

# 我们为什么需要残奥会?

本报评论员 刘颖余

“如果重见光明,我最想看到的人是我的领跑员”——8月28日,在东京残奥会T11级别女子400米决赛中,中国选手刘翠青成功卫冕,并创造了新的残奥会纪录。赛后刘翠青说的这句话引发公众关注。8年间,她与领跑员徐冬林一起付出汗水、追逐梦想。对刘翠青来说,徐冬林就是她的眼,带她冲破黑暗、奔向光明。

每到“残奥时间”,我们都会被健儿们的拼搏精神所激励,为“残健融合”的美好画面而动容。残奥会不只是4000多名来自世界各地的残奥健儿的竞技,更是奥林匹克精神的展示,是一堂有关“爱的教育”的生动课。

《奥林匹克宪章》写道:“每一个人都应享有从事体育运动的可能性,而不受任何形式的歧视,并体现相互理解、友谊、团结和公平竞争的精神。”残奥会是奥林匹克精神的集中体现,是珍贵的奥林匹克教育资源。举办残奥会,是对12亿残疾人基本权利的尊重,也是体育改变世界的最好证明。

对于健全人来说,残奥会教会人们爱与包容。通过残奥会舞台,残疾人运动员向世人展示出的美感和冲击力,有时甚至超出常规竞技体育。它丰富了人们对于美的感知,亦改变着人们对于残疾人群体的认知——我们通常过于关注残疾人身体损伤所造成的能力缺失,却忽视了他们其实与常人一样,具备生存能力,能够胜任日常工作,也有自己的兴趣与爱好。

就像残奥会官方发布的一条短片所说,残奥健儿是勇敢者,是超级英雄,能让人认识到生活的美好,但他们平时也会刷题、看综艺、约会、结婚、养死家里的花、摔坏手机……

看到他们的勇敢,也看到他们的普通,让我们在震撼之余,给予残疾人群体更多的爱、平等和尊重,而非简单的怜悯、同情——这就是残奥会举办的价值。

某种意义上,不只是残疾人需要残奥会,普通人也需要残奥会,这个世界需要残奥会。

体育拥有改变世界的力量,残奥会改变着残疾人的人生,革新着人们对于残疾人的

认识和观念,同时也能推动残疾人社会处境和地位的改变。

以2008年北京残奥会为例。在筹办该届奥运会和残奥会的7年时间里,我国总计投资超过1.5亿美元,在全国新建1.4万个无障碍设施,这一数字在当时相当于之前20年相关投资的总和。再如,巴西在2009年获得奥运会和残奥会举办权时,国内仅有28万残疾人就业,而到了里约残奥会结束后两年时,这一数字上涨为41.8万人,增幅近50%。

我们为什么需要残奥会?因为它不只是残疾人通向世界的一个窗口,还是帮助残疾人“飞翔”的翅膀,更是对世人的一种郑重提醒:残疾人“要的不是无微不至的‘超级保护’,而是更多机会和可能性”。

始于体育,不止于体育,让残奥会圣火成为爱与尊重的起点,一同唤醒世界对于残疾人的关注。就像已故残疾人作家杏林子所言,让他们“把泪抛洒一旁,把心酸置之脑后,把缺陷还诸天地”,重新做回一个有爱有尊严的普通人。

## 现场·我在我思

陈华

在最近的一期央视《对话》节目中,面对主持人抛出的“有什么独家发布”的问题时,安徽省委常委、合肥市委书记虞爱华“剧透”了一项新政——合肥即将实施“技术工人租赁住房安居工程计划”。按照这项计划,在全市重点企业产业链就业的高级技师、技师、高级工,将分别按照90平方米、70平方米、50平方米的标准,免费获得三年的租赁住房待遇。如果自己租房则可以按照市场价格获得三年的房租补贴。

