

商務華語文化教學法研究*

李欣欣

國立臺北商業大學國際商務系

陳麗宇¹

國立臺灣師範大學華語文教學系

摘要

語言與文化是一體的兩面，在商務華語教學中，教師如何帶入文化內容，實施文化教學是師生關注的焦點。由於文化教學對於外籍人士經商有交際禮儀行為與語言上的直接效應，因此商務華語的文化教學比通用華語中學習的文化內容更具重要性，在商務華語教學中如何制定商務文化教學活動，以符合學生所需，是本論文的重心。本研究分析了近年臺灣所發行的商務華語教材中的文化內容，並探析教師對於商務華語文化教學的看法與實際教學經驗，歸納出三種不同商務文化涉入程度的華語教學型態，包含對話型的「商業文化內容聽說教學策略」、作業型的「商業文化作業型態教學策略」、以及體驗型的，讓學生親自進入某個特定商業場域因而文化沉浸程度更深的「商務文化體驗式教學策略」等。在以上的教學型態中，依循有系統性的「商務文化教學步驟」，教師們便可據以實施有效的商務華語文化教學。本文也依據整體研究結果，提出未來研究商務華語文化教學的建議。

關鍵詞：文化教學 個案研究 商務文化 商務華語教學

* 謝辭：本研究得到科技部計畫的經費補助，計畫編號 104-2410-H-003-048-，特此致謝。本研究獲得北部五所國語中心的行政主管協助聯繫、七位商務華語教師接受訪談，以及陳怡靜、張瀞文、王若文、陳毓婷四位研究助理的協助，特此向所有協助人員深致謝意。

¹ 本文通訊作者。

1. 前言

隨著大中華圈的經濟力量崛起，商務華語是近年來華語教學中蓬勃發展的領域，語言與文化是一體的兩面，當語言教學興起時，相伴而來的議題是如何在語言課程中帶入文化學習，以求學生能有更符合文化情境的語用能力。例如在各種交易場合與職場生活中，要能夠發展良好人際關係並促進業務發展，瞭解當地民情文化禮儀的認識是不可或缺的。但是，目前商務華語教學中，關於中華商業文化的教學方法尚未建立紮實的基礎，臺灣學界的相關研究亦有所不足。在此背景之下，本文透過實證研究，著重商務華語教程中的文化教學分析，以揭示有效的商務華語文化教程教法。

為深入了解商務華語文化教學的現況與可行方法，本論文採個案研究法，以臺灣北區商務華語教師為個案樣本主體；首先由前導研究及文獻探討外籍學生的文化學習需求與可行教學策略；接著，加入臺灣商務華語教材的文化內容分析；同時透過質性訪談與課室觀察，深入瞭解商務華語教師在教學實務上，實際進行文化教學的經驗與想法。本文不僅深入探索了教師們所認為重要且適合在商務華語課程中教學的商業文化內容，以及他們在實務上可執行的且反應良好的商業華語文化教學活動，也檢驗語言教育中教材、教師與學生三方互動的教學面貌；透過此一教學現場的實證研究，希冀最後所得到的商業文化教學模組可作為同業教師及研究人員參考，促進臺灣商務華語教學發展。

2. 文獻探討

2.1 商務華語文化教學中的外籍商務人士學習需求

在專業語言教學 (English/Chinese for Special Purposes) 領域中，所有的教學活動都應基於需求分析，唯有符合學生專業需求的課程，才能被視為合理合宜的教學。研究者 (Lee and Chen 2014a) 曾針對有華語學習經驗的 30 位外籍白領人士進行商務華語文化學習需求的問卷調查，並深度訪談業界中 4 位有外籍部屬的臺籍商務主管，一方面透過訪談了解外籍白領人士在臺工作時所面臨的職場溝通問題，另一方面也初步了解業界主管對於外籍員工在臺工作的觀察與期待。在整合上述臺籍主管與外籍人士的意見後，發現了外籍商務人士在學習與適應臺灣商業文化上的實際需求，結論大致有四點：(1) 需要克服語言障礙及誤解，(2) 需要適應在地職場文化，(3) 需要提升會議參

與效率，(4) 需要瞭解華人職場的上下階層關係。外籍商務人士對於臺灣的商業與職場文化有著顯著的學習需求，如何透過商務華語文化教程來提升外籍商務人士在臺的工作力，免得讓他們暗自摸索去適應臺灣職場文化而誤入歧途，應是值得商務華語文化教學者去思考與努力理解的方向。

另一項研究 (Lee and Chen 2014b) 則以問卷調查了 59 位來自亞洲、歐洲、北美洲及其他區域有商務經驗的外籍華語學生，訪查關於最理想的商務華語文化教學策略，質化研究的結論可歸結出以下學生覺得重要的學習方法：(1) 從個人在華生活中體驗商務文化，(2) 從語言中學習商務文化知識，(3) 從真實的商務交流中體驗職場文化，(4) 將電腦科技融入商務華語文化教學。

以上的研究都指出了外籍商務人士在工作上、學習上對於商務華語文化的需求，值得商務華語教學界參考。但上述的研究成果偏重不同面向與層次的需求分析，並沒有進一步探討教學現場如何回應這些需求。

在商務語言教育中，應該如何適度地、有效地導入文化教學，我們需要更多的理論和實證研究，才能建構更完整的商務華語文化教學法。

2.2 商務華語研究中的文化主題

目前兩岸出版的商務華語研究專書並不多，有三部是關於商務詞彙的分析與研究 (陳麗宇 2012；沈庶英 2012；干紅梅 2013)，關注問題不在文化內容，與本研究關係較遠。另外 5 本分別是張黎 (2007)《經貿漢語課程研究》，王惠玲、盧惠惠主編 (2009)《語言學理論與商務漢語教學研究》，對外經濟貿易大學國際商務漢語教學與資源開發基地 (北京) (2012)《2011 國際商務漢語年度報告》，沈庶英 (2013)《商務漢語教學理論研究與方法創新》以及杜昭玫 (2014)《商業華語教學理論與實務》。這五部專書中只有《2011 國際商務漢語年度報告》在第七章「課程設置」有部分論述提及商務文化課程在商務漢語課程中的搭配方式，其餘的四本專書對於商務文化的研究都較少觸及。

在期刊論文方面，對於商務文化研究的議題就比較豐富多元，大陸有幾位學者進行了探討，如朱黎航 (2003) 提到，文化在提高語言交際能力中有相當大的作用，有時甚至能決定商務談判的成敗；樓益齡 (2004) 注意到對外商務漢語教學中，文化語碼與漢語主體意識佔有很重要的地位；邱曉蕾 (2006) 則認為不少留學生對大陸的商務材料都存在文化上和認知上的缺

陷；袁方（2007）提到其所授課的泰國大學，在一、二年級基礎漢語課之後，第三年先開設中國文化相關課程，第四年再開商務漢語學習相關課程；康曉麗（2009）以同一所泰國大學進行教學分析，提到該校學生在大陸廈門大學實習七個月的時間中，廈大也開設了中國民俗文化課。

其次，覃俏麗（2009）針對商務漢語詞彙中的文化因素，與商務漢語表達中的語用規則進行了比較詳細的分析；聶學慧（2010）提到經貿漢語綜合課程中，在學習語言的同時，應幫助學生學習和理解相關經貿知識以及中國文化知識；喬曄（2011）提出外籍學生只有深刻瞭解中國文化，學會用中國人的思維模式來處理事情，才能遊刃於國際商務市場中；莫若華（2012）提出當前商務漢語教材或者缺乏中國文化的介紹，或者介紹的十分生硬，有些文化常識與課本內容基本脫節，應該改進；孫紅、鞏喜云（2014）一文，比較詳細的介紹外籍學生在適應中國文化三個階段過程中的文化教學策略。

整體而言，這些研究除了康曉麗（2009）曾針對大學商務漢語專業的 13 位全職漢語教師進行深度訪談之外，其他的論文大都僅提出一些作者觀察到的現象或主觀意見，並沒有進行深入的實證研究與分析。我們認為雖然這些專書和論文並沒有提出商務文化的理想教學模式，但是大陸學界早已開始關注這個研究課題。

2.3 商務華語與文化教學法的探討

在商務華語各類型教學方面，目前以任務型教學在學界引起較為廣泛的討論。關道雄（2006）在對於商務華語教材的研究中，即提出商務華語的教材編寫不妨借鑑任務型語言教學的理念，將話題、結構、功能、任務操作結合，以加強各種技能間的相互配合訓練。李青、張曉慧（2006）引用任務型教學的步驟，分為前任務、任務鏈、後任務三階段進行教學活動分析，並且以實例說明進行任務活動的商務課程內容。此外，袁珂（2008）以任務活動進行「參觀工廠」教學設計，顧偉列、方穎（2009）認為任務型教學強調「做中學」的優勢，能滿足商務華語教學要求；劉豔（2011）以任務活動進行商務詞語教學；谷海燕（2014）探討任務型教學在商務華語精讀課程上的應用；王琳（2015）闡述任務型教學在商務華語綜合課程上的運用。

其次，案例型教學也有不少教學者嘗試，溫曉芳（2008）提出「實用性」與「交際性」是案例型教學在商務華語教學中的優點；苗欣（2011）說明經濟性、真實性、典型性、時效性、層次性、廣泛性是案例選擇的重點；管斌

