

高考本科批次录取陆续结束

考生专业选择透露哪些新动向

新华视点

目前,各地2021年高考本科批次录取陆续结束。今年考生专业选择中,医卫类持续向好、师范类大火、强基计划吸引力增强。“新华视点”记者采访发现,在专业选择与职业预期呈现强相关特点的同时,考生个人志趣、对未来产业的前瞻等越来越成为志愿选择的关键因素。

动向一:师范等专业受热捧,就业前景明确成重要考量

2021年师范专业火出了圈。在一些省份,部属师范院校的专业组投档线飙升,有的大学录取线已经接近北大、清华,非部属师范院校也水涨船高。华南师范大学招办相关负责人表示,今年该校师范类专业录取分数与去年相比有所提高,尤其是英语、汉语言文学、历史学、物理学、计算机科学与技术等传统师范专业,录取分数显著提高。

广东省教育考试院相关负责人介绍,近两年高考录取中,职业稳定、社会需求大、就业前景明朗的专业更受欢迎,其中师范类和公安、司法等专项的招录情况都比较好。

华南师范大学教授陈先哲说,师范专业持续火热的背后,反映出人们在就业竞争日趋激烈背景下的求稳心态。就读师范专业有将来获得在编教师岗位的竞争优势,升学深造的机会又不比其他专业差。尤其是去年新冠疫情暴发,大学生就业受到前所未有的挑战,疫情带来的就业不确定性让考生、家长专业选择心态更加趋向求稳。

此外,多位专家表示,之前很多考生期望毕业后去互联网大厂、金融机构等就职,薪酬是首要考量因素。近两年,互联网行业从业者的劳动强度和精神压力问题引发社会关注,很多考生和家长的选择由此发生变化。

中国教育在线总编辑陈志文说,经济发达地区的考生不愿意出省的现象较之前更为明显,深圳、杭州等地高校录取分数普遍高于外省同档次学校。



动向二:强基计划第二年 吸引力增强,人数与生源质量 大幅提高

强基计划今年实施第二年,吸引力增强。记者采访多个院校发现,去年强基计划第一年,部分高校出现未招满、校考弃考、大幅降分等情况,今年强基计划录取人数增加,考生报考更加理性,认可度提升。专家介绍,总体上今年强基招得比去年更好,报名的学生更多是真正喜欢基础学科的,考生和家长都更理性了。

去年北京大学考古学专业因湖南高分考生报考而备受关注。据北大招办介绍,考古学专业今年报考依旧很踊跃,吸引了一大批高分学生报考。

四川2021年强基计划录取总数比2020年增加了162名,增幅达到了97%。今年强基计划36所高校在广东共招收了264名考生,录取人数、生源

质量均大幅度提高。

北京理工大学招办主任徐建表示,今年学校有近4000人报考强基,最热的专业是数学与应用数学、应用物理学专业。山西省招生考试管理中心高考处处长王跃说,愿意学基础学科的考生多了,今年通过强基计划录取的考生比去年增加了50%以上。

中国人民大学教授、广东招生组组长王亚星表示,考生在报考时一定要选择喜欢或适合的专业,不能图虚名而通过分数稍低一些的强基计划上名校。强基计划不能转专业,如果不喜欢就不一定能学得好,可能造成厌学。

动向三:未来产业升温,大数据、人工智能、生物医药等越来越热

从聚焦当下到放眼长远,今年考生在专业选择方面前瞻性增强。除了传统

热门专业如计算机与软件、金融、经济类专业受欢迎以外,一些新兴专业如大数据、人工智能、生物医药等也越来越热。

王亚星说,虽然很多高分理科生还是相对青睐传统一些的理工科好专业,但大数据、人工智能专业的分数已经不低,未来可期。

继2020年全国各地报考医学专业考生大幅增长以来,2021年医科类专业的报考情况持续向好。广东省教育考试院相关负责人介绍,今年广东考生报考医学类专业的热度不减,尤其是本硕博连读的八年制专业更受追捧,广州中医药大学、南方医科大学相关专业投档排位分别比去年提高5000多个位次、1000多个位次。

