

December 2020

Needs Analysis in Teaching Chinese for Special Purposes: From Theory to Practice

Zhongqi Shi
Columbia University

Follow this and additional works at: <https://engagedscholarship.csuohio.edu/cltmt>



Part of the Bilingual, Multilingual, and Multicultural Education Commons, Chinese Studies Commons, Curriculum and Instruction Commons, and the Higher Education and Teaching Commons

How does access to this work benefit you? Let us know!

Recommended Citation

Shi, Zhongqi (2020) "Needs Analysis in Teaching Chinese for Special Purposes: From Theory to Practice," *Chinese Language Teaching Methodology and Technology*. Vol. 3: Iss. 2, Article 7.

Available at: <https://engagedscholarship.csuohio.edu/cltmt/vol3/iss2/7>

This Article is brought to you for free and open access by the Chinese American Faculty and Staff Association at EngagedScholarship@CSU. It has been accepted for inclusion in Chinese Language Teaching Methodology and Technology by an authorized editor of EngagedScholarship@CSU. For more information, please contact library.es@csuohio.edu.

专用汉语教学需求分析：从理论到实践

史中琦
哥伦比亚大学

摘要

需求分析作为一种重要的课程设计环节，尚未在对外汉语教学中得到广泛的应用。本文从若干认识误区入手，对需求分析的内涵进行了更为全面的探讨，并在此基础上，通过实例介绍了多种需求分析的操作方法，旨在让一线对外汉语教师能够在自己的课堂中有效地运用需求分析，使其成为提高教学质量的有效手段。

关键词：需求分析，汉语教学，面向特殊用途，专用汉语，课程设计

一、引言

需求分析，已经被广泛认为是语言课程设计的重要环节（Brown, 2011; Huhta, Vogt, Johnson, & Tulkki, 2013; Oxford, 2006），特别是对面向特殊用途的语言课程而言（Benesch, 1996; Hutchinson & Waters, 1987; Paltridge, 2012; Swales, 2000; Woodrow, 2017）。需求分析，之所以必要和重要，就在于为教学目标的确定、教材的选择、教学方法的选择、以及评测方式的设计提供了基础，是各种教学决策的重要前提和导向。是否做需求分析、需求分析的质量高低，对课堂教学效果、学生的满意程度、以及课程总体的运行效率，都会有明显的影响。但遗憾的是，需求分析在许多师资培训项目中依然属于被忽略的内容（Brown, 1991）。对许多汉语教师而言，它不但只是一个仅停留在字面上的概念，甚至还存在着不少认识上的误区。因此，有必要对需求分析进行更加深入和全面的分析，弥补认识上的偏差，这是本文的第一个目的。本文的第二个目的，是在已有研究的基础上探讨需求分析的具体做法，从而让一线教师能够在自己的课堂中有效地运用，使其成为提高教学质量的法宝。

二、汉语教学中的需求分析

汉语教学中的需求分析，是跟面向特殊用途的汉语教学（Chinese for Special Purposes）的兴起和发展息息相关的。这一点，跟需求分析在英语教学中的发展过程（West, 1994）有着相似之处。社会经济内驱力导致了对特殊用途（如商务、贸易、法律等）汉语的需求，这让专用汉语课程有了存在的必要和发展的可能。而专用汉语教学内容和教学方法上的特殊性，又让需求分析作为一种解决手段得到了学界的关注。

自从张黎（2006）对需求分析进行了较为系统的引介和论述以后，关于对外汉语教学需求分析的研究日益增多。归纳起来，这些研究可以分为三类：第一，介绍需求分析的理念，如张黎（2006）、陈冰冰（2009）、陈芳 and 郭鹏（2008）。这些文章对于需求分析

在英文教学中的做法进行了介绍，有的还结合汉语教学提出了相应的研究思路。第二类，以个案分析的方式，展示进行需求分析的方法，如辛承姬（2009）；第三类，借助需求分析的结果，为专用汉语教材的编写提供思路和参考，如 Wang（2011）、李育娟

