

# 浅议商务英语教学中 学习者的经验缺失和概念重构\*

刘云腾

(上海对外经贸大学)

**摘要:**商务经验的缺失是商务英语在校学习者的主要缺陷之一。由于普通英语在各种商务环境中被赋予了特定的专业含义,而大部分的商务原理和概念都是商务环境下真实规律和情景的提炼和映照,对商务经验的缺乏使得学习者无法在接触新的商务概念时,利用原有的知识和经验的积累触发新的概念图式,因而形成理解的障碍,造成学习链的断裂。本文拟从教学实践的角度分析商务英语学习者由于经验缺乏而造成的几种商务概念缺失或误解的情况,并运用杜威、布鲁纳的教育理论以及皮亚杰等人的建构主义理论探讨教师应如何挖掘学生已有的生活和商务经验来帮助其重构商务概念。强调教师不应当只是一味地灌输“抽象”的概念和原理,应尽可能地利用学习者本身的经验将其具象化,立体化,在关注专业知识的同时,也要关注学习者的生活经验,并将其作为商务英语教学的重要资源加以利用。

**关键词:**商务英语教学;学习障碍;经验缺失;前概念;概念重构

## 1. 商务英语的教学特点

顾名思义,商务英语是在商务环境中所使用的英语,在词汇、表达法、句式结构甚至语篇等方面,较普通英语均有着更为明显的文体特征。同时涵盖非常广泛的商务专业知识,可以触及商界的各个领域,因此其使用的环境可谓千变万化,在横向上可以分为不同的职能板块,如生产、营销、财务、采购、人力资源、销售等,纵向上又分为不同的行政层次,这种纵横交叉的情况又形成了各种商务情景。每个情景所涉及的英语都可能具有其本身的业务特点和专业意涵,要求学习者不但要有较好的英语听说读写能力,而且要能够深入了解各个商务板块中每种业务发生的来龙去脉。

商务英语较之普通英语有着更强的实操性和即时实用性,要求学生在学会一定的商务原理或概念后可以将之用于实践,或用来完成诸如问题讨论、案例分析、情景模拟、角色扮演、公司采访等作业。它不仅是对英语语言能力的提高,更重要的是培养学生的商务技能。所以学生必须充分理解相关的商务知识及其相应的英语表达方式,忽视任何一方都无法完成商务英语的教学目标。学生不能只是粗浅地、大概地了解商务概念,而是能够在实际生活中将其还原至其真实发生的场合。基于这个要求,商务英语的教学材料都力求真实,尽量向学生展示现实中实际发生的商务过程。

由于商务活动发生的情景纷繁复杂,有时又互相渗透和重叠。例如,公司管理中包含了研发、生产、营销、人力资源等各个职能,而各个职能部门又分别涉及各种管理行为;上述的生产、

\* 本文的研究获得上海对外经贸大学商务外语学院英方课程建设项目资助。

研发、人力资源、营销等环节又互相渗透,环环相扣。学习者在不同的课程上可能重复遇到相似或相同的概念,教师在教学过程中需帮助他们厘清各个概念的归属、内涵以及应用范围、发生的场景等,才能更好地完成教学目标。

## 2. 商务知识的学习障碍

商务英语中每一个情景中所涉及的概念和原理等都是从该情境中重复发生的活动或现象中抽离和归纳出来,然后以文字符号的形式出现在教材上的。对于这些书面化的商务概念大多数学生都缺乏直观的感性认识。商务英语专业的在校学习者往往都有较好的英语基础,但“缺乏”商务经验成为妨碍他们学习专业知识的巨大障碍,学习者往往无法在已有的知识结构找到相似的图式来类比那些冗长、拗口、抽象的文字符号,因此对很多商务概念和原理感到迷惑。维特罗克(1983)认为任何学科的学习和理解是基于学习者原有的认知结构的,学习者总是以自身已获得的经验来理解和建构新的知识或信息。也就是说,学习者往往是通过头脑中已有的相关知识图式及经验进行重组和改造来构建对新概念的意义。但是对商务直接经验的缺乏使得很多学生无法在原有的认知结构和经验上建构新的概念图式,使得他们对商务概念和原理只是字面上的一知半解,或者为了应付考试和作业死记硬背,造成英语语言和商务知识脱节的情况。