(2014)以合作學習策略分析案例式商務華語教學；蕭九根、蕭昀(2016)主張以案例做為教學可以滿足學生「學而有用」的需求；周紅(2017)發現通過案例教學引入國際商務漢語師資培訓，有助於提升教師的理論與實踐知識。此外，張婧(2009)、張黎(2011)和李融月(2015)分別提出過程體裁教學、交際策略教學和內容型教學在商務漢語上的運用分析。李欣欣(2016)以行動研究中的教學案例指出體驗式教學法有助於基礎商務華語學生習得跨文化差異。

整體而言，以上的教學分析對於我們瞭解當前的商務華語之語言教學有所助益，不過大多數相關研究沒有深入討論商務華語教學應如何搭配文化內容教學。因此，雖然以上論文對於商務華語的各項教學法已有不少論述，但是關於「商務文化內容」究竟應該如何融入於現有的商務華語教學中，則有待更進一步的探討。

3. 研究方法

本論文所採取的研究方法為「個案研究法」。根據國家教育研究院文獻的定義，「個案研究法是一種科學研究的方法，運用技巧對特殊問題能有確切深入的認識，以確定問題所在，進而找出解決方法」(陳雅文 1995)。針對本文的研究問題：「商務華語教學應如何搭配文化內容教學」，研究者希冀透過深入研究，找到解決之道。

個案研究法常使用的技術「包括仔細的搜集各種記錄，無結構的訪問，或參與觀察。個案研究的優點包括：為研究質的、精密的、深度的一種分析方法，以原始資料為著手，並運用調查表、會談的方式，瞭解被調查者各方面之狀況」(陳雅文 1995)。如上所述，本研究為了解商務華語教師進行文化內容教學的看法及作法，慎選條件符合的商務華語教師，進行深入訪談及參與課室觀察，並加以分析相關教材，再將所得的第一手資料交叉比對分析，透過深度資料以初步建立商務華語文化教材教法之論述，為此一特定問題找到可供現行教師與研究者參考的答案。

3.1 研究對象

首先，本研究的「個案」以小規模研究為主，範圍限定在臺灣北部地區的語言教學中心，主要與臺灣北區的五所語言中心主管聯繫討論後，接受推薦並建立初步訪談者的人才資料庫。研究對象的設定條件為：

1. 現任商務華語課程教師；
2. 具有國內外語言教學碩士以上學歷；
3. 對商業文化教學有興趣和經驗；
4. 接受推薦且有意願受訪的教師。

設定此一研究對象標準的緣由在於，教授通用華語和中華文化的教師人數雖然不少，但不見得都有教授「商務華語」的意願或經驗，因此，為確立本研究中想探求的商務華語文化教學案例的實證基礎，我們認為應先縮限教師的學經歷與教授科目，聚焦於商務華語教師的專業度；再者，若是現任商務華語教師對商業文化教學沒有興趣或不願受訪，自然也無法順利深入瞭解商務華語文化教學的實況。

最後，在費時許久的多次聯繫及確認後，篩選出七位符合上述所有條件的專業商務華語教師接受訪談。這七位教師在人數上雖非大量，但可視為北區教授商務華語的案例代表樣本，相信能提供值得信賴的教學經驗與意見。

以上七位教師在其時間方便的情況下安排訪談，其中兩位老師之前任教於語言機構，受訪期間在大學部的課程教授外籍學生商務華語，這兩位教師同意在不影響授課且不錄影的前提下接納課室觀察。受訪人基本資料如下文表 1 所示，在本文中教師身份以匿名方式呈現，分別以 TM1、TM2、TM3、TM4、TM5（以上五位為語言中心教師）及 TU1、TU2（以上兩位為大學外籍生教師）作為代表；訪談內容重點參閱附錄一，訪談內容與錄音檔以及課室觀察之詳細逐字稿，亦以匿名方式保存留檔備查。

表 1：商務華語訪談教師基本資料

編號	性別	年齡	最高學歷	商務經驗	通用華語教學年資	商務華語教學年資
TM1	女	50 以上	華語教學碩士	有	35 年	10 年以上
TM2	女	31~40	華語教學博士	無	12 年	6 年
TM3	女	31~40	華語教學碩士	無	8 年	3 年
TM4	女	31~40	（外國） 語文研究所碩士	無	5 年	4 年
TM5	女	31~40	華語教學碩士	無	7 年	2 年
TU1	女	31~40	（外國） 華語教學碩士	無	8 年	1 年
TU2	男	31~40	華語教學碩士	有	6 年	2 年

3.2 研究工具

我們將此七位教師在北區語言教學機構的文化教學案例，視為整體的個案研究，在研究七位教師的教學案例過程中，為瞭解教師觀點和經驗採用了「深度訪談法」，並輔以單元式的「課室觀察法」蒐集第一手資料。其次，教師的語言文化教學和教材息息相關，因此本研究亦加以解析相關教材中的文化主題與內容。

首先，採用「深度訪談法」重點不僅止於收集資料，而是在於收集專業教師的想法和經驗，根據教師們的教學經驗，瞭解他們對於文化內容與文化學習的看法，深度訪談的目的因而在於發現、瞭解和啟發，在於補全原有的理論假說，以便改善研究問題中抽象的概念 (Denscombe 2010)。本研究採行的深度訪談，並非標準化訪談，而是所謂的「探索性訪談」(陳向明 2002)。研究者期許受訪者充分表達想法，富有訪談經驗的研究者在訪談時，隨時注意觀察受訪者的疑惑、反應或有偏離主題的現象，並於訪談後加以確認內容。所有的訪談都徵求受訪者的同意是否以錄音形式存檔，並於事後逐字記錄後請受訪者確認內容無誤，再進行深入分析。

如同郭明德(2001)指出，「課室觀察」是教育研究中常見的一種研究方法，尤其想瞭解教師行為、學生行為、班級氣氛、教學活動與人際互動等難以用問卷意見調查探詢的現象，我們可透過課室觀察得到可靠的質化研究資料，以詳細的觀察日誌形式記載。在教室中，每個時刻所發生的事件非常多，如教師提問、學生回應、學生相互討論以及其他互動，都是教室觀察的內容，可取得更多真實的教室生活情境與教師實施教學步驟時的狀態；也因此郭明德(2001)認為，若能適當執行，為瞭解上述教學現象，這是一種相當良好而有效的研究。

至於教師所使用的教材及其文化內容的分析，本研究以地域性選擇臺灣本地出版的五本商務華語教科書，同時也是七位受訪教師所使用的課本，以瞭解教材中的文化內容和主題。

在此個案研究中，我們希望透過多重的證據來源來檢驗資料的信效度，因此除聯繫多於五家的教學單位與訪談教師外，也透過實地的課室觀察和教材的文本考察，加以互相驗證口述資料。

在研究倫理方面，本研究符合標準要求，重視並事先告知受訪人相關權益，在其同意下錄音並悉心轉製逐字稿，再交由受訪人檢視確認無誤，受訪人權益及身份受到匿名保障。此外，在進行課室觀察前，研究者已先徵詢教

師與學生同意以旁觀研究者身份進入教室旁聽觀察，研究者在教室的一隅，不妨礙教師與學生的情形下，以旁聽且錄音的方式進行課室觀察，詳細記錄教師與學生的言語和教學過程，記錄過程並無記載學生身份或特徵，隨後，以匿名方式責成逐字記錄的日誌，再交由教師確認文字內容並同意後續的內容研究。

3.3 研究問題與歷程

本論文著重兩個研究問題以進行重點分析與探討。第一，探究商務華語課程中所教授的商業文化內容，第二，深入了解商務文化教學方法。為回答研究問題，研究人員訪談商業華語教師平時最常提及、教授或帶入的文化教學內容為何；接著探究教師們在課堂中如何教授這些商業文化內容，訪談架構參閱附錄一，這部分的資料除深度訪談外也包含了課室觀察。

深入的訪談過程和課室觀察產生大量的訪談逐字稿及觀察筆記，這些質化資料由研究團隊人員交叉檢視與分類分析，主要標籤項目分為：(A) 文化內容、(B) 文化教學方法。在教材分析方面，主要標籤亦是以此兩大類別為依歸。在此兩大類別之下，再進行第二層次的編碼查看以下內容：(a) 文化內容主題細項、(b) 教學理念原則、(c) 教學步驟。研究人員在繁複的資料中，將每層次所考察到的內容標籤、編碼，並繼續向下梳理，將類似內容但可能以不同詞語表達的項目再重新標籤、編碼或歸類。研究團隊人員包含本文第一與第二作者及其三位碩士級研究助理，兩位研究者各自進行內容標籤與分析後，再互相交叉檢驗結果，最後再由研究助理協助草稿文字勘誤。之後，由兩位作者進一步建構、推論與討論整理，將相關的教學方法加以歸納並步驟化，讓教學現場中隨意的、創意的教學過程，能以更有系統的方式呈現，得到以下結論，區分為「商務文化教學內容」以及「商務文化教學方法」討論。

