

<<跨文化管理>>

图书基本信息

书名：<<跨文化管理>>

13位ISBN编号：9787302205401

10位ISBN编号：730220540X

出版时间：2009-7

出版时间：清华大学出版社

作者：陈晓萍

页数：327

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

前言

一转眼，距离本书的第一次出版已经过去了将近4年的时间。

4年来我收到来自全球各地的读者的反馈，特别是一些读者因为看了这本书后，来信说转行专门从事跨文化领域的研究和学习，让我非常感动。

出版社编辑也告诉我，这本书在没有任何宣传的情况下多次重印，看来越来越多的人们已经意识到了，如今即使你从不踏出国门，也将难免和来自其他国家的企业或个人进行合作和竞争。

这种趋势势不可挡，使得国家和国家之间的界限日趋模糊。

在我看来，人类未来的竞争将会从以前的强调国家与国家之间的竞争变成企业与企业之间的竞争，因为企业的国家属性已经越来越淡薄，而企业的全球性和个性则越来越鲜明。

一个公司（企业）要具有竞争力，在世界市场（包括本国市场和外国市场）上取胜，所需要具备的一个关键能力就是整合协作。

仔细观察，在世界经济舞台上长袖善舞的企业，多半靠的不是其核心科技、祖传秘方，甚至雄厚资产，而是一种突破国界、善于与各种公司协作的能力和具备这种协作能力的人才储备。

在全球供应链越伸越长的当今市场，具有跨文化知识和技能成为个体独特的竞争优势。

本书的目的就在于帮助你掌握这些知识和技能，使你成为文化浪尖上的成功舞者，在帮助你所工作的公司（企业、组织）在全球市场上获得竞争力的过程中起到不可替代的作用。

## <<跨文化管理>>

### 内容概要

本书以生动翔实的案例，恬淡幽默的语言，阐述了国家与民族文化差异在个体的工作态度、沟通方式和行为方式上的显性表现，探讨了文化理念对企业的战略导向、组织架构、制度建立的深刻影响。在充分介绍世界最前沿跨文化管理理论的基础上，详细讨论了跨文化沟通和谈判中可能出现的陷阱，跨文化团队建设的艰辛，跨文化人力资源管理的挑战，以及全球化职业旅程的酸甜苦辣。与此同时，本书更着重讨论文化的融合、文化多元的益处和培养全球化经理人的良方。

本书作者有20年的跨文化工作和生活经历。

其独到的文化视角和写作风格，给我们平时观察和体验到的文化冲突提供了理性加感性的注解。本书对我们了解自己和他人的行为，对企业如何应对全球化挑战具有深刻启示。

## <<跨文化管理>>

### 作者简介

陈晓萍，美国伊利诺大学工业和组织心理学博士，现任美国华盛顿大学福斯特商学院终身教授和组织管理系主任。

在此之前，她曾是香港科技大学和美国印第安那大学商学院的教授。

陈晓萍教授的学术研究涉及很多组织行为和人力资源管理领域，主要的研究课题包括跨文化管理、个体和群体决策、领导学、商业谈判、创业者的激情，及中国人的关系等等。

她的学术论文曾发表于全球顶尖的管理学杂志的副主编，也是《跨文化管理》、《平衡——工作和生活的艺术》、《幸福的决定因素》、《组织和管理研究的实证方法》等中文书籍的作者。

