

国内商务英语教材编写和出版的现状与分析

蔡莉

摘要: 随着商务英语教学在中国的迅猛发展,商务英语教材的出版市场也是一片红火。本文通过对 286 本国内出版的商务英语教材进行汇总调研,管中窥豹,了解目前国内商务英语教材编写和出版现状,并对其进行分析讨论,提出建议。以期唤起对商务英语教材编写和出版事业的关注。

关键词: 商务英语; 商务英语教材; 教材编写与出版

Abstract: With the rapid development of Business English teaching in China, the publishing business of Business English materials is also booming. The author of this paper intends to know the current state of Business English materials compiling and publishing through the research and analysis of 286 Business English materials published by domestic presses. Then discussion and suggestion will follow to arouse the attention to this field.

Key Words: Business English; Business English Materials; Compiling and publishing of materials

引言

伴随着商务英语教学在中国的蓬勃发展,编写和出版商务英语教材也成为各大出版社和教材编写者们争相抢夺的市场。琳琅满目、内容涵盖广泛的商务英语教材占据着各大书店醒目的一隅。相比起笔者 10 年前想买本商务英语参考书的困难,如今的商务英语学习者能有如此丰富多样的选择应是一大幸事。但是,各类商务英语教材种类大幅增加的同时,教材质量的发展曲线是否也呈上升趋势?国内商务英语教材出版总体情况如何?编写和出版这些教材的主要是哪些机构和个人?这些教材的出版对我国商务英语教学的发展影响和作用如何?……带着这些问题,笔者开始了对我国国内商务英语教材出版和编写现状的调查。

一 对我国商务英语教材(以下略为商英教材)的编写和出版现状的调查

至撰写本文时止,笔者收集到的国内各出版社出版的商务英语类教材共 287 本。教材收集过程中,笔者依据的标准是书名中包含的两个关键词: **Business** (商务) 和 **English** (英语)。

经过初步筛选,笔者排除了 19 本由国内出版社原版引进或稍作改编的国外商英教材。对余下的 268 本完全由国内出版社出版的教材,笔者按以下步骤进行分类研究。

1. 按照这些商英教材所涉及的主要语言技巧(听,说,读,写,译)和其重点内容,将其分为七个大类:翻译类,听说类,商务专业知识类,写作类,阅读类,综合类,词典类。

各大类的划分标准如下:

