

商务汉语教材建设的几点思考

陈志红*

[摘要] 本文从专业建设的角度考察了商务汉语教材的建设问题,结合商务汉语自身语体的特点探讨了商务汉语与通用汉语以及其他专业汉语的区别,以期对商务汉语教材的编写和设计提供一定的借鉴。同时,本文认为商务汉语教材仍然应立足于语言教材,对相关专业知识的选择、解释和运用提出了建议,并对专业知识与语言知识之间的关系进行了分析。

[关键词] 商务汉语;商务汉语教材;教材建设

[Abstract] The construction of Business Chinese teaching materials is explored from the angle of major construction, taking consideration of the language characteristics together with the differences between Business Chinese and common Chinese and other Chinese for special purposes in order to provide certain source of reference for Business Chinese teaching materials compiling and designing. The paper holds that Business Chinese teaching materials should be based on language teaching materials, proposes some ideas for relative professional knowledge selecting, explaining and applying, and analyzes the relationship between professional knowledge and language knowledge.

[Key words] Business Chinese; Business Chinese teaching material; teaching material construction

目前,对在国际上与日俱增的汉语风、中文热作出迅速反映的国际商务学习者,外派、外商、外贸、外销、外企以及在中国留学、游学、旅游、参观、访问人员和立志毕业后从事与国际商贸相关工作的学生,都普遍对初级商务汉语教材求“材”若渴。然而,对于商务汉语的定位及适用对象仍然有颇多争论。另外,早期的商务类教材是简单的商务加汉语,而忽视了两者的融合,在何时融合、怎么融合等问题上把握不够。本文拟结合商务汉语自身的语体特点,从其专业方向建设的角度来谈谈商务汉语教材建设的几点思考。

一、商务汉语具有自身语体的独特性

商务汉语有其独特性,它是一门交叉学科,如何处理商务方面的知识 with 语言知识的关系则至关重要。

首先,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。

* 作者简介:南京大学海外教育学院副教授,研究方向为对外汉语教学。

商务汉语产生于以汉语为手段的商务活动中。在商务活动中,语言不仅承担着重要的组织作用,而且制约着商务活动的顺利进行。商务汉语是一种专用汉语,专门用于商务活动中,与普通汉语相比,它有自己的专业用语。在这一点上,商务汉语与科技汉语相似。但商务汉语又与科技汉语有很大的区别,这主要体现在商务汉语具有极强的交际性上。

与电气、化学、医学、物理等科技类的专用汉语相比较而言,商务汉语的专业程度是较低的。这是由商务汉语的性质决定的。商务汉语是专门用于商务活动的汉语,商务活动是以语言为媒介的交际行为,因此商务汉语的主要目的是交际,是一种商务专业用语与交际汉语紧密结合的专用汉语。它的使用范围主要是在流通、消费领域,参与交际的人员主要是生产部门的代表和贸易部门的代表。

其次,作为一种跨文化经济交际的载体,商务汉语渗透了大量的中国文化因素和文化知识。

在商务汉语中,渗透了大量的中国文化因素和文化知识。文化是一个含义很宽泛的词。但在对外汉语教学领域中,除了专门的文化课程中所教授的文化知识外,文化指的是“外国人学习、理解汉语、使用汉语与中国人打交道时所需掌握的那种‘文化’,是语言学习和使用过程中所涉及的文化”(周思源、林国立,1997)。

