

破除“唯论文”是一种及时的纠偏

微评

对APP“刷榜”要好好刷一刷

□许君强

如今手机APP数量多如牛毛,让消费者选择困难。为方便他们下载,不少移动应用商店开通了排行榜功能。为了使自己的产品能进入排行榜前列,某些APP开发商不是在产品质量上下功夫,而是动起了“刷榜”的歪脑筋。APP“刷榜”,是APP开发商为了提升该软件在手机应用市场中的排名,通过“刷榜”公司的操作使其软件在下载量在短时间内激增,从而迅速提升排名的一种竞争方式。(据《中国青年报》12月15日报道)

“刷榜”是一种作弊行为,会对用户形成误导,更会破坏公平竞争的市场环境,影响整个行业健康发展。

对此种歪风邪气决不能听之任之。有关部门在事后严厉惩治的同时,还要充分利用技术力量,通过数据挖掘和智能分析等手段进行精准识别,及时下架作弊的APP。APP应用下载市场要不断优化排行榜的算法,完善排名的规则机制,最大限度压缩“刷榜”的操作空间。应用研发者也要认识到,品质才是硬道理。只有选对路、质量过硬、体验上乘,产品才能赢得消费者的信赖,靠“刷榜”上位,也许能暂时获取不低的下载率,得一时之利,但最终难逃被卸载的命运。

□张博

教育部日前印发《关于破除高校哲学社会科学评价中“唯论文”不良导向的若干意见》,提出10个“不得”的底线要求,并要求各地各高校组织“唯论文”问题专项整治,重点自查自纠是否存在评价指标单一、评价使用功利、高额奖励论文、抄袭代写论文、非法买卖论文、学风建设虚化、学术权力异化等突出问题。(据新华社12月15日报道)

“一篇SCI,难倒多少英雄汉”“写到昏天黑地,改到头发掉光”“两个博士后相亲,最关心的是:您发了几篇”……

一段时间以来,学术评价中“唯论文”现象严重。论文数量、影响因子等,在职称评定、项目评审、科技奖励等诸多方面

均已成为核心指标。这就使得许多高校师生学术研究急功近利,甚至影响正常的教学活动。比如,在评价教师业绩时,“教得好不如写得好”。一些认真备课、授课的教师,只因缺少论文而与评奖评优无缘,最后只能减少在教书育人上投入的时间精力。再比如,在发表论文数量的考核压力之下,一些师生不惜注水、抄袭、造假,甚至由此催生了一条由代写论文的“枪手”、代发论文的中介和收费的学术期刊等共同形成的灰色产业链。

论文是科研成果交流和展示不可替代的载体,这是学术研究的现实和现实所决定的。论文当然很重要,也必须重视,但凡事过犹不及。对论文的重视一旦发展到“唯”的程度,则意味着发表论文以外的其他工作变得可有可无,相应的人才评

价方式也会丧失公平、公正。因为这个“唯”,许多考核和评审,不问过程、不问价值,考评的手段异化成了目的。同样是在这个“唯”字头的“指挥棒”之下,许多学者与其说是重视论文,不如说是重视“发论文”,背离了学术研究的初心。

一个科学严谨的评价体系,对于学术研究的发展至关重要。不管是从科研导向还是人才考评来讲,破除“唯论文”都是非常及时、非常必要的纠偏。2018年以来,中共中央办公厅、国务院办公厅连续印发《关于深化项目评审、人才评价、机构评估改革的意见》《关于进一步弘扬科学家精神加强作风和学风建设的意见》等多个文件,体现了国家层面对改革学术评价制度的决心。如今,教育部提出10个“不

得”,再次剑指“唯论文”及其流弊,一定能够推动“破五唯”(唯分数、唯升学、唯文凭、唯论文、唯帽子)进一步落实,为广大科研工作营造一个良好的学术氛围。

当然,破除“唯论文”并不是最终目的,在“破”的过程中还要有“立”。就像有人所说,改革“论文至上”的极端评价体系就是要扭转单一化、机械化的评价方式,朝着多元化、多样化、灵活性的方向发展。接下来,构建更加合理、更加高效的评价体系,鼓励科研工作者创造更高水平、更高质量的学术成果,应当是所有高校和科研单位共同努力的方向。

纵横谈

中国新闻名专栏
zonghengtan@126.com

集思录

规定3℃以下才能开空调为何被吐槽

□贾梦宇

浙江温州市机关事务管理局12月12日发布通知,针对目前省、市能源“双控”和“减煤”工作面临的严峻形势和绿色发展要求,从即日起至12月31日,市级各有关单位办公区域在气温达到3℃以下(含3℃)时方可开启空调等取暖设备,且设置温度不得超过16℃。(据澎湃新闻12月15日报道)

进入冬季,面对持续低温天气,温州市用电负荷急剧攀升。面对能源保障压力,温州市在全力保障企业居民用电的前提下,要求各机关单位从控制空调等取暖设备开启和室温设置做起,遏制空调“想开就开”“想开多少度就开多少度”现象的发生,不仅是建设节约型机关的内在要求,还能起到示范带头作用,引领良好社会风尚的形成,值得肯定。

