

## 加强新型体育师资队伍建设

李琼

近日,教育部等五部门联合印发《关于实施学生体质强健计划的意见》(以下简称《意见》)。其中提出,让学生在体育锻炼中享受乐趣、增强体质、健全人格、锤炼意志,为建设教育强国、体育强国和健康中国提供有力支撑。《意见》赋予了体育强国建设更深刻的核心价值,也提供了更具实践性的行动指南。实现体育强国宏伟目标,必须加强体育师资队伍建设。

构建新型体育师资队伍,首要在于把握其新时代内涵。一是角色定位从所谓的“副科”配角转变为校园活力文化的核心引擎。新课标明确规定,体育与健康课时占比为10%至11%,该比例仅次于语文和数学。二是职责范畴从课程教学迈向构建综合育人体系的专业化新阶段。三是专业价值从单一技能传授到向科学化、个性化的健康管理高级形态演进。

构建新型体育师资队伍,关键在于筑牢根基、提升内核、促进公平。夯实基础,实现量的配齐,需要保障供给结

构均衡。据统计,2024年全国中小学体育教师仍有超过12万的缺口,师生比显著低于标准要求的1:200。应通过增设教练岗、补充兼职教师、购买社会服务等方式满足教学需求。聚焦核心,推动质的配强,需要着力塑造新型核心素养。当前,体育师资存在“高学历”与“低专项”并存的结构矛盾:本科以上学历占比85.67%,但“三大球”等专项师资严重短缺,一些省市曾因报名人数不足取消足球教练招聘。应多渠道补足专项师资,如山东青岛试点“退役运动员入编计划”,首批12名足球、排球运动员入职中小学,月薪高出传统教师20%。统筹全局,保障整体的均衡,需要实现体育师资的实质均等。目前,中西部农村地区兼职体育教师占比43%，“体育与健康”被列为2025年全国特岗计划紧缺岗位。应通过定向培养、特岗计划、走教轮岗等方式拓宽农村师资来源。如安徽选派100名体育专业志愿者赴中小学支教,甘肃临夏为300所乡村小学开展每周送教活动。

长远看,加强培养培训,立足于培养“卓越体育教师”,是加强体育师资队伍建设的的重要举措。“卓越体育教师”不仅应构建以体育专业知识与运动技能为核心,并融合营养学、康复学等多学科知识的完整知识体系;而且应具备数字化应用、育人实践与终身学习的关键能力,并最终塑造以健全人格为根本的综合素养。这就需要贯通职前职后全链条、深层次的培养培训体系。

筑牢职前高等教育根基,深化高校师范人才培养模式的系统性创新,扩大本研规模,充分发挥一流体育师范院校和专业建设的排头兵作用。推动体育师范院校与特色型大学深度合作,围绕康复学、健康数据科学等开展交叉培养,打破学科壁垒。同步优化课程结构,将智慧体育、智能装备应用等纳入教学体系,增强实践与应用能力。如上海体育大学成立智慧体育工程学院,聚焦体育工程与智能科技,可为中小学体育教育的科学化、智能化升级提供急需的师资储备。此外,还可集合高校和地

区体育优势,联合打造高校高水平运动队,畅通竞技体育人才多样化升学深造渠道。

面向体育专业专职教师,还应确立专家型专业精进路径。依托国培、省培计划,采取“精准滴灌”的方式开展专项培训,通过卓越教师研究班、名师工作室等平台,聚焦学生体质健康提升、运动技能习得等核心问题。面对非专职转型教师,建立“教学准入”资质转化路径。开设“从运动员到教师”转型课程,重点强化课标在运动项目中的落地、体育课堂管理与安全管控以及运动技能习得规律的应用。鼓励非体育专业师资、退役运动员、退役军人等兼职师资获取多元体育职业资质,如青少年体适能训练师证书、游泳救生员证和社会体育指导员证等。同时,建立“跟岗”导师制,开展过程性评估与反馈,评估其将自身运动技能转化为可教知识的能力。

(作者:李琼,系福建师范大学学报编辑部副研究员)

来源:光明日报

## 网约车低价竞争当休矣

近期,多地针对网约车低价竞争乱象,发布暂停“一口价”“特惠单”、严禁强制司机接“一口价”订单等措施,引发关注。一些司机因收入空间不断压缩、强制低价接单,对“一口价”订单颇有微词。也有一些乘客反映,部分司机为控制成本拒绝开启空调,或为了赶时间出现超速驾驶等行为,影响服务体验。“一口价”模式初衷本是普惠,如今却陷入司乘双输的局面。为走出困境,亟需多方协同发力。相关部门应加强规范引导,探索设定网约车司机最低小时收入标准,并加强运力投放管控。平台企业应主动优化规则,取消强制接单设置,建立与成本联动的动态定价机制,将服务品质作为核心竞争指标。此外,行业组织可推动建立收益分配协商机制,促进行业信息公开透明,维护各方合法权益。(时锋) 来源:经济日报



