

评论员观察

要让用户摆脱李先生那样的窘境,监管部门当务之急有二:其一,在深入调研的基础上,用数据说话,约谈相关企业,针对相关问题,责令其实施整改,督促其加强自律。其二,完善《规定》中的相关条款,对弹窗广告一键关闭给予更具体、更精确的界定,对相关时间段内弹窗广告的总体数量与弹出频次进行必要的限定。

观点

严查AI代写论文
先破考察“唯论文”倾向

300人的写手群里,不时弹出中介的论文订单。一篇要求写1.2万字,题目定为《×××消费税改革研究》的本科毕业论文,中介开价450元,在群里被写手“秒抢”……据媒体报道,在多个电商、社交平台上,都有论文代写的身影。中介发帖宣传,拉客谈价,写手接单,俨然形成一条完整的灰色产业链,而中介宣称的“老师代写”,不过是深谙降重之道的论文剽窃者,或使用AI写作的外行人。

但是,当AI代写大肆涌入高校,当是否“代写”仿佛已变成判断学生论文的重要标准,有必要正视另一个问题:对于大学生学业能力的考察,是否也有必要告别对论文这一单一标准的过度依赖?事实上,很早以前,就不乏不少声音,建议取消本科生论文,代之以更多元化的考核机制。而最近甚至有声音认为,本科毕业论文已成了一些师生共同的痛苦。应该看到,绝大部分本科生在校期间其实并没有受到专门的学术训练,在毕业时统一考察论文写作,原本就与本科教育体系及其培养目标存在一定的脱节。这种客观状况,天然就增加了毕业论文作弊的可能性。甚至可以说,它已成为一个突出的大学生道德诚信风险的诱发点,特别是在AI代写出现后,这种风险更有可能被放大。 据光明网

别把青少年科创
当作成年人的“代劳”生意

“蒙特卡洛算法”,最初被开发用于模拟核反应堆中的中子传输问题,近期出现在某青少年科技创新大赛的一项获奖作品中,引发不小争议。青少年科创作品,几乎达到硕博水平,难免让人怀疑是成人代做。在某购物平台上,代做网店可谓“无所不作”,服务一应俱全,涵盖社会公益、智能生活、校园安全等方面,更是一步到位,提供全套作品、操作视频和研究报告。最重要的是,商家还宣称“包获奖”。

竞赛拿奖对升学的影响可见一斑。2022年9月,教育部办公厅发布了《关于公布2022—2025学年面向中小学生的全国性竞赛活动的通知》,通知所附内容中包含44项竞赛活动,并规定名单中“竞赛以及竞赛产生的结果不得作为中小学招生入学的依据和高考加分项目”,此次引发争议的科创比赛就包括在内。任何竞赛结果,都不该成为升学的敲门砖。乐见有兴趣有志向的青少年积极参赛,但弄虚作假、投机取巧断不可取。对于“科创代做”,需严格审核科创作品,严厉打击造假链条,严加规范学校招生,真正堵死升学漏洞,科创竞赛才能回归本真。 据正观黄河评论

“想替过世妹妹见周杰伦遭拒”
票务平台为何教条死板

近日,王先生(化名)投诉称,妹妹买了6月1日周杰伦长沙演唱会门票,然而她在本月因意外去世。见周杰伦是妹妹一直以来的愿望,他希望能替妹妹完成,于是向票务平台大麦网申请换绑观演人。在按要求出示了死亡证明、销户证明后,王先生仍被大麦拒绝,要求妹妹本人前往。5月21日晚间,@大麦官方微博发布情况通报致歉:大麦客服没有正确理解哥哥的意思,过程中多有疏漏,按照项目实名制规则要求,拒绝了用户更换观演人的诉求,改为免费退票处理,整个过程教条、死板。目前大麦平台已经协助用户办理了免费退票,仍在努力协助沟通,希望能帮助哥哥真正达成心愿。

这种毫无人性化的“规矩”,展露了非常难看的吃相。一些票务平台缺乏人性化的退票审核,更谈不上对更换观演人作出合理安排。票务平台往往以一刀切或模糊的方式,来面对消费者的抱怨。说到底,还是“票一出手便甩手”的经营意识起了决定性作用。光靠票务平台的自觉是靠不住的,也不能完全指望平台偶尔表现出的“同理心”。面对退票难、因故更换观演人难等问题,监管部门可以适时介入,引导票务平台建立和完善票务规定,为消费者的合理诉求撑腰。 据红星评论

