

毕业季,县乡村学子的去向引发热议 回乡,还是进城?

殡仪馆“由私转公”有助于移风易俗

◎汪志强

文明棱镜

看见问题的每一面

编者按

又是一年毕业季。关于从县乡村走出的高校毕业生“回乡还是进城”的抉择,再度成为网络热议话题。

据《南方都市报》6月20日报道,云南丽江华坪女子高级中学已有2000多名女孩走出大山。其中不少人大毕业后,没有遵从张桂梅校长当初“走出大山就不再回来”的叮嘱,选择回到华坪,在县城和乡镇当起了教师、医生、公务员。这群女孩返乡扎根的真实故事,为这场“回乡还是进城”的讨论提供了鲜活的样本。

每年毕业季,网上总会为县乡村学子的去向争论不休。有人主张扎根大城市,直言“别信落叶归根,要落地生根”,甚至抱有“进城有出息、回乡没本事”的偏见;也有人反问:“读书的意义不就是反哺、建设家乡?”现实中,有人回归生长的故土,有人奔赴机遇更多的沃土——大城市,也有人在两种选择间徘徊犹豫。

那么,出身县乡村的高校毕业生究竟该返乡发展,还是奔赴大城市打拼?本期《文明棱镜》就此展开探讨。

甲方

回乡挺好 家乡发展正需要年轻人

◎黄鹤权

进城闯荡,还是回乡扎根?这道题,如今又摆在从县乡村走出来的高校毕业生面前。在华坪女高那2000多名走出大山求学的女孩中,不少人学有所成后又选择回归,在县城或乡镇任教、行医、投身基层公职岗位,用亲身选择给出了一个鲜活的答案:回乡不是退而求其次,而是一种更有温度也更有分量的选择。

对从县乡村走出来的年轻人来说,故乡是忘不掉的根。从华坪女高走出来的姑娘们,吃过曾经没有老师教自己的苦,也见证过分秒求医都要翻山越岭的难。她们回去站讲台,比谁都懂山里娃的眼神——跟当年张桂梅懂她们一样。她们回乡投身基层公职岗位,由于熟知乡里民情,能摸清民生痛点,可把专业服务落到实处,把便民服务做到细微之处。这份深入血脉的乡土情怀,会让她们的基层工作多一份发自内心的责任感,也让青年返乡的选择拥有了最动人的温暖底色。

更何况,如今我国正在推进乡村全面振兴,也在推动县域经济高质量发展,让县城有产业、能留人、服务好,从农村到乡镇、县城都存在实实在在的人才缺口,给返乡青年提供了施展才华的广阔舞台。反观大城市,不少行业的人才趋于饱和,“内卷”竞争激烈,年轻人想要出头,需要付出极高的时间和生活成本。而年轻人带回家的新想法、新技术,也可给当地发展注入源头活水。据报道,张桂梅校长早年叮嘱学子“走出大山就不再回来”,是希望女孩们挣脱大山对命运的束缚,如今却由衷欣慰于学生返乡扎根、建设家乡,其态度转变的背后,隐藏着基层建设对青年人才的迫切渴求。

此外,年轻人回乡发展能平衡事业与生活。不必背负高额房贷,不必耗费大量时间在漫长的通勤与无效的加班中,在家乡既能深耕事业、踏实干事,弥补基层发展的人才缺口,也能陪伴家人、守护亲情,补上多年求学离家的遗憾,让奔波的人生得以喘息,让生活拥有真切的烟火气息。

当然,现在仍有很多人觉得,读完大学再回乡发展,没有出息,只有在大城市工作,才算实现了读书的价值。这样的认知太狭隘片面。基层不是逃避压力的避风港,更不是能力平庸者的退路。要做一名合格的乡镇教师、基层医生、乡村干部,不仅需要扎实的素养,更需要极强的沟通协调、应急处置和群众工作能力。基层岗位的考验、责任与价值,丝毫不逊色于都市职场。

人生的价值,从来不由城市规模、职场层级定义。返乡育人,可点亮一方孩童的未来;返乡行医,可守护一方百姓的安康;返乡创业,可盘活一方乡土的产业……这些扎根基层的平凡坚守,每一份都沉甸甸、有分量,足以媲美都市职场中的任何一份成就。