## 『少年报』热的冷思考

韩亚聪

智媒时代纸媒面临不小压力,而“少年报”这类细分产品却持续升温。不久前,《扬子体育报》获批更名为《新华少年报》,《东方今报》获批更名为《阳光大少年》。近年来,还有《东莞时报》调整为《东莞时报·莞邑少年》周刊。《阳光少年报》创刊不到10年,发行量突破200万份。

“少年报”的逆势扩张,是媒体人转型突围、重塑优势的变革求索。不过,开拓少年阅读市场,不能光看见“市场”二字,而看不见成长中的少年。“少年报”市场之大、需求之旺,更显媒体责任之重、育人使命之坚。

相比于图书、教材,以“报”为名的读物,本质上是动态的知识桥梁与价值纽带。它既要紧跟时代脉搏,将鲜活的社会万象、前沿信息传递给青少年,又要贴合青少年成长规律,坚守价值引领和育人初心。为少年办一张好报纸,触达率固然重要,但真正的核心在于守正与创新的平衡:守住内容精准、价值正向的底线,创出表达形式、传播路径的新意。在信息碎片化、算法主导的当下,以内心的笃定抵御泛滥的流量,让孩子们的精神家园更加天朗气清,是比任何发行数字都重要的价值追求。

有媒体人说,在青少年教育场景中,纸媒比短视频更容易进入校园体系。但需明确的是,更名、创刊、转型,进入校园体系,只是“少年报”成长的一小步。真正的“突破”,在于走进青少年心里——用真诚的表达塑造健全人格,用正向的引导培育正确价值观,用多元的视角激发独立思考能力,在青少年遭遇成长困惑时给予陪伴、规划人生方向时给予启迪。这份精神滋养,才是“少年报”最根本的价值所在。

当诸多媒体积极开拓“少年报”市场时,更应该静心思考:真正的“逆势突围”,是让价值引领市场,而非让市场定义价值。“少年报”的“热”,终究要回归少年成长的“需”。唯有把育人价值深植于内容肌理,让责任担当贯穿运营全程,才能在市场浪潮中站稳脚跟、行稳致远,成为陪伴一代少年成长的精神食粮。

来源:人民日报

## “二级医院”证明不算数? 中联航的规定太霸道了

张晓雨

近日,据媒体报道,市民赵女士因家人生病,持就近二级医院开具、证实其不适宜乘机的诊断证明,向中联航申请全额退票,却被以“医院是二级医院不是二甲医院”为由驳回申请。一字之差,全额票款就无法退回。此事引发网友热议,同时也折射出部分企业服务意识缺失:看似“依章办事”有标准,实则“机械执行”少温度。

生病后“就近就医”,是很正常的日常习惯。对于突发疾病或行动不便的乘客而言,“二级甲等以上医院”的硬性要求,必然意味着需要在身体不适时还要额外奔波,到“符合要求”的医院开证明,这无疑忽视了乘客的实际困境,缺乏基本的共情和关怀。

从法律层面来说,若航空公司

要求因病退票乘客必须持“二级甲等以上医院”诊断证明,且未在购票时以显著方式向消费者明示,可能构成“不合理地免除或减轻其责任、加重对方责任、限制对方主要权利”的情形,根据民法典相关条款,这种规定可能无效。

事实上,限定医院等级并非行业内通行做法。公开信息显示,东航、海航、国航、山航等多家航空公司,在处理因病退票事宜时,大多未对医院等级作出硬性要求,多数仅要求提供正规医疗机构的诊断证明。针对突发急症,部分航空公司还允许乘客先申请退票、后续补充材料。相比之下,中联航的做法实在是霸道。

更进一步讲,医院分级,在于明确不同医疗机构的功能定位与服务

能力,绝不是部分企业设立“冷漠条款”的门槛。二级医院作为区域基本医疗服务的重要载体,出具的诊断证明具备医疗专业性。中联航将“二级甲等以上医院”作为退票前提,既无明确的医疗专业依据,也缺乏行业共识。

消除不必要的壁垒、回应民生需求,是各行业提升服务的关键所在。当企业规定与人之情常理有冲突,是要求消费者守条款,还是主动适配合理需求,考验企业智慧。期待中联航正视问题,及时优化退票政策,让规则不再是“为难人的门槛”。也盼更多航空公司以此为鉴,守住服务初心,用更接地气、更有温度的举措,守护乘客出行权益。

来源:新华每日电讯