（2011）。以上这些有益的探索，绝大多数是面向商务汉语教学的。它们让商务汉语教学从早期的“靠直觉”“靠经验”，逐渐转向了“靠数据”“靠调研”，让商务汉语这种专业汉语课程带有明显的以学生为中心的色彩。但是，如史中琦等(2019)指出，“大多数需求分析依然停留在通过问卷了解学生浅层次想法的层面，这类需求调查常因不同对象、不同问题设置而得出不同结果”，因此，“这些需求调查分析能在何种程度上用于指导商务汉语课程、教材和教学，还有待实践检验”（第10页）。

由于需求分析这种做法进入汉语教学研究领域的时间还很短，且主要存在于专用汉语这个相对较小的范围内，所以需求分析目前仍处于理念普及的阶段。许多 K-16 的一线教师对于需求分析的必要性和操作性还存在着不少疑问，比如，有人认为，普通汉语课没有做需求分析也能上得很好，为什么专用汉语课就一定得做呢？再比如，有人认为需求就是给学生做一个问卷，问问学生自己想学什么。这些问题和想法，反映出我们对于需求分析存在认识上的不足。下面，本文将结合外语教学中对需求分析已取得的研究成果，对需求分析进行多维度的探讨，以此说明需求分析对于语言教学（包括对外汉语教学）的必要性；然后，我们将结合实例对需求分析的操作方法做一个较为全面的介绍，让教师更加清楚如何在自己的课程里进行需求分析。

三、全面认识需求分析

需求分析中的“需求”是什么意思？是指谁的需求？是从哪里来的需求？这些问题，从 80 年代开始就在外语教学界反复讨论，甚至至今都没有定论。在一些教师眼中，这似乎是有小题大做——“难道不就是学生自己的需要吗？”其实，学生的需要只是需求分析的内容之一。需求，是一个涵盖内容非常广泛的“雨伞术语（umbrella term）”（West, 1994）。根据已有的研究，需求至少包含以下几个层面。

1. 来自目标情境的“要求”。英文中对应的术语是 necessities 或者 demand。这种要求，由目标情境（target situation）决定，指的是学生在目标情境中顺利完成交际任务所需要的知识和技能。比如，如果你的学生是眼科医生，学习汉语的目的是给病人看病，那么，眼科医生日常的工作场景（比如问诊、检查视力、讨论病情、开药等）就会对学生提出相应的语言要求。事实上，任何一种工作岗位都自带一套跟领域、行业、职务相对应的用语和表达方式，它们就构成了语言教学的目标。对这些学生来说，掌握相关的用语和表达习惯，就成了在职场生存所必须完成的项目。

以目标情境为对象的分析，就做目标情境分析（target situation analysis），也叫目标需求分析（张黎, 2006）。这种分析，主要调查学习者未来从事的行业可能涉及到的交际情境，并提炼出在这些情境下学生所需要掌握的语言技能和行业知识，以此作为教学的内容和目标。比如，一个到中国公司实习的学生，会遇到哪些目标情境呢？根据史中琦

（2011）的调查，学生遇到最多的场景包括：参加部门例会、跟同事讨论项目、向上司汇报工作、外出考察市场、撰写书面报告等等。不难看出，上述情境所需要的语言知识和表达技巧，已经超出了绝大多数通用汉语所能涵盖的范畴。老师如果想帮助学生顺利入职，

就必须对上述情境所需要的语言进行提炼，才能有针对性地开展教学。因此，这一类需求分析，重点关注的是对目标情境的提炼和对语言技能的描写。

对目标情境进行分析，不只是为了确定学生需要哪些词语和语法，也能帮助师生确定听说读写译等语言技能提高的先后顺序，比如有些工作对阅读能力的要求远远超过口语交际，而有些工作则需要很强的听说能力。此外，目标情境分析还可以凸显语体的侧重点，比如面向其他国家外交人员的汉语培训应该侧重于较为正式的书面和口头表达，而为那些刚进入职场的外国员工开设的汉语课程就应该更侧重于口语化的教学内容。

