英雄不问出处,识人岂能光凭“第一学历”

本报评论员 高路

一个普通高校的毕业生,通过努力,一步步进入顶尖学者行列,恰恰是对唯学历论的最好反击。

据上观新闻报道,日前,一名自称取得保研资格的985本科生在网上发帖吐槽,称北大数学学院某博导硕士毕业于湘潭大学,表示“瞬间不想跟了”,并“希望北大能整顿下师资”。这在网上引起了一场关于“第一学历”的激辩。

所谓“第一学历”,其实就是第一张高等教育文凭。“第一学历”是本科还是专科、一本还是二本,如果欠佳,就算后来考取了名校的硕博,也会被一些人看低。

学历歧视由来已久,类似上面那个学生观点的,也有一些人表达过。此类言论中体现的没有根据的优越感以及逻辑上的错误,值得好好说道说道。

在选择导师时,难道看的不应该是导师的专业能力、口碑以及与自己的契合程度吗?道理很简单,因为这些在很大程度上决定了学生未来成长的空间。应该关注的没去关注,应该放在第一位的弃之不顾,反而大加渲染不重要的东西,本末倒置,这是非常不明智的。

何况,仅凭导师本科以及硕士毕业于非名校,就认定其专业能力不合格,这种逻辑本身就非常荒唐。名校生不一定能成才,非名校生也不一定成不了才,这是无数次被事实证明过的。高考分数只能代表某人非常适合高考选拔这一模式,也许能说明一定的能力,但相当有限。一个人能否成功,要看的因素还有很多。

这位被学生质疑的博士生导师,其经历就足够说明问题了。据报道,这位学者有着一份非常耀眼的简历,发表相关领域的论文50余篇,是国家杰出青年基金获得者和中国计算数学届最高奖项冯康科学计算奖得主,还是获得过德国洪堡研究奖学金的洪堡学者,现任三个国际期刊的编委和北京计算数学学会秘书长。一个普通高校的毕业生,通过努力,一步步进入顶尖学者行列,恰恰是对唯学历论的最好反击。

这些成就意味着什么,应该不难理解。看到这样一份简历,很多人会感到震撼,大学生理应为遇见这样的导师而庆幸。英雄不问出处,让出身偏见来主导自己的眼睛,是心智不成熟的表现。讲事实摆道理,才是大学生应该有的态度。况且,大学生迟早要踏入社会,应该了解唯才是举是社会主流,能力普遍受到大众看重,而学历带来的所谓光环是非常短暂的。

高举法治利剑,斩断数据造假之手

本报评论员 陈江

斩断数据造假的灰色利益链,仅仅靠揭露是不够的,还要像杭州的做法那样,高高举起法治的利剑。

如何通过操纵“粉丝”,制造出直播间里的人气?近日,杭州互联网法院公布的一起判决书,揭露了数据造假和流量造假的秘密。

据钱江晚报·小时新闻报道,被告A公司是一款直播场控软件的服务提供者,通过该软件能够集中控制大量手机,批量使用“快手”账号对指定直播间进行点赞、送礼物、评论、关注等操作。判决书显示:被告A公司通过该软件帮助快手主播对其直播关注数、粉丝数、点赞量及评论次数等进行虚假宣传,使消费者受到明显误导,对虚构数据及用户评价产生错误认知,损害其他经营者和消费者的合法权益,扰乱市场竞争秩序。法院认定被告的行为构成不正当竞争,责令其停止不正当竞争行为,并赔偿损失100万元。

流量为王的时代,得流量者得天下。流量大,数据漂亮,就意味着金钱滚滚而来。早期的数据造假,还只是在娱乐圈大行其道,近年来已渗透到人们生活的方方面面,尤其兴旺的直播行业,俨然成了数据造假的重灾区。

对很多主播来说,一个残酷的现实是:薇娅、李佳琦、辛巴和罗永浩等头部主播,占据了绝大多数市场份额。于是,造假成了一些主播的生存方式。网络主播通过购买软件服务,增加围观人数、评论数、点赞数,这些人气数据都可以明码标价购买获得。如此一来,一个实际观看不到百人的直播间,可以瞬间变成数十万粉丝聚集的火爆直播间。杭州的这起案件就充分说明:你看到的某主播的百万人气,很可能是买来的,漂亮的数据是刷出来的。

