

基于“产出导向法”的商务汉语案例教学实践

黄莲花* · 李吉莲**

【目 录】

1. 引言
2. 产出导向法、汉语教学、案例教学之间的关系
 - 1) 产出导向法与商务汉语教学
 - 2) 案例教学与传统商务汉语教学
 - 3) 产出导向法与商务汉语案例教学
3. 基于产出导向法的商务汉语案例教学实践
4. 产出导向法运用于商务汉语教学的思考
5. 结语

【摘要】

本文尝试将产出导向法理论运用到商务汉语案例教学,用实际课堂的教学准备、教案编写、实施过程、教学反思等环节来探讨其适用性。在教学实践过程中,我们选取跨国企业本土化为教学内容,按照产出导向法的三个步骤“驱动-促成-评价”展开商务汉语案例教学,并针对课堂教学效果进行了调查,总结归纳了基于产出导向法理论的商务汉语教学的优点和不足,最后,就商务汉语教师的专业素养提高、学习者的学习能力提升、教学方式的优化、教学过程的完善提出了几点建议。

【关键词】产出导向法; 来华学历留学生; 商务汉语; 案例教学; 学习中心说。

* 상해외국어대학교 박사과정 (제1저자, 1245392416@qq.com)。

** 창신대학교 중국비즈니스학과 부교수 (교신저자, 1j122000@cs.ac.kr)。

1. 引言

基于经济全球化的大背景下,来华留学生数量逐年增加,据英国《泰晤士高等教育》网站8月23日文章写道¹⁾:联合国教科文组织数据表明,自2012年到2017年在华外国留学生增幅达74%,据中国教育部统计²⁾,2018年各类外国留学人员已达492,185名,其中接受学历教育的学生占52.44%,非学历生占47.56%,与2017年相比,其增长比例为0.62%。随着“一带一路”倡议的不断推进,其沿线国家的学生、学者、研究人员、商务人士之间的交流将更加频繁。在这样一个大趋势下,通用汉语教学未能满足各类学习者的多元化、专业化的学习需求。针对以上需要,中韩两国的各大高校已开设了科技汉语、医学汉语、旅游汉语、商务汉语等多种专门用途汉语,其中,商务汉语课程受到广泛重视,其重视程度体现在学习人数以及课程数量³⁾。张黎(2006)⁴⁾曾提到:“中国国内外几乎每个汉语教学机构都开设了商务汉语课程”,经过近四十年的探索发展,其受欢迎程度有增无减,依然是汉语作为第二语言教学领域的中的最大热点。

商务汉语是外国人了解中国经济环境,获得经济专业知识的主要途径,与通用汉语相比较而言,商务汉语突出专业用语和交际汉语在具体商务情境中的使用,因此,其语言形式、语体风格、词汇选择上都有差异。但是据笔者调查发现,就目前中国高校开设的商务汉语课堂而言,大部分教师采用通用汉语教学模式进行教学,“学”和“用”没能有效融合,“学”一般通过教师对重点词汇、语法结构、课文的讲解来完成,“用”主要通过商务情境下的角色扮演以及对中西文化差异的讨论来实现。我们认为,“导入-讲解-操练-总结”为主要环节的传统对外汉语教学模式因输出有限,应用性不高,因此,并不能切实满足学生的学习需求,根据《商务汉语考试大纲·商务汉语交际功能项目》⁵⁾罗列出的具体功能,我们总结的商务汉语课堂教学要达成的目标如下:1. 提高学生的商务交际能力和商务决策能力;2. 培养学生的逻辑论证能力和阐述观点的能力;3. 使学生具备跨文化视野能够对各国多元化的商业现象做出合理的判断和分析。

我们认为基于产出导向法(Production-oriented Approach,简称POA)的案例教学可以有效解决商务汉语教学中的“学用分离”问题。POA是文秋芳教授针对中国外语教学“重学轻用”的现实情况构建的外语教学理论,文秋芳(2018)⁶⁾认为,中国对外汉语教学与外语教学同属于第二语言教学,若教学上存在“输入和输出分离”的问题,运用POA理论将有效缩短学用之间的间隔。商务汉语作为对外汉语的一个分支,其教学须突出知识的专业性和应用性,我们认为,商务汉语案例教学能够实现专业内容和语言表达之间平衡,我们将POA理论应用于案例教学,用实际课堂反馈来

1) 英国《泰晤士高等教育》(Times Higher Education,简称THE)网站 <https://www.timeshighereducation.com/> 原题:中国的教育出口助力其全球雄心(China's education exports match its global ambitions)

2) 数据来源:中华人民共和国教育部官方网站 <http://www.moe.gov.cn/>

3) 황런화, 이길연, 〈비즈니스 중국어 학습수요에 관한 연구〉, 《중국어학》, 68집, 대한중국어학회, 2019.09, p. 213.

4) 张黎, 〈商务汉语教学需求分析〉, 《语言教学与研究》, 第3期, 2006.03, p. 55.

