

幼儿教育中孩子合作能力的培养

李淑华

(河北省沧州军分区 河北 沧州 061001)

【摘要】 当今,随着时代的进步,各个领域都处在竞争相对激烈局面,我国教育事业的发展尤为关键。各个层面都在关注幼儿教育,家长们对孩子幼儿时期的教育同样十分重视。幼儿阶段是处在一个可塑性的人生阶段,幼儿教育的培养也是儿童精神系统发展的关键期。它对儿童的未来发展有着重大的决定性作用,是发展智力、潜力及创造力的重要因素。为了做好幼儿教育,孩子合作能力的培养是一个人在社会中生活必备的一项不可缺少的基本技能。

【关键词】 幼儿教育;合作能力;培养

引言

在幼儿教育中,幼儿合作意识与能力的培养,需要根据实际情况选择一个合适的契机,促进他们养成主动合作的意识,在合作中感受到互相帮助学习带来的乐趣,培养幼儿具备谦让与协作的能力,营造和谐的学习氛围,乐在其中,体验合作带来的喜悦感和成就感,展示自我才华,发展创造能力。合作能力是锻炼人与人之间的沟通与交流。想要形成合作素质首先是具备合作的思维,幼儿自主的产生合作欲望、想法。幼儿通过合作去处理、解决疑难问题,与此同时,可以提升幼儿情绪控制、情感表达与提高社会适应能力,为进入社会做好基础。它贯穿着人的一生,起着重要作用。

一、积极创设交往环境

在教学过程中,创设良好的教学情境有着巨大感染魔力,幼儿置身其中可以更加直观感受到合作的乐趣,愉快参与其中,从而获得能力。由于当前计划生育政策的逐步落实,独生子女的趋势日益增长,家长们对孩子无限宠溺,造成大多数幼儿处在以自我中心阶段,特少、甚至不能够换位思考的为他人考虑。再加上如今单元化的独居住宅局势增长,大幅度降低幼儿之间的来往机会。所以,教师经常去鼓励幼儿主动与同伴的交往,幼儿相互之间在共同的游戏和活动中发展感情。例如:在组织活动时,A老师积极主动去帮助摆动桌子、凳子,B老师发放书籍材料,打扫卫生时,C教师帮着擦黑板、打水拖地,合理分配任务,提供行为榜样给幼儿。幼儿观察学习,将其作为榜样去自主执行,幼儿看到教师相互之间合作的同时,教师也要发挥主体作用让幼儿之间进行合作,老师对表现出合作的行为给予幼儿最大鼓励和表彰,会有力激发其他幼儿学习的动机。同时,也可为幼儿准备一些孩子们既喜欢而且又需要合作才能完成的游戏,如:捉迷藏、小舞台、老鹰抓小鸡等等,在游戏中体会合作带来的快感。教师作为幼儿的引导者、支持者与合作者,给予幼儿更多的活动机会,促使幼儿丰富经验,勇于、积极地相互交流^[1]。

二、加强合作教学指导

由于幼儿年龄小,心智发展不成熟,认知能力有一定限定,家长过分的溺爱、迁就孩子,造成孩子缺乏动手、创造能力,在面对多样的场面活动时,幼儿表现出没有合作意识,不懂得相互进行合作,这时,就需要身为课堂的主导指挥者充分发挥作用,帮助幼儿掌握合作方法和技能。比如:在幼儿之间玩游戏时,教师去引导幼儿之间进行商讨、合理分工;如果在合作中相互产生矛盾、纠纷,需要告知幼儿不可以通过告状、攻击性行为来解决,要共同协商解决;玩具不够时,大家做到互相谦让,一起玩耍;如果自己身边小伙伴遇到困惑,一起去安慰、帮助他,自己学到知识,又帮助了他人,对幼儿来说具有巨大意义。自己遇到问题时,主动找寻小伙伴的协助。通过向幼儿传达一些交往技巧和合作技能,幼儿在日后的生活、学习中通过实践加以利用,教师需要根据具体的合作场景,教给幼儿相应的合作方法,可以快速学习与他人合作的方法,促使幼儿乐于合作。

