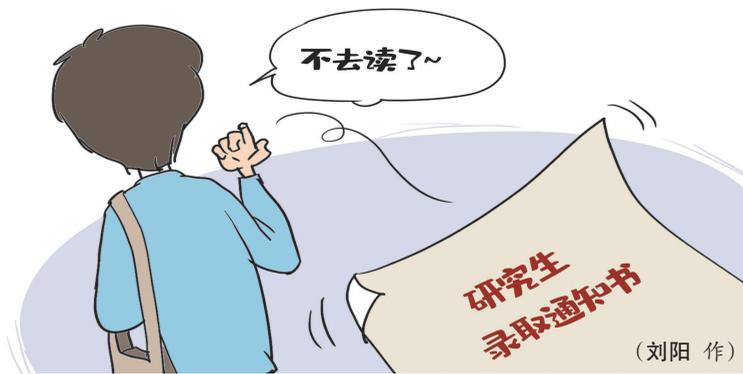


# 研究生招生诚信约束措施可以有

□ 屈旋

又到一年考研备战时，多所高校陆续发布研究生招生简章。与此同时，中国政法大学研究生院发布的《关于陆某某等32名研究生放弃入学资格的公示》引发热议。据悉，研究生“录而不读”现象连续多年出现。



(刘阳 作)

考上了研究生去不去读，本是考生的个人选择。如果学校没有相关要求和约束，不去就等于放弃入学，考生好像也承担了后果。但是每一次，当媒体披露类似情况集中出现，都会引发议论，可见社会关注之热切。

研究生入学考试竞争激烈。笔试当然是各凭实力，但是复试是否录取，跟招考人数、录取比例等招录政策有很大的关系。如果考生考上了，占了名额，但又不去读，等到开学后学校再公示其放弃入学，某种程度上等于扼杀了其他参加复试未录取者的入学可能性。在热议话题中，就有很多网友说：“不想读可以让我去，为什么要浪费名额？”

媒体梳理发现，这种情况在各个高校出现已有多年。2021年，某双一流高校教授在网络发文，称自己在研究生招生中数次遇到被“放鸽子”的情况。学生联系他时，各种甜言蜜语，“就差签卖身契了”；可一旦对方手握几个offer，立

马变了个人。他直斥这样的行为“功利、浮躁、没有诚信”。

不少网友赞同这位教授的说法，认为在学业选择上拜高踩低，过于功利，是一种自私的表现。也有人认为，不应该只能高校选择学生，学生也可以在规则范围内自由选择，但是应该有一个“提前通知”机制，不应该等到一切尘埃落定、难以回环之后再谈。

其实，“录而不读”并不能完全对标找工作中的“放鸽子”，毕竟企业的调整机制更加灵活，而高校的开学时间和教学计划，很难为个别学生的爽约而更改。如果学校给了某个专业招生名额，却因为学生弃学而没有招满，不仅对其他考生不公平，扰乱导师的教学和科研计划，还可能影响下一年招录。如果这种情况越来越多，就应该引起足够重视，并且出台行之有效的对策。

目前，大部分高校对“录而不读”学生采取的措施，就是公示取消其入学资

格，这当然会有一些警示和震慑作用。但是，很多学生放弃入学，要么是找到了工作，要么是出国留学，不打算再与“无缘的母校”有什么联系。对于这些学生，如果只是公示，没有其他约束措施，那么对改变现状没有太大助益。

要真正体现出对于研究生招录工作的重视，把每一个招生名额都用在刀刃上，让有实力、真正有入学意愿的考生圆梦，学校和相关管理部门可能需要对考生做出一些诚信约束。比如，如果学生打算放弃就读资格，必须在限定时间内通知学校，以免白白浪费名额；对那些不事先通知又“录而不读”的人，可以进行信用惩戒等。

同时，教育主管部门和高校也要看到，现有的研究生复试中的确存在一些问题，导致一些人能钻到空子。如何完善调剂补录机制，让学生和高校更加互信，还需要进一步的研判和行动。

(原载《楚天都市报》)

新闻短评

## 别让网购毒蛇的悲剧再发生

□ 刘硕

近日，北京市海淀区人民法院公布了一起生命权、健康权、身体权纠纷案件的民事一审判决书。来自陕西渭南的21岁女大学生杨某某，在平台先后两次购买银环蛇，被毒蛇咬伤致死。网络交易平台、卖方三人以及负责快递的公司被女生父母告上法庭。

