

## 关于经贸汉语教材建设的回顾与构想

张燕波

**提要** 本文回顾了近年来经贸汉语教材建设事业的发展,认为在进入新世纪以后,相关教材的编撰无论在数量上、在教材内容的拓展上还是在教材编写理念的创新上都有了不小的突破,文章还对今后经贸汉语教材的继续建设提出了两点建议。

**关键词** 经贸汉语 教材建设

随着中国经济的发展和国际地位的不断提升,在华从事商贸活动的外籍人士与日俱增,来华留学生的格局也开始发生变化,学历生的比例明显上升,其学习经贸汉语的需求更是迅速增长,汉语成为全球最新的强势语言。时至今日,对于许多外籍人士与留学生而言,研究与兴趣在他们学习汉语的动机中恐怕已经退居次席,如何能够熟练地运用汉语从事商务活动、推动自身事业的发展,才是其首要目的所在。为了适应全球学习经贸汉语的需要,国家汉办委托北京大学特别开发了商务汉语水平测试(BCT),以考查应试者在商务活动及与商务有关的生活社交活动中运用汉语进行实际交际的能力。顺应这一形势,经贸汉语教材的编写也有了相应的发展,这主要表现在以下几个方面:

首先,相关教材数量有了明显的增加。据杨东升统计,自1982年《外贸洽谈500句》出版至2000年张泰平《国际商务汉语教程》的编著,此十八年间通行的经贸汉语教材屈指可数。(杨东升:2003)具体情况参见下表:

已经出版的经贸汉语教材	编者	出版社	出版时间
外贸洽谈500句	北京语言文化大学 对外经济贸易大学	外文出版社	1982年
汉语外贸口语30课	张静贤	北京语言文化大学出版社	1991年
经贸初级汉语口语	黄为之	华语教学出版社	1993年
外贸写作	赵洪琴、吕文珍	北京语言文化大学出版社	1994年
国际商务汉语	李忆民	北京语言文化大学出版社	1997年
经贸中级汉语口语	黄为之	华语教学出版社	1999年
经贸高级汉语口语	黄为之	华语教学出版社	1999年
国际商务汉语教程	张泰平	北京大学出版社	2000年

然而这一情况在近几年来得到了比较显著的改善。跨入新世纪后,随着中国起飞,尤其是在中国加入世贸之后,同世界各国在经济上的联系日益深入,来华留学生与在华外籍人士的数量也随之激增,他们对经贸汉语的巨大需求促使教学界作出回应。许多学者都

对相关教材编写的紧迫性表现出了清醒的认识。比如张永昱便曾指出现行商务汉语的教材数量偏少,“特别是高水平的精品教材较少”,“没有更多选择的余地”。(张永昱:2004)杨东升也在《商务汉语教材编写初探》一文中提到“现有的商务汉语教材不能满足需要”。(杨东升:2003)是以,为了更好地推动经贸汉语教学工作的开展,满足学生对经贸汉语学习的需求,一批新教材应时而生。据笔者初步统计,2000年以后诞生的新教材大致有以下几部。

已经出版的经贸汉语教材	编者	出版社	出版时间
经贸汉语阅读与写作	哈嘉莹	外语教学与研究出版社	2003年
经贸汉语中级教程	董瑾	外语教学与研究出版社	2004年
经贸汉语高级教程	罗陈霞、朱彤	外语教学与研究出版社	2004年
经贸汉语听和说	邓如冰	外语教学与研究出版社	2004年
经贸洽谈 ABC	刘丽璞	北京语言文化大学出版社	2004年
汉语商务通:中级阅读教程	董瑾	北京大学出版社	2005年
汉语商务通:中级听力教程	董瑾	北京大学出版社	2005年
汉语商务通:中级口语教程	董瑾	北京大学出版社	2005年
商务汉语入门:基本礼仪篇	沈庶英	北京大学出版社	2005年
经理人汉语	张晓慧	外语教学与研究出版社	2005年
成功之道:中级商务汉语案例教程	袁芳远	北京大学出版社	2005年
商务汉语经济案例阅读教程	邢欣	北京大学出版社	2006年
中级商务汉语教程	王惠玲 黄锦章	北京大学出版社	2004— 2007年
实用商务汉语	包文英	华东师范大学出版社	2007年
商务汉语广告案例阅读教程	邢欣	北京大学出版社	2008年

