

指点迷津

教学方法不能排在第一位

□朱华贤

要教好一门学科,教师在学科素养、教材理解、教学方法这三个方面,应该把哪个方面放在最重要的位置?

在平时的听课评课过程中,特别是许多内行教师观摩的公开课,大家总是喜欢关注教学方法。评价一堂课是否精彩,也主要是看教学方法。教师们考虑的也是教学方法:眼下最流行的是什么方法?用什么方法能够吸引大家?这种方法能不能体现当下的教学理念?……教学方法一直处于讨论的中心地位。

如果把视野从课堂扩大到教研活动现场,同样可以感觉到大家对教学方法的讨论热度,因为大家讨论时最常用的一个词就是“如何”;如何体现“学为中心”?如何遵循工具性与人文性相统一的原则?如何提高训练的有效性?如何指导学生预习?如何拓宽学生的思路?……从而开发什么模式、什么流程。其实这些都

是在方法上做文章。

教研活动具有极强的导向功能。如果教研活动以研究教学方法为主,教师们就会在研究中关注教学方法,把方法的新颖性和生动性放在优先甚至是第一的位置。教师在备课时,先到网上去搜索,看看别人是怎么设计的,搜索一个不够,越多越好,可供选择或拼凑,想的是最好能直接搬过来用。

教师对自己要教的这个“本”,即教学内容,研究只是浮光掠影。

比如,我曾经听一位语文老师执教《青山处处埋忠骨》,手段不可谓不丰富:观看抗美援朝战争电影片段,补充毛泽东六位亲人为革命牺牲的事例,想象补充这一夜毛泽东在想什么,学生想象情景写出片段来展示,反复朗读(分小组、分男女、配音),将改动过的句子与原文比较……整节课花样繁多,场面活跃异常。

但在引导学生对语文要素较深层次的理解和运用上,教师却

做得非常不到位。比如朗读的感情基调,这篇课文应是深沉、凝重的,要用缓慢的语调来读;可不少学生却读得平淡,或是响亮,有几个语速很快,教师也没有提醒。

再比如对人物心理的揣摩,毛泽东为什么在整个过程中没说一句话?为什么不是明说“留在朝鲜吧”,而用“青山处处埋忠骨,何须马革裹尸还”这句诗来表达?这些有深度的、值得思考的问题在课堂上都没有涉及。

从这些现象可以看出,执教者并没有深入研究文本,因此也无法准确把握文本个性。在没有吃透教材的前提下,课堂上招数再多,也只是花拳绣腿。

让我们再回到本文开始的话题:学科素养、教材理解、教学方法三者应该怎么排序?

我觉得,应该把教师的学科素养放在第一位。想象一下,如果音乐教师唱歌像鸭子叫,钢琴像拉锯子,能上好音乐课吗?学生会喜欢音乐吗?同理,如果语文老师自己不爱写作,也从来不

写,能教学生写好作文吗?学生会喜欢作文吗?教育是靠影响和示范来产生效果的,只有教师自己的学科素养丰厚,才能使学生的学科素养丰厚。

学科素养丰厚,有利于教师理解教材,当然,这还需要教师深入而反复地研究教材。因此,教师需要花工夫的方面,教材理解是排在第二位的。

在深刻理解教材的基础上,最后才考虑教学方法,教学方法是术的层面。总想在花样上取胜,这是彻底的本末倒置。

学科素养丰厚,有利于教师而深入地理解教材;教材理解透彻,有利于选择合适的教学方法。学科素养、教材理解、教学方法,这三者是有主次逻辑的。

许多教师成不了大器,不是缺乏方法和经验,而是缺少综合素养和学科素养。不要以为为自己学历高,学科素养就高;也不要以为自己教龄长,教材理解没问题。要知道,素养的提升、教材的理解是无止境的。



□陈先福

“在成长的青春花园里挖呀挖呀挖,种小小的努力,开小小的花……”

周一的升旗仪式上,我一改往日国旗下讲话的风格,带领全校学生大声齐唱儿歌《花园种花》,大家脸上的阴云逐渐消散,笑容被开心地“挖”了出来。

高考鼓点越来越近,一场人生的博弈正扑面而来,无论是学校的动员,还是家里的唠叨;无论是墙上的标语,还是LED屏上的倒计时,都在述说着“逝日不可追”的急迫与无奈。

考试的卷,似乎从有科举以来就开始了。唐朝时“三十老明经,五十进士”的现象就充分体现了科举制下竞争的激烈。第一次真正意义上的“高考”,是1902年我国近代第一所高等院校——京师大学堂的招生考试。从各省初选出来参加第二轮考试的,在本省已都是佼佼者。