渗透在商务汉语中的中国文化对外国人来说是一种异质文化,因此,中外商人以商务汉语为媒介所进行的商务活动是一种跨文化经济交际。所谓跨文化经济交际,顾名思义,由经济交际和跨文化性两方面组成。而导致跨文化经济交际出现障碍的原因除了语言之外也就来自这两个方面。前者指的是专业认知上的障碍,而后者意味着对本文化和异文化之间差别的认知障碍。受中国传统文化的影响,商务汉语口语的话语表达方式含蓄委婉。弗兰克·L·阿库夫在《国际商务谈判》一书中将环太平洋地区(尤指亚洲)的文化称之为“高度上下文联想”的文化,主要指的就是在商务洽谈中,像日本、中国等国的谈判者由于受到本国传统文化的影响,往往用间接的方式隐晦地表达自己的意思。留学生在在学习商务汉语的过程中,不可避免地会遇到各种各样的文化知识和文化因素,这些文化知识和因素经功能和语言形式的切割就像一个个的文化因子散见于各种各样的语言材料之中。这些或体现时代背景、社会风貌,或表现民俗风情、民族心理的文化因子成为正确理解、掌握、运用商务汉语的重要内容之一。这些文化因子如果解决不好,就会产生交际障碍。

再次,商务汉语具有庄重文雅的语体风格。

言语交际有其自身的复杂性,任何人、任何社会集团都不会用一种固定不变的方式进行言语交际。人们的语言风格必然会受到个人主观因素、传统文化及语言交际背景的影响,因此在实际的运用中语言存在多种变体,形成不同的语体。商务汉语口语多以外贸洽谈为中心话题,言语交际场合正式,虽然是口语,但口语也有正式和非正式之分,商务汉语口语应该纳入口语的正式语体。它的语体风格特点是庄重、委婉、文雅,与外交语言的风格类似。

二、独特的语体特点决定了商务汉语专业的设置以及相关教材建设是一个系统工程

商务汉语专业方向的设置不能仅仅简单地依赖于编写几本大而全的商务类汉语教材。商务汉语专业作为一个新兴专业,它的设置需要参考较为成熟的专业方向设置理念及方法。

早期部分教材在编写时强调经济用语,对语言的语法现象不够重视,这使学生也对一般的词汇和语法现象重视不足,为学生的正常交流和深入学习带来负面影响。另外,大部分教材的专业、语法、内容的比例并不合理。再者,简单的堆砌也不能使学生满意。而且,相关的外贸、经济和管理的信息、知识和理论有其生命周期,需要不断更新,这样大的工作不应该也无需落在商务汉语教材设计的肩膀上。真正的专业知识、业务交流及其沟通技巧等要通过其他途径或在实际工作中达到充实和提高。

商务汉语与商务英语在语言习得、学习环境、学习对象等方面都有各自的特点,但是作为一种专门用途语言,两者在课程设置的思路上有相通的可能。我们不妨有选择地借鉴商务英语的课程设置思路。商务英语专业一般在一、二年级学习相关的经济、贸易、管理的课程。除此以外,继续加强英语的听、说、读、写四个方面的能力。到了三、四年级才将英语与商务活动进行融合,学习在商务环境中必须掌握的语言运用技能与跨文化交际的知识。当然商务英语与商务汉语不能划等号,我们仍然应该从商务汉语自身的特点出发来考虑该专业的设置与相关教材的建设问题。

首先,商务汉语有区别于通用汉语的地方,这就要求不能用通用汉语的思路来解决商务汉语的问题。其实,这也体现了笔者在“商务汉语能否为零起点的学习者设置”的问题上的看法,那就是,商务汉语学习者的语言起点应为中级以上(袁建民,2004;杨东升,2003;路志英,2006),必须在一定语言基本技能的基础上,才有可能进行一项专门用途语言的学习。

其次,商务汉语有其自身的语体风格和跨文化交际知识的要求。在语体的定位问题上,多数人认为商务汉语的使用较为正式,语体风格表现为庄重、典雅、委婉、得体,应该重视谦敬词和委婉语的使用。即使是口语也应该纳入口语的正式语体,与外交语言的风格类似,商务汉语的语域明显宽于普通口语。场合问题对于商务口语的教学很值得注意,需要语言运用的正确性、得体性,还需要语言运用的策略性。这些观点说明大家都意识到商务汉语与通用汉语的区别所在。

