

分析現行第二外語教材的會話之溝通模式—

以對外德語教材及對外華語教材為例

陳欣蓉

目前針對第二外語教材中的對話應該有哪些功能或者評論範疇，似乎還沒有明確的標準。華籍學生學習德語及德籍學生學習華語時，常常發現，雖然學生學習了許多對話，但是溝通時，總是缺少一些所需的句型。再者若是學生依照課本的對話進行溝通時，常常無法達成所要的溝通目的。現行大部份的外語教材會話缺乏系統性的將所有為達到溝通目的之必備句型呈現出來，導致外語會話學習效果有限。

一、外語的會話學習常出現的問題

隨著地球村及交通的便利，跟外國人的接觸機會愈來愈頻繁，因此口語的外語會話學習愈來愈重要。學習第二外語（華語、德語、法語等等）的最終目的就是藉由外語達成溝通。學習對話溝通，常常出現以下的現象：

- (1)、 學生雖然學過很多對話，但是真正跟外國人溝通時，常常缺少所需的句型。
- (2)、 外語教材的對話針對同樣的溝通主題（例如購物），照理說應該處理同樣的溝通句型，以便達到同一個溝通目的。雖然很多外語課本的會話有同樣的情境（例如「購買溝通」、「旅館溝通」等等），卻依照作者的不同，常常出現不同的溝通步驟及句型。
- (3)、 大部分的外語教材對話摘錄真實溝通的片段，若是依照所學的課本對話真正執行外語溝通時，常常無法達到溝通目的（細節請參考第三章：分析現行德語教材及華語教材中的對話）。

目前針對外語教材的對話應該有哪些功能或者評論範疇，似乎還沒有明確的標準。外語教材的對話應該呈現所學的詞彙及文法的應用還是應該有更深層的功能？本論文認為教材的對話應該呈現溝通模式（即所有達到溝通目的之必備的關鍵步驟及語言表達），以便學生能掌握溝通架構及學習達到溝通目的之關鍵表達，進而更有效率的利用語言達到溝通目的。因此本論文建議，撰寫德語或者華語對話時，依照溝通模式，以便能完整呈現溝通的所有必備句型，幫助學生有效的利用外語達到溝通目的，進而提升會話學習效果。

以下先探討交談分析的溝通模式，再者利用溝通模式檢視現行的德語

及華語課本的會話，最後提出針對外語會話的撰寫之建議。

二、交談分析的溝通模式

交談分析的溝通模式理論之主要思惟在於：要達到溝通目的，必須依照溝通模式。這溝通模式不會依照溝通者的不同而有不同。換句話說，要達到溝通目的，每個人必須遵循達到特定的溝通模式，才能達到溝通目的。就如Ehlich/Rehbein的研究結論，根據言談分析理論，若要達到某個溝通目的，都要遵循某種特定行為模式（Handlungsmuster¹）：

Sprachliche Handlungsmuster, oder abkürzend gesagt, Muster, sind also die Formen von standardisierten Handlungsmöglichkeiten, die im konkreten Handeln aktualisiert und realisiert werden. Die Handelnden verwirklichen in ihrem Handeln ihre Zwecke. Die einzelnen Muster bilden Potentiale für die Realisierung von Zwecken, deren sich die Handelnden [...] bedienen (Ehlich/Rehbein 1979: 250).²

Komter 研究專業溝通（求職對話）時，嘗試過很多種研究方法，最後選擇交談分析方法（Discourse analysis）。其原因在於交談分析理論可以有效求得溝通話語的關鍵結構，就如 Komter 所言

Discourse analysis has provided the conceptual framework for the identification of the different structural units and fields of discourse of the job interview and of the world around it. This also involves an awareness of the hierarchical ordering of the units within the interview, and of the interview within its institutional and cultural environments (Komter 1991: 7).

本論文依照交談分析的溝通模式，檢視現行的外語教材的會話是否呈現溝通的基本模式以及是否處理達到溝通目的之基本句型。

如何確定溝通的基本模式及溝通的基本句型？溝通模式展現在每個達到溝通目的之會話中，因此所有達成相同溝通主題之對話，其共同基本模式就是該主題的溝通模式。以購買溝通為例，本論文分析多個購買不同物品時的溝通對話，總結出以下的「購買」溝通模式。溝通模式意指達到溝通目的之運作過程。以下只是展示性的以「購物」為例，說明溝通模式，以便了解溝通模式以及關鍵步驟之間的關係：

¹ 德文的「Handlungsmuster」依照字面，應該翻譯為「行為模式」。「行為模式」常被理解為行為的正確與否。由於本文的「行為模式」意指「溝通的行為模式」，因此本文稱之為「溝通行為模式」或「溝通模式」。