虽然对于蓬勃发展的经贸汉语教学事业来说,现有教材还是远远不能满足需求,无论学生还是教师,在教学过程中可供选择的教材范围仍然不够宽广,但与上世纪八九十年代相比,教材的数量却有了明显的增长。其中,《商务汉语经济案例阅读教程》、《商务汉语广告案例阅读教程》均属于《商务汉语案例阅读教材系列》,此系列另有《商务汉语营销案例阅读教程》与《商务汉语管理案例阅读教程》尚未出版。

其次,教材内容无论在时代感还是在丰富性方面都较以前有了较大的进步。如有关研究者所指出的那样,以往的教材内容多侧重于对外贸易,其内容“大多以一笔进出口交易为主线,就合同条款进行磋商,从会见到价格、交货、支付、运输、保险,最终签订合同。”(杨东升:2003)一般在全书的最后几章则会涉及“其他贸易方式和合资经营等问题”。

(杨东升:2003) 这样的布局未免会导致课程出现范围设置过于狭窄,内容太过专业化等问题,学生学习的时候也往往会觉得过于单调。再则现代社会瞬息万变,这在商业发展方面尤其如此,而以往的教材由于受时代的局限,无论从观念到规则都还是逗留在八九十年代之交的阶段,这在今天看来显然已经不合时宜。针对这些情况,新教材的编写做了很大的调整。以董瑾主编的《新世纪经贸汉语系列教程》为例,即突破以往经贸汉语教材“所拘囿的‘报价’、‘索赔’等狭义的对外贸易话题”,(董瑾:2004) 转而将视角延伸至保险业、餐饮业、零售业、广告业、农业、文化产业、房地产业、居民消费、汽车市场、营销方略等当代中国经济生活中的各个领域,贴近生活,表现出鲜明的时代气息。再以其主编的《汉语商务通》为例,教材分阅读、口语、听力三种,所选语料皆秉承贴近生活、语境真实自然的原则,内容涉及求职就业、旅游度假、商务谈判、经营销售、全球化、市场调查等方面,除了满足学生日常生活所需要的汉语表达需求以外,也为学生通往经贸专业的学习搭建了桥梁,在一定程度上实现了与商务汉语考试的接轨。

最后,教材编写理念有了新的突破。进入新世纪以来,许多经贸汉语教材除了在内容上做了调整与扩充之外,在教学手段和教学方法上也做了有益的探索与尝试。比较突出的一点就是案例教学概念的引入。案例教学法通过商务汉语案例将贴近学习者的真实生活引入到课堂教学过程之中,它以培养学习者的汉语交际能力、提高学习者的汉语综合水平为目标,以内涵丰富且紧跟时代的商务汉语案例为教学内容,让学习者通过对众多案例的阅读、分析与讨论来灵活掌握篇章内容,理解其大意,提高汉语交际能力,并接受有关经贸知识,加强有关商务技能的训练。关于案例教学,王轩《以案例为基础的汉语教学法初论》(王轩:2006) 第一次将案例教学法与对外汉语教学结合起来进行研究,此后李铭娜又在王轩的基础上专门就案例教学在中高级商务汉语教学中的应用撰文加以论述,(李铭娜:2007) 推动了对外汉语教学中案例教学法的研究。与此相对应,有关教材的编写也有了新的突破,出现了一些可供选择的案例教学教材。像张晓慧主编的《经理人汉语》(张晓慧:2005)、袁芳远编著的《成功之道:中级商务汉语案例教程》(袁芳远:2005) 以及邢欣编著的《商务汉语案例阅读教程》系列,都是这方面的先行者。以邢欣的《商务汉语案例阅读教程》系列为例,这套教材共有《商务汉语经济案例阅读教程》、《商务汉语广告案例阅读教程》、《商务汉语营销案例阅读教程》和《商务汉语管理案例阅读教程》四种,其中《经济案例阅读教程》和《广告案例阅读教程》已经出版,而后两者则尚未付梓。这套教材用实在的案例告诉读者成功企业的经济策略、广告策略、营销策略与管理策略,至于案例中出现的企业更以中国本土的知名企业为主,它们的成功之道对于经贸汉语的学习者来说无疑是非常理想的材料。在语言教学上,这套教材采用了功能、结构与文化相结合的方法,每节课文均有“导语”和“背景介绍”以帮助读者理解课文内容;有“小常识”介绍相关经济概念,帮助读者开阔视野,增加学习兴趣;又有“生词”、“商务词语及新词语解释与搭配”帮助读者正确理解词义并掌握其用法;还有丰富多样的“练习”帮助读者巩固所学的经贸汉语知识,体现了编撰者的良苦用心。自然,由于案例教学法本身有着不可避免的缺点,比如对于学习者来说,除了要求他们具备中高级汉语水平以外,还要求他们有足够的学习主动性与热情,有较好的口语水平和较强的发言欲望,以及各种经验性的知识等等,这也决定了案例教学教材不可能适应所有的学习者。不过无论如何,它都代表了一种新的理念,丰富了经贸汉语教材编写的形态,也给学习者提供了多样的选择。

