



第12期

孩子们放暑假哪里去?很多家长把孩子送到辅导班、培训班,一来可以学些东西,二来也把孩子“圈养”起来,以防发生意外,这就滋生了暑期辅导班良莠不齐、乱象丛生。孩子们愿不愿意“放假就进辅导班”,也给了一些学校、老师以辅导的名义谋私利的机会。

严查有偿家教要敢于“揭盖子”

多建活动中心让孩子有去处



在在职教师有有偿家教的深层原因,是升学率对家长和学校的影响。清除“升学率指挥棒”还需长期时间,从眼前看,在制度执行方面加强管理,更有可行性。要明确制度处罚措施。在省教育厅和市教育局相关通知中,“凡学校对有有偿家教行为管理不力,在社会上造成不良影响者,教育主管部门将对学校进行通报批评,追究学校主要领导人责任。”通知并没说明管理不力的标准,

(潘跃全)

实际操作中违规校方容易钻空子。建议细化制度,对学校和教师有有偿家教的次数、规模、人数进行量化,增加例如“对多少人数以上进行有偿家教应受到什么惩罚”的条款。

要创新对在职教师有有偿家教的调查方法。学校的相关人员调查本校的违规辅导班,可能因教师声誉、人际关系等内部原因,导致调查流于形式。教育部门是否可以协调各校随机调查?

广泛接受监督。要彻底根治在职教师有有偿家教,教育部门和学校不能捂着,要敢于“揭盖子”,把调查结果、相关责任人姓名和处罚措施及时对外透露,诚心接受媒体、社会的监督。

既然学生和家反映暑期辅导班存在很多问题,建议教育部门以此为契机彻底清查,真正把素质教育落到实处。



每到寒暑假,孩子的人身安全问题就成为家长心中紧绷的一根弦。笔者得知,因为工作忙无暇照看而送孩子去辅导班的不在少数,想让孩子学点东西,更想让孩子不出意外。辅导班就成了这些孩子的公共活动中心。

笔者得知,目前聊城还没有少年宫等大型青少年活动中心。2010年和2011年聊城两会期间,都有代表委员建议,

(杨淑君)

建设大型青少年活动中心,可至今还没建起来。

有些社区有图书室、活动室等社区文化中心,但活动器械多是针对老年人,不能吸引孩子,家长也没有更好的选择。孩子走出学校又走进辅导班,放假等于不放假,甚至上辅导班比上学还要累。孩子的假期休息的自由不能保障,被塞进应试教育的漩涡里,一年又一年地恶性循环。

学生很辛苦,家长很无奈,辅导班很疯狂。社会需要孩子健康快乐地成长,取缔违规辅导班虽是应有之义,但也要考虑家长和学生的需求。建议在规范培养合格的培训机构的同时,多在社区建一些青少年活动中心,让孩子们去学习、娱乐,鼓励孩子自主学习,快乐成长。



小区保安尽职尽责

在水城中街附近中巨房产居住的市民陈先生说,放暑假了,在外地上大学的他从学校回到家。可是一进小区门,保安询问半天,还看了他的证件,还是不相信他是小区居民,说必须家人来领,他才能进小区。陈先生说,他虽然郁闷,但看到保安这么较真,感觉小区安全更加有保障。

垃圾水流了一楼道

滨河花园的李先生说,夏天邻居们都爱吃西瓜,楼道里扔的西瓜皮多了不少。不知道是因为太忙,还是其他什么原因,有些邻居把垃圾袋往楼道一扔就不管了,没几天时间西瓜皮腐烂掉,垃圾水流了一楼道,气味难闻不说,有几次他都险些滑倒。

邻家太吵影响午睡

柳泉花园的王女士说,她经常上夜班,白天回家补觉。可是最近孩子们都放假了,楼上楼下的邻居家白天都很热闹。叮叮当当,又吵又闹,她白天休息不好,晚上就没精力干活。找了好几次,邻居说管管,可孩子们还是吵闹不停。

(记者 杨淑君)

投稿要求:题材、体裁不限,但要言之有物,短小隽永,切忌泛泛而谈。

投稿邮箱:lcqwb@126.com

辅导班红火是升学率作祟

在倡导“减负”、“减压”的背景下,暑期辅导班却一年比一年火,其实应该是家长、学生、老师以及学校的利益使然,也就是升学率。

上不了好大学,就难找到好工作,这是许多家长的想法,谁都希望孩子上一个好学校。对于山东这个教育大省来说,一本录取分数线高为孩子上好大学立下一座高高的龙门,只有跃过这座龙门,才能步入好的高校。为了孩子能上个好学校,眼着别人家的孩子都在上辅导班,肯定不能看着自家孩子输在起跑线上,辅导班的火爆也就成了必然。

随着就业形势越来越严峻,有个名牌大学毕业证,就相当于有块好的就业敲门砖,这种想法也越来越多地学生脑中扎根。所以为了能拿到一块好的敲门砖,他们也渴望上一些培训班,以提高自己的知识水平,尽可能地在高考中取得一个好成绩。

暑假里老师无事可做,闲着也是闲着,自己除了教书也没有可以短期求财的手段。而辅导班给他们开出的高额薪水聘请他们去打短工,也迎合了这些名师们的心理。俗话说第三产业有钱不赚是傻瓜,

这些老师也乐于利用暑假时间去辅导班任教。

目前,学校想要招揽生源、晋升名校,首先靠的就是升学率,升学率高了,自然就能吸引诸多学生就读,如果学校升学率很低,学生肯定不愿意去。为了能提高升学率,一些学校也就私下里强制学生暑假期间补课。

