

外出受限, 就做“线上家教”

“到这里还有不明白的地方吗?”“没有, 我知道了。”回答提问的, 是日本爱知县内一所私立高中备战高考的考生。他看着自己的智能手机, 一边聊天一边记笔记。而在视频的另一端, 则是来自名古屋大学医学部的三年级学生。前者正在通过一款APP从这名校大学生家教那里接受在线学习指导。

不见面也能上课

他们用的这款应用程序是东京的一家公司和在校大学生共同开发的, 其契机正是来自在日本依然严峻的新冠疫情带来的影响: 人们对外出不得不采取克制的态度。“在因新冠疫情而难以直接见面的条件下, 如果能制作出应用软件, 让有困难的学生和有空闲时间的大学生老师不直接见面就能上课, 我觉得会很很有用的。”这是开发该应用程序的东京CATE公司代表寺岛一裕在接受日本CBC电视台采访时说的话。

自新冠疫情暴发以来, 中国的在线教育体系发展迅猛, 令日本的教育界人士大为感慨: “日本的在线教育水平与中国差距悬殊, 长此以往将动摇国本。”

好在日本经济产业省随后推出了“未来教室”项目, 希望举日本全国教育科技工作者之力, 为停课居家的学生提供学习机会。不过, 据日本文部科学省2020年4月16日发布的数据显示, 日本只有5%的地区在中小学、高中教学中引入了交互式线上教学模式。但

在公立学校以外, 新冠疫情却使得日本课外辅导机构的在线教育服务迅速普及。各大课外辅导机构都趁势大推在线教育服务, 在家长和学生中争取客户, 同时也吸引了大量在校大学生参与从事线上家教。

授课双方都获益

“线上家教”最早于2009年在日本出现, 一直不温不火。新冠疫情下, 目前“线上家教”的市场几乎已替代了线下面对面教学的份额。学生可通过APP选择授课老师, 然后决定学习时间和科目, 老师答应的话就可以上课了。学费一般由老师设定, 每小时上课费多为2000至3000日元。

日本《关西华文时报》社长黑濑道子认为, 日本线上家教流行有几个原因。第一, 主要是疫情严重, 要避免面对面交流。第二, 疫情迫使很多饮食店减少人手或缩短营业时间甚至关门, 原来在饮食店打工的大学生因此而失业。他们重新找工作时, 这种线上就能做的工作最受欢迎, 稍有名气的大学的学生选这种工作的

很多。而家教公司以前都得通过派遣公司才能招聘家教, 现在直接就能聘请到名校大学生, 当然更加乐意。也有一些大学生自己通过某种渠道找到家长, 然后直接在线上辅导高中生。对于习惯了使用手机和平板电脑的年轻人来说, 这种线上授课的方式无疑是轻车熟路的事情。第三, 对于日本家长来说, 让孩子接受线上家教的好处也不少, 比如家教老师直接来到家里的话, 有时候需要倒茶, 有的家长还会提供甜品, 有的家长会提供餐食, 而且事先事后还得打扫房间, 这些都是挺麻烦的事情。所以, 家教不来到家里, 家长反倒轻松了许多。此外, 线上家教在日本迅速火爆还有一个缘由: 在日本, 大城市的孩子找比较有名的大学生当家教比较容易, 但在比较偏僻的地方, 周边没有好的大学或机构的话, 想找一个好的家教还真不容易。线上家教的普及, 成为这些学生的福音, 超越了地域的限制。

丛中笑



大学生正在线辅导功课

激流木筏 再现伐木工生活

很多人体验过漂流, 但要说乘坐木筏漂流, 机会就太少了。因为过去这只是伐木工人砍伐木材后, 通过河流运送到集散地的一种运输方式。而在日本, 就有一个被称为“秘境”的村落, 这里是全日本唯一的飞地村, 也是在日本唯一玩得到激流木筏(见上图)的地方。

这个地方就是和歌山县北山村, 只有500人左右居住, 山林占据了97%的面积。原来, 北山村虽然隶属于和歌山县, 但却被三重县和奈良县包围, 与和歌山县哪个市町村都不邻接。过去, 这里因盛产优质杉树, 林业发达, 而砍伐的木材只能通过河川利用木筏运到木材集聚地的新宫, 持续了近600年之久。北山村的居民多半是筏师, 新宫的人口则以木材商人为主, 大家是一种共存共荣、剪不断的关系。

后来, 日本废藩置县, 新宫被编入和歌山县, 本来从地理上属于奈良县的北山村村民觉得“如果新宫进入和歌山县的话, 我们也一定要去”, 于是北山村就划给了和歌山县。

随着交通方式的改变和社会的发展, 现在已经不再需要通过木筏运输木材了, 但原先的木筏技术流传下来了, 演变成独特的“激流木筏”旅游项目: 将采伐的圆木组编在一起, 运到河口, 再由木筏师以具有600年历史的、勇猛娴熟的划桨技术沿着北山川的急流上冲下来; 游客则可以乘木筏观光, 全程共70分钟, 其间会经过水流较湍急的区域, 也有供游客慢慢欣赏沿途风景的河段。“激流木筏”自1979年作为旅游项目推出后, 大自然的神秘和无法预料的惊险, 令它好评如潮, 每年吸引大批游客体验这一日本传统项目。

