

“妈妈岗”，望双向奔赴带来共赢

法治时评

本报评论员 南苏

近日,山东省青岛市人力资源和社会保障局发布该市首批“妈妈岗”用人目录,请广大求职者予以关注。根据梳理,此轮目录共发布190个岗位需求,来自7个用人单位,涉及餐饮、家政、保安服务等领域,多为钟点工和小时工。

其实,不只是山东。早在2019年,浙江就开始探索“妈妈岗”。在杭州古荡、康桥等街道,不仅有为全职妈妈精准定制的“妈妈岗”,还推出整理收纳师、烘焙师等与时俱进的“妈妈岗”;今年2月,衢州市2024年春季人力资源交流大会上,专门设立了“巾帼招聘专区”,其中158个“妈妈岗”实行弹性工作制,吸引了众多宝妈前来应聘。

“妈妈岗”,即专为“妈妈员工”特设的岗位,实行弹性工作、灵活就业,方便宝妈

们兼顾家庭和工作,亦帮助企业完善用工需求。

“妈妈岗”这类充满人情味儿的岗位设置,之所以受到大家关注,是因为它试图解决广大女性劳动者的困境,弹性工作可以帮助女性平衡好工作和家庭责任。同时我们也看到,经历生育的女性,往往对职业有更清晰的规划,抗压能力更强,执行力更好,往小说,“妈妈岗”为某个企业带来更高的工作效率和更低的人员流动;往大说,在整个劳动力市场中,则是“妈妈员工”这部分人力资本的累积和价值实现。

当前,随着新经济业态的快速崛起,以自由宽松为特点的劳动关系本身就吸引了不少人选择灵活就业。同时,在即时通讯技术相当成熟、人工智能高速发展的当下,随着企业用工理念更新,不少工作不一定非得朝九晚五坐在办公室里才能完成,“妈妈岗”也从一定程度上节省了大量交通成本、场地成本、运营成本,对于经营者来说也算得上是好事一桩。

智联招聘9月公布的《2024年中国女

性职场现状调查报告》显示,19.7%全职妈妈重返职场,占比高于去年,妈妈群体已是就业市场中不容忽视的力量。况且,中国人口出生率多年处于下降区间,带来劳动人口规模的缩小以及劳动人口年龄结构的变化。从这个角度来说,“妈妈岗”不应只是企业提供的“帮扶”,也应是经济社会在转型升级过程中的一招妙棋。

如何创造条件尽可能满足宝妈们就业,发挥她们的人力资本优势,释放“她”这一半人才池的潜力?企业应该提供更多种类、更多技能梯度的岗位,设计合理的管理制度、薪酬制度、晋升制度,允许“妈妈岗”与正常岗位之间的横跨,重视她们的经验和竞争力,实现人尽其才。

更进一步说,“妈妈岗”要更大面积地推广开来,还需要相关部门通过政策等多种手段进行引导,如给予企业一定的指引和补贴等,保障“妈妈员工”包括就业在内的多种权益,提高女性员工的工作满意度和生活质量,实现企业发展和社会进步,也让双向奔赴带来更多共赢。

“可爱经济”何以抚慰心灵

许华凌

745岁的妙应寺白塔“穿”上毛衣顿添糯感;地坛的枫叶和银杏叶变成了毛绒玩具,露出可爱搞怪小表情;古希腊胜利女神在国博靠“软萌”出圈,一度断货……一股“毛绒绒风”正在文旅市场掀起新风暴。文创设计的选题已经从“历史传统”深入到“当下生活”,年轻人更舍得为“可爱经济”蕴含的“情绪价值”买单。

在社交平台上,各地文旅推出的特色文创很是吸睛,甘肃麻辣烫、陕西肉夹馍、山西刀削面、杭州葱包桢、绍兴臭豆腐等美食,都变身可为玩可装饰的毛绒玩具。“毛绒绒风”是文旅产业可爱化的生动体现,也是对年轻人追求“可爱经济”的顺势回应。年轻人不仅获得了愉快的互动购物体验,还收获了满满的情绪价值。正是这种“情绪价值”的浸润加持,使得更多年轻人成为“可爱经济”的拥趸。

