

年轻人不爱当班主任,谁该反思?

文明棱镜

看见问题的每一面

个体篇

“不爱当班主任”折射职业观发生变化

◎ 张学炬

班主任是中小学教育的关键岗位,承载着立德树人的重要价值。“年轻人不爱当班主任”近年来经常引发广泛讨论,有人认为这是青年教师责任心滑坡的表现,是害怕吃苦的表现。现实中,确实有少数青年教师抗压能力弱、贪图轻松,逃避班主任岗位,但大多数青年教师并非如此,我们应跳出“非黑即白”的思维定式,客观看待青年教师的职业选择。

如今,中小学青年教师的职业观发生了深刻变化。在老一辈教师的职业生涯中,“班主任”一职大多与“荣誉”“奉献”绑定在一起,当班主任被认为是学校对自己的信任,是职业能力的象征,扎根班级、默默奉献是这一代教育人的职业底色。而物质条件优越、个体意识日益觉醒的95后、00后教师有着截然不同的职场诉求,追求工作与生活的平衡,他们拒绝“24小时在线”的待命状态,反对深夜被家校信息反复打扰,更不愿意让超负荷的工作无限挤压个人休息、婚恋生活与自我成长的空间。这些在劳动边界、职业权益方面的追求,是新时代劳动者对自我劳动价值与尊严的合理维护。

自我价值认知的根本性转变,为“不爱当班主任”提供了更深层的动因。不少青年教师有着清晰的职业规划:入职3年到5年是夯实教学功底、提升专业能力的黄金成长期,相较于在琐碎繁杂的班务管理中耗费大量精力,疲于应付各类琐事,他们更愿意将有限的时间与精力投入课堂教学深耕、教研能力提升与学历提升。在他们看来,扎实过硬的学科专业能力是教师立足教育、深耕育人的核心根基。这种对专业发展的清醒自觉,本质上是对教育事业、学生成长的另一种负责。

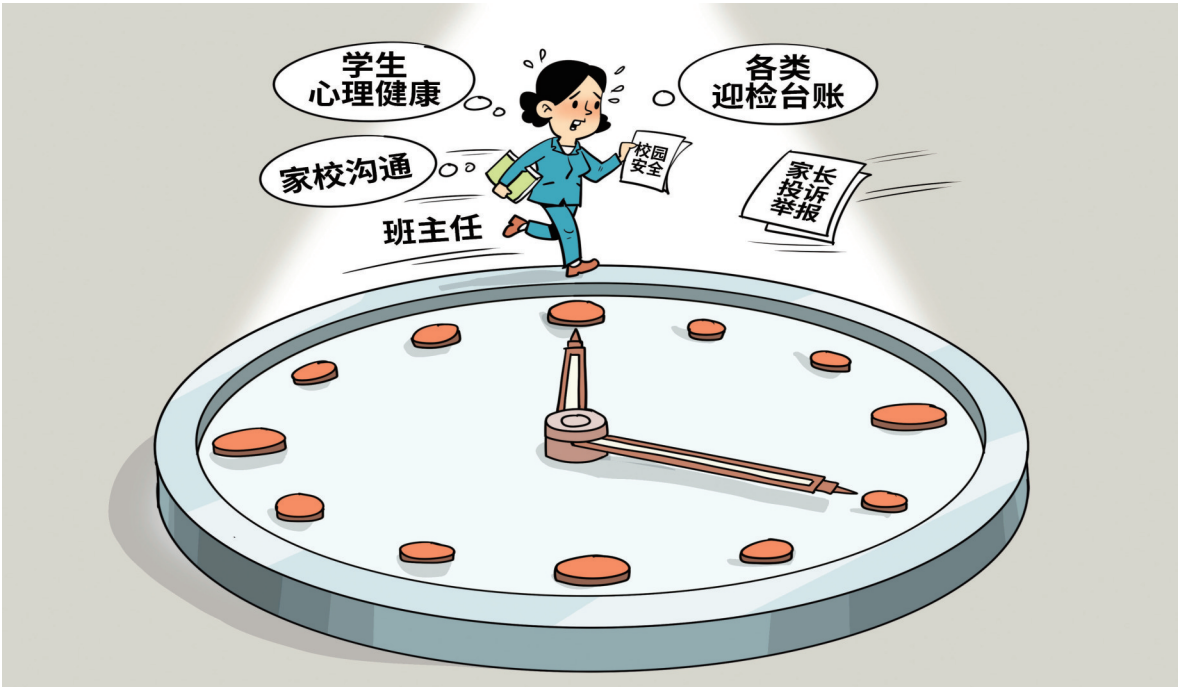
职业发展路径的多元化,为中小学青年教师逃避班主任岗位提供了现实基础。在传统的职业发展体系中,班主任岗位一度是教师评优评先、行政提拔的硬性赛道。如今,教育领域为青年教师的职业发展空间开辟了很多崭新赛道:可以深耕课堂教学成为学科名师;可以钻研理论成为教研骨干;可以发挥创意进行课程研发;可以投身美育、德育等特色领域,开辟出属于自己的教育天地。这些路径让教师的职业发展不再单一依附于班主任岗位,他们可以选择更贴合自身职业规划的发展方式。

