

论商务英语应用中商务文化意识的培养

上海对外贸易学院国际商务外语学院 赵海艳

摘要:随着世界经济一体化以及全球化特征的越发突显,国际商务活动的越发频繁,商务英语的应用也越发广泛,作用越发突出。具备跨文化商务交际能力的复合型人才越来越成为经济和社会发展的迫切需求,这就要求在商务英语应用中加强商务文化的导入,加强学生的商务文化意识的培养。

关键词:商务英语 商务文化 文化意识 经济一体化

中图分类号:F272 **文献标识码:**A **文章编号:**1005-5800(2011)11(c)-223-02

随着经济全球化进程的加快,世界各国间的经济交往越发频繁,其突出特征就是跨文化交际。为适应国际竞争的需要,中国需要大量谙熟商务领域专业知识同时又具备跨文化交际能力的复合型人才。因此自20世纪70年代以来,商务英语应用在世界范围内得到了迅猛发展。其发展充分体现了应用领域时代性、发展性的特点。商务英语应用不仅要培养使用语言的能力,更要培养恰当运用语言,进行跨文化交际的能力,在日后的工作岗位中能够成功地进行跨文化商务交流。这对我们的英语应用,尤其是商务英语应用提出了前所未有的挑战。

1 商务英语中的商务文化现象

语言与文化相互依赖、相互影响,语言是文化的载体,文化蕴含于语言当中。纵观不同国家与民族,人们的商业价值观,经营理念与消费心理千差万别,这主要是政治经济环境和传统习惯之间的差异造成的。同国家文化不同,交流方式也会有差异和碰撞发生。不同的文化存在着差异和冲突。在交流过程中只有掌握跨文化的知识和沟通方式才能避免不同文化的冲突与误解。因此,在涉外的商务活动中,不同国家的政治制度、法律体系、经济环境乃至诸多商务文化冲突就成为商务活动能否成功的关键。冲突不仅体现于词汇、语篇、语境等言语语言行为当中,还存在于手势、体态、时间、空间等非言语语言当中。

1.1 言语语言中的商务文化

在言语语言的基本要素词汇当中,文化差异的体现明显。相同的概念在不同的文化当中会产生不同的文化及联想意义。例如,“white elephant”在我国某公司对外国宣传的广告中频繁出现,用于说明我们的“白象”牌电池,殊不知在西方文化背景下是(保管起来既费钱又费事的累赘东西)的含义,结果招致在国外遭遇冷遇;再如商标为“7-UP”的国产七喜饮料在欧美国家很畅销,其原因之一就是“七”在许多欧美国家具有积极的意义。英语国家的人心目中的“七”相当于中国人眼中的“八”,但在我国,“七”却是个很普通的数字。

中西思维方式的差异从不同程度上影响到人们的语言表达,尤其是句法结构和语篇模式的运用。中国人习惯于形象的、综合的思维,西方人习惯于抽象的、分析的思维,反映在语言上,汉语重意合,英语重形合。此外,中国人的思维模式是曲线型的,而西方人的思维模式是直线型的,这也导致了语篇模式的差异。

1.2 非言语语言中的商务文化

作者简介:赵海艳(1978-)女,上海对外贸易学院国际商务外语学院,讲师,英语语言文学硕士,上海外国语大学在读博士,主要从事二语习得研究。

国际商务交往中,语言交往非常重要,但是包括人体语言(如手势、体态)、时间语言、空间语言等非言语语言的交往也同样重要。根据跨文化交际的创始人Edward Hall在《无声的语言》一书中分析指出,在整个交际过程中,非言语语言传递占据了大半比重,而言语语言仅占到了35%。在现代的社会发展中,非言语语言更有着不同的意义。如果把一个国家里一种礼貌的、友好的行为放到另一个国家里,就有可能变成恶意的、粗俗的行为,并且我们往往会在下意识里不自觉地表现出这种行为,更易被对方误解。

例如,我国生意场上的用餐文化,更多地表现在酒桌文化上。在我国的生意场之中,生意人一般在酒桌上谈事情,把饮酒的量看做彼此之间情分和诚信的体现,酒过三巡才会进入正题。当我们在招待外商时,国人蕴含盛情的劝酒却受到了外商的误解,无法被正确接收,甚至有一定程度的反感。在西方,过多地饮酒是不被提倡的,并开设专门帮助人们戒除酒瘾的机构。而这些却不被很多我们的商人理解,甚至造成在生意合作上的误会。