翻译类: 以帮助商务英语学习者和从事国际商务工作的人员学习、研究商务英语专业翻译从而提高该项技能为目的的教材。

听说类: 以培养商务英语学习者和从事国际商务工作的人员在商务环境下的听说能力、口头交际能力为目的的教材。

商务专业知识类: 以帮助商务英语学习者和从事国际商务工作的人员掌握商务专业知识为目的的教材。

写作类: 以帮助商务英语学习者和从事国际商务工作的人员掌握整套商务环节及其交往过程中不同形式的书写交流方式和写作技能为目的的教材。

阅读类: 以帮助商务英语学习者和从事国际商务工作的人员掌握报刊中经济商务类文章

的特点、提高阅读和分析能力从而在整体上提高英语语言水平及语言欣赏和运用的能力并培养其收集、整理和研究国际商务信息的能力、扩大其国际商务背景知识为目的的教材。

综合类：以全面培养商务英语学习者和从事国际商务工作的人员在商务环境中的听说读写译能力为目的的教材。

词典类：以帮助商务英语学习者和从事国际商务工作的人员掌握商务英语词汇为目的的学习用书。

各类所含教材数量及其占本次调研教材总数的比例如下表所示：

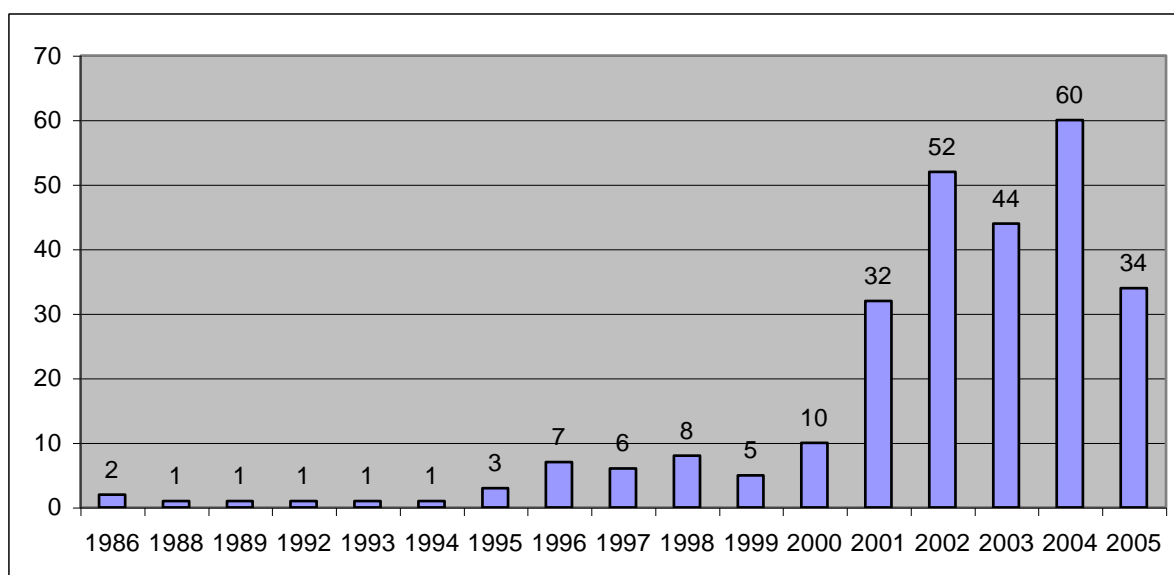
书类	数目	占教材总数比例
翻译类	11	4%
听说类	72	27%
商务专业知识类	71	26%
写作类	44	16%
阅读类	42	16%
综合类	21	8%%
词典类	7	3%

(表 1)

2. 将这些教材的书名、主编、出版社及出版年份输入到 Excel 表格中。并在备注栏注明以下这些信息：该教材是否针对学习者的不同水平分为若干册？是否有练习册？是否有教师手册？是否配有视听材料？

经统计整理，所得数据如下。

教材出版年份分布情况如下图所示：



(图 1)

商英教材主要出版社及其出版教材数量分布情况如下表:

#	出版社	书总数
1	对外经济贸易大学出版社	33
2	清华大学出版社	18
3	中国对外经济贸易出版社	16
4	辽宁教育出版社	15
5	浙江大学出版社	14
6	中国商务出版社	11
7	天津大学出版社	9
8	上海外语教育出版社	8
9	大连理工大学出版社	8
10	武汉大学出版社	8
11	机械工业出版社	7
12	北京航空航天大学出版社	6
13	外语教学与研究出版社	6
14	北京理工大学出版社	5
15	首都经济贸易大学出版社	5
16	高等教育出版社	6
17	外文出版社	5

(表 2)

教材是否分册及是否含练习册教师手册与视听材料的情况如下表所示:

#	分类	总数量	有练习册	有教师手册	有视听材料 (含多媒体课件)
1	翻译类	11	0	0	1
2	听说类	72	0	3	17
3	商务专业知识类	71	0	0	4
4	写作类	44	2	0	1
5	阅读类	42	0	0	2
6	综合类	21	0	0	0
7	词典类	7	0	0	0
	SUM	268	2	3	25
	占总数比例		0. 7%	1.1%	9. 3%

(表 3)

3. 比较每一类(由于词典并非教材,且该类册数少,编排都是按字母顺序进行,故笔者未对其进行分析比较)中各种教材在内容选择和编排上的相似程度。

笔者从每一类中选出一本较有代表性的教材,将其目录作为标准目录,输入到 Excel 表格中。然后以其作为参照,和其他同类的教材进行比较,以研究同类商英教材间在内容上的相似度或重复度。

二 对调研结果的讨论

1. 表 1 中各类商英教材的数量及其占总教材量的比例显示:听说类和商务专业知识类的教材与其他类商英教材相比,所占比例最大,数量最多,分别为 72 和 71 本。位居第三的是写作类的教材,数量为 44 本。社会主义市场经济条件下,出版商的行为也受着利益导向的指引。需求决定市场,市场反映需求。之所以出版这些书,是因为知道消费者需要并会购买。消费者有此需求是因为在求职竞争时,这些技能和知识对他们在竞争中取胜至关重要。这在一定程度上说明了社会和职场对商务英语学习者和商务工作者的听说能力、对商务专业知识地掌握及商务情景下用英语写作进行书面交流的能力更为看重。

