
一、中国文化模式.....	20
二、美国文化模式.....	22
第二章 传媒与传媒英语分析.....	25
第一节 传媒功能的一般解读.....	25
一、现代传媒的实质.....	25
二、传媒功能的基础.....	26
三、传媒功能的中外认知.....	27
第二节 传媒功能的具体论述.....	29
一、社会协调功能.....	29
二、环境守望功能.....	30
三、文化教育功能.....	31
四、娱乐身心功能.....	33
五、广告推销功能.....	34
第三节 传媒功能的实现方式与影响因素.....	35
一、传媒功能的实现方式.....	35
二、传媒功能的影响因素.....	48
第四节 传媒英语的涵义、功能与理论研究.....	75

一、传媒英语的涵义.....	75
二、传媒英语的功能分析.....	77
三、传媒英语的理论研究.....	80
第三章 中美文化差异下的传媒英语教学分析.....	83
第一节 中美文化差异教育表征概述.....	83
一、教学理念差异.....	83
二、教学思想差异.....	83
三、教学体制差异.....	84
四、教学模式差异.....	84
五、教学方法差异.....	84
第二节 基于 ESP 理论的传媒英语教学.....	85
一、ESP 理论简介.....	85
二、传媒英语教学需求分析.....	85
三、传媒英语教学目标分析.....	88
四、传媒英语的课堂教学.....	89
第三节 传媒英语教学中中美文化差异的导入.....	90
一、传媒英语交际语方面的差异导入.....	90
二、传媒英语阅读方面的差异导入.....	92
三、传媒英语听力方面的差异导入.....	93
四、传媒英语教学中避免中美文化冲突.....	106
第四节 传媒英语中的新闻英语.....	108
一、新闻英语的文化特色.....	108
二、新闻英语的文化渗透.....	109
三、新闻英语教学的优势分析.....	110
第四章 传媒英语下的大学生自主学习研究.....	113
第一节 传媒英语自主学习的特点与存在的问题.....	113
一、传媒英语自主学习的特点.....	113
二、传媒英语自主学习中存在的问题.....	117
第二节 传媒英语自主学习资源与平台.....	118
一、传媒英语自主学习资源.....	118
二、传媒英语自主学习平台.....	121

第三节 传媒英语自主学习中的监控研究.....	126
一、传媒英语自主学习监控概述.....	126
二、传媒英语自主学习监控现状与必要性分析.....	135
三、传媒英语自主学习的监控目标、类型、原则与特征.....	141
四、传媒英语自主学习的监控内容.....	143
五、传媒英语自主学习的监控策略.....	147
第五章 传媒英语在中美文化差异下的对策研究.....	159
第一节 构建传媒英语图式.....	159
一、传媒英语图式理论研究.....	159
二、构建传媒英语词汇图式.....	162
三、构建传媒英语结构图式.....	166
四、构建传媒英语文化背景图式.....	167
第二节 传媒英语策略培养.....	169
一、元认知策略分析.....	169
二、预先准备策略.....	170
三、集中注意策略.....	171
四、选择注意策略.....	171
第三节 传媒英语教学效率的提升途径分析.....	171
一、激发学生学习动机.....	171
二、优化新闻英语课堂教学.....	173
三、因材施教加强传媒英语教学的针对性.....	177
四、优化教材资源的选择与组织.....	182
五、强化听力策略的教学.....	184
参考文献.....	187

第一章 中美文化差异内涵

第一节 文化核心维度层面的中美文化差异

一、文化核心维度的基本构成

一般来说,广义上的文化,是指人类在改造自然和改造社会的过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。狭义的文化,是指作为观念形态的,与经济、政治并列的,有关人类社会生活的思想理论、道德风尚、文学艺术、教育和科学等精神方面的内容。在 20 世纪 90 年代,美国著名电子杂志《电子世界》进行了一次题目为“什么是全球市场成功的最大障碍”的企业咨询,对法律法规、价格、信息、语言、交流、外汇、时差和文化差异这八个因素进行选择,其调查结果显示,文化差异属于最大的障碍。中国和美国作为当今世界经济发展的两大主要推动力,相互间的经济合作、投资发展和贸易往来增长迅速。因此,在跨文化管理过程中应正确认识中美文化差异,从文化核心维度角度进行分析,可以将文化核心维度划分为以下两个部分。