既然家长、学生、老师和学校都有这样的需求,辅导班这种行业也就应运而生。可以说辅导班是多方利益驱动下的产物,而所谓的多方利益也就是升学率。(张召旭)

“冰上雅姿”两岸三地巡演北京启动 豪华阵容堪比冬奥会

申雪/赵宏博·亚古丁·陈伟群·威尔·黄韵玲等联袂上演“时尚都市”秀

7月16日,“2011冰上雅姿盛典”在北京首都体育馆再度华彩上演,北京、上海、台北两岸三地盛大巡演随即正式拉开帷幕。冰上伉俪申雪、赵宏博携手世锦赛新科男单冠军陈伟群、俄罗斯冰上沙皇亚古丁、美国男版 Ladygaga 强尼·威尔等众多世界花滑巨星,褪却竞技比赛的拘束和紧张,还原花样滑冰激情唯美的艺术特质,并融合大量时尚、娱乐元素,为中国观众带来一场令人目眩神迷的视听盛宴,同时也为竞技体育的市场化探索出一条成功之路。

“冰上雅姿”定位于做中国的世界顶级花滑表演品牌,名称取自冠名赞助商、安利旗下世界著名护肤化妆品品牌 ARTISTRY 雅姿,同时也一语双关地体现出花样滑冰艺术的优雅和唯美。去年9月,“冰上雅姿”以申雪、赵宏博的冰上婚礼为主题,汇聚众多世界花滑冠军,在北京首都震撼上演,取得了巨大成功。今年在安利雅姿支持下,“冰上雅姿”渡江跨海,实现两岸三地巡演。在7月16、17日北京首都体育馆连演两场后,于7月22日落地上海世博园奔驰文化中心,随后跨越海峡,于7月24日在

台北小巨蛋完美谢幕。为真正将“冰上雅姿”锻造造成世界一流的表演品牌,“2011冰上雅姿盛典”确定以“艺术·都市”为主题,融汇世界花滑、演艺、时尚界众多巨星,为观众呈现一场更加气势磅礴、五彩斑斓的冰上传奇。为此,演出特别邀请金球奖得主、世界时尚教主莎拉·杰西卡·帕克担任“冰上雅姿”推广大使,帕克本人也将现身上海、台北两地演出,为本次巡演注入来自美国纽约大都市的时尚气息。ARTISTRY 雅姿还为巨星们提供独家专用美容化妆品,并为其精心打造时尚妆容。在上海站演出之际,ARTISTRY 雅姿还将开展 2011 秋冬潮流风尚发布、雅姿焕肤精华面膜上市等一系列时尚配套活动,并特别邀请雅姿产品代言人尹恩惠、彩妆顾问 Zing 等明星出席,掀起沪上时尚风潮。

申雪赵宏博今年晋身艺术总监,担负起为开场及闭幕部分群星集体滑的编舞重任。此外他们还将首度与匈牙利著名小提琴家埃德温·马顿跨界合作,共同演绎新编节目《I Believe》。俄罗斯名将、花样滑冰史上唯一男子单人滑大满

贯得主亚古丁,素有男版 Lady Gaga 之称的强尼·威尔,2010 冬奥会女单铜牌选手珍妮·罗切特,新科世锦赛男单冠军加籍华裔帅哥陈伟群等花滑巨匠,轮番上阵,献上各自拿手节目,伤愈复出的张丹张昊也带来了新节目——爵士风格的《I put a spell on you》和浪漫唯美的《秘密花园》。音乐才女黄韵玲也与在世青赛崭露头角的中国花滑小将、全国女单冠军李子君合作,现场演绎新专辑中的《简单的事情》一曲。

安利大中华区市场副总裁方小燕女士表示,雅姿的英文名称 ARTISTRY 意即“艺术之性质”,雅姿的品牌内涵清晰定位于“知性·艺术·时尚”。因此雅姿多年执着于艺术营销之路,在支持高雅艺术发展的同时,也显著提升了品牌价值。素有“冰上芭蕾”美誉的花样滑冰表演,融运动技艺与舞蹈神韵为一体,与雅姿品牌内涵完美契合,“冰上雅姿”这个品牌名称更是浑然天成。此次再度赞助“冰上雅姿”,希望能有助于花样滑冰运动的推广普及,同时也在高端受众中更好地传播雅姿品牌理念。

据介绍,安利雅姿将艺术营销

作为一贯的品牌沟通策略,并长期致力于推动国际级顶级艺术盛事登陆中国,多年来已取得斐然佳绩,如 2004 年冠名赞助著名音乐剧《剧院魅影》来华、2008 年冠名赞助英国伯明翰皇家芭蕾舞团中国巡演、2009 年与上海大剧院缔结战略合作关系并推出“雅姿杰出女性艺术家系列演出”,2010 年开始冠名赞助“冰上雅姿”等等,在高雅艺术平台上,雅姿通过自身强势的品牌推广和创意缤纷的市场活动,实现了品牌的深入解读与魅力跃升。

Artistry 雅姿,汇聚知性?艺术·时尚美。作为安利公司旗下国际高档美容化妆品品牌,雅姿立足精湛科技,以艺术的完美主义与时尚视野,引领潮流风尚,成就女性至臻美境。雅姿为美丽而生,自 1968 年诞生以来,雅姿即立志帮助每位女性实现美丽愿望,力求令每位女性无论身在何处,都能展现由内而外的美丽。这一信念使雅姿在过去 40 年中,由最开始的 37 个产品发展到今天超过 1050 个产品,全球 80 多个国家和地区行销,成长为享有世界声誉的高档美容化妆品品牌。