2. 图 1 中的数据显示,笔者收集的 268 本教材中,最早的编写于 1986 年,最新的是于去年出版的。时间跨度为 20 年。商英教材的出版情况从侧面反映了我国商务英语的发展状况。纵观商英教材出版事业这 20 年的发展历史,笔者认为可以将其划分为两个阶段。第一个阶段是起步慢热阶段,是指从 1986 到 1996 的这十年时间。由于上世纪 80 年代,我国的对外商业交往形式主要是商品的进出口贸易,因而外贸英语在当时几乎成了商务英语的代名词。张冰姿教授编著的几本对外经贸书籍(《电视外贸英语》,《客商经验谈》,《温哥华来客》,《出访英伦》)是这一时期商英教材的代表。第二个阶段为迅速发展期,即从 1997 年到 2005 年 10 月笔者收集商英教材时止的这段时间。图 2 中的数据清楚地说明了进入 21 世纪以来,我国出版的商英教材数量的快速增长。商英教材的发展的不仅表现在数量的增长上,更表现在其内容的扩充上,商英教材的内容由原来仅限于外贸流程各环节的知识和谈判技巧扩大到诸如国际市场营销、国际商务管理、国际商务合作、国际商法、国际商务策略、国际商务礼仪、国际商务文化等许多方面,成为一个涵盖极为广泛的跨学科的概念。

3. 笔者统计,收集到的 268 本商英教材是由 62 家不同的出版社出版发行的。从表 2 中可以看出,在发行量上遥遥领先的是对外经济贸易大学出版社,共 33 本;其次是清华大学出版社,18 本;排在第三位的是中国对外经济贸易出版社,发行量为 16 本。发行量比较靠前还有辽宁教育出版社,共 15 本;浙江大学出版社,14 本;中国商务出版社,11 本;天津大学出版社,9 本;上海外语教育出版社,8 本。应该说,这些数据反映出来的情况还是比较符合客观规律的。任何教材都应该具备这样两个特点:权威性和参考性。商英教材也不例外。教材要有权威性,客观上就对教材编写者在相关知识领域的理论和实践水平提出了比较高的要求。一般来讲,只有那些长期从事商务英语理论研究和教学实践工作、站在知识前沿并了解各方需求(如学生的需求、教师的需求、教学管理者的需求和社会对人才的需求等)的学者们才能编写出贴近时代有价值的商英教材。统计数据所显示的目前我国市场上的主要商英教材出版商都是对商贸领域的发展密切跟踪、研究颇多的重点高校出版社和相关出版社应该是个可喜的事实。

4. 表 3 显示笔者调查的各类商英教材中,配备练习册、教师手册或视听材料的比例很低。没有单独的练习册可能是因为许多教材每单元后面附有配套练习,并且书末有练习答案。视听材料的配备与否要取决于编书目的和用途,一般来讲,侧重于听说部分的教材含配套磁带和光碟的较多,另外用于多媒体或远程教学的教材一般都包括多媒体教学课件或光碟。但本文认为,任何教材若要保证其使用质量,一本好的教师用书是不可或缺的。教材的内在价值需要老师挖掘和体现。因此师资质量、教师的教学方法非常重要。为了保证教材使用的质量,使大纲要求和教材编写者的意图得到很好的理解和贯彻,《教师手册》应该是教材的一个重要和有机的组成部分(束定芳 2004)。Cunningsworth 建议,《教师手册》应该起到这样一些作用:1) 介绍制定该课程的指导原则;2) 说明该课程的目的和目标;3) 描述目标与内容选择和分级的基础;4) 解释所采用的的教学法的依据;5) 对教材编写的思路、各部分之间的关系等做出说明;6) 对如何使用教学材料提供实用性的建议;7) 加深对语言学教学一般原则和方法的理解,帮助教师提高教学技能。由此可见,虽然商英教材没有配套教师

手册的原因是多方面的,但显而易见的结果是这势必会在某种程度上影响该教材的实际使用。笔者在翻阅这些教材的过程中,发现鲜有编者在前言中介绍编写该教材所依据的理论指导思想。这当然与商务英语应用性强的特点分不开,但为什么要编写这本教材、为何选取这些内容、内容为什么要这样安排、每个单元的结构缘何如此等等这些问题都应该在教材编写之前就要考虑成熟。商英教材也应该是理论和实践相结合的产物,而不仅仅是经验的单纯累加。教材配套性材料少或没有的现象在一定程度上反映目前国内商英教材的编写尚不够系统成熟,缺乏理论指导。

