

# 1200元一张“院士证” 如此“闹剧”何时休

近日，有网友爆料称，收到来自内蒙古自治区北方文化研究院的“院士、专家”发证通知。只需缴纳1200元的“工本费”，便可获得“院士”证书；若选择“专家”证，则需1000元。媒体报道后，涉事机构匆忙叫停，主管部门也迅速跟进，责令其退费收证。



## “花钱买荣誉”的乱象侵蚀社会价值导向

须知，院士是国家设立的科学技术、工程科学技术领域的最高学术称号，是终身荣誉，其遴选有着极其严苛的标准和程序。根据《中国科学院院士章程》，院士增选每两年一次，需经院士推荐、同行评审、差额选举等多道关卡，最终还要报党中央、国务院备案，每一步都彰显着学术的严肃性与权威性。而这家文化研究院，仅凭自制证书、1200元费用，就能随意授予“院士”头衔，甚至连获奖者的学术背景都无需审核，这种行为，无疑是对院士制度的公然践踏，更是对无数科研工作者毕生追求的亵渎。

涉事研究院作为正规备案的社会组织，堂而皇之地开展违规活动，哪里来的胆子？近年来，社会团体违规收费、滥设荣誉的乱象屡有发生，民政部曾多次出手整治，对违法违规社

会组织依法严惩，明确要求社会团体不得变相敛财。但为何仍有机构顶风作案？核心就在于“重登记、轻监管”的顽疾未除，部分主管部门对下属社会组织的日常运营、活动开展缺乏有效监督，给了部分机构钻空子、乱作为的空间。

更值得警惕的是，这种“花钱买荣誉”的乱象，正在侵蚀社会的价值导向。当学术荣誉可以明码标价，当“院士”头衔可以随意炮制，不仅会让真正的学术成果被稀释，让科研工作者的努力被轻视，更会助长弄虚作假、投机取巧的不良风气，让“学术”沦为“生意”，让“荣誉”变成“商品”。涉事机构所谓的“打造智库”，不过是掩人耳目的借口，其本质就是借“院士”的名头圈钱，这种行为若不及时遏制，只会滋生更多类似的荒诞闹剧，污染整个学术环境。

## 彻查追责不能“浅尝辄止”

内蒙古自治区北方文化研究院把“院士”这一崇高头衔明码标价，以“工本费”为借口谋取私利。哪怕只卖出一张证书、收取一千元费用，其行为的恶劣性质也丝毫不会改变。这种做法不仅是对真正院士群体的不尊重，更是对学术公信力的严重破坏，使得原本神圣的学术荣誉变成了可以随意买卖的廉价商品。

如果真论“工本费”，那么，一张“北方文化研究院院士”证书的制作费用，大概率仅为个位数。这意味着，1000元的“工本费”中，绝大部分都成了涉事研究院的额外收益。单笔1000或许不起眼，但如果不被喊停，大规模推销，累计金额不容小觑。作为文化领域的研究机构，本应坚守学术初心、守护文化尊严，现在却背离了公益属性，钻监管空子，炮制山寨头衔，将“山寨院士”异化为敛财手段，实在有违行业操守。

将“山寨院士”作为敛财工具的，不仅有头衔的炮制者，也包括主动购买者。他们花费重金购买虚假头衔，目的是用它装饰门面，招摇撞骗谋取私利。去年，假院士阮少平的身份造假行为被媒体曝光，他凭借伪造

的院士证书，频繁参与各类活动，从中获取了诸多不当利益。此外，今年年初，媒体还披露了部分“洋院士”头衔的售卖价格：欧洲自然科学院外籍院士7万元，俄罗斯自然科学院外籍院士68万元。购买者的动机，不言而喻。

近年来，假专家、伪院士乱象屡禁不止，背后是功利心态与监管漏洞的双重作用。一方面，部分人痴迷于学术头衔带来的光环与便利，妄图走捷径获取虚名；另一方面，一些社会组织自律缺失，违规授予各类山寨称号，而日常监管未能及时介入，让此类行为有了可乘之机。

学术荣誉容不得半点亵渎，千元院士证的闹剧必须画上句号。涉事机构以“首次开展、领导觉得不妥”轻描淡写带过，难以掩盖其违规操作的本质，需要深究。现在，内蒙古文旅厅迅速责令整改、配合调查，体现了主管部门的担当。但是，叫停、退款、收回证书，这只是算第一步；接下来，还必须彻查责任、严肃追责，这样才能形成有效震慑。

综合合肥在线、红网等

(谕路 整理)

## 下架“暗黑动漫”，更要斩断其隐秘灰色链条

□ 刘少华

时隔近十年，《东京食尸鬼》等“暗黑动漫”再次进入公众视野。据报道，尽管早在2015年，这些渲染暴力、恐怖、死亡的“暗黑动漫”就被原文化部列入网络动漫专项整治之列，但在今天的短视频平台、电商网站上，相关介绍、漫画书乃至打火机、衣服等周边产品仍能轻易搜到。更有甚者，一些博主将完整动漫切割、伪装，藏匿于长达三个多小时的“风光片”中，引导观众“跳至两小时处开始”，上演了一出“掩耳盗铃”式的传播戏法。

