

关于商务汉语课程性质的探讨

李菡幽

提要 商务汉语是适应目前经济全球化的时代背景应运而生的一门课程。作为一门新兴课程,商务汉语教学中还存在许多问题,这些问题的存在很大程度上是因为我们对课程的性质没有很好地把握。本文对这门课程的性质作了一个初步探讨,并结合商务汉语教学过程的一些体会,谈了自己对这些问题的一些看法。

随着经济全球化发展的趋势不断增强,特别是中国加入世界贸易组织以后,中国作为WTO成员国,对外经济贸易往来越来越频繁,来华从事经贸活动和留学的外国人逐年增多。这为我国对外汉语教学事业的发展提供了良好的机遇。有关统计材料表明,对于90%以上的外国留学生来说,教授汉语与研究汉语已不是他们主要的学习目的,而以汉语为工具从事商贸工作已经成为一种热门的学习目的,并且越来越热。^①为适应这种时代需要,各大高校纷纷开设了商务汉语课程,并取得了一定的成果。但从总的情况来看,目前我们的商务汉语教学尚处于一个初步摸索阶段,在具体的教学实践中,我们发现商务汉语,作为一门新兴课程,还存在有许多问题,如:

1 教学目的不明确。对外汉语教学发展到现在,对其教学目标大家已基本达成共识,那就是“培养学生的语言能力和语言交际能力”。^②然而商务汉语这门课程其教学目的到底是什么,是语言能力和语言交际能力的培养?还是商务知识的传授?对这一问题如果不加以廓清,我们的教材编写、课堂教学等各个教学环节都将受到影响。

2 商务知识和汉语知识的关系处理随意。商务汉语是一门商务和语言的交叉学科,如何处理商务知识和语言知识的关系是教材编写、课堂教学乃至成绩测试都必须面临的问题。而目前对这一问题的处理具有很大的随意性。纵观目前的商务汉语教材,尽管各有特色,但就商务知识和汉语知识的关系来看,有的教材侧重商务知识的介绍,有的则侧重语言知识的解释和训练。至于该出现哪些商务知识点和语言知识点,何时出现?以怎样的比例出现?在教材中又如何有机融合?目前还没有一个比较统一的看法。在课堂教学中,对二者的取舍处理往往也取决于教师自身的知识结构,同一篇课文,学语言出身的教师注重的是语言,学经济出身的教师注重的是商务,具有很大的主观随意性。就一门课程的规范性和严肃性而言,这种主观随意性不是一种正常现象,它将阻碍商务汉语教学由经验型向科学型转变。

3 教学效果“所学非所用”。这一问题是在学生将课堂学习的知识付诸于社会实践的过程中凸显出来的。我院经贸方向的学生在三年级的暑期要深入中国的公司企业实习,从历年学生实习的反馈情况看,多数学生有一种“所学非所用”的感觉,也就是说他们在课堂上学的和在实际中用的还有一定距离。比如就某一特定的商务场合下的汉语表达方式而言,在课堂上,学生通过教师、教材学习的是一种表达方式,而在实际运用过程中,

他们发现中国人实际用的却是另外的方式。这种“所学非所用”现象的出现将给学生带来了一定的困惑,甚至对这门课程产生怀疑以致失去学习兴趣。

4 课程名称混乱。目前对这一课程叫法不一,叫商务汉语者有之,叫经贸汉语者有之,叫商贸汉语的也时有可见。或许有人认为称谓问题是小节,不必追究。然而,名不正则言不顺,作为一门规范的课程,就必须有一个相对统一固定的名称和它相对应。这种名称混乱的局面与商务汉语作为一门课程应有的规范和严肃无疑是极其不相称的。

