

高职高专  
商务英语类专业  
规划教材

# 跨文化商务交际

Intercultural Business Communication

◆ 主编 王 燕 ◆



武汉理工大学出版社  
WUTP Wuhan University of Technology Press

高职高专商务英语类专业规划教材

# Intercultural Business Communication

# 跨文化商务交际

主 编 王 燕  
副主编 张 光 曹 秦  
雷 艳 张建明

武汉理工大学出版社

· 武汉 ·

## 内 容 提 要

本书基于跨文化商务经营管理活动的典型工作过程,通过典型翔实的案例,对跨文化企业商务活动中涉及的主要环节和工作任务进行了创新性的编排和介绍。本书内容主要由以下五大模块构成:总论、跨文化市场营销、跨文化商务谈判、跨文化商务交际冲突管理、跨文化商务团队管理与建设。本书适合于高职高专商务英语和国际商务专业教学使用,也可供经济贸易类专业的学生以及有志于从事跨文化商务活动的人士学习参考。

### 图书在版编目(CIP)数据

跨文化商务交际/王燕主编. —武汉:武汉理工大学出版社,2011.4  
(高职高专商务英语类专业规划教材)  
ISBN 978-7-5629-3240-6

I. ①跨… II. ①王… III. ①商务-英语-高等学校-教材 IV. ①H31

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 054265 号

项目负责人:崔庆喜(027-87395053)

责任编辑:雷 蕾

责任校对:楼燕芳

装帧设计:吴 极

出版发行:武汉理工大学出版社

社 址:武汉市洪山区珞狮路 122 号

邮 编:430070

网 址:<http://www.techbook.com.cn>

印 刷 厂:武汉理工大印刷厂

开 本:787×1092 1/16

印 张:18.75

字 数:468 千字

版 次:2011 年 4 月第 1 版

印 次:2011 年 4 月第 1 次印刷

印 数:1—3000 册

定 价:30.00 元

凡使用本教材的教师,可通过 E-mail 索取教学参考资料。

E-mail:wutpcqx@163.com louyanfang2004@sina.com

本社购书热线电话:027-87394412 87383695 87384729 87397097(传真)

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页等印装质量问题,请向出版社发行部调换。

· 版权所有 盗版必究 ·

# 前 言

信息时代的来临,全球经济一体化步伐的加快,以及中国世界工厂地位的确立,让越来越多的人意识到国与国之间的交际日趋重要。中外企业在日益频繁的交往中互相影响着对方的国家文化、企业文化以及个人价值观。贸易全球化和自由化催生的跨国公司越来越注重企业员工、管理团队以及营销网络的本土化策略,这意味着企业对具有跨文化商务经营管理能力的人才的需求与日俱增。而在跨文化商务交际中,研究彼此的商务经营管理模式及思维方式也必将为有效地进行跨文化商务交际起到不可低估的作用。有鉴于此,《跨文化商务交际》(*Intercultural Business Communication*)一书试图利用跨文化交际领域的研究成果,对跨文化企业商务经营管理活动中的主要方面,进行了一些尝试和探索。其主要目的有四:第一,培养商务人士对不同的文化的敏感性;第二,培养商务人士跨文化交际的适应能力;第三,培养商务人士跨文化交际的技能;第四,培养商务人士跨文化交际冲突的管理能力和跨文化商务团队的管理与建设能力。同时,我们希望能够借此给商务英语、国际商务专业的学生、学习经济贸易类的学生以及有志于从事跨文化商务活动的人士提供一定的学习参考,推动专业人士在这一领域的深入研究。

本书内容主要由以下五大模块(共11章)构成:

- 总论(第1章)。主要探讨了文化的概念与内涵、文化与语言、文化与交际、语言与交际、交际与跨文化交际以及跨文化交际与跨文化商务之间的关系。

- 跨文化市场营销(第2~5章)。第2章介绍了商品品牌命名、品名互译与文化接受;第3章介绍了展会策划与文化传递;第4章介绍了广告发布与文化冲突;第5章介绍了客户开发与文化适应。

- 跨文化商务谈判(第6~9章)。第6章介绍了跨文化商务谈判准备;第7章介绍了跨文化商务谈判开展;第8章介绍了涉外合同的订立和翻译;第9章介绍了涉外合同的执行以及善后事宜。

