

关注

“00后”进军家政业 注入高端新动能

□胡建兵

江苏无锡的“00后”女孩小冯,近日辞去了稳定的幼儿园教师工作,携手伴侣一同踏入家政行业,开启了人生创业新篇章。她的创业项目迅速吸引一批志同道合的年轻人加入,形成一个五人团队,为传统家政行业注入新活力。(5月10日西部网)

随着我国人口老龄化进程加快,对“一老一小”的照顾是许多家庭中无法忽视的问题。家政服务已成为城市里很多家庭的“刚需”,对高品质家政服务的需求越来越大。

在普通人的习惯性思维中,从事家政服务的群体大多是一些文化水平不高、家里比较穷,或者年纪比较大、难以找到其他好工作的人员,这行业对职业素质条件要求不高,只要人能吃苦耐劳,不怕受委屈就行。

当前,随着“00后”大学毕业生进军家政行业,很多人认为这是大材小用,属于人才资源浪费。实际上,家政行业也要与时俱进,不能用传统的思维去考虑现在的家政市场,认为家政服务只是带孩子、照顾老人,帮助烧饭、打扫卫生等,这种思维早已不合时宜。

家政行业是一个较为特殊的行业,服务的对象大多是老人和小孩,这需要强烈的责任心和较高的道德水准。“00后”进军家政行业,让“高端家政”之门越开越大。一些“00后”大学生选择家政专业学习,说明喜欢这个专业,也有爱心。他们毕业后从事家政工作,更会潜心地对被照顾对象进行“察言观色”,善于发现被照顾对象的所思所想,用一些更科学、智能的手段去服务被照顾对象,让他们得到更加体贴周到的服务。

相关资料显示,我国现在共有122所院校开设了125个家政相关专业,但学生不足2000人,高端家政人才缺口达20万,而家政从业人员缺口更是达3000万。有句古语,叫做“人尽其才,物尽其用”。作为高端人才,可选择的岗位肯定很多,但高端人才进军家政行业,在不断探索后,可以开设更加专业化的家政服务公司,在家政行业内闯出更多独特的路径,办出更多让人耳目一新、鲜活有生命力的“家政公司”,改变现在一些家政公司简单粗暴的服务乱象,有利于提升家政行业的市场标准,从而推动家政行业高质量健康发展。

“00后”进军家政行业是个积极现象,说明这些大学生觉得自己从事家政行业并不丢人,而是在做有意义的事业。实际上,家政从业人员应该向年轻化、高学历方向发展,才能更高质量地满足家政市场各种不同的需求,让家政市场管理更规范、更科学。全社会应该乐于接受这种新现象,共同消除对家政行业“低端化”的歧视和偏见。

高校“暖心饭卡” 资助更人性化

□刘天放

最近,云南农业大学部分学生惊喜地发现自己的饭卡里多出600元钱。这可不是“天上掉馅饼”,而是学校的一项暖心举措——隐形资助。“润物细无声”地给寒门学子“偷偷”打入饭卡补贴款,一方面照顾了贫困生的“尊严”,另一方面也温暖了寒门学子的“心”,此举受到全网称赞。

据了解,该校在多年资助工作中发现,很多学生确实存在生活困难问题,但出于自尊心等方面因素,不愿意主动申请困难认定。校方经过精心量化评估等方式,筛选出家庭经济困难学生,给予“静悄悄”地补助。这种资助方式无需学生申请,悄悄发放又精准到位,既缓解了学生经济压力,又保护了学生个人隐私。

学生饭卡里“偷偷地打钱”“悄悄地补贴”,这是资助贫困生的人性化之举,让贫困生既暖心贴心,又体面有尊严,难怪得到全网一致称赞。而从“暖心饭卡”可窥见,该校对于“送温暖”的用心良苦。如果层层筛选,肯定会暴露苦学生的身份,而“暖心饭卡”免除了层层审批的复杂程序,既体现了公平公正,又能精准帮扶。

云南农业大学并不是第一个往寒门学子饭卡里“偷偷”打钱的高校。据报道,从2016年开始,“南京理工大学‘暖心饭卡’”这样的消息频繁登上热搜。通过大数据精准筛选困难学生,对饭卡月消费低的学生进行差额补贴,直接打入学生饭卡中,目的是让困难学生有尊严地吃饱吃好。

高校扶持贫困生一直备受关注,而如何以恰当方式给予资助,维护学子的自尊心,一直是困扰高校的一个难题。“暖心饭卡”项目,提供了一种可操作、人性化的解决方案。由此,学校能在确保学生不受心理伤害的基础上,切实维护学子的尊严——“穷也要有骨气”,同时达到“送温暖”目的。

