

“花式”宠学生的毕业典礼，生动诠释了大学气质

本报评论员 陈曦

生的“整活儿”要求,和学生互动、合影,共同庆祝毕业,被网友称为“宠学生天花板”。据悉,这不是他第一次这么做,在2024年的毕业季,他连续两天为毕业生拔穗,全程站立在台上和学生互动。

毕业典礼,无疑是不少人一生中的重要时刻,很多人就此告别学生身份,正式走向社会。站在这个分界点,毕业生往往心绪复杂,对母校、恩师、同窗充满眷恋和不舍。也正因此,不少学子希望用仪式感来为青春“存档”。上述微信名为“农场主”的老校长,如同呵护每一株幼苗一般,“看见”并回应着每一位学生的情感需求,帮助他们一起打造独特而难忘的毕业回忆。某种程度上,校长对这些“花式整活儿”的理解与支持,也是高校人文精神的具像化,如此言传身教润物无声的“最后一课”足够动人。

近年来,大学毕业典礼屡因“有趣”“温暖”登上热搜,不少校长的毕业致辞亲切朴实,非常“接地气”,他们还放下身段,在程式化的“拔穗礼”之外,配合孩子们可爱托脸、娇羞捂嘴、共抛彩带、举杯庆祝,让学生成为这场仪式的真正主角。屏幕之外,那些“被汗水浸湿衣服

的校长”“为学生撑伞的校长”甚至是“出镜的校长”,总能引起网友的共鸣。不少人感慨,“这是最好的毕业礼物,也是最好的招生宣传”“校长把‘尊重每一个个体’做到了极致”。

的确,在这些校长身上,我们感受到了师者的平视与尊重,感受到了“以学生为本”的教育理念。大学的价值,不仅在于传授知识与本领,更在于珍视并托举每个个体,为自主性和创造力提供舞台。于校长而言,为毕业生拔穗不过是年年相似的事情,但他们深知,这台上的十几秒对毕业生来说无比珍贵——这份“读懂”与成全,饱含师者的祝福与期盼,也将转化为学子们远赴山海的力量。

毕业典礼上打动网友的,还有校长们的“反差萌”和“笨拙却认真”。年轻学子成长于生活富足的年代,追求个性化表达。尽管存在代际差距,但面对学生的“脑洞”,师长没有不耐烦,而是积极拥抱新事物,真心实意地帮助他们达成心愿——这种开放、包容、与时代同行的态度,折射出教育观念的更新,也将在潜移默化中给学生以启迪。“我们总是不停跟学生说要了解理解尊重别人,那我想,亲吻、拥抱校长也是他们认为比较合适的情感表达

方式,我们也应该理解尊重。”这或许就是“一棵树摇动另一棵树,一朵云推动另一朵云”。

进而言之,毕业典礼之所以备受关注,很大程度上是因为它是高校办学理念的一个“放大镜”,是一所大学传递价值追求的重要窗口。近年来,从藏在毕业证书中的巧思,到请食堂阿姨上台致辞的用心,再到校长甘当“人形立牌”“超长待机”的宠溺,这些细节无不彰显着一所高校的气质与氛围。我们有理由相信,从这样的校园里走出的年轻人,大概率会敢担当、能共情、懂感恩。

毕业典礼兼具纪念意义与教育意义。毕业生们感受到的爱与尊重,将化作无形的养分,伴随他们乘风破浪、成长成才。毕业典礼上隽永的发言、温情的细节、蕴藏的精神,经由多元的传播渠道向外辐射,将激起更大范围的共情,达成更深层次的文化认同。

“大学之道,在明明德,在亲民,在止于至善。”毕业季,我们乐见更多毕业典礼“刷屏”“出圈”,进一步诠释、彰显大学之“大”。对于年轻学子来说,毕业是人生的新起点,行囊里若能装满母校的叮咛与馈赠,那么,此去虽远,未来可期。