第一,文化的显性维度。探讨文化离不开语言,美国杰出的语言学家 Sapir 在《Language: An Introduction to the Study of Speech》一书中写道:文化可以解释为社会所做的和所想的,而语言则是思想的具体表达方式。他认为语言是一种非本能的、后天形成的文化功能,是人类所特有的、非本能地使用自发创作的符号沟通思想、表达情感和愿望的交际手段。语言是文化的一部分,而文化又是语言的一部分,两者紧密联系,不可分离。此外,语言和文化又都是符号,表达着我们在语言中所说的任何事情的含义,或者外延、或者内涵,语言是文化不可分割的一部分。由于语言的产生和发展,人类文化才得以产生和传承。从文化的角度分析语言和文化关系,可以说文化包括语言,文化的发展影响语言的发展。由于语言是一种民族文化的表现与承载形式,不了解一个民族的文化,也就无法真正学好该民族的语言。语言和文化的关系也可以借用冰山理论来解释,在文化冰山理论中,如果说冰山就是整个文化的话,那么语言就是水面之上的那一部分,它反映着水面之下那一部分的内涵,也就是说,语言是整个文化体系中最外显的部分,但仅仅是冰山一角。

第二,文化隐性维度。《Managing in the Global Economy》一书中提出与全球

经济中的社交和商务实际相关的 5 个问题，分别是：

（一）人们如何看待他们与自然和社会环境的关系？他们的目标是控制或掌握周围环境还是与之和谐共处？

（二）社会的基层结构是什么？个人和集体？社会如何组织集体行为？

（三）权力和政权在社会中如何分配？这种分配是基于等级制与平等的概念吗？关于平等和特权的社会信条是什么？

（四）为了规范行为，与其他因素，比如个人关系或不同环境下的独特情形相比，社会认为法律、法规、政策和正规程序有多大重要性？

（五）人们在社会中如何安排时间来执行工作与非工作活动？人们是以线性还是非线性方式来进行工作？

根据上述五个问题，可将各维度的含义进一步分析如下：

1. 与环境关系：指的是以人与自然的关系，从社会层面来看，人们如何看待周围世界？如何看待与自然环境和社会环境的关系？他们的目标是控制周围的环境还是与外部环境和现实和谐共处？

2. 社会组织：指的是个人为中心还是集体为中心作为社会关系的基础“社会基本构成是什么？个人还是集体？社会如何组织集体行为？

3. 权力分配：指的是社会中权力与权威的分布，主要关注社会中权力与权威是如何分布的？这种分布基于等级制度还是平等主义？关于平等和特权的社会信仰是什么？

4. 规则导向：指的是以个人和社会控制机制以减小不确定性，社会如何通过成员的行为来确保可预见性？主要依赖一致应用的规则、政策、法律和社会规范来实施控制还是更多地依赖个人联系纽带和独特环境？关系在多大程度上起作用？为了规范行为，与其他因素比如个人关系或不同环境下的独特情形相比，社会认为法律、法规、政策和正规程序有多大重要性？

5. 时间模式：指的是对时间和工作的安排与利用，在一个社会中人们如何组织和管理时间以安排工作活动和非工作活动？人们以线性还是非线性方式来完成工作？时间节奏如何？

综上所述，对于文化的理解，可以从文化的显性及隐性角度来分析，显性文化指的是文化的外在表征，包括语言沟通和非语言沟通方式，比如语言、色彩、标志、空间等，是容易被对方所感知与获得的。而隐性文化则指的是文化的内在核心部分，通常是隐藏在文化表层之下，不易被对方所感知的，需要一定时间与实践的积累或者后天努力才能获得的，又称为根基文化。文化就如同一朵花，其中土地之下的根茎属于

文化的隐性部分，土地之上的部分为显性部分，如开出的花朵，长成的绿叶等，都属于显性文化的显性特征。采用沟通这一因素加以分析，其中语言属于花朵部分，可以称之为主文化；非文字语言沟通，如色彩、标志、体态语等其他部分属于绿叶，为次文化。文化的隐性特征则是从文化的核心维度来探讨，即不同文化的权力分配、社会组织、与环境的关系、时间模式以及规则导向五个层面，具体情况见表 1 所示：

表 1 文化维度与含义

文化维度	含义
显性：	文化的表象
语言沟通模式	语言与非文字语言的表意，语言的外延和内涵等，主文化与次文化
隐性：	文化核心维度
权力分配	等级制度 vs 平等主义
社会组织	个人主义 vs 集体主义
与环境关系	掌控导向 vs 和谐导向
时间模式	单一时间取向 vs 多重时间取向
规则导向	规则本位 vs 关系本位