- 跨文化商务交际冲突管理(第10章)。主要介绍了跨文化交际中人际冲突的处理。

- 跨文化商务团队管理与建设(第11章)。主要介绍了优秀跨文化团队的打造。

本书具有“新颖”、“实用”、“鲜活”三大特色:基于跨文化商务经营管理活动的典型工作过程,通过典型翔实的案例,对跨文化企业商务活动中涉及的主要环节和工作任务进行了创新性的架构和编排,结构新颖;通过对案例和图表进行分析,使读者更深入地了解并学以致用,针对高职高专特点增强实用性;体例设计方面,每个单元综合了案例导入、理论分析等内容,注意广泛、系统地搜集和使用与本书有关的最新知识、资料和信息,密切联系跨文化商务交际实践和加入世界贸易组织后我国企业对外商务活动的实际,使本书富有新意,内容丰富的文化附录更加方便读者的自主学习。

本书的主要编写工作由十堰职业技术学院、安徽工业经济职业技术学院、湖北医药学院、滁州职业技术学院、湖北汽车工业学院、河北机电职业技术学院等学院的多名一线骨干教师通力合作完成。具体编写分工如下:

王燕 (十堰职业技术学院):第 1、2 章,Appendix 1、2、3、4、5 以及全书的统稿工作;  
黄莹 (安徽工业经济职业技术学院):第 3 章;  
周翎 (湖北医药学院):第 4 章;  
汪舒 (安徽工业经济职业技术学院):第 5 章;  
曹秦 (滁州职业技术学院):第 6、8、9 章;  
孙媛 (湖北汽车工业学院):第 7 章;  
张光 (河北机电职业技术学院):第 10、11 章 (其中河北机电职业技术学院赵勇编写了第 11 章第一节)。

十堰职业技术学院的雷艳和张建明参与了部分章节的编写工作。

由于内容广泛而篇幅、时间有限,加之编者水平所限,虽竭尽全力,但疏漏难免,恳请读者和专家批评指正。

编 者

2011 年 2 月

## 目 录

<b>第一章 总论</b> .....	(1)
第一节 文化的内涵.....	(2)
一、西方学者对于文化概念的研究 .....	(2)
二、中国学者对于文化概念的研究 .....	(4)
三、东西方文化概念之比较 .....	(6)
第二节 文化与语言.....	(9)
第三节 语言、文化与跨文化交际.....	(15)
一、文化与语言的关系.....	(15)
二、文化影响感知能力.....	(16)
三、交际与跨文化交际.....	(26)
四、文化与跨文化交际.....	(32)
第四节 跨文化交际与跨文化商务交际 .....	(34)
一、跨文化商务交际中存在的主要问题.....	(35)
二、影响跨文化商务交际的主要因素.....	(35)
三、消除跨文化商务交际障碍的途径.....	(37)
<b>第二章 商品品牌命名、品名互译与文化接受</b> .....	(44)
第一节 商品品牌命名 .....	(46)
一、商品名称、品牌、品牌名和商标释义.....	(47)
二、商品品牌命名的意义.....	(48)
三、商品品牌命名的误区.....	(50)
四、商品品牌命名的原则.....	(54)
五、商品品牌命名的途径与方法 .....	(60)
第二节 中英文商品品牌名称的互译与文化接受 .....	(68)
一、中英文商品品牌翻译(或命名)研究的现状.....	(68)
二、西方品牌名称翻译(或命名)研究的两大门类.....	(69)
三、我国台湾成功出口产品英文品牌名称英译(或命名)的经验.....	(69)
四、出口品牌翻译(或命名)的步骤.....	(70)
五、中英文商品品牌名称的互译.....	(70)
<b>第三章 展会策划与文化传递</b> .....	(81)
第一节 展会策划与礼仪 .....	(81)
一、会展业的前景.....	(81)

二、商务展会上的礼仪·····	(82)
第二节 名片的交换·····	(83)
一、名片的发展历史·····	(83)
二、名片的作用·····	(84)
三、名片的交换·····	(84)
四、西方人的名片特色和交换礼仪·····	(86)
第三节 名片的翻译·····	(87)
一、汉英名片的差异·····	(87)
二、名片的翻译实例·····	(87)
三、名片翻译的要点·····	(88)
<b>第四章 广告发布与文化冲突·····</b>	<b>(98)</b>
第一节 广告概述·····	(99)
一、广告的定义·····	(100)
二、广告的作用·····	(100)
三、广告的传播模式·····	(101)
第二节 广告与文化·····	(102)
一、关于文化·····	(102)
二、文化的特性·····	(103)
三、广告与文化的关系·····	(103)
四、全球化·跨文化广告·文化冲突·····	(105)
第三节 重视和理解文化差异·····	(107)
一、文化差异是普遍现象·····	(107)
二、文化差异的诸方面·····	(108)
第四节 文化差异的分析工具和有用理论·····	(112)
一、霍夫斯泰德的价值观维度·····	(112)
二、霍尔的高语境和低语境导向·····	(116)
第五节 消除广告文化冲突的策略与方法·····	(117)
一、标准化策略,本土化执行·····	(117)
二、注重东道国文化背景的调查·····	(119)
三、翻译之道·····	(119)
四、创意图片的把握·····	(121)
五、东道国文化体验测试·····	(123)
<b>第五章 客户开发与文化适应·····</b>	<b>(126)</b>
第一节 电话洽谈·····	(128)
一、电话开发客户的优点及缺点·····	(128)
二、商务电话礼仪·····	(129)
三、手机电话礼仪·····	(132)

