

谣言止于公开 互信缘于透明

□ 李泓冰

禽流感来袭,全国的目光强力聚焦,盖因公众太容易联想到10年前的非典。现在,从政府部门到社会公众都深知,在疫灾突如其来的非常时期,牢牢维系民族凝聚力,让人们科学对待、沉着应战的首要一条,就是权威信息发布的公开透明。

我们并非从一开始就洞悉这一点。曾经,在负面事件出现时,一些部门和媒体本能地选择沉默和观望,以致错失权威信息披露的先机。其后果不但影响决策的效率,更导致不实传言甚至是恶意谣言漫天乱飞。结果,随后即使公开再多千真万确的信息,却因明显滞后,导致政府公信力大受损伤,深陷所谓塔西佗陷阱——哪怕说了真话,也难以取信于民。

当年非典的信息披露,就经历了这样一个曲折的过程。一些地方政府最初怕伤及稳定,选择瞒报疫情的严重程度,不但使各地因放松警惕而导致疫情扩散,公众的心理恐慌或猜疑也伤及了政府诚信与社会稳定。接下来,北京市和卫生部主要领导因为对此负有责任,相继职务变动。媒体也开始了铺天盖地对非典型疫情发展和应对举措的报道。公众在如潮水般涌来的准确、透明的信息披露面前安静下来,人心重新凝聚,疫情传播得到有效遏制。

中国抗击非典的曲折,充分印证了,唯有及时准确的信息公开,才能抚慰公众的焦灼无助。这对中国信息

公开的历史进程,具有意味深长的里程碑意义。

现在,多地都在逐日发布关于禽流感的最新讯息。比如上海,时常会有紧急新闻发布,发现新的病例,及时向公众报告;公众疑心疫情与死猪相关,也立即采样化验,释疑解惑。南京发现麻雀群死异常,卫生部门闻报随即介入调查。兰州有传出现禽流感病例,卫生部门查验后第一时间发布此信息不实……

是的,仍然会有公众质疑,比如为什么事隔20多天才公开首例人感染禽流感病例?为何证实与死猪无关却只需一天?媒体也在耐心解释,对未知病毒的检验需要时间,而排除明确病毒感染则相对比较容易……

其实,公众的质疑,也是一种正能量。唯有不懈的质疑,才会不断砥砺政府信息公开的速度与力度,才会在权威解疑中修复社会互信。有的时候,人们对所有信息发布、哪怕是权威发布,一概抱持“我不相信”的态度,这使信息有效沟通、社会有效管理、危机有效防范的成本大大增加,也使信息社会的伦理规范被动摇,社会的互信基础则在谣言不断引发的集体性焦虑中被渐渐蚕食。

片面地指责“我不相信”,于事无补。唯有充分的信息公开,靠对瞒报行为的惩戒,方能锻造政府坚实的公信力。而对付个别恶意的网络谣言,除了完善相关法律,加大对造谣者的惩处力度以外,最有效的撒手锏,依然是最大程度的公开透明。

谣言止于公开,互信缘于透明,这是颠扑不破的真理。

天书病历



□ 孺子牛 文/图

“火星甲骨文,闻所未闻。天书病历本,实在没法认。”据《温州都市报》报道:小杨在微博上发出一份医生写的病历,网友称

医生的字堪称“天书”。多名医生药师辨认不清楚,当事医生意识到写得过于潦草,并表示今后会改正缺点,端正字迹。

明星集体跳水,是在玩票还是玩命?

□ 张楠

最近,国内两家卫视的两档明星跳水节目撞了车,一夜之间,跳水就火了!

为什么是跳水?而不是乒乓球、羽毛球、游泳、击剑或其他体育项目?一位同行一语中的:“击剑要把明星从头裹到脚,连个脸都看不见。”跳水就不一样了,既能检验明星是否天然(隆胸隆鼻很容易被水拍残),也能秀出明星的身材(曼妙身材能提升收视率,臃肿身材也能增加观众自信),跳水还很危险,明星以身犯险,谁不想看?