## &lt;&lt;跨文化管理&gt;&gt;

## 书籍目录

第1部分 文化与管理 第1章 文化的含义,文化如何影响管理 1.1 文化的定义 1.2 关于文化的两个常用比喻 1.2.1 洋葱的比喻:文化层次论 1.2.2 民族社会文化与公司文化 1.2.3 文化的冰山比喻 1.3 文化的正态分布 1.4 文化与管理的关系 1.4.1 文化与企业经营战略的关系 1.4.2 文化对组织架构设置的影响 1.4.3 文化对企业制度建立和执行的影响 1.4.4 文化对领导和员工行为的影响 本章结语 思考题 本章参考文献 第2章 跨文化管理理论和实践 2.1 克拉克洪和斯乔贝克的6大价值取向理论 2.2 郝夫斯特的文化维度理论 2.2.1 个体主义与集体主义 2.2.2 权力距离 2.2.3 不确定性规避 2.2.4 事业成功与生活质量 2.2.5 长期—短期导向 2.3 蔡安迪斯的个体主义—集体主义理论 2.3.1 个体对自我的定义 2.3.2 个人利益和群体利益的相对重要性 2.3.3 个人态度和社会规范决定个体行为时的相对重要性 2.3.4 完成任务和人际关系对个体的相对重要性 2.3.5 个体对内群体和外群体的区分程度 2.3.6 个体主义—集体主义理论新进展:水平—垂直个体主义—集体主义 2.4 强皮纳斯的文化架构理论 2.4.1 普遍主义—特殊主义 2.4.2 中性—情绪化 2.4.3 关系特定—关系弥散 2.4.4 注重个人成就—注重社会等级 2.5 舒华兹的十大价值/需要导向理论 本章结语 思考题 本章参考文献 第3章 用跨文化理论解读中外影片 3.1 新加坡影片《小孩不笨》(2002) 3.1.1 集体主义文化 3.1.2 权力距离 3.1.3 事业成功导向 3.1.4 长期导向 3.2 美国影片《我的肥大希腊婚礼》(2002) 3.2.1 对希腊文化的强烈自豪感和爱国主义 3.2.2 父权主义、男尊女卑 3.2.3 家庭至上、热情洋溢的文化导向 3.3 印度影片《名字的故事》(2007) 3.3.1 人和自然的关系:内控还是外控 3.3.2 长期的事业—成功导向 3.3.3 家族集体主义 ..... 第4章 跨文化沟通 第5章 跨文化谈判 第2部分 文化的融合 第6章 打造优秀的跨文化团队 第7章 跨文化人力资源管理 第3部分 培养全球化经理人 第8章 全球化经理人的文化底蕴 第9章 全球化经理人的职业旅程 附录 小测验答案

## &lt;&lt;跨文化管理&gt;&gt;

## 章节摘录

插图：第1部分文化与管理第1章文化的含义，文化如何影响管理托马斯·弗里德曼在他著名的《世界是平的》一书中写道：“《圣经》告诉我们上帝用了六天时间创世，在第七天休息。而使世界变平当然用了更长的时间，它是十项重大事件——政治、技术创新，以及公司全球化事件...协同作用的结果，而且在此过程中，我们一天也不得休息。”（2006，p.50）。

弗里德曼所指的10大事件包括：柏林墙的倒塌和Windows的升起；因特网的诞生；标准工作程序软件的出现；图文上传下载的可能；在全球范围内外包的兴起；代工的盛行；全球物流供应链的形成；产品服务内包的萌芽；网上信息搜索的开启；无线、数字化、个人化、虚拟化工具仪器的出现。

因为这些事件的发生，今天的世界与昨天的世界已有本质的不同，而最大的不同就在于国家与国家之间在经济事务中壁垒的不断消除，中国进入世界贸易组织，东欧国家、印度向全世界开放市场以及欧盟的形成等都是典型的例子。

全球经济的一体化和全球信息的共享，以及全球产品和服务供应链的形成，使全人类的命运因此更加息息相关。

在一个变平的世界里要竞争生存、要取得成功，必须对整个世界范围内各国的政治、经济、法律和文化环境有充分的了解和认识。

这一点对于企业和个人都适用。

从企业的角度，如果你在国外拥有分公司，产品和服务销往国外，那么，你就必须对国外的消费者市场和文化品位有相当的认识。

反过来，即使你还没有涉足国外市场，但要在本国市场上取得领先地位，也必须对国外产品和品牌有相当的了解。

因为，即使你不出国门，国外的企业也已经纷纷在你的家门口开起了工厂，卖起了它们的商品。

你若要超越它们，不了解它们的商业战略经又如何可能？

从个体的角度来看就更是如此。

如果你在外国公司工作，熟谙公司的文化传统、人脉关系、交往潜规则是理所应当；但就是你在国内私营企业工作，如果你熟知与你在同一产品服务领域的外国公司的运作策略和营销手段，又何尝不是你能够在职业发展上平步青云的资本？

