

家庭教育站上政策“风口”

——专访新东方家庭教育中心主任应光



多元文化带来观念摇摆

应光表示,“80后”已经逐渐成为当前家长群体的主体。这个群体的共同特点是,由于中国大学扩招,他们普遍接受了较高层次的教育,所以整体的素质水平有较大的提升,也更容易接受新的观念。

然而,家长学历以及重视教育的程度提高,并不意味着一定能教育好孩子。“‘80后’家长愿意积极参与孩子的教育,但在文化多元时代,他们的选择确实比以前多了,但可能更多地处于摇摆之中。”

另一方面,在社交媒体高度发达的今天,很多家长可以通过更多渠道自发地获取育儿知识。以新东方家庭教育中心的微信公众号为例,在基本没有进行推广的情况下,目前已经拥有40万粉丝。“我们公众号的内容由一个高水准的学术团队来负责,有的文章阅读量能达到几十万。”

今年春天,新东方家庭教育中心推出“百日行动派”活动,鼓励家长在100天内坚持改变,活动包括四个主题:不对孩子发火,每天给孩子一个拥抱,每天给孩子讲故事,每天记录孩子成长。家长的踊跃程度出乎想象。

“家长参加这个活动就意味着每天都

所谓家庭教育,是“家长有意识地通过自己的言传身教和家庭生活实践,对子女施以一定教育影响的社会活动”。今年以来,家庭教育在国家政策层面的重视程度明显提高,下一步有望迎来快速发展。新东方家庭教育研究与指导中心主任应光表示,“家庭是社会的最小细胞,如果家庭是健康的,毫无疑问社会的活力也会得到保证”。

要在微社区进行记录。最终参加的人数近万,微社区每天的点击超过2万。手机端的微社区的活动能到这个程度,大大超出了我们的预期。”

在活动过程中,家长之间自发互动,彼此启发,对很多问题有了新的认识。“为了把主题阐释清楚,我们也请了一些专家参与。但其实家长在实现了互通互联后,更多地是互相之间的分享,而不是照搬专家的经验。”

家庭教育已获政策利好

2015年对家庭教育来说是非常重要的一年。先是2月习近平主席团拜会讲话中提到“重视家庭教育,注重家庭、注重家教、注重家风”,释放了重要信号。下半年,教育部发布《关于加强家庭教育工作的指导意见》,再加上二孩放开政策公布,家庭教育注定将上升到一个新的高度。

应光表示,“我们作为社会机构来推动家庭教育,早期会觉得‘孤掌难鸣’,到了今天我们已收获很多积极反馈,现在又有了政府的重视,对未来更乐观更有信心”。

新东方家庭教育中心成立已有八年,应光表示:“家长送孩子来到新东方,目的当然是为了提高分数和成绩,这也确实是孩子走向未来的门槛。但我们的工作目标并不仅仅是帮助孩子提高学习成绩。不久前俞敏洪老师在演讲中提到新东方的三个目标:帮助孩子获得自信、帮助孩子看到未来、帮助孩子塑造健全人格。我们希

望和家長一起,给孩子们创造更好的成长环境。”

近年来,新东方家庭教育中心除了组织一年一度的家庭教育高峰论坛,还和全国的新东方学校、各地教育主管部门、妇联、关工委等展开不同程度的合作,每年在全国各地举办近200场家庭教育讲座。连一些没有开设新东方学校的城市,也在当地主管部门的邀请下举办过讲座。

据应光介绍,目前家庭教育最热的省份是北上广、浙江、江苏、山东等省份,而东北、西部相对较冷,“这种冷热不均的情况,与家长的认识 and 经济发展水平以及重视教育的程度都有关系”。

除了讲座,新东方家庭教育中心还经常进行家庭教育资源的分享。“我们的核心理念,就是重点做预防工作。解决问题和预防问题都重要,但预防更是事半功倍。新东方学校的家长俱乐部,以及家庭教育高峰论坛上的体验式工作坊,都是为了给家长更多地创造学习与成长的情境。”

此外,在新东方内部,还与中国青少年研究中心合作引进了家庭教育导师培训项目。这个项目面对新东方老师开放,在四年多时间里已经培训了上千名老师。

“我们希望新东方的老师拥有一定的家庭教育技能,在日常工作中无缝衔接。或者可以这样理解:新东方老师如果有这样的能力,就可以为家长和学生提供增值服务,也意味着在自己的工作岗位上多发挥作用。”

需求转化消费尚待时日

毫无疑问,家庭教育越来越受到年轻父母的重视。然而尴尬的是,这种需求却似乎很难转化为消费行为。

应光表示,从之前了解的情况来看,无论哪个层次的家长都有家庭教育的需求。但奇怪的是,当这种需求要真正要落实到消费时,家长消费的意愿和学习的意愿就会出现严重的不对等。

