



媒体聚焦

北京青年报：
情绪消费走热
监管亟须跟上

据《经济日报》报道，中国消费者协会近期发布的《中国消费者权益保护状况年度报告(2023)》显示，除了追求性价比，情绪释放将成为影响年轻一代消费者决策的重要因素，情绪消费有望成为今后一个时期新的消费热点。

就现实来看，一些年轻人的消费需求的确呈现出从功能性向情绪性转变，并愿意为情绪价值买单。在网购平台上，一款标价5元的萝卜兔解压玩具的销量达10万件以上，不少带有情绪抚慰价值的文字型手机壳、T恤衫也成为热门选择。情绪消费主要是指为了满足消费者精神需求的消费形式，具有消费虚拟化、行为符号化、心理补偿性等特征。值得注意的是，情绪消费在激发市场活力的同时，也面临“情绪消费品”市场监管的缺失。如泄露消费者隐私、提供不正当服务、不合理收费等。在加强监管的同时，消费者也应当增强辨别能力，理性消费情绪商品和情绪服务，注意保护个人信息和隐私安全。

新京报：
分不保、钱难退
别被考研“保分班”忽悠了

据《新京报》报道，有不少学生在考研准备的过程中报名了一些辅导机构的所谓“保分班”，结果辅导机构承诺的课程和服务都没能兑现，不仅分没保住，连高额的报名费也退不回来，陷入维权困境。

所谓“保分班”宣传口号“内部资源、私密人脉，合同保障、确保高分，院系限额、欲报从速”，声称“考前校内划重点，命中率基本可以维持95%以上”。这些字眼都十足地吸引眼球，仿佛和学校内部真有什么私下勾连。但等学生交完钱之后，这些机构迅速变脸，态度开始“冷淡”甚至失联，有些学生的课程安排、签约合同都未兑现。而之前承诺的所谓退款，也不过是个幌子。对这些无良机构，相关部门应强化监管和打击。各大互联网平台也应强化巡查，发现任何有欺诈嫌疑的广告应当及时下架。同时，加强信息沟通，帮助学生进行证据收集。考研网上预报名已启动，请广大考生擦亮双眼，远离可疑机构，拒绝自己被收割。

羊城晚报：
机器人大厨是餐饮业革新者
还是厨师版“预制菜”？

近日，北京颁发首张具身智能机器人食品经营许可证，标志着餐饮行业智能化进程加速。对此，业内人士指出，机器人大厨的普及将推动餐饮行业向智能化、个性化发展，创造新就业机会。

机器人大厨是厨师版的“预制菜”，还是能够解放人力、提升效率，同时给消费者带来更多福利的神奇存在？从最直观的角度来看，机器人大厨确实具备了解放人力的巨大潜力。传统餐饮业中，厨师们常常面临着长时间站立、重复性劳动以及高强度工作环境的压力。机器人大厨不仅能通过自主学习解锁新菜单，还能根据顾客的具体需求进行调整，提供更为个性化的选择。这无疑增加了餐饮体验的独特性和吸引力，有助于增强客户黏性。尽管机器人大厨带来诸多好处，但也引发关于就业结构变化的讨论。如何妥善处理好技术进步与社会福祉之间的关系，将是未来发展中必须面对的重要课题。

“函授”改名“非脱产”
重新定位才能更好出发

瞭望塔

□评论员 韩静

据央视新闻报道，近日，教育部发文对全国成人高校招生统一考试工作进行部署，其中提到：自2025年秋季起，高等学历继续教育不再使用“函授”“业余”的名称，统一为“非脱产”，主办高校可根据专业特点和学

生需求等，灵活采取线上线下相结合形式教学。

成人高等教育通常分为“函授”“业余”和“脱产”三种形式。其中，“脱产”可理解为全天在校学习；而“函授”和“业余”则主要通过远程自学、集中面授等方式，

利用假期、夜晚等业余时间提升学历。两者虽各有特点，但整体上具有一定的模糊性和交叉性，尤其是随着经济社会发展和教育数字化水平的提升，线上线下相结合已成为继续教育学习的主要方式，在实践中，“函授”“业余”基本趋同，再作细致区分已无必要。

将“函授”“业余”统一为“非脱产”，与全日制“脱产”对应，表述上更加清晰、准确，也更符合高等学历继续教育的初衷。名称变更亦是重新定位，指向继续教育体系的不断优化——办学形式更加多元和灵活，更加注重教学的实际效果和学生应用能力的提升。

不可否认，目前的成人继续教育，无论是考试内容还是学习方式都相对简单和宽松，这也造成了“脱产”与“非脱产”“函授”与

“业余”之间，所谓的学历含金量“鄙视链”。然而，需要强调的是，继续教育的含金量不取决于教学方式，而是过程评价和毕业考核。国家在不断发出“消除歧视”等信号的同时，也在从根本上去解决问题，提升高等学历继续教育含金量，提高社会认可度和接受度。

