

回归教育初心,从严格论文要求开始

眉间尺

又到毕业季,在网上屡屡见到大学老师的吐槽。有的学生迟迟不交毕业论文,或论文文理不通、错字连篇,令人不忍卒读。于是,老师不但不“哀求”学生尽快交论文,而且彻夜逐字逐句地为学生修改论文。这显然是种不正常的学风。而“改论文”又只是学风不端的冰山一角。据报道,每到期末,就有学生以出国深造、就业等为由给老师写邮件,希望老师打分时“手下留情”,以至于老师陷入“期末焦虑”“毕业恐慌”。

到底是什么原因造成了这种乱象呢?以直接的原因而论,我国传统文化素有“重人情”“顾情面”的传统。在一些看似无关紧要的问题上,规则往往被人情“拐弯”。更何况,师生关系又常被附为父子关系,老师似乎对学生负有无限责任。因此,当老师面对学生或哀婉或撒娇或耍横的“要分”“改论文”等请求,就会承受显在或潜在的舆论压力乃至道德绑架,不得不牺牲原则

从学生的要求,违心地把“次品”包装成“正品”送出校门。

更现实也更根本的原因则是功利色彩浓厚的教育观念。在一些学生、家长乃至老师和校领导看来,上大学的目的只是或主要是为找一份体面的工作。在就业、出国、升学等功利目的至上的观念下,上述手段似乎顺理成章。于是,实用主义弥漫,浮躁之风盛行。学生把本该在图书馆苦读、在课堂听讲的时间用来“跑社会”“拉人脉”,不去思考如何刻苦用功取得优异的成绩,而是挖空心思向老师索要满意分数,甚至把本该由自己承担的任务转嫁给老师。

更重要的是,当教育被功利化的目的绑架,老师就成了“毕业流水线”的一环,一切活动必须围绕维系这条生产线正常运转,保时保量地输送毕业生的指令进行。因此,给学生打分就变得战战兢兢,批评学生时瞻前顾后,给不合格的论文打一个红叉自然更不可想象。

“当教育被功利化的目的绑架,老师就成了‘毕业流水线’的一环,一切活动必须围绕维系这条生产线正常运转、保时保量地输送毕业生的指令进行。因此,给学生打分就变得战战兢兢,批评学生时瞻前顾后,给不合格的论文打一个红叉自然更不可想象。”

可想象。而导致这一切的更深层原因还有高校面临的就业率、就业率等量化考核,以及社会变革转型时期人才需求与教育体制

的不协调不适应等。这一切都值得进行系统反思。

韩愈早就讲过,“师者,所以传道授业解惑也”。教育最重要的目的是培养有健全人格和道德情操的人,是给人以判断是非善恶美丑的意识和能力,以及捍卫正义良知的勇气和担当。一切反思的基点应建立在回归教育初心之上。

行文至此,想起曾在网上广泛流传的《一个美国教授写给被开除的中国留学生的信》。在信中,这位老师和学生做了谈心式的交流,说明了自己作出这一决定的理由,并对学生今后的人生道路提出了忠告。诚然,每个国家都有自己的国情,而一个国家的教育也必须以符合国情的方式开展。但这封美国教授的信对于思考并坚守教育的初心有着不容忽视的借鉴意义。我们应该期待出现这样的老师,并为他们坚守原则和底线、重构师生关系进而培育优良的学风撑腰打气。

谷歌“造人”成功 不是最惨失业潮的开始

饶高琦

近日,谷歌召开一年一度的Google I/O大会。大会上的明星莫过于全新的AI产品谷歌助理。会上,谷歌助理在用户简单交代了时间、地点、人数等要求后,自动给美发店和餐厅打电话,预订了理发和就餐。相比苹果Siri和微软Cortana只能机械式对话的语音互动,谷歌助理以惊艳的逼真语音和流利的多轮对话颠覆了大众对AI助理的认识。

然而相比于惊叹用户体验的爆发,“谷歌‘造人’,最惨失业潮即将到来”的担忧又不出意外地再次席卷网络。人工智能可以做的越来越多,能够做得越来越好。一些行业的从业者有所担心并不奇怪,但泛滥为对最惨失业潮的恐慌就全不必要,甚至是有害的。

新技术的诞生,推动单位生产效率提高,从而让整个行业不再需要现在这么多劳动力,进而形成失业潮。这是看似正确的逻辑链条,但其依赖的假设是整个行业的规模不变。可事实上,新技术对社会的影响是全方位的。一个产业生产效率的大幅度提高,会推动整个社会向有利于自己的方向发展,从而创造更大的需求。