4. 研究結果討論（一）：商務文化教學內容分析

關於商務文化教學內容的分析在此分為兩大面向討論，其一是針對相關教材的文化主題與內容解析，其二是教師對於文化教學內容的看法及選擇。

4.1 臺灣商務華語教科書文化內容

臺灣的商務華語教學教材，目前被各大華語中心所採用的主要有由國立臺灣師範大學國語教學中心（2001）所主編的《實用商業會話系列》修訂本

I 和 II 兩本，以及由葉德明（2011, 2012, 2016）所主編的《遠東商務漢語系列》三本。國立臺灣師範大學國語教學中心於 2018 年 12 月出版了《各行各業說中文 I》，但在本研究進行訪談時尚未出版，因此本研究以《實用商業會話系列》和《遠東商務漢語系列》這兩套教材為主。在研究基準的兩大標籤：（A）文化內容、（B）文化教學方法的初步分類下，並沒有發現選樣教材中提供「文化教學方法」之論述，因此以下研究結果為針對教材中文化內容的分析與評論。

4.1.1 教材文化內容特色及範例舉隅

《實用商業會話系列》修訂本 I 和 II 出版時間為 2001 年，並沒有在每課中安排特別的文化單元，不過課文或練習中融入了不少臺灣的商務知識。比如臺灣的經貿規範和社經景況，《實用商業會話 I》第四課介紹銀行服務的項目、各種不同利率；第六課提及電腦使用的普及；第九課介紹電子商務的發展；第十課說明股票市場概況；第十一課介紹投資理財的管道等，能夠讓學習對臺灣的社經概況有所瞭解。《實用商業會話 II》第十八課介紹海空運輸概況；第十九課說明貨物保險和理賠；第二十二課說明商品檢驗；第二十四課介紹代理商品等，編寫的內容涵蓋了相當清楚的國貿實務和流程。其次，有關華人從事商務活動時的價值取向、溝通風格和民俗禮儀這些商務文化理念也介紹了不少。比如《實用商業會話 I》第二課介紹商務會面時使用的固定套語「幸會」、「請多指教」、「哪裡，哪裡，不敢當」；《實用商業會話 II》第十三課強調華人做生意注重「準時交貨」、「守信用」，第十五課則補充華人議價時會「討價還價」，對於老客戶要有優待，生意談成時雙方要聚餐慶賀等，這些華人經商實況。整體而言，《實用商業會話系列》兩本教材都穿插了一些臺灣的商務文化，《實用商業會話 I》的第二課〈參加宴會〉，還在課文活動中提供華人聚餐時圓桌和方桌的主客座次，是頗為實用的設計。至於向對方說話時常用的敬語「貴國」、「貴公司」、「貴廠」等，則多次出現在這兩冊教材的課文對話中。

其次是《遠東商務漢語系列》三冊，這套教材分別出版於 2011 年、2012 年、2016 年，是目前臺灣商務華語教材中，出版時間較新、題材內容符合國際趨勢的一套教材。教材共分三冊，提供初中級到中級以上的華語學習者使用，學習對象設定為未來欲赴大陸經商或從事貿易的工作者，教材內容包含場景對話、閱讀及聽力材料，是一套綜合型商務華語教材。此套教材介紹的

文化項目固定收錄於每課最後一個單元「工商文化智庫」之內，除了第一冊全書與第二冊的前五課是以英文敘述文化內容外，其餘的文化智庫皆以中、英文雙語書寫而成，「工商文化智庫」主要內容參閱附錄二。

4.1.2 教材文化內容分析評論

《實用商業會話系列》教材的文化內容以臺灣本地為主，《實用商業會話 I》和《實用商業會話 II》每冊各有十二課，兩冊共有二十四課，由《實用商業會話 I》第一課〈抵達臺北〉開始，所有課文內容都是環繞臺灣本地的商務生活與商務活動，教材中所介紹的商務文化也以臺灣為主軸。但因本套教材於 2001 年出版，較無法呈現臺灣商業近二十年來的發展與變化。

另一方面，《遠東商務漢語系列》則有不同規劃。分析《遠東商務漢語》三冊教材中「工商文化智庫」的文化內容發現，雖然教材適用對象以計畫赴大陸工作者為目標，但是第三冊教材裡，〈網上物流〉與〈客戶服務〉這兩課也介紹了目前臺灣的兩大趨勢，第一，臺灣電腦產業發展出的「全球運籌式產銷模式」；第二，因為臺灣人力薪酬成本高，所以企業紛紛將客服系統轉移至大陸藉以降低經營的成本。不過，《遠東商務漢語系列》每冊有十課，三冊共計有三十課，其中和臺灣有關的內容只有兩課，比率很低，絕大多數的文化內容都和大陸經貿風土等資訊相關。

因為《遠東商務漢語系列》教材的教學目標，在書中註明適合前往大陸地區經商的學生學習，可想見所有文化項目自然以大陸當時的商務發展現況為例。此套教材雖然資訊豐富，但在臺灣使用這套教材的學生，對於臺灣商務社經景況熟悉度可能有所不足。不過大中華區的商務往往是有相連性的，外籍學生既然選擇先來到臺灣學習商務華語再前往大陸地區工作，必然也是認知了這個相連性，若是教師或機構選用了這套教材，但也希望協助學生瞭解臺灣當地的商業景況，那麼教師如何於課堂中提出臺灣相關的文化商務知識進行對比，是值得探討的。

4.2 臺灣商務華語文化教學內容

雖然臺灣目前已經出版《實用商業會話系列》和《遠東商務漢語系列》這兩套教材，但是在訪談過程中我們發現，受訪的七位教師並非每個學期都使用臺灣的商務華語教材，使用的教師也不一定逐課教授教材中的文化內容。整合分析受訪教師們在文化教學內容方面的意見後，我們發現教師們最常提及、較有印象或認為較為重要的文化點，大致上可分為以下幾點：「接待

應酬」、「面子與關係」、「職場用語」、「職場倫理」和「企業文化」。以下小節分述教師們對各項重要文化點的看法。

4.2.1 接待應酬文化

教師們指出，只要商務華語教材中有會話課文，難免都會提及餐宴、敬酒、應酬等話題。他們認為，接待應酬文化和華人社會中重視關係的商業文化密切相關，為了建構關係透過飲食來增進感情是常見的。多數教師也認同，接待客人與客戶應酬的文化是華人商業社會的潛規則，也是外籍學生學習華語或想在大中華圈工作時都應瞭解的重要文化點之一。

接待應酬的內容細節如下：例如在上課時，老師（受訪人代號：TM1、TM2）會說明初次見面接待客人時，華人交換名片和招呼的方式，以及安排商業餐宴時應注意的座位排序、敬酒禮儀、點菜技巧、餐桌文化等。如介紹座位排序的原則與位置，敬酒時接受與推拒的用語和方式，以及點菜時可多加注意的菜色名稱、食材內容和預算；餐桌上的禮儀則包括使用擺放筷子湯匙等餐具的方式。

老師（TM1、TM2）指出，接待應酬時所用的話語，也有特定的禮節遵循，像是問候、寒暄、恭維、道謝、請求等，都應該要合乎禮貌原則。但值得注意的是，這些話語內容程度深淺不一，不見得每份教材都會羅列教授，這值得未來教材編纂者參考。

4.2.2 面子／關係與職場用語文化

有位教師（TM1）很強調：「商務華語學習者應該遵循中華文化價值觀中的人際規範與社會規約。例如稱謂就很重要，華語交際中，稱呼對方職位或職務，表示尊重對方，也反映交際雙方的身份、地位」。這位教師認為教授商務華語時，教師應該特別提醒學生注意在中華文化中「尊人卑己」的觀念，在交際時常以自謙或貶低自己的方式來表示禮貌謙遜。

這位教師很深入的說明以下重點，華人在商場上注重禮節與面子的傳統往往會反映在口語上，所以像是使用敬語，例如：「貴」、「您」、「光臨」、「諸位」等；還有常用婉詞，例如人們會說「有點不方便」、「有點事」、「再看看」來婉拒邀約，說「資深」而不會說人「年老」。以及教師（TM2、TM5）也都提及謙詞，例如：「哪裡」、「不敢當」、「敝」等。這些有禮貌的用語，都有助維繫彼此的面子，因此有助於調節人與人之間的關係。

老師們大致上認為，在口語中注重禮貌與面子問題，是商業華語中很重要也是很獨到的地方，這些是學生在通用華語中可能學不到的內容。學生會學習到在商場中如何使用比較正式的語言，而這些正式性又和商務禮儀有關，但保持禮節的目的除了為他人著想外，也和顧及面子與維繫商業關係與人際網絡有關，而這些細緻之處可能正是西方學生難以理解或學習的地方。語言和文化息息相關，老師們認為禮貌與面子和職場用語的文化內容，都應該包含在商務華語課程中。

4.2.3 職場倫理與企業文化

在中高級的商務華語課程中，有些教材會大量提到企業文化或經貿規範。其中一位老師（TM2）使用的教材中有〈企業經營〉一課，課文討論的是：「全球科技產業陷入衰退，但是微軟、戴爾及奈克斯泰通訊公司卻不受影響，其原因在於靠著獨特的技術守住顧客，因此逃過一劫」。這樣的課文內容看似和文化無關，但根據教材課文內容，教師接著會就學生的財經背景與他們討論這些公司不受影響的原因，以及其公司的經貿策略為何。老師認為類似這樣的課文內容與討論，是和企業文化相關的，這部分也可讓學生表達對企業文化的認識與比較。

