

从“网上北语”(eBLCU.com)来看面向企业的汉语远程培训模式设计¹

赵雪梅¹ 李炜²

北京语言大学 网络教育学院

¹zxm@blcu.edu.cn ²liwei@blcu.edu.cn

摘要: 随着中国在上经济地位的日益提升,很多外国企业到中国来投资或与中国机构展开合作,为了更好地开展业务,需要对外籍员工进行汉语和中华文化的培训,但是在职人士公务繁忙,难有固定的时间参加面授学习,所以,远程教育就成为一种不错的选择。如何根据外籍在职人士的培训需求,提供有效的企业汉语远程培训模式是本文探讨的主要问题。

关键字: 汉语培训 企业汉语 汉语远程教育 远程教学模式

Design of Chinese Remote Training Mode for Enterprises via "eBLCU" (eBLCU.com)

Zhao Xuemei¹; Li Wei²

^{1,2}Beijing Language and Culture University

¹zxm@blcu.edu.cn ²liwei@blcu.edu.cn

Abstract: With Chinese political and economic status continually upgraded in the world, more and more foreign enterprises come to China to invest or cooperate with Chinese organizations. In order to better develop the business, they urgently need expatriate staff training in Chinese language and culture. However, the workforces often find it difficult to have a fixed time to participate in the face to face learning. So Chinese remote training becomes a good choice. How to provide an effective remote training mode according to the expatriate workforce learning needs of Chinese enterprises is the main issue of this paper.

Keywords: Chinese Language Training, Enterprise Chinese, Chinese Remote Training, Remote Training Mode

0 引言

随着中国在上经济地位的不断提升,世界各国在经济、文化、教育等方面的交流日渐频繁,很多外国知名企业看好中国广阔的发展前景,纷纷到中国来投资或者跟中国相关机构建立合作关系。据北京外企服务集团有限责任公司(FESCO)网站上的数据显示,FESCO服务于来自上百个国家和地区的万余家客户。

在这些外资企业中,有一部分来自本国的外籍员工,有数据显示,目前在中国工作的外籍人士达几十万人,这些外籍人士为了更好地在中国生活和工作,必然要学习汉语和了解中华文化。但是在职人士大都公务繁忙,经常会因出差、开会、加班等各种原因不能按时参加面授学习。远程教育以其灵活多样、自主自由等特点逐渐被在职人员作为进修的首选途径。

所以,如何根据外籍在职人士的学习特点和学习需求设计有效的汉语远程培训模式,

¹ 本论文为北京语言大学青年自主科研支持计划资助项目(中央高校基本科研业务费专项资金资助)(09JBT01)。

为外籍学员不仅能够用汉语进行生活和交际，还能通过了解当代中国和中华文化，在中国顺利地开展工作提供切实的帮助就成为汉语教学机构要深入研究的课题。

1 企业汉语培训的现状及存在的问题

很多外资企业都非常重视员工的职后培训，并建立了完善的职业培训机制，除了职业技能、企业文化等方面的培训，也包括外籍员工的汉语培训。由于在华外资企业大多都鼓励和支持外籍员工学习汉语，有的企业甚至对汉语水平有一定的要求，并建立专门的部门负责外籍员工的汉语培训事宜，由此催生了企业汉语培训市场。很多学者也开始了针对企业汉语培训的内容、模式、手段等方面的研究。目前无论是参与机构，还是教学内容和教学方法都呈现出了多样化的态势，还没有形成较固定的模式。

1.1 培训机构和培训途径

参与企业汉语培训的机构主要是大学和机构规模不等的私立汉语培训学校。大学的培训模式一般会根据企业的特殊要求和特点，从教学内容到培训模式都进行定制化设计（如北京语言大学汉语速成学院的马士基班），并由专业教师通过小班集体授课，训练学员的语言技能，帮助学员提高语言交际能力和对中华文化的理解与认知，注重语言和文化教学的系统性、规范性等目标。汉语培训机构一般会通过各种渠道与企业建立合作关系，小班或“一对一”个别授课，可以是学员来校学习，也可以派教师上门授课，教学内容和教学方式比较灵活。大多数机构为学员提供的服务比较周到，不仅包括语言方面的教学支持服务，有的还会协助学员解决其在中国工作和生活中遇到的一些实际问题。

