今日论衡之教育观察 □高星

大学教室装监控，能加强学风建设吗？

近日，南昌大学在教室里装摄像头引发争议，如何缓解隐私担忧、把握管理尺度？网传校方此举是为了方便双一流高校评估，提高课堂教学质量。校方此前回应媒体称，其目的是监督学生上课玩手机和睡觉的情况，系上级要求，信息内部使用，“很多学校都这样做”。

据媒体报道，记者采访南昌大学部分师生获悉，目前该校大部分教室一前一后安装了双摄像头。“直到开学启用了才给我们发通知，听说是课下自习也录，有这个必要吗？”一位大二学生说。

大学在教室里安装监控，目的是加强课堂纪律，督促学生认真上课。但即便是“内部使用”，也涉嫌侵犯学生的隐私。大学要加强学风建设，解决学生上课玩手机、不投入等问题，应该改革教师考核评价体系，引导教师进行课堂教学创新，加强对学生的过程管理和评价，而不是采取装监控这种手段。

大学教室里可不可以安装摄像头？这要看怎么使用摄像头。摄像头、监控在两种情形下使用，是可以的。一是在得到教师、学生同意的情况下，进行课堂直播，实行远程教学，共享教育资源；二是教室作为国家考试考场，为维护考场秩序，安装摄像头，进行监控。

而把摄像头用于日常教学监控，包括在学生自修时也开监控，则要谨慎而行。一方面，全天候监控学生在教室里的表现，涉嫌侵犯学生的隐私，这也是学生所担心的问题。另一方面，学校的出发点可能是为了让学生专注于学习，但教师、学生则担心学校是以此来监控教学活动的过程，这会影响教学创新，以及学生在探究式教学中，自主表达自己的思考和观点。

当前，一些大学课堂确实存在课堂纪律不佳，学生上课不认真、玩手机等问题。对此，部分大学也提出要加强学风建设，提高学生上课“抬头率”。而采取监控手段，提高课堂纪律，是治标不治本。道理很简单，即便在监控之下，学生都抬头听老师讲课，可如果抬头听课是“装出来的”，能提高教学效果吗？这反而营造了学生都认真听课的假象。

必须意识到，之所以存在部分大学生上课不投入的问题，是因为大学教师自身就不投入，以及学校对人才培养的重视、投入也不够。由于大学对教师的考核、评价中重视学术研究成果，因此一些教师把主要时间、精力用于学术研究，以应付的态度对待教学工作。据一些学生反映，有些教师上课时就对着多年不变的PPT照本宣科，学生也就不认真上课，下课时直接到老师那里拷PPT。另外，伴随着考研热，一些学校出现考研高考化倾向，学生只关注考研核心科目学习，非考研科目的学习则被边缘化，这些课程也变为“水课”，教师对这些课程的教学要求也不高。

要提高课堂教学质量，让学生认真对待课堂教学，关键在于要改革对教师的考核评价体系，引导教师把更多精力投入教育教学，进行课堂教学创新。建设高质量高等教育体系，提高人才培养质量，课堂教学是基础。2019年教育部发布的《关于深化本科教育教学改革全面提高人才培养质量的意见》提出，要强化人才培养方案、教学过程和教学考核等方面的质量要求，科学合理设置学分总量和课程数量，增加学生投入学习的时间，提高自主学习时间比例，引导学生多读书、深思考、善提问、勤实践。而落实《意见》，学校要有明确的办学定位，要把人才培养作为学校的第一要务，从根本上解决学校投入、教师投入、学生投入均不够的问题。

（作者是知名教育学者）

“微信文字讨好症”引热议，“好好说话”不应成为一种负担

首席评论 □闻仃

近日，“微信文字讨好症第一批受害者出现了”等词条登上热搜，引起广泛关注和讨论。

所谓“微信文字讨好症”是指在使用微信等即时通讯工具进行交流时，通过添加语气词、使用表情符号以及调整语句结构等方式，如“嗯嗯”“好哒”“好的呢”，并辅以表情包，以营造出更加友善、轻松的交流氛围。