另一位教師（TM4）在這方面，也提到相當特定的課程內容：「〈宜家〉家具單元提及大陸在 1998 年開始實施住房商品化，引起學生興趣……另有一課是大陸的聯想筆電製造商，其中提到商品的名稱會對營銷和產品是否成功有很大的影響……」。像類似關於品牌與市場的連結，從企業文化延伸到消費文化，教師認為，這都是學生會覺得有興趣的文化點。

在企業文化中，有些老師提到華人職場中的倫理關係也需特別說明，這部分是很多西方學生容易產生不解之處。其中一位教師（TM2）特別提到：「比如上下有別（主管與下屬）、無給薪的加班制，或是一些對外籍生而言是『畸形』的文化（例如主管還沒下班，下屬就不能下班等）。」他會針對這些文化特徵，與學生多做討論。此外，還有上述職場倫理關係中的稱謂用法，學生在學通用華語時多半學的是「親屬關係」的稱謂，但在職場中的上下等級關係，包含許多層級的職稱（例如董事長、董事長秘書、總經理、總經理特助、副總經理、秘書、協理、經理、副理、主任、科長、專員等），這些繁冗的職場稱謂都需要另外學習。

5. 研究結果討論（二）：商務華語文化教學法實務

在訪問這幾位現職的商務華語教師關於教授文化內容的教學方法與步驟時，大家提出了許多在教學實務上寶貴的經驗與意見。

透過深度訪談，我們嚴謹地整理出老師在進行商務華語教學時，融入在語言學習課堂的文化教學。以下針對七位受訪教師們的教學經驗和意見，歸納出商務華語文化的教學方法的課例與教學步驟。

整體而言，七位受訪教師們在教授生詞、語法、課文對話等單元時，大都遵循其中心的授課規範，但是在教導商務文化內容時，則表現出較多的彈性。受訪老師們的商務文化教學策略，經由我們的探討分析後發現，大致可分為三類。第一類：文化內容非獨立教學點，文化內容融合在大量的語言操練中，老師可能做細微的提點，或是以文化主題當作語言操練的框架，但仍然是以語言教學為重心。第二類：文化內容做為語言操練的作業練習，老師非常明確的講授文化內容，並給予學生範圍和語法，讓學生於課前課後針對特定文化主題進行作業準備。第三類：文化內容作為獨立的教學活動，詞彙和課文作為活動中的參考，重視商務語言在實際商務生活文化中的運用。

5.1 教學型態一：文化內容融入商務語言操練

有幾位教師指出（TM2~5），由於授課單位的要求，他們在課堂中偏向採用「聽說教學法」讓學生有大量的語言操練機會。在這樣的課堂中，文化內容並不會特別獨立出來，而是課文教學中的一部份，老師會依照課本設計的進程來教學。其中有位老師（TM4）指出，當課文內容與文化相關時，她一般會先觀察學生是否有興趣，「先檢驗學生是否已能瞭解課文語言內容，再決定討論文化的部分是否為必要」。

如果有必要、學生也有興趣時，那麼老師也是採用口語操練的方式做主題討論，例如由老師發問、學生回答，或者請學生講述自己國家中不同的做法。老師（TM4）舉例，在她的課堂中，她曾發現「學生對中西談判／殺價等不同的商業文化相當有興趣，也覺得對他們瞭解華人文化很有幫助。」於是在這方面的主題式討論，便是在課文講授完畢後，由老師準備好題目詢問學生，讓學生表達說明自己本國文化在這個主題上的做法，接著，老師再加以說明中式的做法或禮儀，簡單做個比較後，繼續其他的語法教學。她發現，當班級中有很多不同國籍的學生時，學生們很歡迎這樣的跨文化討論。

另一位受訪教師（TM5）在課程中教到「交際應酬」的主題時，依照一般聽說教學法的步驟先做暖身運動，例如進入正課前，簡單先跟學生談及交際應酬文化，此外，也請學生回想自己曾有的交際應酬經驗。接著是語言操練，開始運用本課重要生詞，如「預算、採購、建立關係、客戶、應酬」等來向學生提問，給予學生運用生詞自主造句的機會。生詞練習完畢後，接著是課文討論。課文討論的重點在於學生是否能正確使用生詞，以及在哪些相關情形下可以使用這些生詞。以應酬為例，老師會提問學生，「你們覺得哪些活動算是『應酬』？」、「『應酬』的對象通常是誰呢？」、「為什麼要參加『應酬』呢？」，為了回答這些問題，學生便會使用學過的生詞造句，像是：「應酬的對象是『客戶』」，「因為要『建立關係』，所以要應酬。」因此雖然是討論跟商務文化相關的主題，但其實還是以語言和生詞操練為主。

在生詞跟課文部分的語言操練後，接著是對話練習。這位老師（TM5）會視學生的程度做會話練習，例如同樣的課文主題，如果學生的程度中等，便由老師及學生分飾公司業務和客戶的角色，參照課文進行對話練習。但如果學生的程度較好，老師會改變角色進行模擬練習，例如老師曾試過扮演老闆身分，表明減少業務交際預算，學生作為業務人員應該如何為自己爭取預算，請他提出理由說服老闆；或是老師以家人的角色質疑應酬的目的，請學生回應。

最後是反思討論，老師會根據學生在對話練習中的回應，補充討論學生的回應是否符合華人社會文化中的期待，如果有落差會提點學生，也請學生談談對於文化差異的看法。

從以上的案例可以發現，除了密集型的語言操練外，老師在語言練習中適時地引進文化主題進行討論，學生可運用基本常識或生活經驗和老師對應，也許不算深入，但也足以提點學生商務文化上的跨文化差異。加上師生角色模擬對話的訓練，學生可透過這些過程和老師與同儕討論不同的做法和想法。透過跨文化的提點和比較，學生可瞭解到，若是以自己母國文化的方式在這些情境中應對，即使中文造詣很好，所說出來的話仍可能會冒犯華人主管或同事。在和老師的進階討論後，便可以瞭解用什麼樣的方式應對會在華人職場中更加合宜得體，這也是學習商務文化可貴的地方。

5.2 教學型態二：商務文化內容作為語言操練作業

第二類教學形態是教師在語言操練之外，配合課文內容，將文化內容主題作為需要課前課後準備的語言操練作業，雖然作業本身會讓學生充分運用學過的語言，但學生的文化學習也會透過該作業的設計，而有更深層的體驗。

第一個案例是教師（TM3）的做法，這位老師的語言教學法主要也是聽說教學法，老師表示，因為希望學生有大量的口說操練的機會，她傾向將文化內容搭配課文和語言訓練一起進行。根據以上的原則，例如老師教到關於品牌的課文時，她認為這是關於商業消費文化的主題，因此曾安排了以下的文化教學活動：首先是課前準備，老師請每位同學於上課前準備介紹一個「自己國家」或「自己」喜愛的知名品牌，預備說明該品牌特色、產品設計、相關歷史和行銷策略等，並預習該課生詞。

接著，是上課時的課堂操練，學生各自發表自己調查的品牌，其他學生聽完以後提出一個問題詢問。發表時，教師一邊提醒學生使用教材生詞，並用生詞提問。然後，進入課文討論，請學生回答課文相關問題，加強使用生詞與說法，引導學生說出完整的課文內容，訓練成段表達。下課前，教師交代回家作業：請學生當週回去準備好一個關於品牌的主題，例如：「（1）分析知名品牌在大陸受歡迎的原因；（2）你認為一般中國人或亞洲人品牌意識高嗎？為什麼呢？」，老師請學生回家練習該課重點的定式說法，引導學生套用定式說法回答以上問題。在下一週的課堂發表中，老師請學生回答上次發布的問題，並詢問其他同學的看法，彼此交流不同觀點，也再次複習生詞。

在這位教師（TM3）的班上，她提到有一次討論課文中提及的貨幣制度時，有位紐西蘭學生在最後的作業發表時間，帶了一整袋的一塊錢來學校，表示這是他到臺灣來以後所蒐集的一元硬幣，他說在紐西蘭沒有幣值這麼小的硬幣，因為大家不使用零錢。他不明白為何在臺灣要使用這些這麼重的硬幣，也覺得疑惑為何臺灣很多商品的訂價都是 39 元、99 元等。老師（TM3）說她也回應了學生的問題，她認為這是文化差異，在臺灣「節儉」被視為一種美德，即使是一元的優惠也應該珍惜的概念。也另有日籍同學分享，在日本促銷時，99 元商品可能還稍嫌「直接」，在日本很多是「98」元商品，似乎更加「婉轉地」吸引注重勤儉美德又想購物的消費者。

另外一個課文主題提到商品包裝，於是老師在課堂中讓學生說明、討論產品包裝的特色和理念。外籍學生們在作業發表的討論時間指出，他們發現臺灣商品喜歡採用可愛的、彩色的包裝，但像在紐西蘭，人們偏好的包裝是

簡單的或黑白對比色系的。大家透過課堂的對話與討論，更深切地體會到顏色偏好是地域性的、文化性的，小至影響產品設計，大至影響營銷成果。

以上所整理的案例都是同一位教師（TM3）的教學方式，但因為教材中不見得每一課都有老師認為適合教學的文化點，或是課文中根本沒有提及任何文化點，那麼文化教學便不會是商務華語教學中的重點。但如果教師覺得有適宜的文化點時，教師（TM3）便會用心設計教學活動，且能給予學生針對中外經濟或商業方面許多反思討論的空間。