² 德文引言的翻譯如下：語言的溝通（行為）模式，或者簡言之，就是在實際溝通所呈現以及所實行之標準化的溝通形式之模式。行為者在行為中實現其目的。這些個別的溝通模式形成實現目的之可能，而且為行為者所使用。

圖 1 購物的溝通模式

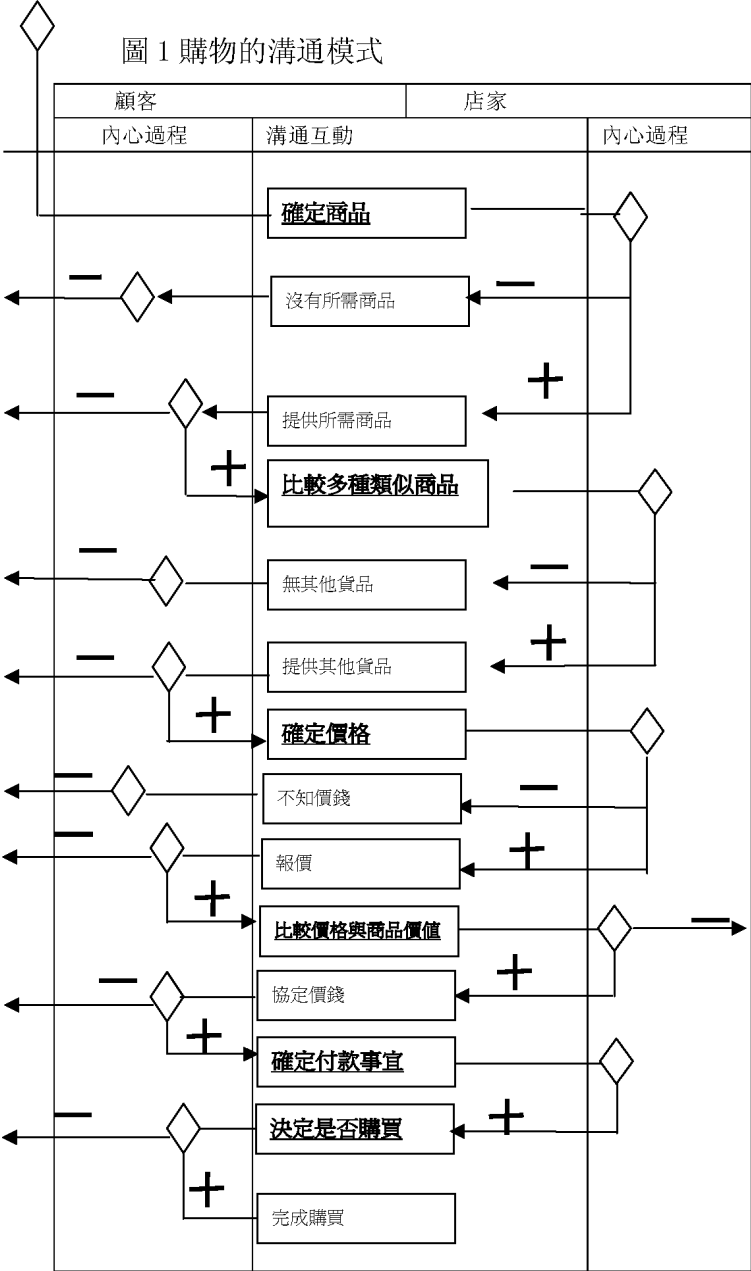


圖 1 的標誌意義:

◇表示心裡的考量	
- 表示負面的決定	+ 表示正面的決定

圖 1 溝通模式（過程）之解說：

顧客想要購買某種貨品時，首先確定商店是否能提供所需的商品（即「確定商品」）。此時商家只有兩種可能性：若商家無法提供所需商品，顧客退出購買溝通，無法達成買賣。若商店提供所需商品，但是顧客不滿意商品的話（“-”表示負面決定）就退出買賣。若是顧客滿意商品的話（“+”表示正面決定）一般就會「比較多種類似商品」。若比較後顧客選定某個商品，就會「確定價格」。若商家不知道價格，就會導致買賣中斷（例如老闆不在家，店員不知道價格）。若商家報價後，顧客就可能「比較商品價值及價格（議價）」。若商家也同意議價結果，顧客就會進入「確定付款事宜」。之後顧客會做最後「決定是否購買」。

由此可見溝通的「關鍵步驟」是導致溝通失敗以及成功的關鍵因素。由以上溝通模式，可以總結出以下「購買」溝通之關鍵步驟：

表 1：購買的必備溝通步驟

(1) 購買情境(例如買水果、買衣服、買文具)	
關鍵 步 驟	(A) 確定商品（確定產品是否合乎所需）
	(B) 比較多種類似產品
	(C) 確定價格
	(D) 比較價格及商品價值（議價）
	(E) 確定付款事宜
	(F) 決定是否購買