新时代的青年返乡,从来不是能力不足的避世退让,而是心怀家国、反哺故土的责任担当,是认清时代趋势、遵从本心的清醒抉择。

乙方

进城没错 大城市能给人更多机会

◎郑勇刚

云南华坪女高2000多名女孩走出大山后,不少人选择返乡任教、从医、从政的事例,让“县乡村出身的高校毕业生该回乡还是留城”的争论有了温情注脚。但我们不该忘记张桂梅校长那句“走出大山就不再回来”的叮嘱。那句叮嘱的初衷,并非让女孩们背弃故土,而是希望她们跳出山区资源匮乏的困境,拥有选择远方的权利。对于出身县乡村的高校毕业生而言,奔赴大城市打拼,从来不是“忘本”,而是自我突破的合理选择。

大城市集聚的资源,是小地方难以比拟的人才成长沃土。张桂梅倾尽心血办女高,本质上是填补山区教育资源的鸿沟,她深知大山里的孩子缺的不是吃苦的韧性,而是接触优质教育资源的机会。时至今日,城乡资源差距依然客观存在:高端金融、互联网、前沿科研、先进制造等行业的核心岗位,高度集中在一二线城市;顶尖的医疗机构、高校院所、产业平台也大多布局在都市圈。对于学习理工科、医科、商科等专业的青年来说,大城市意味着更完备的产业链条、更规范的职业体系、更充足的研发投入,能让他们的专业能力有用武之地。来自县乡村的高校毕业生选择大城市,不是好高骛远,而是不想让多年寒窗苦读积累的专业能力,在资源有限的环境中浪费。

更重要的是,大城市能给青年带来视野与能力的快速迭代,完成个人成长的原始积累。大城

市聚集了来自五湖四海的人才,多元的思想碰撞、前沿的行业动态、高频的提升机会,能让年轻人快速成长。在这里,职场人能接触到行业最领先的技术与理念,能在高强度的工作中快速积累实战经验,能跳出熟人社会的局限,建立更广阔的职业人脉。这种视野的拓宽、能力的提升、认知的升级,是青年时期最宝贵的财富。张桂梅希望女孩们学成后“别回来”,本质上是希望她们摆脱封闭环境的局限,在更广阔的世界成长为独立、自信、有能力的人,而这恰恰是未来一切选择的底气。

总有声音将“回去建设家乡”与“有担当”画上等号。这本质上是单一的价值标尺,绑架青年的人生选择。建设家乡从来不止“回乡就业”一种方式。先在大城市站稳脚跟,积累资本、技术、人脉与经验,未来可以通过返乡创业、技术帮扶、资源对接、公益捐助等多种方式助力家乡发展。比起毕业时勉强返乡、能力受限,先实现个人成长,再反哺故土,往往是更可持续的贡献路径。

青年发展本就没有固定模板,留在大城市创造社会价值,同样是有担当的体现。在大城市的写字楼里攻克技术难题,在实验室里突破科研瓶颈,在企业推动产业升级……同样是在创造社会价值、为国家发展出力。一个社会的进步,从来不是要求所有人都走同一条路,而是尊重每个人基于自身情况做出的理性选择。



丙方

摒弃对立 多元选择才是时代常态

◎关育兵

“回乡无用”“进城忘本”——每年毕业季,这两类论调便在网络空间“针锋相对”,实际上,这两种极端论调都不可取。县乡村学子该回乡还是应进城,要跳出二元对立,立足自身禀赋与发展诉求进行理性权衡。无论是返乡扎根,还是奔赴大城市,只要心怀热忱、踏实耕耘,皆是实现人生价值的可行路径。

“回乡无用”论的傲慢在于,它默认家乡无法承载年轻人的才华与梦想,仿佛离开大城市,就意味着专业能力贬值,但事实正在打破这种偏见。当乡村学校出现懂心理学、能开设选修课的青年教师,这些岗位所创造的价值,远非大城市里一份普通工作所能简单衡量;“留城忘本”论的偏狭则在于,将故乡窄化为地理意义上的出生地,仿佛一旦选择大城市,便切断了与来路的一切联结,可谁又能说,在大城市打拼的年轻人寄回家乡的汇款、为家乡产品打开销路等,不是另一种形式的反哺?