再次,商务汉语有着更强烈的跨文化交际知识的要求。从习得的角度来看,在语法的微观结构层面上形成的障碍属于“基础性障碍”;宏观结构层面上专业知识所造成的障碍是“第一性障碍”;因文化差异而形成的障碍是“最高层障碍”。也就是说,在对交际过程中信息传递程度的影响力上,语法是最大的,而对交际过程中交际对方心理的影响力上,文化因素是最大的,所以文化在提高语言交际能力方面极其重要。距离和时间曾经是进行国际商务活动的最大障碍,但现在文化已经成为国际商务的主要障碍之一,商务活动具有跨文化交际的性质。作为一种跨文化经济交际的载体,商务汉语渗透了大量的中国文化因素和文化知识。由于受中国传统文化的影响,商务汉语即使是口语的表达也应该含蓄委婉。事实上,商务类汉语教材与别的语言教材相比更注重与民族文化的有机结合。

三、商务汉语的立足点仍然是语言教材

商务汉语是一种专门用途语言(language for special purpose),一门以普通对外汉语为基础的具有专门性意义的汉语课程(楼益龄,2004;曾学慧,2006;万宜娜,2004;张晓慧,2005;刘织,2004等)。作为一种专门用途的商务汉语,它仅仅是给将来从事商贸活动打下一个基本的专业基础,培训学习者进行专业性交际的基本技能,而提高学习者的整体汉语能

力仍是专门用途汉语的一个重要职能。作为语言类教材,商务汉语应仍然以训练学习者的听、说、读、写四项基本技能为核心,同时教会学习者对商务情境下汉语表达的特殊性的意识。

首先,商务汉语教材应为学习者提供商务情境下可能使用到的各种类型的汉语语料。商务汉语教材应该有语言类教材必须的、分工清晰的精读、听力、口语课以及写作教材。一方面这符合语言教学规律和特点,另一方面也是商务活动的实践需要。目前大部分的商务类汉语教材都为口语教材。事实上,在商务情境下除了日常商务生活,还应包括合同文本公文的阅读,三资企业经营管理和投资等方面的法律政策的了解,办理业务的手续、惯例的熟悉等。因此,只有口语教材无法满足学习者在商务环境中所有的语言需求。另外,作为中级学习者的语言类教材,如果只有口语教材,对学习者的语言技能的提高帮助不大。这样学习者的语言水平的提高缺乏一定的梯度,效果不会理想。从四种基本技能的各个方面,对学习者的进行培训。

其次,对于教材中专业知识点的选择应遵循准确、清晰、简明的原则。商务汉语涉及的专业不求深,只求广。设置商务知识点,要从外商投资者、外国商人在中国从事商务活动的角度出发,主要安排带有中国背景、中国文化、中国商务惯例、与中国风俗习惯有关的商务知识。由于文化的差异,我们非常熟悉的经营规则,外商却非常陌生;我们习以为常的知识,他们却要花很多时间,走很多弯路才能掌握,所以商务知识点的重点应该安排由于文化差异、背景的不同而产生的文化冲突现象,讲解外企人员在华从事各种商务活动必然遇到的问题、难题、手续、惯例、风俗等。要给学习者以“国民待遇”,凡是中国人从事商务活动必知的内容,他们也应该了解。但是,商务活动涉及面很广,单单中国涉外经济法规就有几大本,所以只能选择最重要、学习者最迫切需要掌握的方面,并力求做到准确,语言表述上要清晰、简明,将专业知识的难度调整到中级学习者的水平,使他们能易于学习和操练。

再次,商务汉语教材词汇、语法点的选择应遵循科学实用的原则。一方面,作为“商务汉语”第二语言教学的一部分,在充分考虑“商务汉语”专业词汇和句型的特殊性的同时,也要参照《汉语水平词汇与汉字等级大纲》、《汉语水平等级标准与语法等级大纲》编排,使两方面能进行有机的结合。

