

商务英语写作教材对比评价分析

刘俊

武汉文理学院

DOI:10.12238/er.v4i5.3870

[摘要] 随着社会经济对商务英语人才需求的增长及我国商务英语专业的发展,商务英语教材的出版数量增加,种类繁多。作为教学内容的载体,一本好的教材是教学质量的重要保证。基于McDonough和Shaw的教材评估理论,本文对两本《商务英语写作》教材进行外部、内部和综合评价,为教师选择合适的教材提供参考,提出教材使用方面的建议。

[关键词] 商务英语写作;教材评价理论;教材对比分析

中图分类号: H319 **文献标识码:** A

Comparative Evaluation and Analysis of Business English Writing Textbooks

Jun Liu

Wuhan College of Arts and Sciences

[Abstract] With the growth of social and economic demand for business English talents and the development of Chinese business English major, the publication number of business English textbooks has increased. As the carrier of teaching content, a good teaching material is an important guarantee of teaching quality. Based on the textbook evaluation theory of McDonough and Shaw, this paper conducts external, internal and comprehensive evaluation of the two *Business English Writing* textbooks to provide reference for teachers to choose appropriate textbooks and propose suggestions on the use of textbooks.

[Key words] business English writing; teaching material evaluation theory; comparative analysis of textbooks

引言

随着我国国际贸易的发展,社会对商务英语人才的需求逐年增长。商务写作是国际商务活动中不可或缺的交流方式,是进行商务沟通所需的核心能力。作为教学内容的文本材料,商务英语写作教材是语言知识的载体,更是商务知识的传媒,“为教师提供坚实合理的教学框架”^[1],是教学活动不可缺少的部分。选用合适的教材对于商务人才英语写作能力的培养有重要作用,不容忽视。

1 国内研究现状

国内对商务英语教材的研究始于上世纪末,研究的角度逐渐多元化,如商务英语教材现状与分析(武金红,梁凤娟),教材评价标准及体系建设(刘道义,张雪梅,张伟年,仇晓春等),教材建设理论与原则(莫再树),跨文化或ESP等视角下的

教材分析(邱思思,邓耀臣等);主要采用抽样调查(扈珺,刘白玉)、问卷调查(邹莉)、数据统计(张晴,蔡莉)等方法。虽然研究已从宏观转向微观层面,但多为商务英语阅读及综合商务英语教材评价,对商务英语写作教材的评估较少。

基于McDonough和Shaw提出的评估模型,本文对比外语教学与研究出版社的《商务英语写作》(修订版)(以下简称“教材1”)和华东师范大学出版社的《商务英语写作》(简称“教材2”)进行外部、内部和综合三维评价。

2 教材对比分析

McDonough和Shaw(2004)将教材评价分为三个阶段:外部评价、内部评价和综合评价。外部评价考察“目标受众、熟练程度、语言材料的语境和呈现,材料是核心内容还是补充内容,教师用书的作用和可用性,是否包含词汇表/索引、目

录,材料是否具有文化特殊性、是否提供音/视频材料和测试”^[2],包括封面、引言和目录等对教材基本结构的概述。内部评价着重于“对教材的深层次调查”^[3],如语言技能,练习试题是否适用,是否适合自学及教与学的平衡关系等。综合评价阶段包含可用性、通用性、适应性和灵活性。

2.1 外部评价

教材1由外研社2013年出版,是“十一五”国家级规划教材,适用于学习商务英语写作的大学生及商界人士,强调写作知识和写作技能的传授,注重语言沟通的原则和技巧。全书包括20章,涵盖外贸信函、日常办公书信、简历、报告、意向书等多种文体。

教材2由华东师范大学出版社2018年出版,适用于本科、高职院校商务英语类专业学生及成人教育学习者,强调写

作知识、技巧与商务活动的结合。全书分为五部分10单元,包括商务信函、简历、报告等。两本教材内容有所重合,教材1体裁更广泛,涵盖教材2的主要内容,且包含外贸主要流程中的函电写作。两本教材均为写作课的核心教材,提供PPT辅助材料,但教材1的辅助材料不仅展示教材的主要内容,还补充大量常用句型、范例等材料,教材2的PPT以教材内容为主,有微课为辅。

