

职高生代笔博士生论文, AI 不应成帮凶

多个电商、社交平台上都有论文代写的身影,俨然形成一条完整的灰色产业链。一家以“代写论文”为主营业务的工作室,在4月接到了600余单的论文业务。中介宣称的“老师代写”,毕业生眼里的“专业写手”,不过是深谙降重之道的论文剽窃者,或使用AI(人工智能)写作的外行人。

用AI编造或扒文降重
一篇本科论文,从确定题目,到完成初稿,要花费数周甚至数月的时间。而在论文写手这里,半天就可以完成一篇。

“谁有时间去扒文献、找数据,研究这题该怎么写?交给AI就行了。”一位写手称。

4月中旬,记者从卧底的写手群里接到一位某体育学院的本科生研究国内某知名运动员的战术运用的论文。

记者注意到,这名学生的论文提纲中,详细地列出了运动员在比赛中进攻、防守等动作的频次、得失分的统计分析项,但在他1.5万字的论文初稿中,能够支撑这些分析的数

据却少得可怜。“客户的初稿太水了,只保留提纲,剩下的重新写。”上午11时,记者接到这个论文修改单时,中介要求,“晚上12点,必须交稿。”

12个小时,要完成一篇万字论文,非易事。一位有经验的写手告诉记者,可以用AI写。论文中的数据统计,可以先让AI合理地编一些数据,再让AI根据编好的数据,一章节一章节地分析,“一下午就搞定了”。

由于AI不能访问知网等学术网站的网站,不能列出论文中依据了哪些参考文献。有写手支招,可以让AI模拟参考文献的格式,随机编了一些参考文献,列在论文的末尾。记者发现,论文价格低廉,一些文科类专业、万字以上的论文,中介通常开价在300元到500元。只有一些理科类的专业,需要画图、做程序、设计、模型的论文,才会开出500元以上的价格。

职高生代写博士论文
进入论文写手群接单,并

没有什么门槛和审核。“什么学历,擅长什么?”中介简单一问,便将记者拉到发单的群里。

多位写手称,他们身边就有初中文凭的写手。而关于这个话题,另一位写手的回答更让人惊讶:我身边还有职高毕业的,在代写博士论文。你敢相信?

一位初中学历的写手向记者介绍,他进入代写行业已经7年了。记者了解到,写手群里除了低学历的写手,也有一些在校大学生和将代写当作兼职的社会人士。

24岁的李荷(化名),在大三时就开始代写论文。2023年,她开始在微信群里售卖“AI写手变现课”,招收了百余名学员。宣传海报显示,课程内容如何进入写手群接单、长短文章写作以及写论文的专项训练。

一位参加李荷直播课程的学员告诉记者,像他这样有一些文字基础的学员,上完直播课就直接接论文代写了,

“我第一个月,挣了5000多元”。

一体化治理处罚才能遏制代写乱象

事实上,由于代写的论文多是通过剽窃他人论文降重,或使用AI完成,就算最终通过了答辩,还存在被查的风险,后果更严重。

2023年,江西农业大学研究生院一名已毕业10年的学生,因论文存在“剽窃他人作品和学术成果”作假行为,被撤销硕士学位。

目前部分高校已经宣布将对学位论文进行AI检测。21世纪教育研究院院长熊丙奇则认为,由于AI的发展及普及,很多学生也开始借助AI来完成论文,但不论用人工智能代写,还是花钱请人手工代写,本质都一样,属于不劳而获的学术不端行为。要遏制代写论文乱象,就必须进行一体化的治理,形成不同主体的合力,要追究参与论文代写双方的责任,由此让代写论文不再有野蛮生长的空间。(摘自《新京报》5.22 程亚龙/文)



2024年5月
24
星期五
甲辰年四月十七
总第3350期 (今日16版)
湖南日报报业集团主管
华声在线股份有限公司主办、出版
国内统一刊号:CN43-0032
邮发代号:41-13 总编辑:盛伟山
全国邮政投递服务热线:11185
本报邮箱:web-bwb@163.com

“背篓菜市”,巴适!
重庆背篓菜农有专属菜市了!据报道,由于乘地铁进城卖菜的背篓菜农没有固定摊位,当地协调了一处防空洞作为免费卖菜市场,让群众和菜农实现“双向奔赴”。菜农们纷纷表示:“太巴适(表示舒服)了!”
背篓专线与背篓菜市,承载着菜农“把菜卖个好价钱”的朴素愿景,也承载着一座城市开放包容的烟火气与人情味。这样为民办实事的“背篓菜市”,不妨再来一打。(摘自《广州日报》5.21 今日短评)

中国邮政发行百强报刊



- 导读**
- 3版 **以色列总理防长因战争罪被申请逮捕令**
 - 4版 **古人的“备考心得”**
 - 5版 **《我的阿勒泰》为何这么火**
 - 14版 **毛泽东七封电报指挥解放武汉**