弹窗广告“关不完”,这样的“安全卫士”太扰民



评论员 王学钧

近日,武汉市民刘先生向记者反映,电脑里的360安全卫士软件弹窗不断,弹出的广告“怎么也关不完”。弹窗广告里的关闭选项五花八门,可无论点击哪一个选项,过一段时间,弹窗都照弹不误。

这样的“安全卫士”可真够扰民的!正盯着电脑忙工作呢,花里胡哨的弹窗广告没完没了地弹入视野,不仅注意力会被分散,甚至连一些正常操作都因弹窗的干扰而无法完成。无奈之下,刘先生以及千千万万像他这样的用户,只得时不时地停下手头的工作,跟着弹窗的“节奏”,一条又一条地去关闭弹出来的广告。

用户虽不堪其扰,但好像也不能把“安全卫士”怎么样。

作为一款免费推广的安全辅助软件,“安全卫士”在为用户提供木马查杀、

系统优化等安全服务的同时,以向用户提供弹窗信息推送服务的方式寻求经济利益,并无不可。放眼望去,这样的互联网弹窗信息推送服务提供者多了去了。

就算用户求助于《互联网弹窗信息推送服务管理规定》(以下简称《规定》),像刘先生那样,试图借助其中关于弹窗广告一键关闭的条款主张自己的权利,恐怕也很难如愿以偿。

根据《规定》第五条,弹窗推送广告信息的,应当具有可识别性,显著标明“广告”和关闭标志,确保弹窗广告一键关闭。这一规定虽明确要求弹窗广告可一键关闭,但因没作更具体更精确的界定,让某些互联网弹窗信息推送服务提供者有了可“操作”的空间。

如果弹窗广告一键关闭是指按一下关闭键,任何弹窗广告都不再弹出了,那用户可就省心了。如果弹窗广告一键关闭是指按一下关闭键,只能关掉当下弹出的一条广告,那用户可就麻烦了——弹窗广告一条接着一来,怎么都关不完。

只要弹窗信息推送者在每条弹窗广告上都设置了关闭键,让每条弹窗广告都可一键关闭,那就不能算是违规,就可以源源不断地向用户推送弹窗广告了。如果再把关闭选项弄得杂乱一些,让用户头晕眼花难以应付,那推送起弹窗广告来就更得心应手了。

原因种种,许多用户一时半会儿难以“用脚投票”,卸载“安全卫士”。而想按一下关闭键就关掉“安全卫士”全部弹窗广告,也是不现实的。在这种情况下,要让用户摆脱李先生那样的窘境,监管部门当务之急有二:

其一,在深入调研的基础上,用数据说话,约谈相关企业,针对相关问题,责令其实施整改,督促其加强自律。

其二,完善《规定》中的相关条款,对弹窗广告一键关闭给予更具体更精确的界定,对相关时间段内弹窗广告的总体数量与弹出频次进行必要的限定。

总之,仅靠相关企业“自觉”是不行的。

来论

炫富网红被封禁,“流量生意”走到头了

耳东

5月21日晚,网红圈出现“小型地震”:多名百万级网红全平台账号被封号、禁言,包括王红权星、鲍鱼家姐、柏公子。网友表示,他们有一个共同特点:频繁展示奢侈的生活方式。

随着这些网红一个个“查无此人”,网上网下“大快人心”的欢呼声响成一片。互联网苦“炫富拜金”久矣,这门“流量生意”该“关门歇业”了。

今年4月,中央网信办印发通知,在全国范围内开展为期两个月的“清朗·整治‘自媒体’无底线博流量”专项行动,其中重点整治的问题,就包括“迎合低俗需求制造炫富人设,刻意展示金钱堆砌的奢侈生活,借此吸粉引流”。

除国家层面持续加大整治力度外,网络平台也动作频频。今年5月15日,腾

讯、抖音、快手、微博、b站、小红书等平台发布公告,针对“炫富拜金”“奢靡浪费”等不良价值导向内容开展专项治理工作。这次多名百万级网红应声倒下,一点都不奇怪。

这些网红之所以让人反感,不是因为他们在网上分享了自己的巨额财富和优渥生活,而是因为他们通过展示“富人生活”这种方式,刻意制造炫富人设并以此吸粉引流。换言之,这是一门赤裸裸的“流量生意”,炫富只是手段,引流带货才是目的。为吸引流量,夸张、造假是常态,不少网红都是照着剧本演戏。