事实证明,此举不仅有助于解决贫困生的生活困难,更使其感受到公平、公正、尊重。当然,也要注意一些潜在问题,如大数据分析的准确性、补贴款的使用情况等,这需要做好监管,达到既定目的。

总之,“暖心饭卡”令资助寒门学子更人性化,这是无声的关爱,“暖胃又暖心”也让我们看到了高校在关注和扶持贫困生方面的积极有为。

均衡编班 回归教育本位

□黄祖祥



近日,泉州市教育局发出通知,今年全市所有公办、民办初中学校规范实施均衡编班,所有初一新生纳入分班范围,并采取统一软件均衡编班,确保各班级生源和任课教师团队基本均衡,严禁以任何名义设立重点班、快慢班,共同维护公平、有序、和谐、健康的教育环境。

初中学校重点班、快慢班能否存在,早就有官方答案。在2006年新修订的《中华人民共和国义务教育法》中就规定,“学校不得分设重点班和非重点班”。

然而,在“上有政策”面前,不少地方“下有对策”,校方私下设立“改头换面”的“实验班、火箭班”来提前招生、掐尖招生,饱受社会争议。很多家长认为,在义务教育学校用考试分数进行分班,把优质教育资源集中在少数优秀学生身上是一种“贴标签”行为,光环与阴影的对比,会对占比更多的普通学生带来心理打击、竞争压力,违背了素质教育的宗旨,而且存在暗箱操作乱象,催生加剧了社会上在“择校焦虑”之外的“择班焦虑”。

因此,实施规范招生、均衡编班,

成为保障起点公平、优化教育生态、缓解升学焦虑的关键举措,这也是大势所趋、民心所向。以泉州今年开展全市初中新生均衡编班工作为例,事实上基层多年来已开展许多有益探索,此次提出的新举措旨在进一步推动初中新生均衡编班全面落实。由市教育局提供统一编班软件,全市初中学校统一使用该软件,学校把新生按照“班生额、男女比例、入学摸底成绩”等因素进行基本均衡分配,把教师按照“业务水平、年龄结构、综合素质”等因素进行均衡搭配,能够实现基础公共教育资源的均等化配置,让义务教育回归本位,实现有教无类的教育理念。

当然,也有人认为,取消重点班、快慢班后,不能对学生因材施教,会导致优秀学生“吃不饱”、学习较差的学生“跟不上”的问题。这些观点看似不无道理,也是对教育公平、学生个体差异的多重审视,但实际上,均衡编班与因材施教并不冲突,反而是有机统一。

在义务教育阶段,就是将知识普及化、大众化,“公平”是一切的前提。然而,很多地方的基础教育却存在着明显的应试化倾向,一些初中学校设立重点班进行的所谓因材施教,实际上是因“分”施教,并未重视学生的个性和兴趣培养;有些学校的分层教育,也是一刀切按照考试分数对学生进行分类,把本意是尊重学生个性、扩大学生选择的分层教学,异化为传统的分快慢班教学。

公平不等于平均化、平庸化,因材施教也不是因“分”施教。作为学校管理者和教师,应当充分发挥主观能动性,设计不同主题、层次的教学内容,由学生自主选择,而非由学校按学生考试成绩进行分层。此次,市教育局公布的方案就明确提出,各县(市、区)教育局要指导学校强化课堂主阵地作用,切实提高课堂教学质量;各学校要强化课程意识,优化教学方式,坚持教学相长,注重启发式、互动式、探究式教学和跨学科主题教学;教师要精准分析学情,重视差异化教学和个别化辅导……这样实打实的举措,旨在打破以“精英教育”思维配置教育资源的怪圈,优化营造“让学生全面而有个性发展”的氛围,让更多的学生能够享受到优质教育,维护教育的公平性。

单一的评价体系、单一的成才选择,必定会加剧内卷化。在义务教育阶段,要给学生减负、要为学生减压,就必须消除将教育、学校等级化的固化思维。

当全社会都积极拥抱均衡编班、均衡发展的正确观念,学校、老师树立正确的教育观和价值观,家长树立正确的育儿观、成功观,我们的孩子就会真正享受到阳光教育温暖人心的力量,他们的人生选择也将更多元更自由。



