

纵深

满大街的广告、动辄数万元的学费,“一对一”辅导乱象的背后,是商业利益和应试教育观念作祟。日前,教育部等四部委联合下发通知,规范整顿中小学教辅材料市场,切实减轻中小学生的课业负担,减轻学生家庭的经济负担。要做到两“减轻”,除教辅市场外,“一对一”辅导等课外培训市场也有待规范和引导。

“一对一”辅导：高价能买到什么

■本报记者 汪瑞林

“最近我每天接到七八个‘一对一’辅导的短信,比卖房子和卖发票的短信都多,这个‘一对一’辅导真的像他们宣传的那样能快速提高孩子的成绩吗?”日前,家住北京朝阳区的谢女士打电话向记者诉说自己困扰。谢女士的儿子今年高三了,满大街的教师“一对一”辅导广告让她有些举棋不定:不参加吧,怕孩子因此而掉队,参加吧,又怕被骗了钱还耽误时间。

像谢女士这样被“一对一”辅导搅得心神不宁的家长何其多也。小升初、中考、高考都在春季学期期末,因此开学前后,有关“一对一”辅导的宣传便格外地火。短信、网络、电台、楼宇灯箱、底商门面、公文视频车、宣传册,可谓全方位立体轰炸,要想“眼不见,耳不闻”还真是很难。

1 不做“一对一”就OUT了?

记者登录百度网站以“一对一辅导”为关键词进行搜索,搜索结果达1910万条,其中绝大部分是广告宣传。“个性化教育”、“快速提分”、“名师一对一”、“重点中学名师授课”,打开每一家培训机构的网页,都充斥着这样的宣传语。差生要跟进,好生要培优,总之好赖都要补。辅导项目名目繁多:中小学各科、作文专项、艺考、奥数……这些辅导项目基本上都离不开小升初、中考和高考这三大考试,不少培训机构还在网站首页挂上中考、高考的倒计时牌。

记者发现,这些“一对一”辅导机构和品牌基本上分为全国性的和地方性的两类。全国性的有学大、龙文、巨人、智康“一对一”(学而思旗下)、京翰“一对一”和新干线(安博教育旗下)、优能(新东方旗下)、精锐、聚能、优胜,等等。这些品牌机构网点众多,个个自称“一对一”课外辅导和个性化教育的领导品牌。像智康“一对一”、京翰“一对一”、学大教育、巨人学校等已经进入全国数十个城市,拥有数百个学习中心。龙文教育近年更是发展迅猛,截至去年底,已在全国55个城市设立教学点1000多家。地方性的“一对一”辅导机构和品牌更是数不胜数,几乎每个地级市和省会城市都有若干“一对一”辅导品牌。

“之所以一下子冒出那么多‘一对一’辅导机构,根本原因是利益驱动。”曾在某知名投资公司担任过教育行业分析师的夏超说。根据夏超提供给记者的分析报

告,2011年,尽管在美国上市的11家中国教育服务类公司的股票跌得一塌糊涂,但2011年前9个月,在美上市并涉足“一对一”辅导业务的4家公司营收均超过1亿美元,分别是新东方(5.4亿)、安博教育(2亿)、学大教育(1.7亿)、学而思(1.2亿),前9个月利润同比增速则分别为新东方(65.49%)、安博教育(27.77%)、学大教育(56.19%)、学而思(51.54%)。这其中,“一对一”辅导业务贡献了不少利润。

“个性化教育是当代教育改革与发展的一个基本方向,东西方基础教育都在倡导个性化教育或个性化教学,力图创造适合每个孩子的教育。”北京市海淀区教科所所长吴颖惠说,“但在我国,由于优质教育资源供给严重不足,普遍实行大班额教学,影响了个性化教育的实施,使得一些尖子生或学困生得不到充分的关注。社会培训机构在一定程度上弥补了学校教育的不足。‘一对一’辅导机构宣传的个性化教育理念,正迎合了部分家长和学生的需求。”

于是,打着名师辅导、快速提分、个性化教育招牌的“一对一”辅导受到追捧。原来搞大班辅导的巨人学校、学大教育等纷纷改旗易帜,主打“一对一”牌。学大、学而思、安博、新东方、龙文等“第一梯队”的公司凭借资本优势迅速抢占地盘,开设分支机构。而一些地方教育培训机构也迅速跟进。济南市的吴先生告诉记者,今年春节前后,他家附近不足1公里长的路上,几个月间便有4家“一对一”辅导机构进驻,租的场

地小则数百平方米,大的达1500平方米。“‘一对一’辅导门槛很低,三五个人,租间屋子,摆些桌椅,发点传单,或者在窗户上安装一个发光字招牌就招生了,一些家教中心的学生,也开始打出‘一对一’辅导的招牌了,其实和以前的家教没啥本质区别。”河南师范大学青少年研究中心的张锋老师说。