2. 差距带来的“需要”。差距，是指学生现有的语言水平与目标水平之间的距离，英文文献中对应的是 *lack* 这个词 (Hutchinson & Waters, 1987)。这种差距存在的本身，就会触发学习的动力；而缩小差距的过程，就是满足这一需求的过程。不难看出，这种需求的前提，是确定学生有哪些差距，因此这种需求分析也被称之为缺陷分析 (*deficiency analysis*) (Allwright & Allwright, 1977; Songhori, 2008)。这种分析建立在对学生现有语言水平的测量以及对目标水平设定的基础上，因此测量手段对于这种分析至关重要。如果能够准确地衡量出差距，这种分析的结果对制定课程大纲非常有帮助，会让教学非常有针对性。

3. 学习者自身的“期望”，英文中一般叫做 *learner's wants* 或者 *felt needs* (West, 1994)，可以理解为学习者自己“想要 (*want*)”什么，以及他们觉得自己需要什么。我们的学生，往往都是带着期待走进课堂的，他们对自己欠缺什么、需要提高什么、想达到什么程度、甚至如何提高都有自己的想法。这些主观的判断和期待，也构成了一种需求。这类需求，与前面两类明显不同，它是学习者自身的意愿，是个人化的，因此对于个体的学习动机会产生明显的影响。

前三类需求并不总是统一或者相似的。现实中，学生想要的，跟目标情境需要的、以及由老师判定的差距，常常会发生矛盾。比如，在笔者教授过的一门高级商务汉语课上，大部分学生把“提高口语表达流利度”作为自己上课的最主要目标，而任课老师在衡量过学生水平以后，却认为学生应该把更多精力放在提高商务类文书写作上。出现这种矛盾的时候，师生之间就需要进行沟通和协商，最终确定双方都能认可的目标。

4. 对学习(者)策略的分析。自从 80 年代以后，随着外语教学界越发关注学习者各种内在因素(比如动机、情绪等)的影响，需求分析也从单纯的关注教什么，逐渐扩展到了关注学习者是如何学习的 (West, 1994)。作为学习过程的主体，学生自身的学习方式、学习策略、以及对老师的教学方法的接受程度，都会直接影响到教学效果。Nunan (1988) 提出了一系列分析学习策略的角度和方法，比如分组活动时小组的人数、老师纠正错误时采用的不同方式、课外作业的比重等等。毫无疑问，从这个角度进行的需求分析，会给老师安排教学、选择教学方法提供有用的参考。

5. 对制约条件 (*constraints*) 的分析。这也是早期需求分析研究中被忽略了的角度之一。制约条件是指那些不在老师和学生控制范围内的外部因素，比如能够参与教学的人力资源、教学场所、上课时间、教学单位对课程的态度和支持力度等。Frankel (1983) 认为，在现实中，当教学理念和现实中的制约条件发生矛盾的时候，占上风的往往是后者。这一点，对于打算长期开设某门课程的老师来说，有非常重要的启示。

通过以上的分析我们就会发现，所谓的需求分析，其实是一个外延相当广泛的概念。不同的来源，构成了不同的需求侧面，而了解这些不同的需求，也就需要借助不同的手段。下面，我们就具体介绍如何进行需求分析。

四、需求分析的方法

既然需求分析不是单一维度单层面的，那么，借助一张问卷就想全面了解需求的做法肯定是不够的。究竟如何才能做出“好”的需求分析呢？答案是需要多管齐下，交叉获取信息。下面，我们就以上文提到的前三种需求分析为例，一一进行介绍。

1. 如何了解目标情境的需求

对于没有接触过专业汉语教学的老师来说，了解目标情境的需求是件挺困难的事情。这是因为大多数语言老师对教学以外的职场不太熟悉，对于学生将要进入的领域和从事的工作内容也不甚了解。那如何获得关于目标情境的信息，从而设计出让学生能够学以致用用的内容呢？