专家分析,医卫专业曾一度是报考低谷,如今一路冲高,吸引大量高分考生,除了新冠疫情凸显了医生职业价值和职业形象外,不少考生也意识到老龄化社会到来将产生求医高需求。

动向四:从家长意志转向考生兴趣,专业选择更加遵从内心热爱

记者在采访中发现,以前高考报志愿大多会以父母的意见为主,这两年,更多转向以考生个人志趣为出发点。北大招办相关负责人说,整体感觉学生在志愿填报时更遵从内心的热爱。

王跃说,学生在专业选择方面自主性更强,能够根据兴趣和特长,不像以前是单纯冲着学校去了。王跃遇到一个考生,对农林方面特别感兴趣,家长不认同,但考生最后还是坚持了自己的选择。

专家认为,当前一些学校已经重视从中学阶段对学生进行职业生涯规划教育,让学生更早了解自己的专业兴趣和特长,取得了一定的成效。未来,应更重视引导学生选择专业时将个人志趣与国家发展相结合,让一些重要的“冷门”专业热起来。

(记者郑天虹、胡浩、魏梦佳、王菲菲、杨淑馨)新华社北京8月2日电



生活观察

新华社太原8月2日电(记者刘翔霄、马晓媛)“一头连着课堂,另一头连着广阔的自然与社会”“乘风破浪的少年”……暑期来临,各式夏令营、研学活动逐一登场,成为不少家长解决暑期孩子托管问题、让孩子增长见识、锻炼身心的重要选择。然而记者调查了解到,在火爆的市场背后,一些夏令营的带营老师资质存疑,师生比过小,管理存在漏洞,部分机构存在“霸王式”签约,给参营安全和消费者维权带来隐患。

带营老师资质堪忧 师生比宣传闪烁其词

一周前,河北石家庄家长王先生想给女儿报个夏令营,一家名为“某某商学院”的夏令营机构吸引了他的目光。“在这家机构的微信公众号上连续浏览了七八款产品,发现都满了,没想到这么火爆。”

记者从在线旅游平台“去哪儿”了解到,我国研学旅行市场今年以来恢复很快,今年上半年,该平台研学旅游订单量已经超过2019年同期的七成,一些热门项目的预订量甚至超过2019年同期。

“从平台数据来看,超过80%的家庭出游用户会搜索研学相关的旅游产品。在疫情之前,7天-10天的中长期夏令营研学产品较多,现在3天-5天的中短期研学产品更受家长欢迎。从价格上看,暑期研学夏令营的人均费用在每天600元-1000元,在火热的暑期旅游市场中具有相当优势。”“去哪儿”度假事业部营销总监宋雅雯说。

与一般的旅行不同,家长在挑选暑期夏令营时,更看重孩子在旅行中知识的增长、眼界的开阔和综合能力的提升,同时夏令营活动的管理、安全等因素也十分重要。然而,记者采访发现,与举办方不遗余力宣传夏令营的诸多好处和优势相比,参营师生比、人员准入资质等关键词在其宣传中却显得过于“低调”。

不久前,山西太原家长李女士经过精挑细选,给上小学的女儿报了一家“英式”夏令营。该营的组织方来自北京,声称团队很专业,同时参营价格不菲,于是李女士放心地把女儿交给了对方,但随后发生的事却让她始料不及。

“老师对宿舍管理非常放任,有些孩子年龄较小,生活能力弱,老师根本不去指导,甚至遇到霸凌现象也不出面协调。”李女士质疑,类似由小学生独立参营的寄宿式夏令营,营地老师有无选取标准,是否需具备一定资质,是否做过岗前培训,是否熟悉学生心理,都要打个问号。

记者浏览多家夏令营、研学机构公众号发现,仅有部分机构会主动在页面上说明参营的学生人数、师生比等。记者以暑期“帆船营”为例,对“某某商学院”“某某熊教育研学”“某迪”等5家机构进行了对比,发现仅有两家注明团容量、师生比等关键信息。

一位业内人士向记者透露,暑期夏令营、研学活动的季节性强,每年暑期,一些机构都会出现临时增加、聘用营地老师的现象。“不需要特别的资质和审核,在校大学生也可以。一个老师带20多个孩子的情况时有发生。”她表示,由于很多都是组织方跟外地培训机构合作的产品,对于营地老师、研学导师的身份和来源,组织方其实也不是很清楚。