因此,我们应切忌用刻板偏见,片面定义青年教师的岗位选择。对于畏惧班主任的繁琐工作、缺乏担当意识的个别青年教师,可在继续教育时加强教育,让他们明白带班育人是锤炼教育初心、积累育人经验、成长为合格人民教师的重要路径。对于担心职业初心被班主任工作中的形式主义事务无端消耗的青年教师,要看到他们首先是普通人,有平衡工作与生活的合理权利,有规划个人职业成长的自由空间。中小学应摒弃道德绑架,优化班主任工作机制,剥离无效形式主义事务,让青年教师从被动回避变为主动担当,真正激发教育队伍的育人活力。

编者按

这个开学季,“年轻人不爱当班主任”的话题冲上热搜,引发热议。相关文章提到“当上班主任的人哭天抢地,仿佛人生都没了希望。而没被选上班主任的人则是欢天喜地,恨不得大宴宾客、庆祝一周。”有年轻教师发帖问:“当班主任算是往上走吗?”高赞回复是“血压往上走了”。这些说法虽有些夸张,但的确道出了当下中小学班主任岗位的尴尬处境。曾经象征责任与荣光的班主任岗位,如今成了不少年轻教师纷纷回避的“苦差事”,这份职业心态的转变,值得教育行业和社会深思。

部分青年教师不愿当班主任的职业心态该怎么看待?中小学又该如何平衡班主任的责任、权力与回报?家庭、学校、社会又该怎样划清育人边界、卸下班主任的过重负担?



朱慧卿图

学校篇

权责利失衡让班主任一职成“烫手山芋”

◎ 张立美

中小学年轻教师不爱当班主任的现象由来已久。有调查发现,中小学凸显“班主任危机”,受限于物质收入与精神压力,班主任岗位的吸引力越来越弱,中小学老师担任班主任的意愿普遍不高。

中小学班主任一职成为“烫手山芋”,是班主任岗位权责利越来越失衡的结果。简单来说,班主任权责不对等、获得与付出严重不匹配,钱少、事多、责任重。在一些年轻教师看来,班主任工作是高强度、高风险、低回报的“苦差事”。

众所周知,中小学班主任大多由语数英等主科老师兼任,教学工作繁重,兼任班主任后,要承担班级管理、与学生谈心、与家长沟通等繁杂事务,面临着“教”和“育”的双重压力。

按照《中小学班主任工作规定》,班主任是中小学日常思想道德教育和学生管理工作的主要实施者,主要职责是学生的思想道德教育、班级的日常管理以及组织指导开展班级活动、

学生综合素质评价工作。但在现实中,中小学班主任往往需要承接行政部门摊派的各种行政任务,如台账填报、各类评比、材料留痕等,使得他们沦为“表哥”“表姐”,大量非班主任工作挤占了教学时间、班级管理时间。