“可爱经济”的外在表现为文创新产品的“绒化”,内核则是尊重和满足公众的情绪价值。历史传统的文物古迹、风土人情、美食小吃,有了更高级的外在表现形式,年轻人个性化需求就能被更好满足。既具有表现上的仪式感,又兼备体验上的新特感,正是年轻人爱上这些毛绒玩具的重要原因。

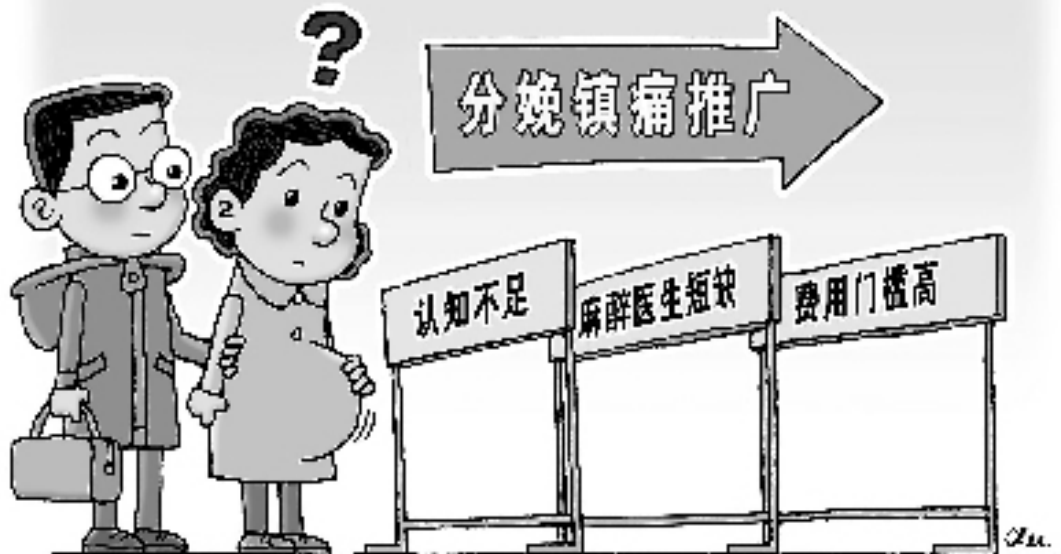
“情绪价值”是一个人通过自己的言行、态度、情感表达等方式,给他人带来情感上的满足和心理上的抚慰。这种价值并非物质上的给予,而是通过情感层面的交流实现。从淄博烧烤的盛极一时,到“尔滨”冰雪的走红出圈,这些现象背后都体现了对公众情绪价值的重视,并通过恰当的方式让他们的需求得到满足。

在人们的心灵深处,都渴望被抚慰、被关注、被爱护,在这个过程中,情绪价值的投射是非常重要的。“可爱经济”作为一种新型消费形式,逐渐成为一股强大的消费动力。各种情绪价值消费催生出一批消费新业态、新场景,涌现了一批新服务、新群体,“可爱经济”日益成为消费市场新的需求密码和拉动消费升级的助推器。

“毛绒绒风”的吹送,为文创产业发展提供了新思路,毛绒文创正成为文旅市场的新晋“顶流”。毛绒文创这股风想要吹得长久,一是要通过内容挖掘、产品塑造、营销推广等措施提升产品文化内涵、文品质量和品牌影响力;二是要结合当下新时代的审美风尚,打造多样化消费场景,提供多元化、个性化、品质化的文化消费体验;三是顺应消费市场趋势的新变化,挖掘产品背后的情绪价值,打通消费者情绪痛点,满足消费群体情感诉求;四是大力发展萌宠经济、解压经济、怀旧经济、悦己经济等新业态,创造出更具情绪价值的文旅产品和服务。

