

► 策论

# 流量的高地不能成为价值的洼地

杨三喜

日前,中央网信办发布《关于开展“清朗”整治短视频信息内容导向不良问题专项行动的通知》(以下简称《通知》),决定按照2023年“清朗”系列专项行动安排,开展为期一个月的“清朗”整治短视频信息内容导向不良问题专项行动。专项行动将围绕短视频领域多发频发的乱象,集中整治短视频传播虚假信息、短视频展示不当行为、短视频传播错误观念等问题。同时,《通知》要求聚焦短视频领域人民群众反映集中的问题,聚焦未成年人和老年人等特殊群体权益保护,全面落实整治任务。

短短几年的时间,短视频的用户规模就突破了10亿大关,用户日均使用时长超过2.5个小时,而且短视频还成为网民触网首要应用,近四分之三的新网民因短视频触网。这些数据足以显示移动互联网时代,短视频这一内容形态巨大的活力和魅力。当下,短视频已经成为公众获取新闻资讯、知识学习、娱乐休闲、消费购物等重要渠道,而短视频平台也因为受众群体的快速增长具有了鲜明的公共属性。这也就决定了,短视频内容的质量以

及导向,将深刻影响公众对具体事件的评价、对周遭世界的认知乃至更深层次的价值认同和行为选择,深度参与社会主义核心价值观的形塑。

然而,在算法主导的内容推荐机制、流量至上运营逻辑下,短视频内容出现了真假难辨、美丑不分、是非不明的乱象。用摆拍、技术生成制作虚假短视频,以及用网顾事实篡改造假的方式生产短视频等情况所在多有,不仅污染了网络信息环境,给公众带来了极大的误导,也可能给当事人带来困扰,甚至破坏公共秩序、损害公共利益。而发布色情擦边内容,打造低俗人设、不择手段博取流量等行为,不仅拉低了短视频内容生态的水准,也有悖社会公序良俗,甚至已经逾越了法律红线。受众尤其是青少年如果长期浸淫在这样的内容生态中,其三观将受到怎样的冲击,不得不令人担忧。再有挑战公众认知底线、传播错误价值导向等传播错误观念的问题,不断制造社会价值争议,对于以主流价值凝聚社会共识的努力实在是百害而无一利。

基于此,治理短视频信息内容导向不良问题,改善短视频内容生态,抛弃流量的假、拥抱内容的真,抵制格调的低、呼吁品格的高,净化网络空间,成为社会的共同呼声。

确保短视频内容导向健康正确,持续优化内容生态,平台无疑承担着最重要的主体责任。当一个平台拥有数以亿计的用户,其所拥有的影响力不言而喻。作为平台企业,它不再仅仅是一个商业机构,不仅仅具有一般企业的本质属性,而成为了经济属性与社会属性密不可分且相互融合的组织,承担着公共服务的职能。在巨大的影响力面前,短视频平台必须深刻体察自身肩负的社会责任、所承载的公众期待。

夯实平台主体责任,不负公众期待,不仅需要他律,更需要自律。技术也有价值属性,后台的每一种技术架构、每一种算法、每一行代码,以及呈现在公众面前的每一条推送、每一次分发、每一个界面,实际上都隐含着产品开发者的价值选择和利益诉求。净化短视频内容生态,必然要求平台用主流价值导向驾驭算法,切实加强算法推荐和流量分配等环

节管理,优化流量分配机制,改变刻意迎合某些受众的低俗趣味的做法、打破唯数据论的流量分配方式。要通过优化算法,形成正向的激励机制,改变劣币驱逐良币的内容生产生态。概而言之,就是必须守住内容导向正确的底线,为内容赋值,决不能让平台成为传播有害信息、造谣生事的平台,也决不能让流量的高地成为价值的洼地。

可以说,不良短视频的生产和广泛传播,是流量生成机制的产物。整治不良短视频,非一朝一夕之功,不要期待能够毕其功于一役。在这个过程中,平台当然要守土有责,而社会公众,不管是内容的生产者、传播者,还是受众,都不能置身事外。内容生产者当然要坚持正确的内容生产方向,以优质的内容来吸引用户、赢得竞争,要心有所戒、行有所止。广大受众要对短视频内容祛魅,要提高内容辨别能力、审美能力,自觉抵制不良内容,另一方面也要积极参与到求真、至善的内容监督中来,共同维护良好的短视频内容生产生态。

(作者系本报记者)

