

健康快乐协作成长 红领巾游戏节“红”遍校园

本报记者 张伟



过这样的活动,给孩子们带去快乐,让孩子们在游戏中学习更多的知识,增加学习的乐趣,健康快乐地成长。

“增强了孩子的体质,让他们学会团结协作,磨炼意志,塑造健康心理,更提高了综合素质。”二里岗小学的赵晓娟老师说。“这些游戏很多都是孩子们自己开发出来的,我们希望孩子们在德智体各个方面都很优秀,这样的游戏我们会逐渐把它充实到课

间十分钟。”工人第二新村小学的孙百灵老师讲到。

孩子说:我很喜欢

刚刚跑完比赛的小雨眨着眼调皮地对记者说:“我当然喜欢这样的游戏啦。这些游戏都是需要我们同学之间相互配合,我觉得我们同学的关系比以前更团结,更亲密了。”

“这样的游戏活动,不仅锻炼了我们的身体,也丰富了课间活动,更让我们了解到好多奥运知识。”东三马路小学的李萌萌告诉记者。

家长说:我们很支持

在一旁观看孩子比赛的刘女士很高兴地告诉记者:“我的孩子很内向,不太爱和别的孩子接触,通过这些孩子们之间互动配合的游戏,她开始学会和别的孩子交流了。”

“这么有意义的游戏,我们家长当然很支持了,我们希望学校以后能经常举行这样的活动,孩子在欢乐的游戏中既锻炼了身体又增长了知识,呵呵,一举多得。”许多家长对此次活动一致好评。

日前,团市委、市教育局、市少工委共同举办了“喜迎奥运,健康文明,快乐成长”郑州市第四届红领巾游戏节。记者在郑州市不少小学采访时发现,孩子们对游戏节兴趣盎然,老师们也是热情高涨,家长们更是大力支持。

“加油!加油!”孩子们以班级为单位,被分为一个个小组,各就各位,只听裁判一声哨响,他们都争先恐后地冲出起跑线,跳障碍、踢毽子,最后冲向终点,贴上奥运五环标志。拉拉队的孩子们忍不住站在了凳子上为伙伴加油呐喊。这是4月10日下午,在工人第二新村小学的运动场上,同学们在比赛“人人争当火炬手”时的场景。

为庆祝“六一”国际儿童节,迎接2008年北京奥运会,在广大少年儿童中宣传奥运知识,弘扬奥运精神,进一步推动“红领巾迎奥运快乐课间”活动的深入开展,日前,团市委、市教育局、市少工委共同举办了“喜迎奥运,健康文明,快乐成长”郑州市第四届红领巾游戏节。记者在郑州市不少小学采访发现,孩子们对游戏节兴趣盎然,老师们也是热情高涨,家长们更是大力支持。

老师说:游戏很有意义

工人新村第一小学少先队中队队长马萍老师接受采访说:“孩子们平时学习压力都很大,我们希望通

教育短讯

●4月11日下午,金水区文化绿城小学邀请儿童教育心理学专家刘林就如何提高小学生注意力,为该校的学生家长作了一场讲座。会上,刘老师和孩子们进行了热情的互动,并当场对孩子的表现进行了分析;从注意力的五大品质和注意力影响孩子哪些方面的学习能力与家长进行了交流。 邵婷婷

●4月,是金水区经三路小学的科技活动月。学校号召全体学生读一本科普书、讲一个科普故事、画一幅科普画、听一场科普报告、做一件科普作品、写一篇科普文章,以及相关科技实践活动及科技创新活动。活动开展以来,有数名同学又参加了省市青少年科技创新大赛,有的作品已被选送参加全国比赛。 徐丽 周午寅

●日前,管城区实验小学、圃田中心小学各中队开展了“绿色中队,温馨家园”活动,少先队员们利用一盆花、一株草布置生物角和科技角,优美的环境使师生心情愉悦,使教室充满春的温馨。 李茜

●郑州师附小日前选派了连续两届获得郑州市百名“名教师”的刘雁华老师、骨干教师张朝霞老师和苗迎春老师来到与郑州师附小交流结对的中原区张庄镇中心小学,送课下乡,并作了报告。 翟兰玉

●近日,市第74中学接待了北京80中相关人员,就“理解教育”实验的情况进行交流学习。第74中学自2006年2月正式引入华东师大熊川武教授主持的“理解教育”实验,成为河南省第一所开展“理解教育”的实验学校,在校园文化建设、课堂教学及德育教育等方面进行了深入地研究与实验。 任献堂 赵凯丽