(1) 借助已有的研究成果

虽然面向专业用途的汉语教学还很年轻，但令人欣喜的是，已经有了一些需求分析的研究，其成果值得借鉴。比如，在商务汉语教学领域，张黎（2006）对宏观层面的需求进行过调查和研究。通过对 22 位经贸汉语专业的大学生毕业后工作情况的调查，张黎总结出了四类商务汉语语言交际技能（如下图）。



说明：上图根据张黎（2006）绘制，内容相同，形式稍有差别。

由于该研究中的调查对象均为在职人员，所以他们给予的反馈，能够很好地反映出不同行业和岗位对于商务汉语的实际要求。比如，该研究发现，商务人士与中国人之间的语言交际活动涉及到“商务工作交际”和“日常生活交际”两个方面，并不只是局限于狭义的商务场合。该文还援引了欧盟培训部管理人员的看法，指出商务汉语教学首先应该教日常生活语言，只不过某些商务人士的日常生活交际内容有一些特殊性。比如职位较高的管理人士需要一些参加宴会时使用的语言，有的需要跟自己的私人司机和保姆沟通使用的汉语。该调查还发现，国际贸易活动中面对面的正式谈判其实很少，更多是通过邮件往来进行沟通；再比如，需要汉语最多的工作是市场营销方面的，这类工作最需要的是听说、而对写作要求较低。这些调查结果对于教授经贸汉语的老师来说，是非常有价值的，会直接影响到教学内容的安排。

(2) 实地调查目标情境

在条件允许的情况下，任课老师最好能够到学生的工作环境中去体验一下，肯定会获得很多第一手的宝贵资料。史中琦（2011）提到一种“入职调查”的做法，就是老师跟学生一起去公司实习，观察学生的实习生活，记录学生在实习中会遇到的情景，以及可能出现的表达错误或者言行不当的情景。比如，该研究提到学生在实习期常常需要跟不同身份的人（如经理、同事、客户等）握手，而美国学生所习惯的握手方式和礼节，跟中国人的习惯差异很大。类似的例子还包括递名片的方式、酒席座位的安排，等等。该文作者指出，这些细节如果不亲身观察就很难发现。有些言行上的错误或者不当之处，学生自己其实是没有意识到的，也就无法通过问卷的方式反馈出来。

张黎（2006）和史中琦（2011）的需求分析虽然目的相似，但是获得信息的途径和思路不尽相同。张黎的做法是借助学生了解目标情境的需求，其调查手段凸显的是学生的作用，其结果反映的是宏观的行业层面的情况；而史中琦的做法强调的是老师的职业敏感度和判断力，其调查结果对于职场的微观环境有更为精确的反映。应该说，这两种做法各有千秋，可以综合使用。

2. 如何判定学生的差距

判定学生现有水平和目标水平之间的差距，是为了让教学更加有的放矢、更能突出重点，同时，也可以给学生清晰地描绘出努力的方向。既然是判定差距，就一定需要测量的工具。

如果是判定学生的综合汉语水平，可以使用汉语水平考试（HSK）这种标准化的等级测试，其结果能够对学生的听说读写四种技能分别给出评价。如果想测量专用汉语水平，也有相对成熟的考试，比如面向商务汉语的BCT考试。如果没有条件参加这些标准化考试，老师也可以使用本校用于给学生分班的考试，甚至可以由任课老师根据课程自身难度水平设计考题。需要特别指出的是，跟判定学生现有的水平相比，更大的难点在于确定学生的目标水平，也就是课程结束时学生应该达到的水平。由于现有的各种专业汉语的教学等级大纲尚不完备，存在内容较为笼统、且缺乏分级界定等问题，目前任课老师在确定学生应该达到的目标水平时往往存在很大的任意性。对此，本文有两个建议。

第一，借助带有能力描述的汉语水平等级大纲，为学生总体的进步幅度设定目标。比如美国外语教学学会（ACTFL）制定的语言能力标准（Language Proficiency Guidelines）和《欧洲语言共同参考框架》（白乐桑 & 张丽, 2008），就比较清楚地列出

