

取消家长签字是学校责任回归

王言虎



今日论语

近日,浙江金华金东区实验小学让家长告别检查作业,发出一份《让家长告别检查作业——实验小学教师公约之作业篇》。里面提到“认真批改作业,是每一位老师的基本职责!……从今天起,我们想改变‘家庭作业’变成‘家长作业’的现状,取消规定家长为孩子家庭作业签字的要求……”这个公约,在网络上得到一片赞许声,舆论普遍认为这是对学生作业变成“家长作业”的拨乱反正。

家庭作业完成后需要家长签字

甚至修改,是当下绝大多数小学的做法。应该说,学校要求家长给孩子家庭作业签字,是为了让孩子保质保量地完成作业,希望孩子能巩固好所学知识,考出好的成绩,初衷甚好。但将签字责任强行绑定给家长,总不免给人一种转嫁责任的观感。

所谓家庭作业,不是因为在家中完成,它的审核与修改任务就落到家长头上了。家庭作业相较于在学校所学的知识、所得的训练,是一种辅助性学习,它虽然发生在课后,但仍属于课业教师做出的安排,该写什么,如何写,写好了如何反馈,都是与课堂上的教学行为以一贯之的,它是教

师责任在教室外的延伸,无法被割裂,更不能被替代。

其实,学校规定家长给孩子家庭作业签字审核,本质上是模糊了教师责任与家长责任的边界。在孩子的学习问题上,教师与家长要家校共建,但方法应该是各司其职。学校的责任是布置作业、督促作业与批改作业,而家长的责任是给孩子提供良好的学习环境,让他们能够以一个自由轻松的身心投入学习,而不是强行要求他们直接介入具体课业内容的审核与批改。

这背后既是一个基本的契约伦理问题,也涉及教育的专业性。小学教育也是一门科学,要讲教育

规律,家庭作业该如何布置、批改与反馈,没有谁比专业的教师更清楚。一些家长即便能熟练解答孩子的家庭作业,但他的辅导方式是否科学,甚至是否正确,都值得探讨。况且,很多农村的父母或照料留守儿童,甚至就没能能力对家庭作业审核签字,家长签字制度对他们而言岂不是成了花架子?

所以,不论在科学性还是具体的实施层面,家长签字制都经不起考量。负责学生全流程的学习,是每一个教师的责任所在。将家庭作业“甩锅”给家长,不仅效果难以保证,恐怕也要遭受道义上的质疑。



新民随笔

给小费

卫蔚

中国人去美国,遇到最水土不服的事,“给小费”绝对能列入前几位。

美国是“小费王国”,虽然这算是商业习俗、并无法律规范,但诸如餐馆、酒店、出租车、人工洗车、美容美甲等服务行业,是公认需要付小费的。仅以上馆子为例,在哪个州、进什么样的餐厅、几位客人用餐、吃的是啥……不同情境给不同金额的小费,完全要凭经验。给多了,自己心里不舒服;给少了,就得看服务生的冷脸。

几年前曾在美国待过一阵子,那时服务行业从业者还颇有些“矜持”,索要小费往往以“您还需要点什么吗”“我对我的餐厅/服务满意吗”等充满暗示性的话语“提醒”客人:该给小费了。如果你不“接招”,除了收到几个白眼以及不给换餐盘之外,倒也不会有什么尴尬情境出现。

上月再赴美国,明显感觉美国人索要小费的风气,已经从暗示转向明要。譬如,主流社会传统上不付小费的行业开始“半强制”索取小费;曾经给不给都可以的出租车,如今不给小费就无法结账;有些做外带的咖啡店、蛋糕屋用iPad点单、付款,总金额直接加入15%-30%的小费,iPad上虽有“不给小费”的选项,但一来字如蝇头且在屏幕最角落,二来后面排队客人众目睽睽,如果不给,“压力”实在太大,很多脸皮薄的人只得掏钱了事。那些强调体面的知名餐馆,虽不允许侍者直接索要,但会在不告知食客的情况下,在账单中直接加收20%以上的小费。常有不行细查看账单的客人再付一笔小费,成了“冤大头”。

至于中国游客和华人新移民经常光顾的中餐馆,小费纠纷更是司空见惯。如今,很多自助式中餐馆的寿司吧、煮面吧和铁板烧,干脆直接写明——先付小费再给做。

据说,强行索要小费的风气,从金融危机后期开始蔓延。因为虽然各项经济指标逐渐向好,但美国人手里的钱不见增多,外出上个馆子,消费税加上小费,要多支出10%,不愿外出就餐的人越来越多。景况不佳使得服务行业竞争激烈,雇主们为了省钱,拼命缩减员工工资,小费自然成了后者最看重的收入。

当没有给小费习惯的中国游客遭遇强要小费的美国服务行业,如何互相理解、妥善处理,着实是“公民外交”的一堂重要课。或许,收取了高额团费的旅行社,应该多出点力。

权威声音

“金融是实体经济的血脉,为实体经济服务是金融的天职,是金融的宗旨,也是防范金融风险的根本举措”,习近平总书记在全国金融工作会议上的论断,为金融业的健康发展指出了根本思路,具有鲜明的时代意义和世界意义。

近些年来,我国金融业增加值占GDP的比重逐年提高。据统计,金融业已经成为28个省(区、市)的支柱产业,对其中12个省(区、市)的GDP拉动率超过1%。但金融业的过热发展,也带来了一些问题,譬如资源配置不当,资金“脱实向虚”,潜在风险隐患增多等。相反,作为国民经济的基础和命脉的实体经济,则在发展上出现瓶颈。主要体现在企业融资难、融资成本高,抗风险能力弱,小微企业发展缓慢等。

