

新时期商务英语 教学模式探析

谢文怡

摘要:在对商务英语教学现状与问题进行综述分析之后,笔者从商务英语和商务英语教学的性质、课程设置、教学法调整、教材建设等方面探讨了新时期商务英语教学的发展和创新,并针对教学上现存的主要问题提出了自己的观点和具体做法。

关键词:商务英语;以学生为中心;课程设置;教材建设

中图分类号: H313 **文献标识码:** A **文章编号:** 1006-1894(2005)06-0057-05

中国入世以来,外贸迅猛发展,社会上的各行各业对熟练掌握英语的国际商务复合型人才的需求越来越大,全新的形势不仅为商务英语带来巨大的市场需求,也对商务英语的教学提出了新的更高要求。在我国,商务英语已具有较为完整的课程体系而成为一门独立的学科,商务英语教学已成功地培养出大量的社会紧缺人才。但是现在的商务英语教学还存在着一些问题,其中最突出的是学生英语学习费时低效,商务方面的知识和体验也相当缺乏,这些问题已引起人们的关注。如何高效地培养商务英语的合格人才,以适应社会的需求、为经济建设和社会服务,要求我们对现存的问题进行客观的分析,对商务英语教学进行不断的探索、研究和发展。

本文从商务英语和商务英语教学的性质、课程设置、教学法、教材建设等方面,对现存的问题进行论述和分析,并提出一些在教学中确实可行的对策和建议。

一、商务英语和商务英语教学的本质

2004年10月,在湖南大学召开的第六届全国国际商务英语研讨会上,商务英语研究学者林添湖教授在其“加强理论研究,建设成熟的独立学科”一文中指出:商务英语应该名正言顺地归入“语言学”这个一级学科的门下,按“语言学”(英语)——“应用语言学”——“专门用途英语”——“国际商务英语”这个分级层次,把国际商务英语划归为语言学门下的一个四级学科。

商务英语的理论研究任务是:运用语言学理论,对商务研究学科的研究对象进行全面考察,对商务英语教学活动和过程中所存在的事实、问题和矛盾进行分析、研究和提炼,从逻辑的角度出发,抽象出其间的一系列基本概念来,并一一予以定义,从而对商务英语教学活动的规定,探索商务英语教学的基本规律,构建商务英语学科自身的理论体系。

商务英语的应用研究任务是:运用现代语言学 and 教学理论以及商务英语学科自身的理论,去探讨和解决商务英语教学实践中所存在的问题和矛盾,使商务英语教学更具针对性和科学性,以降低商务英语教学的各项成本,提高商务英语教学的整体效益。

从上世纪80年代开始,商务英语以其在涉外商务工作中的强针对性和实用性引起了我国社会的关注。从此,对商务英语的需求不断增长,商务英语教学本身也得到不断发展。从早期以商务词汇为主的教学,发展到培养商务英语一般交际能力以及更具针对性、更专业化,以语言功能为主的教学。总的来说,商务英语教学不但注重学习者英语能力的培养,还注重国际商务工作和商务社交能力的培养。从这方面来说,商务英语教学融入了更多的文化价值。因此,随着世界经济全球化进程的推进和我国经济的不断发展,随着2008年北京奥运会和2010年上海世博会日渐临近,人才市场对商务英语的人才需求在质与量以及种类方面也不断上涨。面对新时期新的挑战与要求,我们要加强商务英语教学研究,调整并创新商务英语教学,在质和量两方面保证为社会提供所需的商务英语人才。

二、课程设置

首先我们必须充分考虑到学习者的个性特征,关注他们的实际需要,进而因材施教,实现商务英语课程设置的合理性。笔者在商务英语教学中,主要有两类学生:一类是缺乏工作经验的在校各专业学生,如商务英语专业的本科生;另一类是有工作经验的商务人员,如工商企业、事业单位和经济管理部门的出国培训、进修人员。前者的特点是年龄较小,接受能力较强,他们的语言和商务知识主要来自书本,实际商务知识相对缺乏,在商务工作环境中用英语交流的经验不足;而后者一般具有相当的教育背景,一般都有相当的工作经验和商务知识,比较注重在工作中能流利地用英语进行交际。