有观点认为，“微信文字讨好症”有助于传递线上交流中的友好态度和相互尊重，但也有人指出，这已经成为职场中的一种额外负担，即“情绪劳动”。

有网友将“微信文字讨好症”分为四级。第一级，喜欢用叠词，让语气变得柔和可爱；第二级，喜欢用语气词，不说“好”，一定要说“好哒”，不说“对”，一定要说“对滴”；第三级，一定要加“哈哈哈哈”，两个不行，三个不够，一“哈”就得“哈”一串，用以化解尴尬，防止别人的话“掉在地上”；第四级，一定要加一个有趣的表情包，并且由自己来说对话的最后一句。还真的挺复杂的，如果对话双方都是重度的“微信文字讨好症”患者，都抢着要说“最后一句”，那这个聊天岂不是没法结束？这样的聊天，或许一部分人认为，信息量会变得很稀薄，人当然也就会耗得很累，感觉像是“病”了。

在这个时代，人人或许都有点“病”，有些“病”本来没觉得是病，讨论的人多了，上了热搜了，也就成了“病”。“微信文字讨好症”就是这样一种“时代流行病”，流行于职场，泛滥于网络，不关乎生理上的痛苦，却也给一些打工人带来了真实的烦恼。谁又能说，心病不是病呢？

有病就得治疗，治疗就得对症，所以，要讨论“微信文字讨好症”，就得先搞清楚病根在哪儿。

其实仔细想想，人际交往是人类所必需的心理需求，所谓的“微信文字讨好症”，如果只是线上聊天时说话可爱点、轻松点，的确没必要当成一种困扰。线上纯文字的交流与面对面交流相比，少了许多能够表达思想感情的元素，看不到表情，也没有肢体动作辅助，所以加一些语气词、表情包，确实可以让聊天更轻松愉快，也能避免一些不必要的误解，增加别人对自己的好感，属于非常基本的社交技巧，没有什么成本，无须消耗太多脑细胞，何乐而不为呢？

病根不在于交流的方式，而在于我们如何看待和使用这种交流方式。不可忽视的是，的确有一部分人是对于人际交往非常敏感的，特别担心被误解，特别怕应对不得体，但却因为工作原因不得不进行大量的人际交流，于是在“讨好”上消耗了大量的时间精力，因此感到疲惫和内耗。这才是“微信文字讨好症”被视为一种“互联网综合症”，被广泛讨论并寻求解药的根由之所在。

究竟会不会因为这种现象感到困扰，与每个人不同的处境有关，也或许是过于便捷的通讯带给生活的一些“副作用”。但在微信、QQ等即时通讯工具已经渗入生活每个角落的当下，想要彻底脱离线上交流几乎不可能，要想“药到病除”，唯有调整自己的心态，将这些可爱的、亲和的、幽默的表达方式，单纯视为润滑人际关系、承载情感和态度的“说话之道”。这种“说话之道”作为一种可习得、可模仿的技能，借助网络语言独特的个性化表达，相信还是可以提升交流的质量和效率、增进彼此的了解与好感。

总而言之，真诚才是对抗内耗的最好武器。所有矛盾与纠结往往源于对真实自我的忽视或压抑。真诚地面对自我，能够减少内心的自责和焦虑，更加清晰地认识自己，从而提升自我价值感，自信从容地面对生活。真诚地对待他人，也能更准确地传情达意，减少误解和猜疑，激发信任和合作，建立起深厚而持久的情感纽带。

那些习惯性发出的“好哒”“哈哈哈”和精心挑选的表情包，如果是出于真诚交流的心态，那么便不是“讨好”，只是交流中的“润滑剂”。只要真诚地面对自己、面对他人，自然就能拒绝内耗，着眼当下，学会好好说话，并享受交流的愉悦。

（作者是资深时事评论员）

打击假冒进口水果，监管当发力

热点快评 □伍里川

央视新闻客户端的一则报道引人注意：近日，记者走访部分水果市场，揭开了假冒进口水果的真相。一些商家通过打信息差、仿冒进口包装礼盒等手段，把普通的国产水果包装成了进口水果，售价瞬间提高几倍。例如，国内“阳光玫瑰”葡萄品种，价格普遍在6元至10元一斤，而宣称为日本进口的“阳光玫瑰”葡萄，6斤装礼盒售价竟高达66元一斤，价格相差近10倍。