5) 具体项目参看《商务汉语考试大纲·商务汉语交际功能项目》,《大纲》是备考的指导用书,书中有商务汉语考试介绍、等级标准、评分标准、样题、交际功能项目、常用词语表,并配有听力考试样题的光盘。

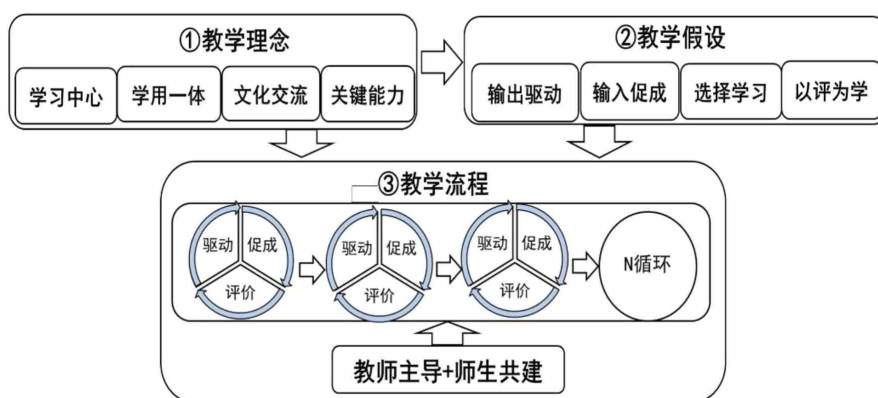
6) 文秋芳, 〈“产出导向法”与对外汉语教学〉, 《世界汉语语言学》, 第3期, 2018.03, p. 388.

检验POA是否同样适用于商务汉语教学。

2. 产出导向法、商务汉语教学、案例教学之间的关系

1) 产出导向法与商务汉语教学

产出导向法是文秋芳在分析传统的“课文中心”、“任务中心”的教学模式之后，为解决课堂教学过程中存在的“学用脱节”问题而构建的理论。自2007年起，POA经历了预热期、雏形期、形成期、修订期、再修定期等5个阶段⁷⁾，其原型为“输出驱动假设”，之后被修订为“输出驱动-输入促成假设”，后来经过不断完善，最终构建了POA理论体系（<图1>）。



<图1> 修订后的POA理论体系（文秋芳，2018）

商务汉语是针对那些想与中国建立商业经济合作的外国人所开设的课程，目前，中国国内高校开设的商务汉语教学对象是汉语中级以上水平的学习者，日常交流基于中国人进行有效的交流和沟通。我们认为，其根本原因是商务汉语语言输出的不足，“中高级阶段是交际能力逐步成熟的过程，是使语言成为言语习惯、语言行为的过程。”⁸⁾。遗憾的是，传统商务汉语课堂教学只是实现了“语言知识和商务知识的输入”，未能实现“输入”到“输出”的有效转化。因此，基于POA理论的商务汉语教学目标在于实现知识性输入和语言性输出之间的平衡。经过产出导向法和商务汉语教学理念的比较，我们发现，图1的POA的教学理念“学习中心”、“学用一体”、“文化交流”、分别对应于商务汉语中的“基于学习者需求出发”、“培养学生运用能力”、“使学习者了解中国商务文化”理念，而“关键能力”是POA针对外语教育所提出的，商务汉语教育作为对外汉语教育的一部分，教师要注重培养具备“关键能力”的国际人才。

7) 文秋芳，〈构建“产出导向法”理论体系〉，《外语教学研究》，第4期，2015.04，pp. 547-558。

8) 赵建华，〈对外汉语教学中高级阶段功能大纲〉，北京语言文化大学出版社，1999，p. 1。

第一、POA中“学习中心说”与商务汉语教学“基于学习者需求”⁹⁾的课程教学理念相契合。POA的“学习中心说”明确指出课堂教学所要达及的目标为“促成学生有效学习”的发生。POA理论虽未阐释“有效学习”的定义,但我们认为商务汉语教学中的“有效学习”是指理解的输入(comprehended input)转化为摄入(intake),最终输出(output)的过程,简言之,课堂教学目标就是促使学生实现显性知识(explicit knowledge)向隐性知识(tacit knowledge)的转化、接受性知识向产出能力的转化。商务汉语属于专门用途汉语,与普通汉语相比,学习者有特定学习需求,需要学习商务交际用语和经济相关专业知识,并要在短时间内能够将所学知识转化为交际能力。

“学习中心说”与“基于学习者需求”理念的共同之处在于都是为了实现“学生产出最大化”这一目标而提出的。在这一理念的指导下,教师所设计的每个活动都要符合学生的学习需求,学生也有义务和责任积极参与教学的各个环节,不断探索求知,与教师一起营造良好的课堂氛围,使学习效率达到最优。“学习中心说”体现的是一种以过程为主导的思路,从课程前准备、词汇语法操练、具体商务情境下的运用,整个教学过程的展开都要关注学生能否有更多的产出。

第二、POA“学用一体”的理念与商务汉语培养学生“运用能力”的目标相一致。

商务汉语的人文目标是培养具有商务实践能力的人才,实践能力包括商务交际能力、谈判能力、业务能力、商务文案撰写能力等。与其他专门用途汉语相比,商务汉语是交际性、实用性最强的专业汉语,传统阅读教学模式,即以“梳理结构、概括大意、学习语言点”为目的的教学只能使学生“被动接受”,所学知识无法得到及时应用,课堂上收获最多的不是学生反而是教师。因此,将“学用一体”的核心理念——“缩短学用时间间隔”应用于商务汉语教学有助于增加学生的“主动输出”。其具体实践方式是,将课文材料作为学习生词和语言点的工具和手段,教师的角色不再是“讲授者”而是“辅助者”,针对不同的产出任务,为学生提供充分的语言素材和可供选择的框架,并鼓励学生将新的语言点和生词运用到连贯表达上,这样的“脚手架式”(scaffolding)课堂设计会给予学生充分的自由去表达自己的观点,同时,因教师在备课时已对学生可能会使用的语言点进行了筛选,所以也能够宏观把控学生的“输出”。