不過，在上述的教學案例中，研究者須補充一點，在訂價策略方面，假如華語教師較無商學背景時，可能會傾向以傳統美德來解讀消費文化。但就行銷學專業而言，我們應瞭解 39 元、99 元、98 元等是一種心理訂價策略中常見的「尾數訂價策略」，讓消費者心理上覺得價錢便宜，這常見於一般日用消費品，好讓消費者樂於接受此一尾數價格。另外，數字的使用或定價設計，有時也和民俗習慣、風俗文化相關，例如亞洲港澳地區偏好 8（發）、9（久）等有吉利諧音的數字，常見於價格或產品上，會令消費者產生「順眼、中意」的心理反應。又如華人不喜愛的 4（死）和西方文化視為不吉利的 13，便是許多企業行號可能會避免使用的數字。

文化教學可以相當多元，尤其是商業文化可能還涉及管理策略等領域，這部分可能不是商務華語教師的專業，但在語言課程中，提醒學生文化差異並開啟思考與對話的空間，仍是值得嘗試的。

5.3 教學型態三：商務文化內容作為獨立的教學活動

另外一位老師雖然也是使用聽說教學法教學，但這位教師（TU1）的做法是將她認為值得延伸的文化點，設計成為更為獨立的作業，例如配合課文中和購物相關的課程，她讓學生們設計一張信用卡說明書，讓學生找出臺灣市場中的一個族群，針對他們的需求去設計信用卡。

學生需要寫出一小篇這張信用卡的介紹並發表。這個活動的前置作業是讓學生前往各銀行領取真實的信用卡表單或傳單，大略認識一下真實的商業文件並在課堂討論。之後，再由學生回家自行完成自己的設計。

這個教學案例在乍看之下也許會被視為「教學型態二」的口語發表作業，但在此我們認為這並非是一個單純緊扣課文內容的口頭討論或發表型態的任務，因為學生需前往銀行、參考實際的銀行信用卡說明，還需走出教室調查了解本地消費者行為和喜好，整體而言，這項教學活動的操作複雜性與親身

體驗性甚高。

最後，教師（TU1）受訪時將學生的成品提供給研究者參考，我們發現大部分同學的作品令人驚艷，不僅圖文並茂，更是具有創意。學生們表現出對於臺灣本地消費族群的生活形態與購物習慣的深入認識。從學生的投入程度和回饋中可得知，學生對於這項作業興趣高昂，應也透過這項任務活動，更深入地認識了臺灣的消費文化。

另一個案例的主題是關於華人的接待、座位禮儀與飲食文化，老師（TU1）在課文講解和語言操練後，播放相關影片給學生觀看，讓學生分組討論各國的飲食文化後，也討論接待行程。在語言操練的部分結束後，教師要求學生假設自己即將要接待華人貴賓，請他們設計賓客接風行程。在這個活動任務中，學生需回家準備宴客的行程表、中餐菜單及座位表。從學生的作業中，教師可看出學生對於中式的接待禮儀是否真有瞭解。由學生作業成品來看，一樣可發現學生十分用心的投入，可推論對此項作業的熱誠。

在以上的案例中，我們發現教師（TU1）雖然也是主要使用聽說教學法，但這位教師所處的教學單位給予教師較多的彈性空間，也得以讓她在教學步驟中除了單純的聽說練習之外，還加入了其他更為接近真實生活的一些元素，例如前往銀行、帶入真實的銀行文本、觀看商務人士的活動影片，並請學生製作接近真實職場中會有的信用卡產品及模擬接待賓客所需的實用性資料等。這些元素的加入，會佔用課堂中的語言操練時間，但在文化教學方面，卻讓學生有更深刻的體驗。使用這樣的活動設計，學生可彈性運用課本教材中的生詞、語法在相關的商務文化體驗活動中，但並不是強調或規定的；換言之，語言是完成作業任務、表達創意想法的載具，是教學活動中自由運用的一部份而不是主體。

另外，類似走入實際商務生活中的文化教學活動，教師（TM1）曾嘗試過更積極的做法，她配合教材中和國貿、物流相關的內容，帶領班上同學參觀海事博物館，幫助學生瞭解臺灣海運及貿易的發展過程。回校後，再於課堂中分享討論參觀的心得。

另外，配合課文和展覽相關的主題，教師（TM1）則是要求學生自行找時間前往世貿看展覽，並仔細觀察商展中的銷售行為，教師也要求學生在展場中需和業務人員互動，練習問問題，深入地認識某項產品。學生參觀完商展後，需回校做報告，並模擬賣家演示如何銷售商品給客人。有的學生表示，看到客戶和廠商殺價的過程很有趣，也對臺灣廠商推廣商品的模式變得更有

概念了。教師認為，讓學生在展場中實際觀察華人文化的商展與銷售，並對照自己國家的做法，不但會促進學生對跨文化差異的認識，更能瞭解真實的語用。

但這樣的教學方法不無挑戰，老師（TM1）受訪時也特別強調，因為要能夠和學生進行深入的討論，她自己本身也需要自行進修相關的海運和貿易知識，走訪商展和廠商溝通更是教師自己必備的經驗，老師認為，唯有如此她才能有信心勝任商務華語教學。有時，教師（TM1）也會邀請業界講師，到班上和同學分享大陸商務實況，因為她認為大部分的外籍學生學習華語，最終還是想到大陸經商，而她無法帶領學生到大陸參訪廠商，便邀請真正的臺商到校演講和學生互動分享。

在教師（TM1）的口述中，可能是因為教師本身教學經驗與資歷豐富，我們發現，這位教師的教學方法十分開放自主，但也有可能是授課單位沒有限制教師的教學步驟，因此老師在語言操練上無須依照制式的步驟，而是可使用自己設計的投影片教學，也可帶領學生離開課堂和校園，去貼近真實的商務世界。而教師能做到這樣深度的商務文化沉浸，自己本身除了要走出華語教學的領域進修商務知識外，也要能夠和商界有所連結，例如結識貿易商或是有相關的工作經驗。這類型以商務文化作為教學活動主體的教學策略，對教師和學生都是很大的挑戰，但相對的，學生的收穫和對臺灣商務文化的認識也很深刻。

5.4 評析

整合以上所述，我們可看到商務華語文化的「教學型態一」的文化內容非獨立教學點，文化內容融合在大量的語言操練中，老師雖然可能做細微的提點，但課程內容主要是以語言教學為重心。「教學型態二」的文化內容是做為語言操練的主題，會讓學生於課前課後針對特定文化主題進行做討論準備，老師也會和學生分享自己對文化的看法。但「教學型態三」的文化內容是獨立的教學活動，更會讓學生走出教材、教室之外去認識商務文化，重視商務語言在實際商務生活文化中的運用，因而文化體驗性與延展性更加顯著。

最後，針對上述的幾種教學型態，徵求課室觀察的結果，本文作者與兩位研究助理僅能分別前往兩位教師（TU1、TU2）的課堂中進行實際觀察共六小時，加以記錄瞭解課堂教學的真實面貌。

本研究的兩個課室觀察案例中，我們發現如同教師們訪談所述，兩位教

師的課堂教學以語法教學和語言操練為主，在適當的時間點才進行或多或少的文化教學。雖然依據訪談結果顯示，教師（TU1）的文化教學內容甚為豐富，但在觀察的課時中，可能因教學步驟的階段性，我們所觀察到的課時及教學內容，仍以語法教學為主。

在此以教師（TU2）的課堂教學為例說明。首先，在上課時間最初，老師（TU2）逐一將課文中的關鍵詞彙寫在黑板上，成為學生的視覺焦點和參考，學生可以不用盯著課本，而是儘量地回應教師的問題對話。這樣的對話操練佔了第一堂課中很多的時間，期間當學生使用了新的詞彙或教師覺得有需要加以解說的詞彙時，便會在黑板上繼續記錄。最後在下課前，教師會給學生時間消化筆記黑板上的重點，老師也會再逐一解釋詞彙並協助同學造句應用。研究者觀察到，在本次課堂中，教師（TU2）搭配課文內容主題進行語言操練，提到臺灣是製造電腦的佼佼者，學生們的反應也都十分認同。這個課堂環節帶到了臺灣的產業文化，雖然沒有讓學生針對此一主題做特殊的活動，但老師在專注詞彙演練的同時，點出臺灣產業的特色，可視為一個文化點的置入。

整體而言，在目前的商務華語課室教學中，我們所觀察到的案例顯示，語法點教學及詞彙練習仍是商務華語課堂教學中的主要部分，也就是上述的「文化教學型態一」的模式。我們隨機安排觀察的教學課時中，文化內容教學的部份比研究者原先所預期的少很多。或許教師本身認為在課堂中已有提及文化點，平時也對文化教學有興趣，但實際上，文化點的教學比例在一般課堂教學中可能有限。教師們在商務文化教學上也或許需要更多的指引和資源，發展商務華語文化教學範式供前線教師參考，我們深感有其必要。

