

不断提升科普效能

柳五

近日,科技部、中央宣传部、中国科协联合印发《“十四五”国家科学技术普及发展规划》,提出提升公民具备科学素质的比例等一系列工作目标。

科学素质的提升既关系每个人成长,也关乎国运。近年来,中国的科技发展鼓点铿锵,成果倍出。从嫦娥奔月、神舟飞天,到高铁纵横、航母巡海等,科技深刻影响到社会的方方面面。如果说这些成果是中国科技进步和创新发展翻腾起的浪花,那么公众的科学素质则是浪花之下的深水静流。只有公众的科学素质得到不断提升和普遍提高,科学发展才更具潜力,底蕴才更为深厚。

强化科普硬件配置。把科普作为一项重要事业全面铺开,需要一方面重视科普设施建设,对科技馆、自然博物馆等场所加大投入,做好日常维护,与时俱进地发挥好其科普主力军作用。另一方面注重让越来越多的场所融入科普教育元素,成为科普领域的新生力量。要严格落实《全民科学素质行动规划纲要(2021—2035年)》要求,鼓励和支持各行业各部门建立科普教育、研学等基地,持续深化全国科普教育基地创建活动。在此基础上,要在积极营造良好的科普氛围、把科普贯穿于生产生活的方方面面上下功夫。既要“润物细无声”,也要“飞入寻常百姓家”,引导全社会关心科普、参与科普,实现由相对单一主体的推动到社会有机体联合推动的转变,通过完善的协作机制,在全社会更好形成讲科学、爱科学、学科学、用科学的良好氛围。

关注重点人群。面向机关、企业、社区、校园、乡村、军营等展开有针对性的科普活动,丰富科普内容、优化服务供给,进而建立起牢固而有效的科普支持系统。特别需要针对老年人的生活场景和行为特征,强化网络安全和手机应用方面的科学知识普及,提升老年人的风险识别能力,助力其跨越知识鸿沟、数字鸿沟、智能鸿沟,迈向智能时代,融入数字社会。

探索建立社会热点科普响应机制。毋庸讳言,每一次引发社会普遍关注的自然现象、公共事件、大型活动背后,往往都蕴藏着具有无限潜力的科普契机。探索建立社会热点科普响应机制,可以及时响应社会热点,第一时间发布权威科学解读信息,既实现了舆论有效引导,又提升了公众认知能力。这一机制将变化的科普需求和持续的科普供给相结合,静态的科普资源和动态的科普行动相结合,将科技创新的知识和文化创意的元素相结合,切实用科学知识、科学精神、科学思想、科学方法影响公众,服务大家。

持续优化科普生态。“积力之所举,则无不胜也;众智之所为,则无不成也。”现代化的网络把各种社会创新要素联系在一起,人人参与、共建共享的全民科普时代已经到来,更高水平的协同化完全可以形成强大科普合力。把握时代的机遇,不同行业、不同人群理应充分发挥自身优势,聚焦于各自行业前沿,携手创作形态丰富、质量优异的科普作品,进而形成科学知识普及、科学技术扩散、科学文化传播一体化的良性科普生态。以更高水平的信息化重构科普服务流程,打造“智慧科普”新引擎。深刻洞察“顾客”需求,以前沿信息技术为手段实现科普产品服务的定制化、场景化和精准化,逐步形成层次丰富、良性循环、持续发展的科普生态,让生动有趣、直观快捷、富有时代气息的科普产品进入千家万户,百姓触手可及。

“校企双栖”引才诚意足

蒋文军

“通过市校企合作引进,让我不仅能同时享受三方的优厚待遇和优待政策,还可以通过‘校企双栖’,将实验室科研成果第一时间运用到实践中。”近日,在“智汇潇湘·雁聚衡阳”衡阳“博士行动”——市校企合作引才洽谈暨百名博士集中签约活动上,新引进博士刘扬说。

干事创业,离不开人才的支撑。当前,一体化建设加速演进,面对大城市的虹吸效应、周边城市的比拚态势,如何更好吸引人才、打造更强人才队伍已经成为城市发展“突围”关键。2021年4月,衡阳首创高端人才引进特色品牌,推出了市校企合作引才“博士行动”,即引进的博士人事关系在高校,在高校承担教学科研任务的同时,又通过兼职、项目合作、成果转化等方式在本地企事业单位开展创新创业,同时享受衡阳市、驻衡高校和本地企事业单位三方政策待遇,确保博士年薪不少于25万元,综合补贴不少于65万元,最高可达200万元。

衡阳市引才启动“博士行动”,值不值?该不该?有人担心留不住人才,或者来的人才不能人尽其用,花了钱却起不到效果。其实,无论是发展城市经济,还是乡村振兴,都需要人才“下沉”,无论从就业角度,还是从人才资源的均衡配置角度,衡阳市加大人才的引进力度,都是好事。