相关的进步与发展固然令人欣喜,却并不意味着我们就此可以止步不前,事实上,还有很多方面需要继续改进。以下略表两点建议。

第一,经贸汉语教材应该适当增加门类。经贸活动是经济活动和商贸活动的合称,盛光希就曾据此将经贸汉语划分为经济专用汉语与商贸专用汉语两大类,认为“前者主要

用于生产经营、经济管理领域”,后者则“主要用于流通领域的商务、贸易活动,可称之为商务汉语,突出地表现为交际性特征。”(盛光希:2006)确实,由于经贸活动本身涉及的范围十分广泛,相关教材也应该适当地增加一些门类。比如从经贸交际范围来看,其与语言交际直接有关的大致可分为三类。第一类包括公共关系、广告、销售、服务等内容;第二类包括技术文献、资料、产品使用说明等的撰写;第三类则包含国际谈判、签订合同、函电往来、专业用语翻译等内容。(钱敏汝:1997)如果据此分类,经贸汉语就可以细分为公共关系汉语、广告汉语、营销汉语、应用汉语、谈判汉语、函电、网络汉语、电子商务汉语等等。

第二,要注重相关文化背景与文化知识的导入。不同的民族由于历史经历的不同,彼此的文化内涵也各有差异。以道德禁忌来说,一些国家对于“星期五”和数字“13”颇有忌讳,而在中国,“4”才是不受欢迎的数字。又比如中国人听到“You are a lucky dog”这样的话,多半会感到不快,因为在汉语中“狗”这个词多数是用来骂人的。而在西方国家,人们对狗的喜爱却甚至超出他们对家庭成员的喜爱,“You are a lucky dog”只是表示你是个幸运儿。再以经济观念而言,西方国家流行AA制,这在中国被认为是小气和感情不够深厚的表现。与西方社会不同,许多中国人在请客吃饭时通常会尽量多点菜,并拼命抢着付账,但是在一些外国人眼中,这样的举动却可能会被认为是热情过头。经贸活动从来都是人与人之间的交往与交易,因而对于经贸汉语的学习者来说,专业知识的掌握固然重要,文化背景和文化知识同样不能被忽略。以进出口贸易为例,上世纪六十年代中期,美国通用汽车公司曾向墨西哥推出“Chevole Nova”牌汽车,然而销路极差。经调查后才发现,原来“Nova”在西班牙语中是“走不动”的意思,当然没人愿意买这种车了。可见,如果对对方的文化禁忌与文化背景了解不够深入的话,文化因素往往会成为跨国贸易的阻碍。如何避开阻碍,使文化因素成为推动经贸活动的正面力量,就需要编撰者技巧地将相关内容融入到教材之中,使学习者了解中国人的风俗习惯、道德禁忌与行为方式。

距离《外贸洽谈500句》的出版,时间过去无非短短的27年,然而它对于经贸汉语教学事业的发展来说,却是意义重大。而随着中国起飞,社会经济持续发展,经贸汉语的学习热潮也必将继续。因此,如何顺应形势的发展,在已有的基础上更进一步,编撰令学习者满意的教材,巩固并丰富经贸汉语的教学体系,仍将是今后相当长一段时期内教学界同仁需要共同努力的目标。

#### 参考文献

- 董瑾. 经贸汉语高级教程[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2004.
- 李铭娜. 案例教学法在中高级商务汉语教学中的应用研究[D]. 吉林大学硕士学位论文, 2007.
- 钱敏汝. 经济交际纵横谈[J]. 国外语言学, 1997, (2).
- 盛光希. 论经贸汉语的语体特征[J]. 当代经理人, 2006.
- 王轩. 以案例为基础的汉语教学法初论[M]. 北京: 北京语言文化大学出版社, 2006.
- 袁芳远. 成功之道: 中级商务汉语案例教程[M]. 北京: 北京大学出版社, 2005.
- 杨东升. 商务汉语教材编写初探[J]. 辽宁工学院学报, 2003, (1).
- 张晓慧. 经理人汉语[M]. 北京: 外语教学与研究出版社, 2005.
- 张永昱. 新一代商务汉语教材建设的初步构想[J]. 东北财经大学学报, 2004, (4).

(张燕波 厦门大学海外教育学院)