

部编本教材,让人挑刺又何妨

本报评论员
魏英杰



多数教材的编撰工作仍处于闭门造车的状态,因为渠道相对狭窄,加上编撰出版过程匆忙,这就很难避免差错的出现。

9月份开学后,全国所有地区的小学、初中起始年级都拿到了全新的“部编本”教材。不过,新教材也成了人们捉差错的对象。很快,有人就在初中一年级(即七年级)下册的语文教材中发现了一处差错。

在一节《名联欣赏》小栏目中,选用了描写杭州西湖的一副对联——“水水山山处处明明秀秀,晴晴雨雨时时好好奇奇”。但教材中却误把“水水山山”写成了“山山水水”。这属于典型的知识性错误。别看两个词只是简单对调一下,但这样不仅写错原文,而且违反了对联的平仄规范。

教材出现文字性、知识性、规范性等差错,并不是什么新鲜事。2013年人教版语文教材也曾被狂吐槽过。当时,也是七年级语文教材,有人一口气挑出30多处错误,并将人教社告上法院。虽然人教社只承认存在6

处错误,但还是公开致歉了。毕竟出现这么多差错,实在是一件丢脸的事情。

按照《图书质量管理规定》第五条规定:差错率不超过万分之一的图书,编校质量属合格。负责教材编撰的机构当然可以用这个理由来为自己辩解,但是很显然,教材的差错率不能仅满足于及格线。或者说,公众对教材差错率极其敏感,几乎是零容忍。因此,教材编撰机构也应以更高标准来要求自己。

要实现这一目标,就不能没有相应机制。从目前来看,多数教材的编撰工作仍处于闭门造车的状态。这倒也不是说编撰者没有征求专业人士和学校意见,但因为渠道相对狭窄,加上编撰出版过程匆忙,这就很难避免差错的出现。实际上,语文教材此处差错的出现,也表明了其征求意见以及评审把关体系是不严密的。如果有相关方面的专家把

关,想必不会出现这一低级的知识性错误。尤其是,如今语文教材增加了古文的比例,更需要有这方面的专家来把关。

但更重要的,教材编写可引入公众评价机制,即在正式出版之前,将文本发布出来公开征求意见。当然,这实际上还是为了听取更多的专业意见,而不是让人七嘴八舌地讨论该不该选哪篇文章,这样也是搞不好教材编写工作的。教材正式出版后,还有人能挑出这么多差错,可见民间也有高手。或者说,就某一领域、某一具体问题,肯定有人比编撰人员了解更多、更专业。听取来自于这些人的专业意见,正是教材公开征求意见的价值所在。

部编教材是全国统一使用文本,具有公共性,率先公开征求意见也符合其宗旨。这样的话,就算不能做到零差错,至少能避免发生类似低级错误。

共享单车高烧渐退,谨防一片狼藉

本报评论员
高路



企业越来越大,涉及的人也会越来越多,风险正在聚集,到那个时候,押金问题就容易由一些个案演变为社会问题。

企业倒了,流落在市场上的车子却无人收回,成为僵尸车。车子不能用了,押金却怎么也退不回了。共享单车开始为之前的疯狂投资买单。酷骑单车用户梅女士申请退款两个多月了,押金仍然没有退回,而酷骑单车承诺的时间是7天。酷骑单车近日致信内部员工称,目前公司资金确实非常紧张,甚至可能会影响到公司的正常运营,让员工自愿选择去留。无独有偶,小鸣单车最近也深陷押金难退的泥潭中,甚至惊动深圳市消委会督促其尽快实现押金“即还即退”。

对于押金问题,业内其实早就传出担忧的声音,只不过,因为彼时共享单车正处于风口,热钱不断涌入,押金的问题被暂时掩盖起来。随着疯狂投资的潮水逐渐退去,沙滩上开始显示出遍地狼藉的迹象。不排除一些企业

就是冲押金去的,玩的是空手套白狼的好戏,也不排除押金被挪用挤占的可能。共享单车数量庞大,押金规模动不动以亿计,对资金的监管却相当松散,这就埋下了资金安全的隐患。

目前来看,问题似乎还不是很严重,关门的都是些小企业,行业巨头们该融资的融资,该打折的打折,该送券的送券,一派欣欣向荣、闭着眼睛往里砸钱的金主模样。可是这样的好日子只怕是越过越短了。这个市场不可能容得下这么多的共享单车企业,跟当年的网约车平台一样,竞争会形成少数企业把持市场的格局。那些在竞争中败下阵来的企业,不得不面临押金兑付的压力。目前押金问题呈现个案散发的态势,但接下来,必定会向上蔓延,企业越来越大,涉及的人也会越来越多,风险正在聚集,到那个时候,押金问题

就容易由一些个案演变为社会问题。

解决方案不是没有。在十部委联合发布的《关于鼓励和规范互联网租赁自行车发展的指导意见》中,要求企业严格区分企业自有资金和用户押金、预付资金,在企业注册地开立用户押金、预付资金专用账户,实施专款专用,接受监管。在各地已经出台的征求意见稿中,专款专用也屡屡被提及。

如果实施到位,都纳入专款专用,并严格监管,押金被挪用被挤占甚至流失的漏洞就可以堵上。但是从目前的实行情况看,不管是银行存管还是企业自己保管,普遍存在监管不严的问题。行业自律,对一些大企业有约束力,但对处于资金压力中的中小企业而言,就是扔掉生命的稻草,社会不能不做好止损的准备。



华为云



东风汽车

助力网联汽车云 智能驾驶新体验



扫描二维码
关注华为云官方微博



扫描二维码
关注东风汽车官方微博