



今日金评

“38封手写信”的意义,远不止看哭了所有孩子

从寒假起意,历时整整一个学期,1万多字,38封手写给孩子们信件,6月25日终于一封封地分发到宁波江东中心小学华光校区602班每个孩子的手中。在毕业典礼彩排结束后的40分钟里,教室里静静的,孩子们一起打开信封,展开信纸,读着读着,眼眶红了,哭出了声,走上讲台,轻轻地拥抱老师。(6月26日《宁波日报》)

“38封手写信”是一种深沉的爱。

每年一到分别的季节,班主任都会在“素质报告”上撰写对孩子的评语、希望。这是一种不错的教育方式,也是约定俗成的“教师必备”。

然而,我们也发现,虽然教师会给所有孩子书写评语,但评语内容都是“差不多”的。

“38封手写信”之所以能够看哭所有的孩子,是因为这位老师的用心。

老师细致地观察每位孩子,书写的寄语是有针对性的,就像是“私人定制”一样,每一位孩子的内容都是不同的,以至于书写这些“写给孩子的信”,用了一个学期,写了1万多字,每一个字都是工工整整的。这是对孩子浓烈的爱,这是对孩子炙热的情,这是一种教育基本情怀的回归。

给每个孩子写封信,针对他们各自的个性和特点,说说心里话,祝愿他们走好今后的人生路,这样的举动不仅让人感动。“38封手写信”,能够让每个孩子感受到文字之美、文化之美、认真之美、敬业之美、关爱之美。

“老师38封手写信”的意义,远不止看哭了所有孩子。如此毕业典礼会成为一生的记忆。

郭元鹏

一家之言

“女子半夜遭毆”引发反思:
如何善用监控数据?

漫画 朱慧卿

近日,一段一名男子当街殴打女子的视频在网上热传,引发各方持续关注,大连市公安局先后两次发布通报。目前,犯罪嫌疑人王某对其犯罪事实供认不讳,警方正在进一步工作中。(6月26日《北京青年报》)

网传“女子半夜遭到殴打”带来两个明显效果,一是持续关注带来的庞大流量,在网络和社交媒体广泛传播;二是带来社会对暴力与女性安全的广泛关注,网络上全民搜索“暴力男”,公安部治安管理局官方微博就此事发文,山西、广东、福建多地警方,积极跟进排查,推动了案件的快速调查处理。

然而,这并不是事件的终点,还有一个问题有待存疑廓清:是谁把视频数据放在网上?为何不第一时间向警方提供?当然,谁把视频数据放在网上,或许不那么重要,重要的是其把数据放在网上是为了流量还是为引起公愤去“缉暴”,抑或二者兼而有之,毫无疑问,其正义性会遭遇到功利性的拷问。同时,其传播有积极的一面,也带来了负面的一面,比如,个别的人身暴力违法犯罪透支了社会群体的整体安全感,以及给警方的介入带来被动和无谓的浪费,让警方被视频的舆情牵着走,这些显然不能小觑。

从这个意义来说,个案有很强典型性。随着监控设备的“白菜价”,民间监控能够拍摄到明显性质的暴力犯罪行为是大概率,这些数据如何规范管理,并纳入到治安信息体系,恐怕是一个值得思考的问题。如管理不慎,正义可能成为一种消费品。

这就需要从两个维度加以引导和规范。其一,将治安“群防群治”从传统引向网络,对于民间监控的信息,不能只是警方处警办案备查调用的存在,应变单向为双向,提供一个网络渠道,鼓励公民和民间组织将监控中发现的违法犯罪的视频数据上传,交由警方视同报警进行处理,强化联动参与治安管理的主动性;其二,规范这类视频信息的管理,设置必要的底线,比如所发现的明显的违法犯罪视频信息,未向警方报送不得在网络公开,以平衡秩序管理与社会监督的关系,实现双向约束。