三、丰富情感,提升分享能力

现实生活中,每个人对待事物的感受,所流露出来情感也大有不同。感情这一东西是复杂多样的,说不明,道不清。孩子的情感犹如一张白纸,幼儿的情感世

界是干净、多姿多彩的,为了唯一的快乐情感不能随意被“垄断”,作为幼儿领导者的教师需要去丰富幼儿情感,培养幼儿分享事物的主观意识,享受积极的情感,体验乐趣。比如:幼儿相互之间玩具的分享;玩游戏时可以相互帮助;在课堂问答时,给予其他同学的鼓舞;引导幼儿相互之间讲述发生的开心事;分享自己发生的不愉快,得到小伙伴的心灵慰藉。这些都可以增进孩子之间的感情也可以让孩子从内心深处觉得自己不孤单,相互之间得到了解,培养孩子学会倾听,照顾他人情绪。让孩子善于表达自己的情绪,喜悦的心情分享给他人可以渲染气氛,糟糕的事情分享可以得到发泄,避免压制的情绪带来负面的影响,如此也可以增强表现及与人交流的欲望,积极表述出自我的想法和主张,是提高孩子具备深入思考的能力^[2]。

四、及时给予鼓励

在教学中利用“阳性强化法”可以促使幼儿合作能力的提升。幼儿相互之间合作完成后,在合作过程体验到快乐,这样会产生再一次合作的欲望,对合作保持一个积极态度。愉悦的情绪在相互之间合作成果中展现的尤为清晰。比如:1、展示成果法:把幼儿相互之间合作完成的画进行展示说明,欣赏肯定合作后得到的成果,得到一个愉悦心情。2、表扬法:表扬在合作过程中顺畅的幼儿们,在大家面前分享一下是怎样做到的,引导孩子大胆的说出自己的想法,有利于自我创造,自我价值的体现,对于优秀的合作方式,教师给予表扬。3、激励法:对合作中发挥失常、相互冲突的幼儿。教师可以通过奖励小红花,促使他们产生积极的情绪,丢掉负面情绪。总而言之,教师通过传达一个赞赏的眼神、一句表扬的话语、一面亲切的容颜,轻轻抚摸、对孩子和蔼可亲的点头示意等,这些举动都能使幼儿内心深处受到极大的鼓励,脑袋进一步对合作意识进行强化,从而主动自觉进行互相合作。当教师期待孩子该怎样、如何的时候,那么,就需要抓住幼儿的每一个小小的细节,其实每个孩子都有关爱他人的潜能,教师点化每一个举动背后的意义。孩子的心灵都是一个幼小的心火苗,教师需要去发现孩子每一个无私的瞬间,关注并且在适当的时候给予鼓励与认可,让孩子的小火苗熊熊燃烧。

五、结束语

教师在培养幼儿时所传达的一些东西可以让其作为礼物来接纳消化,而不是为了完成任务,让孩子感到负担。能够擅长与他人合作是当代社会的基本需求,为了孩子将来在社会生存和顺利发展所必备的基础。在幼儿阶段,培养幼儿的合作意识与相关能力作为重点,开拓幼儿发展的空间。在教育中让幼儿体验独自和合作进行活动两者带来的不同体验及感触。培养幼儿从小了解沟通、商讨的重要性,主动与他人进行互动,相互建立合作关系,激发幼儿的语言能力和情感能力,拥有好的人际关系。幼儿教育开辟孩子们的思维、创新能力是至关重要,教师时刻拥有一颗爱的胸襟,让幼儿在每一个阶段如同花儿一样怒放。

参考文献

- [1]张健美.幼儿教育中怎样培养幼儿合作意识与合作能力[J].中华少年,2019(6).
- [2]吴绍云.语文教学中培养智障儿童合作能力的具体策略浅析[J].中华少年,2018(29):274-274.

浅谈海东第一女诗人—许兰雪轩

李雅婷

(南昌大学人文学院研究生 江西 南昌 330000)

【摘要】 许兰雪轩作为朝鲜汉诗闺阁诗人的杰出代表,素有“海东第一女诗人”之称,平生著述颇丰,但其身世却颇为世人惋惜。其诗作由其弟许筠整理为《兰雪轩集》。许兰雪轩自幼深受中国古典文化的影响,其汉诗颇有唐音余韵,在中韩文坛久负盛名,可谓是朝鲜时代女性文学的标杆。

【关键词】 许兰雪轩; 闺阁诗人; 《兰雪轩集》

一、许兰雪轩及其时代际遇

许兰雪轩作为朝鲜朝中期的著名女诗人,其汉诗成就堪称韩国古典诗歌中的佼佼者。其诗文传入中国的时机正值朝鲜的“壬辰倭乱”,战争结束后,激起了明朝文字搜集朝鲜汉文化的热潮。其中,朝鲜才女诗颇受青睐。