除了到大学或培训机构去学习，不少外籍人士也选择请家教或通过各种自学方式来获得语言能力的提高。比如通过书本、电台、电视或网络等途径学习汉语。

1.2 培训内容和教材

目前，无论是大学还是培训学校对于企业的汉语培训内容基本上都是“以语言教学为主，辅以多种文化课程”，语言教学一般以商务汉语或经贸汉语结合通用汉语，以任务教学法、情景教学法等方法实施教学。文化课较多的是中国传统文化教学。比如 FESCO 国际教学部的特色课程包括了语言类、知识类、音乐类、书画类、民间工艺类、武术体育类、舞蹈类、烹饪类等课程。但对于规模较小的汉语培训学校，限于师资力量，通常以教授汉语课程为主，很少涉及多样文化课的教学。

针对企业的汉语培训教材以商务汉语和经贸汉语为多，几乎没有针对某一行业的专业汉语教材。商务汉语和经贸汉语主要是专门用于商务或经贸活动的汉语，与交际汉语紧密结合，能够对外籍人士在日常工作中的交际有所帮助。但是有些企业还需要跟本企业相关的专业领域的汉语知识，这一方面目前无论是教材还是教学实践都较少涉及。如果企业有这方面的培训需求，通常由教学机构进行定制开发，自行编写相关教材，由于带有企业个性化的特点，受众不多的领域就很少出版成专门的汉语教材。

1.3 培训费用

一些外企为了鼓励员工学习汉语会划拨专门的经费，有的由公司与大学或培训学校合作，直接支付给合作机构，有的直接发给员工或员工学习后报销学费。很多公司对员工参与培训的支持力度很大。比如韩国三星公司平均每年花费一亿美元用于各级管理人员的培训。当然这些费用不仅用于语言培训，还包括了业务等方面的培训。但由此看出一些知名企业非常注重员工的职后培训，并能够给予一定的费用支持。无论是企业还是学员都希望能够物有所值，但是，目前的汉语培训市场五花八门，没有统一的模式和行业标准，让企业和学员在选择的时候眼花缭乱，颇费周章。

1.4 培训时间

无论是集体授课还是个别教学,学员大多是利用工作之余进行学习,每周课时量较少,但即使是这样较少的课时量,学员也可能由于各种原因而无法完全保障,教学经常不得不暂停或中断。

这一现象使面授教学的缺陷暴露无遗,也为远程培训提供了展示和发展的契机。随着计算机技术和网络的发展,能够为学习者提供在任何时间、任何地点学习任何其想学习的内容的泛在学习理念契合了企业培训的需求和特点。

2 企业汉语培训的对象、学习需求及学习特点

企业汉语培训与在校生的汉语培训在学习需求和特点上有很大的不同。在校生的主要任务就是学习,有充裕的时间按照教学计划进行系统的汉语学习,考勤制度、课堂测试、考试等也成为其保障学习效果的一个方面。而企业人士一般只能利用业余时间学习,还可能由于出差、加班等各种原因不能持续学习,教学机构又不能按照在校生的标准来要求学员,跟不上进度或之前学习的内容由于相隔时间较长而忘记,学习效果低下等原因都可能导致学员失去信心,致使学员的流失率比较高。

2.1 培训对象

企业汉语培训的对象从地域来看,既包括在中国工作的外籍人士,也包括来往于中国进行合作交流和贸易往来的外籍人士。从层次来看既包括企业高管也包括一般职员。由于是职后培训,且大多是公司派驻来华的工作人员,有的处于管理层或较重要的职位,年龄也以30岁以上的人员居多。大部分学员在本企业的专业领域有一定的经验,而所缺乏的是对中国国情和文化的了解,以及用汉语进行沟通的能力。

所以,接受职业后培训的学员一般已经具有一定的专业知识及工作经验,主要目的是通过学习汉语及了解中华文化来帮助自己在华有效地开展各项工作,因此学习的主要目的是能够用汉语与中国员工进行交流,能够看懂日常工作中使用的汉语,无需过多专业知识的传授。