追究这些问题产生的原因,最后会落实到一个最根本的问题上,那就是目前我们对商务汉语这门课程的性质还没有很好地把握,还没有形成一种自觉的课程意识。对这门课程的性质没有很好地把握,教学目标就无从确立,从而使教材编写和课堂教学失去了方向,教学效果自然无从谈起。因此,我们只有明确了这门课程的性质,并在教学的各个环节中牢牢把握这一性质,上述问题才能得到妥善的解决。

关于商务汉语这门课程的性质,我们可以从以下几个方面来考察:

首先,从课程产生的时代背景和需求看:如前所述,商务汉语课程是在中国对外经济贸易往来日益频繁的时代背景下应运而生的,它是为了满足那些和中国有商务往来或将有商务往来的外国人的语言需要而设置的。它产生的这一时代背景要求它着重培养的是一种在商务场合运用汉语进行交际的能力。

其次,从课程的教学对象看:和对外汉语教学中的普通语言教学一样,这门课程是专门为外国留学生开设的,不同的是,这些留学生想要获得的不仅仅是一般的语言能力和语言交际能力,而是这些能力在商务场合中的运用。同时这些学生中有些已经获得了丰富的商务专业知识和实践经验。他们欠缺的并不是商务专业知识,而是在商务场合中用汉语进行交际的能力。因此教学对象的这一特点决定了这门课程要培养的既不是一般的语言能力和语言交际能力,也不是纯粹的商务知识,而是要培养学生在商务场合下的语言能力和语言交际能力。

再次,从课程的教学内容——商务汉语的性质来看:商务汉语课程的教学内容就是商务汉语,它既包含商务知识,又包含语言知识,关于商务汉语的性质,目前已有过一些讨论,比如刘丽瑛(1999)认为:“经贸汉语是以经贸为交际目的、以汉语为交际手段的一种语用变体。”^③袁建民(2004)认为“‘商务汉语’一般是指为从事与中国进行经商、投资、置业等经济交往的外国人士和外国留学生设置的专业汉语。……”^④既然商务汉语是汉语的一种语用变体,是一种专业汉语,那么以商务汉语作为教学内容的商务汉语课程,说到底,还是一门语言课,因此它应该隶属于对外汉语教学,是对外汉语教学的一个分支。

综上种种,我们认为,商务汉语课程是一门以培养学生在商务场合的汉语语言能力和汉语语言交际能力为教学目的的一门课程,隶属于对外汉语教学,是对外汉语教学的一个分支。

明确了这门课程的性质之后,我们再就前文提到的问题,结合自己这些年的教学体会,谈一点粗浅的看法:

1、早日制定一个商务汉语教学大纲

教学大纲的制订是语言教学的一项基础工作。如果教学大纲这项基础工作没有做好,整个教学系统就很难保证科学性和规范性。国家对外汉语教学领导小组先后组织编

写了对外汉语教学的词汇大纲、汉字大纲、语法大纲和功能大纲,用以加强对外汉语教学中普通语言教学的科学性和规范性,尽管商务汉语课程是对外汉语的一个分支,但它和对外汉语的普通语言教学相比,在教学对象、教学目标、教学内容等各方面都具有自己鲜明的特色,因此应该早日制定一个专门针对商务汉语的教学大纲,用以指导商务汉语课程的教材编写、课堂教学、成绩测试等各个环节,促使商务汉语教学走上科学、规范的轨道。

(1) 商务汉语教学大纲应涵盖的内容应该是全面的。这一亟待制定的商务汉语教学大纲应对商务汉语课程的教学对象、培养目标、教学内容、教学进度、教学原则、教学要求等作出明确的规定和说明。具体来说,要体现以下内容:学生应掌握哪些语言知识点和商务知识点?(可通过制定词汇表、语法项目表、功能项目表、文化项目表等来实现)这些语言知识点和商务知识点应在哪一阶段出现?以怎样的比例出现?旧知识的重现率和新知识的递增率各为多少?

