

关注乡村振兴中的“数字乡民”

□宋庆宇 付伟

通过利用数字技术,越来越多的人克服了物理空间对自身的束缚,利用数字化工具在线完成各类工作,不再依赖传统的办公室工作模式,这些人被称为“数字游民”。近年来,越来越多的“数字游民”入驻乡村,艺术家、科技工作者、创业者在乡村建立工作室、实训基地、创业小镇等,成为乡村振兴中一道亮丽的风景。

乡村振兴进入新阶段,乡村发展对人才提出了新的要求。“数字乡民”的出现,为乡村发展带来了新的机遇。不同于传统的人才下乡,相当一部分“数字游民”是在全球范围内流

动的科技工作者、艺术家和创业者等优秀人才,连接了城市乃至全球范围内的资本、技术、市场等资源。这部分群体在县域周边工作生活,让诸多外部要素溢出进入到乡村之中。

以农产品电商发展为例,农产品电商产业是“数字乡民”大显身手的重要场景。近年来,许多位于一二线城市的电商运营和直播带货公司纷纷派出工作人员下沉到各地县域。这些数字人才具有高度的流动性,将乡村、县域与大中城市乃至全球市场紧密联系在一起。

要充分发挥“数字乡民”对乡村振兴的积极作用,需要进

一步催化他们与乡村要素之间的化学反应,推动这些资源与县域社会和既有产业充分融合、共同发展。一是要加强乡村信息基础设施建设,提升乡村数字化水平。二是要制定相应的制度和政策,建立各种平台和渠道。三是要充分发挥“数字乡民”的技术和理念优势,通过举办各类培训、县域创业大赛等活动,为乡村培养本地人才,将外来的技术优势、人才优势转化为在地化的内生发展动能。②3



每日箴言

南阳华龙高级中学 告诫广大学子——

- 梦想不会欺骗任何人, 欺骗我们的是无限膨胀的欲望。
- 浅薄的人相信运气或境遇, 坚强的人相信努力和耐心。
- 面对亲情、友情和爱情, 海誓山盟无需太多, 陪伴就是最好的承诺。
- 最好的节约是珍惜时间, 最大的浪费是虚度年华。
- 闪光的未必都是金子, 而沉默的也不一定就是石头。
- 生活简单就迷人, 人心简单就幸福。
- 人生太短, 所以笑吧, 趁你还有牙齿。
- 谎言就像肥皂泡般美丽, 但一触即破。
- 生活不是风景画, 不会总是阳光灿烂。

——摘自图书珍藏书目郭同春校长编著的《精粹语言汇编》

缘何“高职就业虽好却不想上”

□张焱

6月13日, 国家发展改革委举行专题新闻发布会, 介绍推进实施职业教育产教融合赋能提升行动有关情况。相关负责人介绍, 近年来, 中职、高职毕业生就业率分别超过95%和90%。

中高级技工需求旺盛、缺口巨大、薪资高企, 很多中职、高职的学生往往还未毕业就被一抢而空。人社部发布的全国“最缺工”的100个职业中, 有58个属于“生产制造及有关人员”。一边

是中职、高职90%以上的就业率, 一边是本科毕业生就业率低迷, 从理性的角度看, 家长和学生似乎不应有犹豫, 他们“高职就业虽好, 却不想上”的纠结到底在哪里?