第三、POA“文化交流”理念与商务汉语教学目标“使学习者了解中国商务文化的特征”相一致。

在世界经济全球化的大背景下,国家间的交流越来越密切,世界正处于不同文化不断交流、融合的时期,任何形式的商务交际活动都离不开对不同文化的了解。POA“文化交流”主张不同文明之间相互尊重和相互理解。跨国企业间的贸易往来需要大量具备“跨文化交际能力”的人才,在商务汉语课堂教学中教师需要根据教学目标和教学内容,增加学生对不同文化的了解,尤其是在不同商务交际场合的商务礼仪,促使学生有意识地与本国文化进行比较,更好地理解中国文化。

第四、POA“关键能力”理念作为外语学习者应当具备的能力之一,同样适用于学习商务汉语的国际学生。

POA“关键能力”的前身是“全人教育说”¹⁰⁾,是指外语课程教学要同时实现提高学生语言能力的工具性目标和培养具备综合文化素养的人文性目标。POA理论所强调的两个目标并不是分离的,而是紧密联系在一起,其方式包括产出话题的选择、输入材料的选择、教学活动的组织形式

9) 황련화, 이길연, 前掲, pp. 213-233.

10) 文秋芳,〈构建“产出导向法”理论体系〉,《外语教学研究》,第4期,2015.04, p. 548.

等。其思想具体应用于商务汉语教学就是所选的语言材料既要促进个人成长,也要担负一定的社会责任,在教学过程中既要培养独自完成任务的能力,又要培养团结协作能力。文秋芳(2018)¹¹⁾把“全人教育”改成了“关键能力”其原因包括:1)前者过于抽象;2)“2017年普通高中英语课程标准(课标)”的颁布;3)《关于深化教育体制改革的意见(意见)》的提出。“课标”和“意见”中都表明了“培养关键能力”的要求,POA在此基础上重新阐述了外语教育的六种“关键能力”¹²⁾:语言能力(Language competency)、学习能力(Leaning competency)、思辨能力(Critical thinking competency)、文化能力(Cultural competency)、创新能力(Creative competency)、合作能力(Collaborative competency)。就中国高校开设的商务汉语课堂而言,学习时间十分有限,短短四个学期¹³⁾,不可能涉及到所有商务知识,这就要求具备“关键能力”,学生须在课堂学习的基础上不断发问和思考,不断与母语、已知语言知识进行比较,建立新旧知识的连接点,促进正迁移,减少负迁移。与此同时,学习者应自学掌握更多的经济金融知识和统计软件,并尝试将其运用到解决新问题上,教师也可用多样化的教学设计和操练方式,如同伴练习、小组分享、全班讨论等形式建立学生的互助精神、利他精神,商务汉语教学旨在培养学生的职业素养,上述关键能力也是学生进入职场所需的必备能力。

2) 案例教学与传统商务汉语教学

案例在商务汉语中的运用借鉴了哈佛商学院的案例教学法,从2002年开始至今商务汉语案例教材层出不穷,其中我们所参考的教材是史中琦主编,中译出版社出版的《商务中文案例教程(策略卷)》。之所以选择这本书是因为此书在编写体例上将案例教学法核心理念贯穿始终,操作性、针对性较强,具体呈现方式我们将在第四部分详细展开。我们认为,与传统汉语教学相比,案例教学法在诸多方面具有优势,下面我们将按照“课前导入-课堂教学-课堂操练-学以致用”的顺序进行比较。

(1) 课前导入

课前导入是帮助学生实现从已知到未知的过渡环节,师生互动过程中教师可以了解学生的已有知识,学生可通过接收课文主题相关信息为后面的学习做好准备。传统汉语教学的导入有提问、照片、图画、音频、视频、故事等多维方式,是教师主导的导入;相反,商务汉语案例教学导入是以学生为主导,教师布置任务后,学生充分发挥主动性、自主探索、分享观点,其形式可以是采访、小组交流、全班讨论,其目的是在表达的过程中意识到现有知识和所需知识的差距并产生学习和表达的欲望,与传统导入相比,其特点是学生自主参与、灵活度高。

(2) 课堂教学

课堂教学是语言输入的主要环节,传统汉语教学一般按照“词汇-语法-课文”的顺序进行,

11) 文秋芳,〈“产出导向法”与对外汉语教学〉,《世界汉语教学》,第3期,2018.03, p. 388。

12) 文秋芳,〈新时代高校外语课程中关键能力的培养:思考与建议〉,《外语教育研究前沿》,2018.01, p. 4。

13) 商务汉语课堂一般在国内高校汉语言本科经贸方向开设,大部分安排在第三、第四年级。在韩国也有很多高校也开设了此类科目,笔者所在的韩国C大学中国商务系与国内N大学工商管理系共同培养2+2双学位学历生,对这些韩国学生来说,商务汉语课堂尤为重要。

重点是语法结构和课文内容的讲解。与此相反，案例教学方法并不把阅读训练、语言形式、语用说明作为课堂教学的核心内容，而是以互动提问、讨论的形式确认学生对生词、语法、课文的理解程度，并确保每个学生都达到精确理解。这就需要学生课前完成一定量的阅读任务和语法词汇的学习，也需要教师提前告知如何进行有效学习，如，通过课本中标注的语言点示例和词典注释自行归纳整理常用搭配进行语块学习 (Chunk learning)；通过检索语料库接触更多鲜活的语言素材以体会语言结构的使用目的和场景；在速读课文时标记疑问点并带着问题参与课堂讨论等。因此，与传统教学不同，案例课堂教学旨在通过师生互动、生生互动的方式检测学生对课文和语言点的理解，促使学生在课下通过自学获得的“感知输入”转为“理解输入”。

