

只招清华北大毕业生? 教师招聘应避免名校崇拜

从教育的本质出发,高考考得好、名牌大学毕业,并不绝对确保一个人可以成为优秀教师。以高薪、高福利来吸引优秀人才,这一点没错,但要避免迷失在对名校毕业生的盲目崇拜中,尊重教育规律,关注师生的内心,是办好教育同样重要的前提条件。

□南都

深圳市南山外国语学校(集团)高级中学近日发布的2020届毕业生拟聘名单中,20个录取者有19人毕业于清华北大,其中13人为清华北大本科连读,另外1人为北师大本硕连读。也就是说,20人均为硕士以上学历,且几乎都是毕业于中国最好的两所综合性大学。事实上,早在南山外国语学校(集团)高级中学之前,深圳中学今年录用的28名教师中毕业于清华北大的也有15人。

就在今年9月,深圳市龙华区教育局宣布拟招聘公办中小学在编教师约400人,其中本科生年薪26万+,研究生年薪28万+,全日制博士33万+并奖励20万。此外,若应聘

成功,另有“事业单位正式编制、落户深圳、全年带薪休假165天+”。

深圳市教育系统“有钱、任性”的背后,是深圳快速发展的经济和教育资源之间的严重不匹配。就经济发展来说,深圳已经是一线城市,但是从基础教育的规模和质量来看,深圳却和同类型的大城市相去甚远。为此,深圳正在大力推进普惠幼儿园、新增和扩建中小学,以及建设“高中城”,以满足不断增长的优质学位需求。

不过,回到此次几乎只招清华北大毕业生的深圳市南山外国语学校(集团)高级中学,固然要承认这所高中非常惜才,但如果只是为了刻意追求中国顶级大学清华北大的牌子,而忽略了所招聘教师对教育教学本身的能力和热情,对于学生来说就未必是一件好事了。

从教育的本质出发,高考考得好、名牌大学毕业,并不绝对确保一个人可以成为优秀教师。

几乎清一色的清华北大,可能是校方在招聘中主动为之,非清华北大不招;也可能只是巧合,刚好该校属意的人才都出自清华北大。有舆论认为,该校有借助招聘来进行学校营销的嫌疑,毕竟,在社会和家长心目中,清华北大是自带流量的,通过招聘清一色的清华北大毕业生,无异于蹭了清华北大两所顶级大学一次热度。对此,该校通过官微表示,引进来自顶尖名校的优秀毕业生,不仅是因为北大清华的光环,更因为这些老师都有扎实的学科背景,兼具科学精神、人文素养及教育情怀,可以给予学生更高端的学术引领。

舆论关注的焦点,除了校方招聘时是否只看清华北大的招牌,还有这些清华北大毕

业的天之骄子,能否安心从事基础教育工作。曾任华南师大附中校长的吴颖民在接受媒体采访时表示,人才流失有多种可能,这些清华北大的毕业生来到深圳后,可能在其他地方找到更高的待遇,找到真正的用武之地,也有可能因为对基础教育了解不足,满腔热情来了学校之后发现并不擅长,在一些重复劳动中遇到困难而打退堂鼓。

不管是南山外国语学校(集团)高级中学还是其他有远大抱负的学校,都必须明白,教育建设和经济建设区别甚大,因为教育需要耐心,不能快进,不能简单复制,需要连接心灵。以高薪、高福利来吸引优秀人才,这一点没错,但要避免迷失在对名校毕业生的盲目崇拜中,尊重教育规律,关注师生的内心,是办好教育同样重要的前提条件。

侦破

设立赌博网站,利用赌球、彩票等形式组织参赌人员进行赌博,涉案金额高达8000余万元……沈阳市公安局治安管理局近日侦破特大网络赌博案件,抓获犯罪嫌疑人27名,扣押银行卡108张,冻结涉案赌资和追缴违法所得共计8765万元人民币。

新华社发 朱慧卿作



“泰山顶上点外卖” 是种别样风景

□毛建国

现在的外卖,给人感觉似乎已经无处不在。近日,一段泰山顶上送外卖的视频火爆网络。据外卖小哥介绍,客户因为备货太忙了,就试着点了个果篮外卖,让他送到碧霞祠去,他开始也不同意,平台地点都是有规定的,后来和客户协商了一下,也就答应了。不知道这单外卖的具体价格是多少,到底有没有加价,但“泰山顶上点外卖”听起来就新奇。

这种事情放在过去是不可想象的,不仅是成本问题,还因为过去市场根本不存在这样的服务。在此之前,估计也有不少人有过在泰山顶上享受增值服务的想法,可是谁会想到叫外卖呢?

