

# 商务汉语拒绝言语行为研究

## ——以电商客服会话为例

陈千红

杭州师范大学 人文学院 浙江 杭州 311121

**【摘要】**：随着国际中文教育事业的不断深入发展，将汉语教学与特定职业领域相结合的需求日益凸显。本文聚焦于“中文+电商”这一典型场景，选取了中外电商平台淘宝与亚马逊的真实客服会话为语料基础，研究其中高频出现的拒绝言语行为，系统分析其语用规则与文化内涵。同时结合汉语作为第二语言教学中的英语母语者的习得难点，旨在为商务汉语的场景化教学提供实践参考，帮助国际学生掌握电商客服场景中拒绝言语行为的语用策略，提升跨文化商务沟通能力。

**【关键词】**：国际中文教育；电商客服会话；拒绝言语行为；汉语作为第二语言教学；跨文化沟通

DOI:10.12417/2705-1358.26.06.020

### 引言

国际中文教育作为一门应用性较强的交叉性学科，其教学目标不仅是让学习者掌握汉语的语法和词汇，更在于培养其得体的跨文化交际能力。汉语作为第二语言教学中的语用教学，即教学生根据特定的语境、对象与文化规范恰当地使用语言，这是当前教学的难点，学习者常常出现“语法正确，语用失当”的问题。对于国际学生来说，要进行成功的交际，不仅要说得准确，还要说得得体。语用能力欠缺的学习者，在二语习得过程中，容易产生语用失误，使人觉得缺乏礼貌或语言太过生硬。

言语行为这个术语是由语言哲学家 Austin (1962) 提出的，后来在另一名语言哲学家 Searle (1969) 那里得到发展，指通过语言实施特定社会行为的过程，其实现需依赖共同背景知识、推理能力及规约性条件。该理论认为说话行为包含三个层面：传递字面意义的言内行为、表达意图的言外行为以及引发实际效果的言后行为。

Searle (1969) 将言语行为分为五类：阐述类、承诺类、指令类、表达类和宣告类。拒绝言语行为属于承诺类言语行为，是威胁面子的言语行为，在交际过程中不是听话人希望得到的回答，因此说话人常采用多种礼貌策略以减缓威胁程度，尽量不伤害交际双方的面子。由于涉及较多礼貌和面子的问题，这对于国际学生来说是较难掌握的。

在数字时代，人们的消费行为与社交活动已深度融入网络空间。网购作为当下主导的消费模式，伴随着的是人际沟通向网络平台的大规模迁移。电商客服与消费者之间的互动作为当下人们沟通交际的典型场景，其会话中高频出现的拒绝言语行为（如拒绝降价、拒绝退换货等），是研究汉语语用规则的绝佳观察窗口。对于中高级国际学生而言，若仅掌握日常用语“不行”、“不可以”等直接拒绝方式，在实际商务沟通中极易引

发冲突。因此，解析此类场景下的汉语拒绝策略，并将其系统地融入对外汉语课堂，具有重要的现实教学意义。

### 1 中西方客服拒绝言语行为对比分析

本文选取中国淘宝平台与西方亚马逊平台客服沟通语料中的代表性拒绝语案例，一方面剖析中国网购场景下拒绝言语行为的具体表达方式与语用策略；另一方面，基于亚马逊平台客服拒绝言语行为，解析英语母语者及西方思维主导下拒绝言语行为的核心特征，进而揭示中西方拒绝言语行为的语用差异与深层文化内涵，为后续探究国际学生汉语拒绝言语行为的习得难点、提炼针对性教学启示提供真实语料支撑。

中国淘宝平台例句如下：

例 1：亲，非常抱歉！关于您的退换货申请，我们仔细查看了。因为宝贝您已穿过并洗涤，影响二次销售，根据平台规则和我们的退换货政策，确实无法为您办理，还请您理解。

例 2：抱歉亲亲，虽然无法退换，但如果您对产品有不满意的地方，我们可以为您提供 5 元的补偿红包，您看这样可以弥补一下您的损失吗？

例 3：亲，实在不好意思，我们已经第一时间为您发货了。物流在途中的速度是我们无法控制的，但我们和您一样希望宝贝能快点到您手上。请您再给快递小哥一点时间，谢谢您的理解！

西方亚马逊平台例句如下：

例 1: I'm sorry, we can't issue a refund for you as it is outside the return window.

例 2: Unfortunately, we are unable to honor your request. All of our products are fulfilled by Amazon, so we need you to contact

Amazon directly.

例3: I am sorry that I am unable to assist you on this occasion. I have checked the order which shows the original purchase date was April 24th 2022. Our warranty covers the product for 1 year from the date of purchase.