许兰雪轩是朝鲜汉诗闺阁诗人的杰出代表,素有“海东第一女诗人”之称,本名楚姬,字景樊,号兰雪轩,生于朝鲜中期,籍贯为阳川。阳川许氏为名门望族,无论是高丽朝亦是朝鲜时期,许氏家族皆代出名。其父兄皆为文坛名士,家中兄妹五人,颇好读书,到了兰雪轩所处的时期,家族文学之胜达到顶峰。兰雪轩出生于文学世家,故禀性不凡,相传其八岁时便创作了《广寒殿白玉楼上梁文》。后嫁与同为名门望族的安东金氏金瞻之子金诚立为妻,但婚后琴瑟不协,再加之所育二子皆夭折,其诗《哭子》中也曾载:“去年丧爱女,今年丧爱子。哀哀广陵士,双坟相对起。”^[1]最后郁郁而终,年仅27岁。

许兰雪轩所生长的李氏朝鲜时期长期奉行儒家礼教,并以此为治国理政之圭

泉。到了朝鲜中期,儒学体系愈发臻于完备,此时正值中国古代的明清之际,朝鲜文士濡染于中国明清儒学思想。文化上,受明末清初的诗歌与社会风气影响,出现了许多以自我为重,彰显个性的言论。女性的言论逐渐增多,女性文学创作也逐渐引起了社会文士的关注。

朝鲜较之中国,则略有不同。朝鲜对女性的要求与束缚较为严苛,再加之海东文人大多持传统守旧观念,认为女性能诗者罕见,一般士大夫家闺范严正,也绝不学诗词。更甚者还有“妇人一职,中馈织纴而已,文墨之才,非其所宜”^[2]的言论,可见以男权主义为主导的朝鲜社会,女性文学的地位与价值显得极为卑微。如李奎报《白云小说》言“是时东方文风未盛,乙支文德一绝外无闻焉,而女主乃尔,亦奇矣。”^[2]但也有诗人敢于突破世俗之见,抛却性别差异,给予女性文学以充分肯定,如鱼叔权《稗官杂记》中言:“岂可以妇人之笔而忽之,又岂可以非妇人之所宜责之哉?”^[2]又柳成龙《西厓诗话》:“近岁女子能诗者数人,其一许氏,号兰雪轩,监司晔之女。”^[2]可见,许兰雪轩与世俗女流之辈不同,她的诗

歌深受中国古典文化的影响，其诗文濡染于中国传统诗歌中的古典意象与情感。同时，还兼具新型女性的自由大胆，不拘礼教言束。其家学才情与宋朝时期的女词人李清照不相上下，可谓是异域生辉。虽为一介女流之辈，其诗却颇有巾帼不让须眉之风采。

二、许兰雪轩的诗文创作

囿于时代环境，韩国古代女性的诗文创作总量稍逊于男性。许兰雪轩唯一的一本诗集是由其弟许筠臆记而成的《兰雪轩集》，存诗210余首，有文《广寒殿白玉楼上梁文》与《梦游广桑山诗序》两篇。弟许筠于《兰雪轩集跋》中记：“夫人姓许氏自号兰雪轩。于筠为第三姊。嫁著作郎金君诚立，早卒无嗣。平生著述甚富，遗命茶毗之。”^[1]

景樊师从朝鲜三唐诗人李达，作句多袭唐人文字，或截取全句而用之。因此，读之有若唐音在耳，其诗词大都承袭太白、长吉之遗音也。如其：“锦带罗衣积泪痕，一年芳草怨王孙。瑶琴弹罢江南曲，雨打梨花昼掩门。月楼秋尽玉屏空，霜打芦洲下暮鸿。瑶瑟一弹人不见，藕花零落野塘中。”^[1]诗语脱洒可爱，绝似唐韵。还有仿太白的《长干行》：“家居长干里，来往长干道。折花问阿郎，何如妾貌好。”^[1]表现了少女内心迫切渴望恋爱，盼君回又无措，给读者以无限的想象空间。

诚然，兰雪轩出身贵族，但其身世却颇为艰辛，婚后琴瑟不调，故多怨思之作，情随境迁，前后诗风迥异有别。早年有一首《秋千词》：“邻家女伴竞秋千，结带蟠中学半仙。风送彩绳天上去，佩声时落绿杨烟。蹴罢秋千整绣鞋，下来无语立瑶阶。蝉衫细湿轻汗干，忘却教人拾堕钗。”^[1]不禁叫人想起李清照那首《点绛唇·蹴罢秋千》：“蹴罢秋千，起来慵整纤纤手。露浓花瘦，薄汗轻衣透。见客入来，袜划金钗溜。和羞走，倚门回首，却把青梅嗅。”^[3]写的是少女蹴罢秋千，忽见意中人的局促娇羞之态，少女心情的柔软与羞涩，令人心生波澜。再转其《感

