

面对质疑 更需提升“回应能力”

最近,网络、报刊上用得比较热的一个词叫“正能量”,很多演艺明星也为这个词的推广给了不少力。比如,韩寒在给某品牌做广告时,低调又铿锵有力地喊出一句口号:正能量,无所畏;“正能量女王”姚晨常挂在嘴边的一句话是:愉悦力,正能量,我们一起来分享。

不能让“正能量”一词变成“负能量”

前段时间北京的一场大暴雨,让乌云密布的城市现出了“最美的彩虹”:雨中带头上路回家的明星、牺牲在救援前线的派出所所长、招呼无法回家者留宿的爷们儿、雨中救人的100多名农民工兄弟……一时间,“正能量”弥漫整个北京城,进而媒体跟进,各种带有“正能量”的大标题赫然出现在新闻报道中,各种评论也都围绕着“正能量”大力地阐释。

其实,“正能量”并非今年才出现的热词。早在十年前,《秘密》作者明达·拜恩就说过,宇宙中有一股强大的正能量,这股“能量”能让人拥有想要的一切;张德芬也认为,所有的一切都是能量的振动,而观察者又会影响到被观察者,所以我们创造了自己的世界;在李开复看来,自信来源于成功的暗示,自卑来源于失败的暗示;如果你有自信,它会在无形之中释放出正能量,推动你走向成功……

如今,“正能量”一词正在被大力使用。然而,一个再好的词,用得多了,看多了,听多了,也不免让人感到倦怠,以至于导演贾樟柯前两天在其微博里说:“好烦‘正能量’一词。”底下跟着评论的粉丝们也大都对“正能量”一词传递出了“负能量”——人云亦云、赶时髦、太泛滥、矫情、反胃、超烦……

不得不为“正能量”一词感到无辜,但这也正是新闻传播的另一条“规律”。很多热词,就是在这种过度消费、过度传播、过度阐释中被毁掉的。

这些年,网络可以说催生了如此多的流行词。当然,很多流行词的背后都蕴含着一个公共事件,值得深度解读,再者,随着微博的发展,微力量促进了公民步入社会舞台的中心,社交媒体平台的崛起,让更多的民众参与到社会事务中来,民众的评价与期望也逐步影响了现实事件的发展,可以说,很多流行词的背后也都传递出一份“正能量”。

但也有一些词在流行中走了样,要么被披上了“娱乐化”的外衣,要么难逃被过度使用、过度消费的厄运,比如当年很流行的“神马”、“给力”如今也都静躺在时间流逝的长河中,偶尔跳出来一下。其实,公众对网络流行词的消费,大多跟生活中对最新科技产品的消费一样,不过是个性化、物质文明的需要,它满足了人们对新颖、独特、刺激的需求,很多词确实稍不注意就会成为这种快餐消费的俘虏。

若“正能量”一词继续泛滥下去,也许只能等等它某一天在我们的无意识中华丽地谢幕了。

胡波

近日,百度和奇虎360为争夺中国搜索市场爆发的“三百大战”忽然升级。双方展开网络攻防战,百度对360搜索业务展开反制,用户通过360综合搜索访问百度知道、百科、贴吧等服务时,将会强行跳转至百度首页。而360随即做出回应,将网址导航搜索框中所含百度服务全部撤掉。

“三百大战”别伤害消费者利益

这场“三百大战”源于360于8月16日推出的综合搜索。360搜索推出后,百度遭受到10个月来最高的股价跌幅,奇虎360股价却大幅上涨。而伴随着百度反制,奇虎360股价又大跌6.22%,百度则涨了3.69美元。股价的变化象征着投资者对公司未来前景看法的变化,这足以显示出,这场“三百大战”的胜负,对两家互联网巨头未来的重要性。

更充分的市场竞争将更有利于用户,从这个角度看,中国搜索引擎市场多一家服务提供商不是坏事。但现实经验又告诉消费者,万不能为市场竞争的升级而盲目乐观,在中国市场上,消费者已经见多了杀破底线的恶性竞争,比如这个月刚发生的电商价格忽悠大战;比如2010年360杀毒与腾讯打的那场强迫消费者进行二选一的“3Q大战”……消费者不怕竞争双方会否“玉石俱焚”,只怕自己在战争中被企业绑架成为无辜的“肉弹”。

