

商务汉语的特点与教学原则

胡清国^①

[摘要] 商务汉语是指用于商务领域活动的汉语,与通用汉语相较,表现出以下特点:词汇的专业性、交际的文化性、风格的庄重性、表达的中性化。针对特点提出商务汉语的教学原则是:情境性、层次性、合作性。

[关键词] 专用汉语;特点;教学原则

Features of Business Chinese and the Teaching Principles

International Cultural Exchange School, Donghua University Hu Qingguo

[Abstract] Business Chinese is dedicated for specific activities in the field of Chinese, Chinese compared with the general, showing the following features: vocabulary of professional knowledge, communicative cultural style, the solemn nature of style, the neutralness of expression. Aimed at the features of business Chinese, the teaching principles are situational, layered and cooperative.

[Key words] special Chinese; characteristics; teaching principles

一、引言

一种第二语言的教学,如果影响极大、发展极快,势必就会由仅限于日常交际的通用语言向专业化、职业化方向发展。当今世界第一语言英语,在中国已向某种特定用途的语言过渡,比如商务英语、旅游英语、科技英语、医院英语等。

随着近年来中国经济的快速发展,中国国际地位的迅速提高,世界范围的学汉语热潮汹涌而起。通用汉语学习已经无法满足当今世界汉语作为第二语言学习者的需要,他们冀望于分享中国经济快速发展的红利,以汉语为工作语言,从事商务、文化、旅游等全方位的社会交流,借此获得职业或人生的成功。缘此,专门用途的商务汉语教学也应运而生,快速成长。

所谓商务汉语,指的是专门用于贸易、金融等领域活动的汉语,它并不是一种新的语言,它建立在通用汉语基础之上,是在掌握了通用汉语的基本词汇、语法之后的一种工作性

^① 作者简介:胡清国,东华大学国际文化交流学院教授,博士,主要研究对外汉语教学、现代汉语语法。

语言。

这引起了众多学者的兴趣与研究,朱黎航(2003)指出,商务汉语是商务专业用语与交际汉语紧密结合的专用汉语,商务汉语中渗透了大量中国传统文化因素,其口语具有庄重典雅的语体风格。罗燕玲(2003)强调,词汇教学是商务汉语教学的重要环节,其教学的重点与难点并非一般人所认为的专业术语,而是影响交际效果的语言要素。杨东升、陈子骄(2008)认为,商务汉语具有独特性,但是商务汉语的教学应以汉语为中心,而不是商务知识的讲授。顾伟列、方颖(2009)认为,以外国学生为教学对象的商务汉语,具有以汉语为本体、以商务为侧翼、商务知识有机融入汉语教学的专业特点,任务型语言教学法强调“做中学”的优势,能够最大限度地满足商务汉语的教学需求。

但由于商务汉语的教学兴起突然,发展迅猛,使得我们对商务汉语的内在机制、教学规律以及相应的应对措施还缺乏充分而具前瞻的准备,因而还远远不能适应商务汉语教学事业的发展,还需更多的研究与讨论。

二、特点

(一) 词汇的专业性

商务汉语是通用汉语的语域^①变异,是由于语言使用场合不同而产生的语体变异,这种变异主要体现在词汇及其内容当中,即商务汉语的交际携带大量特色鲜明的专业用词用语。

由于经济生活是整个社会生活的中心部分,经济与每个人的联系异常紧密,因此,在专用汉语中,商务汉语是语域最低的,它与通用汉语的边界最为开放,大量的商务用词用语进入到汉语的日常词汇中来,成为通用汉语的基本词汇,例如:

促销、利润、合同、进口、出口、优惠、资金、通胀、消费、保险、投资

这些词语大量出现在新闻媒体中,虽然上述词语已进入通用汉语的基本词汇当中,但这些词语仍具有一定的专业性,如果不具备一定的专业背景,要很清楚明确地知道这些词语的所指,即使是对一个非经济领域的中国人来说亦非易事,何况是对以汉语为第二语言的人。一次听经济学教师给留学生讲课,说到在通胀的情况下,应该怎么样,大家对整个句子的理解就卡在“通胀”这个词语上,留学生问教师“通胀”是什么意思,教师回答“通胀就是通货膨胀”,就不再多做解释,学生还是不甚明了,可也不敢再问。