业内人士表示，目前所谓的日本进口葡萄一定装的都是国产货，如果外包装上有日文或者是一些其他的外文，也一定是挂羊头卖狗肉，把国产货充当成进口葡萄来售卖欺骗消费者。业内人士所言何以这么“绝对”？其实一查便知。查阅海关总署2024年9月2日发布的《获得我国检验准入的新鲜水果种类及输出国家地区名录》，名录中明确显示，日本目前予以准入我国水果的品类目前只有苹果和梨。这也意味着，目前市场上所谓的日本进口葡萄，都不可能是真正的进口产品。问题是，不少消费者缺乏自查水果来源的意识，商家欺诈销售因此有机可乘。

更令人惊诧的是，为了让假冒的“洋水果”更“逼真”，配套手段也已经很“成熟”。市场上，有店铺专卖这种“洋包装盒”，上面有非常醒目的“晴王”（日本葡萄品牌）字样，还有几处日文印刷字体。此外，市场上假冒进口水果的主要方式之一，就是堂而皇之地进行标签造假。一些水果不干胶标签贴店铺在公开售卖进口水果标签，这些标签五花八门，有些标签有明显的注册商标标识，但仍然可以下单。如此操作下来，不要说普通人，就连品牌商都难以辨认。

面对如此市场乱象，消费者确实应当擦亮眼睛，更加谨慎地进行消费选择。很多消费者对“洋水果”青睐有加，殊不知，一味追捧“洋水果”实无必要，不少国产水果品质很不错，否则何以能“冒充”洋水果而不被识破？买水果，最重要的还是“选对”，而不是“选贵”。当消费者心理变得普遍理性和谨慎，对假冒洋水果现象自然也是一种“反制”。

但更重要的还是加大监管和查处力度，消解市场乱象，保护消费者合法权益。如央视报道所言，假冒进口水果牟利，且已形成包括销售端在内的整条产业链、利益链，在水果业内已经是公开的秘密了。问题是，对于这样的“公开秘密”，监管部门又知晓多少？采取的措施又有多少？

眼下，一些制售仿冒的外国知名水果标签者受到了严惩。不久前，上海警方就破获了一起这样的案件。就涉嫌假冒注册商标罪而言，根据情节严重程度，最高可处三年以上十年以下有期徒刑，并处罚金。可以想见，依法“问刑”，将能形成极大的威慑力。

但不必诤言，对于假冒进口水果的销售行为，尚需加大打击范围和力度。央视记者暗访情形显示，售假现象比比皆是，有的商家甚至“开诚布公”地承认所卖外国水果实为国产水果，这无疑折射出一个骨感的现实：售假行为没有被有力遏制，而这种现象还在不断延展——在暴利诱惑的驱动下，一旦“风险”没那么大，劣币驱逐良币自然不难。对此，既要呼吁消费者在发现上当后进行举报和投诉，也要主动作为，对市场销售领域加大日常监管力度，挤压售假者的腾挪空间。凭借大数据梳理、部门之间强化信息共享等，多方合作、重拳出击，就不难发现“李鬼”、惩治“李鬼”。 （作者是资深时事评论员）

对短剧“围猎”银发群体要综合施策

来论选登 □王琦

近两个月，中老年剧在短剧榜单中纷纷屠榜。广东人林涵85岁的外婆对短剧中的离谱剧情乐此不疲，愿意每天花几个小时观看。江苏人方灿65岁的父亲也是个“短剧迷”，每天在沙发上随意一躺，就能连续刷上几个小时。刷短剧不仅“劳神”还“伤财”。林涵外婆之前对网络支付一窍不通，却为短剧“添加银行卡”充值刷光了账户里的2000多元；方灿父亲则通过短剧小程序累计充值近4万元。（10月21日《法治日报》）

随着互联网的迅猛发展，短剧作为一种新兴的内容形态，凭借其紧凑的剧情和便捷的观看方式，迅速俘获了大批观众的心。然而，在这股短剧热潮中，一个不容忽视的现象正在悄然发生：越来越多的银发群体正被短剧所“围猎”，他们不仅在时间上沉迷其中，更在金钱上遭受了不小的损失。