6. 結論

本論文的研究目標主要為探究臺灣商務華語教學中的商務文化教學模式，研究問題在於瞭解商務華語教師們如何在課室中教授商務華語教材所提供的文化內容，在教師的觀點中什麼樣的商務文化內容是重要的，又應該如何在教學現場中融入這些商務文化教學以滿足學生的文化學習需求。在教材、教師、學生三方互動循環的個案研究架構下，研究者奠基在學生的文化學習需求上，加以透過教材分析與教師訪談、課室觀察，從實證研究中瞭解現況與礙難，歸納梳理出商務華語教學中的商務文化教學模式，以完善現有的教學活動論述。

本文首先回顧相關文獻，由前導研究中發現，外籍商務人士及學生在華語職場中需適應的文化問題與文化學習需求有：（1）克服語言障礙及誤解；（2）適應臺灣在地職場文化；（3）提高會議參與效率；（4）瞭解華人職場上下階層關係。此外，當外籍學生受訪關於最理想的商務華語文化教學時，學生的意見是：（1）從個人在華生活中體驗商務文化；（2）從語言中學習商務文化知識；（3）從真實的商務交流中體驗職場文化；（4）將電腦科技融入商務華語文化教學。這些學習需求充分顯示，學生所需要的是能切合他們所處的商業社會所需的商務語言和文化知識，他們需要的是能讓他們融入華語職場的協助。

在臺灣的商務華語教材分析方面，我們發現部分受到歡迎的教材年份已久，教材內容和現代商業已有所落差，書中所呈現的詞語、語法教學雖然完善，但相關商務文化內容並無法真實反應當代商業的特色與變化；而近期出版的教材，其中所教授的文化內容則以介紹大陸文化為主體。這些教材內容在對應以上學生的學習需求方面，也許可滿足第（1）點之克服語言障礙及誤解和第（4）點之瞭解華人職場上下階層關係；但因為目前受訪教師所使用的教材並無深入介紹現今臺灣在地的商業文化，因此應無法滿足學生對於第（2）點和第（3）點的學習需求：像是適應臺灣在地職場文化和提高會議參與效率。未來我們是否能看到更多以臺灣商務文化為主體的商務華語教材，加深教材和學生之間的需求互動，例如能包含外籍人士想瞭解的臺灣人所重視的商務文化價值觀、人們在會議中常用的慣用語、口頭禪的含義，以及臺灣職場中常見的一些團體或組織行為習慣等，這一部分值得期待。

在商務文化教學策略方面，本研究雖然受到時間、地區、規模、資源等諸多限制，僅能以研究教師教學個案方式瞭解教學現況，但也獲得北區多家語言中心的協助得以訪談七位具有代表性的商務華語教師與部分課堂觀課，以小規模的質性個案研究仔細梳理出值得學者與教師們參考的商務華語文化教學模式。

從教師的商務華語文化教學策略來看，我們發現可歸納為三大類：（1）文化內容融合在大量的語言操練中；（2）文化內容做為語言操練的作業練習；（3）文化內容作為獨立的教學活動，詞彙和課文作為活動中的載具。我們可進一步將這三種教學型態可歸納定義為：

1. 對話型的「商務文化內容聽說教學法」；
2. 作業型的「商務文化作業型態教學法」；
3. 體驗型的，讓學生親自進入某個特定商業場域，因而文化沉浸程度更深刻的「商務文化體驗式教學法」。

針對這三種教學型態與特質，研究者在此以「商務華語文化教學核心圖」（圖 1）來作為象徵，在最外層顏色最淺的一層，象徵可能是最多商務華語教師使用，也最便於教師融入一般的聽說語言訓練中的文化教學法，但學生在此教學中所接觸的文化學習也是最淺層的。顏色最深的核心層是商務文化體驗式教學，學生所體驗學習到的商務文化程度最深，但因教師所需花費的時間精力相對高昂，也需協調外部商業機構和獲得內部教學單位支持，應該尚屬不甚普遍的教學策略，不過學生所涉入的商業文化經驗最深。中間層次的教學策略，以作業型態帶入文化內容，則可說是介於這兩者之間。

這三種文化教學模式大略回應了學生對於文化教學方法的期待：（1）從個人在華生活中體驗商務文化；（2）從語言中學習商務文化知識；（3）從真實的商務交流中體驗職場文化。除了第（4）點：將電腦科技融入商務華語文化教學，這個部分尚未聽聞教師大量使用，僅有影片播放做為電腦輔助教學的一部份，也許未來電腦科技是商務華語文化教教學中，可逐漸著力的方向。

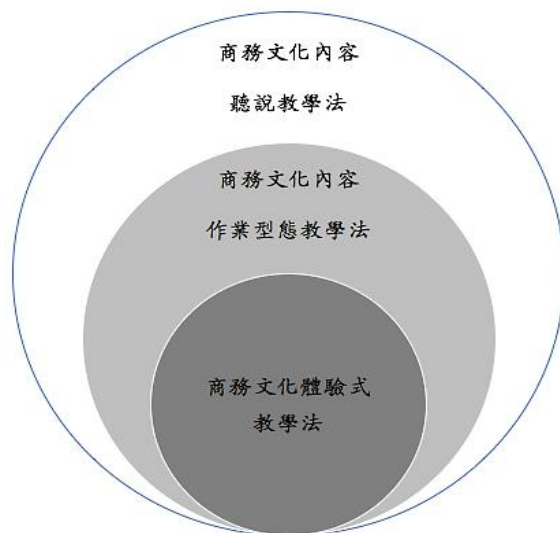


圖 1：商務華語文化教學策略型態

在這三種不同的商務華語文化教學型態中，教師們的教學步驟有部分相似處，從大量的訪談資料與觀課經驗中，我們歸納整理了以下可行的教學步驟：包含了課堂前的預習活動、課堂上的暖身運動、語言操練、課文講解討論、下一堂課的作業準備、作業任務發表、教師回饋討論等，期望能提供學界參考（圖 2）。

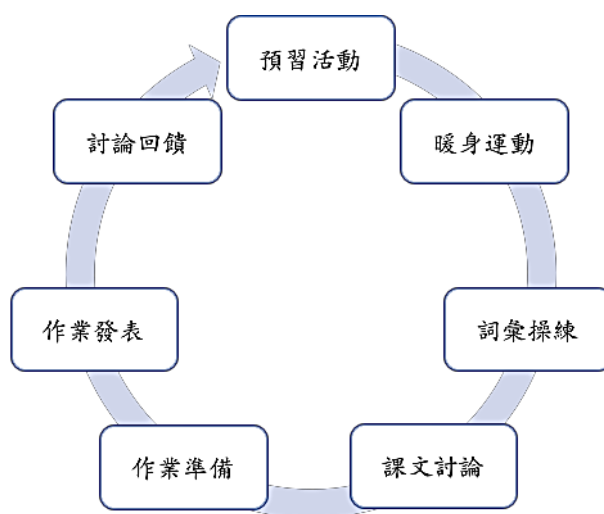


圖 2：商務華語文化教學步驟

綜上所述，商務文化內容與其教學對於各個教師而言，受限於教學機構與教材的限制與考量，加上每班學生的國籍、人數、課時、需求都不盡相同，教學還是需與實務結合，視內外環境需求及條件使用適宜的教材與實施教學方法。而教師是否想要融入文化內容於語言教學中，以目前小規模的研究尚看不出文化教學和教師的商學背景或商務經驗有顯著的對應關係。這一點，恐怕有賴未來更大規模的統計，才能瞭解教師在何種條件下，決定何種的文化教學模式與如何執行教學步驟。目前，研究者認為各種教學策略最終還是要基於教師、教材、學生三方互動並考量教學機構的規範，才能發展出最合宜的商務文化教學法。

最後，由於本研究方法採用個案研究，為避免以偏概全之弊，相當期待未來針對此一議題能有更多更廣泛的研究與探討。對於未來研究方向的建議，我們認為，教師、學生和教材間的互動模式十分適合研究語言教學情境中的教學模式。本研究所提出的「商務華語文化教學策略型態」的每一種策

略，也都值得加以實驗研究。例如「商務文化體驗式教學法」，未來的實驗對象或許可考慮以在業界實習的外籍學生為樣本，觀察其如何透過「做中學」的模式，精進其商務華語文化能力。

本研究結果也顯示，不論教師、學生和或教材都和「社會」有緊密互動，如上所述，外籍學生想學習的商務華語，是可以幫助他們融入華語商業社會和職場的實用語言，例如學習需求中指出的成語、敬語、本地同事使用的閩南語、慣用語等，和職場社交所需要的禮節、民情風俗等，這些都可說是重要的「社會語言」。而教師和教材更是無法脫離商業社會，一方面教材出版在商業社會中有其生存競爭的考量，教師也必須配合任職機構的要求，因此教材中的文化內容皆非真空靜態，所授內容也無一不受社會現實考量所影響。而現今的世界經濟、企業行號、經貿潮流日新月異、瞬息萬變，商務華語教師教學內容和商務華語教材文化內容理應與時俱進，不可能像傳統文化教材一樣有可以傳承千年的經典，教材內容也無法長達十多年不改編仍合宜適用，因此我們建議，未來相關的研究可加入當代社會（語言文化）要素（圖3），例如加以關注臺灣本地商業社會中的語言文化研究，讓商務華語教學文化與臺灣的商業社會更加緊密結合，使得商務華語教學能達到產學無縫接軌。

