

待客之道

[美] 罗杰·E·阿克斯特尔 著

孙 铢 译

上海译文出版社

目 录

前言	1
1. 接待是一种商业技能	1
2000 年的商业经理	2
避免错误举止和愚蠢观念	7
客人为何来访	9
交叉文化的商业培训	10
为什么说是经理的技能？	14
个案研究	16
商业礼节的作用	18
小结	22
2. 他人眼里的美国人	24
我们按自己的良知行事	25
初次印象	27
更深一步的印象	30
最常问及的有关美国的问题	35
解答指导	39
小结	40
3. 怎样款待客人	42
关于一般性款待的几点想法	44
“S”打头的字——“性”(Sex) 如何办？	50

禁忌话题	53
个案研究	59
小结	61
4. 用餐差别	63
用餐时间	64
我们吃些什么	66
用餐地点	75
用餐方式	80
小结	84
5. 社交酒会	85
看看你自己,美国	86
遥远国土上人们喜爱的酒类	90
小结:接待旅行者的建议	95
6. 商务礼宾	98
经理风度重要吗?	100
风格的不同	101
办公室礼仪的具体实例	105
招待:商务中的减免税	115
国际商务中的妇女	116
商务谈判	118
小结	121
7. “同等规格”的商业招待:个案研究	123
背景	123
8. 如何使用译员	127
实例和趣闻	128
关于可靠翻译的几点意见	134
小结	142

9. 赠送礼品	144
政策与礼宾的关系	145
关于礼品的建议	148
可提供帮助的资料	151
具体的禁忌	151
小结	153
10. 同三个特定群体做生意	155
加拿大人	155
英国人	160
日本人	165
小结	171
11. 做好接待的进一步建议	172
旅馆	172
祝酒	176
年轻人	180
颜色	184
语言	186
12. 建议一览	193
从美国来的美国人	194
欧洲	195
非洲	210
中东	215
太平洋和亚洲	219
中、南美洲	228
加勒比海	238
附录	241
世界各国的宗教	241

世界各国的祝酒辞和祝酒.....	256
英语通用的地方.....	258
体育运动.....	260
个案研究:如何收集有关接待工作的资料	267

前 言

顺手拿起一份星期日的报纸,你就可能发现其中有大量篇幅的旅游专栏。文章的标题不外乎“购物者天堂都柏林”,“休闲在安提瓜岛”或是“总理邀请您来牙买加一游”等等老调重弹。

到任何一家书店去逛逛,你会发现在标着“旅游”一栏的书架上堆满了去世界各地的导游书。从阿拉斯加到赞比亚的任何目的地应有尽有。这一门类的书,如果扩充到第二个层次,有关旅游的各个具体方面,那就更多了。诸如骑自行车旅游,提供住宿和早餐的旅馆,幽静的去处(这本书售出后,这个地方就不会再幽静了),安全的旅游,健康的旅游,随带爱畜既安全又健康的旅行等等。

现在再去看看陈列着以商业为主题的书籍的货架吧。你会发现论述怎样在其他国家做生意的书日益增多。例如,怎样同日本人谈判,怎样在欧洲取得技术许可证,怎样做到只需少量费用就能在世界各大首都旅游,怎样获得第三世界的买主,怎样参与以货易货和补偿贸易,当然还有一个始终存在的老问题:一旦你和你的公文包到达目的地后,怎样学会说该地的语言。

所有这些书都是告诉你怎样在世界各地旅游,度假或在那里做生意,并且能够愉快和成功地归来。

但那与之相对应的一面呢?如果那些跨国旅游的游客朝我

们这个方向拥来情况会怎么样？如果外国商人成群结队地来到这里，就在我们的国土上谈生意情况会怎么样？当那些国际来客到达美国时，我们到哪里去找与上述类似的“怎样去做”的各种书籍呢？一句话怎样接待来客？

每天各商会，大学，使馆和贸易机构的办公室总会接到不少，且日渐增多的心急火燎的电话，它们询问同一主题：“下星期我有客人从阿根廷来（或从奥地利，或安哥拉或澳大利亚或其他任何地方来）我怎样去接待他们？我应该知道哪些礼仪规定？客人会有什么特殊的宗教或饮食上的需要？他们会讲英语吗？到哪里能请到译员？应该向客人赠送礼品吗？当然最共同的请求是：“对于怎样款待客人，你有什么建议吗？”

这都是一些很好的问题。我们在大学里修读过国际商务课程，也许学到了在极度通货膨胀的国际市场上如何使现金朝有利方向流转并有所收益。可是对于积极安排好一次海外买主的访问，使极度紧张的管理部门满意并因而受益，则从来没有听到过一句忠告。本书将帮助弥补这一不足之处。

事实上，本书是关于国际商务和行为的三部曲中的第三部。第一部《礼仪与禁忌》1986年由约翰·威利父子公司出版；该书就国际上在礼仪，行话，示意动作和赠送礼品等方面的行为准则提供指导。4年来该书售出十余万册，并有日语版，两种法语版（一在加拿大，另一在法国），芬兰语版，葡萄牙语版（在巴西），德语和匈牙利语等版本。很多其他语种的版本也即将先后问世。

第二部《国际贸易中的礼仪与禁忌：小型企业入门教材》（约翰·威利父子公司）1989年春出版。这是一本为帮助中小型企业打入国际贸易而提供的入门书。它就企业的出口，获得许可证，合资或在海外可能采取的任何其他贸易形式给予循序渐进

的指导。此外该书还就法律,定价,支付,筹措资金,运输以及经营管理和激发海外销售商的积极性等问题进行讲述。

你手边的这第三部书旨在完成一个三角形:第一部构成底边,谈在海外旅行的行为准则,三角形的第二条边说明如何打入国际贸易,而现在的这条边则告诉你当来自海外的游客到了美国,应该怎样去接待他们。

请注意,三部书的书名都使用了同一个短语,那就是“礼仪与禁忌”,其重点,很简单,就是谈该做什么和不该做什么。三部书都交织着各种趣闻轶事,这是因为不管在什么时候当你向别人提供建议时,通过真实的故事看来总是比通过模糊的概念更为有效,更能引起人们的兴趣。

书中很多趣闻和个案研究以及不少其他材料均由数十名来自全国各地参加我举行的多次国际贸易和行为举止研讨会和讲习班的成员提供的,对此我深表感谢。此外我还得经常安排宴会后的讨论——每年多达 30 到 40 次——但我并不要求参加者事后向我提供他们自己在国际商务和行为举止中精彩的真实经历。我总是善意地提醒他们:“当心点。这是我进行调查研究的一种方式。也许你应该考虑写你自己的书。”可是他们总是笑着,用一种了不起的同志式的精神热切地要和我分享自己的所见所闻。看来遨游于国际市场之中并进行工作的人们都具有这种同志式的精神。

因此你将看到本书中汇集的故事和经验教训是来自公司主管,船运代理商,学生和职业外交官,特别是来自那些国际制造业,法律界,销售部门,会计部门,旅游业和服务行业的同行们,他们在商界中辛勤工作。

在本书中你会学到些什么？

首先,你将发现书名中“接待”这个词有着广泛的含义——“接待”不单单指招待客人这一行动,而且还涉及到同其他人“发生关联”。在学术领域里,接待是所谓的“交叉文化交流”或“不同文化间的关系”中的一部分。

你将学到各种礼仪做法,有礼貌的举止,习惯和行为。你将学会怎样才能更懂人情世故,更为见多识广,更有政治家风度。你也会得知,法国人似乎对这方面术语的运用犹如对盛宴菜单的制定一样具有特殊的能力。礼节(*etiquette*)这一重要单词来自法语,同时你还会学到那个特别的,几乎难以下定义的法语短语 *savoir faire* 的神秘而深奥的含义。这一短语在我们的用法中表示“善解人意”,“冷静而沉着”。但法语中 *savoir faire* 的含义要广泛得多。本书通过生动的故事形式使你确切懂得法国人是怎样理解这一短语的。适合于本书的其他法语词汇还有 *élan*,意思是“热情”,“风度”,“才能”,和 *panache*,意思是“带有激情和气魄”。我们的目的不仅仅要做到 *savoir faire* 和 *élan*,而且要做到古英语中的 *couth*(即温文尔雅,有教养,有见识)。

如果此时此刻你在想“我会学到用什么酒来款待法国人或是怎样同阿拉伯人随意聊聊”,那你将会高兴地得知本书的内容远远不止这一些,还有很多很多。你还会发现书中有扎扎实实的商业知识,目的是帮助你成为精于世故的经理和商业谈判能手。关于你会学到些什么,且举数例如下:

- ☐ 怎样有效地通过外语译员进行工作。
- ☐ 怎样缓解对美国外交政策提出的那些含意不清和抱有

敌意的问题。

- ☐ 怎样做到特别善于同日本人,英国人或加拿大人做生意。
- ☐ 怎样避免社交上有失检点的言行从而不至于断送本应是十分完美的商业交易。
- ☐ 怎样根据谈判对手的文化背景运用相应的商业谈判策略。
- ☐ 最重要的是,你将学到同来自其他文化背景的人们相处时如何做到体贴关怀和理解宽容。这些毕竟应该是任何商业关系的基石。

关于用词问题

刚才我们说到“接待”一词含义太窄。本书将帮助你做到更为见多识广,更有政治家风度,更懂人情世故。也许最好的一个说法是“在国际上有上流社会人士的风度(internationally genteel)”。《美国传统词典》对 *genteel* 一词下的定义是“态度文雅;有教养;有礼貌;不粗鲁庸俗;符合潮流;优美;努力表现出典雅、受尊敬的神情”。我们大家有谁不愿意被人如此描绘呢?

本书书名中另一关键词是“禁忌”。为了在鸡尾酒会上与人交谈,你也许乐于知道,“禁忌”实际上就是“*tabu*”,意思是“被禁止的”;来源于汤加语“*tapu*”,原意为“神圣的”或是“非常突出的”。

在本书中你还会发现“美国方式”的礼仪和习俗这一短语经常出现。在描述某种特性或共有的行为时,我还提到“我们美国人”。我意识到这是一个危险的领域。每当我们对一种文化进行概括或定型时——即使是我们自己的文化——我们是在蹒跚起

脚尖踩踏雷区。据说只有一种情况比固定模式还要糟糕,那就是无知,所以我们仍在引用固定模式。但是如果你在书中读到所谓的“美国习俗”或某种固定模式而又有不同意见的话,我希望你能宽宏大量,给予原谅。在描述任何一种文化群落的行为时,请记住没有一本明确的资料书能够把其中每一成员、每一群体、或每一文化群落的各种行为都记录下来,供人参考。

本书内容

一位朋友调皮地建议,书名也许可以用“带有外国口音的人并非听觉迟钝”。我们美国人常常错误地认为,音量能产生理解。本书将讨论这种错误和很多其他谬误。

本书的一个前提是,懂得商务活动中的恰当礼仪同商务谈判本身一样重要。第1章提供证据支持这一论点,事实上,做好恰如其分的接待是难能可贵的商业技能。第2章探讨外国人如何看待美国人,他们对我们和我们的社会爱提哪一些典型的问题。第3章涉及到接待工作的核心,探讨“怎样款待客人”。接下来的两章是关于“宴会”和“社交酒会”,这是接待工作中两个重要部分。第6章讲述在典型的美国商务办公室中去了解客人们所发现的美国商务礼宾的奇特之处。第7章是个案研究。第8章对于利用文字翻译和口译人员提供了一些深入的见解和忠告。随后的几章将讨论一些专门问题:赠送礼品,日本人,英国人,加拿大人,旅馆和年轻人以及接待工作中各种各样其他问题。第12章按国别列出参考意见一览表以供迅速查阅,其中就接待不同国家(或地区)和民族的客人分别提出若干需要记住并可加以利用(但须谨慎)的具体建议。譬如说,如果你准备接待从新加坡来的客人,你就可以很快地翻到一览表中新加坡人部

分,找到有关那里人民的举止和习惯的可能有用的材料。

最后,为帮助你更容易做好接待工作,在附录中还列有一系列条目以及一项个案研究,告诉你怎样去收集有关接待的更多材料。

我们希望本书在你个人已经拥有的有关美国和其他地方的固定模式,期望,癖好和习俗的知识宝库中再增加一点新的内容。

尤为重要的是,我们应该知道,就举止范畴来说,地球并不一定是以北美为轴心旋转的。尽管这一点也许是显而易见的,但我们还是应该记住一位讲师兼教练员詹姆斯·博斯顿的不无幽默的看法,他提醒听众说,“我知道这似乎有些令人吃惊,但是我们必须记住,世界上足足有 95% 的人并不是美国人。”

罗杰·E·阿克斯特尔

1 接待是一种商业技能

“如果说亲吻教皇的拖鞋是恰当的话,那就一定去做。”

——现代礼仪创始人切斯特菲尔德勋爵(1750 年)

1988 年来自中华人民共和国的一个采购员代表团到达纳什维尔,出口部负责人肯·柯克帕特里克安排了最高规格的接待。在欢迎宴会上,他特意预定了最珍贵的美国上等肋条牛肉。按照大多数美国餐馆的习惯做法,端上来的牛肉半生不熟,鲜嫩无比。这些中国人看了一眼,脸色发白,拒而不食。柯克帕特里克很快发现中国人完全不习惯吃半生的红色鲜肉。的确他们一见那躺在红褐色血泊中、他们认为是未经烹煮的肉就会感到恶心。

在大瀑布城,一家大型办公室家具制造商的销售经理拉里·布拉特希,有一次接待一批重要的日本买主。布拉特希知道日本人爱送礼品,因此为每位客人准备了一把纯银小刀,还请人按日本习惯认真包装(用彩色包装纸,不打蝴蝶结)。他事先把礼品放在餐

桌每位客人的席位上。日本客人打开包装一看都楞住了,一言不发,然后小心翼翼地把小刀放回礼品盒,目不斜视直瞪前方。宴会结束,客人离去,礼品却原封不动地留在桌上。事后布拉特希才得知,在日本人的文化里,以小刀作为礼品竟是要人去自杀的象征。

西弗吉尼亚州布卢菲尔德的 C·爱德华·博格斯接待他在德国的批发商及其夫人。为了给他们留下良好的首次印象,他在客人下榻的旅馆房间里放了 12 支长茎红玫瑰花。博格斯根本不知道德国人认为送一束双数花朵的鲜花是不吉利的。更糟糕的是,送红玫瑰花给德国妇女是暗示对她抱有强烈的爱慕之情(玫瑰在拉丁语中是 *sub rosa*, 是秘密的象征)。博格斯这一并非故意的行动,竟然成了在向批发商的妻子献媚调情。

以上三则趣闻说明在国际礼仪的世界中,各种风俗,习惯,礼节和举止是如此的错综复杂,即使最最老练的商业内行也会迷惑不解,陷入困境。

老切斯特菲尔德勋爵的忠告今天依然适用,特别对那些有抱负的商业人员来说。对国际上的行为准则没有一些最新的知识,想在商界攀登事业高峰的现代男女很容易在成功的阶梯上摔几个跟斗。

2000 年的商业经理

享有盛名的《华尔街日报》去年用事实载文说明,将来的总

经理必须养成一种真正的超越民族和国界的性格。在一系列针对 2000 年的文章中该日报用以下这句话作为栏目的标题：“走向全球：2000 年的总经理很可能具有丰富的海外经历”。

以下就是该日报描绘的下一世纪典型的总经理形象：

他（或她）具有法国文学学士学位，同时还获得了工商管理硕士和工程学硕士双学位。一开始他从事研究工作，但很快便被挑选为总经理的后备人才。他沿着研究工作、销售工作到金融工作的道路曲折前进。在巴西他成功地使一家合资企业扭亏为盈从而初露头角。他会说葡萄牙语和法语，同 6 个国家的商业部长关系密切，相互之间可以用名字称呼。

接着来自各方面的资料继续阐明：“世界将会有深刻的变化，因此需要完全不同类型的总经理。他必须能适应多种环境和不同的国家，并且能从事多种功能的工作……”西屋电气公司的一位经理敦促有抱负的经理们：“到海外去。去会见各国总理，会见贸易和商业部长，会见西班牙国王和西德总理。”这一切都是最可靠的商业忠告。

该日报的这大大段话，其中心意思是：当那些新生的商界巨子们来到美国，有抱负的总经理能够显示出自己的一个重要技能——接待技能吗？简明扼要地说：你应该做到不论在国内或国外都能与全球各地的同行们容易相处。2000 年的总经理必须善于处世，学会怎样使客人们感到像在自己家里一样自在，懂得并尊重他们的礼仪，满足他们的习俗要求，并且还能通过自己的行动以及对客人的饮食款待而普遍赢得他们的欢心。

在国际上取得成功的商业经理们一致认为，真正的面向全

球的经理首先学到的启示之一是,“同很多美国人相比,其他民族在商业上更重视个人关系”。诚然,美国人以坦率、友好而著称,很多人还以不拘礼节、喜爱交际而出名。但在不少其他文化群落的人们看来,美国人有一种消极的种族优越感。美国式的友谊常常被看成是浅薄的,难以持久的。在许多非西方的商业文化中,人们寻求并渴望建立牢固的个人关系。因此我们在全书中强调“接待”这个词。事实上,本书的第三章还极其详尽地探讨了这一特定的词。

谈到这里,你如果提出不同的意见说,“接待?接待有什么重要?大家都知道,在商业中签订合同才是最重要的。”这也很难责怪你。

你也许还会继续说,“可是既然你把这个问题提出来了,那么请问接待究竟有些什么困难呢?我是一个好主人。我对风俗多少知道一些。但坦率地说按商业中各项工作的轻重缓急次序,接待是列在后面的。在美国这里商业就是一切。”这也许正好回答了为什么接待如此重要的这一问题,因为“在美国这里商业就是一切”。

在世界上其他地方,除商业本身外,对商业来说还有很多很多其他方面:社交活动,友谊,礼节,风度,忍耐,礼仪和一整套其他文化特征。这些的确都是商业不可分割的组成部分,也正是本书要讨论的问题。

下面是这一前提“商业远不只是商业本身”的一个典型例子,它涉及到几亿美元投资和几千个新增的工作岗位。

70年代后期美国有十来个州争先恐后地奔波游说,渴望争取到日本尼桑汽车公司在州内设厂,结果田纳西州在角逐中获胜。事后得知日本人选择该州

固然有很多原因——地理位置,劳动力,奖励措施等等——但最起作用的一个因素是田纳西人的接待及谈判小组所表现出来的诚意,对问题的敏感和处世风格。田纳西人潇洒自如的举止,从容不迫的办事速度和注重个人关系的风格,这一切在认为作风几乎同本质一样重要的日本人身上留下了深刻的印象。

田纳西州当时的州长,拉马尔·亚历山大,亲自出马,用他的魅力和耐心讨好日本人。日本人喜欢这样。他们特别喜欢身居高位的人亲自一再拜访他们。随着田纳西州取得尼桑建厂和投资的胜利,其他日本厂商也接踵而至。东芝,夏普和日本人拥有的布里奇斯通很快都到田纳西州开设工厂。今天田纳西州为拥有日本在美国全部投资的10%而自豪。其原因何在?一个重要的原因是日本的决策者们和他们与之打交道的田纳西人相处融洽,而且他们对田纳西人商业作风中重视个人关系深为感动。

我们怎样才能熟悉其他国家的人并与之融洽相处呢?我们接着将仔细讨论很多做法来达到这一目的。且举一例,一个传统的行之有效的做法是邀请他们来家作客;邀请他们进入我们的部分生活。让他们看看我们为之骄傲的几件古老家具;让他们看看孩子们从小到大的照片;从小淘气到骑三轮自行车,到十几岁一直到进入大学。当然也得让他们看看浴室里的油漆正在剥落。在无形的层次上,还需要一套特别的商业技巧和能力,例如同情,尊重和客观判断。本章的后半部分将详细阐述七种具体的难以捉摸的商业技能。

在整个社交过程中有一个重要方面,那就是我们所谓的“接

待”或用当代流行的治疗术语来说,同其他人“发生关联”。这并不是说美国人是糟糕的主人或者说难以同其他文化群落的人发生关联。我在另外几本著作中一再强调,我不相信已流传 30 年的所谓“丑恶的美国人”这种固定看法。这是错误的批评。这一看法来源于 1950 年出版的同名小说随后又摄成由马龙·白兰度主演的电影,其中暗示所有的美国人都是不体谅别人的,好自我表现的,自以为是的,大胆鲁莽的和野蛮成性的。这不是事实。事实上人们通常认为我们是极端友好的。我们不仅友好而且不拘形式;可是很多来自世界各地的游客认为我们的不拘形式和友好态度只是表面文章。美国人通常不轻易暴露内心世界。我们不容易深交朋友,只希望有一个松散的朋友“圈子”。但这难道就可称之为“丑恶的美国人”吗?不。著名的英国公共关系学家伊恩·克尔提出“也许用‘孤陋寡闻的美国人’要比‘丑恶的美国人’更恰当些”。

也许美国人是“孤陋寡闻”,因为我们必须旅行几千英里才可能碰上有重大区别的其他文化群落。在欧洲,人们只须驱车数小时就能跨越好几个具有不同文化的地区。我们美国人正是缺少那种机会去学习各种不同的风俗习惯,以便同具有显著不同文化背景的人们交往,接待他们或同他们做生意。

本书提出的建议旨在使人们更容易,更成功地从事这些活动。在国际性的商业活动中恰到好处的接待和对各种文化特点的恰当注意,犹如产品和服务的质量、价格,以及及时送达一样,对你的业务是否取得成功至关重要。

在威斯康星州拉辛城的约翰逊制蜡公司是一家私人公司,但它的销售额估计高达数十亿美元,其中至少有一半来自美国境外。因此约翰逊建造了一座称之为“会堂”的庄严而优美的专供客用的场所。每年接待数以千计来自各国的企业经理。“会

堂”的经理威廉·A·冈瑟说,“接待来自海外的客商时,懂得适当的礼仪、习俗和礼节常常会比商务讨论本身还要重要。”

避免错误举止和愚蠢观念

本书探讨外界究竟怎样看我们的社会。它就像《白雪公主和七个小矮人》中的那面魔镜,其不同之处是提出了以下问题:

镜子、墙上的镜子请回答,
美国人在别人眼里像个啥?

要想当好主人,重要的是手里拿着这面有洞察力的镜子,勇敢地面对他人心目中的美国人形象。《圣经》教导我们说,知己方能知彼。真正地了解自己将有助于理解别人,从而更容易解决一大堆其他挑战性的问题。

苏格兰诗人罗伯特·彭斯更是令人难忘地用下列为大家所熟悉的叠句表达了这个思想:

愿神明把一种本领赐给我们:
让我们看自己像人家看我们!
这能使错误举止远离我们,
远离的还有愚蠢观念。

本书将帮助我们做彭斯所希望的事:我们看自己像人家看我们。这也就可能“……远离错误举止和愚蠢观念”。

哪些是错误举止和愚蠢观念的事例呢?在错误举止一类,现举数例如下:

- ☐ 急于表示亲热,用名字称呼英国人或法国人(或妇女)。
- ☐ 对来访的虔诚佛教徒,印度教徒,犹太人或穆斯林客人所严格遵守的饮食规定置之不顾。
- ☐ 对巴西人闪出“O. K.”手势。
- ☐ 送钟给中国客人。
- ☐ 亲热拍打日本或台湾商人的肩背。
- ☐ 同拉丁美洲人过于仓促地进入商业讨论。
- ☐ 问来访的英国人“你靠什么生活?”。

威斯康星州的国际商务专家罗尔夫·韦根克博士说,“我们到处可以看到这类出于无知,非故意的潜在错误。在短短几个星期里,我就先后发现密尔沃基市市长用白纸包装礼品送给韩国采购代表团,州长官邸还计划在宴请穆斯林客人时上猪肉,而在为来访的黑非洲人准备的菜单上竟然有约翰内斯堡的李斯林葡萄酒。”

至于彭斯写到的那些愚蠢观念又是什么呢?这是指在我们的思想和情感包袱中的那些从各方面收集到的主观臆断或是笼统印象。以下只是几个例子:

- ☐ 来自所有文化群落的人都喜欢某种形式的“鸡尾酒会时刻”。^①
- ☐ 所有说拉丁语的人都有午睡习惯。
- ☐ 款待客人的最好地方是以供应客人家乡菜为特色的民族饭店。

^① 鸡尾酒会时刻(cocktail hour),通常为下午4至6点之间。——译者

- ☐ 译员都准确无误地传达了你说的每一个字。
- ☐ 日本人因为腼腆总是避免目光接触。
- ☐ 正如父辈教导我们的,与人握手时总是紧紧握住对方的手,两眼正视对方。
- ☐ 借助示意动作和手势才能有效地进行交流。
- ☐ 德国人是高效率的,法国人是浪漫的,意大利人是感情外露的,而东方人是不可捉摸的。

这些是通常的固定看法和广为接受的概括性意见,但它们也可能把人引入歧途。这就像是断定所有的美国人都是勤奋的,友好的,说同一语言的,有时好自我表现,还常常有一点自以为是一样。在我们纠正这些可能的错误举止和观念之前,我们先来探讨外国人为什么要来美国?是什么吸引他们来到这里?而这对美国商业界又意味着什么?

客人为何来访

各国游客以空前人数源源不断进入美国。1987 年约有 3000 万国际客人蜂拥而来。1988 年由于美元贬值,这一数字增加了 13%,达 3350 万人左右。

1989 年,3850 万游客来此,1990 年可能超过 4100 万人。那就是说在一年多时间里进出美国的人口数目相当于亚拉巴马,亚利桑那,阿肯色,科罗拉多,艾奥瓦,堪萨斯,肯塔基,明尼苏达,内布拉斯加,俄勒冈,南卡罗来纳和威斯康星等州人口的总和。

预计 1990 年来美国的国际游客将会消费 498 亿美元,而 1990 年的实际消费高达 500 亿美元。美国政府旅游事务委员

会公布了一份令人印象深刻的一览表,其中列有很多有趣的方式来计算这种消费量:单在住宿上他们就花费了 30 亿美元,此外消费掉相当于犹他州全部肉牛的牛肉和可以装满 4700 余辆货车的土豆,用去的手巾纸可绕地球 100 余周。

多数客人只是来此旅游,他们给旅游业提供了 2600 亿美元(包括美国从国内外旅游业中所获得的收益)。有的是作为学生前来,来探亲或执行文化交流任务。但纯粹为商业目的前来的客人与日俱增:采购,推销,谈判,投资和劳务输出。在旅游方面日本和英国分别高居第一和第二位,但在商业投资方面其次序正好颠倒,英国第一,日本第二。到 1988 年,英国累计在美国的投资已达 320 亿美元,而日本是 120 亿。其中一个原因是日本在美国投资还只有 25 年的历史,而英国在美国投资已有 300 多年之久。其次是加拿大人和德国人,他们都是最积极的投资者,因此也都是美国的客人。

外国在美国的投资很多是以房地产和政府证券的形式进行的,但是根据美国会计总署的材料,目前外国收购美国公司的情况正在急剧增加。在美国,企业接管的总数中外资收购所占的比例由 1984 年的 6% 增加到 1987 年的 9%,到 1988 年上半年则达 13%。

这是不是一种友好的侵犯?有趣的是,按美国会计总署的说法,在那四年半期间,外资共收购了 1281 家美国企业,其中只有 17 家遭到被收购董事会的反对或抵制。

交叉文化的商业培训

本书大部分内容是讨论如何对待其他国家来美国进行短期商务活动或旅游的来访者,但是还有不少人来美国不只是为了

短期逗留。对这些较长期居留,甚至前来定居的外国人怎么办?

亚洲人是在美国的非白种少数民族中人数增长最快的。1970 到 1980 年间在美国的亚洲人增加了 141%。1980 到 1985 年间亚裔美国人的数字又增加了 50%, 总数达 510 万左右。

这一类的来访者——在美国居住并工作的人——对美国的商业有着重大的影响以致在各大学和公司内部出现了一整套新专业。它们有各种各样的名称:“交叉文化的培训”或“不同文化间的交流”或最新的时髦用语“创造性的多样化”。这类培训帮助美国人更为有效地同来自其他文化群落的人一起工作,不管他们是暂时来美国或长期居留。

芝加哥的摩托罗拉公司和加利福尼亚州圣克拉拉的英特尔公司都建立了专门部门,致力于训练来自不同种族,经济和社会背景的雇员相互合作、一起工作。除此之外,这还意味着教会美国人顺利地、有效地同日益增多的新公民或临时来美国的讲西班牙语的人和亚洲人一起工作。同样重要的是还要学会同其他一些种族集团,异性一起工作。他们学到每一群体的社会、文化习俗,也学会尊重其他人的背景和观点。很明显,这一切的目的是塑造一支更为和谐和更有生产力的劳动队伍。在多样化中存在着发挥更大创造性的机会,每个企业都从中看到其利益所在。

旧金山一家咨询公司,“走向国际公司”5 年前开始营业时手头只有一本书,该书非常恰当地以《走向国际》为书名(兰登出版公司,1985)。它目前已成为向交叉文化的经营管理部门提供指导的标准教科书。此后不久该公司又发行了一系列备受欢迎的教育录像片,内容涉及在海外的行为举止以及对去海外工作的经理们如何进行培训等。其中一部录像片还专门讨论“再次

入境”问题,这是指美国经理和他们的家属从海外回到美国后难以重新适应美国的方式和变化。最近《走向国际》的作者和制片人,也是该公司的发起人和领导人,伦尼·科普兰和刘易斯·格里格斯已着手为各公司拍摄新的电影和开设新的培训课程,从而使文化多样化产生积极力量而不是引起分裂和混乱。因此我们现在有了科普兰和格里格斯所谓的“创造性的多样化”或“产生价值的多样化”一词。

现在已经有可能在越来越多的学院和大学里攻读不同文化发展方面的高级学位了。下列单位还提供了进一步的信息和训练机会:

- ☐ 不同文化交流研究所(8835 SW Canyon Lane, Portland, Oregon 97225)。
- ☐ 不同文化的教育,训练和研究学会(SIETAR) 1505 22nd St., NW, Washington, DC 20037。
- ☐ 美国国际经营管理研究生院的“关键人物课程”(亦称“雷鸟”)(Glendale, Arizona 85306)。
- ☐ 不同文化出版公司(P. O. Box 768, Yarmouth, Maine 04096)。可函索免费的出版目录。
- ☐ 塞奇出版公司(2111 West Hillcrest Drive, Newbury Park, California 91320)也是一家专门出版交叉文化交流书籍的公司。
- ☐ 华盛顿特区的国际了解研究所(BCIU)的商业委员会, DC(202-686-2771)发行各种刊物,几十年来曾帮助培训去海外工作的人员。
- ☐ 蒙特里国际问题研究所(425 Van Buren St., Monterey, California 93940)。

- 国际游客全国委员会(NCIV)是一家私营的以社区为基础的全国性网络组织。该组织为国际游客和学生创造专业化和友好款待的机会。在全国有 103 个 NCIV 社区组织和大学中心。NCIV 总部地址是 1623 Belmont St. N. W., Washington, DC 20009 (1 — 800 — 523 — 8101)。
- 最后,布里格姆·扬大学的大卫·M·肯尼迪国际问题研究中心(Provo, Utah 84602)的专家们广泛收集了有关这个问题的资料,出版了大量关于不同文化群落的资料,其中有一套涉及约 100 个国家的非常好的小册子《文化图象》,每册讨论一个国家,包括诸如见面用语,访问,饮食,示意动作,个人外表,人口统计数据,生活方式和政府等方面的简要资料。
- 对于有兴趣培训雇员去海外工作的美国企业来说,有一本极好的资料书《新移民》,罗莎莉·L·董著,马萨诸塞州剑桥巴林杰出版公司 1988 年出版。该书利用美国,欧洲和日本各多国公司的实例,对他们在挑选和培训去海外就业的程序方面的异同进行比较。董博士列举了挑选去海外工作候选人所使用的标准,回顾那些公司所提供的训练种类,介绍了海外就业人员失败和召回率的情况,并提出有助于提高去海外就业者工作能力以获得成功的各种因素。

我们常常漫不经心地谈论选择在“商业世界”开创事业,但并不完全意识到这句话的确切含意。你面对的究竟是来自台湾的采购员代表团还是从你在欧洲的子公司调来的雇员,或者——也许是最令人不安的——是从日本,中东或德国来的你公

司的新老板。严酷的事实是,美国的商人必须学会很好地应付从其他文化群落来的人并同他们进行成功的交流。

为什么说是经理的技能？

在《华尔街日报》描绘 2000 年具有全球观念的总经理的文章发表之前整整十年,作家和教育家菲利普·R·哈里斯和罗伯特·T·莫兰已经阐述过将来的经理应该是怎样的人:

只知道自己国家情况的经理注定要被淘汰的。多数机构再也不会雇用文化上目光短浅的经理了。

需要有超越民族和国界意识的经理——他们是在不同文化之间进行交流和传播的人。

“国际性的”和“交叉文化的”这两个词语经常替换使用,但这是不正确的。几乎所有的国际性的经历都是交叉文化的,而且不离开自己的国家也可能具有交叉文化的经历。

哈里斯和莫兰给 cosmopolitan 下的定义是“属于全世界的;不只是局限于某一国家的政治、社会、商业或智力范围;不受某一地方,某个省或是某个国家的观念,偏见或情感的束缚”。

莫兰和哈里斯的书中还引用了另一位作家布伦特·R·鲁宾所列举的工作富有成效的多元文化的经理必备的七项技巧或能力。见如下所述,并附有说明:

1. 尊敬 意思是按照特定文化群落的需要表示尊敬的能力;尊敬年长者,说话态度显示尊敬,用目光接触表示尊敬,用手势或体势表示尊敬,尊重个人隐私等等。举例说,在日本人当

中,仅仅交换工作名片几乎也是一项郑重其事的礼仪,尊重这个事实并相应去做是重要的。

2. 容忍含义不明的言行 这是指在新的,不同的有时是无法预见的场合作出正面反应的技巧。譬如说,当某拉丁人拥抱你或某中东人同你手挽手地在大街上行走,你会如何反应?按照美国的标准,这些举止不仅会使人带有几分不自在,而且往往就露出这种表示。但具有全球观念的商人会很快予以容忍。

3. 同“人”处好关系 意思是应该把做好人的工作放在同“完成任务”同等重要的地位。美国的经理们常常只关心事情的结果而对“人”这个因素无动于衷。

4. 做到不轻易下判断 在各种材料齐备之前能够做到不轻易下判断,同时也要考虑到各种文化上特有的习性可能会对判断有所影响。为什么日本人在做决定时,其速度犹如冰川流动?不要急于下结论;其中会有解释(见第十章接待日本人)。

5. 观点的个性化 这是一种技巧,承认每个人都是从自己观察问题的角度来看世界的——正如一则寓言所说,几个盲人第一次仔细检查一头大象,各人触摸到大象的不同部位,因此对大象究竟是什么,每人都有自己明确的,但完全不同的看法。

6. 同情 有设身处地考虑别人的行事能力,就是一种在不同文化关系中更高层次的技巧。正如一位律师所说,“如果你的同事鞋中有块石头,知道会有哪种不舒服的感觉是有帮助的——但不要发展到这种程度:你的脚也开始不舒服起来了。”

7. 坚持 这是伴随“忍耐”同时出现的词。在你同其他团体的人打交道时,两者都必须具备。但通常应该是乔治·布什式的“较善良的,较温和的”忍耐和坚持。在极少情况下,要坚持到没有改变可能的程度也许仍然是可以接受的。我的一位在事业上取得了高度成就的导师,他是从事国际商务的英国经理,

这样解释说：“偶尔一次敲打桌子也无不可，只是有两点必须首先肯定：第一你是完全正确的，第二你很难得这样做。”

是否能用一个词语来概括这些能力呢？我想是可以的。可用“政治家风度”或小查尔斯·T·维特尔博士建议的“公民大使”来概括。在全球商业事务中，关心人的“政治家”必须具有上述七项技能，另外还得加上三项：尊严，行家本色和行为得体。我们说过在商界中，有时还必须坚定不移。这并不排斥具有政治家风度的行为举止。正如一位作家所说，政治家“……能用一种特有的口吻叫你见鬼去吧，而你听了竟然会真的渴望前去”。这些品质都包含在文雅，尊重和善意之中。

要成为世界性的，不同文化之间的管理流动性的问题在商务中变得日益重要了。人力资源专家们花费越来越多的时间帮助和训练来自不同国家或去不同国家工作的人员。结果，如同很多其他职业一样，一套新的词汇相应而生。几十年来“expatriate”（“移居国外者”）一词一直被用来指那些派驻外国工作的美国雇员。随着日益增多的外国公民来美国，一个新词汇“in-patriate”（“移入者”）也已经被采用。当然这些人都会成为“repatriate”（“返回本国者”）或者说在不同的国家工作了一段时间后又回到自己国家的人。

个 案 研 究

流动于不同国家之间对人的个性，商业技能，特别是对其家庭会是一种真正的考验。这里有一个典型的案例，说明美国会

变成一个令人十分陌生的地方。此案例是美联社去年报道的^①。

1988 年克莱斯勒汽车公司和三菱汽车公司在伊利诺伊州玉米之乡的中心一个出乎意料地名为诺默尔^②有 3.8 万人口的大学城内建立了一家名叫钻石-星的合资汽车公司。

三菱派遣了约 50 名日本雇员去诺默尔工作,期限为 3 到 5 年。此外有 200 名日本技术人员在诺默尔培训美国同行学会操作由三菱设计的 470 台自动控制装配机,为期六个月。还有 100 名左右美国人也去日本学习第一手的操作方法。

钻石-星合资汽车公司董事长 G·格伦·加德纳报告说,“这里不存在任何偏见和其他类似的情况。但语言障碍始终是极为可怕的事。比我想象的要糟糕 10 倍。身势语等也和我们的完全不同。现在我已经同日本经理们一起工作 3 年了,我才刚刚开始懂一些日本的身势语。”

非常明智的做法是,公司培养新雇用的美国员工对他们的日本同行讲简单的英语并用恰当的手势。公司还教这些美国人尊重日本的重要历史和文化。

在日本人方面他们对美国主人的招待交口称赞。不满之处集中在娱乐和食品方面,特别是美国缺少新鲜鱼类和他们的其他主食。

① 此处转录已取得美联社的同意。——原注

② 诺默尔(Normal),按字面意思为“正常”。——译者

一个日本工人的妻子说,“我喜欢美国,我从不想家,但我对上街购物不满意。在东京我要什么就有什么。在这里有些东西难以买到,特别是日本食品和流行服装。”

“除了快餐外美国是一流的,”一位日本经理说。“一次我从夏令营接女儿回家,她在那里已住了3个星期,没有吃到一点日本食品。我答应带她去芝加哥最好的寿司餐馆。她说,‘不,爸爸,我要一只汉堡包和一瓶可乐。’”

在好的方面,据另一位日本经理说,这里也有高尔夫球玩,而且比在日本要便宜得多。不好的方面是,美国教育制度对学生要求不高,因此日本孩子每周六得进特别班,重点补习日本语言,文化,数学和社会课程。

商业礼节的作用

按照全国论坛发言人赫伯特·V·普罗克诺的说法:“礼节(etiquette)……是学会闭着嘴打呵欠。”夏洛特·福特在她的《现代风度》(纽约,西蒙—舒斯特出版公司,1980)一书中,则在另一个层次上为礼节下定义说:“礼节就是行为举止温文尔雅,使我们作为个人在为自己营造的生活中能够和平地、有成效地与他人共处。随着我们在具有不同文化要求的世界各地频繁旅行,我们必须变得更为灵活机动、更容易适应新的环境。”

福特接着提出一个特别发人深思的深刻见解:“在中国的汉字中,‘传统’和‘良好风度’是相同的。两者必然是联系在一起的。”

要进一步证明不同文化间礼节的重要性,请阅读玛丽·简

·麦卡弗里和波林·英尼斯合著的《礼仪：外交，正式场合和社交场合用法全书》（普伦蒂斯—霍尔出版公司，1977）中关于同 etiquette（礼节）密切相关的 Protocol（礼仪）一词的定义：

礼仪一词来自希腊语，意思是“首胶”，的确可以这么说，正式礼仪是把我们社会中各正式场合的生活粘连在一起的胶质。无论是在地方，州，国家或国际一级的层次上，适当的正式礼仪是非常重要的，它能保证在发展各机构和政府中官员们的关系时做到磨擦最少、效率最高。

如果说礼仪是把我们生活的某些部分粘连在一起的胶质，那么避免脱胶看来是值得去做的事。

即使为孩子开设的礼节入门也教授下面两条基本规则：对别人的不良态度决不要评头评足或引起人们注意，决不要做任何会使他人难堪的事。看来这两条使任何生活在我们日益变小的地球村上的人们都能通情达理。

在北卡罗来纳州我举行的一次研讨会上，有一位参加者起立提出不同意见：“我很清楚礼节和礼仪是些什么，但你是否能举些没有充分注意礼节和礼仪而使商务遭受风险甚至于失败的例子？”

我的回答是：如果一个推销员走进你的办公室，无精打采地同你握握手，看也不看你一眼，你会有何反应？如果他或她口中戳着一根牙签，在整个谈话过程中不停地剔牙，你会怎么想？再说如果他或她随地吐痰或者擤鼻涕不用手帕还把鼻涕甩在地上，你又会有何感觉？

我猜想你不仅会对这种现象感到厌恶，而且希望尽快把他

们撵出去。不管那人兜售什么产品,提供什么服务你都会迅速找一个藉口把他们踢出门外。

举出这类行为举止的例子绝非夸大其词的主观想象。在本书各章中,也许从你个人的经历中,你都会了解到在一些重要的文化群落,无力的握手实际上是更为可取的做法。避免用名字相互称呼,避免直接目光接触和身体触摸也同样如此。对了,在世界上少数几个地方连剔牙,打嗝,不用手帕等都是可以接受的行为。

如果你还不信服,那么在与别人交谈时,对方突然问你“你每年收入多少?”或“你的房子值多少钱?”你又会有何感觉?同样,在某些文化群落中,这些都是十分普通而且完全可以接受的提问。

如果没有意识到也没有能力去应付这些情况,那些一开始也许是很有希望的商业活动很可能发展成短期的,当然也是不美好的关系。这里的问题是,国际范围内的商务,可以不加夸张地说是随着第一次见面的情况而决定成败的。礼节或礼仪或风度,不管你叫它什么吧,编织在我们的商业生活之中,就像一块精细的用手工编织的波斯地毯,如果抽去几根关键性的丝毛,整个图案会失色不少,甚至会面目全非。

礼节是“行为准则”或“公众接受的规定”的另一种说法。商业走廊里——在美国和海外都一样——充满着这些准则和规定。有一次我在威斯康星大学商学院 100 名校友中进行调查,提出如下问题:“现在你们都已毕业并在现实世界里工作了两年,你们觉得在美国大学商学院中有哪些内容你曾希望学习而未学习过?”大多数回答都是关于办公室里的行为准则,规定,举止和礼仪。很多回答的第一句话都是“在大学课堂里没有人告诉过我有关办公室礼仪和礼节的事”。没有人告诉过他们什

么时候可以同客人相互用名称呼,以及关于打电话的礼节,办公室备忘录,衣着,做私事的时间,“长幼尊卑制度”,费用报告,商务行话,首字母缩拼词,办公室约会和吸烟,怎样要求增加工资,在上班时间去理发,等等。

一位应答者在总结办公室行为举止的作用和重要性时,说了一句严厉但却是精于世故的话:“如果忽视了这个因素,那就

会把推动你事业走向成功的跳板变成船只的急救物。”

那么同世界各国商业上的同行交往的礼仪又如何?冷淡地接待外国客人真的会断送生意吗?当然会。约翰·希尔,政府前驻曼谷的外交官谈了一件真实的事:

泰国某政府机构为泰国一项庞大的建筑工程向美国工程公司招标。经过筛选,最后剩下 4 家候选公司。泰国人派遣代表团来美国亲自去各家公司商谈。代表团到达芝加哥时,那家工程公司由于忙乱中出了差错,又没有仔细复核飞机到达时间,未去机场迎接泰国人。但是泰国代表团尽管初来乍到,不熟悉芝加哥,还是自己找到了芝加哥商业中心的一家旅馆。他们打电话给那位局促不安的美国经理。在听了他的道歉之后,泰国人同意在第二天 11 时在经理办公室会面。第二天美国经理按时到达办公室等候,直到下午三四点钟才接到客人的电话说:“我们一直在旅馆等候,始终没有人前来接我们。我们对这样的接待实在不习惯。我们已订了下午的机票飞赴下一个目的地。再见吧!”

