



今日金评

“有偿救援”更待厘清责任边界,形成规则共识

绕过售票处,穿过铁丝网,来安徽黄山风景区游玩的王某某没有想到,这两步“操作”后,自己卡在悬崖峭壁上。经历7个小时的紧张搜救,王某某脱离了险境,为自己的“任性”付出了3000多元的救援费。这是自2018年7月1日《黄山风景名胜区有偿救援实施办法》颁布以来,景区实施的首例有偿救援。(9月15日《法制日报》)

针对景区或救援方实行有偿救援,网友们一直有争论,很大原因在于在网友们看来,相关规定出台总有“瓜田李下”的嫌疑——出台制度的无一例外都是景区,出发点易让人解读为给景区救援减负。

但换个角度看,从权利、责任的范畴来讨论有偿救援或许更有价值。保障每一个人的生命安全,这是实施公共救援的初心,但是否意味着公

共救援就该大包大揽而忽略个体行为的责任?

具体到“野游”来说,这本应是“后果自负”的个体自由,但不等于在责任上没有边界的——公共救援有责任给予每个需要救援者平等救助,但不意味着在民事责任上也一管到底。明知有风险而为之,甚至很多时候是明令禁止不可为而为之,由此导致的险责,与遭遇意外、灾难以及从事正常职业活动遇险应是有所区别的。基于人道主义原则,给予救助是相关部门兜底的责任,但对个体越矩行为的民事责任则需要区分开来。

所以,救援有必要从权利与责任的角度,找到公共救援责任、个人行为责任、机构安全保障责任之间清晰的界线,确立起既保障各方权利,又约束任性行为的制度体系。

黄山等景区的有偿救援制度带着争议进入了实践,这也是一种探索,通过实践来逐步提高

该制度的社会认可度。不过,由于景区在“有偿救援”制度中,既做了运动员,又当了裁判员,无论怎么索取救援费用都有投鼠忌器之感。

比如,黄山此次救援累计发生费用15227元,其中由当事人王某某承担有偿救援费用3206元,主要为参与救援的4名非景区工作人员劳务、交通、误餐等费用。为何当事人只需要承担4名非景区工作人员的相关费用呢?公共救援费用和有偿救援费用究竟该如何划分才合情合理合规呢?轻了聊有象征性意义,而重了又有“挟款要价”的嫌疑。有理由相信,黄山的首次尝试,也是左右为难之谨慎之选。

从长远来讲,有偿救援更待厘清责任边界,对其法律属性进行准确定位,找到救援成本合理的分摊比例、追偿方式,成为公共救援机构确切的民事经济权利,形成规则共识。 木须虫

学校来信

给学生编写“私人定制”作业本 这个可以有

怎样才能让孩子在做题中喜欢上学习?这是一线老师们经常思考的问题。近日,杭州一所学校的数学组,花了五个月时间,编辑了一套校本数学练习册,让学生们使用,帮助学生爱上数学。(9月15日澎湃新闻)

据悉,开发新世纪校本作业,是该校探索“减负提质”的有效举措。给学生“私人定制”作业本,适应了不同能力学生的需要,让不同类型、不同能力的学生都能在做作业过程中发现数学的趣味。

众所周知,“因材施教”一直被视为教学的一个重点,也是一个难点,因为针对不同类型的学生,采取不同的教育方式,并不是一句简单口号,而是要落实到行动上。而如何落实,必须了解每一名学生的实际,并在教学实践中用行动体现出来。而“私人定制”作业本的诞生,无疑是一个有益尝试。

作业可以检验课堂教学效果,也是强化课堂教学的重要组成部分。接受能力较强的学生,固然能轻易而快速地完成作业,而对于接受能力较弱的学生来说,就需要通过课下强化训练达到目的。因此,针对不同能力的学生,编写“私人定制”作业本,有可能让接受能力较强的学生学到更多,同时也让接受能力较弱的学生免遭“挫折感”,这对于提升学生的学习兴趣 and 信心显然有益。



漫画:吴玉涵

“兴趣是最好的老师”这句话几乎人人皆知,而“私人定制”作业本正体现了这点。在编写过程中,老师们货比三家,吸取各类题目的特点,自创新题,还结合当下热点,培养学生的分析能力,增强其做题的兴趣。例如,统计奥运会奖牌数据,以打车拼车为背景让学生计算最优方案等。

不难看出,所谓“私人定制”作业本,其实是因材施教的一种。对此,其他学校的教师也当从“私人定制”作业本中得到启发。教材是固定的,但学生的类型千差万别,适合学,才是最佳。如何减轻学生负担,又能使其不断获取知识,这是一道必答题,所有学校和老师都应该找到符合自身教学实际的做法。 刘天放

不吐不快

学生很佛系 教育莫“佛系”