商务英语教学的另一关键问题就是学习者与专业知识的对立。学习者往往把商务知识看作是独立于自己生活经验之外的、客观的、中立的、遥不可及的东西。而在课堂上,教师也常按照既定的教学模式、课件和教学活动进行,很少联想到学习者的哪些生活经验是与商务相关的,而这些相关的商务经验是否能帮助他们将概念具象化、立体化,活生生地呈现在脑海中,形成新的知识模型。学习者大多也只是一味地根据老师的课件记笔记,生硬地将大部分概念原理以符号的形式记下来,等到做作业或考试时,再生硬地、原封不动地将这些文字符号搬上试卷,对于案例或实际问题的分析也常常流于表面和理论,很少试图将这些符号与生活经历联系起来,并将之转化为鲜活的、内在的、能产性很高的新知识。

其实商务与生活是密不可分的。每一个概念和原理后面都蕴含着活生生的商务活动,而商务英语教学的任务之一就是要把抽象的,看似无意义的文字符号还原成生动的商务场景。正如赫尔巴特所言,“符号对于教学来说是一种明显的负担,教师假如不通过对符号所标志的事物产生兴趣的力量而消除这种负担的话,那么它就可能把教师与学生抛出正在前进的教养之轨道”(1989:75)。杜威也认为符号是“折磨心灵的无用的古董,是加给心灵的可怕的重担”(2004:106)。

在教学过程中,笔者注意到,如果学生对某一概念有过感性认知,并且这种认知经验与概念的定义很契合时,他们往往会表现出恍然大悟,而且非常兴奋,富有成就感,同时对于课程的兴趣也大大提高;而如果新的概念无法与其已有的生活经验形成链接,无法碰撞而形成新的信息时,他们通常表现出迷茫、困惑、沮丧等情绪。因此教师在讲授商务知识时,如果能够把概念和原理与学生的生活经验相关起来,或者从他们平时零散的商务经验入手,不仅能够降低概念的理解难度,而且可以提高学生的学习兴趣。

## 3. 学生可能获取的商务前概念

很多学生对于商务英语存在着一个误解,认为商务是一种“高端的”专业活动,是白领或成

功人士从事的领域,因此总觉得离自己很遥远。其实这些商务活动每时每刻都充斥在我们生活中,每个人每天都间接或直接地经历着不同的商务活动,自觉或不自觉地在积累着各种商务经验。我们往往会对某些重复看到或经历的商务活动逐渐形成自己的看法、定义和概念,尽管这些概念可能很片面,不专业,甚至是错误的,但它们却是储藏在脑海中的宝贵的商务知识的资源。“实际上活动的内化就是概念化,也就是把活动的格局转变为名副其实的概念,哪怕是非常低级的概念也好(事实上我们只能称这种概念为‘前概念’)”(皮亚杰,1981:31)。

前概念是指学生在正式进行某一学科的专业学习前,通过自己生活经验的积累,对某些自然现象和物质(本文是指商务现象)自发形成的自己的理解。这些前概念有些是正确的,有些只是学生根据表面现象无意识地总结归纳的,因此是不尽完整甚至是错误的。前概念这一说法过去常被用于中小学生对科学(物理、化学等)课程的学习过程,但是通过笔者的观察,商务英语专业的学生在真正进入课堂之前,已经通过日常生活经验的累积,对某些商务现象形成先入为主的概念,或者无意中已经接触了很多商务场景,对许多商务现象自发形成了自己的看法。例如,在商场购物的经验,网购的经验,组织班级、校级活动的经验,以及与人沟通的经验等,其实都与商务技能有关。因此,笔者认为这些也属于前概念范畴,故而借用此概念来阐述本文的有关观点。商务英语学习者的这些前概念往往是广泛的、零散的、隐蔽的、片面的。换句话说,他们可能本身并没有意识到这些已经属于商务范畴。相反地,大多数学生看不到课堂商务知识与其生活的联系,而往往主观上认为自己缺乏商务经验,并在这种意识的影响下,把商务看作一种高深莫测,远离生活的专业性学科,因此在学习新概念时常觉得无从入手,对许多概念的理解也只是一知半解。

