

热点事件有谣言，传统媒体可解

微博等新媒体正成为日益重要的舆论场，其中的言论质量自然令人关注。近日，中国社科院发布的新媒体蓝皮书《中国新媒体发展报告(2013)》称，2012年1月至2013年1月的100件微博热点舆情案例中，出现谣言的比例超过三分之一。这一数据引起许多人惊呼，有人表示不信，也有人担心新媒体谣言成灾。

其实冷静思考一下，会发现，起三成熟事件“生”谣这件事本身并没有那么恐怖。这些事件中虽然出现谣言，但并非事件本身是谣言。在一个多达几亿参与者的巨大舆论场，一些公共事件在传播之初，由于信息不透明等原因，出现一些偏差和杂音，是很正常的。

当然，谣言终究是谣言，不仅会迟滞真相的传播，有时也会将公共讨论带离主题。热点事件中新媒体上出现的谣言，也不容忽视。尽管，微博本身也具有可贵的自净功能，但在此之外，要净化谣言，仍然需要靠法律和传统媒体。

对于那些恶意编造、有不良意图的谣言，只要触犯法律底线，就应毫不犹豫地动用法律的手段“净化之”。此前，各地已经有不少这样的案例。

同时，经验表明，传统媒体的权威报道对谣言有着巨大杀伤力。

蓝皮书将如今的许多谣言界定为“新谣言”，因为其参与者往往与谣言的主体并无利益纠葛。“新谣言”固然是值得关注的新现象，但这种谣言其实更容易被权威、公正的正规

报道击破。因为其参与者并不是被利益蒙蔽了心智，而仅仅是没接触到真相。一旦逻辑自洽、符合常识的真相出现，谣言会迅速被淘汰。

正如蓝皮书所言，传统媒体与微博的积极连线，对于甄别新闻事件的真伪，做好微博舆论的把关人，引导网络舆论良性发展起到相当重要的作用。

谣言在两种情况下最容易出现：一是突发事件，小道消息借助新媒体的扩散效应，抢在传统媒体前面；二是某些敏感事件，很多传统媒体集体失声，人们只能在各种流言中择一而从。第一种情况，随着民众媒介素养的逐渐提高，传统媒体之间的竞争，以及传统媒体对新媒体传播规律的掌握、适应，谣言的生存空间必将不断压缩。第二种情况，往往更容易催生危害性大、难以破除的谣言。

传统媒体的新闻专业主义、严格的新闻审核与把关机制，都是新媒体乃至一些网络“大V”所不具备的，这也是应对各种“谣言”独特的优势。因而，越是关系重大、影响深远的事件，越需要众多传统媒体及时、全方位地介入。一篇正本清源的报道，便可澄清许多无根无据的流言蜚语。大部分谣言其实是真相缺位时的劣质“补位”者。

在热点事件当中，不让众多传统媒体打酱油，作壁上观，就能最大程度挤压谣言的空间。让新媒体、传统媒体发挥各自功能，热点事件当中的谣言就没那么可怕了。

(转载自《新京报》)

“病”车免检



□文/沈峰 图/朱慧卿

广州一个机动车检测站，“绊倒”了公安局的车管所。老板打点1300多万元，买通上至市公安局副局长、下至普通民警大小小一干人。从2010年至2012年，近10万辆次“病车”通过年审顺利上路。随着判决落槌，广州市交警支队副支队长李伟强、车管所所长李斌等人，被处以5年至12年不等有期徒刑。

随着我国机动车保有量的急剧增长，看似“权力不大”的车管所，成为腐败高发地之一。探析起来，车管所被不法利益击溃，显然还是“苍蝇盯了有缝的蛋”。进一步看，腐败是“利用公共权力达到私人目的”。当前车管所是公安机关独立部门，对其的监督也是上级监督模式，很容易导致政府权力部门化、部门权力个人化，进而引发腐败问题。

