

“每月分班”违背教育规律

汤嘉琛



今日论语

近日，陕西省西安市有不少家长向媒体反映，当地一所学校从本月开始将按月考试成绩重新分班，全校400多名初三学生将按照排名顺序进入提高班（快班）、提升班（普通班）和基础班（慢班）。很多初三学生对新的同学、老师和学习节奏深感不适，该校一名负责老师对此回应称，“这是分层教育，请大家理解”。

教育有教育的规律，我们需要的是创新而不是瞎折腾。所谓“分层教育”理论，以前就听人说起过，但这种教学模式是否真能提升各个层级学生的学习效果，

目前还很难说。草率地套用一种效果有待检验的教学模式，有点拿学生当“实验小白鼠”的意味；频繁地重新分班、打乱教学秩序，对学生也是一种粗暴的干扰。

一种教学改革举措是否得当，学生的评价很关键。而从新闻报道来看，很多学生对校方的做法评价不高——“我们已经初三了，为什么还要折腾呢？”“新的班级新的同学，一切都要重新适应，这对我们太不公平了”、“担心自己被放弃”。如果不能赢得学生的理解与支持，反倒给学生增添了麻烦和困惑，改革难言成功。

从目前已有的信息，尚不清楚“按月考试成绩分班”的决定是如何拍板的，但这种做法本身就表

明了一种比较功利的价值取向。将少数成绩拔尖的学生（而且是即将中考的初三学生）集中在所谓“快班”，将成绩相对较差的学生放在“慢班”，虽然可能会让中考数据更漂亮，但对于那些被放弃的“差生”显然不公平。

教育不应像电影《饥饿游戏》里的情节那样残酷。校方不断强化月考成绩的指挥棒，最终的结果可能有三：其一，“快班”学生压力倍增，“慢班”学生自暴自弃；其二，学生心态受影响，学习效率不佳；其三，为获取更高的分数，会有学生求助于校外辅导、考试作弊。无论哪一项，应该都不是校方希望看到的。

还有一点必须指出的是，“按月考试成绩分班”也与当地的教育政策相

悖。早在2011年，西安市教育局发布的中小学减负“28条”就明确规定，初中只在每学期进行期中、期末两次记录成绩的学科考试，学校不得公开学生考试成绩，不得进行成绩排名。陕西省教育厅2014年也明确规定，学校不得用成绩排名来对教师、班级、学生进行考核。“按月考试成绩分班”，不管从哪个角度看都踩了红线。

无论从“有教无类”的教育理念来看，还是从教学改革的现实效果来看，“按月考试成绩分班”都有诸多不合理之处。如果这种打着“创新”旗号的功利举动不能及时被纠偏，恐怕很快就会有其他学校跟进。在媒体报道此事之后，希望校方和当地教育部门都能听听学生和家长的意见，共同找到更科学合理的改革方案。

保护产权是依法治国重要标尺

权威声音

《关于完善产权保护制度依法保护产权的意见》将于近期报请党中央、国务院印发实施。文件从11个方面对完善产权保护制度、推进产权保护法治化进行了全面部署。

一个人拥有按照自己的方式占有、使用和处分自己合法财产的权利，正因如此，保护公民财产权成为我国宪法确立的一项基本准则，也成为全面深化改革和全面依法治国的重要标尺。

保护财产权，要恪守物权法定原则，尊重契约自由原则，加大对知识产权的保护力度。“分已定，人虽鄙，不争。”在执法实践中，有的案件未经人民法院终局裁判，产权存在重大争议，罪与非罪尚未确定，何为“赃物”尚未确认，涉案财物就被司法机关提前拍卖处理，导致终审判决后财产无法回转和返还。有的随意采取查封、扣押和冻结等强制措施，未给企业正常经营或“起死回生”留下必要空间和机会。因此，建立以人民法院终局裁判来确定财产所有权最终归属的解纷体系，是依法治国

背景下保护财产权的必然要求。

保护财产权，还必须在全社会培养和树立正确的财富观。一切经过合法方式获得的财富都应当得到法律的严格保护。一个人依法拥有的财富越多，向国家缴纳的税收越多，对社会做出的贡献就越大，理应获得全社会的普遍尊重。同时，进一步加大社会征信体系建设，让一切财富的聚集、物权的变动、契约的履行变得更加公开透明，才能最终形成“以创造为荣、为财富点赞”的良好社会环境。（贺小荣 刊今日人民日报 本报有删节）



出「恶」名
商家店名真费心，谐音恶俗为出名。得不偿失被查处，劝君莫动歪脑筋。『没有性生活的鸡』『鸡情运动』『撩情鸡肉条……』这些词组其实是一家炸鸡店的菜名，订餐电话叫「CALL鸡热线」，这家名为「叫了个鸡」的店在网上还蛮出名，在全国多地开有连锁店。近日因「恶俗引发投诉」杭州市场监管部门向辖区内店铺下发停业整改通知书。
曹一画