由此可见,大多数商务英语学科的学习者在进入课堂之前,并不是对商务一无所知的,他们或多或少,显性或隐性地已经习得了一些商务经验。这些经验可以来自生活的各个方面:例如购物就涉及商品规格、质量、数量、询价、还价、折扣、包装、售后服务以及决策等商务概念,在饭店用餐,从其菜式可看出竞争能力,创新意识,从店员的言行可看出其服务意识,所受培训,沟通技能,处理投诉的技能等商务管理知识;在学生会和社团工作的学生们则可以获得社团招聘、部门协调、组织活动(策划、执行能力)、筹资、外联、谈判、解决冲突、决策、变革、创新、服务等方面的经验;随着网络的普及,大部分的在校学生都有网购的经历,并从中获得了一些电子商务的经验;对对微博、微信等社交平台的使用中,可以使他们初步了解一些网络信息推广的策略。这些经验(或前概念)如果能在商务英语课堂上得到激发,与商务概念的定义联系起来,能使得那些生硬的文字符号立体化,并能帮助学习者快速深入地构建新的正确的商务知识,从而顺利地进入学习链的下一阶段。因此商务概念和原理与学生的生活经验并不是对立的,而是互相融合的。很多商务概念都可以从他们的生活经验中找到切入点。教师应帮助学生摒弃那种商务知识只能在“正式的”商务环境中学到的观念,而鼓励他们在生活中时时处处关注商务现象的存在。

#### 4. 学生的商务前概念与教学内容的契合度

笔者认为,研究学生已有的商务经验与教学内容之间的契合度对于顺利地讲授商务专业知识有着重大意义。由于每个学生的生活状态、范围以及活动偏好等方面的差异,他们在生活中所积累的商务前概念的数量和质量也有很大不同,加之学生在理解能力、学习兴趣、动机和策略上的不同,导致他们对商务知识理解上参差不齐。有的学生在教师启发之后,马上就感知到前

概念与商务原理之间的交集,有的学生的经验中对某些商务概念和原理显现空白状态,即没有交集。在多年的商务英语教学中,笔者认为学习者自己已有的前概念与教学内容的契合度大致有以下几种情况:

- (1) 学生对商务现象有正确的前概念,与商务概念或原理有交集,并可将其作为概念重构的切入点;
- (2) 学生对商务现象有正确的前概念,但是意识不到它与商务概念或原理之间的关系,看不到交集,需要教师的启发和点拨;
- (3) 学生对商务现象的前概念有偏差,与商务概念或原理有伪交集,以此为切入点重构概念,往往会张冠李戴;
- (4) 学生对商务现象无前概念,与商务概念或原理无交集,找不到概念重构的切入点,表现出不理解、茫然和焦虑。

从上面四种情况可看出,其实大部分的学习者在进入商务英语课堂之前,不仅仅积累了英语技能,而且都累积了一定量的商务知识的前概念。布鲁纳在其《教育过程》称之为“直觉”,并指出“有些人是良好的直觉者,有些人则是应预先提醒他们才行”(1982:71)。因此有的学生凭着较好的直觉,在生活中已经留意了一些商务情景,积累了一定的商务经验,对商务概念的自发理解比较贴近或贴合其专业性解释,在课堂上经教师稍加提醒便理解了,这是因为他们对这些概念积蓄了正确的前概念。这种学习者往往比较容易建立学习的兴趣和自信,布鲁纳认为,“学习者通常有两种自信——一种自信是个性的特征,另一种自信则是由于对于一个学科具有知识才产生的”(1982:74)。有些学生虽已经有了正确的前概念,但由于缺乏联想技能,没有意识到这些前概念与课堂内容之间的关系,需要教师设计适当的情景并加以解释,帮助他们激活大脑中已有知识结构,使之与新的概念间产生链接,从而产生新的知识图式。另外一些学生所累积的前概念是有偏差或错误的,这会妨碍他们对商务概念的正确理解,需要教师的及时纠正。例如,有些学生错误地认为“人力资源”就是指那些很高端的,能力很强的人,殊不知几乎人人都可以成为某种意义上的人力资源。又如,将推销,营销,销售等概念混淆,都是由错误的、至少是有偏差的前概念造成的。但错误的前概念并非一无是处,它们仍可以作为学习新知识的切入点,由于它们也是学生凭着过往的经验所形成的看法和见解,因此也可被当做宝贵的教学资源,但是“它要求敏感的教师将直觉的错误——有趣的错误的飞跃——同愚笨的或物质的错误区别开来”(布鲁纳,1982:77)。最后一种学生在生活中积累的经验较少,或者没有注意观察生活,其经验与课堂商务知识的交集较少,教师应当鼓励这些学生多体验生活,观察生活中的商务。杜威认为,“……我们所依赖的唯一训练……是通过生活本身得来的。从经验中学习,从只是跟经验有关的书本或别人的言论中学习,这并不是一句空话……而经验正是一切有价值的训练的源泉”(1981:45)。赫尔巴特也同样认为“兴趣来源于对外界实实在在的注意”(1989:86)。

