

“互联网+”背景下电子商务汉语的学习需求调查与分析

皮奕 Dharm Dev Bhatta

(桂林航天工业学院 广西桂林 541004)

摘要: 电子商务汉语已经成为众多学校为留学生开设的一门“中文+职业技能”课程。本文以需求分析理论为指导,分析留学生对这门课程的学习需求。根据调查结果提出有针对性的建议,以提升电子商务汉语的教学效果,让电子商务汉语教学能够更好地满足留学生的需求。

关键词: 互联网, 电子商务汉语, 学习需求

随着网络技术的快速发展,电子商务近年来发展非常迅速。电子商务行业涉及范围较广,专业性较强,需要具备中文沟通能力,培养语言素养和电子商务实践能力的国际化复合型人才。

桂林航天工业学院于2020年开设了这门课程,教学对象是泰国华侨崇圣大学短期交流生。从汉语水平来看,这些留学生大部分在HSK4级-5级之间,掌握2000个词语左右。从年龄来看,大多分布在18-22岁之间,学生的学习态度认真,积极性较高。本课程没有针对留学生使用的专门教材,所学内容主要参考了国内电子商务专业的本科教材。通过调查留学生的学习需求,并基于留学生的学习需求,探索电子商务汉语课的汉语教学新模式,提高这门课程的教学效果。

一、基础理论与研究背景

1. 电子商务汉语

专门用途汉语(CSP)是我国学者王若江首次提出的,它是指汉语教学与某种特定领域相结合,从而衍生出以专业性为主的理工科专业汉语、中医汉语等;以掌握语言要素与语言技能为主的商务汉语、经贸汉语等。由于电子商务的发展,对电子商务方面的人才也越来越多,近年来很多学校纷纷开设了这门课程。

2. 学习需求分析理论

需求分析理论最初主要用于专门用途英语研究。如今,它已经广泛运用到各行各业。Long(2011)指出:“学习需求是指个体在学习活动中感到有某种欠缺而力求获得满足的心理状态。”¹ 本文将根据Long的需求理论,结合Hutchinson和Waters(2002)的需求模型来分析留学生对电子商务汉语课程的需求。

二、电子商务汉语学习需求调查设计

1. 调查对象

本文所调查的对象为2022年-2023年在桂林航天工业学院国际教育学院学习电子商务汉语这门课程的留学生,这些留学生来自泰国华侨崇圣大学,共计36人,其中2022年16人,2023年20人。

2. 调查目的

通过调查留学生对电子商务汉语这门课程的需求,了解他们学习电子商务汉语这门课程的目标、对教师和教学的期望,以及在学习过程中所遇到的问题。通过分析留学生的调查结果,总结这门课程教学中存在的一些问题,提出相应的解决策略,进一步完善电子商务汉语课的教学。

3. 调查问卷的设计

本研究采用Hutchinson和Waters(2002)提出的需求分析模型为基础,对本文所探讨的问题进行了针对性的修订和细化。为满足研究目的,我们在此基础上,制定了名为“电子商务汉语学习需求调查问卷”的调查问卷,问卷内容涵盖了留学生对商务汉语课程设置、课堂教学方式等方面学习需求的调查。

三、调查结果分析

调查采用问卷星的形式,共收到36份调查问卷。性别方面,女生占86.11%,男生占13.89%。根据统计结果,我们可以得出留学生的需求情况如下:

关于电子商务汉语内容的调查分析,我们将电子商务汉语内容调查项目大体分为电子商务的内涵、电子商务模式、网络营销等11个方面。留学生感兴趣比例最高的分别为“电子商务的模式”和“网络销售”,占69.44%。另外受求职需求的影响,他们对电子支付及安全、电子商务物流、移动电商、农村电商、跨境电商、电子商务法的关心程度也很高。因此在课堂教学中,教师可以针对留学生感兴趣的内容适当的侧重讲解,以满足留

学生的学习需求。

关于这门课程实用程度的调查, 调查显示, 所有留学生认为电子商务汉语在不同程度上是实用的, 其中 55.56% 认为是很实用的, 44.44% 认为是比较实用的。这说明对于留学生来说, 学习电子商务汉语有利于他们的就业, 寻找合适的工作或者进行电商创业。