对于在校大学生来说,首先应该着重加强商务英语阅读和听力的专业基础训练,在扩大词汇输入的基础上,大力推进商务英语口语、写作和翻译的各项专业训练。商务英语专业的学生在学习英语技能和知识的同时,还必须结合相关的经贸专业课程如经济学、国际贸易和营销、管理学、会计学等以加强将来工作中的适应性和竞争力。应鼓励教师用英语讲授这些课程,使英语语言教学与商务专业教学有机地结合起来,以促进生素质的全面提高。这里需要强调的是商务英语虽然包含了其他的商务经贸知识,但英语能力的培养是课程的主要基础,外语能力是涉外型人才的基本功。

对于有一定工作经验的商务人员或管理人员来说,他们更需要是实用性强的,能直接应用于他们工作的英语语言知识和技能,商务英语课程设置应紧紧围绕他们日常工作的需要,如英语演讲和谈判、商务英语函电和应用文写作、商务英语口译等应用性强的课程。此外,这些学员常有机会参加商务性的国际社交活动,针对这种情况,就向他们推出外贸英语会话、国际商务礼仪等课程。总之,对于这一类学员应选用针对性强和实用性强的课程,培养他们语言交际能力是教学的重点。

三、教学方法

1. 以学习者为中心 在新时期的各个教育领域,人们越来越意识到“以学习者为中

心”的重要性。“树立主体意识,造就独立人格”已成为现代国际教育思想改革的一个重要标志。归根结底,对学习结果起决定作用的最终还是学习者本人,所以任何成功的教育必须树立以学习者为中心的教学意识,用以学习者为中心的教学法取代以教师为中心的教学法。为此就需要引导学习者发挥学习主动性,加强自学能力和实践能力,激发他们学习的兴趣;让学生自己充分利用各种学习资源,特别是计算机网络和多媒体学习资源,在信息的大海里主动地鉴别、筛选信息,自主地吸取大量新知识,新技能,提高教学的整体效益。

我国的商务英语教学目前仍以课堂教学为主,学生学习主要依赖教师在教室里提供的指导。这种传统的“教师讲多少,学生学多少”的教学模式已难以适应当今世界知识的爆炸与技术的飞速发展。教师不能仅仅满足于传统的知识传授,还必须充分重视师生课堂交互和学生的专业实践活动。正如 Mark Ellis (2000: 38) 所示,商务英语课程的总体目标是提高实践能力,如果课堂教学把太多的时间用于提供大量的语言输入而没有足够的时间用于语言输出,那么这个目标就不能实现。因此,我国商务英语教学一直存在着两个比较突出的问题,一是学生听说能力相对低下,“聋哑症”现象难以得到改观,另一个就是在校大学生对国际商务知识与技能的实践体验和应用能力相对缺乏。针对这些弊端,笔者在教学中进行研究和尝试,对教学方法做了以下调整。

2. 开展多种形式的课堂实践活动 商务英语的一个主要特点就是强调实用,即培养学习者的工作能力和职业素养 (Mark Ellis & Christine Johnson 2000: 35)。因此,应该重视开展多种形式的课堂实际演练活动,实践证明这是培养提高学生能力和学习兴趣的重要因素。笔者的主要做法是:

(1) 配合讲课内容组织课堂分组讨论,然后请学生上台用英语演讲或进行课堂辩论等活动,能有效地提高听、说的技能和思维能力。

(2) 通过商务职业的角色扮演,如外销员商务谈判等,加深学生对商务专业知识和技能的体验与理解。

(3) 组织模拟商务社交活动的场景如参加商务聚会、致词场合等,培养学生商务社交能力。

这些课堂实践活动使学生在学商务英语的过程中能同时学到商务交际技能,学会用英语熟练操作、解决工作中的问题和矛盾、应付人事纠纷、提升自我发展能力等,为进入真实的社会做好准备。

