

冷观大起大落的“造星”运动

在国内13名学者实名宣布无法重复NgAgo基因编辑技术后,河北科技大学副教授韩春雨再度成为关注焦点。不同的是,他所面临的关注已不再是半年前“众星捧月”的赞美,而是“群起攻之”的诘问。然而,在这场大起大落的“造星”运动中,被诘问的仅仅应该是韩春雨吗?

韩春雨的“网红”之路始于今年5月。当在《自然》发表了他十年职业生涯以来的第一篇论文后,韩春雨旋即成为媒体争相报道的焦点。甘于寂寞、历尽艰辛、成果惊人,在不同媒体的类似描述中,韩春雨俨然一位传奇般的科学人物。回想起来,这些整齐划一的报道似乎有些过于急切。一位科学家的贡献几何,首先取决于其科学成果的价值,而这需要由科学共同体来评判,需

要时间的检验。然而,韩春雨被急切地贴上“三无”科学家的标签,为反思当前科技体制问题提供极佳样本成为他的重要价值之一。而即使韩春雨本人也曾表示,NgAgo基因编辑技术只是丰富了人们的选择,其价值有待科学家验证,但媒体仍不吝褒奖之辞,将韩春雨称作“诺奖级”科学家。

一些科研主管部门同样显得有些急躁难耐。在短短几个月里,韩春雨成为河北省科协副主席,获得财政拨款2亿多,位列“长江学者奖励计划”人选、国家“中青年科技创新领军人才”候选人名单。重视人才是理所应当,但这些待遇对于刚刚发表一篇论文的科研人员来说,似乎有些过于优厚,来得也有些太快了,快到科学共同体还来不及对论文成果价值给出客观评判。而环顾

科学圈,这已成为褒奖科研人员的标准套路——出成果、被立典型、给经费、给待遇。随着学术不端事件接二连三,人们感慨,科学家也变“坏”了。我们尚且无法在“科学家变坏”与这些优越的待遇之间确定因果关系,但可以肯定的是,如今科学家面临的诱惑越来越多了,而且诱惑来得也越来越快了。

在人们心目中,科学家是更高道德水平的代表,他们身上淡泊名利、潜心事业的特质正是这个社会所稀缺的品质。然而,“科学家变坏”却警示我们,现实与期待渐行渐远。其实科学家并非生活在真空中的人群,当大环境趋于急功近利,甚至给出“鼓励”急功近利的信号时,怎能期待科学家志存高远、淡泊名利?

《科技日报》2016.10.21 文/徐玢

几位动物考古学家在饭店就餐,羊腿中赫然发现了猪骨,愤而与店家对质,就猪骨形态尺寸及家养还是野生的问题进行了深入探讨……最后这道菜免单了!近日,这则故事在朋友圈引发热议,网友纷纷表示,原来吃饭也要看专业!

发现“问题食品”有赖考古学家?

羊腿中发现了猪骨头,这样的结果令消费者大倒胃口。然而,这个不为人知的秘密的发现,不是源于商家自曝家丑,也不是来自普通消费者的指证,更不是得益于有关部门的监督检查,而是依赖于几位动物考古学家,用专业的眼光去发现。问题是,动物考古学家的专业技术,用于识别羊腿的真伪,用于享受免单的“优待”,不知是彰显了科技工作者的幽默,还是食品行业的堕落,亦或是消费者的悲哀?

无独有偶,2015年9月,安徽大学学生薛纯,通过DNA检测的方式,对合肥66个摊点的肉串进行了肉类成分检测,结果出乎意料,在采集的66个样品中,羊肉只占大约两成。殊不知,检验羊腿、羊肉串的真伪,动物考古学家可以做到,大学生也可以做到,因为他们不缺先进的设备、技术和专业知识。但对于广大消费者来说,识别假羊腿、假羊肉串等问题食品,他们只能凭一双真诚而又善良的眼肉。

