

教资考试为何持续升温?

专家:折射出教师地位不断提升,但仍需理性报考

从今年3月中小学教师资格笔试开考以来,“教资”考试多次登上热搜。这两天,“教资热”话题再次登上热搜。教育部公布的最新数据显示,2021年,教师资格考试报名人数达1144.2万人次。教师资格证考试为何持续升温?记者进行了调查报道。



(网络图)

教资考试报考人数逐年增加 名校非师范生也加入考证行列

据了解,10年来,我国专任教师总量从2012年的1462.9万人增长到2021年的1844.4万人,增幅达到26%。同时,教师资格考试报名人数也由最初的17.2万人次跃升至2021年的1144.2万人次。记者从南京市教育局了解到,南京市报名参加全国教师资格证书考试的笔试人数也在逐年上升,2020年报考人数为8.7万人,2021年为10.5万人。

研究生毕业、今年刚工作的陈思佳老师告诉记者,她本科是湖南师范大学汉语言文学专业,2019年和2020年她分别获得了

高中语文老师的教师资格证和高中英语老师的教师资格证。陈思佳清晰地记得,当时报名的时候,她掐着秒坐在电脑前到点就点进去报名,抢到了在本校综合楼参加笔试的机会。面试的时候,陈思佳没有抢到本校的考点,被分到很远的地方参加面试,“当时附近的房间全都订满了,我只好凌晨5点从学校打车过去。”

近两年来教资考试持续升温,就连不少名校的非师范生也报名考试。陈思佳说,在图书馆准备教师资格证考试时,曾看到自动化专业、机电工程专

业的同学也捧着教资考试的证书在看。

“近几年来,明显感觉到教资考试越来越热了,在南京大学读研究生的时候,身边有很多学弟学妹来咨询教师资格证考试的问题。”今年刚工作的新教师王楠表示,她本科是济南大学师范类专业,大三的时候就已经考了教师资格证,“教资考试不同学段不同专业,考试的难度和竞争激烈程度不一样。有了高中教师资格证,可以去小学初中教书,但是有小学初中教师资格证,不能去高中教书。”

■ 专家分析

“考试热”折射出教师地位不断提升 报考仍需理性

南京大学教育研究院教授吕林海表示,首先,“教资考试热”体现了教师这个职业的地位逐渐提升,近年来我们国家出台了一系列提高教师地位、改善教师待遇的文件,教师的收入和社会地位不断提升,老百姓对教师这个职业的认同也越来越高;其次,教师这个职业具有延续性、内生性发展的特点,年龄大的教师具有更丰富的教学经验,可以不断地进行自我提升、延续发展。

与此同时,吕教授也提醒广大报考者,选择教师职业也要理性。“教师对个人的付出和努力要求很高,选择教师职业意味着要有奉献精神,需要燃烧自己,照亮别人。因此,每个人在选择从事教师这个职业之前,要对自己人生的定位和未来发展有一个整体判断,而不是盲目地追逐。”

吕教授告诉记者,近年来,国家对教育越来越重视,越来越多的综合性大学例如北京大学、南京

大学、上海交通大学等,都开设了教育学相关专业。教资考试热的背后折射出教师这个职业的意义和价值,也折射出了国家对教育的重视程度。“教资考试只是教师人才选拔的一个环节,却对创造高质量的教育和未来有着无比重要的战略意义。教师报考人数为教师选拔提供了分母,分母的基数越大,越有可能选拔出纯粹的、高质量的分子,分母分子共同决定了我们国家教育的未来。”

(据新华社)

“反向旅游”兴起 年轻人的口味为啥变了

据媒体报道,今年国庆,不少年轻人在社交平台上晒出自己的“反向旅游”行程。与传统的旅游人群不同,他们中的不少人通过选择冷门目的地、打卡非旅游城市、“宅”式度假的方式,让自己的假期更加舒适。

非著名旅游小城,反而成了热门的旅游目的地?从一些在线旅游平台提供的数据看,“反向旅游”确实正在成为年轻群体中的新趋势,像河北衡水、黑龙江鹤岗、山东日照、四川乐山、陕西汉中等多个非传统旅游城市,国庆期间都迎来了旅游订单的显著增长。

越来越多的年轻人,不再扎堆前往热门旅游城市,而是选择“反向旅游”,其实也不奇怪。那些热门的旅游城市、景点,在节假日期间,往往都是人山人海。一方面,游客太多容易降低旅游体验,比如长时间排队、堵到走不动路等;另一方面,随着需求暴涨,餐饮、住宿、机票等费用水涨船高,去热门旅游城市“浅”玩一下,可能就要花掉一个月的工资。

与此同时,现在的互联网十分发达,各种种草平台一传十、十传百,一些值得游玩的小众城市、景点同样能够成功出圈。可以说是“酒香不怕巷子深”,冷门旅游目的地的能见度在不断提升。

对很多年轻人来说,与其花大价钱去热门目的地“添堵”,不如到这些小众地区,不仅成本更低,还更清静休闲,更惬意。而且没有过度开发、过度商业化的状态,能让游客从其中体验到原生态的味道。

所以,年轻人告别扎堆,带动“反向旅游”兴起,并不是坏事。至少,它意味着人们的旅游选择更多元化了,可以有一条更有性价比的旅游路径选择。这种多元化、性价比,其实能为旅游消费市场撬动更多的增量。

更重要的是,“反向旅游”对一些热门旅游目的地的分流,还能够倒逼其提升景区的服务水平和运营能力,而不是躺在自然资源上坐地收钱。

比如不少网友就提到,一些传统的热门景区,被过度地商业开发,并且基本上被开发得千篇一律,尤其是像各地的一些“古镇”,卖的都是同样的美食小吃、同样的文创产品,缺少本地特色。

反倒是那些冷门景点,保留着足够多的本地风貌和特色,没有被过度商业化,没有如出一辙的美食小吃,没有贵到离谱的物价,它们能给游客带来更加良好的旅游体验。

可以这样说,“反向旅游”代表的旅游市场的新变化,意味着互联网种草时代,年轻人不再盲目从众扎堆,而是对旅游体验、游玩品质,有了更高的要求。因此,旅游市场也应该加快优质产品的供给,尤其是一些传统的热门景区,应该将服务和体验不断升级。仗着旅游资源丰富、唯一便不思进取,迟早会被游客慢慢抛弃。

(据《郑州日报》)