“霸王式”签约维权难 层层转包留隐患

记者走访了解到,当前夏令营多采取“先付款再签合同”的报名流程,也让消费者意见较大,给后续维权带来诸多隐患。

天津一位家长告诉记者,今年是孩子首次参营,她特意选择了一家办营时间长、收费较高的机构。原定活动时长是两周,以英语训练为主,但开营后一两天,孩子就表现出不适应。“英语能力达不到,上课听不懂。”这位家长说,因事出意外,且合同里规定“因个人原因出现的退营不予退费”,导致她后来的退费过程十分周折。

记者咨询了多家夏令营主办方,发现对方均要求家长先支付全款,然后签协议,个别机构甚至拒绝在家长交款前提供协议范本。其中一家收费最高的夏令营的工作人员称,营地名额紧俏,家长交全款后孩子方可优先面试,面试通过才能参营,俨然“供方市场”的派头。

一些家长还指出,近年来线上报名越来越常见,有的机构打着组织夏令营的旗号,却连办公地点都没有。一旦发生纠纷,根本找不到组织方的人,更别提维权。

除了“霸王式”签约,记者发现,夏令营组织还存在层层转包的情况,给学生安全和后续维权带来隐患。“有些地方没生源,就靠转包。”一位业内人士坦言,“但转包过程中出现意外怎么办,目前谁也说不清。”

山西太原一位家长说,今年她给孩子报名参加了一项北京名校游学活动。没想到两地人员衔接“有误”,孩子们抵达后无人接站,无人安排住宿,在人生地不熟的城市滞留长达10多个小时。

加强行业监管 建立公共平台

记者了解到,当前夏令营、研学等活动仍存在监管主体模糊、监管责任不到位的情况,消费者容易面临维权困难。曾有孩子在参加夏令营过程中被开水烫伤,主办方以办理过保险为由,要求家长走保险理赔程序,不负其他监管责任。近年来,类似的维权难案例时有发生。

连日来,记者相继拨打文旅、市场监管和教育部门等7个省市级服务热线和相关人员电话,询问夏令营或研学游学中出现纠纷应向哪里投诉,均未得到明确答案。

业内人士表示,当前应进一步明确相关活动的主管部门和监管责任,以保证孩子安全,促进行业良性发展。“主管和监管部门应进一步明确经营方能做到哪些安全防护保障,经严格批准、备案,方可准许举办。”山西省消协投诉部主任张佳说。

中国旅游研究院研学旅行项目主管、副研究员张杨建议,规范夏令营市场秩序,首先要加强行业规范与监管,特别是要加快行业标准的出台;其次要加强机构资质审核,看机构是否合规经营,是否有虚假信息;最后要建立行业公共平台,使消费者能够进行公开信息查询。

“对于家长而言,要从品牌、价格、口碑、产品内容和承诺等方面进行筛选,在合同签署过程中如发现不合理条款,应谨慎签约。”张杨说。

北京志霖律师事务所律师赵占领提醒,合同是重中之重,家长首先要仔细阅读合同,如发现有不平等条款、格式条款或经营方规避责任的条款,以及缺乏相应防患于未然的内容,就要提出增加条款,或是另行注明相关条款。

暑期再掀『夏令营热』：想说爱你不容易

治理网络盗播体育赛事难在哪儿?如何破?

新华调查

新华社北京8月2日电(记者于也童、冯松岭、李典)激动人心的东京奥运会、精彩纷呈的欧洲足球锦标赛……网络观赛已成为广大网民暑期的一项重要文化活动。不仅如此,数以亿计的用户人群、规模庞大且持续增长的市场规模,更让体育赛事网络直播成为公认的“金矿”。

新华社记者调查发现,由于盗播技术门槛低、法律维权成本高、公众版权意识仍待提高等原因,当前网络盗播体育赛事仍然屡禁不绝,近期的东京奥运会、欧洲足球锦标赛等均被一些网络平台侵权盗播。

上百家平台盗播东京奥运会、欧洲足球锦标赛等热门赛事

记者从东京奥运会赛事直播版权方了解到,据其监测系统显示,自7月21日首场赛事开始以来,已发现42家网站侵权点播比赛。23日开幕式当晚,仅有延时点播权限的腾讯视频直播了奥运会开幕式。事后腾讯针对此事发布公告表示,直播行为“系对点播版权超范围使用”“收到版权方要求立即停止超范围使用,下线直播流”,并就此向公众及版权方道歉。