二、中美文化在文化核心维度上的具体差异分析

要想对文化核心维度层面的中美文化差异进行详细分析，需要从文化显性差异以及文化隐性差异两个方面进行阐述：

（一）语言是沟通的工具

语言的主要功能是交流，人类之间的交流离不开语言，沟通要恰当地运用语言，因为语言是沟通的主要工具和人类最主要的沟通方式。语言就是力量。语言哲学有个概念叫话语霸权，所指的就是语言的力量，按奥地利心理学家 Alfred Adler 的说法，人终生需要和其他人来建立合作的关系，而统治人类，需要通过语言的方式。人是通过语言的交流，通过语言的方式建立起来政治体制，建立起来整个社会模式的。

跨国经营企业中最常见和最公开化的文化差异，就是来自行为者双方的象征符号系统之间的差异，也就是通常所说的表达方式所含的意义不同而引起的差异。这些表达方式通常是通过语言、神态、手势、表情和举止等表现出来的，来自不同文化背景中的人，相同的文化符号可能有不同的象征意义。因为文化不只限定了谁与谁交谈、交谈什么、沟通如何进行，而且它有助于确定人们如何译码、他们拥有的信息的意义、条件与情景。在这种条件与情景下，不同的信息或许被发送、注意及翻译，或许不被发送、注意与翻译。事实上，我们拥有的所有沟通行为都较大地依赖于培育我们的文

化，跨文化管理的有效沟通中，英语总是潜在的阻碍，对那些英语为非母语的说话者面临的挑战更大。不仅仅是因为两种语言的词汇、语法、发音等的区别，主要在于英语和汉语的词汇、语法及句子结构等不对等现象。美国在华的跨国公司中，往往两种语言都在运用，但是有时候，英语使用的比例更大一些。如果不能够流利掌握并运用，那就很容易被忽视，很多中外合资企业或外国独资企业中都出现过这种情况。在外企工作的中国员工总感觉自己没有话语权，抢不到说话的机会，常常是自己的话还没出口，外籍员工已经先把说话的机会抢走了。因为说话是在上司（通常是外籍人士）面前表现自己的最重要手段之一，所以失去说话的机会就意味着在上司心目中得分会低，评价会差，以后加薪或晋升的可能性就缩小。从公司发展的角度，如果始终听不到来自不同文化员工的声音，也对公司无益。因为作为跨国公司，要在各地都运作顺利的话，必须充分利用本地人才的智慧，所以，沟通不畅，语言是最大的障碍，而英语为非母语的说话者，往往又面临着很大的挑战，具体见表 2：

表 2 英语作为非母语说话者的挑战

英文为母语的说话者	英语为非母语的说话者
用英语思考	用汉语思考，经常必须翻译输入输出信息
用英语说	英语作为第二语言进行交流，语汇量有限
理解英语语言谈话的微妙之处	对英语语言谈话的微妙性缺乏敏感性
由于信息总是能够被清楚理解，行为隐含意也很清晰	由于信息总是不能够被清楚理解，行为隐含意也很难清晰

英语为母语的说话者，思考过程用英语进行，信息反馈到大脑时也是英语，对于英语语言之间微妙之处或者俚语、俗语的使用都能深入体会其真正含义，因此，信息总是能够被清晰而有效地传达并接受；但是针对英语为非母语的说话者来说，思考时使用汉语，需要表达时，信息首先需要在脑海里进行翻译转换，这期间还要受有限的词汇量所约束，等到需要用语言表达出来的时候，还要考虑词汇选择、语法转换、语气使用等等。因此，时间上就存在滞后性，而且由于对语言所内涵的文化背景以及引申含义等的不能达到充分理解，故信息总是不能被清晰明确地理解，有时还会造成歧义现象。

（二）文化隐性差异

1. 与环境的关系

将掌控导向以及和谐导向进行对比，掌控导向是指控制自然，集中于改变或控制自然和社会环境。在追求个人和集体目标时强调竞争，喜爱变化和不容置疑的创新，强调物质拥有是成就的标志，强调自信、积极、阳刚（男性化解决方法），倾向于以