了不同水平的学生应有的语言表现。老师可以此作为参照，告诉学生他们目前所处的阶段，以及他们下一个需要达到的等级是什么。当然，这种标准，仅能告诉学生总体的进步幅度，并不能说明在专业汉语方面需要进步的幅度。这就需要借助第二个尺度。

第二，通过展示目标任务帮助学生了解在专业汉语方面应该达到的程度。比如在描述口语目标的时候，老师可以列举出若干目标情景或者任务话题，告诉学生在学完这门课以后，他们就能够较为顺利地完这些情境下相关的交际任务。再比如在确定阅读能力目标时，老师可以出示几篇有专业特色的文章或者新闻，告诉学生本学期的目标之一就是能够看懂该水平的真实文本。

以上两种做法，虽然都无法精确地衡量出学生现有水平和目标水平的差距，但是它们能起到的作用是不应该被忽视或者贬低的。在课程开始以前，老师们需要知道学生的现有水平，学生也需要了解自己还有哪些不足、距离目标大概有多远，而以上的做法是可以满足师生的这种心理需求的。

在外语教学界，也有学者提出了其他的测量方法，值得借鉴和学习。比如，Allwright and Allwright (1977) 设计了一个目标情境问卷和能力量表，用于测量那些母语不是英语但需要到英国医学院学习的学生的英文水平。该量表首先请学生从给出的若干类活动中选出他们在实际生活中会遇到的情况，然后针对自己完成各项活动的难度进行自我打分。类似的量表还见于 Shaw (1982) 和 Richards (1990) 的研究。这些量表通常是建立在目标情境分析的基础上的，然后根据学生的具体情况选择教学的重点、安排合适的顺序。应该说，专用汉语教学在这个方面还有很多工作需要做。

3. 如何分析学生的需求

如前所述，简单询问学生想学什么是很难获得有价值的回答的。但是学生作为学习的主体，其自身的需求、想法、期待、个体特点，又对教学效果有直接的影响。因此，必须要想办法真正把准他们的脉，才能为老师对症下药打下基础。关于这个方面，本文建议从以下几个角度进行。

(1) 借鉴已有的需求调查问卷

在商务汉语领域，已经有若干学者从微观层面做过针对学生主观想法和个体特征的需求调查。比如，辛承姬 (2009) 细致地介绍了如何了解韩国某 MBA 项目学生的需求，并以此为基础设计面向韩国在职学生的商务课程。辛承姬的问卷涵盖四大领域：学习者学习方法、学习者喜好的主题、学习动机和目标、学习计划以及对中国的判断。在第一个领域，作者首先调查了学生一般的学习倾向，目的是了解学生喜欢什么样的教学方法和风格、教学安排和进度，以及学生是出于何种动机选修商务汉语课程；然后调查了学生的外语学习方式。结果显示，被调查者感到发音是自己最欠缺的部分之一；同时，学生普遍感觉对听力最有信心但也最感不足。这些结果对于老师安排教学技能的重点，是非常有参考价值的。在第二个领域，该研究发现，经济、时事、旅游是调查者最感兴趣的主体。在关于学习动机和目标的调查问卷中，作者发现半数以上的调查者学习商务汉语是为了更好地开展对中国的业务，比如担任赴华的业务代表或者出差。在第四个领域，作者调查了学生能够为课程付出的时间、未来赴华工作的可能性、以及对中国的远景预测。该研究使用的问卷覆盖面广，在相关领域很有借鉴意义。

除了借鉴已有的问卷题目，还可以借鉴已有的需求调查问卷结果。比如，袁芳远（2003）对美国宾夕法尼亚大学学生的调查显示，学习者需求最高的三项内容为“学习中文商务术语及用法”、“提高中文写作水平”、以及“了解中国经济状况”；关道雄（2006）对美国加州大学圣巴巴拉分校学生所做的问卷显示，虽然“提高用中文进行商务交际的能力”是学生的首选，但亚裔学生同时对“获得中国经济发展信息”感兴趣，而非华裔学生则更期待“了解商务活动中的中国文化”。这些研究的价值在于，一方面可以反映学生需求的共性，帮助老师从宏观上迅速了解学生常见的需要，另一方面，不同调查结果之间的差异，也可以让老师注意到群体之间的差异。

