

新华时评

上好预防学生溺水这把“锁”

“池塘河流又没上锁,可咋办?”面对屡屡发生的中小學生溺亡事件,基层领导干部道出了他们的无奈。其实,池塘河流溺水预防是有“锁”的,只不过用得不够好,锁得不够牢。这把“锁”就是学生安全教育和社会防护的合力。暑假已至,学校放假,学生安全不能放假,务必上好中小學生溺水预防这把“锁”。

自1996年设立中小學生安全教育日以来,安全教育越来越受到重视。尤其是2019年教育部将中小學生安全教育内容纳入学科课程标准中,安全教育在学校里不断得到加强。但也要看到,学生安全教育周周搞、月月搞、年年搞,从实际效果来看,有些地方存在“葫芦掉进井里”的情况——看似深入,其实还是浮在水面上。

记者采访发现,当前有些学校的安全教育还

停留在“告知书”“一封信”这样的形式上,家长签字就算完成任务;有的安全教育“网课”形式新、内容好,但要么由于学生课业负担重变成了家长“作业”,要么不适用农村留守儿童多的现状,成为摆设;有的地方安全教育满足于责任传导、档案留痕,涉及学生安全教育的临时任务和检查不断出新,但大多“只吃药,不治病”。

同时,未能形成溺水预防的社会合力。有的地方把学生安全责任当成学校责任,社会防控大撒把,有的地方对池塘河流有多少隐患底数不清,一些容易溺水处甚至连个警示牌都没有,巡逻救护力量缺乏,一旦发生溺水事故经常是孩子救孩子,造成更大次生灾害。

暑假已至,疫情防控形势逐步向好。在严密疫情防控防护中度过一个学期的“神兽”,“出笼”后肯定

要撒欢,而大人们忙于复工复产。可以想见,今年暑假的学生安全要抓得更紧、“锁”得更严才行。特别是发挥系统合力这把“锁”的作用,真正把学生安全教育和社会防护结合起来。

一方面学校要上好暑假安全课,相关单位不能与学校签订安全教育“责任书”就完事了,要用行动积极配合;少听汇报、少要方案,多问学生、多测实效,落实安全教育效果,切实避免应付了事。

另一方面,社会防控力量要行动起来。可考虑把学生安全纳入城镇的网格化系统和社会风险隐患系统进行管理,全面排查学生安全隐患点、评定隐患等级、做好提醒警示;进一步发挥志愿者等社会救助力量作用,构筑起中小學生溺水预防救护的安全网络。只有这样,才能合力保障孩子们平安度过风险期。
据新华社

百姓话语

名校硕士应聘快递员 何时不再大惊小怪



严勇杰 绘

7月25日,上海一场招聘会上,顺丰的摊位不时有求职者前来咨询,尽管此次招聘的“储备干部”岗位需要3至6个月的基层收派员锻炼,仍不乏应聘者。应聘这一岗位的中南财经政法大学研究生小唐表示:“相比国企,我更希望去民企,因为我希望找一份‘有压力’的工作,可以让自己快速成长。”

(7月26日《解放日报》)

一直以来,在很多人眼中,快递员工作没有太高技术含金量。大学毕业生尤其是名校硕士毕业生应聘快递员,就是一种大材小用,是人才浪费、高等教育资源的浪费。

但其实不然。大学毕业生、名校研究生选择应聘快递员,折射当下大学生、研究生就业观念的转变,是一种务实、脚踏实地的选择,凸显了社会进步,值得赞赏,不必大惊小怪。

从讲大道理角度说,在“大学生最难就业季”,研究生应聘快递员,先找到一份能养活自己的工作,属于典型的先就业再择业,这是非常务实的选择,总比一直寻找自己理想的职业而处于啃老状态要强太多。而且,职业本没有

高低贵贱之分,我们应当尊重每个人的职业选择,不能以自己的职业观去要求别人。

实际上,即便是从微观的职业选择角度讲,大学生、研究生选择快递行业,把快递员等快递行业工作当成一辈子的职业,也不失为一种务实、长远的选择。

众所周知,在眼下及未来很长一段时间内,快递行业都处于高速增长状态。且现在已经过了快递员单纯比拼体力的时代,进入比拼技术、智力的时代。人社部中国就业培训技术指导中心发布的《全国招聘求职100个短缺职业排行》显示,快递员已经连续多期属于最紧缺职业。就在前不久,快递员李庆恒获评杭州市高层次人才,享受直接落户杭州、100万元购房补贴等政策待遇。

总之,“三百六十行,行行出状元”。大学生、研究生当快递员,照样能发挥出自己的能力,体现人生价值,为社会创造价值,对大学生、研究生应聘快递员应多些理解和肯定,少些否定和冷嘲热讽。当人们对名校研究生应聘快递员不再大惊小怪时,表明社会观念真正进步了。
张立美

不吐不快

高校招生海报 可以出彩但不可以出格

2020年7月23日,西安体育学院官方微博发布招生海报,风格类似色情网站风格,并用亚洲最大、性感、真人、心动、即时交友等词汇,引发网友吐槽,称其太低俗。拨打海报上的电话,对方表示对此不知情,只能解答志愿填报问题。(7月25日澎湃新闻)

随着高考成绩逐渐公布,全国各大高校进入招生季,传统的“欢迎报考××大学”的招生广告已经吊不起考生和家长的胃口,不少学校开始尝试将00后考生喜闻乐见的表情包、小广告、游戏等嵌入招生海报,以此吸引考生眼球,来扩大宣传效果,西安体育学院官博上的这一则招生海报,用“亚洲最大的男友力培训基地”“性感”“真人”“心动”“即时交友”等网络词汇,风格类似色情网站。

校方致歉,称该校招生海报的本意是“调节心情”,可是他们做梦也没有想到这样的招生海报最终只会给学校招生帮倒忙。

一般来说,高校的招生宣传海报意在吸引考生入学,要想吸引考生,就要在海报上展示学校的价值与风采,凸显学校的师资队伍、历史人文、日常生活环境等,招生海报要传递正能量,体现正确的舆论导向,不应以迎合大众口味降低大学文化的品位和格局,更不能以低俗庸俗媚俗的内容毁人三观。

招生海报可以出彩,但不可以出格。西安体育学院的这则招生海报引发网友吐槽,这不能怪网友太敏感太挑剔,怪只怪海报制作者思想太离谱,高校要借助网络文化的热度和自身专业,让招生海报既能彰显大学文化又能被大众关注,助力学校招生,切忌在恶搞的狂欢中迷失方向。

维扬书生



投稿
邮箱

jlnbaopinlun2012@126.com