

评论员观察

新生录取通知书是一份对录取学校和学生双方重要而严肃的契约,行文及其印制必须足够严谨,呈现出应有的严肃性、权威性与公信力。为此,校方必须对相关文稿及其印制企业严加审查,严格把关。只要录取通知书出现了错误,校方作为发放录取通知书的主体就得承担主要责任。

录取通知书“录”印成“寻”,这锅广告公司背不动



评论员 王学钧

近日,四川宜宾学院闹出一桩大笑话——2024级新生(专升本)录取通知书内文出现硬伤,“录”字成了“寻”字,“录取通知书”成了“寻取通知书”。

这种错误不可原谅。

新生录取通知书是格式化的,内文总共只有几十个字。而在这几十个字中,“录”字是显而易见的关键字。可就是这样,宜宾学院竟然给弄错了,并且错得很“彻底”——直到通知书发出去之后,才经由“提示”发现“录”印成了“寻”。这错犯得太低级、太离谱了。

虽说宜宾学院在全国高校中显得很普通,可毕竟也是一所位列软科“2022年中国大学排名(主榜)”第413名的省属公办本科院校。这样一所大学竟连一份新生录取通知书都弄不好,以至于犯下如此令人汗颜的低级错误,沦为群嘲的对象。

这些年,像宜宾学院这样犯低级错误的高校并不罕见。河南财政金融学院把录取通知书上的“报到”错印成了“报道”。安徽巢湖学院把录取通知书上的报到时间“9月6日”错印成了“9月6月”,浙江宁波大学把录取通知书上的英文单词“University”错印成了“Unversity”……仅是最近这两三年的这些“案例”就足以让各个高校引以为戒了。

遗憾的是,宜宾学院并没真正把“前车之鉴”当回事。面对这么多“案例”,宜宾学院不仅犯下同类的错误,而且错得更离谱——相比于把“报到”弄成“报道”等,把“录”弄成“寻”错得更加令人难以接受。

事发后,宜宾学院教务处发了一则更正声明,表示将更改错字、重寄录取通知书,并对“工作上的疏忽”深表歉意。这种舆情应对姿态看似靠谱,实则诚意不足。在“抽象”表态之余,宜宾学院教务处试图把错误“限定”为印刷错误,并把“锅”甩给跟校方有合作关系的那家广告公司。

其实,这“锅”广告公司根本背不动。新生录取通知书是一份对录取学校和学生双方重要而严肃的契约,行文及其印制必须足

够严谨,呈现出应有的严肃性、权威性与公信力。为此,校方必须对相关文稿及其印制企业严加审查,严格把关。不论问题具体出在哪个环节,只要录取通知书出现了错误,校方作为发放录取通知书的主体就得承担主要责任。

作为责任主体,宜宾学院无法当“甩手掌柜”——可以追究相关印制企业的责任,但不能让相关印制企业“扛下所有”。在宜宾学院,直接负责录取通知书发放并具体跟相关印制企业对接的是学校教务处,鉴于录取通知书的重要性、严肃性、权威性,教务处自然应该设置好录取通知书的印刷制作流程,并对每一步严格把关。因此对犯下的错误,教务处难辞其咎,分管教务处的相关校级领导难辞其咎。

在已有这么多前车之鉴的背景下,宜宾学院依然犯下这么低级的错误,如果只对印制企业打板子,而不是厘清责任,对学校教务处及其分管领导严肃问责,那肯定不可接受。这么做不仅避重就轻显失公平,也无法惩前毖后,督促校方改进工作作风,提升管理水平。

来论

求职服务成生意,谁来帮求职者避“坑”

有的表示能提供简历优化、内推机会、笔面试辅导、谈薪咨询等“一条龙”服务,有的声称有大企业高管或资深人力资源人员一对一辅导,保高薪、保进名企等。近年来,每逢毕业求职季,求职服务机构总能吸引部分求职者的注意。据报道,这些机构的服务价格不菲,从几千元到几万元不等。然而,这些机构服务质量良莠不齐,有的机构还存在货不对板、退费难等问题。