涨粉丝、买好评、刷流量,每一样都要花钱,这钱不会白花,就像做生意的成本投入,最后会有丰厚回报。但是,这种靠数据造假刷出来的人气,危害是显而易见的。真实数据是互联网经济赖以生存的基础,如果数据失实、失真,误导消费者,不仅会冲击市场的正常经营行为,导致劣币驱逐良币,最终还会损害消费者权益,破坏平台的公信力。

数据造假为何能大行其道?无非获利丰厚,而违法成本低。因此,斩断数据造假的灰色利益链,仅仅靠揭露是不够的,还要像杭州的做法那样,高高举起法治的利剑,让造假者付出惨痛的代价,为其刷流量的行为买单,从而有效遏制流量作弊、数据注水的冲动,从根本上铲除这一乱象的生存土壤。

与此同时,数据造假手段日新月异,对互联网治理提出了更高要求。诚如杭州案件主审法官所言:应当进一步依法加大规制力度。唯有用好法律,提高平台责任意识,破除“唯数据论”,才能斩断流量造假之手,让诸多利益相关方不被虚假流量捆绑,还互联网生态以健康。

清除垃圾短信,靠用户较真,更要靠源头治理

特约评论员 胡欣红

无疑,多管齐下,标本兼治,才能为大众营造清朗的信息通信环境。

听到手机里传出“叮”的一声后,连忙放下手头的工作,打开一看,原来是一条商家推广短信。你会怎么做?

在垃圾短信满天飞的当下,很多人不堪其扰,但鲜有较真者。进行退订操作的寥寥无几,因回复退订产生了0.1元短信资费而将平台告上法庭的,更是闻所未闻。

但就是有这样的较真人士!据媒体报道,刘某是某公司平台注册用户,一天收到一条该平台发送的商业推广短信。刘某回复退订后,产生了0.1元短信资费。刘某认为,被告为自身商业利益向用户推送商业广告,有义务为用户提供自主选择是否接受的条件,并承担相应退订费用,于是将发送短信的平台告上法庭。杭州互联网法院作出判决,认定用户退订短信产生的费用应当由平台方承担。

消息传出,网友纷纷拍手称快。倘若每个人都能像刘某这样较真,垃圾短信当然很难有生存的空间。但问题是,出于时间成本等考量,很少有人能真正付诸行动,为了垃圾短信打官司。我们当然支持更多的个体较真,但更希望能在机制建设上发力。

垃圾短信之所以成为“打不死的小强”,除了成本低廉,市场需求旺盛是关键。据360互联网安全中心发布的《2020年第一季度中国手机安全状况报告》显示,截至2020年12月,我国手机网民规模达9.86亿。2020年第一季度,“垃圾短信”中,广告推销最多,占比为92.2%。一些企业和个人为牟取经济利益,频发广告短信,给手机用户带来了困扰。

整治垃圾短信,相关部门已经在行动。自2008年起,工信部多次组织开展垃圾短信治理专项行动,从完善政策制度、加强行政监管、提升技术手段、畅通投诉渠道、加大违规处置等方面,逐步建立健全垃圾信息治理工作体系。我国垃圾信息治理工作目前取得了阶段性新成效,截至今年一季度,全国垃圾短信用户投诉量降至近三年来最低水平。

不过,尽管垃圾短信治理工作有了阶段性成效,但由于执法牵涉多个部门,加上一些平台为了自身利益而没有切实履行法律责任,导致垃圾短信屡禁不止,甚至在有些领域愈演愈烈。这就需要各方联动,打好治理“组合拳”。近日工信部表示,将采取坚持部门联动,推动源头治理,聚焦端口规范,把关资源管理,综合执法监督,提升问责效力等一系列针对性措施,建立完善垃圾短信治理的长效机制,推动从根本上解决垃圾短信扰民问题。

无疑,多管齐下,标本兼治,才能为大众营造清朗的信息通信环境。

扫一扫 一起来评论