

## 巴黎一週～華麗的文化饗宴

陳崇文／交大應藝所84級

今年春季，和交大EMBA及美國普渡大學MBA同學同赴法國修習國際企業策略研習課程。巴黎一週，親身體驗了多元文化的衝擊，感受十分深刻。並對應藝所同學之藝術專業在當今產業可扮演角色及未來發展頗有感觸。下面就上課內容、文化衝擊及生活體驗分別和讀友分享。

台籍同學和老美一同上歐洲老師的課，本身即為十分有趣的組合。一週下來，發現彼此對授課方式好惡差異十分明顯。老美習慣老師一上來就開腸剖肚，就上課內容、架構，開宗明義說清楚(我們稱之為牛肉放在麵上頭)，不能忍受隱諱式、引導式，具柳暗花明趣味的上課方式。

因此，第一堂課當法籍老師Alain Simon以「世界地圖」為主題，由地圖如何影響人類對真實世界的認知開始，逐步呈現不同國家以自己為構圖中心的地圖；再抽離地理特徵，以人口、所得、工業產出為指標，從各種角度切入，呈現不同的地圖表達形式，導引大家重新解讀現實世界；並據以觀察過去及預測未來各地理區塊政經情勢的消長。再以時間為軸，標舉1985為指標，說明美蘇強權於該年前、後政經情勢的演變。層層展開，逐步證驗：以適切的指標重新解讀地理及歷史，可以切入事實核心，獲致深刻結論。Alain深具歷史及人文涵養，佐以豐富的視覺資料，深入淺出，侃侃而談。三個小時下來，只覺智慧種子不斷被激發，耳目一新，獲益良多。然而課後和老美討論，他們反應平平，認為半小時可以講完的內容，何必耗費三小時。

另一堂課上國際行銷則正好相反。老師主講創新策略，不斷強調其重要性。再以腦力激盪方式和同學一起探討未來產品之可能發展。普渡同學反應十分熱烈，笑聲連連、興致高昂，我們則反應平淡。課後交換意見，發現除了語言隔閡致我們不易同步互動外，老美同學大部分為大公司之中階主管，平日工作以執行為主，創新策略甚或思維在其日常經驗範圍之外，故甚覺新鮮。相較之下交大同學多為公司高階主管，創新思維本為工作常態，重點不在啓蒙而在如何有效運作。要求較高故覺上課內容太淺而所獲不多。

另一堂課上國際人力資源管理，主要探討各民族之文化差異。老教授以Geert之四種價值觀為指標，比較各國人民在權力距離(power distance)，群體性(collectivism)，男性特質(masculinity)及模糊容忍度(uncertainty avoidance)上之差異。雖然所呈現的台灣人民特質我們不予苟同，但仍不失為有用的參考指標，可作為跨國企業人力資源管理的教戰守則。

上課的精華在於分組討論：八十餘人共分四組，分別代表亞洲、拉丁、德國及英



國人，探討各種族之價值觀及民族特性，以及建造一新社群之適用方法及程序。筆者所屬代表德國，雖無德國人在組內，依據大夥兒平常的接觸及認知，我們整理出德國人的二十點特性：包括嚴謹務實，目標導向，尊重階級及精於規劃等；對照英國人的民主風格，富於彈性，尊重個人，量人取才；拉丁人之自由率真，重視家庭，熱愛藝術，豐富創意及亞洲人之敬老尊賢，重視群體，服從權威和利他主義。由於結論乃經由團體討論、激盪、辯詰及實例分享而得，感覺十分鮮明而具體。

二十一世紀隨著科技之發展，尊重族群文化差異預料將變成一個重要議題。網路世界之巨大包容力，使得各族群及文化之認同較以往更易凝聚。筆者多年從事國際行銷及商品開發工作，對不同國家之設計偏好如色彩，文字，型態差異略有心得。面對後PC時代網路群聚觀念之勃興，所謂量身訂製勢將變成商品一般行情；藉由軟體之高度彈性，即使在全球統一的硬體架構下，不同國度的消費者仍可輕易選擇其專屬軟體介面：不但文字用語可配合其國情，甚至色彩型式都可以更符合其品味及偏好。例如色彩方面，日本人可選擇粉色系，法國人可採用強烈的橘黃及棗紅，德國人則有專屬的濁藍或墨綠版本。後PC時代的資訊家電不但是科技產品，更將是文化用品。新世紀的產品設計師，如何掌握有形及無形的因素，提供適切的商品，更貼心的搔到各色人種的癢處，將是有趣而艱鉅的挑戰，此乃為應藝所同學的專業本分。

