

学科类隐形变异培训监管趋严

随着“双减”工作推进,校外培训治理日趋细化,学科类隐形变异培训成为亟待解决的难题。12月13日,教育部等十二部门联合发布《关于进一步加强学科类隐形变异培训防范治理工作的意见》(以下简称《意见》),提出到2023年6月基本建立学科类隐形变异培训问题预防机制、发现机制、查处机制。《意见》明确提及,各地要研判分析本地区可能开展违规培训的校外培训机构和个人类型,建立防范违规的重点机构和个人清单。

叫停校外培训招聘信息发布

据《意见》要求,在防范学科类隐形变异培训时,各地需加强对招聘网站、家教网等网站的监管,禁止发布“一对一”“众筹私教”“家庭教师”等校外培训招聘需求信息。同时,各地要严格执行校外培训广告管控有关要求,禁止发布面向中小学生(含幼儿园)的校外培训广告。

在重点场所防控方面,《意见》要求各地将学科类隐形变异培训防范治理纳入社区街道网格化综合治理体系,减少违规培训发生。为防止隐匿在居民楼、酒店、咖啡厅等场所开展违规培训,各地还应构建街道(乡镇)、社区(村)动态排查机制,建立包保责任制。此外,各地需强化房屋产权人、受委托管理单位管理责任,明确不得将房屋租借给无资质机构或个人开展校外培训,并依托楼长开展网格巡查,防范在商务楼宇和出租房屋发生违规培训。

咖啡馆培训、剧本杀培训、住家保姆变家

庭教师……近一年时间来,披着“花式”外衣的隐形变异学科培训曾多次走入大众视野。北京商报记者梳理发现,从“双减”政策发布至今,教育部及各地教育部门曾多次通报隐形变异校外学科培训查处情况。教育部网站显示,截至2022年11月,教育部已对线上培训机构和网站平台组织开展了21次巡查。

禁止校外培训纳入家庭服务

“如果仅从治理校外培训来说,现阶段已从显性阶段治理进入了隐形阶段治理。”中国教育科学研究院研究员储朝晖在接受采访时表示,教育部门对显性、有形的培训机构治理已经基本到位。但社会对培训的刚性需求还存在,由此出现隐性变异的校外学科培训。

而针对“双减”工作的现状和隐形变异校外学科培训特点,《意见》也提出了建立防范清单的可行性办法。

具体来看,各地可从防范重点机构和人员方面入手,研判分析本地区可能开展违规培训的校外培训机构和个人类型,建立防范违规的重点机构和个人清单。

同时,各地还要紧盯托管服务、违规组织竞赛、中高考志愿填报咨询等相关机构,加大招生入学等重要节点的提醒提示和检查巡查。禁止家政服务企业将校外培训纳入家庭服务,

严禁任何形式的“住家家教”推介行为。

按照《意见》部署,各地将在国家法定节假日、休息日及寒暑假等时间节点,针对机构和个人以“一对一”“住家教师”以及各类冬夏令营等名义违规开展培训、面向3—6岁学龄前儿童违规开展学科类培训、违规开展普通高中阶段学科类培训、中小学在职教师有偿补课等重点问题开展排查整治。

明年6月建立三大机制

“到2023年6月,各地学科类隐形变异培训问题预防机制、发现机制、查处机制基本建立”,《意见》为建立三大机制明确了时间节点。据《意见》要求,到2023年6月时,隐形变异违规培训态势要得到较好控制。到2024年6月时,学科类隐形变异培训防范治理的长效机制应得到健全,隐形变异培训需全面清除。

在储朝晖看来,学科类隐形变异培训防范治理过程中,“一对一”“住家教师”等进入家庭场景的培训,治理起来会是难点。“一定要厘清学科类校外培训治理、现有法律和进入家庭内部治理培训的关系,在法治的边界内解决这一社会问题,保住法治的边界。”

而为确保学科类隐形变异培训治理不留死角,教育部等多部门将通过重点排查检查、持续开展线上巡查、强化违规行为通报曝光等方式减少违规培训的出现。

《意见》也显示,在学科类隐形变异培训治理过程中,各地要加强学科类隐形变异培训的行政执法案例指导,定期通报发布典型案例,对违规培训至少每季度公开曝光一次。并探索推进“互联网+执法”模式,利用全国校外教育培训监管与服务综合平台,提升违规培训查处的执法水平。将违规开展培训的校外培训机构列入黑名单,纳入全国信用信息共享平台。