各個溝通步驟是由語言表達（溝通句型）達成：

表 2：「購買」的溝通步驟之句型

溝通主題：購買	
溝通關鍵步驟	各種關鍵步驟之溝通句型
1 確定商品（確定產品是否合乎所需）	您有蘋果嗎？ Haben Sie Äpfel? 蘋果在哪裡？ Wo sind die Äpfel? 我想買蘋果。 Ich hätte gern Äpfel. 等等
2 比較多種類似商品	有其他種類的蘋果嗎？

	<p>Haben Sie andere Sorten? 有來自德國的蘋果嗎? Haben Sie Äpfel aus Deutschland? 有來自其他地方的蘋果嗎? Gibt es Äpfel aus anderen Ländern? 等等</p>
3 確定價格	<p>蘋果一公斤多少錢? Wie viel kostet ein Kilo Äpfel? 蘋果一公斤多貴呢? Wie teuer ist ein Kilo Äpfel? 等等</p>
4 比較價格及商品價值 (議價)	<p>有更便宜一點的蘋果嗎? Gibt es noch billigere Äpfel? 還有其他便宜的蘋果嗎? Haben Sie noch andere, vielleicht etwas billigere Äpfel? 等等</p>
5 確定付款事宜	<p>可以付美金嗎? Kann ich mit US-Dollar bezahlen? 可以刷卡嗎? Kann ich mit Kreditkarte bezahlen? 等等</p>
6 決定是否購買	<p>請給我一公斤蘋果。 Geben Sie mir bitte ein Kilo Äpfel. 請給我一箱蘋果 Geben Sie mir eine Kiste Äpfel. 我買一公斤蘋果。 Ich nehme ein Kilo Äpfel. 我不買。 Ich kaufe nichts. 等等</p>

每個溝通步驟均是透過溝通句型來達成，例如利用溝通句型「您賣蘋果嗎？」達成溝通步驟「確定商品」。學生學習外語會話，不應該只學習各種常用句型，而是應該了解達到溝通目的（例如「購物」），有哪些溝通步驟，而且達到這些溝通步驟應該使用哪些溝通句型。再者達到溝通目的之關鍵步驟以及句型不多，一般達到溝通目的大約 4 句到 7 句不等。學生只要懂得達到溝通目的需要哪些必備的溝通步驟，每個步驟由一句話達成，

就能利用 7 句達到溝通目的³。因此學生利用溝通模式，可掌握哪些是關鍵步驟以及句型，即藉由有限的語言知識，亦可達到溝通目的。

其他溝通主題的溝通模式及必備的溝通步驟的細節請參考第三節。

三、分析現行德語教材及華語教材中的對話

本論文利用「交談分析」(Diskursanalyse)的溝通模式理論，分析針對外國人的德語教材及對外的華語教材。分析的結果顯示，現行大部分的德語教材及華語教材的對話只有呈現真實溝通的片段。換句話說，現在大部分的華語教材及德語教材撰寫會話時，缺乏依照溝通模式，缺少呈現達到溝通目的之必備步驟及溝通句型，導致學生依照課本對話，執行溝通時，很難達成溝通目的。以下就以外語教材常出現的三種會話溝通主題為主，例如「購買溝通」、「旅館溝通」及「餐廳溝通」。首先分析對外的華語教材，之後分析對外的德語教材⁴。

(一)、購買溝通

達到「購買」之目的，需要以下的溝通步驟：

- (a) 確定商品
- (b) 比較多種類似商品
- (c) 確定價格
- (d) 比較價格及商品的價值（議價）⁵

³ 一般學生面對外語會話，常常熟背各種外語句型，導致某個溝通步驟熟習很多句型（例如「確定價格」），但是缺少某些溝通步驟的句型（例如「比較價格及商品價值（議價）」），導致進行真正購買溝通時，缺少所需的句型。若是學生能利用溝通模式了解，達到溝通目的之必備步驟（例如「確定商品」，「比較多種類似商品」，「確定價格」等等，參考表 1 及表 2），並且只要針對每個溝通步驟學會一句，整個會話只需學會 7 句，即可達到溝通目的，以便達到利用有限語言知識（七句話），亦能達到溝通目的。

⁴ 本論文作者認為德文系的學生應該發展多元專業的能力，以便提升自己的競爭力，因此鼓勵德文系學生不但可以教導華籍學生德語，亦能教導德國人華語，因此在此論文不僅研究德語教材，亦研究針對德國人的華語教材。