由此想到美国学者阿米尔泰的名言：“清除腐败，不仅仅是挑出一个坏苹果，更应该检查放置苹果的筐子。”近年来，各地车管所屡屡爆出腐败问题，其实

也反映出监督体制中存在的问题：制度设计不完善，极易使公权力变为个人利益，这也是所有的腐败案例的共同特点——广州车管所腐败案足以说明是监督机制这个筐子存在问题。

所以，对症下药的良方应是，让车管所涉及的机动车检测等监管事项交由第三方机构，除了正常的、合法的监管手段外，政府部门要少一些行政干预，一些利益相关部门最好能真正持有中立的立场。比如，可以采取政府购买服务的方式，委托行业协会等社会组织实现对机动车检测等方面的监管，作为公权力部门的车管所等部门，则监管和考核民间组织的日常工作，这样就利于公权力与利益脱钩，达到规范管理的目的，这也是发达国家地区的普遍做法。

总之，要避免公权和公职人员受到利益的利诱，进而铤而走险，就必须通过科学的制度设计，对相对集中的权力进行有效的制约，建立“想腐败也无从下手”的防范机制，才是铲除腐败的根本。

为状元欢呼也当致敬落榜生

□魏英杰

四川崇州市考生王倩今年第二次参加高考。她没有等来录取通知书，却给家人留下了一封遗书。当得知自己以6分之差未上理科三本线，她选择了以自尽了结人生。

这起悲剧，让人唏嘘不已。欲图自尽的王倩，除喝下家里的农药，还用水果刀割腕，可见她求死决心有多么强烈。尽管她知道，自己的离世会给家人带来莫大痛苦。在失败面前，她还是无法面对未来。生命与高考，二者原本不构成对比。但在此时，天平却以让人心悸的方式倒向高考这边。

在许多高考失利的考生心里，人生或许就是这样，不成功，便成仁。这是极其荒唐的想法，可它却又非常现实，在有些人的头脑意识里，已经形成了思维定式。

如何让考生突破心理牢笼，走出落榜的沉重阴影？考后心理辅导的重要性，不言而喻。但这件事情似乎提了好几年，始终沦于形式。例如有的学校虽设有心理活动室或心理辅导教师，但哪个高考落榜生愿意回到校园里寻求帮助？

做好这件事情，其实不难。许多城市设立青少年心理干预热线(服务平台)，不妨在高考前后邀请专家“坐堂”，开设专门的考生心理辅导栏目。学校对那些考试成绩不理想的学生进行回访，给予特别照顾，也可减少他们的心理负担。此外，家长在这时候给予关爱和鼓励，也是理所当然。

这也说明，考后心理辅导，难就难在有没有这个“心”。如果整个社会都把高考看成天大的事情，考生平时就感受到这种有形或无形的压力，光靠心理辅导很难让落榜考生尽快走出这段阴影。每年高考前，整个社会如临大敌，考生父母为孩子营造“良好”考试环境，不惜在路口挡车拦人，这就是一个形象的注脚。在这种社会氛围下，落榜考生又怎么可能以轻松心态看待考试结果？

这里并不想失之片面地把责任推给社会或高考体制，而是想说，既然全社会那么重视高考，就应同等重视高考制度下的“人”，给予每一个考生同样的关爱。当人们为高考状元欢呼，也该给落榜考生应有的鼓舞，这才是一个正常社会。高考不是一道非过不可的坎，对那些离场考生，不妨致以“敬礼”。

富豪相亲“秀”，恰与爱无关

□郝静

近日，一家名为中国企业家单身俱乐部的高端婚介机构在上海、济南、南宁、北京等多座城市展开了一场声势浩大的海选活动，活动将选出40位未婚女性，与其身家全部过亿的35位富豪会员在海外某海岛举行盛大的相亲派对。