原来在微软工作过的唐骏之所以能被国内的民营企业（盛大、新华都）高价聘请，难道不是他对国际化企业运作有经验和知识的结果？

综上所述，跨文化管理学科的出现是时代发展的产物，全球化经济迫使来自不同文化的个体和群体在一起工作和学习，让产品被不同习俗的人群所接受和使用。

对许多跨国公司的管理人员来说，跨文化管理已成为他们日常事务的一部分，他们与来自不同文化的人共事，通常的情况是自己的老板、直接主管或同事都来自与自己不同的国家。

比如在微软工作的员工，面对的就是这样的情形。

可能一个7人团队就代表了5个国家。

因此，管理人员不仅得学习某一种特定的文化，而且还得学会如何同时应对5种文化分别对员工自身工作态度和行为的影响，以及对他们之间的交往互动的影响。

此外，跨国公司在海外都有长期的业务，管理人员即使不被外派常驻某国，也会需要经常出差，与国外的同事或客户打交道。

如何在短暂的旅行中有效地解决业务上的问题就成为一个严峻的挑战。

因为是在公司和商场，不管你去哪个国家，从表面上看，公司职员和商人的穿着打扮，有时甚至使用的语言（常常是英语）都会有很多的相似之处，以致使你忽略文化的因素，而做出别人都与你相似的假设。

但在碰到重要问题的交流和谈判，又确实感到思维方式的不同，以及举止反应的差异。

这时，如若没有良好的跨文化知识，就会感到难以应付。

## &lt;&lt;跨文化管理&gt;&gt;

与此同时，越来越多的跨国企业把涉外经历作为职业晋升中的一个重要筹码，比如通用电气公司，比如波音，没有涉外经历的人一般不可能提升至高管职位。

但是，这些公司在具体操作的过程中又有过怎样的经历呢？

较早跨出全球化这一步的美国、欧洲和日本公司由于没有意识到当地文化对人的心理和行为的影响，在走向国际化的道路中摔了不少跟头。

早期的跨国公司一般都有“总部”心理，认为自己在母国成功的经验可以推广衍生到任何一个国家，因此没有必要对所在国的文化传统多加注意。

如果让数据来说话，众多跨国公司长期以来一直是用外派经理的方式去运作国外的分支机构，而外派经理的费用通常都比国内同样位置的经理要高出数倍，在每年30万~100万美元之间。

如此之高的费用对公司来说是一笔巨大的投资，但回报如何呢？

据1997年在《哈佛商业评论》发表的一篇文章介绍，有一项在欧洲和日本对750家跨国公司的调查结果表明：10%~20%经理人不能完成合同年限，提前回到了国内。

33%的经理人表现不如期待的那样好。

25%如期完成合同年限的经理在回公司总部后一年之内离职。

33%如期完成合同年限返回的经理，在回来3个月后仍只担任临时职务。

与此同时，一项对北美50家公司的调查表明：仅有25%的公司在其培训项目中关注全球化话题。

仅有4%的公司对所有经理人进行跨文化培训。

虽然我们不能直接从这组数据中推导出因果关系，但起码比较肯定的是，外派经理不尽如人意的绩效表现与他们对跨文化管理知识的缺乏有着紧密的联系。

在这篇文章发表十几年后的今天，情况已经发生了根本性的变化。

在今天美国和欧洲的商学院，不仅每一个工商管理专业都开设了跨文化管理的课程，而且还有越来越多的学校组织学生去国外的城市和企业考察，让他们对国外的文化、生活方式和公司文化拥有第一手资料和体验。

与此同时，越来越多的全球公司因为有国外外包业务，或者有国外代工业务，也开始对全体员工开设与跨文化管理相关的培训项目。

像波音、飞利浦、微软、LG以及诺基亚等公司就是如此。

他们之中还有的开始了短期交流项目，比如派在微软北京工作的员工去西雅图工作1~3个月，或者派在西雅图工作的员工去北京、上海工作几个月，等等，通过与当地员工的实地交流来加深在不同国家和地区工作的员工之间的了解。