5. 对这 268 本商英教材的研究显示另外一个有趣的现象便是教材内容上的重复比较明显。尤其是翻译类、听说类、写作类和商务专业知识类教材的内容重复度较高。以听说类为例,书名就反映了一些问题。听说类的教材书名中出现的高频词依次为:英语,商贸,商务,会话,谈判,实用。由于几乎所有的听说类商英教材都含有这些高频词,故而书名的相似度很高,给读者的第一印象是,其内容比较雷同,特点不明显。尽管,事实上这些教材的内容并非如书名所显示的那样相似,比如教材编写的体例不一样,所采用的示范对话及练习的内容和形式也不同,但内容重复较明显仍是一个普遍问题。笔者在作上述研究的第 3 个步骤时,听说类教材选用的标准目录是上海科技教育出版社 1988 年出版的《外贸英语会话》。该教材主要是以外贸业务流程中的主要环节作为教材编写的主题。经过对比分析,笔者发现 72 本听说类教材中有 24 本含有与标准目录相似的内容,占该类教材的 1/3。也就是说,听说类的 24 本教材中都多多少少程度不一地将“机场接人”、“建立业务关系”、“询盘”、“发盘”、“还盘”、“付款”、“包装”、“装运”、“保险”等部分的内容包括了进去。这当然首先说明外贸谈判和会话部分是商务口语的一个重要组成部分,编者本能地觉得一本名为“实用商贸英语会话(或口语)”的教材,如果没有把外贸业务这块涵盖进去,似乎缺乏说服力。因而才会出现该部分内容相似或重复的问题。就外贸英语谈判和会话这一块而言,出版较早且比较有代表性的教材应是张冰姿教授编写的出版于 80 年代中期的《电视外贸英语》和《温哥华来客》两书(这两册书和张教授的另外两本——《客商经验谈》及《出访英伦》都于 2002 年修订再版);另外还有上文引做标准目录的于 1986 年首版的《外贸英语会话》及 1997 年陈准民编著的《实用经贸英语口语》。这些教材都是用整本书的篇幅专门解释说明外贸业务谈判和会话技巧,是同类书籍中比较全面和权威的。当然,囿于当时条件的局限性,这些出版较早的教材中难免会有一些与时代脱节或不尽如人意的地方,需要后继者们进一步补充完善。

写作类的商英教材基本都是围绕外贸英语函电而展开。外贸英语函电在上世纪 90 年代中期以前是我国商务英语教学中占绝对优势的主干课程。针对写作类教材,笔者选用的标准目录为胡鉴明主编中国商务出版社 2004 年 8 月出版的《商务英语函电》,从内容组织和安排上来看,该书总体上仍沿袭传统的外贸英语函电教材围绕外贸业务流程中的不同环节分章讲解不同目的不同形式的商务信函撰写方法的编写方式,并在此基础上增加了商务传真和电子邮件写作及外贸单证两章。经过比较分析,笔者发现余下的 43 本写作类商英教材中,有 26 本包含与标准目录类似的根据商贸业务环节分类的商贸信函写作内容。

本文认为,在商英教材的编写工作中,同样的内容由不同人尝试用不同方式编写,只要确实有新意,有价值,倒也值得提倡,无可厚非。但笔者上文中提到的多本教材中反复出现一些没有太多突破性、内容雷同的现象,是否真有存在必要,尚需教材编写者和出版商们慎虑。

三 对国内商务英语教材出版和编写现状的总结分析

1. 通过此次调研,笔者发现,与 10 年前相比,我国国内商英教材的编写和出版取得了令人欣慰的进步和发展。表现在以下几个方面:

1) 统编教材的出现。10 年前,商英教材的出版仍各自为政。开设国际商务英语专业或

课程的各高校自给自足、自己编教材自己用的现象非常普遍。所出版的教材也是五花八门，零碎有余，系统不足。当时就有人呼吁，希望有关部门能出面牵头，组织各校专家，形成合力，编写一套权威的商务英语统编教材。时至今日，昔日梦想已成现实。目前市面上较有代表性的商务英语类统编教材是：