其实,这两档明星跳水节目的版权都是从国外买来的,分别来自德国的《临危不惧》和荷兰的《名人四溅》,在欧美,明星跳水节目很受欢迎,英国宠儿戴利曾在英国版中指导明星,名宿洛加尼斯和新科奥运冠军鲍迪亚也在美国版中担任评委。

然而,当我们看到国内的节目以“韩庚当场被拍晕在5米深水池中,被救上岸;黄征满嘴是血,包小柏甚至耳膜穿孔,陈光标肛门倒灌水;傅艺伟、阿娇中途直接退赛”为卖点的时候,不禁倒吸一口冷气,这是玩票还是玩命?

记者采访跳水多年,深知这是一项门槛很高的运动。乒乓球、羽毛球谁都能打,打得不好也不会有什么危险,但跳水的风险指数很高,不少世界冠军都有过视网膜脱

落的噩梦,少数顶尖高手还体会过起跳后脑袋撞到板台的剧痛,许多退役选手都落得浑身伤痛。

一家卫视找到“跳水皇后”高敏做节目嘉宾的时候,高敏吃了一惊:“我说你们疯了,根本不可能实现,这个节目难度太大了。跳水不同于唱歌、跳舞,不是想努力就能完成的。记得我的运动员时代,有一次从10米台上摔下来,看见天,看见地,瞬间看到一大片水,然后就听见队友喊,‘快去拉她,快去拉她。’那次摔到吐血。”

一档节目在做宣传的时候,声明每个明星在开跳之前“接受了至少30个小时的专业训练”,报道中用的是“至少”,实际上,30个小时的训练时间实在太少。跳水需要足够力量的核心肌肉群来支撑动作完成,如果不会控制自己的身体,就连自我保护都做不到,万一失控极度危险。

一方面,明星自我挑战中的人身安全令人担忧,另一方面,作为跳水专项记者,不能否认这的确是普及跳水运动的一个契机。这些年,各省市的跳水队招人越来越难,与此相对应的是,不少欧美国家的业余俱乐部如火如荼地开展青少年跳水运动。如果这两档跳水节目能够推动跳水走出举国体制的桎梏、走向社会,那也算是一桩大好事,只是,节目的安全性还是第一位的,不然,受到惊吓的家长和孩子只会对跳水更加敬而远之。

盖茨的夸赞 不妨看淡点

□ 刘雪松

点石成金的比尔·盖茨,在博鳌论坛上点评中国时认为,中国“农民收入翻了15倍,的确是了不起的奇迹”。

盖茨的这段话被媒体广泛传播,一是因为出于世界首富之口,二是很多人听了受用。两项因素相加,很多人好像幸福感也翻了一倍。

确实,与20年前相比,中国农民的物质生活发生了翻天覆地的变化。改革开放30年,更是有6亿中国人摘掉了贫穷的帽子,走上了奔小康的富裕之路。这是人类历史向物质文明进程中迈出的重大一步,世人有目共睹。

盖茨所述的奇迹,如果以单一数据来看,确是世人瞩目的事实。但盖茨援引的数据,如果与物价等别的数据摆在一起,则可以得出另一种判断。这一点,理科生盖茨不会不清楚。所以,对于盖茨以客人的身份夸赞东道主的这番话,我们不妨当作客气来淡然看待,用不着太多的激动。

盖茨的这番话,本身不值得争议。这就像讨论某个事物的局部真实与全部真实的关系一样,我们没必要与一个客人,就一句局部真实的客气话,一定要辩个对错是非来。受用也好,不受用也罢,你把盖茨当凡人,便无所谓他究竟是夸了你还是损了你。我们已经不是需要从比尔·盖茨这样的名人嘴里分享自信的时代。

事实上,中国农民的幸福,不会因为世界首富的夸

赞而增值。也因此,人们并不抱怨比尔·盖茨只嚼甘蔗甜的那头,而对媒体一如报喜般的受用姿态心存不爽——中国农民的生活状态,盖茨不知道,难道你也不知道?