### 1.1 文化的定义文化之于社会就如记忆之于个体。

在过去的生活中可行的东西沉淀下来，变成语言、文字；变成音乐、艺术；变成工具，建筑；甚至变成服装的款式；变成饮食起居的方式，影响未来者的思维、体验和行动。

“文化”这个概念的提出几乎就像文化本身一样悠久，文化的定义也因此众说纷纭。

在本章里，我介绍几个用得最普遍的定义，然后提出我在中对文化的理解和定义。

对文化的广义定义来自赫斯科维茨（Herskovits）1955年出版的《文化人类学》一书。

他认为，文化是一切人工创造的环境，也就是说，除了自然原生态之外，所有由人添加上去的东西都可称之为文化。

这里，人工创造的东西包括两大类：一类是客观文化（objective culture）、硬件产品；另一类则是主观文化（subjective culture）、软件产品。

硬件是那些看得见摸得着的物品，如房屋建筑，交通公路，电视电脑，以及各种机器工具等。

软件则是那些触摸不到，但似乎又无处不在的东西，比如信念、理想、价值观和社会规范。

它们就像空气阳光一样无时无刻不影响着人。

这个定义虽很全面，却没有被后来的多数学者所采用。

用得更广泛的是取赫斯科维茨的“主观文化”部分来定义文化，即，将文化定义为“被一个群体的人共享的价值观念系统”（shared value system）。

郝夫斯特（Hofstede，1980，1991）将文化比喻成人的“心理程序”（mental programs），并指出文化会影响人们关注什么、如何行动以及如何判断人和事物。

## &lt;&lt;跨文化管理&gt;&gt;

与此相似，文化也被其他学者定义为“人为创造的、被他人认可的观念，它给人们提供聚合、思考自身和面对外部世界的有意义的环境，并由上一代传递给下一代”。

另外一个沿着“主观”维度定义文化的学者是心理学家蔡安迪斯（Triandis, 1994）。

他认为，文化是那些“无需言说的对事物的假设，已经被认同并内化的标准运作程序和行事方式”（p.16）。

在这个定义中，文化的含义除了内隐的价值观念之外，还包括外显的行为方式。

强皮纳斯（Trompenaars, 1993, 1998）在他的《文化踏浪》一书中，也认为文化是某一群体解决问题的缓和困境所采用的途径和方法，而非仅仅是一套价值观念系统。

与上述将文化定义为价值观念不同，人类学家赫尔（Hall, 1975）认为一个社会的文化是通过人的行为方式之一——沟通方式表现出来的，他因此提出“沟通即文化”的定义。