但这样的做法也可能引起一些问题,比如由于课程安排较紧,可能会影响学习进度,或大班授课可能会增加实践活动的难度等。要解决这些问题,笔者认为首先应给予教师一定的自主权,让教师在一定的范围内按需要灵活机动地调整教学进度;其次应提倡进行小型的课堂教学活动,有利于师生课堂交互活动和课堂交际实践活动;更重要的是应鼓励教师积极开展教学方法研究和创新,探索合乎他们的具体情况并有利于提高实践能力的英语教学方法。

3. 调整教师话语 (teacher talk), 促进师生课堂交互 现在,就英语教学法而言已基本达成共识,即课堂交互能使直接获得学习和掌握语言的机会,促进外语的习得。由于商务英语的主要特点在于其教学的专业化、口语化和实用性,师生课堂互动无疑起着十分积极的作用。在英语的教学过程中,教师传授知识和组织教学的课堂话语对促进师生课堂交互起着极其重要的作用,因为外语教学所包括的大纲、教学法、教材等一切环节只有

通过实际课堂过程才能得以体现和实现。教师话语应随时在语速、音量、语调、停顿、句法、反馈等方面加以调整,以适应课堂师生交互的需要。笔者在观察分析本国英语教师话语对师生课堂互动产生的各种效应(包括正、负效应)的基础上,对英语教师话语的调整与师生课堂互动之间的联系做以下探讨。

(1) 语速。教师的语速不但取决于学生的接受能力,还取决于教师的口语表达能力、教学语言的内容和课堂互动的需要。分析教学现场录音表明,过慢的语速能造成信息传播缓慢,拉长记忆的距离,造成信息的前后断裂和遗忘,而太快的语速往往会失去与学生的互动。举例来说,根据教学实践经验和现场听课,我们发现,在课堂互动实践中,教师放慢句子中最后的音节既是发出结束话语的信号,也是让学生做好加入的准备。所以教师授课时要注意调整语速,加强师生之间的互动。

(2) 音量。如果教师的音量过大,学生的耳感刺激太强就会引起情绪不安,影响他们在课堂上开口多说英语,不利于师生或生生之间的课堂交互。当然,如果音量达不到合适的响度,学生就会听不清楚,也谈不上双向交流。可见为了科学地把握合适的响度,教师要依据教室环境、学生反应、课堂互动和个人声音特点来确定合理响度,追求教学的最佳效果。

(3) 语调。教师在课堂话语中对语调的选择在互动方面有重要意义。由于教师在课堂交互中处于指导地位,教师话语在教授和组织课堂活动中也相应地具有优势语调。以升降调和升调为代表的优势语调是使用者的常见选择,与之相对的是降调和降升调(Brazli 1985a and b)。学生在课堂师生互动中(如回答教师的问题等)一般使用非优势语调,而教师作为优势语调使用者对于这两种语调都可加以使用。

以学生为中心的当代英语教学提倡改革传统的以教师为中心的教学方法,教师话语的语调选择也应有利于对等交流的互动式教学,使学生思维活跃,自由想象空间增大。在对等交流的互动式教学中,教师对优势和非优势语调的选择使用应有利于师生间平等关系及学生间伙伴关系的形成,以提高他们的语言交流能力。

(4) 停顿。停顿是教师话语的一个显著特点,为了让学生有足够的反应时间,教师在课堂上常使用比日常会话更多、更长的结构性的停顿。在教学中,停顿还能有效地引导学生参与课堂讨论。