社评

中国新闻名专栏

毕业典礼兼具纪念意义与教育意义。毕业生们感受到的爱与尊重,将化作无形的养分,伴随他们乘风破浪、成长成才。毕业典礼上隽永的发言、温情的细节、蕴藏的精神,经由多元的传播渠道向外辐射,也将激起更大范围的共情,达成更深层次的文化认同。

据新京报微信公众号报道,日前,在中国农业大学2025届学位授予仪式上,63岁的校长孙其信全程站立,连续14个小时为毕业生拔穗。在现场,孙其信还同时满足了众多学

网售处方药,便利不能以牺牲安全为代价

丁家发

据近日中国新闻网报道,伴随互联网医疗蓬勃发展,线上购药因便捷高效已成为不少患者的新选择。然而,部分电商平台处方药销售乱象频发,严重威胁消费者用药安全。在多家电商平台网售处方药过程中,患者无须上传病历、处方等资料,“医生”在缺乏实质性医疗评估的情况下“秒开”处方,甚至存在“先药后方”现象。此外,部分在线诊疗平台的处方药销售页面还存在违规展示、超适应症宣传和销售未获批药品的情况。

对于处方药的流通,我国一直有着严格的规定。《处方药与非处方药分类管理办法》规定,处方药必须凭执业医师或执业助理医师处方才可调配、购买和使用。根据《药品网络销售监督管理办法》,通过处方审核前,不得展示说明书等信息,不得提供处方药购买的相关服务。

然而,不少平台线上售药流程实为“先药后方”:消费者选定药品、下单后,页面跳转至网上药店或其合作的互联网医院,由医生进行在线问诊开方或审核处方,审核通过后商家发货。这种模式逐渐演变为“患者‘自我诊断’,医生‘对症下药’”,无论患者想开什么处方药,基本上都能得到满足。此外,一些网上药店售卖处方药不仅不限量,甚至还搞起促销活动,比如“秒杀”“多盒低价”“店铺满减”等等,将患者的用药安全抛在脑后。

随着线上购药的快速发展,如何在便利与安全之间找到平衡点,成为摆在监管部门面前的一道考题。按照线上线下一致性原则,相关部门首先要夯实平台责任,引导网售处方药回归“先方后药”,患者需问诊开方后才能获得更完整的药品信息。对“秒开”处方等违法违规行为,应当及时予以纠正,对屡教不改的线上药店,则吊销其营业资质。此外,网售处方药要严格实行实名制以及溯源管理,以清晰界定各方权责。

某种程度上,线上购药能够缓解线下医疗资源紧张的局面,也能免去诸多慢性病患者的奔波之苦。若想把好事办好,网络零售药店、第三方平台及电子处方提供单位应切实承担起社会责任,共同推动行业的良性发展,确保患者用药的安全。作为消费者,我们也应当对自身健康负责,遇到身体不适及时线下就医,而非自己“乱开方”“乱买药”。



图说

“绑架”？

据澎湃新闻报道,近日,某票务平台的“调价助手”功能被指扰乱市场定价、打乱酒店经营节奏。多位酒店商家反映称,该功能通过后台系统自动扫描竞品平台价格,会自动强制修改并下调房间定价,甚至在主动取消该功能后还会悄悄上线。对此,平台客服称调价是为了避免客户流失。

酒店经营者根据房型、配套设施、淡旺季等现实情况进行自主定价和调价,这本是再正常不过的行为,然而,相关平台却利用“技术或算法设置”左右商家定价,甚至导致其利润受损,令人困惑。当前,出行订票、订酒店等消费行为中,有相当大的比例是在线上完成,消费者可以多方比较后再做决策,而低价显然是留住顾客最简单粗暴的办法。需要指出的是,平台可以采取各类正当方式参与市场竞争,但绝不能滥用市场支配地位来牺牲入驻商家的利益。从外卖平台、网购平台到票务平台,不少商家入驻后或多或少被平台“绑架”过。对此,有关方面决不能见怪不怪——保障正当竞争秩序,市场才能长久繁荣。