⁵ 針對「比較價格及商品的價值（可能出現議價）」列為購買溝通的必備溝通步驟，或許有人認為：有些顧客不議價，直接購買商品。即使如此，顧客一般仍不會接受所有價格。即使不會議價，仍會比較價格及商品的價值。不會議價的顧客或許之前已經比較過其他商家的價格，或者比較商品價值及價格後，認為此價格可以接受。一般而言，顧客很少全然接受商家的所有價格。再者即使遇到不二價的商店，顧客仍會盡量比較各商

- (e) 確定付款事宜
- (f) 決定是否購買

(1)、針對外國人的華語教材

(例 1) 對外華語教材「華語情景會話」(陳如、王天慧 1998)

此華語教材在第 37 課出現了購買情境 標題是「您要買什麼？」(1998: 257-260), 並且處理以下的購買之重要溝通步驟:

- (d) 比較價格及商品的價值(議價)
- (e) 確定付款事宜(同上)⁶。

要達到購買溝通的目的, 卻缺少呈現以下的必備句型:

- (a) 確定商品
- (b) 比較多種類似的商品
- (c) 確定價格
- (f) 決定是否購買。

(例 2) 華語教材「Chinesisch – Sprachpraxis im Alltag」(Yin-Intemann 2001)

在此對德的華語教材中, 只呈現以下的溝通步驟及句型:

- (a) 確定商品
- (c) 確定價格
- (f) 決定是否購買(同上: 102-103)。

但是缺乏以下必需的溝通步驟:

- (b) 比較多種類似商品
- (d) 比較價格及商品的價值(議價)
- (e) 確定付款事宜。

(例 3) 華語教材「實用生活華語不打烊」(楊琇惠 2007)

在此教材的第二課出現購買溝通(2007: 16-19)。兩個會話呈現以下的購買之溝通步驟:

- (a) 確定商品
- (c) 確定價格

家所提供的價格, 才選擇合理的價格購買, 因此「比較價格及商品的價值(可能出現議價)」是購買溝通的必備步驟。

⁶ 設計外語教材的對話時, 對話內容必須配合學生的詞彙、文法、溝通主題等等, 因此撰寫外語會話非常辛苦。本論文提到外語教材忽略哪些必備的溝通步驟, 並不是否定教材作者的辛勞。本論文只是提醒教材作者日後撰寫教材對話時, 呈現所有的必備之溝通步驟及句型, 以便讓學生理解該溝通的架構及學到所有達到溝通目的之必備表達。

(d) 比較價格及商品的價值（議價）

(f) 決定是否購買（同上）。

達成購買溝通，尚需要以下的溝通步驟：

(b) 比較多種類似商品

(e) 確定付款事宜。

(例 4) 華語教材 Liao Liao (Chabbi 2009)

此教材在第三課處理購買包包 (2009: 30) 及在第五課 (2009: 54) 出現購買水果。

購買包包時，出現以下的溝通步驟及句型

(a) 確定商品

(c) 確定價格

(d) 比較價格及商品的價值（可能出現議價）（同上：30）。

其中缺乏以下基本的溝通步驟及句型

(b) 比較多種類似商品

(e) 確定付款事宜

(f) 決定是否購買。

在同一教材的第五課出現購買水果，處理以下的溝通步驟及句型

(a) 確定商品

(c) 確定價格

(d) 比較價格及商品的價值（議價）

(f) 決定是否購買（同上：54）。

達到溝通目的（購買），卻還需要以下的溝通步驟及句型：

(b) 比較多種類似商品

(e) 確定付款事宜。

(2) 針對外國人的德語教材

在對外的德語教材的會話中亦是常常缺少呈現所有達到溝通目的之必備的溝通步驟及句型：

實例如下：

(例 5) 德語教材「Moment mal II」(Müller, Rusch, Scherling 1997)

此教材在第十六課處理購買對話，並且藉由三個對話呈現購買情境(同上，9-10)。此三個對話總共呈現以下的溝通步驟：

(a) 確定商品

(b) 比較多種類似商品

(c) 確定價格

(f) 決定是否購買（同上）。

若要達到購買的溝通目的，缺少以下必備的句型：

- (d) 比較價格及商品的價值（可能出現議價）
- (e) 確定付款事宜

(例 6) 德語教材「Berliner Platz 1」(Lemcke, Rohrmann, Scherling 2002)

在第三課的溝通主題，在 30 頁出現及 34 頁均出現購買會話。這兩個會話處理同樣的溝通步驟：

- (a) 確定商品
- (c) 確定價格
- (d) 比較價格及商品的價值（可能出現議價）(同上，30 及 34)。

若要達到購買的溝通目的，缺少以下必備的句型：

- (b) 比較多種類似商品
- (e) 確定付款事宜
- (f) 決定是否購買（同上）。

(例 7) 德語教材「Optimal」(Müller, Rusch, Scherling und Wertenschlag 2004)