(3) 课堂操练

行为主义背景下的传统语言教学把语言习得看做习惯的养成，认为其过程是“刺激-反应-强化”，语言刺激就是语言输入，所以操练方式通常包括跟读、选词填空、判断对错、完成句子等，属于“机械性输出”。与此不同，案例教学将以上训练作为课下作业完成，课上主要以综合性训练，即以“创造性输出”为主，其方式包括：图表说明、成段表达、口头报告、语体转换等。之所以这样安排是因为，促使学生贴近更多真实的语言情境，并在角色转换过程中体验因谈话对象、使用场景的不同而带来的语言形式上的差异，提高语言表达的得体性和准确性。

(4) 学以致用

基于传统教学模式的语言运用是在教师设定的具体情境下进行的有限输出，通常包括复述模仿、同伴练习、角色扮演、情景表演等；案例教学法考虑每个学生的个体差异，支持个人按照自己的理解去提出观点、论证观点、总结概括。因此，通过这一环节能达到的教学效果也会有所差异，前者更多的是锻炼学生的复述转述能力，而后者则更多的培养逻辑思维和决策能力。

<表1> 传统教学和案例教学的差异

步骤	课前导入	课堂教学	课堂操练	学以致用
传统教学	教师主导、显性	词汇-语法-课文	机械性输出	培养复述转述能力
案例教学	学生主导、隐性	互动提问、讨论	创造性输出	培养逻辑思维和决策能力

3) 产出导向法与商务汉语案例教学

二语习得总体而言是从输入到输出的过程，因不同学者所持的观点不同，构建的理论模型也有差异，侧重输入的研究有Krashen (1985)¹⁴⁾、Gass (1997)¹⁵⁾；有关输出的研究有Swain (1985)¹⁶⁾；Long (1985)¹⁷⁾则认为互动能够促进可理解输入从而促进习得。Gass的输入模型指出输入

14) Krashen, S., *The Input Hypothesis: Issues and Implications*, London: Longman, 1985.

15) Gass, S., *Input, interaction, and the second language learner*, Mahwah, NJ: Erlbaum, 1997.

16) Swain, M., “Communicative competence: Some roles of comprehensible input and comprehensible output in its development” In Gass, S. & Madden, C. (eds), *Input in Second Language Acquisition*, Rowley, MA: Newbury House, 1985, pp. 235-253.

17) Long, M. H., “Input and second language acquisition theory” In Gass, S. & Madden, C. (eds), *Input in Second Language Acquisition*, Rowley, MA: Newbury House, 1985, pp. 377-393.

只有通过摄入 (intake) 才能达到有效输出。

POA理论批判性地借鉴了前人对输入和输出的理论假设, Krashen (1985) 输入假说强调可理解性输入对习得的作用, 否定输出的作用, 认为输出无法有效促进习得; Swain (1985) 持相反观点, 认为输入本身不能引发习得, 其原因是当学习者接受语言输入时, 对输入的加工停留于语义层面, 但在实际的交际过程中学习者则需要依靠语言形式来组织语言, 这就需要有输出的过程, 使学习者将注意力放到句法层面上, 从而提出了与“可理解性输入 (comprehensible input)”相对应的概念“可理解性输出 (comprehensible output)”。综合前人研究而言, 在语言习得过程中输入和输出都起着重要作用, POA理论将两者巧妙结合并提出了“输出-输入-输出”的教学顺序, 主张“学用一体”的理念, 促使输入产出之间无明显间隔, 从而实现从“知”到“用”的转换。

3. 基于“产出导向法”的商务汉语案例教学实践

产出导向法 (POA) 的理论支撑包括两个假设: 输出驱动假设、输入促成假设。POA借鉴了Swain (1995)¹⁸⁾ 的输出理论, Swain认为输出有四大功能: 强化语言的流利度、验证语言假设、提高对语言缺口的意识程度、培养元语言能力。其雏形是“输出驱动假设”, 随后POA发展为“输出驱动-输入促成假设”, 再经过不断修整POA理论全面形成, 其理论价值在于为一线语言教师提供了明确、具体、可操作性强的教学实践框架。同时, 教学理念和教学假设解释了教学流程的安排与衔接问题,

POA理论创建发展历经十几年, 该理论应用到中国国内大学英语和对外汉语教学实践中, 验证了其可行性和有效性, 如张文娟 (2016)¹⁹⁾ 运用POA理论进行了教学设计以及为期三周的教学实践, 并对学生和教师的评价进行了教学反思和给出了教学建议; 桂靖、季薇 (2018)²⁰⁾ 借鉴POA理论对对外汉语综合教材中语言点、生词、单元结构以及练习设计进行了POA化处理, 并指出了POA对汉语教材编写和使用的启示。截止到2019年10月5日, 以“产出导向法”为关键词搜索到的知网论文有513篇, 其中应用于大学英语教学实践的论文所占比重最多, 主要集中于语音、口语、听说、写作、语法、词汇、文化、翻译、口译、ESP教学; 还没有一篇应用于商务汉语案例教学的论文, 因此, 下面章节中我们展示了基于POA的商务汉语案例教学一个单元的课程设计和基本教学流程, 并呈现了学生的反馈以及笔者对教学过程的反思。

1. 教学准备

(1) 教学对象

18) Swain, M, “Three functions of output in second language learning”, In G. Cook & B. Seidlhofer (eds.), *Principles and Practice in Applied Linguistics: Studies in Honor of H. G. Widdows on*, Oxford: OUP. 1995, pp. 125-144.