有人说合肥是一座“视创新如生命、把创新当使命、抓创新像拼命”的城市,但并不是所有人都清楚合肥重视创新的每一个“独到之处”。

市委书记的上述“独家发布”是在向外界表明,同样是创新,合肥的不同之处在于高度重视“蓝领人才”,把“蓝领创新”放在与科技创新同等甚至更重要的位置。

这一点,非常不简单。

一定程度上,“蓝领创新”在创新领域是一个容易被忽视的维度。一座城市的“强筋健骨”需要各种“肌肉”的支撑。如果把创新比作城市发展的各种肌肉,那么“蓝领创新”很有可能被归类到胸肌、背肌之外的小肌肉群。

一个健身初学者,往往会十分重视大肌肉群的训练。一个资深的健身教练,才会兼顾到常人不太注意的各个小肌肉群的协调发展。

2020年,合肥市经济总量迈上万亿元台阶。在“万亿俱乐部”里,合肥是个新成员,但是,新成员并不意味着在创新的体制机制、创新的土壤文化培育上是个新手。

合肥有中国科技大学、中科院合肥物质科学研究院等一批“国字号”科研机构,有世界一流的同步辐射、全超导托卡马克、稳态强磁场等“国之重器”。这些是合肥创新发展的大肌肉群。

同时,合肥还有一批力量非凡的“小肌肉群”。这主要体现在合肥对包括“蓝领创新”在内的创新体制、创新人才的重视。

早在2012年,合肥便推进企业股权与分红激励试点工作,引导高校院所通过成果作价入股等形式转化科研成果、激励创新。此后,合肥逐年修订调整支持自主创新的政策。

对诸多城市而言,只有构建出完整的“育才、引才、集才、留才、用才”政策体系,才能实现从把人才“抢过来”到人才“抢着来”的转变。

现实中,不少地方都有类似的激发蓝领人才创新活力的案例。比如,有的企业推出了“工匠”培养计划,“工匠大师”能拿到与副矿长级别差不多的年薪;有的企业畅通技能人才晋升通道,技术工人“晋升不必当‘长’”,照样能拿高薪;有的城市专门设立了职工技术创新成果奖,不断提高奖励金额。这些举措背后传递出一种共同的导向,即对“蓝领”的高度重视和信赖。

进而言之,这些举措让一些城市和企业创新的“健美身影”变得卓尔不凡,同时也说明了一个道理——谁重视一线技术工人,重视“蓝领创新”,谁就能获得来自一线技术工人看得见摸得着的创新创造回馈。

当前,诸多地方正在聚焦“芯、屏、汽、合”等重点产业。这当中,科技创新无疑将发挥重要的支撑作用,同样,“蓝领创新”也将承担重大的职责和任务。

让有“一技之长”的人有“一席之地”、“一展所长”。不管是哪个产业,高素质的产业工人队伍一定是其高质量发展的重要保障。

## 医美广告不能无限夸大颜值对人生的影响

杨玉龙

据新华社报道,市场监管总局近日发布《医疗美容广告执法指南(征求意见稿)》,其中明确提出,医疗美容广告属于医疗广告,不得制造“容貌焦虑”,生活美容机构等非医疗机构不得开展医疗美容广告宣传。

“容貌焦虑”在现实中一定程度存在,催生、助推着相关产业发展。比如一些电商平台上线“颜值打分师”,一些整形机构推出AI颜值测评师。《2020医美行业白皮书》显示,2020年,中国新增医美机构数量高达5150家,医美市场规模高达1975亿元。同时,出现了切胃、精灵耳、小腿肌肉阻断术等奇葩手术。

医美产业乱象不少。比如,大量心理暗示广告投放到市场,刻意放大焦虑,吸引诸多顾客前来,然后带动整个产业链发展;有些机构并无相关资质,甚至曾发生美容毁容的事件。

此次征求意见稿列举了重点打击的各类医美广告乱象,其中明确,将容貌不佳与“低能”“懒惰”“贫穷”等负面评价因素做不当关联,或者将容貌出众与“高素质”“勤奋”“成功”等积极评价因素做不当关联,均属制造“容貌焦虑”。可以说,这就是在向制造“容貌焦虑”行为宣战。

