

环印度洋非洲岛国科摩罗汉语学习者汉语需求分析

◎张珍华 张亚男 李 枫

【摘要】环印度洋岛国越来越受到我国重视，其汉语传播形势也较好。不过对其汉语教学研究并没有引起国内学者关注，就科摩罗汉语研究而言更是一片空白。本文为了了解环印度洋非洲岛国科摩罗汉语学习者汉语需求，对其汉语教学提出一些建议，进行了需求分析研究。

【关键词】汉语学习；需求分析；建议

中国“环印度洋战略”是最终实现我国海洋强国的系统战略，而这一战略实现需要语言

铺路搭桥¹。因此，我国自2008年起，在马达加斯加、斯里兰卡、塞舌尔、毛里求斯、科摩罗等环印度洋岛国陆续开设了孔子课堂和孔子学院，汉语传播日益旺盛，但是其汉语教学研究与日韩、欧美国家相比相对滞后、不平衡。主要以马达加斯加和斯里兰卡的偏误分析、汉语教学现状研究为主，而科摩罗、塞舌尔、马尔代夫的汉语研究几乎处于空白状态。

需求分析能了解学习者需求，让教学更具针对性。因此本文对31名科摩罗汉语学习者进行需求调查，总结其主要需求类型，从课程、教学内容、方式、手段和教师等方面提出一些建议。期望这一研究能为环印度洋非洲岛国汉语研究抛砖引玉。本文调查对象为11岁-20岁8人；21岁-30岁20人；31岁-40岁3人。

一、学习目的

目的是人对某种对象的需求在观念上的反映²，需求是形成目的的根本原因³，而外语学习目的是目的的一个类别⁴。因此第二语言需求分析离不开学习目的分析。

经调查发现，“对汉语感兴趣(100%)”和“想和中国朋友交谈(100%)”列为科摩罗汉语学习者汉语学习目的榜首，而其它学习目的依次为：“学会汉语之后，能找到一份好工作。(93.55%)”；“想以后和中国人做

生意(87.1%)”；“对中国历史感兴趣(87.1%)”；“为了通过HSK考试(87.1%)”；“因为中国、中国企业给我们提供很多就业机会(83.87%)”；“为了在中国找到更好的工作。(74.19%)”；“喜欢中国的电影明星、歌手(64.52%)”；“父母希望我学习汉语。(51.9%)”；“因为工作需要(48.3%)”。采用自下而上的方式归类，这些学习目的可归类为“兴趣”、“了解中国”、“工作”、“资格证书”、“父母压力”等五个方面。其中“兴趣”和“了解中国”为科摩罗汉语学习者学习汉语的最主要目的，其次是“工作”、“资格证书”。

那“兴趣”这一主要目的是受到哪些因素影响呢？经调查，“课堂(83.66%)”、“教师(74.19%)”、“教材(70.97%)”为其影响因子，而且不同年龄层的情况有所不同。

1、“汉语课堂”对“兴趣”产生具有较大影响。11岁-20岁(75%)，21岁-30岁(95%)，31岁-40岁(66.7%)均表示“对汉语感兴趣”是受到“汉语课堂”影响。

2、“汉语教材”、“汉语教师”对11岁-20岁，21岁-30岁年龄层影响较大，而对31岁-40岁影响较小。“汉语教材”方面：11岁-20岁(62.5%)，21岁-30岁(80%)受“汉语教材”影响较大，而31岁-40岁(33.3%)较小。“汉语教师”方面：11岁-20岁(87.5%)，21岁-30岁(75%)受到“汉语教师”影响较大，而31岁-40岁(33.3%)较小。

二、汉语知识、技能需求

学习汉语首先获得汉语知识，其次通过操练或其他教学手段获得汉语技能，而这一过程伴随着需求。

1、汉语知识：科摩罗官方语言为法语、阿拉伯语、科摩罗语，分别属于印欧语系、闪含语系、尼日尔-刚果语系，而汉语属于汉藏语系。因此，在语法、文字、语音等方面存在较大差异。被调查者表示汉语“语法(100%)”、

“汉字(100%)”、“语音(96.77%)”学习很重要。这表明汉语的语法、汉字、语音给科摩罗汉语学习者带来了学习上的困难。

2、汉语技能：科摩罗汉语学习者，希望在汉语“阅读(93.55%)、听力(93.55%)、写作(90.32%)、口语(74.19%)”方面有所提高，但“口语”需求相对不显著。而这与HSK考试项目相关。

三、课程、教材、课堂需求

1、课程：“了解中国”是科摩罗汉语学习者重要学习目的之一。因此他们对“中国文化(54.84%)”课程表现出显著性。对“汉字(38.71%)、翻译(35.48%)、中国武术(35.48%)”等课程需求明显下降，对“中国书法(29.03%)、中国画(22.58%)、中国民族音乐及民族乐器(16.13%)”等艺术类课程需求更少。

2、教材：被调查者希望在课文内容方面增加“日常生活(58.06%)”、“与汉语言专业相(51.61%)”、“商务相关(45.16%)”的内容，而对“历史文化(35.48%)、旅游汉语(29.03%)、中国电影、电视剧、歌曲(25.81%)、时事政治(25.81%)、文学常识(16.13%)、传统节日(16.13%)”等内容未呈现显著性。

3、课堂：据调查“11岁-20岁(87.5%)”；“21岁-30岁(95%)”；“31岁-40岁(100%)”被调查者表示喜欢“活跃的汉语课堂”，这充分说明了课堂活跃度在科摩罗汉语教学中的重要性。