該教材在第五課出現購買情境，並且處理以下必備溝通步驟(同上，39)。

- (a) 確定商品
- (c) 確定價格
- (f) 決定是否購買商品(同上)。

若是想要達到溝通目的，缺少以下的溝通步驟：

- (b) 比較多種類似商品
- (d) 比較價格及商品的價值（可能出現議價）⁷
- (e) 確定付款事宜。

(例 8) 德語教材「Planet」(Kopp und Büttner 2004)

該教材在第十二課出現購買情境，並且由三個對話呈現購買情境。這些對話總共處理以下必備溝通步驟(同上：79-81)。

- (a) 確定商品(2004: 79-81)
- (b) 比較多種類似商品(2004: 80)

⁷ 有些教材缺乏「比較價格及商品價值（議價）」，可能考慮到表達「比較價格及商品價值（議價）」的語言比較複雜，不適合低年級學習。本論文作者建議教材對話要呈現完成溝通目的之所有必備句型，但是句型的語言可以依照學生的程度簡單化。例如可用簡單的表達「zu teuer!」、「Kann ich es billiger bekommen?」等等取代複雜的議價表達「Können Sie den Preis etwas reduzieren?」、「Geben Sie mir bitte Rabatt?」。

- (c) 確定價格(2004: 81)
- (d) 比較價格及商品的價值(可能出現議價)(同上)
- (f) 決定是否購買商品(同上)。

若是想要達到溝通目的，缺少以下的溝通步驟：

- (e) 確定付款事宜。

(例 9) 德語教材「Eurolingua. Deutsch 1」(Funk und König 2005)

該教材在第五課出現購買食品情境(同上, 56)以及在第八課處理購買衣服的溝通(同上, 86)。此教材安排一個購買食品及三個購買衣服的對話，因此總共出現四個購買對話。這些對話總共呈現以下必備溝通步驟(同上, 56 及 86)。

- (a) 確定商品(同上: 56 及 86)
- (c) 確定價格(同上: 56)
- (e) 確定付款事宜(同上)
- (f) 決定是否購買商品(同上: 86)。

僅缺少以下的溝通步驟：

- (d) 比較價格及商品的價值(可能出現議價)。
- (b) 比較多種類似商品

(二)、旅館溝通

達成旅館溝通至少需要以下的溝通步驟：

- (a) 確定空房
- (b) 確定房間是否合乎所需
- (c) 確定價格
- (d) 確定房間位置
- (e) 確定是否接受該房間
- (f) 付款。

旅館溝通的對話亦印證了本論文的假設。其分析的細節如下：

(1) 對外的華語教材

(例 10) 華語教材「Umgangschinesisch effektiv」(Gu und Meinshausen 2007)

該教材在第 14 課呈現旅館溝通。出現以下的溝通步驟

- (a) 確定空房
- (b) 確定房間是否合乎所需(同上: 148)。

但是缺少以下必備的溝通步驟：

- (c) 確定價格
- (d) 確定房間位置
- (e) 確定是否接受該房間
- (f) 付款⁸。

(例 11) Liao Liao (Chabbi 2009)

這教材在旅館溝通裡，主要處理以下的溝通步驟及句型

- (a) 確定空房
- (c) 確定價格(同上: 140)。

該旅館會話忽略以下的溝通步驟及句型

- (b) 確定房間是否合乎所需
- (d) 確定房間位置
- (e) 確定是否接受該房間
- (f) 付款。

(2) 對外的德語教材

(例 12) 教材「Berliner Platz 3」(Köker, Lemcke, Lutz, Rusch 2004)

在該教材的第 26 課處理旅館溝通(同上: 18)，並且呈現以下的必備溝通步驟：

- (a) 確定空房
- (b) 確定房間是否合乎所需
- (d) 確定房間位置
- (e) 確定是否接受該房間(同上)。

該教材在旅館溝通缺少處理達到溝通目的之必備溝通步驟：

- (c) 確定價格
- (f) 付款。

(例 13) 德語教材「Schritte 2」(Niebisch, Penning-Hiemstr, Spech, Bovermann, Reimann 2004)

⁸ 有些教材撰寫者考慮學生程度，因此刪除一些重要的溝通步驟，導致無法呈現完整的溝通步驟。例如學生還沒有學到華語的千位數字，而旅館房間的價格大都上千元。在此時，可以引進簡單的用語，例如「刷卡」或者「付現金」呈現付款方式，代替複雜的千元數字。教材的會話應該呈現完整的步驟，若是在每個步驟考慮學生語言程度，可以將語言表達簡單化。

此教材第九課的旅館溝通只處理以下的溝通步驟(同上: 24)

- (a) 確定空房
- (b) 確定房間是否合乎所需(同上)。

此會話缺少以下的基本溝通步驟:

