

两河漫话

小升初“掐尖”招生带来教育失衡

□ 张英东

教育，“教”是手段，“育”才是目的。然而，诸如小升初“掐尖”招生等做法，不仅加剧了教育内卷，也带来了教育的失衡。

据央视《焦点访谈》栏目报道，近期，某中学在校园开放日为小学生家长提供专门的通道，用来收集小学生简历，以服务学生之名，行“掐尖”招生之实。

小升初“掐尖”招生为何屡禁不止、“死而不僵”？这一现象凸显了教育资源分配的不均衡，表现为优质资源过度

集中在特定区域，给家长和学生带来压力。

在教育资源有限且分布不均的现实下，名校为了保持或提升自身竞争力，往往倾向于通过选拔最优秀的学生来保证教育的“高产出”。名校、名师的背后，是无数被“掐尖”的名生。有网友调侃，“掐尖”招生让“名师出高徒”，变成了“先有高徒，后有名师”。

家长对“掐尖”招生的默许和纵容，反映了家长的焦虑心态，背后则是“不让孩子输在起跑线”的观念在推波助澜。面对激烈的社会竞争和对未来不

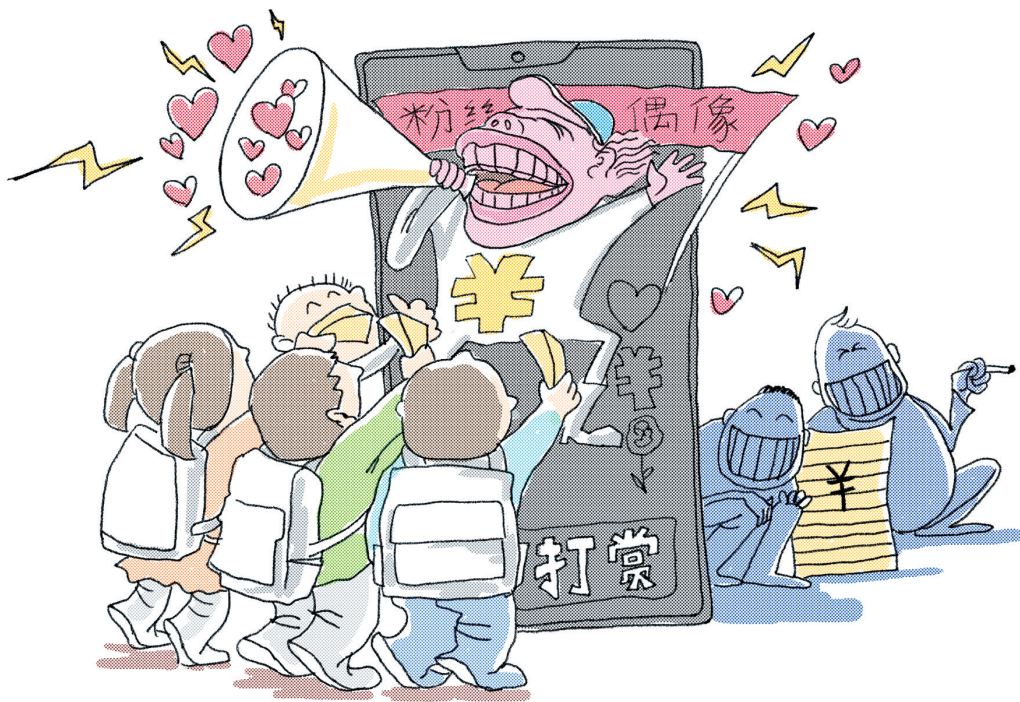
确定性的担忧，许多家长不惜一切代价，试图通过各种途径为孩子争取更好的教育资源。因此，一些培训机构和中介机构利用信息不对称和家长的焦虑心理，通过提供所谓的提分宝典、组织培训等方式从中牟利，加剧了“掐尖”招生这一乱象。

十年树木，百年树人。“掐尖”招生往往只关注学生的考试成绩，而忽视学生的个性发展、兴趣爱好以及全面能力的培养，这些都可能对孩子的心理健康和长远发展造成负面影响。彻底根除“掐尖”招生这一顽疾，需要政府、学校、家庭

及社会各界的共同努力，从制度建设、监管强化、观念引导等多方面入手。明确禁止任何形式的小升初选拔考试，对违规学校及负责人实施严厉的行政处罚，公开曝光典型案例，形成震慑效应。

教育是国之大计，党之大计。维护教育公平，不仅是实现社会公正的基础，更是国家长远发展的需要。面对“掐尖”招生这一教育领域的沉痾宿疾，我们必须拿出壮士断腕的决心和勇气，斩断隐秘的利益链条，完善学校考评机制，加大教育投入，缩小学校之间的差距，让每一个孩子都能享有公平而有质量的教育。

