



媒体聚焦

羊城晚报：别让科研人员被形式主义“钉”住

如果材料科学的研究人员项目结题时,因为订书钉的材料“不合格”就不给通过,你觉得滑稽吗?据《半月谈》报道,一些科研人员反映,他们各种非学术负担仍然较重,尤其是一线科研人员大量精力被“无用功”耗费的问题,仍然有待破解。

几大箱结题材料仅因“订书钉未用不锈钢”而被判不合格、需要重新装订,一个项目竟要经历4次验收,以至于“光打印费就是一笔负担”……这些来自科研一线的荒诞图景,以黑色幽默的方式让科研领域至今仍存在的一些“形式主义”乃至“官僚主义”问题体现得淋漓尽致。一些管理部门长期习惯将复杂的科研创新过程粗暴简化为“到点交活”的流水线作业。因此,对于这类问题绝不能等闲视之。唯有推动管理理念向服务本位回归、制度设计向科研规律靠拢、文化氛围向信任创新转变,才能真正拔掉那根束缚创新的“订书钉”。

南方都市报：送外卖减肥更应看到浪漫故事的另一面

“送外卖”这一原本被视为临时、边缘的工作形式,正逐渐被“Z世代”年轻人重新定义,赋予新的社会文化内涵。在杭州,有白领下班骑单车送外卖,三周瘦了5公斤。而据《南方周末》报道,一些公职人员下班后有了送外卖的“第二身份”。

为什么体制内外的年轻人同时奔向外卖?对“Z世代”的人而言,平台经济把碎片化时间变成了“可售商品”,既赚卡路里又赚零花钱。对体制内青年来说,“铁饭碗”也并不牢靠,他们需要在八小时之外找回即时回报与掌控感。送外卖之所以成为生活方式,在于它把减肥、社交、城市探索、情绪出口打包成一场游戏化任务。当“体验型骑手”批量涌入,平台算法会不会更青睐可灵活上下线、无需缴纳五险一金的兼职者,从而变相抬高职业骑手的生存门槛?减肥送外卖的浪漫故事里,不能忽视被挤出的那一群靠外卖谋生的人。

新京报：残疾老人过道坐轮椅 高铁专座如何物尽其用

据报道,年过七旬的残疾人徐大爷乘高铁,本想买残疾人专座,结果上了车才发现,系统给他分到的10号车厢,过道比较窄,轮椅过不去。求助列车长找到“残疾人专用席位”,但座位上坐的都是普通旅客,徐大爷只能坐在轮椅上,熬了4个小时。

国铁集团数据显示,目前,铁路每日预留残疾人专用票额近2万张,实际日均售出约270张,票额利用率仅为1.4%。可以看出,残疾人专用票的利用率并不高,一直保留、等待残疾人购买,这很有可能造成席位的浪费。因此,对铁路部门而言,即便有苦衷,也不意味着没有改进的余地。比如残疾人专座购票流程中,“出售优先级”可以被调到最低,在临近发车的某个时间段,才面向普通旅客售卖。通过这种方式,增加残疾人的购买成功率。铁路部门不妨在倾听残疾人意见的基础上,多措并举,让残疾人专座物尽其用,便利他们更好地出行。

对假院士露头就打 别再让“阮少平”们忽悠了



瞭望塔

□评论员 韩静

据澎湃新闻报道,男子“阮少平”打着伪造的“中国科学院院士”旗号,在教育界游走多年,不少中小学“中招”。而“阮少平”是否其真名目前都不可考。权威部门明确回应,所有的中国科学院全体院士名单都在官网上,没有隐藏的。一些企业公布的“阮少平”资料。经查,他所谓的中国科学院院士身份不存在。

这位“阮少平”的胆子着实不小。第一,公然冒充中国科学院院士,堂而皇之地在教育界游走多年;