- (c) 確定價格
- (d) 確定房間位置
- (e) 確定是否接受該房間
- (f) 付款。

其他實例:

(例 14) 德語教材「Optimal」(Müller, Rusch, Scherling und Wertenschlag 2004)

此教材在第二課出現旅館溝通(同上, 15), 並且處理以下的溝通步驟:

- (a) 確定空房
- (b) 確定房間是否合乎所需
- (d) 確定房間位置(同上)。

此會話缺少以下的基本溝通步驟:

- (c) 確定價格
- (e) 確定是否接受該房間
- (f) 付款。

(三)、餐廳溝通

餐廳溝通有以下共同的必備溝通步驟:

- (a) 確定座位
- (b) 點餐
- (c) 決定是否加點餐點(例如加點菜餚, 飯後加點點心, 飲料等等)
- (d) 付款。

以下分析對外的德語教材及對外的華語教材:

(1) 對外的華語教材

(例 15) 華語教材「Chinesisch – Sprachpraxis im Alltag」(Yin-Intemann 2001):

此教材也出現餐廳對話, 但是只處理一個溝通步驟:

(b) 點餐(同上: 88-89)。
完成餐廳溝通, 需要其他必備的溝通步驟:

- (a) 確定座位
- (c) 決定是否加點餐點 (例如加點菜餚, 飯後加點點心, 飲料等等)
- (d) 付款。

另一實例:

(例 16) 華語教材「Umgangschinesisch effektiv」(Gu und Meinshausen 2007)

此教材在第十課處理飯館溝通(同上: 109-110), 而且藉由兩個對話處理飯館溝通。此兩個對話總共呈現以下的溝通步驟:

- (a) 確定座位
- (b) 點餐
- (c) 決定是否加點餐點 (例如加點菜餚, 飯後加點點心, 飲料等等)(同上)。

而忽略達到溝通目的所需的溝通步驟:

- (d) 付款。

其他實例:

(例 17) 華語教材「實用生活華語不打烊」(楊琇惠 2007)

此教材在第五課處理飯館溝通(同上: 50-53), 在會話中只出現以下的溝通步驟:

- (b) 點餐
- (c) 決定是否加點餐點 (例如加點菜餚, 飯後加點點心, 飲料等等)(同上)。

而忽略達到溝通目的所需的溝通步驟:

- (a) 確定座位
- (d) 付款。

(例 18) 華語教材 Liao Liao (Chabbi 2009)

此教材將餐廳溝通分為兩個對話, 第一個對話(同上, 70)及第二個對話(同上, 74)共處理以下的溝通步驟

- (a) 確定座位(同上: 70)
- (b) 點餐(同上: 70)
- (d) 付款(同上: 74)。

僅僅缺少

- (c) 決定是否加點餐點（例如加點菜餚，飯後加點點心，飲料等等）⁹。

(2) 對德的德語教材

(例 19) 教材「Moment mal」(Müller, Rusch, Scherling 1996)

此針對外國人的德語教材 *Moment mal*，不但在第二課(同上: 14)，亦在第十二課(同上: 83)出現餐廳溝通。但是在此兩課中，餐廳溝通只處理一個溝通步驟：

- (b) 點餐(同上: 14 及 83)。

因此缺少其他餐廳的必要溝通步驟：

- (a) 確定座位
(c) 決定是否加點餐點（例如加點菜餚，飯後加點點心，飲料等等）
(d) 付款。

(例 20) 德語教材「Berliner Platz 1」(Lemcke, Rohrmann, Scherling 2002)

在此對外德語教材在飯館溝通的會話中只出現以下的溝通步驟：

- (b) 點餐
(d) 付款(同上, 68)。

缺少以下的溝通步驟：

- (a) 確定座位
(c) 決定是否加點餐點（例如加點菜餚，飯後加點點心，飲料等等）。

(例 21) 德語教材「Studio d」(Funk, Kuhn, Demme, Bayerlein 2005)

此教材也出現用餐溝通，而且只處理兩個溝通步驟

- (a) 確定座位
(b) 點餐(同上: 16)。

而缺少以下的必需的溝通步驟：

- (c) 決定是否加點餐點（例如加點菜餚，飯後加點點心，飲料等等）
(d) 付款。

⁹ 餐廳店家在算帳前，通常會確定顧客是否加點菜餚，因此一般情況下會出現顧客之間彼此確，是否有人需要加點菜餚的對話。Liao Liao 教材的對話由第一個對話「點菜」直接到下一個對話就「付款」，導致有點突兀(參考 Chabbi 2009: 74)。

(例 22) 德語教材「Eurolingua. Deutsch 1」(Funk und König 2005)