► 一家之言

## 规范“付费自习室” 开发公共学习空间

李海容

近年来,随着年轻人考研、考证、考公、考编、提升自我等需求的流行和旺盛,付费自习室成为年轻人的热衷。从一线城市到二、三线城市,甚至到小县城,付费自习室如雨后春笋般悄然兴起。据统计,2022年我国付费自习室用户人数已增长至755万,其中20至30岁的年轻人占一半以上。付费自习室,顾名思义,就是需要支付一定的费用才能在里面学习和享受配套服务的场所。

付费自习室何以兴起?一方面,它满足了年轻人努力奋进的刚需。刚毕业的大学生、消化课业负担的学生、下班后来充电的上班族、缓解上升期焦虑的白领,付费自习室以其固定安静的学习场所、自律高效的学习氛围、周到贴心的配套服务、优越便利的地理位置,满足了年轻人考研、考证、考公、考编、进一步自我提升的需要,赢得了年轻人的欢心。另一方面,它契合了全民终身学习的时代要求。付费自习室不仅仅是一种商业模式,更是一种文化承载。它是建设全民终身学习的学习型社会、学习型大国的时代要求在当下的社会呈现和时代缩影。身处时代洪流,每个人都不愿意落伍。

花钱上自习,年轻人愿意为知识和梦想买单。有人说花钱上自习不值当。可是越来越多的年轻人愿意花钱上自习,愿意为自律、为知识、为梦想买单。一人一桌一灯一隔板撑起了年轻人自己充电、为履历加码、为提升自我竞争力加油的梦想和希望。在大家都努力学习、读书、进步的时代,年轻人太需要也太想通过自我探索、自我蓄能、自我筑梦,为未来的不确定性寻找更多可以把握住的确定性。花钱上自习,少了外界纷繁复杂的干扰,多了沉浸式学习的浓厚氛围;少了家长长短的外界喧嚣,多了专心致志追逐梦想的自由;少了无所作为的放纵感,多了我命由我的掌控感。

每个人的梦想和拼搏都应当值得被尊重,保护年轻人爱学习的积极性需要多方合力。对此,要开发更多公共社会资源,开放更多公共学习设施,拓展更多公共学习空间。要通过扩充各级城市图书馆的容量和公共自习区域,设立社区、小区、居民楼的免费公共学习空间,为年轻人的梦想着陆提供更多平台和更大空间。这不仅是建设学习型大国的必然要求,更是缓解当下免费公共学习空间不足现状的必然选择。同时,要为付费自习室设立行业标准,加强监督管理,使其朝着更加规范化、智能化、人性化的方向发展。如此,才能更好满足不同层次、不同类型的人群需要。要将其打造成学习交流的共享空间、实现自我跃升的平台、思想文化交流碰撞的舞台,使其沿着正确的轨道,走向远方。最后,还需营造人人皆学、处处能学、时时可学的学习型社会氛围。良好的社会学习氛围能够带动和感染更多的人随时随地想学习、爱学习、会学习,学得进、学得深、学得投入。全民终身学习是理想,更是实实在在、持之以恒的行动。

无论如何,付费上自习,花钱买自律,为知识、为梦想、为未来更多的把握和确定性买单,都是这个时代的年轻人不甘于现状、积极进取、努力向上、与时代同行、与进步为伍的积极心态的体现。时间终会证明,当下所有的努力、所有的付出,所有向上走的路,都有其意义和价值。青年兴则国家兴,让爱上学习、终身学习成为时尚、成为可能、成为必然。

(作者系郑州商学院马克思主义学院副教授)

/ 漫话 /

## 别轻信! 零食也可能“学历造假”

朱昌俊

如今,零食也流行高学历,某某农科院研制、某某大学开发,已成为一些零食绿色健康的卖点。这些宣传是真实的吗?今年,上海市消费者权益保护委员会随机选取了线上销售的13种宣称由农科院、农业大学等机构参与研发的食品,并开展调查核实。其中5款产品被相关机构明确回函否认有关联,4款产品确认参与研发,其余4款相关机构未作出明确回应。

明明并未与农科院和大学等科研机构合作开发,却偏要在包装上加上科研机构和大学的认证,这个现象其实已不是第一次引发关注。此类为零食刷高学历的操作,值得警惕。

说到底,这些产品之所以热衷于把自己往高科技的方向包装,主要是抓住了越来越多的消费者对于绿色、健康食品的偏爱心理。但实际上,这些多只是在包装上虚构出身而已。它们的问题已不仅是名头造假,有一些甚至连最基本的质量也无法保障。如之前,上海市营养食品质量监督检验站对标有某农业大学“九0农大蔬菜卷”的营养成分进行了检测。结果发现,蛋白质和脂肪的实测含量,均不符合国家标准的允许误差范围。

