

泛滥的“清华”幼儿园从哪来



清华大学这两天又上热搜,原因“亮了”:起诉多个“清华幼儿园”商标侵权。很多人从这条新闻中,复习了一周之前刚刚过完108岁生日的清华校史:前身系1911年创建的清华学堂,1998年取得“清华”注册商标专用权,2009年取得“清华大学”注册商标专用权。也有很多人这才反应过来,“清华大学”四个字有多重意涵,其中有一重,是中国“驰名商标”。(5月9日 光明网)

□ 李爱彬

商标侵权的判定并不复杂。清华大学所面临的问题,是侵权者海量又分散,其主张权利的精力成本比较高。同样的情况可能也“骚扰”着其他名校。比如,“北大”也是北京大学的注册商标,但估计头顶“北大”二字泰然站立在中国城乡接合部街面上的小店面,同样不会太少。

此外,被网友们调侃的“老家的剑桥幼儿园”“哈佛幼儿园瑟瑟发抖”,原则上也涉嫌侵权。按照商标法,复制、摹仿或者翻译他人未在中国注册的驰名商标,容易导致混淆的,不予注册并禁止使用。只不过,权利人不会来主张罢了。

商标法没有什么复杂的法理纠缠,在中国逐渐市场化的过程中,它的规定已经成为基本常识。有意思的是,其他

“傍名牌”行为往往遮遮掩掩,无论是侵权者本身还是购买到假名牌的消费者,都能强烈意识到这是以侵权获利。但使用名校商标的机构,往往有一种泰然感,甚至有一种自我加冕的荣耀,而每天见到大量“清华”“北大”“牛津”“剑桥”的大众同样也觉得见怪不怪。

这可能因为,名校崇拜由来已久,在上升路径更为有限的地区,这种崇拜也更加泛众化。因为离之越远,它们就越不像一个实体和机构,而更像一种教育图腾。那些形形色色的教育机构,一定要黏附在这个名字上,本质上是将这个图腾外化为了文化资本、将它的文化感召力变成了市场感召力,但同时,恐怕也是习惯于将一个实体的名称当成一个虚化的教育目标看待。而在这些机

构进进出出的城乡家长和孩子,见而不怪,相比起考虑侵权的问题,他们更看重的大概是这种接近名校的安慰感。

清华大学的批量起诉,置换了这种语境,让事情回到了市场契约的场景中来。从商标法的视角下再打量这种景观——遍布城乡角落的名校招牌如此坦然地存在着,全国范围内带有“清华”字样的企业以及社会组织多达20余万家,仅“清华幼儿园”就上百家(据媒体搜索),事情就变得刺目了。据称,清华大学多年来一直在强调“清华”的归属,不过,如何影响民间对清华二字所附着的意义的理解,却已经超出了它所能及的范围。

(作者为光明网评论员)

椒言辣评

你敢上“裸课”吗?

前段时间,特级教师张祖庆的文章《老师,你敢上“裸课”吗?》引起不小反响。文中,张祖庆老师批评了反复演练、不断磨课才“上演”的公开课。最夸张的当数那些参加“国赛”的选手们,一旦有幸被选中,就会走上磨课的“不归路”,日里磨课,夜里梦课,死去活来,活来死去。因此,他主张教师要上“裸课”。

(5月10日 蒲公英评论网)

① 衡阳市石鼓区角山中学刘和平 教师反复推敲打磨,自然能做到课堂“胸中有丘壑”,教学效果自不必说。而“裸课”虽然减轻了课前准备的负担,但由于没有经过反复磨练,很难考虑周全,一不小心就可能出差错,效果必定大打折扣。“裸课”表面看来是追求本色的教育,但其实是为上课偷工减料做挡箭牌。面对“磨课”与“裸课”,教师应该有理性的认识,切不可用“裸课”否定“磨课”的价值,就算是特级教师主张“裸课”也不宜盲目附和。

② 山西读者马全和 所谓的“裸课”是针对“磨课”一词提出来的。“磨课”有繁琐复杂的意思,而“裸课”是简单明了、言简意赅、一目了然的意思。笔者认为,老师们没有必要承受过重的备课负担,相反,在轻松的环境下授课,根据学生的情况来随时调整课堂的内容、讲课的情绪,这样的课堂更加生动自然,也更容易走进学生心里,真正得到学生的喜爱。

③ 武冈市南桥中学龙小松 我极力推崇上“裸课”。虽说“裸课”的效果可能没有“表演式赛课”那样高大上,但“裸课”更能真实地反映教师的教学本领,更接地气,更具有实际的指导价值,评比的结果也更加公平公正。如今,评奖过多过滥、变味走调,助长表演课的泛滥成灾,违背了教育教学规律,干扰了正常的教学秩序。教育来不得半点作秀,来不得半点虚假,只有求真务实的教风和学风才会让教育尽早地回归到正常的轨道上来。