李法明/图 嘉湖/文

整治乱象,推动“第三方测评”回归客观公正的轨道

吴学安

据6月22日央广网报道,很多人在网络购物前,都会去查一查“第三方测评”,参考一下别人的使用体验、服务等方面为消费提供参考。然而,随着第三方测评的兴起,一些不太规范的行为也开始出现。部分测评存在“收钱诋毁、夹带私货”的乱象,还有的甚至为了抹黑竞争对手、推销特定商品,“捧一踩一”,严重扰乱了公平竞争的市场秩序,侵害了消费者和商家的合法权益。

近年来,各大平台上涌现出不少第三方消费品测评账号,通过对产品进行测试评级,在质量、价格、服务等方面为消费者提供购物参考。所谓“第三方”,即与交易双方无利益牵扯,往往具备非营利性。公正、专业、科学的第三方测评,可以给消费者提供更多有

价值的信息,对规范市场环境,促进商家提升产品、服务质量起到良好作用。

但如今,随着市场竞争的越发激烈,不少测评账号开始走偏。一方面,检测方法、标准五花八门,测评质量参差不齐。另一方面,一些测评账号为赚取流量,与商家深度捆绑,以测评之名行带货之实,甚至设置不合理的比较条件,在测评中抹黑合作企业的竞争对手。这种测评不仅无益于消费者做出理性选择,反而会造成误导,扰乱市场秩序。可以说,失去公信力,第三方测评也就失去了存在的意义。

2023年5月起施行的《互联网广告管理办法》规定,通过知识介绍、经验分享、消费测评等形式推销商品或者服务,并附加购物链接等购买方式的,广告发布者应当显著标明“广告”。根据相关法律法规,如果经营者通

过虚假测评方式进行引人误解的商业宣传,或者在测评中故意抹黑其他产品,涉嫌违反反不正当竞争法;如果以广告为目的进行测评,还可能违反广告法。

互联网时代,第三方测评也必须经得起全社会“测评”。面对测评行业的乱象,有关部门需及时出手纠偏,引导第三方测评走上正轨。明确测评行业准入门槛及相关标准,尤其应对职业测评人予以资质认定;强化法律监管,对违法违规的平台和账号进行惩戒和追责。网络直播、短视频、社交等相关平台应做好引导,加强备案管理和作品上架审核,不能仅着眼于流量,充当测评行业的“保护伞”。消费者在网购时还需“擦亮眼”,尽量货比三家,而不是偏听偏信。

期待各方协力,推动测评行业切实为消费者服务,回归客观、公正的行业初心。

格遵循“用户主动选择”原则,禁止通过隐藏条款或强制捆绑其他方式诱导用户开通,严格谨慎使用默认勾选“自动续订”功能;在用户自动续费前5日,要通过多渠道发送包含续费产品名称、扣费金额等内容的扣费提醒。这些规定再次给经营者“敲了黑板”:自动续费不是“我的平台我说了算”,任何未经用户明确授权的自动续费行为均属违规。

值得一提的是,数字经济时代,“会员付费制”已经成为互联网产品的普遍盈利模式,“被勾选”“被捆绑”“不提示”等消费陷阱也不限于互联网电视自动续费,网络音乐、网盘、在线教育等多种平台服务中都存在类似套路,长期被消费者所诟病。这就要求有关部门持续加强监管,健全消费维权机制,通过制度设计引导行业回归服务本质。

构建更加公平、透明、便捷的互联网消费生态,行业企业是重要一环,应积极响应,主动规范经营行为。与其花样百出强行留客,不如把心思放在提升服务、优化用户体验上,让消费者感受到尊重和“体贴”——这才是企业赢得“铁粉”、提升自身竞争力的正路,也是数字经济健康有序发展的长远之道。



规范透明,才能避免下一辆救护车“趁急打劫”