从功利主义角度来看,高考是一次分流。事实上,有一种“清华北大”现象,即有些人一生的高光时刻就是考上清华北大,但此后再难听到他的成就,就像是人间销声匿迹。高考其实只是对学生学习生涯中某个阶段学习成果的检视,不能完全代表学生的真实成长水平,更不能决定学生今后的人生。

很多人没有考上像样的大学,也同样拥有一个开挂的人生,取得事业的成功,甚至成为时代的风云人物。

现如今,我国高等教育取得长足的发展,虽然高考录取率不断提高,专业填报与学生的人生规划契合度越来越高,但考前焦虑仍不可避免,因为高考具有选拔性。

为了引导学生释放压力,以更轻松的状态复习迎考,用最直白浅显的语言唱出学生平日里的拼搏,唱响青春成长的主旋律。

我们让学生在成长的青春花园里,全力以赴地挖呀挖呀挖,用大大的努力种下成就一生的良好习惯、种下坚定的意志、种下友爱与互助,让学生在人生之旅上开特别大的青春之花。

(作者系开化县马金中学校长)



摸条“锦鲤”迎中考

龙泉市民族中学将中考减压课搬到了水稻田,让全体初三师生徒手摸鱼,尽情嬉戏。该水稻田是学校的劳动实践基地,2021年5月,学校在水稻田养殖鱼苗,建设“以鱼肥田、以稻养鱼、鱼粮共生”的生态系统。摸鱼比赛开始,师生在鱼塘四面准备,裁判一发出令,大家下水摸鱼,以30分钟内徒手摸到鱼的条数计入名次。学校还举办心育游园会、心育活动周等,让学生以更加健康的心理状态投入到中考前的复习中。

(本报通讯员 蒋莉莉 郑爽 摄)

策论当下

一江两岸如何推进全域师资优质均衡

□潘伟红

今年,杭州市钱塘区继续围绕“钱塘优学”三年行动计划,持续优化“1+2+4”组团式干部教师交流机制,同步推动合同制教师、绩效工资、编制等改革,努力为一打造一流干部师资队伍,为全省全市深化人事制度改革提供钱塘经验,贡献钱塘样本。

钱塘很特殊,一江两岸,两区合一。如何实现“1+1>2”,关键在于通过有效交流,实现干部教师队伍的融合共进。同在一片钱塘热土上,群众强烈要求通过师资统筹调配,确保享受同样优质的教育。为破解教育发展不平衡问题,去年区委、区政府推出《“钱塘优学”全方位综合提质三年行动计划(2022—2024年)》,师资跨片交流是关键之策。

目标已定、任务已明,关键在于怎么干、干好。我们主要在实现“三个转变”上下功夫。

一是围绕“推交流”,推动“到龄交流”向“按需交流”转变。打破原有达到一定年限交流的制度,修订出台相关政策文件,明确区域内学校师资队伍结构的理想模型为“三个有”,即“校校有名师”,每所学校至少拥有1名省级领军人才;“科科有优师”,基础学科、技能学科至少拥有1名市级名优教师;“级级有良师”,基础学科、技能学科各年级至少拥有1名区级骨干教师。

二是围绕“咋交流”,推动“个体交流”向“组团交流”转变。打破教师个体交流难以形成规模效应的困境,以遍布全域的14个义务教育集团为母体、骨干教师力量充足的教育集团核心校为主体,优质成员校为补充,结合教师自愿申报、组织选派等方式,组建“1+2+4”管理干部、骨干教师跨片交流培养团队,组团式对口支持1所潜力校。“1”是指1名校级干部,“2”是指2名中层干部,“4”是指4名学科骨干教师,通过团队力量带动交流学校加快提质升级。

三是围绕“交流好”,推动“单向交流”向“双向交流”转变。打破“交流就是向外输血”的旧有观念,树立“交流是重点培养、双向提升”的理念。按“一进一出”双向对等交流培养原则,核心校选派优秀干部教师至薄弱校、潜力校交流,是作用再发挥、辐射再扩大;而潜力校选派优秀青年干部教师交流培养,就是通过定向委培方式提高潜力校优秀师资造血能力。

2022年,全区参与双向跨片交流教师超过300名,基本实现“校校有名师、科科有优师、级级有良师”师资均衡配置共富样态,撬动两区创建双通过,省教育现代化发展水平、基础教育生态两大监测成绩均跃升至省市第一方阵。

另外,钱塘区为确保跨江交流培养教师能“留得住、干得好”,系统性推出教师“暖心十条”。特别是在三个方面强化要素保障。一是政策上厚爱一分。除在职称评聘、评优评先等方面予以倾斜外,单设交流教师考核奖,按考核等次额外给予最高3万元/人/年奖励。二是服务上多帮一把。对交流培养干部教师的学龄子女全托全管,子女入学予以优先照顾,特别是按照“一人一套、拎包入住”标准,提供300余套跨片交流培养教师保障性周转房。三是机制上优先一步。明确交流培养期为3年,原则上到期后回校任原任教,让干部教师知节点、明目标、有盼头。

