

绿领巾是“教育暴力”，也是“暴力教育”

绿领巾是一种“教育暴力” 2011年10月19日 广州日报 郭立场

广州日报一评

“你学习不好，戴绿领巾，我才是真正的红领巾……”西安市未央区第一实验小学门口，两个放学的孩子嬉闹起来，来接佩戴绿领巾孩子的家长表情尴尬。

（《华商报》10月18日）

自尊是人的基本需要，而孩子的自尊心又恰恰最容易受到外界伤害。该校教师解释称，学习、思想品德表现稍差的学生没有红领巾，所以该校便为这部分学生发放了绿领巾以资激励。但家长并不认可这一做法，指责此举会给孩子心理造成极大创伤。有网友戏谑称，好学生戴红领巾，差生戴绿领巾，该给出主意的人戴绿帽子！这话虽不“雅观”，但“话糙理不糙”，足以想象网友的不解与愤慨。给孩子佩戴莫须有的“绿领巾”，人为地将孩子分成三六九等，造成“红领巾”阵营与“绿领巾”阵营的隔膜，容易让孩子产生自卑感，不利于心理健康。

陕西省少工委工作人员也表示，“我们不支持学校这种做法，佩戴绿领巾不符合全国少工委有关规定。”以育人为本的学校竟然出现“差生戴绿领巾”的歧视行为，非但

没有在人格上尊重学生，反而将平等、和谐的师生关系击得粉碎。

哈佛大学50周年校庆时，曾有人问学校最值得自豪的是什么，校长回答：哈佛最重要的是给予每个学生充分的选择机会和发展空间，让每一颗金子都闪闪发光。这句话充分体现了哈佛以人为本的教育理念。教师是一位激励者，激励学生会学习，促进其个人的自由发展。由于遗传、生活经历、社会环境等的不同，学生之间存在着或大或小的个性差异，“以学生为本”就是要承认并尊重学生的这些个体差别和个性差异，因材施教。只有这样，才能培养出有个性的人才，才能保证每一个学生都得到最大限度的发展。

教育的根本目的是塑造、发展人，学校作为教书育人的重地，其任务是使受教育者得到人格和素质的完善。学生作为人，享有每个人都享有的尊严、人格、人身、名誉等权利。教育领域的工作人员，在其工作过

程中都必须尊重学生的以上权利。

现代快报再评

给“差生”戴绿领巾，是对“差生”歧视，由此产生的恶果显而易见，说其是“教育暴力”并不为过。

人类历史上，以刺字、服饰等标记区分人的身份的做法屡见不鲜。其前提是蔑视个体的平等和独立，将人区分为三六九等，等而下之者备受侮辱和欺凌。西安市未央区第一实验小学以校方的名义作出规定，虽只是一个校规，却含有“组织”的庄重与严肃意义，而这种庄重与严肃却产生错误的示范和引导，传递出差别、歧视、侮辱等与现代文明格格不入的暴力理念，所以，它既是一种“教育暴力”，也是一种“暴力教育”。这个意义而言，“暴力教育”的受害者不只是“差生”，其他学生耳濡目染，从小接受这种思维的教育和毒害，怎么能指望培育出健全的人格？

公民文化权利需要依托保障

六中全会提出，要“把文化改革发展成效纳入考核评价体系”，也就是说，公共文化服务体系的建设将成为政府和官员政绩考核体系中不得缺少的内容，这必将督促和激励政府及其官员对文化改革发展的高度重视。

公共文化服务是文化大发展的根基 2011年10月19日 新京报社论

新京报一评

民众的基本文化权益得到有效的保障，国民文化素质才能提升，文化消费市场才能扩大，文化精品才有诞生的深厚根基，也才能为经济与社会的良性运行提供强大的价值支撑。

当前，公共文化服务存在着一些亟须解决的问题。比如，公共文化服务不均等既表现于城乡，也呈现于发达地区与落后地区；文化经费投入占财政总支出的比例仍然偏低，近年来文化经费投入虽有较快增长，却一直在0.4%的低位徘徊；如何引导、激发社会力量参与公益文化服务的热情，也需要有完善的措施。当然，最根本的原因是，在一些基层政府，并没有真正意识到向民众提供公共文化服务的责任，从而积累了大量历史欠账，这些“文化欠账”都需要尽快弥补。

