

精准对接,让职业教育在助推高质量就业中大显身手

本报评论员 郭振纲

岗位、专业关系的基础上,对接现代产业体系,服务产业基础高级化、产业链现代化,一体化设计中等职业教育、高等职业教育专科、高等职业教育本科不同层次专业,共设置19个专业大类、97个专业类、1349个专业,其中中职专业358个、高职专科专业744个、高职本科专业247个。

职业教育是国家多层次教育发展体系中,与劳动力市场需求对接最为紧密的部分。一方面,它对接国家发展对人才的需求,根据人才培养的远期目标设计专业和培养计划,为国家发展储备人才;另一方面,它对接就业市场需求,根据劳动力市场的近期需要,培训企业急需的高素质劳动力,助力劳动者高质量就业。职业教育发展得好不好、成功不成功,一个重要的评价标准是适应性不强、与需求的对接不到位。新版目录将产业、职业、岗位、专业等多重关系进行整合设计,增强对接性,强化适应性,对于助推现代产业体系转型升级、助力高质量就业以及职业教育本身的现代化,都具有长远和现实意义。

目前,全国职业学校开设了1300余个专业,覆盖国民经济各领域,专业布点10余万个,每年培养1000万左右的高素质技术技能人才。统计显示,在现代制造业、战略性新兴产业和现代服务业等领域,一线新增从业人员70%以上来自职业院校毕业生,职业教育的社会认可度稳步提升。与此同时,在一些具体领域,职业教育仍然存在不少不足,职业教育的适应性面临不少挑战。

比如,一些职业技术学院设置不合理,应用性特色不突出,片面追求“上层次”、向研究型院校靠拢,甚至一度出现“去职业化”现象,弱化了职业教育的特色;一些职业技术学院的专业设置滞后,传统型专业多、新型专业少,跟不上人社部《职业大典》调整的节奏,导致一些新职业有名称无人才,人才培养“慢半拍”。据统计,技术工人的求人倍率近年来一直维持在1:1.5以上,高层次人才의求人倍率维持在1:2以上水平,难以适应就业市场的需求。

职业教育是高质量就业的助推器,是高新技术人才的储备库。职业教育必须紧紧跟

上高质量发展的步伐,无论在数量上还是在质量上,要提供劳动力市场所需求的高技能人才。目前职业教育存在的问题,关键在于职业教育的适应性不足。强化这种适应性,即职业教育的专业设置与高质量发展要实现动态平衡,职业院校培养出来的学生,其技能与劳动力市场的需求实现精准对接。事实上,在职业教育发展比较成功的国家,其职业院校培养出的学生的市场接受度比较高,秘诀就在于其职业教育与市场需求对接比较到位。

就业是民生之本。今天,我们立足新发展阶段,贯彻新发展理念,构建新发展格局,推动高质量发展,就要实现更加充分的、更高质量的就业,人才的供给侧和需求侧就要精准对接。职业教育作为高技能人才的重要供给渠道之一,要与劳动力市场的需求精准对接。新版目录规划出了职业教育对接劳动力市场需求的“路线图”,提出了强化职业教育适应性的解决方案,要尽快落实到位,发挥出引导功能,让职业教育在助推高质量就业中大显身手。

现场·我在我思

韩疆超

“日式蜜桃臀”“回眸嘴微张开”……这两天,一些社交平台上陆续有网友发帖,反映一些线上购物平台上的儿童内衣网店在打色情擦边球。不少童衣广告图片中,不仅有大量女童模特在模仿成人姿势,而且有男童女童的性器官被刻意凸显出来……

“儿童内衣为什么需要模特?是穿给谁看的?”

“家长为啥要让孩子挣这个钱?”

“竟然将恶念引导到小孩子身上!放过他们吧!”