近年来，随着大众物质文化生活的日益丰富，青年群体的猎奇心理也让他们对宠物的品类有了更高的要求。为了达到标新立异的目的，一些人另辟蹊径，在宠物选择上将目光投向了一些“冷门动物”，催生出“爬宠”市场。在“爬宠”世界中，蜘蛛、守宫蜥蜴、蛇、蜈蚣……这些宠物品种颠覆了传统的养宠认知。

随着该事件的报道，网络上对于引发悲剧的原因展开了讨论。有人认为快递及平台方存在管理漏洞，给银环蛇的交易和运输提供了便利途径。也有人认为卖家知法犯法，挑战法律权威。此外，还有部分人认为，当事人作为成年人，应对自己的行为负责。客观来讲，饲养“爬宠”是个人选择，如果饲养者不随意弃养、放生，不带到公共场所影响他人，作为一种小众爱好，本也无可厚非。但科学、安全地饲养“爬宠”显然不能仅靠饲养者的自我道德约束，有关部门加强对各方主体的规范管理，才是助力相关行业良性发展的有效途径。

如今在电商平台搜索“蛇”“活体”等关键词，已经无法查询到相关产品的购买途径。但在一些“爬宠”论坛中，相关交易仍然火热。这起悲剧的发生，也在一定程度上反映出：“爬宠”世界部分玩家或许并不具备一定饲养经验和知识储备，甚至可能对相关法律法规内容知之甚少。因此，相关论坛、小组、视频平台，应当加强对科学养宠知识的科普，及时更新禁止名录，并做好相关法律法规的普及工作，让“爬宠”玩家养宠更加规范。

(原载《广州日报》)

## 网络直播最动人的部分

□ 高源

退休教师王广杰的物理课，成为近期的直播“顶流”。每天一个半小时的云课堂，引来数十万网友追更。

站了一辈子讲台的老教师搞起了网络直播，着实让人眼前一亮。不过，虽是新舞台，但贯注于“教师”二字之上的那份用心与真诚，才是流量密码。每次直播前，王老师都认真备课；直播时，他板书端正漂亮，遇到不容易理解的地方，还有自己的解题窍门。比如，为了便于学生理解，他把电流比作水流，把电压比作水压，再把电阻比作河床里阻碍水流动的砂石，“无形的电”瞬间变成“看得见的水”。深入浅出、清晰明了，科学知识不再枯燥晦涩，自然会触发大

家的兴趣点。

从同济大学“科学姥姥”打破科普围墙，到新东方“双语带货”上演花式跨界……一段时间以来，一些特色鲜明的知识型主播集体出圈。在娱乐化、消费化内容铺天盖地的直播圈里，这些主播不仅成为一股清流，也让人看到了新的可能：无论交流方式如何变化，传播媒介如何更迭，知识传播永远拥有广大市场。科学知识的理性气息，也能净化、丰富网络直播生态，让直播间的调性焕然一新。

互联网不能完全沦为娱乐工具，知识直播渐受追捧，这才是网络直播生态中最动人、最有价值的部分。互联网是

科学进步的产物，从诞生伊始就带有促进连接、消除鸿沟的使命。而“知识+直播”无疑进一步降低了获取知识的门槛，丰富了传播知识的方式，想听名校课、想与名家面对面，不必再费劲去线下“蹭课”“挤会”；传播也不再只是“我说你听”，技术加持让台上台下互动性、贴近性更强。可以说，知识类直播的走红，对应的正是人们对互联网“知识普惠”的期待，直播领域的价值增量，亟须也必然要向此方向拓展。

历经多年成长，直播行业方兴未艾，行业越是成熟，越要告别草莽模式，突出正向价值，唯有如此，才是让技术更好服务于人。(原载《北京日报》)

## 执法有温度，无声胜有声

□ 胡欣红

近日，杭州一场无声的交通执法感动了很多人。9月5日晚，杭州西湖交警大队留下中队来了一名听力障碍的外卖小哥。因为几天前的闯红灯行为，他特意来接受处理。

法规是冰冷的，可如何施行却大有文章可做。规则面前，特别是面对听障小哥这样的特殊群体，既要一视同仁，也要适当体现执法的温度。民警拿出自己的工作证件，随后在一张A4纸上写下“闯红灯罚款20元”“是否有异议”“是否认可违法行为”等文字。这一次处罚的沟通，全程用手写文字以及简单手势完成。