绩效为基础的外部报酬。和谐导向是指与自然和谐相处，集中于生活在和谐氛围中，随自然和社会环境而进行调整，关系比成就重要，强调社会进步、生活质量和他人福利，保护传统，对改变持怀疑态度，强调经济、和谐、谦虚，强调被动、消极、阴柔（女性化解决方法），倾向于论资排辈的内部报酬。这一维度主要分为和谐导向和掌控导向，在比较中美两国与环境的关系中，分析这一维度对中美两国的差异时，主要从人与大自然和社会环境的关系角度，寻求改变和控制或是在自然和社会环境中和谐生活入手。美国人专注个人奋斗，喜欢竞争，而中国人则重视和谐。正如钱穆先生所说：中国人常抱着一个天人合一的大理想，觉得外面一切异样的、新鲜的所见所闻，都可融会协调，和凝为一。中国文化精神最主要的一个特性是文化中发生冲突，只是一时之变，要求调和，乃是万世之常。认为西方文化似乎冲突性更大，而中国文化则调和力量更强，中国文化的伟大之处，乃在最能调和，使冲突的各方兼容并包，共存并处，相互调剂。西方人好分，是近他的性之所欲，中国人好合，亦是近他的性之所欲，注重和合，是中国文化乃至中国人的特性。

中国强调和谐导向：被动、不积极、集中于与自然和谐相处并适应环境、强调社会关联、和成就相比更看重关系、小心谨慎、对改变持怀疑态度。

美国强调掌控导向：决断性、前瞻性、喜欢竞争、追求个人目标、偏好于绩效回报、高度重视物质财富、变化导向。

2. 社会组织

个人主义与集体主义的对比分析，个人主义是指以自我为中心，相信通过个人努力取得个人认同，集中于实现个人目标，制裁加强独立和个人的责任，以合同为基础的协议，倾向于低语境交流（直接、坦率）和个人决策。集体主义是指以集体为中心，相信通过集体成员取得个人认同，较之个人权力相比更愿意保持社会和谐，集中于实现集体目标，制裁加强集体规范的一致性，以关系为基础的协议，倾向于高语境交流（间接、敏感）和集体决策。

这一维度主要分为个人主义和集体主义，主要强调了个人和组织的作用：社会关系强调个人权利和责任还是小组目标和集体行为。如前文所述，集体主义是影响中国文化的重要因素。在中国，以集体主义为核心，国家和集体的利益高于一切，关键时刻会“舍弃小家为大家”；中国人具有妥协甚至中庸的民族性格；讲求以和为贵的统一与和谐，善于运用平衡、协调解决冲突和对立；重视伦理与道德，讲究等级秩序；推崇集体主义和艰苦奋斗精神，鄙视个人主义和享乐思想。而美国的社会文化以个体为基本单位。在美国，人们强调自我与个体，相信自己的能力与控制力等。

中国强调集体主义：以集体为中心、主要对家庭和组织忠诚、集中于集体目标、加强团体规范一致性、倾向于保持集体和谐、关系定位协议、高语境交流。

美国强调高度个人主义：个人先来、坚定相信个人职责和控制力、加强个人责任、对他人低信任度、协约关系、低语境交流。

3. 权利分配

等级制度以及平等主义的对比分析，等级制度是指中央集权制，相信权力在社会中是按照等级分配的，相信最终权力的归属和继承在机构内部，强调纵向组织和专制与集中，强调领导者地位，接受权威，不愿意质疑权威。平等主义是指分散集权制，相信权力在社会中应该相对平等分配，相信最终权力在人民内部共享或经选举，强调横向组织和参与决策，强调谁是最合适的，拒绝或怀疑权威，愿意质疑权威这一维度主要分为等级制度还是平等主义。主要关于社会中的权力分配：一个社会中权力是等级制分配的还是更平等和参与形式的程度。实际上中国文化中的一个重要组成部分就是权力距离，中国伦理文化的基本架构是儒家学说，而三纲五常是儒家学说的核心，尽管现代社会有时出现少数子为父纲，妻为夫纲的现象，君为臣纲也有了新的表现形式。但这种文化是巨大而深远的，在一定程度上距离和等级构成了社会秩序的基础，处处规范着人的行为，并引导着人们的奋斗目标，即向更高的等级奋斗。而美国的情况就大不一样了，“人与人之间是平等的”是美国人心目中根深蒂固的观念。例如美国小孩对于长辈的称呼一般就是直呼其名，这在美国是司空见惯的，但是在中国则是无法想象的，因为这将是不孝顺、不懂事、大逆不道的。