虽然现实中存在因颜值改变而求职、求职成功的案例,但那毕竟是极少数,如今的医美广告显然夸大了颜值对社交、工作及收入的重要性。因此,一方面市场监管部门应当加强消费警示,另一方面要推进相关科普工作,努力纠正公众对颜值的错误认知。

此外,对容貌歧视现象应坚决抵制。有企业人力资源部门的负责人曾表示,企业对求职者的评价已经扩展到身体、生活等层面。如果求职者在学历、履历和能力等方面不相上下,企业方会优先录取颜值高者。如此“用人观”显然值得商榷。

于个人而言,更应端正心态,谨防被“容貌焦虑”影响。据国内某家购物网站发布的数据显示,2020年儿童彩妆消费同比增长了300%。近年来一些网络平台上也涌现出一批小学生美妆博主,可见,成年人的“容貌焦虑”已经不同程度传染给了孩子。

认清“容貌焦虑”的危害,确立正确的自我认知和价值评判标准,每一个人或许都应有所反思,有所改变。

## 社评

中国新闻名专栏

看到他们的勇敢,也看到他们的普通,让我们在震撼之余,给予残疾人群体更多的爱、平等和尊重,而非简单的怜悯、同情——这就是残奥会举办的价值。残奥会不只是残疾人通向世界的一个窗口,还是帮助残疾人“飞翔”的翅膀,更是对世人的一种郑重提醒:残疾人“要的不是无微不至的‘超级保护’,而是更多机会和可能性”。

## 消除重点班依赖,回归义务教育本色

房清江

义务教育学校要严格执行均衡编班的法律规定,不得以任何名义设置重点班,切实做到均衡配置师资;考试成绩不排名、不公布并以适当方式告知家长和学生,不得按考试成绩给学生调整分班、排座位、“贴标签”——在8月30日召开的新闻发布会上,教育部对新学期中小学教育教学工作提出了上述要求。

设置重点班,调集优秀教师,汇集尖子生,是不少学校的通行作法,这么做迎合了所谓竞争“长板PK”的导向,一方面助长了家长的分数焦虑,另一方面导致了教育均衡与公平的跑偏,使得义务教育一定程度上成了所谓的“尖子”教育,大部分学生无缘获得充分而有质量的教育。

毫无疑问,义务教育禁止重点班,均衡配置师资,对于促进教育公平、落实“双减”目标是必要举措。但也要看到,禁止重点班并非新鲜提法,只是此前没有得到很好地执行。

升学考试制度,导致差别化竞争的存在,分数作为竞争标尺之一,具有直观性。在一般人看来,能够体现一所学校、一个地区的教育水平高下的,往往不是“平均数”,更非“短板”的长度,而是“长板”有多宽多长。正因此,设置重点班不仅是家长所期望的,也是学校所热衷的,尤其是一些师资较弱、生源质量较差的学校与地区,设置重点班培养几个尖子生,既节省力气,又立竿见影。如此,不仅一些学校对重点班形成了依赖,而且重点班设置本身也容易成为竞争抢跑的手段。

禁止重点班,牵一发而动全身。首先,要从规范义务教育竞争秩序的角度切入,自上而下加大监督管理力度,对“抢跑”零容忍,使之成为红线,真正实现令行禁止。其次,禁止重点班,要将其置于地区与校际间教育均衡的命题中考量,将地方和学校从重点班依赖中解放出来,加大对义务教育的投入力度,提高师资队伍整体水平,建立教师流动机制,增加有质量教育教学的普惠能力。再有,要完善学校教育教学质量的评价机制,使之更全面更科学,扭转学校“唯成绩”的业绩焦虑,消除“尖子”教学的冲动,真正让各学校的教育教学在均衡上有所改变和行动。

## “双减”,新学期怎么办是关键

毛建国

8月30日,教育部召开新闻发布会,介绍秋季学期中小学教育教学工作情况。会上通报,新学期开学后,义务教育学校要严格执行均衡编班的法律规定,不得以任何名义设置重点班。与此同时,明确小学一二年级不进行纸笔考试,其他年级由学校每学期组织一次期末考试;初中年级从不同学科实际出发,可适当安排一次期中考试。