引才聚才工作虽难,但只要始终坚持沿着党管人才这个正确的方向前进,因地制宜,将本地实际所需人才类型清单,与人才提的需求条件清单相对比,做到靶向引才、精准育才,终会取得显著成效。衡阳市2021年引进的326名博士共服务121家本地企事业单位,已申请发明专利36项,获得国家、省级荣誉86项,创造可观经济效益。

周公吐哺,天下归心。新时代的城市,需要重新梳理自己与人才的关系,多一点从长计议、高瞻远瞩,形成强烈的人才意识。不仅要寻觅人才求贤若渴,发现人才如获至宝,也要举荐人才不拘一格、使用人才各尽其能。类似“博士行动”的引才举措,要高效更要长效,更好聚天下英才而用之。

做学生为学为事为人的大先生

李云桐

今年9月10日是我国第三十八个教师节,12位全国教书育人楷模获表彰。从幼教、特教到幼教、基础教育,虽然12位老师出身不同、执教领域不同,但是他们都以“择一事,终一生”的工作态度,诠释了“师者,人之模范”的深刻内涵,堪称学生为学、为事、为人的大先生。

把时间洒在哪里,哪里就会生根发芽。选择什么职业,也就选择了什么样的人生。正如立志“为人类而工作”的哲学名师孙正聿、打造网络思政品牌的“70后”郭晓芳、在雪域高原上践行“爱的教育”的马丹,亦如40多年坚持扎根乡村的杨瑞清、留守家乡贫穷落后地区30多年的杨明生、30年辗转4个乡村学校的安文军,还有中国声乐定位方法最早提出者杨士莪、立志要“还西北旱区一片绿洲”的康绍忠、仅用3年时间就实现学校从中职到高职转型升级的张先度和让学生在职业学校找到梦想的李粉霞、拥有35年特教生涯的周美琴、22年呵护近千名边疆孩子的“80后”孙怡,他们有的志向高远、以身作则,成为立德树人的典范;有的一辈子扎根基层、矢志奉献山区教育,成为坚守乡村的典范;有的怀抱赤子之心、埋头苦干,成为服务社会的典范;有的深耕特教、幼教、职教等领域,成为点亮梦想的典范。没有豪言壮语,没有过多修饰,用心做教育、用爱传递智慧,他们的时间就是这样静静地为教育流淌,他们的生命就是这样无声地润泽孩子们的心灵。

一个好的老师,会激发学生心中无穷的能量。何为“好的老师”?古语有言,“学为人师,行为世范”。正如习近平总书记指出的那样,教师的职业特性决定了教师必须是道德高尚的人。何以“道德高尚”?“教师是我的职业,教书是我的生活方式”“就算吃得干般苦,也要把孩子教出来”“生命不止,壮心不已”“只有用爱才能教育孩子”……12位全国教书育人楷模的质朴初心,道出了他们成功的秘诀。他们崇尚的是高洁的情操,他们追求的是高尚的人格。在他们看来,身上的担子很重,一头是祖国的未来,另一头是坎坷艰辛的路程;在他们看来,脚下的步履很轻,没有了私

心杂念,有的只是一往无前。

崇高的理想只是成为大先生的先决条件,只有真正把为学、为事、为人统一起来,当好学生成长的引路人,才行行为世范,才堪称育人楷模。刻在骨子里的使命感,藏在细节里、藏在心灵深处。12位楷模为学、为事、为人的背后,是他们理想信念、道德情操、扎实学识、仁爱之心的支撑,是他们坚持教书和育人、言传和身教、潜心问道和关注社会、学术自由和学术规范相统一的结果。可见,除了肯干、苦干,他们还会干,这一点也很重要。

新时代新征程呼唤将“经师”和“人师”相统一的大先生。我们希望每一位人民教师都能掌握新时代大先生的通关密码,有言为士则、行为世范的自觉,不断提高自身道德修养,以模范行为影响和带动学生,成为被社会尊重的楷模,成为世人效法的榜样;我们祝福每一位教育工作者在新时代的舞台上奋力奔跑、成就梦想;我们向把热爱注入教育事业、把使命融入党和国家事业发展洪流的人民教师致敬!