四、教学建议

“兴趣”、“了解中国”、“工作”、“资格证书”为科摩罗汉语学习者的主要需求，同时也是产生汉语“知识”、“技能”、“课程”、“教材”、“课堂”等需求的影响因子。

结合调查结果，本文从课程、教学内容、教学方式、教师等方面，为科摩罗汉语教学提出一些建议。

1、课程

广告设计教学过程中如何培养创造性思维能力

◎赵焜榆

【摘要】在广告设计教学过程中，很多中职学校对学生的创新能力往往没有高度重视，通常只是更加关注学生在软件操作以及绘图等技能方面，或者对相关的理论知识进行灌输，使学生机械化的掌握相关的操作技能，并没有激发其创新思维，不具备创新能力，在这样的情况下，学生在实际广告设计时，往往出现比较明显的照抄照搬、模仿痕迹浓厚以及形式感过重等相关方面的问题，缺乏创造力和想象力，没有创造性思维的意味。所以，在广告设计专业中，对学生进行创造性思维和创造能力的培养是至关重要的。基于此，本文有针对性的探讨广告设计教学过程中如何培养创造性思维能力等相关内容，希望为同行提供参考。

【关键词】广告设计；教学过程；创造性思维能力；培养策略

在我国很多中职学校都结合实际情况开设了广告设计专业，但是相对来讲，广告设计行业中仍然在很大程度上存在人力资源不足的问题，特别是高层次、复合型人才比较缺乏，其根本原因是由于缺乏真正意义上的广告

设计师，其创新性和创造性思维薄弱，很多广告设计专业的学生，因为在创意思维方面比较缺乏，而无法有效适应和胜任广告设计的岗位职责。因此，着重针对广告设计专业学生的广告创造性思维进行培养和提升，这是广告设计专业发展过程中的必然选择。

一、创造性思维能力的重要性

从根本上来讲，一个人是否能够获得可持续发展，在业务能力和职业素养方面是否有更大的进步，其是否具备创造性思维能力，有着至关重要的直接影响。具备创造性思维能力，决定这个人的内心足够坚定，在为人处事等方面有足够的判断力和执行力。在广告设计专业教学过程中，针对学生进行切实有效的创造性思维能力培养，可以提升学生各个方面的能力，进一步培养学生的创新意识，为社会培养出更具备想象力和创造力的广告设计师，使他们突破旧有的惯性思维，注重独创性和个性化特色。在经济不断发展和进步的环境下，广告设计人才缺口巨大，通过对广告设计人才的创造性思维培养，可以有效满足与广告设计相关的专业型技能型人才的内在需求。当前，我国相关方面和各大

中职学校针对广告设计人才的创造性思维能力的培养也越来越重视，对该领域人才进行着重培养，也可以有效推进我国经济实现良性发展，使相关行业有效实现转型升级，不断获得创新式发展。

二、广告设计教学过程存在的主要问题

1、对于广告设计的创造性思维能力培养不够重视。当前，随着经济的发展和社会的进步，广告地位也有了很大程度的提升，特别是随着市场经济的深入发展，各行各业针对自身的广告和品牌都有了越来越多的关注，对广告设计等相关内容高度关注，但是，社会各界对于广告设计教育还有某种程度上的认知错误，很多人通常情况下会把广告设计和美术电脑绘图等相关内容画上等号，忽视了广告设计专业学生创造性思维能力培养的重要性和必要性。这样的错误认识对于广告设计专业的学习会形成一种误导，也在很大程度上阻碍广告设计领域实现创新发展，影响学生创造性思维能力的培养。

2、在广告设计专业教育方面有明显的缺陷。我国在广告设计学院数量

目前，科摩罗孔子学院开设了精读、听力、口语课。但经调查这已满足不了被调查者的“了解中国”、“工作”的需求。因此建议开设《中国文化》、《商务汉语》、《汉字》、《中国武术》、《翻译》等选修课程，丰富学生知识的同时，为就业做一些准备。

2、教学内容。“兴趣”受到“课堂”影响，而教学内容又为课堂最重要部分。因此建议加强教学内容实用性，即：课文内容要贴近日常生活，而且在教学中适当增加相关汉语言专业和商务汉语方面的内容。让学生爱上教学内容和课堂，激发其兴趣，提高教学效果。

3、教学方式及手段。教学方法和教学手段对课堂气氛起重要作用。据喜欢“活跃的课堂”这一需求建议：

第一，开展以学生为中心的任务型教学法和混合式教学法，发挥学生主体作用，激发学生学习兴趣。第二，多使用多媒体等现代化教学手段和网络资源，多角度调动学生情绪、注意力和兴趣。

4、教师。学习者在汉语学习中具有主导作用，但教师的作用也不可小觑。据调查，年龄越小受到汉语“教师”影响就越大。这就要求科摩罗孔子学院汉语教师要从汉语知识、中国文化、汉字、教学方式等各个方面进一步提升自己。

注释：

¹李宇明.“一带一路”需要语言铺路[N].人民日报,2015-9-25:7.

²冯惠敏.大学生学习目的的调

查、统计与层次分析[J].电力高等教育,1994,(02):27.

³倪传斌.汉语作为外语的需求分析[M].南京:河海大学出版社,2006:67.

⁴倪传斌.汉语作为外语的需求分析[M].南京:河海大学出版社,2006:59.

本文为大连大学2018年“环印度洋岛国研究”专项课题:环印度洋非洲岛国汉语学习者汉语能力需求调查研究(DGYJ201810)研究成果;辽宁省国际教育“十三五”科研规划课题(2018-2019年度)环印度洋非洲岛国汉语学习者汉语能力需求调查研究18LNGJ112)研究成果

作者：

张珍华、张亚男、李枫，大连大学国际文化交流学院。