情况确实如此,当前的“一对一”辅导机构,从上市公司到皮包公司都有,鱼龙混杂,良莠不齐,让家长无所适从。“现在都提倡个性化教育,不搞‘一对一’,你就OUT了!”某培训公司的咨询人员告诉记者。

培训机构怕OUT,家长更怕OUT。谢女士告诉记者,据她了解,儿子班里超半数同学都在外面参加各种形式的辅导班,“北京高考录取率那么高,不辅导儿子也能考上,参加辅导,就是想考个好大学,家长把该做的都做了,到时候没考好也不用后悔。”谢女士的话代表了很多家长的心态。

“一对一”辅导的火热景象,和教育培训公司营销策略的改变也有一定关系。过去,教育培训类公司大多窝在写字楼里。龙文教育独树一帜,所有的招生和教学点全部租一层或二层的临街底商铺面,其目的就是吸引大众目光,发挥底商的广告效应。用龙文教育董事长杨勇对下属的话说——“龙文的招牌,能做多就做多,如果城管没来找你麻烦,说明你做得还不够大。”在龙文的带动下,其他教育培训公司也纷纷从写字楼里搬出来,改租底商,于是乎,仿佛一夜之间,“一对一”辅导就占领了大街小巷。

2 收费因人而异没有标准?

遭到社会强烈质疑的,首先是“一对一”辅导收费有些离谱的费用。

据济南的吴先生介绍,他家附近的那4家培训机构,其中两家收费每小时120元,另一家每小时200元,还有一家VIP课程每小时收费达260元。假如孩子一天上2小时课,一个暑假下来得两万元左右。苏州的一位家长介绍,当地的“一对一”辅导,针对小学收费每小时150元左右,针对高考的每小时为200元左右,没有具体标准,得跟培训机构谈。

北京“一对一”辅导收费情况如何?记者以家长身份拨通几家培训机构的电话,得到的答复都是“标准化”的:建议你带孩子过来做个测试,我们要根据孩子的具体情况制订个性化的学习计划,每个孩子的情况不同,配的老师不一样,收费也不一样。

“这不等于没有收费标准了吗?”在记者软磨硬泡之下,还是大概了解到一些情况,以针对小学生的辅导为例,大部分机构的报价是每小时200元左右,智康“一对一”报价是每小时200-400元,龙文教育报价是每小时300元。

“单价(以小时计)不能太高,否则家长难以接受。”乔婷(化名)是北京师

范大学2008届毕业生,她大学毕业后曾在北京某知名“一对一”辅导培训机构工作3年后辞职。在记者再三请求下,她道出了一些内幕。

“培训机构的招生人员都是按合同的总价来算提成的。他们会说会道,经过专业培训,对家长的心态研究得很透,会尽量想办法让你多订一些课时,多报一些科目。一个单子花上两三万很正常。”乔婷说。

是否真的如此?记者以家长身份对优胜教育北京朝阳区某学习中心进行了暗访。在和前台人员简单交流后,一位姓王的业务员接待了记者。她一上来就一个劲地追问孩子在哪儿上学呀,几年级了,成绩如何,有没有规划过想上什么样的学校等,完全抢占了话语的主动权。记者称孩子五年级了,想咨询一下小升初的辅导项目,给孩子补一下数学。王小姐告诉记者:“要想考高分上个好学校,得提前作好规划,临时抱佛脚肯定不行,很多家长四年级就开始辅导了,五年级都有些晚了,如果你想让孩子上个名校,我建议把奥数也加上……”

记者计算了一下,按照优胜教育报出的每小时130-160元的价格,每周上两

次课4小时的话(这样的频率算是低的了),从五年级开始持续到小升初考试前的话,起码得三四万元,如果补的科目多,再加上奥数什么的就更高了。当记者说只考虑小升初的短期提分辅导时,王小姐脸上明显掠过一丝失落,不过很快调整过来,转而向记者推介小升初的短期班,并说如果报的课时多可以打折优惠。

据了解,北京市场上针对高考的“一对一”辅导,很多每小时在300-500元,针对尖子生的高端“一对一”辅导,每小时收费达上千元,最高的据说是每小时2000元。

对于“一对一”辅导费用高的问题,学大教育副总裁邓强认为,个性化辅导是多层次、多方面的,要根据孩子的情况进行相应的收费,如果孩子情况是短期的,那么费用并不是很高。如果要从根本上解决问题,费用相对会贵一些。

3 重点校名师只是个幌子?