(1) 由中国商务出版社策划并发动和组织 40 多所相关高校近百名专家教授共同完成并于 2004 年出版的全国高等院校国际商务英语统编教材。该系列共 10 册，分别为：

《商务英语英汉翻译教程》，
《商务英语汉英翻译教程》，
《商务英语谈判》，
《商务英语函电》，
《商务英语口译教程》，
《商务英语专题写作》，
《商务英语口语教程》，
《国际商务英语文章选读》，
《商务英语——综合业务》，
《商务英语综合练习》）；

(2) 为适应中国加入世界贸易组织后对复合型人才的需求，高等教育出版社 2003 年 1 月出版的普通高等教育“十五”国家级规划教材商务英语系列教材。共 8 册，分别为：

《国际贸易实务》，
《商务英语口译》，
《商务英语翻译（英译汉）》，
《商务英语听说》，
《商务英语阅读》，
《商务英语写作》，
《工商导论》，
《国际经济导论》，

(3) 国家教育部新世纪网络课程建设工程项目商务英语系列课程教材，2004 年 1 月由清华大学出版社和北方交通大学出版社联合出版。共 9 册，分别为：

《商务英语阅读（精读本）》，
《商务英语选读（泛读本）》，
《商务英语写作》，
《国际商务谈判》，
《国际贸易实务》，
《国际市场营销》，
《国际支付与结算》，
《国际商法》，
《商务英语听说》，

尽管统编教材的出现并未改变各院校使用商英教材不统一的现象，但就商英教材编写和出版的发展过程而言，这仍是一个令人振奋的进步。

2) 教材编写滞后、部分内容陈旧过时的现象有较明显的改观。在调查过程中，笔者发现，老版的外贸英语函电中俯拾皆是的英语陈旧用法已不见，取而代之的是清新简练富于时代气息的用语。函电教材中曾经长篇累牍进行讲解的电传部分因实际业务中已较少使用而逐渐退出了编者和读者的视线。有些教材还及时补充了近几年国际商贸业务中出现的新内容、新名词，如电子商务、物流等。

3) 编写和出版了针对中专、大专、本科学习者的特点、难易程度有所不同的商务英语教材。上世纪 90 年代中期普遍存在的商贸专业中专、大专、本科学生学习同一本教材的情况已一去不返。在教育部的指导下, 2004 年 10 月一套面向商贸专业高职高专学生的 21 世纪高职高专规划教材商务英语系列教材问世了。该系列共 9 册, 分别为:

- 《商务英语精读》,
- 《商务英语听力》,
- 《商务英语口语》,
- 《商务英语泛读》,
- 《商务英语写作》,
- 《商务英语翻译》,
- 《商务英语函电与合同》,
- 《商务英语谈判》,
- 《WTO 协议导读》,

其中, 精读, 听力, 泛读, 和口语分 1、2 两册。

4) 商英教材的分类更具体、更全面。上文所列出的统编教材的分类就是很好的例证。

2. 尽管国内商英教材的编写出版与过去相比有喜人的显著进步, 但同时也要清醒地认识到其中依然存在着不容忽视的问题:

1) 低水平的重复建设仍然存在, 且程度较深, 范围较大。重复建设最直接的后果是资源的浪费, 当然这其中还涉及到敏感的版权问题。本文认为, 要减少甚至根除重复建设所造成的浪费, 首先要依靠教材编写者和出版者达成共识, 少出或不出和市面上已有教材相似的教材, 以便将有限资源投入到更前沿更为社会所需要的教材开发上去。

2) 整体而言, 教材的系统性权威性不够。目前, 还没有一套国内出版的商务英语教材能够得到商务英语界同行们的广泛认可和使用。统编教材是出现了, 但却没有得到统一使用, 名实不符使得统编教材的地位有些尴尬, 也让人不由质疑其存在价值。