从目前的“攻防战况”看,无论是百度还是360,其手段虽然都很直接有力,但总归仍在底线之上。而人们担心的是,随着战争的进一步升级,利益相关、生死攸关之时,两巨头是否还能hold住底线,不把消费者卷入进来。

之所以有这种担心,是因为它们确实都有把消费者卷进来的能力。相对于传统行业,互联网企业有更强的平台特性,对用户的干预性也更大。尤其是百度和360,在所属行业中有近乎垄断的强势地位,如果它们为了竞争而放弃底线,还有很多手段可以用,比如百度可以全面封杀奇虎360所有信息,360则可以通过它的杀毒平台拦截百度广告或警示不安全等,为之付出代价的则是无辜的用户。

或许这种担心有些多余。但在经历一系列池鱼之灾,消费者真心希望发生在巨头间的市场竞争能够守住底线。中国搜索市场欢迎竞争,但不要一开始就陷入恶性竞争,归根结底,真正对用户有效的“利器”还是技术和产品。每个网民都是搜索引擎的用户,人们希望双方吸取电商价格战教训,重视商誉,珍惜羽毛,不但不要在竞争中卷入消费者,也不要在这场搜索战争打成广告战、公关战、骂战、煽动战,而应是技术和产品战。

近年来,发生在中国市场上的、损害消费者利益的恶性竞争越来越多,连最与国际接轨的互联网业亦不能例外,而同样的市场竞争行为,在国外却往往进行得很平和,这种差别很值得深思,是中国的市场出了问题,还是中国的企业家或企业文化出了问题? 曹丹

“哲学始于怀疑,终于信仰。”英国思想家培根这句名言,在今天可能会有另一种诠释。

周克华到底死了没?“艳照门”主角有谁?“院长奸淫门”是真是假?近来的各种爆料与猜疑,不仅让当事人处境困难,也再次验证了那个判断:在话语日益开放的情势下,可能遭遇更多的质疑和怀疑。

始于怀疑,终于怀疑,在许多人看来,这已经成为许多公共事件的“无言结局”;做好事和做坏事一样会被批评,说真话和说假话一样会被质疑,对有关部门而言,这似乎是不得不面对的“信任困境”。

如果说,过去的怀疑,还有事实佐证、常理推断;那么今天,我们必须面对一个新难题:爆料可能是笼统的,质疑也许是荒唐的,批评没准是无厘头的……此时,对这种“不加分析”的怀疑,是否要“不加分析”地回应?又该通过何种回应澄清事实、建立公信?

“鼻子听哑巴说瞎话看到鬼了”。有人抱怨,倘若对类似爆料都要辩白,在信息爆炸的网络时代岂不是累死了?还干不干正事儿了?有人说,有些爆料者就是吐唾沫,故意恶心你一下,搭理岂不是中了圈套?还有人相信“清者自清,浊者自浊”,与其自降身段,不如让事实自己去说话。

类似“不屑”逻辑,对个人或许成立,但换成公共部门,恐怕未必。任何爆料或传言,哪怕再鸡毛蒜皮、家长里短,或者“荒诞不经”,一旦被媒体聚焦、公众关注,有关部门就有了回应义务。否则,谎言千遍成真理,坐等传言自我净化、质疑自然消解,传言就会发展甚至以假乱真,最终导致社会的恐慌、对立和不信任。不仅如此,有关部门的“不屑”,还会引来更多更为复杂的解读。