短剧之所以能够“拿下”银发群体，其魅力在于精准地把握了老年人的心理需求。这些短剧往往以中老年人为主角，讲述他们的爱情故事、家庭纠葛或社会经历，剧情跌宕起伏，情感真挚动人。对于老年人来说，这些短剧不仅提供了丰富的娱乐内容，更在某种程度上满足了他们的情感寄托和自我认同。

然而，正是这份对短剧的热爱和依赖，让不少老年人在不知不觉中陷入了消费陷阱。一些短剧小程序利用老年人网络知识不健全、消费辨识能力弱的特点，通过复杂的充值规则和诱导性消费提示，使得老年人在观看短剧的过程中不断“掏腰包”。更令人担忧的是，这些消费往往是在老年人毫不知情或无法控制的情况下发生的，等到他们察觉时，已经为时已晚。

短剧“围猎”银发群体的危害不容小觑。首先，长时间沉迷短剧会影响老年人的身体健康，如导致视力下降、颈椎疼痛等问题。其次，短剧中的诱导性消费陷阱会导致老年人经济损失，甚至引发家庭矛盾。更为严重的是，一些不良短剧还可能传播虚假信息，误导老年人的价值观，对他们的精神世界造成侵害。

面对短剧对银发群体的“围猎”，我们不能坐视不理。首先，政府和相关监管部门应加强对短剧市场的规范和管理，打击诱导消费、虚假宣传等违法行为，切实保护老年人的合法权益。其次，短剧平台和制作者也应承担起社会责任，优化付费模式，明确消费提示，避免让老年人陷入不必要的消费陷阱。同时，还要推出更多适合老年人观看的优质短剧，满足他们的精神文化需求。

除此之外，社会和家庭也应给予老年人更多的关爱和陪伴。子女们可以定期与老年人沟通交流，了解他们的网络生活状况，帮助他们提高网络消费辨识能力。社区和老年群体服务机构也可以组织相关的网络教育活动和适合老年群体的户外活动等，引导老年人健康理性地观看短剧。

总之，短剧“围猎”银发群体是一个社会广泛关注的问题，需要我们共同努力解决。只有政府、平台、社会和家庭各方携手合作，才能为老年人营造一个安全、健康的网络环境，让他们在享受短剧带来的快乐的同时，也能保障自己的合法权益不受侵害。

“竖向”的村子

□王溱

“龙舟入家门啰——”

楼下炮仗如雷。老太太把脸贴到纱窗上看，没错，是小区龙舟队的人把龙舟抬回来了——队伍浩浩荡荡，头戴统一的鸭舌帽，领头的正是她家的老头子老袁，兴奋得眼睛不像眼睛鼻子不像鼻子。

一

两个月前，老袁也有过鼻子不像鼻子眼不像眼的时候，却是急的。当时老袁想在小区组个龙舟队，却处处碰壁。人家说：“瞎闹！都是买的商品房，你以为整个龙舟队就能成一条村的啦？”

的确，这楼里的住户哪里来的都有，论血脉无血脉，论宗亲无宗亲，大家在这座城市里唯一链接的就是共同的“谋生”二字，谁也没那个时间，更没那个兴致。

老袁却是铁了心，一家家去做思想工作。他说，咱小区后头就是江，条件得天独厚。又说，自己年轻时就是赛龙舟的一把好手，年年帮乡里挣脸面，当个龙舟教练不在话下。还说，大家伙儿都出门在外，背井离乡，平日里电梯里见了面也不知道谁是谁，但有了龙舟就有了共同的记忆，有了共同的记忆那就能算是“一家人”，在这城里就能“生根”。