就拿人工智能皇冠上明珠的机器翻译来说。自上世纪五十年代以来,人力翻译几乎每隔一段时间就要被宣判一次死刑。但直到今天,从事翻译和本地化事业的群体仍在不断扩大。而且机器翻译的迅速发展并没有压缩从业人数,就连译员收入也没有下跌,而且善用智能工具的翻译人员收入明显增加。越来越先进的翻译工具反而使从前不能翻不敢翻的大活儿、急活儿,变得稀松平常。这背后翻译产业乃至语言服务产业的蛋糕被越做越大,而且成长得越来越快。面临智能化冲击的传统行业中,善用智能工具者,专业技能交叉者无疑将取得最大收益。

同时,新技术本身也在创造新职业。比如,今天的人工智能技术依赖统计模型和神

“阿里巴巴要靠人工智能客服‘小蜜’淘汰一座楼的客服话务员,但同时面向各种细分功能的人工智能训练师却成为了国家认可的新职业。从自动驾驶到自动客服,体验、评测、训练这些环节都需要大量对需求敏感,又懂得机器的劳动者完成。新技术本身也在创造新职业。”

经网络模型对现实数据进行学习,从而实现功能。在闭环中的增强学习模式是颇受业界欢迎的技术路线。我们看到阿里巴巴要靠人工智能客服“小蜜”淘汰一座楼的客服话务员,但同时面向各种细分功能的人工智能训练师却成为了国家认可的新职业。从自动驾驶到自动客服,体验、评测、训练这些环节都需要大量对需求敏感,又懂得机器的劳动者完成。

AI作为新工具,是全面实现产业升级的大风口。传统行业的一部分劳动人口被挤出,可能会局部带来现实的焦虑,但长远来看,历史产业革命后,全社会的生产生活水平都将有巨大提升,大量新产业将应运而生。正如在信息革命之前人们无法想象今天这么庞大的IT及其衍生从业群体一样。智能革命前夜的我们也许真的想不到近在咫尺的未来新行业会有多丰富、多绚丽。

观点速递

为川航机长点赞 与追问事故真相不矛盾

电影《萨利机长》似乎并不想讲一个英雄被追捧的故事,而是告诉我们更重要的在于找到事故真正的缘由。以至于,拯救一百多人性命的萨利,也不得不面对记者的长枪短炮,还得随时应对调查委员会的问询。这种近乎于难般的审问,甚至会让观影者感到不快。不过事实证明,调查委员会的严谨,反倒是让萨利机长的英雄底色,多了些分量。换句话说,为英雄点赞和追问事故真相之间,并不存在真正的矛盾。具体到川航这次事件当中,人们需要能够挽救局面的英雄,同样也需要事故真相。尽管,对来自社会的质疑声音,有业内人士指责不专业,不过对于航空安全这种专业门槛极高的领域而言,信息有壁垒,也意味着对真相的需求,显得越必要。

——熊志(《新京报》)评川航航班在飞行途中因风挡玻璃破裂脱落而紧急备降

杜绝盗挖走私冻肉 须斩断利益链

“垃圾冻肉”流向市场,当地政府显然是有责任的。一者,当地在冻肉处理以及后续监管方面,存在严重疏漏。名义上是“填埋销毁”,实则仅为填埋,为什么不彻底销毁冻肉,使之失去再利用的价值?既然使用了混凝土覆盖,为何不多值守些时日?明知道老百姓可能来盗挖,为何不安排常态化的定时巡逻?此外,地方相关部门在食品监管上也是有问题的。肉品上市,必须有卫生防疫、食品安全等部门的验证批准程序。市场上出现了来历不明的肉品,它们是如何通过这些程序的,这颇值得追查。同理,既然这事已经持续两年,那么相关部门也应联网互动,追查肉品的源头和去向,岂能一直不理不察?

——斯远(《光明日报》)评云南昌河铜金平县走私冻肉制品被老百姓盗挖

手机号被“二次启用”,谁偷走了你的隐私

王钟的

“手机号相当于一个实体的钥匙,具有安全性高的特点。但事物具有两面性,安全往往是相对的,APP运营者过于依赖手机号,给更换手机号制造各种障碍,让手机号成为事实上的‘万能密码’,制造了新的安全隐患。”

