

## 15.

# 商业汉语教材的选择、使用和课堂效应之间的关系

马佳, York University, Canada

本文根据本人在加拿大两所大学教授此类课程的经验,就商业汉语(中文)教材的选择、使用和课堂效应之间的关系等方面进行探讨,以期找出规律,有效地提高教学质量,借以推动商业汉语教学的发展和完善。

### 1 • 教材选择

按国别分:加拿大的大学一般会选用中国或者美国编写的教材。以我任教的两所大学为例,滑铁卢大学(University of Waterloo)选用了中国的*汉语外贸口语 30 课*(北京语言大学出版社,1991 年第一版,2005 年第 13 次印刷),而在约克大学(York University),我们则选用了袁芳远编写的 *Advanced Business Chinese: Economy and Commerce in a Changing China and the Changing World* (New Haven: Yale University Press, 2004)。之前,我们在 2004-05 的高级汉语课程中已经尝试性地选用了 Jane C.M. Huo 编的 *Open For Business, Lessons in Chinese Commerce For the New Millennium, Vol. One*。

按内容分,主要有两类:

专题化:如*汉语外贸口语 30 课*就比较具体,由于编写的年代相对靠前,正好赶上中国外贸的上升期,所以应该是从英语外贸口语派生出来的,当时对于一些掌握了中级以上汉语,急于抓住机会和中国做外贸生意的留学生或者外国学生来说,该是切中肯綮,所以才有十几次的重印和可观的印数。但到了 2000 年以后,随着中国国际贸易的发展和细分,加上中国国内为外国留学生设立了相应的外贸专业,同时,大量的国外学生选修 MBA,本身也设置了类似的专业课,这类口语课本在公共课的使用中显出了难以定位的问题。

综合兼顾类:*Advanced Business Chinese: Economy and Commerce in a Changing China and the Changing World*是 2004 年编辑出版的,通过五个单元(five units)将世纪之交在经济、商业和贸易方面的重大热点问题加以分门别类,每个单元设若干个课目,以此形成一个关联的体系。如第一单元的“中国经济与世界贸易组织”中,下设四课,第一课简介世贸,之后的三课以入世后的中国为中心,分别从“机遇与挑战并存”,“对外贸易新战略”和“企业怎么办”三个主导方面拆解入世对中国经济的全面影响。每课还设有“案例分析”,使学生对国际和中国的经济既有宏观的认识,又有具体的了解。同时,课本还兼顾到了语言课本本身的特点,除了对生词加注拼音和给予英文注解外,每一课都有针对性的语言练习。

所以,在公共课的范畴下,第二类的课本更具备针对性和实用性。首先,它适应了加入 WTO 和经济全球化的大背景;其次,也反映了中国经济在世界经济中的越来越突出的地位;第三,它的编辑体例更适合北美的教学环境。再则,第二类课本内容涵盖面更广,更具普适性,因为从教育学行为教学理论(behavioral education)的角度来说,和现实紧密相联的课程,才更容易为学生所理解和接受。

## 2·教材使用

其实，商业中文教材的特点在于它的兼容性，既是高级语言教材，同时又有一定程度上的专业色彩以及应用性，故有别于其它的公共汉语教材。因为中国和世界经济状况一直在不断的变动中，新的经济形态必然产生新的语言和词汇，另一方面，淘汰的经济形态使得一些语言和词汇落伍陈旧乃至某种程度的消亡，这样的语言变化显然是商业中文特有的。从2004年开始教授不同类型的商业汉语，笔者有以下的一些经验和总结。

随“人”应变，切忌照本宣科，必须有所剪裁，突出重点：每一届学生的情况都有很大差异，滑铁卢大学06年秋季班16个学生，专业纷呈，有计算机、经济、精算、甚至还有已经在加航工作的非全日制学生，所以，我加入了电影《老店》，除了增加学生的兴趣，电影的视觉效果和形象地呈现文化的特征，让学生对中国的商业文化有了更直观、生动的印象，对于过于局限于商贸领域的*汉语外贸口语30课*，这种方式在宏观上提供了商业文化内容的补充。约克大学07-08年度的24个学生则相对较整齐，大部分来自本校著名的商学院 Schulich School of Business。由于他们非常熟悉辩论的方式和内容，所以课堂上就尽量多组织辩论或者讨论，对课本上提供的一些辩论题，运用过程中，我对其中的一些题目进行了改进，以适应学生的水平。另外对一些变化中的商业或经济形态有意识地布置学生去做 research 工作，借此调动他们的潜力和专长。像中国资本市场的历史和现状，它近几年来在股权分置、扩大二版市场、多元化的趋势等方面的拓展，风险投资在中国的发展，互联网经济的发展，全球化的多重性等。还有一些概念的区别和把握，像资本 (capital) 和资本流向 (capital flow)，现金 (cash) 和现金流 (cash flow)。