笔者不知道这些女性被如此挑来选去有着怎样的感受，但从旁观者来看，笔者感觉这更像是一场恶俗的富人游戏，而它对于当下愈演愈烈的婚拜金倾向则有着推波助澜的作用。

首先，这样的方式是否能寻得真爱。据这家俱乐部的负责人介绍，成功企业家由于工作紧张、希望配偶为家庭付出更多，与普通相比，他们的择偶更加困难，成立这家俱乐部就是要为这一人群提供婚恋服务。可能这位负责人说的确实有一定道理，但加入这样大肆渲染其财富的俱乐部，又能否达到寻找一位既能一起享福更能一起吃苦的贤妻的初衷呢？

据了解，这家俱乐部明确要求其男性会员个人资产必须过亿或为大型企业的董事长、总经理，俱乐部的年费最低一档也达20万元，而在海选时这些企业家的财富优势更是被大加宣扬，如此方式吸引来的美女们恐怕只能是拜金女。这场声势浩大的海选，甚至让人感觉，更像是一场富豪与美女合作的游戏，至于能否达到相亲的目的，似乎并不重要。

其次，不平等的相亲方式将婚恋庸俗化，助长了拜金思想的蔓延。在整个海选过程中，参选女性一直都无法见到这些富豪，但他们仍要精心打扮、万般讨好地去回答各种问题，接受各种测试，这与古代“皇帝选妃”又有什么不同。当下社会，“宁在宝马里哭，也不坐在自行车上笑”的思想在某些年轻人中颇有市场，如此相亲选秀则将这种婚恋观又推向了极致。

有钱没有错，追求幸福婚姻也无厚非，但婚介机构借此大肆炒作富豪概念，策划恶俗选秀内容，宣扬金钱至上思想，则实在是玷污了人们心中对爱情与婚姻的美好期许，对树立正确的婚恋观更是一种伤害。

“人大女神”纵是噱头又何妨

□余宗明

日前，高校招生大战已拉开帷幕。除了传统的招生团队抢夺生源外，有些高校出“奇招”。中国人民大学官网上刊登美女毕业生单人照，其访问量急剧攀升，一度瘫痪，该女生被称作“人大女神”。而闽南师大则祭出“师姐加空调”战术。

在招生战比拼激烈的节点，多个高校竞相晒美女照，用意不言自明。而“学姐在等你”等标语，也在暧昧感召下，积极拉拢生源。毋庸置疑，打美女牌也好，走萌系路线也罢，都不乏为招生预热的意味。

毫无疑问，公众对“人大女神”等饶有兴趣，跟其饱了公众眼福有关。但除了审美外，它能引发广泛关注，还因它打破了刻板形式，颇显清新，也很接地气。

在当下，高校官网已陷入严重同质化的境地：对校园风景、领导活动等浓墨铺陈；形象呈现，也是流于宏大叙事……其形式太过僵化，缺乏活泼与人味。相较之下，晒美女照，打破了格式化的官网图式，让大学官网

少了一些官气，展示了不一样的风景，引爆点击率，也就不难想象。

在此情境下，高校官网晒“女神照”，或许俗，却不媚——它着眼于具象的人，且给人微妙的观感。对美好事物心有所好，是人们的情感共性。“人大女神”走红，也契合坊间对“女神”的戏说偏好。

认为晒美女照矮化“大学精神”，不免过度阐释。事实上，兼容并包是大学精神的应有内涵，若对“美女照”过分紧张，拒斥青春活力的彰显，那才是误解了大学精神。

“人大女神”，无伤大雅，或许还能让人“清凉一夏”，纵是噱头又何妨？

北京化工大学工程硕士学位周口教学班招生
报名电话：15939406876
网址：zksyfxp@126.com

郑州睿源教育公告

因某种原因，郑州睿源教育已于去年5月正式解除与八一路睿源外语周口学校(校长:陈国峰)的加盟合作事宜，睿源外语周口学校一切行为与郑州睿源教育无关，并且禁止再使用“睿源”商标；于2012年5月起，周口市新概念英语学校为郑州睿源教育在市内新授权的唯一加盟合作学校，特此通告。

郑州睿源教育

2013年6月