同时,每年新学期,中小学多安排没有班级管理经验的年轻教师担任班主任,学校管理人员、资深老教师担任班主任的较少,让班主任的压力单向传导到青年教师群体身上。

这些压力叠加在一起,让中小学班主任身陷多重困境。然而,与巨大的压力和付出相比,班主任的回报却不高。据报道,在不少地方,班主任津贴较低,多年没有上调,这种待遇与班主任的超高风险、超长工时严重不匹配。虽然按照要求,中小学教师职称晋升需要有班主任工作经历,但担任班主任的工作付出在评优评先以及职称晋升中的权重较低,使得班主任一职根本没有吸引力。

当然,中小学年轻教师不爱当班

主任,并非无解难题,关键是“加法”“减法”一起做,切实减轻班主任的压力,提高岗位含金量和吸引力,而不是仅靠情怀、道德“绑架”。

做“加法”,提高兼职班主任的课时量换算标准,建立班主任岗位津贴动态上调机制,提高班主任岗位在教师评优评先和职称晋升上的权重。

做“减法”,推进中小学班主任专职业化,班主任专心班级管理、学生工作,任课教师专心教学,各自轻松;推进小班化教学,直接减少班级的学生人数,有效减轻班主任的工作负担;厘清班主任岗位职责,减轻班主任的责任与负担,让班主任回归有限责任岗位,剥离形式主义的行政工作,把他们从“表哥”“表姐”中解脱出来;建立班主任轮岗机制、老教师帮扶机制,设置副班主任岗位,分流班主任工作压力。

做好“加减法”,平衡权责利,才能让中小学班主任回归育人本位,让青年教师愿意主动扛起班级管理的担子。

社会篇

全社会对班主任角色的期待过度泛化

◎ 曲征

年轻人不爱当班主任,与全社会对中小学班主任角色的期待过度泛化也有很大关系,这种期待让班主任的责任边界无限扩张。

其一,家校关系异化,是班主任负重前行的核心症结。当下,不少家长滋生“消费者式教育心态”,将班主任工作视为全包式服务,刻意淡化家庭的教育责任,把孩子的成绩、行为等问题全归责于班主任,稍有差池便追究班主任。比如,孩子考试成绩不理想,直接指责班主任“管理不用心”;孩子在校调皮捣蛋犯错,第一反应是指责班主任“看管不严”;在下班时间乃至深夜频繁联系班主任,询问孩子在校细节……这种责任转嫁让班主任陷入两难境地:从严管理学生极易引发家长不满,招致投诉举报;放任不管又会被指责履职不力,一旦出现问题还要承担全部责任。无休止的家校“拉扯”,让班主任的职业幸福感持续流失。

其二,社会层面无限兜底的问

责逻辑,进一步放大了班主任的岗位风险。很多人早已形成固化思维:只要学生出现问题,无论是在校内还是在校外,无论缘由是情绪波动、人际矛盾还是意外状况,第一问责对象都是班主任,往往忽略了学生自我约束不足、家庭监护缺位、社会环境影响等多重客观因素。泛化的社会问责,彻底打破了权责平衡,将班主任推至风口浪尖,让他们长期处于高压紧绷的工作状态,沦为全方位兜底的“风险承担者”,岗位的吸引力自然大幅下降。

其三,大众对班主任角色的认知出现严重偏差,社会共情与包容长期缺失。很多人刻板地将班主任等同于全天候在岗的“校园保姆”,片面认为班主任的工作就是看管学生、处理杂务,习惯于用超高的道德标准“绑架”班主任,要求其无私奉献、事事周全,却极少关注班主任繁杂的工作内容、巨大的心理压力和隐性职业风险。当委屈成为日常,风险如影随形,年轻教师主动回避班主任岗位,也就成了

必然选择。

教育是家校社三方联动的系统工程,要扭转当下的班主任遇冷困境,关键在于重塑协同育人共识,清晰划分三方的育人责任边界。家长需回归家庭教育本位,扛起监护育人的主体责任,摒弃全权托付的消费者心态,主动学习科学育儿理念,日常多陪伴孩子,做好品行习惯引导,不把管教难题全部丢给老师;社会需摒弃泛化的问责思维,理性看待教育的局限性,营造包容、善意的教育舆论环境,多宣传一线教师真实的育人日常,减少片面化、极端化的教育负面舆情,给予教育工作者更多理解与尊重;学校需厘清班主任的岗位职责,剥离无关琐碎事务,多让行政后勤人员分担非教学工作,为班主任留出充足的谈心育人与备课时间。

