

泉眼

原生态

白天开灯能照啥

林毅:八里洼路西首路北,有一建筑工地,沿街的地方立了好大一片广告牌,并且在上方都安装了探灯。夜晚在探灯的照射下五彩缤纷,达到了吸引眼球的目的。近些日子,这些探灯昼夜都亮着,不知是有意而为,还是线路出了问题。建议有关人员抓紧看看,大白天亮着灯,实在浪费。现在提倡节约,就是公家拿钱,看着也让人心疼。

窖井毁坏要及时修

振东:日前,笔者在市区七里山西路与二环南路交叉口处的人行道上看到,一口窖井被雨水冲毁,井口破损,井盖和垫圈被冲移位,半张着口,周围花砖也不知去向,因长时间无人过问,窖井口周围杂草丛生垃圾遍地,不仅影响市容,也给过往行人带来安全隐患。希望有关部门踏踏实实工作,不留死角,及时维修好被毁窖井,消除安全隐患。

杠子头话题征集

对变味的校园招聘不妨叫停

甘泉

进入10月份,省城不少高校几乎每天都有校园宣讲会。记者发现,在企业公布的招聘岗位中,教育部公布的15个难就业专业鲜见身影,有的企业宣讲几乎成了产品推介(10月29日《齐鲁晚报》C12版)。

“看了刚才的宣传片,哪位同学能说出我们的产品

从哪一年开始生产的?”报道中企业宣讲人的提问,不禁让笔者惊愕,这哪还有一点校园招聘会的味道,比产品推介会有过之而无不及。

在每年就业大军涌向招聘会的形势下,一些企业不在吸引人才上动脑筋,而是拿出为数不多尤其含金量不高的招聘岗位,干起挂羊头卖狗肉的事情,名为招聘,实为推介产品,让严肃的校园

招聘沦为宣示企业存在的舞台。

笔者建议,对那些压根儿就不是诚心招人,只是为了宣传推介产品或应付上级举办了多少场次这种变形走样的招聘会,高校和相关部门要坚决说不。对只追求招聘会数量,而不看真正的签约情况,乃至搞拉郎配、凑场次的招聘会决不能睁一只眼闭一只眼。

一言以蔽之,保持校园招聘会的健康纯洁和名副其实,作为举办方要诚心诚意增强针对性,不能花拳绣腿搞成撩拨毕业生实现工作梦想的场次秀。作为高校,应根据需求,认真筹备,让应聘者高兴而来,满意而归,即使找不到工作岗位也有个好心情,切忌临时抱佛脚,仓促应付,置毕业生的一片真诚于不顾。

本报剪子巷杠子头栏目自创办以来,得到了众多杠友的支持与厚爱,为将杠子头栏目办得更好,集思广益,加强与杠友的互动,现向广大读者征集每周一期的杠子头话题,征集那些围绕济南、贴近生活、适合开杠的话题。如果您有适合抬杠的话题,可以告诉我们,您可以发送至邮箱qlwbjzx@163.com,并附带您的联系方式。如果您的话题被采用,将会在杠子头栏目公布并有相应稿费。

振华商厦

(济南人民商场)

感恩节

进价销售 “0”利钜惠 火爆进行中

周大福、金六福、TOPFEELING、ONLY、VEROMODA、衣恋、天尼维尼、马克华菲、GCGG、JEEP SPIRIT、ZOO YORK等著名品牌全新呈现

携百余知名厂家共同推出进价销售,击穿价格底线,一年仅此一次,火力全开!

购物满额赠

当日累计购满500元者赠送价值50元赠券(特价及个别品牌除外)。

幸运大抽奖 10台 iPhone 6 等您拿!