添油加醋：如前所述，2004年的课本内容只能是停留在那个时段，更不用说1991年的课本，所以，必须时时增加补充材料，以跟进现实的商业经济形态。像证券市场，国际上企业的并购，中国的市场经济地位等。而有些则是课本没有涉及的新生热点话题，像人民币的升值，外资银行业务的拓展等问题。拿并购为例，开始在中国的并购，都是外资选择中国本土企业为目标企业，但近来也出现了中国大型企业收购国外同行业的案例，如中石油欲收购美国公司，中国五矿欲收购加拿大公司，联想成功收购IBM手提电脑等。

## 3·课堂效应

加强讨论和小型的查证、研究 (research)：总的来说，课堂的各种形式的辩论、讨论很重要，也很有效。可以发挥学生的潜能，加强学生之间的互动和交流，同时加深对某些议题的理解和认识。还是以中国资本市场的话题为例，课本涉及的2004年中国的资本市场起步不久，还基本上是以上海和深圳两地的以国有股为主体的单一股票市场，但三年后情况大变，中国的资本市场已经形成了由证券市场、期货市场和债券市场组成的多形式多层次的状态，并且，在股票市场上国有股一统天下的局面因自身的改革（减持、全流通、股权分置）和二版市场的成形而被打破。这些都是学生们通过课堂讨论取得的认识。还有一些概念，像资本 (capital) 和资本流向 (capital flow) 现金 (cash) 和现金流 (cash flow)，通过讨论，从语义学的角度，使学生对这些概念有了清晰的区分，从专业的角度，资本 (capital) 和资本流向 (capital flow) 是属于金融学的概念，而现金 (cash) 和现金流 (cash flow) 是在会计学范畴内的，这样的细分更有助于学生们掌握他们的具体使用。另外，除了平时让学生经常就一些语言难点，商业经济方面的概念以及热点问题做一些查证和小型研究外，两

次考试都有一定数量难易不同的问题，加上一篇 major paper，将这些有机地捆绑在一起，使学生在书面表达方面也有同步的提高。

增添互动：因为有的学生在商业或者经济方面的知识和见解要超出教师，所以教师应当随时认真倾听学生的意见和建议，有些专题甚至可以让学生来主持。这样做，无疑可以取长补短，活跃气氛，加深理解，收到教学相长的功效。

因人而异，有的放矢：俗话说得对，一定要对症下药。如果学生总体上年级较低，或者因专业的限制对一些专门的话题没有继续探讨的能力和欲望，就不要过于勉强。

#### 4· 任课教师

知识储备：商业汉语课对任课教师来说非常的挑战，因而教师应当具备必要的国际政治-经济方面的知识。因为中国的经济依然处在一个变动和上升时期，而改革开放以后的中国经济由于是出口型为主导，和世界经济的关系密切，纷争不断；再者，中国当前的经济结构虽然基本上是市场经济，但它是从传统的国营经济脱胎而来，加之现行的中国政治结构不同于西方的模式，所以，国际上重大的经济和商业上的摩擦其实都根源于意识形态上的分歧，像人民币的汇率问题所派生的“中国威胁论”。所以，教师必须广泛涉猎相关的热点问题，形成自己的见解。

商业感觉：最好有一些商业或贸易方面的 sense，由于本人曾参与过西药原料和中间体方面的国际贸易，所以，在讨论在中国本土发生的跨国企业并购的题目时，我有意选择了中国的汽车行业和中国的西药行业，两者虽然都起源于西方，且产生了不同形态的并购，但由于世界西药制药行业中的原料和中间体的绝大部分都是在中国、印度和一些非洲国家生产的，其中，中国又占有了相当的比例，所以，无论并购的形式如何，西药制药业在中国的并购在其内部都形成了你中有我，我中有你的复杂局面。明显不同于汽车制造业。因此，这样的分析对学生而言便更具有说服力。

#### 结语

总之，相对于其它类型的高级汉语课程，如报刊阅读，古代汉语、专题阅读（散文、小说）等，商业汉语在教材使用，课堂效应包括对任课教师的要求等方面都显示出了自身的特点。具体而言有以下两个方面。

从语言学的角度，商业汉语更多地体现出现实性、实用性和应用性，无疑可以帮助学生进一步全面而精细地提高对汉语的实际驾驭能力。

从文化的角度，任何一种商业或经济行为都反映出相应的文化特征。因此，从一个方面来说，商业汉语的学习可以帮助学生更好地理解中国文化，达到不同文化之间的沟通、理解和尊重，也就是所谓的入乡随俗。另一方面，也使学生们意识到，在商业或经济交往过程中所产生的冲突往往也反映出文化的不同，甚至是文明的冲突。最终，使得商业汉语中所负载的大量的文化信息潜移默化而又自然而然地表现出来。