很明显,此类操作涉及多宗罪。一是,虚假宣传,侵犯了消费者的知情权;二是,在未经允许的情况下,拉上科研机构背书,这也对后者的声誉和形象造成了负面影响;三是,越是在名头上造假的产品,往往越容易存在货不对板的质量问题。同时,这种操作也很容易造成不正当竞争,损害市场的公平竞争秩序。因此,对这种刷高学历的现象,必须零容忍。

从现实来看,这首先需要消费者擦亮眼睛,对于一些冠名为某某科研单位



石向阳

绘

研制或开发的零食要多留个心眼,不能迷信零食产品的高学历。要知道,虽然绿色健康消费理念深入人心,但一款产品是否真正健康,质量是否有保障,主要还得看具体的配料表,而非宣传上的各种噱头。

对市场监管部门来说,如今一些产品刷高学历、伪造出身的现象,已非孤例。在市场监管行动中,有必要将之作为一种类型来加以重点关注。应该说,这类造假现象要核实并不难,关键还在于有心。像很多高校和科研机构就明确,不开展对外生产经营工作,只要有基本的核实,就能够让造

假者现出原形。电商平台对一些来头不小的产品,也应该建立必要的审核机制,防范企业浑水摸鱼。

同时,这也需要一些科研单位和高校的主动维权。要知道,很多食品企业之所以敢于傍上科研机构和高校,一个很直接的原因就在于默认它们无暇维权。这其实也是一种提醒,当前各行各业都更加重视科技创新,都热衷于把产品往高科技的方向靠,各种有机、环保、绿色的概念满天飞,对于这其中可能出现的乱贴牌现象,科研单位和各高校都要有更多的重视,主动进行排查并积极受理相关举报。同时要更加

严格规范对外合作行为,及时维护自身权益,避免名头被滥用。

事实上,《教育部关于积极发展、规范管理高校科技产业的指导意见》中就明确指出,高校从事对外投资和经营活动,必须严格执行国家有关规定,学校投入到企业的资产,包括各种知识产权和非专有技术等无形资产,应经过具有资质的机构评估。也就是说,高校、科研单位既要针对一些乱贴牌的市场行为主动维权,也要有爱惜羽毛的意识,规范好学校和机构的对外合作行为,从而有效压缩一些企业打擦边球的空间。

(作者系媒体评论员)

## 为学生视力管理 提供更实更细服务

张小军

据媒体报道,近日,六组巨幅超级视力表出现在湖南省长沙市开福区清水塘第三小学的校园里。其中两幅操场视域内的视力表,喷绘于两栋教学楼外墙之上。按照视力测试的科学比例距离,在操场上标注了两处醒目的黄色视力测试打卡点。

视力关乎孩子的一生。近年来,国家层面和地方层面都密集发布关于青少年视力保护的规划举措,各级各类学校也为此作出了极大的努力。但一些学校仍然存在重管理、轻服务甚至管理、无服务的问题,效果并不理想。国家卫健委2022年公布的数据显示,全国儿童青少年总体近视率为53.6%,其中6岁儿童为14.5%,小学生为36%,初中生为71.6%,高中生为81%。这一情况显然还不足以让家长、社会无忧。

该小学在校园安装超级视力表的做法,显然有利于帮助学生实现从要我护到我要护的转变,做视力保护的主体。对于视力管理,学校和教师通常的做法是提出要求。比如,要求学生保持正确的姿势与近视距离、按时做眼保健操、加强运动,不要疲劳用眼、在光线不足时看书写字、沉迷电子产品等,这无疑是有效果的。但对于缺乏自律力的孩子们而言,他们可能记不住、做不到,由此导致视力受损。把巨幅视力表挂到教学楼外墙上,按照视力测试的科学比例距离标注打卡点,方便了学生随时自测、互测,让学生做到自纠、自护。

这种做法的背后是一种责任与担当、改革与创新。比如对于校园文化建设,我们普遍的认识和做法是,要把学校的办学历史、办学理念、办学成果,教师的工作水平、工作要求、工作面貌,学生的成长要求、成长活动、成长成果等精美完整地呈现出来,让整个校园整洁大气、温馨舒适。因此,一些人认为在校园的明显位置布置视力表,可能破坏校园文化的整体美,但这种做法却彰显了健康第一、以生为本的理念,更是对环境育人、全面育人的办学理念