龚先生

800公里收费2.8万元——最近,一名患儿在跨省转运治疗时,遭遇高昂救护车收费,且直接转入司机个人账户,无明细和发票。

事件照见了监管缺位下医疗转运市场野蛮生长的一面——当公共资源无法覆盖危重病人转院需求时,民营机构填补市场空白本是好事,但缺乏规则和有效监督,个别机构“坐地起价”“趁急打劫”刺痛了患者“钱包”,也让人对“生命至上”的救护理念寒心。

唯有完善制度、加强监管、规范市场,才能让救护车回归“救死扶伤”本质,真正成为守护生命的可靠力量。



网友跟帖——

@之光:乘人之危,吃相难看!
@深蓝:医疗救助本是希望灯塔,岂能成牟利工具?

阅读全文请扫码
“工人日报e网评”

既要法办“易容大盗”,也要管好“仿真面具”

郭元鹏

仿真面具一戴,中年男子秒变老人,趁着夜色连续入户盗窃,孰料第二天便被警方抓捕归案,这便是引发广泛热议的上海“换脸盗窃”案。近日,上海市闵行区人民法院对这位“易容大盗”进行宣判,法院以盗窃罪判处被告人通某有期徒刑四年三个月,并处罚金人民币2万元。(见6月21日《法治日报》)

随着技术发展,原本用于影视、舞台的硅胶仿真面具如今在网上唾手可得,甚至可高仿定制,这背后潜藏着生物特征信息泄露与非法商业化利用的风险。正如办理该案的法官所说:“早些年有不法分子作案时头戴黑头套或小孩玩具,但那些工具非常招摇,仅起到遮挡面部特征的作用。如今的仿真面具因其仿生逼真,往往可达到乔装,‘易容’的效果,不法分子如果利用其冒用他人身份实施犯罪行为,将产生极大隐患。”

进而言之,以假乱真的硅胶面具也给案件侦破带来重重障碍,不法分子很容易借此逃避监控,目击证人也可能被其外表所迷惑。从法律责任上看,不仅“易容大盗”难逃法律制裁,制造、售卖面具的商家也难辞其咎。商家若模仿特定人面部特征制作、销售面具,涉嫌侵犯他人肖像权;若明知购买者将用于非法目的仍提供帮助,则可能构成共同犯罪,承担刑事责任。

该案的办结是打击犯罪的重要成果,但若想从根源上遏制类似事件发生,不仅要法办“易容大盗”,更要管好“仿真面具”。一方面,监管部门亟待完善相关法规,明确仿真面具生产、销售和使用规范。应将高仿真面具纳入特殊商品管理,建立严格的备案溯源制度,确保每个面具来源可查、去向可追,从源头上遏制风险。另一方面,电商平台须切实履行主体责任,加强对“人脸面具”“硅胶面具”等商品的上架审核,推行实名认证,建立购买登记制度,并与公安部门实现信息备案联动。

科技的日新月异,也给社会治理带来了新挑战。只有不断压缩法律空白和监管盲区,才能最大限度维护公共安全和利益,才能让科技真正造福社会,而不是沦为违法犯罪的“道具”。

媒体声音

◇最好的民生工程是“民有盼,我就在”

“巨伞来了”——近日,福建漳州新一批风雨连廊建设开工的消息,获得市民点赞。所谓“风雨连廊”,就是在人流量、车流量较多且无大树遮阳的主干道渠化岛规划的遮阳雨棚。《新华每日电讯》评论说,风雨连廊的“凉爽”,折射出城市治理的“暖意”。近年来,从北京天宁寺桥下的篮球场,到成都家门口的“小游园”,从外卖小哥的“温馨驿站”,到敞开大门的机关食堂,越来越多城市在“微空间”和“微服务”上做文章,回应百姓的点滴需求。“致广大而尽精微”,这种朴素的逻辑,恰恰是城市治理中最珍贵的智慧。最好的民生工程,从来不是“我要建,给你用”,而是“民有盼,我就在”。