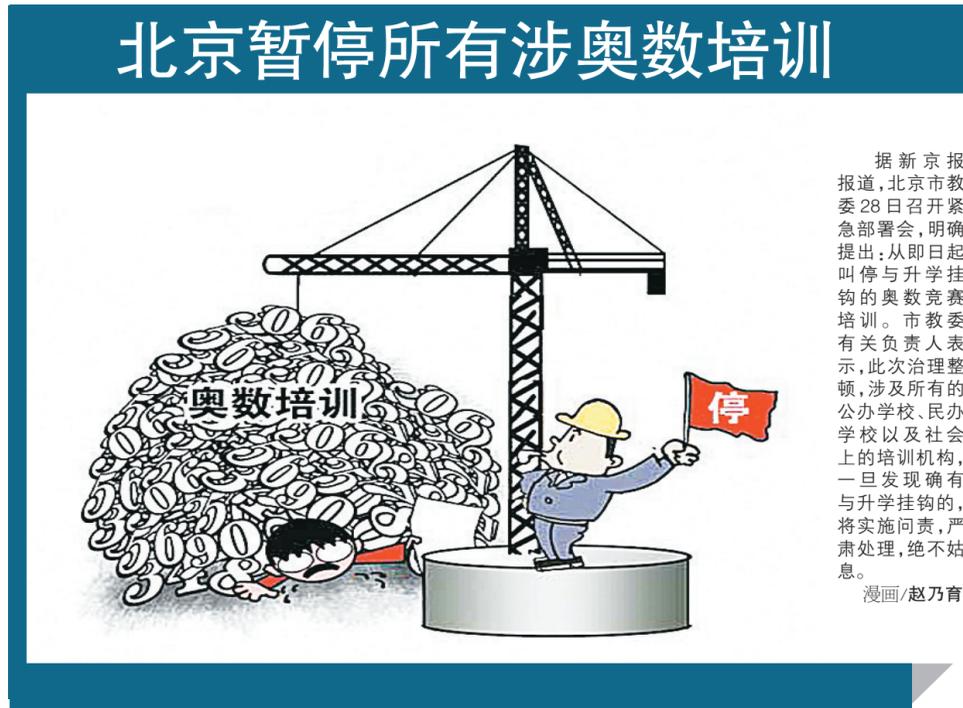
在这个意义上,或许今天的许多怀疑“不需要答案”,但有关部门必须给出答案,并以此争取公众、赢得认同、捍卫形象。这是义务,更是责任。

当然,所有的回应可能都面临着两难困境:快了,因为事实掌握不全,容易出错;慢了,又会被认为态度有问题。其实,这样的问题并非无解。一诚胜百巧,无术胜有术。比如,是用态度代替事实,还是让事实先于态度?是拍胸脯保证,还是用真相说话?是“预设结果”的自我调查,还是请中立方独立调查?面对“习惯性质疑”,是否一定要“条件反射式否认”?独自掌握真相时,是否只会“不管你信不信,反正我信了”?

世界上没有无缘无故的爱,也没有毫无条件的信任。在一个信息化的时代,许多东西都是“捆绑销售”的。一个人往往要为自己的“先行行为”买单,甚至有时候还要承担“连带责任”。一个单位或者地方,同样如此。公众的“有色眼镜”,经常由此及彼、由点到面;而公共部门的形象,也是一荣俱荣、一损俱损。只有认识到了这一点,我们才能把对各种公平和不公平怀疑的回应,当做重建信任的一环,并以此积累信任、打造诚信社会。

“这是个人迈出的一小步,却却是人类迈出的一大步”。日前,美国宇航员尼尔·阿姆斯特朗去世。这位人类探月第一人,尽管说出了让世人铭记的名言,却终其一生面临着对登月真实性的各种质疑。如今,面对“不惮以最坏的恶意来推测”的怀疑者,每个治理者在回应时都应意识到,自己的一小步,都可能是维护诚信的一大步,看似缓慢,却责任重大、意义非凡。

当然,同样重要的是,任何法治和文明社会都不能容忍损毁社会秩序、损害他人合法利益的造谣和诬陷,违法的要严肃处理,违法的要绳之以法,以维护健康文明的舆论环境。这也是一种重要的回应能力。 范正伟



据新京报报道,北京市教委28日召开紧急部署会,明确提出:从即日起叫停与升学挂钩的奥数竞赛培训。市教委有关负责人表示,此次治理整顿,涉及所有的公办学校、民办学校以及社会上的培训机构,一旦发现确有与升学挂钩的,将实施问责,严肃处理,绝不姑息。 漫画/赵乃育

梦离柯

别让“许愿池”成为“小金库”