近日,社交平台刮起一股新潮流——在办公室养水培香蕉,商家配送“禁止蕉绿”的挂牌,一串“蕉绿”成为当下打工人的“工位搭子”。有购买者称“养着养着从绿变黄,意味着焦虑化散”,“养蕉”成为年轻人最新的解压方式。(光明日报/文 视觉中国/图)

莫将低俗当“创意”

□林轩鹤



由于使用“用椰子擦乳”“南太平洋美女很少‘飞机场’”等广告语,椰树集团有限公司因涉嫌违反广告法被海口市市场监督管理局龙华分局罚款40万元。5月9日晚上,海南椰树集团发布声明,对其近期因广告含有妨碍社会公共秩序和违背社会良好风尚的内容和情形而被处罚一事,表达了“担心”和“不服”。(据《羊城晚报》5月11日报道)

椰树集团因多个广告宣传“打擦边球”“妨碍公序良俗”,已多次遭到监管部门的处罚,但椰树集团似乎大有“将擦边球进行到底”之势。近年来,一些商家为吸引眼球,屡屡打出低俗广告语,某楼盘曾经用一幅美女半裸上身的照片,打出一行文字“不能再低了”;苏州观前街观前街某湘菜馆曾堂而皇之打出宣传横幅:“不要告诉别人,你的肚子是被我搞大的”;还有一种涂料广告叫“好色之涂”,这些含有暧昧“性暗示”的广告,动不动就拿比基尼、胸围、“性文化”等做噱头,污染着社会环境。这种粗鄙化、低俗化的宣传方法,反映的是当事商家道德底线的失守。

这些打出低俗广告的商家,时常会说这是“创意”,而对处罚表示“不服”。这种表面上的“创意”,实际上是不惜牺牲文化责任与道德标准以谋求利益,背后折射的是一种畸形的利益观。

为何低俗广告屡禁不止?为何有的商家一犯再犯?一些商家明知打出低俗广告会受罚,依然通过低俗广告吸引眼球,力求达到广告效果最大化,或者通过低俗广告制造话题,使广告传播的力度扩大。这些“以小博大”的“生意经”,让低俗广告的底线“一低再低”。

发布低俗广告的商家因一切向钱看的价值判断,没有承担起社会责任,为了吸引眼球,玩起文字游戏,传递错误的价值观念,冲击社会道德底线。这些低俗广告带来的负面社会影响不可轻视,特别是对未成年人的影响让人担忧。孩子的世界是单纯的,孩子的模仿力也是很强的,一些小学生的组词或是作文里面出现一些低俗词眼,大多是受低俗广告等语言的影响。若不能及时、有力地整治这些低俗广告,会形成“破窗效应”。

一些低俗广告备受公众诟病,有的被证实内容不健康,商家却无所顾忌,毫不收敛,这固然有商家见利忘义的原因,也跟一些地方的监管执法不给力有关。对广告打“擦边球”,需要“以案释法”式制度化规则,同时必须重

拳出击、多管齐下。相关部门要认真履行对商家发布宣传内容的审查职责,强化对商家营销行为的监管力度,对发布低俗广告的行为,加大处罚力度,让广告成本不再“小”,让打出低俗广告的商家感到“疼”、感到“怕”,让他们为此付出沉重代价,明白这笔买卖并不合算。只有明确底线、制定细则、严格执法,才能让企业无空子可钻。

杜绝低俗广告,需要监管部门的宣导和管理,也需要行业规范、商家自觉。广告需要创意,以达到让人过目不忘的目的,但广告语更要避免低俗,商家应该加强行业自律和职业道德修养,需要担当起净化语言环境的责任。在信息大爆炸的时代,商家进行宣传,无可厚非,但应该有个“度”,应该遵守公序良俗。商家不管宣传手段如何花哨,如何具有吸引力,最终都应回归到真正的实力上来,回归到长远发展大计上来。靠低俗来取得关注,最终只会给人留下负面的印象,反倒会影响企业及其产品的形象。

坚守营销底线,致力于提升消费者的信任度,致力于提升自身的真正形象,商家才能真正赢得市场、赢得未来。



世相观澜

成绩按“闹”修改 荒唐任性

●西安某大学一名专职教师近日向记者反映,今年1月他所带课程期末成绩出来后,1名成绩不合格的学生家长以“影响孩子前途”“造成污点”为由,要求修改学生成绩,并对老师进行语言威胁。该校相关人员也多次提到该家长“有背景”,要求老师修改成绩。(5月11日央广网)