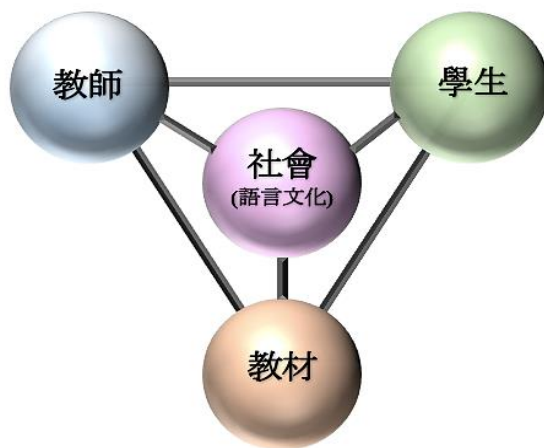


圖 3：商務華語文化教學研究架構建議

我們希冀本研究結果能提供有志教師及商務華語學程設計者一個教授商務華語文化的大方向，也期待看到商務華語教學更有效更長遠的發展。

引用文獻

- Denscombe, Martyn. 2010. *The Good Research Guide: for Small-scale Social Research Projects* (4th edition). Maidenhead, UK: Open University Press.
- Lee, Hsin-hsin Cindy, and Li-yu Chen. 2014a. Enhancing employees' intercultural communication and language competences in the era of globalization. *2014 International Conference on Human Resource Proceedings*, 82-88.
- Lee, Hsin-hsin Cindy, and Li-yu Chen. 2014b. Building a culture learning model in the study of business Chinese: An analysis in business professionals' cultural learning needs. *Journal of Chinese Language Teaching* 11.4: 41-71.
- 干紅梅（主編）。2013。《商務漢語詞彙手冊》。北京：商務印書館。[Gan, Hong-mei. (ed.) 2013. *Handbook of Business Chinese Vocabulary*. Beijing: The Commercial Press.]
- 王惠玲、盧惠惠（主編）。2009。《語言學理論與商務漢語教學研究》。上海：學林出版社。[Wang, Hui-ling, and Hui-hui Lu. (eds.) 2009. *Linguistic Theory and Research in Business Chinese Teaching*. Shanghai: Xuelin Publishing Company.]
- 王琳。2015。〈基於情境的任務型教學法在商務漢語綜合課中的應用〉，《現代語文》，10月號，7-10。[Wang, Lin. 2015. Situation-oriented task-based approach to teaching comprehensive Business Chinese course. *Modern Chinese*, October issue, 7-10.]
- 朱黎航。2003。〈商務漢語的特點及其教學〉，《暨南大學華文學院學報》，第3期，55-60。[Zhu, Li-hang. 2003. Characteristics of Business Chinese and its teaching, *Journal of College of Chinese Language and Culture of Jinan University* 3: 55-60.]
- 李青、張曉慧。2006。〈任務型語言教學模式在商務漢語口語課教學中的運用〉，《國際漢語教學動態與研究》，第2卷，11-19。[Li, Qing, and Xiao-hui Zhang. 2006. Task-based approach applied in Business Chinese conversation course. *International Chinese Language Teaching & Learning* 2: 11-19.]
- 李欣欣。2016。〈體驗式教學法於初級商務華語教學中的應用〉，《臺灣華語教學研究》，第12期，43-66。[Lee, Hsin-hsin. 2016. Application of experiential learning model in fundamental Business Chinese teaching. *Taiwan Journal*

- of Chinese as a Second Language 12: 43-66.]
- 李融月。2015。〈內容型教學法在商務漢語中的應用〉，《文學教育》，第 2 期，56-58。[Li, Rong-yue. 2015. Content-based instruction applied to teaching Business Chinese. *Literature Education* 2: 56-58.]
- 杜昭玫。2014。《商業華語教學理論與實務》。臺北：新學林出版股份有限公司。[Tu, Chao-mei. 2014. *Theory and Practice of Business Chinese Teaching*. Taipei: New Sharing Publishing Company.]
- 沈庶英。2012。《經貿漢語本科教學詞彙大綱》。北京：北京語言大學出版社。[Shen, Shu-ying. 2012. *The Word Syllabus of Business Chinese for Undergraduate Education*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.]
- 沈庶英。2013。《商務漢語教學理論研究與方法創新》。北京：北京語言大學出版社。[Shen, Shu-ying. 2013. *Research Teaching Theory of Business Chinese and Innovation of Teaching Method*. Beijing: Beijing Language and Culture University Press.]
- 谷海燕。2014。〈任務型教學法在商務漢語精讀教學中的應用研究〉，《語文學刊》，第 16 期，111-112。[Gu, Hai-yan. 2014. Task-based approach applied in teaching reading class of Business Chinese. *Journal of Language and Literature Studies* 16: 111-112.]
- 周紅。2017。〈基於案例教學法的國際商務漢語師資培訓模式探究〉，《國際漢語教育》，第 2 卷第 2 期，76-88。[Zhou, Hong. 2017. The study of international Business Chinese teacher training mode based on case teaching method. *International Chinese Language Education* 2.2: 76-88.]
- 邱曉蕾。2006。〈面向「工作驅動型」留學生的商務漢語教學改革設想〉，《海外華文教育》，第 3 期，59-64。[Qiu, Xiao-lei. 2006. Facing “work-oriented” overseas students: Thoughts for reforming Business Chinese teaching and learning. *Overseas Chinese Education* 3: 59-64.]
- 苗欣。2011。〈案例教學法在商務漢語教學中的應用〉，《大慶社會科學》，總第 164 期第 1 期，146-148。[Miao, Xin. 2011. Application of case method of teaching in Business Chinese instruction. *Daqing Social Sciences* 164.1: 146-148.]
- 孫紅、鞏喜云。2014。〈國際商務漢語教學中的文化教學問題〉，《國際商務—

- 對外經濟貿易大學學報》，第 4 期，124-128。[Sun, Hong, and Xi-yun Gong. 2014. Cultural teaching problems in international Business Chinese teaching and learning. *UIBE International Business Journal* 4: 124-128.]
- 袁方。2007。〈泰國皇太后大學漢語教學概況—兼談商務漢語專業二年級綜合課教學體會〉，《海外華文教育》，第 2 期，73-84。[Yuan, Fang. 2007. Chinese teaching in Mae Fah Luang University, Thailand: Experience in teaching grade 2 Business Chinese. *Overseas Chinese Education* 2: 73-84.]
- 袁珂。2008。〈商務漢語口語教學中任務型教學模式初探〉，《內蒙古師範大學學報》，第 37 卷第 6 期，103-105。[Yuan, Ke. 2008. Primary research in task-based approach applied in Business Chinese conversation class. *Inner Mongolia Normal University Journal* 37.6: 103-105.]
- 國立臺灣師範大學國語教學中心（主編）。2001a。《實用商業會話》修訂本 I。臺北：國立臺灣師範大學國語教學中心。[National Taiwan Normal University Center for Chinese Language and Culture Studies. (ed.) 2001a. *Practical Business Conversations Revision I*. Taipei: National Taiwan Normal University Center for Chinese Language and Culture Studies.]
- 國立臺灣師範大學國語教學中心（主編）。2001b。《實用商業會話》修訂本 II。臺北：國立臺灣師範大學國語教學中心。[National Taiwan Normal University Center for Chinese Language and Culture Studies. (ed.) 2001b. *Practical Business Conversations Revision II*. Taipei: National Taiwan Normal University Center for Chinese Language and Culture Studies.]
- 國立臺灣師範大學國語教學中心（主編）。2018。《各行各業說中文》。臺北：國立臺灣師範大學國語教學中心。[National Taiwan Normal University Center for Chinese Language and Culture Studies. (ed.) 2018. *Advanced Business Chinese*. Taipei: National Taiwan Normal University Center for Chinese Language and Culture Studies.]
- 康曉麗。2009。〈商務漢語教學初探：以泰國皇太后大學為例〉，《海外華文教育》，第 1 期，73-78。[Kang, Xiao-li. 2009. Primary research in Business Chinese teaching: a case in Mae Fah Luang University, Thailand. *Overseas Chinese Education* 1: 73-78.]
- 張婧。2009。〈過程體裁法在漢語商務信函寫作教學中的應用〉，《經濟研究導刊》，第 10 期，196-198。[Zang, Jing. 2009. Process approach applied in