从诸多报道来看,主要问题是虚假宣传、服务质量差,根本不像宣传的那么专业、有效。比如宣称“提供精品一对一服务”,实际是一对多,就连课程上的都是录播课;又如宣称可以优化简历,实际只略微改动了排版和格式;推荐岗位的次数不仅大大缩水,有的已过时效,有的与求职者的求职意向也不符;承诺的内推资源是行业顶尖企业,实际是一些基本没听说过的小公司……总之,部分求职服务让不少购买者感到“毫无用

处,简直是在浪费钱财和时间”。

遇到虚假宣传,服务质量差,想退钱却又“没门”。几千元或几万元对还未踏入社会的学生而言并非小数目,为什么能吸引他们放心支付?原来有“退款条款”兜底——不少服务机构向求职者承诺,如果服务期内没有通过内推拿到offer,则向学员退款。然而由于缺乏有效的监管,“退款条款”并未得到真正履行,即使被履行,机构在列出已消费的服务清单包括简历优化、线上课程等的费用后,可退的钱已经寥寥无几。

像这类求职服务不仅是不靠谱,而且是套路重重,使求职者遭受经济损失,甚至要经受精神折磨。相关部门针对这类投诉,往往劝导求职者不要轻信求职服务机构的承诺,应慎重选择这类服务,比如考察机构资质,仔细阅读合同,详细了解具体服务内容、费用明细和退费政策,等等。这类提醒当然没错,但求职者在迫不及待的心理下,就会

丧失正常的判断能力,外部的避“坑”帮助是必不可少的。

就业是最大的民生,求职者不应是被任意收割的“韭菜”。各地相关部门必须重视求职服务乱象,守护求职者的权益。由于缺乏有效的行业标准和监管,一些机构提供了低质量服务而不受惩罚,最终才导致该行业鱼龙混杂、乱象频出。相关部门当务之急是建立有效的求职服务行业标准和监管措施,甚至应完善相关法律法规。

求职服务成生意也表明,各地应提供更多高质量的公益性求职服务。据报道,今年以来,有的地方面向高校毕业生提供“实训+招聘”一站式就业服务,通过就业培训、实战演练等环节,切实提高毕业生求职能力。期待各地相关职能部门齐心协力,以更加优质的就业服务,为求职者赋能,为稳定就业大局、促进经济社会发展保驾护航。

据北京青年报

老教授地铁上“被收徒”:要避免美化事实造成误导



评论员 孔雨童 绘画 徐进

近日,一个发生在地铁上的小故事,以先后反转的两个话题登上热搜:“北大博导在地铁里收徒”和“北大博导否认收徒地铁看书小孩哥”。此事源于一位北大老教授,在嘈杂的地铁里遇到一位安静看书的小男孩,就上前鼓励了几句——但这个片段被人拍上传到网上,标题和内容却硬被升华成“收徒”。

徒弟其实是没收,事实被“改写”后,老教授不得不出来回应。

对一些正能量事件,大众心理天然趋向于更理想、动人的细节和结果。传播过程中,尤其流量导向下,发布者时常会自觉不自觉地“美化”甚至做加法:见义勇为者被描绘得“十全十美”,励志少年被“深化”其悲惨身世,科学天才被频频“神话”……短视频时代,大众习惯对信息片段式捕捉而无暇深



究,更给一些失真和夸饰提供了空间。

但违背客观事实的“美化”、加法,对公众是种误导,对当事人易造成困扰伤害,也会让正能量本身失色。

一个常见的例子是,对一些行义举后获得奖励的当事人,舆论和大众都喜欢高度关注“奖金如何使用”的问题。这背后藏有对“捐献”“用于公益”这一惯性答案,和对善行

者更完美形象的期待甚至推动,却难免让当事人被“绑架”或面临“不得不捐”的尴尬。

要尊重事实,尊重当事人及真实人性,避免对“完美正能量”的惯性追求,在流量时代,亦要警惕“正能量”的工业化、商品化。不迎合、不夸饰,保护好珍贵的社会信任,才能让正暖美长久地发挥其真正的力量。