第二节 商务信函·····	(134)
一、商务信函的优点和缺点·····	(134)
二、常用商务信函·····	(135)
三、商务信函的一般常识·····	(135)
四、商务信函礼仪·····	(136)
五、电子邮件礼仪·····	(139)
第三节 称呼礼仪·····	(139)
一、常见的称呼方式·····	(140)
二、社交中采用称谓要考虑的因素·····	(141)
三、英语称呼的新变化及中英称呼比较·····	(141)
<b>第六章 跨文化商务谈判的准备·····</b>	<b>(145)</b>
第一节 礼品的赠送·····	(146)
第二节 时间的把握·····	(149)
第三节 引见和问候·····	(151)
第四节 迎送途中话题的选取·····	(155)
<b>第七章 跨文化商务谈判的开展·····</b>	<b>(159)</b>
第一节 谈判地点的选择·····	(160)
一、谈判地区的选择·····	(160)
二、谈判场所的选择·····	(161)
第二节 谈判团队的组织·····	(162)
一、谈判人员的素质·····	(162)
二、谈判团队的构成·····	(163)
第三节 谈判风格·····	(164)
一、谈判风格的概念·····	(164)
二、谈判风格的特点·····	(164)
三、谈判风格的作用·····	(165)
四、考察谈判风格的方法·····	(166)
五、重要国家、地区或民族的谈判风格·····	(166)
六、中西方商务谈判风格比较·····	(182)
第四节 谈判人员的礼仪要求·····	(183)
第五节 非言语交际·····	(185)
<b>第八章 涉外合同的订立和翻译·····</b>	<b>(188)</b>
第一节 涉外合同的订立·····	(188)
一、合同的内容·····	(188)
二、合同与文化的差异性·····	(190)
第二节 涉外合同的分类·····	(192)



一、涉外合同按照文本形式分类 .....	(193)
二、涉外合同根据合同的内容和功能分类 .....	(194)
第三节 合同的翻译 .....	(202)
一、合同翻译的原则 .....	(202)
二、合同翻译与文化习俗 .....	(206)
<b>第九章 涉外合同的执行以及善后事宜 .....</b>	<b>(211)</b>
第一节 合同的履行和文化差异 .....	(212)
第二节 违约的救济方法 .....	(213)
第三节 涉外法规与惯例理解 .....	(215)
<b>第十章 跨文化交际中人际冲突的处理 .....</b>	<b>(218)</b>
第一节 跨文化交际冲突的类型 .....	(219)
一、内心冲突 .....	(219)
二、人际冲突 .....	(219)
三、小组冲突 .....	(219)
四、组织内冲突 .....	(220)
五、组织与外部的冲突 .....	(220)
第二节 跨文化交际中人际冲突产生的原因 .....	(220)
第三节 跨文化交际中人际冲突的过程 .....	(221)
一、潜在冲突 .....	(221)
二、感知冲突 .....	(221)
三、感觉冲突 .....	(221)
四、公开冲突 .....	(221)
五、冲突结果 .....	(222)
第四节 跨文化交际中人际冲突的处理方式 .....	(222)
一、回避 .....	(222)
二、对抗 .....	(222)
三、妥协 .....	(223)
四、迎合 .....	(223)
五、合作 .....	(223)
<b>第十一章 打造优秀的跨文化团队 .....</b>	<b>(226)</b>
第一节 团队的概念 .....	(227)
第二节 跨文化团队的类型和优势、劣势 .....	(228)
一、跨文化团队的类型 .....	(228)
二、跨文化团队的潜在优势 .....	(228)
三、跨文化团队的显在劣势 .....	(228)
第三节 优秀跨文化团队的建设 .....	(229)

一、如何打造优秀的象征性文化团队 .....	(229)
二、如何打造优秀的双文化团队 .....	(230)
三、如何打造优秀的多文化团队 .....	(230)
<b>Appendix 1 世界主要经济、贸易及金融组织 .....</b>	<b>(234)</b>
<b>Appendix 2 公司组织结构、人员职衔与职称 .....</b>	<b>(240)</b>
<b>Appendix 3 美国著名企业及标识 .....</b>	<b>(248)</b>
<b>Appendix 4 中国著名企业及标识 .....</b>	<b>(253)</b>
<b>Appendix 5 世界著名品牌中英文对照 .....</b>	<b>(257)</b>
<b>参考文献 .....</b>	<b>(284)</b>