巴黎一週，白天在教室接受知識洗禮，夜晚則放縱感官，恣意品嚐花都豐富美食及絢麗夜景。

巴黎號稱藝術之都，實乃一由史蹟、詩歌、繪畫、雕刻、美食、醇酒及咖啡香所建構而成的城市。在一零五平方公里的土地上，據稱有超過六十家劇場，二百家電影院，十五座音樂廳，六十五座博物館及七十五家圖書館，漫步巴黎街頭，俯仰所見若非藝術精品即為歷史遺跡。

來巴黎不能不坐地鐵，因為這是觀察巴黎庶民生活最好的管道。以其經濟便利，提供百萬住民每日行動所需，據稱連密特朗夫人都經常搭乘往返。巴黎地鐵是法國工程規劃及大型專案管理專業能力的具體呈現：由數十道鐵軌縱橫交錯，如棋盤方格般在地底下切割巴黎市區，串接百餘個知名或不知名的車站，搭配地面上的公車系統，構成綿密的交通網。各個車站相距五百公尺，車行約一分鐘，任何兩站間不論相距多遠，轉車不必超過三條路線。如果超過，除非是外來客，否則「你的邏輯推理能力必有問題！」對於地鐵規劃工程師曾發如此之豪語，讀友是否嗅到一絲專業自信及狂妄？車站也是藝術展示櫥窗，在知名景點相鄰的地下車站裡，可以看到相關主題的大幅海報、繪畫或雕刻，所謂藝術生活化，對巴黎人而言，是再自然不過的事情了。

來巴黎當然不能不提美食，我們有幸在查理兄的專業導引下，遍嚐各式法式佳餚。不論是豐盛的海鮮大餐，趣味的主題餐廳「吸煙的狗」，或夜遊塞納河之遊艇狂歡，都是畢生難忘的經驗。其中尤值一提的是古典藝術風味十足的Mollard餐廳。據稱成立於西元1867年，至今已逾百年，變成法國國寶及巴黎重要景點。法國政府更明令內部裝潢不得變更。

# 382 主題探討

Mollard餐廳內部極為豪華。觸目所及，儘是古典裝飾意味濃烈的家具、壁飾及廊柱；壁畫由半尺見方的馬賽克拼貼而成，其上燒繪曲線勾勒的仕女及花草；廊柱上佈滿卷曲的昆蟲及花卉圖案；室內牆壁均鑲嵌大幅明鏡，在明亮的燈飾照映下，反射一室古典家具、雕刻和衣香鬢影的賓客。典型的十九世紀末l' Art Nouveau藝術風格，連二撇鬚子的侍者，身著白衣黑背心，打著黑領結，都活像是從賴伯勒的寫實古畫走下來一般。

在這兒打著領帶吃西餐，有進行某種儀式般的嚴謹趣味：紅色的飯前酒、開胃菜、法國麵包加起士、紅酒配主菜、雙色冰淇淋甜點外加一小杯咖啡，一道道循序而上，過程遲緩而精確。腰桿挺直的侍者隨侍在側，一雙鷹眼注意客人飲食進展，適時斟滿酒杯或撤下餐盤，一點也不馬虎。算是完整的享受了法國餐廳專業周到的服務風格。

巴黎一週，對多元文化之衝擊及法國文化之絢麗豐富留下十分深刻的印象。慕爾台灣，雖地處太平洋一隅，憑藉彈性及韌性，已在諸多產業扮演關鍵角色。宏碁施振榮董事長有次講課，提到國內資訊業者於全球產業所扮演的角色時提到：「相對於美日大廠，台灣的關鍵優勢也許不在於科技的領先和創新，但是我們有能力迅速把成熟技術商品化，以貼心設計及合理價格嘉惠全球顧客。」誠哉斯言！為了更有效地嘉惠全球顧客，深入了解、掌握不同種族文化之品味特性為其可能起點。巴黎一週，就此起點，個人算是跨出一大步。

## 陳崇文學長小檔案：

交大應用藝術研究所84級校友，現任鴻友科技商品工程處副處長，目前正在交大EMBA(高階主管管理碩士班)修業中。