一众网友纷纷吐槽这种恶劣行为。就在我用手机浏览这条新闻和图片时,6岁的儿子出于好奇把小脸凑了过来,我赶紧慌慌张张地关掉页面,放下手机,与他聊起了别的话题。在孩子成长的过程中,估计不少家长都与我一样,必须对网络上随时可能冒出来的不良信息,保持高度警惕,也难免会有类似的尴尬瞬间。

眼下,出现这种有软色情倾向的儿童照片,多数商家或许并非故意为之,可一旦被有心人利用,不仅会侵犯孩子的人格权,更会触及法律和道德底线。

比如,不久前,以儿童萌趣照片配以性暗示、性挑逗文字制成的儿童软色情表情包,在某些社交圈中传播。其中的儿童照片大多通过网上搜集,表情包的制作、上传者可以标价出售,或根据下载量与相关平台分成;在一些短视频平台上,有账号靠发布未成年人的热舞视频、暴露照片引流、卖货;在更隐秘的互联网角落中,儿童软色情还成了黑灰产业,一些网站首页充斥着大量未成年人裸露身体的图片,观看者充值为年费会员,就可以观看下载大量的儿童色情图片、视频,有网站的会员数量竟达800余万人……在成年人的网络世界里,孩子们如此被利用、被消费,实在可怕。长此以往,甚至可能诱导心怀不轨的成年人对其实施侵害。

不同于打色情擦边球,更多的时候,一些成年人带着一种取乐、猎奇的心理,把孩子当成了娱乐工具。

就在去年,某直播平台上,3岁女孩佩奇由于食量惊人成为一名“吃播”小网红,体重达到70斤后,其父母不仅视若无睹,而且继续让孩子吃烤肉、烤串、烤肠,甚至兴奋地宣布孩子马上要突破100斤了。更有四川男孩在12.5米高的铁丝护栏上直播走钢丝,还能喝两瓶啤酒。在一些直播平台上,未成年人的“土味情话”等成人化表演无处不在,一些孩子在全家人的努力包装下成为赚钱工具,沉浸在成人化的直播氛围中而不自知……过早地把孩子推进成年人的世界,对孩子的身心健康来说无异于一场灾难。

有鉴于此,未成年人保护法新增的“网络保护”专章,明确规定了任何组织或者个人不得通过网络以文字、图片、音视频等形式,对未成年人实施侮辱、诽谤、威胁或者恶意损害形象等网络欺凌行为。接下来要做的,是让法律产生更强的威慑力,倒逼电商平台、视频直播平台加强内容审核,防止未成年人成为成年人取乐、牟利的道具。

只有把孩子们从被裹挟、被消费的深渊中救赎出来,才能真正还给他们一个快乐纯真的童年,让因幼年心理创伤而致的性格扭曲者少一些,让在灰色童年影响下走向人生歧路的人少一些。

巴尔扎克说:“童年原是一生最美妙的阶段,那时的孩子是一朵花,也是一颗果子,是一片朦朦胧胧的聪明,一种永远不息的活动,一股强烈的欲望。”聪明伶俐、天真无邪、可爱呆萌……这些才是孩子该有的模样。珍惜孩子带给我们的美好,守护孩子的点滴成长之路,每一个成年人都应为此努力。

“补偿式返乡”,保障与服务要跟上

井水明

据《中国证券报》3月23日报道,为了弥补过年没有陪伴亲人的遗憾,即将到来的清明假期,很多人选择“补偿式返乡”。数据显示,近一周清明机票预订量较上周增长超150%,预计今年清明出游人次将达1亿。

今年春节前,国内有些地方出现零星散发病例,疫情防控形势严峻。在此背景下,各地各行业响应非必要不返乡、就地过年的号召,把返乡的日程暂时搁置,诸多人就地过了一个与家人“线下分离、线上团聚”的难忘春节。随着3月16日起低风险地区人员可凭“绿码”全国通行,人们线下与家人团圆的机会终于来了,很多人开始计划和选择“补偿式返乡”,掀起了一股出行热潮。

“补偿式返乡”实际是对就地过年的一种呼应,可以释放人们返乡的情感和消费等需求。这种长时间分离之后的团聚,一方面可以缓解思乡之苦,另一方面也凸显我们的生活正在步入正轨。

就个人而言,被疫情阻隔在同一地方所带来的情绪焦虑和心理压力可想而知,这种暂时性心理问题需要释放的途径。随着防控形势的变化和措施的调整,人们选择在清明小长假里返乡和家人祭奠先祖,或者选择冲入自然、放飞心情,与家人团圆在田间地头、畅游于山水之间,不仅能够感受到父母亲情、打撈乡愁记忆,而且这种“劫后重逢”或许更能强化人们的家庭观念,让人们对生命多了一重体验和感受。