美国人怎样解释这一并非故意的失礼呢?“我们并不想显得过分迫切或奉承讨好,”他解释说。“我们在美国的客户都会

认为商业建议本身才是重要的。任何美国人肯定都会自己从机场找到旅馆,再从旅馆到我们办公室里来的。”这也许对美国同胞来说是对的,但是对其他国家来的客人来说就错了。唉!本来可能达成的合同这下真的是飞到竞争者手里去了。

小 结

至此应该承认诸如“超越民族和国界的”,“有政治家风度的”,“礼仪”和“接待”都是适当和必要的商业技能。

如果说 18 世纪中叶把恰当的行为融入礼节艺术之中应归功于切斯特菲尔德勋爵的话,那么 20 世纪他在美国的接班人毫无疑问是埃米莉·波斯特^①,她的名字已经变成良好风度的同义词。

埃米莉·波斯特说,对他人是否关心体贴是区分野蛮人和文明人的标志。她的传记作者之一埃丝特·B·阿雷斯蒂在她《最好的行为》(西蒙—舒斯特出版公司,1970)一书中总结了波斯特小姐的学说如下:“对他人的关心体贴并非与生俱来,而是逐渐灌输进去的。虽然优雅的行为举止和礼节为我们的生活增添了风采,但个人最大的充实还是在于掌握真正的谦恭有礼的技巧。文雅的举止,优美的语言,体谅他人的沉默,出于礼貌的拖延时间——最终会比我们正确地使用餐叉得到更大的回报和赞许。”

etiquette 一词来自法语。另一法语短语 *savoir faire* 体现

^① 埃米莉·波斯特(Emily Post, 1872—1960),美国评论社交礼仪的权威。其主要著作《礼节:社交惯例蓝皮书》在 1922 年首次出版时名为《社交界、商界、政界和家庭礼节》,到她去世时该书已出版了第 10 版,印刷达 90 次之多。——译者

了本章讨论的很多内容。它的字面意思是“能力”，“机敏”，“良好风度”，“良好教养”，“了解世界”。可是法国人坚持说 *savoir faire* 有更深刻的含意，只有法国人才能探知其奥秘。这一点总使我迷惑不解。因此在一次国际电脑制造公司销售会议上发言之后，我向公司的三位法国经理提出如下问题：“法国人说 *savoir faire* 非他们莫属，这究竟是什么意思？”

第一位，正巧是三人中最年轻的，说：“让我举例说明吧。男人回家发现妻子在另一男人的怀里。如果丈夫一言不发，转身关门离去。这就是法国人的 *savoir faire*。”

第二位经理，年纪略大一些，说：“你差不多已经解释清楚了，但还不够完全。我就用你举的例子，男人回家发现妻子在另一男人的怀里。他说‘对不起，请继续。’然后转身关门离去。这是真正的法国人的 *savoir faire*。”

第三位法国人年纪更大一些，也更聪明一些。他考虑了一会，说：“不，你们差不多都解释清楚了，但还不够完全。还有更多的含意。我也用你们举的例子吧。如果男人回家发现妻子在另一男人怀里，他说，‘哦，对不起。请继续。’然后转身走出去。现在，另一个男人如果真的能够继续下去，那才真正是法国人的 *savoir faire*。”

可见我们的假设是成立的：接待的确是必要的商业技能。它需要政治家的风度，懂事知情，尊重他人，有忍耐心，还有很多其他内容……包括 *savoir faire*。

下一章我们将转入探讨他人究竟怎样看待美国，他们带着什么观念来到美国，他们脑中藏着哪些问题。

2 他人眼里的美国人

“美国最善于了解自己,最不善于了解别人。”

——卡洛斯·富恩特斯,墨西哥小说家

富恩特斯先生的这句话是严厉的。但是不要着急,还有更多的呢!他人眼里的美国人的形象多种多样,当然有好、有坏。

这一章可以说就是第1章中所描写的墙上的魔镜。还记得吗,在“白雪公主和七个小矮人”中那令人生厌的女王对着墙上的镜子提出的灾难性的问题:“镜子,墙上的镜子,告诉我,谁是最美丽的人?”使她大为懊丧的是,镜子回答的不是女王而是白雪公主。这正如英国人所说,“倒霉,夫人。”

如果我们美国人在世界各地面对这面诚实而勇敢的镜子,我们的遭遇会怎样?我们会被看成是可爱的白雪公主还是那个坏脾气的女王?本章将引用国内外观察家的意见和引文来回答这个问题。我们将汲取作家,历史学家,教育家,新闻工作者,社会学家和普通老百姓的看法。我们会听到各种意见,从放弃英国王位的温莎公爵爱德华所说的,“关于美国我印象最深的是父母听从子女的话”,到以色列作家埃胡德·约纳不无恭维的评价:“凡是去美国的人——不管去了多少次,总是看到了未来。美国的生活是他们自己国家5年,10年或20年后生活的写

照。”

反省自己的精神特质并不是一件容易的事,也不会始终令人愉快。但是按照心理学家的说法,有能耐自我嘲讽既可起到治疗作用,也为大众所喜爱。美国的那些幽默评论家从马克·吐温到威尔·罗杰斯一直到他们今天的后继者,如阿尔特·布赫瓦尔德,鲍勃·奥尔班,拉塞尔·贝克,戴夫·巴里和刘易斯·格里扎尔,几十年来写了不少有关美国人的有缺陷的靈魂的文章,从中我们既能接受充足剂量的治疗,又会产生自我爱慕的感受。这一切令人愉快且得到教益。

本章的下文将详细描述人们经常提出的有关美国人的问题。我们还将提供某些指导来回答这个较棘手的问题。但现在让我们利用那面洞悉一切的魔镜,再加上一块观察实情的巨型放大镜,来仔细察看他人是如何看待美国社会的。

我们按自己的良知行事^①

查尔斯·库拉尔特作为一位巡回于美国乡村之间的记者,对美国逐步形成了一种令人惊叹的独特而敏锐的看法。在他的《旅途中》(普特南父子出版公司,纽约,1985)一书中,他描述了美国人是如何独树一帜。

库拉尔特谈到“美国的情绪”,它怎样从堪萨斯州的特里比恩到阿拉斯加州的海恩斯不断地发生着变化,而变化的依据是

① 标题原文为“*We March to Different Drummers*”,语出美国作家亨利·梭罗(Henry Thoreau, 1817—1862)所著《沃尔登或林中生活》一书,见本节第三段引文。原意为“我们是按另一些鼓手的鼓声行进的”,意译为“按自己的良知行事”,“有独立见解”,“不随波逐流”,“独树一帜”。书中曾多次出现,分别按上下文情况直译或意译译出。——译者

看小麦是否丰收和锯木厂是否雇用工人。“纽约市的情绪”，他写道，“深受气温和雨量的影响，甚至还受当时马路上亮出下班标志的出租车占多少比例的影响。你简直摸不透美国的情绪。”

18世纪法国观察美国的作家，亚历克西·德托克维尔写道，“美国人随着相互交往，逐步同化……他们越来越变成一种类型。”但是1854年亨利·梭罗则有不同的意见：“如果有人和他的同伴步调不一致，那也许是因为他听到的是另一个鼓手的鼓声，那就让他随着自己听见的音乐行动吧……”

库拉尔特评论说，“我们钦佩德托克维尔，但是我们听从梭罗说的话。”

美国首先是情绪变化无常的国土，也许还是矛盾重重、鼓手各异的国土。这是来此游客很快发现的美国实情。

可是实情只是现实主义的一种表现形式。而看法则完全是另一回事。美国之外的人的看法是什么呢？成见又如何呢？

《纽约人》杂志驻巴黎记者琼·克拉默对成见如是说：“欧洲人是从电视和电影里看美国文化的。举例说，法国人认为我们的文化是‘牛仔文化’，这就是他们喜欢罗纳德·里根的原因。因此当他们一到美国看到贫穷和无家可归的人会感到十分震惊。我问他们‘你们读报吗？他们说，‘读的。但我们不相信报纸上所说的。’”

在世界的另一面（南半球），人们对美国也抱有类似的看法和成见。前田纳西州州长拉马尔·亚历山大在澳大利亚度过6个月的学术休假。“从国外来看，”亚历山大说，“美国像是一块宏伟壮观、嘈杂喧闹的地方。从国外来看，我们似乎对日本人怪罪过头；似乎总是期望把对俄国人的敌意作为我们一切外交政策的决定因素，但世界要复

杂得多。我不得想起 D·H·劳伦斯^①对美国人的描述：‘数百万只笼子里的数百万只松鼠’，从远处看好像它们不停地在原地兜着圈子奔跑。”

库拉尔特认为美国人独树一帜，法国人把美国看成是一部巨型西部片，而澳大利亚人则认为这里似乎是一块“嘈杂喧闹的地方”。所以说看美国就像朝万花筒里看——究竟看到了什么，很大程度上依据观察者从哪个角度朝筒里看而定。

我们也经常听到其他尖锐提示：世界并不是以北美大陆或美国民族为轴心而旋转的。那叫做种族中心主义。这里有两个例子。大学生戴维·瑞安在婆罗洲旅游。人家问他“你从哪里来？”“美国^②”，他回答。“北部还是南部？”这是尖锐的反问。他们当然不是在问是北方佬还是叛方人员^③？另一更令人吃惊的例子来自中西部一位销售经理。他同他的中国同行一起旅行，酒过数巡后，这位生于东方的经理转身向他坦白：“老实说，你们这些欧洲美国人在我看来都一模一样，我一点也分不清楚。”

初 次 印 象

前面我们曾经讨论过印象的形成和商务的成败实际上可能在第一次见面时就已成定局。因此知道一些来美国的国际游客对美国的典型的，强烈的初次印象也许不无帮助；其中有些印象并不悦耳动听，可是我们却因此有机会运用第一章论及的一些

① D. H. 劳伦斯(D. H. Lawrence, 1885—1930)，英国作家。作品通过描写两性关系，揭示人的本能力量，表现性使人冲破障碍而达到完成自我的主题，曾引起争议。——译者

② 美国和美洲在英语是同一个词，即 America。——译者

③ 美国南北战争时期的北方人和南方叛军。——译者

不同文化间的技巧——如客观态度和“容忍有分歧和不同的看法”，这两者都意味着我们必须对那些看上去像是异乎寻常的和令人不快的观点少一些民族中心主义，多一些赞同态度。

下列 4 条也许是来访者获得的最为强烈的印象，接下来当然还有各种次要的看法。

1. 几乎大多数游客的第一个普遍印象是美国的幅员辽阔。对一般的美国人来说，500 哩的距离微不足道，只不过是圣迭戈到旧金山，或是从纽约市到底特律。相反如果你从伦敦出发往东旅行 500 哩，你就会发现跨越至少 4 个国家的国境，最后到达华沙。这在我们看来好像跳了一大步。来美国的游客乘坐飞机或火车越过茫茫一片大平原，看着那似乎无边无际的落基山脉，最后意识到实际上已跨越了四个不同的时区，这时他们具体感受到了美国的幅员辽阔。想想看，在其他国家中极少在其边界之内会存在不同的时区。游客们除非曾经横越过西伯利亚，否则很难理解在同一国家内横贯大陆竟要飞行 5 个小时，更不要说乘火车了，那得花上几天几夜。有些游客习惯于乘坐大客车舒服地周游全欧洲。他们一到美国就登记购买 60 天内有效各线通用的“灰狗”长途公共汽车旅行票，以为可以靠四轮旅游车领略全美风光；结果落下个臀部终生麻木。

2. 第二个印象是美国人的肥胖，这也许令他们大为吃惊。营养专家说我们的体重的确比世界上大多数其他民族要重。而且尽管目前时尚身材得体，体质健康，美国人却变得越来越重。1989 年的路易斯·哈里斯调查报告说，接受调查的美国人中有 64% 体重超过正常，而 1983 年这个数字只有 58%，按照路易斯安那州立大学一位研究员说，美国成年人中约有 20% 被列为“相当严重的肥胖”，指的是其体重超过按其年龄、身高和性别应有的理想体重的 30%。我国城市和乡村超重和肥胖的人数之

多是国际游客首先注意到的情况之一。他们认为这是由于我们的饮食质高量多,他们没有意识到在大多数情况下,这倒可能是无知地选择高脂肪食品,再加上缺少运动带来的后果。

3. 注意观察的游客获得的第三个印象通常是有关我们匆匆忙忙的生活节奏,特别在商务活动中。“时间就是金钱”,“金钱万能”——这似乎是我们的信条。我们对此引以为豪。我们拼命地工作,尽兴地玩乐,吃的是“高热量早餐”,马马虎虎的午餐,还尽可能使用各种电子小玩意儿以加快我们的生活节奏。在多数其他国家里,速度和压力一般来说比较缓慢和温和。当然日本人工作时间很长,似乎他们活着就是为了工作,但是在日本同这里可不一样:耐心,沉思甚至于沉默也都是美德。在商业活动中,美国人是以前小时和天数来考虑问题的,再加上那万能的商业活动的分界线,所谓的“会计季度”。与此相反,日本商人是以月份和年度,甚至以10年为单位考虑问题的。拉丁美洲人和中东人在坐下来谈正事前喜欢有一段社交活动的时间。美国人则想立即投入热烈讨论。我们美国人对自己的“让我们马上进入正题吧”这种态度深感自豪。快板是美国的节奏,游客几乎一踏上美国国土就感受到这种节奏的冲击。

4. 第四个印象是有关多数美国人的随和、友好的本性。这种印象常常在外国游客的观念中高居榜首。女侍者笑容满面地同顾客闲聊,人们无拘无束地挥手致意,相互之间用名字称呼,而出租车司机几乎总是愿意同外国乘客海阔天空随意交谈——在美国以外的国家里他们很少会这样做。美国人通常总是抱着某种好奇、尊重、愿意相助的心情对待外国游客。很多人都这样说,美国人想得到别人的好感,大多数来访者都注意到这一点并

颇为赞赏。苏联^①电台记者伊琳娜·西蒙诺娃在中西部一次后院野餐会上评论说,“以前我也知道美国的生活方式,也知道美国生活水平高,但我不了解他们的友好和处世态度——但是你在这一带的的确可以感受得到。”

以上是四个重要的初次印象。当然还有更多的。下面是几百万外国游客储存在记忆之中的关于各种情景和场合的点滴印象。

臀部挎着大手枪的身穿制服的警察。硕大的院子围绕着住宅,但前面和与其他住宅之间设有防卫性的栅栏。绵延无尽头的州际公路。好莱坞电影和电影录像。木结构而不是砖石结构的房屋。地下室。各州不同的汽车牌照。在康弗斯高地上年轻人脚踩滑板,不系鞋带到处游荡。各州之间没有正式的交界处。有条不紊的交通。巨型轿车。便宜的汽油价格。车库门前挂着投球的篮圈。巨型食品商场。商品货架上堆满多得令人头晕的各种各样包装的肥皂和谷类食品。米老鼠。户外广告。棒球和橄榄球。印花T恤衫。难以计数的电视频道。快餐店。还有很多很多。在这一切个人印象之上的是一幅辽阔的空旷之地的全景,是一幅似乎不断在向地平线伸展的國家的全景。

这些都是可以捉摸的印象,是人們在美国能够看到和接触到的有形的东西。至于那些触摸不到的东西,那些体现在美国国民身上的东西怎么样?美国人的价值观,道德观和态度怎么

^① 原著写于1990年。本书所述的苏联已于1992年1月解体。——译者

样？要讨论这一些，我们得深入挖掘一下美国人的精神特质。

更深一步的印象

为探讨这一问题，让我们来看看学术界的考察者之一——布里格姆·扬大学戴维·M·肯尼迪国际问题研究中心的V·林恩·泰勒是怎么说的。他从各个方面进行观察。泰勒在他1987年问世的《多文化的相互作用》一书和他写的其他著作中提出了几种定型看法，说明世界各国人民有时就是这样看美国人的。在“其他人可能怎样看你”一节中，泰勒请读者认真考虑以下各点：

要接受并理解其他国家的人民怎样看你，看你的国家和你们的文化也许一开始是困难的。被别人用固定的眼光看待，任何人都会感到恼火。但是，如果了解他人怎样看你这个外国人，那你就能够更好地帮助他们理解你，同时你也就理解了他们。

定型看法可以作为出发点或者作为几幅“一国人民图”来确定该国人民的真正面貌。下述各点描绘了美国人在世界各国人民眼中的形象。

漫不经心：对待衣着，财产，时间，金钱，规则，举止，仪式，本性，各种关系，政治等等均是如此。

慷慨或好客：作为战争的胜利者，作为邻居，作为联合国的捐助人。

自我放纵：追求物质享受。

多情善感或罗曼蒂克：在表达感情方面易走极端；坦率。

实利主义：通常是诚实的；野心和成就是至高无上的；胸怀坦荡。

有信心和自信：甚至于自以为是，但对自己要求几乎过高。

自满而傲慢：种族中心主义表现得令人难堪；误解了荣誉的含意。

殖民地开拓者的态度：从种族中心出发的帝国主义；不尊重其他制度；对自己的制度过分自豪。

有竞争心但又是平等主义者：在儿童到成年的各种人中多数存在这种相互矛盾的情况；等级和地位可能都是暂时的；没有真正的贵族。

足智多谋：以上各点的总和；崇拜常识和结果，热爱发明，创新和灵活机动；一切从“现在”出发。

独立自主和与众不同：从个人来说，不愿意去“适应其他人的模式”，但如果作为一名美国人而受到侵犯，则会非常凶猛地进行保卫。

泰勒用下述引句作为总结：

定型看法用在个人身上往往是愚蠢的，但对各民族的总体来说还是很有用的……如本例所述。

[引自朱无光(音译)]

他继续说：

如果你同意这些看法，为什么？如果不同意，美国人同这些又有何不同？你怎样帮助他人了解你的感

受？你又怎样能够了解他们的感受？从你自己的经历中去寻找多文化之间相互理解的有效办法。

美国人远远不止是“比萨饼，煎玉米卷，苹果馅饼和棒球”，与此相同，其他人民也远远不止是你所想象的那样。但总有办法形成准确的看法，并建立你和其他人得以沟通的桥梁。

泰勒用弗朗西斯·培根的话作为结束：

如果对待异域人态度文雅、彬彬有礼，这表明他或她是世界公民，他的心不是一块同其他国土隔绝的小岛而是同它们浑为一体的大陆。

哈里斯—莫兰的《处理文化差异》（古尔夫出版公司，休斯顿，1979）一书对美国人的心态又有另一番描述。作者从约翰·菲格和勒诺·亚菲的《适应美国》（国际梅里戴安出版公司，华盛顿特区，1977）一书中摘录了数段。这里列举了美国文化的主流并附说明：

1. 生活节奏 美国强调准时和效率。这常常使其他国家的人民特别是来自非洲、亚洲和拉丁语系国家的人民感到苦恼。
2. 友谊 首次见面美国人就表现出爱交朋友的特性。这常常被误解为有加深友谊的意图。“美国人一上来就显得十分热情友好，但这种不言明的友谊允诺却未能得到继续，”作者说。
3. 服务和平等主义 在美国一般不存在奉承现象，因此游客会发现很多侍者，出租车司机，旅馆的青年侍者和其他服务人员的行为举止在他们看来过于不分尊卑。在他们国家里这种关系按美国标准来看表现得几乎可说是阿谀奉承。

4. 情绪表达 我们似乎处于这两者之间：同那些活泼乐观的拉丁语系民族相比，我们显得太冷漠无情；而对拘谨缄默的亚洲人来说，我们又显得过分鲁莽冲动。

5. 个人、自由和隐私 有些游客对美国人享受到的个人自由的程度，特别在政治方面，印象十分深刻。但有些人却对那些他们认为是过分的自由，如个人普遍拥有武器，又深感不安。

6. 自力更生和核心家庭 感受不一：因为一方面美国妇女在家庭中起着重要的作用和孩子享有独立自主；另一方面对老年家庭成员和紧密的家庭联系却不予重视。

7. 不拘礼节和道德 在多数文化群落，人们穿着注意并较保守，因此他们自然把我们所谓的日常便服和时装同道德放荡，甚至性挑拨联系在一起。

8. 犯罪 我们的开放社会和自由舆论，特别是那些耸人听闻的新闻报导在全世界面前塑造了一个罪恶泛滥的国家形象。很多游客来美国担心自己的安全。有些人并不把芝加哥看成是美国的中心地区——的确很多人在地图上也许还找不到芝加哥——但一提起芝加哥，他们就用手势做出机枪扫射的姿势，口中还说，“嗨，是。砰，砰，砰！阿尔·卡邦！”^①

9. 小费、税收和“大减价” 在很多国家小费是包括在饭费或旅馆房费中的，销售税也是如此（常常称为增值税 VAT）。因此，来访的消费者对我们付小费和税收的做法颇为小心翼翼。在确定“大减价”是否是真正的“大减价”方面，对美国的这种促销手段也迷惑不解。

10. 种族关系 这一社会问题为海外游客所熟知，他们的

^① 阿尔·卡邦(Alphonse Capone, 1899—1947)，美国芝加哥盗匪头子，活跃于禁酒时代，外号“疤脸大盗”。——译者

看法同我们自己的看法一样也是矛盾和混乱的。很多人来美国后发现这个问题并不如他们原先想象的那样具有爆炸性,而另一些人则不能理解我们为什么明显地对此无动于衷。

11. 师生关系 在很多文化群落,教师不仅是严格执行纪律的人物,而且享有崇高的社会地位。因此,海外游客看到美国的学生和家长对待教师和学校行政人员的那种在他们看来是不尊重的态度十分震惊。还有些游客则对这里师生间不拘礼节的关系和表达思想的自由以及鼓励个人发展等等深为赞扬。

12. 缺乏对其他国家的了解 美国人普遍缺乏世界地理知识,再加我们的社会一般来说只讲一种语言,这就使多数游客大为失望。在这里几乎不会有“尊重”他人的需要,而“尊重”是第1章所列举的重要的多文化经营管理技能中的首项。

最常问及的有关美国的问题

外国来的商业客人通常很敏感,不会提出有关美国微妙而又难以解答的问题。他们明智地只谈业务。但是在非正式场合,特别当业务关系已发展到不拘礼节的个人交往的程度时,那你们的讨论就非常可能涉及离正题较远的领域。

为了帮助你有所准备,下面是一些可能——只是可能——出现的问题。附带说一句,这些问题的基础是借助于小查尔斯·T·维特尔博士所进行的工作和他的著作《公民大使》。维特尔当时是美国外交学院高级培训官。本节末还将进一步介绍维特尔博士出色的工作。

美国文化和社会

1. 从外界来看美国的家庭似乎由妻子或母亲管理。这是

真的吗？为什么？

2. 在美国有超过半数的母亲外出工作,这是否会威胁到家庭的团结和幸福？

3. 美国妇女以“得到了解放”而著称。她们从哪里解放了出来？在我们看来,美国妇女比任何其他社会的妇女享有更多的自由。

4. 美国社会似乎不像多数其他文化群落那样尊重老人。在美国设有众多的养老院就是明证。是这样吗？为什么？

5. 为什么在美国看上去有那么多暴力的,那么多的教派和帮会之间的武力冲突？在你们的社会中是什么导致暴力和冲突的发展？

6. 你们社会中对毒品的需求如何？你们常常责怪世界其他地区提供毒品——这当然也有些道理——但是如果没有需求,供应也会告终。美国在打击毒品问题上采取什么措施？

7. 为什么对少数民族——讲西班牙语的民族,印度人,黑人,亚洲人——抱有明显的仇恨心理？我们读过历史,知道美国是由很多不同的少数民族组成的,因此我们很难理解。

8. 美国人似乎对世界地理,包括人名,地名,地理位置知之甚少,为什么会这样？

9. 你们的报纸很少报道国际新闻。普通美国人对国际政治和目前形势了解多少？

10. 我在考虑送子女来美国求学,但有几件事令我担忧:课堂教学要求似乎面对“中等”水平的学生;学生似乎享有太多的自由和独立;酗酒,吸毒和对两性关系的宽容放任似乎相当普遍。你有何想法？

美国政府

1. 我很难理解你们的民主党和共和党之间的区别。两党的基本分歧何在？

2. 你们的国会和总统似乎总是在争论不休,意见相左。要做成任何事情似乎都需要很长时间。为什么是这样？

3. 你们的新闻媒介报道了军工联合体的威力。今天这种力量是否变得更强大了？这是你们政府中的一个问题吗？

4. 美国的新闻媒介似乎在政府行为中起着举足轻重的作用。我对新闻媒介帮助揭露水门事件甚为赞赏,但现在它似乎一直在试图发掘出更多的丑闻。是真的吗？这样做好吗？

5. 对于收购公司全部产权和兼并问题,美国政府采取些什么措施？现在似乎有一股吞并风和你们所谓的举债收购全部产权的狂热。这样做会削弱你们的制度吗？

6. 你们最近的几届政府似乎都赞成更加自由的贸易,但是目前在美国仍然存在强有力的主张贸易保护主义的小团体和贸易保护主义的浪潮。这些人是否懂得当今世界的经济都是相互依存的？

7. 你们说你们不喜欢社会主义。社会主义有什么错？为什么对美国不适合呢？

世界经济中的美国人

1. 美国似乎在消耗大量的能源——大型汽车,相对来说较为低廉的汽油价格,还有层出不穷的新电器产品。这就推动了在我们这种国家里的价格上扬。美国为什么不能多节约些能源？

2. 你们的大型多国公司似乎在全世界制造了不少麻烦

——如智利的美国电话电报公司,阿拉斯加的埃克森公司,印度的联合碳化物公司。你们采取什么措施对它们加以控制?

3. 我不能理解在如此富裕的国度里竟然仍有贫穷,饥饿,和无家可归的人。美国为什么会有这种情况?

美国的外交政策

1. 解释美国在下列问题上时常引起争论的立场

尼加拉瓜

巴拿马

中东

南非

日本军事力量的增强

戈尔巴乔夫的开放和改革

中华人民共和国

巴勒斯坦人的家园

2. 你对中央情报局和联邦调查局的作用如何看?他们之间有何区别?他们相互之间是否有竞争或职能重叠,甚至矛盾冲突?

3. 美国政府对 1992 年欧洲统一的政策是什么?

4. 美国政府对如 1989 年在阿拉斯加的埃克森事件那样的石油大量泄漏的政策是什么?对发生在他国国土上的类似事件美国的政策是什么?

5. 美国有什么办法解决伊朗问题?解决世界恐怖主义问题?解决很多其他国家里减少人权的问题?

如果读了以上问题后,你灰心丧气地两手一摊,这也不能责怪你。的确,这是一些难以回答并且常常会使人窘迫的挑战性

问题。请别担心,在晚上与外国客人的一次社交活动中,是不太可能碰到很多这类问题的。我们一开始就说过,大多数外国商人习惯于把商业和政治分开,他们通常不涉及个人问题或他们认为的私人看法。

但是如果有人真的提出这类问题了,这里我提供几条一般性的建议,帮助你对那些即使是最不该提出的问题也能作出巧妙的具有政治家风度的回答。如前,基本建议仍然引自维特尔博士的著作。

解 答 指 导

1. 避免争论 所罗门说过“反应温和怒气消”,国际商业专家们最忌的就是发怒。如果你的客人坚持要引起争论,那不妨使用这些手法:耐心听着,保持冷静,提一些较温和的问题,抱着虚心态度。努力避免把讲道理的讨论变成一次争论,或者更糟的是变成一场会导致两败俱伤的论战。

2. 弄清楚提出批评的人真正在想些什么 巧妙的提问不仅在接待工作中而且在商务所涉及的各个方面都是一种艺术形式和宝贵技能。这同样适用于做一个好的听众。这里提供了磨砺这些商业技能的机会。摸清楚批评者意见的来龙去脉及其关注所在。把事实发掘出来,如果确有的话。找出一切隐秘着的内容。避免用批评客人所在国或其个人见解的方法来进行反击。

3. 引用自己的经验 避免泛泛而谈。引用自己个人的经验;如果可能的话,引用双方都尊重的第三者的经验。如果你不知道对批评者的抱怨该如何解答,就老实承认。在任何争辩中你个人的经历总是最好的说明——但不要变得顽固不化或恼羞

成怒。

4. 把讨论引出美国的范围 讨论涉及到诸如偏见,道德堕落和贫穷等问题时美国常常是“鞭答柱”。我们这里的确存在这些问题,但其他地方也一样。但是如果对方没有主动提出的话,不要把讨论转移到客人所在国面临的困难上去。即使客人主动提出,也要避免未经别人征求就发表个人的看法。找一些他们那里值得称赞的地方!

5. 合情合理 客人们的英语常常是他们的第二语言。因此很可能他们并非故意地讲了一些较强硬或难听的话。另外,不同文化群落的人在语言方面感情的强烈程度各不相同。“礼貌总是难以拒绝的,”维特尔博士说。“如果你必须表达正当的义愤,尽可能文雅地说出来。”维特尔博士评论说:“持敌对态度的人往往难以对付冷静和客观:这是值得普遍探索的两个关键问题。”

最后维特尔博士说,很多游客带着想问而不敢问的问题来到美国。这种情况下你也许想帮助他们克服难题。你可以主动提供机会让他们开口提问,从而表现出值得称赞的敏感性和乐于交流的愿望。你也许可以这样说:“你们国家的人民对美苏裁军谈判如何看?”或者“你对美国在中美洲的行动有何看法?”但是一旦打开了讨论的闸门,你得很好地记住以上建议,这样随后的谈话才不至于变成难以控制的感情迸发!

如果你对这一类的问答练习感兴趣的话,我建议你去找一本《公民大使:回答有关美国的问题的指导方针》来看看。该书由布里格姆·扬大学戴维·M·肯尼迪国际和地区研究中心出版。

最后在任何这类对抗发生之前,对这类问题如何解答,得及

早有所考虑和准备,并可预演一次。问问自己:“也许在哪天晚上吃甜食和咖啡时,我怎样做到用非对抗的方式回答这个问题?”这样问问自己是很有用处的。

小 结

孟菲斯一家经营出口的公司的董事长经常派代表去海外市场,其中很多是在遥远和落后的国家。“我总是坚持要他们到达目的地后等待一段时间不要急于去拜访客户,”他解释说。“我希望他们先适应环境并培养一种肯定的态度。然后我打电话问他们,‘告诉我你在那个城市或国家发现了哪些你真正喜欢的东西。’我这样做的原因是,我要他们在开始拜访客户前能够正面地和策略地考虑问题。如果你对人们抱否定的态度,那就很难同他们做生意。”

不论我们在国外旅行还是接待国外来客,这都是一个很好的建议。如果一开始你的客人看上去很奇怪,很难对付或真正是“很陌生”,想办法从积极方面考虑考虑。初次印象可能既是不肯定又是危险的。在一闪即逝的印象之外,寻找一些积极的理由把商业关系转变为相互都可以从中得到乐趣和成功的商业友谊。如果我们表现出客观和理解,寓言中的魔镜就会在那里再现。我们的客人会看到这一点,并相应作出反应,正像我们看到镜中的映象后,都会去做的那样。

在以后几章里,我们将深入讨论接待的真正含意:关于令人难以忘怀的接待的一些具体做法,还有你该知道的有关用餐和社交饮酒的事。

3 怎样款待客人

“外国客人到达时，箱子里除衣服和化妆品外，还有更多的东西。”

——一位经验丰富的主人

外

国游客的确是带着很多我们意料不到的观念来到美国，因此我们在接待时需要对此给予特别的关注。S·C·约翰逊制蜡公司的前任销售部经理拉里·格里布讲了自己的亲身经历，也许可以名之为“茶和同情”。

萨蒂什先生是第一次来美国接受约翰逊制蜡公司培训的巴基斯坦人。第一天上午工作几个小时以后，格里布问他要不要休息一下去喝杯咖啡。“很乐意，”萨蒂什说。他们一起走向公司的自助餐厅。萨蒂什想喝茶，于是主人在他杯中放了一包袋泡茶，萨蒂什看着袋泡茶，沉思片刻，然后撕开茶袋把茶叶都倒在杯子里。“不，不，萨蒂什先生，”格里布有礼貌地解释说。“在美国我们把茶袋放在杯子里，再倒入热开水。”“啊，是这样，”萨蒂什抱歉地说。“我希望我没有使你为难。”格里布安慰他说这没有问题，然后又领他到放奶

油和糖的柜台。萨蒂什看着一小袋一小袋的白糖，考虑了一会。这下他明白了，带着高兴的神色，把一纸袋白糖连袋丢在茶杯里。

款待外国来客就像青少年初次同异性约会那样充满着新奇和意外。而且来美国的客人带来的是与我们迥然不同的习俗和行为，就像玉米棒子和橘子黄油薄饼卷那样风马牛不相干。

让我们先来研究一下“款待”这个词。《美国传统词典》为它下的定义是“吸引注意力，逗乐”。其同义词包括：使得到消遣，使陶醉，引起充分注意，吸引，讨好，使着迷，使高兴，使快活，作主人，盛宴招待，使客人充满喜悦等等。

哇，你看！要求高不高！这些讲话带有乡音，还有着没有说出来的各种怪习俗，例如“不吃分趾蹄动物的肉”的外国客人来了，而我却得讨好他们，使他们高兴并盛宴款待。我从哪里开始做呢？

正如对待任何复杂问题一样，要解决这个难题，我们得先把它分割成一个个较小的、较易处理的单位。这里我们把它分成3个章节来讨论。

本章将提供用新奇办法款待客人的一些建议，包括一个微妙的题目——性。最后部分介绍交谈中的禁忌话题和商务款待中的两、三个个案研究。

食物既为肉体也为灵魂提供营养，同时也是款待工作中不可缺少的一部分，所以下一章将以吃为讨论的主题。你会学到在外国人眼里，我们美国人吃饭的时间，内容，地点和方式等有哪些奇特之处。你还会学到来访游客的某些不寻常的烹饪习惯和习俗。

接下来我们将进入希腊酒神巴克斯的领域，再次学到美国

习惯中被认为是奇特之处。在那一章里,你将学到在美国的鸡尾酒会上哪些事会使客人惊奇疑惑。你还会发现其他民族对待社交饮酒的态度,并了解世界各国人民喜爱哪些含酒精的饮料。

这 3 章的大部分内容对社交性和商务性款待都同样适用。然而在第 6 章“商务礼宾”中你会发现关于商务性款待的某些方面的更多的专门材料,如招待费用的减免税问题和有关商务通讯的正式礼节,如何使用电话,名片,公开演说等等的具体建议以及其他有关问题。第 9 章介绍赠送礼品的行为准则和禁忌。第 10 章讨论如何接待来自特定群体的客人:加拿大人,英国人,日本人,年轻人。第 11 章的内容是对接待的某些具体但常被忽视的方面提些意见:如美国的旅馆有何特殊之处,祝酒问题,对待年轻的外国客人的问题和使用英语中的问题——就像手中握着水银一样,它会很快地滑动跌落,因此极易洒溢,弄得到处一团糟。在附录中还有几张一览表,它们会帮助你接待好来自各个不同国家的客人,并能与之热烈交谈。举例说,你在一览表中找到客人的所在国后,就会知道那里的主要宗教和最受欢迎的体育运动。

作为进一步的辅助手段,从 193 页开始有一份“建议一览”或称之为快速查阅表,按国别分别提供 8 到 10 条简短但却是重要的建议。这些在你接待有关国家来客时也许愿意记在心中。

让我们对一般性的款待提些想法和建议作为开始吧。

关于一般性款待的几点想法

在接待客人时只要你能想象得到的地方都能前去,想象得到的事都能去做。下面是来自全国参加研讨会的成员所提供的材料,可以用来启动你的想象力。研讨会对他们提出的问题是:

“你发现哪些新奇的想法在接待海外游客时是成功的？”

- ☐ 牧马骑术表演或同牛仔和印第安人有关的任何事都是非常受欢迎的娱乐项目。你可以肯定,几乎每一位外国游客都看过一部美国西部电影。法国人和德国人对此情有独钟。实际上在他们自己的国家里也常常举行牛仔聚会和牧马骑术表演,企图重现美国历史中那段辉煌时期。
- ☐ 州和县的集市——评定动物,轻驾车比赛,工艺,服装裁制,西部的乡村音乐——外国人在集市中可以欣赏到的独特景象是无穷无尽的。
- ☐ 在主要的河流和湖泊,如伟大的密西西比河上泛舟。这对外国游客来说就像亚马逊河和长江对我们来说一样充满着异国情调。乘明轮船在游客的脑海中会重现马克·吐温小说和《飘》小说中的景象。至于在湖上泛舟,游船缓缓沿着美国滨岸线前进,一路上导游介绍沿岸房屋的主人情况,房屋的价值等等。拿英国游客来说,他们一方面对这种“侵犯隐私”的行为感到吃惊,另一方面却仍然十分高兴能深入到美国人的生活中去。
- ☐ 秋色——在美国的整个北半部,每年秋天的那种千变万化的绚丽色彩,只有很少几个国家能与之媲美。可以考虑这种简单的娱乐方式,特别对来自中东的人来说,他们也许从来没有看到过秋天的景色。
- ☐ 当地的食物杂货店——尽管巨型超级市场也许是最好的,但游客却不管商店大小总爱对货物的包装,尺寸,种类和价格进行比较。
- ☐ 地方法庭是一个人们不会想到的引人入胜之处,它常常会引起商业客人的兴趣,因为法律、正义和秩序在任何

国家都是重要的。这样做也表明你对外毫无隐瞒。

- **运动项目**——棒球和橄榄球理当然是可选项目——但是你得去解释运动术语,那几乎是不可能的工作,对此要有所准备,诸如局,出局,摔倒,争球线和为什么只有三个好球而有四个坏球等等。全世界都玩网球,评分制度又很简单,你无需懂得对方的语言。日本人喜爱棒球、高尔夫球和滑雪,当然游泳是另一项十分普遍的运动。篮球也越来越普及,在三个层次上——高中,大学,职业性的——经常有篮球比赛,因此篮球也是一个很好的可选项目。带客人去当地的或公司内部的保健和减肥温泉疗养地又是一种想法。国外来客认为比较新奇的体育运动也许是网拍式墙球,保龄球,滑水比赛,掷蹄铁套柱游戏,冰上溜石游戏,冰球,长曲棍球,甚至帆船运动(参阅本书附录中各国最喜爱的运动一览表,这会使用你对客人可能知道或不知道的运动项目有所了解)。美国人是热心体育运动而著称的,如果我们的运动比赛在游客们看来既新奇又复杂的话,“不要担忧,”一本英国出版物曾直截了当地说过,“两亿美国人中任何一个人都会高兴出来帮助解释的”。
- **文化胜地**——当地的历史艺术博物馆,音乐厅,剧院等等。一位老练的主人补充说,“但是不要去教堂,除非你住在盐湖城。这倒不是因为我们的教堂不值得一看,而是因为宗教可能是一个敏感的问题;当然也因为我们的教堂很难比得上欧洲和南美的大教堂和东方的寺院。”另外如果客人表示有兴趣,那完全可以带他们去当地教堂做礼拜。请记住美国的博物馆常常同世界其他地方的博物馆很不相同。原因是,美国的历史相对来说不太

悠久,参观者感到惊异的是仅在 100 年以前美国的土著印第安人竟然还在这片大陆上四处游荡。我们的历史博物馆也显示出在相对较短的时期内美国取得了多么巨大的成就。

- ☐ 在当地的教堂和俱乐部举行的百乐餐(Potluck dinners)是非常典型的美国式聚餐。参加者各带一盘自己最爱吃的菜肴,所谓“菜肴入场券”,鱼贯进入聚会大厅。此情此景也许会令有些游客想起美国早期开拓者围绕着科内斯托加宽轮的载货大篷马车等候吃晚餐呢!
- ☐ 看电视实况转播的表演对多数人来说不失为一次新奇的经历,它代表美国文化的一个重要部分。但是你首先得确知客人的英语水平相当好才行。
- ☐ 地区特点的美食享受——在湖边和海岸旁蒸煮各种鱼类和龙虾,烤肉野餐,卡罗来纳州的肉排,煮玉米棒,捉螃蟹,烤鲑鱼等等——不胜枚举。
- ☐ 宾戈(Bingo)游戏^①你的客人也许早就知道这种游戏,但“众人观战”的景象可能令人难以忘怀。
- ☐ 撞车比赛一直被描述为“汽车追撞竞技表演”,或者更不客气地被说成是典型的美国人“甩派头的破坏活动”。另一选择是看赛车。
- ☐ 汽车展览——欧洲人通常对汽车非常关注。他们通晓汽车的马力,排量和设计特点。在很多欧洲国家,公司经理乘坐什么类型的轿车直接反映出他(或她)在公司里的地位。在西德和英国,情况更是如此。所以来访者

^① 宾戈是一种赌博游戏。——译者

如有机会仔细察看美国汽车的最新型式一定会感到分外有趣并增长见识。

- ☐ 参观各州议会大厦有助于强调在美国联邦和各州之间权利分享的传统。议会大厦本身也具有丰富多彩的历史。
- ☐ 地方娱乐公园如迪斯尼乐园和其他主要的国家主题公园。
- ☐ 地方学校——参观一所典型的美国教室也许对有子女的客人具有特别的吸引力。几乎所有的人都喜欢把各国最普通但却是重要的机构如学校同自己国家的进行比较。
- ☐ 参加美国的节日活动——完全按典型的美国方式度过节日,如参加劳动节游行或是七月四日国庆节的野餐并观看烟火表演。孩子们还可以骑小矮马,成人则玩泥制排球。
- ☐ 参观当地的工厂,如制笔厂或发电机厂。你的客人也许会有兴趣参观一家典型的美国工厂的内部,了解那些我们想当然应该有的产品是如何生产和组装的。
- ☐ 地方的学院和大学通常风景如画并有历史意义。只要看看那些典型的美国大学生的模样和举止也会令一些客人着迷。你还可以从学校行政人员那里了解一下是否有来自客人所在国的人在那里学习,如果有的话,可以安排他们一起喝杯咖啡聊聊。
- ☐ 如果客人对农业有兴趣的话,去一家典型的美国牧场或农场是一个好主意。农场主通常总是乐意陪伴客人参观他的房产和土地的。

上述只是帮助你出主意的一些例子而已。你只要注意周围就会产生更多的想法。客人对你个人平时有些什么娱乐活动是好奇的,并且是有兴趣的,所以不要怕把你自己的每天的消遣和娱乐考虑在内。

正式公务接待

有的时候需要比较正式的接待,譬如说,客人是外国政府要人。为此你可以参阅詹姆斯·E·洛特写的《实用礼宾》一书,休斯敦古尔夫出版公司出版,1973年。作者是休斯敦市前礼宾官。这本书从席位安排到车队排列以及新闻发布等一系列问题都提出了极好的指导意见。洛特写道:“对大多数接待活动来说,非正式的方式往往是最亲切随和的。”他引用朗费罗的话:“在性格,在风度,在作风,在一切方面其卓越之处均来自简朴。”

作为取样,洛特列举了在较为正式场合的几点简单礼仪:在午宴桌上放上席卡,事先编好一张名单写明出席午宴者以及他们的头衔和职务,指明谁是主人;最后,不要认为非去最好的餐馆不可。林登·约翰逊总统在自己的牧场里用得克萨斯式的烤肉野餐款待外国显要人士。大多数外国客人都感到非常高兴,这些做法总会给人以休息消遣的机会,同时也体现了一种美国的生活方式。

你当地的图书馆也会藏有论述较为正式场合的礼节问题的书籍,书中会就以下问题提出建议:恰当的邀请方式,鸡尾酒招待会,挑选酒类,欢迎队伍,选择食物,首桌座次,国歌,国旗,餐桌形式,不同形式和大小的餐桌的席次安排表,各显要人士重要性次序说明等。此外还有更受欢迎的作者写过精彩的有关礼仪规定的参考读物,埃米莉·波斯特和利蒂希亚·鲍德里奇只不过是其中的两位而已。

可是你还得有所准备;偶尔也会自食其果——一个看上去似乎很好的接待做法竟会适得其反,使你十分苦恼。我就有此

经历。那是接待我们的丹麦批发商。我决定请他参加公司男人俱乐部的一次典型的社交活动。我们在农村小木屋每月聚会一次。那里没有自来水,我们用烤架烹煮食物,打垒球,喝啤酒,然后有人出来说一番话或作些表演。那一夜,我们的节目是一位男式理发师为俱乐部的一位成员作理发实际操作表演。几个月以后,我得知那位丹麦人对那天晚上的活动如是描述:“那些美国人真奇怪,他们拥有众所周知的各种现代化的设备,可是他们偏偏在简陋木屋里聚会,在室外烟雾迷漫地烧烤食物,还在树林里小解,而最后——作为娱乐活动——他们竟坐在一起观看理发师当场表演理发。”

“S”打头的字——“性”(Sex)如何办?

如何对待“性”?顺便说一下,这个问题有两个方面。一方面是指性娱乐中的“性”。在商务接待中什么情况下会有“性”的问题?另一方面是,在这样一本著作中如何讨论“性”的问题而不冒犯某些人?

首先,³⁰多年来我接待过大批来自世界各地的商人,从来没有任何人要求或表示希望雇用性伴侣。我公司的总部设在一座安静的中西部城市。当然如果公司总部是在大城市而那里陪伴服务在电话号码簿上都登有广告,情况就可能大不相同了。

下面一件关于性娱乐的事实际上就发生在我自己的家乡城市。

在我的一位欧洲批发商来访期间,一天我正同他共进午餐,他突然就事论事地问我,“我一直想了解,你们城市里有没有妓女?我没有意识到他是在开玩笑,于是就根据事实直截了当地回答说,“没有。不过,她在医院

里。她最近同丈夫大吵了一场。”在我的那些见过世面的欧洲朋友们听来,这个回答简直带有传奇色彩——城里居然只有一个妓女,而她的一举一动竟广为人知。我可以肯定,这个故事一定传遍了整个欧洲。

在商业接待中应该记住的另一点是,在其他国家里“性”可以而且常常是人们期待的商业接待中的一部分。第7章中有涉及到一位美国商业经理同他的南朝鲜^①商业伙伴的个案研究。第6章关于“商务礼宾”中还有以“国际商务中的妇女”为标题的一节,就美国女商人接待世界各国来的男商人时应该如何做提出了建议。

从我个人的经历来看,我在海外旅行时好几次碰到主人暗示可以提供所谓的“性”娱乐。每一次我都能够既向主人表达了对他们体贴关心的谢意,同时也表明我已幸福地结了婚,我要忠贞于我的妻子。但是有一次在东南亚某国首都,我的批发商的几个销售员密谋策划,坚持要为我提供通宵服务的“女友”。很清楚他们的意思是整夜服务。晚宴时,我私下问批发商,“我该怎么处理这件事?我不想拒不接受而显得粗暴或冒犯你的销售员。我也不要他们认为我没有男子汉气概。但坦率地说,我不能问心无愧地接受这种安排。”批发商笑着说,“不要担心,你就照办吧。问题总会解决的。”销售人员把我和我雇来的伴侣送到旅馆,看着我那不自在的样子,咧嘴暗笑。在休息厅里,销售员们起身离开以后,我的“女友”转身朝我动人地一笑,端庄地伸出手来,说了声“晚安”就悄然离去。很明显,销售商私下同年轻女

^① 应称为韩国。为方便起见照原文译出。后文也有类似情况,不再一一作注。——译者

子打过招呼从而挽救了我。结果是,我们都“保住了面子”,这在远东是极端重要的事。销售员们不会由于我的拒绝而感到难堪;年轻女子也不会在大庭广众面前受窘;而最重要的是,我不必公开拒绝他们盛情招待的这一特殊表示,同时也保全了我个人的荣誉。

北卡罗来纳州夏洛特市的迪克·普里姆就没有我那样幸运了。他在日本旅行时打电话向妻子报告说,在日本有些地方男女同浴是相当普遍的事。他要她知道,他如此做只不过是尊重当地的习俗而已。妻子回答说,“好吧,如果是这样,日本还有另一种习俗,切腹(*hari kari*),你为什么不去试试呢?”

詹姆斯·博斯顿是位讲授交叉文化交流很受欢迎的讲师,他同时也培训美国商业部的官员。他告诉我们“时刻准备着”不只是美国男童子军的座右铭。他说,这句话同样适用于商业和社交场合。他的意思是,某些文化群落同美国的不一样,他们把婚外性行为看成是较为普通和较能接受的,我自己也有类似的经历。博斯顿举了一个在东方旅行的美国商人的例子来说明这个问题。这位商人刚结束同他的东方商业伙伴持久而艰难的谈判,随即听到主人宣布,“很好。我们工作了很久而且很艰苦,现在既然已经完成任务,让我们到附近的妓院去庆贺一番吧!”美国人听了瞠目结舌,不知所措,他转过身去对主人结结巴巴地问道:“但……但你的妻子呢?”东方商人疑惑不解地看着美国人,由于美国人提的这个问题同此事完全风马牛不相干,他更难以相信。最后东方人突然明白过来,回答说,“噢,噢!我懂你的意思。不,不,她不会跟着去的。”

这一切都很好,但是外国来的“十分性感”男性客人如果不怀好意,想勾引美国女商人怎么办?这里举一个身受其害的女商人的例子:“我的拉丁主顾对其兴趣所在毫不掩饰,他不停地

说我那浓浓的眉毛使他神魂颠倒——我得承认这句开场白十分奇特。但是他还不停地触碰我的身体,在他整个访问期间,他变得越来越放肆。我的反应是:笑容可掬,但态度坚决。我总是把他推开,有礼貌地但却是明确无误地让他知道,我们的关系严格地只限于商务。我所以在这里是因为我眉毛后面的脑袋。”

这里的经验教训是:在国际商业中我们必须学会预料到一切意外。如果像查尔斯·库拉尔特在第2章中所说的美国人是“按另一些鼓手的鼓声行进的”,那么同样重要的是承认其他文化群落的人也是随着锡格琴,长笛,风笛,钹和其他各种奇怪的、异乎寻常的乐器的伴奏唱着自己的调子。要去听这种不同的调子,去理解它们。要有灵活性,要把它们看成是一种“舞蹈”而不一定是“下流的舞蹈”。

禁 忌 话 题

谈话既被称作“失落的艺术”又被称作“文明而优雅的艺术”,这是相互矛盾的。在美国肯定是这样,看电视占据了时间,这对提高有意义的、令人愉快的谈话技巧是没有帮助的。

要提高谈话技巧,你可以学习六个有魔力的问题——谁,什么,何时,何地,怎样和为什么?请记住这六个问题。当你必须谈话时,挑出其中之一开始提问。例如:你们那儿同这里相比气候怎么样?你什么时候离开的?你要离家多久?或你一路飞来情况怎样?你以前到过美国哪些城市?你为什么来美国——从事商务还是游览?谁陪伴你一起旅行的?然后根据对方的回答,可以按此六个方面再组织问句。当然要把每次回答中所反映出来的情况牢记在心,不要再重复。提问题是极端重要的,因为机灵的主人通过提问把谈话的中心地位让给客人而自己只需

两耳恭听。有礼貌的问题可令客人高兴,同时也会促使客人滔滔不绝地发表意见。

但是要注意那些不太寻常的提问形式。在达拉斯一位女主人很想知道她的客人对达拉斯的印象如何。她客气地问道,“你觉得达拉斯怎么样?(And how did you find Dallas?)”客人回答说,“我没遇到任何麻烦,我直接飞过来的。”^①还有一个日常的问题被误解了的例子。这是著名的丹麦喜剧演员维克托·伯厄提供的。他说他的一个丹麦朋友到美国机场售票处去买一张来回机票。“到哪里?(To where?)”售票员问。“当然回到这里啰,”丹麦人说。

且不说那些会引起问题的问题,还有众多其他谈话领域可能是应该回避的。以下是一些有关谈话禁忌的简短而重要的事项:

- 宗教 它通常被认为是非常个人的问题。除非客人首先提出,或者你们已经相当熟悉,否则最好避免涉及。1989年萨曼·拉什迪事件向全世界表明,宗教信仰会成为非常具有爆炸性的问题。由于拉什迪的著作在虔诚的穆斯林看来是对安拉(Allāh)^②的亵渎,伊朗的阿亚图拉·霍梅尼下令把他暗杀。伊斯兰教义的另一重要方面是只有安拉能卜知未来。虔诚的穆斯林认为想去预测未来是愚蠢的。因此对谷物或油价的前景或预期的提问,甚至对旅行日程的提问都要倍加小心。穆斯林在他们的谈话中

① 答非所问是由于对问句中的“find”理解上有问题,“find”这个单词可解释为“认为”,也可解释为“找到”。——译者

② 即真主,伊斯兰教信奉的唯一神的名称。——译者

不时强调“Inshallah”^①一词,意思是“如果安拉允许的话”。所以如果你问客人下周到哪里去,他也许会回答说,“去纽约”,但马上他会转而强调“Inshallah”(附录中有在各国占主导地位的宗教一览表,它可帮助你事先知道客人所在国家的主要宗教的一些情况)。

- 政治 这常常是需要设法绕开的棘手领域。任何举止得体的主人决不应该说任何可能被解释为批评另一国家政治的话。当然在主客双方已经相当熟悉以后,也许可以并且恰当地去讨论一下世界形势和外交政策。但在讨论时一定要表现出完美的政治家和外交家的风度。如果你的客人希望讨论政治,一个标志是他或她可能通过问及美国政治方面的问题而引起讨论。
- 高度个人的问题 那些我们可能认为是个人的问题对其他人来说却是一盘明棋,反之亦然,这一点是显而易见的。例如在英国人当中个人隐私是神圣不可侵犯的,因此连美国人习惯于说的开场白“你做什么工作”在英国得体的社交圈子里会显得鲁莽无礼。我们在美国是以我们做什么工作来确定自己的身份,在英国则不然。对英国人提这一问题究竟无礼到什么程度,我想,可能相当于问我们“每年收入多少”或“你的房子值多少钱”一样。附带说一句,在有些文化群落,这些问题会突然向你袭来,而且被认为是完全相宜的。在那种情况下有礼貌的回答可以是:“在我们美国这里,邻居之间和同事之间对这类事也常常感到好奇,但是大家认为这是个人

^① Inshallah——阿拉伯文,音译为印沙安拉。穆斯林把自己的心愿托付安拉时的诵言,意为“如安拉允许的话”或“如蒙天佑”。——译者

的事通常不愿公开。”提问题的人听了会懂得你的意思。东方人同样不喜欢直率的、有关个人的问题。在远东坦率直言被认为是粗鲁无礼的。同他人的关系和睦则普遍受到欢迎。“面子”即自我尊重和名誉,在任何时候都必须予以保全。

- 说“不” 在很多文化群落里直截了当地说一句否定的话或是表示拒绝都是困难的。西方人说日本人在这方面表现得尤为突出。他们总会有很多办法避免在谈话中简单地说个“不”字。在书面形式中,在谁也不会得罪的情况下,也许会出现一个“不”字。因此类似“这会非常困难”这种回答可能就表达了“不”的意思。当日本人想要说“不”的时候,他也许会说,“我将尽力按你的要求去做,但是如果我做不到,我希望你能理解。”不愿意说“不”是因为不想破坏融洽气氛。印度支那人(包括越南人,柬埔寨人,老挝人和赫蒙^①人)也都如此。在所有这些文化群落中重要的是“正确”地提出问题。例如不要这样提问:“你觉得在美国最难办的是什么?”因为这种问题很自然地包含着批评的意思,因此可能使美国人丢失面子。最好这样问:“你在来美国之前希望在什么方面能够做好更充分的准备?”或者提供一些选择余地:“美国人做了哪些事对你帮助很大?什么事引起你最大的担忧?”另一窍门是把问题提得无论怎样回答总是肯定的。例如不要问“你是否愿意来参观我的工厂?”(这需要“是”或“不”作回答。客人也许为了维持那十分重要的融洽气氛而回答“是”。)而可以这样问:“你是愿意

① 越南苗族自称赫蒙(Hmong)人。——译者

来参观我的工厂,还是,也许你的时间太紧了?”这种问题,不管选择哪一个都是作肯定的回答:“是,我愿意去参观你的工厂”或“是的,我的时间太紧了”。但是,如果你认为这一切太复杂了,那你可以先试着提些地理方面的问题,如国家的疆界和国家的位置等。

- 地理 全国地理学会会长吉尔伯特·格罗夫纳说了这么一件事,当时任埃及总统的安瓦尔·萨达特得知一位非常有影响的美国参议员多次表示来埃及访问的强烈兴趣,以便更多了解中东的这一重要国家。萨达特于是向他发出个人邀请,他立即乐意地接受了。参议员受到最高规格的接待,萨达特亲自陪同他参观金字塔,阿斯旺水坝以及埃及的其他珍藏品。站在红海之滨,参议员对萨达特说:“真了不起,我一直想来这里看看波斯湾。”格罗夫纳后来评论说,“我可以肯定,萨达特得出的结论一定是:对基本地理知识如此无知的任何美国官员在国会里不可能举足轻重。”

这里的教训是:基本的地理知识,特别是有关你客人所在国的地理知识是极端重要的。一次的失言会给萌芽中的关系受到霜冻。下面是一些重要的基本地理知识,你应该把它们妥善地储存在脑海中以便同国际客人交谈时得到帮助。

1. 有两个不同的爱尔兰:爱尔兰共和国,占全岛的大部分,都柏林是其首都;和北爱尔兰,联合王国的一部分,其首府是贝尔法斯特。

2. 比利时也有两个重要的组成部分,虽然政治上不像爱尔兰那样一分为二。佛兰德人住在北部,其语言同德语和荷兰语相近;瓦龙人住在南部和东南部,说法语。两个民族在气质,举