北京商报记者 赵博宇

中文歌登上世界杯

继中国基建、中国裁判、中国赞助商等一系列中国元素在卡塔尔世界杯上亮相后,如今轮到中文歌登上世界杯的赛场。据FIFA官方微博,不仅《孤勇者》《相信》两首中文歌将在半决赛上播放,《逆战》也将在季军赛中登场,并将通过投票从《心墙》和《蜗牛》两首歌中选出一首在决赛上播放。这并非是世界杯赛场上首次出现中文歌,无论是《倔强》等曾登上过赛场的中文歌,还是主题曲推出中文版,中文歌与世界杯赛场的距离越来越近。

“爱你孤身走暗巷,爱你不跪的模样……”这首火遍大街小巷,并一度被称为“小学生接头暗号”的《孤勇者》,如今将在世界杯半决赛的赛场上响起。据FIFA世界杯官方微博,歌手陈奕迅演唱的《孤勇者》以及苏打绿的《相信》将在半决赛现场上播放。而在后期的季军赛上,则将播放由歌手张杰演唱的《逆战》。

实际上,早在12月7日,FIFA便开始对此次中文歌在赛场上播放做铺垫,并分别在7日当天以及8日、12日,通过小程序、官方微博等发布“世界杯现场播放的中文歌曲由你来决定”的活动,让网友们在相关页面上投票。其中,半决赛现场播放的候选中文歌除了已选定的两首歌曲外,还包括《夜空中最亮的星》和《追梦赤子心》,歌手邓紫棋的《新的心跳》也曾是季军赛中文歌的候选之一。

随着半决赛和季军赛中文歌的敲定,世界杯决赛现场的中文歌投票也已开启,并将从《心墙》和《蜗牛》两首歌中抉择。截至12月13日17时,微博渠道已有67.6万人参与,小程序上则已有超8万人投票。最终结果将于12月17日17时正式揭晓。

中文歌登上世界杯,并非在本届才出现,FIFA在往届世界杯上也曾发起过类似的投票活动。

以2018年俄罗斯世界杯为例,当时FIFA在决赛日的前十天发布线上投票活动,邀请球迷与歌迷们从五月天的《倔强》、SHE的《superstar》、王力宏的《龙的传人》、朴树的《平凡之路》这四首歌曲中,选出一首进入世界杯现场歌单。最终经百万余人参与,《倔强》以53.2万票胜于其他歌曲,走上了世界杯的赛场。

除了中文歌进入现场歌单外,世界杯主题曲还曾多次推出过中文版。在2010年举办的南非世界杯上,歌手张学友、张靓颖、K'Naan便演唱了中文主题曲《旗开得胜》。紧接着,在2014年巴西世界杯上,五月天则演唱了中文主题曲《由我们主宰》。只不过以上中文主题曲的传唱率相对较低,在QQ音乐上,截至目前,《由我们主宰》的收藏量为10万+,巴西世界杯主题曲《We Are One》则为100万+。

如今,世界杯的赛场上早已不是只有足球的身影,音乐也成为这一国际赛事的招牌。在今年的卡塔尔世界杯上,《Dreamers》《HayyaHayya》等歌曲上线后就迅速霸榜各大音乐平台的热搜。

数字文创产业智库研究员李杰认为,世界杯通过音乐增加了趣味性,也通过音乐吸引更大范围的观众。且世界杯是国际性赛事,面对的是全球观众,因此丰富各语种的歌曲也是对接多元观众的方式之一。

值得注意的是,虽然近年来中国球队没能进入世界杯,但却贡献了最多的观众。据FIFA此前公布的数据,2018年俄罗斯世界杯期间,中国以6.557亿人次的观看量在所有国家中居于首位。在李杰看来,世界杯需要全球观众的支持,更不用提观看人次居首的中国观众,与此同时,当中文歌在世界杯赛场上响起,这也是借助音乐这一形态实现文化输出、展示中国形象的机会。

北京商报记者 郑蕊

北京商报
BEIJING BUSINESS TODAY
1st founded in 1985

内容为王
传播优先

产品导向
因报之名

2023

全媒共享
品牌聚合

新闻可视
以融为大

态度即价值
观点化 · 深度化 · 可视化

● 国内刊号:CN11-0104

● 国内发行代号:1-110

● 国外发行代号:D4003

● 电话:010-84277808 / 010-84277520

● 网址:www.bbtnews.com.cn

● 地址:北京市朝阳区和平街西街21号北京商报大厦

◆ 订阅方式

010-84277808

010-84277520

◆ 订阅价

360元/年

扫描二维码
扫码订阅