# 浅析对外贸易中的外语与文化要素(1)论文

来源：网络 作者：紫云轻舞 更新时间：2024-03-15

*【论文摘要】 本文主要以英语为例，简析了经济全球化过程中语言与文化要素在国际贸易中的作用及影响，并对文化冲突与跨文化案例进行了简要分析 【论文关键词】 语言 文化 文化冲突 跨文化交往一、引言 经济全球化为企业进行对外贸易带来了巨大的发展空...*

【论文摘要】 本文主要以英语为例，简析了经济全球化过程中语言与文化要素在国际贸易中的作用及影响，并对文化冲突与跨文化案例进行了简要分析 【论文关键词】 语言 文化 文化冲突 跨文化交往

一、引言 经济全球化为企业进行对外贸易带来了巨大的发展空间和前所未有的机遇。中国作为世界贸易组织的成员国，拥有了更多参与国际市场竞争的机会。

而在国际贸易中，文化环境是极其重要而又容易被忽视的因素，语言与文化差异往往成为国际贸易中跨文化交流的无形壁垒。

二、跨文化交际中的语言要素 交流是人与人之间传递思想观念的过程（Francesco and Gold， 2005），而跨文化交际顾名思义，是指不同文化间的交流过程，如今这种过程随着对外贸易的拓展有了更为广泛的用武之地。不同文化间的语言、价值观、思想观念等差异，都给跨文化交际带来了比个体文化内部成员间交流更多的障碍。

下图为跨文化贸易中交流的主要步骤： 如图所示，不同语言、不同文化间的交流实际上是植根于各自文化的信息循环。信息传递者通过语言或非语言方式将自己的观点、态度传递给信息接收者， 反馈过程中仍遵循这一基本步骤。

在这一基本流程中，信息传递者与接受者的思维方式，语言的组织与理解都深深植根于本土文化，直接影响着各自贸易的决策与双方信息的交流。语言作为信息传递的媒介，在交流中起着不可替代的重要作用。

并且若信息接收者不精通语言a，还要经过翻译这一受文化影响颇深的主观过程，由于许多文化特有词汇，如英语中的achievement(Hofstede 19

80)几乎不可能完整的被翻译成任何语言，某些信息在翻译过程中不可避免的会被丢失。 语言作为特定文化的重要组成部分，深受本土文化的影响，并且对其起着不可忽视的反作用，精通某种语言并不等于了解其相关的文化，但是对语言的无知必然会导致文化交流中的障碍。

即便是同种语言的不同变体或不规范用法便足以产生交流困难，仍以应用最为广泛的英语为例。据统计，美式英语与英式英语大概享有90%的通用词汇(Scott 2000），但剩下这10%的词义区别却足以给这二者的应用者带来不少误解。

一个简单的英语单词“table”用作动词时，英国人是指马上行动，而美国人则是稍后再作处理，若在商谈中双方就此达成共识，问题可想而知。不同语种间的语言障碍更是随处可见，仅以非英语国家中的英语标识为例：一家旅馆的电梯中贴有“Please leave your values at the front desk.（请把价值观留在前台）”;某餐馆的菜单上书“Our wines leave you nothing to hope for.(我们的酒让你断绝希望)”；某诊所的办公室标识“Specialist in women and other diseases.(妇女及其他疾病的专家)”;在酒吧中则可以看到“Ladies are requested not have children in the bar.(女士请勿在酒吧内生产)”;此类令人啼笑皆非的语言误译在世界各地比比皆是，为跨文化交际带来了不同程度的误解。

若是上述事例尚可在生活中作为笑料，商业上的此类失误就无法使相关企业一笑置之了。例如关乎商品形象的商标名称，某软饮料品牌Fresca在打入墨西哥市场时沿用了其原本的商标名，随后才发现在当地俗语中，fresca是指女同性恋。

除此之外，在对外贸易中，特别是使用非母语与对方交流时，对词汇选择、语体等都应加以留意。

三、跨文化贸易的核心是文化 1.文化的概念 文化的概念很抽象，因而关于文化的定义亦尚无统一定论，总的来说，文化是环境的人造部分（M.J.Herskovits，1955），包括主客观两个组成部分。其中客观文化，如建筑形式、音乐类型、饮食服装等，是人们物质生活的重要组成部分，而主观文化则包括人们的价值观、思维方式、社会分工、信仰态度等改造客观世界的方式与手段。

在商业交往中，客观文化部分通常比较显而易见，如着韩服的东方人给人的第一印象是朝鲜族的传统形象，而事实上，他也许讲流利的英语，并深受西方教育熏陶，这些主观文化形式就是比较隐性，需要通过进一步交流才能有所了解了。 2.多语言人才与多文化人才 上文中阐述了跨文化贸易中语言因素的重要性，事实上，现在越来越多的对外贸易实体都注意到了这一要素，并进行了多语言人才的储备，能应用多种语言的人才日益增多。