止和文化方面迥然不同,他们反映了或是荷兰或是法国的传统。

3. 斯堪的纳维亚人和北欧人这两个词经常被混淆或当作同义词使用。北欧人指斯堪的纳维亚的主要种族高加索人的一个分支。北欧或斯堪的纳维亚地区从格陵兰一直延伸到冰岛,挪威,瑞典,丹麦和芬兰。从种族和语言上来说芬兰人和其他各国人是有区别的,但习俗和生活方式则完全同斯堪的纳维亚人一样。把瑞典人,挪威人和丹麦人统统不加区别地说成是斯堪的纳维亚人,他们都乐于接受,但在保持各自的国民个性和语言方面仍然十分在意。同时要记住在第二次世界大战中德国人占领过挪威和丹麦,但瑞典始终保持中立。某种不愉快情绪依然存在,所以在沿北海海岸如蛋壳那样薄脆的文化敏感问题上谨慎行事是有益的。

4. 区分东德和西德是极端重要的。这是两个非正式的名称。东部的正式名称是德意志民主共和国,简称 GDR;西部是德意志联邦共和国,简称是 FRG。^①

5. 北朝鲜和南朝鲜也同样如此。北方的正式名称是朝鲜民主主义人民共和国,而南方是大韩民国。这两国之间的关系仍然很紧张。

6. 如前所述,印度支那人指越南人,老挝人,柬埔寨人和赫蒙人。

7. 澳大利亚人和新西兰人如果被混淆都会感到恼怒。美国人常常企图对此加以掩饰,说什么,“哦,你们说话听上去都一样。”这样说还不行。要努力去正确地称呼他们。在未经训练的美国人听来,南非人的发音也同澳大利亚人或新西兰人一样,但

^① 作者著书在前,东德和西德已于 1990 年 10 月统一为德意志联邦共和国。后文也有类似情况,不再一一作注。——译者

这像是说加里·普莱耶^①是澳大利亚人而鳄鱼先生^②是从开普敦来的一样可笑。

8. 即使对我们的老朋友联合王国,多数美国人并不知道大不列颠、不列颠和英格兰的区别。正确的用法是:大不列颠是包括三个不同的政治区域——英格兰,苏格兰和威尔士——的岛屿。如果把北爱尔兰也包括在内,那就应该称之为联合王国。

9. 穆斯林指信奉伊斯兰教的人。尽管字典上称这种宗教为穆罕默德教,因为其创始人是穆罕默德;但是这样称呼它是不礼貌的。还要记住聚居在地中海沿岸阿拉伯或伊斯兰区域的19个国家,他们从“温和”到“极端”各不相同。这既指他们的政治立场也指他们的宗教热情。譬如说,埃及人,沙特人和约旦人无论在政治上或宗教上都被认为是比较温和的。

10. 加拿大人不喜欢被称为“美洲人”(见第10章加拿大人一节)。

11. 我们南面的邻国墨西哥的正确全称是“墨西哥合众国”。

12. 最后,避免开任何种族玩笑。这也许听上去是显而易见的,但并不一定。你会发现新西兰人讲爱尔兰人的笑话,比利时人讲荷兰人的笑话,荷兰人讲比利时人的笑话等等。这的确令人惊讶。不论国之大小,种族玩笑俯拾皆是。在意大利人们说库内奥(米兰市外一小城)人的笑话。加拿大人说纽芬兰省人的笑话。在内战肆虐小小的黎巴嫩之前,那里的人实际上也在讲着流传世界各地同样的基本的种族笑话,但那里嘲笑的靶子是一个叫霍姆西小村庄的居民。可是尽管这类笑话看上去也许

① 加里·普莱耶(Gary Player,1935—),南非高尔夫球运动员,也是现代最杰出的职业高尔夫球运动员之一。——译者

② “鳄鱼先生”(Crocodile Dundee)是同名澳大利亚电影中的主要角色。——译者

无处不在,也许会诱使你说出自己的一连串种族笑话来——但千万不要这样做。

个 案 研 究

以下是国内某些有经验的商业经理提供的两个有关国际客人的实例:

在厨房里的摩洛哥人

北卡罗来纳州夏洛特市某商人承担了款待摩洛哥主顾的任务。美国人发现他的客人对美国餐馆已经厌烦了,所以一天晚上他冒险邀请摩洛哥人来家作客。“他随带着两个妻子和五个孩子来我家,”主人解释说。“我家没有人会说阿拉伯语或法语,但尽管如此我们还是设法使客人们很快感到如在家里一样自在。最后大家都挤在厨房里蒸粗麦粉(摩洛哥人最爱吃的一种食品);接待很成功。他们在外旅行了两三个星期,很高兴再来煮些家乡饭吃吃。坦率地说他们把厨房弄得乱七八糟,但我们两家人度过了一个美好的夜晚。我可以肯定在我家度过的这一夜巩固了我们之间的关系。此后我们成了好朋友,商业上的好伙伴。”

鱼宴上的意大利人

威斯康星州的华盛顿港的一位建筑设备商得知他的意大利销售商已去过美国的東西两岸,但从来没有到过美国的中心地带。于是他迅即邀请意大利人去威斯康星州作客。飞机到达密尔沃基机场,意大利人看到密歇根湖感到十分惊奇,他没有想到在美国的中部会有如此大的一个湖泊。美国主人租了一条鱼船

准备带销售商及其 17 岁的儿子去湖里钓鲑鳟鱼和大马哈鱼。因此他们从机场直奔码头。整个钓鱼游览活动都拍了照并录了像,然后大家回到美国人的家。在那里主人安排了一次边烧边吃的鱼宴,这是该地区的特别习俗。他们把白鲑鱼和蔬菜放在一只巨大的金属锅里,放在火上烧。水滚了以后,厨师在火里加上燃料油。结果火势上窜,形成巨大火球,颇为壮观。滚滚开水溢出锅外,鱼油也随之漂走。“我们还用了一些其他的鱼,但是我想意大利客人一定认为我们是在煮他们今天的捕捞所得,”主人解释说。“我还请了几位其他意大利人作为陪客,这样我的销售商会过得更舒服自在一些。另外我请商业助理的 17 岁的女儿来陪意大利人的儿子去兜风。年轻人在一起可以听听他们喜爱的音乐,并可在郊外开车游览。这一天直到晚上的活动很明显是一次巨大的成功。我想其原因是:第一,对我的商业客人来说这是一次独特的经历;第二,因为我们考虑周到增加了一些小小的特殊手法,这位重要的主顾不会不注意到。”

小 结

款待国外来客的艺术值得研究、思考,还要有点勇气。做得好,会带来热情的回报,就像你为最亲密的朋友找到了十全十美的礼品一样。做得不好,你可能要冒失去一项重要的商业合同的危险。

没有人会全部记住类似这本指导书中提出的有关接待工作的各种细节和规则。但是你能够做的就是对自己的责任更敏感一些,更了解一些,更认真一些。做些研究和事先计划。不要对什么事都想当然。心情愉快地学习。同时要记住,对我们的客人来说,在我们国家最简单的事——如萨蒂什先生和他的袋泡

茶——也可能是完全新的经历。

知道这一切以后,客人的行为中还可能有不少令人吃惊的事。让一对讨人喜欢的、爱交朋友美国夫妇约翰和弗雷达·吉布说说他们的经历吧:

约翰和弗雷达在地中海游船上结识了欧洲来的一位寡妇,他们相处很好。通常对在船上结交的友谊结果总是在分别时说上一句,“哪天你一定来美国看我们。”几个月以后,这位寡妇写信来说她计划到美国旅游,并希望能见到他们。约翰和弗雷达立即再次发出邀请。这位夫人5月1日到了美国。碰巧约翰和弗雷达是非常好客的,他们两人全身心地投入接待,为她安排了令人难以忘怀的日程。这位夫人对他们的盛情接待非常高兴。最后,经过3个星期马不停蹄的社交聚会、观光游览,6月份眼看就要到了。这对美国夫妇几乎已经精疲力竭,难以为继。他们壮胆问道,“嗯,你还希望看些什么?”这位夫人沉思片刻回答说,“是的,我想我希望看看7月4日,你们的国庆。”

4 用餐差别

玉米棒子也许同南瓜馅饼一样都是美洲人的典型食品,但是它们都可能害得你的客人急急忙忙去找帮助消化的药。

早 中、晚三餐听上去很简单,但事实并非如此。种族中心主义的美国人总爱认为用餐是最基本的活动,因此各人做法都完全一样。但事实上用餐这件事远非如此简单,并不都是肉加土豆。不管我们是多么地用心良苦,来美国的游客很可能每天晚上回到旅馆房间都要吞下胃药以缓解胃部不适。这都是我们美国人的那种令人不舒服的用餐方式——和时间——造成的后果。

本章将讨论这一相对简单的老规矩,用餐;剖析美国人的习惯并与其他文化群落的习惯进行比较。我们首先讨论用餐时间,我们喜欢在一天中什么时间进食,并同世界各国的用餐时间作一比较。然后我们再来看看这个古怪的吃玉米棒子的癖好。我们不仅可以学到哪些美国食品对外国游客来说是奇特的(甚至会引起恶心),还会了解到哪些他们喜爱的食品在我们看来也许同样令人作呕。接下来我们将讨论用餐地点和用餐方式。甚至我们的餐馆和刀叉使用在尊敬的外国游客们看来可能也是奇

特的。你将得知美国的自助餐厅会把外国游客搞糊涂,还会知道小时候母亲对你说过用餐时一只手要放在膝上而德国母亲们对孩子的教导恰恰相反。

饿了?很好。设想你陪伴几位国际客人出去用餐,顺便调查一下美国文化在用餐的时间、内容、地点和方式方面与其他文化相比有何不同之处。

用 餐 时 间

黎明在世界各地是以完全一样的方式出现的,可是自那一时刻开始,全世界用餐的方式和习俗却同各地的气候一样千变万化。举例说,在中国西部的一些省份,每天例行的问候语是“你今天吃过了没有?”注意所提的问题不是“你今天用过早餐或午餐或晚餐了吗?”

纵观历史我们并不总是一天吃早、中、晚三顿的。中世纪的习俗是一天吃两顿,再加上一段禁食时间。

但是为了给最年幼与最年老的人以特别营养,允许他们“打破禁食”(break the fast)吃第三顿,因此就有了“早餐”(break-fast)一词。在美国我们还加了一个独特的变异形式“早午餐”(brunch),海外一般不了解或不常这样做。事实上甚至很难在有些美国词典里找到这个词。所以在招待来客时,不妨吃一顿美国式的早午餐,体会一下这种新奇的习俗。

我们在美国,习惯于称中午的一顿为“lunch”,通常只是简单地吃一点。同样从历史上看,情况并不总是这样。在早年当美国还是农业国的时候,一天的主要一餐是在中午吃的。随着美国迅速城市化和工业化,情况就改变了。今天很多美国人似乎在中午都是简单吃一点,而宁可在晚上笃悠悠地饱餐一

顿。

在接待国际游客时必须记住的非常重要的一点是：大多数海外居民一天的主餐是在中午而不是晚上。睡觉前饱餐一顿会使游客非常不舒服,就像要我们在早餐时吃英国的“熏制鲑鱼”一样难受。

在接待外国游客时,究竟吃多少和何时吃这件事会引出一系列独特的问题。以下是几个例子:

- 华盛顿特区前礼宾司司长利蒂希亚·鲍德里奇为法国总统密特朗来访安排了一次午宴。席间鲍德里奇询问邻座的一位法国高级官员,在这里同美国人谈公务最使他恼火的是什么。他毫不犹豫地宣称,“在早餐时谈公务!你们美国人进早餐时总是不停地讨论问题——简直使人精疲力竭!”
- 美国人喜欢匆忙用一点“汤加三明治”作为午餐,而多数其他文化群落的人并无此爱好。有一次一位拉美销售经理告诉我,他弄不清楚什么是“汤加三明治”(他以为是一个单词),于是去查字典,可是没有找到。
- 作为主人,周到的做法是问一下客人是否希望在中午用主餐还是愿意试试美国人的习惯。即使他愿意一试,中午时最好还是陪客人到餐馆去。在那里既可随意吃一点,也可正式用餐,让客人有所选择。
- 其次该记住“中午”并不一定意味着“正午 12 点”。例如在墨西哥,午餐在下午 1 点半才开始或者更晚一些,一直可延续到 3 点半左右。同样,考虑周到的主人可以询问客人一般在什么时候用午餐。

- 语言纯粹主义者认为,美国英语中的“dinner”指的是一天中的主要一餐,可以放在中午也可放在晚上。“supper”是指晚上的一顿,特别是量很少的一餐。不同的语言可能使用不同的词并有不同的涵意。认真负责的主人不但可以请教客人有关他本国的午餐和晚餐问题,还可以讨教一下用哪些术语是恰当的。
- 如果外国人中午用主餐,那么他们晚上吃什么呢?答案是一般来说少量的食物——也许只是一些奶酪和水果。一定要问清楚客人的习惯。
- 在美国主餐的时间是下午 7 点左右,也可能 6 点或 8 点。在其他国家常常更晚一些,西班牙人尤为突出。在西班牙不到晚上 10 点以后通常是不开始用主餐的。
- 在接待英国人时你可能会听到“午后茶”(afternoon tea)和“傍晚茶”(high tea)这两个词语。按照“礼仪小姐”专栏作者朱迪思·马丁所说,“在下午较晚的时候,喝些茶,吃少许三明治和甜饼,这称作‘茶’或‘午后茶’。而‘傍晚茶’则非如此,它是非正式地用来替代晚饭;有一些鸡蛋和罐装肉等食物。”

我们吃些什么

以下所列是在美国很普通的食物,而很多外国游客却认为异乎寻常,也许甚至十分反感:

果酱软糖

粗米粉

西瓜(和吐瓜子竞赛)

质量低劣的白面包(内含防腐剂)

爆玉米花

山核桃或南瓜馅饼

白薯

番茄酱

奶酪(对多数东方人来说)

烤火鸡

热狗

龙虾

玉米棒子

拿玉米棒子来说,多数美国人完全不知道在世界上几乎所有的其他国家里玉米只是用来喂牲口的。而我们美国人则剥下玉米穗子,放在水里煮,再调入黄油加些盐,然后就像发了疯似的打字机那样嚼了起来。

想象一下我们那副模样:脸上滴着黄油,牙缝里还塞着些碎玉米。此时此刻我们还笑着对客人说,“是好吃吧!”难怪客人们暗自思忖:“他不但招待我们吃牲口的食物,而且他自己吃起来还真像头牲口呢!”

另一件令人吃惊的事也许就是我们在美国吃到的所谓意大利菜,墨西哥菜和中国菜并不一定同在意大利、墨西哥和中国吃的一样。我们的意大利面制品同意大利餐桌上的面制品有天壤之别。我们这里是在极少量的面制品上加上大量的调味汁,而在意大利其比例正好相反。至于墨西哥菜,我们在美国吃墨西哥的 fajitas,而在墨西哥却通常找不到这种食物。而我们的中国菜则多数是美国人自己的创造,同中国那各具明显特色的三大菜系:广东菜、北京菜和四川菜迥然不同。

你相不相信中国签饼^①完全是美国人的发明创造？事实的确如此。大多数中国人从来没有听说过签饼，更不必说吃过了。签饼的起源可以追溯到 12 世纪的中国，当时人们在月饼中嵌入带有信息的字条。而我们现在的签饼可能是 1912 年左右洛杉矶的一个做面条的人发明的。不管情况究竟如何，不要把签饼强加于东方客人身上，还自以为是让他们尝尝家乡食品的味道呢。

上面提到的一些很难说是包罗万象的。要有所准备，还会遇到更多的令人吃惊的事。实际上，本书一再重复的主旨是鼓励你自己去发现这一类新奇的、各不相同的文化怪癖（附录中就如何收集这些重要的怪癖提供了一项个案研究）。

我们美国人自己也有文化怪癖。譬如说，为什么对吃马肉有禁忌？马肉既营养丰富又美味可口，但是美国人是绝对不吃马肉的，至少在确知是马肉时绝不沾口。这种禁忌同口味或者卫生习惯或者因为想到食用牛仔的最好的朋友是为不敬等原因毫不相干。据塔德·图莱亚的那本材料丰富的《奇特习俗》（哈莫尼图书公司，1987）一书所述，对马肉的偏见始于公元 732 年，当时教皇格列高利三世命令禁止马肉上基督徒的餐桌，因为食用马肉是异教徒德国人宗教仪式的常规做法。这一文化偏见延续至今。

现在让我们撤去摆满奇特菜肴的餐桌，再来看看其他各国的怪异食品。说到出人意料的食物，我们的国际游客也不是无瑕可击的。以下是几样各国特有的美味佳肴，它们至少会使某些美国人毫不掩饰地流露出厌恶表情：

^① 签饼 (fortune cookie)，中国餐馆的折叠形小饼，内有纸条，上写预测运气的格言或幽默套语。——译者

日本	寿司或生鱼片
香港	鱼翅汤
南朝鲜	狗肉
墨西哥	蚁蛹, 烤蚱蜢, 飞虫
中华人民共和国	熊掌汤, 油炸牦牛肉, 生猴脑, 海参, 食蚁动物, 蝙蝠或 煸炒蜜蜂
英格兰	烟熏鲑鱼
荷兰	生鲱鱼
苏格兰	香羊肚
约旦	羊脑(看上去像橘黄色的球 芽甘蓝菜)
挪威	驯鹿
沙特阿拉伯	羊的眼球
拉丁美洲	章鱼

说到寿司,也就是日本人的生鱼片^①,有一次我陪我的拉美销售经理(就是在字典里找不到“汤和三明治”一词的那个人)到日本去,我介绍他吃这种价格昂贵的日本美食。他研究了一番问道,“他们叫它什么?”我解释说日本人称它为寿司。“寿司?”他说。“啊,在我的国家我们叫它饵食。”

还有更新奇的事,去香港的游客也许会被请到一家特别的饭店,那里的人当着你的面把一条活生生的蛇从盛器中取出,刺破其胆囊,取出胆汁。于是主人期待你这位客人去喝胆汁。其原因?胆汁被认为是极好的催欲剂。

^① 原文如此,有误。寿司与生鱼片是有区别的。寿司即拌醋的米饭制成的饭团,外加生鱼片或其他食物。而生鱼片则是生鱼切成片状。——译者

面对这些你尝起来怪异、难以入口的食物该怎么办呢？这里有几条建议，都是饱经世故的旅行家们提供的。其中有当主人的，也有当客人的：

- ☐ 我的方针是简单明了地对外国朋友说，“不要告诉我这是什么。”
- ☐ 快速吞下。
- ☐ 把它切成薄片，权当鸡肉吃。
- ☐ （在东方的文化群落中，则说）“哦，我不能吃那个，我不敢当。”
- ☐ 把盘子移来移去，假装在吃。千万不要脸色发青。

密尔沃基的伦伯特·威克兰大主教估计自己至少出访过 35 个国家。在这些访问中他曾经吃过油炸毛虫，鱼眼睛和受过精的鸭蛋等异国菜肴。他的建议是，心中要想着一些自己熟悉的合口味的东西。譬如说面对毛虫，心中就想椒盐卷饼，看到鱼眼睛就想软心糖豆。可是他承认在受过精的鸭蛋面前，他这一招失败。“我在自己的文化中努力搜索求救，”他说，“但什么也想不出来。”

让我们再回到美国的古怪东西，外国游客至少会举出两种美国的主要饮料——冰水和咖啡——作为例子。来美国的外国人经常评论说，在美国到处可见冰水，每一家餐馆的桌上总是神圣不可侵犯地放着一杯冰水，而在很多其他国家根本就没有这种做法；餐桌上或是放杯水但不放冰块或是放一瓶矿泉水。

然后还有咖啡。在美国日益普遍地饮用脱咖啡因的咖啡，这种习惯尚未迅速地传遍海外。特别在有饮咖啡传统的文化群落如意大利，巴西，哥伦比亚，土耳其和中东更未受此影响。那里的

人们喜欢又浓又稠的咖啡,所以当你斜着杯子想喝咖啡时,你会突然发现一团烂泥似的咖啡浆慢慢出现在你的眼前。这些国家的人认为我们的咖啡没有力道。所以当服务小姐问“要脱咖啡因的,还是一般的?”外国客人的反应很可能完全是不知所措。

到美国餐馆用餐的外国人对于一开始就送上咖啡的做法也十分惊讶。当然用餐结束喝杯咖啡几乎已是相当普遍的事,可是某些咖啡术语仍会令人茫然。英国出生的一位公共关系部经理伊恩·克尔一次去美国中西部一个小城市他的顾客的总部访问。一天晚上,他在当地旅馆用餐结束后,女招待很有礼貌地问:“要咖啡吗?”“要,”他点点头,“请给我一小杯清咖啡。”女招待立即回答说,“对不起,我们这里只有桑卡^①。”

连美国的早餐对很多游客来说也会是不易接受的。举例说,欧洲人的早餐通常是硬面包卷、果酱和各种冷肉和奶酪。他们不喜欢传统的美国火腿鸡蛋和甜饼,就像美国人早餐不吃米饭一样。在澳大利亚有肉有蛋的丰盛早餐是很受欢迎的,但是他们不喜欢我们美国人的甜饼。关于西德来的客人有一鲜为人知的事实可以记住并加以利用从而使他们为之感动:同其他任何民族比较起来,德国人人均消费的蜂蜜最多并且特别爱好在早餐时食用。因此在西德人的餐桌上放些蜂蜜可以显示出主人的特殊关心,也体现了作家马撒·斯图尔特的说法:“伟大的主人是用对待自己家人那种特殊关心来对待客人的人。”

美国主餐桌上最经常出现的菜肴是什么?当美国主人向香港来的著名进口商提出这个问题时,该进口商迅速但颇为巧妙地回答说,“嗯,你们的确消费不少牛肉,是吗?”这里可汲取的教训是,多数来美国的访问者十分欣赏我们那厚厚一大块上等肋

^① 桑卡(Sanka),一种咖啡的牌子。——译者

条牛肉,牛排和汉堡包,而且吃得津津有味,但是过多的浓味牛肉也会令人吃腻。事实上有些人,如阿根廷人,认为我们的牛肉没有他们的质量好,而有些人干脆就是不习惯吃这种牛肉。

可以考虑用典型的美国式的室外烤肉招待你的客人,不论是烤汉堡包,牛排还是烤鸡都行。在他们看来,我们的烤架,炭砖,别致的点火器和其他一些器具同食物本身一样都是不寻常的而且常常令人喜爱。可是要记住,在室外盆火上烧烤食品早在直立人(即猿人时期)之前就已经有了,因此很容易在其他国家发现一些变异的做法。巴西人以他们的 *chariscos* 而著称,那就是在烤肉架上烤各种肉类。另一令人难以忘怀的景象是:在中东伊拉克的底格里斯河岸上,生着盆火,从河里捕捞出来的鲜鱼一条条套在一头插入土中的很多木杆上,木杆则斜对着熊熊烈火烘烤。对美国的传统(棒球运动,热狗,苹果馅饼和烤肉)我们可以感到自豪,但记住这些并不一定都是我们的发明创造。热狗始于德国的法兰克福,这也说明为什么它们叫作法兰克福香肠,这不过是其中一个例子而已。(美国“热狗”这一名称,据奥斯卡·迈耶公司说,起源于1900年纽约市的波罗广场。在一个寒冷的傍晚,小吃店的摊主供应“达克斯猎狗香肠”。他高声叫喊“烫得发红”以兜售他的食品。第二天报纸上出现了一幅漫画,描绘面包卷里的一条猎狗,“热狗”这一名称因此问世。)

全世界各种饮食规定实在是深奥而复杂,难以在此一一介绍,但是在这里提供几条建议和指导原则也许还是有用的。

- 来美国作客的穆斯林与日俱增,尊重他们的饮食习惯至关重要——甚至是关键性的。对严格遵守教规的穆斯林来说,猪肉是绝对禁食的。精确地说,任何食腐动物(猪,山羊,狗和各种鸟类,有些穆斯林认为龙虾和蟹也

属此类)都在禁忌之内。任何分趾蹄动物或用这类动物的油烹饪的食物都禁止食用。禁忌清单中包括各种形式的猪肉(火腿,腊肉,香肠等)以及使用猪的产品(腊肉油和猪油等)制作的食物。这还包括里面用了猪肉的面制品,砂锅食品和法兰克福香肠。浸在酒中烹煮的食物也在禁忌之内。考虑周到的美国主人事先必须检查菜单,甚至可以仔细询问厨师,然后告知穆斯林客人哪些菜是绝对安全可以食用的,让他们放心。这种禁忌在虔诚的穆斯林看来极端重要。据一位老经世故的美国国际商人说,当他那位从中东来的虔诚的穆斯林客人事后得知,他曾不自觉地吃了一小块包在嫩小牛排外的腊肠,就猛地跳起身来,奔向盥洗室呕吐不已。

- ☐ 印度,巴基斯坦,孟加拉国等国来的游客往往是素食者。但是佛教并没有饮食限制,因为它是纯粹属于个人的信仰。个人可以决定自己的饮食禁忌。佛教徒厌恶杀生,因此有些佛教徒不食肉类。多数美国餐馆可以轻而易举地满足这种要求。素食者也习惯于事先言明,所以这通常不是一个问题。
- ☐ 正统派犹太教徒不吃猪肉或贝类海鲜,也不吃牛的某些部位,“kosher”的意思是“按犹太教规制成的,洁净的食品”,所以如果牛羊或家禽按犹太教规屠宰,就可以食用。牛奶和肉类不可以同时上餐桌。
- ☐ 在香港或南朝鲜没有迷路的狗。因此无需多说了。
- ☐ 在日本盘中食物的外观同食物内在质量和味道同等重要。在餐馆橱窗里不仅摆着菜单,而且还有一盘盘完全同实物一样大小的复制食品(出乎意料的是这些塑料复制品很多是在美国生产出口到日本的)。你只要想象一

下跳芭蕾舞般的日本茶道,它会帮助你记住在日本式样和外观的重要性。招待客人喝茶本是极为平常的事,但日本人把它提高到成为一项真正的艺术。

- ☐ 在意大利和法国常常不是在主菜之前而是在主菜之后上色拉。
- ☐ 来美国的游客对这里每盘菜量之多往往惊叹不已。在多数其他国家通常每盘菜量较少。而且在欧洲大陆的餐馆里厨师常常在你的餐桌旁烹饪或切割食物。然后各人先分少量,需要的话可再取第二份。在典型的东方餐馆进餐,其习惯也是每份菜量较少。
- ☐ 日本游客特别欢迎各类牛肉,尤其是牛排。他们也喜爱新鲜瓜类。这是因为在日本这两样都是供不应求而且极端昂贵。

最后,对餐桌上的任何事都不能用想当然的态度对待,这是重要的。就拿“*entree*”这个基本词来说吧,它是菜单上的一个不可或缺的部分。对美国人来说 *entree* 是一道主菜——拉丁文称之为 *plata fuerte* (直译为重头菜)。可是在欧洲或其他一些国家,*entree* 是第一道菜,就是美国人所谓的“开胃菜”。如果不了解这一点,当你问客人“你想吃一道什么主菜(*entree*)?”时就会引起混乱,他或她以为你在问希望要点什么“开胃菜”,而你问的却是要什么主菜。结果引起的令人糊涂的对话简直可以同阿博特和科斯蒂洛合演的杂耍节目《谁先演出》^①不相上下了。

^① 阿博特和科斯蒂洛(Abbott and Costello)是美国 1929—1957 年舞台剧、广播剧和电视剧中极受欢迎的喜剧搭档。他们在电视上多次演出的最有名气的杂耍节目是《谁先演出》。——译者

用餐地点

很幸运,美国的餐馆多种多样、无奇不有。只要认真去找,尤其在大城市里,什么国家的菜肴都可找到。即使在中等城市你也可以得到令人高兴的选择。举例说在威斯康星州麦迪逊市中心风景如画的议会大厦广场,夏日中午游客们可以尝到中国,墨西哥,印度支那,越南,印度,德国,法国,英国的各种菜肴,当然还有麦当劳快餐食品。

一旦走进餐馆,全世界各国人民进餐的各种惯常做法正如他们的菜单一样千差万别。譬如说在法国老主顾通常带着爱犬来饭店进餐。爱犬的主人会请服务员把狗带到厨房里去吃些东西,这在法国是很普通的事。纽约州奥尔巴尼市一家旅行社老板南希·多德说,她有一次陪伴一对法国夫妇和他们的鬃毛狗到日本旅行。在一家日本餐馆内,这对夫妇用手势招呼服务员把狗带到厨房去吃些东西。服务员应从而去。当他回来时,端出了一盘烧熟了的狗肉。

如果说美国餐馆是我们文化的象征,那海外游客一定会把美国想成是梳着马尾辫、机械行事的女侍者的国土。她们只会说,“我名叫巴菲,我是你们的女侍者。”然后在端菜上桌时,总是这样一句话:“这是你要的菜(Here ya' go)。”对英语知之甚少的游客也许感到奇怪:“叫我到哪里去?(Go where?)”

餐馆里用的美国式英语会使我们的国际游客迷惑不解。芝加哥国际旅游中心的项目经理安·兰说起一件事:一位略懂几句英语的海外年青人走进一家自助餐馆(cafeteria),坐下来等候侍者前来服务。最后有人告诉他这是“自助”餐馆,于是他立起身来,走进厨房自己动手干了起来。

以下还有一些可能会使你的客人感到惊奇的美国餐馆习俗：

- 在美国我们把餐馆分成允许吸烟和禁止吸烟两部分，这种做法在其他国家还不是很普遍。所以一定得让你的客人知道这一正在为大家接受的习惯。
- 餐馆里餐桌和火车座的安排在某些文化群落的人看来也是异乎寻常的。东方国家的惯常做法是大家围坐在一张大圆桌旁，桌子中央有圆转盘（我们称之为“*Lazy Susan*”），上面放着各种菜肴。在西德，餐馆里如用餐者众多但某桌上只坐了一位顾客，你完全可以要求坐在同一餐桌的空位子上。同样，四位，六位或更多的人坐在一起，所点菜肴可以在不同的时间端上桌来。
- 有些国家的人认为餐馆里席位的安排是至关重要的。最保险的做法是把贵宾安排在你的右首或者是正中突出的地位。譬如说在中国，贵宾面对门坐在正当中，两边按次序坐着次要人员。丹麦人则把贵宾安排在女主人旁边。
- 我们的“主题”餐馆可能在外国游客看来也是独一无二的。美国向以多种多样的特许饮食店而著称，从快餐到意大利馅饼，从以牛仔为基调的到专售薄烤饼的饭店，不一而足。麦当劳快餐店和肯塔基炸鸡店在那些风俗迥异的地方如莫斯科和东京同样生意兴隆。

哪些地方是带国际游客去用餐的最好去处呢？这是很好的问题，值得仔细考虑和研究。下面提几条建议：

- 对日本游客,不妨试试你的高尔夫球场俱乐部。现在几乎人人皆知日本人酷爱打高尔夫球,主要因为他们那人口拥挤的岛国很少有地方可辟作高尔夫球场。
- 专售牛排,上等肋条牛肉或烤肉的餐馆通常深受欧洲人和东方人的欢迎,因为在美国那些一块块上等好肉通常是量多质高,而在欧洲和东方则十分罕见。中东人食用大量羊肉,而美国的很多餐馆难以有此供应。可是在拉丁美洲国家普通牛肉俯拾皆是,当然就不是稀罕之物。事实上说到大块鲜美无比的牛排,阿根廷人认为我们的牛肉质量差。
- 几乎所有文化群落的人都爱吃美味海鲜,因此在美国沿海地区请客人们吃那些到处可得的新鲜活鱼是万无一失的。在中西部和其他地区每周五晚以油炸鱼为主的野餐是地方习俗,用此招待游客既新奇又引人入胜,特别是在有浓郁地方色彩的居民区餐馆。

选择用餐地点时,有时看来最不太可能去的地方竟然会成为最值得纪念的地方。有一次我得去接待我的最大主顾一对夫妇,他们每年要从我公司购买近 1000 万美元的商品,这是一项艰巨的任务。夫人是英国人,丈夫是波兰人,他们在东方住了大半辈子,目前在日本生活和工作。凑巧我的妻子和我曾答应带年幼的孩子们去当地四健会^①举行的县集市。我们向尊敬的客人们宣布,大家一起到县集市场去。结果这次活动取得了巨大

^① 四健会(4-H),是美国农业部主持的“四健运动”的组织,其目的是推进农民的教育和社交生活。4个“H”,即头脑(Head)、双手(Hands)、内心(Heart)和健康(Health)的略称。——译者

的成功。他们从来没有在教会的帐篷餐厅里用过餐,也没有吃过德国式油煎香肠,啤酒和家制馅饼。这些食品都散放在有得奖可能的各种鲜花和农村工艺品之中。在一间游艺表演的小房间里,这位先生赢得(也许是买的)一只塞满填料的大老虎送给我的女儿们,这成了我们双方值得长期回忆的一件纪念物。

很自然主人总想带外国客人到专门供应他们国家菜肴的餐馆去:德国人去最好的德国餐馆,中国人去东方餐馆等等。我个人却尽量避免这样做。第一,美国式的各国菜肴常常不是他们在自己国内习惯的那一种;第二,他们完全可以在任何想吃的时候去享用本国菜。我只是在发现国际客人对异国菜肴感到厌烦,也许希望吃吃类似家乡口味时才这样做。

如果想选择一个新奇的地方招待外国游客,选择自己的家似乎是好于其他任何地方的一种选择。当我在全国各地举行关于接待国际游客的座谈会和研讨会时,我常常要求那些有成功经验的参加者谈谈招待客人的最好去处。“你自己的家”总是高居榜首。

显而易见,各地游客总是喜欢看看其他人的家,特别是美国人的家。这样说的根据是带客人去一流餐馆是轻而易举的,几乎是预期中的事。但是我们得记住多数外国商业客人通常来自主要的世界性大城市——伦敦,东京,维也纳,日内瓦,加拉加斯——这些地方一流餐馆到处可见。所以如果不去高级餐馆,那去哪里呢?答案正如电影外星人 E. T.^① 所说“到家里去”。

① 《E. T.》系1982年发行的一部电影名,即 Extra-Terrestrial (外星人或天外来客)的缩写。这部电影中主角自称名叫“E. T.”。——译者

各个民族都抱有一种天生的好奇心想去看看其他人住在哪里,怎样生活。去你自己的家对游客会是一个难忘的经历。例如,从仆佣成群的国家来此的客人看到美国女主人亲自下厨备菜招待客人会感到十分新鲜有趣。美国一位商人反映说,他的南朝鲜客人看到女主人在做菜,便有礼貌地说,“希望你允许你妻子同我们一起用餐。”在朝鲜,妇女的地位不仅是离男人三步之遥,而且在家时也只能呆在厨房里。

让你的客人再看看美国生活的另一侧面,你可以带他去参观你家的地下室。世界上很多很多家庭根本就没有地下室。有一次我领一位英国客人参观我的地下室。首先那些集中供暖和空调设备系统就迷住他了。后来他又问地下室为什么装有水池和炉子。那是因为我的妻子通常在地下室里把水果和蔬菜装瓶贮存。因此我回答说,“装瓶(canning)时用。”他向四周看看又问,“做罐头的机器呢?”我解释说我们并不把水果和蔬菜装在罐头里。“那你为什么说装罐(canning)呢?”他问。我拿以前用过的广口瓶给他看,他耸耸肩,轻蔑地说,“噢,你的意思是装瓶(bottling)是吗?”我马上明白了,英国人说装瓶是 bottling。所以你看,无意去地下室一次对主客双方都是一次学习的经历。

一位接待过来自世界各国客人经验丰富的女主人说,她请人来家吃饭时最成功的菜是烤肉串或是炸鸡,土豆色拉和自制馅饼。烤肉串可以创造一种无拘无束的气氛。每位客人各自戳一块肉放在自己的串肉扦上,然后在烤肉架上烤,而土豆色拉和自制馅饼常常是很多外国客人从来没有吃过的。“然后,”她建议,“吃饭时你只要提出世界杯(足球赛)这个话题,大家就会热烈地讨论起来,保证你可以度过一个情绪高涨,也许甚至是高声喧闹的夜晚。”

用餐方式

令人惊奇的是我们美国人的用餐方式在外国客人看来竟然充满种种奇特之处,既新奇有趣,有时也令人迷惑不解。

看看我们这种左右手不停交换使用的用餐方式。这也许是最能把美国人同很多其他民族区别开来的姿势。好莱坞甚至在他们拍摄的一部战争电影中拍了一个情节着意强调这一区别,说的是在被占领的欧洲地区,做秘密工作的几名美国间谍由于在吃饭时偶尔不自觉地左右手轮番使用而暴露了自己。欧洲人和很多拉丁人用餐时总是左手紧握餐叉,从不像美国人那样左右手轮换。我们美国人感到吃惊的是,英国人怎么可能左手拿着叉,用刀把肉、土豆甚至那滑溜溜的小青豆都堆在餐叉背上,然后平平稳稳地把堆成金字塔似的食物送入口中。在餐桌的另一边,美国人的用餐方式对左手紧握餐叉的“欧洲大陆方式”的用餐者同样是迷人的。我们像变戏法似的,左手持叉,右手持刀切割食物,然后放下刀子把叉快速转到右手,像握笔似地握着,最后才把食物送入口中。

目前还不清楚这两种完全不同的用餐方式究竟是怎样发展过来的,但是有几种说法:

- 英国方式可能是一百多年前开始于他们有名的“公”学,即我们所谓的“私立”或是“贵族化”学校。据说那里的学生必须把盘中食物吃得点滴不剩才能要求添菜。这就意味着必须吃得非常快,如果把叉不停地左右手转换,那就要浪费宝贵时间。因此他们养成了一直用左手握住叉子的习惯。

- 另一种完全不同的说法则认为在美国西部开拓时期,餐刀很普遍,但叉子却是稀有之物。在餐叉出现之前,人们用牙咬住肉,然后用刀一块块切割下来。有了餐叉以后,叉子用来按住肉以便切割,用毕就移交他人使用。大多数人都习惯于用右手,因此用右手切好食物后便放下餐刀,拿起餐叉进食。
- 第三种说法是:这种欧洲方式只不过是有点异想天开的时髦做法而已,在美国从来没有采用过。1853年法国一本有关礼仪的书劝告欧洲人说:“如果你想用时髦人喜爱的最新模式用餐的话,那么在切好肉以后不要把叉子转到右手,而仍用左手举叉送食物入口。”

顺便说一句,招待客人用餐时,怎样拿叉的问题可以作为极好的谈话开场白,而且也是一种收集交叉文化中的零星琐事的聪明办法。多数人知道用餐方式各有不同,但谁也没有想一想原因何在。不妨向客人提出如下问题:“你知道我们用不同方式用餐的由来吗?”看看结果会怎样。

筷子也许是最古老的餐具,也是美国人感到最难掌握的一种。没有速成的途径。但是做一个称职的主人,同时也作为一个有情趣的人,不妨在哪天晚上向用筷子的客人学习一下。北卡罗来纳大学教师谢里尔·布朗博士曾在中国学习和生活过,他提供了几点使用筷子时需要注意的礼节:

- 使用筷子,特别是用来吃米饭时,东方人习惯于把筷子和饭碗紧靠嘴边,看上去是在大口地把米饭扒入口中,这种方式是美国母亲绝不赞同的。
- 另一个在我们看来是奇怪的景象,但在东方却是餐后的

普通习惯那就是在餐桌上使用牙签。一手剔牙,另一只手捂着嘴巴。

- ☐ 用筷子进餐毕,把筷子平行放在碗或盘子上说,“我已经吃饱了,谢谢你。”但是东方人的主人还会请你再用一些,因为那里的习俗是你至少得婉拒两次才算讲清楚你的意思。所以在接待东方客人时,一定要询问两次。
- ☐ 如果掉了一只筷子在地上,别担心,这不是什么不好意思的事。事实上有些中国人相信这意味着你会再次获得赴晚宴的邀请。
- ☐ 不要用筷子指指戳戳或移作他用,如挠耳朵之类。
- ☐ 不要把筷子含在嘴里舔吮。
- ☐ 不要把筷子竖立在米饭里。有些中国人迷信地认为这会带来厄运。
- ☐ 印度支那人普遍使用筷子,但多数人还熟悉西方餐具。他们右手拿匙,左手持叉,然而用叉把食物推到匙中。吃印度支那菜一般不需用刀,因为食物已事先切割成小块,便于食用。

你知道使用西方餐具还可以表达一些微妙的意思吗?美国人要表示已经吃完了时,通常把刀和叉并行放在盘子上。瑞典人如把刀叉交叉放在空盘子上并不意味着他们吃饱了而是希望再加一点。对埃及人来说,把盘里的食物都吃完是不礼貌的。同样作为谈话的一个有意义内容,你可以问问客人在他们的国家里有没有任何我们应该知道的餐桌习惯或示意。

你可能会碰到的一种习俗是:向客人送块餐巾(napkin)。这看上去是不会产生问题的行动,但是在英国和加拿大 napkin

一词是尿布的意思。设想一下如果你问客人用餐前要不要一块尿布,他或她听了后会有何感觉。对他们来说恰当的词应是 *serviette*。

连递送盐瓶这一简单的行动也会有某种含意。在芬兰,人们认为用手把盐瓶递到另一人手中会带来厄运。同芬兰人一起用餐你应该把盐瓶放在桌上让别人自己去取。

至于如何使用排列好的餐具呢?在美国社交场合,同在世界大多数地方一样,进餐时从一排餐具的最外面一件用起。也就是说最外档的叉用来吃第一道菜,接下来的叉用来吃第二道菜,依次类推。至于说到餐刀,美国人通常只备两把。一把面包用刀,一把切割食物用刀。在欧洲或一些其他地区还加一把食鱼专用刀或以此代替切割食物用刀。最后在欧洲,通常在你的餐位餐具上按钟面 12 时的位置放一把叉和匙供吃甜食时用。

谈到我们的用餐方式,这里还有一个很好的问题可以请客人谈谈看法并借此扩大你的交叉文化研究内容:“小时候母亲对我们说不要把前臂或胳膊放在餐桌上。在停止进食时实际上就该把双手放在膝上。我了解在其他国家如西德,情况正好相反:在餐桌上把双手放在膝上是不礼貌的。是这样吗?你们国家的习惯是什么?”

我无数次试过这一话题;每次都引起一场热烈而增长见识的谈话。每个人似乎都坚定地相信只有一种做法是正确的:在餐桌上放一只胳膊,只放前臂,只放一只手腕,双手放在桌上或双手放在膝上。一位瑞士外交家满有根据地告诉我说,在德国和瑞士的一些地区,人们不得把手放在膝上的这种习俗开始于 16 世纪。他声称在那个时期双手放在膝上暗示有某种形式的性活动正在餐布下进行着。

如果你的客人咕咚咕咚地喝汤或大声地咂着嘴巴,甚至于打着响嗝把桌子也振动了,你会有什么反应呢?印度支那人和某些沿地中海的文化群落不仅认为这些事司空见惯不足为奇,而且还认为这是对主人的恭维,表示他们吃得十分高兴。

小 结

你会以为不同文化的共同之处是在餐桌上,但从这一章中我们看到惊人的意想不到的事很容易和菜肴一起端上桌来。一位来自伊利诺伊州罗克福德的女士告诉我一件趣闻,它似可概括本章全部内容的要旨。她一家住在当地一所大型社区学院附近,他们常常接待外国学生来家住宿以帮助他们适应新的环境。有一次他们邀请一位冰岛学生来家,在帮助他打开行李时,她注意到箱中有一大堆各式各样的餐叉。“我可以问一下你怎么会有那么多的餐叉?”她说。“嗯,说来奇怪,”学生回答说。“每次有美国人请我去家中吃饭,总是女主人端上饭菜,吃完后要去洗盘子时对我说,‘Keep your fork.’^①。所以我就把叉留了下来。”

本章探讨了在美国貌似简单的用餐行为。我们懂得了我们认为普通的事在客人们看来可能是奇怪而独特的。这种各不相同的癖性——在餐桌的主客两方——同样表现在所谓“生命之水”,即葡萄酒和烈性酒上。现在我们已经学到用餐的时间,地点和方式,让我们举杯祝酒,了解一下我们那些口渴的客人们的社交饮酒习惯。

^① 这句话的意思是:“你的叉仍旧放在那儿。”而那位学生却把“Keep”理解为“保留”。——译者

5 社交酒会

“在日本，人们称社交饮酒为‘水交易’，依我说它既非‘水’又非‘交易’，而是十足的酗酒。”

——在日本的一位美国经理

秘 鲁国民最常用的酒称作“皮斯科酸酒”^①。它是看上去不怎么厉害，尝起来有酸橙汁味的酒。据我所知，这种酒为秘鲁独家所有。你可以毫不费劲地，甚至毫无感觉地喝下去，可是咽到胃底后会直冲脑门，好像印加人用大头棒当头一棒。同这种酒较类似的也许是墨西哥的玛格丽特鸡尾酒。美国商会驻秘鲁首都利马的一位经理告诉我们一则有关皮斯科酸酒的故事：

一位美国商人在利马参加一次大型正式活动。他灌下了过量的皮斯科酸酒。宴会结束后，他摇摇晃晃地走出餐厅来到舞厅。音乐声奏起，美国人走向一位飘着银发，身穿鲜红长袍，气度不凡的绅士面前，邀请他跳第一只舞。该人回答说，“谢谢你，先生，但是现在乐队在演奏秘鲁国歌，而我碰巧是利马的大主教。”

商务接待到最后几乎总是走向供酒柜。所以当你高坐在供酒柜旁时,你必须明智地认识到其他国家的饮酒习惯会同美国的迥然不同。譬如在日本他们就有所谓的“水交易”,美国人常常不知其中区别。本章将在美国人面前放上一面镜子,让大家看到就饮酒而言我们与别人的不同究竟在哪里。此外本章还列出外国人喜爱的饮酒习惯。镜子两面反映出的情况可以帮助你避免像我们那位饮皮斯科酸酒的美国朋友在利马所经历的那样,“在事情眼看就要成功的时候出差错”了。我们先从自我检查开始。 ①

看看你自己,美国

我们首先探讨一下在美国十分普通而国际来访者会感到新奇的某些饮酒习惯。

美国同任何其他国家相比特别爱举行鸡尾酒会——饭前一小时的饮酒惯例。事实上很多外国游客看到鸡尾酒吧里张贴着“Happy Hour”(免费或打折扣饮酒的时间)，“Two-for-one Time”(买一送一时间)和“Double Bubble Huddle”(也是买一送一的意思)的招贴,或者据一块标志所说的“Animal Hour”(痛饮时间),总是很好奇地想知道它们的意思。

据作家洛厄尔·埃德蒙兹说,美国的鸡尾酒会始于20年代禁酒时期,那时美国人开始在自己家里——唯一合法的地方——饮酒。从客人到达直至正式坐下用餐这段指定的时间顺理成章地称之为鸡尾酒时间。禁酒令取消以后,这种习俗本身作为惯例继续存在:鸡尾酒吧由此而出现。人们把举行鸡尾酒会

① 一种秘鲁鸡尾酒。——译者

(没有正餐)作为一种单独的款待客人的形式。

以“礼仪小姐”出名的朱迪思·马丁,一针见血地把美国的鸡尾酒会解释为你可借此场合结识“主人还不太想请来吃饭的所有的人”的一种活动。

利蒂希亚·鲍德里奇说当她问一位意大利实业家同美国人做生意最令人恼火的是是什么,他回答说,“你们餐前喝鸡尾酒的时间拖得太长。在饭店同美国朋友会面,在我们能够点菜以前,他们总是不停地要饮料。这弄得大家疲惫不堪。正餐前喝一杯足够了;否则讨论问题时,大家都会稀里糊涂。”

这里还有一些其他的“美国特色”:

- ☐ 冰块 冰块也许在任何其他国家都不像在美国那样多或者说放在如此多的玻璃杯中。英国人总爱说,“我想不出有什么更为迅速的办法来破坏一杯上等苏格兰威士忌。”
- ☐ 波旁威士忌 这是美国独有的。用玉米酿成。由于其产地肯塔基州的波旁县而得名。亨利·莫顿·鲁宾逊 1960 年写的一本小说《生命之水》生动地描述了这一独特的美国酿酒工业。
- ☐ 威士忌 在美国你如果要一杯威士忌,侍者会端来一杯波旁威士忌;在英格兰要一杯威士忌,侍者会端来苏格兰威士忌。一个区别是:英国人拼写威士忌(whisky)时,少一个字母“e”。不同还在于苏格兰威士忌是用麦芽酿成,麦芽先要在泥炭火上烘干。
- ☐ 鸡尾酒 美国鸡尾酒的各种名称以及它们的后劲会使你的客人晕头转向。几种美国特有的鸡尾酒(以及它们的来源)是:哈维·沃尔班格(以本世纪 60 年代加利福

尼亚州一冲浪运动员的名字命名);吉布森(以美国插图画家查尔斯·达纳·吉布森的性命命名);“矿工的早餐”或“深水炸弹”(在一杯啤酒中加入一小杯威士忌);声名狼藉的马丁尼酒显然起源于美国,但全世界酒吧间的掌柜也逐渐把它列入自己的品种之中。而在意大利一种特别的白色味美思酒也叫马丁尼酒,就是说你很可能喝到的是不含杜松子酒的味美思酒。要知道更多的情况可以参阅约翰·玛丽安尼的《美国食物和饮料词典》,这是一本非常有用的书。

- 啤酒 全世界都有这种发酵过麦芽酿成的饮料,但是美国啤酒有其不同之处。譬如说同澳大利亚啤酒相比,美国啤酒含酒精较少。美国啤酒总是喝凉的,而英国啤酒则要加温到所谓的室内温度(华氏 50 度左右)才饮用。美国的“比尔森”啤酒原产于捷克斯洛伐克的比尔森市而得名,比欧洲的同类啤酒要温和一些。麦芽酒,黑啤酒和浓烈黑啤酒在美国就不如在欧洲那样普遍。在英国最受欢迎的啤酒称为“苦味啤酒”,它的确带有一些苦味,但美国人喝来觉得它的特点倒是碳化不够。春天在美国可以喝到黑啤酒,如“博克”啤酒,那是由于大麦烘的时间较长,麦粒实际上已经烘焦的缘故。这样不仅颜色发黑,而且酿出的啤酒酒精成份多,更易多喝(这种酒是德国修道士发明的,他们在大斋节期间禁止进食。他们学会了酿制这种酒精成份多,更富营养的酒作为补偿)。最后,世界上最为流行的啤酒是贮藏啤酒,来源于德语“贮存”一词,色呈金黄并有明显的啤酒花风味。
- 白兰地 在好莱坞电影中白兰地的形象总是穿着小礼服的男人用餐后在起居室搅动、嗅闻盛在矮脚球形大玻

璃杯里加温过的白兰地。这没有什么错,但是白兰地不是这样喝法。首先美国的白兰地同欧洲大陆的白兰地大不相同。水果白兰地在美国日益受欢迎。在这里纯白兰地常常同其他饮料混合在一起饮用,如白兰地和苏打水或曼哈顿白兰地。所谓“上等白兰地”通常是进口的,如大家最熟悉的法国科涅克上等白兰地和阿马涅克白兰地。评酒专家罗恩·威甘德提出,区别“上等白兰地”和“较普通”白兰地是以一瓶售价是否高于 15 美元为标志,这是他的经验之谈。把白兰地用小火加温或窝在手里加温都是威甘德反对的传统做法。“为了同样的原因,你不会愿意用大玻璃杯,”他说,“你不会想要给它加温,因为杯子里的酒精量已经很高,加温后它挥发更快。这样你得到的是更多的酒精效应而尝不到好味道。”他认为理想的温度是 60 度左右。因此可以说好莱坞又制造了一个神话。