关于电子商务汉语难易程度的调查显示, 33.33% 认为电子商务汉语是非常难的, 63.89% 的留学生认为是比较难。这说明这门课程对留学生来说是有一定难度的。究其原因, 留学生认为这门课程最难的是电子商务理论知识, 占 80.56%。其次是电子商务术语, 占 58.33%。还有一部分学生认为汉语语法知识也较难, 占 44.44%。这表明目前留学生在学电子商务理论知识和术语方面遇到了困难。因此, 教师应运用通俗易懂的语言, 采用生动、多样的多模式教学方法, 帮助学术理解电子商务理论知识或者相关术语, 以减轻留学生的认知负担。同时, 开展丰富的教学实践活动, 模拟真实的典型的电子商务工作场景, 学生运用所学的专业理论知识和语言知识进行场景对话, 帮助学生更深刻地理解和记忆所学内容。

关于留学生对教师的需求方面, 69.44% 的留学生认为教授电子商务汉语的教师应具有电子商务知识和汉语语言知识, 两者缺一不可。这对授课教师提出了较高的要求, 需具有丰富的语言知识和专业知识。如何针对国际中文教育教师增加电子商务知识和提高电子商务实战经验, 这是一个跨学科的问题, 需要多方面积极探索其解决途径。

关于课程设置的需求方面, 44.44% 的留学生希望每周学习这门课程的时间是 2 节。目前每周电子商务汉语课是 3 节课, 3 节课连上容易造成留学生比较疲倦, 注意力下降, 不太符合留学生对课程设置的需求。在班级人数设置方面, 55.56% 认为 10-20 人的班级是较为合适的。目前现有的班级人数已经超过 30 人, 不符合学生的需求。

关于留学生对这门课程教学的需求方面, 大部分留学生表示比较满意。对于教学模式, 58.33% 的留学生认为采取线上和线下结合的教学模式, 22.22% 的留学生认为是线上教学, 19.44% 认为是线下教学。过去两三年受疫情影响采取线上教学的教学模式, 线上互动的效果不如线下, 教学效果受到影响。目前已恢复线下教学, 教学效果有所改善。

对于教学方法, 在教师讲授、看视频、分组讨论、听电子

商务知识讲座、模仿实际商务场景表演、社会实践(参观企业或商务机构)这六种教学方法中, 调查显示, 留学生最喜欢的教学方法是“教师讲授”、“看视频”、“分组讨论”这三种教学形式。而电子商务汉语是一种专门用语, 是从事电商活动的必需语言。“教师讲授”并不符合语言交际性的特点以及“精讲多练”的教学原则, 因此在教学过程中教师应结合学生的需求, 灵活运用这种教学方式。

关于纠错方式, 调查发现, 选择“及时纠错”的人数(占比 47.22%) 明显优于其他选项, 41.67% 的留学生认为要私下(课后)再指出, 也有 36.11% 的留学生认为是启发式间接指出。

四、结论

作为一门专门用途汉语, 电子商务汉语的课程设置、教学目标、教学内容、教学方法、教学模式等都要体现专门性和专业性。此次泰国华侨崇圣大学留学生的电子商务汉语课程的学习需求的调查结果, 可为电子商务汉语的课堂教学、教材编写等提供一定的参考。同时也希望这门课程的授课教师能从此次的调查结果中, 了解留学生对这门课程的真正需求, 通过调整教学内容、改进教学方法等, 提高学生对这门课程的满意度。

参考文献:

- [1]冯传强.互联网+时代的商务汉语学习需求调查分析[J], 汉语国际教育学报, 2020(10)
 - [2]权执.来华韩国留学生商务汉语学习需求调查与分析——以上海经大学与复旦大学为例[D].上海: 复旦大学, 2013
 - [3]赵鹏程.多模态理论在中级汉语综合课教学中的应用[D], 内蒙古大学学位论文, 2022
 - [4]Long, M. H.第二语言需求分析[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 剑桥大学出版社, 2011
- 2021 年校级科研基金“‘互联网+’背景下汉语留学生的线上学习需求分析”(编号: XJ21KT02)的阶段成果; ②广西教育科学“十四五”规划《新媒体视域下国际学生知华教育的实施路径研究》(2021ZJY1699)的阶段成果; ③2022 年度校级重点课程建设《中国概况(B)》的阶段成果
- 作者简介: 皮奕(1985.4), 女, 汉族, 湖南长沙人, 研究生, 副教授, 研究方向: 对外汉语教学及现代汉语。
- Dharm Dev Bhatta (1985.01), 男, 尼泊尔籍, 博士, 研究方向为语音教学和文化教学等。