

强化外贸英语教学中的文化意识

窦卫霖

一切外贸活动都是在一定的文化背景下进行的,由于东西方文化的起源不同,所表现出来的文化样式和特征也就不同,特别是价值观念、思维方式、行为方式、审美情趣均有很大的差异。这些差异会极大地影响外贸活动的各个环节,甚至会决定外贸活动的成败。以往我们在外贸英语的教学中虽然也不断涉及语言中的文化差异,但缺乏有系统的关注。随着我国外贸活动的日益活跃,外贸活动中的文化因素也就越来越受到人们的关注,从而提出了强化外贸英语教学中文化意识的要求。

文化是一个复合的整体,包括知识、信仰、艺术、道德、法律、风俗以及日常生活习惯,而所有这些活动无不与语言有关,甚至是以语言为载体的。语言的教学不仅包括语言能力的培养,而且包括交际能力的培养两个不可分割的方面,这在外语教学中已经越来越形成共识,前者强调语言的语法规范性,而后者则注重语言在社会环境中的正确应用能力,两者是手段和目的的关系。然而,中国的传统外语教学过分强调语言能力的培养,结果许多成绩优异的学生踏上社会后却不能很好地用英语交流。这种交流上的困难,并不是语言上的困难,而是文化上的困难。对于外贸专业的学生来说更是如此。所以,在外贸英语教学中加强语言中的文化教学,强化外贸英语教学中的文化意识就显得迫在眉睫。

二

“Culture(文化)”一词,来源于拉丁文“Cultura”,原意是耕作、培养、教育、发展、尊重的意思,这便是西方的文化概念最原始、最基础性的涵义。之所以将“Culture”一词译作“文化”,这又有其中国的文化背景。汉语中的“文”本有“文雅”、“文字”等义。作为“文化”,其丰富的内涵不仅仅是指某种艺术、某篇小说、诗歌或者戏剧这种狭义上的文化现象,而且是含有价值观念、风俗习惯,以及社会道德和民族特性等因素,是一个社会长期以来所形成并积累下来的整体的生活方式和价值趋向。世界上有许多种文化形式,甚至在一个社会的文化中还可以分裂出许多小的文化类别。这种国家之间、地区之间的文化差异是外贸工作者不能不考虑的因素。许多事实表明:外贸活动中的很多失误并非由于技术或专业缺陷所造成的,而是因为对贸易伙伴国的思想、行为方式缺乏足够的理解,忽视了对方的文化环境,违背了对方的价值观念和风俗习惯等。例如,中国有个名牌化妆品“芳芳”,在我国这名字会使人想起可爱女孩的形象。但该产品出售到美国和其他英语国家时,我方

外贸人员简单地用汉语拼音“Fangfang”作广告,结果销路很差,原来在英语中 fang-fang”碰巧是蛇的毒牙的意思。同样,我国一家皮鞋公司在出口皮鞋时,直译为“Pixie”,却不知在英语中“pixie”有“小精灵”的意思,结果可想而知。还有,绿色广告宣传在马来西亚不成功,因为绿色在那儿象征着死亡和疾病。

国际贸易记载中有许许多多这样的遗憾,其中有些只是温和的玩笑,而有些则会造成经济损失,败坏公司形象。有时不了解贸易国家的文化环境不仅会导致失败,而且会引起国际贸易活动的冲突和摩擦。例如,对外交往中几乎离不开馈赠礼品这项活动。但赠送对方礼物的价值多少为宜?这需根据交易和客商的具体情况而定。在一般情况下,欧美等国在送礼这方面注重的是礼物的象征意义而不是礼物的货币价值,他们只把礼物作为传递友谊和感情的媒体或手段。在美国,一般的商业性礼物的价值在 25 美元左右。因此,我方有时赠送很昂贵的礼物效果适得其反,对方会怀疑此举是否有贿赂的嫌疑,这样不但不能加深相互间的友谊,反而会引起对方的戒备心理。送礼的具体选择,也首先要注意对方的习惯和文化修养。比如在英国,受礼人讨厌有送礼人单位或公司标记的礼品。据了解,外国朋友大多喜欢具有中国特色异国情调的礼品。此外,送礼的数量、时机、场合、包装等也都很有讲究,不能违背对方的文化、风俗习惯。从世界各国企业的国际经营实践来看,注重文化分析者成功,忽略文化分析者失败,这已成为国际商业界的一条定律。