- teaching writing business letters in Chinese. *Economic Research Journal* 10: 196-198.]
- 張黎（主編）。2007。《經貿漢語課程研究》。北京：商務印書館。[Zhang, Li. (ed.) 2007. *Research in Curriculum of Business Chinese*. Beijing: The Commercial Press.]
- 張黎。2011。〈交際策略教學法研究〉，《語言教學與研究》，第 2 期，9-15。[Zhang, Li. 2011. Research in teaching socialization strategies. *Language Teaching and Research* 2: 9-15.]
- 莫若華。2012。〈商務漢語教學的若干問題與多元對策〉，《廣東技術師範學院學報》，第 1 期，121-124。[Mo, Ruo-hua. 2012. Certain problems and multiple solutions in Business Chinese teaching. *Journal of Guangdong Polytechnic Normal University* 1: 121-124.]
- 郭明德。2001。《班級經營》，21-24。臺北：五南圖書。[Guo, Ming-de. 2001. *Class Management* 21-24. Taipei: Wu-nan Books.]
- 陳向明。2002。《社會科學質的研究》。臺北：五南圖書。[Chen, Xiang-ming. 2002. *Qualitative Research in Social Science*. Taipei: Wu-nan Books.]
- 陳雅文。1995。〈個案研究法〉，《圖書館學與資訊科學大辭典》，國家教育研究院（主編）。臺北：國家教育研究院。[Chen, Yai-wen. 1995. Case study. *Encyclopedia of Library and Information Science*, ed. by National Academy for Education Research. Taipei: National Academy for Education Research.]
- 陳麗宇。2012。《商務華語詞彙分析》。臺北：文鶴出版股份有限公司。[Chen, Li-yu. 2012. *Lexical Analysis of Business Chinese*. Taipei: Crane Publishing Co.]
- 喬曄。2011。〈試論商務漢語教學中的文化教學〉，《河南教育（中旬）》，4 月號，27-28。[Qiao, Ye. 2011. Attempt to discuss cultural teaching in Business Chinese. *Henan Education*, April issue, 27-28.]
- 覃俏麗。2009。〈對外商務漢語中的文化因素及其教學〉，《現代語文》，第 8 期，124-126。[Tan, Qiao-li. 2009. Cultural factors in teaching Business Chinese as a foreign language. *Modern Chinese* 8: 124-126.]
- 溫曉芳。2008。〈從案例教學法看商務漢語教學〉，《語文學刊》，第 24 期，125-126。[Wen, Xiao-fang. 2008. Looking at Business Chinese teaching from case-study approach. *Journal of Language and literature Studies* 24:

125-126.]

- 葉德明(主編)。2011。《遠東商務漢語 I》。臺北：遠東圖書公司。[Yeh, Teh-ming. (ed.) 2011. *Far East Business Chinese I*. Taipei: The Far East Book Co., Ltd.]
- 葉德明(主編)。2012。《遠東商務漢語 II》。臺北：遠東圖書公司。[Yeh, Teh-ming. (ed.) 2012. *Far East Business Chinese II*. Taipei: The Far East Book Co., Ltd.]
- 葉德明(主編)。2016。《遠東商務漢語 III》。臺北：遠東圖書公司。[Yeh, Teh-ming. (ed.) 2016. *Far East Business Chinese III*. Taipei: The Far East Book Co., Ltd.]
- 對外經濟貿易大學國際商務漢語教學與資源開發基地(北京)。2012。《2011 國際商務漢語年度報告》。北京：高等教育出版社。[Institute of International Business Chinese Education and Resources Development (Beijing). 2012. *2011 International Business Chinese Annual Report*. Beijing: Higher Education Publisher.]
- 管斌。2014。〈案例式商務漢語教學中的合作學習策略研究〉，《數字化漢語教學(2014)》，77-82。[Guan, Bin. 2014. Research in cooperative learning strategies of case-based Business teaching and learning. *Digitizing Chinese Teaching (2014)*, 77-82.]
- 劉豔。2011。〈基於任務的商務漢語詞彙教學探討〉，《華文教學與研究》，第4期，35-39。[Liu, Yan. 2011. On task-based Business Chinese vocabulary teaching. *TCSOL Studies* 4: 35-39.]
- 樓益齡。2004。〈漢語主體意識與對外商務漢語教學〉，《雲南師範大學學報》，第2卷第1期，50-54。[Lou, Yi-ling. 2004. On the subjective consciousness of the Chinese language and teaching Chinese as a second language for business. *Journal of Yunnan Normal University* 2.1: 50-54.]
- 蕭九根、蕭昀。2016。〈高校商務漢語教學諸問題〉，《讀寫月報：語文教育版》，總第932期第2期，22-25。[Xiao, Jiu-gen and Xiao Yun. 2016. Some problems in Business Chinese teaching at higher education. *Reading and Writing Monthly Journal: Literary Education Edition* 932.2: 22-25.]
- 聶學慧。2010。〈經貿漢語：對外漢語教學中的新文化態勢探討〉，《中華文化論壇》，第2期，127-130。[Nie, Xue-hui. 2010. On Business Chinese: New

cultural situations in teaching Chinese as a foreign language. *Forum on Chinese Culture* 2: 127-130.]

關道雄。2006。〈商務華語教材的範圍、內容和開放式架構設計〉，《國際漢語教學動態與研究》，第2期，3-10。[Guan, Dao-xiong. 2006. Definition, contents and open-ended framework of a Business Chinese textbook. *International Chinese Language Teaching & Learning* 2: 3-10.]

顧偉列、方穎。2009。〈商務漢語任務型語言教學法初探〉，《雲南師範大學學報》，第7卷第2期，36-41。[Gu, Wei-lie, and Ying Fang. 2009. Primary research in task-based approach in teaching Business Chinese. *Journal of Yunnan Normal University* 7.2: 36-41.]

[審查：2019.6.14 修改：2019.7.11 接受：2019.9.12]

李欣欣

Hsin-Hsin Cindy LEE

10051 臺北市濟南路一段 321 號 國立臺北商業大學國際商務系

No.321, Sec. 1, Ji-Nan Road, Taipei 10051, Taiwan

International Business Department

National Taipei University of Business

cindylee@ntub.edu.tw

陳麗宇

Li-Yu CHEN

10610 臺北市和平東路一段 162 號 國立臺灣師範大學華語文教學系

No.162, Sec. 1, Heping E. Rd., Taipei 10610, Taiwan

Department of Chinese as a Second Language

National Taiwan Normal University

liyu@ntnu.edu.tw

附錄一：商務華語教師訪談重點問題

- 一、在商業華語課程中，您最常教授、提及或帶入的文化教學內容為何？請略為描述內容或教材範例。（例：商業歷史、中華文化、企業文化、商業禮儀、跨文化差異、經貿規範等）
- 二、請問您選教上述文化內容教學的考量或標準為何？為何於課程中教授文化內容呢？請略為描述教學理由及考量。（例：依據何種的教學原理、個人理念、學生需求、機構要求、教材設計等）
- 三、請問您在課堂中教授、提及或帶入的文化教學內容的方式為何？請列舉二例詳細描述教學步驟及教學效果。（例：教授何種文化主題，採取何種教學方式，經歷哪幾項教學步驟，達成何種教學效果，學生反應回饋為何）
- 四、請問您採取上述教學方式的考量或標準為何？請略為描述教學理由及考量。（例：依據何種的教學原理、個人理念、學生需求、機構要求、教材設計等）
- 五、針對未來商業華語文化教學的方法改善、實施，請教您的建言為何？或對未來想進行商業華語課程中進行文化教學的教師，在教學內容及教材教法方面，您的建議為何？

附錄二：《遠東商務漢語》系列「工商文化智庫」主題

書名 課名	遠東商務漢語 I	遠東商務漢語 II	遠東商務漢語 III
1	交換名片、使用稱謂	市場調查現況	中國最常見的兩種公司型態
2	接風、待客之道	商務人士出差行程安排、商務旅遊	介紹中國上市公司的股票類型
3	華人宴客、座位禮儀	華人對於價格談判的原則	簡歷內容，中式和西式簡歷格式
4	華人接送客戶的慣例、叫車坐車的方式	買賣方談判後的訂約及條款需注意事項	個人工作室創業門檻低，符合中國人需求
5	商務旅行	兩種進出口貿易付款方式	中國進出口商品質量認證制度簡介，報檢方式說明
6	中國的飯店種類	包裝的分類與華人對於包裝觀念的演變	華人對保險觀念的演變
7	華人贈禮文化、中國的三資企業	貨物運輸方式、中國主要港口、材積計算方式	物流自動化設施、 <u>臺灣電腦業產銷模式</u> 、中國家族企業生命週期
8	華人存款、借款的觀念	簽約時《購貨合同》的主要內容、「中國國際經濟貿易仲裁委員會」簡介	中國客戶服務心態的轉變、 <u>臺灣客服系統現況</u>
9	電子產品介紹	廣告創意須謹慎	知識產權簡介、中國「打黃、掃黑」政策
10	新環保概念	中國商家的客服觀念與消費者的消費習慣	企業的社會責任、中國企業家的觀念

Teaching Culture in Business Chinese Curricula

Hsin-Hsin Cindy LEE

**International Business Department
National Taipei University of Business**

Li-Yu CHEN

**Department of Chinese as a Second Language
National Taiwan Normal University**

Abstract

Language and culture are two facets of the same entity. When teaching Business Chinese, how a teacher integrates cultural content and conducts cultural teaching is a critical issue. Since the teaching of culture has a direct impact on foreign business people's social manners and success in doing business, teaching and learning culture in Business Chinese curricula can be crucial. The focus of this research thus lies in exploring useful cultural teaching strategies in Business Chinese curriculum. The research first begins with analysis of learning needs and teaching material, followed by an in-depth qualitative study of practitioners' views and teaching methodology. It concludes with three different Business Chinese Cultural Teaching Styles: "Business Content Based Audiolingual Method", "Business Cultural Task-Based Approach", and a method that yields a deeper immersion experience – "Business Culture Experiential Method". Finally, useful teaching steps and a prospective research framework are recommended for future research and teaching practice.

Keywords: cultural teaching, case study, business culture, teaching business Chinese