当日购满199元以上参与10台iPone 6幸运大抽奖(最多限赠3张)。

购物有礼送

当日购物188元以上赠精美好礼(每天限5000份)。

微信中大奖

扫二维码关注振华微信,每月即中iPhone6大奖。

限时抢购

黄金228

金六福每克(每满5克,1克享此优惠)

周大福镶嵌珠宝、K金、铂金在活动基础上满1000减120元购第二件货品(10.31-11.2)

招金银楼黄金饰品限时抢购每克立减57元,铂金428元/克

金六福盛大开业赢金条,豪礼转不停

欧莱雅感恩4件8.5折+200减40

自然堂、资生堂、薇姿、理肤泉参加200立减40+满返、送礼等活动

玉兰油688立减100(限量)+200减40

卡姿兰满300送200

卖萌了

11月1日、2日

神兽助阵

人民商场

感恩节

感恩节独家特惠品

劲霸男装秋冬款超值特惠,全场低至100元起

金利来鞋、服饰199元起 红蜻蜓99元起

富安娜羽绒被299元+满返 珂卡芙75元起

西西贝尔、丝柏兰、欧宝迪等男女鞋99起

人民商场羽绒服 “0”利钜惠

羊绒羊毛保暖内衣 满500再赠50

么么说么

甘泉

近日,笔者路过闵子骞路,看到历城区山山街道办事处在该路段开辟建设的突出孝文化的文化墙,不仅烘托了创城,而且紧挨闵子骞墓,既达到了让外地人了解济南、同时了解闵子骞相关故事之效,也深受市民喜爱,有不少家长专门带着孩子前来观看。

当下省城众多小区,街道的文化墙一开始吸引人驻足观看,但时间不长就冷落萧条。分析原因,是因为一些文化墙的建设起点不高,东拼西凑,没有突出济南的历史文化特色、切入该地段的人文生活沉淀,有的甚至当成了应景工程。

闵子骞路上这组突出孝文化历史故事的文化墙之所以受青睐,愚以为,除了定位选题准确,一个重要的

方面是注意了群众性,即接地气,突出和结合了当地的历史人文,符合了市民的学习习惯以及品味和口味,较好地避免了水土不服的问题。

由该处文化墙的受众率高,笔者想到了省城文化墙建设如何接地气。第一,不能闭门造车,冥思苦想,必须广泛征求辖区内居民意见,挖掘人们喜闻乐见的题材。第二,是不是真正反映当地特色,以及是否符合群众口味,不妨把建设文化墙的预案进行发布,优中选优后再去制作。第三,下棋找高手,有了接地气的选题,在文化墙的施工上,要选择资质高的单位或广告公司负责,做到精心策划,图文并茂,引人入胜,增加正能量。第四,文化墙的维护不能有临时观念以及应付凑合的思想,特别是要破除作为显示政绩的场合的思想,切实保证建设质量。

“常回家看看”不能只在嘴上

徐剑锋

27日,一则“儿子从上海回嘉兴,却发现父母已在家中双双离世”的新闻让人悲伤不已。常言道,“父母在不远游,游必有方”,但如今,不少年轻人不得不远离家乡和亲人,在外地生活。就此,本报网站发起调查,在上百名参与调查者中,近四成被调查对象超过半年才回一次家,即使回家,九成以上被调查者呆在家里的时间不超过一周。在回不了家的时间里,一周一次的电话成为远离家乡的最大慰藉。(10月29日《齐鲁晚报》)

尽管已将“常回家看看”从道德要求上升到法律层次,德治与法治的完美结合,也能让沿袭几千年的“百善孝为先”美德得以更好地传承和弘扬。从这份网调的结果来看,“常回家看看”要成为每个公民的自觉习惯,还需有具体化的政策配套、制度配套和服务配套。

现代社会流动性大、生活节奏快,尽管大多数子女都充满孝心,但“常回家看看”往往会因工作忙、时间少等而被搁置或忽略,尤其是对异地就业、远出谋生者来讲,更是心有余而力不足。由此而言,要让“常回家看看”成为指令性的任务硬着地,一方面要加紧完善带薪休假、探亲假等政策,另一方面要健全社会养老政策,从加大社会保障覆盖、增加基础养老金、完善养老机构等入手,让老年人尤其是空巢老人在社会大家庭中找到归属感;同时,对法规中“关心”“经常”的定义和“看望”“问候”的方式等模糊概念,也需细化相应的制度配套,从而使新法的可操作性更强、执法的可行性更严密。