“暗黑动漫”并非简单的亚文化或成人向创作。其核心往往是对暴力、血腥、死亡的美学化处理，甚至包含着对极端心理和反社会人格的隐性宣扬。对于心智尚未成熟、世界观正在塑形的未成年人而言，这种内容的侵蚀是潜移默化且危险的。相比十年前，当下的传播形态已从单纯的视频播放演变为“内容+周边+社交”的复合渗透，其隐蔽性更强、覆盖面更广，若监管手段仍停留在“一刀切”的封禁层面，显然已滞后于技术和产业的变异。

媒体曝光后，相关平台已开始部分下架，这当然是必要的应急响应。但“下架”不等于“消失”，“封号”不等于“斩草除根”。从“暗黑动漫”的传播手法看，其组织性、技术规避能力都表明，这已不是

个别用户的无心分享，而是有意识的商业化运作。平台若仅仅满足于关键词屏蔽和事后删除，无异于与一个不断变形的对手玩“打地鼠”游戏，永远慢一拍。

要真正解决“暗黑动漫”问题，必须从“被动清理”转向“主动治理”。首先，平台应承担起主体责任，对于“风光片里藏动漫”这类新型伪装，需要建立更智能的识别模型，并加强人工审核的针对性。其次，电商平台对于“暗黑动漫”周边的售卖不能视而不见，有责任进行实质性审核，而非仅靠用户举报。再者，监管部门应加强对跨平台、长链条传播行为的追踪与惩处力度，对组织化、产业化的违规传播团队，要依法予以打击。

“暗黑动漫”的屡禁不止，某种程度上也折射出合法、健康、分级的动漫内容供给与青少年多元需求之间的错位。单纯的“禁”与“删”固然必要，但若能在在此基础上，建立起更科学的内容分类体系，为不同年龄段受众提供清晰的观看指引，并加大对优质、正向动漫内容的扶持，或许能从需求侧压缩“暗黑动漫”的生存空间。

守护未成年人的精神世界，不能靠运动式的清理，更不能靠平台的自觉。它需要制度化的监管、技术化的防线，以及全社会对“何为有害内容”的共识。

## 直播间“名优老酒”造假，观众莫成冷漠看客

□ 黄齐超

“老哥们，处理一批库存老酒，20年陈酿，卖一瓶少一瓶”……在一些平台的电商直播间里，“年份老酒”生意火爆。热销背后，一些所谓的“年份老酒”却暗藏猫腻。“新华视点”记者跟随市场监管执法人员，查处了一个依托网络售往全国、销售金额超2.6亿元的特大制售假冒仿冒名优白酒犯罪网络，揭开其从制作、罐装、转运到直播销售的造假售假全产业链条。

尽管商家的话术很高明，但消费者也不是傻子，毕竟，用低价购买高端白酒或老酒，本就不合常理。所以，对于商家在直播间销售的造假“名优老酒”，不少观众其实心知肚明。从某种程度上说，直播间虚假宣传泛滥，也与观众和消费者的冷漠有关。

直播带货中的夸大营销早已不是新鲜事，“陈酿”“稀缺”“亏本甩卖”等话术随处可见，久而久之，不少消费者将其当作直播行业的“常规操作”。再者，一些消费者明知几十元买不到真正的名酒、老酒，却抱着“凑活用”“便宜没好货但也亏不到哪去”的心态尝试，甚至默认“直播间的东西本就真假掺半”。这种麻木让不法商家有机可乘，他们肆无忌惮地将劣质假酒包装成“稀缺老酒”，堂而皇之地通过直播销往全国。

更深层的麻木，是消费者对自身权

益和食品安全的漠视。部分消费者认为，一瓶假酒价格不高，即便买到假货，也懒得花时间取证、维权。还有人抱着“偶尔喝一次，不会有太大问题”的侥幸心理，忽视了假酒可能存在的健康隐患。这些行为都导致侵犯商标权益的售假者违法成本大幅降低。

商家直播时很狡猾，用特殊字代替敏感字，躲过平台的技术监督。不过，直播间都有“投诉”或“举报”按钮，上传录屏、截图、商品链接等证据，观众发现虚假宣传，即可一键举报。消费者的麻木，无疑是对直播售假的纵容。这种麻木不仅伤害了自身，也损害了正规商家的利益，破坏了整个直播电商行业的公信力，让流量红利沦为不法分子收割利益的工具。

当越来越多人选择沉默、妥协，则会释放“违规无代价”的错误信号，导致“破窗效应”与“沉默螺旋”的恶性叠加。不法商家便会更加大胆，不断升级造假手段，从仿冒包装到伪造检测报告，构建起完整的售假产业链，最终导致直播规则、市场秩序和社会信任的系统性滑坡。

遏制直播售假，从不是监管部门和平台的独角戏，消费者须主动对直播间的虚假宣传说“不”，拿起法律武器积极举报，维护自身权益。这样才能形成全民打假的氛围，挤压造假者的生存空间。