距离2025年秋季还有一年时间，各地各校应提前谋划做好相关工作衔接，认真谋划、科学安排，准确把握成人高等教育办学定位。同时，谨防部分培训机构贩卖“学历焦虑”，弄虚作假、误导欺骗，损害教育声誉。防止“掺水”，仍需强化监管，守好质量底线。

从“函授”“业余”到“非脱产”，并非换个名称那么简单，而是站上新的阶梯，迈向成人继续教育规范化发展，为构建终身教育体系和学习型社会贡献力量。

热点话题

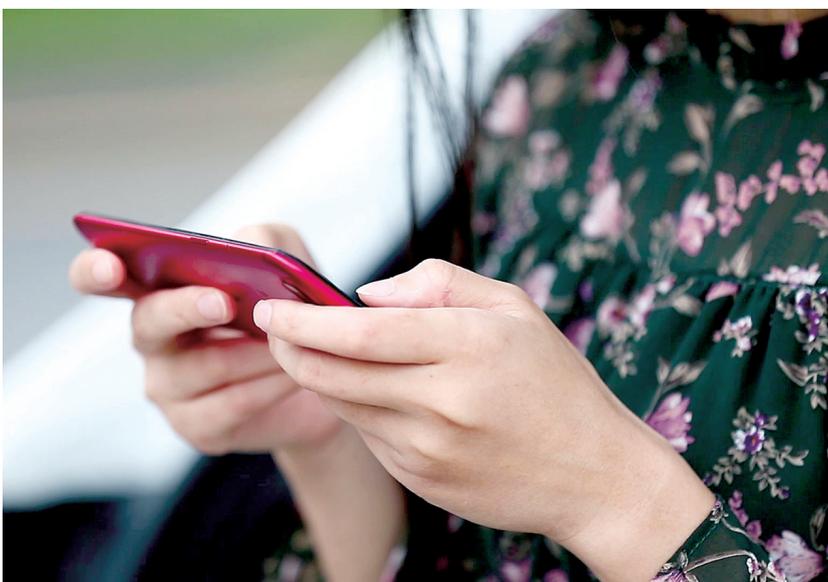
在沟通交流中出于礼貌，用一些语气词、表情包悦人悦己，无可厚非，但凡事有度，过犹不及

别让“文字讨好症”成为社交精神内耗

你是这样的人吗？微信聊天的时候，总喜欢加上一些语气词，比如“好滴”“好哒”“好的呢”……能说“嗯嗯”“哦哦”，就绝不说“嗯”“哦”，甚至一句话说完，还要配个表情包。这种行为表现，被称作“微信文字讨好症”。一项调研数据显示，有92.24%的受访者表示自己遇到过有“文字讨好症”的交流对象；91.81%的受访者表示，自己有“文字讨好症”的行为。(10月8日《青年文摘》)

“文字讨好症”得以流行，离不开当下社会环境的渲染——线上沟通不同于线下交谈，彼此之间隔着屏幕，无法看到对方的表情、动作，很容易造成对文字理解的歧义。而且，尽管如今人们追求自我独立，渴望与他人保持一定距离，但也仍需要很多情感的满足，以及融洽与温暖的人际关系。“文字讨好症”兴起，不仅可以适当地消解语言理解偏差，也能更好地扩大“朋友圈”，达到社交目的。

“良言一句三冬暖，恶语伤人六月寒。”在沟通交流中出于礼貌，用一些语气词、表情包悦人悦己，无可厚非，但凡事有度，过犹不及。如果经常性切换语言模式，放下手机时侃侃而谈，拿起手机时绞尽脑汁，可能会增加人设负担、表达阻塞和真情隐瞒，造成精神内耗。“文字讨好”遗留的“后遗症”不可忽视。



千库网 图

部分“被动文字讨好者”可能也会为了显得合群，加入“文字讨好”行列，但显然这种沟通并非发自他们的真实内心，而是碍于面子“表演”出来的。现实生活中，如果处处需要“讨好”，长此以往，人们的真实情感是否会被掩盖？

在此事件中，还有一种声音值得关注——有网友表示：“现如今，大家怎么动不动就会被贴标签？”的确，每次一有网络现象兴起，“××症”“被正式确诊为××”等标签就会随之出现，这会迅速引起公众讨论，成为新的社交话题。

不过，随着类似标签被大量讨论、使用，社交平台上也会出现很多逆反情绪。其实，对于网络现象，不必过度解读、不必先入为主制造标签，而应该了解内情，分析原因，读懂这种现象背后的行为逻辑。

每个人都可以自由选择表达方式，若觉得“文字讨好”的确能够润色关系，便可以带着觉知地使用它；若因此感觉身心俱疲，不妨自我调适，删繁就简，从挣扎归于自在。真诚表达，彼此平等对话，这才是社交该有的模样。

评论员 任思凝

欢迎赐稿：评读热点新闻事件，发出你的观点和声音，请发稿至黄河评论信箱：zghhpl@163.com