投稿邮箱:qilupinglun@sina.com

北大毕业三年后重新高考学医 遵循内心自有壮丽风景

观点

为圆梦学医,北大金融学专业毕业的陈如月重新参加高考。2024年7月8日,她查到录取结果:上海交通大学医学院临床医学(八年制本博连读方向)。2017年,陈如月从上海市实验学校考入北京大学光华管理学院,完成本科学业的同时,对医学的热爱也与日俱增,立志成为一名临床医生。谈到自己的选择,陈如月表示:“从小到大,尤其是在北大读本科时,我曾反复思考自己未来的职业选择,最后我发现我兴趣最大,也最适合的是医生。”

陈如月高考时选择了当时热门的金融学专业,后来发现金融并不是自己最感兴趣的领域。她的转身对他人也是启示,就是在求学与择业时,究竟是追逐热点,还是遵从自己的内心。一些表面光鲜的专业,如果并非个人的内心所愿,学习起来会磕磕碰碰,工作起来也未必有多大的成就感。遵从内心的愿望,才能行稳致远。

北大毕业三年后重新高考,不能说以前的书就是白读了,在求学的过程中有所悟道,找到自己的“真爱”所在,这也是收获。敢于转身,敢于挑战自己,人生就不会设限。把兴趣转为志趣,一路坚定前行,为之不懈追求,就会成为更好的自己。

据极目新闻

“游客停车被锁报警被反怼” 不规范执法应当引以为鉴

7月12日,有网友发视频称在大连旅游时,因为没在饭店吃饭被锁车,报警后被民警“怼”。13日,@大连公安发布情况通报称,老虎滩沿海派出所两名民警未能正确履行职责,已对两人停止执行职务,并依纪依规作出相应处理。

诚如通报所说,责问报案人,本身就不专业,也不见对饭店老板询问,这在网上也被视为对老板的偏袒。更糟糕的是,还把整个事件的矛头引向了自己——原本人们争论的是饭店抢占车位的蛮横,但现在反倒聚焦起了执法本身的问题。

值得一提的是,这起事件发生后,网上也有“大连能不能路边停车”“大连不能去旅游”之类的调侃。客观来说,这类调侃肯定是夸张了,拿个案去判断一个地方整体的状况也不准确。但这也说明,执法行为的影响在互联网时代具有很强的外溢性,处理方式和结果不会只局限于当事人,某种程度也是城市形象对外展示的一个窗口,可以为地方口碑加分或是减分。因此,对于类似的事件应当引以为鉴,举一反三,也让每一位执法者都能意识到自己身上肩负的社会关注,对民众之间的矛盾多一些共情和理解,自觉做到规范、严谨执法。

据红星新闻

别让研学游变“到此一游”

暑期到来,各大旅游平台、旅行社纷纷上新研学游产品。研学游热度持续攀升,相关产品预订火爆。调研数据显示,面对近年来日益旺盛的市场需求,研学游经营主体加速增长。2023年,研学市场规模达1469亿元。然而,市场火爆的同时,部分经营者资质不全、价格不透明、服务质量参差不齐、实际服务与广告承诺不符等乱象随之产生。一些家长吐槽称,“只游不学”“研学游变成了到此一游”。

值得注意的是,目前的研学游市场可以清晰地分成两部分,一是由学校主导的公益性活动,二是由其他社会机构组织的盈利性活动。相比通常流程完备的学校公益性活动,直接面向消费者的盈利性研学游活动虽然市场发展更迅猛,但各种问题也更加凸显。

研学游市场出现的种种乱象,既包含国内旅游市场上的通病,也有其特殊之处。虽然研学游行业此前已有相关规范和意见,但时隔多年,行业规模今非昔比,而且出现了不少新情况新问题,这也意味着行业规范需要有针对性地进一步优化完善,与时俱进,补上规则短板。

据经济日报