

“知识跨年”风行,新事物展现新气象

□公民论坛

一个美好的社会,一定是一个有着美好导向的社会,而重视知识,重视人才,显然是值得提倡的社会导向。谁也不能否认,现在对知识对人才的重视,确实已经成为主流,拥有知识的人才正处于最好的风口。

□建国

作为岁末年初收视争夺战的重要一节,参与跨年晚会角逐的电视台比往年明显增多:除了江苏、湖南、东方、浙江四大卫视,央视和四川卫视也加入其中。与往年不同的是,今年各大卫视的跨年晚会不再一味比拼明星,“知识跨年”竟然成为了潮流。而且,这些没有小鲜肉,不请流量明星的“知识跨年”还很火。(1月1日《南方日报》)

仔细想来,出现这样的风景又很正常。当我们以文化视角回顾过去一年时,《诗词大会》《朗读者》以及正在热播的大型文博探索节目《国家宝藏》,显然是不得不提的文化现象。这些既有意义又有意思的节目,不仅获得了口碑

而且获得了金杯,即便在市场上也得到了很好的回报,并没有像有些人担心的那样,被打入“叫好不叫座”的冷宫,这也让那些戴着有色眼镜的人一再大跌眼镜。

如果说这些节目还打着传统烙印的话,那么再看互联网。中国互联网网络信息中心发布的《第38次全国互联网发展统计报告》显示,55.3%的网民有过为知识付费的行为,满意度达38%。受此驱动,2017年8月,知识付费用户突破5000万,市场预测行业全年经济规模达500亿元。这真是一个知识消费的春天,而其背后,正如《罗辑思维》的主讲人罗振宇所说,深层次的原因在于中国人对学习的需求日益强烈。有着这样的文化生态,出现“知识跨年”以及“知识跨年”受到欢迎,难道

不是情理之中的事吗?

当然,面对“知识跨年”的出现,并不是说现在对知识的重视就完美无缺。一个美好的社会,一定是一个有着美好导向的社会,而重视知识,重视人才,显然是值得提倡的社会导向。在现实中也确实看到,还存在一些不公平的机制,以及存在一些对知识和人才的挤压。这也提醒我们,在尊重知识、尊重人才上还有很长的路要走,还有很多事要做。但谁也不能否认,现在对知识对人才的重视,确实已经成为主流,拥有知识的人才正处于最好的风口。

正是因为看到了知识的无限价值,很多人产生了一种知识焦虑,焦虑之下,难免会产生非理性。正如我们看到的知识消费还存在泡沫,很多人只是基于关注网红而关注知识。换

言之,知识本身的力量与魅力,并没有充分显现出来。但是,同样作为一种消费现象,在对知识的消费与对综艺的消费中,在对知识网红的选择与对流量明星的选择中,到底把票投给谁,应该是不言而喻的事。因此,不必因为知识消费中出现的一些问题,而对知识消费拳打脚踢。

在《娱乐至死》一书中,尼尔·波兹曼认为,以电视为主要信息媒介的当代文化正因为其娱乐化、庸俗化、碎片化而逐渐失去生命力。很难说现在出现的“知识跨年”与寻常所见的综艺消费有什么本质区别,但不管如何,还是应该看到其积极性新鲜性。娱乐影响文化,文化何尝不影响娱乐。“知识跨年”是新时代的新气象,“知识跨年”的新姿势值得期待。

□媒体视点

环保税的每一分钱都应用于环保

从2018年1月1日起,备受关注的《中华人民共和国环境保护税法》开始施行。征收了数十年的排污费被环保税所替代,看似只是名称的变化,总体税负也基本保持稳定不变,但意义非同小可。

排污费作为行政收费,征收层级较低,收起来也比较随意,有的地方在征收中实行摊派,随意增加企业负担;有的地方放水养鱼,把排污收费变成收费排污;有的地方为了招商引资,还出现地方政府用财政资金帮企业代缴排污费的现象。

作为一个法定税种,环保税层级更高,其征收遵循了税收法定原则。征收的标准和程序受到严格规范,地方官员今后再也难以任性。

不过也要看到,排污费之所以长期受舆论诟病,一个原因是排污费使用和征收一样不规范。虽然按照相关规定,排污费收上后必须用于环保治污,但许多地方的排污费一直花得不明不白,一些地方的审计发现,排污费干脆成了环保部门的养人费。那么,新生的环保税,能否避免这一问题?

让环保税每一分钱都用于环保,除了法律上的宣示外,更关键在于相关制度的保障。环保税既然统一纳入财政预算,那么,财政预算的编制不妨把环保方面的收支列清楚。每年地方政府收了多少环保税,用于环保的投入有哪些,应当说清楚。

大致算下来,如果除去人员经费以及上级环保专项拨款,一个地方的环保投入资金超过环保税的征收数额,那么这个地方征收的环保税显然都是用在环保上。相反的话,就有必要问问,环保税是否用在了“刀刃上”。

费改税可能无法完全杜绝财政乱花钱的行为,环保税征得规范并不代表一定用得明白。有鉴于此,不妨让预算充分公开透明,每一分钱的去向都让民众一目了然,这或许才是环保税用于环保最可靠的保障。(摘自《新京报》,作者于平)

家长会也要“转作风”

□试说新语

□徐洁

前段时间,济南市中小学陆续召开了期中考试后的家长会,个别学校将家长会开出了新意、真意,颠覆了传统家长会的概念。

济南长清湖实验学校的家长会之变从排座方式开始。往常的家长会上,家长像学生一样一排排端坐,给人的暗示就是“老师说,家长听”,家长是为听老师的“教诲”而来。这一次,家长们的排座方式改成了U形围坐的形式,气氛平等融洽。