19) 张文娟, 〈基于产出导向法的大学英语课堂教学实践〉, 《外语与外语教学》, 第二期, 2016. 02. pp. 106-114.

20) 桂靖、季薇, 〈产出导向法在对外汉语教学中的应用: 教学材料改编〉, 《世界汉语教学》, 2018. 04. p. 546-554.

教学对象为中国上海某高校商务汉语学历教育的汉语言本科经贸方向本科三年级在读生,所有学生均通过HSK4级,班级人数为17人,由14名韩国学生、1名印度尼西亚学生、1名越南学生、1名阿塞拜疆学生组成。班级氛围轻松活泼,学生课堂参与度高。

(2) 教学主题

笔者选取了《商务中文案例教程·策略卷》(中译出版社,2015)第一单元《本土化》为教学主题展开案例教学。本单元由三个案例《肯德基:全力打造中国人的快餐》、《可口可乐的中国功夫》和《看卡夫如何赢得中国市场》组成,分别介绍了肯德基、可口可乐和卡夫三家公司进入中国市场后的发展情况以及公司实行的本土化战略。

(3) 教学安排

本单元教学由4个产出任务组成,每两课时完成1个任务,共8课时。

(4) 教学目标

①语言知识:通过讲练,使学生掌握商务相关专业词汇语法结构,让学生理解课文所涉及的三个案例的写作框架和内容。

重点词汇:截止、达到、遍布、有目共睹、纵观、本土化、倡导、开发、精通、贴近、销售额、迎合、着重;

语法结构:用…来形容、A(是)B的代名词、…原因(不)在于…、走…道路、适合…口味。

②语言技能:通过课前预习和课堂讨论培养学生听、读、说能力,使学生能够较流畅、准确、清晰地概括案例内容并表达个人观点;通过书写其他跨国公司的本土化战略报告,培养学生商务文案写作能力。

③学习策略:在讲授新内容的同时,用思维导图的方式回顾之前所学的语言点和商务知识,培养学生整合相似、相关知识的能力。用创设商务情景的方式引导学生思考,培养学生自主探索、分析、解决问题的能力。

④情感文化:通过分析肯德基、可口可乐和卡夫三家公司在中国实行的本土化策略,使学生能够了解中国消费者的饮食偏好、流行文化、中国人的消费观、对跨国品牌的喜好等。

2. 教学过程

(1) 输出驱动

POA理论中的“输出驱动假设”突出了输出带给语言学习的驱动力,认为以产出任务为教学起点可以激发求知欲,能让学生更加积极主动地参与到课堂学习,这部分将以图片和视频形式导入,并进行头脑风暴,具体实施步骤如下。

首先、教师以KFC为中国消费者推出的早餐、印有流行词汇的可口可乐图片来展示案例内容。其次、提出问题“中国的KFC产品和广告与自己国家的相比有什么共同点和不同点?”学生带着疑问观看KFC的广告视频,并与组员进行交流。学生在与组员进行交流的过程中,教师提醒学生将组员的观点记录下来,并与自己的观点进行比较,其目的是让学生意识到自己在语言表达和商务专业知识方面的不足。输出驱动之后,教师呈现教学目标,使学生明确这一单元学什么以及需要达成的目标。

(2) 输入促成

POA理论中的“输入促成假设”认为教师须在学生互动交流的基础上提供恰当的输入材料可以起到“专家引领”的作用,将提升学生输出的质量。我们认为,在输入材料的选择上,教师可将部分自主权交给学生,在布置需要查找的材料主题之后,学生以小组为单位自行查阅资料并进行整理,然后分享给其他小组。其目的在于不让学生拘泥于特定文章的观点或结构,而是在吸收比较后再整合创新形成自己的观点和框架,具体教学步骤如下。

首先、教师细述课下任务和课内任务,使学生清楚地知道每节课需要做什么以及怎么做。其次、给学生提供两份文本材料,一份是三家企业的概况,使学生在教材案例的基础上,对公司背景有大致地了解;另一份是分析跨国公司本土化利弊的文章,提供这一文本的目的在于培养学生的批判性思维能力,不被课文中的观点轻易影响,阅读之后能够有条理地分析利弊,并以书写的方式将自己的想法进行整理总结。学生无需对文本逐词逐句地进行深度学习,只需根据自己小组的立场,抽取关键信息和话语结构,再组织语言。练习产出阶段所采用的是以小组为单位进行辩论的形式,与小组汇报相比,辩论的好处是能让所有人参与其中,能培养学生的倾听能力、表达能力、思辨能力、逻辑推理能力。

(3) 产出任务

产出由四个任务组成,由易到难,循序渐进,任务以小组为单位进行,学生分成4组,每组4-5人。第一个任务回答“是什么”、第二个任务回答“为什么”、第三个任务是在前两个任务的基础上提出观点并论证的过程、第四个任务是将本单元所学知识融会贯通提供现实商务方案的过程。就语言使用而言,涉及文化点的介绍、正式和非正式语体的转换、口语书面语的改写等;就认知学习技能而言,涉及抽取关键信息、跨文化交际意识、辩论用语和技巧、对文本材料的比较概括总结。