## 第一章

## 总 论

## 学习目的与要求

1. 了解文化的内涵;能利用相关图示解析文化的内涵、交际的模式与要素。
2. 掌握交际的模式与要素。
3. 掌握文化与跨文化交际以及与跨文化商务交际之间的关系。

## 【引例 1】

## 谁没文化?

叶大春是个小有名气的作家。有一次,他从武汉到广州去参加一家杂志社的笔会,在火车上,恰逢对面座位上坐的是一位很时髦的广东姑娘,他就顺便向她打听广州的交通情况,一会儿就和她混熟了。广东姑娘操着半生不熟的普通话问他:“你姓什么?”

“姓叶。”叶大春也操着普通话告诉她。

“哪个叶?”姑娘有些不明白。

“叶挺的叶。”

姑娘摇了摇头,表示不知道叶挺的叶是什么叶。

“就是叶剑英的叶。”

姑娘还是一副不明白的眼神。叶大春见她连叶剑英的叶都不知道,心想:这位新潮姑娘徒有其表,也太没文化了,便用手指头蘸了点水,在茶几上写了个“叶”字。这一下,姑娘终于明白了,冲口而出:“哦!原来就是叶倩文的叶嘛!”

“叶倩文是谁?”这一下轮到叶大春糊涂了。

“叶倩文是香港著名的歌星啊!连她都不知道,你也太没文化了!”广东姑娘轻蔑地瞪了叶大春一眼。

(资料来源:摘自《现代快报》,2002年)

## 思考题:

“叶倩文是香港著名的歌星啊!连她都不知道,你也太没文化了!”这句话中的“文化”是什么意思?

## 【引例 2】

## 妈妈吃谁的醋啦？

马上就要开学了，我要到亲戚家走一遭。

今天早上，我来到姐姐家，和姐姐、姐夫，还有我那三岁的小外甥玩了一个上午。玩的时候，我发现姐姐不和姐夫说话，当着大家的面我没好意思问是怎么回事。中午，姐姐做饭去了，我趁机问姐夫事情的缘由。

姐夫叹了口气说：“还不是我那初恋女友的事，那天在大街上见了面，多说了几句话，被你姐姐看见了。这不，到现在还在吃我那女友的醋呐！”

这时，我那可爱的外甥发话了：“妈妈吃谁的醋啦，平时你们不是教我不要随便吃别人的东西吗？妈妈怎么能吃别人的醋呢，再说我们家不是有吗？”

（资料来源：摘自《青岛新闻网》，2006年9月4日）

## 思考题：

“妈妈吃谁的醋啦，平时你们不是教我不要随便吃别人的东西吗？妈妈怎么能吃别人的醋呢，再说我们家不是有吗？”这句话中的“吃醋”是什么意思？

## 第一节 文化的内涵

文化是人类生活的反映、活动的记录、历史的积淀，是人们对生活的需要和要求、理想和愿望，是人们的高级精神生活，是人们认识自然、思考自己的劳动成果，是人的精神得以承托的框架。它包含了一定的思想和理论，是人们对伦理、道德和秩序的认定与遵循，是人们生活、生存的方式、方法与准则。思想和理论是文化的核心、灵魂，没有思想和理论的文化是不存在的。任何一种文化都包含有一种思想和理论，生存的方式和方法。因此，文化是一个含义极广的概念，由于其内涵和外延的不确定性，导致对这一概念所下的定义众说纷纭、莫衷一是。

## 一、西方学者对于文化概念的研究

根据剑桥大学以马内利学院的唐·卡皮特(Don Cupitt)的考证，英文、法文中的 culture 源自拉丁文的动词 colo、colere、colui、cultura 等词。在拉丁文中，这些词的意思为：to till the ground, to tend and care for(即耕种、居住、练习、留心或注意等义项)。在卡皮特看来，culture 就是指被(人)熟识(familiarized)、驯化和培育过的世界的镜像。

关于文化在西方文化语境里的发展、引申、嬗变，英国文化史学者 Raymond Williams 在《文化与社会：1780—1950》一书中精要地论述道：“文化一词主要指‘自然成长的倾向’以及——根据模拟——人的培养过程。但是到了 19 世纪，后面这种文化作为培养某种东西的用法发生了变化，文化本身变成了某种东西。首先，是用来指‘心灵的某种状态或习惯’，与人类完善的思想具有密切的关系；其后，又用来指‘一个社会整体中知识发展的一般状态’；再后，是表示‘各类艺术的总体’；最后，到了 19 世纪末，文化开始意指‘一种物质上、知识上

和精神上的整体生活方式’。”