即使商务汉语的词语专业性最低,但它仍然是专门用途汉语,仍具鲜明的专业性特点,存在大量使用范围仅限于商务场合的词语。例如:

离岸价、理赔、贸易壁垒、配额、产能、倾销、拐点、投机、指数、报盘、马太效应、汇率、赤字

这些词语在商务汉语中不可避免地会经常出现用到,如果一个商务汉语的学习者不能有效掌握,职业交际是难以充分进行的。

因此,在商务汉语的教学中,专业性是怎么也绕不过的,这就对教师的教学提出了挑战。显然,要上好商务汉语课,只具备通用汉语的知识是远远不够的,教师必须具备一定的商务

^① 语域是社会语言学的一个术语,指的是按其社会情景定义的语言变体,如商务英语、科技英语、宗教英语等。见戴维·克里斯特尔编:《现代语言学词典》,沈家煊译,商务印书馆2000年版,第303页。

领域的知识结构。但是,纯粹的专业教师比如经济类或国际贸易类教师,也未必能很好地完成这项教学工作。这是因为商务汉语仍是汉语教学,仍是言语交际技能的学习与培养,强调的是汉语的词语理解与语法应用,对学生空谈理论,大量演绎也是不行的,这就需要教师具备两方面的知识储存。

(二) 交际的文化性

任何第二语言的交际都带有跨文化性。商务汉语是第二语言在特定领域的言语交际活动,显然也是跨文化的交际。Lado(1964)强调了在第二语言中掌握文化的重要性,指出:我们不掌握文化背景就不可能教好语言,因此,不懂文化的模式或准则,就不可能真正学到语言。教育部颁布的《高等学校英语教学大纲》中的要求也可以给我们启示。大纲(2000)规定:在大学英语中要注意培养学生的跨文化交际能力。这种能力除包括正确地运用语言能力外,还包括对文化差异的敏感性、宽容性以及处理文化差异的灵活性能力。这些都要求教师在课堂上除了要传授语言知识之外,还应适时地导入相关的文化知识。

然而,文化含义极其宽泛,中国历史悠久,文化博大精深。商务汉语的教学显然不可能去传授中国文学、历史、哲学、民俗的知识,那是专门的知识文化内容。对一个外国留学生而言,这些知识文化的有无或多少,并不直接影响交际。商务汉语教学须解决的问题是以汉语为工具进行专业活动。此处而言的文化性应是附着于语言形式之上的语言意义和语用意义的文化差异,因此导入的文化因素必须以促进学习者的交际为宗旨,突出实用性。虽然在对外汉语教学中学界早就意识到文化因素教学的重要性,教师已经在教学中更多地将注意力集中到直接影响交际的文化因素上来,但就商务汉语而言,由于其内部的显著差异,文化性的体现就具有程度很大的差异,表现在内容与形式的明显不同。

正因此,商务汉语作为跨文化的一种经济活动,在交际中呈现出的文化性当然受到教学者与研究者的重视,他们试图找出影响商务活动的文化内容。窦卫霜 1999 年通过调查发现:东西方时间观差异、国际商务中的语用迁移与失误、跨文化商务交际中非语言交际、跨文化商务行为分析、中外贸易谈判中的文化差异、国际商务规范之文化异同、跨文化商务礼仪比较等都是跨文化商务活动中误解较多的方面。如果教学中能有针对性地进行相关教学,对学生的商务汉语习得必将大有裨益。

(三) 风格的庄重性

商务汉语是语域较高的工作语言,理解、包容、尊重都是其中应有之义,这些因素必然会投射到语言的词语选择与表达要求上来,这样就使得商务汉语的语体风格呈现出庄重典雅的特点。主要表现在:

第一,礼貌原则的体现。商务汉语的交际活动,是参与方共赢的交际活动,为了使活动顺利进行,双方都会有意识地降低自己的语势,把自己置于较低的地位以体现礼貌原则,在语言中则表现为敬语、谦语、婉辞的大量运用。例如:

光临、垂询、怠慢、高见、久仰、幸会、指教、贵、恭、阁下、敝、恳请、失敬、请多关照
看一个例句:

(1)……至今年九月,××牌羽绒服批量生产后,我方定会与贵公司联系。在此谨致歉意。

本句是羽绒服生产厂家给一家希望做其产品经销商的贸易公司的回函,由于生产能力的不足,厂家无法满足贸易公司的要求,厂家回绝了贸易公司的要求。这里“贵、谨”是敬语,“谨致歉意”是谦语。凡此都体现了语言的礼貌原则。

第二,文言词与单音节词等书面语的大量运用。在汉语中,文言词和单音节词代表的是交际的正式化。其中相当多的文言词,是几千年绵延迁移逐渐沉积下来,有着厚重的文化性。这些词语平常不太使用,但在高规格的商务、外交等场合,就比较多地使用,例如“兹、尚、未、之、函、悉、迄今”等。

(2) 有关事宜,待贵方答复后再行商议。企盼回复。

(3) 贵公司3月18日的传真收悉,十分感谢贵公司对我产品的信任。

(4) 诚邀合作投资伙伴,有意者速来电来函联系,商洽合作事宜。

上述例句中文言词的运用,以及本是双音节词语用作单音节词,立即就体现出书面语、正式语体的特点,语言干脆简洁,具有明显的庄重典雅的语体风格。上述例句用了很多的单音节词,但在通用汉语的交际中一般都必须换成双音节词。

待——等待 行——进行 收——收到 诚——诚恳

邀——邀请 商——商量 洽——洽谈 速——迅速

“到现在为止你们都没有明确答复”,这样的说法非常口语化,但是用在语域高的交际场合是不合适的,都应换成“迄今为止贵方尚未明确答复”。

(四) 表达的中性化

商务汉语交际是带有鲜明目的性的言语交际,双方注重的都是客观地陈述与介绍。因此,在表达上呈现为中性化的特点。

一是表达手段的中性化。无论是口语表达还是书面语表达,都可以分为描写、说明、叙述、议论和抒情五种手法。描写通过外在的如场景、肖像、语言、心理等的再现起渲染烘托之用,暗示文章主题与作者倾向,具有较强的主观性。抒情更是主观性极强的表达方式,通过直接或间接抒情,表达说话人或写作者强烈的爱憎情感。显然,这两种表达方法较难运用到商务汉语的交际中。叙述是陈述已经发生的事实,或阐明自己的要求与意愿。说明则是简要地把事物的性状、情况、关系、功用等解说清楚的表达方式。议论则是用事实或理论证明自己正确或反驳对方错误的手法。这几种表达方法,共同的内核在于它们的客观性。例如以下是售楼人员对顾客推介小区楼盘的介绍:

XX,您好!这个小区是我们公司新近开发的,位于青年路上,东边是新区公园,环境优美,步行到地铁站只需要10分钟,附近有6条公交线路,交通很方便;小区周围有银行、邮局和一家大型超市……

这里没有过多的评点,只是客观性地陈述,清楚地点明了小区的位置和优势,而且是可验证的。

二是语言形式的中性化。语言形式指的是言语交际中的词语或句式的选用。商务汉语在表达过程中,对语言形式的选择也产生了制约。首先是在词语的选用方面更多地使用中性词语,其次较少或不使用主观性、情感性强的词语,因此像带有褒义或贬义的形容词、名词、动词等较少使用,动词的重叠也不能运用在专用汉语的交际中。一般很少使用具有较强主观性或倾向性的句末语气词、程度副词和情态副词、方式副词等。

在句式的选用上,仅凭个人语感感知到,商务汉语一般主动句多、被动句少,可能现在时多,较少使用进行时态、经历态、变化态等。我们对此尚没有专门的研究,但科技英语的研究成果或可作为旁证,佐证我们的感觉。英国的巴博博士通过对科技英语的研究后得出如下统计结果:一般现在时(主动)占54%,一般现在时(被动)占21%;现在进行时(主动)占0.06%,现在完成时(主动)占0.06%。上述统计数字表明在科技英语中除了在词汇使用上与通用英语有很大不同外,在语言结构上也与通用英语存在显著区别。科技英语与商务英语一样,都是专门用途英语,二者之间可能具有更多的共性。