重点学校一线教师查漏补缺、名师指点,这几乎是所有“一对一”辅导机构对外宣传的一致口号。

“你们这儿的辅导老师是哪来的?”记者问。优胜教育的王小姐告诉记者,他们的师资是3:7,30%是公司招聘培训的员工,70%是北京西城六区重点学校的一线教师兼职。京翰、龙文、智康、精锐的咨询人员都声称他们的师资是本市重点学校的一线教师。

早在2009年,北京市就作出规定,禁止公办学校教师到校外社会办学机构兼职兼课。据了解,全国各地都出台了类似规定。

“谁不想多挣点钱,他们利用晚上和双休日时间出来讲课,你觉得能管得了吗?”优胜教育的王小姐反问记者。

京翰“一对一”北京劲松校区的咨询老师称,他们辅导高考的老师,选的都是正在带高三班的老师。当记者问兼职的老

师会不会不稳定,导致辅导期间中途换老师时,这位咨询人员说:“你说的是全职的,上下班打卡的那种。”“怎么全职的反而不稳定了呢?”“因为他们大多是刚毕业的师范生,流动性大,京翰的兼职教师,比如辅导高三的教师,基本上都40多岁,在北京定居10多年了,很稳定。”

乔婷告诉记者,公办重点中学的一线教师出来讲课的情况是有的,但不会太多。更多的是离退休的教师和师范学院毕业生,有的甚至连教师资格证都没有,但经过公司的包装培训,他们摇身一变就成了名师。

陕西省汉中中学副校长、特级教师黄兆全认为,在职的优秀教师去“一对一”辅导机构兼职的可能性不大,他说:“首先,名校普遍存在师资不足的问题,没有过剩的在职教师;其次,重点中学的优质资源和名校效应导致生源过剩,学校的优秀教师都是满负荷运行,没有时间和精力去兼课;再其次,学校的管理制度不允许他们



某公司条件简陋的学习中心内,教师正在给学生“一对一”辅导。 本报记者 张学军 摄

出去兼职。”

“从成本控制上也很好理解,现在‘一对一’辅导机构竞争很激烈,争夺生源是第一位的,在教师这块儿,他们则会想办法控制成本,名师没那么多,也用不起,真正的名校名师宁愿去上大课,挣得比‘一对一’多而且省事。”乔婷说。

巨人教育集团董事长尹雄从侧面证实了这一点。他在接受某媒体采访时曾说:“巨人大学校搞大班培训所用的师资很强,但是转到‘一对一’后,用这些老师成本太高,家长也承受不起,所以常到清华、北大清一些数学学院的学生来辅导尖子班学生,这些学生素质非常高,但是不太会讲课。”



一月万元的天价“小灶”有多少营养? CFP供图

4 花钱就一定能买到高分数?

“一对一”辅导,家长花高价钱买到了什么?记者看到,精锐、京翰、智康等诸多机构都在其网站上列出很多高分案例,有的只标明“张同学”、“李同学”和中考、高考分数,或者辅导前后提高的分数;有的则有姓名,还有照片。当记者请求联系其中一些人时,均被咨询人员以保护隐私为由拒绝,无从考证。

“那么多学生,花了时间和精力来学习,总会有一些是有效果的。效果好的,公司就拿来当样板,效果不好的,公司就会把问题推给学生身上,说这孩子怎么也学不进去,家长也没办法。”乔婷说。

目前“一对一”辅导报名的流程,大致是这样的:家长带孩子到培训机构,由他们与家长和学生交谈,了解孩子的学习状况及家庭各方面情况,查找孩子各门功课的薄弱环节,有的机构还会要求做一个心理和学科知识方面的测评,然后制订个性化的辅导方案,包括科目、时间、收费等。

“对于这样的所谓个性化教育,家长们当然是欢迎的,说白了就是花钱买分教嘛,而教育机构也认为,为学生量身定制一套提高学习成绩的方案,并有专门的教师负责,这就是个性化教育,就是因材施教了。”21世纪教育研究院副院长熊丙奇说,“但以提高学生小升初、中考、高考成绩为目的的‘一对一’辅导,并非真正的个性化教育,只是把学生培养成考场上的高分者。”

“站在更高的角度看,‘一对一’辅导助长了应试教育之风,和素质教育的宗旨背道而驰,也与减负的精神背道而驰。”熊丙奇说。

《国家中长期教育改革和发展规划纲要》明确提出:“减轻学生课业负担是全社会的共同责任,政府、学校、家庭、社会必须共同努力,标本兼治,综合治理。把减负落实到中小学教育全过程,促进学生生动活泼学习、健康快乐成长。”“一对一”辅导大行其道,校内减下的课业负担校外又加上了,中小学生学习如何能快乐成长?