响应的人倒是有，但不多。老袁一急，说话就不怎么讲究了，尤其是他说到还要大伙儿掏钱众筹的时候，有人就听出了别的味儿，说话也开始“不是味儿”了。

老袁一恼，干脆在小区空地上支起大炉，吊起大鼎，手握大锅铲……干啥？焖大鹅！焖地地道道的客家大鹅。老袁翻炒的动作极其夸张，大锅铲高高扬起，绕个大圈铲下去，显然是用划龙舟的动作在炒大鹅，翻滚，再翻滚，鹅肉就呈现出诱人的糖栗色。进进出出的居民有的围观，有的掏出手机就拍，就是没人想到给老袁搭把手。老袁又热又累，大汗淋漓。老太太也没在一旁帮忙，她躲楼上偷着看——不是不懂焖鹅，是心疼钱呢。死老头子整整买了三只大鹅！一个月的退休金都搭进去了吧？

直到焖鹅的香味飘进各家阳台，钻进鼻孔，老太太这才坐不住了，阴着脸下楼看。这会儿老袁已经有帮手了，是住二楼的老张和住三楼的老郭。

人可能会忘了自己的来处，食物不会。老张和老郭就是被焖鹅的香味引下楼的。老张是肇庆的，老郭是东莞的，都是擅长焖鹅的地方。

鹅焖熟了，吃！不仅自己吃，也请邻居们吃，挨家挨户送去。有了香喷喷的“敲门砖”，老袁的游说难度降了些许，但积极响应的人依旧不多。

二

城市在横向蔓延，所到之处皆被钢筋水泥和需要电才能动的各种东西占领，龙舟这么原始的物件显然不合时宜。邻居们大多只是接了鹅肉客客气气地道谢，对于老袁“一家人”的说法不置可否。

老袁心里急，还是耐着性子送。天色暗了，他借着楼道里时亮时不亮的灯光继续送，送到八楼的时候，出事了。

八楼电梯对面住的是独居的赵老太，七十好几了。往日里这个时候，赵老太应该差不多在吃饭，椅子挪来挪去，电视声震耳响。但今天老袁他们按门铃，没人应，把耳朵贴门上听，也没半点声响。经常盯着楼下垃圾回收处看的老张认真回忆了一下，今天确实没见过赵老太下楼扔垃圾。老袁去问七楼的，也说今儿没听到楼上有什么动静。“不好，要出事！”老袁赶紧喊来物业的人，物业又喊来了赵老太的亲人，开门一看，赵老太趴在马桶旁已不省人事。

人多好办事，大家七手八脚把赵老太抬到小区门口时，救护车刚好到。

救护车动静有点大，惊动了整栋楼，好些人从阳台探头出来看，有人陷入沉思。第二天就有年轻人主动找到老袁，拍胸脯表示愿意参加龙舟队，说正好锻炼锻炼，省下去健身房的钱；也有划不了龙舟的来找老袁，说愿意掏腰包凑一分子，端午节也好热闹热闹。很快，龙舟就买回来了，于是有了开头那一幕。

三

今天是新龙舟骏水（注：新龙舟下水又叫“骏水”，寓意龙舟能划得跟骏马一样飞快）的日子，老袁择的吉日，是个周日。其实也不用怎么择，挑家人们都有空的日子就是好日子。

“新船落水，顺风顺水！”老袁字正腔圆地念着，完全按照老家龙舟骏水的仪式进行：祭拜、点睛、采青，鞭炮鼓声齐鸣，小区比过年还热闹，把周围楼盘的人都吸引了过来。

龙舟下水后，老袁就坐在靠近龙头的位置——年轻时的老袁也是坐的那个位置。比锅铲大好多的船桨在他手中扬起又落下，黝黑的皮肤依旧黝黑，岁月留下的褶子伴着老袁手中的船桨捣碎了洒在江面上的阳光，江面上亮闪闪的，洒满了比金子还珍贵的记忆。老袁情不自禁像年轻时那样喊起号子来，跟着鼓点的节奏，一桨又一桨：“嗨哟！龙舟就是脸面哇！嗨哟！不能给小区丢脸哇！”

老太太也积极起来，一会儿给队员们倒自己熬的竹蔗水祛暑，一会儿给队员们递自己做的家乡点心，忙得不可开交。

龙舟靠岸，有年轻人凑上前问：“袁叔，今年端午咱摆龙船饭不？”