④ 江苏读者李兆清 熟能生巧,一些经验丰富的教师上“裸课”没啥困难,但一些刚入门的教师上“裸课”就没那么容易了。教师上“裸课”,既要传授学生相关知识,还要保持流畅,做到层次分明、逻辑清晰,这不是一件容易的事情。给别人一碗水,自己先要有一桶水。教师事先做好充足的准备,上课时才能得心应手。

速成的导师不靠谱



据《北京晚报》报道,短短三四天时间,花上五六千元,便能从“门外汉”摇身一变,获得国家认证的家庭指导师培训证书,甚至是国际认证的讲师资格,转而继续给更多家长开课……如今,很多家长越来越注重科学育儿,市场上有关家庭教育的培训课程也层出不穷,但“速成”之下往往“注水”颇多,噱头背后可能暗藏种种猫腻。

薛红伟

“社交万人迷”只会扼杀天性

□ 程振伟

近日,“情商班”火爆家长圈,有辅导班声称:3岁就能让孩子成为“社交万人迷”。据说这些课收费不菲,比如,0至3岁年龄段一年的情商课收费在一万元出头,3至6岁年龄段的则要近2万元,平均下来,一个课时在100到200元之间。

(5月12日 澎湃新闻)

未成年人情商教育何以有市场?笔者以为,它利用了家长们的焦虑情绪。成人世界的竞争焦虑,是青少年培训班火爆的心理基础之一。成人社会中,“社交万人迷”似乎更容易成功,所以家长们认为,培养社交达人就要“从娃娃抓起”。

对未成年人而言,成为“社交万人迷”其实是个伪命题。孩子最可贵的是童真,这是他们创造力的来源。过分压抑孩子的天性,对他们而言何其残忍?情商课肯定会教育孩子们有情绪要掩饰、不应该发脾气,可是阶段性的情绪、脾气,恰恰是孩子成长中必经的过程。为了让孩子讨人喜欢而压抑自我,一时的彬彬有

礼,很有可能换来将来的叛逆。精致讨巧的少儿情商课,迎合了成人世界的主观臆想,却与孩子真正的健康成长南辕北辙。

其实,对青少年而言,若硬要培养“情商”,那也是“什么阶段表现得像什么阶段的孩子”。不必过度老成,也不能永远像个孩子。这其中,父母的陪伴管教很重要。跟风让孩子上各种培训班,是在为自己的“不愿意陪伴”找借口。培养孩子管理情绪的能力,父母不应该迷信情商班,而应该多带孩子去体验各种情景,教给他们如何积极、正面、合理地面对人生,不管是顺境还是逆境,底线一定要坚守,该承担的一定承担,如此一来,还怕孩子“让人讨厌”吗?

说到底,让孩子成“社交万人迷”的情商班,不过是“成功学”的少儿版,父母花了钱,还要压抑孩子的个性,就算让他们一时学到精致讨巧的东西,最终却变得郁郁寡欢,还没长大就老了。

衡水“朝圣”病的是家长

□ 余娅

5月4日,是衡水中学一年一度的开放日,一位父亲举着吊瓶,带着正在输液的女儿前来参观。10岁的女儿此前连续四天发高烧到39度,但父亲认为开放日机会难得,想让孩子好好感受衡中的学习气氛,“我们没文化,但是希望孩子能有文化。一定要考上!”

(5月9日 中国青年网)

衡水中学的名气很大。据笔者了解,过去几年,这所学校几乎包揽了河北省的高考文科“状元”,每年考上清华、北大等一流名校的学生,更是数以“百”计。凭借着令人望尘莫及的升学率,衡水中学成了考生和家长心中的“圣地”,即使不能考上衡水中学,在这里沾沾学霸们的“仙气”也不错。

“朝圣者”的“虔诚”不难理解,但人群中举着吊瓶的这对父女,还是显得有些突兀。“我们没文化,但是希望孩子能有文化”,这位父亲的话很朴实,道出了家长望子成龙的普遍心声。但这位父亲的行为却不值得被原谅,让年仅10岁、连续高烧了4天的女儿一边输液一边参观,小女孩感受到的,恐怕不是“衡中的学习气氛”,而是滚烫的身体和父亲的“走火入魔”吧?

要知道,衡水中学的高升学率,并非素质教育结出的果实,而是来自学校严苛的军事化管理。学生们引以为傲的分数,是大家放弃了休息、放弃了运动、放弃了快乐,用刷题和考试“血拼”出来的。与其说衡水中学的经验值得推崇,倒不如说他们将“应试”教育的弊端表现得淋漓尽致。

这些弊端,因为泯灭孩子的天性饱受诟病。我们不知道高考工厂衡水中学还能风光地运行多久,但新一轮的高考改革提醒我们,只会做题的“考试机器”将会逐渐失去市场。家长们应该早一点清醒过来,与其让孩子做高考工厂里一颗发烧的螺丝钉,还不如把健康和快乐还给他们,才能帮助他们在人生的赛场上走得更远。

余娅评