木须虫

不吐不快

强制征用朋友圈,此风不可长

6月25日早上9点半,在渝北财富中心上班的何月(化名)第一时间把公司下个月活动的预热信息发到朋友圈,随后又在家族群发信息请大家帮忙转发,点赞。随后,她又发了一个5元的手气红包作为答谢。同样的微信对话,小何每天都要发到四五个群里,因为点赞数、转发数不够的话,公司会扣更多的钱。(6月26日《重庆晨报》)

对小何的无奈遭遇,很多人感同身受。

自从自媒体普及,朋友圈成为人们日常生活的一部分,很多用人单位都打起了强制征用员工朋友圈的主意,除强制员工自己点赞、转发外,还要求员工疯狂添加微信好友,完成一定的点赞、转发任务。完不成的员工,轻则挨训斥,重则被扣工资、影响晋升。

更值得警惕的是,尽管“强制征用朋友圈”严重干扰和侵犯了员工的个人空间和生活,引发舆论口诛笔伐,但这种不良风气非但没有得到遏制,反而有愈演愈烈之势,严重污染了朋友圈生态。现如今,朋友圈俨然成了广告圈,各种推广、宣传信息铺天盖地,让人应接不暇,但碍于情面又难以“拉黑”,只能跟着受罪。

员工朋友圈属于个人私有空间,用人单位无权侵占、征用。但不少老板眼里并不存在一条清晰的公私界限,员工下班后继续工作、私人空间宣传公司活动等侵犯员工权益的行为,被视为理所当然、天经地义。“上有政策,下有对策”,有人将朋友圈设置为“部分好友可见”,或使用两个微信号。但“道高一尺,魔高一丈”,有些老板不定期检查员工手机,根本没把员工的隐私当回事。

“强制征用朋友圈”看似笑话,实则包含着残酷的职场现实:为养家糊口,很多人不得不委曲求全,接受雇主提出的种种非理、非法的要求,合法权益被侵犯也只能忍气吞声。这种在虚拟空间侵犯劳动者权益的问题具有一定隐蔽性,尚未引起社会民众特别是监管部门的足够重视。

遏制这股不良风气显然不能依靠员工个人抗争,相关部门应创新劳动监管方式,跟上形势发展要求。同时,建议有类似做法的用人单位三思而后行,“强扭的瓜不甜”,与其强制,不如鼓励,哪怕是小小的奖励、小到一句口头表扬,也比强制高多了。

陈广江

昔日皇粮·长春大米

稻花香与黑土地孕育的清香



长春大米 从田间直供餐桌

播种、生长、收获、脱壳、运输……一季好米,带着秋天的味道,从遥远的长春田间直供各大城市的餐桌……

线下,长春市已经在上海、深圳、杭州、成都、宁波等诸多主销区建立了26家长春大米直营店,市民在本市内便可以品尝到低温冷藏、鲜米现磨的长春大米。

据了解,在上海颞桥区,君菲集团负责运营的“金米行”长春大米直营店销售一直不错。而“佰顺米业”的品牌“米管家”在上海1100多家BC类商超热卖。

在杭州,位于余杭区良渚街道“万科拱宸”的长春大米卓然直营店已成为长春大米的体验店。消费者可以在店内品尝到十几种优质特色长春大米。据了解,长春大米因其弹、软、润、滑、香的好口感,一直受到杭州市民欢迎,无论是在超市销售还

是在粮油市场,都十分走俏。当地知名餐饮单位也十分青睐长春大米。

成都与重庆地区,是长春大米近20多年的主销区,“千秋水稻种植合作社”的“张继玮”品牌,“秀辉米业”的“倪氏优品”,“林江农业”的“水清清”品牌很受欢迎。

在宁波,“佳峰米业”的“英峰”品牌,“吉富米业”的“碧江雪玉”具有市场占有率。

线上,长春大米的各代表品牌“米管家”“金米”“张继玮”“水清清”“合十贡米”等销售火爆,轻轻点击屏幕,便可实现鲜米送货到家。

为保证大米品质,长春大米会员企业全部实施高于国家标准的长春行业标准,在经销上,长春大米保证产地直供,不贴牌,不散卖,用诚信擦亮长春大米的品牌。

