■劳动时评

# 为劳模与工匠提供更多学习深造机会是时代所需

□张刃

**在科学技术发展日新月异、产业工人素质普遍提升的今天，劳模、工匠在获得荣誉的同时，更应该有紧迫感，自觉地要求自己为保持荣誉努力进步。而保持与努力的方法，离不开不断的学习与深造。**

为大力弘扬劳模精神、劳动精神、工匠精神,扎实推进产业工人队伍建设改革，由中华全国总工会、中央广播电视总台联合举办的2019年“大国工匠年度人物”发布活动近日揭晓评选结果。10位来自国防军工、装备制造、交通运输、传统工艺等多个行业的顶尖技术技能人才荣登榜单。

此前，《工人日报》报道，陕西省总工会与西安交通大学签署战略合作框架协议，举办了首届劳模工匠学历提升班，来自陕西各地各行业的45位劳动模范、三秦工匠、全国五一劳动奖章获得者，由此走进名牌大学当上了大学生。

这两件事有什么关联呢?那就是,当选劳模、工匠之后,还需要继续进步。

劳模、工匠都是产业工人的先进代表、优秀楷模,先进者,走在前列之谓;优秀者,出类拔萃之谓。但任何先进、优秀都是相对的,时代发展,形势变化,如果停滞不前,先进会成为落后,优秀会陷于平庸，也就不能称之为“代表”“楷模”了。特别是在科学技术发展日新月异、产业工人素质普遍提升的今天,劳模、工匠在获得荣誉的同时,更应该有紧迫感,自觉地要求自己为保持荣誉努力进步。而保持与努力的方法,离不开不断的学习与深造。可以不夸张地说,不求进取的先进,迟早会被时代淘汰。

问题的另一面是，劳模、工匠需要有不断学习的自觉性，代表和维护职工权益的工会组织则应该承担起为劳模、工匠提供学习、深造机会的责任。全总依托劳动关系学院举办劳模本科班，陕西省总与西安交大合办劳模工匠学历提升班，就是成功和有益的实践。

据介绍，西安交大劳模工匠学历提升班将根据学员的工作特征,开设能源动力、电气工程、经济学、工商管理、法学、电子商务等专业,供学员自主选择;学制为弹性学制，专科起点本科学制为2.5年,最长不超过4年;教学方式采取线上线下相结合,即“现代远程教育（网络学历教育，业余学习)+定期全天脱产强化教学”;学员完成学业后将取得西安交大的学历证和学位证。这样的安排,既符合成人教育的特点，又体现了实事求是的精神。

“根据劳模、工匠工作特征”开设专业，并且“供学员自主选择”,既针对了他们提升专业技能的需要，又满足了他们希望“转型”的愿望;学制与教学方式的安排,既照顾到作为成年人的需求,又充分利用了现代教育的手段;而完成学业后取得学历与学位证书,则是此举顺理成章的目标。

需要指出的是,“让有学习意愿、有培养前途的劳模、工匠有机会步入国家一流大学深造”,以完成学历教育，只是他们继续教育的一条途径，而非唯一途径。自学、短训以及多种形式的继续教育都应该面向他们敞开大门,适应他们的学习需求。这样做不仅有利于劳模、工匠自身的进步,而且能够产生示范效应，引导更多的职工重视继续教育，努力提高自己,其结果都是“实现知识结构的丰富、知识视野的开放、知识水平的提高”,培养各种人才,加快打造知识型、技能型、创新型的高素质产业工人队伍。

■每日图评

## 让“跨界课堂”多起来“热”起来

近日，浙江申发轴瓦股份有限公司数控车床班组长、省级申发技能大师工作室核心成员、浙江省“百千万”高技能领军人才赵钦光走进诸暨技师学院，与该校教师宣国强、闵华伟合作开展企业跨界课堂教学。这堂课特别挑选了与教学要求相符的加工产品“防转销”作为教学内容,专业教师与企业师傅双师制教学,突出学生动手能力和专业技能的培养。（11月19日《浙江工人日报》)

职校生是企业技能人才的重要来源，学生不仅需要学习专业的理论知识，更重要的是理论与实践相结合，把所学到的专业知识转化为技术和能力。时下,有不少职校的毕业生，虽然在校学习了一定的专业知识和技能，但动手的能力仍比较差，有的甚至进入企业生产一线后，不知从何入手,让企业感到不满意。

诸暨技师学院开展企业跨界课堂教学，把教室放到实训车间，让专业教师与企业的“名师”一起，通过设置现场答疑、小组讨论、上机操作等环节，由老师对学生每一个环节进行随堂测评，把知识点运用于产品的生产。这种师生双方边教边学边做，理论和实践交替进行，让学生学得实实在在。笔者认为，此

举好处真的很多：其一，让学生形象直观地把专业理论知识和专业技能有机地结合起来，既加深了对理论知识的理解和认识，又提升了实际操作的能力；其二，专业教师从企业“大师”的传道授业中，也能受到有益的启迪，不断改进和提升教学的方法和水平；其三，企业师傅通过对自己经验、教训和成果的分享，有利于学生从思想品德、知识学习、实习实践等方面，真正体会到“工匠精神”。希望“跨界课堂”能多起来“热”起来！□费伟华