2.2 学习内容需求

企业汉语培训在内容上通常不能拿一本现成的教材来进行教学,那样往往不能满足学员的学习需求。因为他们非常注重实效性,希望最好能马上就能解决工作中遇到的实际问题。学习需求往往跟工作和生活密切相关,希望能够用什么就学什么,遇到什么就学什么,能够学用结合,现学现用,学习的内容最好马上能用,或者学习的内容正好能解决工作中遇到的语言问题。比如,“网上北语”(eBLCU.com)曾为一名企业老总进行培训,他的汉语水平已经能够进行基本交流,但是,他提出希望我们能够把他企业中用到的一些表单里的中文也作为教学内容进行讲解,并开玩笑说希望自己能看明白每次签字的内容什么,不希望每次都翻译。这就需要为其设计个性化的培训方案。

学用结合的教学内容设计,能够使学习效果立竿见影,在使用语言进行交际或理解的过程中学员获得了成就感,能够使学习变得更有趣,也更有动力。

另外,在日常工作,特别是跨文化的工作交际活动中,交际双方对对方表情达意的容忍度远远低于日常生活中的言语交际活动,一次不得体或模糊的表达往往会造成对方的误解,而使工作或商务活动不能顺畅进行,甚至更严重的还会导致相关利益的损失。因此,企业汉语培训对学员用汉语交际或工作时,语言表达的正确程度和得体程度都提出了较高的要求。

2.3 学习特点

企业汉语培训的教学对象都是在职的成年人,他们基本上都是利用业余时间学习,学习时间较难固定,每周学习时间较短,而且经常由于各种原因中途中断学习,过一段时间

又重新开始,学习时间往往不能保证。

可能由于年龄原因,再加上工作强度大、两次学习间隔时间长等原因学员普遍表现出了学习效果不能保障的现象。虽然上课时学习的内容反复操练,但是在下一次上课时不少学过的内容还是不能完全掌握。不过,由于不少学员都在本领域获得了较高的学位,接受过正规系统的高等教育,所以,具有较强的推理、归纳和演绎能力,总体学习能力较强,教师在教学过程不用过多的解释和举例,教学氛围令人感到轻松,也比较容易有成就感。

另外,学员学习目标明确,学习动力较足,具有较高的自律和自我约束与管理能力,教师不用在调动学习积极性与主动性,以及课堂管理上花费过多精力。

3 面向企业的汉语培训目标

吕必松教授认为“人们用语言进行交际除了要遵循语言的内部规则以外,还要受交际目的、交际对象、交际场合等外部因素的制约。人们在说话和写文章的时候,总要根据一定的交际目的、交际对象、交际场合等因素而选择适当的语音形式,选择适当的词和句式,选择适当的语体和应对方式。”“人们用语言进行交际,不但要求言语的正确性,而且要求言语的得体性。”²

企业汉语培训与普通的汉语教学内容不同,目的性也不同,学员更倾向于工作中交际能力的提高和得体的语言表达,而不仅是语言知识的增长,有突出的工具性特点。

张黎指出:商务汉语目标情景中所需的交际技能有:

- 1) 汉语语言交际技能(礼节性交际技能、生活交际技能、商务信息交流技能、协商、洽谈技能);
- 2) 商务专业交际技能(包括经济学(贸易、金融)、管理学(工商企业管理)方面的知识);
- 3) 在中外经济交流与合作背景下的跨文化交际能力,包括中国的经济与管理知识。商务礼俗与惯例,以及其他相关的社会、文化背景知识。³

企业汉语培训也有基本相同的语言教学目标,需要通过语言教学与文化教学和跨文化交际能力培养的有机结合,来增强学员得体的语言表达能力、跨文化意识和跨文化交际能力,培养他们多维、宽容、开放的对待文化差异的态度,以期达到不断提高他们在跨文化情境中的工作和交际能力的最终培养目标。