试问,假羊肉串、假羊腿等问题食品,在市场上大行其道,我们的工商、食品监督等部门都去哪儿了?特别是,有关部门对食品行业的日常监管,还不如一名大学生的市场调查,还不如几位考古学家现场考证,实在是令人难以容忍。

《燕赵晚报》2016.10.20 文/张西流

“顺走”马桶盖不妥 极端心态也要改

近日,宁波游客在日本酒店“顺走”马桶盖事件,引起极大关注。目前,涉事夫妇已就此事公开道歉,并将马桶盖寄回酒店。尽管如此,当事人还是承受了巨大舆论压力,将提前回国,并已向单位提出辞职。

相信一个人的行为抹黑不了整个国家形象,但相比这起个案,更值得审视的是网络舆情反映出来的国民心态。有人慨叹“丢人丢到国外去了”;也有人归因于所谓“国民劣根性”。有人呼唤“礼仪之邦的风范归来”;也有人怀疑“有人故意抹黑国人”……这些反应,都从一个侧面反映出人们的一种文明焦虑情绪。

这种文明焦虑是转型期社会心理

的一个表征。当中国深度融入世界,人们希望向世人更多展示中国的好,更多传播中国的文明,更多赢得世人对中国的尊重。一旦一些国人的言行与此相悖,人们便难免心焦,着急上火。由此而言,这种文明焦虑,不也正是中华文化自净能力的一个重要因子么?如果对那些陋习漠然视之,甚至以耻为荣,才真正堪忧。

当然,过度的文明焦虑,不经意间容易使人倒向极端。譬如,当碰到“中国老人日本碰瓷”“中国游客泰国铲虾”等假新闻时,网友不是先求证,而是先自黑。某种意义上说,文明焦虑上的极端情绪容易让人变得目光短浅。

事实上,焦虑的情绪并非只有中国

有,说本国“丑陋”,也非自柏杨始。美国人莱德勒与伯迪克合著的《丑陋的美国人》、日本人高桥敷写的《丑陋的日本人》、韩国人朴泰赫誉录的《丑陋的韩国人》……无不证明不管在哪个时代、哪个国家,皆有经济发展而文明程度尚不及同步提高的时候。适度焦虑反而会让思考更全面,成为文明的一种前进力量。

今天的中国,已逐渐进入世界舞台中央。我们不能妄自菲薄,这道“心坎”必须迈过去。然而,也要防止走向另一个极端——妄自尊大。摒弃这两种极端心态,我们就能更好构建开放包容平和理性的国民心态,更加从容地走向世界。

《京华时报》2016.10.21 文/孔方斌

近日,著名历史学家、清华大学历史系教授彭林在东南大学为师生作了一场题为“礼乐双修与走出‘半人时代’”的讲座。他指出,“老公”一词在古代是太监的意思,现代人的很多习惯是有失礼仪的。这场原本囿于校园内的讲座,一下子成了话题。

书面语和口头语的冲突 “老公”原意是太监

大多数人习惯了“老公”“老婆”的叫法,不会追究其背后的语言形式,只有专业人士会去刻意探究。清华教授的观点,更像是学术与通俗之间的争议。在看待这一争议时,我觉得应该回到语言文化的社会应有价值层面。

从实际生活层面而言,包括“老公”“夫人”在内的所有日常称呼,都基于人们对口头语言的接受程度。大家都这样用了,慢慢就习惯了。在讨论语言规范时,我们不仅要了解语言背后的渊源,也要看到语言的发展是社会约定俗成的。一些日常称呼既明确又含糊,既犀利又暧昧,帮助人们进行“最直接也最安全的交流”。通俗语言体现的是对社会现象的集融,有规避风险的作用,帮助人们勾勒无法用书面词描述的形象。

在如今这个代际隔膜越发明晰的年代,人们接受信息的过程转瞬即逝,很多“接地气”的称呼,正是对社会语境的真实概括。

无论是书面语还是口头语,都是语言文化的承载体,最终要回归到社会应有价值层面。最重要的是,我们应该树立包括语言文字在内的文化自信,感受语言文化的有益价值,既合理、规范、文明地使用书面语言,也不丢失习以为常的口头用语。只有这样,才能为汉语传播提供更为广阔的清新土壤。