任务1-鉴别-口头汇报

从肯德基、可口可乐、卡夫三个公司中任选一家企业介绍该公司的发展情况、比较在中国和其他国家的发展战略。

任务2-解释-口头展示

介绍一家跨国企业的本土化成功案例和失败案例,并解释其原因。

任务3-辩护-辩论赛

本土化是不是每个跨国企业都必须实行的策略?请表明你的立场,并以本土化的利弊以及跨国企业实例与持相反观点的小组进行辩论。

任务4-综合-写报告

你是星巴克中国市场部调研员,请你对“星巴克卖茶”进行调研,并写一份报告,报告包括:星巴克卖茶的情况、消费者反馈、媒体报道、你的几点看法、结论。

(4) 师生互评

评价按评价的主体分为教师评价、学生互评、自我评价,评价的目的在于让学生了解自身学习方法、语言技能、专业知识等方面存在的不足,更好地帮助学生查漏补缺,在不断改进中取得进步。评价按照场所分为课内评价和课外评价²¹⁾,课内评价是针对学生课内或课下产出的成果在课堂上进行的评价,课外评价是针对学生在课下自学的语言点或将要汇报的内容给予的反馈。前者通

21) 本文的课内评价和课外评价分别相当于文秋芳(2015)中的即时评价和延时评价。

过对学生错误的改正,使学生能够即时确认自己的语言知识,后者通过给予每个学生区别性评价来更有针对性地做出指导,保证课堂任务产出质量,并让所有听众共同受益。具体操作方式如下,评价前和学生共同制定评价标准以确保更加具体、规范、公平。自我评价是在POA框架的基础下添加的新项,其目的在于使学生对自己的表现能够有客观、清楚的认识和反思。课外评价主要通过邮件进行,为了在课堂上呈现出较高水准的汇报,教师要求学生将汇报内容写成逐字稿,汇报前与教师共同修改语言偏误和文化偏误以确保汇报内容的客观性和准确性,汇报时拍成视频作为期末考评依据。

<表2> 驱动环节的教学内容和教学步骤

教学流程	教学步骤	教学内容
驱动	交际场景	图片:KFC为中国消费者推出的早餐、印有“喵星人”、“高富帅”等流行词汇的可口可乐包装。 视频:学生观看KFC的广告。 讨论话题:中国的KFC产品和广告与自己国家的相比有什么共同点和不同点?
	产出任务	学生尝试产出自己的观点,并聆听其他组员的观点,认识到汉语和商务知识的不足,并产生“饥饿感”。
	教学目标	交际目标:客观分析三家公司的本土化情况,并发表自己对本土化的看法。 语言目标:学生能够掌握本土化相关专门用语和在商务交际场景所使用的句型结构,并了解本土化的基本概念和表现。

<表3> 促成环节的教学内容和教学步骤

教学流程	教学步骤	教学内容
促成	产出任务	课内任务 阐述三家公司的本土化商务战略,公司的发展情况、比较在中国和其他国家的发展战略。 介绍一家跨国企业的本土化成功案例和失败案例,并解释其原因。 以“本土化是不是每个跨国企业都必须实行的策略?”为主题进行辩论。 课下任务 你是星巴克中国公司市场部的调研员,请对“星巴克卖茶”情况进行调研,并写一份报告。 (报告包括:星巴克卖茶的情况、消费者反馈、媒体报道、销量数据、你的几点看法、结论。)
	选择学习	1.输入文本:肯德基、可口可乐、卡夫三家公司的基本情况和在中国的发展历史和现状。 2.输入文本:跨国零售企业本土化的利弊分析。
	练习产出	具体任务:学生以三人为一组,分析一家公司的本土化战略和利弊,并形成小组观点,与其他小组进行辩论。
	教学目标	通过输入材料的选择学习,掌握“本土化”相关专业知识、语言形式和话语结构,通过对材料的改写体验不同语体的差异。

<表4> 评价环节的步骤与内容

教学流程	评价步骤	评价内容
评价	确定标准	教师草拟评价标准并让学生添加，最后再由教师整理呈现。
	教师评价	教师就学生辩论时出现的语言问题、专业知识问题、小组完成情况进行评价和总结。
	学生互评	学生按照评价标准对其他组进行打分。
	自我评价	学生就自己在任务前和任务中的表现进行反思。
	师生互评	小组汇报前，教师就汇报内容给予修改建议，与学生共同讨论修改，汇报过程全程录像并存档，作为期末考评的依据。

<表5> 学生互评评分表

评议指标	评分标准		得分
产出内容 (40分)	逻辑思路	逻辑合理，思路清晰（9-10分）	
		比较合理、清晰（6-8分）	
		不清晰（3-6分）	
	数据资料	权威、精炼（8-10分）	
		一般（5-7分）	
		拼凑（3-5分）	
	语言组织	语句简炼，流畅，无错别字（9-10分）	
		语句通顺，通俗易懂，偶有错别字（7-8分）	
		语句不通顺，词不答意，错别字较多（2-6分）	
	观点创新	观点有创新，且论点较好（8-10分）	
		没有新观点，但论证较完整（6-7分）	
		没有新观点，且论述不完整（3-5分）	
呈现形式 (15分)	美观大方，内容翔实（14-15分）		
	形式普通，内容全面（11-13分）		
	粗制乱造，内容不全（6-10分）		
汇报情况 (25分)	仪态大方，声音宏亮，语言流畅，条理清晰（21-25分）		
	声音较宏亮，语言较流畅，条理较清晰（16-20分）		
	声音小，听不着，语言不流畅，思维混乱（10-15分）		
问答情况 (20分)	主答辩人	思路清晰，回答问题精炼（8-10分）	
		思路比较清晰，回答问题较完整（6-8分）	
		思路不清晰，回答问题不明确（3-5分）	
	主答辩人与组 员配合情况	默契，协调（9-10分）	
		有配合但不协调（7-8分）	
		不和谐（3-6分）	
得分合计			