19世纪中叶,一些新的人文学科如人类学、社会学、民族学等在西方兴起,文化的概念由此发生了变化,逐步成为概括以上新兴学科的、具有现代色彩的重要术语。

最早把文化作为专门术语来使用的是被称为“人类学鼻祖”的英国的 E. B. Tylor,他在1871年发表的《原始文化》一书中给文化下了定义:

“据人种志学的观点来看,文化或文明是一个复杂的整体,它包括知识、信仰、艺术、伦理道德、法律、风俗和作为一个社会成员的人通过学习而获得的任何其他能力和习惯。”

自此以后,不少西方学者纷纷给文化下过定义,以致形成了上千种关于文化的定义。

英国人类学家 B. K. Malinowski 发展了 E. B. Tylor 的文化定义,于20世纪30年代著《文化论》一书,认为“文化是指那一群传统的器物、货品、技术、思想、习惯及价值而言的,这概念包容着及调节着一切社会科学。我们亦将见,社会组织除非视作文化的一部分,实是无法了解的。”他还进一步把文化分为物质的和精神的,即所谓“已改造的环境和已变更的人类有机体”两种主要成分。正如罗杰·基辛所言,“文化是把人类群体与他们的生态结合起来(社会的传播者)的行为方式(mode)、生活方式(settlement patterns)、社会群居和政治组织的方式,以及宗教信仰和实践。”

英国人类学家 A. R. 拉德克利夫-布朗认为,文化是一定的社会群体或社会阶级在与他人的接触交往中习得的思想、感觉和活动的方 式;文化是人们在相互交往中获得知识、技能、体验、观念、信仰和情操的过程。他强调,文化只有在社会结构发挥功能时才能显现出来,如果离开社会结构体系就观察不到文化。例如,父与子、买者与卖者、统治者与被统治者的关系,只有在他们交往时才能显示出一定的文化。

法国人类学家 C. 列维-施特劳斯从行为规范和模式的角度给文化下定义。他提出:“文化是一组行为模式,在一定时期流行于一群人之中,……并易于与其他人群之行为模式相区别,且显示出清楚的不连续性。”

英国人类学家 R. 弗思认为,文化就是社会,社会是什么,文化就是什么。他在1951年出版的《社会组织要素》一书中指出,如果认为社会是由一群具有特定生活方式的人组成的,那么文化就是生活方式。

美国社会学家 David Popenoe 则从抽象的定义角度对文化作了如下的定义:文化是一个群体或社会共同具有的价值观和意义体系,它包括这些价值观和意义体系在物质形态上的具体化,人们通过观察和接受其他成员的教育而学到其所在社会的文化。此定义的前两句概括了泰勒的第一句:文化对于人类来说,就像是本能对于动物一样,都是行为的指南。

Robin Fox 更进一步指出文化和本能的性质相通:①二者都为某一种族成员所共有。②大部分文化行为也像本能一样,是潜意识的,不必通过思考而后才学到,受它的刺激就能引起特定的反应。因为:个人在成长过程中,经常在不知不觉间将社会现存的生活方式及习惯保存入脑,形成文化密码,由于这些密码的作用,人就可以不经过大脑而得出种种行动,这一点上,与动物受到本能的支配一样。③后天学习而得。

美国文化人类学家 A. L. Kroeber 和 C. Kluckhohn 在1952年发表的《文化:概念和定义的批判性述评》中,从哲学、艺术、教育、心理学、历史、人类学、社会学、生态学、生物学的视域对100多种文化定义做出了基本的界定和评述,然后对文化下了一个综合定义:“文化存在于各种内隐的和外显的模式之中,借助符号的运用得以学习与传播,并构成人类群体的特

殊成就,这些成就包括他们制造物品的各种具体式样,文化的基本要素是传统(通过历史衍生和由选择得到的)思想观念和价值,其中尤以价值观最为重要。”他们的文化定义为许多现代西方学者所接受。

20世纪60年代以来,一场批判传统思想和反思的潮流在西方社会科学领域内普遍展开。在文化人类学领域中,美国学者克利福德·格尔兹的《文化的解释》备受同行们注目,因其代表了一个新的人类文化研究学派,即解释文化人类学的诞生,标志着作者本人在20世纪60年代以来的人类学转变中扮演了极为重要的角色。作为人类学家,格尔兹更注重从人的自然进化和文化互动的发展史来展开研究。他认为,文化不是被附加在完善的或实际上完善的动物身上,而是那个动物本身的生产过程的构成要素,是核心构成要素。格尔兹说道:“既然从内在因素出发,有关占统治地位的神经过程的完全具体确定、有足够适应性的解释是不成立的,那么,人类大脑就完全依赖于文化资源来活动;而这些文化资源不是心智活动的辅助物而是构成成分。”以之反观人主体本身,不存在独立于文化之外的人性,而人的属性首先是多样性。按照他的理解,我们可看出,人类的文化史可能要推及史前时代,并且文化概念对人的概念的影响相当强烈,一直到情感的层面。但格尔兹所坚持的文化概念不是模棱两可的,而是指从历史沿袭下来的体现于象征符号中的意义模式,是由象征符号体系表达的传承概念体系,人们以此达到沟通、延续和发展他们对生活的知识和态度。

