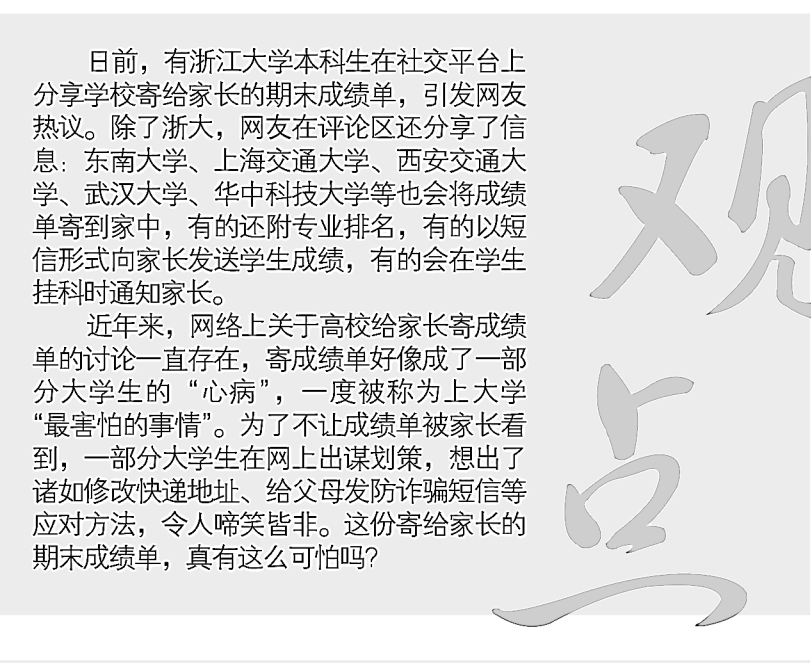


高校给家长寄成绩单 家校共育应有边界



客观上让“童年”延长了,但这不正常

从生理年龄来说,大学生已经成人。但社会年龄显然比生理年龄更复杂一些,这要考虑到他们所处的社会情境,他们的生活阅历。而从现状看,他们还没做好成年的准备,也就是具有完全行为能力、自己为自己负责的准备。

这并不怪大学生,也并非要批判不放手的家长,只要我们代入当今大学生的情境,就能明白很多事。现在的大学生,很多在入学的一刻都要开始准备考研了,再之后,很多人的志向是考公考编考教师。漫漫长路,全是“考”——这其实就是中学的延长线,所有的生活逻辑都是“努力学习”的重复。

既然是学习,那么大学生及其家庭最习惯的姿态,就是全家动员。而且这也不会超过家长的理解经验:家长可以看懂成绩单,也依

家长知情与学生独立未必冲突

此事引起热议,背后其实是三个主体形成的矛盾与张力——希望家长参与共同培养学生、监督学生的校方;高考之后希望摆脱家庭束缚与应试压力,想要自由放飞的学生;部分希望继续监督孩子的家长。

面对这一矛盾,不禁要问,大学生是否还需要家校共育?大学作为学校与社会之间的过渡阶段,是学生完成从初级社会群体“家庭”走向更广阔天地的社会化转变。这一过程事关学生人生观、价值观的塑造,对于懵懂的18岁学生来说,家校共育当然应该有,但在这个过程中,与其纠结课程分数高低,不如将重点转移到帮助学生掌握生活自由和自律学习之间的关系。尊重学生的隐私权,厘清家长的知情权,最终合力帮助每一个学生顺利走向社会,或许才是大学家校共育应该关注的话题。

“大学生不是小朋友”,这是社交媒体平台上关于“如何看待大学把成

要给大数据“杀熟”罩上法治“笼头”

□ 吴学安

近日,宿迁的高女士计划和朋友从上海飞往长沙,“本想买往返套票,但始终找不到合适的时间,无奈之下只好分开买单程票。票一出才发现往返套票价格反而比我们买的单程票价格总和更贵。”高女士认为自己遇到大数据“杀熟”,平台针对部分客户隐藏了优惠价格。

此前,北京市消费者协会网站发布大数据“杀熟”问题调查报告,七成多受访者认为仍然存在大数据“杀熟”现象,六成多受访者表示有过被大数据“杀熟”经历。受访者在网络购物时遭遇大数据“杀熟”现象最多,其次是在线旅游和外卖消费。