《中国青年报》2016.10.20 文/宋潇



只需报名缴纳少量手续费,就能参与所谓的“民族大业”,而且还能解冻数以兆亿元计的“民族海外资产”——据媒体报道,这样的微信新骗局不仅让很多老年人吃了经济上的大亏,而且还显著影响了他们和子女的关系。

把老年人坑在保健品领域,显然已经满足不了骗子们的“需求”了。骗术升级换代,老年人上当受骗的概率不断

面对全方位、立体化的洗脑

打击诈骗老人犯罪应精准化

上升。有时候,我们不得不佩服骗子们的“智力”,他们总能“精准”地捕捉到受骗群体的诉求。

老年人为何容易上当受骗?简单分析,理由不外乎以下几个方面:老年人识别诈骗的能力下降,容易成为诈骗者的目标;各式各样的骗局迎合了老年人的心理及需求,比如对于退休保障的担忧、对于健康医疗的需求。

不同于“传统领域”的骗局,这项“民族大业”的微信骗局显然搭上了互联网的便车,更容易迷惑老年人。互联网时代,在技术工具的使用方面,老年人本就是弱势群体,再加上这项骗局几乎都是“半军事化”的管理模式,每人的头像、昵称制式相同,并有严格的作息时间,还有群里各种PS的领导人主持

“民族大业”善款发放会议的照片、国家红头文件以及洗脑的音频视频,形成了全方位、立体化的洗脑,不由得老年人不相信。

相较于传统的骗局,“民族大业”微信骗局对接了当前的网络工具和技术,本质上就是一场“微传销”。那么,监管部门不妨从制度上要求,将微传销的预防与整治同各网络平台的责任相挂钩,从而倒逼各方履行好把关责任。

既然各种各样的骗局能“精准”地捕捉到受骗人群,那么打击诈骗犯罪也应该“精准化”。魔高一尺,道高一丈,只要社会有心“保护老年人”,“民族大业”诈骗这样的违法犯罪行为并非打不掉。

《光明日报》2016.10.21 文/陈方

三星放弃质量无异自废武功

韩国三星电子近日宣布,因可能存在电池以外的“其他技术问题”,在全球范围内停止生产、销售盖乐世Note7型手机,并对已售出的该款手机进行召回。

自今年8月初上市以来,三星Note7手机不断出现起火爆炸的情况。韩国SBS电视台认为,三星依靠着“品质第一”的理念,才发展成为世界一流企业,手机爆炸对三星“品质第一”的形象产生了巨大打击。

三星的手机品控去哪儿了?路透社评论认为,问题在于三星为了扩大市场份额,赶在苹果公司推出iPhone7之前,

匆忙推出新机型。有韩国行业专家认定三星为Note7增加了“太多复杂的创新功能,以至于最后自己都无法控制”。

在市场更新换代无比迅速的今天,即使是大企业,为了在“恰当时机推出关键性产品”,把产品质量抛诸脑后,这样的情况并不鲜见。无论是德国大众在部分柴油车上安装专门应对尾气排放检测的软件,还是日本本田公司篡改安全气囊的测试数据,由此带来的“多输”结果,相信是谁都不想看到的。

回顾优秀企业的发展历程,不难发

现,创始之初,都是以过硬的产品质量、贴心的售后服务换得消费者口碑。移动互联网时代,类似产品间的质量比较,已变得空前立体和全面。企业如果放松了对产品质量的把关,无异于是“自废武功”。

1995年,乔布斯曾对媒体说:“毁灭苹果的不是增长,而是他们变得非常贪婪。他们并没有沿着初始愿景的原始轨道走下去,即将某件产品打造成家用电器,并让尽可能多的人使用,而是去追逐利润。”企业求利无可厚非,但搞不清“本”是什么,迟早会迷失方向,终被市场所抛弃。这或许是三星手机爆炸事件,带给我们的一点启示。

《人民日报》2016.10.21