●4月10日,惠济区东风路小学、金桥学校“文明小使者”在辅导员的带领下,以社会小公民的身份积极投身到创建全国文明城市活动中。 崔永丽 马伟亭

●4月13日,市第13中学舞楼文学社的同学到荥阳市贾峪镇王村小学,开展“献出一片爱,留下一份情”的下乡送温暖活动。 刘媛媛

●近日,来自香港渡森服饰、宋河酒业、冰王药业的一大批企业高管到郑参加翰联管理公司举办的“商务谈判与沟通技巧”专题培训。据本次主办方翰联管理咨询公司总经理王玲雪介绍,随着中原崛起,河南企业高层管理者的学习欲望、培训需求逐步加大,因企业正常工作时间业务繁忙,翰联公司特意选择节假日及周六、周日举办各项教育培训,如MBA、营销总监等,切实帮助河南企业高管提升管理能力。 张伟

图片新闻



4月14日,金水区金燕小学组织同学们参观了郑东新区。在亲身感受现代、文明、和谐新气象的同时,帮助环卫工人捡拾草坪上的杂物;用手中的画笔描绘新区美丽的风景;还举行了宣誓仪式,纷纷表示要积极参与我市创建全国文明城市活动,营造文明和谐环境,成为创建全国文明城市的小宣传员。 陈亚洲 朱喜玲



4月12日,金水区十里铺小学组织年轻教师开展了“迎奥运、文明行”的文明风尚活动——沿郑汴马拉松之路宣传文明奥运。青年教师们在此次活动中,都以饱满的热情和顽强的毅力坚持到了终点。 海建利

校长论坛

“家”“校”互补 让孩子成人成才

青少年要健康成长,家庭教育不能缺位,除了学校的老师和同学,孩子接触最多的就是父母,有一项调查显示,67%的家长首选子女“成龙”、“成凤”,而选择“作为一个品德高尚的人”的比例只占33%,对于选择后者家长而言,这也只是一种意愿,在中考、高考的压力下,到了具体成绩面前,家长到底会怎样要求孩子,也不好说。有些家长教育孩子有些急躁,看到孩子成绩不理想,就埋怨,总是恨铁不成钢。如何做一名好家长,可以概括为:好父母都是学出来的,没有天生的成功父母,也没有不需要学习的父母,成功的父母都是不断自我学习提高的结果。好母亲防患未然,而不合格的母亲是,孩子的问题已经很严重了,甚至老师都已经找孩子谈话了,她还没有意识到问题的存在。进入了21世纪,信息社会对人的素质要求越来越高,任何岗位都要求培训、考核,但似乎只有生养、教育孩子不需要培训,好像自动就会上岗而且永远不会下岗,其实这种认识是错误的。每一个人在做父母之前都要学习有关的知识,关于怎样做父母的意识和知识准备得越早越好,越充分

越好。好孩子都是教出来的,我接触过许多优秀的父母,他们的一个共同点就是在教育孩子上费尽心思,有些人可能会说,有那么多父母大字不识一个,不也教育出好孩子了吗?其实,文盲并非不会教育,这些父母同样是教育孩子的高手,他们懂得教育科学,懂得从何处下手。好习惯都是养出来的,孩子的问题大多不是孩子自身造成的,而是父母问题的折射,父母常常是孩子问题的最大制造者,同时也是孩子改正错误与缺点的最大障碍者。当务之急的不是教育孩子,而是教育父母,没有父母的改变就没有孩子的改变。没有不想学好的孩子,只有不能学好的孩子;没有教育不好的孩子,只有不会教育的父母。好成绩当然是学校老师带出来的,但在应试教育竞争如此激烈的今天,这些好成绩正越来越多地浸透着父母们的汗水。好成绩都是帮出来的,应试教育是学校和家都回避不了的问题,需要学校和家长们共同适应。应试教育与素质教育并不矛盾,没有应试能力的素质教育不是真正的素质教育

因此,帮助孩子适应应试教育也就成了父母的一份应尽义务。好沟通都是听出来的:第一个步骤是倾听,就是让孩子把话说出来,并且听懂孩子话里的真实意思。第二个步骤是理解,就是站在孩子的角度想想是不是有道理,结果往往是没道理的。第三个步骤是建议,就是有道理孩子并不一定能采取正确的行动,因此父母这时应该给以建议。好成就都是“化”出来的,智力不是最重要的,比智力重要的是意志,比意志重要的是品德,比品德重要的是一个人的胸襟和抱负。意志、品德、胸襟等这些最重要的因素不是通过父母的说教等“显教育”就能产生效果的,而是通过父母的行为即“潜意识”化进孩子的血肉里。因此孩子是站在父母的肩膀上的,父母能走多远,孩子就能走多远,父母能有多高,孩子就能有多高。让孩子养成大襟怀的最好方式除了父母能做好表率外,就是让孩子多读名著,多读伟人的传记,让孩子从小小学用伟人的眼光来看待社会和自己。 郑州101中学校长 钱锋