Edward Hall根据不同文化中人们时间观念的不同,将时间观念分为单元时间观(monochronic time)和多元时间观(polychronic time)。在美国、德国等受单元时间观念影响的文化当中,人们很注重工作效率,所以与他们洽谈业务时严禁闲聊,约会时需准时,如因事不能赴约,一定要事先通知取消或推迟会晤;而在俄罗斯、印度尼西亚等多元文化中,商务洽谈迟到一个小时也是司空见惯的事,甚至在会谈过程中谈及其他事务或是接打电话也会觉得无可厚非。

2 商务英语应用现状

在商务英语应用中,多数商务英语专业教师毕业于外语院校或师范院校,所学专业多为英语语言文学或英语教育,这些教师扎实的语言基本功能够很好地帮助学生掌握语言的基本技能,但对于商务英语专业所需要的实用商务知识的指导和跨文化交际技能的传授,大部分教师则欠缺商务背景,缺少在实践工作岗位应用外语的经验,因此很难胜任商务英语应用工作的需要。

“英语+商务”的模式是我国商务英语中应用最广泛的一种模式。但是却造成学生的误解,会说英语,再懂得些商务知识就可以进行商务活动。正是由于这种误解,造成了现在商务文化缺乏、语言与文化的脱节,更有甚者造成了商务活动的失败。据一项调查表明,现在学生更多的时候不能将自己学到的东西用活,即使在学校中学习成绩优秀、语言能力较强的同学也在以后的工作中感受到了交流的困难。究其原因,主要是在实际商务中不能结合对方的实际情况来运用语言交流能力,甚至直接影响到商务谈判的结果。

3 商务文化意识的培养与商务英语应用改革

3.1 加强师资培养,提高教师素质

商务英语教师必须不断学习,提高自身的文化修养,才能适应跨文化交际应用的要求。因此教师应在应用指导思想充分认识现代企业人掌握文化背景知识的重要性,并注重对外交流与合作,加强学习外国文化与习俗,提高自身的文化交际能力。因此,为了适应商务英语的改革,在具体实践中将语言、商务知识和文化有效结合起来,教师应该从学习及其他渠道来提高自己的专业知识与业务水平、科研能力。作为学校,应该在客观上促进对外交流的发展,为教师多提供实际的跨文化交际机会,与英语高校的学习交流的机会,在英语的民族氛围之下,耳濡目染,不断熏陶,仔细观察英语国家的风俗习惯,注意与本国语言进行对比分析,找出差异及其文化差异的根源;与外资企业进行校企联合,向教师提供在外企企业体会不同的商务文化的机会,以鼓励、在职进修的方式使教师获得跨文化交际的亲身体验,通过丰富的阅历来加强自身的文化素质;对商务英语教师提供商务礼仪、企业管理、营销策略等方面的培训,提高自身的商务文化意识,与跨文化交际能力。

3.2 转变应用观念,加强文化导入

高校的商务英语应用必须更新应用观念,加强商务文化意识的培养。把培养能够应对不同商务环境和文化背景下的进行商务交际的人才作为商务英语应用的目标。由此可见,文化因素在涉外商务活动中的重要作用,把商务文化意识培养作为应用目标之一。不仅要掌握好语言的应用,还要加强对商务文化意识的学习,注重不同国家的政治、经济、历史、教育体制、宗教习俗、风俗习惯等方面的学习。

在应用方法上,商务英语应用一定要打破教师“一言堂”的沉闷局面,改变“灌输式”、“理论式”的单方面授课模式,充分体现商务英语交际的特点。结合应用方法灵活性、趣味性和多样性的特点,教师运用情景应用法(situational approach)、任务型应用法(task-based teaching)、案例应用法(case study)进行教学活动,通过案例让学生亲身体会商务文化冲突的典型实例,了解外国文化与本国文化的冲突;让学生深入到角色中,营造出实际的氛围,从实际情况中体会异国文化的特点,提高对文化的敏感性,在实际应用中提高自己处理商务问题的能力。以学生为中心,以情景和案例为契机,以交际为目的进行应用,最大程度地激发学生学习兴趣,培养学生交际能力。