「图书价格战」还要继续打吗
近日,两份“联合声明告知函”在网上流传。北京8家出版社和上海出版经营管理协会代表上海46家出版单位发出声明,不参加京东618图书大促,即618期间累计8天以全品种图书价保2至3折进行促销。此事引发多方热议。

图书大促是好事——图书价格降低无疑会激发消费者的购买欲望,促进文化消费。同时,对电商平台而言,促销活动能够吸引更多用户,提升平台影响力。然而,问题的关键在于,这一促销方案是否合法合规,是否尊重了出版社的意愿和利益。

不能“杀鸡取卵”——图书行业对“大促”的抵制,主要源于其会极大扰乱图书定价,导致行业无利可图。一旦价格战成了行业导向,还可能造成劣币驱逐良币的现象,出版社出于投入产出比的考虑,会更倾向于出版快餐式、低成本的通俗读物,导致文化市场的干瘪和浅薄化。

图书价格亟待保护机制——图书行业不妨和电商平台共同探讨一些共赢的规则。比如电商平台对图书营销活动设计一定的下限,图书行业在定价方面进行适度调整,主管部门也不妨参与其中。无底线的价格战打下去,看起来热闹,伤害的却可能是行业根基。(综合《南方日报》、光明网等)

热点围观

责编:陆嘉琪 版式:孙哲 校对:杨蕊飞

炫富拜金是一股毒流量

5月21日,多名百万级网红全平台账号被封号、禁言,包括王红权星、鲍鱼家姐、柏公子。他们有一个共同特点:频繁展示奢侈的生活方式,比如“王红权星”就曾自称在北京一个小区有7套房,身上没有8位数不出门。

“王红权星”之流试图营造一种极度偏离现实的幻象,以窥探为入口,以欲望为诱饵,用赤裸裸的拜金场景散播一种病态的价值观,即好好学习、认真工作、努力生活的意义,远远比不上纸醉金迷、一夜暴富的感觉。一旦有人轻信,就很容易陷入绝望、压抑的情绪,甚至迷失自我,这无疑是对受众的误导,是对健康社会文化的腐蚀和毒害。

其次,那些所谓的炫富视频本身难辨真假,其中不少网红根本就是在通过打造“人设”来吸引粉丝,赢得流量,从而为后期通过带货、广告等形式“变现”铺路。因此,对于“王红权星”们,一禁之还不够,更要调查清楚事情的来龙去脉,让公众认清这一群体的真面目。此前的类似案例通报也说明,唯有权威、详细、到位的调查才能让真相水落石出,让公众更深刻地认识到铁腕治理背后的意义。

要打击这股炫富拜金的毒流量,平台必须肩负起主体责任。不少网友反映,在平台上举报炫富内容常常因举证不足而以失败告终,平台给出受理结果后便再无下文。需

要提醒的是,当下的炫富视频也具有一定的隐蔽性,往往以“体验”“揭秘”来包装内容,因此平台更需要加强甄别的能力,拿出治理的决心,彻底切断毒流量吸粉变现的利益链。广大网友也期待,通过有关部门常态化、持续性的治理,让所谓的炫富网红彻底在网络空间中失去立足之地。大家的生活水平提高了,当然可以在互联网上“晒一晒”自己的幸福日常,但是人们希望从中看到的是轻松、积极、温暖、阳光的内容,而非嫌贫爱富、贪图享乐的病态心理和错误价值观。那些以骄奢为荣、以炫富吸睛的网红,应该彻底“凉凉”了。(据澎湃新闻5.22)

有的走红有的关停,政务号喧嚣中不要“忘本”

沦为“指尖上的形式主义”

互联网时代对政府和民众的沟通提出了新要求。新媒体是发布信息、服务群众的便捷途径。然而,一些地方在推进政务新媒体建设的过程中,却渐渐跑偏了方向,一味地铺摊子、扯面子,不切实际、贪大求洋。

梳理这些关停的政务号,不难发现,内容粗糙、脱离群众、疏于管理是共性问题。

有的号从注册到注销,就没上心更新过。以四川某镇政府的微信公众号为例,自2017年注册到今年4月25日停更,标记为原创的内容只有5篇,大量内容是对其他媒体的全文转载。

有的号被养成了工作动态、值班日志,离群众很远很隔阂。要么是工作动态,要么是会议纪要;不是领导去哪儿了,就是又开了个什么会议,把本该面向群众的账号,活生生办成了自家的内部黑板报。

有的号疏于管理,充斥着

最近一段时间,昆明、西安、青岛、南京等地的一大批基层政务微信公众号、微博法人账号停止更新并启动注销程序……网民表示看不懂:新媒体政务号到底怎么了?