上述各种文化定义,互有长短,反映了近现代人类学家、社会学家和社会心理学家对文化认识的历史过程。

## 二、中国学者对于文化概念的研究

“文化”一词的产生和发展有一个相当长的历史过程。据专家考证,“文化”是中国语言系统中古已有之的词汇。“文化”是“文”与“化”这两个字的复合。“文”最早可见于商代甲骨文,指身有花纹袒胸而立之人,后引申为各色交错的纹理。《易·系辞下》载:“物相杂,故曰文。”《礼记·乐记》称:“五色成文而不乱。”《说文解字》称:“文,错画也,象交叉。”均指此义。在此基础上,“文”又有若干引申义:其一,为包括语言文字在内的各种象征符号,进而具体化为文物典籍、礼乐制度。《尚书·序》所载伏羲画八卦,造书契,“由是文籍生焉”,《论语·子罕》所载孔子说“文王既没,文不在兹乎”,是其实例。其二,由伦理之说导出彩画、装饰、人为修养之义,与“质”、“实”对称,所以《尚书·舜典》疏曰“经纬天地曰文”,《论语·雍也》称“质胜文则野,文胜质则史,文质彬彬,然后君子”。其三,在前两层意义之上,更导出美、善、德行之义,这便是《礼记·乐记》所谓“礼减两进,以进为文”,郑玄注“文犹美也,善也”,《尚书·大禹谟》所谓“文命敷于四海,祇承于帝”。

“化”出现稍晚,不见于甲骨文,意义为改易、生成、造化诸义,如《庄子·逍遥游》:“化而为鸟,其名曰鹏”;《易·系辞下》:“男女构精,万物化生”;《黄帝内经·素问》:“化不可代,时不可违”;《礼记·中庸》:“可以赞天地之化育”等。归纳以上诸说,“化”指事物形态或性质的改变,同时“化”又引申为教行、迁善之义。

“文”与“化”二字的复合使用,是春秋战国以后的事情。《周易·贲卦·象传》曰:“观乎天文,以察时变;观乎人文,以化成天下。”这里的“天文”,是指天道运行的自然规律;“人文”,是指人与人之间纵横交织的社会关系、人伦规范和风土民情等。这段话的大致意思是:为治理天下,须通过观察天文来把握周围环境变化发展的节律和方向;同时还须观察人文,因

势利导,随宜教化,以求得理想治局的实现。在这里,“人文”与“化成天下”紧相关联,“因文教化”或“以文教化”的思想已经十分明确。

至西汉,“文”与“化”方合成一个整词。刘向作的《说苑·指武》篇曰:“圣人之治天下也,先文德而后武力。凡武之兴,为不服也,文化不改,然后加诛。夫下愚不移,纯德之所不能化,而后武力加焉。”始将“文”和“化”二字正式联为一词,与“武功”相对,含教化之意,是统治天下的两种手段,说明治天下要文武兼备。其后,南齐王融在《曲水诗序》中说:“设神理以景俗,敷文化以柔远”。其“文化”一词也为文治教化之意。晋人束皙在《补亡诗·由仪》中说“文化内辑,武功外悠”,意为“言以文化辑和于内,用武德加于处远也”。

可见,在中国传统观念中,“文化”一词的本意是与“武功”、“武力”相对的,是以文德教化天下,使人“发乎情,止乎礼”。文化在汉语中实际是“人文教化”的简称。“以文教化”表示对人的性情的陶冶、品德的教养,本属精神领域之范畴。其前提是“人”,有“人”才有文化,意即文化是讨论人类社会的专属语;“文”是基础和工具,包括语言和(或)文字;“教化”是这个词的真正重心所在:作为名词的“教化”是人群精神活动和物质活动的共同规范(同时,这一规范在精神活动和物质活动的对象化成果中得到体现),作为动词的“教化”是共同规范产生、传承、传播及得到认同的过程。

梁启超在《什么是文化》中称,“文化者,人类心能所开释出来之有价值的共业也。”这“共业”包含众多领域,诸如认识的(语言、哲学、科学、教育)、规范的(道德、法律、信仰)、艺术的(文学、美术、音乐、舞蹈、戏剧)、器用的(生产工具、日用器皿以及制造它们的技术)、社会的(制度、组织、风俗习惯)等。