（2）对学生的回答进行解读和归纳

根据前述，需求分析不能停留在看学生反馈这个层面上，更关键的是要深入解读学生的回答。比如，学生 A 说，我上这门课是因为毕业后要去中国工作。这个回答其实透露出学生至少需要具备这样几种能力和知识：跟中国人在日常环境以及商务环境下的交际能力、关于中国文化特别是商务礼节的知识、关于中国经济或者某个工作领域的知识。再比如，学生 B 说，我学商务中文是因为我在中国商会工作，每天要跟很多来自中国的商人打交道，特别是通过邮件和电话。不难看出，这个学生最需要提高的应该是书写中文邮件的能力，以及在电话或者视频中使用汉语沟通的能力。再比如，学生 C 说，我就是希望继续提高中文听说读写各种能力。这个学生有可能在告诉你，学的内容本身不那么重要，语言综合水平有进步才是关键。在解读以后，需要跟学生进行沟通和核实，以确定教师的判断是准确的。通过这样的分析和解读，可以让任课老师更加了解自己的学生重视什么、想要什么，知道从哪些方面入手去准备上课素材和教学方法。

在这个部分中，我们介绍了开展需求分析的若干做法。其实这些做法之间并不相互抵触，完全可以综合使用。比如，可以先借助领域内已有的需求分析的研究，从中学习方法，借鉴调查结果，并以此为基础设计跟本班课程相关的问卷，然后对问卷的结果进行提炼和归纳，就能够得出有参考价值、有导向作用的分析结果。

五、结语

本文从对需求分析尚存的认识误区入手，首先对需求分析内涵的复杂性进行了探讨，并结合外语教学界已有的研究，指出需求分析至少包含五个角度：来自目标情境的要求，学生现有水平和目标水平的差距，学习者自身的期望，对学习策略的分析，以及对客观制约条件的分析。然后，本文对需求分析的方法和操作方式进行了探讨和展示，比如，借助已有的研究成果了解宏观层面的需求，通过实地调查发现微观层面的需求，利用标准化测试工具以及能力量表判定学生的水平和差距，借鉴已有的问卷量表对本班学生进行调查，对学生的问卷反馈进行合理的解读和归纳总结。通过这些手段，对外汉语教师可以形成适合自己本班情况的需求分析方法，从而达到了解学生的目的。

虽然本文是以专用汉语教学中的需求分析为研究对象，但是，需求分析的适用范围绝不止是专用汉语教学。从 80 年代开始，需求分析就在二语教学领域被认为是课程设计的重要环节（Hutchinson & Waters, 1987），尤其受到任务语言教学法的推崇（Long,

2014; Oxford, 2006)。如今，需求分析在外语教学界的研究几乎涉及到所有的教学环节：确定教学目标、设定课程大纲、选择教学材料、对学生进行评测、教学系统的反馈和评价、以及教师培训，处处都能发现需求分析的身影。换言之，需求分析不是某一种课型或者课程特有的做法，也不是某一种教学流派特殊的偏好。

需求分析在对外汉语教学研究领域中，还属于刚刚起步阶段，相关的研究不但数量有限，而且研究角度相对单一，缺乏与各教学环节相结合的实证型研究，比如，如何借助需求分析设计或者修改教学大纲，如何把需求分析跟课程测试结合起来。这样的实证型研究肯定会大大提升我们对需求分析的认识和理解。需求分析的理念是符合以学生为中心的语言教学理念的。如何在实际教学中体现学生的主体地位？如何充分发挥学生的主观能动性？需求分析无疑为这些理念落实到日常教学提供了一种有效的手段。