7月24日,《关于进一步减轻义务教育阶段学生作业负担和校外培训负担的意见》发布,对机构资格审批、上市融资、超前超纲教学、教育收费、未成年人学校保护、暑期托管、课后服务等方面做出严格规定,进一步明确校外培训的监管方向。这份“双减”意见具有极强的现实针对性,也体现了强烈的问题意识。



## 图说

### “轰炸式”营销?

“季末特卖,清仓直降”“5000+大牌1折起”……只要网购留下收件手机号码,便会接连不断收到电商平台和商家的营销推广短信。《北京日报》记者近日调查发现,在一些电商平台,大量网店在拿到顾客收件电话后,便长期频繁发送推广短信,而顾客并未同意。

《通信短信息服务管理规定》早已明确,短信息服务提供者、短信息内容提供者未经用户同意或者请求,不得向其发送商业性短消息。现实中,面对商家发送的营销短信,消费者往往只能被动接受,取消、退订过程往往费时费力,甚至需要付出一定经济成本。既然相关制度政策已较为完善,如何抓好落实是解决类似问题的关键。电商企业要尊重消费者的权益和意愿,防止“短信轰炸”带来负面效果。电信企业则应在安全技术方面积极改进,加强对营销类信息的识别和拦截。

赵春青/图 弓长/文

## 挤出“数据人气”水分 推进“饭圈”乱象治理

张子渝

近日,中央网信办下发《关于进一步加强“饭圈”乱象治理的通知》,其中取消明星艺人榜单、优化调整排行规则等内容备受关注。随后,部分主流社交媒体、影音平台纷纷下线明星艺人个人榜单,仅保留作品相关排行,并且对明星艺人付费产品及内容进行了相关优化。

长期以来,一些商业网站和机构以让粉丝“氪金”为目的,屡屡发布各类所谓人气榜单、数据排名。在粉丝们看来,高排名会让“爱豆”有更高曝光率,进而实现“数据变现”,让其事业更上一层楼。若想要喜爱的明星在榜单、排名上达到满意的位次,粉丝们必须不停投入真金白银控评、打榜、刷销量……由于这类投票多为机械性的重复工作,专注此类打榜行为的粉丝也被称为“数据女工”。

“对哥哥的真情实感只有数据才能体现”“今天打投不努力,明天哥哥歇菜回家种地”……为了让自己喜欢的偶像艺人获得满意的数据,粉丝只能不断去调整、研究、适应各种投票规则。

一些数据排名乱象,早已受到各方诟病。有的平台为了自身利益,为了提升粉丝黏度,不断对榜单排名进行“优化”——只要粉丝充值、购买虚拟应援物品,就能向粉丝展示偶像艺人高人气的假象;有的粉丝群体内部曾出现大粉头,对低龄粉丝、未成年进行洗脑、控制,让其心甘情愿定期“上供”,统一打投、做数据,而实际上,大量资金的调配使用都缺少必要监督,大粉头中饱私囊、卷钱跑路,甚至非法集资等情况都曾发生……

如此现实语境下,取消各类榜单,让偶像、艺人的“数据人气”脱水,降低追星热度,已是推进“饭圈”治理、引导青少年理性追星、净化网络空间的一种必须。

实际上,不少规定并非首次提出,而是多年来一直在强调,但现实中始终得不到落实,这说明可能存在掣肘因素,甚至盘根错节的利益关系。掣肘问题不解决,利益藩篱不拆除,便很有可能“涛声依旧”。值得欣慰的是,今年教育领域推出的“双减”政策,其重视程度和执行力度都不同寻常,接下来,有关各方要努力让看点变成亮点,让盆景变成风景并形成常态。

教育“双减”是一项系统工程,需要系统性支撑。比如,新学期到了,教师节也快到了,有偿补课、变相送礼等顽固性问题,能否得到有效解决?推进课后服务全面覆盖,学校是否做好了各项准备,是否做好了教师的

让有「一技之长」者能「一展所长」