在电商行业特别是客服沟通中,拒绝是富有挑战性且威胁面子的一个交际环节,在这一言语行为下的策略选择也是反映不同文化价值观最敏感的试金石。中国客服的拒绝语用策略可以归纳为“表达歉意,委婉拒绝,情理兼施,替换方案,保全面子”,力求让拒绝在最小化关系损伤的前提下被对方接受。从语言形式上看,具体表现为:第一,避免直接否定,很少使用“不行”“不可以”“不能”等态度强硬坚决的措辞,而是用“非常理解您的心情,但是……。”或“这个情况我帮您反馈一下,请您稍等。”等这类模糊语或缓冲语来安抚对方并为实施拒绝言语行为做好铺垫以软化拒绝表达;第二,将个人从否定者的角色中分离出来,通常倾向于把拒绝原因归咎于公司规定或规章制度限制;第三,在拒绝前后都会表达同理心和共情力,如“我特别理解您的心情”“实在抱歉,给您添麻烦了”等以博取理解;第四,即便拒绝对方的核心诉求,但通常会提供替代方案或小额补偿,比如优惠券或者赠品等,以此尝试修复和维系双方的关系。从文化内涵上看,淘宝客服的这一拒绝策略体系深深植根于中国高语境文化,是中国传统市场街区与数字化网络平台的融合,始终注重的还是人与人之间的情感连接,传递出的真正的拒绝义需要听话人从“考虑一下”“下次”等委婉表述中自行解码,沟通的核心在于维系表面的和谐氛围,源于集体主义文化中对“以和为贵”价值观的高度重视。从面子管理上看,整个拒绝过程鲜明体现了中国文化“情理法”的位阶关系,即沟通必须“情”字为先,用“情”来软化“法”的冰冷,从而实现既执行规则又维护关系的双重目标。

与中国客服拒绝语不同的是,西方客服的拒绝语用策略核心在于“清晰直接,尊重规则,说明理由”。从语言形式上看,常以“I am sorry that……”“Unfortunately, we are unable to……”等程式化结构开头,传递明确的否定信息,该拒绝行为源于客观规则而非个人判断,并告知客户直截了当的理由。在西方“sorry”一词并不总是表达道歉义,常常用来表达一种礼貌的社交习惯和展示尊重的方式。从文化内涵上看,亚马逊客服的这一拒绝策略植根于低语境文化,其背后是个人主义和规则导向的价值观,沟通聚焦于事情本身而非人际交往,将维护规则的公平性和一致性视为对每一位客户作为独立个体的尊重。从面子管理上看,人们更加倾向于直接、坦率地表达自己的观点和看法,任何模糊的信息和含糊其辞的表述会被认为是不真诚和不专业的表现。最后,普遍主义原则构成了该策略的道德基石,“规则面前人人平等”的信念使得以政策为由的拒绝天然

具备正当性,因为它排除了个人好恶与特殊对待的可能性。

## 2 国际学生拒绝语习得难点分析

基于上述中西方拒绝言语行为的语料分析,并且在观察商务汉语课堂教学的基础上,总结国际学生在实施拒绝言语行为特别是在商务交流场景下,主要呈现出以下几个方面的习得难点:在语用规则层面,学生容易混淆在日常生活与朋友的交流和商务场景下与客户的交流的表达规范,将“不行”“不可以”等直接拒绝方式不适当地迁移至客服场景等语境中,未能充分体现中文客服中礼貌优先的交际原则,也缺乏致歉、解释等必要缓冲话语。另外,学生对汉语交际中的“面子文化”理解尚浅,面子文化深深植根于中国社会结构中,维护个人和集体的面子被视为一种基本的社交礼仪。在语言表达层面,学生的表述较为单一,词汇上未能掌握“暂时还不确定”“较难满足您”等这些具有缓和功能的符合商务沟通语境需要的委婉表达,学生在完成核心拒绝行为后缺乏说明解释和给予替代方案等修复关系的辅助策略。

总的来说,学生对职业语境的跨文化语言交际和适应能力存在不足,难以根据具体情境灵活调整表达方式,以及对汉语的行业术语掌握不足,影响拒绝理由的专业性表达,以及对客服角色使用语气词的掌握不到位,造成语言表述较为生硬。

## 3 对跨文化适应和教学的启示

汉英电商客服拒绝言语行为的差异本质上是中西方不同文化取向和思维方式的具象化体现,这种数字化网络生活中的语言交际语料更加贴近当下人们的真实生活,为国际中文教育的课堂提供了鲜活的教学案例,也同时为国际学生的跨文化适应指明了方向。无论是对国际中文教师的教学实践,还是对国际学生的汉语学习,以特定语境下的汉英语用差异为切入点,对于实现从语言形式到文化内涵再到交际能力的逐步提升和掌握来说都至关重要。