- 葡萄酒 美国各种葡萄酒在世界上声誉很高,只有少数例外(见下一节),你可以满怀信心地用以款待世界各地来客。请注意以下习俗:没有必要在饮用前让白葡萄酒“飘香”^①,因为这种习俗只适用于红葡萄酒而且是贮存 10 年以上的红葡萄酒。开瓶后嗅闻瓶塞是毫无意义的,因为你真正注意的是其湿度,你真正想闻的是酒本身。美国最近日益流行白葡萄酒,这一点深受游客们的赞许,但是当他们看到往葡萄酒内放入无处不在的冰块时会感到十分震惊。

^① 飘香,指红葡萄酒在打开瓶盖后放置片刻,使其接触空气,从而去除瓶味,并充分散发香味的过程。——译者

遥远国土上人们喜爱的酒类

现在让我们转向你的客人。你应该知道一些各国人民爱喝哪种酒类。下面以“跳房子”游戏的方式,按国别和地区介绍某些国家的事实和传闻以及那里人们愿意痛饮或浅尝的酒类:

- 阿根廷 阿根廷人口中几乎有一半来自意大利,因此毫不奇怪那里最流行的酒是红葡萄酒或用西班牙语说 *vino rojo*。阿根廷的葡萄酒口味极好,这是他们国家的骄傲。可是决不要用反手或用左手斟酒。阿根廷人认为这样做是粗鲁的。
- 澳大利亚 啤酒是最普遍的国民饮料。前面已经说过那里的啤酒比较强劲有力。事实上根据啤酒协会 1987 年的统计澳大利亚人均消费 1123 立升啤酒,而美国只有 90 立升。占第二位的是苏格兰威士忌。顺便提一下,千万不要在澳大利亚人面前一口饮尽一杯啤酒,然后重重地把酒杯倒放在酒吧柜上。如果你这样做,等于暗示“我能击败这里所有的人”。
- 奥地利 白葡萄酒可能同大杯啤酒一起并列榜首。秋天第一批,新酿制的“纯”白葡萄酒刚一上市,全国就沉浸在人人欢乐的气氛之中。这就是著名的“十月节”^①的标志。姑娘们在啤酒店送酒服务,长长的木桌子和唱着歌的狂欢者,这种一成不变的景象,对奥地利来说是再确切不过的了。

^① 类似啤酒节的节日。——译者

- 智利 同阿根廷一样,国民的爱好可以追溯到德国人移居智利的时期,其结果是智利生产出高质量的白葡萄酒而且消费量惊人。
- 加拿大 加拿大当地的特产是黑麦威士忌,但是啤酒、葡萄酒和苏格兰威士忌也非常受欢迎。
- 英国 人们最爱喝英国啤酒和苏格兰威士忌。其次是消费量较少的杜松子酒和葡萄酒。女士们常常喜欢一种称作雪利的加度酒,它有不同的酸甜度。顺便说一下酒的“度”数,即酒精含量,在英国,其计算方法有所不同。在美国,标准是 100 度或从容量来说含 50% 的酒精。在英国度数的测量是由一个古老公式来确定的,要看酒中吸收多少黑色火药才会燃烧。但是算出的结果几乎是一样的。所以这只能用作随便聊天的话题。在联合王国,人们还喝苹果酒,但不是美国的那种苹果汁而是一种含酒精的饮料,多数英国酒店都有供应。
- 法国 到处都是葡萄酒,每瓶酒内还倾注了相当份量的民族主义精神。所以在法国人面前称赞美国的葡萄园千万要谨慎小心。而且法国人也不喜欢有人提醒他们:在 19 世纪后期法国的葡萄藤枝曾移植到加利福尼亚州,此后不久枯萎病菌几乎摧毁了法国人所有的葡萄园。加利福尼亚州培育的法国葡萄藤枝具有一种抗枯萎病的免疫力,因此美国西海岸的葡萄新芽又运回法国。加利福尼亚人可以这样说,今天法国的葡萄园所以能存在完全归功于黄金州^①。但是请注意!这些话在法国人听来是挑战言词。法国人坚持认为只有他们独

^① 美国加利福尼亚州的别名。——译者

特的土壤和气候条件才能生长出这种无与伦比的产品，对葡萄的根来自加利福尼亚的说法拒不接受。除了葡萄酒外，另一种美国人感到很新奇但在法国却是十分普通的酒是绿茴香酒，它带有甘草味，清澈透明，加水以后就变成亮晶晶的黄色，饭前饭后都可饮用。酒精度较高的有苏格兰威士忌，也很受欢迎。最后，法国人特别爱好瓶装矿泉水，如果用一般的自来水调酒，他们也许会疑惑地嗤之以鼻。

- 希腊 一种带有洋茴香风味的烈性酒，茴香利口酒，很受欢迎，通常加水饮用。另有一种树脂加香酒，即用松脂做的葡萄酒也很普遍。正餐时通常喝啤酒和葡萄酒。
- 意大利 大家都知道意大利人特别爱喝葡萄酒，尤其是红葡萄酒，但在世界各地做生意的意大利人也喝啤酒和苏格兰威士忌。意大利还有一种非常厉害的苦味烈性酒叫费尔内·布兰卡酒(Fernet Branca)。此酒十分浓烈，因此商标上必须印有警告语。其英语译文是：“注意——饮用过量，有害健康。”同样含义的意大利语则伴有几许意大利人的奢华贪乐，它这样说“尽情享受直至取得希望的效果”。
- 日本 清酒是日本传统的著名饮料，用米酿成。饮用时用 小杯并加温，但是日本人一般也喝苏格兰威士忌和啤酒。一瓶上等拿破仑白兰地或科涅克白兰地被看成是特殊的款待。因此把它们作为礼品送给日本人会受欢迎。日本人相信，你要真正了解一个人必须同他一起喝酒——而且要很认真地喝。这就是为什么他们有所谓的“水交易”一说(第 10 章中有关于日本的特殊饮酒习俗的更多材料)。

- 墨西哥 多数美国人都知道龙舌兰烧酒是我们南面邻国国民通常饮用的酒,其次是啤酒和玛格丽特酒。可是来美国谈商务的墨西哥人喜欢喝苏格兰威士忌。墨西哥人不常饮用葡萄酒,因为那里生长不出好葡萄。上等葡萄酒都必须进口。顺便说一句,某些牌子的龙舌兰烧酒的酒瓶里,会发现龙舌兰小虫,这在墨西哥被认为是美味佳品。
- 中东 中东有 19 个国家,通常称之为阿拉伯国家。首先必须知道并没有一个独立存在的、有着明显特征的阿拉伯民族,这是很重要的;第二,所谓阿拉伯集团是由三个要素联系在一起的:语言,宗教和石油。穆斯林宗教禁止饮酒,所以多数中东客人可能只要水果汁,可乐或矿泉水。有些国家禁止进口酒类,如沙特阿拉伯。可是你会碰到很多中东人仍然贪杯,要喝西方的烈性酒。所以接待他们时,要准备大量的软饮料和果汁,也许还可以提一句,含酒精的饮料同样有供应。
- 东南亚 这些国家中有很多继承了过去殖民主义占领国的饮酒习惯。因此苏格兰威士忌和杜松子酒在印度这些地方仍很受欢迎。佛教因为是根据个人选择的一种宗教,所以没有关于饮酒的宗教法律。有的佛教徒饮酒,有的则不。
- 荷兰 我们的老朋友啤酒和苏格兰威士忌在此同样普遍饮用。你也应该知道每个欧洲国家似乎都有一种当地独有的白酒(苏联有伏特加,西德有烈性杜松子酒,希腊有茴香利口酒等等),荷兰也不例外。这里有一种叫刺柏^①的烈

① 即荷兰杜松子酒。——译者

酒,类似伏特加或杜松子酒,但有一种难以名状的特别口味。你不妨一试,特别同啤酒或生胡瓜鱼一起饮用,则别有风味。

- 中华人民共和国 苏格兰威士忌和啤酒虽然在此也普遍饮用,但最有名的酒是一种清澈透明但特别厉害的白酒——茅台,高达 120 度^①,用高粱酿成。中国正式宴会上频频祝酒司空见惯,所以茅台可说是晚宴上的祸害。在这些祝酒比赛中,千万注意“猜拳”。祝酒以高喊“干杯”开始。干杯的实际意思是“喝得杯底朝天”。大家期待你这么:饮下整整一杯茅台,然后把杯子倒过来证明你没有弄虚作假(第 11 章中祝酒一节关于这一问题还有更多材料)。
- 秘鲁 前此曾提到过,秘鲁国民最常饮用的酒是皮斯科酸酒。恭敬地对待它,你就决不会重犯邀请利马大主教跳舞的罪过了。
- 斯堪的纳维亚 在挪威、瑞典和丹麦三国,最有名的是露酒,其名来自拉丁语 *aqua vitae*, 意为“生命之水”。这种清澈透明的烈性酒用土豆酿制,通常冰凉地喝,并且同啤酒交替饮用,一小口、一小口地抿尝。瑞典人特别为他们的一种露酒感到自豪,那是金黄色的烈性陈酒,贮存在远洋海轮的大容器内,经过长途颠簸的航行,然后交还给瑞典的装瓶商。事实上,在酒瓶商标的反面都印有轮船的名字以及航行的来回日期。
- 南朝鲜 人们称南朝鲜人是东方世界的爱尔兰人,饮酒是当地流行的消遣。最受欢迎的酒是 *soju*(烧酒),也是

① 西方的酒类酒精度计量,其 120 度相当于中国酒类的 60 度。——译者

清澈透明的白酒但用白薯做成。另一种酒是用一种叫 *kim-chee* 的洋白菜酿成的。啤酒和苏格兰威士忌也很普遍,特别在宴会上。顺便说一下,喝酒时往往伴有非常活跃的唱歌和跳舞,重点是独唱和独舞。所以为了让你的朝鲜客人感受到一些家乡待客的风味,宴会后不妨来几首歌唱表演。

- 西德 闻名于世的德国和奥地利的小酒店是其民族标志,也是人们经常光顾之地。人们当然指望现代发酵麦芽酿制啤酒的诞生地在酿酒方面应该领先于全世界;事实也确实如此。啤酒和极好的白葡萄酒是西德最受欢迎的两种饮料。来自莱茵河畔阳光坡地的誉满全球的白葡萄酒,其名称就是上等好酒的同义词。

小结:接待旅行者的建议

招待客人喝葡萄酒、啤酒或苏格兰威士忌,当然再加上矿泉水,软饮料和果汁总是万无一失的。在这些品种上还可以增加伏特加,也许还有杜松子酒。另外还可选择白兰地,这是全世界都熟悉的饮料。可是波旁威士忌则不然。美国以外的大多数人会觉得它新奇,常常不合口味。

欧洲人和拉美人习惯于在饭后喝些利口酒或英国人所谓的“甜露酒”。东方人,日本人除外,则不习惯。日本人喜欢科涅克上等白兰地或一些相同质量的上等白兰地。

同上述意见相左的情况也存在:很多经常在各国旅行的国际商人渐渐养成了各国的口味和习惯。很多人学会了美国人的习俗;也许为了使你钦佩,他也学会饮用,譬如说,加冰块的波旁威士忌。即便如此,对他们的习惯做法有所了解并给予尊重,仍

然是有帮助的。

如果你作为主人,滴酒不沾怎么办?这个问题经常在我的座谈会和研讨会上出现。我手边有几条解决办法:

- ☐ 如果你希望尽量减少问题,可以拿一杯放一片柠檬或酸橙的奎宁水或者一杯姜汁汽水。这两种看上去都像混合饮料。
- ☐ 如果你认为有必要解释一下,只要告诉客人为了个人的原因你不饮酒,但不反对其他人饮酒。
- ☐ 另一选择是你解释说,为了医疗的需要你不饮酒;另一说法是你正在服用一种忌酒的药物。这种说法会带来有些客人可能要知道你在服用哪种药物或你生了什么病。
- ☐ 人们祝酒时,用水来回应,或只把酒杯举到唇边而不喝,这种做法没有什么不礼貌。

接待来自欧洲,也可能包括拉丁美洲的客人时,记住两个词并加以使用是很有帮助的。一是“开胃酒”(aperitif)一般指饭前饮用的酒,另一是“助消化酒”(digestif),饭后饮用的酒,意思说可以帮助消化过程。因此作为主人你可以这样问:“要不要些开胃酒(或助消化酒)?”这些是法语词,西班牙语和法语属同一语系,极为相似,讲两种语言的人都能很快理解,都马上会认为你见多识广。

说到饭前和饭后的饮酒,美国人典型的做法是,未用餐前一口气喝下两、三杯混合饮料。但是欧洲人和很多其他国家的人则更习惯于饭前只饮一杯鸡尾酒,用餐时通常再喝一种也许两种葡萄酒,整个用餐过程结束时再喝一些非常文明的帮助消化

的饮料，“助消化酒”。

可是不管你准备得如何充分，招待客人喝酒时，作为主人你无疑还是会遇到一些呃逆，不是胃里的那种打嗝，而是指错误和意外。且举一例说明：

有一次我带两位阿根廷经理去一家经过慎重挑选的郊外公路旁餐馆，那里颇像诺曼·罗克韦尔^①图画中的一景。阿根廷人虽然不会说英语，但显然对这种新奇的气氛和菜单上的菜肴十分欣喜。当嚼着口香糖的女侍者前来问我们要什么饮料时，阿根廷人很忠诚地要了 *vino rojo*（红葡萄酒）。我把它翻译给没有经验的女侍者听，她马上反问：“要不加冰块的还是加冰块的？”我译过去后，我的客人简直不能相信自己的耳朵。对他们来说红葡萄酒加冰块等于是亵渎神明。我马上说，“不加冰块”。饭后他们要喝一些科涅克上等白兰地，当然他们期待的是好莱坞方式，用矮脚球形大玻璃杯端来的白兰地。事实并非如此。女侍者给每位客人端来典型的中西部小量杯的白兰地，还随带一杯淡味饮料啤酒。看到这情景，我只好蒙住自己的眼睛。我听说在布宜诺斯艾利斯人们至今还在讲这件事：美国公路边的小旅店里，红葡萄酒倒在冰块上喝，送白兰地来还要随带一杯淡味饮料啤酒。

^① 诺曼·罗克韦尔(Norman Rockwell, 1894—1978)，美国插图画家，以绘制《星期六晚邮报》的封面画而闻名。1977年获“总统自由勋章”。——译者

6 商务礼宾

我们的贸易逆差高达 1700 亿美元,这主要因为美国的实业巨头们不懂得怎样去和与我们不同的人打交道。

——前驻联合国大使安特鲁·扬

一位年事渐高的棒球运动员去年决定到热衷于棒球运动的日本去参加一、两赛季的比赛以结束他的棒球生涯。他是第一次离开美国,因此毫不奇怪他会有如下评论:“真是有天壤之别。什么都完全不一样。”可是他接下来说的话则充分说明了美国人与世隔绝的状况。他说:“我在日本商店里见到仅有的几个美国名字,就是索尼和尼康。”

根据众多不同的衡量方法,美国在竞争激烈的国际市场上处境并不美妙。为什么?这里有很多原因。新泽西州州长托马斯·H·基恩这样解释:“一个多世纪以来,美国人不管着手干什么几乎总是处于无人敢于挑战的地位。因此当有先见之明的人敦促我们去学习其他国家的语言和习俗时,我们完全可以不予置理而无伤大雅;但是那些日子已经过去,现在已进入加铅汽油和用镍币打电话的时代了。”

按照基恩州长的说法,要成功地同外国人做生意就必须学习“……外国的语言和习俗。”

菲利普·考迪尔支持这种看法,他是负责处理菲利浦石油公司与它的很多外国主顾之间错综复杂关系的人。“做好必要的准备工作,了解你的听众,不要太自以为是,”考迪尔说。调查研究是重要的,考迪尔举了一个简单的例子:

菲利普斯通过研究得知欧洲国家的居民喜欢被具体地称为法国人,德国人或西班牙人,而不愿被称为“欧洲人”。“世界上的确存在一个欧洲,但却没有几个欧洲人,”他说。“如果美国商人把欧洲大陆来的都当成是完全一样的人来对待,那就可能导致灾难性的后果。”

桑德拉·斯诺登也提出了一条支持这一观点的意见。她在自己的纽约咨询公司任董事长,该公司专长于教会经理们掌握国际商务礼宾的艺术。斯诺登说,“我感到首先的也是最严重的错误是美国人没有认识到同外国经理谈判时地位和级别的重要性。”斯诺登还强调了几个在礼宾上犯了可笑错误的例子。在美国是先工作后娱乐,但是在很多其他国家是先娱乐后工作;譬如说在沙特阿拉伯首次会晤绝不会讨论工作;在日本,认真的商务谈判之前很可能会精心安排不少招待活动。他们这样做都是因为想要建立一定程度的信任关系。^①

常常有人向我提出这个问题:“美国商业经理是不是必须学

^① 引自 1985 年 7 月 8 日出版的《工业周刊》(Industry Week)。此处转载已取得该刊版权所有者的彭顿出版公司(俄亥俄州克利夫兰市)的同意。——原注

会礼宾中最基本的一条——说一种或多种外语——才能参与国际拳击台的竞争？’我的回答是：懂外语是一种极好的、有价值的技能，但也并不是绝对必要。我们很幸运，英语已经是全世界通用的商业语言。

再引用斯诺登的话：“外国人理解美国人一般只会讲英语。对此他们并不介意。使他们不高兴的是，美国人甚至不愿意花点时间学一些最基本的引见和欢迎的惯常做法以表示对他人的尊重。这一点使他们迷惑不解。”

最后，斯诺登补充了一件寓意深刻的事实：“举例说，日本经理要想在美国做生意，先决条件是必须先花上 1 年时间学习美国的习俗和商业惯例。”

本章当然很难代替在某一遥远的国家花上 1 年时间实地学习其习俗和商业惯例，但是它能帮助你避免在礼宾和其他商业行为中犯大量的小错误。

我们将首先列出在谈生意的一般方式上美国人的做法同拉丁语系民族、亚洲人和欧洲人的基本不同之处。然后我们将进而讨论礼宾中的具体方面：握手，对时间的态度，打电话的礼节，写信，以名字相互称呼，送礼，演说和其他。

本章还将讨论另外两个有关问题——商业中有关妇女的礼宾问题和招待商业客人费用的减免税的规定。

本章结尾专门有一节讨论与不同文化群落的商人进行谈判这一极为重要的艺术。有经验的主人完全知道谈判、接待和礼宾是如此密切交织，要想把它们分开是十分困难的。

经理风度重要吗？

美国人在自己办公室里相互之间遵守一定的礼仪是否重

要？我们自己有没有一套规定？利蒂希亚·鲍德里奇所写的长达 500 页的《经理风度指导全书》（罗森协会出版，1985）给予了肯定的答复。

鲍德里奇曾先后担任美国驻巴黎大使戴维·布鲁斯和驻罗马大使克莱尔·布思·卢斯的社交秘书。她还是第一夫人杰奎琳·肯尼迪的总管。在商界她是蒂法尼公司的第一公关主任和伯林顿工业公司的第一消费者事务主任。在谈到自己的经历时她坦率承认，在社交上她犯过几乎所有能够想象得到的错误。例如有一次她负责安排外交招待会，她把一位外国高级政府官员安排坐在他妻子的情人身旁，促使两人矛盾加剧，要求决斗。

“良好的风度是值得花钱培养的，”她说。“它们能提高工作场所的生活质量，有助于优化雇员的道德水准，能美化公司形象，从而在提高经济效益中发挥重大作用。反之如果行为不当，无论是出于自私，疏忽或是无知，都会丧失提升机会，甚至失去工作。”

在国际商业的更为广泛的范围内，注意恰当的礼宾，所花费用的有效性要提高两甚至三个乘方。原因很简单：容易犯错误的地方实在太多了。让我们先研究一下不同民族之间在风格方面的基本不同之处。

风格的不同

“多数人以为文化只是风度，食物，衣着，艺术和工艺，”国际顾问克利福德·克拉克说。“他们没有意识到怎样去激发人们的积极性也是由文化决定的。经营管理中的各项工作都是由文化决定的。”

这里有几个例子说明经营管理、文化和风格如何融为一体，见载于《华尔街日报》的“美国文化常常使在美国的外国经理困惑不解”一文：

- ☐ 在得克萨斯州接受培训的阿拉伯石油工人认为美国的教育方法没有人情味。
- ☐ 美国汽车工厂的日本工人不得不学会把自己根深蒂固的谦恭有礼搁置一边，在碰到困难时打断别人的谈话。
- ☐ 总部设在瑞士的多国公司的经理们不能理解为什么美国经理比他们的欧洲同行要求更多的自治权。
- ☐ 日本人总是有顾虑不愿意批评别人。当日本经理不得不批评他的美国下属时，他练习了五次才讲得比较直截了当，这才使美国人终于意识到吃了批评。

关于风格的基本区别，请读苏珊·S·霍兰教授在《美国政治和社会科学院编年史》中的以下几段：

美国经理习惯于重视客观性和在决策时排除个人感情的影响。他或她是依靠交流的精确性，直率性和公开性而飞黄腾达的。美国人看重实用主义，实际性，平等主义，解决问题能力，竞争，自我发展，个人负责和主动性。

经营管理的体制是下放权力并期望下属负起责任和作出决定。要求我们在群体关系中进行工作。职务的晋升是根据在承担责任、达到目的方面所表现出来的能力。

拉丁美洲的经理具有等级森严的文化传统,其特征为独裁主义的,家长式统治的,形成社会阶层的,以家庭为导向的,人道主义的,凭直觉的,人格化的,并且不一定是以取得成就为目的的。美国商人相信一种“公开自己的意图”的关系;而拉丁语系民族倾向于保持商业交易的隐秘性从而保持战术上的优势。人们很快就会看到这些对立的风格必然会发生冲突。

亚洲经理的风格不同于美国的风格而与拉丁语系民族的风格较为相似。亚洲文化有如下特征:家庭而不是个人常常是居于中心的社会单位;家长式统治和严格的等级关系占主导地位;年长者受到高度尊敬;正式权力以及资历,忠诚和顺从也得到尊重;重视正式的规定和程序;间接的或是转弯抹角的交谈是常见的而且也是可以接受的;普遍不喜欢意见不一或任何形式的对抗。

西欧经理很难归纳成一种类型,因为所谓的共同市场的内部组成是很不共同的:比利时人绝不会像意大利人,斯堪的纳维亚人身上也绝反映不出西班牙人的特点,等等。这里是传统和现代的混合物。普遍重视进取心,生产力,雄心壮志和竞争中的自我发展。可作比较之处是对休闲的浓厚兴趣以及为公众服务为导向的活动和家庭。对利润动机不太给予重视。

这些观念上的东西怎样转化成不同商业文化之间每天的实际行为呢?下面罗伯特·舒特博士提供了两个例子。舒特博士

在马奎特大学教授“不同文化间的交流”，他还是一位国际商业顾问。

一家公司总部发给它在台湾的子公司一份电传明确指示“尽快将‘蓝盒子’^①送来”。不知怎的，电传到达台湾人手中时，指示的紧迫性已不复存在。台湾人把“尽可能快”理解为“在你最为方便的时候”。三个星期过去了。在美国这里发电传的人由局促不安变成愤怒异常。后来当蓝盒子最后终于送出时，等级观念特强的台湾人把它送到提出要求人的上司手里。舒特解释说，在台湾文化里时间都是具体的，“尽可能快”是模糊的概念，因此毫无意义。再加他们是以上司为中心的，所以蓝盒子送给了上司而不是部下。其结果：文化冲突，不协调，缺乏效率，这一切都是由于处世态度和办公室礼仪之不同而造成的。

第二个例子涉及到美国的一家瑞典公司，该公司有几位美国经理和瑞典雇员。由于瑞典人一再违反公司行政管理体系，公司里逐渐出现了混乱局面。“瑞典人是非常讲究效率的，”舒特解释说。“他们不喜欢美国人的观念：有事必须先找你的经理谈，不能随意行事。而瑞典人习惯于爱找谁就找谁以了解情况，甚至会找到顶头上司的领导。美国人认为瑞典人在发动一场革命，而瑞典人则认为美国人简直是疯了。”

^① “蓝盒子”(blue box)指一种附设在电话机上以逃避支付长途电话费的非法电子装置。——译者

办公室礼仪的具体实例

名字

全国广播公司“今日”节目主持人布赖恩特·冈贝尔采访《礼仪小姐指南：极端正确的行为》一书作者朱迪思·马丁时，一开始就问是否可直呼其名“朱迪思”。她坚定但友好地回答说：“还不到时候。”

尽管她所答极端正确，但在美国，人们并不总是照她的意见去做。我们美国人似乎对名字情有独钟。我们喜欢一见面就成为朋友。我们总是公开显露我们的友谊和不拘礼节。初次见面我们往往立即以他或她的教名或所谓的名字称呼——但两种情况除外：(1)如果对方是年长者，(2)如果明显地身居高位。在这两种情况下多数人会在姓名前加上“先生”或“夫人”或其他称号以示尊敬。在海外初次见面就立即直呼其名一般会令人不悦。多数国家的做法是当第一次介绍认识时用“先生”或“小姐”或“夫人”或“博士”或任何其他相当的称号称呼对方。其次，看上去像是某人的名字，但实际上往往不是。举例说，在接待来自中国，朝鲜和某些东南亚国家的客人时，你会碰到三个字的姓名，如 Lee Kwan Ho，那么他就是 Lee 先生。因为第一个字是他的姓，后面两个字是他的名字。又如，在拉丁美洲，某人的姓名是 Juan Hernandez Garcia，他实际上是 Hernandez 先生，因为 Garcia 是他母亲娘家的姓，用在这里把他同其他姓 Hernandez 的人区别开来。

的确这会把人弄糊涂，但只要记住两点：第一如果你弄不清，只需有礼貌地询问对方应该怎样称呼他或她。第二如对方没有主动提出，不要急于直呼其名。

工作名片

问问老经世故的国际经理“商业礼仪中最重要的是什么？”他的回答一定是“你的工作名片”。原因之一是在国际范围内这张貌似单纯的名片也是你个人的招牌，标志，商标，身份证的统一体现。更重要的是它清楚说明了你在公司权力金字塔中的地位。下面是在同国际客人打交道时需要考虑的四条基本规则：

第一：手中要有很多张名片以便广泛与人交换。

第二：要肯定你的头衔写得明白无误且为人理解。避免含糊不清的说法如“Associate Deputy Manager”。决不要任意抬高自己的职务，因为如果被发现了，你人格的完整性将永远丧失。

第三：与那些国内不普遍教授英语的国家来客打交道时，你应该在名片反面印上该国语言的译文；两面的印刷质量要完全一致，否则将暗示你认为该国语言是二流的（附录中列出了把英语作为官方或非官方或普遍学习的语言的国家）。

第四：恭恭敬敬地交换名片，小心地递给对方，把他人名片放在自己面前，不要在名片上涂写字句。

在日本交换工作名片几乎是一种正式礼仪，第10章将描述同日本人交换名片的整套程序和其他一些特别的商业习俗。

迎接和问候

这方面的礼节各国不同而且错综复杂。也许最快的解决办法是翻阅第193页开始的第12章。该章就各国关键的礼宾问题提出简要的意见。谈到每一个国家时这些简要意见几乎都是从如何恰当地迎接来访客人开始。请记住你的客人可能已经适应了美国的习俗，因此用美国佬的方式来问候你：有力地握手，

直接目光接触。但不管怎么说,向你的客人表示你也知道他们国家的习俗总是善意和礼貌的一种标志。迎接和问候方式的不同可以从有力地握手到无力地握手,从鞠躬示意(在日本)到合掌如祈祷状(在东南亚),从拥抱(拉丁美洲)到来回轻吻双颊(苏联),甚至摩擦鼻子,如新西兰毛利人,他们在表示友好时通常这样做。你对哪些国家的具体做法感兴趣可查阅第 12 章。

时间

世界上很多国家把遵守时间看得很重要,但可能有更多的国家并非如此。第 12 章的小建议一览表告诉你哪些国家重视准时,哪些则不当一回事。这里只需举一个例子,几乎大家都听说过在多数拉丁语系国家流行的“明日(*mañana*)态度”。这种“我今天不能做的我将在明天去做”的态度往往使时间观念强的美国人十分恼火和沮丧。好了,如果这就使你不安了,那就想想沙特阿拉伯人吧。据说他们的语言中有一个同“明日 *mañana*”相似,但“……没有同样紧迫感”的词“*bukra*”。在阿拉伯文化中他们有一种美妙的时间概念,它不像我们西方人生活所依据的那种精确的计量单位,而是体现在各种事件延绵不断的流动之中,在那里过去,现在和将来都融为一体。阿拉伯字“*inshal-lah*”,即“如果安拉允许的话”,其含意就是暗示未来事件的不确定性。按照他们的信念,只有安拉能预知将来,并指导人们该做什么。附带说明一下,在沙特阿拉伯国内,时间是由太阴周标志的,即日子和钟点根据月亮的转动而定。也就是说沙特人实际上可能有两只手表:一只按照格林尼治时间计算,另一只按照沙特的太阴时间。但是由于他们漫不经心地对待时间,一位石油公司经理挖苦地说,“阿拉伯人是有钟的,而且实际上有两只钟,但在西方人看来两只钟都常常缺少指针。”对于西方那种自我强

加的高度紧张来说,这也许不失为一件好事。事实上我的一位美国同事自诩有一只这种没有指针的表,因为他声称自己完全独立自主,他“要亲自作出自己的一切决定”。

写信

美国商界的通信有很多惯例和传统。例如我们往往用这类短语结束全信:“你的非常忠实的”(通常我们并不按字面意思来理解)和“真诚的”(你写过多少封不真诚的信?),其他文化群落也有类似的惯例。举例说,拉丁语系民族信件的标准结束语是同辞藻华丽的全信风格一致的。如果直译成英语听起来古老过时。连英国人也有自己的独特的短语,例如他们常常用“你的忠诚的”来结束全信。在很多美国人看来,这颇有维多利亚时代的味道,几乎带有宗教色彩。这类变异用法到处可见。美国商人说,他们在菲律宾的商业助手来信时称他们为“亲爱的孩子”(Dear Boy),听起来似乎有些居高临下,但显然这个词来自于“家里的孩子”,意思是“家庭中的一员”。这是企图表示友谊,大家亲如一家人的称呼,而不是一种屈从关系。阿拉伯语民族写起信来常常用一种在英语中我们也许认为是过分多情的,几乎是装腔作势的风格。这是因为阿拉伯语是一种夸张的,富于感情的语言。

美国商人写信给外国人时并不需要模仿他们的惯例或风格,但有几条写信规则还是有用的。第一,用简单明了的语言。遵守“好的写作是明确思想的具体体现”的规则。第二,记住书面文字是不会笑的,意思是说幽默或言不由衷很难通过信件传达。同时还得记住,当我们同别人面对面谈话时,我们可以用各种面部表情——微笑,询问,友好,担忧,真诚,注意或不注意——来帮助语言表达思想,但是冷漠的、白纸黑字的、非人格化

的书面文字就不可能做到这一点了。

吸烟

对吸烟的态度随着国家与国家的不同和大陆与大陆的不同而变化。一般来说,工业化国家正在开展反吸烟运动,而发展中国家吸烟势头仍十分强劲。在拉丁美洲烟民日渐增多,且烟瘾极大。但在西方国家却有下降趋势。很多欧洲国家已经禁止在公共场所吸烟。但在中东,亚洲和非洲,西方香烟是高价商品。同美国相比,消费率高的国家有加拿大,古巴,希腊,匈牙利,波兰,塞浦路斯和日本。消费率低的有秘鲁,印度,荷兰,挪威,葡萄牙,瑞典,香港和菲律宾。20支一包的香烟(1989年价)在英国售价超过2.5美元,在挪威4美元,而在法国只值80美分。

礼宾建议:如果你吸烟,一定要询问一下客人是否介意;如果你不吸烟,则客气地告诉客人,使他们事先有所了解,同时要提供时间和地点让客人吸烟。

汽车

有的外国文化群落对汽车情有独钟,的确美国社会的某些阶层也是如此。在接待国际游客时,这一点也可能成为商业文化的一部分。譬如说在英国,经理地位直接从公司提供的汽车类型和价值上反映出来。罗尔斯—罗伊斯汽车是由高居群首的公司巨头乘坐的。其次是本特利车。再次是美洲虎汽车。按照各人在公司里不同的地位乘坐不同牌号的车辆。对英国经理们来说汽车是极端重要的商业地位标志,要比头衔重要得多。而在美国地位高低的排列中头衔似乎是很重要的。瑞士的情况同英国大体相似。譬如说瑞士公司的第一号人物乘坐奔驰—500,第二号人物就乘坐下一编号的奔驰。西德人也是汽车的狂热爱

好者。世界上多数人都知道,大多数德国人似乎都深深迷恋汽车的发动机操纵和速度。这里的中心思想是,在美国接待客人时,知道汽车在各国可能起的作用是很重要的。举例说,接待日本或中东商人时租用一辆扩大了面积的豪华轿车是很讨好的举动,可是较为节俭的北欧人也许会认为这样做过分讲究排场。在一些注重地位的欧洲文化群落看来,如果你是公司总裁而驾驶一辆有5年历史的经济轿车,他们会认为这是互相矛盾的,也许是为了显示美国的平等主义。顺便说一句,安排这些爱好轿车的客人去参观美国早年汽车博物馆或展览不失为一次极好的接待活动。

衣着

在自己国家里,你大概会在办公室里穿茄克衫和牛仔裤,如果你认为这对你重要的话。你走遍世界各地就知道你会见到各种形式的民族服装。但是在这里接待客人,如果你要客人感到舒服又符合习俗,聪明的做法是按传统方式穿着,那就是说穿深色西服,戴一根颜色朴素、花样简单的领带。妇女同样也应该穿得保守一些。而且一定要明确地告诉客人,在你发出的请柬上“非正式服装”的附言是什么意思。有的客人可能把“非正式服装”理解为“不穿西服而穿运动上衣结根领带”,而你的真正意思是“穿高尔夫球衫和蓝色牛仔裤”。事实上如果这次活动是游江或参加县的集市或是公司野餐等等,符合礼貌的做法是说明白“这种情况下我们通常穿……”然后具体建议客人可以穿哪类服装。他们对你的周到考虑一定会十分感谢的。

赠送礼品

这个问题将在第9章中详细讨论。这里只需强调一下在商

务活动中赠送礼品一事比很多美国人意识到的要重要得多。关于赠送礼品有一些明确规定,所以最好对这些规定有所了解。

打电话

正如本章所论述的办公室其他礼节一样,无处不在的电话在各国也有其特殊的古怪习俗。譬如说,德国商人接电话时通常先报自家姓名,否则就是违反习俗。美国人习惯于通过电话进行商务讨论,而许多欧洲人却不然,他们更喜欢面对面的讨论。美国人在海外同在家里一样:拿起话筒就想讨论商务或者预约会面时间。但他们很快就明白:第一,商务约会按惯例要在很早之前事先预约;第二,欧洲人对美国人从旅馆房间打电话推销商品是十分震惊的。据一位旅行作家尼尔·切萨诺说,欧洲人不喜欢与任何尚未见过面的人通过电话进行商务活动。

这里有几条怎样打好电话的礼貌做法:先闲聊一两分钟;讲话速度慢而清晰;避免使用美国方言;不时小结所谈各点;最后重述一遍双方已同意的内容。此外,对方如基本上不太懂英语,可考虑使用会议电话扬声器,请一位熟练掌握对方语言的人在场帮助你顺利地同对方通话。但一定要告诉与你通话的人,他或她说的话正在经过扩音并有其他人在场。事后把谈话要点用信函方式加以确认,这既可作为长期记录保留在案,也可保证双方理解无误。这样做总是一个好主意。

公开演说

如果你对来自不同文化群落的商界人士发表演说,这里有若干礼仪上需注意的要点:一开始应该向在场所有资格较老的人致意;记住笑话是难以跨越文化界线的;不要讲那些得依靠双关语或纯粹是美国的俏皮话才能理解的事;不要发表政治评论;

对在场听众各所在国的敏感问题要努力牢记在心；事先向知己者了解一下在场听众的文化背景——事实上还可以试讲一下你的主要论点以确保你并非有意冒犯任何人；最后衡量讲话是否有效的最好途径是通过提问和回答，事实上，事先“布置好”几个问题启动讨论以免冷场始终不失为一个好主意。

采用公制

让我们面对现实：我们的制度不符合标准。世界上大多数国家现在都采用公制，用厘米，米和公里计算。如果在商务讨论中涉及度量问题，出于明显的礼貌，也许还是一种需要，你得事先把你的数据转换为公制。连那些普通的英语短语“an inch of protection”（一英寸的保护）^①或“missed by a country mile”（脱靶一英里）^②都可能导致混乱而不是清晰。你也应该知道美国1988年的贸易法案包含一含糊不清的条款，它将会大大推动向公制转变。此后，美国政府机构在采购和招标以及投标人投标时都用公制。多数美国大公司——如汽车公司——已经换用公制，但这条法律应该会促使中、小型公司亦照此办理。

工作时间

来访者通常知道而且也尊重美国的做法并遵守我们的5天工作制，每天从早上8点到下午5点或早上9点到下午5点。然而，你也许愿意知道在伊斯兰国家星期五是休息日，而星期六和星期天是正常的工作日。很多拉丁语系国家以午餐时间冗长而著称（也许从下午1点到3点半）。早上开始工作较晚（9点

① 原文意为“略加保护”。——译者

② 原文可引申为“离题万里”，“完全离谱”等意思。——译者

或 10 点),下午结束也晚(7 点或 8 点或更晚一些)。说到钟点,很多国家是用 24 小时计时制,所以上午 9 点就成了 0900 点,下午 3 点则成了 1500 点。(迅速转换的窍门是:记住上午的时间是不变的,你只要在前面加个 0,而下午的时间则需加上 12。这样上午 9 点成了 0900 点,下午 9 点则是 9+12 即 2100 点)。

头衔

接待工作中如果碰巧有机会与外国元首、大使、内阁成员或高级牧师非正式交谈,这里有几条颇有帮助的建议。称他们中的每一个人为“His (or Her) Excellency”(阁下)是恰当的。但是英联邦国家则喜欢用“The Right Honorable”(阁下)。唯一的例外是对大使,在书面写到时称他为“His Excellency”(阁下),当面则称“Mr. Ambassador”大使先生。

尊重头衔并不仅仅是对显贵人士而言。在德国和意大利,经理和其他专业人员对自己姓名前的头衔也是很自豪的。头衔往往反映了他们的教育和职业。在意大利有大学学位的人都称为“Doctor”(博士)(意大利文是“Dottore”)。这同样适用于建筑师和律师。在德国,美国人称之为公司总裁或总经理的人,他们称为“Herr^① Direktor”,医生是“Herr Doktor”,工程师为“Herr Ingenieur”。在墨西哥,律师称为“Licenciado”,这称号在那里是非常重要的。同样如果你想在传统的拉丁语系各国如哥伦比亚,对有权势的、资格老的人表示特别敬意,你可以在他的姓名前加上 *Don* 的称号。务必恭恭敬敬地对待所有这些头衔。

在英国围绕着如何称呼王族,贵族,牧师和其他人的礼仪问题分别有专书论述。但从商业目的来说,这里有几个重要的细

① Herr 意为先生。——译者

节。第一,要注意英国人姓名后跟着的字母,这些字母指的是由君主授予的特别荣誉,标志着享有特殊声望和敬重。第二,英国公司的“Director”要比美国的“Director”含意崇高得多。在联合王国,“Director”表示不仅此人已被任命为公司董事会成员,而且常常也是公司内的一名重要管理人员。“Managing Director”通常是最高管理人员,相当于我们的公司总裁(corporate president)。

美国商业等级中的副总裁(vice president)职位体现出一种影响和象征意义,但在海外并不如此普遍。有经验的海外来访商人懂得美国公司副总裁的意义和地位,但即使这样很多人仍然感到奇怪。在许多外国语言中出现了不少笑话:“那个美国人是负责邪恶(vice)的总裁。”

到达和离开

用下面一条也许是最最重要的建议来结束商务礼宾这一部分是十分合适的:安排人到机场去迎接你的客人。

我个人曾经数百次地乘飞机到世界各国,我可以证明当客人走出飞机来到一个陌生的国家,看到有人在那里迎候并亲自护送他去办公室或旅馆,他会十分赞赏主人的这种体贴关怀的姿态,没有任何其他姿态能与之相比。

如果你自己不能亲自去接,指派一个可靠的人去。一定要十分肯定此人绝对可靠负责。某周末我有几位从布宜诺斯艾利斯来的非常重要的客人抵达芝加哥,我委托一位出租车司机去机场迎接。客人们基本上不会说英语,对奥黑尔机场不熟悉,又经过累人的通宵飞行,他们不知道该到哪里去乘公交车才能到达100英里外我的办公室。因此有人在机场迎接至关重要。那出租车司机虽然知道飞机班次,出口门号和到达时间,可是回来

时仍然两手空空,有气无力地说,“我就是找不到他们。”后来,我才得知客人们坐在领行李处足足等了 3 个小时,他们以为司机延误了时间。那天是周末,他们无法打电话到我办公室,最后总算找到一个会讲西班牙语的人带他们去乘进城的公交车。最为糟糕的是,我事后知道,他们到达的那一天正巧是其中资格最老的一位客人的生日。这真是接待工作中的一场恶梦。

招待:商务中的减免税

所有的招待活动,不论为了国内或国外的商业目的,一般要服从于国内税务署的税法。这些法律十分复杂。如果有不清楚的地方,最好去请教你的税收专家。

但是这里有几条基本规定,你在招待客人时应该有所了解:

- ☐ 对任何招待费用减免税收的基本规定是,招待活动必须具有直接的、能显示出来的商业目的。可是,在有实质内容的真诚的商业讨论前或后立即举行的款待只要同正在进行的贸易或商业行为有关联,其费用就可以享受税收减免。
- ☐ 根据 1986 年税收改革法,商业用餐只有 80% 的费用可享受税收减免。
- ☐ 决定款待费用是否享受税收减免的关键因素是活动的意图。
- ☐ 要求减免税收,必须有简明扼要的费用记录,还必须得到批准。
- ☐ 国内税务署认为是铺张浪费的招待费用,不得减免税收。然而国内税务署并未提供有助于确定铺张浪费的

具体标准。

- ☐ 你可以用下述问题来测定你的情况：招待活动的中心要点是不是商业交易？你是否期待有朝一日从你所招待的客人中获得经济效益或其他好处？你在招待客人时，是否同他们进行了商务讨论？你有没有记录，收据和文件可表明招待费用的总数、日期、地点和原因？此外，建议你出示书面说明材料。

国际商务中的妇女

10年前，像这样一本著作居然有专论“国际商务中的妇女”一节大概是不太可能的。那时的态度是：全球性的商务完全是男人的世界。感谢上帝，这种态度正在改变之中，而且是在迅速地改变着——至少在美国是如此。

在亚利桑那州格伦代尔市称之为“雷鸟”的美国国际经营管理研究生院，35%的学生是女性。该研究生院对想以国际商务为其终身事业的人是最好的起点站之一。

每当我去大学同学生们谈话时，我总是鼓励年轻妇女考虑从事国际商业工作。国际贸易是迅速发展的市场。美国在全球市场上所占的份量正在逐渐缩小，因此需要一切能够聚集到的新鲜活力。而且，来访的外国商人如果注意到美国妇女在商业中作出的贡献，回国后会重新考虑他们那种日益显得无力的大男子沙文主义的传统。

在某些文化群落存在大男子沙文主义而妇女处于屈从地位，这是众所周知的。举例说，美国商人去中东（特别在传统上一贯保守的国家如沙特阿拉伯）旅行，他会发现自己处在男人的世界之中。美国妇女在那些地方做生意是极端困难的。沙特商

人的妻子总是躲在不引人注目的地方。马路上多数妇女仍然戴着传统的面纱,穿着长袍。可是有趣的是,越来越多的沙特商人因公到美国来,也随带妻子同行。她们穿着西方服装,陪伴丈夫参加各种社交活动。令人高兴的是,其他一些中东国家的妇女正开始承担着更多的商业责任。

日本是另一个把妇女关在幕后的文化群落。日本商人到美国来很少带妻子同行。但是即使在日本,妇女现在也开始从事商业,因为商业部门缺少技术和专门人才。且举一例,那里的公司实际上经常派人到大学去招募妇女从事如计算机软件工程师之类的工作。

从全球各地来看,在中国、菲律宾和拉丁美洲,越来越多的妇女承担着重要的商务上的责任。当然欧洲妇女沿着美国妇女所开创的道路,坚定不移地向前迈进,赢得商业权力中心的普遍承认。

帕特里夏·M 是南卡罗来纳州一家纺织公司的销售经理,她常常赴南美洲进行业务活动,同时也在本国招待拉丁美洲客户。“我发现自己越来越少地因为是妇女而受到歧视,”她说。“事实上如果对方表现出任何勉强的话,那是因为我年轻而不是因为我的性别。”

有兴趣从事国际商务工作的美国妇女,可阅读一本相当有帮助的书:马林·L·罗斯曼著:《国际女商人,走向全球市场的成功之路》(普雷格出版社,1986)。

美国女商业经理在接待国际客人时应该怎么做?以下是几点建议:

- ☐ 以“中性身份”出现,始终保持警惕,树起无形的天线,对来自对方的一切举动作出反应。
- ☐ 不做任何会被看成是轻浮或性挑拨的事。

- ☐ 衣着朴实无华。避免可能引起亲昵的任何举止——如频繁的肌肤接触或两人之间亲如家人的晚餐。
- ☐ 如果你的国际客人坚持要为你开门、点烟或在餐桌旁扶着你的椅子,让他们这样做无需推辞。他们也许只是根据自以为是恰当的惯例很自然地这样做。而在你这方面如有任何犹豫可能会使他们在公众场合感到难堪。
- ☐ 如果在家里接待,一定要做得自然,就像接待任何其他客人一样。不要认为有必要效仿来访者所属国妇女的角色。像你自己平常一样。你的客人通常会喜欢这样并给予尊重的。
- ☐ 如果你是单身,不要单独在家里招待客人。除非来访者是妇女或者是你长期的朋友。纽约作者对外事务代理人萨利·韦克斯勒经常出国旅行,也常常接待国际商业客人,她建议你可以与你的同事一起招待客人或去餐馆,或举行晚宴聚会,去看戏,听歌剧等等。
- ☐ 在办公室里,要完全按照职业要求对待你的外国客人。仔细聆听客人所言;提出恰当的问题;你想前进一步时必须熟悉所有的有关事实;如同在任何商业关系中一样,你同样必须密切注意未予言明的任何暗示。但是永远保持中性身份,让无形的天线积极地作出反应。

无需赘言,这些建议同样适用于美国男商人接待外国女商人。以中性身份出现,树起无形的天线,不做任何轻浮的事——全部内容都适用。

商务谈判

如果说在美国商务活动中谈判是一个复杂的问题,那么在国际商务活动中不同文化群落之间进行谈判,其复杂性有过之而无不及。

这里有一个简单例子。我的好友保罗·奥德兰博士和他的妻子巴布经常到南美洲去,他为那里的伤残儿童免费提供矫形外科手术治疗。有一天保罗在当地市场上买纪念品时,突然看到一件雕刻品,他非常喜欢想买下来。不会讲英语的小贩开价 500 比索。巴布充作他们之间的翻译。保罗还价到 300 比索,小贩则要 450。在喧闹的市场上,双方讨价还价的声音越来越激烈,保罗一点点地提高出价而小贩则慢慢地降低要价。一来一往速度极快,巴布的翻译几乎要跟不上了。突然三个人都意识到保罗的出价已超过小贩最后的报价,而小贩的报价已低于保罗最后的出价。经过短暂的难堪局面他们终于妥协,都大笑起来,做成了这笔买卖。这里的寓意是,在交叉语言的谈判中,必须谨慎小心地进行,特别当你需要依靠译员时,尤为如此。

正在进行交谈的人称这种干扰为文化噪音,指身旁分散注意力的各种事物,喧嚣嘈杂,使人弄不清楚讲话的意思。这些干扰可以是令人越听越糊涂的翻译或是手势或是其他动作,或是衣着或是办公室四周的环境和打扰,甚至于是电话线路不清楚等等。

没有经验的美国谈判者经常犯的错误包括:

- ☐ 不顾对方文化中的礼仪规定。
- ☐ 不面对面地进行谈判。

- ☐ 对地位的重要性置之不理。
- ☐ 没有经过一番社交闲聊就立即进入商务讨论。
- ☐ 认为美国方式是做生意的唯一方式。
- ☐ 缺少耐心。
- ☐ 认为对方说“是”就意味着“我同意”，实际上他的意思很可能只是“是，我听到了”。
- ☐ 碰到障碍时不后退一步检查一下原因，也许只是误解了某个词或短语的含意。
- ☐ 未能回顾，肯定，确认要点。
- ☐ 认为译员总是 100% 的正确。
- ☐ 过分重视速度和迅速行动。
- ☐ 没有当场作出决定的权力。
- ☐ 以为来自各种文化群落的人同美国人一样都认为最后协议是一成不变的。

最后一点特别重要。美国人往往如人类学家爱德华·T·霍尔所说的是“low context”的人，意思是我们喜欢协议详详细细地把一切都讲清楚，我们期望他人不折不扣地遵守协议。但是在其他文化群落中情况并非如此。譬如说日本人是“high context”的人。按照霍尔的说法，“high context”的人的意思是“……大部分信息已存在于其人本身，极少量体现在编成文字的、明确传达的那一部分中”。同生共长的孪生儿之间的交流是“high context”的交流，而法庭上两个对立的律师之间的交流是“low context”的交流，霍尔如是解释。

此外，日本人的态度是“随后产生的任何不同意见都能够很容易地通过可以尊重的、善意的双方加以解决”。中东人则喜欢引用寓言和象征进行讨论。在那里极难长期保持实用主义。要

使人们走到一起来,需要一种意识形态的帮助。

在国际商务中进行谈判的确是一个内容丰富、错综复杂的主题。坦白地说,这样一本讨论接待国际商人的书实难详尽论述这一主题。因此,如果你想进一步研究谈判的深奥技巧,建议你阅读下列三本书:

- 《各国谈判风格》(汉斯·宾嫩戴克编,1987)是一本十分精彩的参考书,其中有专门章节分别论述同中国,苏联,日本,法国,埃及和墨西哥进行谈判的问题。
- 《国际谈判:交叉文化的观点》(格伦·费希尔著,1980年)是一本十分方便的小册子,它涉及文化和社会心理,“参与谈判者”和决策风格,还谈到交叉文化“嘈音”及信任口译和笔译人员的问题。
- 《得到应有的回报:如何同日本人谈判》(罗伯特·T·莫兰著,古尔夫出版公司,1985)透彻深入地分析了多数美国人认为最令人费解的文化群落。谈判的所有方面都有所涉及,从娱乐到题为“决不要接受‘是’作为回答”的那一段有趣的论述。