3. 教学反思

(1) 基于POA的商务汉语教学优势

“驱动”环节，以图片、视频形式引出了本单元的主题，学生调动已有知识就教师创设的实际环境产出了自己的观点，在产出的过程中认识到诸多不足，使学生产生了学习动机。先产出的形式让教师在授课前对学生的现有知识结构和语言水平有了一个较清晰的认识，有助于完成课下任务时更有针对性地进行选择性学习。

“促成”环节，教师适时提供了与话题相关的文本资料，促使学生对教材内容进行批判性地思考，而不是“全盘接受”。与传授式的“精读”教学相比，学生可以接触到更多丰富的目的语材料，并且能够自主地从现有材料中抽象出符合自己需要的核心内容，既节省了讲解时间又让学生主动进行了思考。

“小组汇报”环节促使学生花时间去讨论、制作PPT、写逐字稿，有助于培养学生的团结协作能力和商务写作能力。“辩论环节”需要做大量的阅读、要点整理和改写工作，因为辩论需要学生有意识地从大量文本中抽取重要信息并有条理地表达出来，这有助于学生阅读能力、整合信息能力的培养。“评价”环节，采取学生和教师共同评价的方式，学生不再是被动接受者，而是教学的主动参与者，有助于学生培养问题意识和质疑精神。

总体而言，基于POA的商务汉语课堂调动了学生的学习热情，大量的产出练习增加了每个学生的开口率，紧凑的教学环节促使学生不得不突破自己的舒适区，积极参与课堂讨论、报告与评价，提高了学生在商务环境中汉语知识的运用能力。

(2) 基于POA的商务汉语教学不足

“驱动”环节，设计问题的质量有待提高。“中国的KFC产品和广告与自己国家的相比有什么共同点和不同点？”这一话题对大多数学生而言难度较小，学生在讨论中没能意识到学习本土化相关专业词汇和知识的必要性，从小组讨论中呈现的观点来看，都是对某些产品种类和广告形式上的表象比较，并没能通过讨论从现象看到更加本质的差别，但这也表明了学生在以前的学习中并没有受过系统的商务知识教育，所以有商务专业知识方面的学习需要。大多数商务汉语专家学者认为，商务汉语教学重点是汉语教学并不是专业知识的传授，我们不否认此观点，但我们认为，作为商务专业方向的学历生而言，教师有必要引导学生学习专业知识，为学生走向工作岗位打好一定的商务基础。

“促成”环节设计的“辩论”并未达到预期，主要问题在于因学生的汉语水平差异，发言主力还是那些性格外向、水平高的学习者；而对于汉语水平较低的学生而言，因无法完全融入到辩论过程，容易产生心理压力。从辩论过程中发现，学生无法通过文本材料，发散思维形成自己的观点，多数只是停留在表面，并未展开更加深入的探讨和分析。“小组汇报”最终呈现的内容有些是几个人集思广益的讨论结果，有些是每个人负责部分任务之后再合起来的“拼盘”，后一种情况因缺乏学生之间头脑风暴的过程，展示结果不连贯，组员之间没有默契，出现“各说各的”现象。

总体而言，在设计任务和分组时，没能充分考虑学生的个人差异，如语言水平、国籍、性别、性格、年龄等因素，因此出现了小组活动组员参与度不均等的现象。

4. “产出导向法”运用于商务汉语教学的思考

(1) 提升商务汉语教师的教学能力

基于POA的商务汉语教学对教师提出了更高的要求。“输出驱动”阶段，教师将课文中的内容巧妙地融合到产出任务中，所设计的交际任务要充分调动学生兴趣，这要求教师掌握商务汉语专业知识，还原真实的商务交际环境。“输入促成”阶段，为了让每个学生参与到任务中，教师应考虑到每个学生的个体差异再进行组队。“产出评价”阶段，教师要给学生提供具体的、差异化的、有针对性的建议。上述过程需要教师投入大量的时间和精力，因此与其他商务汉语教师合作共同制作教学大纲是节省时间、提高教学效率的有效方法，在此过程中通过与其他教师的交流，既可以知道学生的课堂学习状况，也可以共同解决上课时遇到的问题。

(2) 提高商务汉语学习者的学习能力

商务汉语学习者分为三类，第一类是从事中国有关业务的职场人士；第二类是欲从事中国相关业务的学生群体；第三类是喜欢中国文化，对中国经济发展有浓厚兴趣的群体。这三类群体的学习需求各不相同，就本文的教学对象—学历生而言，与其他两类群体相比，他们的学习目标和学习动机还不够明确，因此不管商务专业知识的学习是必备的。

基于POA的商务汉语教学要求学生具备较强的学习能力。学生需要在教师的引导下，充分发挥自主性，主动学习输入材料，积极与组员沟通。除此之外，为了在有限的时间内完成课内任务，学生需要提升阅读速度，培养获取关键信息的能力，也要克服当众发言的恐惧。

(3) 完善商务汉语教学

目前，商务汉语学历教育存在的问题是教材陈旧、教师备课压力大、学生缺乏实践经验。基于POA的商务汉语教学容易激发学生的学习兴趣，多个产出任务能使把语言知识运用到商务实践中去，解决了传统教学“学用分离”的问题，但POA并不适用于所有商务汉语知识点的教学，如包装、贸易术语、支付方式、保险等更适合用传统教学方法进行授课。由于商务汉语实践性较强，针对较专业的知识点课堂教学无法达到“学以致用”，因此学校教育应结合企业实践，实践活动有助于学生将已学理论知识及时吸收内化，也有助于学生尽早发现自己的工作兴趣所在并构建完整的专业知识体系。

