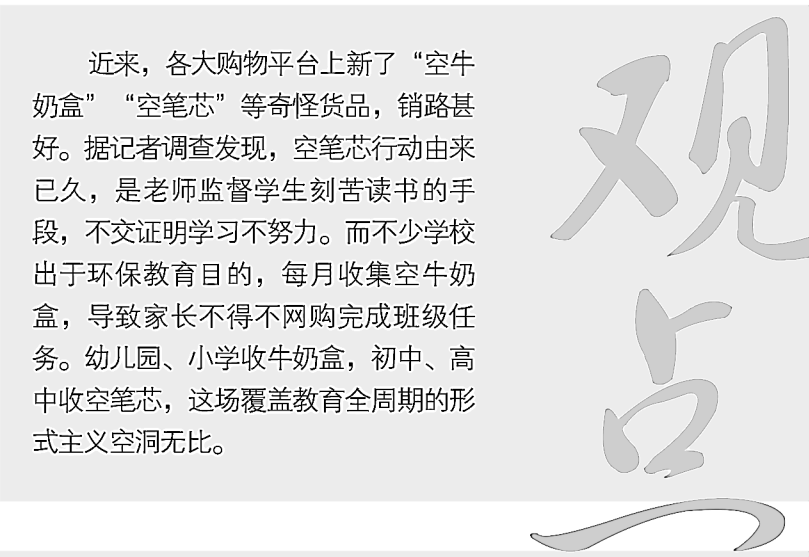


网购空笔芯、牛奶盒 形式主义作业何时休



错的是让压力层层传导的形式主义

“空牛奶盒”“空笔芯”成为商品流行起来,这背后的问题值得深思。环保行为的点滴坚持被粗浅理解为上交空盒子,笔尖下的勤学苦练成为了新的约束,这些要求甚至还催生了不同程度的造假——学生难以交差,家长网购以假乱真,老师无奈必须执行,学校生怕在某项评比中落后。

收集空牛奶盒没错,收集空笔芯没错,错的是让压力层层传导的形式主义。空牛奶盒常常被人们随意丢弃,它难以降解,焚烧后产生大量有害气体。通过回收、整理、上交,亲子在互动之间就能传递环保理念。而一些高分学子晒空笔芯颇具仪式感,也能化作榜样激励不少人。但一件好事变了味,不得不使人感叹教育的形式主义。

教育减负,最要紧的是减去形式主义的重担。在幼儿园和小学,有些家长每天“担惊受怕”,怕布置的手工作业,愁上台表演节目,忙着养蚕宝宝、学安全知识……收集空奶盒都成了最简单的 KPI。在初高中中,各

项标准让老师疲于应对,层层累加的压力最终传导给疲惫不堪的学生和家长。当这些“空”物品的收集造成了空洞的形式主义和攀比之风,素质教育早已被抛之脑后,“空空如也”。

其实,素质教育的评判标准很明确——教育的过程是否真正以促进学生的发展为中心?环保教育的手段不只有收集空牛奶盒,废纸、塑料瓶、塑料袋这些都可以作为减少废弃物的“教具”。不能因为牛奶盒便利可得、收集简单、成果显著,就让所有学生都蜂拥而上做雷同的环保行动。同理,一支笔芯、一堆作业、一座“书山”不意味着学生培养质量、学习能力的高低。

中国素质教育任重道远,无论是强调学习的自主性、自发性,还是开展融于生活的环保教育、自然教育,目前都处于试验和探索阶段,也值得鼓励与支持。但教育更是一项灵魂的工程,弄虚作假的层层摊派与装模作样的形式主义,最终难免让素质教育“竹篮打水一场空”。

学校作业设计要实现因材施教

据报道,有的学生 2018 年读初三时,就开始交笔芯;从商家得知,买空牛奶盒的几百个客户,遍布上海、浙江、河北、广东等地。当家长们四处拼凑也难以应付每个月的上交任务时,网购省时省力,自然成了最优选。

如此看来,当空笔芯、牛奶盒也可以网购时,着实为不少学生、家长省了事。只是,这类网购生意越火,越说明类似作业的荒诞性,也越说明形式主义作业正在成为新的负担。

尤其是,当一种学生作业,成为网上泛滥的生意,其所具有的教育意义究竟还剩多少,很有必要反思。

对此,相关学校不能装聋作哑,不仅要对交空笔芯、牛奶盒这类作业进行一番必要的调整,还需举一反三,看看还有哪些类似的学生作业,也在用一刀切的做法折腾学生和家长,并及时叫停。

综合自新京报、红网等
马九月整理

打造友好社区 打通外卖“最后一公里”

□ 苑广阔

据媒体报道,8月12日下午,浙江杭州西溪世纪中心一名保安与外卖骑手发生冲突,引发关注。8月13日,美团向记者回应称,对于骑手可能遭遇的不公正对待问题,将一管到底,并根据骑手诉求配合相关部门调查,切实维护骑手合法权益。

