

尊重“人”是尊重“人才”的应有之义

戈岩平

上周,《宁波日报》时评版刊发《对“人”的尊重比对“人才”的尊重更重要》,文章认为,做好了对“人”的尊重,对“人才”的尊重就是自然而然、水到渠成的事情。对此,笔者深以为然——尊重“人”是尊重“人才”的应有之义,但揆诸现实,有些认识亟待厘清。

人才竞争的本质,究竟是政策红利的比拼,还是“人”的价值的终极较量?当各地“人才新政”层出不穷,我们应叩问:若脱离对“人”的基本尊重,再多的补贴、再高的头衔,能否真正留住人才?尊重人,是尊重人才的逻辑起点与实践归宿,这是城市引才聚才的伦理基础,更是激活人才创新活力的核心密码。

尊重“人才”,首在尊重其作为“人”的主体尊严。人才并非千人一面的“标准件”,他们有着不同的性格特点、思维方式和行为习惯。若我们以刻板的标准去要求、用统一的模式去塑造,又怎能激发他们的创造力与独特价值?宁波这座开放包容的城市,正是因为接纳了不同背景、不同风格的人才,才汇聚起创新发展的强大合力。从互联网领域的“极客”到传统制造业的“工匠”,从学术领域的“独行侠”到团队协作中的“领头羊”,宁波尊重人才的个性表达,鼓励他们在各自擅长的领域发光发热。正是这种对个性与差异的尊重,让宁波成为人才向往的热土。

尊重“人才”,贵在尊重其作为“人”的价值追求。宁波文创港的一家科技企业曾做过调研:超过60%

的青年人才认为,“被信任的工作氛围”比“涨薪资”更能激发创造力。这种“尊重人”的逻辑,超越了物质给予。现实中,有些地方的人才政策陷入“物质化陷阱”,比补贴金额、比住房面积,却很少思考:当一位科研人员连续失败时,是否有人给予安慰?当一位创业者遭遇市场寒冬时,是否有人愿意陪他“再试一次”?正如一位长期生活在宁波的专家感慨:“当企业关心我累不累、有没有后顾之忧时,我感受到的是把人当‘人’的尊重,而不是把人当‘机器’的利用。”

尊重“人才”,要尊重其作为“人”的真实需求。人才的获得感,从来不止于工作台上的成就,更包含柴米油盐的安稳。宁波的“人才生活圈”建设直击痛点:在前湾新区,人才公寓楼下就是双语

幼儿园与三甲医院门诊部;在鄞州区,企业园区与地铁站点之间开通“人才通勤专线”。更值得关注的是,宁波推出“人才需求反向征集”机制——不是政府“端菜”而是人才“点单”。有软件工程师提出“希望周末有亲子编程公益课”,相关部门一周内就协调高校志愿者团队落地项目。这种对生活需求的尊重,超越了“给房给钱”的物质层面,体现的是“把人才当家人”的共情思维。

人才政策的竞争力,最终取决于对“人”的理解力。从接纳个体差异到呵护精神需求,从激活创造潜能到守护人格尊严,尊重人是尊重人才的基石,只有将“人”放在首位,给予人才充分的理解、包容与支持,才能让人才政策真正落到实处,让人才生态更加生机勃勃。



Labubu爆火给非遗传承的启示

张蕊蕊 廖惠兰

“鲍牙精灵”Labubu火遍全球后,近段日子,这一潮玩顶流的周边产业链也迎来了爆发式增长。前有Labubu挂衣搭上“顺风车”,在潮玩界掀起了一股热潮,后有“Labubu造型师”作为新型职业悄然兴起。

没作品、不完美,却成了年轻人的心头好。这个由香港艺术家龙家升(Kasing Lung)于2015年创作的现象级文化符号,通过“丑萌”“邪气”的视觉反差引发共鸣,不仅吸引一大批为个性和情绪埋单的年轻人,周边产业链的增长,更是体现消费者愿意为情感投射而支付“情绪溢价”的趋势。

Labubu的爆火逻辑,或能给非遗传承以有益启示。

2025年“文化和自然遗产日”的主题是“融入现代生活——

非遗正青春”。当实用功能不再是消费决策的首要因素,情感联结成为新的硬通货,非遗该如何“戳中”年轻人?

