

古有世说新语,今有师说新语,本版欢迎广大读者建言立说。



不能让少数素质不高的人昧着良知赚不义之钱而玷污了名校的光环



如今基础教育的课改名校如雨后春笋般涌现,各类先进教学经验层出不穷。这些学校高举素质教育之大旗,排除干扰,锐意改革,使一些濒临倒闭的学校起死回生,办得生机勃勃,并一举成名。更让人钦佩的是他们破解了困扰教育领域多年的难题:素质教育与应试教育的矛盾。这些名校经媒体披露后,各地朝圣取经者蜂拥而至,那些深为教改难题所困惑的教育者如久旱遇甘露,真想一饮而解渴。

河北省河间市华北油田第四中学 易晓林

### 名校以名谋利实不该

近期笔者随团参观学习了邻省的一所乡镇课改名校。学完三天,有激动,有收获,有赞叹,也有疑问,更有惊诧:算了一下盘缠开销,着实让人吃惊:会务费、音像及资料费、交通费等等,人均花费近三千元。真是“名校诚可贵,经验价更高”啊!这对于一所并不富裕、过惯了紧日子的学校来说,这笔开支令人感到心疼。细细品来,这中间有不少收费定价不合理。会务费定价太高,资料价格不尽合理。

教育不能乱收费,收费要经物价部门核准,这也许只是学校针对学生而言的。而这类参观学习活动是否不受物价局约束?不过这些参观学习者花的都是学校公款,不会像我这样小家子气,更何况这都是周瑜打黄盖,一个愿打一个愿挨的事。名校的经验、绝招是知识产权,是无形资产,应该有回报,应有合理收费,但不应漫天要价。有关部门也不能把名校当成摇钱树,而应采取相应措施尽心呵护名校来之不易的声誉,保护优质教育基地的圣洁!

与教育发达的城市相比,农村教育更需要名校的经验支持,更需要名家去传经送宝。但农村教育的投入仍有限,日子过得还不宽余。如果实地学习名校经验的费用能让他们承受得起,必将使农村教育发生深刻变化。反之,名校经验如能在全国各地农村生根开花,直至结出素质教育的丰硕成果,这也能促进名校经验的不断完善与发展。

个别“名校”借名创收已是不争的事实。这样的名校也只能是一颗匆匆而过的流星,转瞬即逝。那些令人敬仰的名校要加强管理,不能让少数素质不高的人昧着教育的良知赚不义之钱而玷污了名校的光环。组织这些研讨会的教育协会、中国名校共同体等单位为了教育的发展进步推广经验,是行善事,但也要关注下面的消费能力。学校还是喜欢“价廉物美”的经验交流会。当今义务教育有“高消费”能力的单位恐怕仍是少数。再好的经验,一旦“价高和寡”,也就无法扩大其正面影响了。



叶炳昌

“高考扰民”,是近些年来全国各地出现的新动向——因高考,某路公交改线了!因高考,某处工地停工了!因高考,某家宾馆爆满了!为高考,领导亲自踩点了、考场装上空调了、改革前弊可让考生如厕但需报告并派人跟着更加“人性化”了……类似消息,每年高考期间可谓如雷贯耳。

这就使很多人纳闷了:犯得着吗?高考凭什么搞特权?公交凭什么为考生而更改?警察凭什

社会各方为之热情服务,提供必要的良好的条件是可以的,但不该过分渲染,刻意“作秀”

么为考生开路?高考指挥车、专用车凭什么能过收费站免费?应届毕业生可以享受特殊待遇,为何成人高考却冷眼旁观?这样的“人性化”对大部分不用参加高考的市民公平吗?对不参加高考的学生公平吗?再说了,社会上有这么多面临着人生重大转折需要考试的人,凭什么只迁就应届考生呢?这一有中国特色的“高考现象”,缘何在国外罕见?难道国人比洋人更加重视高教?可为什么世界名校却又与中国无缘?等等等等,很耐人寻味就是了。

有位交警坦言:高考被过分强调了!他说,我是个警察,高考

## 闲话“高考扰民”

时我常参加执勤,主要是限制交通,虽然对各项高考的规定很理解,但还是觉得现在的社会舆论太过突出这个日子了,一到这个日子,各级部门甚至普通百姓不帮考生做一点事好像就是“不关心”。其实,很早就有人提出淡化高考意识,现在的高考也不是过去那种“千军万马过独木桥”的场面,可是关心的形式却更甚。这又怎能让学生“一颗红心,两种准备”呢?!

其实,“特殊待遇”对考生无益。高考几天的待遇实际上是害了考生,给他们施加了无形的压力。昔日的嘈杂,猛然间被寂静所

取代;过去的艰苦,一下子被豪华而替代,让学生如何能适应?大凡参加过高考的人都清楚,如今的条件今非昔比,许多如今的博士、院士,过去不就是在没有空调,没有电扇,甚至连凉开水也没有的条件下考出来的么?