小 结

商界人士都听说过“会议室里演戏”。的确,今天的商业办公室已经变得有些像舞台,而从事商业的人或参与者是台上演戏的人。任何政治上老练,对戏剧又敏感的美国商业经理对此不应该感到太惊奇。本章我们所讨论的就是在这个舞台上演出的各幕场景,同时还介绍了其他文化群落和其他习俗。

今天老于世故的商业经理必须不仅是学习戏剧的人,而且是熟练的男女演员,懂得很多不同的剧本并能担任不同的角色。

我把它称之为“变色蜥蜴式”的经营手腕。它的意思是,我们必须做到自己的外表和行动与面临的环境相适应。

威斯康星州的国际贸易专家罗尔夫·韦根克如此解释:

很多美国人不知道作为主人接待外国重要的决策者同时要给他们留下深刻的印象,他们的工作必须做到什么程度。多数美国人由于不得不把从自己社会认真学来的做法和规定置之一旁而深感不快。美国人不愿意为了迎合重要客人而去做那些他们认为是演戏或奉承讨好的事。那么,让我告诉你我的做法。我的做法是“我们要去奉承讨好”。我们得向前多走一步以求做到这一点。若要迎合似乎是客人们的古怪癖好,靠我这本书几乎是不可能做到的。即使在那些最自我贬低的文化群落中,表面上看来他们认为如此周到的安排是不重要的,但我们仍然发现采取强有力的措施以表示个人的关注、诚恳、周到和真诚的兴趣仍是极端重要的。

因此每当有外国客人走进你的办公室,你就该想象舞台幕布正徐徐上升,“我们的演出现在开始了”。你是剧本作者,剧本演出的好坏完全可能依赖关键的舞台指导——贯穿全剧的礼仪问题。

7 “同等规格”的商业接待：个案研究

本书关于接待工作谈了很多概括性的意见，现在谈一些具体的情况。以下是一个按同等规格进行商业接待的真实例子——同等规格的意思是美国商业经理在国外某个国家受到怎样的接待，他在美国也就怎样酬答该国来的客人。

背 景

A 先生是美国一家建筑设备公司的总裁，该公司出口 250 万美元的零部件到南朝鲜一家主要的工业公司分部。这家南朝鲜公司再提供约值 750 万美元的部件和劳力。最终产品运回美国销售，但是其中一大部分直接销售到澳大利亚和欧洲的最终市场。结果：总销售额高达 1250 万美元左右；美国享有贸易顺差；双方都对这项交易感到满意，共享利益；任何一方都不完全依赖对方，双方均既是买主又是投资人。

A 先生到南朝鲜去时，汉城机场上总有司机和译员在迎候。如果他想去著名的 Itae Won 商业区去买东西，司机和译员总是陪伴着他。第二天上午，公司一位职员会陪他从汉城飞往主人的家乡，并帮助他通过各种各样的安全检查。这样做是必要的，因为南北朝鲜之间的紧张关系继续存在。南朝鲜国内航班面临

较大的劫机危险。凡有客人来到,按惯例根据客人的地位及对南朝鲜公司的重要性,分别安排他们在当地旅馆或公司宾馆住宿。当然较为尊敬的客人是住在宾馆里的。A 先生被带到宾馆上百套房间中的一套里安顿下来,一切费用由南朝鲜公司支付。套房里放着鲜花和一瓶上等苏格兰威士忌。如果他有下属同来,他们则住在当地旅馆,费用自理。

第一天晚上 6 点半或 7 点开始活动,主人在宾馆里设宴招待 A 先生。大家都穿普通西服,进门脱鞋,穿着袜子站在一起喝鸡尾酒并品尝冷盘。南朝鲜主人方面还有些妇女,身穿民族服装,小心翼翼地站在男主人和客人的身旁。A 先生注意到他身边的女主人最为年轻漂亮。然后大家坐在长方形桌子旁边,当中是空着的。A 先生被精心安排在长方桌长边的正中面对身份最高的主人,Y 先生。菜单上印有朝文和英文。酒过一巡,开始上菜。共有六到八道,但每道菜的量并不多。一面喝着苏格兰威士忌和茶,一面慢慢地品尝菜肴。在整个用餐过程中,主客双方不断地用一只公用的小银杯,一对一地相互敬酒。在两次敬酒之间,小银杯被放入一碗上面飘着一块柠檬的水中清洗,然后又斟满酒,递给下一对相互敬酒的人去使用。“这不太卫生,”美国人暗自思忖,“但酒过数巡后,似乎谁也不在乎了。”

饭后由三件乐器(其中一件是西方吉他)组成的乐队进来了。首席主人率先唱了两首朝鲜语歌,一首英语歌。随后其他南朝鲜主人挨次唱歌,各唱一首朝鲜语歌,一首英语歌。接着主人邀请 A 先生唱(A 先生的忠告是随便唱什么都行,唱“上帝保佑美国”或“你是我的太阳”或你正巧想到的任何无聊曲子都可以。拒绝是不礼貌的)。身旁的女主人,通常是善于唱歌的,在旁边伴唱以示支持。令人惊奇的是,这位女主人和乐队竟然知道各种各样美国歌曲可以帮他伴奏或伴唱。他表演以后,该轮

到女主人了。她用朝鲜语唱。A 先生讲了几句简短但奉承的话：“如果你 Y 先生（指首席主人）在商业上不是如此成功的话，我敢肯定，你会是一个非常成功的令大家愉快的职业演员。”

整个晚上，大家都是以“某某先生”相互称呼，除了 A 先生和首席主人：他们在一起做生意已长达 18 个月，现在已经可以相互直呼其名了。

至此晚上的活动还不能说已经结束。现在开始跳舞了。饮酒继续，女主人表演了几只传统的朝鲜舞蹈，甚至还表演了类似在美国街心广场上跳的集体舞。钟敲 10 点，乐队奏出相当于“晚安，女士们”的乐曲，从而结束了这次社交活动。但是还不能算完全结束。

接着到了非常微妙的时刻。女主人低声对 A 先生说，她很乐意到他的套房去与他私下相会。对付这种可以预见的困境有好几种办法，A 先生想。一是悄悄地对首席主人解释说，这位女主人的确十分迷人可爱，可是你得遵守一夫一妻的美国习俗和誓言；对主人可以一再表示感谢，但要说明你很遗憾，你不得不拒绝他的好意。第二个办法是让年轻女子到你房间来。“如果她真的被拒绝了，权威人士曾告诉我说，这件事会记录在她个人档案里，对她很不利，而且被认为是非常严重的事，”A 先生解释说。“房间里总有两张床，如果你愿意，你可以说由于时差关系，你实在太疲倦了。”

作为对比，当 A 先生接待从朝鲜来的 Y 先生时，局面略有不同。

Y 先生在最近的机场受到迎接，这次 A 先生亲自前去以示特别的关心和敬意。他们去 A 先生的乡村俱乐部用餐，然后总要邀请客人去打高尔夫球，虽然南朝鲜人通常是不接受的。菜单经过精心安排，有两三样开胃小吃和厨师所能提供的最好主

菜,还有丰富多样的甜食和餐后饮料供选择。住宿安排在当地最好的旅馆,Y先生房间里放上鲜花和苏格兰上等威士忌,其下属房间样数相对较少。

第二天早上专车前去迎接客人。Y先生独坐一辆小车,其下属合乘另一辆。接下来就讨论商务,也许会场上还布置有南朝鲜国旗和用朝语写的各种标志。下午晚些时候访问A先生私宅。“这里住几户人家?”Y先生的一位下属问。整个一天和晚上的活动都照了相,照片随后寄到南朝鲜作为这次访问的纪念。

A先生意识到自己的接待不太可能比得上他在南朝鲜受到的那种豪华奢侈的待遇,所以他仔细寻找有否其他机会和方法来表示他的殷勤好客。

不久当建筑设备公司在拉斯韦加斯举行重要的交易会时,机会来了。A先生认为这等于是在自己的家乡,所以作了如下安排:两部扩大了容积的豪华轿车去机场迎接五位南朝鲜客人;在旅馆里专门预订了一间独用的餐厅;请他们品尝美国的美味佳肴——海螯虾,上好牛肉;最后以令人眼花缭乱的各色鸡尾酒作为结束。为了尊重南朝鲜的习俗,用餐后还表演了独唱和合唱。而多数其他来参加交易会的客人则不得不竞相租用出租车,在公共食堂用餐。对这些南朝鲜客人的周到安排和关心体贴,为A先生在南朝鲜商界朋友中赢得了殷勤好客的声誉。

8 如何使用译员

“你的驴鞍肚带松了”——在中国的一句不知所云的祝酒辞。

前

总统吉米·卡特 1977 年访问波兰，其译员在通知波方卡特即将正式到达的消息时，至少在三个方面践踏了原意。首先，他想说的是卡特于该日“离开了美国”，但却说成了卡特已经“抛弃了美国”。第二，他把波兰人“对未来的渴望”译成“对未来的贪恋”。最后，他出了一个最大的洋相，说什么“总统说他非常高兴在波兰紧紧抓住你们身体的隐秘部位”。

译员常常是绝对必要的，但是正如卡特总统所知，翻译出来的话不一定是绝对正确的。

美国人很幸运，因为英语是国际商业的通用语。因此多数国际游客到美国来对英语通常具备一些工作上够用的知识。对我们来说这是幸运的，而对他们则不然。在我们方面我们不必学习其他语言，而来访者则必须学会对付这世界上最复杂最奇妙的语言之一。这里翻译将起关键的作用。

口译或笔译美国英语是很费力的。美国英语有丰富的口语用法，首字母缩拼词、成语、俚语，难懂的外来语，行话和玄妙的术语从而使翻译工作的困难倍增。此外难上加难的是我们的海

外来客或他们的翻译也许学的是衍生其他语言的母语：英国英语。多数美国人并没有意识到美国英语和英国英语之间存在着危险的差异。这些不一致之处是十分危险地存在着，从而可能——事实上已经——引起了英国人和美国人之间的“冗长而激烈的辩论”（温斯顿·丘吉尔语）和误解。

第 11 章还将进一步讨论这一主题并提供材料证明，在国际交谈中使用英语就像扔灵敏度高的手榴弹。一不小心，手榴弹就会在你自己脸上爆炸。

本章讨论如何有效地使用笔译和口译人员。translator 一般是处理书面文字的，而 interpreter 从事口头语言交流。

全世界约有 5000 种不同的口头语言。随着每年来美国的外国游客日益增多，在你一生中某个时刻，你将会需要口译或笔译服务的可能性正在逐渐增加。

翻译服务的费用是不少美国商业的一项主要开支。当克莱斯勒公司决定重新进入欧洲市场时，单为翻译一本服务手册就耗资 600 万美元，即为一例。

本章将就如何有效地使用口译和笔译人员提供大量有用的意见。你会学到：到何处去请翻译，他们要价多少，如何对待他们，如何同他们一起愉快地工作，最最重要的是，如何避免在交流上出大差错。这里首先讲几则有关口译和笔译的真实趣闻。

实 例 和 趣 闻

我们将引用一段十分贴切的中国古老谚语作为本章的开场白：

病从口入 祸从口出

以下有数例说明，某些口译或笔译人员译出的语句不仅伤

害了而且大大损伤,甚至彻底摧毁了我们称之为交流的复杂过程。

- 金属行业的一位美国经理访问西德,他通过译员描述称为“酸洗”的化学处理过程。译员要求给他些时间找一个相应的德国字。最后他决定用“酸黄瓜(*gurke*)”,并这样对那个可能成为买主的德国人说,这个过程显然同醋和黄瓜有关。
- “*gosses*”是法语口语中“小孩”的意思。可是一位译员却在加拿大法语区用了这个字。在当地 *gosses* 的意思是“睾丸”。所以在魁北克千万不要用法国法语问,“孩子们好吗?”
- 70年代初期,一家生产电子医疗测量仪的日本公司总裁到美国走访几个城市。他匆匆忙忙雇用了一位当地译员伴他同行。在某城市,美国一家与之竞争的公司的两位美国经理接待了他。午餐时美国人直言不讳地问,日本会在什么时候降低关税,允许美国的医疗测量仪器更多地进入日本。日本经理于是开始长篇大论地说了起来,从上汤时开始讲,到吃过色拉,一直到主菜上桌,还在滔滔不绝。最后他终于停住。译员转身看看迫不及待的美国人,耸耸肩,简单地说,“他不知道。”
- 一定要确知你的译员懂得该国语言中的口语用法。举例说,墨西哥的西班牙语与阿根廷的西班牙语之间在词汇和发音上存在很多区别。如“*coger*”一词在常规的西班牙语中意思是“获得,逮住”。但在阿根廷,乌拉圭和巴拉圭“*coger*”的意思是“与……通奸”。有一次我用西班牙语对阿根廷人说,我要去“叫一辆出租车”(我用了

coger 一字,这在墨西哥是完全可以接受的)。阿根廷人用惊奇的目光看着我,简单地回答说,“这不可能”。

- 威斯康星州克林顿市一位教师首次去日本时告诉他的第一批听众说,他“非常高兴来到日本”(tickled to death to be there)。后来他发现日语译员把他描述成“他将为自己搔痒,至死方罢”。
- 你说一句“尼基塔·赫鲁晓夫”,然后问问美国人听后脑中会出现什么形象,会联想到什么语句。他们的回答可能是“我看见他坐在联合国,用皮鞋敲打桌子。我听见他在说,‘我们将埋葬你们’”。弗吉尼亚州阿林顿市外交人员语言学校的俄语专家肯尼思·弗鲁克对《今日美国》解释说,1958年的翻译没有今天这样的水平。“现在如果你进翻译学校,你学到的是两种语言相对应的语句而不是逐字的翻译。赫鲁晓夫讲话的真正意思是,‘我们要赶上你们。我们要在经济增长上超过你们美国人。’”顺便说一下,弗鲁克1984—1985年在莫斯科美国大使馆担任翻译。为了避免诸如“我们将埋葬你们”这类重要的差错,在联合国,由58位成员组成的翻译小组的组长说,今天译员的任务只是把外国语言译成本国语言。
- 甚至那些半专业性的译员也会讲话很不得体。中西部一家公司派了一名经理去墨西哥领导那里的子公司。幸运的是经理夫人是美国中学西班牙语教师。到墨西哥后她第一个任务就是去为新居购置家具。她轻松地走进一家床上用品商店去买床垫。西班牙语中床垫叫 *colchon*,可是她不自觉地说了一个发音近似的词 *cojon*,意思是“睾丸”。你想想看当墨西哥售货员听到

一位讲西班牙语美国人进来要看“睾丸”会有什么样的反应。更糟糕的是：她接着又解释说她想要看一只“宽大，坚硬的床垫”。我敢说那里的售货员到现在还在好笑呢！

- 耐克跑鞋厂雇用了一位肯尼亚人为它的远足鞋新产品做电视广告。这位桑布鲁部落的男子看着摄像机，用他的家乡语 Maa 讲话。字幕上打的是：“真行”——耐克的广告语。摄像人员后来承认他们始终没有弄清楚这位桑布鲁男子究竟说了些什么。原来他说的是：“我不要这双鞋，给我一双大号的。”
- 一位住在费城的妇女陪伴她的银行家丈夫去东京执行公务。她处世认真，因此设法学了些日语。她说，她的日语已经可以应付轻松的社交会话了。有一天外出购物时，她鼓足勇气走向一位日本男子问道，“对不起，请问现在几点钟了？”那男人似乎吃了一惊，转身离去。回到家里她问家中那个能说两种语言的保姆，她那句话有什么问题。保姆听了她用日语说的那句话后，有礼貌地解释说，这句貌似无辜的问题听上去像出自美国性感女演员梅蕙丝^①之口，“你几时有时间来看看我。”
- 设想一下来美国的外国游客用他们那生疏的英语对，譬如说，纽约人说话，其遭遇会如何。大苹果城^②可能是美国最国际性的城市，但大家都知道它并非最友好的城市。我有一次在地铁车站，看到一个外国人结结巴巴地

① 梅蕙丝(Mae West, 1892—1980)，美国女演员，以其胸部丰满出名。——译者

② 大苹果城(Big Apple)是纽约市的别名。——译者

用英语问过路人时间。他一再遭到粗暴的纽约人的拒绝。我走近一些,听到这个仍有耐心但已十分疲倦的外国人对第五或是第六个过路人说,“对不起,能告诉我准确时间吗……还是说如其他人建议的,我该滚蛋。”

- 迪米特里·扎列奇内克是美国国务院资深俄语译员。有一次他为美国参议员代表团在莫斯科与米哈伊尔·戈尔巴乔夫会见作翻译,在翻译过程中,戈尔巴乔夫突然打断他问道,“你是哪里人?”“我在翻译时,从来没有人问过我这个问题,”扎列奇内克解释说。“我告诉他我父亲是喀尔巴阡山脉地方的人,他说他的父亲战时就牺牲在那一带。我开始感到有些紧张。参议员们在等着,而我却在同戈尔巴乔夫私下交谈。”扎列奇内克非常善于俄译英的工作,因此他能根据情况需要使用美国发音或英国发音。

- 古典文学的翻译本身自成一个领域。譬如说,你中学时读乔叟或狄更斯的作品,翻译可以给你很大的帮助。一般的英语读者难以读懂乔叟的中世纪英语原著,可是通过一本良好的现代英语译本,大家都能阅读和欣赏乔叟了。“就狄更斯来说,他的那种 19 世纪的用语,多数现代读者是难以欣赏的。可是一本当代的良好译本恢复了他原有的新颖生动的描述,”约瑟夫·史克沃列斯基说。另一方面马克·吐温却对他的一篇散文的法译本非常不满,他自己又重新译了一遍。这样,吐温原文中的“……但这有什么用(but it warn't no use)变成了生硬的“有什么好?(to what good?)”最后,作家尤多拉·韦尔蒂那铿锵有力的短语“钹的撞击声(crash of a cymbal)”译成捷文成了“扬琴的撞击声(crash of the

dulcimer)”,因为原文中 cymbal 正巧同捷文中的 dulcimer 同音。

- 田纳西州纳什维尔市的一名职业翻译乔·安·丘奇说,有一家制造丽都(Electrolux)吸尘器的瑞典公司出了一份新的广告词,其英语有些问题:“丽都吸力无敌(Nothing sucks like Electrolux)”。丘奇指出这句广告词尽管有些粗鲁,但却押韵^①。
- 最后,美国一家最大保险公司的资深副总裁说,他在纽约的一位同事经常去日本出差。他在日本常常通过翻译发表演讲。有一次,他事后得知日语译员把他的开场白译成如下一段:

美国商人正在用一则笑话开始他的演讲。我不太肯定他为什么这样做,但所有的美国商人都认为演说必须以一则笑话开始。〔停顿〕他现在在讲笑话了,但是坦白地说,你们是不会理解笑话的,所以我也就不翻译了。他以为我在翻译他的笑话呢。〔停顿〕在他结束演讲时,符合礼貌的做法是开怀大笑。〔停顿〕他马上就要讲完了。〔停顿〕开始笑!

听众不仅开怀大笑,还起身鼓掌欢呼。这是典型的宽宏大量的日本风格。

演讲结束后,美国人并不知道发生过什么事,他还特意过去对翻译说,“几年来我一直在这个国家发表演说,你是我碰到的第一个知道怎样讲有趣的笑话的译员。”

① 指英语 sucks 同 lux 押韵,sucks 是粗话。——译者

翻译的差错,就像不合时宜地从背后偷偷袭来的猛烈一击,我们每个人都可能碰到。我们怎样去对付它呢?怎样才能避免错误呢?请继续往下读。

关于可靠翻译的几点意见

口译和笔译的业务包括很多不同的方式:同声传译,连续口译,技术翻译,广告翻译,外语电影翻译,法律语言翻译和自由职业译员或专职的公司译员。本节将向你介绍翻译业务如何进行的有关问题——翻译的来源,费用,礼仪,准备,工作关系,同时还介绍如何做到翻译质量可靠,不会引起麻烦的一些普通常识。请记住“interpreting”指译口头语言;“translating”指译书面语言。

同声传译如字面所示指当讲话人还在说话时就进行翻译,译句略微滞后但要与讲话人基本同步。当然这是各种类型的翻译中要求最高的,也是最易犯错误的。同声传译要价最高,因为笔译者可以在书面文字上慢慢推敲。

美国新闻署前外交家马乔里·史密斯强调,把某些语言同声传译成另一些语言相对来说比较容易。把日语译成英语就是其中一例。因为日语的结构就是要使听者可以推测到下面要说什么。日语中动词在句尾出现,这样讲话人可以注意听者的反应,然后小心选择动词。在日本文化中,句子的结尾如果出人意料的话,那是粗鲁无礼的。但是反过来——从英语译成日语——你可得注意!需要的不是翻译词语而是能够翻译思想的人。英语的修辞往往比较生动而且充满着惊人之语,这同润滑似象牙的日本语言是格格不入的。

“俄英对译时存在同样的危险,”史密斯警告说。“在俄语

(和德语)中最重要的字常常位于句子的最后部分;理想的做法是:听完整句俄语再开始译成英语。”

再就是芬兰语。一位丹麦朋友常爱这样说,“芬兰语极端困难,没有一个人,我的意思是真的没有一个人,可能学会它。”举一个小例子,你就会有所感受了:如果你学习过拉丁文的话,你会记得拉丁字常常有不同的结尾——事实上有五种可能的结尾——视其在句中的位置而定。而在芬兰语中每个字有九种可能的结尾。那就是说一个字根据它用在哪里可以变化很多次。这对同声译员来说简直是一场恶梦。

连续翻译如字面所示犹如网球比赛:你首先发言,译员把你的话译过去,然后你再讲话,再翻译,如此下去。毫无疑问,这比同声传译要安全得多,但明显的不利之处是交流思想要花费双倍的时间。然而,有些使用连续翻译的人认为时间拖长倒是一个有利因素。他们说这样你就有了更多的时间,在译员翻译时你有时间进行思考。

广告词翻译的最好办法是从容进行,而且要给译者更多的自由和灵活掌握的余地。事实上逐字翻译广告词可能导致灾难性的后果。下面只是我们知道的几个“误译的例子”:

- ☐ 通用汽车公司汽车的“Body by Fisher(车身)”在佛兰德语中变成了“Corpse by Fisher(尸体)”。
- ☐ 高露洁牙膏在法国以“Cue”一字做广告,后来才知道Cue不巧在法国是一本广为流传的有关口交的黄色书的书名。
- ☐ 在讲法语的魁北克省,一种洗衣皂的广告说,用了它保证有“清洁的生殖器”。
- ☐ 最出名的用句不当的例子是百事可乐的“喝了百事可

乐,变得活跃欢乐(Come Alive With Pepsi)”的广告词。当他们在台湾做广告时,这句广告词竟成了“百事可乐把你的祖先从坟墓带回人间(Pepsi brings your ancestors back from the grave)”。

- 派克笔在有些语言里不能宣传它那有名的“Jotter”原子笔,因为其发音听上去像“下体弹力护身”(jockstrap)笔。
- 最后,一家在巴西经营的美国航空公司做广告说,它的喷气式飞机上设有豪华的“单独会面休息室(rendezvous lounges)”,它不知道在葡萄牙语中(巴西用葡语)“rendezvous”的含意是一间供做爱用的特别房间。

说到翻译广告词,约翰逊制蜡公司的前任国际销售部经理拉里·格里布建议说:“同外国广告代理商合作的最好办法是向他们总的描述一下你想要说的内容,也就是广告词的要点。然后请他们把这些内容用他们的本国语言进行表达。”“千万不要坚持逐字翻译,”格里布这样警告说。

作家尼尔·切萨诺发现从意大利进口的面制品盒子上印有英文的塞肉粗通心粉的制作方法,他举这个例子说明逐字翻译广告词的后果:

1. 取现成的塞肉粗通心粉,用牛肉,鸡蛋,帕尔马干酪,胡椒或香料(根据你的爱好)烘烤成馅,充分调和加汁。
2. 用番茄汁涂满备用平底锅,然后把塞肉粗通心粉一只只排列整齐,相互之间留一点距离。
3. 最后为了确保烹饪成功,倒去剩余酱汁,盖好

平底锅锅盖,把它放在炉上。

上哪儿去找口译和笔译呢?需要笔头翻译时,人们首先想到的是去找一位懂两种语言的朋友或在当地教该外语的教师,可以是高中教师或附近学院或大学的讲师或教授。翻一些简单的急件,这可能是很好的权宜之计。

然而要使翻译质量符合要求,明智的做法是去找专业的翻译人员。可以从手边的电话簿中找到。美国多数大城市都有很多专业的翻译机构。

美国有两个全国性的专业翻译协会:设在华盛顿特区的美国语言专家协会,电话(202)298—6500 和位于纽约州奥西宁镇(Ossining)的美国翻译工作者协会,电话(914)941—1500。后者在全国约有 2800 名会员;据它估计全美共有 1 万名翻译,其中多数为自由职业者,一部分组成中小型翻译公司,还有的人受雇于大公司。

收费标准大致如下:书面材料,多数按字数收费。相当长的材料,每个字约 7.5 美分,即 1000 字 75 美元。较短的材料,收费可能略多,15 或 20 美分一个字。对于用通用语言写的一般性材料,这个价格也许是适当的。翻译半技术性材料,收费标准较高,技术性很强的则更高。做日语或阿拉伯语的翻译要价也是比较高的。会议翻译一天约 280 美元或每小时 25—35 美元。较短的讨论会,收费大概是 200 美元。这些是 1989 年的价格,适用于连续翻译。同声传译收费当然要高一些。

如果你在考虑为公司雇用一位专职的口译或笔译人员,美国翻译工作者协会的一位志愿工作者埃里卡·梅尔策说,“工资(公司的)较难确定,因为这要根据此人是自由职业还是专职的译员,精通几国外语,语言的难度如何,掌握哪些受过训练的技

能。有 3 到 4 年经验的专职译员平均年薪大致 2.5 万美元,如果有 8 到 10 年经验,又有硕士或博士头衔,最高年薪可达 4 万美元。”

下面是一些具体建议,涉及到工作名片的翻译,口译人员应坐在什么位置,大型会议使用口译的特殊问题,等等,应有尽有。

会见外国来客之前

1. 准备好印有外语的工作名片。一面是英语,另一面是外语。两种文字的字体大小和印刷质量都要完全一样,以免你的外国客人以为你把他的语言看成是二流的。

2. 商业通信时,如对收信人是否精通英语有所怀疑,花些时间请专业人员把信译成收信人的本国语——特别是开头几封信。

3. 这同样适用于接待外国客人和发表任何形式的讲话。这样做不仅是一种礼貌并会给客人留下良好的初次印象,而且你讲的话实际上已用客人能够理解的语言记录了下来。所以事先准备好可供客人带走的已译成其本国语言的文件,视觉或听觉资料,这将会令他们十分高兴。

4. 如果为了同国际客人面对面地讨论问题或是通过越洋电话交谈而打算请一位译员的话,最好事先同译员见见面。相互之间可以有所了解。向译员说明与外商会谈的目的。让译员有时间熟悉一下你的声音,讲话,风格,复杂词语的使用,口音和讲话速度。让译员事先了解你可能要用的技术词汇。如果你准备同客人讨论你的产品和服务,事先与译员一起过一遍内容,因为其中某些用词和名称肯定对译员来说是新鲜和陌生的。在国务院工作了 30 年之久的拉尔夫·格兰纳举了一个例子:“有一次我们要推销樱桃,于是告诉译员我们生产的是‘酸樱桃(tart

cherries)’,但后来我们发现译员把它说成‘樱桃蛋糕(cherry tarts)’你想想看,酸樱桃和樱桃蛋糕完全是两码事。”

你一定还得让译员知道一些你的外国朋友家乡的地理背景——譬如说,他们来自自己国家的哪一地区。这可以帮助译员对该国语言的地区区别或内部的特殊口音和方言事先有所准备。

在会议中如何对待口译人员

以下是在会议进行中如何最有效地使用译员的几点建议,以及一些普通的礼貌:

1. 安排译员坐在两位主要人员之间但稍后一些的位置上,因为主要人员应该能清楚地看见对方以便传达身势语和示意动作。
2. 一定要像对待其他客人一样有礼貌地对待译员。
3. 事先向译员介绍穿着准则。
4. 一定要让译员在晚间适当的时刻吃些东西,也许还可提供葡萄酒和鸡尾酒。多数译员难以做到边吃边工作,所以事先请他们吃些东西不是一个坏主意。

会议中

1. 国际来客通常把社会地位,头衔,商业职务看得十分重要。在介绍与会者时,一定要翻译得慢一些,确保外国客人都能够知道每一位来客的头衔,社会地位,职务等等。要特别重视诸如博士,教授,律师,工程师等头衔。在很多外国文化群落,这些称号比在美国用得随意得多,但这并不影响它们在书面和口头交流中的重要性。

2. 尽量避免难懂的语言,行话和玄妙术语。任何双关语,

主题引言或技术行话只会成为顺利交谈的障碍。

3. 幽默是难以翻译的。考虑一下这个问题。试试看向外国人解释《纽约人》杂志上的漫画。多数美国幽默的根据或是扭曲了的词意或是双关语或是时事。幽默中的关键语句往往来自我们的文化或奇怪用语。如“Play it again, Sam”, 或“Whatever you say, Kemosabe”, 或“How’d ya like them apples”。要想翻译其中任何一句, 如果不是绝对不可能的话, 也是十分困难的。可是仅仅为了不能自由地讲笑话就避免微笑或大笑, 这个理由不能成立。事实上只要适合时宜, 尽可能常常面带笑容, 甚至开怀大笑。笑本身是全世界通用的语言。

4. 绝对不要讲淫秽的故事或有伤风化的轶闻。绝对不要使用庸俗语气。它可能是侮辱性的, 带来的后果也可能使客人捡起你的下流用语不自觉地给自己的语言涂上一层不堪入耳的色彩。

5. 各句之间要有停顿。用简短、紧凑的语句说话, 这样译员就有时间进行翻译。你也许事先就可以同译员商量好讲多久应该停顿一下。有的译员会做记录, 一次能译较长段落。有的则不能, 他们往往概括性地把大意译出来而不是逐字翻译。

6. 记住使用连续翻译时, 演讲得花费双倍时间。要为译员安排一只专用的扩音器, 这样就可避免把一只话筒来回传递的难堪局面。

7. 不管是对一个人或很多人说话都必须面对听者而不是译员。

8. 如果在屏幕上显示图表或图画, 留出时间让译员对每一张图表或图画进行解释。

9. 不要害怕使用面部表情, 身势语或其他表示情感的动作。著名的社会人类学者爱德华·T·霍尔声称, 我们在交流

中 60% 以上的内容并非通过语言进行的。用得恰当的、强有力的手势或动作将长期地留在听众的记忆之中,而当时真正说过的话却早被遗忘。我曾经听到出席通过翻译的演讲会的人反映:“演讲人的确对他所要表达的内容非常认真,不是吗?你可以从他的动作和感情看出来。”

10. 至少学几句当地的短语用在你的讲演之中:“谢谢你们耐心地听我说话”,或“你们是非常好的听众,谢谢你们”。这种小小的表示会有助于加强听众对你的好感。

11. 预演一下,即使这意味着在真正演讲之前你得雇用一位临时译员。这样做可以帮助你改掉一些佶屈聱牙的地方,熟悉那种说一段让译员翻一段来来回回的速度并促使你多用短小而完整的句子。

12. 同译员事先商量确定某种信号,这样他或她就可用信号及时指出你讲的速度过快还是过慢。

13. 用某种方式感谢你的译员,或公开或私下。演讲以后同译员一起评价讲话的效果,这样下一次你就能讲得更为流利通畅。

大型会议如何掌握翻译

1. 圣地亚哥的一位专门从事会议安排工作的鲁迪·赖特建议说,安排国际会议的第一步是事先确定会议的正式语言,其次说明为其他语言作些什么准备。

2. 全体会议常常使用同声传译,而在研讨会或小组会议上则使用连续翻译。同声传译的设备在美国并不普遍,但如果事先计划好并交费用说的话在任何地方都可得到这种设备。会议计划者必须确保设备完好可用,并且有足够数量供所有预期的到会者使用。

3. 安排活动的负责人应该预先通知发言人,他们将向来自不同国家的听众发表演说,这样他们就可以相应地准备材料。

4. 旅馆应该注意与会者是来自不同的国家并相应地准备好各种标志、懂双语的服务台工作人员和其他的有关礼貌表示。

5. 登记表应用多种语言印刷,登记处的工作人员应能提供语言帮助。此外会议议程和其他散发的材料均应备有其他语言的文本。

6. 制作和翻译姓名卡,头衔,所属公司的名称时要特别谨慎小心。

7. 如可能的话,事先向同声翻译译员提供发言稿。

小 结

一位访美的西德商人用结结巴巴的英语说:“请把你们的技术详尽地送来,并说明每件的要价。如果可能的话请用德语。对此我将特别感激。”

对于敏感的美国销售经理来说,这些话应该会立即在整个销售系统中激起热烈反应,他们眼前马上会出现一个新的重要买主的形象。但在这一点上也应该响起警钟。多数美国人和公司未能用他国的语言称职地作出反应。

“美国的……商人对如何处理他们的(国际)信息交流抱有不可原谅的忽视态度,”理查德·希尔在推荐戈弗雷·哈里斯和查尔斯·宗阿本德合著的《商业翻译:达到准确翻译的有效途径》一书时写道。“误译一个字和一句话有可能导致几百万美元的损失,而翻译工作却常常由靠查字典的秘书或是由也许记得乡村居民闲聊时的用语,但对法律、财政或全球政治一无所知的负责后勤的小职员去处理。”

为了接待源源而来的外国商人或与之打交道,美国人最好是:首先,努力学会其他语言;第二,只要认为合适,就请教专业的口译笔译人员。利用本章所提供的建议,这项工作做起来将更为有效,也更有乐趣。

自己尝试翻译是值得称赞的,但有时会像谚语中突然爆裂的雪茄一样,溅得你满脸烟灰。1976年我第一次去中华人民共和国商务旅行,就领教过这一教训。我随同一批中西部商业经理去访问,这个代表团是到那时为止首批经批准进入中国的混合团组。因此我们希望举止得体,遵守每一条礼宾规定。“在中国,人们酷爱祝酒,”代表团内一位较有经验的人说。“让我们给他们留下深刻的印象,用中文祝酒吧!”

我当然不会说中文,但碰巧只有我随身带了一本中文短语手册(尽管那还是第二次世界大战时陆军航空兵团印发的)。所以大家推举我去祝酒。“你们要我说些什么呢?”我问。“讲些既客气又不是一本正经的话,”他们决定要我这样做。他们要我说“十分感谢这顿美好的晚宴。我吃得太多了,不得不松松腰带”。

代表团内几个人帮助我练习这两句话的发音。我花了好几个钟点才记住这几个中国音。

晚宴时,我信心十足地站起来,用我新学来的中文祝酒。我看得出在场的人显然十分吃惊,因为在此之前我没有说过一个中文字。第二天早上,一位会讲中英两种语言的朋友问我:“你想知道昨晚你说了些什么吗?”我说,当然。他于是告诉我,我说的是“十分感谢这顿美好的晚宴。你的驴鞍肚带松了”。

9 赠送礼品

“当心希腊人带礼品来？废话！相反，应该当心的
是有人带礼品来而你却毫无准备。”

——一位政府礼宾官

前

总统吉米·卡特和妻子罗莎琳在 1988 年访问埃及开罗时提出想去看看当地的骆驼市场。骆驼商人阿卜杜勒—瓦哈卜·瓦吉赫受宠若惊，他不仅陪同总统一行游览市场一圈，还送给他们两把银制短剑，几根苏丹的骆驼鞭子和一头颈上系着粉色彩彩带的六龄骆驼。他本来还打算在卡特脚前宰一头羊以示特别敬意，这是穆斯林表示欢迎的传统做法。“但是美国大使馆的人告诉我不要这样做，”瓦吉赫说。“他们说卡特不会喜欢的。”商人这么做是典型的主人做法，即南部埃及人所表现出的热情奔放、殷勤款待之情。

在国际商务中，你很快就会得知你不必非要当了美国总统才会受到如此盛情对待。此外，拒绝受礼犹如当面赏人一记耳光，而礼品送得不当也就可能断送一桩满有希望的商业交易。

赠送礼品，作为礼宾和接待的一项活动，至关重要。因此明智的经理需要有经过妥善考虑的政策来管理这件事。首先是减免税收的政策。从前面关于商务礼宾的一章中，我们已经得知

在税收中减免作为一种商务开支的礼品的招待费用涉及到国内税收署的法律。其次是收到礼品后该如何处理的政策。关于经理收到贵重礼品该如何处理,很多公司都有政策规定。譬如说,有的公司允许经理自留礼品而有的则要求经理将礼品上交公司库存。不论是什么政策,与所有其他商业问题一样,赠送礼品的格言是“不要措手不及,要有所准备”。因此有必要事先明确公司政策与公司礼宾的关系。

政策与礼宾的关系

威斯康星州的国际商业高级顾问罗尔夫·韦根克博士谈了下面一件事:

他在日本时主人送给他一扇价值连城的彩绘屏风。日本人料到韦根克会提出异议,便说:“我了解在美国政府或公司都有关于接受礼品的规定。我要你知道这件礼品不是因为你的头衔或职位,而是我作为朋友送给你个人的。”

怎么能拒绝这种谦逊有礼的姿态呢?这种进退两难的困境是经常会发生的。你能接受吗?你接受吗?如果接受了,如何相应地作出回报呢?

立即的回答是:如果公司政策允许的话,应该接受;拒绝则会引来更大的问题。如何回报?这就较难回答了。让我们看看以下几个供选择的做法:

- ☐ 你的公司可能禁止接受任何礼品或是高于一定价值的

礼品,在这种情况下你必须告诉送礼人,因为有政策规定你不能接受。然后自己承担后果。

- ☐ 代表公司老板接受礼品,再上交公司礼品仓库存放。
- ☐ 你的公司可能允许回赠礼品,但价格不得超过美国税法规定*。
- ☐ 用同等昂贵的礼品回赠,但费用超过税法规定的部分不作为减免税收的商务开支报国内税收署。
- ☐ 接受礼品但通过其他行动进行回报:如在谈判中作些小小让步,在服务或发货方面给予优惠,对送礼人的朋友和同事表示可以给予某些帮助,等等。

另一种送礼形式是通过款待来表达;美国的经理在国外旅行时有时会受到极为慷慨的款待,他们可能会觉得难以报答。这里有几个原因。首先我们经常受到联邦法律和公司政策的约束。但是第二,很多海外东道主总爱提供一些远远超过我们所习惯的高规格款待,使我们突然之间变得有负于他们的热情。这就是为什么我们必须认真小心地对待接待这门艺术的另一原因。

一位老资格的美国经理理查德·E·布鲁尔曾经为其公司管理远东和中东地区的业务。这两个地区都是以过分慷慨的(根据我们的标准)赠礼和款待著称。布鲁尔对公司或政府的限制和传统的殷勤好客之间的矛盾提供了一个解决办法,这次是以中国为例:

* 国内税收署关于减免税的规定是非常复杂的。普通礼品不得超过 25 美元。但是如果礼品上印有文字或符号则无限制,因为这种礼品被认为是做广告。送给雇员的礼品最高可达 400 美元。最好请教你的税收顾问。——原注

中国商人送给你一件贵重的东方古玩。如果你拒绝受礼,他会丢失面子,这在东方世界是最严重的冒犯,所以你必须接受。那么怎样回报呢?回答是“周到的考虑”。你必须寻找其他办法——记住他的生日并有所表示;给孩子们一些特殊的礼物;了解他的业余爱好——做出些姿态表明你对他的生活和利益所在既十分关心也很了解。而且这种姿态不一定只是一次性的。可以在今后较长一段时期内,在很多方面表示你个人的兴趣和关注。

美国常驻香港的一位经理提供了一个表示“个人兴趣和关注”的例子。他的一位主要客户,中国人,常常送给他高档礼品并慷慨地款待他。现在中国人计划去美国总部访问。美国经理意识到这也许是他以某种方式回报他的机会。美国人知道他的客户有4个女儿而且是非常忠于家庭的人。碰巧美国人得知在此人访美期间适逢其结婚周年纪念。为了使他在那天不至于感到过分孤独,美国人暗自在他下榻的旅馆房间放了一幅很大的合家欢照片,旁边还摆上鲜花。另外还事先安排他在香港的家人那天打电话过来。真是绝妙的姿态——但事情并未到此为止。美国人还准备了一些小礼品让他带回去送给女儿们,帮助他的大女儿了解关于美国大学的有用信息。整个访问过程,中国商人都受到重要贵宾规格的接待。但是这并非包括全部内容。

后来这位中国经理带了全家到美国总部。美国人打定主意始终亲自陪同。他安排孩子们受到最盛情的款待。在这次愉快的访问中,突然发生了一件不愉快

的事。中国经理的一个女儿病了。美国人立即作出反应。他知道这一家人也许害怕美国医院的急救室,他特意找了一位当地的医生立即去女孩的旅馆房间出诊。美国人知道,很多中国妇女对于医生检查身体特别敏感。事实上,在有些中国医疗机构内常常摆有一具小型的用象牙或塑料做的妇女平卧模型。女病人小心翼翼地模型上指出自己不舒服的地方。美国人把这些都向当地医生交代清楚,医生于是很顺利地处理了这件事。病情得到诊断,女儿很快恢复了健康。通过这些举动,美国的经理用令人非常感动的方式巩固了可信赖的商业关系,任何有形的礼品都不可能做到这一点。

寓意:完全可以采取有效而合法的措施既尊重了公司和美国政府限制性的规定,又回报了外国商业朋友的慷慨行为。答案就是“关注和周到的考虑”。

如果上面所讲的是商务中赠送礼品的第一条规则,那第二条肯定应该是收集各种有形礼品随身携带以备不时之需。第三条就是要知道在各个文化群落中哪些礼品可能是禁忌之物。

关于礼品的建议

在提出有关礼品的具体建议之前,先谈一些一般性的意见:

- ☐ 礼品一定要便于携带,易于装箱。
- ☐ 如果非得送一件体积庞大的礼品,则应主动提出代为托运以免客人背着它继续旅行。

- ☐ 检查一下礼品必须是“美国制造的”。如果送给日本人一件“香港制造的”礼品显然是令人难堪的。
- ☐ 不管送什么礼品，一定要是高质量的。譬如说，如果你选择送瓶酒，要确实知道那是最好的酒。国际知名的、有声誉的商标当然是首选。
- ☐ 尽可能不要送易腐烂的或易打碎的礼品。
- ☐ 事先了解一下哪些是禁忌之物。例子：肯尼迪总统访问新德里时，他的工作人员准备了六打总统照片作为礼品。幸而在礼品还未送出之前官员们发现放照片的框子是用牛皮做的——这是重大失误，因为印度民族视牛为神圣不可侵犯。
- ☐ 赠送礼品的时机也得谨慎选择——最好的时机也许是在访问结束时。如果到那个时候，客人还没有送你礼品，那么你送的时候态度尽可能随便一些，而且声明它只是客人这次访问的一个小小纪念，这样就不会使客人感到局促不安了。
- ☐ 尽可能使双方的礼品在价值上相当。如果客人送你一只钥匙圈，你就不要回赠金表，反之亦然。
- ☐ 礼品越富有人情味越好。因此可以考虑在礼品上刻上或印上受礼人的姓名或首字母。或者，最好是所准备的礼品能够同你所了解到的客人癖好或业余兴趣有关联。
- ☐ 礼品可以分成几大类：实用的（闹钟），纪念性的（公司周年纪念章），个人用的（香水），当地的（本地艺术品），文化性的（历史书），消费性的（一盒糖果）或有内在价值的（纪念邮票或硬币）。

下面是包括所有这些类别的各种礼品。其中也许有一样会

使你联想起能完美地满足你的特殊需要的东西：

- ☐ 一件旅行睡袍(通用尺寸)。
- ☐ 一只美国牛皮公文包。
- ☐ 一本诺曼·罗克韦尔的图画集。
- ☐ 一副袖珍型折叠式的高质量双筒望远镜。
- ☐ 一只小型旅行闹钟或一台小型收音机。
- ☐ 一本安塞尔·亚当斯摄影作品集。
- ☐ 一罐佛蒙特槭树汁。
- ☐ 印第安人的珠宝首饰。
- ☐ 你州里的印第安人早年用的箭头。
- ☐ 用你州特产的木头制作的木雕品。
- ☐ 一只高质量折叠式大手提包。
- ☐ 一盏用电池供电的阅读用台灯。
- ☐ 一只高质量的小手电筒。
- ☐ 一件轻型、质量好的可折雨披。
- ☐ 一根带钱包的腰带或一件背心。
- ☐ 保罗·里维尔银碗(有历史意义且实用)。
- ☐ 最新儿童电子玩具(如果是美国制造的话)。
- ☐ 你亲手制作的东西：雕刻、珠宝首饰物。
- ☐ 有迪斯尼乐园标志的儿童T恤衫。
- ☐ 你所在城市或州的照相册或历史书。
- ☐ 一本美国地图。
- ☐ 音乐磁带或唱片(如果你知道他们的爱好的话)。
- ☐ 美国杂志订购单。
- ☐ 有关牛仔和印第安人历史的书籍。
- ☐ 西部风格的皮带搭扣。

可是,再重复说一下,礼品的最好选择是能够表现出你听到了并注意到了客人的意见和个人爱好的东西。保尔·卡尔普去台湾拜访他的销售商时注意到销售商之妻显然很喜爱某种牌子的美国糖果。他还无意中听见她在说这种糖果很难买到。卡尔普回到美国后就到处寻觅,最后得知这种糖只在美国科罗拉多州大章克申生产。以后卡尔普每次去台时总带上一大盒。正是这种微不足道但却是特殊的做法令人难以忘怀。

可提供帮助的资料

凯思林·K·里尔登教授是一位劝说理论和传播科学的专家。1981年派克钢笔公司委托里尔登博士进行国际上礼品赠送做法的研究。她对约125位经验丰富的国际旅行者和经理进行了调查。其研究成果已经包括在《礼仪与禁忌》(约翰·威利父子公司,1986)一书中。

专业的服务公司在全国各地纷纷成立以满足代为寻购特制礼品送给国际商人的需求。

此外各种报刊杂志有时也刊登一些有关这一专题的建议。你可以现在就着手剪下有关内容,保存备查。埃米莉·波斯特和利蒂希亚·鲍德里奇分别撰写的基本参考读物都有章节论述国际商务中礼品赠送问题。同时还可以请教你的商业同事,在他们的经验中哪些类型的礼品最受欢迎。

具体的禁忌

如果不是在复活节有人送给你一枝百合花,你也许会感到

吃惊,因为在我们的文化里,百合花被视为死亡的象征。如果客人出于好心送给妇女颇具挑逗性的紧身内衣,她们的丈夫也许要生气不悦。这只不过是 在美国禁忌礼品中的两个例子而已。

其他文化群落也有他们各自的禁忌。我们不可能在此一一列举——的确任何书籍都不可能包罗万象。但下面列出了一些主要的禁忌。

- ☐ 日本人习惯于把礼品包装起来,但是他们不用白色包装纸(白色是死亡的颜色);也不用色彩艳丽的包装纸;也不在礼品上扎蝴蝶结。
- ☐ 不能送给日本人或朝鲜人以 4 计数的任何礼物;4 是不吉利的数字,就像这里的 13。
- ☐ 不要送钟给中国人;“钟”这个字在汉语中听上去带有可怖、丧葬的内涵。
- ☐ 对香港人来说,送成双成对的东西比单件更会带来好运气。
- ☐ 拉丁美洲人认为送小刀意味着“切断”关系;但是小刀如与硬币同送则可淡化这一观念。
- ☐ 在中东,手帕表示泪水或分离,因此作为礼品是不恰当的。
- ☐ 鲜花具有各种象征意义:在墨西哥和巴西紫色鲜花是死亡之花;在日本白色花朵是死亡之花;在很多欧洲国家白菊花是死亡之花。同样在不少欧洲国家送一束有双数花朵的花是不吉利的,因此一定要送单数花朵的花束(当然 13 这个数字除外)。
- ☐ 送花给西德人,一定要先把花束包装打开。
- ☐ 在西德送玫瑰花表示你对受礼人抱有强烈的罗曼蒂克

兴趣。事实上通观历史,玫瑰花总是表示“秘密”。想想拉丁字 *sub rosa*,它的意思就是秘密。请注意在天主教堂的很多忏悔室的门楣上刻有玫瑰花的图案。

- ☐ 送法国人香水犹如谚语所说“送煤到纽卡斯尔——多此一举”。
- ☐ 在中东半裸的妇女画像(即使是著名的塑像)或是宠物(如狗)的画像都是不恰当的礼品。狗在中东被认为是肮脏和卑贱的。
- ☐ 在日本绘有狐狸的礼品表示“多产”,如是獾则表示“狡猾”。
- ☐ 在等级森严的社会如日本要注意必须根据受礼人的不同地位和威望来分送礼品。如果牵涉到好几个人,而你又不能确定各人的职位高低,则可选一件送给集体的礼品(如,银盘,雕刻品,瓷制塑像,精致玻璃模制品)。
- ☐ 礼品上公司的标志应尽量淡化。或者使标志看上去隐隐约约不易察觉或者只在礼品上放一张你的工作名片。
- ☐ 某些颜色有特殊的涵意(见第 11 章)。

如果你对于在某个特定场合赠送某种礼品有任何疑问,可直接打电话给该国使馆文化参赞,请教他们你打算送的礼品不会有任何不愉快或预料不到的含意。

小 结

经过认真考虑而又是趣味高尚的礼品能够使你大受欢迎,对此你也许会感到吃惊。下面一个成功的例子涉及到来自中东的客人。他们都是虔诚的穆斯林教徒。当美国人很有礼貌但却

是真诚地对他们的宗教表示好奇时,来访者不无自豪地送给主人一本他们的圣书,英文和阿拉伯文对照的《可兰经》。为了报答他们的好意,美国人买了一副纯银的指南针——对,一副指南针——还定做了一个特别的盒子。为什么?穆斯林通常一天要祈祷好几次,而且必须面对圣城麦加。在一个陌生的国家和城市,指南针在帮助来客熟悉环境,指明方向上可以起到基本和有用的作用。

10 同三个特定群体做生意

加拿大人：我们最接近的邻居，
英国人：我们交往最久的来访者，
日本人：我们认为最难捉摸的客人。

——一位研讨会的参加者

这 三种人——加拿大人、英国人和日本人——加上墨西哥人和西德人占每年来美的国际游客，当然尤其是商人中的绝大多数。

本章将用大使特有的放大的眼光对前面三组人群进行观察，并就如何接待他们，与他们做生意提些建议。

我们从加拿大人开始。这些指导原则对双方——美国公民和加拿大人应该都有所帮助。总的目的是加深居住在西半球最漫长，最少警戒的边界双方的相互了解。

加 拿 大 人

首先让我们引用以下一段关于北美这一对生气勃勃的伙伴（美国人和加拿大人）的尖锐评论作为开始。这段评论可能恰到好处地概括了整个关系的特征：

美国人对加拿大一无所知但毫无恶意,而加拿大人对美国知之甚多,但却不怀好意。

美国人是否对加拿大人一无所知?如果任何美国公民认为这一说法不公正或不确实,那么请测验一下自己:请举出五位历史上著名的加拿大人士。

我在美国举行的研讨会上提过这一问题,结果常常是令人难堪的沉默。然而在某次研讨会上的确有人大声说出:“安妮·默里和迈克尔·J·福克斯。”

另一方面多数加拿大人能够从我们的历史书中举出一长串著名的美国人名。

试试第二个问题:你会用哪一特征来描述加拿大人?