三、教学原则

(一) 情境性

情境是指在社会生活中真实发生的或可能发生的时间场景。第二语言教学素来重视教学的“情景化”,但因为商务汉语教学是一种以汉语为工作语言的第二语言教学,这就决定了它与通用汉语教学不同的情境化要求。通用汉语更多的是课堂教学,虽然也需要并且也很重视教学的情境性,但这个情境主要是教师创设的“情境”,体现出较高的人为性,离真实自然的语境还有一定的距离。商务汉语教学凸显的则是真实性,它也有课堂教学,但它的课堂教学,要求教师通过电视、广播、多媒体等现代技术手段,展现商务汉语的工作场景与交际框架,这虽然是非交际性的情景,但依然是逼真的社会现实情境。此外,商务汉语教学应该更重视、更强调交际性情境的教学。交际性语境是交际双方(或多方)共同参与,就一定话题展开真实交际的语言环境。

强调情境性,或曰情境性在商务汉语中具有特殊重要的作用,是由商务汉语的特点决定的,商务汉语的交际目的非常明确。它的词汇和表达方式,都有较强的情景依赖,仅仅是课堂教学,难以有效地形成知识框架,因而难以固化和“贮存”。比如,像“成本、风险、性价比、中介、报关、配额”等,这些词语在内外贸易中都是常用的词语,倘若能够在商务往来中,多以模拟活动、参观观摩、语言实践等开展教学,在这样真实的语境中,对这些词义的理解也会事半功倍,也更准确。

商务汉语的交际过程还体现出一定的文化差异,留学生在商务汉语的学习中,不可避免地会遇到各种各样的文化知识和文化因素的差异,这些文化差异并不仅限于应酬来往的礼仪及客套寒暄的语言形式上,还体现在交际的全过程中,比如商务汉语的生产、营销、管理、消费等各个环节,都会显现民族特性的行为习惯、价值观念和思维形式。显然,这些文化差异的解构,无法仅仅在课堂教学中获得,必须置于真实的社会交际中去“感知—理解—深化”。

情境性的要求,凸显的是有意义的教学,从有意义的情境获得知识,比较容易成为不可迁移的知识。正因此,建构主义理论十分强调情境对意义建构的重要作用。建构主义认为,学习者要想完成对所学知识的意义建构,即达到对该知识所反映事物的性质、规律以及与其他事物之间联系的深刻理解,最好的办法是让学习者到现实世界的真实情景中去感受和体验。商务汉语教学的情境性,就是要求学习者在与现实情境类似的情境中发生,以解决学生在现实生活中遇到的实际问题为目标,学习任务应该是真实性任务。教师要在教学过程中

提供问题的原型,并引导学生像现实情境中的专家解决问题似的进行探索。这个工作做得好,可以促进学习者知识的正迁移,使学生自觉地运用已有的认知,不断地同化新知识,从而达到调整、扩充和优化原有的认知结构,建立新的认知结构的目的。例如,导游的事故处理,一定不是几节课就能将知识固化的,首先应该通过参观实习,了解整个事件的处理过程,然后模拟多种事故(安全、误机、食物中毒),通过某个事故的处理,找到解决的办法措施。这样的学习实训,很容易就在大脑中形成事故处理的认知结构,固化成解决类似问题的知识框架,今后遇到类似的事情,可以过滤出彼此的共性,迅速在认知中形成并贮存一套相应的解决方案。

(二) 层次性

在我们看来,层次性是第二语言教学中的一个重要原则,它体现在我们教学的各个方面。失去层次性,没有重点,没有分别,教学效果必然受到影响。就商务汉语而言,层次性体现在:

1. 词汇与内容的层次性

商务汉语的词汇有基本词汇和普通词汇的分别,这需要我们甄别与判断,我们在编写教材时,就必须充分考虑到,选择哪些词语进入课堂,哪些词语又是需要重点讲解的对象;在拿到教材准备教学的阶段,教师一方面要贯彻教材编写者的要求与主张,重要的词语与格式重点说明讲解,另一方面,教师也要发挥自身主观能动性,在教学内容中有所取舍、有所强调。取舍强调的根据是什么?根据就是层次性。经济生活是社会生活的最重要组成部分之一,商务汉语的词语大量进入到人们的日常交际范畴中,某种程度上这些词汇已经进入到汉语的基本词汇范畴中,那么这些词汇就应该优先教学,反之,那些过于专业、使用范围仅限于职业活动的词汇或内容,就应该推后甚至舍掉。当前商务汉语在词汇层次性的处理上并不理想,表现为专用词语偏少,词汇偏难的情况较多。周小兵、干红梅(2007)以近年出版的十部商务汉语教材为考察对象考察了《汉语词汇等级大纲》中的商务词汇,分析了各教材的生词等级、共选词语、高频词,发现不少教材生词等级偏高,不适合现阶段的学习与教学,因而有必要编写《对外商务汉语词汇等级大纲》。

2. 学习过程的层级性

从教学的对象和教学的要求看,学生的汉语知识是分阶段、分层次增长的,认知水平也是在不断提高,而且不同目标、不同要求的汉语教学,教学的重点、方式、分量等都应该体现一定的层次性。商务汉语教学的内容输入,应该是一个由简至繁、由浅入深、由具体到抽象的渐进的过程。一般而言,初级阶段更多地应传授与日常生活相关的听说读写交际技能及词汇语言知识,然后逐渐过渡到商务汉语的职业性语言学习内容中。

然而,目前有些教材、有些教学单位为了适应市场的需求,商务汉语教学从零起点开始,这带来了两个问题:一个是教材内容与通用汉语基础阶段的学习内容完全一致,语言知识点、练习内容和方式与通用汉语的处理方式一般无二,商务汉语的特色根本无从体现;另一个就是强行突出商务商贸特色,但因为词汇和语言知识点的难度大大超出了学习者的汉语水平,加之所学知识与操练内容在日常交际中复现率低,教学效果很不理想。

在我们看来,商务汉语教学应该是在完成了至少一年的基础汉语学习,具有基本的汉语知识和言语交际技能之后的任务。目前,国内的大多数学者认为,学生在已经完成基础汉语的前提下,再进行商务汉语教学是比较理想的。如袁建民(2004)认为:把商务汉语学习者的语言水平定位在中级比较妥当,学习者应该至少掌握汉语水平等级的甲级字和语法大纲的甲级语法知识。

(三) 合作性

第二语言教学的一大难点是,教师必须摒弃以知识讲授为主的传统模式,不能把学生当做一个被动的、空洞的受教育容器,而是应该以学生为中心,教师在课堂上帮助学生主动学习知识。可以说第二语言的教学历史就是一个学习方法、教学方法的探索历史,这其中诞生过众多教学理论与方法,产生过诸如翻译法、直接法、听说法、交际法等,它们在第二语言教学的历史中也曾发挥过巨大的作用,但这些方法远未能解决学生自主学习的问题。

Corder (1981)曾经说过,有效的语言教学不应违背自然过程,而应适应自然过程,不应阻碍学习,而应有助于学习并促进学习;不能让学生去适应教师和教材,而应让教师和教材去适应学生。

商务汉语的教学,既是一门言语交际技能的训练课,又是一门专业技能的实践课,这种双重性使得商务汉语的知识获得与技能掌握,不再是像基础汉语阶段,一个词语、一个语言点,通过教师的讲授与学生的操练就有可能习得。商务汉语凸显的是社会背景下的交际情境,是多主体参与的模拟的真实场景与职业活动。因此,商务汉语的学习尤其适用于合作性的学习。所谓合作性学习,是指在小组或团队中为了完成共同的任务,有明确责任分工的互助性学习。在合作性学习的教与学过程中,学生们主动构建自己的知识,而不是从课堂中被动地接受知识,学生们激活各自的认知结构或构建新的结构来接受新知识,教师则致力于培养学生的才能,课堂构拟的是一个比较真实的交际场景,教育在此成为学生之间、教师与学生之间的人际交流。合作性学习理论认为,教育是一种社会过程,如果没有人际间的相互作用(真实的或隐含的),这种过程是不可能发生的。合作性学习有利于培养学生人际交往、认知等方面的能力。约翰逊(2004)通过研究证实,学生间的合作能使他们取得更大的成就,更高的推理水平,相互间更好的关系,也能使他们更好地接受不同意见,具有更强的自尊心、更健康的心理,产生新的思想、新的解决方案,构拟新的理论框架。