参考文献

- Allwright, J., & Allwright, R. (1977). An approach to the teaching of medical English. In S. Holden (Ed.), *English for Specific Purposes* (pp. 58-62). Oxford: Modern English Publications.
- Benesch, S. (1996). Needs analysis and curriculum development in EAP: An example of a critical approach. *Tesol Quarterly*, 30(4), 723-738.
- Brown, G. (1991). The state of the art in applied linguistics. *Applied Linguistics and English Language Teaching*. London: Macmillan.
- Brown, J. (2011). Foreign and second language needs analysis. In M. H. Long & C. J. Doughty (Eds.), *The handbook of language teaching* (pp. 269-293): Blackwell Publishing Ltd.
- Frankel, M. (1983). Designing a pre-EAP reading course: Practical problems. *Case studies in ELT*. London: Collins ELT, 119-131.
- Huhta, M., Vogt, K., Johnson, E., & Tulkki, H. (2013). *Needs analysis for language course design: A holistic approach to ESP*.: Cambridge University Press.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes*: Cambridge university press.
- Long, M. (2014). *Second language acquisition and task-based language teaching*: John Wiley & Sons.
- Nunan, D. (1988). *The learner-centred curriculum: A study in second language teaching*: Cambridge University Press.
- Oxford, R. L. (2006). Task-based language teaching and learning: An overview. *Asian EFL journal*, 8(3).
- Paltridge, B. (2012). Teaching English for specific purposes. *The Cambridge guide to pedagogy and practice in second language teaching*, 179-185.
- Richards, J. C. (1990). *The language teaching matrix*: Cambridge University Press.
- Shaw, P. (1982). Ad hoc Needs Analysis. *Language Teaching*, 27, 1-19.
- Songhori, M. H. (2008). Introduction to needs analysis. *English for specific purposes world*, 4(20), 1-25.
- Swales, J. M. (2000). Languages for specific purposes. *Annual review of applied linguistics*, 20, 59-76.
- Wang, H. (2011). Chinese for business professionals: The workplace needs and business Chinese textbooks. *Global Business Languages*, 16(1), 5.
- West, R. (1994). Needs analysis in language teaching. *Language Teaching*, 27(1), 1-19.
- Woodrow, L. (2017). Needs analysis and ESP course design. In *Introducing Course Design in English for Specific Purposes* (pp. 21-31): Routledge.
- 白乐桑, & 张丽. (2008). 《欧洲语言共同参考框架》新理念对汉语教学的启示与推动——处于抉择关头的汉语教学. *世界汉语教学*(3), 58-73.
- 陈冰冰. (2009). 国外需求分析研究述评. *外语教学与研究*, 41(2), 125-130.
- 陈芳, & 郭鹏. (2008). 商务汉语教学需求分析的內涵和框架. *沈阳师范大学学报: 社会科学版*, 32(4), 163-166.
- 关道雄. (2006). 商务汉语教材的范围、内容和开放式架构设计. *国际汉语教学动态与研究* (2): 3-10.
- 李育娟. (2011). 商務華語學習者需求分析. *華語文教學研究*, 8(3), 23-46.
- 史中琦. (2011). 商务汉语教材开发模式探索-PACE. *国际汉语教育*, 4, 49-55.

- 史中琦, 袁桥樾, & 关道雄. (2019). 1997-2017 年商务汉语教学探索与实践: 热点与反思. *国际汉语教育*, 04.
- 辛承姬. (2009). 韩国汉语教学的市场需求调研-以“商务汉语”课程为例. *福建师范大学学报(哲学社会科学版)*, 2009(1), 166-172.
- 张黎. (2006). 商务汉语教学需求分析. *语言教学与研究*(3), 55-60.

Needs Analysis in Teaching Chinese for Special Purposes: From Theory to Practice

Zhongqi Shi
Columbia University

Abstract

As a critical component of curriculum creation and syllabus design, needs analysis has not been widely used in the field of teaching Chinese as a foreign language. To address some common misconceptions, this article discusses various aspects of need analysis with the goal of structuring a more comprehensive picture of this approach. Based upon that, a variety of needs analysis methods are introduced through examples, aimed at enabling frontline Chinese teachers to effectively use needs analysis in their own classrooms and ultimately improving their instruction.

Keywords: need analysis, Chinese language teaching, Chinese for special purposes, curriculum design