改革创新 特色办学: 推进素质教育的不竭动力

作为一个教育工作者,应该关注学生的未来发展和终身幸福,积极推进素质教育,然而现实又不得不直面来自残酷的升学压力。许多学校在生存面前,不得不放弃或暂时搁置自己的教育理想和追求。如何正确处理好素质教育与升学教育的关系,既达到家长的期盼,让学生顺利考入大学,同时,又积极适应社会对人才需求的新标准,全面提高学生的综合素质,为学生的终身发展负责。这既是我们面对新课程改革不容回避的新课题,也是顺应时代发展、社会需求的必然选择。我们应该看到,纯粹的升学教育决不是素质教育,但素质教育并不是不抓教学质量,不讲升学率。素质教育不能和应试教育对立,应试能力其实也是素质的一种具体表现。要想把升学教育与素质教育紧密结合起来,就必须不断的进行教育创新,走特色办学之路。我们认为,教育创新和办学特色应定位在摒弃单纯追求

升学的应试教育思想和行为,实践多元智能理论,重视学生非智力因素潜能的开发,关注学生的终身发展上。真正关注每一个学生的健康成长,提供适合每一个学生智能特点及个性特长的教育方式,让每一个走进校园的学生的才华都得以发现,让每一个学生的潜能都能得以开发和发展,实现素质教育与升学教育的完美结合,从而实现教育的创新——不为教育而赢得教育,不为教学而赢得教学,达到学生全面发展、教师专业发展与学校持续发展的三位一体的发展目标。用教育的智慧和智慧的教育全面推进素质教育。具体来说,即教学上通过“问题探究,训练拓展”主导教学模式的探究实施来提高教学的针对性和实效性,全面提高学生的学习能力,提高教学质量;德育上通过学生的自我教育唤醒学生自我成长的生命意识,促使学生在性格上不断完善自我;教师培训上通过课题带动不断促进学习型教师团队建设,以教师的发展推动学生

的发展,学校的进步;学生特长则通过丰富多彩的兴趣社团促进学生的个性发展。特色就是品牌,特色就是标志。要想在教育均衡发展发展的今天站稳脚跟,生存发展,就必须有自己的办学特色并形成独特的竞争力。郑州中学在特色的定位上突出国际化特征与素质教育特征。国际化教育不只要在理念上与国际同步,更要在实践上进行深入探索与创新。在原有的国际文凭课程基础上进一步加大实验力度,扩大实验范围,同时,进一步拓宽发展渠道,构建多层次、全方位的国际教育体系,开设高中国际预科课程,为学生拓宽成才渠道,努力做河南省基础教育课程改革的先行者,打造河南省基础教育领域内品牌化的国际化教育。改革创新是学校推进素质教育的源头活水,特色办学是学校发展的强大动力。教育必将因创新而蓬勃,校园也必将因特色美丽! 郑州中学党总支书记、校长 高正起

豆苑土锅: 最是那浓浓的“乡土”美味

如今,人们在吃上开始追求特色,航海路与郑密路路口的“豆苑土锅”便是这样可以让人们吃上无数次还惦记的地方。

豆苑土锅来自我国烹饪始祖伊尹的故乡——河南杞县。伊尹,商政权中赫赫有名的开国元老,不仅是中国历史上第一位名相,也是公认的烹饪始祖,他依照“五味调和”的理论创制的食疗方和汤剂在我国饮食界成为佳话。

豆苑土锅是伊尹的后人依照他的“五味调和”的理论经历朝代不断创新改进研制而成的,风味独特,嫩滑润,老汤鲜美,是食之不厌的特色美食。这里的系列土锅不采用现代工艺,而是用古老的传统方法加工,锅一律是生铁锅,火一律用木柴,慢慢加热,文火慢炖,富有浓郁的乡土气息,成品土锅刚刚上桌,掀开锅盖,浓浓的菜香伴着淡淡的木柴香扑鼻而来,让你满口生津,回味无穷。尤其值得称道的是这里的土锅经济实惠,一个土锅30元左右,分量足够两个人吃,是家庭聚会、生日宴会的理想场所。

除了系列土锅及各色土锅饼,这里的另一美食当属石磨豆腐了。用传统的石磨加工的豆腐,不仅有股淡淡的清香,而且薄平细嫩,吃起来特别有韧劲,在锅里无论怎么翻炒,也不会碎烂,掂起豆腐的一角,来回晃动,豆腐也不会断,吃石磨豆腐,既美味又健康,是到店顾客必点的一道菜,再配以当地传统方法制作的酱菜、酱豆,的确是真正的富有乡土气息的美味佳肴。 王原