老师和学生,本是一对亲密矛盾体。随着“00后”走进大学,不少教师发现以往传统教学方法变得越来越“失灵”,师生关系出现一定程度的疏离。学习面前,学生经常“不感冒”,老师则感觉力不从心,甚至出现本领恐慌。(9月14日半月谈微信公号)

佛系,是个比较新潮的网络流行词汇,多指爱按自己的方式和节奏去做事,追求平和、淡然的生活状态和人生态度,由此衍生出“佛系青年”“佛系父母”“佛系生活”“佛系恋爱”“佛系追星”等“佛系现象”,“佛系学生”的出现也就不足为怪。

课堂上安安静静不吵不闹,不举手发言,不举手提问,无论考试分数高低都不为所动;组织一些活动,说能加实践分,学生说“无所谓”,说能给奖学金,学生说“不缺钱”,说可以当学生干部,学生表示“不想干”……学生对老师和学习表现得越来越“冷漠”,老师则觉得学生越来越“看不懂”“难伺候”,师生之间日益凸显的疏离感,给大学教育管理带来困扰和挑战自然在所难免。

00后学生既是现实生活里的“独一族”,又是网络世界的“原住民”,往往自带“个性”“自我”的标签,往往比较多地考虑“这件事能给我什么”,而不再是“老师说点什么,我们就听什么”,谈话、讲座等传统教育难再奏效。我们固然不能因此而一味“迁就”他们,但破题之路或在于能契合他们的内心诉求,给他们想要的东西,激发他们的兴趣点,这就势必要求大学教育主动作为。

“问个问题都要这么小心翼翼,如果没有同学回答,自己会很没面子,但后来也就习惯了。”尽管一些高校做了积极的探索尝试,不少老师在创新教育教学方面也很卖力,但某种意义上可以说,不怕学生“佛系”,就怕教育“佛系”,倘若高校和高校老师们习以为常,以“佛系教育”应对“佛系学生”,只会令师生之间的距离越来越疏远,进一步助长学生的“佛系心态”,前者老师的说法无疑有一定的代表性。

破解高校“佛系”难题,老师的关键作用不言而喻。师生疏离,未必只源于学生“佛系”,教育和教育工作者是不是存在“佛系”化倾向同样有必要深度检视。换言之,就是要求教育不“佛系”,多在教育教学机制、模式、方法等的改革、创新上,与时俱进,创新实践,积极作为。 范子军

一家之言

“酒喝不炒”是一厢情愿,市场行为应顺其自然

“茅台酒是拿来喝的,不是拿来炒的,请不要做‘黄牛’,不要非法倒卖茅台酒。”中秋节当天,茅台集团党委书记、董事长李保芳在六盘水市一家茅台专卖店暗访,与来店买酒的市民沟通时说。(9月15日《21世纪经济报道》)

继“房住不炒”“鞋穿不炒”之后,茅台也迎来了“酒喝不炒”,当然这只是茅台集团董事长的一厢情愿,仅靠喊话阻止“黄牛”炒酒,显然是无济于事的。茅台酒1499元的终端指导价底线早已失守,各地商超均出现一瓶难求的现象,按指导价买茅台简直如同中大奖,而在茅台酒批零价格走势一路上扬的情况下,市场上再次掀起了囤酒、炒酒热潮,加上茅台集团腐败案、众多落马官员身涉茅台等问题,均令茅台陷入了舆论漩涡。

茅台酒经过持续多年的品牌塑造,已经站在传统白酒的顶端,加之生产工艺、生产环境等因素造成产量非常有限,本身属于稀缺品,在一众白酒里鹤立鸡群。而且,茅台酒知名度

很高,受众群体非常广泛,具有很强的流通功能。在部分地方、特殊时期,甚至可以成为硬通货。显然,茅台酒并非单纯的白酒,已被附加了其他涵义,具有礼品、投资品、硬通货等属性,成为天然的投机炒作标的。

由此可见,茅台酒的炒作具有强烈市场自发性,在各环节均有利可图的情况下,仅靠厂家喊口号难以遏制,追逐利润和商机的“黄牛”也不可能收手。

茅台酒的供需矛盾是根本原因,而这受制于制酒环境和产量,基本无解,因此未来还将随着价格的波动,不断呈现这种炒作行为。显然,不管官方态度如何,“酒喝不炒”都无法实现。其实,不应太过在意这个,有价值的白酒、洋酒,一直都有囤积炒作的空间,这种并非生活必需品,对社会影响并不大,让其在市场供需波动下,自行调整就是了。作为厂家,最重要的是保障产品质量和市场供应,其他不必太纠结,而政府部门更需要防范腐败行为,市场炒酒行为则无需干涉。 江德斌



三江快评
有态度
有温度
有力道

投稿邮箱:

jinbaopinlun2012@126.com