三

语言是表达观念的符号系统,是文化的重要组成部分,通过语言交流,人们可以了解某种异地文化的实质和特性。要真正学好某种语言,必须深刻了解这种语言所代表的文化内涵以及文化对语言形式产生的影响。正因为语言和文化之间的这种内在联系和相互作用,我们常感到,母语与目的语之间既存在某些共同的属性又存在极大的差异,语言障碍和文化鸿沟皆因不了解这些共性和差异所致。这些语言上的不同与差异也给国际商务交往带来了不少困扰。

1. 词汇

词汇(lexicon)是语言的基本构素,是语言大系统赖以存在的支柱,因此文化差异在词汇层次上体现得最为突出,涉及的面亦最为广泛。中国古代妻妾等级分明,皇帝更是妻妾成群,汉语中有关宫女名称的词汇因而也多种多样,如皇后、皇贵妃、妃、嫔、贵人等。英国是一个君主制国家,贵族内由君主封给的爵位等十分严明,和这种爵位文化密切相关的则是英语中的爵位名称,如公爵、侯爵、伯爵、子爵、男爵等。这是文化差异体现在词汇层次上的典型例子。外贸洽谈也好,日常会话也好,首先碰到的就是姓名与称呼的词汇,在这样的基本词汇上文化差异就非常明显。就姓名而言,有如下差异:(1) 中国人是姓在前名在后,西方人是名在前姓在后。(2) 中国女子结婚后保持原姓,西方女子结婚后改为夫姓。(3) 中国人的姓氏与宗教很少有联系,而西方人的姓氏多有浓厚的宗教色彩。(4) 中国人的姓没有明确的含义,西方人的姓却通常富有表意性质。例如,Hague 意为荷兰港市海牙、Bloomfield 意为鲜花开放的原野、Fairbank 意为平坦洁净的河岸、Moody 意为喜怒无常的、闷闷不乐的、Still 意为沉默寡言的。所以西方的社交活动中经常借用姓的含义表达某种意义。(5) 中国人取名注重口彩,多与美丽、财富、志向等有关,西方人取名不重口彩,在名字中不避善恶、美丑,如 Black(黑皮肤的,忧郁)、Brown

(褐色皮肤的)、Short(个子矮的)、Greathead(大头)。

在称呼方面,由于西方历史上的封建等级制度不像中国那样严重和持久,在称呼上也就不像中国有明显的地位尊卑,血统贵贱的观念。

这种民族文化的特殊性导致了语言系统中的“词汇空缺”。然而,“词汇空缺”只不过是文化汪洋中的一滴水,更能反映文化差异的乃是不胜枚举的词义联想。比如我国一公司在向外商推销国产“白象”牌电池时,在广告中大肆宣扬“white elephant”的性能如何好,却不知“white elephant”在西方文化背景下可能产生的“(保管起来既费钱又费事的)累赘东西”的含义,以致聪明反被聪明误;再如,在外籍教师休息室门上写上醒目的“Restroom for Foreign Teachers”,以示照顾,而不知道“restroom”是盥洗间的别称,以致使外籍专家啼笑皆非,这是在词面意义和文化之间随意划等号的结果。即使同是讲英语的国家,其间也有差异。比如,你可以和美国人说“在他方便的时候(at his convenience)会见”:而对英国人、澳大利亚人或其他用英语的人则不宜用“convenience”这个词,因为“convenience”有“厕所”之意。对中国人来说,不了解这种文化背景是无法意识到这种字面背后的细微语义差别的。即使表达的理性概念相同,往往亦会因文化不同而产生不同的联想意义。正因如此,在跨文化的言语交际中,不了解语言这种“文化信息”,有效交际势必受阻。

2. 句法

文化差异在句法(syntax)中的体现,是第二个层次上的差异。英语是形合语言,汉语是意合语言。英语属于屈折语,它以形统意,用严密的形态变化来表现语法范畴和语义信息。具体地说,英语是以限定动词为核心,从而支配句内各种组成部分之间的关系,句子主谓结构的复杂化只通过扩充句内成份的丰满度来实现,前呼后拥,递相迭加。凡是主谓结构都是句子,也只有主谓结构才是句子。而汉语则以意统形,按逻辑事理的顺序横向铺排,意会、流动、气韵三位一体,没有繁复的变位、变格、形态,任何相关联的语段,只要语义配搭合乎事理,就可以联结在一起组成句子。所以,不论是语义因素还是语用因素,都大于英语意义上的“句法因素”,它能负载最大的信息量,使汉语具有很强的表现力。反映在句法层次上,则表现为英语的空间型构造和汉语“流水句”式的时间型样式。以中、英外贸函电为例。试比较以下报盘的中、英文表达:“我们须申明,丝绒的需求殷切,而现货有限,该盘有效期仅限一周。”“We must stress that this offer is firm for one week only because of the heavy demand for the limited supply of this velvet in stock.”可见,中文用四个短句,而英文则用了一个长句来表达。