马王堆汉墓遗址变身“许愿池”这类现象,在文物景点是比较普遍的。比如,在武当的金顶,铜建筑的构件缝隙内到处都塞满了各种零币,太子坡景点的水池里也堆满了硬币。这些现象,对于文物景点来说,其实是“幸福的烦恼”,看似细小的金额,聚少成多、积少成塔也是不小的收入,如果规范管理,还可以成为文物保护一笔固定的收入。但是,也有景点人为地制造噱头,借游客许愿的心理,骗取钱财,有的场所甚至专门利用祈福树等项目以作增收。

正是因为如此,文物景点许愿

的现象,在可以聚财的同时,也给景区环境与管理秩序带来了不小的负面影响,尤其是焚烧香纸的一些项目,不仅污染环境,对于文物古迹来说也是一种损害。

“许愿”作为由来已久、流传甚广的习俗,是祈求平安与幸福的文化心理,其作用不在于灵与不灵,而在于文化心理对个体的某种心理暗示,甚至是旅游的一种文化游戏。比如,在民间还有放生、放孔明灯等许愿的形式。从某种意义上讲,“许愿”这种文化心理是无法禁止的,也没有必要去禁止。

相反,景区“许愿”习俗,相关

木须虫

没人上重点就可以嘲讽“吊瓶班”?

“吊瓶班”的新闻刚一问世,就展现给公众足够震撼的高考场景。如今,“吊瓶班”的消息尘埃落定,全班50余名学生竟无一上重点,此种结果引发了沸沸扬扬的议论,甚至是揶揄。即便如此,“吊瓶班”是不应因其惨淡的高考成绩而遭受嘲讽的。

很容易厘清的一点常识是,吊氨基酸虽然显得有些夸张,但无人上重点与吊氨基酸之间,是不存在因果逻辑关系的。高考成绩是多种综合因素下的结果,师资力量、学习氛围、所处省份的报录比,等等,莫不决定其成败。

从新闻的内容来看,“吊瓶班”只是普通中学孝感一中的平行班(即普通班),学生基础普遍相对较差,置之于更大的范畴,它更身处竞争激烈的高考大省

湖北,此种情形下,“吊瓶班”无人上重点其实“顺理成章”,并不令人莫名惊诧。

客观说来,“吊瓶班”的出现,其中或有“高考进补”的盲从思维,也有氨基酸功效被夸大的以讹传讹,但最直接的缘由显然是:它被当成了为高考加分的“筹码”。

可以想象,当应试方向造成的教育资源不均衡依旧存在,当中小城市与乡村年轻人上升渠道依旧逼仄,当高考很多时候仍然是改变命运的重要路径,“吊瓶班”的出现就不是偶然。

氨基酸看似不恰当地输入了学生的身体,实际上不过是在为孱弱的高考能力而助力。就算结果不尽如人意,它也被怜悯而非嘲讽。

对于“吊瓶班”无人上重点的结果,我们不仅需要更冷静地

管理部门应合理引导,既满足游客的文化需求,同时也趋利避害、为我所用。一方面规范许愿地点与许愿项目的设置,取缔私人经营的“许愿”项目,保护游客的权益,同时,赋予更多的文化内涵、环保内涵以及参与性,鼓励游客向文物事业、公益慈善捐款;另一方面规范许愿钱物的统计、管理及使用,不能让许愿钱物成为经营者或者管理者的“小金库”,建立公开透明的账户、捐赠名录,加强监督和管理,让游客的许愿钱物成为保护文物景点的一部分。

木须虫

害怕,源于难以追赶

这些贫困地区的小学校长来北京,是为了参加“首届中国贫困地区小学校长论坛”。他们大多是第一次来北京,而他们在北京看到的现实场景,不可避免地与他们常年生活于其中的生活场景产生强烈反差。他们看到了“我们村离县城至少差20年,县城离北京又差了50年”。

城乡的巨大差距、乡村与城市教育的巨大差距,已有无数佐证,而今这些来自贫困地区的小学校长,又提供了一个鲜活的数据:70年!尽管这个数据并不“科学”,但它是这些小学校长用自己的青春、血汗、苦难以及年复一年的日子测算出来的,它毫无矫饰地将我们真实面对的中国展现在世人面前。

面对70年的差距,有什么鼓励的话语,能让这些贫困地区的校长鼓起“奋起直追”的勇气?有什么过硬的论据,能让他们获得追赶且赶上信心?说心里话,在这样的差距面前保持追赶的信心,是一件困难的事情。“好像我们怎么样,都赶不上外边这太好了。”这位小学校长的感慨,人们从中听出了淡然处之还是悲伤与无奈?