十三届全国人大常委会第三十六次会议9月2日表决通过了新修订的农产品质量安全法,从生产环节到加工、消费环节,做好与食品安全法的衔接,实现农产品从田间地头到百姓餐桌的全过程监管。新华社发 徐骏作

还学习类APP以教育属性

丁慎毅

中国青年报社社会调查中心对1502名受访家长进行的一项调查显示,营销广告(61.2%)和有诱导充值、消费的外链(55.8%)是学习类App普遍存在的问题。88.6%的受访家长认为需要明确学习类App的准入机制和产品标准。作为一种先进的学习载体,学习类App具备的互动性、便捷性、社交性等特性,是其受到老师和学生欢迎的重要原因,但门槛太低,监管又跟不上,导致学习类App乱象频出。

学习类App只有维持一定利润才能持续经营下去,商家要赚钱无可厚非,但不能靠“外挂”诱导未成年消费,商家必须有正确的伦理意识。未成年人每天上网时间本就有限,这种学习类App娱乐化、商业化方式有待改善。特别是对那些年龄较

低的学生来说,商业广告、充值消费的外链不但容易让他们分散精力,而且容易造成浪费式消费。

这就需要倾听家长呼声,明确学习类App的准入机制和产品标准,还学习类App以教育的本质属性。对经营及设计者而言,要始终坚持内容为王,让学习类App有实用价值,让品牌效应和口碑效应同样高。有关方面可以通过竞价、资质筛选出性价比高的产品。有了独家竞争力,自然也就有更好的盈利能力。同时要明确学习类App必须建立完善未成年用户系统和青少年模式。要便利举报渠道,健全行业黑名单制度,实行信用治理,对可能存在的打擦边球诱导消费,经营设计者面临的不仅仅是退款,还有监管部门的处罚。

于平凡中书写生活的诗意

唐伟

“外卖小哥”写诗,在王计兵身上实现了。近日,王计兵的诗集签下合同,准备出版。出品方介绍,诗集名称暂定为《追赶时间的人:一个外卖员的诗》。

生活不易,于王计兵的身上找到了鲜活证明。53岁的王计兵来自江苏徐州农村。20年前,他从老家到昆山打工,当过钳工、泥瓦工,做过水果批发生意……刚到昆山的时候,没有钱租房子,王计兵只能在水沟里打

木桩,在水面上搭个棚子来往。2018年,在第一次尝试送外卖后,王计兵觉得,送外卖能让自己灵感大发,“可以写一连串的诗”,于是他正式成为了一名“外卖小哥”。

人总是要有梦想的,这样的人生才更有意义。挥汗如雨的筑路工,朝出晚归的清洁工、奔波不息的快递员,这些劳动者重复的工作节奏、单调的生活方式,在外人看来,这样的人生路径与写诗反差。正是这种反差使得王计兵

和他的诗集火出了圈。诗歌让他的人生得到了升华,体现了一个平凡者的积极与乐观。

有诗就有远方,有诗就有希望,如何在平凡中活出属于自己的“诗与远方”,这其实就是对人生梦想的追求与思考,是每个人都应当面对和思考的现实问题。在如今这个高速运转的社会中,我们每个人都活出自己的样子,保持对人生、对人性最美好的展望,无论身处何种环境都应当有“诗与远方”,坚守人生最初的理想与信念,拥有对美好生活的无限期待,即便处在最艰难的逆境中,也不要失去对美好事物的憧憬。劳作虽艰,但不妨碍诗的创作,像王计兵一样,把送外卖与写诗结合起来,就能在惯常的生活中,找到精神的寄托、生活的诗意。

一条4.5公里的上班路,吴雄文来来回回走了好多年。这些年,在他的细心打造和日常养护下,沿途的角落角落开始绽放勃勃生机,16个卫生死角变成了满目葱郁、花团锦簇的景观。这份随手公益被“曝光”后,很多人赞他是环境的“魔法师”。

在宁波市北仑区中医院职工停车场出口处有处两三平方米的空地,原先是个卫生死角,过往车辆、行人有时会随手将垃圾丢在此处。正是因为吴雄文的“魔法”,现在这里是个“小花园”,五彩斑斓的百日菊随风摇曳,凌霄花爬满墙头,从绿叶中“挤”出几朵粉色小花;美人蕉长到了大概60厘米高,黄花点缀,煞是好看。

吴雄文的“魔法”,并不复杂,就是清理、松土,把凌霄花依墙扦插,撒下百日菊的种子,栽下美人蕉的幼苗。然后精心养护,细心打造,除草、修剪枝条。正是这看似不起眼的举动,他让自己的行经之路,渐成风景,让16个卫生死角变成了满目葱郁、花团锦簇的景观。吴雄文的“魔法”,的确很简单,“这里是或上下班经常会走的地方,看到角落里杂草丛生,而且还堆着不少垃圾,心里不是滋味。”“不是滋味”,这是多大的魔力呀!我们每个人,如果都能像吴雄文一样,把“不是滋味”变得美好,那对社会、我们每个人的生活将会是多大的改变呀。