王红权星自称在北京一个小区有7套房,最大的一套991平方米,身上没有8位数不出门;鲍鱼家姐自称坐拥三亩豪宅,逛自家花园中途都得歇一歇;柏公子喜欢展示奢侈品、豪车、名贵服饰,出席活动都戴着600万元的项链……如果吹

牛要交税,他们估计早破产了。

都富贵到这种程度了,还处心积虑地引流变现,岂不自相矛盾?依靠炫富走红,走红后带货捞金,这就是炫富网红们的公开秘密。更值得警惕的是,炫富已经形成了组织化运营的灰色产业链,策划、后期、引流等各环节分工明确,这也导致网络炫富现象屡打不绝。

整治网络炫富拜金之风,网络平台责无旁贷。但由于平台也是这门“流量生意”的受益者,让平台加大力度治理炫富行为无异于让其挥刀“自宫”。因此,相关部门应加大对平台的监管力度,倒逼平台落实自身责任,从源头斩断这条产业链。

俗话说,擒贼先擒王。监管部门和平台应盯紧那些粉丝多、影响力大的头部网红,严惩一个,警示一片。这次多名百万级网红彻底“凉凉”,就是响亮的警钟。

辅助生殖入医保,大城市先行,各地也应跟进

唐传艳

近日,上海市医保局会同人社、卫健部门印发《关于将部分治疗性辅助生殖技术项目纳入医保、工伤保险支付范围的通知》,宣布自今年6月1日起将“取卵术”等12个辅助生殖类医疗服务项目纳入医保支付范围。

上海市将部分辅助生殖技术项目纳入医保,大城市在这方面先行一步的格局已经初步形成。此前,北京、山东、广西等地陆续将辅助生殖项目纳入医保支付范围。目前,出台这项政策的地方仍然很少,在几个先行者当中,就包括北京和上海这两大城市。由于大城市在推进相关改革时往往更加快速果断,也拥有更大的人力财力优势,因此可以预见,大城市先行一步的趋势将变得越发明显。

上海市的这项举措,对于外地参保者将产生强大的吸引力。根据跨省异地就医直接结算政策,患者可享受“参保地政策,就医地目录”。换句话说,将来外地

参保人到上海接受辅助生殖技术治疗,可按上海医保目录中的12个医疗服务项目进行报销,只是在具体报销比例方面参照参保地政策。

更要看到,跨省异地就医直接结算是全国性政策,各地都得遵照执行,外地参保者到北京等大城市接受辅助生殖技术治疗,同样可以报销相关费用。再加上大城市的辅助生殖技术能力更加强大,大量外地参保者涌入已将辅助生殖纳入医保的大城市看病,是很容易出现的一种现象。

其他地方若没有及时跟进,甚至对大城市辅助生殖政策调整动向不加理会,处境就会越来越尴尬。跨省异地就医直接结算不是就医地“白贴钱”,直接结算只是暂时垫付,此后参保地还要通过转移支付来为此买单。当大量参保者选择到大城市接受辅助生殖技术治疗时,参保地的医保基金同样要承受较大的支付压力。

大城市优先调整政策,不仅对患者和医保基金可产生虹吸效应,对于技术也是如此。医学是一门实践性极强的学

科,患者多了,技术就上去了。不孕不育患者大量外流,本地医院的辅助生殖科室“吃不饱”,技术就会日益生疏。再加上人才跟着患者和待遇走,一部分辅助生殖技术人才也会被吸引到大城市,这样一来,政策迟迟没有跟进的地方,其辅助生殖技术就会越变越弱。技术具有群聚效应,当技术弱化达到一定程度,再想“翻身”可就会难了。

大城市在辅助生殖纳入医保方面先行一步,其他地方就会越来越等不起。不管本地的政策是否及时跟进,只要大城市将辅助生殖纳入医保的口子一打开,本地医保基金就会以不同的方式为此买单。与其将辅助生殖服务产生的医疗费用转给外地,不如本地尽快将辅助生殖纳入医保。这样一来,当地医保基金承受的压力未必增加,却可以方便当地患者,也利于提升当地的辅助生殖技术服务水平,对于扭转人口出生率下滑趋势也很有帮助。

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com