近日有媒体报道,用户用手机注册一些APP后,无法更改绑定的号码,也无法注销账户。如果用户换号且原号码被“二次启用”,就存在个人信息泄露的风险。

因为号码资源的有限,再加上换号、一人多号现象的大量存在,手机号被“二次启用”的情况普遍存在。一方面,很多用户在选号时,并不清楚新号码是否为“二次启用”的号码。此后,难免接到陌生人的电话、骚扰性广告,进而可能发现用该号码注册APP时被告知已被使用。另一方面,原号主的账号被新号主登录后,一些个人信息由此泄露。

在APP运营者的实操中,手机号往往被当成最高层级的用户身份验证工具。用户忘记密码,可以通过手机号来找回;用户要实现电子支付,必须通过手机号来验证……由于手机号的实名制,以及用户在日常生活中对手机的高度依赖,手机在事实上成了一种网络“身份证”。

既然是一种身份验证工具,用户就享有随时收回验证权的权利。这好比说,在

线下入住酒店时,要向酒店前台提供身份证件以登记住宿信息,但是完成身份验证以后,酒店就应当归还客人的身份证件。APP运营者没有任何理由,在用户不再使用APP,也就是不再同意身份验证后,继续保留用户的手机号码。

严格意义上说,手机号并非互联网时代的产物,它诞生于传统通信时代,至今存在一些有悖于互联网的特质。例如,国内的手机号通常依托于实体SIM卡,用户必须保管好SIM卡,才能守住与手机号相关的个人信息。

固然,手机号相当于一个实体的钥匙,具有安全性高的特点。但是事物具有两面性,安全往往是相对的,APP运营者过于依赖手机号,给更换手机号制造各种障碍,让手机号成为事实上的“万能密码”,制造了新的安全隐患。对于不涉及个人财务等核心信息的APP,应当允许用户用邮箱、社交媒体账号代替手机号。

尽管电信运营商声称二次启用已使用

的号码,是出于号码资源有限的无奈,但对于二手手机号对用户造成的各种困扰,运营商并非毫无责任。

在很大程度上说,用户换号之所以如此频繁,跟换号转网、转套餐限制过多,不无紧密联系。现如今,尽管漫游费已经取消,但运营商之间依然壁垒重重,很多优惠政策只适用于新号码用户,这样会加大手机号的流转率。

电信运营商、APP运营者应当形成一个共识——既然手机号被当成了最重要的身份验证工具,那么在真正意义上实现“号随人走”势在必行。除非用户有更换号码的个人意愿,电信运营商不应该诱导用户更换号码,更不能给用户保留号码人为增加障碍。

当务之急,监管部门应当主动干预,要求APP运营者不折不扣地执行政策,为用户注销账号提供便利;同时,继续推动携号转网工作,让用户完全享有手机号的使用权,避免手机号沦为电信运营商实施垄断的工具。



今年第一季度全国政府网站抽查情况通报公布。该抽查启动3年来,仅剩不到三成的政府网站仍在运行。另外七成,多数都是因为信息更新不及时、内容发布不准确、咨询信件长期不回复、服务不实用等严重问题被关停上移。

“神药”屡屡得手,我们该反思什么

马爱平

近日,又有一味“神药”被扒皮。自称本草三绝的康星牌银蓝软胶囊是一种保健食品,其说明书明确标明只是以银杏叶、绞股蓝等提取物为主要原料,具有辅助降血脂的保健功能。但犯罪嫌疑人费尽心机,让老人们相信他们的谎言,最终以高出原价10倍的价格购买产品。

回顾这一年,“神药”康星牌银蓝软胶囊并不孤单。各种“神药”被轮番扒皮,让人不得不反思,为什么它们能屡屡得手?对健康知识的认知不足、加上对病症的不了解和恐惧去医院、做手术等心理,使消费者非常希望有“神药”出现,一些“神药”就恰恰迎合了消费者的心理,充分利用了消费者的图快图方便的弱点。

同时,很多“神药”的广告无孔不入,请

明星做广告,在影视剧植入广告等,更容易赢取消费者的信任,这些办法既可增加产品的记忆度,让人自觉地将明星与产品联系在一起,使产品获得关注,从而带动销量;又可让观众将其当作官方的代言人。

在一般观众眼中,电视广告的广告、影视剧中的植入广告等都是值得信赖的,这样的刻板印象,使虚假广告能轻易赢得信任,流毒甚广。再加上“神药”的广大消费者一般以孩子、中老年人为主体的,他们对药物的认知并不清楚全面,加之对健康长寿的狂热追求,使得广告能趁虚而入。这也让现在医学普及和陷入了一个尴尬的怪圈:迷信“神药”的人正是真正需要医学科普的主要人群。

