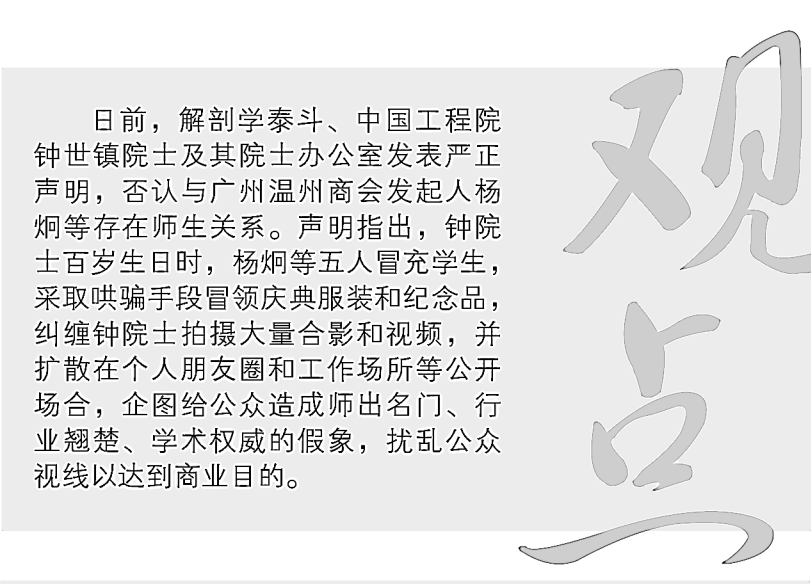


院士遭纠缠摆拍，较真维权确有必要



是追星还是“贴金”，有必要还原事实真相

据报道，面对钟院士的谴责，杨炯回应称，从去年参加活动到现在，他名下公司没有拿院士旗号牟利，也没有在任何场合自称钟院士学生。照片发朋友圈本意是点赞活动，对钟院士表达敬意；庆典服装来自邀请他参会的教授。有人联系他说相关行为侵犯了院士相关权益，他便删除了朋友圈。“这个声明对我的声誉造成极大的影响，肯定要通过法律的途径来维护我自身的名誉。”

当事双方各执一词，对事件细节的描述大相径庭。庆生活动上，杨炯等人所穿的庆典服装，到底是哄骗冒领，还是受邀获赠而来？杨炯等人有没有说过自己是钟院士的学生？弄清楚这两个问题，直接关系到杨炯等人是否具备参加庆生活动的资格、能不能获取近距离接触院士并与其合影的机会。更重要的是，庆生活动之后，

杨炯等人有没有以钟院士学生的身份为自己背书、有没有把合照放置工作场所以提升自己的声誉？如果杨炯等人真如院士声明所说，在执业场所展示了合影，那么就有借学术权威误导公众产生“院士关联”之嫌，可能损害钟院士的学术清誉，其“没有拿院士旗号牟利”的说法自然也站不住脚。

核心事实模糊不清，责任归属就难以厘清。还原事件脉络并非难事，邀请杨炯的教授是谁，是否五人都得到邀请，当天有没有强行与院士合影？声明里提到的展示影像的执业场所在哪，与杨炯等人存在怎样的实际关联？双方当事人都需要对争议焦点做出更多回应，并补充具体证据。这既是对自身声誉的负责，也是给公众一声交代，更是对学术尊严的维护、对个人及行业诚信底线的捍卫。

学术名誉不仅属于个人，也是社会信任链条的一环

公众之所以关注“院士合影”事件，是因为近年来社会上确实存在“傍院士”“傍专家”的歪风邪气。有些企业或人士惯于通过与院士、名家的合影及对话视频，在商业市场或社会评价中获取不正当的竞争优势。

所以，钟院士维权也向社会传递了警示意义：学术名誉不仅属于个人，也是社会信任链条的一环。支持钟院士维权，是为一位德高望重的学者讨回公道，更是守护患者安全与公共信任的必要之举。

当然，客观上也要看到，这种维权似乎颇为不易。从声明可以看出，事件发生于一年前，在长达一年的追责中，钟院士却并未如愿得到“赔礼道歉”，才不得已有了这次声明。事实上，这也并非个例。此前就有媒体报道，不少学者都曾遭受过类似侵权之苦，维权之路也充满艰辛。比如，2024年年底，医生张文宏就被AI换脸带货，也只能颇为无奈地称，“多次向平台投诉，但屡禁不绝”。

这些情况都有类似之处：知名人物的精力有限，但侵权者无论是数量还是手段都在不断翻新。因此，人们支

持当事人维权，但公共力量也应适时介入。比如，在钟院士的案例中，相关部门不妨以院士一方的指控为线索，深入排查是否存在冒名学生，借用院士名义从事虚假宣传、非法行医等情况。一旦查实，就应依法依规严肃处理。与此同时，医疗机构所在的行业协会、执业监管部门以及网络平台，也应主动作为，建立更高效的举报与溯源机制。比如，行业协会可以设立“黑名单”，将存在假借专家名义行医、宣传的个人或机构纳入公开通报范围，并与执业资格审查挂钩。

而且，鉴于现在大量广告、宣传信息都发布于网络，平台也应强化信息排查，对于可能冒用名义的情况及时标记并处理，降低被侵权者“自行取证”“自行举报”的时间精力成本等。

针对“蹭院士”行为较真维权不只是钟院士个人的事，也是对社会诚信体系的一次提醒：只有让每一次欺骗都付出代价，让每一次造假都无处遁形，公众对医者 and 科学的信任才能被牢牢维系。