老袁抬头看，楼真高呀，各家阳台上挂着的衣服真多呀，形形色色，热热闹闹。还有啥犹豫的？横向的村子已经远去，竖向的村子也得继续守护好。

“摆！必须摆！”老袁笑眯眯的，回答得斩钉截铁。

竞 渡

图/视觉中国

智能客户

□黄超鹏

智能语音对答系统被广泛应用于各大公司的客服热线中。

公司管理者都喜欢用智能客服，除了不用支付昂贵的人工成本，智能客服还可以二十四小时在线，终年不休，不知疲累，且记忆力好，能忠实地遵循公司制定的各项规定，为客户提供合理的服务。最重要一点，智能客服不会情绪化，被客户辱骂也不会产生不良情绪。

这天，李先生拨通某公司的客服热线。

“你是人工客服还是人工智能？”李先生开口第一句就这样问道。虽然智能服务已普及多年，很多人仍厌烦智能客服，认为与机器人对话，没有受到应有的尊重。而且，有时智能客服的回答和指引过于死板和繁琐，解决不了实际问题。但有些公司为了不让客户知道是智能客服在线，会把系统改造得十分人性化，企图混淆视听。

“您好，李先生，人工座席008号为您服务。”甜美的女声不假思索地回应道，智能系统可以根据来电显示的电话调出数据库里的客户信息。

“你说你是人就是人啊？怎么证明你是人呢？”听上去，李先生不是一个可以轻易被说服的人。

008号笑了一下，答道：“不知您要我如何证明？”

“我问你几个问题。”

“没问题。”

“你是哪里人？住在哪里？是从哪所大学毕业的？你最喜欢吃什么菜？”

“对不起，李先生，问题涉及个人隐私，无关公司业务的问题，我可以不回答。请您相信，我是百分之百的人工客服。”甜甜的声音不失礼貌地答道。

李先生沉默几秒，接着道：“我觉得你就是机器人。”

“我真的是人类，需要我说方言给你听吗？”

“机器人也会说方言。据我了解，最厉害的机器人可以说三千多种地球上的语言。”

两人对答许久，时间不知不觉地流逝。

一个小时后，李先生说：“现在我更加肯定你就是机器人客服了。”

“为什么？”

“瞧，一个多小时过去，你还这般平心静气地接听我的电话，真正的人类无法做到这点，只有机器人才行。”

“我们客服人员都受过专业训练的。”

“好的，你不要挂断电话。我有点口渴，要去喝口水。我让家里人跟你说。”

客服热线有一条不成文的规定，没有解决客户问题，或得到客户同意，不准随意先挂断电话。很快，电话这头就换了一个语气粗鲁的男人，骂骂咧咧地说：“什么玩意！我要投诉，投诉你们这些机器人客服……”

客服依旧没有反驳，默默承受着。

最后，电话中又换回了最开始的李先生：“好了，我们在这耗了快一天了，你不用再企图证明你是真人了。我要升级投诉，请找你们的主管来，我需要一个人工客服！”李先生下了最后通牒。

对方沉默了两秒钟，一会，一个声线浑厚略带磁性的男人嗓音响起：“您好，李先生，很高兴为您服务，我是客户主管，有什么问题你可以问我。”

“你也是机器人！”李先生打断道。

“不是……”

“那我问你，之前的通话中，我说过一串数字，请问是什么？”

“8873744！”

“还说你不是机器人？”

“我……我们受过专业训练，而且有录音记录。”

“别再胡扯了，马上给我转人工客服，不然我会继续投诉下去。”

这时，客服中心的监控人员发现了这通异常时长的电话，立马插入进来，向李先生道歉：“实在对不起，李先生，是我们的工作疏忽，请问有什么可以帮到您？”

“算了，还是安排人上门服务吧。”

“好的。我们马上派出工作人员到您的地址，为您服务。”

“希望不要给我安排一个机器人来！”

“绝对不会。”对方连连表示。

电话终于挂断。在H软件公司的会议厅里，主管得意地说道：“太棒了，他们没有发现李先生是人工智能。”原来所谓的李先生和他的一众好友，都是软件公司开发的智能语音软件，可以帮助顾客分辨客服热线里是否人工客服，并要求合理的服务。

“这意味着我们的软件可以推向市场了。”H软件公司的负责人笑道，“用魔法打败魔法。相信我们的智能客户一定会大受欢迎。”