在著名的工具书《辞海》中,文化一词的定义为:人类历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。文化是一种意识形态,包括与之相适应的社会制度和机构。文化也是一种历史现象,每一个社会都有与其相适应的文化,并随着社会物质的发展而发展,文化对社会的物质发展有着重要的影响。《辞海》的定义强调了文化的影响作用。

当代人学家、文化学者张荣寰在2008年3月重新界定文化,阐明文化是人的品格及其生态的状况反映,为人类社会的观念形态、精神产品、生活方式的研究提供了完整而贴切的理论支持。张荣寰指出:文化是人学的社会呈现;文化是人幸福的工具;文化是文明的载体。文明是人的品格及其生态的上升,直接导致文明的出现,文明是血缘、种族融合与信仰探索的发展结果,人类文明更高的层次应当体现在全人类建设“人格及其生态修养的实践工程”中。文化蕴涵人最高贵的意义,以信仰真理、知识善行、仁爱美情来砾炼人格是人最高贵的意义,也是文化的最高表达。应当以文明学的研究及其应用来解决国家之间、民族之间、信仰之间、人类之间、人及其环境之间等发生的所有不幸,因此,必须从人自身及其生态的上升与和谐入手,实现人类文艺复兴与人类共同体,这是迈向人类更高文明的必由之路。

随着时间和空间的流变,现在“文化”已成为一个内涵丰富、外延宽广的多维概念,成为众多学科探究、阐发、争鸣的对象,但基本形成了以下的共识:

文化作为人类社会的现实存在,具有与人类本身同样古老的历史。人类从“茹毛饮血,茫然于人道”(王夫之《读通鉴论》卷二十)的“植立之兽”(《思问录·外篇》)演化而来,逐渐形成与“天道”既相联系又相区别的“人道”,这便是文化的创造过程。在文化的创造与发展中,主体是人,客体是自然,而文化便是人与自然、主体与客体在实践中的对立统一物。这里的“自然”,不仅指存在于人身之外并与之对立的外在自然界,也指人类的本能、人的身体的各

种生物属性等自然性。文化的出发点是从事改造自然、改造社会的活动,进而也改造自身即实践着的人。人创造了文化,同样文化也创造了人。举例言之:一块天然的岩石不具备文化意蕴,但经过人工打磨,便注入了人的价值观念和劳动技能,从而进入“文化”的范畴。因此,文化的实质性含义是“人化”或“人类化”,是人类主体通过社会实践活动,适应、利用、改造自然界客体而逐步实现自身价值观念的过程。这一过程的成果体现,既反映在自然面貌、形态、功能的不断改观上,更反映在人类个体与群体素质(生理与心理的、工艺与道德的、自律与律人的)的不断提高和完善上。由此可见,凡是超越本能的、人类有意识地作用于自然界和社会的一切活动及其结果,都属于文化;或者说,“自然的人化”即是文化。

### 三、东西方文化概念之比较

作为翻译语汇的“文化”,当初是借用了日文译词,日本学者用“文化”译“culture”。英文“culture”,最初有改良土壤、栽培植物、种植树木等含义,并由此引申出教育、修养、人类能力的发展、礼貌、知识、情操、风尚等意义。这就与中国古代传统的“文化”一词所具有的“文治教化”内涵比较接近。如钱穆所言,中国的“文化”偏重于精神方面,多少认同了“culture”中的有关耕种、养殖、驯化等含义,将文化置于一定的生活方式之上。

一方面,中国传统的“文化”与西方传统的“culture”在词义上有着明显的区别。“文化”的本义是身上雕有花纹的人,它强调的是人类的社会活动,偏重于精神领域;而“culture”则从人类的物质生产活动出发,进而引申到社会领域和精神领域,它的本义强调的是人与自然的关系。毋庸讳言,后者较之前者有着更为深广的内在意蕴。

另一方面,这两个词汇又都具有一个共同的本质,即都强调人的有意识、有目的的活动。在这种有意识、有目的的实践活动过程中,主体是人类自身,客体是社会和自然。应该指出的是,这里所说的“自然”,不仅包括存在于人身之外的外在自然界,而且还包括人类自身与生俱来的本能、人体固有的各种生物学意义上的自然属性在内。

从西方的文化概念来分析,文化虽然看似包罗万象,但专家认为,大致可归纳出三个方面的含义,即观念形态、精神产品、生活方式,包括人们的世界观、思维方式、宗教信仰、心理特征、价值观念、道德标准、认知能力,以及从形式上看是物质的东西,但透过物质形式能反映人们观念上的差异和变化的一切精神的物化产品。此外,“文化”还包括人们的衣食住行、婚丧嫁娶、生老病死、家庭生活、社会生活等诸多方面的因素(曾德昌:《关于文化的概念》)。