传统与现代的完美结合 王老吉演绎凉茶神话



自1828年王吉创建王老吉凉茶至今,已经有180年历史。在凉茶发展的长河里,王老吉凉茶,将传统文化与现代科技完美结合,演绎了一段跨越历史的百年神话。

凉茶作为岭南特有的一种饮食文化,起源于广东。广东地区属于典型的亚热带气候,炎热潮湿,很容易令人“上火”,先民们为了除湿去热,便将一些清热消暑、去湿解毒的中草药配成各式各样的具有“秋冬防秋燥、春夏去暑湿”作用的凉茶。

风靡百年 王老吉凉茶悬壶济世

清道光年间,广州爆发瘟疫,疫症蔓延。“王老吉凉茶”创始人王吉研制出一种凉茶配方,不仅解除了乡民的病痛,也帮助乡民躲过了天花、疫症等灾难。从此王吉声名大振,被文宗皇帝召入皇宫,封为太医院院令。咸丰三年,王吉在广州开设凉茶店,命名“王老吉”。

广州一带是商家云集之地。那些在生意场上因争执而“上火”的,在烈日下干重活的,在应酬中饮酒过多的,在长途贩运中中了暑湿的,烧烤煎炸食物吃多了的或有喉痛脑热的,都喜欢花两文铜钱买一碗王老吉凉茶消解。因此,很快在全市出现了很多王老吉凉茶的小贩,成为广州一大景观。喝凉茶成为当地居民的生活习惯保留了下来。

而今,王老吉凉茶已经从传统凉茶铺走出来。加多宝集团旗下红色罐装王老吉凉茶保留了传统草药熬煮工艺。该工艺经现代科技手段提取草本之精华,提取液经过滤后经科学工艺有机调配成一种口感适中、携带方便、适应时代要求的罐装饮料,彻底改变了守着茶铺喝凉茶的传统习惯,使广东这一传统产品突破了凉茶铺只有2.5公里销售半径的局限,开始行销全国。

每一罐王老吉都原汁原味,滴滴传承上古精良品质,经过市场的淬炼成为今日的时光国粹饮品并掀起一股新的消费潮流。现如今,凉茶已经如同茶文化和酒文化一样,成为尽显中国特色的一种文化,这种文化正在被越来越多有着不同文化底蕴的人们所了解和喜爱。

完美结合 传统凉茶演绎现代神话

早在2003年年底,红色罐装王老吉凉茶就成为中央电视台自1995年开始招标以来中标的中国传统凉茶饮料第一品牌。这成了红色罐装王老吉进军全国市场的冲锋号,吹响征战全国市场的号角。到了2007年,广东加多宝饮料食品有限公司更一举夺得“中央电视台2007-2008体育赛事直播”节目合作伙伴的称号,其强大的整体实力与市场发展的战略眼光不言而喻。

时至今日,身为“非物质文化遗产”的王老吉成为凉茶神话的缔造者,不仅以功能性吸引国内外人士,更以其充满了内涵的品牌形象满足了消费者对品位的追求而成为一种象征。目前在国内,王老吉凉茶已经在全国31个省市包括港澳地区热销。在东南沿海,当地居民结婚摆酒,宴席上一定要有红色罐装王老吉,成为一种喜庆的象征。

而在海外,红色罐装王老吉凉茶已经远销东南亚、欧美市场,在美国、英国、加拿大和澳大利亚等地均有不错的销售业绩。王老吉强劲的势头让加多宝集团在2007中国成长企业总评榜上名列前茅,并一举斩获“最具成长性绿色产业奖”。

举目全球市场,凡是经久不衰、始终热销的品牌必然具有独特、深厚的文化内涵,使这些品牌具有持久的扩张力。有关专家综合消费心理、行业发展、市场空间等因素分析认为,凉茶有望在三年内成为国内唯一与可口可乐抗衡的民族饮料产业。

在诸多饮料品牌、品类中,王老吉凉茶可说是代表了一股新势力,以其迅猛的发展势头向世界展示中国凉茶百年来的悠久历史文化内涵,而这也是凉茶由民族饮料有望成为世界饮料的重要基石。进入2008年,中国人的百年梦想即将实现。在这个对中国来说具有特殊意义的盛世,红色罐装王老吉是否将超越自己的神话?加多宝集团有关负责人表示:“加多宝愿意与其它同行一起将凉茶饮料这块‘蛋糕’进一步做大,实现双赢和多赢,共同将有中国民族特色的凉茶文化发扬光大。” 刘文旭