外卖小哥与快递小哥一样,都是随着互联网发展起来的。有数据显示,截至2016年末,我国物流岗位从业人员数为5012万,比上年增长0.6%,成为人员增长最快的行业之一。两年多时间过去了,从事这个行业的人数更多了,这个行业已经深深嵌入经济社会,本身成为经济社会的一个重要组成部分。

从外卖小哥与快递小哥的称呼就可以看出,社会对于这个行业是有着亲切感的。从整体上讲,这个行业方便了人们的生活,促进了社会的发展,也实现了自身的发展。可以预计的是,这个行业的发展将不可限量。即便有了先例,以后“泰山顶上点外卖”的事情也不会大量发生,因为这涉及经济成本。对于外卖小哥来说,这是一份工作,肯定要考虑收益。送一单外卖到泰山顶上,付出身体的辛苦倒在其次,主要是太花时间,由此会影响到自己的收益。对于下单者来说,只要愿意付足够的价格,不难找到愿意接单者,问题的关键是,下单者本身也有价格承受力问题。

在现实中存在大量类似“泰山顶上点外卖”的个性化需求,有些个性化需求,主要限制还不在于价格,而是苦于找不到服务提供者。正如很少有人想到物流这个行业会发展得如此迅猛一样,真正打开思路,行业未来还会超乎想象。在抖音上,有着类似外卖小哥提供各种样代办服务的视频,虽然很多是虚构出来的,但也不能否认,社会发展到现在阶段,确实存在很多个性化需求。现在是在泰山顶上点外卖,如果存在其他需求,而且也在价格承受范围内,可不可以寻找外卖小哥帮助解决?

“泰山顶上点外卖”是种别样的风景,由此可以看到现代物流业具有无限可能性。社会发展中的一个重要标志,就是个性化需求越来越多,以前有些需求无法满足,有些需求只能寻找公共部门帮忙。放眼未来,“有需求找快递”很有可能成为一种现象。

为“薅羊毛”加十几个群 网购也迎来“艰难模式”?

随着促销规则越来越复杂、营销链条越来越长,“双11”的消费体验很难说有真正提升。经历十年的购物狂欢后,消费者和消费市场都在出现新的变化。单纯靠价格优势和无限延长消费者的参与链条这种促销模式,已多少表现出心有余而力不足的苗头。

□任然

据中新网报道,距离“双11”还有一个星期,但商家和消费者的预热早就开始。各大电商放出五花八门的营销活动的同时,全民开“喵铺”、盖楼PK、红包翻倍助力等互动游戏,也让朋友圈又多了一堆要求帮忙助力的人。为了拉到更多人助力,各种“互助群”也悄然出现,有人为了薅羊毛加了十几个群。不过,也有网友吐槽,这到底是你在薅羊毛,还是你被薅羊毛?

近些年,随着折扣规则的“烧脑化”,“双11”从购物狂欢演变成了一场大型网络智力游戏。不过,现在的“双11”又有了“新玩法”,不仅拼智力,还要拼消费者的时间、精力乃至人际关系。

首先,你需要参与足够多的群;其次,“独薅不如众薅”,你能薅多少羊毛,可

能取决于你帮他人薅了多少羊毛。

从盖楼PK、红包翻倍助力等概念就可以看出,在平台和商家设计的规则中,消费者薅羊毛带有明显的社交性质。也就是说,一件让消费者得便宜的商品背后,可能是N个消费者的直接参与,而各种群在“双11”前被相关链接、指令、接力的对话占满,实际上又构筑了一个沉浸式的营销场景。相当一部分并不参与“游戏”的群友,也只能间接受到这种氛围。

不过,正如越来越多的吐槽所示,随着促销规则越来越复杂、营销链条越来越长,“双11”的消费体验很难说有真正提升。一定程度上说,即将走过11个年头的“双11”,在消费者体验和平台、商家的收益之间,是时候构建一种新的平衡了。

一方面,对规则的吐槽增多,说明消费者对“双11”薅羊毛有了更理性的认知。另

一方面,对商家和平台而言,当促销规则的复杂程度和消费者参与门槛不断提高,也意味着不断逼近大多数消费者可接受的心理阈值。如果没有模式创新,其促销效果必将遭遇边际效应的递减。

事实上,去年“双11”成交额虽然继续创造纪录,但增长率已跌至10年新低。对此不能单一归因,但规则和购物体验的创新、提升不足,也是让消费者感到“疲倦”的因素之一。

经历十年的购物狂欢后,消费者和消费市场都在出现新的变化。单纯靠价格优势和无限延长消费者的参与链条这种促销模式,已多少表现出心有余而力不足的苗头。当消费者薅羊毛进入“艰难模式”,或预示“双11”本身也进入了一个更“难”的阶段。其需要更多的创新来突破瓶颈,让消费者变得更纯粹。