遇》：“盈盈窗下兰，枝叶何芬芳。西风一披拂，零落悲秋霜。”^[1]这一反之前的少女心，流露出远胜其龄的清冷孤寂，悲秋伤怀，也是其现实经历的真实写照。也有诗歌诚如其弟所言：“诗文俱出天成，喜作游仙诗，诗语皆清冷，非烟火食之人可到也。”^[2]其《步虚词》便有：“乘鸾夜下蓬莱岛，闲碾麟车踏瑶草……九华群幅六铢衣，鹤背冷风紫府归。瑶海月沈星汉落，玉箫声里霭云飞。”^[1]这首诗效仿了刘梦得的《步虚词》，仿佛置身于虚空之境，有空花水月之感，莹澈玲珑。但读来清绝过之，诗中隐见其清幽凄冷之色，不可深处把玩。

洪重寅《东国诗话汇成》中曾记载了许兰雪轩的生平轶事，此中言：一日，兰雪轩于梦中得一联，曰：“芙蓉三九朵，红坠月霜寒。”^[1]不知是命数天已定还是巧合之遇，兰雪轩确如梦中语所言，以二十七之龄早夭，果如三九之讖验矣。

诚然，时代限制了女性文学的发展，但其才情并未被埋没。明朝吴明济编录的《朝鲜诗选》中收录了许兰雪轩58首诗。此外，明朝访朝使节朱之蕃还为《兰雪轩集》写了小引，称其：“飘飘乎尘埃之外。秀而不靡，冲而有骨。”^[1]但也碍于许兰雪轩的诗文集俱为许筠所臆记，中韩诗人难免对其中的真伪存有疑虑。金万重《西浦漫笔》中叹言：“独恨其弟筠频采元明人佳句丽什，人所罕见者添入于集中，以张声势。”^[4]认为许筠对兰雪轩诗文集有添改增删之嫌，景樊薄命，暂未能考。时隔事远，其中也难免混入他人诗句，为后世文士所诟病。虽如此，但也终不掩其风采，世人皆谓之“天仙之才”，其慧性过人，堪当此海东国秀第一人。

许兰雪轩作为扬举朝鲜女性文学的代表之一，透过其作品能够更好地把握朝鲜古典女性的诗言情貌，是朝鲜古典文学中不可或缺的部分，亦是中国异域文化交流的重要见证。

作者简介：

李雅婷（1995-），女，山西阳泉人，南昌大学硕士研究生。

从市场营销角度分析比较《小时代》与《那些年》

薛梅

（广西师范大学出版社 广西 桂林 541002）

【摘要】一部电影要想取得较好的票房收入，不仅在前期准备和拍摄期间投入大量人力物力财力，更要在结束电影制作后，投入更多的精力制定电影宣传策略，好的宣传策略直接影响电影票房。要想保证电影票房，就要从根本处着手，保证电影质量，即使不用太花哨的营销手段，也能招揽大批观众。希望电影工作者能将注意力放在提高电影质量上，而不是用投机取巧的方式赢得一时的电影票房。

【关键词】市场营销角度；分析比较；《小时代》；《那些年》

引言

对于中国电影来说，《小时代》与《那些年》的成功，其意义不仅仅是小成本赢得大收益，更在于用创意营销的方式打开广阔的电影市场，以及后电影时期产品的开发。商业逻辑加之情感酝酿，这一创意营销模式，可以在时间长度和类型广度上被借鉴，在中国电影市场中挖掘更深层次的潜力。

一、宣传营销

《那些年》在宣传营销上做的不够到位。相比较而言，《小时代》的宣传营销操作的比较规整、到位，比如：1.《小时代》宣传营销及早介入，上映后通过口水战推动营销。该片的宣传在开机之前就已介入，伴随着影片的拍摄制作发行上映，上映后仍然跟进，在网络社会化媒体上进行信息发布和话题引进。影片在人人网上建立公共主页，上映之前，公众们展开对小说人物的讨论，讨论小说中的人物最适合哪位明星饰演，比如很多人都担心“顾里”的扮演者郭采洁没有女王气场，话题女王杨幂会毁了“林萧”这个人物。上映后，青少年对《小时代》的推崇与业内人士批评形成两个极端，更容易引发观众的好奇心，产生观影动机。《那些年》首先上映，广受好评，大陆的观众想观影却无路，只好在电脑上看盗版。这看似无关紧要，实际上损失了很大一部分的观影群体。