◇AI服务老年人重在便利安全

AI老年写真、陪老年人聊天、机器人护理服务……眼下,AI技术为老年人带来不少便利,但操作困难、沟通障碍、隐私风险及诈骗威胁等,也让许多老年人对AI产生回避倾向。《经济日报》评论说,助老年人融入智能化社会,是法律赋予的权益保障,也是技术发展应有的人文关怀,更是挖掘银发经济潜力的关键所在。构建适老化技术生态是重要一步。产品设计要充分考虑老年群体生理特征的变化和心理需求,增加老年样本在AI模型训练中的比重,开发方言增强算法,同时铺设“适老助老”社会网络,组织志愿者对老年群体“一对一”操作指导和教学,手把手激活其“AI自信”,让AI真正为银发生活增添绚丽色彩。

◇网购摆件获省级雕塑展奖项? 艺术展不能“圈地自萌”

近日,有网友反映第四届黑龙江省雕塑作品双年展一获奖作品抄袭,质疑淘宝网上买来的摆件竟能在省级比赛上获奖。承办方黑龙江美协表示已取消涉事作者入选资格和获奖奖项。

光明网评论说,购物平台上几十家店铺卖着和获奖作品近乎相同的摆件,让人哭笑不得。类似弄虚作假的参展故事并不罕见,这一方面和当事人自我要求不严格有关,另一方面也源于“繁荣”的展览生态下,一些奖项开始圈地自萌,对公信力不再重视,参展者也抱有某种侥幸心理。艺术展不能只追求数量,如何保证质量,经得起社会监督,也应提上议事日程,如果总露出这么多幼稚、滑稽的把戏,只怕很难再让公众生出多少尊重和仰慕了。(乐群 整理)

“自动续费”被叫停,选择权该还给消费者了

卢越

据中国新闻网报道,近日,国家广播电视总局实施针对互联网电视自动续费服务的专项规范管理措施。此次治理聚焦用户反映较为集中的自动续费“扣费前无提醒”“取消流程复杂”“投诉渠道不畅”等痛点问题。

说起自动续费的那些“坑”,不少人都有切身体验——本是“试用”一个月会员,却在试用期到期后,毫不知情地被平台“悄悄”连续扣款,等到发现之时才知,一键开启轻而易举,一键关闭却“披荆斩棘”。有的平台将取消续费选项隐藏在冗长的服务协议中,要么是取消入口隐蔽,要么是取消步骤繁琐,用

各种规则把消费者“绕晕”。

“自动续费”变“被动续费”背后,是一些平台利用消费者的信息弱势地位,为留住用户启动起死回生:以“免费试用”“首月优惠”等为诱饵吸引用户订阅,甚至捆绑多项服务,又故意给取消自动续费设置重重关卡,投诉渠道形同虚设。实践中,考虑到维权成本,大多数消费者只能自认倒霉,平台则从中获利。

中国消费者协会近日发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2024)》显示,网络新技术条件下的消费场景中,一些经营者在交易过程中存在弱化消费提示义务、模糊经营者责任等情况,其中就点名平台自动续费乱象。对这样的行为,如果不予以打击纠正,不仅是对消费者权益的侵害,也是对市

场秩序正常运转的破坏。

我国消费者权益保护法明确消费者享有知情权和自主选择权。2024年7月起实施的消费者权益保护法实施条例也提到,经营者采取自动展期、自动续费等方式提供服务的,应当在消费者接受服务前和自动展期、自动续费日期前,以显著方式提请消费者注意。从司法实践来看,判决也给消费者“撑腰”。在广州互联网法院审理的一起案件中,某网盘运营者通过设计信息隐蔽强的APP界面,在消费者购买会员服务时默认同意“自动续费”,消费者起诉商家要求退款,获法院支持。

面对自动续费乱象,此次广电总局发布的管理措施很有必要,也更趋细化。比如要求严