“校园开放日”的理念也融入了家长会。济南市景山学校就邀请家长推门听课、一起跑操,直观地看到孩子在学校的表现。该校还专门提供了一场家庭教育讲座,供家长学习咨询。

谈起家长会,许多孩子、成了年的“大孩子”甚至家长心里都会“咯噔”一下。家长会开完,父母回家后的“暴雨骤雨”在许多人的成长中留下印记。

济南市某热点小学的一位家长抱怨说,孩子刚升入五年级,家长会已成了“小升初”动员会,主题聚焦为抓住最后两年小学时光,为升入初中做准备。如果只是提些科学而善意的教育建议也没什么,但老师的话中常常带着“训诫”“警告”“低气压”笼罩着家长会。

家长会是什么?是“熊孩子”的噩梦,是老师一个人的“脱口秀”,还是家长内心的“波涛汹涌”?虽然指向孩子的成长,但由于家校关系、教育观念、沟通方式等问题,家长会往往变了味儿——一部分人被表扬,另一部分人被批评,被表扬的家长和孩子自然信心大增,领受批评的家长除了倍感压力,似乎问题一切照

旧。如此家长会对最需要帮助的家庭和孩子,反而没有实质性的帮助。

像任何会议一样,开家长会的目的是寻找问题、探讨问题,增加信心。那么,家长会应当指向成长中的进步和问题。常说“家校要形成合力”,我觉得,意思是老师与家长形成合力,而非老师与问题形成合力:老师批评家长,家长再回去指责孩子,不但解决不了问题,最终破坏的是一个家庭对孩子成长的信心,也破坏了孩子对自己的信心。

之前,美国贝灵汉姆市教育局教学主管科恩女士造访历下区,据她介绍,当地学校是这样开家长会的:

每学年开学前,老师会与家长联系,通过家长了解孩子的特点,同时了解家长对孩子的期待,为孩子设定目标。而“家校联系月”放在每学年开学两个月后,是因为老师对孩子有了了解,可以帮助家长了

解孩子学习进度,以及检测最初设定的目标达成效果如何。当地的家长会也以促进学业为主要话题,老师会提前准备孩子有代表性的作业给家长看,向家长指出孩子的优点,以及孩子做了哪些具体的努力。

这其中又有两点值得借鉴之处:首先,老师针对每个孩子的目标、情况具体分析,手把手帮助每个家庭,而非大而化之地施加压力、分析成绩排名。第二,老师让家长共同分享了孩子的成长和努力,让每个家庭对孩子更有信心,也让孩子对自己更有信心。这难道不是一个孩子成长最应当守护的东西吗?

最后,让我们一起为“转作风”的学校点赞,也希望更多的学校从开好一场家长会开始,少些指责多些帮助,将“家校合力”的观念转化为切实的效果,由此,受益的最终还是我们的孩子。

以包容性破解零和博弈的思维定式

□一家之言

□刘远举

当下中国互联网企业的竞争进入了下半场,各方的布局、边界已经相互触碰,所以,各种合纵连横在推杯换盏间多了起来,火药味也浓了起来。不过,随着新技术的出现,竞争并不意味着你死我活的零和博弈。长远看,在新技术的作用下,起码在这个阶段,竞争更多的应该是非零和博弈。

马云日前表示:“一个企业在它所处的行业内孤立发展、远观竞争者并试图从雇用、生产、扩张等各个方面超越竞争对手的时代,已经远去了。”确实,在现代商业竞争中企业的“包容性”越来越关键。一般认为,企业竞争都是

你死我活的,为什么现代商业竞争中的包容性可以打破这个定式?实际上,这里所谓的包容性,从经济学的理论来看,本质上是新技术外推生产力边界的时候,市场竞争必然从零和博弈向非零和博弈转变。零和博弈,是指一方的收益必然意味着另一方的损失,博弈各方的收益和损失相加总和永远为“零”,双方不存在合作的可能,必然是你死我活的竞争。非零和博弈则相反,双方在博弈中,有可能各自取得正的收益,所以存在合作的可能。

当下正是新技术不断外推生产力边界的时代,互联网、移动互联网、大数据、人工智能,正在对传统行业、传统商业模式进行改造,由此产生的效率提升或新商业模式,都在不断做大蛋糕。在这个时代,由于生产力边界不断外

移,越来越多以前不可能出现的产品、服务和商业模式逐渐成为可能。

所以,在这个时代中,技术成为每一个交易的核心,竞争者与合作者的轮廓变得模糊,并且随时相互转变。因此,想要取得成功,每一家公司都必须把那些能够连接人、创意和机遇的方方面面统筹起来,不管这些要素是在合作者中,还是竞争者中。然后,加以整合、推动并鼓励各式各样的好点子,驱动着企业找到一个全新的发展路径,或通过全新的商业模式提供全新的产品与服务。

当前,新技术提供的生产力边界扩展远没到尽头,具有技术优势的企业,利用技术可以做的事情还非常多。这就使得当下的商业竞争,可以从传统的零和博弈向非零和博弈

转变。以公众熟悉的物流行业为例,像菜鸟网络没有参与任何物流企业的竞争,仅仅通过技术与平台帮助物流企业,也就成就了自身。2016年3月,菜鸟网络首轮融资额度超百亿元,估值接近500亿元人民币。那么,快递公司衰落了吗?事实是,2016年以来,通达、顺丰和百世在内的快递公司陆续上市,一批市值数百亿、上千亿元的快递公司诞生,成为中国快递的航母。

对于平台类型的企业而言,竞争就是合作,为人才能为己。在全球化过程中,很多企业因为不具备包容性思维,在自身壮大的过程中遇到了瓶颈,而包容性思维不仅是企业发展的关键,也是全球化未来的一条出路。

■投稿信箱:qilupinglun@sina.com