当然,“补偿式返乡”过程中,安全问题依然是重中之重,一方面是个人的防护依然重要,另一方面是后续的保障与服务要跟上。比如,在确保人们健康出行、做好个人防护的前提下,各地不应擅自对疫情防控政策加码;交通运输部门能否开辟出更多线路、提供更贴心的服务,让补偿式出行走得得了、走得好、走出新的体验;市场监管部门要敦促相关企业做好食品安全与疫情防控各项工作,落实商品采购、检测消毒等各项措施,加强溯源管理;各旅游城市、热门景点也要对可能爆棚的人气有所准备,提前谋划、统筹安排,对设施设备进行检查,防范风险、确保安,出台相应的分流、限流预案,等等。

遏制长城上刻字,要多下预防功夫

冯海宁

3月21日下午,有3名游客在八达岭长城墙体上刻划,被网友及相关媒体曝光。警方最新通报显示,3月22日凌晨,已将3名违法行为人张某林、李某荣、苏某芳查获。根据《中华人民共和国治安管理处罚法》相关规定,已对3人作出行政拘留并处罚款的处罚。

据悉,这3人除了接受治安处罚外,还可能面临被列入不文明旅游记录、限制购票等惩戒。这种代价对其他游客来说具有警示教育作用。

值得注意的是,在长城墙体上刻字者可谓“前赴后继”。以去年为例,在疫情后八达岭长城景区恢复开放首日,就有游客拿钥匙在长城城墙上刻字并上传网络;4月6日,工作人员巡逻时发现,一名游客在刻字,而另一名游客为其望风掩护;10月6日,17岁游客杨某在八达岭长城城砖上刻字……

如何采取更为有效的措施遏制游客破坏长城的行为,值得探究。一般来说,保护文物不被游客人为破坏,不外乎三种路径:事前预防、事中应对、事后惩戒。

这当中,事前预防无疑更重要。只有预防到位,文物才能免遭“毒手”,也能省去事后查处的成本。

从目前情况看,相关制度比较完善,《刑法》中有“故意损毁名胜古迹罪”;《治安管理处罚法》规定刻划、涂污或以其他方式故意损坏国家保护的文物、名胜古迹的,可处警告、罚款或者拘留;《关于对破坏八达岭长城景区文物行为的惩戒办法》于去年4月已实施……法律和制度规范的同时,还应该采取有针对性的“人防”和“技防”。比如,增加巡逻人员和巡逻频率,畅通游客举报路径,等等。

此外,应考虑在购票和进入景区环节,加强对游客文明旅游的告知和提醒、对相关不文明行为可能产生的法律后果的普及,进而强化法律的威慑力。

八达岭长城,作为全国重点文物保护单位,墙体上每一块砖都是历史的见证,都具有不可替代的价值,保护长城甚至可以说是每个国人的义务和职责。处罚在长城上刻字的人只是手段,重要的是借此提醒、震慑更多人,对长城、对文物要有起码的敬畏和尊重。



G图说

解散了之?

据《半月谈》报道,随着中央加强对指尖形式主义的整治,多地陆续对微信工作群等线上办公平台进行集中排查清理。一些临时群、僵尸群被解散,一些必要的工作群整合,大大减轻了基层干部的负担。然而,基层一些干部对将微信工作群“解散了之”、单纯压缩数量并不十分认同。

各种工作群,在带来沟通便利的同时,也确实存在人多事杂、“爬楼”寻找干货信息等现象,有的甚至成了基层干部的工作负担。而压缩工作群数量、减少工作APP填报等举措,或许并未从根本上解决问题,一刀切也背离了整治的本意。治理指尖上的形式主义,不仅要重视微信群数量的控制,还要同时抓好质的提升,让工作群最大程度发挥服务作用,如此才符合治理的初衷。

赵春青/图 嘉湖/文

警惕“零添加”背后的恐慌式营销

何勇海

据《新京报》3月22日报道,目前“零添加”标注在包装食品中并不少见。宣称“零添加”“不添加”或暗示食品添加剂有害,已成不少新兴品牌的营销手法。据食品企业介绍,“零添加”是一种市场趋势,是商家对细分市场的争夺。如果企业尤其是新品牌不进行标注,往往会处于竞争劣势。但在一些专家看来,“零添加”背后的恐慌式营销及对一些食品添加剂的污名化暗示值得注意。

如今,食品标注“零添加”已成风潮,甚至泛滥之势。随着生活质量提高,消费者对食品品质有了更高要求,比如,追求健康、天然,就会比较在意食品添加剂的种类、数量与剂量等。有些消费者见到食品添加剂就摇头,认为含有添加剂的食品都不安全、不能放心食用。为迎合这种顾虑,越来越多的食品开始在其包装上显著标示“零添加”“无