(2) 制定该大纲的前期准备工作。制定一个科学合理的教学大纲,是一项庞大而系统的工程,在这之前,我们还有许多前期的准备工作要做。首先,要了解在某一特定的商务场景下,哪些表达方式是最常用的。那些出现频率高的表达方式应该纳入我们的教学内容并成为教学重点。因此,有必要对目标场景中不同的汉语表达方式的出现频率做一个调查,这项调查要深入到各个真实的商务场景中去,要在掌握大量的商务场合的原始语料的基础上进行。其次,对不同的语言知识点和商务知识点做一个习得顺序的调查,根据学生在学习过程中的掌握情况,确立这些知识点的难易等级,从而使学生的学习成为一个循序渐进的过程。

另外,我国目前正在加紧研发 HSK(商务)考试,有关人员正在制定 HSK(商务)的考试大纲。我们认为,商务汉语课程的教学大纲一方面应和 HSK(商务)的考试大纲有所区别(考试大纲主要是用以检测评估我们的教学效果,教学大纲主要是用以指导我们的教材编写和课堂教学)。同时,教学大纲又应和考试大纲紧密结合,在内容上做到呼应和互现。

2. 教材语言要尽量接近生活真实,避免过于课堂化,过于人工化。

目前商务汉语的教材有一个倾向,语言过于课堂化,过于教科书化。笔者曾把一本商务汉语教材拿给一位从事对外贸易工作多年的朋友看,他看了其中某些表达之后不禁哑然失笑,说如果在真实的商务场景中采取这种表达方式一定很滑稽可笑。这也是为什么学生在实习之后往往觉得自己“所学非所用”。商务汉语课程培养学生在商务场合的语言能力和语言交际能力最终目的是让他们在真实的商务场景中交际中能有一个得体的效果,而绝非是让人觉得“滑稽可笑”。因此,教材中出现的语言要尽量贴近生活真实,教材编写时应该深入到最真实、最自然的商务场合中,提炼出表现生活实际的自然语言,切忌闭门造车。另外教材出炉以后,除了按惯例请一些语言、经济类的专家审核之外。还可以请一些以汉语为母语且具有丰富贸易实践经验的人士把关,他们不一定要具备深厚的理论知识,但是一定要有丰富的实践经验,应熟知在各种商务场合下最习惯最自然的汉语表达方式。可以凭自身的母语语感和对外贸易的实践经验迅速敏锐地指出教材中哪些表达不够真实自然。我们再在他们的意见上对教材加以改进,这样可以在一定程度上避免教材语言的课堂化和人工化。

3、注重培养学生的商务场合意识。

商务汉语和一般场合下的汉语相比,具有庄重、严密、委婉、典雅等特点,试比较:

为了今后我们能建立长期稳定的合作伙伴关系,我方愿意接受这一报价。(商务场合)

好吧,希望下次你还买我们的东西。(一般场合)

商务汉语课程要培养的是学生在商务场合的汉语交际能力,然而我们在教学过程中发现,很多学生却往往只能停留于一般场合的表达,表达往往过于生活化,不符合商务场合的要求。更让人忧心的是甚至有些学生还很满足于这种表达,认为对方能听懂就好。这种现象产生的原因并非因为学生不了解商务汉语的特点,而是因为他们对语言交际过程中的得体性不够重视,缺乏商务场合意识。要使学生的语言交际能力真正满足商务场合的需要,就应该有意识地培养学生的这种商务场合意识。这种意识的培养可以从以下几方面入手:

(1)课堂教学尽量交际化,语境化。在课堂上可以模拟真实的商务场景,围绕某一个商务主题(比如商务宴请、议价、谈判、包装、运输、赔偿等等)通过分角色配对操练、讨论、模拟谈判等教学手段进行教学。通过这一系列活动,激发学生的学习兴趣,满足他们的表达欲望,从而帮助他们获得在特定目标语境中获得有效交际的能力。比如在学习“议价”这一商务主题时,为了更好地帮助学生掌握议价时“询盘——报盘——还盘——接受”这一系列环节的汉语表达方式。我们可以给定以下这么一个商务情境:美国客商对中国某纺织品公司的9503和9508号地毯感兴趣,就这两个产品和中方谈判。中方最初报价为:9503—4.9美元/平方英尺,9508—5.5美元/平方英尺,双方经过激烈的谈判之后,最后以9503—4.7美元平方英尺,9508—5.3美元平方英尺成交。再根据这一情境把学生分成不同的小组,扮演不同的角色进行模拟谈判。教师在选取商务场景要给学生留有一定的自由空间,比如上述场景,产品不一定限于地毯,学生可以根据自己的兴趣和实践经验选择自己相对熟悉的产品进行谈判,这样才能激发学生的兴趣,让他们有话可说。

(2)重视学生的课外实践活动:

课外实践活动既是对我们教学内容的补充,又是对我们教学效果的一个很好的反馈和检测。如前所述,我们通过商务汉语这一课程培养学生的语言能力和语言交际能力的最终目的是让他们在真实的商务场景中运用,而不是让他们只会课堂上对着老师和同学侃侃而谈。因此我们不能将我们的教学阵地固守在教室这一狭小的空间,而应将其延伸到课外。学生的课外实践活动除了学院规定的实习活动之外,还包括社会上一些其他的经济贸易活动。以厦门为例,作为一个特区城市和港口城市,厦门市经常开展一些国际性的经济贸易活动,如每年的“九八中国经济贸易投资洽谈会”。这一类的活动对于学生吸收消化课堂知识,锻炼商务场合中的汉语交际能力大有裨益。作为教师,要善于利用这一类的机会,鼓励学生积极参加这样的活动,并在一旁加以正确的引导,督促并帮助他们真正从社会实践中培养自身的商务场合意识。

4、早日固定个统一的课程名称。

回顾对外汉语教学发展的历史,“对外汉语教学”这一学科名称也经历了由混乱到统一的一个过程。在1994年12月在北京召开的“对外汉语教学定性、定位、定量问题座谈

会”上,专家们指出“如不维护它(指‘对外汉语教学’这一学科名称,笔者注)的唯一性、稳定性和严肃性,对对外汉语工作和学科建设都是无益的”。^⑥我们认为,商务汉语作为一门规范的课程,其名称同样应该因具备稳定性、唯一性和严肃性。可以考虑对目前用名情况做一调查,根据这一课程的性质、特点、实际涵盖内容,再结合约定俗成的原则,早日固定下一个科学合理的名称。

总之,商务汉语课程有其自身的鲜明特色,它既不同于对外汉语教学中普通的语言教学,又不同于一般的商务知识传授课,我们只有在教学总体设计的各个环节中牢牢把握这一课程的性质,才能使我们的教学达到预期的效果,从而使这门课程真正适应社会的需求和时代的发展。

注

- ①高彦德等:1993,《外国人学习与使用汉语情况调查报告》,北京语言学院出版社。
- ②吕必松:《对外汉语教学概论(讲义)》,国家教委对外汉语教师资格审查委员会办公室。
- ③参见刘丽瑛:《经贸汉语教学初探》,《世界汉语教学》1999年第1期。刘文所言的“经贸汉语”也即本文中的“商务汉语”,这也从一个侧面反映了我们前文提到的名称混乱的问题。
- ④袁建明:《关于“商务汉语”课程、教学和教材的设想》,《(云南师范大学学报)》,2004年第2期。

参考文献

- ①赵金铭主编:2004,《对外汉语教学概论》,商务印书馆。
- ②李 杨主编:1997,《对外汉语教学课程研究》,北京语言文化大学出版社。
- ③钱敏汝、梁 镛:1990.3,《专用语研究的发展和现状》,《国外语言学》。
- ④束定芳、庄 智:1996,《现代外语教学——理论、实践与方法》,上海外语教育出版社。

(李菡幽 厦门大学海外教育学院)