交警耐心沟通，外卖小哥频频点头，这样的和谐画面，令网友们感慨不已：“执法确实有人性，看着也是很暖”“执法过程成了教育过程”……

值得一提的是，交警的温情执法并不限于处罚这一幕。其实听障小哥闯红灯时就被监控拍下，后面被交警拦截时，他才知道自己的违法行为已被记录，但因为他听不见，所以远程执法过程难以进行。这时，如果非要坚持“原则”，完全可以“公事公办”，但这未免就显得不近人情了。考虑到小哥急着送餐，就先予以“放行”，让他事后再接受处理。面对轻微违法行为，这样的“变通”值得点赞。

此时无声胜有声。“那天对我进行处罚的那位交警很有亲和力，应该大力宣传这种执法态度。交警的提醒和教育我都知道了，都是为了我们自己的人身安全考虑，我以后一定会尽力做到。”听障小哥的一番话，道出了公众的心声。兼顾原则与温度的教科书式执法，多多益善。

(原载《钱江晚报》)

## “五钻酒店”不能成了冒充李逵的李鬼

□ 戴先任

“原本想订一个好一点的酒店，于是在某OTA平台(在线旅游平台)选的是五星级酒店，看到一家价格很合适，就预订了。可到了之后才发现酒店的环境很差，一查才知道是平台自己评的‘五钻酒店’，不是五星级酒店。平台把自己的‘五钻酒店’和五星级酒店混淆在一起，真让人防不胜防！”近日，上海消费者王女士吐槽自己最近一次预订酒店的经历时说。

五星级酒店和“五钻酒店”是如何被搞混的？有消费者指出，在一些在线旅游平台上，当点击“选择价格/星级”按钮后，出现的是“四星(钻)”“五星(钻)”等选项，也就是说，星级酒店和钻级酒店是混在一起卖的。另外，在酒店订购页面，五星酒店的标识是五颗黄色的小星星，而“五钻酒店”的标识是五颗黄色的小钻石，不仔细看，很容易混淆。

五星级酒店由全国旅游星级饭店评

定委员会负责评定，评定的标准十分严格，有84个硬性指标。“五钻酒店”不过是平台关起门来自评的结果，两者之间有本质区别，怎能混为一谈？而一些“五钻酒店”环境脏乱差，也涉嫌货不对板，暴露了在线旅游平台“钻级”自有评价体系存在的问题。

某OTA平台曾回应称，目前，国内酒店数量超过40万家，而挂牌的星级酒店不到1万家，超过97%的酒店无法让用户获知等级信息作为参考。为此，该平台推出酒店钻级体系，主要考虑酒店综合设施设备、客户入住点评等因素，参考星级酒店挂牌标准，评选出钻级酒店。

OTA平台评选“五钻酒店”没问题，如果评选结果公平公正、科学合理，也能为消费者提供消费指引，具有一定的参照价值。但平台评选“五钻酒店”不能乱评，不能乱标，不能与星级评定相混淆。“五钻酒店”不能成了冒充李逵的李

鬼，不能傍五星级酒店“名牌”。OTA平台评选“五钻酒店”要坚持“以消费者为中心”的宗旨，对消费者负责，被评为“五钻酒店”的酒店不能名不符实，否则就涉嫌虚假宣传。

而隐藏在“五钻酒店”乱象背后的是在线旅游顽疾。近年来，越来越多的消费者通过网络预定旅游产品或服务，在线旅游行业得以快速发展，也一直伴随着问题。不仅是在线旅游成了消费投诉的“重灾区”。不仅是“五钻酒店”货不对板及与五星级酒店混淆，其他还有默认搭售、霸王条款、信息泄露、虚假宣传、低价陷阱、订单失误(错单、漏单等)、旅游意外赔偿等诸多乱象。

对于在线旅游，监管与规范也要“在线”，应加大监管力度，并完善相关制度，畅通消费者维权渠道；行业也要加强自律，让“五钻酒店”不傍“五星”靠实力。在线旅游若能消除乱象不越红线，将能得到更好发展。(原载《羊城晚报》)