综合北京晚报、新京报等
(谕路 整理)

“定制公交车”承载不了校车的“重量”

□ 张西流

近年来，随着城市化进程加快，以及教育资源的重新布局，学生上下学交通问题日益凸显。近日，有媒体报道，为缓解接送压力，安徽蚌埠市怀远县推出了“定制公交车”服务，即根据学生居住分布开设专线公交，试图以此替代传统校车。这一举措看似便民利民，实则暗藏隐患。我们必须清醒地认识到：“定制公交车”绝不能也不应成为校车的替代品。校车承载的不仅是学生上下学的通勤需求，更是一份沉甸甸的安全责任与制度保障。

校车并非普通的交通工具，而是专为学生量身打造的安全屏障。我国《校车安全管理条例》对校车的车辆标准、驾驶人员资质、运行路线审批、安全监管等均有严格规定。专用校车配备醒目的外观标识、安全带、监控系统、限速装置，甚至设有随车照管员，确保学生全程受到安全保护。而“定制公交车”，本质上仍是城市公交系统的一部分，其车辆设计、运营模式、驾驶员培训，均未针对未成年人特点进行专门优化。在早晚高峰的车流中，一辆混迹于社会车辆之间的公交车，如何能为孩子们筑起安全防线？

更值得警惕的是，校车制度背后是一整套责任体系。校车运营需经教育、交通、公安等多部门联合审批，实行“定人、定车、定线、定点”管理，一

旦发生问题，责任清晰可追溯。而“定制公交车”多由公交公司或第三方运营，缺乏针对学生群体的专项应急预案和监管机制。一旦出现交通事故或突发状况，责任界定模糊，学生权益难以保障。

此外，校车还承载着教育公平与人文关怀。对于居住偏远、家庭无力接送的学生而言，校车是他们平等接受教育的重要保障。而“定制公交车”往往依据报名人数和线路效益来开行，容易出现“有人无车、有车无票”的情况，变相加剧教育不公。更不必说，小学生独自乘坐公交面临走失、误车、被陌生人搭讪等风险，其身心安全令人担忧。

当然，我们并非全盘否定“定制公交”的探索价值。在短期内校车资源不足的地区，定制公交可作为补充手段，但必须明确其“辅助”而非“替代”的定位。更重要的是，政府应加大投入，完善校车服务体系，推动校车专业化、规范化、普惠化发展，而不是以“便利”之名行“推责”之实。

孩子的安全无小事。校车不是简单的交通工具，而是国家对下一代的承诺。我们不能因一时的管理便利或财政压力，就将这份责任轻率地转嫁给市场或家庭。唯有坚持“安全第一、学生为本”的原则，筑牢校车安全防线，才能真正守好孩子们的上学路。

平台岂能靠“一键上钩”套路消费者

□ 杨玉龙

学会了使用智能手机，用各类APP订餐、叫车、购物、刷短视频……不少老人以为自己跨越了数字鸿沟，可没想到一不小心掉进“坑”里——点个外卖却背上了消费贷，叫辆特惠网约车来的却是高价车，免密支付不知何时选中，开通容易退订难……老人直呼“吃不消”。有媒体记者调查发现，今年以来相关问题的消费者投诉不少。

正如媒体报道的那样，各平台在优化服务过程中，不断推送新的服务产品，以弹窗等形式放在了页面最显眼的位置，甚至把其他常用选项特意弱化。用户一旦好奇点击或误触，便一键完成了订购，想退订可就没那么容易了。例如，有的平台又是红包、又是优惠券，但消费者点进去一看是贷款的入口，各种红包跳转，以为是发放优惠，实则是诱导开通其他金融服务。以免密支付为例，开通是一瞬间的事儿，不过想退订可就麻烦了。

平台相关服务“请神容易送神难”的做法，无疑是为了自身的利益。以消费者反映的“先用后付”为例，能“一键开通”却难“一键关闭”。据媒体记者调查发现，取消该功能需进入多个页面，操作繁琐，一般需4至7步才能完成。在一些社交平台甚至出现“如何关闭‘先用后付’”的教学帖。这无疑

是在刁难消费者。

从情理角度讲，技术手段本就应该服务便利消费者，不应成为“套路”消费者的工具。对此，技术研发运用者应增强法律意识和保护消费者权益意识。让消费者“一键上钩”的做法终归是短视之举。简单理解，推出相关服务，既应有“一键开通”的便捷，也须保障消费者“一键关闭”的权利，并且应有一键免除所有推送内容的选项，让消费者真正避坑。

对于此类问题，监管部门不该忽视。一方面，应加强消费警示，增强消费者的防范意识，防止被套路；另一方面，对消费诱导行为的管理需要更加规范，可通过完善制度和出台行业相关标准规范，从根本上遏制平台滥用技术的行为。对平台违法违规和侵害消费者权益的行为，更有必要依法介入，加大惩治力度，规范企业经营行为。

总之，消费者的权益不容肆意侵害，而公平有序的网络市场环境需要社会各界的共同维护。“一键上钩”套路的不仅是消费者，更是平台自身，对互联网经济毫无益处可言。各平台在优化服务过程中，唯有将是否开通的选择权交到消费者手中，并且提供便捷的关闭模式，才是正途，更是对自身发展的负责。