当前,非遗传承面临严峻挑战,年轻人参与度不足,文创产品市场遇冷。非遗焕新,首在挣脱“老物件”刻板印象的桎梏,以青春语态实现“年轻化表达”。

在福建泉州蟠埔,当簪花阿嬷黄兰第一次为Labubu簪花时,她并未预料到,这一随手之举会带起一波“带玩偶簪花”的热潮。一次有趣的碰撞,显示了非遗与潮流文化融合的可能性。

近年来,宁波本土非遗也在主动拥抱这种变化。宁海草木染文化馆将传统染技用于哪吒等流行形象文创;越窑青瓷传承人将秘色瓷幻化为粉底液瓶、口红套等美妆产品……非遗逐渐跃入现代生活的审美日常。

然而,光有跨界还不够,非遗创新更需让产品成为承载生活态度与情感联结的“情绪容器”。对于文创产品来说,与消费者的共情、共鸣非常重要。就像Labubu,其魔力在于模糊性激发了用户的创作欲与归属感。也因此,围绕这一潮流玩具的生态体系,为这代年轻人留下了文化印记。

如今,不少非遗周边产品,仍停留在技艺展示和纪念品层面,缺乏与用户生活场景的深度联结。打破非遗“陈旧”标签,需要将其重塑为一种可沉浸、可分享的“生活方式”,让非遗成为承载审美与情感的“文化奢侈品”而非廉价纪念品。

Labubu风靡全球,在于精准定位年轻人的消费心理,利用社交媒体放大其符号价值,使其成为社交货币。非遗的未来生命力,恐怕同样系于此。

乳儿班赢得信任才能让人“放心托”

凌波

记者调查发现,宁波托育市场呈现“冰火两重天”现象:优质乳儿班一位难求,部分机构却面临招生困境(6月17日《宁波日报》)。

“谁来带宝宝”,是许多双职工家庭面临的幸福的烦恼。一周岁以下孩子的照护和托育,对很多家庭来说,既是一笔经济账,更是一笔精力账。

随着双职工家庭比例上升、代际照料能力减弱,需要托育服务的家庭不在少数。但现实是,托育服务的供给和需求存在明显的结构性矛盾。一方面,不少婴幼儿的家庭希望将孩子送到托育机构,但往往就近找不到,或找到了不放心,送进去也会有各种各样的问题。另一方面,许多托育机构的供给能力得不到有效释放,面临招不到孩子的问题。

不放心送托,是造成需求不足

和供给过剩同时存在的主要原因。家长的不放心,主要在于婴幼儿在园的安全照护、教师责任心及观念等方面。这完全可以理解,毕竟不满周岁的孩子,在家里,从喂奶、换纸尿裤到哄睡、玩耍,至少要“栓”住一个大人,很多家庭甚至要多人轮番上阵,乳儿班里的老师和孩子没有血缘关系,能照护得那么精心、细心吗?

透过现象看本质,不放心的背后是不信任。乳儿班,要赢得更多的信任票,需从多方面着手。

乳儿班的孩子年龄太小,无法自我表达,家长又无法实时监督,担忧由此而生。对此,应该在解决信息不对称上下功夫。比如允许孩子的家人“旁观”,高频向家长发送孩子在园的饮食、活动及睡眠情况,邀请家长来园体验,让家长可以看到孩子在托班过得怎么样,家长“见”多了,顾虑自然会少。

安全,是家长对乳儿班的重要

关切,标准化、规范化建设是必由之路。政府层面要出台相关管理办法,推进婴幼儿照护标准化、规范化建设。婴幼儿照护机构则须建章立制,创建品牌,以规则机制去回应家长的关切。服务规范可靠,自然就值得托付。

师资,也是婴幼儿照护机构赢得信任的重要因素。乳儿班的托育服务,对保育老师的要求更高、更细致。老师既要懂教育,又要懂科学照护。目前,托育行业人才缺口较大,供给严重不足,亟需将托育人才培养培训纳入学前教育师资队伍建设的总体规划。同时,提高现有师资水平,也是应有之义。像杭州拱墅区,有一家面向6个月至1岁孩子的乳儿班,不仅对保育老师进行专业技能培训,安排老师去儿保门诊跟诊学习,还邀请妇幼保健院的医生定期在托育园指导。医育结合,科学照护,家长自然会“放心托”。

“讲文明·树新风”公益广告

社会主义核心价值观：富强 民主 文明 和谐 自由 平等 公正 法治 爱国 敬业 诚信 友善



浙江有礼·宁波示范

餐者有礼

用餐要光盘 聚餐用公筷

节约粮食
反对浪费
光盘行动
文明餐桌
谁知盘中餐
粒粒皆辛苦
公勺公筷



扫码关注
文明宁波公众号

宁波市文明办