商务英语教学也时刻在考量教师对商务知识的储备,有时教师对某些商务概念的理解也只停留在粗浅的表面,因此同样需要在生活中不断地积累。在教中学是教师摸索知识传授方法和加深概念理解的最好方式之一。“教师不仅是知识的传播者,而且是模范……不愿或不能表现他自己直觉能力的教师,要他在学生中鼓励直觉,就不大可能有效”(布鲁纳,1982:97)。

## 5. 商务英语学习者的概念重构

虽然大部分学生在真正的商务经验方面存在着严重“缺失”,从而阻滞他们对商务概念和

原理内涵的理解,但是教师完全可以利用学习者现有的生活经验帮助他们联想和重构商务概念。

### 5.1 将学生的生活经验作为商务英语理论教学的起点

教师可以将学生在日常生活中所获得的生活和商务经验作为其学习商务知识的出发点,并由此发散,把他们代入商务概念所映射的商务环境,将其已有的经验转换为商务知识,同时,还能充分发挥学习者的主观能动性,使其从被动的接受者变为主动的参与者。这种转换需要教师深刻挖掘学生的相关或类似的生活经验,设计课堂活动将之与商务理论联系起来,使学生能够充分利用原有的知识结构建构新的概念,“学习的第二个方面,可以叫做转换(transformation),这是处理知识,使之适合新任务的过程。我们学习‘揭露’或分析知识,把它安排好,使所得的知识经过外插法(extrapolation),内插法(interpolation)或变换法(conversion)整理成另一种形式”(布鲁纳,1982:61)。

但是学习者有可能并不清楚自己已经获得了某些商务经验,或者不知道如何将生活经验归类为某种商务概念或门类,这就需要教师的启发。教师在组织商务英语教学或撰写每一环节的计时,应当尽可能基于学生已经具备的前概念(无论是正确的还是错误的),尽量把商务概念或原理对应于学习者经历过的生活细节,避免仅凭文字符号向学生灌输商务知识的情况。“如果认为,以表象或思维的形式把活动内化,只是追溯这些活动的进程或利用符号或记号(意象或语言)来想象这些活动就行,而不必改变或丰富活动本身,那就太简单化了”(皮亚杰,1981:31)。因为“运用表象,主体(学生)……不能在头脑中唤起当前未知觉到的情景,只能从‘内涵’,也就是根据其与早先情景的特性的直接类比来判断目前的情景”(皮亚杰,1981:35)。

### 5.2 商务知识的教授在于浅易的阐释和启发

很多学习者都认为商务英语是在课堂上进行的一门“专业性”的学科,因此只是机械地听课和完成作业,而没有意识商务就在他们周围。杜威(2004)认为,学科知识都必须与人的自觉经验发生关系。由此在笔者看来,商务英语中的各种概念和原理总能在日常生活中找到源头或所映射的现象,是商务化了的生活经验。教师应以日常生活中浅显的经验为切入点来解释和导入较专业的、系统化的商务知识,使得学习者看到这些知识在生活中的实际运用,才能更加体现商务知识的价值;而只有学习者真正懂得了这些概念和原理的意义和应用模式,也才能提高未来自身的商务价值,从而才能在以后的工作中活用,避免死记硬背和考过就忘的现象。因此教师在授课前,应充分了解学习者普遍的日常活动形态和活动范围,并从其熟悉的生活经验入手,浅易而有效地解释商务知识,同时启发学生主动联想某商务概念与其某种生活经验之间的关系,进而引申至同一概念在真正的商务环境中与生活体验中其内涵的差异,加深学习者的理解。“正确而有启发性的说明,比部分正确因而过于复杂和过于拘束的解释,并不是更难理解,而是往往更容易理解。”(布鲁纳,1982:41)