3. 语域

文化差异不仅体现在语言系统的词汇和句法层次上,而且还体现在语域(register)层次上。就拿招呼问候来说,中国人说“早上好”、“您好”,却不习惯于说“Good afternoon.”、“Good evening.”。汉语文化中,熟人在街上相遇,作为寒暄客套语会问:“你到那儿去?”吃饭时间相遇,会问:“吃过饭了吗?”问对方年龄、婚姻、家庭、收入等也是家常便饭。但对西方人,这种探隐问私的方式未免失之粗鲁无礼。同理,在赠送礼物或恭维赞扬方面,中国人视谦虚为传统美德,送礼时常常说:“这是一点儿小意思,不值钱,请笑纳。”西方人则会感到纳闷,连自己都不看中的东西怎么送别人呢?在经贸交往中,忽视语域的民族文化特征,就难免产生文化冲突。语言的相对性和文化的相对性相互依存,交互作用,在形成一个民族特有的思维习惯和语言模式

中起着至关重要的作用。

4. 文本

文件、契约等是由语言形成的,我们把这种语言组成的文件、契约等称为文本(text)。前面我们分析了在词汇、句法、语域中存在的文化差异现象,仅仅从字面、词面、句面去理解含义和运用语言常常会造成误解甚至冲突。但在有了上下文,在一个完整的文本中是不是就不再会有意义的误解和文化的摩擦与冲突呢?也不尽然。仅以契约的文本为例,由于传统文化的不同,对待契约的态度是大不相同的。西方文化是契约文化,他们非常重视契约的精确性,也非常尊重契约的权威,契约一旦生效就会严格执行;可是在东方文化的传统中,对文本是大而化之的,更注重的是信誉。意识和重视这种差别,才能更有效地遵守国际活动准则。

国际商务交往中,主要是通过语言交往来传递商务业务信息的,包括笔头交际和口头交际。另外,非语言交往(即体态语)也同样重要、同样麻烦。某一文化传统的风俗习惯,当地人们是习以为常的,却可能使外国人处于尴尬的境地。比如表示问候的方式可以是点头、鞠躬、握手、拥抱、亲吻或眉毛一扬,在不同的文化环境中,表达着不同的情感和意义。处理不好,轻则闹出笑话,重则惹出祸端。因为非语言交往的差异实质上是思维意识上的文化差异的表现。

四

综上所述,外贸英语教学既包括正确的语言知识的讲授又包括具体背景下语言交际能力的培养,包括在更广泛的文化意义上的语言掌握。对在华外籍教师的调查表明,他们对中国人在英语语音、语法方面的错误较容易理解,而难以接受文化方面的错误,因为他们对不同文化差异的认识不够。造成这类隔阂有多种原因,其主要原因无疑是缺乏对英美文化的了解,以及缺乏对两种文化差异的对比研究。为了减少和避免外贸往来中的文化误解与冲突,我们必须采取措施,确实强化外贸英语教学中的文化意识。具体而言,要做好以下工作:(1) 将英语与汉语、东方与西方的文化差异作为外贸英语教学的重要教学任务,列入外贸英语教学的课程计划,对现有的课程安排、教学计划、教学大纲进行必要的修改和补充。外经贸学院应增设“语言与文化”、“外贸与文化”等有关中英文化对比的课程,以利拓宽文化视野、增加文化内涵,改变外贸英语教学中重语言知识教学轻语言背景教学的不足。(2) 加强对教师的培训,同时提倡教师的自我进修,提高师资水平。外贸英语教师应努力做到精通“双语言”、“双文化”,熟悉两种语言和文化的差异,可能的话,多派他们到以英语为母语的国家去实地培训。同时,他们应该尽一切努力不断扩大知识面,了解英美人的风俗习惯和行为习惯,多做些比较研究。(3) 外贸英语教师在教学中应不断提高文化意识,并贯穿于整个教学过程之中。如在学习有文化含义的词汇时,不仅要讲解语法用途,还要说明其联想意义和社会意义;在外贸英语会话教学中,要包括对外交往的礼节礼仪、英美国家的习俗和禁忌、外商的商业习惯、谈判技巧等内容,注重文化差异在不同语域中的表现;在外贸函电的教学中,也要提醒学生注意中英文字在词汇、句法、函电形式上的差异,等等。(4) 增强学生对文化知识重要性的认识,懂得只有狭义的语言能力不足以顺利进行对外交往的道理。教师应引导他们多读有关课外书籍,因为文化知识的获得不可能仅仅来自于课堂。通过开设选修课、讲座、报告会等多种途径,激发学生的兴

(下转第 56 页)