冯友兰在论述中外文化差异时认为,中国文化的精神基础是伦理(特别是儒家伦理),不是宗教(至少不是正规的、有组织的那一类宗教)。中国文化以天人合一为哲学认识论基础,其特征是自然与人文的结合、宗教与伦理的结合,讲究的是人文主义,这种人文主义首先使宗教(原始的)政治化,然后使政治伦理化。

也有人认为中西文化其实都是宗教、伦理、政治相统一的文化,只是前者统一于伦理,后者统一于宗教。从渊源上讲,中国文化是一种巫史传统的文化(李泽厚:《说巫史传统》),以儒家思想为主流,道、法、释等为补充。而西方文化的源头是希伯来文化、希腊文化、罗马文化,体现为理性精神、人文精神、宗教精神的统一(余维达:《文化的概念、核心内容》)。

由此说来,“文化”一词在当今世界哲学和各门学科都取得了重要发展的历史环境下,它的实质性含义应该是人类主体通过各种有意识、有目的的实践活动实现的对社会和自然客体的适应、利用和改造。其实现成果的体现,既表现在各种自然形态、功能的不断改观和发



展上,更反映在人类个体与群体素质的不断提高和完善上。因此,文化是人类有意识地作用于自然界和社会,乃至人类自身的一切活动及其结果。

文化的学术定义在目前较为一致的看法是:“文化”可从广义和狭义两个方面去理解。H. H. Stern<sup>①</sup>根据文化的结构和范畴把文化分为广义和狭义两种概念。广义的文化是指人类在社会历史实践过程中所创造的物质财富和精神财富的总和。广义的文化,着眼于人类与一般动物、人类社会与自然界的本质区别,着眼于人类卓立于自然的独特的生存方式,其涵盖面非常广泛,所以又被称为“大文化”(culture with a big C)。狭义的文化是指在历史上一定的物质资料生产方式的基础上发生和发展的社会精神生活形式的总和,包括宗教、信仰、风俗习惯、道德情操、学术思想、文学艺术、科学技术、各种制度等,是人类智慧和创造力的体现。狭义的文化排除人类社会历史生活中关于物质创造活动及其结果的部分,专注于精神创造活动及其结果,主要是心态文化,又称“小文化”(culture with a small c)。

广义的文化包括四个层次:

(1)物态文化层。物态文化,通常又称之为物质文化,是人类所从事的物质生产创造活动及其劳动产品的总和。物态文化以满足人类生存发展所必需的衣、食、住、行诸种条件为目标,直接反映人与自然的关系,反映人类对自然的认识、利用和改造的程序与结果,反映社会生产力的发展水平。这是一种可以感知的、具有物态实体的文化事物,是人类从事一切文化创造的基础。

(2)心态文化层。心态文化,又称精神文化,是人类在长期的社会实践活动和意识形态活动中孕育升华出来的价值观念、知识系统、审美情趣和思维方式等的总和,是文化的核心部分。具体说来,心态文化又可以进一步区分为社会心理和社会意识形态两个部分。社会心理指人们的日常精神状态和思想面貌,是尚未经过理论加工和艺术升华的流行的大众心态,包括人们的情绪、愿望和要求等。社会意识形态是指经过系统加工的社会意识,往往由文化专家对社会心理进行理论归纳、逻辑整理、艺术升华,并以著作或作品等物化形态固定下来,流行传播,垂于后世。

(3)制度文化层。制度文化,是人类在社会实践活动中所建立的各种社会规范的总和,包括婚姻制度、家族制度、政治法律制度、民族、国家、经济、宗教社团、教育、科技、艺术组织等。

(4)行为文化层。行为文化主要以民风民俗的形态出现,见之于日常起居动作之中,具有鲜明的民族、地域特色。

文化的要素主要包括三个方面:

(1)精神要素,即精神文化。它主要指哲学和其他具体科学、宗教、艺术、伦理道德以及价值观念等,其中尤以价值观念最为重要,是精神文化的核心。精神文化是文化要素中最有活力的部分,是人类创造活动的动力。没有精神文化,人类便无法与动物相区别。价值观念是一个社会的成员评价行为和事物以及从各种可能的目标中选择合意目标的标准。这个标准存在于人的内心,并通过态度和行为表现出来。它决定人们赞赏什么,追求什么,选择什么样的生活目标和生活方式。同时,价值观念还体现在人类创造的一切物质和非物质产品之中。产品的种类、用途和式样,无不反映着创造者的价值观念。

<sup>①</sup> H. H. Stern: *Fundamental Concepts of Language Teaching*, 上海:上海外语教育出版社,1992年,第208页。