唯有破除全社会对班主任无限加码的角色期待,终结无底线的责任兜底,才能重塑班主任岗位的职业荣光,让更多年轻教师愿意当班主任。

短视频平台岂能给伪专家“站台”

◎ 汪昌莲

据央视新闻报道,在科普短视频中,貌似交警的人,在车祸现场煞有介事地讲解安全知识,话锋一转开始兜售破窗神器;貌似和尚、师太的人张口修行,闭口感悟,满屏都是人生哲理,其账号却推销着养生产品和经书……他们看似专业,却没有任何标识或头衔,短视频评论区时常出现对相关视频真实性的怀疑。为验明真伪,央视记者日前带着几段视频来到中国信息通信研究院,专家把视频导入鉴别平台,几分钟后,结果出现:这些视频系AI生成的概率高达96%。

短视频已成为大众获取知识的重要渠道。与此同时,一批伪专家混迹网络,虚构头衔、伪造资质,打着专业解说的幌子输出错误观点,借机带货牟利。更有不法分子利用AI换脸、合成技术,仿冒专家形象,批量炮制视频。

伪专家大行其道,会带来诸多社会危害。错误诊疗建议会误导患者,延误正常就医,直接威胁健康;冒牌专家鼓吹投资技巧,诱导网民盲目跟风,极易造成财产损失;虚假断断传播扩散,还会扰乱公众认知,消解大众对科学的信任;不少伪专家的账号以科普为外衣推销商品,把知识分享变成营销牟利。

别让AI短剧的未来毁于“千人一面”

◎ 郭宝哲

今年,AI(人工智能)短剧十分火爆。但据媒体报道,打开手机刷上几部,很多观众陷入了困惑,刷来刷去都是相似的AI面孔:凌厉的下颌线、薄嘴唇、眼神不怒自威;鹅蛋脸、大眼睛、皮肤透着光……很多AI短剧中的男女主角几乎共用同一套五官模板,甚至同一部剧里很多角色的五官高度趋同。近期,多家短剧平台出台新规,整治“高频AI脸”,明确AI剧角色创作应避免雷同,杜绝“千篇一律”。

据专业人士介绍,用AI生成人脸,在技术上几乎有无限种可能,有多少种参数组合,就能变出多少张不同的脸。那么,AI短剧为何“千人一面”?一张五官稳定的AI脸,背后是较长的制作时间与高昂的制作成本,往往要经历从人物设定到模型生成,再到反复调整的过程,角色越多,前期投入的打磨时间和算力成本也会越高。

具体来说,想生成一张好看的AI脸不难,难的是让这张脸在剧里立得住——在不同角度、不同光线、不同情绪下,五官要保持稳定,表情要有连贯性,不能这一帧还冷着脸,下一帧就变形到认不出。这背后需要反复调试参数,做大量细节修正,既花时

平台作为第一道关口,不能只做内容分发的旁观者,更不能变相为伪专家“站台”。部分平台过去重内容流量、轻资质核验,身份认证流于形式,用户只上传证件图片就可以完成专家标签认证,缺少与权威数据库的交叉比对。算法推荐追逐点击率,越是博眼球、观点极端的内容,越容易获得流量加持,客观上助推了伪专家账号快速涨粉。这本质上是平台在为虚假专业身份“背书”。

遏制短视频平台的伪专家乱象,平台要把审核覆盖账号准入、内容传播全链条。完善账号认证规则,严格落实资质核验,做到人证信息一致,对接官方数据库,校验执业资格,杜绝伪造证件蒙混过关,清理自行加封的各类虚假名号;优化算法推荐,摒弃唯流量论,提高科学性、真实性的推荐权重,不为博眼球的伪专业内容提供流量加持。对假借专家身份进行带货营销的账号及时限流,甚至封禁。