3.3 构建校企合作,培养文化意识

商务英语的应用教育目标应该与该社会的政治、经济的发展相适应,否则所培养的学生就无法满足社会发展的要求。在世界经济全球化日益突显、我国市场经济不断发展的今天,企业的需要成为教育事业的发展动力之一,企业需要的是复合型的优秀人才,因此,构建一个与理论应用平行又相对独立的校企合作、产学研结合的实践应用体系是商务英语应用中的一个新的探索。通过校企合作,校企联合育人,能够及时了解企业对人才质量的需求,从而确立应用目标定位,并且能根据企业发展需求,有针对性地确定人才培养目标和培养规格,有利于调整应用内容,使其更具有针对性和适用性。

为提高学生对不同的商务文化的认识,学校可以广开渠道,与外资企业合作,尽可能多地为学生创造机会,有组织有计划地让学生参加各种不同类型的跨文化交际活动,让学生可以通过到外资企业实习、做志愿者等活动,使学生置身于不同的商务文化氛围中,通过亲身实践来提高自身的商务文化意识。同时,学校可以邀请外企企业骨干通过举办学术讲座,参加毕业设计指导和答辩,

兼任实践应用指导等多种方式参与学院人才培养的全过程。通过校企融合、产学研结合,使高校的人才培养模式、专业设置和课程建设能更好地贴近经济社会发展的需要。

4 结语

在国际经济一体化、文化多元化与趋同化并行的时代大背景下,加强商务文化因素的导入和商务意识的培养越来越成为商务英语应用中不可或缺的内容。学生不仅要有扎实的专业知识、过硬的外语能力,还需要了解经济政治制度、民族文化心理以及商业价值观念等。因此,商务英语应用在结合商务专业知识和语言技能培养的同时更要重视学生商务文化培养,提高学生的跨文化交际能力。从而培养出适应中国进一步改革开放和对外经贸活动需求的复合型人才。

参考文献

- [1] 陈建平.商务英语教学中的商务文化意识培养[J].兵团教育学院学报,2001.
- [2] 龚卫霖.国际商务交往中的语言文化差异研究[J].上海大学学报(社会科学版),1999.
- [3] 胡文仲.跨文化交际概念[M].北京:外语教学与研究出版社.
- [4] 王勇.新世纪大学英语阅读教程文化分册[M].上海:上海科技教育出版社.
- [5] 朱文忠.商务英语教学模式理论脉络、特色与实效分析[J].广东外语外贸大学学报,2010.

(上接222页)

3.3 掌握回答技巧

巧妙的回答能够促使谈判锋回路转,也能够使对方易于接受。回答技巧应根据谈判对象的不同采取不同的回答方式。对于合作多年的谈判伙伴,要实事求是地回答,对于新创的合作伙伴,要运用一定的技巧,从侧面反映事实,以使对方能够接受,合作达成。

3.4 注意礼仪

不同的国家有不同语言文化,不同的国家有不同的礼貌行为及语言。所以,在对外贸易谈判前,要充分了解谈判对手是什么文化背景,什么国情以及什么政治状态。在谈判或谈判前后都要运用相当于当地的礼貌语言的英语进行交流,给对方一种尊重、一些理解,才能为谈判中争取到更多的有利机会。

4 结语

商务英语具有专业性的语言特色,是在对外贸易谈判中最为有效的交流工具。为了促使双方达成共识,必须掌握一定的商务英语谈判技巧,才能为谈判划上胜利的句号。可以说,对外贸易谈判离不开商务英语的支持,商务英语在对外贸易谈判中具有非常重要的作用。在对外贸易谈判中,谈判者必须与时俱进,努力提高自己的商务英语水平,为中方谈判赢取胜利。

参考文献

- [1] 薛正花.浅谈商务英语在国际商务谈判中的运用[J].中国商贸,2010(16).
- [2] 林小红.商务谈判中的语言技巧[J].湖南科技学院学报,2010(03).
- [3] 黄冠.在对外贸易谈判过程中商务英语的应用与技巧[J].中国商贸,2010(16).