的落实。学习借鉴这一做法,就是要把加强视力健康校园保护、防控儿童青少年近视看作是一场持久战、服务战,立足经常、优化细节、干在实处,从学生出发、为学生着想,给学生解忧。让孩子走出教室,让孩子们的双眸在远近、动静观察中调节。此外,在课堂管理层面,要督促教师随时纠正学生读书、写字的不正确姿势,要求学生认真执行每天两次的眼保健操,每周定期调换座位。同时,落实教室照明标准、作息时间要求,开开心心上好体育与健康课,让学生健康成长。

(作者系四川省剑阁县金仙小学校副校长)

► 热评

## 打破堵点 推动高职院校专利量质齐增

王纾

近日《全国高职院校专利数据分析报告(2022年度)》(以下简称《报告》)发布。《报告》显示,自2019年以来,全国高职院校专利总量、发明专利数量均保持增长。但总体而言,仍存在专利总量偏少、技术内涵质量不高、发明专利拥有量比重较低、专利成果的转化率较低、转化渠道狭窄等现象。如何突破这种局面,值得我们深入思考。

高职院校占据高校的半壁江山,与普通本科高校一样,是国家创新体系的重要组成部分,是开展应用型科技创新的重要阵地。在我国高校创新调查制度中,科技成果及转化始终是备受关注的监测及评估内容。专利作为科研成果的重要表现形式,是衡量高职院校创新能力的重要量化指标。国务院办公厅印发的《专利转化运用专项行动方案(2023-2025年)》中提出,到2025年高校和科研机构专利产业化率明显提高的要求,为我国高校未来两年专利转化和运用指明了

方向。有鉴于此,高职院校如何增强科技创新能力,在扩大专利总量的同时,提升专利质量和内涵,提高转化应用及产业化率,更好地服务国家战略呢?

首先,优化考核评价及奖励制度,有效促进专利量质齐增。一方面,高职院校应扭转重论文而轻专利的思想观念。因此在科研人员职称评定、职务晋升等内部考核评价及奖励制度设计上,应加大专利创造及成果转化相关的指标比重。另一方面,在对专利作为科研成果的评价体系中,高职院校要避免重数量轻质量、重申请而轻转化的倾向,应当通过设置权重等办法,突出专利质量和转化运用的导向。例如,在职务晋升、职称评定的标准上向聚焦于制造业重点领域以及战略性新兴产业的专利创造加大倾斜力度。还可设立与高质量专利、专利成果转化相关的绩效奖励,设置鼓励学生获得发明专利或实现成果转化的竞赛奖项,将成果转化作为

创新平台绩效考核的指标等。

其次,深化产教融合校企合作,有效培育高价值专利。职业教育的生命力在于应用和实践。高职院校主要服务于地方经济发展和企业发展。客观上讲,市场需求决定了高职院校科研成果转化的价值。专利不是锁在抽屉里的纸片,它应当到实验室之外的广阔市场中实现价值。有调查显示,我国一些地区虽然高职院校专利申请和授权数基本处于逐年递增状态,但专利转化率普遍较低,只有极少数专利能顺利转化并投入市场,大部分专利还停留在授权阶段,并未体现实际应用价值。这反映出这一地区高职院校专利成果与当地产业结构及企业需求不相契合的情况,因此才会出现转化数量少、转化率较低的问题。高职院校应当依托市域产教联合体以及行业产教融合共同体,与企业合作搭建科技成果转化供需信息交流平台或者依托第三方专利服务中介机构,瞄准产业链和创

新链上的真实需求,共同攻克关键技术难题,实现专利成果的定向培育、定向转化,提升专利成果源头供给有效性。

此外,建立知识产权管理与服务体系,完善专业管理队伍,是高职院校专利工作不可或缺的保障。近年来高职院校科技创新综合能力持续增强,但是总体而言知识产权相关工作还比较薄弱。当前高职院校应尽早设立具备知识产权信息服务、申请转化及管理运用等多种功能的专门机构,做好知识产权工作的管理与规划,开展高价值专利整体化、前瞻性布局,形成专业化、标准化、常态化的知识产权管理体系。同时,还应组建由各类知识产权人才组成的专业队伍,专门从事企业与院校技术创新对接,服务于技术成果转化全过程,为高职院校专利创造高质量发展保驾护航。

(作者系中国教育科学研究院职业教育与继续教育研究所副研究员)