

如何帮助学生打好语言基础

——一年级上册口语交际《我们做朋友》的教学建议

冷水江市冷办中心学校 袁琼

口语交际能力是人一生中必须具备的重要能力之一,它对于学生的语文学科具有举足轻重的作用,对于学生的日常生活乃至整个人生,都具有不可或缺的重要意义。口语交际训练不仅能促进个体语言的发展,而且能培养学生的听说能力、临场应变能力等综合素养。一年级作为小学起始阶段,承担着运用语言文字打好基础的重任,因此,教师应重视口语交际教学,帮助学生打好语言基础。下面以一年级上册第四单元口语交际《我们做朋友》为例,探讨相关的教学建议。

一、明确训练目标

《我们做朋友》是本册教材的第二次口语交际。和身边的人聊平常的事,属于日常交谈,交际时,语言表达上可自然、随意些,但在态度礼仪上,要文明有礼。那么,在本次的口语交际中,究竟要向一年级学生传递些什么呢?

(一)研读文本,抓住训练要点

先来看看教科书,教材首先交代了本次交际的内容,再通过图画,呈现交际的情景,直观示范“聊天”,便于学生效仿。并以小贴士的形式提出了本次口语交际的要点:说话的时候,看着对方的眼睛。也就是说,在教科书中,无论是文字还是插图,都对训练点作出了明确指示。

(二)整体观照,指向训练实效

在本册教科书中,共安排了四次口语交际活动,第一次内容为《我说你做》,第二次内容为《我们做朋友》,第三次内

容为《用多大的声音》,第四次内容为《小兔运南瓜》。如果把这四次的口语交际单列成独立的体系,不难发现,训练的关键是强调“听”与“说”的紧密联系,在第一次训练时,要求大声说,让别人听得见,注意听别人说话。到了第二次训练,需要介绍自己让别人愿意与你交朋友,需要去聆听对方的介绍并作出回应。第三次,训练学生在不同场所用不同的音量说话,同时要专注倾听别人的讲话。第四次,训练学生大胆说出自己的想法,并对别人的想法有所评价。这四次训练不但注重“听”和“说”的紧密结合,且每一次的要求都呈螺旋式上升的趋势,让学生在交际训练中逐步掌握交际方法,培养他们良好的听说态度、语言习惯以及语言交际能力。

综上所述,也就明确了此次训练的重点。教师要通过情境演练,培养学生三个方面的素养。第一,表达素养。训练学生在对话中,懂得怎么与对方互动。第二,倾听应对素养。明白对方的意思,懂得回应应该怎么说。第三,交际素养。引导学生在与人说话时看着对方眼睛,在文明有礼和自信上下足功夫,这与教科书的编写是一致的。当然,这三个素养不是截然分割的,而是相互交融的,训练中会相互渗透,形成一个有机的整体。

二、互动实践指导日常运用

语文是实践性很强的一门学科,口语交际尤其注重在具体的实践中体验、

感悟,进而得到提升。教学生交朋友也是如此,教师要有目的地创设生活化情境,在口头交际表达中获得直接的体验和收获。

(一)唤醒交际需求

《我们做朋友》这节课的教学对学生交际的真实心理需求有较高的要求。因而唤醒真实的交际需求则是本课口语交际的基础。在上课之初,不妨让学生说说,开学以来了解了哪些同学,交了哪些好朋友。也可以说说自己还了解谁,和谁交朋友。在谈话中,激发学生愿意交往的愿望,唤起交际动机。

(二)拓展自我介绍的范围

可以提醒学生,在作自我介绍时,可多说说别人可能不知道的信息。同时询问别人相应的信息,引起别人了解自己、和自己交谈的兴趣。

建议老师先和学生作示范。双方先互相问好,介绍自己的名字等基本信息,然后说出自己的喜好,询问对方的喜好,邀请对方参加某项活动或游戏。

教师应鼓励学生说出能够引起交流的话题,形成自然的交际情境,避免学生机械地自我介绍,而忘了交流。

(三)设计多层次的交际情境

充分利用教材插图,引导学生观察图中小朋友是如何开展交谈的,先模拟插图,再开展真实的交际活动。教师需设计多层次的交际情境,满足学生的交际需求。

1. 模拟情境交际。请两名学生面对

面,模拟图上小朋友的交际场景。师生对他们的模拟给予评价,也可提出改进建议。在评价时,重点关注说话的时候是否看着对方的眼睛。

2. 真实情境交际。可借助音乐、教具增强课堂的趣味性。如:教师课前折一架纸飞机。课堂上,教师说:“我的飞机飞飞。”学生接:“飞到哪里去?”教师说:“飞到XX那里去。”并把飞机飞向该生,该生站起来作自我介绍,并问“谁想和我交朋友”,愿意和他交朋友的学生站起来,开展交际活动。学生在说话的时候,教师要关注和提醒“看着对方的眼睛”。

3. “介绍我的新朋友”和“答记者问”。请新结交的一对朋友上台,向全班同学互相介绍对方。其他同学随机提问,增进了解。

就这样,教师时而是孩子的玩伴,时而是导师,时而是主持人,带着学生在玩一玩、说一说的情境中促进语文交流互动、促进学生在多样化的活动里练习、提高。

“口语交际”是当前语文教学的五大板块内容之一,但由于不易进行考试评价,“哑巴语文”的现象依然存在。对一年级的学生来说,教师更要重视以每次的口语交际为平台,设置对话机会,增加交流情趣,引导学生敢开口、多开口,增强思维的敏捷度,提高语言的规范化,进而养成良好的交际态度和表达习惯,为今后的语文学习打好扎实的基础。

疫情冲击下留学机构的出路

□ 李斯阳

自2017年国务院印发《关于第三批取消中央指定地方实施行政许可事项的决定》,取消了对自费出国留学中介服务机构的资格认定后,留学行业的竞争愈发激烈,除了已有的巨头如新东方、启德等大机构以外,各类中小公司、私人工作室也纷纷成立。另一方面,中国留学生人数不断创下新高,“留学热”的持续也刺激留学行业的发展。然而,今年初开始在全球范围内暴发的新冠肺炎疫情,对留学生、海外院校以及国内众多留学机构都造成了不小的影响。后疫情时代的环境下,留学机构何去何从?