“现在也有一些机构坚持做家庭教育十几年的,有的课程品质很不错,也懂得营销,但只能在小范围内发展。据我所知,有一家干了九年的家庭教育机构,现在有两三百个会员,虽然也有收入,但运营得很艰难。”

新东方家庭教育中心的情况也差不多,“我们在内容方面下了不少力气,也会精选一些好的内容出版图书。还尝试引进了一些国外图书,但收益非常微薄”。截至目前,家庭教育中心仍然是新东方的非盈利部门。

通常来说,有意让孩子留学的家庭,对教育的重视程度也会更高。但即使这样的家庭,对付费的家庭教育也没有太大兴趣。新东方曾经专门针对留学家庭准备过一些课程,但效果也不理想。

“大多数家庭认为这样的课程很有帮助,但只能接受一个非常低的价格水平,使得项目难以持续推进。”应光表示。

当然,从国外的情况来看,家庭教育这件事,主导者仍然是政府。“在2013年台湾家庭政策国际研讨会上,美国史考特·史丹利博士分享政府对于儿童和家庭投入的经费时,下面的与会者一片哗然。美国政府在家庭教育方面投入的比例、绝对数都很庞大,绝大多数国家是做不到的。而在澳洲,很多家庭政策跟得非常紧密,比如离婚以后子女抚养问题,家长必须陪伴孩子一定时间才能享受相应的福利。”

应光表示,家庭教育这么重大的工作,很多不是社会机构承担得了的,必须从国家层面进行推动。“很高兴看到在我们的推动下,很多家庭已经觉醒了。家庭是社会的最小细胞,如果家庭是健康的,毫无疑问社会的活力也会得到保证。”

北京商报记者 闫文亮 郑艺佳

· 资讯 ·

“占座儿”欲打造社交学习平台

鸿坤创新商业品牌“占座儿”揭幕仪式暨品牌发布会日前举行。“占座儿”旨在打造以学习为主题的社交平台,通过分时、分室、分师的“三分”概念,结合线上形成分享和共享的学习交流平台。

首家“占座儿”位于鸿坤广场购物中心。据介绍,任何人只要有一技之长,即可申报开设课程,并在“占座儿”内租用分时教室分享课程。“占座儿”课程发布者无论有任何课程需求,都可以在平台上提出,并自主选择报名,从而打通教学门槛,成为大众分享的特色平台。

与此同时,鸿坤广场购物中心推出“拾光书房”、“拾光小镇”等创新商业品牌,打造社区分享中心。鸿坤集团董事长赵彬表示,鸿坤定位于创新型社区商业资产管理,打造独具特色的社区分享中心。这种分享不仅希望使社会资源配置达到最大化,也希望改变人们的生活方式。“占座儿”也好,“拾光书房”和“拾光小镇”也好,都是基于这样的理念来打造的全新商业模式。

占座科技有限公司联合创始人李敏表示,所谓“占座儿”,其实就是一个分享的过程,也是感情的交流。“占座儿”不是要打造成专业的教育机构,而是希望打造一个寓教于乐的社交平台。北京商报记者 闫文亮

12月26日,启德教育集团《中国留学市场2015年盘点与2016年展望》报告正式发布。报告显示,2015年的中国留学市场可以用低龄、回国潮、理性、质量这4个关键词来概括。启德预测,2016年留学“超低龄”趋势将更加明显。

目前,留学的主要目标客户群体开始进入“00后/70后”时代。“70后”家长一般是高学历、高职位、高收入的“三高”人群,他们愿意为孩子的教育投入更多。而“00后”群体则是真正意义上的互联网一代,他们接触的信息和知识更多更广,因此留学时他们的“主意”更大。

2016年“超低龄”留学趋势将凸显



2016年国内低龄留学比例将进一步提升,同时,“超低龄”趋势会逐渐明显,高中以下小留学生数量增速会明显加快;而国内的二三线城市低龄留学也将“发力”,许多世界名校也将目光转移至二三线城市,二三线城市的学

生将有更多的机会在当地接触到优质留学资源。

此外,留学生回国人数高于出国人数的拐点或将在五年内出现,留学生就业问题将会越来越凸显。2016年高质量留学生比例也势必会进一步提高;学生质量的提高势

必会继续推高入学标准。美国大学已经有越来越多的学校要求增加面试环节、中高端院校申请的标准化成绩也不断提高、要求成绩单认证的学校也不断增多。因此,针对高端留学的专业服务非常有必要。

现在,留学的定义已经不再是成功申请,有更多的学生、家长关注到留学后的发展,并愿意向专业机构寻求这方面的帮助。也有更多的留学机构开始发展境外服务。2016年留学后服务将会是留学市场以及学生、家长的关注重点。

北京商报记者 闫文亮 郑艺佳