实际上,多元选择才是时代常态。过去,县乡村年轻人几乎只有“走出去”一条路。家乡产业匮乏、岗位稀缺、发展空间逼仄,留下来便等同于原地困守,但如今格局已变。据媒体报道,各类返乡入乡创业者逐年增多,选择地级市及以下城市就业的应届毕业生占比持续上升,一二线城市对人才的“虹吸”力度逐步减弱,人才流动正从过去的“单向出走”转向双向均衡。在华坪女高毕业生中,有人放弃大城市重点中学的编制回到母校任

教,有人本可留在省城却选择考取县城公务员。她们的选择,不再是“无路可走”的被动,而是“有路可选”的主动。

既然人生道路选择可以多元,评判的标准便不应单一。去大城市增长见识、提升自己是一种活法;回到小城镇建设家乡、服务乡里,也一样有价值。二者不存在价值上的高下之分,只看选择是否发自内心,是否与自己认定的人生意义相契合。有人愿意在快节奏中激发潜能,有人则只希望在慢生活中经营日常;有人渴望成为行业顶尖,有人仅愿做一方水土的守护者。不同的选择,都值得被尊重。

一个成熟的社会,应当为县乡村学子毕业后的多元选择提供制度支撑和观念包容。在制度支撑方面,各地要完善基层的留人政策,让回乡不再是“退而求其次”的无奈选择,而是对事业前途的主动奔赴,比如,提高基层工作待遇、畅通职级晋升通道、优化工作环境,让家乡的岗位对“归雁”真正具有吸引力。在观念包容方面,尊重青年或返乡归巢、或奔赴远方的自由,而非挥舞“道德大棒”进行干扰。我们与其在“回乡”与“进城”之间制造对立,不如搭建双向流动通道,让每一种选择都能通向体面、有尊严的工作与生活。

归根到底,每个人真正的“有出息”,是在自己选择的位置上创造不可替代的价值。回乡也好,进城也罢,只要脚下有路、眼里有光,便都是人生的正解。

据媒体报道,近期,多地殡仪馆回归政府管理,完成由私营向公立的根本性、战略性转型,正式回归公益属性,包括湖南岳阳、黑龙江佳木斯、广西荔浦、江西靖安等地。湖南涟源还将市殡仪馆由“公益二类”事业单位调整为“公益一类”全额拨款单位,不再允许创收和盈利。

殡仪馆回归公益属性,最直接的受益者是普通百姓,它撬动的远不止殡葬服务价格下调,还有关乎移风易俗、生命尊严与社会文明的深层变革。

人们常说“入土为安”,但过去很长一段时间,这份安宁被过度商业化的阴影笼罩,殡葬服务费用曾是多数家庭的“不能承受之重”。在私营模式下,一些殡仪馆将殡葬服务异化为“逐利赛道”,在殡葬服务环节,衍生出鲜花按时租赁计费、告别厅按等级大幅溢价、骨灰盒标价远超生产成本数十倍等乱象,家属在悲痛中被迫接受“最后的尽孝”等道德绑架,一场葬礼动辄数万元。

当殡仪馆回归公益属性,家属不再需要在最脆弱的时刻与商人讨价还价,也不再需要用昂贵的告别来证明情感的重量。负担的减轻不仅是经济层面的,更是精神层面的,它让人们从

“花钱买体面”的焦虑中解脱出来,专注于真正的告别与怀念。

殡仪馆回归公益属性,有助于移风易俗。殡葬陋习屡禁不止,背后往往有看不见的利益推手。公立殡仪馆没了创收压力,就有了引导简约殡葬的动力和底气。当殡仪馆从陋习的助推者转变为文明新风的倡导者,“厚养薄葬”才会真正从口号落地为可感知的行动。

从更深层来看,这场转型还关乎社会公平。殡葬服务可以映照一个社会如何对待死亡、如何理解生命尊严。当殡葬服务被过度商业化,死亡便沦为利润链条上的环节,生命谢幕的公平与体面取决于支付能力,这无疑是最可悲的。而殡仪馆“民转公”便意味着:无论贫富,每个人都享有体面告别的权利。这种对生命终点公平性的守护,与教育、医疗等公共服务回归公益属性形成价值同构,共同编织起社会公平的底线。

各地应加快推进殡仪馆公立化转型,只有不再允许创收和盈利,它们才有底气推动价格透明化、服务标准化、生态安葬普及化。当殡葬服务不再昂贵,人们才能在一个不被金钱所困的空间里,完成对逝者的真诚追怀。

配齐专职导游是破除“导购式带团”的关键

◎黄齐超

据媒体报道,近期,全国多地密集启动导游配备不达标问题整改。6月22日,四川省绵阳市文化广播电视和旅游局发出通知,责令旅行社限期改正导游配备不足问题。根据相关规定,旅行社导游人数不得低于旅行社在职员工总数的20%且不少于3名,并与旅行社签订固定期限或无固定期限劳动合同。海南三亚、海口,贵州贵阳,广西北海等地文旅部门也对旅行社提出类似要求。