然而,为空调制暖模式设定上限可以理解,可是规定只有气温降至3℃及其以下才能开启空调,却似乎有些不合人情,明显缺乏必要的人文关怀。对于普遍缺少集中供暖的南方城市而言,室内

气温10℃以下已经算得上较为寒冷。3℃到底有多冷?不妨类比一下冰箱冷藏室的温度(一般为3℃-10℃)。可以说,在南方,空调已经成为某种意义上冬季取暖刚需。特别是对于在“冷藏室”里进行长时间办公的人群来说,如果缺少空调等必要的取暖设备,很可能会造成身体不适,甚至影响工作效率。

此外,“气温达到3℃以下才能开空调”这一规定不仅不近人情,而且也具有许多不可行性。比如,该规定缺少实质性监督管理办法,也没有明确的处罚措施,遵守规定与否全凭自觉……如此情况下,“3℃以下方可开空调”的规定,很容易沦为一张空文,难以取得应有的效果。

节能降耗既是一场攻坚战,也是一场持久战。无论是否面临考核压力,“双控”和“减煤”都要讲究方式方法,按照实际情况来计算,合理地进行分配,让节能意识真正深入人心。为了完成硬性指标,在年底突击出台“抗冻节能”等“拍脑袋”决策,是典型的形式主义。

天气越来越寒冷,一些规定别让人感到更“冷”。



画里有话

图/王铎 文/杨玉龙

对花式抢注网红商标说“不”

李佳琦带货一火就把其口头禅“oh my god,买它买它!”申请商标注册、丁真一红就抢注“丁真”商标……近期,抢注商标事件频出。据媒体报道,11月14日以来,多家公司提交了“丁真”商标注册申请,类别涉及日化用品、教育娱乐、网站服务等。(据《法治日报》12月15日报道)

商标抢注并非难治之疾,关键是在防范与打击上全方位发力。通过提高处罚标准,探索失信惩戒,倒逼其从源头对恶意抢注商标说“不”。

社会

商家浑身解数求“好评”,消费者对网购商品评价的信任度逐渐降低

让网购评价权真正回归消费者

□河北日报记者 崔丛丛

网购时代,买前看评价成为大部分消费者购物的标配操作。然而,由于评价直接影响着网店的销售和排名情况,一些商家使出浑身解数追求“好评”,千方百计消除“差评”,导致代表商家信誉的商品评价失去应有的参考价值。如何修补网购商品评价体系,还原网购评价中的“真实民声”,重新赢得消费者的信赖?

商家花式求好评

“躲过了促销,却躲不过商家花式讨要好评。”近日,石家庄一位热衷古装造型的90后萌妹子阿月,约了一家中国风古装摄影店,挑选好衣服,做好妆容,拍完第一套衣服后,跟助理询问阿月,能否在大众点评给个好评,说着将早已准备好的好评文字和图片转给了阿月。

“我的摄影师是个女老师动作都会教,不会尴尬……”看着助理发的不真实“评价”,阿月借口没有下载大众点评推掉,但助理隔了一会儿又说:“摄影师人特别好,一会儿你加她微信,肯定给你优惠……”

听到优惠,阿月有些心动,而且才拍第一套衣服,下边还有三套衣服要拍,不想总被追着要好评,也怕后边服务效果不好,无奈之下按照助理的要求给了“好评”。

用优惠利诱消费者,为商家背书,或者用业绩压力博取同情……由于花

钱刷单买“好评”的漏洞逐渐堵住,一些商家将心思转到消费者身上,采取各种方式跪求好评。

然而,这样的好评,值得消费者信赖吗?

阿月回家后,果断删除了评价,“四套衣服下来,风格不同,有武侠、有现代,但摄影动作一样,低头45度,抬头左上角60度……”

“生活中,讨要好评的方式还有很多。像朋友圈点赞、投票,大家碍于面子投票,但被投的人行为、品质等怎么样,是否优秀,评价人并不了解。”河北省党校首席专家孟庆云说。

好评的虚假繁荣,不仅破坏了消费者对商品的监督权,也在一定程度上破坏了整个电商的信用体系建设。孟庆云认为,商家求好评,无可厚非,但通过狂轰滥炸、死乞白赖跪求的方式求来的好评,会像花钱刷单得来的好评一样,最终丢掉消费者的信任。

消费者不敢轻易给差评

网购兴起后,差评权成为消费者行使监督权的一种渠道,但近年来消费者不给好评难,给差评更难。

近日,石家庄一市民在本地某早餐店外平台上点了差评,“和想象差太多了,鸡肉卷肉夹馍,哪有肉?”没想到

被商家直接回怼:“您点我们家东西花了几块钱,100多?200多?说餐里没有肉,真搞笑,花个10块8块就想吃整只鸡,还想给你吃大块肉?”

采访中,记者发现,给差评顾客收到商家豪横回复的,不是个例。一个顾

客给出差评:“鸭蛋长毛了还卖?”商家则回复:“餐品出现问题我没有第一时间给你解决吗,蛋类不打开怎么知道好坏,都给你退钱了为什么还要差评!无语!!!”