六中全会提出，要“把文化改革发展成效纳入考核评价体系”，也就是说，公共文化服务体系的建设将成为政府和官员政绩考核体系中不得缺少的内容。因此，“公共文化服务的范围和种类”、“文化事业费占财政总支出的比重”等问题，也需要进一步通过制度配套予以明确或量化，并和地方官员的政绩与前途挂钩，这必将督促和激励政府及其官员对文化改革发展的高度重视，而这，将成为文化发展和繁荣的重要推动力。

现代快报再评

加强文化基础设施建设，完善公共文化服务网络，让群众广泛享有免费或优惠的基本公共文化服务，全会明确提出，这一切必须“坚持政府主导”，也就明确了政府提供公共文化服务的责任。

公民的文化权利包括享受文化成果，参与文化活动，开展文化创造以及对个人进行文化艺术创造所产生的精神上 and 物质上的利益享受保护权的权利。它不是恩赐，也不是特惠，而是一种既“免于匮乏”又“免于侵犯”的权利，是一种不能制约或者受到削弱的权利。因此，明确政府提供公共文化服务的责任，“把文化改革发展成效纳入考核评价体系”，也就意味着要把把公共文化服务建设纳入政府和官员政绩考核体系。这一决策，使公民文化权利更有依托，更有保障。

治理地沟油的重点不是检测而是监管

死磕地沟油，直到柳暗花明 2011年10月20日 中国青年报 严辉文

中国青年报一评

不久前，来自卫生部、科技部、工商总局、质检总局、食品药品监管局、粮食局和中国疾病预防控制中心7家机构的数十位专家，对目前征集到的5种检测地沟油方法进行试验发现，这些方法基本无效。有关专家表示，目前全世界也没有检测地沟油的有效方法；连媒体也跟着叹息：跟地沟油玩“躲猫猫”，咱们又输了！

（《中国青年报》10月19日）

对地沟油国内外尚无特效的检测技术，堪称是一个世界性的难题，但何以其只在中国的餐桌上无限风光呢？看来，对于地沟油的管理，还得多学习借鉴国际上更先进的办法和理念。比如德国，为每一桶泔水分配了一张“身份证”，餐厅必须跟政府签订回收合同。在加拿大，人们不能随意向下水道倾倒废油，否则将会被处5万美元罚款。在英国，餐厅后厨的餐厨废油，直接流入由一根专用管道相连的储油箱里，然后定期运往政府指定的加工厂进行处理，生产生物柴油等燃料。

除了国情不同、商家诚信意识不同之外，从这些资讯里面不难读出对改善监管可资借鉴之良策。一是这些国家首先从源头上进行身份识别，从而切断了地沟油回流餐桌这一“主渠道”。二是重罚重处，向下

水道倾倒废油就罚得这么重，向人的肠胃倾倒废油呢？可想而知了。三是全程监管，从开餐馆的人开始，人人都有治地沟油之责。

我比较担心的情形是，对地沟油国内外尚无特效的检测技术，成为又一个监管缺失的托词。如果一方面消费者唏嘘感叹，另一方面在看不见的战线上捞金的地沟油生产商、经销商们喜出望外；如果科学无法检测，监管时有时无，继续用我们的肠胃来检测地沟油，那就不只是地沟油治理和监管“双输”，而是令亲者痛而仇者快的监管笑话了。

山重水复疑无路，柳暗花明又一村。眼下最应该坚持不懈的莫过于千方百计的综合监管了。我以为，在监管方面关键是要保持长期的打压态势，让玩地沟油者无论算道德账、法律账、经济账还是人生账都得得不偿失，最终不得不亮出白旗转向合法之途。