此教材在第三課處理用餐情境。其用餐情境總共有四個對話，並且處理以下必備溝通步驟(同上：30 及 36)。

- (b) 點餐
- (d) 付款(同上)。

若是想要達到溝通目的，缺少以下的溝通步驟：

- (a) 確定座位
- (c) 決定是否加點餐點(例如加點菜餚，飯後加點點心，飲料等等)。

由以上分析發現，現行的對外華語教材及德語教材的對話大都忽略溝通模式，導致無法完整呈現所有達到溝通目的之必備句型。

除了建議設計會話教材時，能依照溝通模式呈現完整的溝通步驟外，建議在會話對話前，先列出該會話溝通目的之必備步驟及句型，以便讓學生掌握整個溝通的架構，以便判斷哪些是達到溝通的主要句型，哪些是次要句型。

以下以餐廳溝通為例，在對話前，列出達到溝通目的之必備步驟及其句型

表 3：餐廳溝通的必備步驟及句型

餐廳溝通

1. 確定座位：Bestimmung des Sitzplatzes

請問，還有空位嗎？

Entschuldigung. Sind noch Plätze frei?

2. 點餐：Bestellung

我要點套餐。

Ich möchte ein Menü bestellen.

3. 要不要加點餐點：Weitere Bestellungen (z.B. Dessert oder Kaffee nach dem Essen)

我還要點一碗湯。

Ich möchte noch eine Suppe bestellen.

4. 付款：Bezahlung

我可以刷卡嗎？

Kann ich mit der Kreditkarte bezahlen?

藉此學生可以掌握該溝通的主要步驟及句型。再者學生掌握此四個句

型，就能達成餐廳溝通的任務，並且避免在對話中無法分辨哪些是溝通的主要表達，哪些是次要表達。

若是認為以上的溝通句型太難、可以依照學生語言程度調整，選擇比較簡單的表達。

表 4：餐廳溝通的必備句型(簡易版本)

<p>餐廳溝通</p> <p>1. 確定座位：Bestimmung des Sitzplatzes 請問，有空位嗎？ Entschuldigung. Sind Plätze frei?</p> <p>2. 點餐：Bestellung 我要 A 餐。 Ich möchte Menü A.</p> <p>3. 要不要加點餐點：Weitere Bestellungen (z.B. Dessert oder Kaffee nach dem Essen) 我還要一杯咖啡。 Noch eine Tasse Kaffee bitte.</p> <p>4. 付款：Bezahlung 一共多少錢？ Wie viel insgesamt?</p>

四、結語

本論文主要分析如何更有系統及效率得設計會話內容。根據交談分析理論，達到溝通目的有其固定的溝通步驟及語言表達（句型）。但是綜觀現行的第二外語教材的會話，同一溝通主題不但出現不同的溝通步驟，且大都缺乏呈現所有必備的溝通步驟及語言表達。其主要原因可能作者考慮到配合處理的文法或者學生的程度，因此刪減一些必備的溝通步驟。

本論文建議教材的會話應讓學生了解溝通模式及溝通步驟。其目的如下：

(1) 學生具有溝通模式知識後，才能掌握哪些是達到溝通目的之主要必備句型，哪些是次要的句型。必備的溝通步驟之句型就是達到此溝通目的之主要句型，以便避免只熟悉某些溝通步驟的句型，而缺乏其他必備溝通步驟之句型。

(2) 由於達到溝通目的之必備步驟不多（大都在七個步驟左右），因此學生只要每個步驟學會一個句型，就可以達到學會七句即能達到溝通目的。換

句話說，利用有限的語言知識，有效的達到溝通目的。

本論文作者建議在語言會話教材中呈現所有達到溝通目的之必備步驟，並且可以依照學生的程度，在每個步驟選擇語言簡易的句型，例如在「議價」的溝通步驟，可以使用複雜的句型，例如「您的價格是否可以調降？」，亦可以使用簡單的句型，例如「太貴了」，「請便宜一點」。因此設計會話教材著重於呈現完整的基本步驟，而不是在於語言的複雜性。

撰寫外語會話教材時，可先將達到該主題的溝通目的之必備步驟列出，且首先依照每個步驟各呈現一句，讓學生了解此溝通的架構，再進入會話，以便讓學生有效掌握溝通模式及溝通的關鍵步驟。