此以一模拟练习为例,一个小组做别墅的销售方案,一个做市内公寓的销售方案,显然,这两组的要求、对象是不同的。参与方案的学生,能力可能有高低,知识背景有差异,但这个工作需要通过团队的合作,发挥各自的智慧,首先找准自己的定位,确定自己的销售产品的优势与不足,进而明确潜在的销售对象及需要采取的销售策略,并进行最优化设计。这其中,就不是某一个人的个人努力或能力的问题,它需要全体组员的共同努力,每一个人都应对小组有一份自己的贡献,同时,各自能力的发挥也影响着小组最终测评结果。总之,现代职场都强调合作、团队精神,商务汉语是职业语言的学习与习得,也是现代职场的过渡阶段,在这个阶段就培养学生学习掌握与他人一起合作的技巧,建立良好的合作习惯,以便将来在商业或在其他工作中展示出良好的情商与才能,取得职业的成功。

四、结语

商务汉语是目前在华留学生需求量最大的一个专业方向,基本上开设有汉语言专业的院校都为留学生设置了这个专业方向,是汉语言专业与国际经济与贸易专业的有机嫁接,这是留学生工具动机的要求所决定的。

我们认为,商务汉语的特点表现为:词汇的专业性;交际的文化性;风格的庄重性;表达的中性化。针对上述特点,我们的商务汉语教学的原则多样,方式多样,但其中最重要、最该凸显的教学原则是:情境性、层次性与合作性,如果把握好这些原则,教学能收到事半功倍的效果。

参考文献:

- [1] Lado, R. (2006). *Language Teaching: A Scientific Approach* [专用英语应重视文化因素]. 宋建清, 译. 南通职业大学学报, 2006(4), 35.
- [2] 窦卫霜. 1999. 关于跨文化商务交往与礼仪的调查研究. 国际商务研究, (5): 68.
- [3] 转引自周忠杰. 1988. ESP(专用英语)的崛起. 上海师范大学学报, (2): 144.
- [4] 沙宗元. 2009. 课外语言环境对留学生汉语习得的作用与影响. 合肥师范学院学报, (4): 106.
- [5] 周小兵, 干红梅. 2007. 商务汉语教材选词考察与词汇大纲编写. 世界汉语教学, (1): 77-83.
- [6] 袁建民. 2004. 关于“商务汉语”课程、教学、教材的设想. 云南师范大学学报: 对外汉语教学版, (2): 2.
- [7] Corder, S. P. (1984). *The Significance of Learners' Errors*. Reprinted on: J. C. Richards (ed.), *Error Analysis: Perspective on Second Language Acquisition*. London: Longman.
- [8] 大卫·约翰逊, 等. [Johnson, D. W., et al.], (2004). 合作性学习的原理与技巧——在教与学中组建有效的团队. 刘春红, 孙海法, 编译. 北京: 机械工业出版社: 7, 13.
- [9] 朱黎航. 2003. 商务汉语的特点与教学. 暨南大学华文学院学报, (3).
- [10] 罗燕玲. 2003. 商务汉语词汇教学重点浅析. 暨南大学华文学院学报, (4).
- [11] 杨东升, 陈子骄. 2008. 有关商务汉语几个理论问题的探讨. 辽宁工业大学学报, (3).
- [12] 顾伟列, 方颖. 2009. 商务汉语任务型语言教学法初探. 云南师范大学学报: 对外汉语教学与研究版, (2).