美国听众会迅即作出回答,“哦,那容易。加拿大人完全同我们一样”。这正是为什么美国人被指责对加拿大人抱有“善意的无知”。事实是我们北面的友好邻邦对他们自己的,独特的传统有着强烈的自豪感;当被美国人轻率地说成“……完全同我们一样”,他们会十分恼怒。

然而公正地说,在我们两国文化之间相似之处要比不同之处更多一些。可是当美国人接待加拿大人时知道一些基本的,初步的事实还是重要的,反之亦然。

首要的基本事实是,1989年1月由里根总统签署成法律并经加拿大议会批准的“加美自由贸易协议”在今后的10年内将在两国之间基本建立一个共同市场。根据协议的条款,关税将逐年下降,到1999年降到零位数。其结果将是货物和服务在本来已经是世界上最友好的边界两边毫无阻挡地自由流动。

这里有几件事实可以表明这项历史性协议在商业上的重要

性：

- ☐ 加拿大已经是美国最大的贸易伙伴。双边贸易总额约达 2000 亿美元(有趣的是,根据 1989 年的一项调查,被调查的加拿大人中有 83%知道这一事实而美国人中只有 12%对此有所了解)。日本是美国的第二大贸易伙伴,可是美国对安大略一个省的出口就比向日本全国的出口还要多。
- ☐ 美国同 2600 万加拿大人的贸易来往总额几乎相当于同欧洲共同市场 12 个国家 3.2 亿人口贸易额的总和。
- ☐ 1987 年两国间共有 1.8 亿人次越过边界进行互访;其中约有 4500 万加拿大人次访问了美国,很多人显然是多次来访;那一年估计加拿大人在美国的消费高达 39 亿美元。
- ☐ 加拿大和美国从东到西的边界长达 3987 英里,75%以上的加拿大人住在离边界 100 英里之内。

1988 年加拿大对是否签署自由贸易协议的问题采取了全民选举的方式。加拿大人投票赞成总理布赖恩·马尔罗尼的党再度执政。他的当选代表了赞成协议的一次全民表决。

接待加拿大人:我们应该知道的事

在今后 10 年里美加之间的经济联系不可避免地会日益密切,下述建议和 information 对我们北美之间如何相互接待应该是有用的。

- ☐ 加拿大是世界第二大国,面积仅次于苏联。

- “爱斯基摩人”这个名词现在被认为是粗鲁的印第安词，已不再使用。更可取的名称是“伊努伊特人”(Inuit)，但很多词典至今尚未收入。
- 两国居民大部分来自中欧国家，因此两国都有一种混合的种族“拼凑”传统。加拿大的主要人种是法国人、英国人、爱尔兰人、德国人和斯堪的纳维亚人，还有一些东方人、荷兰人、乌克兰人、意大利人、波兰人以及不少其他人种。当然不能忘记伊努伊特人和美国印第安人。
- 美国人常常会忘记在哥伦布进行他那次为人们所熟知的加勒比海之行前 500 多年，北欧的探险家们已经知道有加拿大了。
- 1988 年冬季奥运会在阿尔伯达省卡尔加里城举行，这次活动使世界人民对加拿大的浅薄知识增长不少。在蒙特利尔和温哥华举行的世界博览会对此也有帮助。
- 把“法裔加拿大人”说成是一个完全独立的群体的说法相当普遍而且也为公众所接受，但却是错误的。更正确的说法是说法语的加拿大人。
- 根据法律，加拿大是双语国家，约有 25% 的人认为法语是他们的第一语言。在魁北克省这个数字高达 80%。但是访问加拿大的人在去温哥华的路上（包括温哥华在内）会发现到处都有一小群、一小群的人使用法语。对这种双语制，美国公民应该密切关注，因为在这里同样的情况正在迅速出现，西班牙语很快将变成非官方的第二语言。
- 政府雇员如果不是全部至少大多数都会讲两种语言。
- 认为加拿大是在北面的那块一望无垠的辽阔荒野，只有伊努伊特人、骑警队和北极熊。这种观念既不正确也已

过时。从地理上来说,萨斯喀彻温省的穆斯乔几乎与英国的伦敦处在同一纬度上,知道这一点也是有帮助的。

- 加拿大的主要宗教有天主教,安立甘教会,浸礼教会和基督教新教的其他教派。
- 人们喜爱的体育运动是:冰上曲棍球,速滑和花样滑冰,足球,棒球,英式足球,英式橄榄球,冰上溜石,滑雪,网球,游泳,高尔夫球,长曲棍球,曲棍球,田径和体操。
- 在美国享有盛名的加拿大人为数甚多,举例如下:约翰·坎迪,里奇·利特尔,韦恩·格雷茨基,罗宾·麦克尼尔,玛丽·璧克馥,洛恩·格林,保罗·安卡,威廉·沙特纳,彼得·詹宁斯,索尔·贝洛,约翰·肯尼思·加尔布雷思,前参议员萨姆·早川和艾伦·蒂克。
- 加拿大的政体是联邦政府内的议会政府制。各省政府有权处理省内教育,财产法和医疗设备等问题。加拿大的众议院由全民选举而参议院则是任命的。总理是众议院内占主导地位的政党的领袖。
- 喜欢琐碎小事吗?伊恩·沃克和基思·贝洛斯合著的《加拿大人》一书(1978)声称其内容包括“加拿大最大的、最好的、最长的、最小的、最奇怪的、最古老的和最可笑的”东西。其中一节是这样记录的:“世界上最厚颜无耻地在公共场合裸体飞跑的人是蒙特利尔的迈克尔·勒迪克。1979年奥林匹克运动会(在加拿大举行)的闭幕式上,500位天主教学校的女学生正跳着舞蹈,而他却裸着身体在她们中间窜来窜去。当时约有20亿人通过电视目睹这一奇观。”

我们将用多伦多大学前校长克劳德·T·比斯尔对加拿大

及其人民具有学者风度的描绘来结束这一部分：“加拿大人一般来说处事悠闲，但一旦奋发起来，会以惊人的速度行动。有人最近评论说，我们的生活方式是‘带有放纵色彩的清教徒习俗’。我们的历史是一部大胆的印象冲破古板执拗的记录。”

英 国 人

对很多美国人来说，我们最亲密的国际兄弟似乎是英国人。中学时我们就知道 1620 年从英国普利茅斯出发的“五月花号”的英勇航行，了解殖民地的情况和这些殖民地怎么会大部分住着英国人，以及关于独立战争史诗般的斗争。

在本世纪由于两次世界大战中英国兵和美国兵并肩作战，我们之间的亲密关系得到显著的加强。今天我们两个社会之间似乎存在着一种举世无双的亲情和友谊。

我至今受到的最了不起的赞扬之一是在 60 年代中期，当时我还是一个阅历很浅的经理，在伦敦我们公司的子公司里工作了 4 年。英国公司的总裁 L·杰克·金是一位留着髭曲的小胡子，在体育运动上才华横溢，在商业上精明敏锐的人，他深受公司同人的称赞。他负责监管我在伦敦的工作。我任期结束时，关于我的表现他写了一份简短报告送回总部：“他来时是一个很好的美国小伙子，我们把他送回给你时，他已成长为体面的英国绅士。”

接待英国人：你该知道的事

我们所谓的“共同语言”充满了“陷阱和圈套”。千万要小心。诺曼·W·舒尔写了一本可爱的书《英语/英语》，列举了几千条美国英语和英国英语用词的差异。这里只举一个例子，如

汽车。美国人和英国人在描述汽车各个组成部分时至少有 60 处用的是迥然不同的术语。对付这种含糊不清的情况,这里有一条一般性的忠告。每当同英国人在商务或社交讨论时发生了争执,先查一查我们的用词——原因可能就在双方对某个词或某个术语的解释不同上。温斯顿·丘吉尔在他的记录中证实了这一点:“……冗长而激烈的辩论来自于对一个词的误解:如‘to table’ a matter for discussion 中的动词‘to table’。”对美国人来说,这一短语的意思是“暂时搁下”待以后讨论,而英国人的理解正好相反:“把这个问题放到桌面上,立即进行讨论。”有了这一类潜在的含糊不清的概念,难怪我们相互之间要干起仗来。

让我们讨论几个值得注意的用语:

- ☐ “大不列颠”指包括英格兰、苏格兰和威尔士三个部分在内的岛屿。如果把北爱尔兰包括在内,正确的名称是“联合王国”。英国人(British)通常是指英格兰、苏格兰、威尔士和北爱尔兰的公民。
- ☐ 称他们为“Britishers”则是美国用法,在联合王国的人听来略带贬意。同样“the Brits”这个称呼也是如此。最好用“the British”或“Britons”。
- ☐ 虽然多数外出旅行的英国人已经习惯于美国人的风尚,但在他们自己的社会中他们仍然喜欢某些行为准则。举例说,同多数美国人相比英国人常常较为拘谨和保守。英国人甚至拿自己开玩笑说,“我们总是如此的保守,以致于当世界末日到来时,它要到 20 年以后才会降临英国。”
- ☐ 他们也常常事先预约商务性的活动。他们喜欢面对面地讨论商务而不愿通过电话。

- 在社交聚会上,美国人通常的开场白是问“What do you do?”(“你是干什么的?”)意思是你从事什么职业或工作。这种问法有些鲁莽,因为在极为珍重隐私的英国人看来,这有点儿涉及个人隐私的问题。同时作为一个个人来说,你是谁比你干什么工作更为重要。
- 英国人酷爱动物。这就为美国主人进行交谈或一般性的招待活动提供了极好的共同感兴趣的领域(如称赞家养宠物,参加马或狗的展评等。)
- 同样,多数英国人也是有修养的园艺家,对研究和了解美国的动植物群会很感兴趣。
- 英式职业足球(soccer),在英国称为 football,是人们最爱观看的体育运动。板球和软式墙网球与网球,高尔夫球,草地滚球和赛马一样也是很受欢迎的娱乐活动。英式橄榄球同样流行,既有职业球员也有业余爱好者。两国间另一不同之处是,在英国比赛的过程中参加者的作风至为重要,而在美国我们更为重视比赛的结果。
- 英国国教是新教圣公会,它也是在联合王国占统治地位的宗教,但全人口中约有 7% 的人信奉天主教。
- 条纹领带可以有相当程度的象征意义。英国的军团,大学和学院,大学运动队和预备学校都各有自己特殊图案的条纹领带专供校友使用。他们常常以拥有这种领带而倍感自豪。一位毫无思想准备的美国商人说,他访问英国时,英国人看到他带的领带后就问,“你是皇家工兵部队的吗?”美国人无知地回答说,“不,是萨克斯第五街时装公司^①出品的。”

^① 美国纽约市一家高级服装商店。——译者

- 英国的义务教育直到高中毕业为止,基本上没有文盲。享有盛名的私立学校——英国称之为“公学”——收费昂贵,因此英国青年中只有 1/16 左右在那里接受教育。曾在何类学校就读对将来在英国商界是否取得成功具有深远的影响。
- 英国人以能自我控制而自豪,他们极少诉诸于争吵或暴力。
- 出身和地位在英国仍受到尊重,名誉性的或世袭的头衔仍然具有意义和作用。
- 素净的,不加佐料的固体食物是最受欢迎的。通常早餐的量很多,煮得半熟的鸡蛋也许是最普通的一种选择。专业人员下午 1 点用午餐。“傍晚茶”是蓝领阶层的晚餐,而“下午茶”被一些顽固不化的美国人错误地称之为“傍晚茶”。用餐时饮茶比喝咖啡更为普遍。与很多其他国家一样,一日的主餐在中午,而通常在下午 7 点用晚餐。
- 至于社交饮料,苏格兰威士忌是最受欢迎的烈性酒,人们只称它“威士忌”。主餐前喝一杯也许两杯混合饮料(常常是苏格兰威士忌加苏打水或水,有的还加一小块冰),用餐时再喝点葡萄酒。杜松子酒和托尼克^①也非常受欢迎。美国啤酒被称之为“窖藏啤酒”,喝冷的;几种英国独特的啤酒(黑啤酒,苦味啤酒或浓烈黑啤酒)则不一样,美国人认为适宜于温度凉爽的室内饮用。苹果汁是一种受欢迎的英国饮料;这不是苹果汁而是含相当酒精的酿制饮料。

① 一种气泡加香饮料,可纯饮或调制鸡尾酒。——译者

- 同美国的情况一样,英国人说话有好几种不同的口音,从口音可以知道讲话人来自哪一地区。有教养的或所谓的“恰当”口音是英国广播公司无线电台和电视台播音员的口音。这也称之为“被普遍接受的南方英语”或“标准英语”,有时也称为“牛津口音”。但是现在会听到有更多的播音员用明显的地区口音播音。
- 美国和联合王国经常交换大众电视节目。例如,“豪门恩怨”在联合王国非常受欢迎。同样经典电视连续剧“全是一家人”在美国十分走红,事实上这部连续剧是根据英国的系列片“至死不分离”拍摄的。
- 很多年来多次民意调查显示,绝大多数英国公民赞成并支持女王的作用和君主政体。
- 我们之间不尽相同的某些特点:手持餐具的方式,英国人始终用左手握叉;驾车方式,英国人沿着马路左边开车;我们的执法官员通常随身携带装在手枪皮套里的重型手枪,而在英国称之为“Bobby”的警察只带一根 18 英寸长的警棍和一副手铐——不带枪、子弹或梅斯催泪毒气。(注:少数伦敦警察现在也武装起来了以对付恐怖分子,但下班后绝对不能携带武器。)
- 一家英美广告代理商奥美市场服务公司曾在美国人中就如何看普通的英国人进行了一次调查,结果如下:英国人“矜持寡言,举止文雅,讲究理智,因循守旧,富有教养,谦恭有礼,恪守俗例,自我控制,切合实际和热爱传统”。(多数英国人听到这些溢美之词会谦虚地拒绝这种媚人的描述并迅即转变话题。)
- “美国人则常被英国人看成是:乐观主义的,过于爱国的和诚挚认真的,”奥美集团的董事长威廉·E·菲利普

斯说。“（美国人）喜欢取乐但我们对待世界和自己的国家是严肃认真的。我们颂扬自己的国家机构，尽管我们可能会嘲笑个别总统，但对总统这个职位我们绝不会主办广告节目进行嘲讽。相反在英国广告中很少有神圣不可侵犯的东西。这使美国人感到意外，因为我们美国人一向把英国人想象得十分墨守成规。”

- 英国人那种温文尔雅的口音和妙语成珠的口才通常会深深地迷住美国人。想想那位警察队长后来成了广为宣传的施韦普斯补剂的发言人怀特黑德。还记得他的口音和智慧怎样迷住了美国听众吗？因此一位美国经理警告说，“你一定得提防这些英国人——要他们把谈话内容写出来给你，否则他们一开口你就无法抗拒那种魅人的声音。”
- 我有一次的确听到一位没有经验的美国人问英国经理，在英国他们在什么时候用什么方式庆祝感恩节。这位英国人停顿了一下，然后狡黠地回答说，“实际上我想你可以说，我们在每年的7月4日庆祝感恩节。”

日 本 人

游记作家常常把遥远的地方描述成“差异的国土”，可是日本问题观察家约翰·C·康登却说日本这个国家完全可以称之为“矛盾的国土”。

在日本访问，你会看到古老的算盘安放在电子计算器旁，传统的和服与迷你裙共存，筷子和刀叉同用，有书写用的毛笔和墨汁同时也有原子笔和文字处理机。

日本人来到美国，这种差异继续存在。日本文化崇尚文雅

的鞠躬礼，可是来此后他们常常奉行学来的西方礼节：紧紧地握手。随同丈夫来美的日本妇女舍弃了几个世纪以来的屈从恭顺，开始同美国妇女一样穿着打扮，上街购物和打高尔夫球。那些移居美国的日本人的子女很快学会了流利完美的英语，只是回到日本以后大大地落后于在严格死板、要求苛刻的教育制度下培养出来的同时代青年。

但是如果说在日本社会内部的差异是引人注目的话，那么在我们两个社会之间的差异则令人震惊。美国人常常把日本人看成是难以捉摸，不可思议，神秘莫测，凡在同义词汇编中可以找得到的、意思是“难以看懂和理解”的所有其他词都可用在日本人身上。著名人类学家爱德华·T·霍尔用了“令人困惑”一词也许是最好的。

日本人竭尽全力努力去理解我们的文化，也许比我们设法去理解他们的文化做得更努力一些。他们意识到要在世界经济中继续取得惊人的成功，他们必须放弃行为上的岛国特性而学会世界上其他国家的做法。我这样说的根据是，当我的第一本书《世界礼仪禁忌》被译成日文时，尽管书是用美国式英语写的，他们仍逐字进行翻译。问他们为什么这样做？他们的回答实质上是在说“我们的读者不仅可以学到其他国家的礼仪和禁忌，而且他们还能够通过美国人的眼光来读这本书——这样就可学到双倍的东西。”

令人啼笑皆非的结果是，在相互学习和运用对方在行为方式上的细微差别时，这些差别有时会出其不意地相互碰撞。现举一例：

日本人的两个行为特征是有关目光接触和间断性的沉默。日本人常常避免目光直接接触，他们认为那

是不礼貌和带有恫吓性的。至于沉默,与日本人进行商务讨论时,中途常常会出现短暂的沉默,这是在预期之中的,而且是完全可以接受的。但美国人则喜欢目光直接接触,同时避免令人尴尬的沉默局面。

北卡罗来纳州一位与日本人谈判很有经验的律师说,他的日本对手中至少有一位十分了解这种差异的风格并利用它作为令人倾倒的谈判策略。在美国主顾提出建议以后,日本谈判者目不转睛地盯着美国人看,同时保持完全的沉默。这种毫不典型的目光接触再加上长时间的沉默弄得美国人不知所措。结果,无需日本商人多说一句,美国人就不由自主地说出了自己的第二,甚至第三个谈判建议。

说到谈判,我们美国人也许在与日本人进行普通的谈话时也会由于我们自己的语言而碰到麻烦。有一次美国商人对他的日本对手说,“好,我们的想法是并行不悖的(in parallel)。”日本人点点头说,“很好。”几个星期过去了,日本人那里没有任何回音。美国人最后找到他问道,“发生了什么事?我原以为我们的想法是并行不悖的呐?”日本人回答说,“我在字典里查了‘parallel’这个字。它的意思是‘永远不会碰头的两条线’。”显然日本人还以为美国人说的是“我们的想法完全不一致”。

接待日本人应该知道的事

以下是几点提示:

- ☐ 鞠躬是日本传统的问候方式,但正如我们所知,他们已很快适应握手致意了。有的甚至模仿西方的紧紧握手,

目光接触,但如果他们握手无力,避开目光接触,你也不要感到惊奇。

- 迎接日本人时微微欠身是恭敬有礼的。这表示,他既然按你的习俗办事,你也应该知道并尊重他的习俗。美国人也许永远学不会日本人鞠躬行礼的全部艺术,但是一般的规则是鞠躬越深,表示你对他越是尊重。尊重和谦恭是日本社会的两条重要原则。
- 与日本人初次见面几乎总是要交换工作名片。交换名片的程序如下,做法上可能略有些变异:(1)双手用大拇指和食指毕恭毕敬地拿好名片,微微欠身送上;(2)双方花一点时间仔细阅读并研究对方名片;(3)然后,这个时刻,可能相互握手。拿到对方名片而不回赠自己的是不礼貌的。其他可做和不可做的事:不要随随便便地把名片往口袋里一塞;不要在名片上涂写,至少当送名片的人在场时不要这样做;一定要清楚地解释自己的头衔,因为你的身份是非常重要的;一定要把名片放在面前的桌子上以备查考,同时这也是一种尊重对方的表示。交换名片的整个过程在日语中称为“*meishi*”。
- 在对方尚未主动提出之前,不要贸然直呼其名。有些美国人也知道在日本人姓的后面加上“*san*”^①字是恰当的;这在日本是一种习俗,但一定要等时机成熟时才这样做,对此要极为谨慎。可以小心地向熟人了解一下:姓后面加 *san* 起什么作用,什么时候用较为合适。
- 处事方式和实质内容同等重要。这就是说做某件事的方法几乎同如何去做一样重要。这一特点屡见不鲜:礼

① *san*, 日文,附在姓名、头衔后表示尊称,意思即“先生”、“女士”。——译者

品总是非常仔细地包装好；端茶待客要用一种优雅而复杂的仪式进行；食品的外表与味道好坏一样重要；在商务交易中尊重和谦虚应该是诚实和正直的平等伙伴。

- ☐ 一致性是日本人的另一特点。俗话说，“枪打出头鸟”。日本商人穿着保守又千篇一律即为明证。
- ☐ 我们在电影中虽然看到日本人像沙丁鱼一样挤在火车和地铁车厢里，但在其他情况下身体接触是不能接受的。所以不要把你的日本客人当成自己在大学时的最好朋友，与之勾肩搭背。
- ☐ 其他重要的示意动作：张开大嘴在日本被看成是粗鲁的动作，所以避免当众打呵欠或开口大笑；要用整只手招呼和示意，手掌朝下；当众嚼口香糖是不礼貌的。
- ☐ 在日本流行的西方体育运动是棒球，英式足球，排球，网球，滑雪和跑步；传统的日本体育运动是摔跤，柔道，剑道（用竹杆当剑击）和空手道。
- ☐ 日本仍然是一个以男性为中心的社会，但妇女正在取得很大进步。其表现之一是 1989 年选入日本国会（Diet）的妇女人数创历史最高记录。
- ☐ 很多日本人在访问美国期间希望能有机会打高尔夫球，访问美国家庭，参观卡西诺赌场和著名的美国景点，并购买礼品回国送给家人和同事。
- ☐ 你的日本客人很可能带礼品来访，你千万不能拒绝。赠送礼品是他们文化中根深蒂固的习俗。
- ☐ “水交易”在日本是所谓的娱乐业的委婉说法：酒吧，卡巴莱^①，夜总会，矿泉疗养地和小酒店。博伊·德门特

① 指有歌舞或滑稽短剧等表演助兴的餐馆或夜总会。——译者

在他写的一本十分精彩的《日本的道德规范和行为准则》一书中说,社交饮酒和娱乐款待是日本商人生活中的重要部分。他写道,例行的饮酒习惯可以追溯到古代的宗教生活。第二个原因是日本商界存在着森严的等级制度,因此只有在社交饮酒场合才能无拘无束、坦率交谈。德门特写道:“……他们喝酒以求身心放松得到乐趣,并显示自己的友好热情,同时趁机了解同饮共醉的伙伴。对于那些虽喝着酒但仍然正襟危坐,头脑清醒的人,他们是抱有怀疑的。他们把这种情况称之为‘毁了清酒’,言下之意毁掉了欢乐。”

- ☐ “是的”并不一定意味着“是的,我同意”。通常其含意是“是的,我听到了,”并不必然表示同意。事实上很多文章都写到日本人有各种独特的办法来避免直截了当地说“不”。原因是,对他们来说任何否定都是破坏和谐的一种表示,而和谐是他们追求的至高目标。
- ☐ 日本人与西方人相比更爱吸烟,有时甚至边用餐边吸烟。他们认为吸烟纯属个人的事,因此也许不向你敬烟,也不征求你是否同意。
- ☐ 认为大声擤鼻涕是粗鲁的。他们用手帕揩手指或前额,但用手巾纸擤鼻涕。按照一本指导手册的意见,日本人“会满怀乐趣地用鼻吸气或喷气和啐唾沫,但擤鼻涕肯定会引起反感”。
- ☐ 谈到反感,最糟的是使日本客人感到局促不安。这属于出名的东方人的“面子”问题。所以会如此是因为日本人更重视群体而不是个人的更为重要的作用。因此,在日本个人受窘会直接给群体带来耻辱。在日本自杀是因为给群体带来了耻辱而承担责任的最终办法。要想

进一步了解怎样与日本人发展商务关系,可阅读日本贸易振兴会出版的《在日本做生意》,那是一本很有用的书。日本贸易振兴会的宗旨之一就是帮助美国企业向日本出口。

谈到“面子”,约翰·康登在他的《日本人》一书中指出,美国人和日本人看待问题的方法从解剖学上来说正好相反——他们要保住面子而我们却要捂住臀部。

日本社会的确非常复杂。但日本人来此作客,美国人常常发现他们几乎总是令人愉快的,快活有礼的,慷慨大方的和亲切和蔼的。

小 结

就如何接待这三个不同的群体提出总结性的意见远非易事。从一个方面来说,加拿大人常常认为我们“孤陋寡闻”,英国人常常认为我们“不拘礼节”,而日本人则常常认为我们“不诚恳”。可是尽管如此,三个国家都成了或者说都是我们的亲密同盟,重要的贸易伙伴。他们都迫切希望同美国人建立牢固的友谊。我们一定要处理得当。但是做得更多一些也是值得的,特别对这三个重要群体的来访者来说。如果我可以提一个建议的话,那就是“必要的准备工作”……你在阅读本章十余页内容时已经开始这样做了。其次,树起那根本书谈到过的无形天线以接收一切新的信号。这两点(必要的准备工作和无形的天线)组合起来会有力地继续赢得这三个重要国家——我们最接近的、交往最久的、最难以捉摸的来访者——的友好情谊。

11 做好接待的进一步建议

“我发现了！”

——阿基米德

阿基米德洗澡时发现他可以通过不规则固体排出的水量来测定该固体的体积。据说当时他大叫一声：“Eureka！”意思是“我发现了”。在今天的实验室里从事研究的科学家们谈到这一发现则说，“啊哈！当量换算因素。”

在为本书的撰写进行研究和制定大纲时，我想要读者发出类似的但不那么戏剧性的感叹。我要读者经常想到，甚至大声说，“啊，我以前可不知道这一点！”

本章内我将补充几点在接待工作中有时被忽视的内容。

旅 馆

有些德国旅馆允许在游泳池内裸泳，当然只有在规定的日子和时间可以这样做。设想一下，不了解情况、毫无思想准备的美国游客在规定可以裸泳的时间里想去击水嬉戏恢复精力，见此情景会有何反应。

同那位在德国的美国客人一样，国际游客在美国旅馆登记

住宿,也同样可能碰到一系列令人吃惊、出人意外的事。一走进美国旅馆大门,就会产生以下各种问题:

- ☐ 旅馆工作人员中有人会说我国的语言吗?
- ☐ 我登记住宿时,服务台的工作人员问我打算怎样付款。我回答说“用信用卡”。于是他们就问,“我可以复印一张吗?”这是什么意思?
- ☐ 我应该给旅馆搬运行李的青年侍者多少小费?我的旅馆账单中是否自动包括其他的小费(像很多其他国家做的那样)?
- ☐ 我是否必须把护照留在服务台(有些国家要求这样做)?
- ☐ 为什么美国旅馆没有第 13 层?电梯里的指示灯从 12 层直接跳到 14 层。当然第 13 层肯定是有的!为什么不标明?(关于 13 这个数字的迷信,很多国家是不知道的。)
- ☐ 是否有用我国语言的菜单?
- ☐ 各种服务设施的操作方法:电话,恒温器,客房用餐服务,洗衣服务,保安措施等等。
- ☐ 我应该给客房女服务员小费吗?
- ☐ 电流和插座是否适合于我个人的电器用品?
- ☐ 旅馆大楼里有医生吗?
- ☐ 如果夜里我把皮鞋放在房间门口,有人会把皮鞋擦亮吗(很多其他国家有这项服务)?
- ☐ 最后如我们前面已经谈到的,还可能出现这个问题:“什么时间可以裸泳?”

以上只不过是游客登记住进美国旅馆时可能提出的一些有

代表性的问题而已。越来越多的美国旅馆已对这些问题作出反应,给予回答。这样做不仅能做好接待工作也能赢得生意。纽约希尔顿旅馆住客的30%是从美国境外来的,位于华盛顿特区的喜来登华盛顿旅馆每年接待7.5万多位国际客人。戴斯连锁汽车旅馆报告说,去年在他们那里过夜的国际客人超过10万人次。

在这些一流旅馆里,国际客人也许会在很多方面受到无微不至的关怀:饭店工作人员在上衣翻领上别着小国旗,表明他们会说这些国家的语言;为日本客人提供日语报纸;行李标签上印有五种文字;提供慢跑锻炼路线的地图;为联合王国来的客人提供英国茶;南美洲客人可以喝到巴西咖啡;房间里陈放五种文字的印刷品;可应客人要求提供电流转接器或事先已在房间里安装好。

美国旅馆和汽车旅馆协会和美国运通公司联合发行了两本手册以帮助旅馆职工做好工作,书名为《对海外客人的照顾和食品供应》和《世界是你的市场》。小册子提出的建议包括:不要把海外客人称为外国人;不要对海外客人直呼其名;国际客人一到旅馆就让他们知道旅馆提供哪几种语言的服务;用国际上通用的符号和标志标明一切,从贵重物品保管箱到紧急出口。

但是对商业主人来说,这里的中心思想是:不要以为当地的旅馆都具备这些便利设施。事先要去察看。不管安排客人住进哪家旅馆,一定要使客人完全了解那里的习惯和服务。

下面是几个简单的问题,用来检查你是不是一个考虑周到的主人:

1. 事先要知道客人喜欢哪一类的住宿条件:单人间,双人间,吸烟区还是非吸烟区,套间或是较低楼层以及价格;同时由谁——主人还是客人——付账是否明确?

2. 你能为客人预先登记好房间吗？这一小小的但常被遗忘的姿态表明你事先已作了计划。这点同样适用于争取客房的团体优惠价格。

3. 根据客人的情况决定是否应该事先在房间里放上鲜花，糖果，水果篮，烈性酒或软饮料。

4. 客人是否充分了解以下各项的习惯做法：给小费，客房用餐服务，室内小酒吧，自助制冰机和投币式自动售货机，保安措施，着衣准则，运动设施，电话服务，恒温器控制，安全防护措施，大楼医生，催醒电话，观光服务，商业服务，外币兑换，快速结账服务和付款方法。

5. 为你和你的同事准备一份电话号码表；放上一听家制甜饼干给客人宾至如归的感受；访问期间的工作日程；将与客人见面的人士姓名、头衔和地址；你公司和城市的历史情况介绍；客人所在国的报纸；打高尔夫球或网球的安排以及为客人的妻子特殊安排的社交活动计划。

要赢得客人，特别是来自德国，法国，斯堪的纳维亚和这类欧洲国家客人的欢心，还可以问旅馆是否可以提供“duvet”，就是我们美国人所谓的羽绒被。在欧洲，旅馆通常向客人提供“duvet”，外加一个套子，像一只巨大的枕套。羽绒被取代了我们用在最上面的床单和毯子。客人睡在里面就像在家里一样可能感到更为舒适，同时对你的周到考虑也会给予高度评价。（1988年一位20岁的丹麦人在我家住了6个月。羽绒被对他如此重要，他竟然把它捆扎起来，从哥本哈根一路带到美国。）

认真勤恳的主人会发现有很多料想不到的方法可以使客人感到舒适。且举一例，纳什维尔市国际商务经理肯·柯克帕特里克说，他的法国客人总是议论美国的浴巾。他得知，在法国人

们把两块浴巾缝在一起成无指手套,这样洗澡时擦起身来更为有效。“你们的浴巾总是单个的一条,”法国人抱怨说。“怎样使浴巾发挥作用呢?它们或是从我的手里滑落下来或是需要用两只手拿住它。”

柯克帕特里克为每位法国客人事先准备了绣有个人名字的法国式浴巾从而解决了这个问题。但他补充说,“对他们的抱怨,我并不感到过分烦恼。我一直在想,访问法国的美国人在检查法国的坐浴盆^①时,会有多少人无意中溅湿了自己的眼睛。”

祝 酒

美国总统经常举杯祝酒。婚礼上的男傧相也必须这样做。其他国家的人与美国人相比祝酒更为经常。我们这里谈的是祝酒问题。

祝酒是一种多数美国人从来没有经过磨砺的技巧。但是在正餐或宴会上,精心组织的祝酒辞,尽管短短地不到一分钟但可以比一个月的花言巧语表达出更多的热忱和策略。在美国,如果国际客人用餐时起身发表热情洋溢的祝酒辞,多数没有很好准备的美国人常常只是举杯说一句几乎是不太恰当的“干杯”作为回答。

我第一次碰到祝酒问题是在1968年,当时我在香港出席有十二道中国菜的宴会。席间,坐在我身旁的同事突然用肘轻轻地推我说,“现在”。我说“现在,什么?”他低声说,“现在该是祝酒的时候了。”

^① 这种坐浴盆有自上而下冲洗的装置。——译者

当时的情况是这样：大约吃过六道菜后就上鱼翅汤。在东方，上鱼翅汤标志着宴会达到高潮——因此也是该祝酒的时刻。在祝酒问题上我的第一堂课确实是在我喝了一半鱼翅汤时上的。

这里的经验教训是，每当宴请国际客人时，总要准备好一些适合各种情况的祝酒辞：亲切地感谢客人来访；谈谈两国之间的友谊；说说客人所在国的伟大历史；运用一些合适的引语，祝愿或趣闻轶事。

什么时候和怎样祝酒呢？以下是几点建议：

- ☐ 在自己的国家，你可以决定何时祝酒。按照世界各国礼宾惯例通常应该主人率先祝酒。
- ☐ 你应该站起来祝酒，但如果在座人数很少，那就只要集中大家的注意力，面对主要的客人发表祝酒辞。
- ☐ 与所有客人的目光都要有所接触。
- ☐ 祝酒辞要简短（最多不超过 3 分钟，1 分钟最理想）。
- ☐ 祝酒辞要简单明了，但要诚恳，恰到好处，令人难以忘怀。除了绝对有必要，不可照本宣读。
- ☐ 千万不要去背诵笑话。幽默的、讨人喜欢的趣闻是可以的，但避免说“你有未听到过有关……”那种老生常谈的故事。

在其他文化群落，祝酒可能只是非常简单地说一句“为你的健康干杯(Prost)^①”，也可能复杂得像瑞典文动词的变位。譬如在斯堪的纳维亚人中，例行的做法是一次只向一个人敬酒，先

① Prost，即拉丁文 Prosit，德国人和奥地利人祝酒时常用此词。——译者

目光对视，举杯，抿一口酒；然后同第二个人目光对视，再举杯，抿酒，以此类推。根据瑞典的古老传统，酒杯应该从西装背心最下的第七颗纽扣处往上举；此外如果客人不足七位，一定不得向女主人敬酒（原因：如果只有七位或更少的客人，女主人可能没有帮手备菜，所以不该过分祝酒以免她喝得太多。）

在东方大部分地区标准的祝酒是说“干杯”（各地的发音有所不同）。它字面的意思是“杯底朝天”；譬如说在台湾，主人期待你真的把酒杯倒过来，表示你的确喝完了全部酒。

二十多种语言的一、两个字的标准祝酒辞已列成一表，请见本书附录。

如果你想有适合各种用途的美好祝酒辞，这里有一建议。你一开始可以说为“友谊”和“怎样享受生活的乐趣”而干杯。这是两个永远不会出差错的主题。顺便提一下我听到过下面这个祝酒辞。有人认定它是“古老的德国祝酒辞”，但在香港有人说它来自孔子，可见它非常值得信赖而且传播很广。用现代语言翻译如下：

怎样享受生活的乐趣：

醉酒乐一时。

玩球乐一天。

结婚乐一月。

继承百万遗产乐一年。

但是如想终身欢乐，得有好友相伴。

现在为好朋友干杯。

另一同样适合于多种用途的较为简短的祝酒辞来自瑞典哲学家皮特·海因：

有生之日好好生活。

有爱之时充分给予。

《旅行杂志》副主编艾伦·弗雷德里克到中国去旅行,在那里有一位主人的祝酒辞却不是那么富有哲学意义,但肯定更有针对性。晚宴即将结束时,主人站起身来,感谢各位来宾,举杯祝酒,一饮而尽,然后说,“现在大家打道回府。”

祝酒辞的译文会引起意想不到的问题,但其结果也可能是令人难忘的,仔细想想以下这一真实事件:

拉丁美洲一位政府官员来我公司访问,经过一天愉快的商务和社交活动,晚宴上他用西班牙语对我说,“我想为我代表团成员祝酒,然后用英语翻译过来,这样行吗?”我说没有问题,于是他立起身,眼睛里闪烁着淘气的目光说,“这是我有生以来最快活的事……穿着衣服。”

如果你对款待客人时祝酒有特别的兴趣,我推荐你读一本保罗·迪克森写的平装书,书名就叫《祝酒》(1981)。另外还有一本便于使用的书《爱尔兰的祝酒》(纪事图书公司,1987),由卡伦·贝利插图。

最后我们应该记住,我们的国际客人在学着使用美国的语言和习俗时,同样会有失误的时候。有一位年轻美国妇女在休斯敦教授在该市学习石油业务的拉丁人和中东人英语。在其中一门课程结束时,一位来自中东的男学生问是否可以请她吃顿饭以庆祝课程结束,同时他还可以练习练习英语。她欣然同意。

在约好的那天晚上,主人乘了一辆改型的豪华轿车来接她,把她带到休斯敦最好的餐馆,用完美的法语点了菜。然后又要了一瓶上等葡萄酒,风度翩翩地斟满两杯,举杯高至烛光,看着她的眼睛庄严地说“嗯……操你妈的(Up yours)!”

当然他想说的是“干杯(Bottoms up)!”我问那位年轻妇女听有何想法,她说,“嗯,老实说,我当即的反应是立刻狠狠地用手势表示严斥……我的确是这样做了,所以我猜想那天晚上他学到了我们的这种习俗。”

年 轻 人

夏季某星期天,我去芝加哥奥黑尔国际机场接 13 岁的里克奥尔森。她从哥本哈根来我家作客,要呆 6 个星期。她的父亲和我是老朋友,我们在商界共事 30 年。我的女儿十几岁时在丹麦也住过 6 个星期,现在该是里克访问美国的时候了。

我们驾车行驶在州际公路上,一辆伊利诺伊州巡逻警车正巧在我们车旁滑行。里克一见警车就大声喊道,“那是一辆伊利诺伊州的巡逻警车吧?”我对她的敏锐观察和知识有些感到吃惊。我说,“呃,对的,是巡逻警车。”她接着说,“他们不可以跨越州界拘捕人,是吗?”我作了肯定的回答后问道,“可是,里克,你怎么会知道这些的?”她非常自信但却是漫不经心地回答说,“哦,我是从电影‘邦尼和克莱德’^①中得知的。”

年轻人会是最令人愉快,最具有挑战性,同时又是最令人倾

^① 邦尼(Bonnie,1911—1934)和克莱德(Clyde,1909—1934),是美国大萧条时期一对抢劫银行、汽车加油站的强盗,在一次伏击中被警察击毙。1967 年以此为题材拍摄成电影。——译者

倒的客人。他们对我们社会的敏锐观察和深入了解对任何美国人来说都是很好的实例教训。

一个印度学生向其他来访的外国学生提出了几条建议,如果美国人星期天邀请他们赴家宴,他们该如何行事:

1. 问女主人你是否可以帮助摆餐具。
2. 你可以脱去上衣和领带但不可脱鞋。
3. 你的主人期待你先在餐桌旁坐下而不用等女主人,因为女主人可能还在厨房里忙着呢。
4. 注意那些可能从左边或右边送来的盛有食物的盘子或碗。
5. 接到食物盘子后要传递给下一个人……不管从哪个方向来的。
6. 每一道菜送来时不要一次取得太多,不然的话你面前就会有一大堆食物,你不可能都吃完。主人也许以为你至少有一个星期没有吃东西了。
7. 听到女主人说,“现在一切就绪”(Well, we are all set now.),你就可以开始用餐了。
8. 如果你愿意,你可以使用手巾纸。你难以想象这个国家的经济多么依赖纸张的浪费。
9. 边吃边谈,但是不要盯着别人的眼睛看,因为每个人都停下不吃的話,那就完没了了。
10. 为了避免大部分时间都得说话的麻烦,不妨请教女主人她是怎样做鸡、鱼或苹果馅饼的。这样每个人都可以不说话安心吃饭直到结束。

年轻的国际客人所观察到和发现的东西既出人意料也令人耳目一新。举例说,年轻的里克从来没有见过地下室,不明白为

什么这里的汽车牌照各不相同,从来没有遇到过中西部典型的夏日暴风雨,想要知道为什么我们的电视总在正点或半点时变换节目,也从来没有见过夏天晚上的萤火虫。此外她回国时,箱子里装有 10 袋“白心”饼干^①,几十包泡泡口香糖和 25 磅松脆的花生白脱。

另一年轻来访者说:“我理解有一种美国硬币叫做 quarter,但是 dime, nickel 和 penny 的由来是什么?为什么 1 美元称之为一个 buck?你如果知道所有的答案,那你就是很少几个美国人中的一个了。(答案是:dime 来自中世纪英语,意思是十分之一;nickel 是因为我们的五分钱硬币是用镍铜合金做的;penny 或 cent 的意思是一分或百分之一,来自古英语 *penig*。buck 是美元的俚语,在美国印第安人时期一张鹿皮[buckskin]是一个贸易单位,此字后来缩短成 buck。)

以下记录了年轻来访者谈他们对美国的印象(原话):

- ☐ 土耳其女孩:“人们看电视时间太长,他们从不关闭电视。你去参加任何聚会,他们总是把电视机打开。”
- ☐ 法国女孩:“为什么有的地区对年轻人实行宵禁?12 点钟以后做的事难道不能在 12 点钟以前做吗?”
- ☐ 乌拉圭女孩:“这里年轻人喝酒至醉方罢。在我的国家喝酒是为了交际。”
- ☐ 丹麦男孩:“热量高而缺乏营养价值的劣等食物。这就是我对美国的印象。热量高而缺乏营养价值的劣等食物。”
- ☐ 巴西男孩:“使我吃惊的一样东西?啊,那就是电热毯,

^① 一种奶油夹心巧克力饼干。——译者

我以前从来没有见过。”

- ☐ 德国女孩：“这里的超级市场，人们把食物杂货放在棕色纸袋里。在我的国家，每样东西都装在塑料袋里。或是自备篮子把食物杂货带回家。”
- ☐ 中国男孩：“我认为这里有什么特别吗？喷泉式饮水器，南瓜馅饼，口香糖，慢跑锻炼的普及和你们那些巨型杂货店。”
- ☐ 法国女孩：“面包。切成薄片的面包，其中加了不少防腐剂，松松软软的。在法国，我们每天做新鲜面包吃。”
- ☐ 丹麦女孩：“当美国人对我说‘见到你很高兴’，我总是不知道该怎么回答。我们的语言中没有这种说法。”

1989年盖洛普民意测验显示，美国人民最主要的焦虑是毒品问题。这种焦虑在外国年轻客人的眼中也反映了出来。来自其他国家十几岁的年轻人看到美国青年中吸毒和酗酒的情况也惊恐万分。在欧洲，年轻人在家用餐时喝些葡萄酒是正常的，适度地喝些酒是几个世纪以来文化的一部分。

如果你在考虑接待外国学生或年轻的国际客人来家住宿，为了做好准备，你也许有兴趣阅读南希·金和肯·赫夫合著的《东道主家庭须知》（国际文化出版公司，1985）。这本方便的平装书对接待外国学生必经的各个不同阶段都提供了指导和有益的建议。

最大的国际学者文化交流组织，美国对外服务中心，根据两条标准挑选学者出国旅游和暂住。该组织认为具备这两条标准的学者最有可能成功地与其他文化群落的人融洽相处。这两条魔法无边的标准是什么呢？具有幽默感和败而不馁。

细想一下，这两种品质无论对地位卑贱的交叉文化间的旅

行者,或是对最高层次的跨国商务经理都是有好处的。

颜 色

美国人生气的时候“眼睛发红”,妒忌是绿色;蓝色表示沉着、宁静;黑色代表忧郁……我们的文化如是说。

但是在不同的文化群落中颜色的象征意义可以千变万化,就像日本的寿司不同于英国的鲷鱼一样。

让我们从一种看上去不太会有问题的颜色开始:白色。在历史早期白色表示纯洁或清白。你可记得罗马的维斯太贞女^①身披白色大氅吗?可是今天的日本和其他东方人在举行丧礼时用白色,作为希望的象征。因此在日本白菊花与我们的白百合花一样是死亡之花。在日本送礼品时,一定要包装起来,但决不要用白色包装纸,应该用彩色的但不是白的或大红大绿、色彩艳丽的包装纸。

在美国新娘用白色是恰当的,但在印度则不然。那里新娘喜欢红色或黄色的结婚礼服。顺便说一下,这并不是那么不寻常的事。新娘子并不一定总是穿白色。很多历史学家说古罗马的新娘子坚持用黄色,而其他则声称他们穿白色礼服,戴橘黄色(表示激情)的面纱。在中世纪,结婚礼服越是彩色缤纷越好。中世纪的新娘常常穿红色结婚礼服,而在维多利亚时代新娘穿她们最鲜艳最华丽的衣服,不问什么颜色。

在日本人的婚礼上,无论客人还是新郎新娘从不穿紫色的衣服。根据日本人的迷信说法,与其他任何颜色相比,紫色最易

^① 维斯太贞女(vestal virgin)是古罗马主持对女灶神维斯太的国祭的女祭司。——译者

褪色。这也许预示婚姻的快乐会很快消失。

这里为美国主人介绍一些有关各种颜色的象征意义：

- 法国人，荷兰人和瑞典人把绿色与男女化妆用品联系在一起，但是绿色是埃及的国家颜色，因此在埃及不应该用绿色作包装。
- 在马来西亚，消费者抱怨绿色产品，因为绿色在那里是同弱肉强食和疾病联系在一起的。
- 在东方绿色象征着青春和活力，但是在中国，男人不得随便戴绿色帽子——在那里有些地区，男人戴绿帽子等于在到处宣扬自己的妻子或姊妹是娼妓^①。
- 绿色，像三叶草那样的绿，是爱尔兰国家的颜色；但是在北爱尔兰橘黄色是国家的象征。
- 在英国红色被认为是“昔日”的颜色，但是在日本红白相间被广泛地认为适合于幸福快乐的场合。在美国和很多其他国家，“红灯”区，红心和红鼻子（如在鲁道夫脸上）都有特别的含意。
- 在英国和法国红色比蓝色更具有男性气概。而在东方，中国过春节时，最普遍的传统礼物是装有金钱的红包。
- 在英国黄色有青春和诙谐的含义，但是在东方，黄色被看成是帝王的颜色，因为它意味着高贵和神秘。
- 在巴西和墨西哥，紫色是死亡之色。棕色，犹如凋谢的树叶，在波斯丧葬时用，而在叙利亚则用蓝色（表示天堂）。

^① 我国元明两代规定娼家男子戴绿头巾。后来称人妻子有外遇为戴绿头巾。也说绿帽子。——译者

- 金色以及它的各种不同的色泽都有象征意义。几乎在世界各地黄金都表示财富,虽然白金和钛金比黄金更为稀少,用途更广。在中东和远东的一些地方,人们比较喜欢带有“深色”或“橙黄色”色彩的黄金制品,而在美国,人们更喜欢“浅橙黄色”或“浅色的”黄金制品。色泽深暗的黄金被认为“更重一些”或含金量更多一些(黄金可以带有各种色泽如白色,玫瑰色,深色,浅色等等,视其中掺有哪种金属而定)。顺便说一句,日本人一般不喜欢金首饰和个人装饰品,他们认为这种东西太“俗气”。他们似乎更喜欢白色贵重金属的制品,如纯银或白金制品。但是在香港,中东和拉丁美洲的大部分地区则正相反。
- 在英国黑猫被认为是吉利的。
- 在多数国家蓝色表示有重大成就(如“嘉德勋章的蓝绶带”),这也许始于英国国王爱德华三世。他在 1348 年选择一条深蓝色的宽绶带作为他新创立的嘉德勋位的标志。

最后谈谈全世界公认的颜色象征:白色旗帜表示停战,始于 11 世纪;红字日,用手写字母的中世纪日历上,凡遇节日,特别用红色标出;全世界交通管理色灯用红—黄—绿三种颜色组成,这是标准做法。只是在很多国家每当换灯时黄灯都要闪亮表示“注意”,而不像在美国,黄灯只在绿灯后闪亮。

语 言

“如果耶稣基督只需要英语的话,那英语对我也就足够了。”讽刺作家 H·L·门肯用这句话概括很多美国人对外语的种

族中心主义的态度。

英语是十几个国家的本国语,但有九十多个国家普遍使用英语或学习英语(要想确知你的国际客人是否会说英语,请参阅附录中有关全球英语通用地区一览表)。

对于接待商业客人的主人来说,好消息是国际客人很可能都会说英语。坏消息是他们可能不懂你的英语。这是因为美国英语充满着俚语,口语用词,习语,行话,玄妙术语,个人特征语,公文体,首字母缩拼词和隐喻。要想找出此类例子并不困难。

美国一家杂志的编辑接待一群中国人,其中有一人问道,“对不起,如果可以的话,请解释一下什么是 turkey。”编辑于是长篇大论地解释说 turkey 是一种其貌不扬的美国禽鸟,美国人过感恩节时把它放在餐桌中央作为一道主菜。接下来当然他得介绍美国的感恩节。中国人耐心地听着,最后回答说,“嗯,我还是不明白,当美国人说‘Come on, you turkey, let’s get moving.’^①是什么意思。”

甚至当我们威胁别人时说的“我要狠狠地收拾你!(I’ll clean your clock!)”或“我要叫你完蛋!(I’ll fix your wagon!)”。某个外国人还评论说,“这些话不是威胁。这些都是家务杂活。”

我们的国际客人往往能听懂一个个单词,但是我们把单词

^① 这句英文的意思是:“来!你这个傻瓜,我们得走了。”“turkey”一词,在此句前是作“火鸡”解,在此句是作“傻瓜”解。——译者

组成句子的奇特方法常常使他们困惑不解。美国一位政府官员在电视台接受采访时说,“我们没有太多的钱。这可能会是最终导致垮台的因素。如果是这样,这个项目就完蛋了。”(“We don’t have deep pockets. This may be the straw that broke the camel’s back. If so, this project goes down the tubes.”)在英语知识有限的外国人听来,这些隐喻就像被丢入了水泥搅拌机,出来时成了一大团什么也不是的东西。

还有美国的运动术语。“我们队伍的配备需要少一些强侧边锋,多一些边接应队员。”(“What this outfit needs is fewer tight ends and more wide receivers.”)这是一位总经理对他的来自各国的工作人员说的话。我们的体育词汇非常丰富,因此市场上甚至有新出版的《棒球运动术语词典》。

来自军事和牛仔的隐喻也大量进入我们的日常语言。前军人可能说“We want that report ASAP”,意思是“我们要尽快(as soon as possible)获得报告”。牛仔谈到对公司问题的解决办法时可能说“A Smith & Wesson beats four aces”,意思是强有力的、具有威胁性的行为也许要比较为合理的方式更为可取。

此外,世界各英语词典每出新版总要增补成千上万个新词。最近的例子如:acid rain(酸雨),barf(计算机发出的奇怪应答声),bleeper(携带式呼叫器),detox(戒瘾),dingbat(小玩意儿),duty-free(免税的),foxy(狐媚),greenmail(绿票讹诈),lap-top(笔记本电脑),nose job(鼻子整形手术),passive smoking(被动吸烟)和 plastic money(信用卡)。

新词如此毫无控制的激增,毫无疑问在某些亚文化群中我们会碰到各种专业化的词汇。拿华尔街来说,它的专业词汇可以称之为“stockspeak”(股票语言)。诸如“boiler room”(证券交易所中交易员所坐的周围有电话的隔间),“cash cows”(指其

利润供一家公司在其他方面投资用的一项一直有利可图的商业、财产或产品),“delisting”(摘牌),“dutch auction”(荷兰式拍卖)^①,”odd lot”(少于通常交易数量的股票交易),“poison pills”(一家公司为了阻止不受欢迎的接收而使用的一种财务上的手法,如增加债务。),“LBOs”(举债购买),“scorched-earth policies”(焦土政策),“wallflowers”(作壁上观的人),和“white knights”(指一家公司应邀购买另一家公司,以免它被第三方不受欢迎地接管)等,这些都会使外国来访者晕头转向。

另外一类交流上的混乱来自所谓的“同源词”,就是两种语言中看上去或听上去很相似的词。有些同源词在意义上是完全一致的,但有些却有重大区别。经常在世界各地旅行的语言专家巴布·奥德兰提供了几个复杂的同源词的例子:limousine 对诺曼底的法国人来说并不是豪华高级轿车而是一种奶牛;西班牙语 *embarrasada* 的意思并不是“受窘的,难堪的”——事实上在墨西哥它的意思是“怀孕的”;在墨西哥一个妇女去买一张“床垫(mattress)”也许说出来变成了“matrix”,两者听上去声音相近,但在西班牙语中它的意思实际上是“子宫”;当法国人用“*demand*”他或她时,意思是“ask(询问;请求)”,因为法语中的 *demande* 意思是“to ask”而非“to demand(需要)”;西班牙语动词 *molestar* 的意思并不是“to molest(骚扰)”,而是温和得多的“to bother(麻烦,打扰)”如在“Would it bother you if I smoked?”(我吸烟会打扰你吗?)中的 bother。

美国人也会常常一时间恋上吸引人的时髦短语。1988 年总统竞选时出现了诸如“spin doctor”(就某事件或问题发表特殊观点的公关专家),“read my lips(要十分仔细地听我说些什

① 先把价开得甚高然后逐步减价的拍卖。——译者

么)”和“a kinder and gentler nation(更仁慈和更温和的国家)”等词语,这些很快在讲究时尚的作家和滑稽说笑的喜剧演员中流行起来,然后逐渐变成了陈词滥调。但这种情况并非美国独有。有一位作家建议禁止使用那些一开始令人喜欢但很快由于滥用而枯萎的澳大利亚词语。澳大利亚短语如“mate”(用于对男[女]朋友的友好的称呼或问候)“g’ day(白天好)”^①和“too right(是的)”只不过是其中几个例子而已。

如果你认为这些只不过是时髦的玩弄词典编纂学的游戏而已,那么请再想想,它们会导致可怕的国际后果。1988年在南朝鲜奥林匹克运动会期间,一群美国全国广播公司(NBC)和电视工作人员设计的T恤衫引起了一阵抗议浪潮。T恤衫的设计包括当时流行的反话“We’re Bad”(我们是好家伙),还把两名美国拳击手画在一面南朝鲜国旗上。设计的意思是想通过花言巧语来激励美国拳击手。但这几个字同南朝鲜国旗结合在一起被理解为对南朝鲜人民的冒犯,因此要求设计者作出正式道歉。

大肆耍弄美国的隐语会使单纯的商务讨论变成一场激烈的摔跤比赛。这里的教训很清楚:讲话一定要像ABC一样简单——避免用首字母缩拼词。摒弃玄妙术语。不用口语说法。不要接二连三地使用俚语等等。换句话说,那些在美国人听来可能是非常清楚,容易记住的谈话而对你的国际商务客人来说却是刺耳的,难以取悦的不和谐之音。

一些美国公司非常认真地对待这件事。正如我们已经学到的,这样做是很有道理的。英特尔公司的交叉文化协调人沙伦·理查兹专门编纂了美国商务俚语的注释词表,专供英特尔公

^① 即“good day”。——译者

司里说外国语的雇员使用。英特尔公司还鼓励他们在与人谈话或听演讲时,如碰到不熟悉的词或短语影响了理解,他们可以随时打断谈话或讲演。而在英特尔公司工作的美国人则都要接受训练,学会讲话用词简单,学会重新措辞和进行解释,并学会应用“重复所述”的办法,即停下来了解听者听到了些什么。

最后,如果你仍然难以接受如下说法:我们的语言对英语非母语的人来说是极端困难的,下面这首出处不明的小歌谣也许能够说服你^①:

I take it you already know
Of tough and bough and cough and dough ?
Others may stumble, but not you
On hiccough, thorough, slough and through.
Well don't ! And now you wish, perhaps,
To learn of less familiar traps.
Beware of heard, a dreadful word
That looks like beard but sounds like bird.
And dead; it's said like bed, not bead,
For goodness sake don't call it deed !
Watch out for meat and great and threat
(They rhyme with suite and straight and debt).
A moth is not a moth as in mother
Nor both in bother, nor broth in brother,
And here is not a match for there,
Nor dear and fear, for bear and pear.