经外部评析,不难发现,教材1虽未强调受众,但因其内容丰富,文体多样,章节独立,内容方便调整,配有中文评析,受众范围可更广,具有优势,而教材2配套课件、微课及慕课资源,更立体化。

2.2 内部评价

两者均以体裁划分章节,在单元内容的编排及展现、材料和练习的选择方面各有特点。教材1的前两章节详细介绍了商务写作的语言、格式特点和原则;章节结构统一,以任务型写作为主,先阐述原则、提供范例,通过讨论及问答题帮助学生掌握要点,中文旁注和评论解析信函结构、点明写作技巧,以范本对比加深学生的理解,引导学生进行批判性思考,综合运用写作技巧。课后练习题型多样,范例分析、短语排序成句、选词填空、写作,分别考察学生对写作原则的理解和运用,对常用句型的掌握,对语篇的理解及商务英语写作能力的运用。“先输入后输出”“再输入再练习”的教学方法体现了对语言形式及写作技巧的重视,输出活动从词句到篇章,循序渐进,在解决学生商务英语知识和词汇的同时,着重解决语言运用能力的培养问题,对于缺乏商务语言知识的学习者而言,是很好的学习素材,可用于课外自学。

教材2同样先介绍商务写作的基本要素和原则,但强调读者分析及跨文化意识的重要性,更具有实用性。各单元内容编排顺序不一,大多先展示信函格式,提供范例,再阐述原则给出建议。练习以任务型写作为主,有一些句子汉英翻译、排序、改写等题,总体而言,语言知识的训练较少,写作任务缺乏商务背景知识的介绍,略显单薄,对学习者的学习水平要求较高,更适合已有商务知识和语言积累的学习者。

2.3 综合评价

外语类专业的能力要求是应具有外语运用能力,应用型本科商务英语专业更加偏重实践能力与职业能力的培养,所选教材必须适合教学大纲或目标。

两本教材均培养学生商务英语的写作能力,符合商务英语专业人才培养目标,可作为核心教学内容,具有可用性,但侧重点不同,可供具有不同方向或特色课程的院系选择。教材1融合外贸函电及日常商务信函,教师可根据教学需求整合到不同类型的教学大纲中;学习者也可以灵活选择学习的内容,以不同的方式使用。教材2侧重于日常公司经营及商业活动,不涉及外贸业务,对于国际贸易或跨境电子商务方向的专业不具有通用性。

教材1章节结合体裁和内容划分,方便老师改编文本,根据大纲和学生的需要添减教学内容,调整教学顺序,更具适应性和灵活性。教材2按体裁编排,可灵活调节顺序,但因课时受限于一学期,难以补充外贸函电内容。

以上分析表明,两本教材各有千秋,教师可依据各自的教学大纲、教学目标和学生的学习水平选择合适的版本及教

学内容。在教材使用中起决定性作用的是“教师对教学目标的聚焦、对学生知识水平和学习能力的把握、对教材的合理使用”^[4]。

3 结论

选择得当,教材将有助于教学,否则将削弱学习者的热情。尽管当前商务英语写作教材出版物丰富,教师仍难以找到一本完全符合自己教学要求的教材。教师是教材的使用者,也是改编者。现今教材并非固定单一的,而是立体多模态的,可以动态调整的。教师在教学时应从学生实际出发,“根据本地特点和学生的实际选择教材,灵活地、有创造性地运用教材”^[5]。除了选择合适的教材之外,教师可充分利用互联网上的真实材料,如公司对外发布的文件、商业网站上的宣传、开放的语料库等,通过修改已有语言材料编制适合学生需要和教学大纲的教学材料,以提高教学的效果。

[参考文献]

- [1]埃文·佛伦德[英]《如何教商务英语》[M].北京:民邮电出版社,2011:53.
[2]McDonough & Shaw, Materials and Methods in ELT--A Teacher's Guide[M]. Beijing:Peking University Press.2004.
[3]McDonough,J.& Shaw,C. Materials and Methods in ELT[M].Cambridge and Mass Blackwell,1993.
[4]张雪梅.新时代高校英语教材建设的思考[J].外语界,2019,195(6):90.
[5]刘道义.浅议英语教材的评价标准[J].课程教材改革,2004,(12):15.

作者简介:

刘俊(1981--),女,汉族,湖北钟祥人,本科学历,硕士学位,讲师,研究商务英语教学,跨文化等。