第二,参加各种公开活动,特别爱去中小学、公立医院;第三,所列头衔很多,而且级别非常高,常常是正职。假冒院士,让他名利双收,甚至是越活跃,越能骗取信任。

戳穿这场骗局并非难事,只需在官网搜索名字即可。可那些邀请单位,怎么就上了假院士的当?让假冒者登堂入室当“专家”,何其荒唐、何其讽刺,真该好好反思其中的问题。

是任人唯“街”,只看受邀者的头衔就草率决定,疏于核实?还是形式主义,用“院士”这个金招牌来装点门面?抑或是盲目跟风,别的地方邀请了自己也不甘落后?无论如何,针对涉事单位邀请“阮少平”的目的、付出的成本、背后的猫腻等问题,需要相关部门详查尽查。一方面,要揭开“阮少平”的真实身份,看看拉大旗扯虎皮的人究竟是谁;

另一方面,应追究相关人员责任,让假冒者无孔可钻、无处遁形。

对打着院士旗号的人不妨多些警惕、少些“迷信”。《中国科学院院士行为规范(试行)》规定,禁止以院士名义参加除中国科学院和中国工程院、学部 and 学术团体、学术期刊以外的活动。《中国工程院院士行为规范》中亦有相同规定。

说到底,院士本身只是一个学术身份,不是网红明星,不该被“毒流量”侵害。哪怕是真院士,打着院士身份出席其他活动都是违规行为;更不要说假院士,戏弄了众人,也玷污了院士制度的初衷和学术研究的纯粹。

目前,对“阮少平”的打假还在持续进行中,部分学校已删除相关报道。但后知后觉,不如防患于未然。打假一个“阮少平”,更要对其他“少平”露头就打。

热点话题

草原的美,美在坦荡;旅游的火,火在诚信。游客奔赴的不仅是风景,更是放心消费的环境

本地人198元外地人298元? “阴阳菜单”伤客更伤城

同一家店,同一道招牌菜,本地人和外地游客拿到的是两份截然不同的菜单,这是什么道理?

据极目新闻报道,近日,黑龙江一美食博主反映,内蒙古呼伦贝尔市海拉尔区一火锅店使用两份价格不同的菜单招待客人,本地游客菜单上的菜品价格,普遍低于外地游客菜单上的菜品价格,其牛肉菜品存在缺斤少两的情况。8月5日,当地市场监管局工作人员表示,已对涉事门店进行处罚,相关部门正在调查处理。

面对“阴阳菜单”质疑,商家淡然回应,“当地人就是当地价,外地人有旅行社进行沟通”。这是什么逻辑?《中华人民共和国价格法》明确规定,经营者不得有“提供相同商品或者服务,对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视”的不正当价格行为。商家如此作为,显然涉嫌违反法律法规,必须受到严惩。

眼下,旅游市场发展火热,各地文旅部门都在积极揽客、待客,竟然还有商家使用“阴阳菜单”,无疑是一种短视、急功近利的行为。

设置两份菜单,来获取不当收益的行为,不仅损害了游客权益和自身利益,还影响了呼伦贝尔这座城市的声誉和经济效益,可谓是“两份菜单脏了一座城”。

“阴阳菜单”事件频发,深层原因值得深思。从违法成本看,过往部分案例中,几百元到数千元的罚款,与旺季高额营收相比



“阴阳菜单”视频截图

微不足道,难以形成震慑;从经营理念看,一些商家将旅游消费等同于“一次性交易”,认为游客复购率低,不惜以欺诈换取短期利益;从监管时效看,旅游旺季人流激增时,监管力量易出现覆盖盲区,事后惩戒往往滞后于消费纠纷。

如果不解决深层次问题,仅“发现一起处理一起”,可能起不到治本的作用。这就要求,相关部门建立“惩罚性赔偿+行业禁入”机制,让违法成本远超潜在收益;地方政府推行“红黑榜”公示

制度,将诚信经营与信用评级挂钩,形成正向激励。

草原的美,美在坦荡;旅游的火,火在诚信。近年来,从山东淄博凭“真诚待客”出圈,到甘肃天水以“暖心服务”留住游客,都印证了一个朴素的道理:游客奔赴的不仅是风景,更是放心消费的环境。

呼伦贝尔的草原风光、民族文化是不可复制的稀缺资源,但若被包裹在“阴阳菜单”的外壳中,再美的景致也会失去吸引力。 评论员 任思凝