5. 结语

本文尝试将中国外语教学研究者构建的“产出导向法”运用于商务汉语教学，以跨国企业的本土化案例为教学内容，按照“输出驱动-输入促成-产出评价”教学步骤进行了教学。与传统教学相比，基于POA的商务汉语教学有助于“学用结合”，提高学生的学习热情和自主学习能力，但同时因学生层次不同，出现了学生学习合作参与度不均衡的问题。基于以上问题，本文对商务汉语教师、学习者和案例教学提出了如下建议。第一、商务汉语教师应不断增强专业知识储备，与其他

教师通力合作制作系统的教学大纲,也要提前调查了解不同学生的语言水平和学习需求。二、商务汉语学历生应有意识地培养自主学习能力、团队协作能力、信息整合能力、当众表达能力以更好地参与和融入以运用为目的的案例教学。三、商务汉语案例教学方法多样,POA是其中一种,针对专业性较强的知识点更适合用传统教学方法讲解,并结合企业实践达到“学以致用”。

【参考文献】

- 桂 靖、季 薇,〈“产出导向法”在对外汉语教学中的应用〉,《世界汉语教学》,第4期,2018.04。
- 刘凌燕、杜 珺,〈“产出导向法”视域下的研究生专门用途英语教学研究〉,《学位与研究生教育》,第4期,2018.09。
- 文秋芳,〈构建“产出导向法”理论体系〉,《外语教学研究》,第4期,2015.04。
- _____,〈“师生合作评价”:“产出导向法”创设的新评价形式〉,《外语界》,第5期,2016.04。
- _____,〈新时代高校外语课程中关键能力的培养:思考与建议〉,《外语教育研究前沿》,第1期,2018.01。
- _____,〈“产出导向法”与对外汉语教学〉,《世界汉语教学》,第3期,2018.03。
- 周 红,〈基于案例教学法的国际商务汉语师资培训模式探究〉,《国际汉语教育(中英文)》,第2期,2017.02。
- 赵金铭,〈汉语作为第二语言教学:理念与模式〉,《世界汉语教学》,第1期,2008.01。
- 郑 婷,〈面向来华留学生的商务汉语课程教学研究〉,《湖北开放职业学院学报》,第23期,2018。
- 赵 杨,《第二语言习得》,外语教学与研究出版社,2015。
- 赵建华,《对外汉语教学中高级阶段功能大纲》,北京语言文化大学出版社,1999。
- 中国国家汉语国际推广领导小组办公室,《商务汉语考试大纲》,北京大学出版社,2006。
- 张文娟,〈基于“产出导向法”的大学英语课堂教学实践〉,《外语与外语学》,第2期,2016.02。
- 张 黎,〈商务汉语教学需求分析〉,《语言教学与研究》,第3期,2006.06。
- 황련화, 이길연, 〈비즈니스 중국어 학습수요에 관한 연구〉,《중국학》, 68집, 대한중국학회, 2019.09。
- Gass, S, *Input, interaction, and the second language learner*, Mahwah, NJ: Erlbaum, 1997.
- Krashen, S, *The Input Hypothesis: Issues and Implications*, London: Longman, 1985.
- Long, M. H, "Input and second language acquisition theory" In Gass, S. & Madden, C. (eds), *Input in Second Language Acquisition*, Rowley, MA: Newbury House, 1985
- Swain, M, "Communicative competence: Some roles of comprehensible input and comprehensible output in its development" In Gass, S. & Madden, C. (eds), *Input in Second Language Acquisition*, Rowley, MA: Newbury House, 1985.
- Swain, M, "Three functions of output in second language learning", In G. Cook & B. Seidlhofer (eds.), *Principles and Practice in Applied Linguistics: Studies in Honor of H. G. Widdowson*, Oxford: OUP. 1995.

【논문초록】

키워드 Key Words	중문	产出导向法, 来华学历留学生, 商务汉语, 案例教学, 学习中心说		
	영문	Production-oriented Approach, Foreign Students of Degree Program in China, Business Chinese, Case Teaching, Learner-centered Education		
<div>Case Teaching of Business Chinese Based on POA</div> <div>Huang, Lian-Hua / Li, Ji-Lian</div> <p>This paper aims to apply the theory of "Production-oriented Approach" to Business Chinese Case Teaching, and explores its applicability through classroom teaching. In the process of teaching practice, we chose the subject of localization of multinational enterprises as the teaching content, carried out business Chinese case teaching according to the teaching steps of the POA "drive-promote-evaluate" and conducted interviews and surveys on the effect of classroom teaching, summarized the advantages and disadvantages of business Chinese teaching based on the POA. Finally, We put forward some suggestions in terms of the improvement of teaching ability learning ability and the teaching process.</p>				
저 자 인적사항	성 명	황련화 / 黄蓮花 / Huang, Lian-Hua		이길연 / 李吉蓮 / Li, Ji-Lian
	소 속	상해외국어대학교 한국어학과		창신대학교 중국비즈니스학과
	Em@il	1245392416@qq.com		ljl22000@cs.ac.kr
논 문 작성일시	투 고 일	2019년 11월 27일		심 사 일 2019년 11월 28일
	수 정 일	2019년 12월 10일		게재확정일 2019년 12월 15일