① 这首出处不明的小歌谣类似绕口令,没有实际意义,故未译出。——译者

And then there's dose and rose and lose—
Just look them up—and goose and choose
And cork and work and card and ward
And font and front and word and sword
And do and go, then thwart and cart,
Come, come ! I've hardly made a start.
A dreadful language ? Why man alive !
I'd learned to talk it when I was five.
And yet to write it, the more I tried,
I hadn't learned it at fifty-five.

12 建议一览

本章就下列接待工作中的重要方面按不同国家(或地区)和民族提出既简明又有益的建议:

- ☐ 问候语
- ☐ 遵守时间
- ☐ 赠送礼品
- ☐ 礼宾规定
- ☐ 交谈中适宜的话题和禁忌

首先按大的区域——欧洲、非洲、中东、远东、中美、南美和加勒比海的次序进行讨论,然后以字母先后为序,讨论各区域内的国家和民族。虽然一般来说讨论的方式是前后一致的,但由于各国文化和习俗的多种多样,要想用一成不变的方式进行叙述是不可能的。

这样安排是为了便于迅速查阅,但是正如一切对人民和文化的概括性论断一样,在你接待国际客人时,可能,也一定会碰到例外的情况。可是对这些公认的,尽管只是粗略描述的特征有所了解也许在你执行接待任务时可以避免某些难堪的处境。

警惕一点：如果你的国际客人研究和学习过美国的习俗和礼节并想付诸实践，那就可能发生温和的但有时会令人困惑的文化冲突。因此在下列各栏建议中也许列有“无力的握手是习俗”或者“迟到 30 分钟赴约是合乎规范的”，你可得记住这些只是当地的习惯做法。从那些地方来的某些客人可能会令你吃惊地死劲握手和分秒不差地准时赴约，这只是因为他们已经学习了美国的礼仪，知道这里的习惯是紧紧握手和遵守时间，并决定显示他们这方面的知识。

一开始先谈一下美国人的形象还是应该的。凡对客人适合的毕竟对主人也是如此。关于美国人特征的一栏选自在我举行的一系列研讨会。在这些研讨会上应我的要求，外国和美国的参加者对典型的美国商人作了描述。一些外语课本在回答“接待美国人时我应该知道哪些美国人的特征或哪些迅即可用的忠告”这个问题时也许会作以下描述。

从美国来的美国人

通常是有力的握手，同时目光直接接触。问候男人时避免身体接触，如拥抱、接吻。一般来说，遵守时间是重要的。商务活动中很少花费时间进行闲聊。其态度是“时间就是金钱，让我们立即投入工作”。美国人很快就相互用名字称呼。中午时他们喜欢简单进食，主餐在晚上。他们甚至于会安排工作早餐。会讲其他语言的美国人极为罕见，但他们使用大量的美国“行话”。如果在商务活动中交换礼品的话，往往只是纪念性的。美国人常常喜欢在家里招待商业客人。恰当的话题：运动，家庭和商务；不恰当的话题：美国势力的统治。

欧 洲

在探讨欧洲各国之前,先谈一些适用于整个欧洲的礼节:

- ☐ 赠送鲜花时应该知道菊花是同死亡联系在一起的,因此不要送菊花。红玫瑰带有强烈的罗曼蒂克情调,所以也最好避免。送鲜花时,事先一定要把包装纸打开。不要送花朵成双数的鲜花,这是不吉利的,但是送 13 朵花也是不吉利的。最后,欧洲人似乎总是把鲜花竖起来拿,而美国人习惯花朵朝下。
- ☐ 几乎在所有欧洲人中另一奇特之处是把二楼(美国说法)称为一楼。这是因为他们把建筑物的“一楼”都称为“底楼”(ground floor)的缘故。

奥地利人

- ☐ 决不要把奥地利人称为德国人。
- ☐ 遵守时间。
- ☐ 如应邀来你家作客,可能带些鲜花或巧克力来。
- ☐ 也许把厕所称为“W. C.”(盥洗室 water closet)。
- ☐ 有力的握手(男女均如此)。
- ☐ 用餐时把手搁在膝上被认为是不礼貌的。
- ☐ 在友谊建立以前不习惯用名字相互称呼。
- ☐ 恰当的话题:历史,艺术,音乐,运动,葡萄酒。
- ☐ 不恰当的话题:金钱,宗教,政治。

比利时人

- ☐ 重视隐私。

- ☐ 在见面问候和告别时经常握手致意。
- ☐ 只在老朋友之间相互用名字称呼。
- ☐ 在比利时人和其他亲密朋友之间相互拥抱。
- ☐ 与其他比利时人和亲密朋友间相互亲吻——三次,左右两颊交替。
- ☐ 喜欢准时。
- ☐ 爱拿荷兰人开玩笑,反之亦然。
- ☐ 讲究饮食;尊崇良好烹调。
- ☐ 不喜欢被误认为是“法国人”。
- ☐ 全国有一半居民讲类似“荷兰语”的方言。
- ☐ 与人交谈时打榧子^①或把手放在口袋里是不礼貌的。
- ☐ 恰当的话题:足球,骑车,历史。
- ☐ 不恰当的话题:讲法语和讲佛兰德语人民之间的对立。

保加利亚人

- ☐ 频繁握手。
- ☐ 没有很多人会说英语;常常说德语和俄语。
- ☐ 约会要事先作出安排;非常准时。
- ☐ 用餐时可以用面包擦干净盘子里的残羹余汁。
- ☐ 可能带鲜花,糖果或葡萄酒去你家作客。
- ☐ 点头表示“否定”;左右摇头表示“肯定”。
- ☐ 恰当的话题:家庭,家庭生活,职业。
- ☐ 不恰当的话题:政治和保加利亚的社会情况。

^① 打榧子,即把拇指贴紧中指面,再使劲闪开,使中指打在掌上发声。——译者

捷克和斯洛伐克人

- ☐ 非常准时。
- ☐ 两个共和国：捷克和斯洛伐克。
- ☐ 两种不同的语言，但双方都能充分理解。
- ☐ 握手十分普遍：到达，离开，商务或社交各场合。
- ☐ 约会要事先作出安排。
- ☐ 可能带鲜花，葡萄酒，或上等白兰地作为礼品去你家作客。
- ☐ 在特殊场合通常祝酒。
- ☐ 把手臂放在桌上是不礼貌的。
- ☐ 恰当的话题：体育运动；不介意谈论个人问题。
- ☐ 不恰当的话题：政治，社会主义和苏联。

丹麦人

- ☐ 遵守时间非常重要。
- ☐ 有力的握手无论在男人，女人，甚至孩子之间均十分普遍。
- ☐ 常常用“Skoal”^①一词祝酒。
- ☐ 主宾坐在女主人左首。
- ☐ 主宾应该祝酒。
- ☐ 喜欢长时间地、慢吞吞地享用主餐，席间进行大量交谈。
- ☐ 不习惯付小费给出租车司机或女服务员。
- ☐ 跳舞时“夺去别人的舞伴”是非常不礼貌的。

① 北欧人祝酒时用语，意指“干杯！”或“祝你健康！”。——译者

- ☐ 赞美别人衣着这样的个人问题被认为是奇怪的。
- ☐ 不喜欢被误认为是挪威人或瑞典人。
- ☐ 国教是基督教的路德宗,但很少有人去教堂。
- ☐ 通常感情不外露。
- ☐ 不是一个以拍人背部表示友好的社会。
- ☐ 实质比形式更为重要。
- ☐ 恰当的话题:食物,丹麦文化,时事。
- ☐ 不恰当的话题:个人问题,如宗教,收入。

荷兰人

- ☐ 正式国名荷兰王国(the Kingdom of the Netherlands)。
- ☐ 称为“荷兰”(Holland),实际上这只是一个省^①。
- ☐ 期望大家都遵守时间。
- ☐ 同在场的每个人,甚至包括儿童都握手是普通做法。
- ☐ 见面时作自我介绍,不然会被认为粗鲁无礼。
- ☐ 提出商业建议时不要夸大其词或说无关紧要的事。
- ☐ 避免争论不休。
- ☐ 商业礼品通常要包装好。
- ☐ 不喜欢身体接触和情感外露。
- ☐ 感到自豪的是:开垦土地,艺术,历史,家具。
- ☐ 恰当的话题:政治,旅行,体育运动。
- ☐ 在全世界被当作优秀、诚实的商人而受到尊重。
- ☐ 通常能说流利英语和其他几种欧洲语言。

^① 有北荷兰(Noordholland)省和南荷兰(Zuidholland)省。——译者

东德人

- ☐ 见面和告别时习惯于握手致意。
- ☐ 被误认为是西德人时会感到不安。
- ☐ 尊重准时。
- ☐ 认为站立时双手插在口袋里是粗鲁无礼的。
- ☐ 正式国名是“德意志民主共和国”。
- ☐ 同样，柏林就是柏林，决不是“东”或“西柏林”。
- ☐ 恰当的话题：体育运动，家庭，职业。
- ☐ 不恰当的话题：政治，同苏联的关系。

英格兰人，苏格兰人，威尔士人

- ☐ 每个民族都喜欢得到单独的承认。
- ☐ 英格兰人比其他两个民族更为拘谨。
- ☐ 衣着和社交，商业的做法都较保守。
- ☐ 在商务中常常使用不充分如实说明的陈述。
- ☐ 头衔和荣誉称号极为重要。
- ☐ 一般都十分喜爱家庭宠物。
- ☐ 约会要事先作出安排是惯例。
- ☐ 准时是重要的。
- ☐ 尊重个人隐私——避免提个人问题。
- ☐ 采用美国人的用名字相互称呼和用少量午餐的习俗。
- ☐ 用餐时婉言谢绝“添菜”是符合礼貌的。
- ☐ 与美国人相比，习惯于较低的室内温度。
- ☐ 条纹领带表明与军队或学校有关系。
- ☐ 男女均习惯于握手致意。
- ☐ 英格兰人通常不说“You're welcome(别客气，不用

谢)”；苏格兰人则这样说。

- ☐ 在正式介绍之前可能显得相当冷漠。
- ☐ 称苏格兰人为 Scotsman, 而不要称他 Scotchman 或 Scottish。
- ☐ 如果你抽烟的话, 向在场所有人都敬烟。
- ☐ 恰当的话题: 历史, 建筑, 园艺。
- ☐ 不恰当的话题: 宗教, 北爱尔兰, 金钱和价格。

芬兰人

- ☐ 被看成是“斯堪的纳维亚人”, 意思是从地理上来说与斯堪的纳维亚人归成一类。
- ☐ 从语言上和种族上来说与斯堪的纳维亚人不同。
- ☐ 在其他习俗和生活方式上反映了斯堪的纳维亚的特征。
- ☐ 习惯于有力的握手。
- ☐ 不习惯拥抱和亲吻。
- ☐ 常常比较安静, 不易动感情。
- ☐ 喜欢遵守时间; 约会也须事先作出安排。
- ☐ 不拘泥于礼节, 但可以在用餐开始时祝酒。
- ☐ 恰当的话题: 业余爱好, 体育运动, 旅行, 政治。
- ☐ 不恰当的话题: 关于工作, 宗教, 政治等个人问题。

法国人

- ☐ 商务礼宾上常常比较正式和保守。
- ☐ 很少用名字相称, 即使在同事之间也不这样做。
- ☐ 对法国历史、语言和艺术感到非常自豪。
- ☐ 经常与人握手, 但与多数其他国家人民相比, 握手时间较短也不那么有劲。

- ☐ 高度重视美酒佳肴。
- ☐ 一日的主餐通常在中午。
- ☐ 除葡萄酒外还常常喝矿泉水。
- ☐ 谈话中避免谈个人问题,政治和金钱。
- ☐ 对法国教育制度感到十分自豪。
- ☐ 对自己的国家和语言抱沙文主义态度。
- ☐ 通常要经过深思熟虑才作决定。
- ☐ 用餐时的谈话是重要的,常常持续很长时间。
- ☐ 恰当的话题:食物,体育运动,文化。
- ☐ 不恰当的话题:金钱,价格,非常个人的问题。

希腊人

- ☐ 尊敬长者。
- ☐ 见面时握手,拥抱,甚至亲吻。
- ☐ 不一定必须遵守时间。
- ☐ 约会无需事先作出安排,但这样做是受欢迎的。
- ☐ 极端好客,热情和感情外露。
- ☐ 如果你对某物备加称赞,他或她就会把它送给你。
- ☐ 一天的主餐在中午。
- ☐ 高兴时会笑,非常生气时也笑。
- ☐ 下巴翘起,眉毛上扬表示“不”。
- ☐ 恰当的话题:体育运动,音乐,政治,希腊文化。
- ☐ 不恰当的话题:塞浦路斯,土耳其,美国的政治干预。

匈牙利人

- ☐ 见面问候时通常握手。

- ☐ 社会主义国家,社会主义信仰。
- ☐ 受赞扬时过分谦虚。
- ☐ 饮酒前通常说“祝你健康”。
- ☐ 用餐前通常说“祝你胃口好”。
- ☐ 恰当的话题:食物,酒,历史。
- ☐ 不恰当的话题:政党党员或宗教。

冰岛人

- ☐ 自己同胞之间相互用名字称呼。
- ☐ 期待外国人用姓称呼。
- ☐ 语言:冰岛语(欧洲最古老的仍在使用中的语言)。
- ☐ 不要求人们遵守时间。
- ☐ 通常带小礼品送给女主人。
- ☐ 账单里包括服务费,所以他们不付小费。
- ☐ 政治上同丹麦关系密切。
- ☐ 渔业生产占主导地位。
- ☐ 恰当的话题:没有犯罪现象,历史和文化。
- ☐ 不恰当的话题:气候和社会问题。

爱尔兰人

- ☐ 对时间和准时并不过分在意。
- ☐ 商业上送礼并非惯常做法。
- ☐ 普遍讲英语,偶尔讲盖尔语。
- ☐ 避免讨论宗教或政治。
- ☐ 被分裂的国家。
- ☐ 与美国有强烈的感情联系。
- ☐ 爱尔兰人说英国人的笑话,反之亦然。

- ☐ 性格快活和热情。
- ☐ 不接受他人请你喝的酒或不请在场的人都喝上一杯酒都是不礼貌的。
- ☐ 使爱尔兰人恼火的其他情况是：不友善，亲英。
- ☐ 恰当的话题：美丽的国土，文化，体育运动和气候。

以色列人^①

- ☐ 较美国人拘谨，但比欧洲人随便。
- ☐ 见面和告别时握手致意。
- ☐ 通常口头招呼用语是 *shalom*^②，离开时也如此。
- ☐ 头衔不像在美国那样重要。
- ☐ 正统派犹太教徒以星期六为安息日。
- ☐ 安息日实际上从星期五日落时分开始。
- ☐ 赞赏遵守时间。
- ☐ 欢迎以鲜花和书籍作为礼品。
- ☐ 对美国怀有深厚的感情。
- ☐ 敏感的话题：美国的援助，西海岸形势，经济萧条。
- ☐ 恰当的话题：文化，历史，宗教。

意大利人

- ☐ 用美国标准来看，热情奔放、感情外露。
- ☐ 经常使用夸张的手势和身势。
- ☐ 可以一面握手一面抓住对方的胳膊肘。
- ☐ 男性好朋友之间也可以相互拥抱并拍拍背。

① 以色列按地理位置应属亚洲。——译者

② *shalom*，希伯来语，意为“哈罗”，“再见”。——译者

- ☐ 大学毕业生中头衔极为普遍。
- ☐ 在相当熟悉之前不要以名字相称。
- ☐ 准时并非美德,至少社交活动时是如此。
- ☐ 通常一天的主餐在中午。
- ☐ 不使用盛面包的盘子;他们在盘子旁边掰面包吃。
- ☐ 商人中普遍交换礼品。
- ☐ 社交场合不谈公务。
- ☐ 恰当的话题:世界大事,足球,家庭。
- ☐ 不恰当的话题:黑手党,政治,宗教,税收。

卢森堡人

- ☐ 由于自己的成就而得到承认是受赞赏的。
- ☐ “比荷卢经济联盟”指比利时,荷兰,卢森堡。
- ☐ 见面时习惯于握手致意。
- ☐ 好朋友之间亲吻双颊。
- ☐ 遵守时间很重要。
- ☐ 说法语和德语。
- ☐ 民族语言是卢森堡语。
- ☐ 恰当的话题:历史,国家独立。
- ☐ 不恰当的话题:反天主教问题,内部政治。

挪威人

- ☐ 非常准时和精确。
- ☐ 与美国人相比,在使用名字相互称呼方面比较严格。
- ☐ 可以在谈到你的时候只提你的姓。
- ☐ “指定驾驶员”(designated driver)始于挪威,因为他们有严格的禁止酗酒驾车的法律。

- ☐ 对自己的历史和文化感到自豪。
- ☐ 也许认为美国人既能说会道又过于漫不经心。
- ☐ 不喜欢被归入瑞典人和丹麦人,但接受这一事实。
- ☐ 通常带礼品送女主人。
- ☐ 祝酒时通常说“Skoal”。(“祝你健康,干杯!”)
- ☐ 恰当的话题:冬季运动,业余爱好,斯堪的纳维亚传统。
- ☐ 不恰当的话题:就业,薪水,社会地位。

波兰人

- ☐ 只在亲密朋友之间以名字互相称呼。
- ☐ 在见面和告别时男人可以吻女人的手。
- ☐ 通常带鲜花送给女主人。
- ☐ 边谈话边嚼口香糖是不礼貌的。
- ☐ 不要轻易用名字互相称呼,除非对方提出。
- ☐ 在正式和非正式用餐时都经常祝酒。
- ☐ 上等白兰地是受欢迎的饮料。
- ☐ 以本国历史和文化自豪。
- ☐ 他们从在美国的亲戚那里也许已了解不少有关美国的情况。
- ☐ 绝大多数人信奉天主教。
- ☐ 恰当的话题:民族历史,文化,团结运动。
- ☐ 不恰当的话题:过去同苏联和德国的联系。

葡萄牙人

- ☐ 男人习惯于拥抱和拍拍背。
- ☐ 对女人来说,亲吻双颊是习惯做法。
- ☐ 与邻国西班牙不一样,不经常使用手势。

- ☐ 赞赏敏捷。
- ☐ 午餐时讨论公务是可以的,但正餐时不谈。
- ☐ 在商业上流行的做法是邀请赴宴而不是送礼品。
- ☐ 恰当的话题:家庭,历史,个人兴趣。
- ☐ 不恰当的话题:政治和政府。

罗马尼亚人

- ☐ 见面时习惯于握手致意,并经常这样做。
- ☐ 全社会都非常遵守时间。
- ☐ 只在十分亲密的朋友之间用名字相互称呼。
- ☐ 对美国人十分好奇,可能问你收入多少。
- ☐ 喜欢用宴请招待客人。
- ☐ 适宜的礼品:高质量钢笔,打火机,香水,咖啡。
- ☐ 恰当的话题:体育运动,旅行,音乐,时尚,书籍。
- ☐ 不恰当的话题:对苏联的态度,共产主义,经济。

俄罗斯人

- ☐ 正式国名是苏维埃社会主义共和国联盟或苏联;俄罗斯只是一个共和国^①。
- ☐ 每个俄罗斯人都在考虑“开放”的问题。
- ☐ 改革问题也一样,改革指的是经济结构改革。
- ☐ 他们想知道美国人真正在想些什么。
- ☐ 见面招呼时俄罗斯人一面握手一面自报姓名。

^① 1991年12月25日俄罗斯苏维埃联邦社会主义共和国更名为俄罗斯联邦。1991年12月26日苏联最高苏维埃共和国最后一次会议通过宣言,宣布苏联解体。——译者

- ☐ 朋友之间“紧紧拥抱”和亲吻面颊是通常做法。
- ☐ 适宜的礼品：牛仔裤，质量好的钢笔，音乐唱片集，书籍。
- ☐ 很多人至少会说一点英语。
- ☐ 主要的谈话题目：和平。

西班牙人

- ☐ 下午 1 点半到 4 点半用主餐。
- ☐ 以夜里很晚进食而出名：10 点或更晚。
- ☐ 在关系密切的男性朋友之间可以 *abrazo*，即拥抱。
- ☐ 女性朋友之间见面和告别时可以轻轻拥抱。
- ☐ 只有在观看斗牛赛时准时才是重要的。
- ☐ 在正式开始公务前喜欢闲谈一番。
- ☐ 大丽花（和菊花）是同死亡有关的。
- ☐ 洛佩斯—卡德纳斯先生称作洛佩斯先生。
- ☐ 可以打断你的说话，但那不是粗鲁而是迫切。
- ☐ 恰当的话题：体育运动，旅行，历史，政治。
- ☐ 不恰当的话题：对斗牛的厌恶，宗教，家庭，工作。

瑞典人

- ☐ 经常握手致意；极少肌肤接触或拍拍背。
- ☐ 了解他们与丹麦人和挪威人的区别，他们是欢迎的。
- ☐ 必须遵守时间，但商业步伐从容不迫。
- ☐ 初次见面可能显得拘谨和过分严肃。
- ☐ 常常婉拒溢美之词——不要自吹自擂。
- ☐ 用餐时常常祝酒——注视你的眼睛并说 *Skoal*。

- ☐ 对社会成就,本国的历史和文化感到自豪。
- ☐ 无比喜爱大自然。
- ☐ 为斯堪的纳维亚传统而骄傲。
- ☐ 恰当的话题:瑞典的高标准生活水平,体育运动。
- ☐ 不恰当的话题:高额税收,第二次世界大战时的中立。

瑞士人

- ☐ 用三种语言:瑞士德语,法语,意大利语。
- ☐ 能自如地讲英语,特别是商人。
- ☐ 三种文化:明显地受到德国,法国和意大利的影响。
- ☐ 各省在瑞士称为“州(cantons)”。
- ☐ 为独立,高标准生活水平和历史而自豪。
- ☐ 高度重视准时和一切彬彬有礼的行为举止。
- ☐ 保守,不喜欢显露财富。
- ☐ 几乎所有男性公民都在军事保卫部队服过役。
- ☐ 不受个人情感影响的礼品如鲜花和糖果很普遍。
- ☐ 普通的祝酒辞是“祝你健康”。
- ☐ 恰当的话题:体育运动,瑞士传统,旅行,政治。
- ☐ 不恰当的话题:询问年龄,工作,家庭,饮食。

土耳其人^①

- ☐ 衣着保守。
- ☐ 约会事先作出安排,遵守时间。
- ☐ 多数商人会讲英语,法语和德语。

^① 从地理位置上讲,土耳其位于亚洲西部,地跨亚、欧两洲,但大部分领土在小亚细亚半岛上。——译者

- ☐ 商务会议开始时总要长时间闲聊一番。
- ☐ 土耳其人待客非常慷慨,诚恳,有时几乎势不可挡。
- ☐ 认为随便说一句“我们得吃午饭了”是诚心诚意的真正邀请。
- ☐ 说“不”字时,翘起下巴,闭上眼睛,头朝后仰起。
- ☐ 最普通的招待方式:餐馆用餐。
- ☐ 恰当的话题:家庭,职业,业余爱好。
- ☐ 不恰当的话题:政治,共产主义,塞浦路斯和希腊的冲突。

西德人

- ☐ 通常是有力的握手。
- ☐ 在对方提出之前决不以名字相称。
- ☐ 在商业来往中地位很重要。
- ☐ 准时极端重要。
- ☐ 全名:德意志联邦共和国。
- ☐ 对美国的军事支持十分感谢。
- ☐ 为经济复兴而自豪。
- ☐ 北方德国人较文静和拘谨。
- ☐ 南方德国人爱交朋友。
- ☐ 交谈时手放在口袋里是不礼貌的。
- ☐ 接电话时首先自报姓名。
- ☐ 用餐结束再讨论公务;从不举行工作早餐。
- ☐ 用餐时不要把手放在膝上。
- ☐ 恰当的话题:汽车,足球,美食。
- ☐ 不恰当的话题:提及第二次世界大战,美国的体育运动。

南斯拉夫人

- ☐ 见面时通常握手致意,告别时也如此。
- ☐ 一般来说是准时的。
- ☐ 用咖啡或茶,也许饮料和小点心招待商业客人。
- ☐ 讨论政治观点时较为开放。
- ☐ 可以提出个人问题:结婚了吗?做什么工作?
- ☐ 比其邻国更了解西方世界。
- ☐ 恰当的话题:美国的生活方式,体育运动,家庭,时新式样。
- ☐ 不恰当的话题:宗教,尤其是敏感的政治问题。

非 洲

首要的是认识到非洲大陆由三个部分组成:南非,黑非洲国家和围聚在地中海周围的北部国家。就礼仪和礼节来说,北非国家遵循阿拉伯或穆斯林习俗,中部国家是以黑人的多种文化为准则,而南非则受荷兰,英国和黑非洲部落的影响。

在穆斯林部分,人们信奉穆斯林教义,全地区均遵循几个极端重要的习俗。要想知道是哪些,请阅读“中东”一节。

阿尔及利亚人

- ☐ 见面和告别时通常握手。
- ☐ 亲近的朋友之间亲吻双颊。
- ☐ 商务讨论中相互之间不用名字相称。
- ☐ 普遍使用专业头衔。
- ☐ 不太严格遵守时间。

- ☐ 商务讨论开始时先闲聊一番。
- ☐ 第二次商务访问时可以交换小礼品。
- ☐ 恰当的话题:工业化和农业改革。
- ☐ 不恰当的话题:政治和经济问题。

埃及人

- ☐ 一周正常的工作日是从星期六到星期四结束。
- ☐ 在穆斯林世界星期五是休息日。
- ☐ 任何商业关系建立之前首先得有友谊和信任。
- ☐ 社交活动通常在一天中的较晚时候进行。
- ☐ 恰当的话题:历史,国家成就,古老文明。
- ☐ 不恰当的话题:中东政治。

加纳人

- ☐ 令人瞩目的是在国内存在不同的种族群体。
- ☐ 难以准确描述具体的共同习俗。
- ☐ 见面时通常握手。
- ☐ 可能遵守西方的准时规定,但在国内则不严格准时。
- ☐ 不用左手打手势。

象牙海岸

- ☐ 正式名称科特迪瓦。
- ☐ 法国前殖民地,法国影响仍存在。
- ☐ 传统的握手方式是其习俗。
- ☐ 官方语言是法语,但英语也很普遍。
- ☐ 约会要事先作出安排;要遵守时间,但是如果你的客人不准时则不要奇怪。

- ☐ 恰当的话题：成就，历史，文化。
- ☐ 不恰当的话题：政治，工业效率低。

肯尼亚人

- ☐ 称他们为“KEN-yans”而不是“KEEN-yans”。
- ☐ 斯瓦希里语是最通用的语言，但英语也流行。
- ☐ 英国前殖民地，英国特征到处可见。
- ☐ 见面和告别时均握手。
- ☐ 鲜花通常表示哀悼。
- ☐ 恰当的话题：肯尼亚的田径明星，历史，文化，野生动物。
- ☐ 不恰当的话题：英国占领时期，茅茅时期^①。

利比亚人

- ☐ 经济几乎全部由国家控制。
- ☐ 同西方的政治关系十分紧张，近乎交战状态。
- ☐ 抱有强硬的军事和宗教态度。
- ☐ 在其他所有方面，利比亚人与其他中东人类似。

摩洛哥人

- ☐ 握手是符合习惯的。
- ☐ 好朋友之间——无论男女——都是亲吻双颊。
- ☐ 不太遵守时间。
- ☐ 如果你对某物赞不绝口，物主就可能把它作为礼品送给

^① 肯尼亚的吉库尤人的一个秘密组织，活跃于 20 世纪 50 年代，发誓以暴力驱逐白人。——译者

你。

- ☐ 恰当的话题:历史,文化。
- ☐ 不恰当的话题:中东紧张局势和宗教热情。

莫桑比克人

- ☐ 极少相互用名字称呼。
- ☐ 应该使用专业头衔。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化。
- ☐ 不恰当的话题:政治,地区争端。

尼日利亚人

- ☐ 承认习俗和文化的多样性是重要的。
- ☐ 多种多样的生活方式。
- ☐ 避免讨论宗教。
- ☐ 讨论非洲政治是可以的。

塞内加尔人

- ☐ 见面介绍时握手致意。
- ☐ 对遵守时间不太严格。
- ☐ 通常奉行穆斯林习俗。
- ☐ 恰当的话题:国家成就和文化。
- ☐ 不恰当的话题:政治,宗教,政府领袖。

南非人

- ☐ 白种人文化(白种人占人口的 17%)来自荷兰或英国的定居者。
- ☐ 对所取得的成就感到骄傲。

- ☐ 白种人对种族隔离既敏感又加以辩解。
- ☐ 期待人们遵守时间。
- ☐ 作为世界主要矿物的产地而引以为豪。
- ☐ 几乎都会说英语,但官方语言是南非荷兰语。
- ☐ 人口中大多数是黑人,有很多不同的部落语言。
- ☐ 恰当的话题:各项体育运动,自然风光和南非资源。
- ☐ 不恰当的话题:种族动乱,抵制。

坦桑尼亚人

- ☐ 见面时握手致意是最流行的习俗。
- ☐ 在商务场合常常交换小礼品。
- ☐ 恰当的话题:坦桑尼亚公园,非洲文化。
- ☐ 不恰当的话题:政治。

乌干达人

- ☐ 遵守时间很重要。
- ☐ 握手很普通。
- ☐ 客人可能带小礼品送给女主人。
- ☐ 多数话题均可自由讨论。
- ☐ 最普通的话题:世界事务和艺术。

赞比亚人

- ☐ 用左手托着右手与人握手是普通的做法。
- ☐ 使用礼节性的或专业性的头衔。
- ☐ 用餐时赞比亚人可以主动要求添菜,不这样做是不礼貌的。
- ☐ 拒绝食物是不适当的。

- ☐ 对政府官员不应赠送礼品。
- ☐ 对其他人送价值不高的小礼品是可以接受的。
- ☐ 不要讨论赞比亚的政治或经济问题,但讨论国际政治是可以的。

中 东

世界上这一令人着迷的地区有着某些极为重要的习俗,你必须对此有所了解。它们是:

- ☐ 虔诚的穆斯林决不饮酒,其饮食规定也是重要的(见第4章,用餐差别)。
- ☐ 进食时只用右手,因为左手是从事身体卫生的,因此被认为“不洁”(递交工作名片或赠送礼品时最好也只用右手)。
- ☐ 妇女的地位通常低人一等。如果妇女交叉双腿或以任何方式显露自己的身体,穆斯林国家的男人都会感到很尴尬。
- ☐ 中东人属于比较喜欢身体接触的文化群落,意思是他们站在一起时比美国人更习惯身体靠近,他们手臂相碰,甚至还会短时间地手拉着手。
- ☐ 他们慷慨大方,也许会送给你价格昂贵的礼物。
- ☐ 称赞他们的东西,如公文包等,一定要非常谨慎小心,因为你的客人很可能会立即坚持要你把它作为礼品接受下来。
- ☐ 中东人也可能抚玩一小串珠子,那不是天主教的念珠,而是“解愁数珠”。换言之,它们只不过是促使身心放松和进行治疗的一种方式,没有更多的含意。

- ☐ 在很多中东国家,工作周在星期四结束,星期五是休息日。商务活动星期六重新开始。
- ☐ 虔诚的穆斯林必须一天祈祷五次:日出时一次,白天三次,日落时一次。祈祷时必须面对麦加^①。在国外旅行往往可以免做。但是你还是小心谨慎地问一下他们是否希望安排出时间做个人祈祷。如果他们作肯定的回答,则安排一间安静的私人房间并有礼貌地指明哪一方是东方。
- ☐ 很多中东人经常说,“如果安拉允许的话”,或用阿拉伯语说 *Inshallah*。按照我们的说法,这相当于“我希望如此”。因此这个词常常出现。
- ☐ 坐着时鞋底朝着你的客人是不礼貌的。

海湾国家

- ☐ 这是非正式名称;指五个不同的国家:巴林,科威特,阿曼,卡塔尔和阿拉伯联合酋长国。
- ☐ 了解各国政治和文化的区别是重要的。
- ☐ 习惯的见面问候语是 *salaam alaykum* (你好)。
- ☐ 然后边握手边说 *kai f halak* (最近怎么样)。
- ☐ 是一个喜欢身体接触的社会,所以要有所准备。
- ☐ 遵守时间很重要。
- ☐ 住在“阿拉伯海湾”而非“波斯湾”。
- ☐ 恰当的话题:马,猎鹰,家庭。
- ☐ 不恰当的话题:政治,宗教,男性中心社会。

^① 伊斯兰教创立人穆罕默德的诞生地,伊斯兰教圣地之一,是全世界穆斯林的朝拜中心。——译者

伊朗人

- ☐ 见面时握手并略微欠身是通常做法。
- ☐ 分裂成“反西方”和“亲西方”两派。
- ☐ 多数访问美国的人属于“亲西方”一派。
- ☐ 法尔西语(Farsi)是官方语言。
- ☐ 多数人是虔诚的和极右翼的穆斯林。
- ☐ 以西方为重点的商人是谈判高手。
- ☐ 恰当的话题:古代历史和文化。
- ☐ 不恰当的话题:目前的动荡和对美国的反感。

伊拉克人

- ☐ 见面礼节和其他中东国家类似。
- ☐ 在遵守时间问题上较为灵活。
- ☐ 款待时,饮酒较为普遍。
- ☐ 恰当的话题:伊拉克古代历史和文化。
- ☐ 不恰当的话题:伊朗—伊拉克战争,其他政治。

约旦人

- ☐ 见面礼节混合了西方和中东的方式。
- ☐ 通常对美国有友好感。
- ☐ 接受邀请前也许要推辞两次。
- ☐ 不喜欢高压的商业技巧。
- ☐ 不需严格遵守时间。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化,家庭,国王。
- ☐ 不恰当的话题:同以色列的关系,其他政治。

黎巴嫩人

- ☐ 遵守时间并不特别重要。

- ☐ 人口中大约一半是基督徒,一半是穆斯林。
- ☐ 是早期在世界各地经商的腓尼基人的后裔。
- ☐ 只在用餐后才愿意讨论公务。
- ☐ 黎巴嫩人的殷勤好客是不言自明的习惯。
- ☐ 英语,法语和阿拉伯语是通用语言。
- ☐ 内战之前他们是中东的瑞士人。
- ☐ 恰当的话题:商业,孩子,教育。
- ☐ 不恰当的话题:政治,宗教,性,与以色列的关系。

沙特阿拉伯人

- ☐ 见面礼节可以是非常繁琐的。
- ☐ 握手时也许会同时触碰手臂或肩膀。
- ☐ 几次来访后,男人们见面甚至可以相互拥抱致意。
- ☐ 乐于赠送奢侈礼品。
- ☐ 通常在宗教和饮食规定方面是最严格的。
- ☐ 男人携带妻子来美国,但在本国,女人从不露面。
- ☐ 喜欢发展长期的密切的商业友谊。
- ☐ 不喜欢美国那种更换销售代表的商业习惯。
- ☐ 不喜欢养狗作为家庭宠物。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化,对伊斯兰教信仰的尊重。
- ☐ 不恰当的话题:任何亵渎安拉的言行,以色列,女人的作用,下流的玩笑。

叙利亚人

- ☐ 见面时握手和拥抱是通常做法。
- ☐ 女性朋友间亲吻双颊。
- ☐ 不太重视遵守时间。

- ☐ 尊重他们的历史和文化会受到赞赏。
- ☐ 避免谈论中东政治和结盟问题。

阿拉伯联合酋长国

- ☐ 由七个酋长国组成：阿布扎比，迪拜，沙迦，哈伊马角，阿治曼，乌姆盖万和富查伊拉。
- ☐ 承认每个酋长国有各自的领袖是重要的。
- ☐ 习俗和礼节与其他中东国家类似。

太平洋和亚洲

这是世界上最多样化的地区之一，然而仍有一些适合于各地情况的普遍特征。以下是其中几条：

- ☐ 方式方法往往与实质内容一样重要或者更为重要，在日本尤为如此。同样，在其他地区也是特别地重视礼貌和耐心。个人友谊的作用再怎么强调也不会过分。失面子，用美国话来说只不过有些难堪而已，但在这一地区却是又一禁忌。绝对不要做任何也许会令你的东方客人难堪的事。
- ☐ 在亚洲新月形地带的每一个国家，人们或是会说英语或是正在学习英语。他们在勤奋地学习美国的习俗和礼节，所以有时其行为举止会与我们的行为举止惊人地相似，对此要有所准备。举例说，我们一向以为日本人的握手通常是温文而雅的，甚至是有气无力的，因为他们的文化里，使劲握手被认为是过于放肆。但是日本人是热心的学习者，他们逐渐采取西方的方式。因此，你也许会发现有些日本人的握手是如此地强劲有力，你还

会以为自己在美国的某旧车场地呢！

澳大利亚人

- ☐ 被有些人称为“带方言口音的芝加哥人”。
- ☐ 热情,友好,不拘泥于形式。
- ☐ 通常握手有力。
- ☐ 说话坦率,直截了当;不喜欢装腔作势。
- ☐ 不喜欢等级结构和差别。例子:如单独一人的话,可以坐在前座出租车司机的旁边。
- ☐ 重视密切的个人之间的友谊。
- ☐ 经常使用“Mate(伙伴;老兄)”这个词。
- ☐ 对美国了解甚多,但感到我们对他们知之甚少。
- ☐ 不回避不同的意见。
- ☐ 赞赏遵守时间。
- ☐ 极具幽默感,即使在紧张情况下也是如此。

孟加拉国人

- ☐ 男人握手,而女人只点头致意。
- ☐ 印度教徒占人口的少数,他们合掌作祈祷状表示欢迎。
- ☐ 多数商人讲英语。
- ☐ 十分重视准时。
- ☐ 原先是巴基斯坦的一部分。
- ☐ 绝大多数是虔诚的穆斯林。
- ☐ 用右手进食。
- ☐ 认为“翘拇指”的姿势是粗鲁的。
- ☐ 交谈中回避批评国家或政府。

- ☐ 经常出外旅行的商人喜欢谈论旅行和职业。

中国人(中华人民共和国)

- ☐ 在中国,见面时点点头或鞠个躬也许就足够了,但在美国他们也许会伸出手来握手致意。
- ☐ 接待时资历和地位都是非常重要的。
- ☐ 建议工作名片上印两种语言。
- ☐ 姓名通常有三个字,第一个字是姓。
- ☐ 可以问非常个人的问题:收入,房屋的价值。
- ☐ 难以启齿说个“不”字。
- ☐ 任何形式的身体接触都是不寻常的,如拥抱,拍拍肩。
- ☐ 祝酒很普遍,就像对极为简单的动作也要鼓掌一样。
- ☐ 商人间的个人关系十分重要。
- ☐ 礼品应该是适度的,或者给一个团组送一份礼品。
- ☐ 不要谈论台湾。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化,家庭,中国的进步。
- ☐ 不恰当的话题:文化大革命,性,财富,政治。

中国人(中国香港地区)

- ☐ 世界上最大的自由市场,1997 年回归中国。
- ☐ 由于 100 年的英国统治,深受英国的影响。
- ☐ 所有商人都会讲英语。
- ☐ 见面时习惯于握手致意。
- ☐ 中国人的姓名可能有三字,第一个字是其姓。
- ☐ 有些中国人取了西方的名字。

- ☐ 重视和尊重礼貌、谦虚和文雅。
- ☐ 不做令人难堪的事。
- ☐ 不是身体接触的社会,所以避免拥抱或挽住手臂。
- ☐ 眨眼睛或用食指示意被认为是粗暴无礼的。
- ☐ 恰当的话题:食物,家庭,业余爱好,旅行。
- ☐ 不恰当的话题:中国大陆的政治,虽然这些问题是难以回避的。

中国人(中国台湾地区)

- ☐ 台湾是中国的一个省。
- ☐ 由国民党中国人占据。
- ☐ 对西方人十分友好,多数人会讲英语。
- ☐ 经常交换印有两种语言文字的工作名片。
- ☐ 多数商人已采用英国的姓。
- ☐ 耐心,谦虚和尊重是受高度重视的品质。
- ☐ 商业中重视密切的个人友谊。
- ☐ 祝酒很普遍,“干杯”的意思是“杯底朝天”。
- ☐ 送礼很普遍,他们也许会赠送昂贵礼品。
- ☐ 恰当的话题:储存在台湾的中国古代文物,食物和艺术。
- ☐ 不恰当的话题:政治,贸易摩擦,走私。

斐济人

- ☐ 相互招呼时面带笑容并眉毛上扬。
- ☐ 但是与其他所有人握手都很普遍。
- ☐ 斐济人说“值得尊敬的友谊”地久天长。
- ☐ 尊重准时但那里的生活节奏较慢。
- ☐ 恰当的话题:个人经历,文化,历史。

- ☐ 不恰当的话题：反对炫耀才华。

菲律宾人

- ☐ 握手很普遍，也许还要拍拍肩背。
- ☐ 英语是商业、政府和教育的通用语言。
- ☐ 在商业中和接待时主要采用美国做法。
- ☐ 正餐后可以送女主人一份小礼品。
- ☐ 容易接待，他们经常面带笑容，热情友好。
- ☐ 可能有反美情绪。
- ☐ 恰当的话题：家庭，文化，历史，商业。
- ☐ 不恰当的话题：政治，宗教，腐败，外援。

印度人

- ☐ 男人间相互握手致意。
- ☐ 与女人打招呼时合掌颌首。
- ☐ 印度教徒不食牛肉，认为牛是神圣的动物。
- ☐ 对长者特别尊重。
- ☐ 穆斯林通常遵循严格的饮食规定。
- ☐ 正统的锡克教信徒，头裹包头巾，不抽香烟，不食牛肉。
- ☐ 传递食物时使用右手。
- ☐ 很多英国殖民地时的习俗依然流行。
- ☐ 恰当的话题：文化，传统，其他人民和旅行。
- ☐ 不恰当的话题：个人问题，贫穷，外援。

印度尼西亚人

- ☐ 见面时习惯于握手并点头致意。
- ☐ 遵守时间很重要。

- ☐ 尊重个人是他们社会的一个特征。
- ☐ 按美国标准来看,商业交易可能拖延时日,进展缓慢。
- ☐ 拒绝接受礼品是不礼貌的。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化,传统。
- ☐ 不恰当的话题:当地政治,社会主义和外援。

日本人

- ☐ 能迅速采用西方习俗。
- ☐ 如主人按照他们的礼节办事,他们会感到高兴。
- ☐ 在鞠躬和握手前先交换工作名片。
- ☐ 鞠躬是传统的见面礼节,鞠躬越深越有礼貌。
- ☐ 握手很普遍,但可能只是软弱无力地一握。
- ☐ 长时间或不时地目光对视是不礼貌的。
- ☐ 相互间极少用名字称呼。
- ☐ 商务中的个人作用极端重要。
- ☐ 方式方法与实质内容一样重要。
- ☐ 耐心,礼貌和谦虚是伟大的美德。
- ☐ 送礼是其文化中根深蒂固的习惯,要有所准备。
- ☐ 提问题的措辞要做到他们都能以肯定作答。
- ☐ 和谐是重要的,因此要避免“不”字。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化,艺术。
- ☐ 不恰当的话题:避免讨论第二次世界大战;任何会引起难堪的话题。

马来西亚人

- ☐ 称“马来西亚人”或“马来人”都正确。
- ☐ 主要的种族是马来人,其次是华人和印度人。

- ☐ 访问西方时他们一般也是握手致意。
- ☐ 在他们自己人之间,他们伸出手掌,手指相互接触。
- ☐ 第一语言是马来西亚语,但一般都能说英语。
- ☐ 身体接触不寻常,特别是不能触摸头部。
- ☐ 决不要弯起食指招呼他人。
- ☐ 用右手进食,触碰他人或物品。
- ☐ 用餐时不要清嗓门或擤鼻涕。
- ☐ 商务中作决定的速度缓慢。
- ☐ 恰当的话题:客人的商业或社会成就。
- ☐ 不恰当的话题:与西方的生活水平作比较。

新西兰人

- ☐ 见面时习惯于握手致意。
- ☐ 一开始可能比较拘谨,但很快就放松了。
- ☐ 是很好的客人,因为他们坦率而友好。
- ☐ 不喜欢被指认为澳大利亚人。
- ☐ 认为高声说话是粗鲁无礼,令人不安的。
- ☐ 我们所说的餐巾(napkin)他们称为 *serviettes*;而 napkin 是尿布的意思。
- ☐ 商业中地位高低作用极小;他们喜欢一律平等。
- ☐ 恰当的话题:英式橄榄球,板球,以及有关新西兰的一切。
- ☐ 不恰当的话题:个人问题,宗教,原子能。

巴基斯坦人

- ☐ 见面招呼时通常握手,但是亲近朋友间可以拥抱。
- ☐ 男人通常不与女人握手或触摸。

- ☐ 不要用名字相称,除非对方请你这么做。
- ☐ 普遍遵守伊斯兰教的行为准则。
- ☐ 通用英语,但乌尔都语是主要语言。
- ☐ 姓名的构成很复杂,因此要仔细研究或干脆向对方请教。
- ☐ 在他们的文化中目不转睛地注视别人是相当普通的事。
- ☐ 露出鞋底是粗鲁的姿势。
- ☐ 恰当的话题:文化,历史和巴基斯坦工艺。
- ☐ 不恰当的话题:批评伊斯兰教,讨论印度或以色列。

萨摩亚人

- ☐ 在商务会议之前,双方先正式致意。
- ☐ 萨摩亚人可能是十分善于辞令的。
- ☐ 交换礼品是常事。
- ☐ 避免把腿指向房间中央。
- ☐ 恰当的话题:文化和历史。
- ☐ 不恰当的话题:美国的援助和政治控制。