“激流木筏”仅限于每年5月到9月体验, 其中5、6月的营业时间仅在周六、日及公众假期, 7至9月则除了周四外, 每天营业。另外, 项目完全采用预约制, 需要提前通过网上或电话预约。 莉央

全球首家LV咖啡 打工者也喝得起

一般人是不大会轻易走进路易威登(LV)专卖店的。但如果问你“要不要来一杯LV咖啡”, 那估计就会感到好奇而不是担心喝不起了。

在日本大阪市中心的御堂筋, 有日本最大的LV旗舰店——大阪御堂筋店, 在它的顶层设有全球唯一一家LV咖啡店。这家旗舰店是2020年2月1日开业的新店 Maison Osaka Midotsuji, 总共7层, 外观看起来像纯白色的帆船(见上左图), 灵感源于日本传统渔船, 是由日本建筑师青木淳和纽约设计师彼得·马力诺共同操刀设计的。旗舰店开业当天, LV就与日本名厨须贺洋介联手, 在顶层开设了首间既有室内也有露天平台的咖啡店 Le Café V。

LV咖啡的室内部分(见右图)延续了LV的传统, 融合了众多的艺术设置, 又时尚又温馨, 有着强烈的艺术氛围。而它使用的桌椅, 也都是LV的家具。不过与LV的其他产品不同, “Le Café V”咖啡店消费在1500日元至3000日元(约合90元至184元人民币)。虽然定价高一点, 但基本上是人人都喝得起的。

这里咖啡的味道、拉花也相当经典, 价格划算。有一款LeCafeV拿铁艺术系列, 据说其中添加了以传统法国糖果橘子为灵感的鸡尾酒

Sweet&Bitter, 咖啡师还专门做了LV logo拉花, 颇受欢迎。除咖啡外, 店内也会供应日本当地茶饮特色。只是去喝咖啡, 包括打工者在内, 估计谁都喝得起, 不过想到LV专卖店通常采取一对一服务的形式, 如果只是去喝杯咖啡而不买别的东西, 估计不少爱面子的日本人也得纠结一番。 李苇杭

近日, 现年45岁的日本亿万富豪前泽友作宣布, 将于2023年组织一趟有10至12人同行、其中8人通过海选从公众中挑选的绕月旅行, 全部费用由他本人承担。



绕月所搭载的重型运载火箭“星舟”, 预计需耗时3天飞抵月球, 然后绕月球轨道飞行, 再用3天时间返回地球。名为“亲爱的月亮”的该项目官网开放的预注册至3月14

日已结束, 3月21日起海选, 5月底进行面试和体检。选拔标准, 一是入选者有借助“进入太空”提升自己爱好的“活动”; 二是必须“愿意且有能力帮助其他乘客”。 五米酱

日本华人向你推荐

京都「御发神社」, 日本只此一家 脱发困扰者为头发祈福

在日本, 有一家饱受脱发、掉发困扰的人士必拜的神社, 那就是全日本唯一的京都“御发神社”(见下图)。“御发神社”位于京都嵯峨野小仓山, 离龟山天皇的御陵也不远。虽然规模不大, 但一年四季都有很多人为了自己能拥有一头浓密的秀发前往祈福。来自日本各地的美发师、美发学校学生也络绎不绝地前去参拜。

那么, “御发神社”吸引力何在? 又是怎么来的呢? 原来, 神社的祭神藤原采女亮政之, 被认为是日本发型设计师的鼻祖。据说, 此人和龟山天皇有着非常深的缘分, 是龟山天皇时代保护皇室宝物的守护武士藤原基晴的三儿子。有一天, 皇室的宝刀不见了, 藤原基晴就带政之一起出外寻找。长期在外, 为了生计, 政之就为所到之地的民众梳理头发。他手艺好, 因而声名远播。

父亲去世后, 藤原采女亮政之移居到镰仓, 被幕府将军重用, 成为御用“发结师”, 这就是现代“美发师”在日本的起源。藤原采女亮政之去世后, 日本美发业者视其为开业鼻祖, 在长野县善光寺为他建起墓碑; 此后, 为祈祷敬发和得到始祖的保佑, 又把他的忌日——17日作为每月的休息日。

在京都建的这个“御发神社”, 则将藤原采女亮政之供奉为御发大神。不少日本人会专程到这里“献发”, 神社的工作人员会帮你剪下一小撮头发, 装进特定的献纳纸袋, 到发塚供奉起来, 祈求保佑头发健康茂密。理发、美发和美容行业从业者也会前去寻求保佑生意兴隆。当然, 这里也有各种有护佑作用的“御守”, 作为纪念品出售。小乔