■长话短说

## 借用员工的合法权益应得到保障

为解决临时或短期用工需求，单位之间常会发生借用员工的情况。在借用员工期间如果发生纠纷，应当如何处理呢？日前，北京市第二中级人民法院法官对该院近五年来审理的涉借用员工案件进行了调研,梳理出其中的一些规律，以此向用人单位和劳动者发出如何降低风险发生的提示。(11月19日 《工人日报》)

在实际劳动用工中，单位之间有时会出现借用员工现象。简单来理解，所谓员工借用一般是指经用人单位、借用单位、劳动者三方协商同意，劳动者与用人单位保持劳动关系，在借用单位从事实际工作并领取报酬。借用员工可以很好解决临时或短期用工需求，但同时不容忽视的是，借用员工权益理应得到更周全的保障。

北京市第二中级人民法院法官针对涉借用员工案件所进行的调研，就很具有警示意义。调研显示，涉借用员工案件呈现以下特点：借用单位多为大型国有企业、事业单位、社会团体；用工关系涉及三方主体；案件通常历史沿革长，涉及企业改制等问题；借用员工多为业务骨干或企业高管。可见，若处置不当，极容易会导致借用员工权益被侵害。

从劳动者角度来看，应该重视自身权益的保护。一方面要重视相关劳动法规知识的学习，一定要清楚自身劳动关系的归属；另一方面当自身权益被侵害时，要及时通过法律途径维权，比如，通过三方协商、工会或行业调解机构调解等途径快速解决纠纷，以确保自身权益得到有力保护。

此外，不容忽视的是，工会组织应当重视借用员工的权益保障。笔者以为，无论借用单位还是用人单位工会，均不能忽视对借用员工的关爱。既要关注他们的工作生活情况，又须对他们的权益保障给予重视，甚至在他们维权过程中也应给予帮助。 □李雪

■网评锐语

## 直播带货不能“吹牛皮”

**黄齐超**:近日,国家互联网信息办公室会同有关部门起草了《互联网直播营销信息内容服务管理规定》，向社会公开征求意见。其中明确,直播间运营者、直播营销人员不得发布虚假信息,欺骗、误导用户;不得虚构或者篡改关注度、浏览量、点赞量、交易量等数据流量。网红直播带货,为自己带来丰厚的回报，这无可厚非,但主播也应明白,发布广告信息就应当负责,不能嘴上一阵风,对商品质量胡吹海吹。

## 好评返现让人有点烦

**王桂霞**：双“十一”过后，“剁手党”沉浸在拆箱喜悦中的同时，也面临商家给的选择：“亲，给我一个好评吧，可以领3元红包哦。”尽管你对商品有些不满意，但面对红包诱惑，这个好评你给不给？除了“好评返现”的诱惑，不少用户还在双“十一”后遭到了商家花式索要好评。平台应重视“好评返现”问题，要完善信誉评价机制，通过技术手段甄别刷好评行为。

■世象漫说

## 盛宴不“剩宴”

“现在村里举办酒席时，每桌200元左右的花销是标配。大伙吃得开心，我们办酒席压力也小。”江西省吉州区樟山镇东陂村村民周光宏刚在村里办完婚礼。他说，婚宴从“俭”不从“简”，心意到位，没有大操大办也依然热热闹闹。周光宏说，为体现主人家的热情大方，以前村庄的红白喜事酒席上，每桌都要摆超过20道菜。如果桌上出现吃完的空盘子，主人会被认为“不体面”“不大气”。(11月18日 新华社) □朱慧卿

■有感而发

## 商家营销“画大饼”是给自己“挖坑”

抽中了一台华为P40 Pro手机,却被平台告知由于“抽奖设置失误”将补寄其他奖品补偿;成功抢到1499元的平价飞天茅台,却遭遇平台砍单，咨询客服被告知取消原因是“出现了相似地址”;参加平台的“砍价免费拿”活动，忙活了近3个小时，转发到了好几个微信群，最终也没有拿到商品……记者近日采访发现,一些平台企业的营销活动看上去很美，实则套路满满，有消费者质疑其真实目的是为了拉新或者引流。(11月19日《工人日报》)

近年来，电商兴起，电商之间的竞争也日益激烈，商家为了吸引消费者，通过各种营销策略来进行促销，比如赠送赠品、网络抽奖等等。这样的营销策略本身并没问题，有不少商家都是诚信经营，通过赠品活动、网络抽奖等来对消费者让利。但也有一些商家营销活动“画大饼”，消费者热情参与，转发朋友圈，花钱开会员，结果却拿不到奖品或商品。这些商家并没有让利的真心，而是将这些营销策略当成了钓鱼的“诱饵”，给消费者设下“陷阱”。

商家进行营销活动要“多一些真诚，少一些套路”。为了企业的长远利益，更应该以消费者利益为中心，只有诚信经营，才能赢得消费者的信任，才能换来持久的人气。营销活动“画大饼”，终究是一种短视行为，最终还是在给自己“画地为牢”，也是在为自己“挖坑”，会把企业引向“死胡同”。 □戴先任