

北疆观察

创造职业教育“无限可能”

当前,我区正处于产业转型升级的关键期,产业升级迫切需要技术型人才,这也是职业教育越来越受到关注的重要原因

中,新增从业人员70%以上来自职业院校。当前,我区正处于产业转型升级的关键期,产业升级迫切需要技术型人才,这也是职业教育越来越受到关注的重要原因。

转变。因此,职业教育必须实现从培养有一技之长的“手艺人”向培养“跨界型人才”转变,唯有不断优化升级,职业教育才能更具活力。



籍海洋

指尖在键盘上跳跃,攻守双方各展神通守护信息安全;机械部件组装、电路安装等动作一气呵成,展现机电达人风采;刀铲飞舞,在锅碗瓢盆间绘就美食画卷……这是职业技能大赛上的生动场景。

洞见

攻克形式主义顽疾还需久久为功

用简单易行的表面工作代替需要艰苦奋斗的过程,用光鲜亮丽的外在掩盖现实中纷繁复杂的矛盾问题,他们满足于穿着形式主义的“舒适外衣”循套路、混日子,甚至贪图虚名、弄虚作假。

攻克形式主义顽疾,整个执行过程一定要一着不让、全面从严。破解形式主义不能只是简单的见招拆招,陷入为落实而落实的窠臼,而是需要查清“病灶”、挖出“病根”。

想工作科学精炼有实效,必须深入实际、深入群众。党员干部需要经常扑下身子、迈开步子、扎根泥土,问计问需于民,调查清楚实际情况,把问题的本质和规律把握准确。

王文婧

知行不一、不求实效、文山会海、花拳绣腿……一直以来,形式主义为基层和群众所深恶痛绝,其“丑恶嘴脸”表现形式多种多样,渗透到各个领域,表现在方方面面,严重影响党的先进性、纯洁性。

辣语

《哪吒》的火爆也带动了电影周边的销售,其公开衍生品销售额超1800万元,刷新了中国电影衍生品总额新纪录。

近日,浙江义乌一位姑娘发帖吐槽自己的假期经历:“放假玩得好好的,分管领导突然来找我,说‘十一’假期选两天值班,非常突然,好像是说有个人临时有事,要顶上。”

从前只知代购、代跑腿,但现在的年轻人,已经连吃火锅、去健身都不用事必躬亲了。据了解,以“代服务”为主的各类跑腿平台已步入大众视野,二手平台上的各类娱乐服务也应运而生。

近日,中央纪委对6起违反中央八项规定精神典型问题公开曝光,其中一起为江西省新余市原卫计委副书记胡志平违规接受管理服务对象宴请和旅游安排问题。

最近一段时间,关于师德师风的讨论引人关注。媒体上多次报道一些教师因为教学原因以各种方式惩戒学生,由此遭到学生家长家长的辱骂甚至殴打的事情,其中有的老师不得不离开自己热爱的教师岗位……

不久前,中央纪委会对6起违反中央八项规定精神典型问题公开曝光,其中一起为江西省新余市原卫计委副书记胡志平违规接受管理服务对象宴请和旅游安排问题。



误入歧途

不久前,“新华视点”记者在多地调查发现,一些犯罪团伙注册公司、藏身写字楼,从事网络赌博、网络诈骗、传销、非法集资等违法犯罪活动,大肆向社会招聘“业务员”,涉案人员中不少是求职应聘进入公司的大学生。

来论

公务活动应“绝缘”于私

风晓

旅呢?原因很简单,就是心存侥幸、公私不分。此次公务考察活动有一个明显不同,那就是桂秀平考察组在外出考察时除了公务人员之外还多了某医药公司的总经理和办公室主任。

费用单,错误地混淆了公与私,将工作需要替换成了个人需要,最终触犯了纪律红线。其实,诸如此类公私不分的事件并不在少数,有人将公共利益和私人利益混淆,有人打着公务接待名义搞私人聚会,这些都是心存侥幸、公私不分,假借“私”的名义行“私”之事。

自由谈

涵养笃定自若的心态

李慧勇

据《贞观政要》记载,唐太宗问许敬宗:“我看满朝的文武百官中,你最贤能,但还是有人不断地在我面前谈论你的过失,这是为什么?”许敬宗回答:“春雨贵如油,农夫因为它滋润了庄稼,而喜爱它,行路的人却因为春雨使道路泥泞难行而厌恶它;秋天的月亮像一轮明镜辉映四方,才子佳人欣喜地对月欣赏,吟诗作赋,盗贼却讨厌它。无所不能的上天且不能令每个人满意,何况我一个普通人呢?”

行走是人生旅途,难免会遇到成长的烦恼、矛盾的碰撞、利益的冲突甚至挫折的考验。干事创业不可能总是一片叫好声,尤其在承担急难险重任务,处置热点难点问题,遭遇一些苛责和误解,受一点委屈是难免的,关键是如何对待。

由此可见,面对别人的苛责和误解时以积极向上的心态泰然处之,是不可或缺的人生必修课。只有心胸宽广,境界高远,才会包容一切需要容纳的东西,才有能力肩负起应该承担的责任。

苟逢辱而不惊,遇屈而不乱,几可任事矣。任何工作成绩的取得都是脚踏实地的成果。特别是在困难的时候、提拔慢的时候、个人利益得不到满足甚至遇到委屈的时候,更要坚持党性、坚定操守。

人生到处何似?应似飞鸿踏雪泥。不在盲目跟风攀比中自寻烦恼,不在别人成功的阴影下顾影自怜,不在消极等待中自怨自艾,清醒认识自己,勇于自我革命,在不忘初心中积蓄能量、砥砺前行。

街谈

电梯广告别太任性

苑广阔

“X;X;打车,拉货、搬家、运东西”“大闸蟹我选X;X;X;”“来××times;优选,购中秋好礼”……北京市民李敏一走进自家小区的电梯,就置身于各类型的商品广告中。

小区电梯间广告的任性,近年来引发了社会各界越来越多的关注,也成为了很多小区居民的“心头病”,已经到了非解决不可的程度。客观上,我们承认小区的物业管理方充分利用小区电梯间招揽商家的商业广告,可以增加收入,补贴物业管理经费,也满足了部分有需要的居民的消费需求,算是多方共赢。

笔者认为,小区的物业管理公司在选择电梯间广告乃至小区其他地方的广告时,一定要听取业主、业主委员会的意见,不能擅自做主。这样可以有效避免一些内容不健康、格调低下的广告进入小区。

至于小区电梯广告的收益、使用、分配等问题,则更多地需要从法律角度来解决。根据《物权法》和《物业管理条例》中的规定,业主对建筑物内的共有部分享有共有和共同管理的权利。这意味着,全体业主对小区电梯广告的设置、管理既有决定权,同时对于广告产生的收益也有所有权、支配权。

当有业主自觉已受到了电梯广告的刺激,或者是自身权益受损,应该向物业管理方、业主委员会进行投诉和反映,或者向街道、住建部门进行投诉,寻求帮助。