对“神药”说不,消费者首先要明白,健康的体魄不是依靠所谓的“神药”未实现的。乐观的心理状态,均衡的饮食,积极的锻炼身体,定期的体检,这些都是保持健康的诀窍,而不是盲目相信“神药”。

其次,应加强相关广告监管惩处。电视、广播等平台上治疗腰酸腿疼、肾病、心脏病等病症的“神药”广告令人眼花缭乱。有的称是祖传秘方,有的变相宣传疗效,大打“治不好但也吃不死”的擦边球,甚至一些“神药”在被举报后不了了之或改头换面再登场。究其根源在于,药品广告背后有关各方推波助澜,虚假宣传违法成本低和及时有效的监管缺位。

相关监管机构应更好承担起公众健康“守门人”的责任。以分秒必争的态度对疑似“神药”进行排查,该澄清的澄清,该治理的治理,该取缔的取缔。只有药品、广告监管到位,提高虚假宣传的违法成本,彻底斩断虚假健康信息传播的利益链,才能根除“神药”生存的土壤,守住公众健康的底线。

38亿元买微信公众账号事件 关注点不应仅是收购价格

王石川

微信公众账号值多少钱?据报道,4月27日瀚叶股份发布公告称,公司拟通过发行股份及支付现金的方式,购买量子云100%股权,价格暂定为38亿元。量子云主要依托微信社交平台开展业务,其官网介绍,企业旗下拥有多领域全覆盖的微信公众账号矩阵,运营的微信公众账号共981个,涵盖情感、生活、时尚、亲子、文化、旅游等诸多领域。

“自媒体的春天来了”“经营微信公众账号简直钱景一片大好”……消息甫出,网友纷纷感慨。981个公众账号,38亿元,平均每个号价值数百万元,的确可观。但是,如果只看到表象,而不究其里,恐怕就会受到蒙蔽。换言之,这起事件的关注点有多重维度。

其一,除了关注值不值,更应该关注买主何以出手大方?在商言商,企业财大气粗,拟豪掷巨资收购微信公众账号,他人原本无需置喙,更不必羡慕嫉妒恨。

有个案例是,2016年美盛文化发布公告称,以2.17亿元收购同道文化72.5%的股权,也就是星盛文化类自媒体“同道大叔”的主体公司。毋庸讳言,好的微信公众账号确实值钱。

但大号值钱,不等于所有的公众账号都值钱。如果买主是家上市企业,花大钱买号,那么就不只是企业内部的家务事,而是关乎大小股东的权益,乃至关乎股市秩序,岂可漠然视之?

其二,除了关注编辑忙不忙得过来,更要关注微信号的内容质量,是否造假?据报道,截至去年末,量子云公司员工仅115人,其2016年及2017年编辑部门仅分别为16人与50人。作为微信号不可或缺的“小编”,量子云50位编辑需维护981个公众账号,人均维护

20个公众账号,而且全公司超过30岁的仅7人。这种的玩法未免离奇,太值得诘问了。

把编辑一个人当几个人用,那是量子云的事。问题是,这样的操作能保证质量吗?会不会造假?有没有标题党?正如上交所所质疑的,量子云旗下公众账号历史上是否存在违法违规记录。

其三,除了关注微信公众号都是如何经营的,更应该关注相关文章是否违法。目前,上交所一方面要求相关企业说明微信公众号文章的内容生成方式、原创文章占比、非原创文章的获取方式,另一方面还要求企业说清楚非原创文章的发布是否构成对他人知识产权的侵犯。如此要求,并非强人所难。一些自媒体拿着著作权不当回事,大肆侵犯他人的知识产权早已不是新闻。

后续信息显示,瀚叶股份董事长沈培培回应称,量子云的估值合理。“公司的美龙科技游戏业务、参股财通基金和青岛易邦的收益都将构成稳定利润的基础,有了这样的‘安全垫’,我们可以进一步拓展文化娱乐领域布局,诸如综艺、影视、大数据等业务;这也是对中小投资者利益的保护。”回应胜过雄辩,一定程度上说,这番解释满足了公众的知情权,但是能说服上交所吗?

梳理瀚叶股份的过往史可知,这是一家靠卖农药、兽药、饲料为生的公司,由于业务长期发展低迷,便四处转战,一再跨界做什么,但像这样全面撒网,不能不让人浮想联翩。

遭监管部门十问,瀚叶股份经得起推敲吗?真究竟如何,尚不可知。但可确信,如果问题确凿就难逃处置。在方兴未艾的自媒体时代,谁都有权切蛋糕,但不能把用户当傻子,更不能以身试法,拿法律不当回事。

扫一扫 欢迎关注 科技评论员 微信公众号