画里画外



警惕未成年人网络“追星”

徐民 作

街谈巷议

□ 王彬

近日，西安科技大学“改成绩事件”引发广泛关注。随后，涉事的该学院工作人员张某某称，“改成绩”之举是为“救”学生，因为涉事学生王某某是班级班长，日常表现良好，深受师生认可，且该生已经考取本校研究生，不想因为补考未过影响学生继续求学。5月15日，西安科技大学官网发布调查情况通报称，经研究，认定王某某更改的成绩无效，校方还对“改成绩事件”的相关人员予以了处分。

众所周知，考试是为公平而生，成绩则是客观严肃的存在，不容马虎与懈怠。成绩要经得起检验与推敲，稍有不慎就会有违公平和正义，给社会带来极坏的负面效应。

在此事件中，这位改学生成绩的老师竟然辩称“改成绩是为了‘救’学生”，这种操作实在令人无法理解。如此奇葩逻辑与观点简直是在自欺欺人，或许骗得了自己，但骗不了大众。

学生的前途当然重要，但这次改的是补考成绩，不是首次考试，而补考本身就是学校多给的一次机会，只要稍微上点心、花点功夫，参加补考的学生基本都能通过。这位学生连这点努力都不愿意付出，只能说明他不在意自己的前途，“救”学生一说也站不住脚。

如果这位老师的观点成立的话，那就相当于说，考上研究生就意味着拥有“特权”，可以开“绿灯”。更奇葩的是，这种错误观点竟然还披上了“为学生好”的外衣。如果遇到问题和困难，就想着走捷径、找关系、找人通融，这无疑是在把学生培养成可以无视规则的人。试想一下，习惯以如此逻辑行事的学生将来到了社会上，他会恪守原则、敬畏公平吗？违背规则的做法是在害人，绝非是在育人。

“改成绩事件”真正让人担忧的，并不只是老师帮学生改成绩本身，而是有人违背规则与公平，还能如此振振有词。现在，学校调查结果公布，相关人员也受到了处分，但学校的管理不能到此为止。学校要进一步强化规则、树立规范，用制度纠偏奇葩的逻辑思维，别再让改成绩是为“救”学生这种说辞出来丢人现眼。

给学生和老师补上一堂“规则课”，提高学生和老师的违规代价和越轨成本，这才是真正的“救”学生之举。

据《钱江晚报》

有一说一

文旅市场如何吸睛又吸金

□ 张颖

在特色民宿里感受中西结合、在度假酒店内享受热情服务……从“年味经济”到“赏花经济”，再到“假日经济”，今年的文旅市场热点不断，“文旅顶流”城市轮番登场。继“五一”旅游热之后，眼下各地文旅又瞄上了“520”，纷纷推出免门票政策、网红打卡地，希望继续搅热市场。其中，淄博市马踏湖景区推出不倒翁表演、《董永和七仙女》情景剧、浪漫音乐喷泉灯光秀等，还提前开启了婚姻巡回登记点，期望达到吸睛又吸金的目标。

身处互联网时代，各种新技术新业态新模式与传统市场不断融合，给旅游市场注入活力。近两年人们旅游消费

热情高涨，各地政府出台了一系列保障政策，文旅部门花式“整活”，推动了文旅市场转型升级。但从市场反馈看，真正能让流量变成“留量”的，还是让游客拥有高品质的体验。

没有金刚钻，揽不了瓷器活儿。要想达到吸睛又吸金的目标，就要把旅游服务品质提上来。虽说互联网时代流量就是金钱，但也不是什么流量都能“吃”，什么热度都能蹭，过度夸大宣传和不当选题策划都可能导致“翻车”，此前各地文旅“花式内卷”时就出现了不少反面案例。吸睛靠创意更要靠实力，要在打好基础、夯实内功的基础上，不断推出新思路、新玩法。

地方文旅想要吸睛，要针对不同消费人群进行市场细分，推出精细化的旅

游产品套餐，切实提升旅游产品的吸引力。除了不断创新的消费场景，火热的文旅市场也离不开细致周到的服务保障。当大量客流进入时，对景区的基础设施、提供的旅游产品及旅游服务等都是巨大的考验。景区周边临时停车位是否充足，执法人员能不能主动与游客沟通交流、认真倾听并解答游客疑问，旅游安全、市场秩序、应急值守、投诉处置各项重点工作是不是到位，都是影响消费者旅游体验的重要因素。尤其是在维护游客权益方面要做到监管全覆盖，只有保障措施到位，才能吸引更多游客“用脚投票”。

总而言之，文旅市场吸睛又吸金，需要抓住人的需求这个核心，让人们在旅游体验中感受到满满的获得感、幸福感。