据欧洲足球锦标赛版权方监测系统显示,从6月12日揭幕战起,国内就有百余个平台、渠道涉嫌侵权播出相关内容。7月12日欧锦赛决赛,版权方监测发现直播侵权平台107个,电脑端126个。为吸引用户,部分平台还大张旗鼓地对直播进行宣传。

记者以“欧锦赛直播”为关键词在网上检索,出现大量相关结果。一些网站可以直播回放,还有一些以嵌套、跳转的方式,赚取流量。如一个名为“体育直播”的

网站,可以观看多项热门赛事,每项下面都链接了六七个可供跳转的直播网站,还标注了“最快”“超清”等关键词。

记者调查发现,网络盗播案件近年来上升趋势明显,从电竞类游戏到中超联赛赛事均有涉及。

盗播门槛低、收益大、维权难成为治理堵点

此前,由于法律定义模糊,体育赛事网络直播版权保护难度很大。2021年6月1日起施行的新著作权法将直播、短视频等视听作品也纳入法律保护范畴,显著强化了相关权利法律保护力度,但治理网络盗播仍非易事。

——盗播技术门槛低、成本低。盗播的核心是三点:突破版权方防火墙、录下赛事视频、放在网络平台上播出。记者调查发现,一些版权方设置的“防火墙”很容易被破解。互联网“防火墙”领域专家告诉记者,盗播网站往往通过更换域名、网站名称等方式持续进行违法传播活动,侵权方式多样,录屏APP制作最低仅需几百元,硬件采集卡也仅千元左右。

网上一家月销3000+的软件开发店铺老板告诉记者,制作一个视频播放网站仅需2500元,10天即可交付。不仅如此,申请海内外域名、更换域名等都能得到店家协助。

——版权方维权成本高,部分“睁只眼闭只眼”。“按下葫芦浮起瓢,这边封了一个直播App,那边人家又做了一个。”多名版权方工作人员表示,创新传播方式、架设境外服务器……盗播者种种操作令版权方维权困难重重。

中国移动咪咕法务团队表示,对体育赛事盗播进行侵权取证需要较高的固定证据成本,且维权成果往往并不理想。因此一些版权方选择“睁一只眼闭一只眼”,这也为侵权者留下了“空间”。

——巨大的侵权利益驱动。据第

三方调查机构数据,2020年中国体育竞赛表演活动规模约为318.4亿元,体育直播用户规模为1.38亿人,且均在持续增长。多名专家表示,盗播从中获得的巨大利益可谓“肉眼可见”。如参考海外数据,根据一份行业研究报告,盗播给英超俱乐部每场比赛至少带来高达100万英镑的损失,西甲官方认为盗播一年造成损失超4亿美元。

——公众版权保护意识仍有待进一步提高。“我们都是点开就看,根本也没有想过哪个平台是版权方。”沈阳市民丁先生坦言,除了音乐、电视剧和书籍,他并不知道体育直播也有版权。不少受访者表示,尽管一些侵权网络平台存在画面模糊、直播信号差等问题,但如果版权方提供的直播需要付费,他们便会更倾向于寻求免费资源。

治理体育赛事网络盗播亟需多维施策

“十四五”规划和2035年远景目标纲要中提到,实行严格的知识产权保护制度,加快新领域新业态知识产权立法。专家认为,解决体育赛事直播盗播治理难应多方发力、多维施策。

记者从国家版权局获知,东京奥运会期间,将在三方面加大监管规范力度:一是重点打击公众账号特别是短视频、直播平台账号未经授权集中批量在网络平台上传、传播东京奥运会赛事节目的行为;二是严厉打击公众账号提供奥运会节目盗播链接的行为;三是着力整治网站、APP等未经授权非法转播奥运会赛事节目的行为。

“目前,国内体育赛事网络版权运营主要有免费观看和付费会员专享两种模式。”中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁说,版权方需要合理考虑付费会员的运营模式,一方面提供优质的解说资源,用内容带动消费;另一方面