“可爱经济”的现实意义就在于更好纾解人的压力并抚慰他们的心灵。“可爱经济”催生出的情绪价值消费,正在成为撬动消费增长的一个新支点。更多经营主体应该敏锐洞察市场趋势,与用户建立情感联系,让产品成为互动的容器。谁能够提供触动消费者情感的产品或服务,谁就能在竞争激烈的市场中获得更多优势。

技术推广存难题



人们常说的“无痛”分娩,在医学上被称为分娩镇痛。国务院办公厅近期印发的《关于加快完善生育支持政策体系推动建设生育友好型社会的若干措施》提出,加强生殖健康服务,指导各地将适宜的分娩镇痛以及辅助生殖技术项目纳入医保报销范围。

将分娩镇痛纳入医保,有利于进一步推广这一技术,让更多产妇免受生产之痛。记者调查发现,我国分娩镇痛普及率在逐步提高,但部分地区应用比例依然偏低。业内专家表示,分娩镇痛推广还面临认知不足、麻醉医生短缺、费用门槛高三个难题。

新华社 徐骏

魔改国产老剧,不能一笑了之

刘剑飞

最近,各类平台上出现了不少被AI魔改的国产老剧短视频,比如《甄嬛传》的宫斗戏成了枪战戏,《红楼梦》里的林黛玉突然打起了拳击,《西游记》里的唐僧“答应”了妖精等等。

AI魔改国产老剧是近些年常见的一种短视频,这种魔改东拼西凑,有的跨越时空,有的跨越作品,将不同时代不同作品的两个人物硬生生地拉在一起,这种改编的确能够令人一笑,但是对原著和文化的传播却造成了严重破坏。

国产老剧大多来自古典名著,不仅具有较高的文学价值,也是我国传统文化的集中浓缩。每一部名著都有着重要的探寻价值,通过这些名著,不仅可以领略到汉语的唯美,领略创作者的匠心独运,还

能洞察一个朝代的发展。比如《红楼梦》,它不仅仅是一个封建大家族的兴衰沉浮录,更是一幅细致入微的社会风俗画,使读者对那个时代的政治、经济、文化等方面有了更为直观和深刻的认识;再比如,《水浒传》以其跌宕起伏的情节和鲜明生动的人物形象,为读者展示了一幅波澜壮阔的北宋末年社会画卷。这部作品不仅是一部侠义小说,更是一部反映时代变迁的巨著。可以说,古典文学名著的价值远不止文字和情节的造诣,更深层的是背后展现的历史价值和社会价值。也因此,很多名著都被改编成了影视剧,这是对名著的尊重,也是对文化的传承,有助于名著的推广和普及。

但是这些国产老剧,如今却遭遇这样的魔改对待,实在令人遗憾。一方面,魔改行为不仅是对原著的亵渎,还是对影视

作品的不尊重,是对古典文学作品的严重破坏。另一方面,更为重要的是,无底线的魔改颠覆了影视剧逻辑,也涉嫌侵权,存在着很大的法律风险。一旦片方或者创作者追究起来,魔改行为可能付出沉重代价。

娱乐无极限,但是娱乐却有底线。AI是近些年十分流行的一种人工智能服务,可以有效提升办公效率,减轻工作负担,可是这种工具的使用却没有明确的规定,存在着很大的监管盲区,也给一些人投机取巧、胡乱使用创造了机会。魔改的出现就是典型的代表,对于这种现象,不能一笑了之,应该严肃对待,充分认识到其带来的破坏性,采取果断措施,加以查处和防范,遏制其泛滥和蔓延,同时制定和完善相关法规,对AI使用范围进行规范,不能让AI魔改毁掉经典,伤害文化。

遗失公告

浙江省第四监狱民警陶骅自2024年12月4日起遗失

警官证一本,警号3306073,特此声明作废。

陶骅 2024年12月6日