他认为，一个人的沟通行为其实已经反映了一个人被文化特征潜移默化的方方面面。

比如，不同社会中的个体对沟通语境的依赖程度就足以反映出该社会文化导向的不同。

综上所述，文化可以被广义定义为“由人类创造的，经过历史检验沉淀下来的物质和精神财富”。

它应该具有以下几个特点。

首先，文化是一个群体共享的东西。

其次，这些东西可以是客观显性的，也可以是主观隐性的。

第三，客观显性的文化和主观隐性的文化同时对生活在该群体中的人产生各方面的影响。

最后，文化代代相传，有相当强的有机性。

它虽然会随着时代改变，但其改变的速度极其缓慢。

1.2 关于文化的两个常用比喻在讨论文化时，常常用两个比喻来使文化的抽象定义形象化。

一个比喻是将文化比成洋葱，有层次之分。

另一个比喻则是文化冰山说，指出文化的显性隐性双重特征。

下面对这两个比喻进行一个详细的解说。

1.2.1 洋葱的比喻：文化层次论1.表层文化如图1-1所示，这个文化洋葱只有3层：表层、中层、核心层。

洋葱的表层——表层文化是我们平时能观察到的东西，对应于赫斯科维茨文化定义中的客观显性部分。

比如你去日本看见他们的服装与我们不同，他们的音乐恬静悠远，听起来似异域之声。

他们吃生鱼，喝清酒，晚上下班不回家，与同事去酒吧。

然后，你又看见他们的寺庙外观也与我们的不同，更方、棱角更鲜明。

其他建筑物有的与我们的外观相似，但里面的装修和布置却不一样，颜色清淡素雅。

他们进门一律脱鞋，席地盘腿而坐；吃饭的饭桌，睡觉的床铺（榻榻米）也与我们的很不相同。

你于是知道自己走进了另一种文化。

再比如你去印度，发现那儿的建筑很少有方顶的，而以圆形为主。

街头人们的服装和其他装饰都色彩艳丽、浓烈。

音乐不仅到处都是，而且节奏强烈，令人忍不住翩翩起舞。

然后，你又发现他们的饮食中有很多咖喱椰奶，香辣扑鼻，而且很多人不用筷子、勺子或叉子吃饭，而用手抓饭吃。

你于是清楚地意识到自己是在一种陌生的文化中。

这些由表层文化表现出来的一种文化的特征常常给人以强烈的直接冲击，让人感受到文化的存在和力量。

表层文化通过外在物品表现。

外在物品除了上面描述的那些东西之外，另一个非常显著的就是该文化中人们使用的语言。

语言不可视、不可触，却可以听到，亦是一个客观存在。

语言是文化的一个重要产物，其余的如艺术品、电影、绘画，甚至商店市场，也都属于表层文化。

我刚到美国的时候，就有一种到了异国他乡的强烈感受。

首先是马路上行人稀少，与国内的熙熙攘攘形成鲜明的对比。



## &lt;&lt;跨文化管理&gt;&gt;

而到了有人的地方，别人的讲话我也大都听不明白。

到商店去买东西，才发现一个店可以如此之大，物品可以如此之全，选择可以如此之多。

比如冰淇淋，不同的牌子、不同的口味、不同的包装、不同的大小、不同的颜色，不下几十种；再说洗衣粉，也是大小小琳琅满目，弄得我不知所措，不知该买哪一种。

有一次去家居用品超市（Home Depot），发现里面有许许多多的工具我不仅从未见过，就是见了也不知其用途，非常惶惑。

就说我平时最熟悉的厨具——刀，在美国的商店里就有几十种，细长的、宽扁的、刀锋平的、刀口带齿的、木柄的、塑制柄的、大的小的、长的、短的，平头的、尖头的，我都不知道那么多不同的刀是干什么用的，因为在中国的厨房里，我一般就只用一把刀，那种宽宽的、长方形的，用它切蔬菜瓜果，切肉切鱼，斩鸡斩鸭，反正要用刀的地方，它都上。

在美国生活了一段时间以后，才知道每一种刀各有其专门的用途，切肉的刀和切菜的刀不一样，切面包的刀和切瓜果的刀不一样，切面包圈（bagel）的刀与切鱼的刀更不相同。

再说上学，第一次去我的导师办公室与他见面，我以为他会告诉我应该修什么课，做什么题目的论文，或者告诉我是否应该每天去办公室等等。

没想到结果都不是。

他只给了我一张下学期可选的课程清单，然后说我可以选任何我想修的课，只要按时把研究生院规定的课程修完，别的自行安排。

面对如此之多的选择，我的头脑“嗡”的一下，不知该怎么办，只能把清单拿回去仔细研究。

这些表层文化的不同对我造成的直接冲击就是：美国是一个个人可以有很多选择的社会，而在这个社会中生活，需要自己尝试和进行决策的事情太多了。

我之所以产生这样的感想，与我自己成长的环境关系密切。

在我出国之前的20世纪80年代的中国社会，商品虽然已经不短缺，但大都很单一。

冰淇淋一般就只有两种口味，洗衣粉也只有一个牌子，口上带齿的刀则几乎没有见过。

在国内的大学读书时，每学期所学的课程都是学校规定好的，选修的量很少，基本不用自己动太多的脑筋。

如果我出生在美国、日本，或欧洲的资本主义发达国家，或是给予老百姓很多生活自主权的地区，可能就不会如此惶惑，而觉得选择太多或生活太复杂。

因此，我们产生的有关其他国家表层文化的感想和观点，更多反映的是我们自己的观点而非那个文化的实质。

下面这个小测验中的题目都与表层文化有关。

你可以试一试，看自己对外国表层文化的了解程度以及自己的反应。

文化习俗小测验1.在日本，喝汤时发出很大吮吸的声音会被认为是（ ）。

a.粗鲁而讨厌的b.你喜欢这种汤的表现c.在家里不要紧，在公共场合则不妥d.只有外国人才这么做2.在日本，自动售货机里出售除下列哪一种饮料以外的所有其他饮料？

（ ）a.啤酒b.加糖精的保健饮料c.加糖的咖啡d.美国公司生产的软饮料3.在拉丁美洲，管理者（ ）。

a.一般会雇佣自己家族的成员b.认为雇佣自己家族成员是不合适的c.强调雇佣少数特殊群体员工的重要性d.通常雇佣比实际工作所需更多的员工4.在拉丁美洲，人们（ ）。