那位在人民大会堂里感到“有些害怕”的校长究竟在害怕什么?当自己再怎么努力也赶不上“外边”,努力究竟还有什么意义?

“我们希望让这些来自基层的乡村老师到人民大会堂,做一次真正的主角,告诉社会各界,大家该做些什么,去缩短城乡教育的差距。”这是活动主办方中国扶贫基金会的苦心。人自然不能丧失向上的信念和努力,但需要一定的客观条件和基础。尤其是在目前城乡教育差距如此巨大的局面下,如果不能切实地为乡村教育提供现实支持,单纯地让人自强不息,最终仍会流于口号。

这些贫困乡村的教师的确来到了人民大会堂,但他们还根本谈不上是这里“真正的主角”。他们自己的苦难,支撑了中国乡村教育。而整个中国教育面临的问题则是:有什么理由再让这些饱经苦难之人,继续承受苦难?

徐冰

日前,中石油、中石化、中海油三大石油巨头陆续公布了2012年半年报,“三桶油”上半年净利润出现集体下滑,然而员工工资却不降反涨。(8月29日《南方都市报》)

“三桶油”为何少盈利还能涨薪?

“水涨船高”,这是一个亘古不变的真理。对于企业而言,利润与薪酬的关系更是如此。然而2012年上半年,“三桶油”竟在企业利润之降低的情况下,逆势地将员工工资这艘船撑高,特别是中石化,利润下跌高达41.1%,职工费用却不降反涨,而且涨幅达到16.5%的惊人比例。

近年来,党中央、国务院多次强调业要加快国民收入分配制度改革,国有垄断行业的收入过高问题也随之成为众矢之的。而在这之前,公众的质疑大多还是在国有垄断企业利润高涨的前提下,如今,原本同为职工,垄断企业职工工资已经是普通企业职工工资的几倍甚至是几十倍,凭什么利润下降了,却还要涨工资?

然而,质疑归质疑,一直以来公众对垄断行业的质疑声从来没有间断过,可人家照样过得逍遥自在,想涨工资涨薪,想抬高产品价格照样抬高,特别是石油行业,经常出现国内油价与国际行情“只涨不跌”的现象。

“向国家申请补贴”、“申请涨价”、“高薪酬高福利”,这就是国有垄断行业的几大特征。盈利了,不见得向国家向国民分红多少,而一旦出现了亏损,要么向国家申请补贴,要么申请涨价向公众转嫁成本。也不管出现什么样的情况,就算是接连不断的金融危机,就算是国内整体经济出现较大问题,就算是老百姓的质疑和指责声铺天盖地,垄断行业的高薪酬高福利始终不动摇。

尽管名义上国有垄断企业归全民所有,经营利润理应在进行合理分配后由全民共享,但事实是这些红利现在已为少数人专享。出现这种现象,只能归结于监管机制对垄断行业的形同虚设,而所谓的收入分配制度改革在他们那里更是一纸空文。垄断,就像一台台吸金的大机器,利用垄断地位与垄断优势,通过获取超额垄断利润,实现了扭曲的“按垄断分配”。

收入是衡量社会公平公正的最好标尺,一个社会的最大不公无疑是收入不公,“干得多挣得少”,“干得少挣得多”,收入不是与付出成正比,而是取决于行业本身是否手握资源,这种不正常的分配格局也难怪老百姓对此怨声载道。在金钱、利益高于一切的大环境下,如果全然指望垄断行业自律,降低高管和员工的薪酬,让利于老百姓,那无异于痴心妄想。而想要改变现状,需要管理层的魄力和决心,需要大刀阔斧的手段。只有完善的监管机制,只有强有力的执行力度,垄断行业的畸形薪酬问题才有可能被拉回到正常的轨道上来。

梦离柯