然而，多语言(multilingual)人才与多文化(multicultural)人才并非等价概念，如果说前者是以外语介绍某产品，那么后者则可刺激外国买家去购买它，这是有质的区别的，如今跨国贸易中最缺乏的恰恰是后者。多文化管理者最欠缺的素质往往不是语言，而是“接纳”(Gunnar，B.19

9

7)。好的跨文化管理人才应该能够在不同文化中起到激发、推进的作用，而不仅仅是语言传递者，因而优秀的跨文化管理者绝不应仅局限于了解一些浅显的商务礼仪:如何鞠躬如何握手，何为礼貌何为禁忌等。

这类表面化、形式化的礼仪了解尚不足以使我们在国际贸易中成功跨越文化冲突，重要的是要在心理上深信所有文化的同等优秀性，并在感情上乐于学习、接纳外来文化的差异，带着本土文化的优越感去进行跨国贸易，显然是行不通的。 3.对外贸易中的文化冲突 在对外贸易过程中，特别是长期战略性的贸易活动中，本土价值观、思维方式与外来文化极易发生冲突。

为数众多的失败案例中，文化冲突是导致失利的主要原因之一。来自不同文化的个体对同一境况做出截然不同的反应时，文化就会成为跨文化交际中的障碍，从而导致文化冲突。

Mirvis和Marks（1992）把文化冲突分为以下四个阶段：

(1)感知差异（Perceiving Differences）。人们首先注意到不同文化对待同一事物的差别。

(2)放大差异（Magnifying Differences）。可感知的差异日渐突出和尖锐，更深层次的体现价值观和理念差别。

(3)典型化（typification）。交际中的一方为对方建立一个典型“形象”，开始放弃对对方的探究和理解。

(4)压制(suppression)。文化冲突的最后一个阶段。

一方文化被另一方文化压制，压制方表现出文化优越感，从而引发强烈抵制。 跨文化冲突所带来的后果往往是效率低下、沟通障碍乃至中断等，对国际贸易产生了极大不利影响。

遇到此类情况，回避问题绝非解决之道，惟有正视矛盾，提高企业文化的包容性，加强跨文化沟通，才能及时排除沟通障碍，使双方交流重新回到良性轨道中。 4.国际贸易中跨文化策略案例简析 案例1:在去印尼进行商务会谈前，A经理与他的团队特意翻阅了关于东南亚国家的文化习俗，但却吃惊的看到对方在就餐时两手并用，而这在书中分明是该地区的文化禁忌，询问后才知道那早已是过时的习俗了。

文化永远不会停滞于某一阶段。随着社会的发展，即便是本土文化都在不断演变，“活到老学到老”对文化的了解同样适用，这就要求好的管理者随时更新对目标文化的认识。

有些看上去微不足道的小事，往往在商业交往中起着关键作用。可见，文化环境与对外交往的关系要求市场参与者既要在短期内做到与文化相适应，又要在动态上与时俱进，以适应更高层次的文化来取得更广阔的市场发展空间和前景化差异。

案例2:从2002年的设想开始，Google的中文名称见证了它在中国本土化的战略。2005年5月底，Google决定就是否需要中文名字做一次正式的市场调研，发现人们已经按照自己的音译习惯为Google赋予了形形色色、千奇百怪的称号，狗狗、酷狗、古狗、勾勾、果果等，53%的人希望Google有一个中文名字。

直到2002年4月，“谷歌”才被最终确定为中文名称。然而这个中文名称却又引发了国人的争议，有人称“谷歌”一词，能满足美国人对东方农业的想象，却与国内网民的喜好完全背离，不仅暴露了GOOGLE中国团队，对国内“本土化”的理解有先天不足、与自以为是的一面，同时也暴露了他们迎合总部、做表面文章的一面。

小小的中文名暴露了更多的内在文化难题:如何融合中美文化、价值观念的差异，如何组建一支凝聚力强大的工作团队，建立与中国政府良好的关系，树立Google中国的品牌形象等，洋品牌本土化的重要性可见一斑。

四、综述 综上，在现今对外贸易中，国际文化差异已被列为全球市场经营的最大障碍。许多有实力的公司在国际营销中失利，其主要原因不在于资本和技术，而是缺乏对当地文化的理解，忽视了文化差异对贸易与交往的影响。

对语言与文化要素的差异性及其影响加以分析，有效实施跨文化交流，是打开国际市场并拓展国际贸易的成功关键之所在。 参考文献: Gunnar，B.(19

9

7) Multicultural managers wanted. Management Review， May，1997

本文档由028GTXX.CN范文网提供，海量范文请访问 https://www.028gtxx.cn