a.认为交谈时和对方进行眼神交流是不礼貌的b.总是等到对方说完才开始说话c.身体接触次数比相似情况下北美商人多d.避免身体接触，因为这被认为是对个人隐私的侵犯5.马来西亚的主要宗教是（ ）。

a.佛教b.犹太教c.基督教d.伊斯兰教6.在泰国（ ）。

a.男性之间挽手同行很常见b.男女之间在公共场合挽手很常见c.男女同行是很粗鲁的举止d.传统上男性和女性在街上遇见会互相亲吻7.在印度，进食时恰当的举止是（ ）。

a.用右手取食物，用左手吃b.用左手取食物，用右手吃c.取食物和吃都只用左手d.取食物和吃都只用右手8.在泰国，脚趾指向别人是（ ）。

a.表示尊敬，像日本人鞠躬一样b.无礼的，即便是无意中所为c.邀请对方跳舞d.公共场合标准的问候方式9.美国的管理者对下属的绩效评估是以其下属的工作表现为基础的，而在伊朗，管理者对下属进行绩效评估的基础是（ ）。

## &lt;&lt;跨文化管理&gt;&gt;

- a.宗教b.资历c.友情d.能力10.作为对一个西班牙裔员工工作出色的奖励,最好不要( )。
- a.当众赞扬他/她b.说“谢谢”c.给他/她加薪d.给他/她升职11.在一些南美国家,出席社交约会怎样也算是正常、可接受的?
- ( ) a.提前10~15分钟b.迟到10~15分钟c.迟到15分钟到1个小时d.迟到1~2个小时12.在法国,朋友间互相交谈时( )。
- a.通常离对方3英尺站立b.典型做法是喊话c.比美国人站得距离近d.总是有第三方在场13.在西欧,当送礼送花时,不要送( )。
- a.郁金香和长寿花b.雏菊和丁香c.菊花和马蹄莲d.丁香和苹果花14.在沙特阿拉伯,一个从事商业工作的男性行政官恰当的送礼方式是( )。
- a.托一个男人把礼物送给妻子b.当面把礼物送给妻子中最宠爱的一个c.只送礼物给排行最长的妻子d.根本不送礼物给妻子15.如果你想送领带或围巾给一个拉丁美洲人,最好不要送( )。
- a.红色的b.紫色的c.绿色的d.黑色的16.在德国,办公室和家里的门通常是( )。
- a.大敞着,表示接受和欢迎朋友和陌生人b.微开着,显示进屋前要先敲门c.半开着,显示一些人是受欢迎的,而另一些人不受欢迎d.紧闭着,为了保护隐私和个人空间17.在前西德,具有感召力的领导( )。
- a.不是人们心目中最想要的领导b.是最受尊敬的和人们努力寻找的领导c.经常被邀请到文化机构董事会工作d.会被邀参与政治活动18.美国在墨西哥工作的企业管理者发现,通过给墨西哥工人增加工资,他们会( )。
- a.增加工人愿意工作的时间长度b.诱使更多工人加夜班c.减少工人同意工作的时间长度d.降低生产率19.在委内瑞拉,新年的前一夜人们( )。
- a.一起度过安静的家庭聚会b.在附近街道的晚会狂欢c.戴着尖角、帽子,在餐馆的音乐和舞蹈中度过d.在海滩吃烧烤猪肉20.在印度,如果一个陌生人想要了解你是做什么工作的,挣多少钱,他会( )。
- a.问你的向导b.邀请你去他家,认识你之后再问你c.过来直接问你,不用介绍d.不管怎么样都尊重你的隐私21.在越南,当你觉得自己在生意往来中被利用了,重要的是要( )。
- a.在表情而不是言语中表现出自己的愤怒b.说自己很生气,但是面部表情保持镇定c.不以任何方式表现出自己的愤怒d.立即结束这次交易,转身离开22.在印度,当一个出租车司机左右摇头时,他的意思可能是( )。
- a.他觉得你出的价钱太高了b.他不想去你要去的地点c.他会带你去你要去的地方d.他不懂你在问什么23.在英国,手背朝向对方,食指和中指做成V字型是( )。
- a.表示和平的手势b.表示胜利的手势c.表示某样东西你要两份d.粗鄙的手势2.中层文化其实,任何表层文化都折射出一个社会更深的理念,都是社会价值观(或曰主观文化)的直观体现。中层文化指的就是一个社会的规范和价值观。
- 在这里,我把社会规范和价值观看成两个不同的概念。
- 社会规范是指一个群体中的多数人在某一情形下都会做的事。
- 比如,中国社会的一般规范是在家里不应与父母顶嘴,在课堂上应该认真听老师讲课。
- 客人来访应该请坐倒茶,而不是怒目相视。
- 出门访客则应穿戴整齐,手提礼物。
- 每个国家都有一些自己独特的社会规范。
- 比如与陌生人见面时如何行礼,美国人热情握手;日本人拱手作揖;印度人双手合十,放之鼻端,身体微微前倾;而意大利人则拥抱亲吻,彼此间有很多的身体接触。
- 再比如吃饭,美国人用刀叉,将自己要吃的食物(通常是牛肉、土豆泥、生菜)全部放在一个盘子里,左右开弓;日本人用筷子,吃汤面,夹寿司都很方便;中国人把菜肴放在桌子中间,大家共享;印度人则将浓汤与米饭拌在一起,用手直接抓了吃,或用手抓着面饼,蘸着浓汤吃。
- 再比如说美国人做事很讲究专业,打网球一定去标准的网球场,穿着网球衣裤,网球鞋;不像我在国内的时候想打羽毛球没有专门场地,就随便找一块空地开打,没有边界划线,也没有架在中间的球网,而且身穿便服,有时甚至脚蹬皮鞋,照样乐在其中。
- 现在在美国住久了,就再也不敢如此随便。