新加坡人

- ☐ 习惯使用西方的握手方式。
- ☐ 用双手恭敬地送上工作名片。
- ☐ 对姓名的发音特别重视。
- ☐ 重视遵守时间。
- ☐ 尽管传统上是华人但都说英语。
- ☐ 以务实、直率和切题而自豪。
- ☐ 与日本人不一样,商业中送礼是不寻常的。
- ☐ 商务午餐时间拖得很长并且不拘形式。

- ☐ 与其他亚洲国家不一样,早餐往往是高热量的。
- ☐ 可以提一些直率的问题,如“你赚多少钱”。
- ☐ 基本上是一个不抽烟的社会。
- ☐ 认为美国的谈判方法是一意孤行的。
- ☐ 商业中男女一律平等。
- ☐ 恰当的话题:清洁,经济发展良好的国家。
- ☐ 不恰当的话题:不尊重这个面积太小的国家。

南朝鲜人

- ☐ 男人欠身握手,有时用双手握。
- ☐ 女人一般不握手。
- ☐ 家庭姓在前,名在后。
- ☐ 认为张嘴是不礼貌的;笑时要捂住嘴。
- ☐ 当众擤鼻涕是不礼貌的。
- ☐ 在他们的社会中妇女的作用屈居第二。
- ☐ 耐心,谦虚和尊敬老人是重要的品质。
- ☐ 商务款待很重要且内容广泛。
- ☐ 主餐后传统做法是独唱或合唱表演。
- ☐ 被称为“东方世界的爱尔兰人”。
- ☐ 恰当的话题:文化,历史,成功举办的奥林匹克运动会。
- ☐ 不恰当的话题:政治动乱,妇女地位低人一等。

斯里兰卡人

- ☐ 见面招呼通常握手。
- ☐ 尊重准时。
- ☐ 茶是民族饮料。
- ☐ 国名原为锡兰;现在称斯里兰卡。

- ☐ 不同等级有不同的宗教限制。
- ☐ 主要种族是僧伽罗人(佛教徒)。
- ☐ 少数民族是泰米尔人(印度教徒)。
- ☐ 初次见面介绍时吸烟是不礼貌的。
- ☐ 一般都讲英语。
- ☐ 认为左手是不干净的。
- ☐ 点头表示“不”,摇头表示“是”。
- ☐ 恰当的话题:业余爱好,家庭,学校,历史,文化。
- ☐ 不恰当的话题:种族矛盾,等级制度,宗教,性。

泰国人

- ☐ 合掌作祈祷状是泰国人的见面礼节。
- ☐ 在西方,泰国人采用握手方式致意。
- ☐ 经常用名字相互称呼。
- ☐ 可能称你为“鲍勃先生”或“汤姆先生”。
- ☐ 当众发脾气或流露情绪都是不好的。
- ☐ 常常误解西方的幽默和嘲讽。
- ☐ 要有耐心,商人需要很长时间才能作出决定。
- ☐ 绝对不要用脚指向任何东西,也不要露出鞋底。
- ☐ 不要拍打泰国人的头部。
- ☐ 恰当的话题:文化,历史,泰国食物。
- ☐ 不恰当的话题:批评政治,王族或宗教。

中、南 美 洲

接待拉丁人时首先一条就是要知道在格兰德河以南有 40 个不同的国家。这意味着在世界上这一广大地区内存在着大量

明显的区别。但是那里同样也存在某些共同的习惯和相似之处,让我开始先谈这些:

- ☐ 除巴西人讲葡萄牙语外,全部都说西班牙语。
- ☐ 在所有拉丁语系国家内,对待时间的态度不像北美人那样严格。迟到 30 分钟并不是意外。事实上,在亲近的朋友之间约定会面或集合的时间时不妨问一下是“英国时间”(意思是准时)还是“拉丁时间”。(意思是如果说的是 7 点,我在 7 点半或晚一些才来不要感到吃惊。)
- ☐ 拉丁人在谈话时通常站得很靠近,所以对这一点以及偶尔身体接触要有所准备,当然在好朋友之间还会相互拥抱。拉丁商人同你谈话时也许会握住你的手臂,或同你手挽手地走在马路上,这会令你大吃一惊。
- ☐ 拉丁人是热情友好的人民,他们喜欢在进入正题之前先随便聊聊。这是有意安排的过程,目的是做到对你个人有所了解。拉丁人往往对你个人比对你作为某个缺乏个性的公司的代表更感兴趣。
- ☐ 在所有拉丁美洲国家中一日的主餐通常放在中午。然而,这并不妨碍你在晚上招待客人用正餐。多数拉丁商人知道美国人的饮食习惯,的确在他们自己国家的某些特殊场合,他们也会晚上在餐馆里宴请客人。席间通常应由主人首先祝酒,然后客人可能给以回敬。

阿根廷人

- ☐ 首次见面通常握手致意。
- ☐ 头衔很重要。
- ☐ 意大利语和德语分别是第二、第三语言。
- ☐ 深受意大利、德国、英国和西班牙传统的影响。

- ☐ 鲜嫩牛肉和红葡萄酒实际上是他们民族的象征。
- ☐ 美国的牛肉和红葡萄酒与他们的相比差得远。
- ☐ 用餐和交谈时间冗长是其生活准则。
- ☐ 刀叉交叉着放表示“我用餐完毕”。
- ☐ 不要反手为客人斟酒;这样做是不礼貌的。
- ☐ 恰当的话题:足球,历史,文化,家庭和孩子。
- ☐ 不恰当的话题:庇隆年代,宗教,福克兰群岛的武装冲突。

伯利兹人

- ☐ 原系英属洪都拉斯,现在是伯利兹。
- ☐ 握手是习俗。
- ☐ 一个例外:商务中遵守时间。
- ☐ 英语是官方语言,但西班牙语也通用。
- ☐ 头衔很重要。
- ☐ 认为拒绝接受食物是不礼貌的。
- ☐ 把盘子推向前表示“我用餐完毕”。
- ☐ 恰当的话题:马雅文化,伯利兹的珊瑚礁和热带丛林。
- ☐ 不恰当的话题:宗教,政治和种族。

玻利维亚人

- ☐ 见面时习惯于握手致意。
- ☐ 谈话时目光直接接触是重要的。
- ☐ 头衔很重要。
- ☐ 主餐在正午。
- ☐ 下午 4 点左右喝茶吃糕点,晚上 9 点也如此。
- ☐ 如果晚上用正餐,那可以在 9 点左右。

- ☐ 玻利维亚具有世界上海拔最高的东西：机场，湖泊，首都。
- ☐ 恰当的话题：赛车，足球，家庭和食物。
- ☐ 不恰当的话题：贫穷，智利和其他政治问题。

巴西人

- ☐ 长时间的握手是通常的事。
- ☐ 打招呼和再见时握手；目光接触。
- ☐ 触摸手臂，胳膊以及肩背极为普遍。
- ☐ 常常用名字相互称呼，但头衔很重要。
- ☐ 爱好音乐和长时间欢快的谈话。
- ☐ 认为交谈时打断别人的讲话是热情的表现。
- ☐ 喜欢开玩笑，不拘礼节和注重友谊。
- ☐ 在巴西用手表示“O. K.”是粗鲁的手势。
- ☐ 中午是用主餐的正常时间。
- ☐ 除正式宴请外，晚上一般吃得很清淡。
- ☐ 美国咖啡与巴西咖啡相比实在太微不足道。
- ☐ 在巴西，在餐馆招待客人比在家招待更为普遍。
- ☐ 恰当的话题：政治，足球，家庭和孩子。
- ☐ 不恰当的话题：阿根廷，政治，贫穷，宗教。

智利人

- ☐ 初次见面通常握手。
- ☐ 亲近的朋友相互拥抱和摩擦双颊。
- ☐ 在商务活动中尊重准时。
- ☐ 商务讨论前习惯于轻松地交谈一下。
- ☐ 在社交场合男人习惯于穿西装系领带。

- ☐ 不要用左手为人斟酒。
- ☐ 葡萄酒,特别是白葡萄酒是民族的骄傲。
- ☐ 在智利各种职业中妇女的地位有所提高。
- ☐ 恰当的话题:家庭,儿童,复活节岛,历史。
- ☐ 不恰当的话题:政治,人权,1988 年葡萄出口恐慌。

哥伦比亚人

- ☐ 商务活动中见面时习惯于握手。
- ☐ 朋友之间互相拥抱。
- ☐ 不太严格遵守时间。
- ☐ 在讨论商务之前商人喜欢先轻松地聊聊天。
- ☐ 尊重头衔。
- ☐ 具有大学学位的人可以称为“博士”。
- ☐ 当众打呵欠是不礼貌的。
- ☐ 斗牛很流行;不要作任何否定的评论。
- ☐ 恰当的话题:历史,文化,足球,咖啡,黄金博物馆。
- ☐ 不恰当的话题:毒品交易,政治,宗教。

哥斯达黎加人

- ☐ 见面时习惯于握手。
- ☐ 拥抱不像在其他拉丁语系国家那样普遍。
- ☐ 头衔重要并受到尊重。
- ☐ 称自己为“蒂科人(*Ticos*)^①”。
- ☐ 在特别场合经常交换礼品。

① 一说是其他中美国家的人给哥斯达黎加人取的别名,因为他们常常使用西班牙语指小词“*ico*”的缘故。——译者

- ☐ 那里局势稳定,因此可以自由地议论政治。
- ☐ 商人比其他拉丁人更为拘谨严肃。
- ☐ 妇女在商业中颇为活跃。
- ☐ 恰当的话题:孩子,历史,艺术。
- ☐ 不恰当的话题:任何对个人的批评,宗教。

厄瓜多尔人

- ☐ 到达和离开时通常握手。
- ☐ 男性朋友之间相互拥抱,妇女朋友之间亲吻。
- ☐ 与邻国秘鲁的关系始终很紧张。
- ☐ 女孩子 15 岁的生日极端重要。
- ☐ 习惯于在中午用主餐。
- ☐ 加拉帕戈斯群岛是厄瓜多尔享有盛名的一部分。^①
- ☐ 恰当的话题:家庭,文化,历史。
- ☐ 不恰当的话题:政治,美国的政治影响。

萨尔瓦多人

- ☐ 见面时习惯于握手。
- ☐ 有些人见面时只是点点头。
- ☐ 头衔,特别在年长者之间,特别重要。
- ☐ 身体接触在这里要比在美国普遍。
- ☐ 有些人会坚持说他们也是“美洲人”。
- ☐ 经常交换小礼品。

^① 加拉帕戈斯群岛,正式名称为科隆群岛(Arch. de Colón),由 7 个大岛、70 多个小岛和岩礁组成,是当今世界上少有的奇花异草荟萃之所,珍禽怪兽云集之地,是活的生物进化博物馆。——译者

- ☐ 恰当的话题:历史,地理,文化,家庭。
- ☐ 不恰当的话题:当地政治,宗教。

危地马拉人

- ☐ 握手并说:“*mucho gusto*”(很高兴见到您)是合乎时宜的。
- ☐ 握起手来似乎有气无力,这是他们的习俗。
- ☐ 亲近朋友之间互相拥抱并拍拍背。
- ☐ 头衔十分重要。
- ☐ 与其他地方相比,在这里印第安文化到处可见。
- ☐ 认为轻声细语是有礼貌的行为。
- ☐ 男客坐在主人右边;妇女坐在左边。
- ☐ 商人通常是准时的。
- ☐ 商务讨论前先进行社交性谈话是其习俗。
- ☐ 午餐甚至早餐时均可讨论商务。
- ☐ 恰当的话题:危地马拉的地理,历史,文化。
- ☐ 不恰当的话题:政治或 1978 年以来的“暴力”。

洪都拉斯人

- ☐ 习惯于握手致意。
- ☐ 亲密朋友之间见面时常常热烈拥抱。
- ☐ 大男子气概——认为男人是高人一等的想法——相当流行。
- ☐ 使用头衔和姓而不用名字。
- ☐ 洪都拉斯人以热情好客著称。
- ☐ 没有必要赠送礼品,但送一些小纪念品给妇女是受欢迎的。

- ☐ 恰当的话题：洪都拉斯的历史，文化，家庭。
- ☐ 不恰当的话题：目前的动乱和内政。

墨西哥人

- ☐ 握手是习俗。
- ☐ 老朋友可以拥抱；妇女亲吻面颊。
- ☐ 不严格遵守时间。
- ☐ 中午的一餐是主要的，约在下午 1 点到 4 点进行。
- ☐ 紫色是死亡之色。
- ☐ 墨西哥人不愿听到有关“Montezuma's revenge”（蒙提祖马二世的报复）^①的各种笑话。
- ☐ 对方没有提出之前，不要用名字相称。
- ☐ 头衔很重要。
- ☐ 双手放在臀部是一种挑衅的表示。
- ☐ 双手放在口袋里是不礼貌的。
- ☐ 墨西哥人称美国来的人为北美人。
- ☐ 虽然对印第安祖先感到自豪，但并不津津乐道。
- ☐ 恰当的话题：墨西哥的文化，历史，艺术，博物馆。
- ☐ 不恰当的话题：非法移民，地震，贫穷。

尼加拉瓜人

- ☐ 见面招呼时，面带笑容，握手还讲一句西班牙语。
- ☐ 大男子气概的概念相当流行。
- ☐ 赴宴的客人可以带些小礼物，如鲜花或糖果。
- ☐ 对待政治十分谨慎；国家是分裂的。

^① 指在墨西哥旅行的人易得的一种腹泻。——译者

- ☐ 国内的动乱和破坏有悠久的历史。
- ☐ 很多人尊重和热爱美国，但也有些人视美国为仇敌。
- ☐ 恰当的话题：家庭，历史，文化。
- ☐ 不恰当的话题：贫穷，政治，宗教。

巴拿马人

- ☐ 握手是习俗。老朋友拥抱。
- ☐ 头衔重要。
- ☐ 西班牙语是官方语言，但英语非常普及。
- ☐ 在商业中，会谈是以长时间闲聊开始。
- ☐ 巴拿马妇女越来越多地从事经营管理工作。
- ☐ 接待时一般不交换礼品。
- ☐ 主人面对客人坐在餐桌首位。
- ☐ 恰当的话题：家庭，业余爱好，篮球，棒球。
- ☐ 不恰当的话题：前巴拿马运河区，种族问题，政治。

巴拉圭人

- ☐ 习惯于握手并说“*mucho gusto*”(很高兴见到您)。
- ☐ 好朋友间互相拥抱；妇女亲吻双颊。
- ☐ 亲密朋友可以挽着手臂走路。
- ☐ 交谈时双方站得很靠近。
- ☐ 记住并使用头衔，这很重要。
- ☐ 不吃很多蔬菜。
- ☐ 商业中作出决定可能是一个缓慢过程。
- ☐ 恰当的话题：家庭，体育运动，时事。
- ☐ 不恰当的话题：当地政治。

秘鲁人

- ☐ 见面和告别时习惯于握手。
- ☐ 好朋友间互相拥抱是常事。
- ☐ 头衔重要。
- ☐ 一天中的主餐通常在中午。
- ☐ 往往较拘谨和保守。
- ☐ 以印加人和西班牙人的传统而十分自豪。
- ☐ 马丘比丘(Machu Picchu)^①的遗址是其民族瑰宝。
- ☐ 任何场合送一束鲜花都是合适的。
- ☐ 只有观看斗牛赛才需要绝对准时。
- ☐ 正餐往往在晚上 9 点以后开始。
- ☐ 在秘鲁迟到 30 分钟赴宴是符合礼貌的。
- ☐ 礼貌要求吃完盘中所有的食物。
- ☐ 恰当的话题:家庭,文化,地理——范围广泛。
- ☐ 不恰当的话题:政治,宗教,种族偏见。

乌拉圭人

- ☐ 见面时通常握手。
- ☐ 只在亲密朋友之间以名字相称。
- ☐ 头衔重要。
- ☐ 会议常常很正式但极少准时开始。
- ☐ 客人常常向女主人赠送鲜花或糖果。
- ☐ 这里保留着欧洲文化传统。

^① 马丘比丘是古代印加要塞城市,其遗址面积约 13 平方公里,内有神庙和堡垒,堡垒原有梯田式花园围绕,台阶共有 3000 余级。——译者

- ☐ 西班牙语是官方语言。
- ☐ 在乌拉圭餐餐必有牛肉。
- ☐ 恰当的话题：历史，文化，各种体育运动——特别是足球。
- ☐ 不恰当的话题：政治和共产主义。

委内瑞拉人

- ☐ 无论是男人或女人，握手都是普通的和符合习俗的。
- ☐ 好朋友间互相拥抱，妇女亲吻双颊。
- ☐ 交谈时人们往往站得很靠近。
- ☐ 商人很准时，极少闲聊。
- ☐ 头衔重要。
- ☐ 客人可以向女主人赠送鲜花或糖果。
- ☐ 兰花是国花。
- ☐ 在他们国家里，客人很少坐在桌子的首位。
- ☐ 恰当的话题：商业，艺术，文学，历史。
- ☐ 不恰当的话题：地方动乱，通货膨胀，政治。

加勒 比 海

加勒比海居住着多种不同文化的种族，使用多种不同的语言。它既有独立的国家也有大国的领地。在政治上分别与大不列颠，荷兰，法国和美国有关联。因此很难确切地描述各个不同国家的特点。詹姆斯·米切纳的《加勒比海》一书是关于这一地区的极好参考读物。

以下关于见面问候，礼仪和交谈话题提些一般性的意见，接着再就海地人和波多黎各人提些具体看法。

关于加勒比海居民的一般性意见

- ☐ 见面时习惯于握手致意。
- ☐ 通用英语但也有人讲西班牙语,法语和荷兰语。
- ☐ 餐桌上的举止行为比较随意。
- ☐ 与美国相比节奏比较放松。
- ☐ 这一地区不太严格遵守时间。
- ☐ 商务活动常常以长时间的社交谈话开始。
- ☐ 交换礼品既不必要也不符合习俗。
- ☐ 工作名片始终很重要并得到广泛使用。
- ☐ 一天的主餐一般放在中午。
- ☐ 恰当的话题:天气,旅游业,经济。
- ☐ 不恰当的话题:当地政治,宗教,种族冲突。

海地人

- ☐ 见面时习惯于握手。
- ☐ 通常讲法语和克里奥耳方言^①。
- ☐ 漫不经心和不拘礼节的情况到处可见。
- ☐ 按人均计算是这个半球上的国家中最穷困的国家。
- ☐ 恰当的话题:食物,地方艺术,天气,文化。
- ☐ 不恰当的话题:当地政治,在美国的难民。

波多黎各人

- ☐ 见面时习惯于握手致意。
- ☐ 好朋友间互相拥抱。

① 克里奥耳方言(Creole dialect)是指海地人讲的法语方言。——译者

- ☐ 习惯于站立时相互很靠近;向后退避是不礼貌的。
- ☐ 经常交换礼品并当场拆开。
- ☐ 一开始拒收礼品是符合礼貌的。
- ☐ 广泛讲英语并很流利。
- ☐ 如能讲几句西班牙语会受到赞赏。
- ☐ 反对公开批评,莽撞和贪婪。
- ☐ 恰当的话题:文化遗产,经济快速增长。
- ☐ 不恰当的话题:国家地位是会引起激烈辩论的题目。^①

^① 波多黎各原为西班牙殖民地。1898 年美西战争后成为美国殖民地。1950 年武装起义,并宣布成立波多黎各共和国。1952 年美国给予波多黎各“自由联邦”的地位,重要部门仍受美国控制。约在 1974 年,“波多黎各民族解放武装力量”成立,一直从事鼓动争取波多黎各脱离美国独立的活动。——译者

附 录

世界各国的宗教

这里简短而概括地介绍世界上各种主要宗教,然后按国别列出在各国占主导地位的宗教。

作为主人,在与国际客人进行交谈和接待他们时,这些情况会有所帮助。

伊斯兰和穆斯林

阿拉伯语中伊斯兰的意思是和平,归顺和服从。伊斯兰宗教完全接受安拉启示给伊斯兰教创立人穆罕默德的一切教义和指导。穆斯林是笃信安拉的人,并努力按照伊斯兰教创立人穆罕默德所传授的上帝的指导和教义彻底重组自己的生活。“穆罕默德教”是对伊斯兰教的误称,触犯了伊斯兰教的本质精神。在阿拉伯语中“Allah”是上帝的正确名称。这是一个独一无二的名称,因为它没有复数也没有阴性。《古兰经》是伊斯兰教的圣经,其中包含伊斯兰教的学说和教义。伊斯兰信仰有五条基本教义,称为“五功”^①:(1) 表白自身的信仰,(2) 一日五次礼

^① “功”原意为“柱石”。“五功”指五项基本功课,即念功、拜功、斋功、课功和朝功的总称。——译者

拜,(3) 莱麦丹月^①从日出到日落时斋戒,(4) 缴纳定量课税,(5) 如果体力和财力允许的话,一生应朝觐麦加一次。伊斯兰世界由两个不同派别组成:逊尼派和什叶派。逊尼派占大多数,一般居住在阿拉伯国家,非洲,印度和印度尼西亚。什叶派主要在黎巴嫩,伊拉克和阿拉伯海湾。

印度教

印度教主要在印度,它的信念基于接受现实,宁静,轮回和灵魂复活等品质。整个宗教关系到印度环境中特别严重的一些问题,因此奉行印度教的实际做法因村落的不同而相异。其中十分明显的一个特点是该宗教着重自我剖析和控制的能力从而使信徒得以与世界保持和谐。印度教徒相信生命可以世代延续而不断。

佛教

佛教在思想和实践上都与公元前 6 至 5 世纪住在印度的佛陀释迦牟尼密切相关。佛教思想并不是以一个人为中心的,而是集中在教义本身。佛教哲学的核心或者说“四谛”为:苦谛(即知道苦的存在),集谛(即造成苦的原因),灭谛(即断灭苦得以产生的一切原因),道谛(即超脱苦的修习方法)。佛教明显强调苦难和痛苦,而这一切又同解脱密切相连。

神道教

日本各岛屿均普遍信奉神道教,它基本上是以各个独立的

^① 莱麦丹月(the month of Ramadhan)是希吉拉历第九月的月名。伊斯兰教认为该月是颁降天启《古兰经》经文之月,且是十二个月中最吉祥、最高贵的月份,信徒逢此月应封斋,故又名“斋月”。——译者

神龛为基础的日本国教。信奉神道教纯属个人的行为,包括自愿遵守教义规定。神道教是日本人民生活的原则,它由灵魂,纪念活动,禁欲纪律,社会服务和其他因素组成。

道教

主要是亚洲的一种宗教。道教的目的是通过无所作为而取得与外界一切的和谐。道教徒远离社会而沉浸于大自然之中以求得自由,在听其自然和“超越道德”中寻求满足。道教徒的最终目的是永生不老。

泛灵论

它相信在环境的各个方面精灵都在积极活动。泛灵论在非洲各国十分流行。

犹太教

犹太教是以上帝在西奈山对摩西的启示以及上帝授意的律法为基础。犹太人相信只有一个上帝,是全世界的创造者和统治者。他们的信念是以《圣经·旧约》为基础的。犹太人仍在等待弥赛亚^①的降临。

基督教

基督教起源于犹太教和《圣经·旧约》,除少许不同外中心信仰相似。耶稣作为救世主的重要意义使基督教的信仰以《圣经·旧约》和《圣经·新约》两者为基础。耶稣的诞生、死亡和复活是基督教的基石。基督教运动受到新思想和新阐述的支配,

^① 犹太人所盼望的“复国救主”的专称。——译者

因而产生了各种派别或分支。早期教会的三个主要派别是东正教会(希腊教会,俄罗斯教会,叙利亚教会,亚美尼亚教会,科普特教会),天主教会和新教教会(路德会,归正会或长老会,五旬节派教会,安立甘教会或圣公会浸礼会,卫理公会和自由教会)。

表 A1 主要宗教——按国别

阿富汗	天主教
伊斯兰教	
逊尼派 74%	阿根廷
什叶派 25%	天主教
阿尔巴尼亚	澳大利亚
不信教者 55%	天主教徒 28%
伊斯兰教徒 21%	安立甘教徒 28%
无神论者 19%	联合教会 14%
基督徒 5%	奥地利
阿尔及利亚	天主教徒 89%
伊斯兰教(逊尼派)	
安道尔	巴哈马
天主教	浸礼会教友 29%
	安立甘教徒 23%
	天主教徒 23%
安哥拉	卫理公会 7%
天主教徒 69%	
新教徒 20%	巴林
传统的教派 10%	伊斯兰教
安提瓜和巴布达	孟加拉
安立甘教	伊斯兰教徒(官方的) 83%

印度教徒 16%

基督徒 48%

传统的教派 49%

巴巴多斯

安立甘教徒 70%

卫理公会 9%

天主教徒 4%

巴西

天主教徒 88%

新教徒 6%

比利时

天主教徒 95%

文莱

伊斯兰教徒 60%

基督徒 8%

佛教徒和当地的教派 23%

伯利兹

天主教徒 62%

安立甘教徒 12%

卫理公会 6%

巴哈派教徒 2.5%

保加利亚

无神论者 65%

东正教徒 27%

伊斯兰教徒 8%

贝宁

改宗者 70%

基督徒 15%

伊斯兰教徒 15%

布基纳法索

泛灵论者 65%

伊斯兰教徒 25%

天主教徒 10%

不丹

佛教徒 70%

印度教徒 25%

伊斯兰教徒 5%

缅甸

佛教徒 89%

基督徒 5%

伊斯兰教徒 3%

玻利维亚

天主教徒 94%

巴哈派教徒 3%

布隆迪

天主教徒 78%

传统的教派 14%

博茨瓦纳

柬埔寨

上座部佛教徒

喀麦隆

天主教徒 35%

泛灵论者 12%

伊斯兰教徒 35%

新教徒 18%

加拿大

天主教徒 47%

新教徒 41%

不信教者 7%

东正教徒 2%

佛得角

新教徒 41%

中非共和国

新教徒 33%

天主教徒 50%

泛灵论者 5%

伊斯兰教徒 3%

乍得

伊斯兰教徒 44%

基督徒 33%

传统的教派 23%

智利

天主教徒 90%

中国

不信教者 59%

民间宗教 20%

无神论者 12%

哥伦比亚

天主教

科摩罗

伊斯兰教

刚果

传统的教派 48%

基督徒 47%

伊斯兰教徒 2%

哥斯达黎加

天主教

古巴

天主教徒 49%

不信教者 49%

无神论者 6%

塞浦路斯

希腊正教徒 76%

伊斯兰教徒 19%

捷克和斯洛伐克

天主教徒 67%

无神论者 29%

捷克和斯洛伐克教会 4%

丹麦

信义会

吉布提

伊斯兰教(逊尼派) 94%

基督徒 6%

多米尼加联邦

天主教

安立甘教会

卫理公会

多米尼加共和国

天主教

厄瓜多尔

天主教徒 92%

埃及

伊斯兰教徒 93%

基督徒 7%

萨尔瓦多

天主教

赤道几内亚

天主教

新教

传统的教派

埃塞俄比亚

埃塞俄比亚正教徒 49%

伊斯兰教徒 31%

传统的教派 11%

斐济

基督徒 50%

印度教徒 41%

伊斯兰教徒 8%

芬兰

信义会教友 90%

希腊正教徒 1%

法国

天主教徒 90%

加蓬

天主教徒 65%

新教徒 19%

冈比亚

伊斯兰教徒 85%

基督徒 2%

传统的教派 11%

东德

新教徒 53%

天主教徒 8%

西德

新教徒 49%
天主教徒 45%

加纳

基督徒 63%
泛灵论者 21%
伊斯兰教徒 16%

希腊

希腊正教

格林纳达

天主教徒 64%
安立甘教徒 21%

危地马拉

天主教

几内亚

伊斯兰教徒 69%
传统的教派 30%

几内亚比绍

传统的教派 65%
伊斯兰教徒 30%
基督徒 5%

圭亚那

印度教教徒 34%

新教徒 18%

伊斯兰教徒 9%

天主教徒 18%

安立甘教徒 16%

海地

天主教徒 80%
浸礼会教友 10%

洪都拉斯

天主教

匈牙利

天主教徒 54%
新教徒 22%
正教徒 7%

冰岛

福音信义会

印度

印度教教徒 83%
伊斯兰教徒 11%
锡克教教徒 2%

印度尼西亚

伊斯兰教徒 87%
基督徒 10%
印度教/佛教 3%

伊朗

伊斯兰教(什叶派) 93%

伊斯兰教(逊尼派) 5%

伊拉克

伊斯兰教徒 96%

基督徒 4%

爱尔兰(共和国)

天主教徒 94%

新教徒 5%

以色列

犹太教徒 82%

伊斯兰教徒 14%

基督徒 2.3%

意大利

天主教徒 83%

象牙海岸

民间信仰 44%

基督徒 32%

伊斯兰教徒 24%

牙买加

新教徒 71%

天主教徒 10%

拉斯特法里派 7%

日本

神道教

佛教

约旦

伊斯兰教徒(逊尼派) 93%

基督徒 5%

肯尼亚

新教徒 27%

天主教徒 26%

传统的教派 19%

伊斯兰教徒 6%

北朝鲜

无神论者 68%

传统的教派 16%

南朝鲜

佛教徒 19%

新教徒 16%

天主教徒 5%

科威特

伊斯兰教徒 92%

基督徒 6%

老挝

佛教徒 58%

部落宗教 43%

黎巴嫩

基督教

伊斯兰教

莱索托

天主教徒 44%

莱索托福音派教会

安立甘教会

利比里亚

传统的教派 75%

基督徒 10%

伊斯兰教徒 15%

利比亚

伊斯兰教

列支敦士登

天主教徒 86%

新教徒 9%

卢森堡

天主教

马达加斯加

传统的教派 47%

天主教徒 26%

新教徒 23%

马拉维

基督徒 57%

传统的教派 19%

伊斯兰教徒 2%

马来西亚

伊斯兰教徒 53%

佛教徒 17%

中国民间宗教 12%

印度教教徒 7%

基督徒 6%

马尔代夫

伊斯兰教

马里

伊斯兰教徒 90%

传统的教派 9%

基督徒 1%

马耳他

天主教

毛里塔尼亚

伊斯兰教

毛里求斯

印度教教徒 52%

天主教徒 26%

伊斯兰教徒 13%

墨西哥

天主教徒 93%

摩纳哥

天主教

蒙古

喇嘛佛教徒

摩洛哥

伊斯兰教

莫桑比克

传统的教派 48%

基督徒 39%

伊斯兰教徒 13%

尼泊尔

印度教教徒 90%

佛教徒 5%

伊斯兰教徒 3%

荷兰

天主教徒 36%

荷兰归正会 33%

独立的教会 27%

新西兰

英格兰圣公会 26%

长老会 17%

天主教徒 14%

尼加拉瓜

天主教徒 91%

尼日尔

伊斯兰教徒 90%

基督徒 10%

尼日利亚

伊斯兰教徒 47%

基督徒 34%

泛灵论者 18%

挪威

福音信义会

阿曼

伊斯兰教徒 86%

巴基斯坦

伊斯兰教徒 97%

印度教教徒

基督徒

佛教徒

巴拿马

天主教徒 89%

伊斯兰教徒 5%

新教徒 5%

巴布亚新几内亚

新教徒 64%

天主教徒 33%

巴拉圭

天主教

天主教徒 91%

安立甘教徒 3%

秘鲁

天主教

圣文森特和格林纳丁斯

安立甘教徒 47%

卫理公会 28%

天主教徒 13%

菲律宾

天主教徒 73%

伊斯兰教徒 4%

新教徒 3%

圣马力诺

天主教

波兰

天主教徒 85%

圣多美和普林西比

天主教

新教

葡萄牙

天主教

沙特阿拉伯

伊斯兰教

卡塔尔

伊斯兰教徒 92%

基督徒 6%

塞内加尔

伊斯兰教徒 91%

基督徒 6%

罗马尼亚

罗马尼亚正教徒 80%

希腊正教徒 10%

塞舌尔

天主教徒 90%

安立甘教徒 8%

卢旺达

天主教徒 56%

新教徒 12%

伊斯兰教徒 9%

泛灵论者 23%

塞拉利昂

泛灵论者 52%

伊斯兰教徒 40%

基督徒 9%

圣卢西亚

新加坡

伊斯兰教徒 15%
基督徒 10%
佛教徒 40%
印度教教徒 7%
道教徒

所罗门群岛

安立甘教徒 34%
天主教徒 19%
南海福音派 25%
新教徒 15%

索马里

伊斯兰教(逊尼派)

南非

荷兰归正会 40%
安立甘教徒 11%
天主教 8%

纳米比亚

基督教
本土宗教

苏联

俄罗斯正教会
伊斯兰教
犹太教
信义会
无神论者

西班牙

天主教

斯里兰卡

佛教徒 69%
印度教教徒 15%
伊斯兰教徒 8%
基督徒 8%

苏丹

伊斯兰教徒 73%
泛灵论者 18%
基督徒 9%

苏里南

新教
天主教
印度教
伊斯兰教

斯威士兰

基督徒 77%
泛灵论者 27%

瑞典

瑞典信义会 95%

瑞士

天主教徒 48%
新教徒 44%

叙利亚

伊斯兰教徒 90%

基督徒 10%

坦桑尼亚

基督徒 40%

伊斯兰教徒 30%

泛灵论者 30%

泰国

佛教徒 95%

伊斯兰教徒 4%

多哥

泛灵论者 46%

基督徒 37%

伊斯兰教徒 17%

汤加

自由卫斯理宗教徒 47%

天主教徒 16%

印度教教徒 25%

摩门教教徒 9%

特立尼达和多巴哥

基督徒 64%

印度教教徒 25%

伊斯兰教徒 6%

突尼斯

伊斯兰教(逊尼派) 99.4%

土耳其

伊斯兰教(逊尼派) 99.2%

乌干达

基督徒 63%

伊斯兰教徒 6%

阿拉伯联合酋长国

伊斯兰教

逊尼派 80%

什叶派 20%

联合王国

英格兰圣公会

威尔士圣公会

苏格兰圣公会

爱尔兰圣公会

天主教

卫理公会

公理会

浸礼会

犹太教

美国

基督教新教

天主教

犹太教

乌拉圭

天主教徒 60%

什叶派 60%

逊尼派 40%

瓦努阿图

长老派 47%

天主教徒 15%

安立甘教徒 15%

南斯拉夫

希腊正教徒 41%

天主教徒 32%

伊斯兰教徒 12%

委内瑞拉

天主教

扎伊尔

天主教徒 48%

新教徒 29%

伊斯兰教徒 10%

越南

佛教

天主教

伊斯兰教

道教

孔教

泛灵论者

赞比亚

泛灵论者

天主教

新教

也门

伊斯兰教(逊尼派)

津巴布韦

基督徒 25%

泛灵论者 24%

信仰诸说混合论者 50%

阿拉伯也门共和国

伊斯兰教

世界各国的祝酒辞和祝酒

国别·民族	祝酒辞	发音
美国人	Cheers	Cheers
奥地利人	Prosit	PROH-zit
比利时人(佛兰德语)	Op uw gezondheid	Op uv ga-ZON-hite
波希米亚人	Naz Dar	Naz DAR
巴西人	Saude or Viva	Sah-OO-Day, VEE-va
英国人	Cheers	Cheers
中国人	年年如意	Nyen, Nyen, Zhu Ee
捷克和斯洛伐克人	Na Zdravie	Nah ZDROH-vee-yeh
丹麦人	Skal	Skohl
荷兰人	Proost	Prohst
埃及人	Fee Sihetak	Fee SAY-tak
爱沙尼亚人	Tervist	TER-vist
芬兰人	Kippis	KEE-pees
法国人	A Votre Santé	A Votre SAN-tay
德国人	Prosit	PROH-sit
希腊人	Eis Igian	Ees IGEE-an
夏威夷人	Meli kalikama	Meh-lee kali-kama
犹太人	L'chayim	Leh HAH-yim
匈牙利人	Kedves Egeszegere	KED-vesh Eh-gay-say-gay-REH
爱尔兰人	Salinte	SLAHN-she
印度尼西亚人	Selamat	Sell-a-mat

意大利人	A la Salute 或 Cin cin	Ah lah Sa-LOO-tay 或 Chin Chin
日本人	幹杯	Kahm-PAH-ee
朝鲜人	Kong gang ul wi ha yo	Kong gang ul wi ha yo
马来人	Slamat minum	Sla-mat min-um
墨西哥人	Salud	Sal-UUD
挪威人	Skal	Skohl
菲律宾人	Mabuhay	Ma-BOO-hay
波兰人	Na Zdrowie	Nahz DROH-fee-yeh
葡萄牙人	A sua saude	A sua SA-OO day
俄罗斯人	Na Zdorovia	Nah ZDROH-vee-ah
苏格兰人	Shlante	SHLAHN-tay
西班牙人	Salud	Sa LUUD
瑞典人	Skal	Skohl
泰国人	Sawasdi	Sa-weh-do
威尔士人	lechyd Da	YEH-hid Day
南斯拉夫人	Na Zdravie	Nah ZDRAH-vee-yeh

英语通用的地方

你的国际客人可能会说英语吗？全世界 48 亿人口中有近 7.5 亿人熟悉英语。英语是母语的国家仅十来个，但在 90 多个其他国家中人们普遍使用或学习英语。以下分别列出(1) 英语是母语的国家，(2) 英语是官方或半官方语言的国家，(3) 普遍学习英语的国家。

母语

12 个国家 3.45 亿人民的母语是英语。

北美：加拿大(魁北克除外)，美国。

南美：圭亚那。

加勒比海：巴哈马，巴巴多斯，格林纳达，牙买加，特立尼达和多巴哥。

欧洲：爱尔兰，联合王国(英格兰，苏格兰，威尔士)。

太平洋沿岸的：澳大利亚，新西兰。

官方或半官方语言

在 33 个其他国家和波多黎各，英语是官方或半官方语言。这就是说执行政府事务时常常使用英语。这些国家是：

非洲：博茨瓦纳，喀麦隆，埃塞俄比亚，冈比亚，加纳，肯尼亚，莱索托，利比里亚，马拉维，毛里求斯，纳米比亚，尼日利亚，塞拉利昂，南非，苏丹，斯威士兰，坦桑尼

亚,乌干达,赞比亚,津巴布韦。

亚洲、太平洋沿岸的:孟加拉,缅甸,斐济,印度,马来西亚,
巴基斯坦,菲律宾,新加坡,斯里兰
卡,汤加,西萨摩亚。

中东、地中海:以色列,马耳他。

普遍学习英语的国家和地区

至少在 56 个其他国家中英语是中小学的必修课或是人们
普遍学习的语言。

北美:墨西哥。

中美、加勒比海:哥斯达黎加,古巴,多米尼加共和国,洪都
拉斯。

南美:巴西,哥伦比亚,委内瑞拉。

欧洲:奥地利,比利时,丹麦,德国,芬兰,法国,希腊,冰岛,
意大利,卢森堡,荷兰,挪威,葡萄牙,罗马尼亚,苏联,
瑞典,瑞士。

非洲:阿尔及利亚,安哥拉,布基纳法索,布隆迪,中非共和
国,乍得,加蓬,几内亚,科特迪瓦(象牙海岸),利比
亚,马达加斯加,摩洛哥,尼日尔,塞内加尔,多哥,扎
伊尔。

中东:埃及,约旦,北也门,沙特阿拉伯,叙利亚,土耳其。

亚洲:阿富汗,中国,中国香港地区,印度尼西亚,日本,尼泊
尔,南朝鲜,泰国。

体 育 运 动

最有把握的话题是谈论客人感兴趣的体育运动。以下是各国和地区最喜爱的体育运动一览表。(注:这里用的是美国用法,足球是“soccer”,而在多数其他国家称为“football”。多数非美国人所用的“American football”一词,系指美国的橄榄球。)

表 A2 主要的体育运动——按国别和地区

阿尔巴尼亚

足球

体操

排球

澳大利亚式橄榄球

奥地利

滑雪

登山

安提瓜和巴布达

板球

巴哈马

一切水上运动

阿根廷

足球

网球

英式橄榄球

巴巴多斯

板球

冲浪运动

帆船运动

澳大利亚

帆船运动

网球

板球

比利时

骑自行车

足球

玻利维亚
足球

巴西
足球
水上运动
篮球

保加利亚
足球

加拿大
滑雪
游泳
钓鱼
加拿大式橄榄球
冰球

智利
足球
滑雪
赛马

中国
体操
举重
射击

中国台湾地区
棒球

足球
篮球

哥伦比亚
足球
篮球
棒球
斗牛

哥斯达黎加
足球

古巴
棒球
篮球
游泳
拳击

捷克和斯洛伐克
足球
冰球
滑雪

丹麦
足球
骑自行车
划船
帆船运动

多米尼加共和国
棒球

篮球
拳击

埃及

足球
游泳
网球

萨尔瓦多

足球

埃塞俄比亚

长跑

芬兰

滑雪
赛跑
划船

法国

足球
滑雪
网球

东德

游泳
滑雪
足球

西德

足球

网球

希腊

游泳
帆船运动
滑水运动

圭亚那

板球

海地

足球

中国香港地区

赛马
板球
足球

匈牙利

手球
足球
网球

冰岛

游泳
钓鱼
骑马旅行

印度

板球
曲棍球

马球	网球
	软式墙网球
伊朗	
滑雪	肯尼亚
举重	长跑
爱尔兰	北朝鲜
高尔夫球	摔跤
钓鱼	拔河
帆船运动	国际象棋
以色列	南朝鲜
足球	足球
篮球	棒球
意大利	列支敦士登
足球	游泳
草地滚木球	网球
网球	远足旅行
牙买加	卢森堡
板球	游泳
高尔夫球	远足旅行
水上运动	骑自行车
日本	马来西亚
棒球	赛马
摔跤	足球
	英式橄榄球
约旦	
游泳	马里

足球

马耳他

足球

墨西哥

棒球

足球

回力球

斗牛

蒙古

摔跤

射箭

赛马

摩洛哥

足球

游泳

拳击

荷兰

足球

网球

游泳

新西兰

赛马

足球

板球

尼加拉瓜

篮球

斗鸡

斗牛

尼日尔

钓鱼

游泳

尼日利亚

游泳

帆船运动

网球

挪威

滑雪

溜冰

钓鱼

阿曼

水上运动

用鱼叉捕鱼

巴基斯坦

登山运动

巴拿马

水上运动

网球

高尔夫球

巴布亚新几内亚

高尔夫球

网球

攀岩运动

巴拉圭

足球

网球

赛马

秘鲁

足球

棒球

篮球

菲律宾

篮球

棒球

足球

波兰

野营

远足

足球

葡萄牙

足球

斗牛

罗马尼亚

足球

滑雪

远足

沙特阿拉伯

足球

猎鹰

赛骆驼和赛马

新加坡

羽毛球

篮球

拳击

所罗门群岛

英式橄榄球

橄榄球

足球

南非

高尔夫球

网球

英式橄榄球

苏联

田径

排球

滑雪

西班牙

足球

斗牛

回力球

斯里兰卡

水上运动

高尔夫球

网球

瑞典

足球

滑雪

溜冰

泰国

足球

棒球

汤加

钓鱼

游泳

帆船运动

特立尼达和多巴哥

板球

足球

土耳其

水上运动

登山运动

足球

联合王国

足球

高尔夫球

骑马

英式橄榄球

乌拉圭

足球

篮球

骑自行车

委内瑞拉

棒球

橄榄球

斗牛

南斯拉夫

足球

游泳

体操

个案研究:如何收集有关接待工作的资料

- ☐ 如何丰富自己的有关接待国际来访者的资料?
- ☐ 从何处收集各国不同的文化特性的资料?
- ☐ 下面的个案研究将回答这些问题。这一典型例子会告诉你如何积累资料以使自己成为接待国际来访者的完美无缺的主人。

事情的开始是,我和妻子应邀参加一次小型宴会,从表面上看,这是一次很平常的邀请。

女主人弗吉尼亚·马西森是一位很活跃的女人,经常在世界各地旅行。她的朋友不只是局限于一个小圈子里的熟人,而是遍及全球的好朋友。她善于结交朋友,这可能正反映了她的热情、友善的性格。

宴会是为一对新西兰夫妇举行的。丈夫是外科医生,夫妇两人早在 70 年代就曾在美国住过 8 年。

我认为这次宴会对我也许是个很好的机会,可以深入地了解新西兰人的风俗习惯和各种礼节,特别是他们对美国的看法。更具体地说,我很想知道他们认为美国人和美国有什么特别之处。

我得承认由于这两位新西兰人为人爽直,易于交谈,以及他们那种令人倾倒的坦诚和幽默,我得到了不少帮助。我直截了当地对他们说,我很想知道他们对美国的看法——不是深奥的

哲学或政治观点,而是那些构成一种文化外貌的普通的,日常的事。“那么,好吧,”医生回答说。“让我们先从美国的管道设备谈起吧!”

那天晚上,我匆匆记下了以下材料:

关于管道设备

我们称水龙头为“faucets”,他们称为“taps”。

我们的水龙头式样不一致:冷水龙头在右边,但并非一直如此;有的朝外拧,有的则朝里拧;有的是球形旋钮,有的是柄状把手;而在有些地方则只有单一控制。

浴盆出水口也同样不一致。“你们的管道设备就如汽车牌照一样不是统一规格的,似乎随州而异,”他们说。“为什么是这样?”

吃……和美国的餐馆

我们所谓的“entree(主菜)”,在新西兰(和多数欧洲国家)是开胃小吃(appetizer)的意思。这一区别会导致相当混乱的局面。可能最终只喝到一碗汤而没有主菜。

这里的“napkin(餐巾)”实际上在新西兰(包括英国和加拿大)是尿布(diaper)的意思——这又是一个会引起脸红的误解。

我们向侍者要“check(账单)”,他们则说“bill”。

我们的三明治有各种各样不可思议的怪名字:如 Reuben(鲁宾三明治),Triple-Deckers(三层三明治)和 Whoppers(特大三明治)。

新西兰的烤面包是白色的(有时称为“grown”,意思是全小麦做的);而这里,女侍者总是要问“白的,全小麦的,还是黑麦的?”

在新西兰餐馆点汤喝,不像在这里有一碗和一杯汤的区别。

最后关于吃和餐馆的问题,他们警告说,“在美国决不能要茶,这里的茶真糟。”新西兰和原来的英联邦中的其他国家(如英国,澳大利亚,南非,加拿大等)都十分重视茶和沏茶的事。看来我们简直不可能在美国加以模仿。“为什么是这样?”他们问。(坦白的回答是:我不知道。)

餐桌上的礼节

顺便说一句,这是一个就不同的文化特性开始交谈的绝妙话题。对此,有许多不同的说法和观点。以下是在晚宴上我们就此话题提问的几种开场白:

- ☐ 询问来访者把胳膊或手腕放在桌上有些什么规定。他们从小得到的训练是什么?举例说,德国人从小得到的训练是:始终把双手都放在餐桌上,把手放在膝上是粗鲁的举止。
- ☐ 询问用餐始终左手持叉的事。其来源?
- ☐ 询问甜食匙叉放在盘子前面的事。这样做在他们的国家是否普遍?
- ☐ 怎样表示自己用餐完毕——把刀叉交叉放在盘子上?
- ☐ 最后,为什么美国人吃几道菜都用同一把餐刀?

其他各种看法

- ☐ 美国人称建筑物的第一层为“一楼”(first floor),而新西兰人称之为“底层”(ground floor)。因此我们的二楼是他们的一楼。这样,如果美国人和新西兰人约好在某一建筑物会面,他们很可能相差一层楼而失之交臂。

- 我们电灯开关的开和关是反方向的；而在新西兰常常是掀按钮开灯的。
- 我们水池里的水是顺时针方向旋转的；而在新西兰则是逆时针方向旋转（在整个南半球都如此。这种现象被称为“科里奥利力”〔Coriolis Force〕。）
- “你们电视节目的颜色与我们相比质量较差，”他们说。“你们为什么有这么多的频道？而且不同社区的频道数目各不相同。为什么每档节目都在整点或半点钟开始？有这个必要吗？他们问。“另外，你们有极好的电视节目可供选择，而且整天都有。在我们国家里，电视要在近中午才开始播出。”
- 美国轿车为什么有如此众多的不同牌照？不仅在不同的州而且在同一州内牌照也各不相同。在有些州里要求汽车前后均有牌照，而有些州只要求车后有牌照。此外，个性化的牌照看起来很古怪。在其他国家，从汽车牌照上还可以得知汽车来自哪个城市或居住地区。比如在新西兰，汽车牌照上的字母可以表明这辆车的车龄。
- 某些美国字在新西兰被认为是“色情”词。其中之一是“stuffed（塞饱）”，这里只要说一下，这个词同性交有关就够了。所以在餐桌上表示吃饱了，你一定得说“I'm full”而不是“I'm stuffed”。另一个字是“randy（渴望的）”，在新西兰的用法中表示“horny（好色的）”。这里我可以讲一个真实的故事。我的一个朋友尼诺·阿马托一次去新西兰一家供单身男女幽会的酒吧。一个当地的美丽女郎上前问道：“Are you randy？”他回答说，“不，我叫尼诺。”

他们对美国人感到最恼火的是什么呢？那就是当我们把新西兰人误称为澳大利亚人。

好的研究人员或报道人员总是要从其他来源去证实他得到的信息。因此几个星期以后，我有机会同罗斯·M·詹森夫妇共同进餐。詹森先生是新西兰哈密尔顿市市长。我把那天晚宴上收集到的看法逐一同詹森夫妇进行核实。詹森夫妇不仅确认了各点，并增加了以下内容：

1. 美国人通常问新西兰人(或至少是问詹森夫妇)最为共同的一个问题是什么？回答是：新西兰在哪里？
2. 美国人应该知道 kiwi 不仅是新西兰的土产水果(猕猴桃)，而且还是一种鸟^①的名字，也是他们国家的民族象征。
3. 我们之间很多词的意义是不相同的。例如“certify”这个字在美国用法里的意思是确认，保证或承认。但在新西兰 certify 的意思是“把某人交给，通常是社会公共机构”。多么重要的区别！还有“Z”这个字母，在新西兰发音为“zed”。因此在你一个字母一个字母拼读 New Zealand 时这就很重要了。
4. 他们认为新西兰人对美国的了解比美国人对新西兰的了解可能要多。“我们是一个如此小的国家，我们必须知道世界上其他地方的情况。美国是如此之大，我想我们不能期望你们对这样一个缩在澳大利亚右边的小地方知道得很多。”
5. 美国人看来知道哪些有关他们国家的事实呢？回答是

^① kiwi(几维)，一种新西兰无翼鸟。——译者

基里·蒂·卡纳瓦(Kiri Ti Kanawa)是著名的可爱的歌剧明星,以及新西兰土著毛利人传统的见面礼节是相互摩擦鼻子。

- 6. 最后,如同我们美国那样,新西兰人也常常开种族玩笑,但是他们开的种族玩笑都是关于爱尔兰人的。**

这下你明白了。这是扩大交叉文化知识领域的一项典型的个案研究。哪天晚上你不妨自己也试着做做看。