让金融回归服务实体经济本源

一个国家要想保持长久经济竞争力及较强的综合国力,必须夯实实体经济。当前,国际政治经济环境复杂多变,2008年国际金融危机发生之后,各国都把实体经济摆到了战略高度大力发展。对中国而言,做大做强实体经济,夯实根基并提升经济质量,是稳增长、调结构、促发展的不二选择。从这个角度来说,不断降低实体经济融资的门槛与成本,让金融活水更好浇灌实体经济,不仅是做大做强经济“蛋糕”的根本选择,也是防范化解金融风险的必由路径。可以说,只有回归本源,全心全意为实体经济服务,才能体现金融作为经济“血脉”的真正价值。

让金融回归本源,需要发挥“协同效应”。对金融监管机构而言,应加快完善金融监管体系,夯实金融监管存在的薄弱环节;对各级政府而言,应健全法律机制,增加恶意违法违规的成本;对金融企业而言,应完善公司治理,切实提升董事会、监事会履职能力和决策监督水平,提升内部管理能力;对实体企业而言,一方面要苦练内功,主动适应供给侧结构性改革,加强创新,提升核心竞争力,另一方面也要主动与金融市场对接,充分发挥金融优势,助力企业做大做强做优做强。(胡海升 刊今日人民日报 本报有删节)

知识付费是门好生意吗

日报观点

17万付费订读者、3000多万元网课收入,近日,在媒体记者探访下,号称要做“陪你买早餐的经济学家”的薛兆丰再一次被拽进舆论视野,一同被反复打量的还有这位北大教授身后的知识付费洪流。

知识付费的兴起,造就了薛兆丰这样的“知识网红”以及得到、喜马拉雅等一批备受关注的分享平台。但经历了“元年”爆红的知识付费,今年却显露疲态。曾经的对标爆款《李翔商业内参》付费变免费、风向标人物papi酱分答社区停更等一连串事件,为知识付费这门生意蒙上了些许阴影。如果结合一直以来网友对知识付费内容同质化、碎片化、娱乐化的吐槽和惨淡复购率的质疑来看,知识付费可能真的在遭遇一场发展危机。资本的疯狂涌入、粉丝经济的成熟嫁接,在一定程度上吹大了知识付费的气球。“‘知识付费’里的‘知识’,和‘共享经济’里的‘共享’一样多”——虽然这是个段子,但戳起知识付费的痛处来,真是准得很。

当然,作为新生事物,知识付费在早期经历大浪淘沙,实属正常。深度内容和有深度价值的人群将会逐渐凸显,回归消费理性的知识产品购买者也将同时在段内完成新的逆向筛选。届时,那些发展的不二选择。

“假装在分享知识”的裸泳者将不可避免地市场淘汰。祛浮降噪后的知识付费市场,才有可能沉淀出稳定、优质的内容及一整套生产机制,知识产品的创新迭代

才有盼头。知识付费是门好生意,但前提是先做足“知识”,再惦记“付费”。(王丹 刊今日光明日报 本报有删节)



用完公厕后

天呈 画

网视舆情

这很像是当年“3Q大战”的翻版。最近,新浪微博用户突然收到一条弹窗通知,微博推出了新的用户使用条款,许多用户认为部分内容有“霸王条款”嫌疑。和当年“3Q大战”类似,用户只能在360或QQ中选一个。如今新浪要求,所有人要么把原创的版权交给新浪,要么别用。

这个所谓的“霸王条款”主要内容把控两个方面,一是用户在微博平台上发布的一切内容,微博都将享有独家发布平台权益,用户只能在微博上独家展示,未经微博书面允许,用户不得自行授权第三方直接或间接引用任何内容;二是在维权阶段,微博用户将无偿授权微博平台法律权利,以任何法律手段追究第三方平台使用在微博上发布的内

翻版“3Q大战”,受伤的还是用户

何小手

容等行为,微博将获得所有赔偿款项,同时,用户还承诺配合微博,应微博要求积极提供文件和相关协助。

通知曝光后,网友怒不可遏,尽管微博很快修改了部分协议细节,但很多用户并不买账,因为修改的条款核心内容并未改变,用户对自身发表的内容没有支配权。一般网友发表的内容版权默认属于用户本人,除微博之外是否在其他平台发表都由用户决定,如今根据这个新协议,必须新浪平台和用户共同同意。有网友对此调侃说,新浪此举就像“拿喇叭放个歌,喇叭就有版权了”。

这样的条款明显会受到争议,在法律上也未必行得通,新浪微博为

何还要冒险?按照新浪微博负责人的解释,主要是因为第三方平台通过抓取内容获益,但微博方面却往往要承担不实信息传播带来的法律风险。这样的解释有一定依据,但另一种说法似乎更具说服力:许多APP抓取新浪微博的优质内容,新浪微博试图通过版权垄断来禁止这类抓取行为。

的确,各大平台一直通过各种手段争夺优质内容,这种行为并未受到抑制,因为一般认为只要用户同意,就不存在法律障碍。对用户而言,第三方平台抓取其内容的行为并不会造成大的损失,相反,如今网络社交平台多元化,只要平台未通过付费方式购买用户内容,从而获得相应版权,用户就乐

见自己的优质内容在各个平台传播。

但对于平台而言,优质内容被其他平台抓取,意味着核心竞争力被截取,当然不会放任这类行为。问题在于,微博找不到一条合适的途径去抑制这种行为,如今新条款意味着,平台都在争内容,而最后受伤的却是用户。这样的状况似曾相识,只是,与“3Q大战”不同的是,今天新浪微博新条款挑战的是用户版权,用户不但要二选一,还面临自身权益的受损。新浪微博的苦衷有着复杂的社会和法律背景,比如用户内容的版权一直不够明确,第三方抓取时的确有一定的随意性,但这是否就可以成为裹挟用户的理由,现实恐怕并不乐观。