网视輿情

上周媒体报道了一则“旧闻”，说是四川眉山公布了该市各区县县级四套领导班子152名成员的姓名、职务和手机号码。之所以说是“旧闻”，主要因为这些年全国各地出现了不少类似的新闻，公开电话的对象或是地方一把手，或是政府部门的负责人。最初媒体爆出这些新闻时，舆论都表现出欢迎的态度，认为这是一种高效且有诚意的沟通方式，但是类似的现象多了，反而引起了人们的警觉，批评与反思多了起来。

比如这一次眉山的政策就引发了不小的争议，不仅媒体打电话测试的效果一般，很多网友也认为，这种公布手机号码的做法，其实很落伍，可能解决不了问题，反而会影响官员的正常工作。有关公布领导干部手机号码的这些争议，其实已不新鲜，公布手机号码涉及的利弊很

好理解，常见的分析主要提到两个方面，一是在一定程度上鼓励民众打电话反映诉求，会形成路径依赖，继而加重负担；二是认为发展政务媒体持续很长一段时间，很多渠道因为诸多原因基本已经荒废，并质疑政务新媒体运营方面的问题。

政务沟通是近年的一个新词，以前主要是通过行政办事窗口，这些年社交媒体越来越发达，政务沟通也逐渐变得时髦，互联网+政务俨然成为各地力推的一项便民工程。从最初的政府网站到政务微博，再到如今的政务微信乃至政务客户端，沟通渠道在不断变迁。微博兴起的时候，官员和政府部门开微博蔚然成风，此后发展形势有所分化，有的账号运营得很好，涌现了不少政务方面的大V，

他们在新媒体上积极和网友互动，及时解决网友提出的问题，甚至在自己的职责范围内对一些热门事件发表观点。可以说，在如今的社交媒体上，政务号阵营是一种逐渐崛起的力量。但与此同时，更为普遍的是，多数政务号沦为僵尸号，偶然受到关注都是因为发一些与职责无关的比如养生一类的信息，而官方的回应则普遍将问题归结为被盗号。

政务沟通的渠道在变化，但效率未必普遍得到提高。一般而言，经济发达地区因为积极投入，加上民众有新媒体的使用习惯，这些地区的新媒体上的政务沟通工作做得相对较好，而在其他一些地区，或许技术存在问题，或者民众这方面的需求并不强烈，当然更大的可能是地方在推动这



新民随笔

低价没什么不好

连建明

今年“双十一”从数字看又创出新高，销售额首次突破千亿美元。但这也许不是最重要的，重要的是在每年11月11日网上购物已经成为常态。8年前一个偶然的“光棍节”促销活动，真的变成了一个购物节。

这是好事，无论从国家经济的发展还是从个人购物的需要，我们都欢迎这样的购物节。其实，类似的购物节在网购还没有的时候就有，比如，上海人气最旺的当数元旦百货商店跨年度促销，每次人山人海、堵车堵路。

现在，人们把这些忘记了，记住的只有“双十一”。当然，网购与传统商业比有很多优势，一家商场受地域与面积的影响，无论购物人数还是商品数量都有天花板，而海量的网络上，能够陈列的商品以及参与的人数，几乎可以无限增长。不过，“双十一”之所以能够成为常态，最主要的因素是一个词——低价。

“剁手党”每到“双十一”还是忍不住，无非就是这一天许多商品打折，价格低。如果没有这一条，不会有如今千亿的销售额，这和以前传统百货商店搞的跨年度促销，套路是一样的。所以，无论形式如何变化，商业的本质没有变化。

“双十一”说到底就是一个打折促销日，根本不需要晚会以及其他，只需要低价。其实，全世界的消费者都喜欢打折，11月美国还有一个历史更长的购物节，那就是“黑色星期五”，感恩节的第二天，也就是11月第四个星期五，今年就是本周五。美国人疯狂购买便宜货的劲头一点也不差，这个起源于1975年的购物节，已经有40年历史，无论经济好与不好，每到“黑色星期五”，人们都是连夜排队，一开门以运动员的速度直冲自己喜欢的货架抢购打折商品，玻璃窗被挤碎的事情经常发生。

“黑色星期五”之所以能够存在40年，无非就是低价，就是打折，所以，低价没有什么不好。

不知道中国的“双十一”能不能持续40年，希望成为一个历史悠久的传统项目。经济的发展离不开消费，对于一个13亿人口的国家，老实说目前的销售额根本不算高，我们需要更多提升消费的方式和措施。

从公布官员手机号说起

何小手

项工作时缺乏明确的机制，政务沟通方面的创新并未得到认可，反而像四川眉山这样，又回到老路，通过公开领导干部手机号码这种极端方式来联系民众，当地可能有其他考虑，但外界在评论这类消息时，很容易将问题归结为发展政务新媒体策略失败。

为了督促政府部门加强政务新媒体沟通，有权机构还会通过诸多角度来制作榜单，以评估它们的活跃度。即便到今天，不少媒体仍然在呼吁官员通过网络与民众积极沟通。回顾政务新媒体的发展历程，从最初纯粹的技术追逐，到如今因为未能发挥预期作用而被批评，民众对新技术的需求一直存在，但如何让政务沟通通过新技术落地，可能需要更周全的考虑。