### 5.3 帮助学生内化生活经验

将抽象的概念具象化是为了帮助学生理解商务原理的来源和发生的情景,而在学生结合自

身经验理解了其内涵之后,教师又要帮助他们内化这些表象和经验,使其在原有知识结构的基础上通过思考重新组织和建构抽象的概念,将原本看似无意义的文字符号变为新的知识。内化是指“外部新知识与学习者已有的认知结构相互作用形成新的认知结构的过程”(周天梅,2004;皮亚杰,1981:31),认为它是“把外部环境中的有关信息吸收进来并结合到儿童(学习者)已有的认知结构(也称‘图式’)中”,即“个体把外界刺激所提供的信息整合到自己原有认知结构内的过程”(何克抗,1998)。因此笔者认为,学生接受和建构新的商务知识是经过了概念(抽象的前概念)——情景(概念还原)——概念(整合后的正确理解)这个过程。新概念的产生是对其前概念的回顾,反思,分析,推演,归纳后的提高,是更高一级的理解,是接近于系统化,专业化的商务知识。“……活动的内化以其在高水平上的重新构成为先决条件,随之而来的是一系列不能归结为低级水平的中介结构的新特性的产生”(皮亚杰,同上)。

知识的内化还有一个过程,那就是顺应,即“外部环境发生变化,而原有认知结构无法同化新环境提供的信息时所引起的儿童(学生)认知结构发生重组与改造的过程,即个体的认知结构因外部刺激的影响而发生改变的过程”(何克抗,1998)。具有正确的商务前概念的学生通过同化就可以将新概念整合到已有的知识结构中,而持有错误模糊的前概念的学生则需要打破原有的知识图式,重组并构建新的知识框架,以便使自己的知识结构达到一个新的平衡。“创造新图式(即顺应)的过程就是寻找新的平衡的过程”(何克抗,同上)。

## 6. 小结

虽然大部分商务英语专业的学生已经获得了较好的英语语言能力,但是对商务经验的缺乏却成为他们正确理解商务概念和原理的巨大障碍。克服这种障碍的方法之一就是他们已经积累的前概念入手,激活他们头脑中已有的知识图式,并使其与新的商务概念产生联系,从而构建对新信息的意义。教师可以从学生的生活经验入手,找到商务知识的切入点,帮助学生将抽象的概念和原理还原至他们熟悉的生活场景,从而提高他们对商务知识的理解并将其内化成新的知识。

## 参考文献:

- [ 1 ] John Dewey. *The School and Society*. The University of Chicago Press, 1913.
- [ 2 ] Merlin C. Witrock. Generative Learning Process of the Brain. *Educational Psychologist* 1992 (9).
- [ 3 ] R. J. Osborne, M. C. Witrock. Learning Science: A Generative Process. *Science Education*, 1983 (67).
- [ 4 ] 杰罗姆·布鲁纳. 教育过程. 邵瑞珍译. 北京:文化教育出版社, 1982.
- [ 5 ] 何克抗. 建构主义:革新传统教学的理论基础. 学科教育, 1998年第6期
- [ 6 ] 约翰·杜威. 学校与社会. 明日之学校. 赵祥麟,任钟印,吴志宏译. 北京:人民教育出版社, 2004.
- [ 7 ] 约翰·赫尔巴特. 普通教育学:教育学讲授纲要. 李其龙译. 北京:人民教育出版社, 1989.
- [ 8 ] 让·皮亚杰. 发生认识论原理, 王宪钊等译. 北京:商务印书馆, 1981.
- [ 9 ] 谭敬德,陈清,张艳丽. 维特洛克学习生成理论认识论特征分析及其对教学设计的指导意义. 电化教育研究, 2009年第8期.
- [ 10 ] 周天梅. 知识内化的心理机制. 江西社会科学, 2004年第7期.

## A Discussion on Learners' Lack of Experience and Concept Reconstruction in Business English Teaching

*Liu Yunteng*

(Shanghai University of International Business and Economics)

**Abstract:** Lack of business experience has become one of the major learning barriers for the pre-experienced learners of Business English. As general English embodies professional meanings when applied in business context, and most of business principles and concepts are the reflection and abstraction of real-life business activities, students lacking in business experience are unable to construct new schemata of concepts by applying their previously accumulated knowledge, which forms the learning barrier. Based on her years of teaching experience and from the perspective of Dewey and Bruner's education theory and Piaget's constructivism, the author categorizes students' misunderstandings of business concepts resulting from their lack of experience, and explores the approaches BE teachers may adopt to help students reconstruct business concepts. She also proposes that BE teachers should help students explore their business knowledge accumulated from life experience so as to facilitate their understandings of professional business concepts.

**Key words:** Business English teaching; learning barriers; lack of experience; pre-concept; reconstruction of concept