另一方面“商务汉语”知识面虽广,但选用的专业词汇应该是常用和实用的,太专太偏的词汇和语法点不能选用。这样语言的切入点低,便于更多的人学习。语言的难度低、坡度小,符合大多数人的口味。还要处理好主课领先、辅课配套的关系,不仅做到重要词语、语法点复现,而且商务知识点也复现。较高的复现率将大大降低学习的难度,使语言学习的“正迁移”效果迅速提高,使知识不断巩固,形成学习的规模效益。

最后,作为专门用途汉语,应重视汉语的专门性,对情境教学理论多加运用,尤其需注意课后练习部分的设计。商务汉语更强调语言的操作性和实用性,因此课后练习除了必要的语言点的重复与操练外,更多的应给学习者提供使用语言进行运用的情境,让他们在一定的语境下学会正确地使用语言。目前商务类教材的练习类型与通用类汉语教材练习类型的区别不大,大多数教材的课后练习无论是形式还是内容仍然是传统的词语释义、选词填空、近义词辨析、根据课文内容判断正误、造句、回答问题等,商务汉语训练的特点并不明显。

练习作为教材的重要组成部分,不应该是课文内容的简单重复,而应该是课文内容的深化,应该有助于学习者加强对课文内容的深入理解和掌握。作为商务汉语,应给学习者以

任务形式的练习为主,让他们在不同场合下操练汉语的表达,比如产品介绍、广告宣传、会议主持等。

总之,商务汉语教材的建设应系统地加以分析,可参考较为成熟的通用汉语教材以及商务英语教材的建设思路。作为一种专门用途语言,在考虑其特殊性的同时,仍然不能丢弃其语言教材的本质。在语言知识和专业知识的权衡方面,在词汇和语法点的确立方面以及课后练习等方面有很多值得探讨的地方。总的原则是紧扣语言教材的听说读写的四个核心技能,对相关专业知识的广而精的选择,并以情境式、任务式的内容安排与练习设计来为学习者提供商务情境下所需的语言材料和跨文化交际知识。

参考文献:

- [1] 陈光磊.关于对外汉语教学建设目标的献议[M].北京:外语教学与研究出版社,2000.
- [2] 吴仁甫.对外汉语一对一个别教授研究[M].北京:中国社会科学出版社,2002.
- [3] 李泉.近二十年对外汉语教材编写和研究的基本情况述评[A].对外汉语教学理论思考[M].北京:教育科学出版社,2005.
- [4] 程相文.对外汉语教材的创新[J].语言文字应用,2001(4).
- [5] 刘织.商贸类汉语教材的简要分析[J].枣庄师范专科学校学报,2005(5).
- [6] 张黎,张静贤,聂学慧.前言[A].商务口语教程(对外汉语教学本科系列教材)[M].北京:北京语言大学出版社,1999.
- [7] 李菡幽.关于商务汉语课程性质的探讨[J].海外华文教育,2005(2).
- [8] 杨东升.商务汉语教材编写初探[J].辽宁工学院学报,2003(1).
- [9] 罗燕玲.短期商贸汉语教学的总体设计及其教材的编写设计[J].海外华文教育,2002(2).
- [10] 袁建民.关于“商务汉语”课程、教学和教材的设想[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2004(2).
- [11] 万谊娜.对外商务汉语与基础性对外汉语的教学比较[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2004(6).
- [12] 张晓慧.经理人汉语——生活篇[M].北京:外语教学与研究出版社,2005.
- [13] 刘超英.HSK(商务)的总体设计[A].汉语教学学刊(第一辑)[M].北京:北京大学出版社,2005.
- [14] 朱黎航.商务汉语的特点及其教学[J].暨南大学华文学院学报,2003(3).
- [15] 楼益龄.汉语主体意识与对外商务汉语教学[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2004(1).
- [16] 路志英.商贸类汉语教材编写和研究的基本情况述评[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2006(5).
- [17] 张黎.商务汉语教学需求分析[J].语言教学与研究,2006(3).