### 3.1 对国际学生跨文化适应的启示

对于国际学生自身而言,主动适应中文语用规则是跨文化交际的关键。需要了解中国淘宝客服拒绝言语行为的表达并非含糊其辞或效率低下,而是基于中国人的集体主义文化取向,人们不自觉地“贬己尊人”,反映到商务活动中即基于“面子观”而遵循“求同”的语用准则。学生可以通过淘宝平台跟人工客服对话或观看一些带货直播来感受中文语用行为的特点。

### 3.2 对商务汉语教学的启示

在教学方法上,教师可以采用语境化教学,把教学内容与特定语境或场景结合起来进行教学设计,需要指出拒绝言语行为在日常生活的表达和商务场景下的表达之间的差异,并注重知识在具体语境下的应用,促进专业知识和职业技能相结合。

另外,对于商务汉语教学来说,需要基于实用性原则,注重对于拒绝言语行为的实用性和需求分析,例如在客服处理场景中,学生需要掌握道歉、委婉拒绝、理由说明、替换方案、祝福等一系列表述逻辑。

在教学内容上,应该与时俱进,突破传统教材的局限。教师可以将电商客服语用差异转化为实时运用的教学资源,有选择性地引入如淘宝客服对话、直播带货话术等真实电商语料,尤其在中高级学生的课堂教学中强化语用对比内容,让学生能够真实感受到数字时代中文鲜明的特色与演变。

在文化差异上,教师需要充分关注到国际学生的母语文化背景,本文所选的语料以英语母语者美国和英国等这些国家主流网购平台 Amazon 为例,那么教师应该对比中西方在语用表达上的差异,分析学生可能会产生母语负迁移的语法点,有针对性地预防,以及清楚地展示不同语言形式下更深层次的文化涵义,引导学生理解背后所承载的文化观念。再例如 Shopee 是泰国和越南主流的网购平台,那么教师同样可以根据其语用特征进行分析,以实现跨文化语用教学的系统性与适应性。

#### 4 结语

商务汉语作为国际中文教育的重要组成部分,其中国际中文教育的核心命题之一是解决跨文化沟通中的语用冲突,这一

命题在商务汉语中体现得尤为突出,更加明确国际中文教育的价值不仅在于语言教学和文化传播,更在于为全球跨领域合作提供沟通交流支撑。本文研究的电商客服场景中的拒绝言语行为,既是跨文化高频沟通场景,也是语用教学的重难点。通过对几组筛选提炼的中外客服真实语料的对比分析,明确了中西方在拒绝言语行为的语用差异,并据此对国际学生拒绝语用难点进行分析,得出一些对于教学和跨文化适应的启示,提升学习者在电商语境中得体的拒绝能力。

本研究的不足之处在于未能进一步收集并分析以英语为母语的商务汉语学习者运用拒绝言语行为的动态语料,并且未通过实证教学来验证上述得出的启示的有效性。未来进一步研究可从以下几个方面深入调研拓展:一是扩大语料来源,进一步收集更多客服语料,形成一个有效的语料库,并且收集分析英语为母语的商务汉语学习者运用拒绝言语行为的动态语料;二是增加学习者实证研究,通过问卷调查、口语访谈等方法,验证学生在用汉语实施拒绝言语行为时,英语语用思维造成母语负迁移的表现和实际语用迁移的过程;三是开展教学实验,对比传统教学与本研究提出的一些教学策略的效果,为商务汉语语用教学提供更精准的结论;四是涵盖其他交际领域,可拓展至其他言语行为,例如请求、道歉等言语行为,以验证和丰富语用迁移理论,持续为教学实践提供思路。

#### 参考文献:

- [1] John R.Scarle.言语行为:语言哲学论[M].北京:商务印书馆,2023.
- [2] Nunan,D.第二语言教学与学习[M].北京:北京师范大学出版社,2009.
- [3] 朱燕.二语学习者文化语用能力研究[M].北京:人民日报出版社,2018.
- [4] 郭银玲.英汉拒绝言语行为中的文化映射[J].社会科学家,2012,(S1):302-303.
- [5] 贺宇涛.商务活动的跨文化交际[J].商业现代化,2006,(06):37.
- [6] 楼益龄.对外商务汉语的语用认知及其教学策略[J].云南师范大学学报(对外汉语教学与研究版),2010,8(02):43-47.
- [7] 沈庶英.来华留学生商务汉语实践教学探索[J].语言教学与研究,2014,(01),45-50.
- [8] 王帅.面向第二语言教学的汉语拒绝行为研究[J].对外汉语研究,2018,(02):70-83.
- [9] 张艳.语境化教学与产出导向法下的“一带一路”沿线国职业汉语系列教材编写[J].华文教学与研究,2023,(03):79-86.
- [10] 朱跃,李家玉.中英商业购物中“拒绝”言语行为对比研究[J].外语教学,2004,(01):15-18.