中国强调等级制：权力大小与等级相关、政权居于制度中、强调垂直组织、偏好专制独裁决策、强调谁是领导、对权力高度尊重。

美国强调适度平等：对民主原则和平等权利的强烈规范、偏好参与决策制定基于水平选人、拒绝专制独裁、愿意质疑权威。

4. 规则导向

规则本位以及关系本位的对比分析，规则本位是指个人行为应该很大程度上受规则、法律、正式政策、标准操作程序和社会成员广泛接受并遵守的社会规范制约，强调法律和保存细致的记录，破坏规则的容忍度低，决策很大程度上取决于客观标准。而关系本位是指尽管规则法律很重要，但是在运行和强制执行中受重要人物或特殊环境影响而需要灵活性，强调人际关系和信任，不重视对记录的保存，破坏规则的容忍度有节制，决策经常取决于主观标准。这一维度主要分为规则本位还是关系本位，主要关于规则的相对重要性，行为受规则、法律、正式程序的规范还是受其它因素比

如独特的环境和关系的影响的程度。正如前文关于中美两国文化特征里面所谈到的,中国是一个典型的重视关系的国家,人们习惯于依赖“关系”来得到自我的利益,而在美国人们依靠规则、法律,强调彼此的合约,尊重合约和约定,对美国人来讲,世界是由事实,而不是概念组成的,他们的思维是归纳式,由事实开始向理论发展。美国人更热衷于搜集事实和数据,更看重经验和观察的方式。

中国强调关系基础。在社会水平上,中国广泛使用规则和政策来降低不确定性,在小组水平上个人交流和关系更重要,规则实施很大程度上取决于有影响力人物的控制。

美国强调规则基础:使用规则和政策来降低不确定性、高度需要确定、做事依靠书本、打破规则低容忍度、强调法律合约和记录、客观决策。

5. 时间模式

单一时间取向与多重时间取向的对比分析,单一时间取向是指线性时间,对个人任务连续性关注,对工作、计划和职责履行专一,精确的时间概念。守时,以工作为中心,对工作和组织承诺,工作与私人生活分开,工作方法集中耐心。多重时间取向是指非线性,多个任务同时关注,对工作、计划和职责履行交互进行,时间概念灵活,经常迟到,以人为中心,对人和人际关系承诺,工作与私人生活混合,工作方法有时不集中耐心。这一维度主要分为单一时间取向还是多重时间取向,主要是指人们对于时间感知与任务,关注人们对于一次完成一件任务的线性时间还是同时完成多件任务。中国的传统文化深受儒道两家思想的影响,崇尚回归自然,回归过去,重视历史,主张以史为鉴;此外,性本善论也使中国人容易向后看,意味着向善的本性复归。因此,中国人重视和眷恋过去,做事喜欢引经据典,追本穷源。美国文化中的时间取向属于很典型的单一时间,时间计划性强,不易改变,随意性很弱,只有在极大地意外事件,比如地震、恐怖袭击、突发的事故等难以预料的情况下才有所调整。美国文化中对时间的安排比较明确,针对要点,比如在学校,教授们往往提前半年甚至一年都做好了下学期或下学年的时间安排,有时甚至精确到小时,若是要跟教授探讨会面,提前几个月都可以预约。与中国人的经验(经历)驱动相反的是美国人的计划驱动,美国人不太习惯像中国人那样花许多时间在回顾过去上,但他们对制订计划情有独钟。他们认为回顾过去是无济于事的,只有展望未来,对未来作好打算和计划才是明智之举,因为未来才是具体而实实在在的。