2.影片宣传营销投入比较合理。影片在人人网、新浪微博、视频网站等进行“病毒式”铺天盖地的宣传方式，在影片上映前夕，只要你上网，就能看到《小时代》的宣传片，或者众主演们的绯闻，比如女主们的“禁忌吻”，对郭敬明身高的调侃。还有或简短或精美的宣传片，总会吸引你去点击查看。《那些年》在大陆的宣传比较少，几乎很少看到他的预告片，而且影片的演员也都是观众不太熟悉的新人演员。

3.美色宣传。偶像明星云集。看电影的还有一部分是冲着电影中的明星去的，比如在《那些年我们一起追过的女孩》中有着出色表现的柯震东，拥有混血长相的凤小岳，宅男女神郭碧婷等。《那些年》的明星知名度较小，只是在本片上映后才走红。影片上映时明星们拥有较少的粉丝群。

二、市场定位

市场定位是营销的起点，《小时代》被定位为“爱情喜剧”强调了青春、叛逆和成长。影片的宣传营销把目标观众定位在中学生和大学生，特别是年龄在16~25岁的本书的读者群体。这与本片的类型定位相适应。加上俊男美女的组合，精致的人物造型，奢华的电影场面，绚丽的视觉效果，容易吸引16岁—25岁观众的注意力。此外，这些观众群体，大多依赖长辈给予的零花钱，没有生活压力，较注重精神享受，追求精神欲望的满足，花钱较为大方。此外，宣传方推广方提出了营造“校园话题”这一方案，容易引起该定位观影群体的代入感，诱惑他们的观影欲望，增强观众的参与感代入感。在网络媒体，比如人人网、新浪微博、视频网站投放宣传推广信息与产品，这是保证精准分众营销的一个有利手段。另外影片的上映日期，《小时代2》暑期档上映，保证了电影主要定位的观影群体——学生们观影

时间，继而稳定了部分票房。这也是一个准确的市场定位。反观《那些年》，同样定位为“爱情喜剧”他的定位较于《小时代》的年龄阶段就稍大一些，他主要定位在25岁以上，有着对青春回忆的青年人，或者中年人。本片上映日期也不是节假日，导致很多上班族没时间去影院观影。而且定位的观影群体对于精神的满足不如《小时代》的观影群体那样强烈，他们宁愿多等一段时间，在网络上观看电影，也极少有人愿意花钱去电影院观看电影。电影演员以新人为主，后来因为该片一炮走红的男主角，在促进《小时代》的高票房上，功不可没。他帅气的外表吸引了众多的女粉丝争相反复观看《小时代》。

《小时代》和《那些年》的操作在同类的电影制作中是成功的，我们可以在以下三个方面讨论：

1. 强调影片与小说的关系。将文学改编成电影是一个抽象思维具象化的过程。不论《小时代》还是《那些年》都是畅销书，拥有大量的读者群。将文学改编成电影，无疑会吸引读者群体的注意，尤其是电影导演就是小说作者，会增加读者的观影欲望。有很多小说的读者想通过电影观看作者塑造的小说中的形象与自己在阅读过程中形成的模糊的印象是否一致。

2. 宣传主题语汇“全世界都在为你们的青春而闪烁”，突出“青春”等字眼，可以增强市场引领力度。目的在于增强观众心智的一个定位“要想了解青春回顾成长历程就要看小时代”这是品类的定位原则。《那些年》题目本身就能引起人们的回想，是个公众话题，容易增加观众的参与感和代入感，在大众之间引起讨论。影片的受众是中学生和大学生，还有看着本书成长的刚开始工作的人。影片的宣传语汇更适合回顾青春的大学生或者刚步入社会工作的人。该片的观影人群中，学生是最容易被打动的，新浪微博显示出他们的观影反应最强烈。其次是刚开始工作的人。这表示“青春”不分年龄大小，总是让人疯狂，让人怀念。

3. 视觉盛宴。帅哥美女云集，奢华的电影场景，或清新唯美的镜头，视觉效果较文艺，看腻了好莱坞动作大片，观众急需寻找新的审美体验，满足精神需求。

结束语

民众与电影的关系最直接体现在电影的票房上。不同于其他改编自小说的电影，《小时代》与《那些年我们一起追过的女孩》都是小说作者跨界兼电影导演。无独有偶，两部电影都是青春校园题材，就连制片人也是同一人，这么相似的两部电影但却取得了不同的票房收入。电影的成功是多方因素共同作用的结果。其中最主要的原因是宣传营销策略有所不同。

参考文献

- [1]梁广乐.我国电影营销策略研究[J].现代营销(经营版),2020(01):134.
- [2]曲君展.中国电影的市场营销策略分析[J].文化产业,2019(21):36-45.
- [3]嵇星月.新媒体时代下的电影造势营销[J].大众文艺,2019(15):205-206.