3.1 得体使用汉语进行生活、交流和工作

在企业汉语培训中,仅仅教授语言形式的正确性是不够的,还要根据语言表达的环境考虑语言表达的得体性,即在什么语境中使用什么形式、如何表达才恰当得体,需要在培训中把语言形式的教学与语言功能、情景和文化的教学有机结合起来,帮助学员理解中国人的思维方式和社会文化,在用汉语进行交际和工作时,减少跨文化交际中的语用失误。

在言语交际中有不少语用规则和语用策略,如在称谓、问候、寒暄、恭维、道谢、道歉、拒绝、请求等方面,大都形成了规约化的表达方式,其最高原则是得体性。培训中需要重点教授学员如何遵循汉文化价值观下的人际规范和社会规约,区分交际双方的身份、地位和所处的场合,使用有效的语用策略。

在教学中除了注重语言本身的系统性和连贯性之外,更要重视学生的实际需求,解决学生遇到的最迫切的实际问题,教学内容模块化、动态化,既可以组合又可以拆分,又有一定的系统性和连贯性。为学生建立纵横相贯的立体化的语言和文化体系。通过语言培训使学员掌握在中国工作生活所必需的汉语言语技能,能在交际中能顺畅解决其在华的生活问题,在工作上能进行得体的交流和沟通,并能使用基本的专业汉语开展工作。

² 吕必松,《对外汉语教学概论》(讲义)。

³ 张黎,商务汉语教学需求分析,语言教学与研究 2006 年第 3 期。

3.2 通过中华文化和跨文化交际培训,可以尽快融入中国的工作生活环境

由于企业汉语培训面对的教学对象大多是非汉字文化圈中成长起来的学员,他们所熟知的文化与中华文化有很大的差异,从思维方式到语言表达习惯,从衣食住行到社会生活的各个方面,跨文化交流的障碍无处不在。所以,企业培训中中华文化教学和跨文化交际能力的培养具有非常重要的意义,在中国工作的汉语学员不能只是以能单纯地提高汉语能力和汉语水平为目标,而要学习适用于中国国情、工作理念和工作方法,要在汉语学习的基础上加强对中华文化、国情等背景知识的了解。学员如果能充分了解中华文化,即使不能完全用汉语进行专业或商务上的沟通,也能够理解在与中国人合作过程中中国人的思维方式、体态语言所表达的态度和寓意,能够对跨文化合作中的行为进行分析,理解合作过程中双方思维方式、价值和行为规范的异同,以及交际礼仪等方面的文化差异。

通过开展中华文化、中国国情、中国法律法规和跨文化交际等的相关培训,使其了解中国的风土人情和社会风貌,使其学会如何与中国人打交道,如何适应中国人的思维方式和行事风格。帮助学员跨越文化鸿沟,深刻地理解和运用语言知识,进一步提高跨文化语言交际的能力,让企业的外籍员工通过培训能更好地融入在华企业,帮助他们充分了解和理解中华文化。

4 面向企业的汉语远程培训模式设计

企业汉语培训的教学模式需要针对企业的需求和学员的实际情况,对教学内容、教学方法、教学组织形式、教学媒体和手段以及教学环境做系统的设计,才能使教学更为有效。内容要注重实用性和个性化需求,目标培养个性化,教学模式灵活而有弹性。

可以通过远程教育的方式,使学员提前在国内开始学习相关课程,先期开展汉语技能、专业汉语的培训,也可通过根据企业的具体要求提供量身定制的专业汉语课程,如经贸汉语、科技汉语等,或者为高端学员制定长期的个人汉语学习计划,不断帮助其提高在华的工作和生活能力。

3.1 培训内容设计

3.1.1 培训内容模块化

考虑到学员不能全力以赴学习,学习时间有限,而且急用先学的个性化学习需求特征比较明显,所以,为了使其尽可能获得较好的教学效果,可将教学内容划分为多个模块,按模块来教学,一是可以现学现用,二是便于各个击破。