中国强调适度多重时间取向:同时关注几个目标、非线性方法、相对时间概念、工作和个人生活相结合、耐心、个人关系强有力的承诺。

美国强调单一时间取向:线性组织工作活动、高度工作集中、不耐烦、工作和个

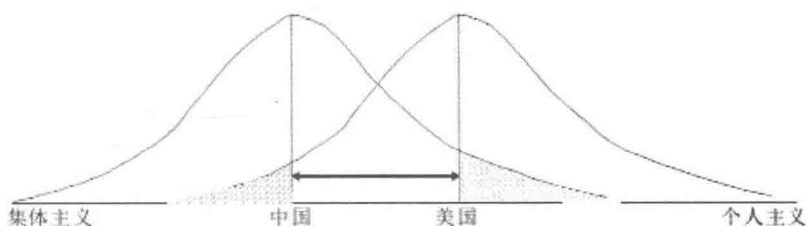
人生活分开、活着是去工作。

6. 中美文化重叠现象分析

在对文化进行对比分析研究时, 还要注意文化发展的动态特征, 尤其是文化重叠现象的产生, 因为文化并不是静止基于文化核心维度的中美文化差异研究不变的, 事实上, 在各种文化中都会发现文化之间动态变化的差异。比如, 人们习惯于将美国定位于高度个人主义国家, 将中国定位为高度集体主义国家, 但是, 也有许多集体主义的美国人, 同样, 也有很多个人主义的中国人, 因此在文化中, 就容易产生文化重叠现象。文化重叠现象指的就是在两种文化的交互影响下, 其本身原有的特征已经逐渐不明显, 取而代之的则是文化的融汇现象, 比如, 一项针对青年中国经理人和美国经理人的工作价值观定位的两阶段调查研究发现, 中美两国在集体主义倾向上有很强的一致性, 中国大都市的高管人员的价值观可能持有与美国高管人员类似的价值观, 但仍旧在文化上看重家庭安全(嵌入性)和尊重上级(层级性)。这些研究从另一方面也证实了文化的动态发展特性以及文化之间的相互影响力, 表明文化重叠现象已经在如今的不同民族不同国家之间存在并且继续发展, 并且不仅仅存在于个人主义倾向与集体主义倾向的研究中, 同样的, 关于时间取向问题, 许多国家都是单一时间取向和多重时间取向的混合体, 中国也是如此, 也在逐渐由多重时间取向过渡到单一时间, 并且两种时间取向相互影响。

由此可见, 文化重叠现象属于动态发展现象, 随着时间的变化, 文化也处于不同的相互变化、相互影响之下。首先, 文化价值观和信仰是人们做决策时的核心, 人们根据价值观采取行为, 价值观就是他们认为和相信重要的东西。其次, 文化价值观也随着时间的推移而发生变化, 整个社会环境发生很大变化, 文化价值观也在随之变化, 中国社会如此, 美国社会也是如此, 但是, 这种变化相对来说比较缓慢, 因为人们在儿童时代所接受的价值观比较持久, 但随着一个人的教育水平不断增加, 视野不断扩大, 周围环境的不断改变, 之前的价值观也在逐渐发生变化。图1以个人主义和集体主义为例, 形象地表现出中美文化重叠现象。

图1 中美文化重叠现象



总之,文化并不是静止的,也不是一成不变的。事实上,在各种文化中都会发现文化之间动态变化的差异,特别是对于其母国与中国之间“文化距离”较远、社会经济政治环境差异较大的欧美跨国公司来说,在中国投资经营逐渐积累的知识与经验大大降低了这些差异中所蕴含的风险,这使得跨国公司的进入方式从当初基于规避风险的合资企业方式转向了基于全球战略的独资企业方式。这就告诉我们,一定要重视文化重叠现象,要用动态的、发展的眼光看待文化差异,要变不利为有利,最大限度地跨国公司在跨国公司进行跨文化管理,尽可能地减少文化冲突带来的经营和运作的障碍,实现跨国公司效益的巨大提升。

第二节 中美文化心理特征与消费行为上的差异

一、中美文化心理特征差异

因历史条件、地理条件、风俗习惯以及认知系统的差异,中美两国在世界观、价值观、面子观、礼仪观、思维方式以及人际关系等方面都表现出了相对广泛的文化差异,而影响两国消费者消费行为的文化心理差异主要体现在以下几个方面:

第一,世界观的差异。天人合一与天人相分,人们对人与自然之间关系的理解构成了人们的世界观。中国人自古主张天人合一,人类作为自然的一部分,无法控制也无法战胜自然的变化,因此不论自然发生何种变化,人类都只能学会接受并顺从它。在这种世界观的影响下,中国人偏向综合性思维,强调整体优先,在知觉上重直觉,在思想意识、思维模式及言语观等方面大都倾向于求整体、求综合。美国人则倾向于天人相分,强调人与自然的分裂、对立和斗争,认为人类可以支配和改造自然,主宰世界。他们不相信有天命,如果一个人在生活中没有得到自己想要的东西或地位,会被认为是懒惰和缺乏斗争精神所致。天人相分的世界观决定了美国人偏好分析思维,强调部分的优先,对待事物习惯用分析的思维方式和重逻辑的思维模式。天人合一与天人相分这两种不同的世界观使中美两国在处理人自身与外在世界的根本关系上形成了鲜明对照。人天关系紧张时,中国文化是通过反身而诚、净化身心以及提炼修养境界来完成的,而美国文化则是依据个体意志的张扬和碰撞现实世界来缓解的。

第二,人性论的差异。性本善与性本恶对比,“人之初,性本善”是中国文化中基本的人性论,这种理论认为人生来都是纯洁和仁爱的,是文化使人们发生了改变。人性除了善之外,还有其他的成分,如果不适当控制,不加以管教可能就会转变成恶。