## <<跨文化管理>>

### 媒体关注与评论

全球化时代，企业的员工来自多元化的文化背景，如何管理多元文化背景的员工队伍，是企业管理者面临的一个严峻挑战。

陈晓萍教授是一位卓有成就的管理学家，她游学于中西文化之间，在跨文化管理方面有着独特的理论建树。

本书融最新理论与鲜活案例为一体，深入浅出，是我所见到的最适合中国读者的优秀教材。

——北京大学光华管理学院院长，经济学教授 张维迎陈晓萍教授是目前世界上跨文化管理研究领域最杰出的学者之一，在世界一流期刊上发表了很多论文。

本书是作者多年研究成果的总结，非常精彩。

更为难能可贵的是，作为一名华人学者，本书在严谨的学术研究基础上，融入了作者对中西文化的对比和思考，非常适合中国学生的学习。

——南京大学管理学院院长，管理学教授 赵曙明

## <<跨文化管理>>

### 编辑推荐

《跨文化管理》：透切了解自己和他人的文化智商（CQ），预测他人行为，指导工作和生活中的人际关系，凝聚作者20年跨文化工作和生活经历，像小说一样引人入胜的EMBA教材。

《跨文化管理》内容1．生动翔实的案例2．引人入胜的练习和角色模拟3．电影中的跨文化知识4．跨文化交往的危险区域5．跨文化团队建设的艰辛6．跨文化沟通和谈判中可能出现的陷阱7．跨文化人力资源管理的挑战8．全球化职业旅程的酸甜苦辣最前沿跨文化管理理论文化理念对企业的战略导向，组织架构，制度建立的深刻影响文化融合、文化多元的益处和培养全球化经理人的良方《跨文化管理》适合MBA，EMBA教材高校相关专业研究生、本科生教材政府及企业相关培训希望了解自己和他人的行为，提高工作和学习的竞争力及适应能力的各类人士

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>