现代快报再评

这则新闻让人哭笑不得：哭，是我们那些来自7家权威机构的数十位专家，宣告了一个残酷的现实：全世界也没有检测地沟油的有效方法；笑，是指全世界恐怕不会有哪个国家，专门“培养”一批专家检测地沟油。

专家的表态，就像猫向老鼠宣布缴械投降：尊敬的老鼠先生，我们猫类从你们的粪便中检测不出你们偷吃的是不是大米，你们放心大胆偷吃吧！猫的责任不只是检测老鼠的粪便，还可监管老鼠的动向、行踪，抓老鼠一个现行。但我们的这些猫只想干检测老鼠粪便这类配得上专家称号的活，自然不屑于监管之类的俗事，于是形成一个有趣的循环：猫悬赏征集检测老鼠粪便的方法，老鼠继续偷吃，猫继续作无效的检测……

请明星代言苹果，不如让苹果代言明星

贫困县的“代言苹果”怕不好吃 2011年10月20日 山西晚报 屈正州

山西晚报一评

“国家级贫困县、陕西白水县掷重金请许晴代言当地的苹果。官方说是为提高知名度。果农认为‘羊毛出在羊身上’。如此大手笔的做法到底值不值呢？”前日，网上传出的这则消息引起围观。

（《郑州晚报》10月9日）

通过明星代言提高当地苹果的知名度，以此来促进产业发展和果农增收，政府的这些初衷本无大错。但这种决策是否科学合理，能否起到预期的效果？理应事前敞开心扉的大门问计于民才是。

这是民主决策的应有之义，更是保证决策起到立竿见影实效的前提。

但白水县掷重金请明星代言显然不在此列，此举付诸实施后引得民众普遍质疑就是证明。

同样是财力窘迫的贫困县，陕西西乡县率先实现从学前到高中的15年免费教育得到舆论的一致赞赏，而白水县掷重金请明星代言却不为当地大多数民众认同，贫困县有限的财力该投向哪里，“当家人”岂能不慎？

对那些被邀代言的明星来说，事情未必是有求必应那么简单。若是财大气粗的商业机构求其代言，

那宁可按相关游戏规则行事即可，钱不是一个首当其冲的问题。贫困县不同，如果某明星明知请求为之代言的地方并非经济发达地区，却置这些现实背景于不顾，只是来者不拒地笑纳代言酬金，这种做法或许符合当今的市场法则，却有悖明星作为公众人物的社会责任。从做人的道义上讲，也是说不过去的。明星形象之所以为大众所接受，不仅在于其能满足人们的精神文化需求，更在于明星能够向大众传递积极向上的社会价值观，能够彰显有所担当的社会责任。如若一味见钱眼开，在公众心目中的形象是要大打折扣的。

如此来看白水县重金请明星代言一事，就应当予各方相应的警示。贫困县的正政者一定要把有限的财力用到真正能惠及民生的地方去，而不是动辄搞些花里胡哨的事情；明星也当自重，须知代言有风险，应邀须谨慎——当然这种风险，主要指的是道德上的。

现代快报再评

这篇评论把一半的篇幅用来劝导明星，循循善诱、苦口婆心，但缺乏说服力。市场经济讲究契约精神，明星没违约，没欺诈，没代言违禁产品，板子还真打不到人家身上。

但代言苹果这事，要说道就该说究竟谁好“明星代言”？商家好这口没话说，商家不做赔本买卖，即使赔，也会失之东隅收之桑榆。可一级政府机构却当不起这个冤大头，不管决策者是不是许晴的粉丝，也不管请许晴代言值不值，白水县的决策涉及两个问题：一是决策民主，二是财政预算是否公开透明。而从百姓反应来看，民主肯定是谈不上了。至于财政预算透明的问题，当地人大有必要好好问责，查一查究竟谁做的决策，谁是许晴的崇拜者，谁用了公共财政满足个人偏好？

话说回来，咱自家的苹果多美多好啊，请有些明星代言苹果，还不如让苹果代言明星。

本版特约主持人 李鸿文

资深时事评论员，专栏作家