

粉笔黑板和电子设备是共存关系

——专访北京朝阳区垂杨柳中心小学校长钟亚利

摆正学习类App位置

“互联网教育的趋势是不可逆的，那么学习类App就是学校绕不过去的一个问题，不能单纯评判它好或坏，或者禁止了就说是教育信息化的倒退，要依据具体个案具体分析。”钟亚利指出。

针对全国政协委员、民进中央副主席朱永新在刚结束的两会上呼吁对学习类App避免“一刀切”式的监管，建议建立全行业黑名单，给予学习类App自我纠正的过渡期的观点，钟亚利表示，对学习类App毫无疑问要大力加强监管，不能存在对学生有害的信息和间接代替了老师的教学。

但是，不能忽视另一个重要问题，如何引导学生合理使用学习类App。因为即便加强了监管，但如果学校老师、家长没有教育、引导学生养成健康的使用在线学习平台、工具的习惯，那社会舆论还会质疑学习类App对学生的影晌，并把监管问题和使用问题混为一谈，某些具有鼓励和展示的平台功能也被抹杀。

当然，学校教育、家庭教育也要重视对学生的自主学习、自主管理能力的培养。加强监管，做到所有学习类App有合法资质、依法依规经营，给学生使用App创造一个良好的外部环境。

对于禁止利用在线工具布置作业

从今年初教育部颁发《严禁有害学习类App进入中小学校园》的通知，要求“各地教育局要建立App进校园的审核备案制度，凡未经审核批准的学习类App，一律禁止在校园内使用”后，教育部近日再次明确，教师不得通过手机微信和QQ等方式布置作业，引起业界一片哗然。如果说企业为了生存下去还能调整战略再布局新业务，而在互联网+教育背景下成长的公立学校又该如何应对这一变化呢？在北京朝阳区垂杨柳中心小学校长钟亚利看来，要顺应在线教育趋势，把握尺度，粉笔黑板和电子设备可以共存。

问题，钟亚利表示，在线工具只是媒介，只限于沟通和辅助学习的功能。老师课堂布置作业有助于小学生良好的记家庭作业习惯的养成，记住作业并完成是学生的任务，二者关系清楚、权责明确。

围绕内涵做文章

在钟亚利看来，监管之外，学习类App要围绕内容来做产品，要切实了解教育教学需求，而这其中，师生互动和评价功能是该关注的点。通过贴身指导和评价，记录学生信息，生成对教学有帮助的数据。

“而不要着眼于只是提高学生做作业的效率或只服务于考试，当然这跟我们的教育评价体系关注学生的学科成绩有关。但这样的产品的科学性值得怀疑，对着机器一问就回答，手机一拍就出答案，把学生拽到了一个更加被动的

学习环境，掠夺了学生的基本思考能力，这是背离教育本质的，探究的过程才是最重要的过程。”钟亚利强调。

据悉，目前的监管主要针对有毒有害的学习类App进校园。这是学习类App的底线，而在底线之上，家长、学生如何选用App还是一个主要问题。要治理这一问题，要建立多元评价体系，给学生多元发展选择和空间。”钟亚利指出。

同时，学习类App不能给家长增负担，说是给老师提高效率，却把家长捆绑进来肯定也是不行的。家长需要做的是履行好家庭教育责任，重视培养学生使用电子产品的习惯，包括控制使用时间，以及在上网时识别垃圾、不良信息。家长也要重视亲子陪伴，孩子的教育实效性太短，错过了就再也没有。智能机器人、作业神器、课后辅导都不能代替父母的高质量陪伴。

提升信息化素养

对于学习类App入校门槛提高会不会阻碍学校信息化建设，钟亚利谈道，建设未来学校是大势所趋，在推进未来学校的建设中，大数据智慧校园、未来扁平化管理模式等都离不开信息化工具，从国家层面也做了教育信息化的大量顶层设计。

如果说以前的学校教育信息化更聚焦于一代代硬件设备的配置，那么现在更加主要的便是“软件”，也就是人才的培养，核心在于提升全体教师和学生的信息化素养，开设课程进行培训。

教学工具信息化不等同于教育现代化，教育现代化的根本点在于教育理念的变化以及办学制度的变化，不能只看到表面的技术先进，好像就能替代粉笔黑板，全部无纸化办公等，还是要注重信息化对教育内涵的提升，毕竟技术只是服务于教育的手段。

“回归到我们的课堂，科技技术的使用一定是在特定范畴之内，结合课程有需要就用，不需要就不用。将其用于学校，要符合教育规律，结合教育教学实际，从学生身心需求出发，有所为有所不为，不要把教育信息化做成夹生饭。”钟亚利补充道。

北京商报记者 刘斯文

抓住新时代消费心理成创意营销新趋势



学、家长提供生活费以及奖学金和二手物品买卖等。

阳狮集团数字与创新负责人陈天伦表示，Z世代平均每天会在5个不同的平台观看68个视频，有44%的Z世代至少一个小时检查一次自己的社交媒体。Z世代的个性化消费造就了细分市场，而通过细分市场，又引导和加速了Z世代的购买决策，这些都为创意的市场营销带来了极大的挑战和机遇。

香港贸发局总裁方舜文表示：“作为亚洲区内的创意潮流之都，香港拥有独特的城市魅力，汇聚市场营销、品牌管理、广告创

作及策划等才华横溢的营销业界高手。市场营销世界的生态及规则随时不断转变，要为品牌扎根、打响名堂，关键是要精准掌握市场趋势，并运用创新的市场营销科技，才能创作一个又一个撼动市场的营销故事”。香港中文大学商学院执行副院长陈志辉谈到，香港中文大学商学院开设了市场营销专业硕士课程，该专业的课程涵盖了市场营销的洞察、分析工具的学习，以及决策体系等专业市场营销知识的学习，是战略主导的全面培养计划。

北京商报记者 程铭劼/文并摄

· 资讯 ·

英孚推出线下+线上双翼战略

北京商报讯(记者 刘斯文)3月27日，英孚青少年英语举办以“聚焦双翼战略 引领全人教育”为题的2019品牌战略发布会。正式推出全新线下线上整合式双翼产品，同时提供全英文浸入式小班课和线上外教1对1教学。据悉，双翼产品目前已应用于小学英语教学产品中，英孚中国计划在年内将应用范围拓展至其他年龄段教学产品。

据英孚教育青少年英语中国区总裁白皎宇介绍，双翼产品开创性地实现了教学主题、知识点和课件在课堂小班教学和在线外教1对1平台上完全同步，十大功能应用性教学线下线上环环相扣，实现从输入到输出，从学习到应用的高频次学习闭环，提高知识点留存率和语言应用的自信度和熟练度。

中国教育学会常务副会长杨念鲁表示：“通过线上线下能力的整合，中国学生可以利用创新系统和先进技术，通过多样化的教学形式来学习。在当今的信息时代，教育改革步伐不断加快，我们要开发更多的智能教学工具，让学生们掌握必要技能，应对未来挑战”。

此外，英孚宣布与腾讯展开合作，将共同开发“智慧课堂”平台，利用前沿科技提高课堂学习的效果。

腾讯云副总裁付曼青介绍，腾讯将向英孚提供技术支持，利用AI和大数据，将图像识别、情绪识别、声音识别应用到教学中，帮助产品研发团队和教师团队优化教学内容、优化授课行为。目前双方已经实现智能签到、课堂实况直播、精彩瞬间和成长历程记录等智慧课堂效果。