与20年前相比,中国农民的收入确非同日而语。但收入翻了15倍的中国农民,同样面临着物价涨幅,面临着个人收入在货币总量面前的缩水;他们中大部分人干着城里人不愿干的工作,却挣着最低的工资;他们不敢生病,不堪孩子读书的开销;他们中很多人手上的钱,是来自生产耕作的农田被征、房屋被拆迁之后的一次性补偿,而这些补偿,在房价裸奔的今天,又算得了什么……

你还记得习近平到过的骆驼湾村么?记得那个离北京只有300多公里,村民人均年收入只有900元的全国连片特困区吗?而离北京更远的中国中西部地区,还有无数个骆驼湾村,有无数中国农民,还未能感受到比尔·盖茨嘴里的奇迹。对于今天的中国,今天的中国农民来说,发现中国农民生活困顿的现状,比发现一个世界名人如何夸赞中国,来得更有实际意义。它不仅需要的是面对真实的勇气,更是需要解决贫困的中国农民走向富裕小康这一世界难题的信心。

做客中国的盖茨怎么夸中国,都不过分。我们不一定非得告诉他,还有很多的中国农民过着艰苦困顿的生活,但我们不可以欺骗自己的眼睛。我们不一定遇到别人赞美时,非得告诉他,我们还有这样那样的不如人意,但我们不能以为自己真的就是那么完美。

让“微信收费”之争回归市场

□ 王云辉

最近一段时间,一则“微信可能收费”的消息,激怒了超过3亿的中国网民,讨伐“国有垄断运营商”之声不绝于耳。

但如果真正静下心来,认真分析事件的来龙去脉,其实,这只是一个简单的商业问题:运营商要腾讯交钱,腾讯不想给,用工信部部长苗圩的话来说,就是“市场的事”。

但问题在于,中移动以网络压力的大义,把官司打到工信部,逼腾讯就范;而误读此事的媒体则把超过3亿用户拉入漩涡,把一个企业之间的利益分歧复杂化,最终演变为一场激烈的公众事件。4月7日,在博鳌亚洲论坛2013年年会的瞭望《财经国家周刊》“移动互联:热点的‘冷’思考”圆桌会议上,事件继续发酵,再次引发与会代表的热议。

仔细看来,让事态激化的关键问题是,所谓的收费,是“运营商可能向微信收费”,还是“微信可能向民众收费”?真正的答案是前者,但大多数的民众却误以为是后者,这个理解的错位,让运营商变成了民众反抗垄断利益矛盾的情绪宣泄点。

与中国绝大多数互联网应用一样,微信未来的商业化路径,必然还是在免费的基础服务之上,提供用户自愿购买的增值服务,并以用户为资源,获取广告等其他收入。这也就是说,即使运营商不收费,微信作为一个商业化产品,也必然会走向商业化,而即使运营商收费,腾讯也同样不可能对微信的基础服务收费。所以绝大多数民众理解的“微信免费时代将结束”,是一个彻底的伪命题。

当然,企业的成本增加后,必然会转嫁给用户,才能保证自身利益不受损。但如前文所言,腾讯的商业模式决定了,其成本增加不会结束微信免费,而是会使未来微信的商业化更加彻底,增加

的成本会被分摊到广告用户、付费用户等环节,对绝大多数用户并没有直接影响。

即使如此,很多人依然质疑,即使再少的用户受影响,也不会改变运营商收费的本质。

但正如前面的逻辑,企业成本增加,必然向下游转移,是一个基本的商业逻辑,那么,如果运营成本增加,它将成本转移给自己的客户和产业链,是否依然需要大加讨伐?

我们需辨别的,更应该是运营商的收费是否合理:它是为了扩大垄断利润,还是为维持自身发展的不得已?这是决定它是否应该收费的关键。就像猪肉一斤涨了5块,一份小炒猪肉如果涨4块可以算合理,如果涨20块甚至40块,那消费者多半选择转身走人。

现在,民众普遍的看法是,运营商天天收我们的流量费,你凭什么重复收费?

但事实是,随着移动互联网的发展,所有的运营商都面临一个过去从未遭遇的尴尬:流量的爆发增长与收入的增长之间,不是成正比,而是成反比。

这个问题源自语音时代的定价策略,彼时无线网络资源充裕,发展增值业务意味着空闲资源利用,所以运营商制定的流量费较低;但现在由于数据量暴增,移动互联网产生的流量已经令运营商的网络陷入重负,从而不得不增大网络成本,如果按照过去的流量费价格,就将因价格“剪刀差”逐渐陷入收入越多、亏损越多的困局。

而且,不仅是中国三家国资背景的运营商,在全球各个地区,几乎所有的电信运营商都已经面临同样的境况。在这样的情况下,是否要让腾讯这样的移动互联网服务商分摊网络成本,已经成为一个新的世界性难题。

所以,当我们再回过头来讨论“微信收费”时,或许应该多一分理性,少一分鼓噪。