“好的学生都去了985、211, 职校基本就是差生抱团的地方”“职高就是混日子”……应试教育所造成的筛选效应与“分层”结果, 难免给大众这样的观感。宁可直接出去打工, 也不去好的职高, 是很多人存在的思维定式。

偏见, 很多时候是基于现实的不合理。职业院校展现出什么样的精神面貌、文化价值,

是家长、学生高度关心的问题。

2022年4月, 教育部召开新闻发布会, 介绍教育系统学习贯彻新修订《中华人民共和国职业教育法》有关情况, 强调要提高职业教育质量水平, 改变职业学校给人教育质量不佳的印象, 加强职业学校学风校风、师德师风建设, 营造良好学习环境, 保证教育教学质量。

职业教育是国民教育体系和人力资源开发的重要组成部分, 换句话说, 这是事关培养更多未来劳动者中坚力量的教育。那么, 如何在文化与价值建设上真正拿得出手, 也应当是职业教育从业者需要思考的问题。②3



短视频营销需注明“广告”

□朱昌俊

近年来, 达人探店、达人种草等各类互联网分享行为在网上引流效果显著, 但他们的一些行为也可能误导消费者, 甚至涉嫌违法。日前, 因一家公司发布的达人探店推广短视频未标明“广告”字样, 湖北省黄石市市场监管部门拟对其作出责令改正并处罚款1万元的行政处罚。

今年5月1日起实施的《互联网广告管理办法》明确规定, 通过知识介绍、体验分享、消费测评等形式推销商品或者服务, 并附加购物链接等购买方式的, 广告发布者应当显著标明“广告”。这实际是在法律层面, 给如

今非常流行的互联网视频创作和新媒体广告营销划出了明确边界。

其实, 这也是达人探店、达人种草等新的营销模式发展到一定阶段, 必须经历的“升级”。一方面, 随着此类营销行为越来越多, 如果一部分标注广告, 一部分不标注, 这实际也妨碍市场公平竞争; 另一方面, 不标注广告, 也就意味着失去了责任约束和监督, 不可避免地加剧虚假宣传倾向。当越来越多的消费者发现这种探店模式不再具有真正的参考价值, 相关营销模式的路子只会越走越窄。

当然, 规范达人探店等短视频营销活动, 注明“广告”只是一个最低限度, 也是最浅显的要求。对于虚假宣传行为, 仅注明广告是不能免责的, 从平台到监管部门都应加强把关, 并根据该模式的特点探索新的市场治理方式。同时, 短视频营销内容与正常的视频分享在现实中的界限也未必都非常清晰, 在执法中如何判断, 也考验着执法智慧。②3



三言二拍

校长公布手机号, 挺好!

大学校长公布自己的手机号两年来, 收到两万多条学生短信, 最多的一天收到1000多条, 这些短信都得到一一回复。近日, 在武汉工商学院2023届学生毕业典礼上, 该校校长孔建益的故事让现场学子动容。

据报道, 2021年9月, 到武汉工商学院担任校长不久的孔建益向全校学生公布电话号码, 并表示同学们在学习、生活中有任何困难和问题, 都可以给他发短信。“生有所呼, 校有所应, 我们要做一所最有温度的学校!”这在当时, 也成为一新闻。

一校之长, 不仅应直面所有老师, 还应直面更广泛的学生。大学之“大”, 不只“大”在其物、“大”在其师, 还应“大”在主动, 积极地经营一种良好的师生关系。换言之, 深入了解、及时回应、努力解决学生的问题和需求, 应是大学的基本关切。历史上, 北大校长蔡元培视学生如己出, 可谓有求必应, 事必躬亲, 小到饭堂伙食, 大到人生选择, 都能打理得妥妥帖帖。善待学生是蔡元培一以贯之的为师原则和为人风格, 一直是教育界的一段佳话。

从学校发展角度说, 校长也应向学生公布手机号等联系方式。“知屋漏者在宇下, 知政失者在草野”, 学生是学校教育、管理和发展的参与者和见证者, 他们对学校诸多事项存在的问题和不足, 最为感同身受、最有发言权, 故学校领导应积极倾听学生想法、直面学生“挑刺”。校长公布手机号, 是吸引青年学子参与学校治理和民主管理, 积极建言献策的重要渠道。通过公布校长手机号等方式, 将校园管理的知情权、参与权、监督权交给学生, 可以提高他们身为学校主人翁的认同感、责任感、自豪感。②3

(据《河南日报》)