(作者系杭州市钱塘区人民副区长、省委党校第七期中青一班学员)

营造法式

把握好学校品牌建设的五个维度

□杭州市萧山区第二中等职业学校 谭梅华

“文化立校,特色亮校”“品牌是学校发展的第一生产力”等标语经常被立在学校最醒目的位置。然而,一些学校在品牌建设

与文化打造方面存在着不少误区,主要表现在以下几个方面:一是品牌建设没有从学校的实际特色出发。一些学校的品牌意识不可谓不强,从五年愿景、三年规划到年度计划,再到学期补充意见,但品牌建设可以说是一年一小变,三年一大变,五年全变样。上级发文要“加强”什么,学校工作马上向那个方向倾斜。年年讲特色,几年下来,却毫无特色。

二是对品牌的追求千篇一律。每一个人都是不一样的,但很多学校却偏偏要把人都培养成一个模子里复制出来的一样。不允许不一样、不鼓励不一样,这其实是现代教育最大的缺陷。

三是对品牌建设的意义理解不到位。为何要搞特色?为何要创品牌?如果目的与意义只是停留在让人家关注你,或者提升学

校的知名度上,就很容易进入“为搞特色而搞特色”“为创品牌而创品牌”的误区。学校应该认真考虑,创建出来的文化特色对于学生的发展能起到多大的作用。

四是品牌建设浅尝辄止,“名存实亡”。一个非常好的品牌项目,如果静下心来经营个三五年,甚至更长时间,一定会有成果。可一些学校朝三暮四,这山望着那山高,一年换一个项目。如此一来,每个项目的开发都只是蜻蜓点水。若干年后,猛然发现,当初与自己同时确立特色项目的学校,已经将品牌打造得有声有色,而自己只能望尘莫及。

那么,究竟应该如何打造一个优秀的学校品牌呢?根据笔者多年来的实践与研究,优秀的学校品牌必须把握好五个维度。

一是“长度”,品牌建设需要一定的过程与历史。一所学校品牌项目的打造,一年两年打基础,三年五年不算长,七年八年见成效,九年十年也常见。没有一定的时间作保证,只能是无功而返。凡是在当地有知名度与影响力的学校品牌,哪个不是通过一年又一年、一届又一届,甚至一代

又一代的师生持之以恒、坚持不懈,才有收获的。杭州市钱塘高级中学的“沙地文化”是这样,杭州市萧山区第三高级中学的“红色教育”也是如此。因此,学校品牌建设要耐得住寂寞,要板凳甘坐十年冷,不能“三天打鱼,两天晒网”。

二是“宽度”,即学校品牌建成后的辐射范围。优秀的品牌总是以点带面,以面带体,牵一发而动全身,带动全校各项工作提升与发展。如杭州市临安区衣锦小学以钱王文化为切入点,在校园内兴建钱王文化园、校史陈列馆、家训文化长廊、家风德育馆等,激励学生们爱国、爱乡、爱家、诚信、友善。然而,我们也看到一些学校的品牌项目在单打独斗,没有与学校其他工作整体性、联合性地互动。这样的品牌项目充其量只能算是学校的一个亮点,一个突出成果,不能提升到品牌的层次。

三是“参与度”,即学生、教师、家长等各个群体能“全民参与”。杭州市萧山区瓜沥镇长沙小学有一个赫赫有名的以笛子为载体的学校品牌,创建目标就是做到三个“人人”:教师人人会

笛子,学生人人会吹笛子,家长人人喜欢听笛声。倘若一个项目只有极少数师生参与,即使做得再好,也是不能长久的。

四是“高度”,即能给予什么样的参考、示范与榜样。优秀的项目虽然不能被复制,但一定可以被借鉴。通过对这一品牌的剖析,能给其他学校带来一定的参考意义。“酒香不怕巷子深”,一个好的品牌即使身居深闺,终有一日会一鸣惊人,直到得到上级有关部门的认可,在一定区域范围内独树一帜。如杭州市萧山区瓜沥镇明德学校通过近20年的不懈努力,从无到有,从有到优,从零打破敲到系列开发,将学校特色与校本课程、校园文化三者有机结合,走上了全面提升的剪纸特色文化之路。

五是“深度”,即运用科研的方法与思维开展研究。学校在品牌建设只会苦干蛮干,却不会总结与反思,就只能停留于操作层面,不能发掘出项目内部蕴含着的本质性与规律性的经验,就不能保证学校品牌的后续发展,离优秀品牌的树立还有很长的路要走。