3.1.2 课程内容

“商务汉语教学不应该只是教商务交际活动语言,而首先应该教日常生活语言,只不过这些商务人员的日常生活交际内容与其他人有所不同。比如,跟其他人比较,商务人员经常参加各种宴会,在比较高级的场所购物和消费,有更多的机会面对公司里的中国司机,在他们的中国家庭里可能有保姆,等等,这些情况下他们对语言的需求是针对他们的生活。所以,商务汉语也应该教商务人员日常生活和社交活动所需要的语言技能。”⁴

对于企业的汉语培训也会遇到同样的问题,所以,生存汉语、中国概况、中华文化及跨文化交际、公司文化及概况等都是需要培训的内容。

“网上北语”(eBLCU.com)为企业培训设置的课程主要有:

- 通用汉语课程:教授汉语基本的语音、词汇、语法,通过交际功能和模拟场景教学,解决学员用汉语生活、交流的基本需求,并帮助学员得体表达。
- 专业汉语课程:教授跟企业相关的专业领域(如:商务、旅游、医务、民航、法

⁴ 张黎,商务汉语教学需求分析,语言教学与研究 2006年第3期。

律等)的汉语常用词汇或用语,通过本领域常涉及到的功能和场景教学,加强学员用专业汉语进行沟通的能力。

- 中国文化课程(英文授课):教授学员感兴趣的相关中国文化知识,通过专题讲座的方式,可自由选择 and 组合感兴趣的话题和内容,进一步了解中华文化和中国人的思维方式。
- 当代中国课程(英文授课):通过介绍当代中国各方面的情况和企业专业领域的现状,帮助学员进一步了解的当代中国。

除了以上课程外,还可以为企业或高管定制个性化的课程和学习内容。

3.2 远程培训模式设计

“在网络教学中如何安排教学、如何吸引学员、如何与学生互动、如何与学生建立师生感情等等,都是虚拟环境下汉语教学研究的课题。”⁵所以,培训模式的设计也是关键之处。

企业学员不能完全依靠面授来学习,远程教育由于随时随地、灵活方便而越来越受到企业的青睐。远程教育弹性的教学模式更适合企业学员的特点。

在教学手段上采用在线视频教育结合多媒体课件学习,以及电话、邮件等答疑辅导的方式进行。为学员设计好每天的学习计划和目标,把课件的功能充分发挥出来,让学生分步分段地学习课件内容,以 10-20 分钟作为一个教学单元,学员不用拿出整块时间才可能开始学习,而是只要有一点儿空闲,在网络环境中就可以用于学习。并通过灵活的预约方式,与教师预约在线视频课程,视频课程也以学员的时间来确定,学员随时可以进入学习状态。

在线视频课程突出以学生为主体,以问答式、讨论式,学员和企业主动参与为基础,整合学员的知识储备和个体经验,加强其语言表达的准确性和得体性等交流沟通能力,促进学员主动参与学习,提高学生用汉语进行高效工作和生活的能力。

4 结语

远程企业汉语培训的教学模式还缺乏比较深入的研究,也没有较成熟的范式,还需要在实践中不断地探索和完善。本文仅对“网上北语”(eBLCU.com)的企业汉语培训的教学实践经验进行了总结和思考。希望能够为有志于参与远程企业汉语培训的机构起到借鉴和参考的作用。

参考文献

- [1]崔希亮,汉语国际教育“三教”问题的核心与基础,世界汉语教学,2010年第1期
- [2]雷 莉,韩国三星集团的汉语教学,世界汉语教学,2006年第1期
- [3]刘 巍,商务汉语教学与跨文化交际能力培养,高教研究,2010年4月刊
- [4]覃俏丽,对外商务汉语中的文化因素及其教学,现代语文,2009年第8期
- [5]徐 时,以三星为个案研究对象的韩国企业汉语培训模式研究,安徽文学,2011年第1期
- [6]张 黎,商务汉语教学需求分析,语言教学与研究,2006年第3期
- [7]赵雪梅,远程对外汉语教学的实践与探索,第八届国际汉语教学讨论会论文集,2007
- [8]赵雪梅,数字化汉语教学模式浅析,数字化汉语教学的研究与应用,2006

⁵ 崔希亮,汉语国际教育“三教”问题的核心与基础,《世界汉语教学》2010年第1期。