不管培训机构如何解释和包装,“一对一”辅导似乎都无法逃避与生俱来的“原罪”。据了解,龙文教育在完成最后一轮4.5亿元的融资后,目标首选在国内A股上市,如果这一目标实现,龙文教育将成为首家在国内上市的教育服务类公司。投资界人士分析,单从规模、利润率等指标来看,以龙文的发展速度,未来两年内是有可能达到在国内主板上市要求的,但是龙文教育是否会因不符合素质教育和减负的政策导向而遭遇归真堂(活熊取胆争议)上市同样的困境?

“‘一对一’辅导的火爆,是当下教育现实的产物”,熊丙奇说,“李政道先生提倡‘一对一’精英教育,他强调‘要创新,需学问,只学答,非学问’。而现在的‘一对一’辅导,则‘只学答,不学问’,把学生回答标准试卷的分数从50分提高到80分,就

是硬本事。他们要真的搞个性教育,激励学生探究、创新,只怕家长反而不送孩子去了。”

就算家长只想花钱买分,也未必能如愿。据某媒体报道,太原市一位赵女士为孩子中考报了“一对一”辅导班补习数学,经过一段时间的补习,孩子在班上考试成绩反而下降了,赵女士找到培训机构,公司人员告诉她,没有那么快见效,要有耐心。结果经过两个月补习,孩子的数学成绩由中等水平掉到了班里排名倒数,而没有辅导的其他科目反倒维持在原有水平。

对于类似现象,陕西省汉中中学副校长黄兆全认为,培训机构辅导的内容大多与学校里的教学内容是重复的,很大程度上影响学生的正常学习复习计划,有的学生因负担过重、学习倦怠而导致课堂精力分散,造成学习低效甚至无效的结果,这是完全有可能的。

家长花了高价钱,学生补了课外丢了课内,岂不冤枉?

黄兆全副校长告诫家长,不是每个学生都适合“一对一”辅导,不要盲目跟风。从教师的专业化能力、职业责任感到教学的软硬件条件,学校都优于绝大部分社会培训机构。学生每天至少有七八个小时的在校学习时间,课外还得做预习和巩固练习,更需要参加一些促进身心健康发展的文体活动,除少数特殊情况外没有必要参加“一对一”辅导,过重的负担可能让学生产生厌学心理,适得其反。

5 什么是真正的个性化教育?

对于培训机构高擎的个性化教育大旗,专家们认为,首先要搞清楚什么是真正的个性化教育,这样才能不被别有用心机构忽悠。

北京市海淀区教科所所长吴颖惠说:“个性化教育应以提高人的素养为目的,根据学生的兴趣爱好,为学生量身定制个性化的学习计划,对学生学科知识、情感态度和价值观、能力、素质等进行全面培养。但是目前大部分培训机构开展的‘一对一’辅导,仅仅是一种学科业辅导,并且应试的成分比较大。‘一对一’辅导不等同于个性化教育,这完全是两回事。”

“真正的个性化教育应该强调学生个性和兴趣的发展,要分析学生的个性,这和分析学科的弱项是两回事,要创造环境鼓励其个性发展——音乐好的就选学音乐、美术好的就选学美术,而不是放弃兴趣主攻中高考相关学科。”熊丙奇说。

“一对一”辅导培训说到底还是市场行为,这不能全怪培训机构,家长起着决定性的作用,而家长的选择是从传统的应试教育观念出发的。”学业规划专家张恒亮说,“每个学生都有其天赋和特长,社会对人才的需求也是多样化的。个性化教育要做的,就是帮助学生开发出属于自己的职业潜

能及生存发展的素质,从而实现各归其位,人尽其才。”

熊丙奇还认为,要真正实现个性化教育,必须改革当前升学考试单一的评价体系,让学生的个性、特长有广阔的发挥空间,让学生们对未来的发展有充分的选择权,包括选择教育、选择学校、选择教师,只有每个个体受到尊重,才有个性化教育的可能,把形式上的“一对一”教育视为个性化教育成为一种误解,倘若这样的个性化教育成为主流,中小学生的学业负担将会更加沉重,个性将被学科成绩扼杀,创新人才更难出现。

那么,在当前现实状况下,体制内的中小学校在推进个性化教育方面是否无能为力?那也未必,很多中小学校都在积极探索。吴颖惠介绍说,目前中小学课改已全面推进,其中增设选修课是满足学生个性化选择的新探索,还有国家、地方、校本三级课程的设置、按照学生不同学业水平布置不同层次的作业等,这些办法已经在很多学校实施并取得较好的成效。

吴颖惠和黄兆全都建议,学校应想通过多种渠道加强家校之间的沟通,引导家长树立正确的教育观念,正确处理学校教育与校外培训的关系,不要“无病乱吃药”,也不要“病急乱投医”。