在网购过程中出现问题,即使商家给出了解决办法,消费者依然有权利通过平台表达自己的体验,让其他消费者看到,并且谨慎选择。孟庆云认为,出现问题时商家不应该在评价端跟消费者骂战,这样只会让渐渐聚拢的客源流失。

对待消费者的正常差评,一些商家态度消极,不认真改正,有的甚至对消费者打击报复。

日前,一名女大学生在花店买花时,发现收到的花束与预订的样子严重不符。后与花店老板协商不成,就

在大众点评上给了差评,结果遭到对方辱骂、殴打。事后,该花店老板还找人查到女大学生的个人信息,进入校园骚扰这名女生并要求其必须删掉差评。

事实上,2019年1月1日正式实施的电子商务法明确规定,未为消费者提供对平台内销售的商品或者提供的服务进行评价的途径,或者擅自删除消费者的评价的,由市场监督管理部门责令限期改正,可以处二万元以上十万元以下的罚款;情节严重的,处十万元以上五十万元以下的罚款。

“这以法律的刚性,倒逼经营者将竞争的重心放到提升商品品质和服务质量上。”孟庆云表示,商家与其想方设法堵消费者的嘴,不如用好的产品和优质服务抓住消费者的心。

堵住网购商品评价漏洞

消费者消费后,正常评价行为受到干涉,不仅网购体验魅力大打折扣,而且消费者对网络评价的信任度也逐渐降低。

如何将评价权真正交还消费者?恢复消费者对网络评价的信任度?

“正当的好评、差评是人的主观感受,只要消费者本着客观公正的态度给出的评价,没有明显的恶意或者企图,不管是好评还是差评,都是消费者的权利和自由。对此,消费者权益保护法有明确的规定。”北京市盈科(石家庄)律师事务所股权高级合伙人高和平律师建议,要进一步加快推进电子商务方面的法律体系和制度建设,保障消费者享有对商品和服务进行监督的权利。

据了解,在电子商务法的基础上,文化和旅游部印发的《在线旅游经营服务管理暂行规定》对如何保护消费者的评价权进行了细化。该规定第十三条明确,在线旅游经营者应当保障旅游者的正当评价权,不得擅自屏蔽、删除旅游者对其产品和服务的评价,不得误导、引诱、替代或者强制旅游者作出评

马岭关明长城佛造像石刻失窃案嫌疑人落网

河北日报讯(记者尹翠莉 通讯员胡玉生)从邢台市公安局获悉,日前,邢台市公安局信都分局在襄都区成功抓获盗窃文物犯罪嫌疑人张某某,破获马岭关明长城佛造像石刻失窃案。

2012年8月,邢台市公安局信都分局宋家庄派出所民警在工作中发现一村民家中有一些石刻残片,民警立即对该村民进行询问,得知他和同村村民被人雇佣,用油钻、撬杠等工具,将马岭关长城遗址上的三个佛造像石刻砸成碎片搬下山,后因未要到工钱,将石刻碎片藏匿家中,其中大多数碎片被雇主偷走。涉案村民均不知道雇主的名字和住址,案件一度陷入僵局。随后8年间,办案民警先后六上马岭关勘验现场,寻找线索,固定证据。经过

缜密侦查,民警锁定了犯罪嫌疑人张某某。2020年11月18日,信都分局宋家庄派出所联合刑警十中队在襄都区某小区将犯罪嫌疑人张某某抓获。

经审讯,张某某对盗掘马岭关明长城上佛造像石刻的犯罪事实供认不讳。原来,张某某曾因盗窃凌霄山汉白玉盘龙柱案在2000年被邢台市中级人民法院判处有期徒刑5年,刑满释放后,他在2012年偶然发现马岭关明长城上有佛造像石刻,便雇佣当地村民将石刻砸碎后运下山,后又因工钱问题与雇主发生纠纷,雇主没将石刻碎片给他,他就从雇主的院子里偷走了一大部分,通过几次联系买家,最后将盗走的石刻碎片卖出。

目前,该案还在进一步侦办中。

“大众冰雪之星”人物宣传展示



六旬退休司机开启新的“轮上生活”

66岁的郑建业是一名退休司机,从2014年开始接触轮滑运动,他便成为了一名全民健身运动的参与者,同时也是以身示范鼓励周围人参与轮滑运动的带动者。在随后的6年中,他带动了多名中老年朋友一起参与轮滑运动,为辛集市轮滑运动的宣传推广起到了良好的示范作用。

2020年6月,郑建业加入辛集市冰雪运动协会,依靠自己多年来的轮滑基础,组建起一支老年轮滑队。谈起今后的运动规划,郑建业说:“现在我身边有许多年轻人开始到冰场去滑真冰,我想以后辛集的冰场建好了,我肯定也是常客。”

郑建业刚开始慢慢扶着滑,没想到老人身体灵活、状态好,没几天就可以自己滑了。“轮滑运动存在风险,郑建业克服了很多困难,凭借对这项运动的热爱和执着,始终关注和参与着轮滑运动。”