本論文希望外語教材作者在撰寫對話時，能依據溝通模式，讓教材對話呈現所有必備的溝通步驟及語言表達，以便學生能更有效率掌握達到溝通目的之架構及句型。

文獻

- 楊琇惠. 2007. 《實用生活華語不打烊》。台北：五南圖書出版股份有限公司。
- 陳如、王天慧. 1998. 《華語情景會話》。台北：書林出版股份有限公司。
- Chabbi, Thekla. 2009. *Liao Liao. Der Chinesischkurs*. Ismaning: Hueber Verlag
- Ehlich, Konrad/Rehbein, Jochen. 1979. "Sprachliche Handlungsmuster". In: Soeffner, H.-G. (Hrsg.). *Interpretative Verfahren in den Sozial- und Textwissenschaften*. Stuttgart: Metzler, 243-274
- Ehlich, Konrad. 1986. "Funktional-pragmatische Kommunikationsanalyse - Ziele und Verfahren". In: Hartung, Wolfdietrich. *Untersuchungen zur Kommunikation - Ergebnisse und Perspektiven*. Berlin: Akad. d. Wiss. d. DDR, Zentralinst. für Sprachwiss., 15-40
- Funk, Hermann/Kuhn, Christina/Demme, Silke/Bayerlein, Oliver. 2005. *Studio d. Deutsch als Fremdsprache*. Berlin: Cornelsen
- Funk, Hermann/König, Michael. 2005. *Eurolingua. Deutsch 1. Neue Ausgabe. Deutsch als Fremdsprache für Erwachsene. Gesamtband*. Berlin: Cornelsen
- Gu, Wen/Meinshausen, Frank. 2007. *Umgangschinesisch effektiv. Ein Crash-Kurs der chinesischen Umgangssprache*. Stuttgart: Schmetterling-Verlag
- Komter, Martha. 1991. *Conflict and Cooperation in Job Interview: A Study of Talk, Task and Ideas*. Amsterdam; Philadelphia: J. Benjamins Pub.
- Köker, Anne/Lemcke, Christiane/Rohrmann, Lutz/Rusch, Paul. 2004. *Berliner Platz 3. Deutsch im Alltag für Erwachsene*. Berlin, München: Langenscheidt
- Kopp, Gabriele/Büttner, Siegfried. 2004. *Planet*. Ismaning: Hueber Verlag
- Lemcke, Christiane/Rohrmann, Lutz/Scherling, Theo. 2002. *Berliner Platz 1. Deutsch im Alltag für Erwachsene*. Berlin, München: Langenscheidt,

- Müller, Martin/Rusch, Paul/Scherling, Theo. 1996. *Moment mal! Lehrwerk für Deutsch als Fremdsprache. Lehrbuch 1*. Berlin, München: Langenscheidt
- Müller, Martin/Rusch, Paul/Scherling, Theo. 1997. *Moment mal II! Lehrwerk für Deutsch als Fremdsprache. Lehrbuch 2*. Berlin, München: Langenscheidt
- Müller, Martin/Rusch, Paul/Scherling, Theo/Wertenschlag, Lukas. 2004. *Optimal. Lehrwerk für Deutsch als Fremdsprache. Lehrbuch 1*. Berlin, München: Langenscheidt
- Niebisch, Daniela/Penning-Hiemstra, Sylvette/Specht, Franz/Bovermann, Monika/Reimann, Monika. 2004. *Schritte 2. International. Deutsch als Fremdsprache*. Ismaning, München: Hueber
- Yin-Intemann, Yan. 2001. *Chinesisch – Sprachpraxis im Alltag. Ein Lehrbuch für Anfänger*. 2. Aufl. Wilhelmsfeld: Egert
- Yin-Intemann, Yan. 1999. *Chinesisch – Sprachpraxis im Alltag. Ein Lehrbuch für Anfänger. Schlüssel zu den Übungen*. Wilhelmsfeld: Egert

Abstract

Analyse des Konversationsmodells in Lehrwerken des zweiten Sprachenerwerbs – An Beispielen der ausländerorientierten Deutschlehrwerke und der ausländerorientierten Chinesischlehrwerke

In der jetzigen Literatur wird selten analysiert, was für eine Rolle die Dialoge in fremdsprachlichen Lehrwerken spielen und nach welchen Kriterien sie bewertet werden. Soll der Dialog im Lehrwerk die Verwendung eines sprachlichen Phänomens oder die einer Grammatikregel präsentieren? Welche Funktionen soll er besitzen? Zurzeit kommen in den Lehrwerken unter demselben Kommunikationsthema wie z. B. "Einkaufskommunikation", "Hotelkommunikation" etc. Dialoge mit unterschiedlichem Inhalt vor. Die Lernenden haben zwar viele Dialoge und viele Kommunikationssätze gelernt und können oft nicht problemlos in der Fremdsprache kommunizieren. Dieser Artikel analysiert anhand der Theorie der Diskursanalyse die ausländerorientierten Deutschlehrwerke und die ausländerorientierten Chinesischlehrwerke und unterbreitet Vorschläge, wie Dialoge in einem Lehrwerk verfasst werden sollen, um die Kommunikationsfähigkeit der Lernenden zu erhöhen.

CHEN Shing-lung