3) 含有教师用书、学生练习册及其它附属学习材料的教材所占比重小。基本上所有的商务英语教材都没有教师用书, 这与国外商务英语教材编写情况有着很大的区别。例如, 高等教育出版社 2005 年引进原由培生教育出版集团出版的《体验商务英语》(Market leader) 系列教材由《综合教程》(即学生用书)、《同步练习》、《听说教程》、《教师用书》以及配套的录音带和录像资料组成, 堪称一套系统性和权威性结合较完美的系列教材。但国外商英教材好则好矣, 毕竟在编书的最初意图上, 不是针对国内的商务英语学习者的特点和实际情况的。因而, 理想状态是国内商英教材编写者们能借鉴国外同行的先进成熟理念, 结合国内商英学习者们的实际需求和特点, 出版一套系统权威又符合国情的商英教材。此外, 商英教材配套教师用书的匮乏与我国目前商务英语师资实际情况不相符。师资问题一直是研究我国商务英语教学的学者们关注的难点话题(之所以称之为难点话题, 是因为该问题在短期内还无法得到根本性的解决)。现阶段, 国内从事商英教学的教师多半是“外语专业出身”, 原来从事的是基础英语和英语语言文学的教学工作, 尽管他们英语水平很高, 但是对商务英语及其教学却比较陌生。还有少数商务英语教师虽然具有一定国际商贸方面的理论基础知识和较高的英语水平, 但他们也仍然有缺陷——缺乏商贸实际工作经验。这些问题虽然在十多年前就已经为研究者们所注意, 但时至今日, 仍未得到有效地解决和改进。商务英语教师在专业知识和实际工作经验上的缺乏仍然是我国商务英语教学的软肋。从这个角度来讲, 一本确有指导意义的教师用书应该是广大商务英语教师们为提高教学效果弥补专业知识不足所急需的, 也应该是商英教材编写者们为解决实际问题而着力而为的。而市面上几乎所有的商务英语教材都不配教师用书不能不说是编者和出版者们对市场需求的一大疏漏。

五 结论

以上针对我国商英教材出版现状所进行的分析和讨论还只是冰山一角,尚有许多问题和现象未反映出来。比如,这些教材的销售情况如何?该教材的出版是否盈利?购买者有多少?购买者主要是哪些群体?是在校大学生?高校教师?商界从业人员,还是培训机构?该教材被购买用于何种用途?是用于自学,还是用做整个班级的教材,或者仅仅用作学生或老师的参考书?该教材使用的效果如何?这些都有待进一步的研究和调查。

最近几年,有关我国大学英语发展方向的讨论很多。专家学者普遍认同的一个观点是:随着我国大学新生英语水平的普遍提高,“需要对我国外语教育作战略性的调整,要点是把普通英语教学任务全部下放到中学阶段去完成,以便学生进入高校时便可专注于专业英语的学习”(章振邦 2003)。专业英语是我国大学英语教学的发展方向(蔡基刚 2004)。在广大专家学者都在呼吁把大学英语教学的重点放在专门用途英语或专业英语上的大环境下,作为其分支之一的商务英语教学的发展应是方兴未艾,如何编写出更符合时代、社会和学习者要求的好的商英教材应该值得所有从事商务英语教学和教材编写工作的同仁们深思。

参考书目

- [1] Cunningsworth, A. 如何选择教材(Choosing Your Coursebook)[M]. 上海外语教育出版社, 2002
- [2] Dubin, F. & Olshtain, E. 课程设计(Course Design)[M]. 上海外语教育出版社, 2002
- [3] Hutchinson, Tom & Waters, Alan. 特殊用途英语(English for Specific Purposes)[M]. 上海外语教育出版社, 2002
- [4] McDonough, Jo & Shaw, Christopher. 英语教学中的教材和方法——教师手册(Materials and Methods in ELT---A Teacher's Guide)[M]. 北京大学出版社, 2004
- [5] Posner, G. Course Design: A Guide to Curriculum Development for Teachers. (4th ed.) Longman, 1980/1994
- [6] 束定芳. 外语教学改革——问题与对策[M]. 上海外语教育出版社, 2004
- [7] 夏纪梅. 现代外语课程设计理论与实践[M]. 上海外语教育出版社, 2003
- [8] 翁凤翔. 实用翻译[M]. 浙江大学出版社, 2002
- [9] 章振邦. 也谈我国外语教改问题[J]. 外国语, 2003, (4)
- [10] 蔡基刚. ESP 与我国大学英语教学发展方向[J]. 外语界, 2004, (2)
- [11] 专门用途英语教程[M]. 重庆大学出版社, 1996
- [12] 束定芳 庄智象 现代外语教学——理论、实践与方法[M]. 上海外语教育出版社, 1996.
- [13] 上海对外贸易学院国际商务外语学院编. 商务英语教学探索(全国高校第二届国际商务英语教学研讨会论文集), 上海交通大学出版社, 1997.