游客跟团旅游,最糟心的是被导游诱导购物甚至强制购物。近几年,看似粗暴的强制购物行为少了,但是在购物店内长时间停留、在行程中不断推销商品,仍成为不少旅行团的固定环节,游玩反倒成了购物行程的附属品。

导游为何热衷于诱导或强制购物,而把本职工作抛在一边?高额的商品回扣只是表层诱因,更深层的根源在于用工身份的错位——许多导游不是旅行社的正式职工,既无稳定底薪,也没有社保等保障,单靠微薄的带团服务费,根本难以维持生计。他们想要获得可观的收入,只能把希望寄托在游客购物的提成上。

按国家相关规定,旅行社导游人

数不得低于旅行社在职员工总数的20%且不少于3名。但据调查,绝大多数中小旅行社未能达标,专职导游长期配备不足。该行业出现这种状况的原因在于,旅行社对专职导游,必须签订劳动合同、缴纳社保、发放底薪,这让那些单纯依靠低价内卷的旅行社难以维系。在旅游旺季,他们就找一些几乎零成本的兼职导游来带团,这些导游必然不遗余力地诱导游客购物,甚至强制购物。这一乱象屡禁不止,让游客吃亏,也让相关地方的文旅口碑受损。

此次,全国多地要求旅行社整改导游配备不足问题,释放出整治“导购式带团”的积极信号。补齐专职导游缺口,只是治理第一步,各地监管部门必须实现常态化的精准管控,比如常态化抽查实际的旅行团,查看导游是否属于专职导游,谨防一些旅行社“上有政策、下有对策”,玩资料造假、导游证“挂靠”等把戏。

整治只是手段,提质才是目的。规范导游配备,不能只靠监管施压,也需要旅行社主动转型,摒弃短视的低成本思维;同时,各地文旅部门也可以出台扶持政策,完善导游薪酬保障体系、职业晋升激励机制,吸引年轻人入行,弥补专职导游的人才缺口。

“开屏广告没了”上热搜的肯定与期待

◎余明辉

据媒体报道,近日,一位博主发现频频吐槽导航App带有开屏广告,稍有不慎,会跳转到第三方平台,影响行车安全。6月23日晚,话题“开屏广告没了”登上微博热搜榜。多位网友、博主分享道,多个App的开屏广告已经取消。有媒体记者实测发现,网易云音乐、百度地图、高德地图均无开屏广告。

强制弹出的开屏广告、高敏感度的“摇一摇”跳转广告,早已是移动互联网公认的顽疾。这类广告关闭按钮隐蔽、触发门槛极低,用户日常使用App,徒增烦恼。更重要的是,一些导航软件的开屏广告、跳转广告具有安全隐患,司机在行车途中极易误触,进而分散驾驶员的注意力,可能诱发交通事故。

对此,监管部门已开始整治。今年6月初,工业和信息化部召开专题会议,指导督促相关互联网平台和智能终端企业,强化App信息窗口呈现方式的规范管理,严禁违规呈现信息窗口。

此次App“开屏广告没了”登上热搜,既是广大网友对国家有关方面及时出手治理App广告乱象的肯定,也

是向监管部门传递诉求:治理不能浅尝辄止,要杜绝“整治—反弹—再整治”的循环。一方面,此次的整改覆盖面仍有局限,还有更多App没有取消开屏广告或跳转广告,不少还是知名的、用户众多的App。另一方面,公众担忧整治沦为“一阵风”,在过往的数次专项整治中,不少应用在舆论高压下短暂缩减广告,待监管力度减弱,各类开屏广告、跳转广告便卷土重来,甚至设计更隐蔽的诱导机制。

监管部门必须构建长效治理机制。其一,要长期、持续开展线上巡检、回头复查,对拒不整改、违规反弹的平台及时处置,不给违规开屏广告、跳转广告留下生存空间。其二,要补齐法规短板,织密制度监管网络,以标准化条款划定清晰红线,让监管执法有据可依。其三,要引导广大用户树立主动维权意识,主动抵制不合规的广告套路。其四,要简化投诉流程,完善一键举报通道,降低公众的维权门槛,让隐蔽违规广告无处藏身。当然,平台更应主动摆正经营态度,平衡商业收益与公共利益,主动落实相关广告规范,从源头减少诱导式广告设计。