常言说,买的没有卖的精,看人下菜碟,一直是商业世界的常态。不过,与传统的“看人下菜”不同,相关电商平台利用大数据技术将同样的菜标出了不一样的价格,为消费者设下了坑。由于大数据本身的特点还具有相当的迷惑性,尤其是对大数据的监管存在盲区,这在事实上为“杀熟”提供了空间。

如果说,互联网诞生之初,大数据曾被视为消除信息不对称的利器,但随着一些大型科技公司的崛起,去中心化成了幻想。现在的景象是,一批科技公司掌握了亿万人的数据,这些数据无所不包,但外界对它们保存、

使用数据的方式却几乎一无所知。身处移动互联网时代,消费者的消费行为变得更透明,海量信息的收集也变得更方便,同时也容易泄露,而在大数据开发使用上,既可以用来让商家提供更好的服务,也可能被不法商家用来“宰客”。

大数据“杀熟”的出现,看似挣了一点小钱,但长此以往,只会透支社会信任感,最终丧失的是一种经济新形态的未来。商业伦理的塑造,商业秩序的形成,从来都不是一件容易事。面对大数据“杀熟”,理性的态度不该是“把孩子和洗澡水一起倒掉”。可以预言的是,在新经济发展中,在大数据应用中,还会出现这样那样的一些问题。毕竟追逐利润是商家的天性,依靠商业伦理道德,总是不太靠谱,唯有将法律基础打牢,令其违法成本大幅抬升,使其得不偿失。

当下单靠现有技术和商家自律,显然无能为力,不仅难以遏制“杀熟”,甚至可能加剧隐私的泄露,对此,必须多管齐下,寻求治本之策。而通过法律规定避免电子商务经营者作出对消费者不利的差别待遇,有利于保障消费者的公平交易权。惟有在法律完善、惩罚机制健全的市场环境下,商家才会有更高的追求,“不作恶”才能成为共识,只有不惧怕问题,才能见缝插针地点破问题,见招拆招地解决问题。

治理“鬼秤”,先擒贼后擒王

□ 黄齐超

日前,有媒体记者走访多地市场发现,有一些无良商家在秤上做手脚,致使消费者购买商品时缺斤短两。坊间把这种做了手脚、秤重显示与实际重量之间存在偏差的电子秤称为“鬼秤”。

秤平斗满,童叟无欺,计量自古以来就是公平公正的象征和诚实守信的典范。然而,现如今在很多地方都出现了缺斤短两的“鬼秤”。黑心商家使用做了手脚的计量秤具,让消费者上当受骗,既损害了消费者利益,也破坏了市场秩序。奸商在电子秤上作弊,赚取不义之财,无论如何,我们都不应让这种现象泛滥并长期存在。

短视频火了之后,民间的秤具打假在抖音、快手等平台也很流行。一些网友就是因拍“鬼秤”视频而火爆网络,成为秤具打假的网红。如此正义之举,完整地保留了商家的作假证据,也获得了网友的一片喝彩。当然,他们并非执法机构,不能对不法商家进行处罚,只能将拍摄到的“鬼秤”视频反映给当地工商管理部門,由职能部门进行惩戒。

事实上,各地职能部门也在积极维护消费者权益,对“鬼秤”现象持续治理与惩戒,且取得了不小成果。现在,

加入黑科技的“鬼秤”更加隐蔽,难以被发现,这无疑增加了调查取证的难度。不过,经验丰富的工商人员拥有“火眼金睛”,很容易辨出商家的鬼把戏,因为只要铅封被破坏,就有秤具造假的可能。

对于被证实使用“鬼秤”的商家,执法部门也不客气,没收秤具,对其罚款,乃至贴上“缺斤短两”警示牌。这些措施在一定程度上打击了“鬼秤”乱象,可是,缺斤短两依然很嚣张,其原因何在呢?笔者认为,原因有二:其一,对不法商家惩罚力度过轻;其二,没有从根源上进行惩戒。

对于证实的案例,职能部门往往只惩戒不法商家,而忽略了背后改造秤具的机构。商家侵害消费者权益,固然可恨,但改造秤具的一方,也同样需要严惩。改造秤具尽管不是高科技,但普通商家还是不具备这样的技术的,必须到专业的机构去改造。所以,职能部门不妨从被抓到造假的商家身上顺藤摸瓜,找到隐藏在他们背后的“贼王”,并对其进行严厉惩戒,这样才能真正从根源进行治理。