推销商品、玄学算命等内容,有的甚至公号私用。认证为“中共镇原县委宣传部官方微博”的蓝V政务微博,曾经多次发布“测算、合婚、开财运”等内容,引发网民争议。

还有大量账号,被养成了僵尸号。十几人次的阅读量,半死不活的更新状态,正是部分政务新媒体账号的常态。

以上林林总总,归根到底就一个病因:没有想明白“做新媒体账号给谁看”这个基本问题。

政务新媒体代表着政府的形象,不能只关注账号的设立开张,更应关注有没有影响力、有没有服务性,否则就会沦为“指尖上的形式主义”,既耗费了大量精力,还加重了基层负担。



政务新媒体怎样办?

政务新媒体能不能搞?必须要搞!网络时代,基层群众对政务信息发布、重大政策解读、公共服务响应、民众交流沟通,都有着强烈的需求。

政务新媒体怎样来搞?用心来搞!回归到为人民服务的初心本质,把群众的需求当成办号的宗旨,这是不二法则。

事实上,不少政务号已经做出了表率。

不久前,深圳市卫健委微博发布《霸总剧里当医生,我只是他们play的一环》,引发网民点赞热议。短视频以诙谐幽默、通俗易懂的新媒体语言,科普了乳腺癌趁早治、白血病不能献血等专业知识,被网友称赞“好上头,看得想充会员”。

深圳卫健委微信公众号凭借“妖娆”的标题和极具“网感”的内容,成功“出圈”,在全国范围收获大量粉丝。

近期甘肃、吉林、黑龙江等地文旅账号和网民的有效互动,与网民“打成一片”,也起到了上情下达、下情上传的良好沟通作用。纵观“江宁公安在线”“浙里办”APP等优秀政务媒体号,无不是以内容的贴近性、服务性和实用性赢得群众的口碑。

这说明,揣着完成任务的心态敷衍了事,只能让群众平添反感;而以创新的互联网思维,讲好“为民服务”的故事,自然会被群众发自内心地喜欢。这次政务新媒体账号关停潮,不应该成为政务号发展的终点,而是政务号回炉再造、提档升级的起点。让政务号回归为人民服务的初心本质,才符合广大群众的热切期待。

能否真正为群众服务,是决定政务号去与留的“开关”。(据千笔楼5.20 马晓成、代星雅/文)



画中说 “奔腾”出圈

“膀大腰圆才有那个味道”“啤酒肚是加分项”……近日,一段老师课堂展示蒙古舞《奔腾》的短视频走红网络。据报道,这名跳舞的老师是中央民族大学舞蹈学院院长姜铁红,也是《奔腾》的第五代领舞。很多学习舞蹈的网友表示,感受到了姜院长对舞蹈的热爱和教学的认真。(摘自《北京晚报》5.20)

今年以来,全国多地发布网约车行业风险预警,公开提醒慎入网约车行业。预警信息显示,多地网约车运力已趋于饱和,或者远超实际需求。在众多网约车平台中,有的平台没有开展经营,有的平台接入车辆低于50辆,有的平台日均单量小于1000单;网约车从业人员的经营状况同样不乐观,多地网约车单车日均接单量不超过20单,日均营收在20元左右,单车日均收入仅200多元。(据环球网5.21)

多地提醒慎入网约车行业

一天卖几百杯!“十元咖啡阿姨”爆火

三小袋雀巢速溶咖啡,用热水壶里开水一冲,封装插管,一杯卖10元。最近两天,南京74岁老阿姨靠“手冲咖啡”突然大火。

5月18日晚,网友“@蟹蟹老板”在网络平台发布了一条短视频《当我10元买了一杯纯手工咖啡》,短短19个小时点赞量就超过170万。经过多家媒体报道,老阿姨所在门店成为网红打卡地,一天就能卖出四五百杯。

“手冲咖啡”老阿姨成网红,似乎有点无厘头。但细品之下,发现网友对其的追

捧,除了怀旧、货真价实等因素,更是对老阿姨诚信经营的一种认可。

据报道,老阿姨姓韩,今年74岁,经营这家店面已经30多年了,主业是卖甘蔗汁,一天能卖1000多斤。咖啡也卖了20多年,最早是6元一杯,冲两袋雀巢速溶。前两年有顾客嫌两袋咖啡冲一大杯太淡了,她就改成了冲三袋(雀巢)卖10元。

老阿姨说:“我也不知道怎么火起来的,我就是实打实地做。”谈到爆火的秘诀,她笑着说:“让人家看得见,

保证质量。无论是甘蔗汁,还是咖啡,我都要保证质量。”在网友视频中,老阿姨反复强调,自己不卖杂牌咖啡,只卖雀巢,且一定是用三包咖啡,“不卖也不能少。”

如今的消费市场,“鬼秤”“天价月饼”“雪糕刺客”现象频发,早已让消费者厌倦甚至抵触。相反,南京老阿姨的“手冲咖啡”,没有花里胡哨的套路和过度包装,全程让顾客明明白白消费。有网友这样留言:火的是咖啡吗?不是,火的是阿姨这份实诚的本质。(据上游新闻5.21)