外卖小哥有送餐时间的限制,一旦延迟可能会遭受顾客的差评,然后被平台扣分、罚款,直接影响自身的收入水平。但是保安也有自身的职责,如果小区规定了不让外卖小哥进入,而保安私自放行,那么受到处罚的可能就是保安了。从这个角度来说,外卖小哥和保安都没有错,但是问题仍旧要解决,而目前解决的最好办法,就是打造骑手友好社区,以此来打通外卖“最后一公里”。

不管是小区、高校,还是一些商业综合体,其物业管理公司都要明白,让骑手按时准点地送到在小区居住、在商业场所工作的消费者的外卖,同样也是物业公司的服务内容之一。如果因为保安的横加阻拦导致外卖小哥无法把外卖及时送到,让消费者不满的,就不仅仅是外卖小哥,同样也包括物业公司,因为消费者知道是物业公司的一些不合理规定,才导致了自己的外卖延迟。

明白了这个道理,现在就剩下最后

一个问题了,那就是如何在保证小区的安全与秩序,减少外卖小哥对小区居民生活带来负面影响的前提下,帮助外卖小哥把外卖及时快速地送到消费者手里。而这就需要我们积极推动打造外卖友好社区、外卖友好小区,以友好社区、友好小区,来打通外卖配送的“最后一公里”。

具体说来,物业公司担心的,主要是外卖小哥的电动自行车进入小区以后速度过快,或者是横冲直撞,对小区居民的人身安全,给小区的交通秩序带来破坏。同时,有些小区坚持人车分离原则,也不允许外卖员的电动自行车在小区路面上行驶。既然如此,物业公司可以在小区门口显眼位置设置小区导览图,帮助外卖小哥迅速找到客户所在的楼栋,还可以划定固定地点,设置专供外卖员使用的自行车。

国内还有一些地方的小区,通过在楼下设置外卖箱的方式,供外卖小哥把外卖放进外卖箱,然后由消费者自行来取。目前来看,这样的方式是很值得借鉴学习的。当然了,友好社区、友好小区的打造,同样离不开社区、街道的支持与引导,离不开外卖平台与各地社区、物业公司主动沟通,探索多方共赢之道。

“网红医生”别成了收割流量的工具

□ 戴先任

据媒体报道,一些主打健康科普的医生,以拍摄自媒体视频走红网络。他们在短视频平台上做科普,讲解健康知识,有些已被打造成有百万粉丝的“网红医生”。记者深入采访发现,在非专业、非正规团队运作下,出现了一些借提供所谓“专业服务”带货卖课、开展不当营销的“网红医生”,让一些医疗健康科普变了味、走了样。

医生跨界当主播,现身说法,进行医学知识科普宣传等等,拉近了与患者之间的距离,让医学专业知识不再晦涩难懂,而是“活”了起来,这不仅有助于提升广大公众的健康素养,还有利于提升患者对医护人员的信任度。近年来,各大短视频平台制定了多项具有针对性的创作者扶持计划,鼓励医生发布与专业方向符合、能给用户健康生活带来实际帮助,且易于普通大众理解的原创医学科普内容。这也让一些网红孵化机构盯上了医护人员,将医生当成“流量密码”,着力于把一些医生打造成“网红医生”,不惜为此编造假剧本进行摆拍。

随着短视频的爆红,视频造假、摆拍等问题也随之出现,如一些人为了吸引流量、骗取关注,或就是为了直接获利,制作假视频,这背后还有专业的造假团队介入,形成了灰色产业链。一些“网红医生”也参与其中,违背了医疗伦理,损害了医生形象,带来的负面影响很大。

如有多名“网红医生”发布“为患者加号看病”的雷同故事情节,原因是他们都是网红孵化机构的签约医生。这些“网红医生”沦为了“流水线摆拍”上的螺丝。就在不久前,拥有百万粉丝的“网红医生”陶某(“老陶说真话”)就因虚假摆拍被封禁。原因是陶某实际身份为安徽某整形机构医生,却在视频里讲急救手术室里的故事,通过虚假摆拍欺骗网民,博取眼球、获取流量。

医护人员不能成为收割流量的工具。首先,医生自身就要爱惜羽毛,对造假团队提供的摆拍假剧本要说“不”。另外,医疗机构要加强对本单位医务人员的管理,避免医护人员有违规直播带货、摆拍造假等违法违规行为。网络平台则要加强平台内容的审核,要对问题视频、“病态”流量说“不”。网红孵化机构也要避免走虚假摆拍的“捷径”。网民也应增强防范意识,提升网络素养,对虚假摆拍说“不”。监管部门则要加强对虚假摆拍的监管力度,对造谣、传谣造成严重影响者,要依法依规进行惩治。

“网红医生”、网红孵化机构、网络平台等都不能陷入“流量泥潭”不可自拔。网络内容产业,优质内容是“王道”,正确的三观、真实性则是“根基”,无底线摆拍、低俗恶俗内容等,都是影响网络内容产业健康发展的“绊脚石”。不能再任由无底线摆拍短视频“霸屏”了。