(5) 句法。互动教学法要求教师在句法层面上做适当的调整,而调整的目的是为了课堂交互的需要。教师首先肯定学生提供的信息,再追加提问,要求学生在特定的方面再提供更多的信息,于是各种语言交际和练习的机会将随着师生互动而出现,课堂气氛也会随之发生变化。由此可见,教师话语的调整为师生之间的信息交际提供了渠道。

四、教 材

商务英语教学目标不但是培养学生听、说、读、写、译等综合运用语言的能力,还要通过语言学习了解经贸商务专业知识和外族社会文化。这样繁多的教学目标要在了一本教材中体现是不可能的。另外,由于商务英语学习的主体的多样性,他们的需要也各有不同。因此,必须在充分考虑到学生群体特征的基础上,利用多种学习媒体,向他们提供丰富优质的学习资源。

目前许多商务英语教材都是国外原版或在其基础上进行加工的,这些教材一般具有较高的权威性和较新的手段,但由于不是本土化教材,难以适合中国的具体情况和英语学习习惯。此外,用一本教材来要求所有专业学生,其针对性也相当有限。因此,笔者曾与商务英语研究学者叶兴国教授合作,在教学中根据学习者的需要,自选自编具有特色的、适应性强的补充教材和讲义,随时发给学生。选编基础是:第一,范围广,权威性强。文章材料大都选自耳熟能详,不同种类的经贸类权威刊物和媒体,如《中国商业评论》(The China Business Review)、《远东经济评论》(Far Eastern Review)、《财富》(Fortune)、《世界贸易》(World Trade)、《经济学家》(The Economist)、《读者文摘》(Reader's Digest)、《广告时代》(Advertising Age)、《今日世界》(World Today)、《商业周刊》(Business Week)、《时代周刊》(Time)、《每月评论》(Monthly Review)、《商业战略研究》(Journal of Business Strategy)等,以适合不同对象的需要。第二,材料新,趣味性强。所用文章基本发表于当年或上年,文章论述的事件或刚刚发生,或正在发生,或即将发生,具有很强的现实感和趣味性,能有效激发学生的促动状态。第三,内容丰富,覆盖面广。如从成功的家庭理财范例,到独辟蹊径的环境问题解决方法;从电子商务网站的经营,到管理和营销的最新理念等,材料涉及广泛的商务主题。第四,功能全面,交际性强。教材设计突出交际过程中所需要的语言技能和商务交际功能,有利于开展诸如表述、辩论、讨论、介绍、解释、道歉、致谢、辩护、谈判、投诉、询问、解答等多形式的课堂实践活动。这些自选自编的教材都已汇编进入上海外语教育出版社出版的《经贸英语趣文阅读》初级、中级、高级3本教材。

五、结 束 语

要树立以学习者为中心的教学意识,就要在教学的各个环节都要关注学生的实际需求。在课程设置方面,必须充分考虑到学习者的个性特征,因材施教,实现商务英语课程设置的合理性。在教学方法上,要开展多种形式的课堂实践活动,培养学习者的工作能力和职业素养;要充分重视师生课堂交互的积极作用以及教师话语对促进师生课堂交互所起的重要作用。在教材建设方面,要利用多种学习媒体,向学生提供丰富优质的学习资源。以上各个教学环节均在笔者任教的商务英语课程中得到实践,其可行性已得到证实。目前,上海对外贸易学院学生的商务英语能力得到单位或用人单位的好评,他们参加英语专业四、八级考试均取得优异的成绩。

(作者单位:上海对外贸易学院)

参考文献:

- [1] Brazil, D.C. 1985a. The communicative Value of Intonation in English. Birmingham: English Language Research, University of Birmingham.
- [2] Brazil, D.C. 1985b. Phonology: intonation in discourse. In T. A. Van Dijk (Ed.) Handbook of Discourse Analysis, vol. 2. London: Academic Press.
- [3] Ellis, Mark and Christine Johnson. 1994. Teaching Business English. Oxford University Press.
- [4] 叶兴国,谢文怡.经贸英语趣文阅读[M].上海:上海外语出版社,2003.