丁慎毅点评:家长对孩子在校成绩不合格有疑问,可以向学校申诉,提出质疑理由,由学校进行调查并反馈结果。但是这名家长却直接选择对老师进行威胁,放话“你如果还不让孩子过的话,我肯定跑到学校去跟你闹……”这种“校闹”行为导致该老师有段时间很担心自己和家人的安全问题,已经涉嫌寻衅滋事。真实登记学生成绩,既是老师的权利,更是为学生负责。这位家长荒唐任性之“闹”,反映出当前高校在“校家社”协同育人生态上还有短板。在大学阶段,学子要拼未来的人生前景,除了要靠自己的努力,更靠大学课程、高校体制、教育改革的新突破,全方位发展综合能力,享受丰富多彩的大学生活。在考试成绩方面,可以通过学业预警机制让学生加以重视。作为家长要尊重学校规则,学校也要保障家长应有的知情权。

劳模直播带岗 带动就业

●“欢迎大家来我们企业一起工作……”近日,在河南唐河县民营企业服务月招聘活动现场,该省劳动模范林素琴“化身”网络主播,诚挚向广大求职者介绍企业情况、用工需求、岗位待遇等,现场传授求职技巧,开展就业指导和答疑解惑。(5月10日河南工人日报)

周家和点评:求职者通过线上“面对面”,在劳模介绍推荐下深入了解岗位所需条件、福利待遇等信息,这种创新方式不仅扩大了招聘会的参与范围,也让招聘活动更加灵活多样。当天现场成功签订就业协议156份,劳模直播带岗的促进作用明显。劳模是职工的的优秀代表,也是职工学习的榜样。他们大多来自生产一线,更能体会广大求职者的所思所想,不仅增加相关岗位信息的可信度,还能为求职者提供职业规划等可行建议。求职者更愿意和劳模进行互动咨询,与企业招聘岗位“云牵手”的成功率也就会更高。这种劳模直播带岗值得各地学习推广,既能宣传优秀企业文化,又能提升求职者对招聘企业的信任度,促进招聘企业与求职者的双向奔赴,提高人员和岗位的匹配度。

防攀比运动鞋 徒增焦虑

●近日,有学生家长称,安徽淮北某小学给家长发调查问卷,征求家长对于“为防止攀比,学校拟统一为学生购买600元一双的校园健康运动鞋”的意见。对此,当地教育部门表示,此举只是为了采集信息来回复人大代表的议案。(5月10日央广网)

王军荣点评:目前,中小学生在大多穿着校服,其中一个目的就是防止攀比,至于学生所穿的鞋子则很少见到统一配置的情况。据当地教育部门表示,这仅是一份问卷调查,目的是回复人大代表的议案,学校也只是在采集信息。学校里的任何事情,哪怕在校方看来是微不足道的小事,在家长眼中,那都是大事。面对600元一双统一配置的“防攀比鞋”这件事,普通人都能看出它的“荒唐”,都能明白这极不正常。因为它违背了生活常识,也与大多数学生的家庭经济条件不相符。面对这种明显不合理的事情,根本没必要进行问卷调查和信息采集,给学生和家长增加焦虑。教育无小事,学校和老师的一言一行都会对学生产生潜移默化的影响,校方应尽量避免拨动学生和家长的紧绷的神经,切实维护校园纯净。

规范演唱经济 提升观感

●江苏省消保委近日发布《文娱演出市场消费投诉专项问题分析》,点出当前文娱演出的维权难点主要集中在:退票难问题突出,退票政策不合理;虚假宣传、诱导消费现象存在;部分门票遮挡视野,消费者维权难;黄牛倒票,扰乱市场秩序等方面。(5月10日扬子晚报)

何勇点评:去年以来,文娱演出市场日益火热,演唱会、音乐节呈现爆发式增长,随之而来的“拼盘”演唱会“注水”、退票手续费高昂、买到“柱子票”等问题时有出现,不仅直接降低了观众观看演唱会的体验感,损害了观众的知情权,而且严重影响了文娱演出行业的高质量发展。对“演唱经济”立规矩、定标准势在必行,才能构建更加健康、透明、公平的文娱演出市场生态。比如,增强文娱演出门票销售的阳光化和透明度,如实、完整公示座位位置等相关信息;规定明示演出最低时长、主要演员最低曲目数量;明确演唱会“划水”等侵权行为的赔偿标准,对涉嫌虚假宣传的演出主办方和“偷工减料”的演员应配套封杀机制。如此,看演唱会才能真正成为丰富大众文化生活、推动文化繁荣发展的重要动力。