高考是考生人生的重要转折点,社会各方为之热情服务,提供必要的良好的条件是可以的,但不该过分渲染,刻意“作秀”,形成“全面呵护”的氛围,更不应该达到“扰民”之地步。选拔人才、尊重知识、以人为本,有许多的方面和诸多的因素需要协调平衡,仅靠高考这几天的“呵护”是无济于事的。

传统尊严似乎能给教师们带来职业认同感,然而,这种尊严和特权其实却是一种意识形态的陷阱和沉重的历史负担



李辉

教育行政部门三令五申禁止体罚或变相体罚学生,然而,体罚或变相体罚学生的事件却屡禁不止,时时见诸报端。就在2009年5月19日就有两家报纸报道了两起不同的老师体罚学生事件。一起为,广州横沥镇田坑村育英小学学生小雄,因上课讲话被英语老师用钢尺抽打,前胸、后背、手臂均被打伤;另一起为,巴中市南江县元潭乡凉水中心小学10岁学生袁艾(化名)因违反校纪被班主任饶某打成“应激相关障碍”。

为什么体罚或变相体罚学生会屡禁不止呢?答曰:虽然国家的正式规则将体罚或变相体罚学生定义为“禁止”,但传统社会的非正式规则默认一定限度内的体罚学生(以不至于让被体罚学生的家长感到心疼为限)是一项属于教师的特权,而且,正是这种非

## 有一种教师特权叫体罚

正式规则以及它所维护的“神圣知识”,生产和再生产了国家的正式规则之有效实施所需要的人格特征和意识形态。

法国社会学家埃米尔·迪尔凯姆在《自杀论》一书里说,“教育只是社会的映象和反映。教育模拟社会并以缩小的形式复制社会,而不是创造社会。”作为权力“金字塔”较低等级的成员,教师是一个饱受各种压迫的社会群体,而且,他们中的大多数人已经被他们自身早年受教育的经历驯化成了“顺民”和“良民”,并将形成他们性格与行为的这种受教育经历中暗含的意识形态内化成了自己的“第二自然”。当他们自己走上教学岗位以后,一来他们需要在比他们更弱势的群体,即儿童的身上发泄自己被压抑的过剩能量,二来需要通过对孩子的规训建立自己的尊严和权威,从而获得自己传统的“身份认同”。于是,他们在他们的学生的身上,重演了自己当年的成长经

历——在一定程度上,他们有意或无意地充当了压迫自己的意识形态之再生产的工具。

教师的传统尊严与教师相对于学生的所有特权,虽然似乎能给教师们带来职业认同感,然而,这种尊严和特权其实却是一种意识形态的陷阱和沉重的历史负担。为了解放下一代人,使他们生活于其中的社会变得更宽容、更自由、更快乐、更富创造性,新的教师们应该毅然决然地卸下这一历史重负,以一个普通人——而不是“神圣知识”或某种“神圣事物”的化身的姿态,与学生们进行平等的对话与交流;不是独占课堂中的话语权,从而将自己的议题强加在学生的身上,而是尊重学生犯错误的权力与设置自己的议题的机会和权力,共同重建学校生活与社会实践的联系,共同探索、追求和构建属于自己的个人化与个性化的知识。

因为,我们再也不能在一个圈子里循环。



## 三成部属高校要创一流大学?

谁又在操作一流的比较?谁给了学校一流的定义?



保靖民族中学办公室 徐永生

根据有关安排,自3月份启动的学习实践科学发展观活动中,有90所部属高校参加了全国第二批次的学习实践活动。其中超过30%的高校提出了创“一流”目标。

我们对大学的敬畏,是对其学问的敬畏,对其研究学问的精神的敬畏。大学若能寻回学问、寻回研究学问的精神,大学有了学术的星空与心中的道德律,我们也应当重拾对大学的敬畏。民国时期,大师辈出。国学方面,有王国维、章太炎、黄侃、刘文典等;西学方面,既有吴大猷、叶企孙、丁文江等在自然科学有所建树,又有何廉、陶孟和、潘光旦等在人文社会科学的翘楚。他们在北大、清华、国立中央大学、复旦大学等高校里,不仅从事着各自领域的研究,也培养了如李政道、杨振宁、费孝通等下一代著名的大师学者。北大引领“兼容并包”自由之风,大师们或猖或狂或痴总离不开“风骨”二字,中国历史上大师如此云集的时期并不多见,对于今天我们的教育事业,启示颇深。

作为一名基层教育工作者,我真的希望大学就是大学,是学术的殿堂,人才的摇篮,是研究的基地,更是中小学校的学习的示范和办学的榜样。而不是什么世界一流、国内一流的自我标榜。因为,即使一流,也不是说出来的,而是做出来的。这一点,在人们心中自有评判。

## 联想2009年中小企业PC新品发布会在湘召开

2009年5月21日,联想集团在长沙普瑞温泉大酒店召开了“睿动商务,智领经典——2009年中小企业新品发布会”。

发布会上,联想宣布将在产品和渠道两方面同时发力,继续巩固其在中国中小企业市场上的领导地位。联想在中国区推出了扬天台式电脑新品,并且在Idea产品集团成立后,推出了首批面向中国中小企业客户的IdeaPad笔记本——联想IdeaPad U330、V450、V550系列。联想同时宣布,未来两年时间里将在全国建立1500家专门服务中小企业用户的商用产品体验店,为

中小企业用户提供全方位的IT产品服务。

据联想集团亚太及俄罗斯区华中大区总经理罗朝晖介绍:“早在2005年,联想就在业界率先推出专门面向中小企业用户的扬天系列电脑。在三年多的时间里,联想扬天占据了中小企业市场20%的市场份额,并且在中小企业客户中长期保持着第一的品牌知晓率。今天,中小企业对IT产品的采购需求和采购习惯较2005年已经发生了很大变化。联想推出新的产品



和渠道计划,正是针对客户需求的变化而制定的,旨在为中小企业提供更合适的产品、更便捷的采购服务。”

此次联想在中国市场率先发布中小企业新品,正是联想进入新财年后大举开拓中小企业市场的重要一步,显示了联想进一步巩固中国大本营的决心和信心。(王明辉)