添加”等词语,试图以此赢得消费者的信任和青睐。

随着越来越多的食品企业宣称、推广“零添加”,一种恐慌式营销也开始掺杂其中,比如,某婴儿食品将“添加剂,我不爱”作为卖点,并称“符合婴辅食标准(婴幼儿辅食国家标准)的产品也不一定好”。这种“恐慌式营销”将食品添加剂和非法添加剂混为一谈,助推了食品添加剂被“妖魔化”,也间接制造了市场混乱。

胡乱标注“零添加”不仅违背客观事实,而且会对消费者造成误导和欺骗。据相关报道,“零添加”一般分两种情况:一种是允许添加而不添加,在工业化生产时代,经过加工的预包装食品几乎找不到不含食品添加剂的产品,宣称“零添加”多半是忽悠消费者;另一种是未添加非法添加剂(如三聚氰胺、一滴香、肉中宝等),这种情况下宣称“零添加”纯粹是一种噱头而已,非法添加剂本就不应该出现在食品里。

按照食品安全法的定义,食品添加剂是指为改善食品品质和色香味,以及为防腐保鲜和加工工艺的需要,而加入食品中的人工合成或天然物质。食品添加剂并非不能用,而是不能滥用,不能超量、超范围使用,只要使用适量且合法,就不会给消费者健康带来危害。顺应消费需求追求“零添加”值得肯定,但刻意制造恐慌,将食品添加剂“妖魔化”必须遏制。

出于保障消费者知情权、规范和约束食品企业的生产经营行为、维护市场竞争秩序的需要,相关部门应该对食品标注“零添加”的做法尽快正本清源。2020年7月,国家市场监督管理总局曾发布修改后的《食品标识监督管理办法(征求意见稿)》,其中规定,食品标识中不能使用“不添加”“零添加”“不含有”或类似字样。新管理办法目前尚未出台,但相关部门的态度已经很明确,期待这一规定早日落地,刺住胡乱标注“零添加”的不良风气。

产品或者服务。

可见,个人信息“非必要不收集”,应是APP服务的一条“高压线”。明确“高压线”,除了需要建立个人信息的合理使用制度、侵害补偿和惩罚机制,设置监督机构外,还应对公民个人信息的采集、使用和保密等问题制定详细规定,如在信息采集的源头方面,对采集主体设定门槛、规定必须先履行核准和登记程序等。

同时,应结合我国实际情况,在推进数字产业规范发展和个人数据保护立法工作的同时,还要兼顾个人数据保护、创新、效率、安全等价值目标,在保护个人权利的同时,激励各方更好地沉淀和使用数据。比如,可以对个人数据按照敏感程度加以分类保护;导入风险理念,根据个人数据的性质、使用场景以及产生的风险,来限定用户同意的范围和数据二次利用的风险管理机制。

要保障有关个人信息保护的常态化监管效果,必须抓紧制度牢笼,上述规定的出台可谓正当其时,这也应该成为全社会的共识,进而成为相关企业行为的准则。

APP存在的强制授权、过度索权、超范围收集个人信息等问题仍屡禁不止。

如此语境下,国家网信办等4部门出台新规,明确39类APP必要个人信息收集范围、规范收集行为,是监管工作的进一步需要,也是对公众关切的及时回应。

此前,《信息安全技术个人信息安全规范》《网络安全实践指南——移动互联网应用基本业务功能必要信息规范》等行业文件,都曾针对APP超范围收集、强制授权、过度索权等行为提出可行性解决方案,但这些规范因为缺少法律上的强制约束力,对于相关行业而言更多的只是一种参考。因而,尽快建立健全个人信息安全全方位保护法律体系的呼

汪昌建

3月22日,国家互联网信息办公室等4部门联合制定的《常见类型移动互联网应用程序必要个人信息范围规定》发布。规定明确了移动互联网应用程序(APP)运营者不得因用户不同意收集非必要个人信息,而拒绝用户使用APP基本功能服务,同时规定了39种常见类型APP的必要个人信息收集范围。

必要个人信息时代,APP在为公众生活带来便利的同时,也增加了用户对自身隐私安全的担忧。近年来,相关部门曾数次开展APP违法违规收集使用个人信息专项治理工作,但一些