一、疫情对留学机构的冲击

(一)线下活动几近停滞

上半年受防疫政策限制,几乎所有线下的咨询、教学、会销等活动都无法正常进行。虽然前期咨询环节可以全部转为线上交流,但最后的签约环节在线上完成的难度很大。绝大部分客户会选择到机构的线下门店,与对应的咨询顾问进行最后的面谈顺便考察门店环境等以判断机构是否真正靠谱,双方确认合同无误后当场签署并完成费用支付。由此可见,疫情期间的成交量下滑在所难免。而以拓展新客源为最主要目的的会销也无法开展,对机构的生源渠道也造成了影响。

(二)员工收入下滑

机构为了自救,在资金来源受限的情况下,“节流”成了必然之选。以Z公司为例,疫情最严重时期只发放底薪的60%,并且实行“上三休四”的制度,以渡

过难关。员工直接面临收入减少,以及对自身是否会被裁员的担忧,导致组织凝聚力下降,在一定程度上影响了对现有客户的服务质量。

(三)现金流紧张

市面上绝大多数留学机构在与客户签订合同时都是提前收取全部或部分费用,账面上的数目看起来很大,但实际上客户支付的这笔费用在法律层面上是属于预付款性质,机构在完成合同规定的全部服务内容前是无权挪动另作他用的。然而每个月的办公场地租金、水电费等众多支出却是实实在在的,一旦出现资金链断裂,对于机构来说则是致命的打击。这一点在疫情期间格外凸显。

二、留学机构的出路展望

(一)长远来看,留学是刚需

根据艾媒咨询发布的数据,我国出国留学的人数呈现逐年增长的趋势。2019年中国出国留学人数达到71万人,同比增长7.3%。然而即使受到当前疫情的影响,留学市场的刚需依然存在。从世界范围来看,英国知名国际教育市场咨询公司 Quacquarelli Symonds (简称 QS) 不久前更新了“新冠疫情如何影响不同层次学生的留学意愿”白皮书,统计结果中,只有7%的受访学生确定放弃留学计划。而从国内角度来看,艾媒咨询公布的数据也表明,仅有20.7%的受访者选择取消留学计划,其他人则表示推迟留学计划或者改变留学国家。由此可见,尽管疫情使得不少学生推迟了出国留学的时间,但他们的留学意愿仍然

强烈。一方面是因为大量优质的教育资源仍然集中在英美等发达国家,另一方面,面对中国国内竞争日趋激烈的求职市场,提升自我、增强自身竞争力也是中国学生留学海外的最大诉求。综上所述,留学行业的市场规模潜力依旧存在。

此外,不久前《教育部等八部门关于加快和扩大新时代教育对外开放的意见》(以下简称《意见》)的印发,也为留学行业注入一剂强心针。疫情对出国留学的影响是暂时的,《意见》重申将继续通过出国留学渠道培养我国现代化建设需要的各类人才。这说明国家层面对于留学仍然是持支持态度的。

(二)加强行业规范,净化行业环境

根据2019年观研天下数据中心发布的资料显示,我国规模以上的留学中介机构数量已经超过1500家,且近年来数量一直处于上升态势。机构众多,鱼龙混杂,服务人员素质参差不齐,部分消费者遇到了合同文本不规范、退费难、投诉无门,甚至机构卷钱跑路等诸多问题。疫情期间,一些濒临倒闭的机构无法向员工及时支付工资,导致部分负责文书模块的员工被迫中止服务,严重影响了整体申请进度,给客户造成了不良体验。这些负面因素经过扩散传播进而影响到了很多潜在客户对整个留学行业的认识与信任。尽管国家取消了对自费出国留学中介服务机构资格认定,但并不意味着这个行业就不需要监管了。恰恰相反,机构应当秉持自律原则,行业协会也应当不断强化对本行业的规范,

明确服务标准,制定相应的约束机制并完善投诉流程及惩戒制度,及时踢出违反行业规定的害群之马。

(三)结合市场趋势,进行合理规划

美国拥有众多高质量的院校,一直是中国学生的心仪留学目的地。但近年来受到诸如中美贸易战等因素的影响,眼下英国成为越来越多中国留学生的选择。根据英国大学申请系统(UCAS)今年六月底公布的最新一轮申请数据显示,2020年英国本科申请总人数超65万,其中来自中国的申请者比去年同期增长了23%。考虑到部分学生未经过该系统而是直接向学校递交申请,实际申请人数很可能还会大于该数值。

结合当前趋势,留学机构可加大对英国等英联邦国家的产品开发力度,不断细化例如背景提升、文书、签证申请等服务内容;同时对内部资源进行合理调配,加强对各环节老师的培训,从而在咨询、规划、选校、文书构思与修改等方面为学生提供更加专业的服务,以增进客户的满意度,树立良好口碑,提升转介绍率,实现客源的可持续化。

与此同时,留学机构也应密切关注全球防疫形势,及时掌握各留学目的地的疫情动态和出入境政策等信息,尤其是在选校过程中应根据实际情况作出适当的调整,积极主动与学生及家长进行沟通,为其提出合理可行的建议与方案,这样才能既帮助学生尽可能多地拿到不同学校的录取以分散风险,也能降低退费率,实现双赢。