

英语胜在选材 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文
https://www.100test.com/kao_ti2020/165/2021_2022__E8_8B_B1_E8_AF_AD_E8_83_9C_E5_c88_165433.htm 如何包装个人品牌

英语 一个中国人的英语说得好，是一种个人魅力、个人品牌，如何包装好这一个人品牌，大有学问。下面着重谈英语学习、使用及包装的材料取舍。英语学习离不开英语学习的材料，大家经常逛书店，面对如大海般的英语学习书，英语学习者茫然不知所措。到底应该选用怎样的学习材料呢？我们先回顾以下英语学习材料的演变过程，近二十年来我们一直选用的英语学习材料充斥着以下内容：With the opening and reforming to the outside world, great changes have taken place in China.（随着改革开放，中国发生了翻天覆地的变化。）We must catch up with the advanced western countries in economic development as quickly as possible.（我们要尽快赶上西方国家的经济发展水平。）Let more Chinese technicians go abroad for training and introduce more advanced technology and management skills into China.（让更多的技术人员去国外培训，同时引进更多的先进技术和管管理技能来中国。）这些词和句子，我们仍可以用，但它们已远离我们英语学习选材的主视线。它们已深深地打上了十年甚至二十年前的烙印，我们必须赋予它们新的生命力的和鲜活的内涵。因而，我们的目光更多地投向了与我们当今的生活休戚相关的热点：Olympic Games（奥运会），WTO（世贸组织），North Korea Nuclear Weapon Crisis（朝鲜核武器危机），Anti-terrorist Wars（反恐战争），Protection of the Chinese Right While Participating in International Competitions（中国参与国际竞争时的维权等话题）等等。经

过多年的实践摸索和验证，我们发现英语学习材料的选用直接影响到学习的效果。到底学习起来是事半功倍，还是事半功倍，选什么样的学习材料是问题的关键。在选用英语学习材料时应该坚持的三个原则：一．尽可能使用有声音的英语学习材料 只有这样，才能使每个感观器官都能调动起来。调动学习者的听觉功能来辅助理解和加强记忆，这一点是一般英语学习者所忽略的。为此，我们把所有的文字材料全部转换成MP3格式的听力材料，让学员们能在课余反复聆听、模仿朗读和体味英语语言的内涵和外延。看看下面的一段，看看是否有意思：After the US spy plane landing, Chinas ambassador to the US Mr. Yang Jiechi announced Chinas statement promising that the plane personnel could go home if the US government expressed “ Sorry ” . Mr. Yang said: “ Now the ball is in your court. ” （译文：美国间谍飞机降落后（在海南岛），中国驻美大使杨洁篪表达了中国政府的立场，那就是：只要美国政府说一声：对不起，则所有的机组人员可安全回家。我们静候美国政府的表态。注：原义：网球比赛时，双方击球一来一往）上面的短文录音材料有外交辞令，有语言起伏变化，还透着一点幽默，如果我们不是这样结合录音材料来训练、学习和使用英语，则个人品牌英语会大打折扣。二．有针对性地选用原汁原味的英语学习材料 只有选用不加修饰的原版材料，才能真正领略英语的魅力和难点。这些材料建立在有声像的辅助文字资料的基础上，它们本身在措词上经过锤炼，既达到了妙语生花，又非常简洁精悍，具可读性、知识趣味性、艺术欣赏性甚至震撼力，是语言背景、常用词句、习俗语和惯用法的绝佳学习材料，自然也是鲜活的说、

读和写的范文及临摹材料。请欣赏下面的材料例句：The US was on overdriving to solve the Iran nuclear issue and the post-war rebuilding in Iraq, but the sudden announcement of owning nuclear weapons from North Korea was out of the blue and made Bush have a full plate.（译文：美国就核武问题正想方设法在找伊朗的茬，同时又全力以赴投身于伊拉克重建，就在这个时候，朝鲜突然宣布已经研制出了核武器，这一突变犹如晴天霹雳，真够布什喝一壶的。注：原义：盘子里拿了太多的食物吃不完）。由此可以看出个人品牌英语魅力的打造在选材上的匠心独用。三：有针对性地选用鲜活的同时又有更多机会重复的材料由于所选的材料跟生活包括时事息息相关，具有即时鲜活的特点，能引起学员的兴趣，课堂内外温习演练机会多，最鲜活的材料是最多机会被在接下来的报道和谈论中提到的，自然也就会有最多的机会被反复用来复习和巩固，加大英语学习的重复率。如欧美澳等社会大量评价中国超女的内容；用神六鲜活信息替代了神五的旧闻；用目前潜在的禽流感内容取代以前的非典；用伦敦连环大爆炸的后续追踪内幕代替了911事件... 下面例句是摘自描述鲜活生活的：Steves English is better than Tom. Steve is from the English Dept while Tom majors in Physics. This is like comparing apples to oranges. Now the Chinese university students are living better than those in North Korea and some African countries, which is comparing apples to apples. Some students have mp3, new brand model mobile phones, multi-gear bikes and they are leading a much wealthier life than those from breadline families. But they still think they are poorer than those rich classmates. They need both apple to apple

comparison and apple to orange comparison. (译文：斯迪夫的英语比汤姆好，前者是英语专业的，后者的专业是物理，不同类的事物不具可比性，正如苹果和桔子不具可变性一样。如今我国的大学生比朝鲜和部分非洲国家的大学生过得好，这是可类比的，正如两个都是苹果，是可以比较的那样；部分大学生已经有了MP3，新款手机，变速单车，比靠领救济的家庭的学生富裕多了，可他们仍一味与更有钱的富家子弟攀比，他们应该客观平和地调整心态，横向和纵向都要比。) 这样的英语语言很亲切，是英语学习者身边的语言，是包装个人英语品牌的语言。选这样的内容作教材在包装个人英语品牌时会起到神奇的效力。以上材料借助因特网等很容易获取，但别指望能在书店里及时找到，等你找到时，它们又过时了。科技发展了，英语学习思路也该大转变。推荐联合国官方网站，英国独立报网和卫报网，BBC网和美国CNN网... 综上所述，一个中国人的英语说得好，是一种个人魅力、个人品牌的外延和张扬，包装好这一个人品牌在选材时就应给予足够的关注并在材料取舍时做出抉择，即：尽可能使用有声音的英语学习材料；要有针对性地选用原汁原味的材料；选鲜活的同时又有更多机会重复的材料。能坚持以上三个原则，展现个人品牌英语的时刻则指日可待。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com