吴雄文的“魔法”,不仅让花朵绽放,让周围环境优美,他也把魔法,施进了更多人的心里。“美好的事物,没有人忍心去破坏的。相比过去,这里的垃圾明显少了很多。”这是吴雄文做公益绿化的初衷,美化环境,也把“文明之花”种进人们心中。一个人,不仅可以改变环境,也可以改变更多的人。平凡的举动,也就变得鲜活和生动;平凡的精神,也就有了动人的力量。

吴雄文的“魔法”,还在于责任和担当。城市让生活更美好。城市之所以能让生活更美好,不仅在于那些辛苦付出的劳动者,还在于每个有责任、敢担当的市民。正是大家的共同努力,让城市美好绽放。吴雄文说:“创建文明城市典范城市,我会继续尽自己一点力量,也希望有更多的人和我一起做这件有意义的事。”这是吴雄文的呼吁,是吴雄文的“魔法”所在,也是我们每个人都可以学习的“魔法”,人人都可以做环境的“魔法师”。

人人都可做环境的「魔法师」

关育兵

为“生命故事书”喝彩

杨朝清

世界上没有两片完全相同的叶子,每个老人都有不同的“生命故事”。对于老人而言,最核心的精神诉求,一是害怕被遗忘,二是渴望得到尊重与认同。通过“生命故事书”,老人们一些珍贵的记忆被保留了下来,老人们也得到来自子女和他人更多的理解与敬意。“生命故事书”也是一个传承家风家教的有效载体,能够对后辈起到精神滋养的作用。

定制“生命故事书”的过程,也是子女们参与精神赡养的过程。子

女们和父母们一起回忆往事,不仅能够通过今昔对比更加珍惜现在的美好生活,也能够唤醒和激发他们对父母的感恩与体谅。在物质生活丰富的今天,一些老人已经解决了“老有所养”“老有所依”的问题;如何让老人们“老有所乐”,也是建设老年友好型社会的应有之义。“生命故事书”不仅给老人们带来精神上的愉悦和满足感,也给子女们带来一次精神洗礼的契机,有助于促进代际之间的良性互动。

每个人都终将老去,每个老人的故事都有值得记录的地方,每个老人都有一些难忘的时刻。宁波市海曙区政协委员日前通过座谈交流、上门走访、调研排摸等方式,筛选出白云街道范围内20位老年居民,为其定制“生命故事书”。

“生命故事书”的初衷,在于通过照片、文字等数字化手段,了解老人们在平凡岁月中走过的足迹。但成为故事主角,拥有一本属于自己的“生命故事书”,这是社区里像88岁的居民郑文昌一样的老人没想过的。在人们的印象中,那些能够拥有传记、自传等形式“生命故事书”的老人多是功成名就的社会精英。这次“生命故事书”的主人都是普通人。作为精神赡养的范本,“生命故事书”通过沉浸式关爱的方式,满足了老人们的精神诉求。

“好评15字并晒图,找客服领取10元红包”“我们正在月底冲业绩,能否请您给点好评,我们可以提供红包奖励”……诸如此类的字样经常出现在网购商品包裹内。一些网购商家为了收获好评,采取在包裹内夹藏好评返现卡,甚至打电话或发短信骚扰等方式,请求消费者给出好评。更有甚者,一些卖家将评价内容模板直接发给买家,请求买家帮其“赚流量”。

浏览一些网购平台可知,买家对商品的评论不但会影响其他消费者的选择,而且与商家的推荐指数相关联。对网购商品给予客观评价,本应

出于消费者的真实体验,但在“好评返现”利益驱使下,部分“好评”却成了虚假评价。这既失却客观、理性与公正,也扰乱了正常的网购市场秩序。

好评返现活动对经营者而言,是

虚拟平台的商品好评不能虚拟

张玉胜

属于诱导用户给好评的虚假宣传行为,该行为会促使部分消费者非出于本意编造虚假消费评价,进而侵犯到其他消费者的知情权,卖家同时涉嫌不正当竞争,这些均属于违法行为,都在《反不正当竞争法》《电子商务法》

等法律的打击范围之列。

好评返现在现实购物实践中屡禁难止,根绝“好评返现”顽疾,需要构建各方参与、齐抓共管、警示防范、一揽子解决的系统化机制。首先要加大政策法规的宣传力度,加大日常监管和违规处罚力度,督促商家诚信经营,提升商家顶风“返现”,以身试法的违规成本。还要强化网购平台治理责任,对好评返现的诱导行为严肃处理、公开曝光,以儆效尤。消费者也要增强法治意识,不做“好评返利”的看客和拥趸,对商家和平台不当行为应主动及时地投诉或举报。

时事漫谈

制作:本报理论评论部
编辑:王奎龙 宋育欣
编辑:刘宗保 李雪晴