网信、市场监管等部门要加大网络巡查力度,聚焦虚假人设、伪科普营销,开展专项整治,对身份造假、虚假宣传的账号运营者,依法追究法律责任,对履职不到位的平台督促整改。

间,也费算力。对于追求短平快的制作团队来说,这笔账很容易算,直接套用成熟模板,风险低,出片快,还能批量复制。

说到底,AI短剧“千人一面”是行业急功近利的选择,模板化生产省掉了反复打磨的成本,短期内能快速铺量,吃到AI短剧的流量红利,代价却是观众面对一张张似曾相识的角色脸,审美疲劳来得比预想的快得多,不少观众对“套脸”的AI短剧嗤之以鼻。

近期部分短剧平台出台新规,要求提升AI短剧的角色区分度。这是在倒逼制作团队反复打磨人脸。一个角色能不能被记住,靠的不是五官比例有多标准,而是这张脸有没有承载人物的经历和性格。当制作方愿意为每一个主要角色认真打磨一张专属的面孔,观众自然能感受到差异,也自然会在心里记住那些角色。

AI短剧靠技术降低了创作门槛,让更多人有机会讲故事。可门槛降下来后,真正能沉淀下来的,永远是那些把人当人写、把角色当角色做的作品。未来AI短剧的内容竞争,可能不在于谁具备更强的生成能力,而在于谁能够读懂人性、塑造人物、打动人心。

“旅游搭子”岂能变成旅行团的托儿?

◎ 许卫兵

据河南广播电视台《小莉帮忙》日前报道,黄女士计划去西北旅游,在网上寻找“搭子”。很快有人联系她,并热心地推荐了旅行社,黄女士考虑后按指引交了订金。黄女士踏上旅途后,“搭子”突然发来消息称:腿摔了,去不了。她到达后,还有地接人员前来索要尾款。团里另外7名单身女游客也遭遇了几乎一样的套路:

“搭子”在出发前纷纷以“脚崴了”“出车祸了”“怀孕了”“家人去世”为由爽约……黄女士质疑:这些人到底是真“搭子”,还是推荐旅游的托儿?

有律师认为,“旅游搭子”异化为推荐旅游的托儿,引诱消费者交纳订金,事后失联“放鸽子”,属于隐瞒商业目的的民事欺诈行为,侵害了消费者的知情权。如果旅行社明知该虚假“搭子”的套路,仍与之合作,属于放任虚假宣传、误导游客的行为。然而,要证明“搭子”是旅行社的托儿极其困难,虚假“搭子”多使用网络匿名账号作案,事后迅速失联,游客很难拿出直接证据证明其与旅行社存在利益关联,维权难度极大。

“旅游搭子”骗局损害了消费者的利益,一旦这种欺诈手段被众多旅行社效仿,必然扰乱正常的旅游经营

秩序,污染健康的旅游生态,损害当地旅游营商环境,在旅游市场造成“劣币驱逐良币”的恶果。

面对“旅游搭子”骗局,游客要睁大眼睛,认真甄别“搭子”的真伪。遇到“搭子”过度热情,主动推销旅行社,要提高警惕;要查看“搭子”在社交账号发布的日常动态,判断其是否为真实的旅游爱好者;尽量通过视频沟通核实对方身份信息;谨慎私下付款转账,所有旅游交易尽量走官方正规渠道,同时核验对方推荐的旅行社的资质手续是否齐全合规。

社交平台要压实主体责任,开通便捷的举报通道。针对游客举报的“旅游搭子”骗局,平台要快速核查,对涉嫌引流欺诈的社交账号及时封禁;及时公开游客遭遇“旅游搭子”骗局的案例,让更多游客识别此类骗局,做好防范。

文旅、市场监管等部门应加大执法查处力度,针对群众举报的涉事旅行社开展专项核查,严格核验其经营资质,严肃查处各类依托虚假“搭子”实施的欺诈揽客行为,依法采取警告、罚款、吊销执照等处罚措施。唯有让违法者付出切实代价,才能有效遏制“旅游搭子”变商业托儿的乱象,净化旅游市场环境。