

评论员观察

>>声音

# 为消费者维权不能借机谋私

□本报评论员 沙元森

“3·15”是消费者的权益日,也是让很多企业惴惴不安的“审判日”。

每年的“3·15”前后,借助媒体的监督力量,消费者维权活动都会掀起一波高潮。在这一天,很多假冒伪劣现象,很多背信欺诈被曝光,消费者扬眉吐气,不少在产品和服务上存在缺陷的企业从此一蹶不振,甚至退出市场。

为公共利益进行舆论监督,是媒体的职责所在,也是彰显媒体力量的重要

方式。但是每个手握“尚方宝剑”的媒体都应慎重地行使这个权利。如果我们不能确保监督的公正,那么高高举起的“尚方宝剑”也将成一把“双刃剑”,在重创监督对象的同时,也削弱我们自己的公信力。

每年“3·15”到来之前,很多媒体都会表现得异常兴奋,有些是为抓到了为消费者维权的线索而高兴,有些则是为抓到了企业的“小辫子”而激动,两者之间的区别在屏幕或版面上通常是看不出来的,但是背后有着截然不同的动机和动作。

前者为消费者伸张权利,而后者则“夹带私货”,以维护公共利益为名,行“绑架”之实。

媒体虽被称为“社会公器”,但在市场化的大环境中不能否认每个媒体都有自身的利益,他们必须在竞争中开拓市场,发展客户,壮大实力。这个大环境决定了媒体与监督对象的关系有时并不是那么单纯,因为利益的勾连和博弈,一些媒体为了私利挥舞“舆论监督”的大棒,胁迫对方满足自己的要求。

信息传播的特点决定了“坏消息”总是比“好消息”跑得快。一个企业可以在一夜之间被泼脏,但要想彻底洗白则需要很长的时间,甚至再也找不到这样的机会。所以,很多企业即便没有问题也会花钱买平安。为一己私利进行的“监督”事实上已经形成舆论暴力。舆论暴力只求结果,而不问真相和是非,要不要“监督”你,已经取决于你有没有损害消费者权益,而完全取决于你有没有满足他的要求。

事实上,没有哪个企业敢说自己的产品会让所有消费者百分之百满意,如果媒体拿出鸡蛋里挑骨头的劲儿,死缠滥打下去,企业注定会很受伤。而媒体一旦尝到了这种甜头,就可能为制造噱头不择手段,比如交钱删帖,而他们的公信力也会随之一点点地丧失。这样的“舆论监督”注定是饮鸩止渴。

所以,在“3·15”这一天,媒体也应自省自律。我们的监督报道是不是出于公心和善心,有没有拿着放大镜去挑剔别人。在维护消费者权益的同时,也要警惕是否损害了企业的正当权益,是否破坏了正常的市场环境。

阅读和熟悉一些英文作品能提高作为一个“世界公民”的修养;增强语言交流的能力,也能增强与不同人打交道的能力。

——北京大学外国语学院院长程朝翔说。

倘若那些损害女性土地权益的乡规民约不能依法得到及时纠正,未来20年随着城市化的加速,会使原先隐蔽的性别矛盾迅速走向公开和冲突,对于社会治安久安带来不容低估的负面影响。

——中央党校社会学教授李慧英说。

每年的作家富豪榜上,收入百万的就能上榜,多么可怜!现在什么都在涨,烧饼的价格都翻了几番了,“卖字的”价格怎么就不涨呢?

——河南省文学院专业作家冯杰说。

国有企业利润上交比例应该提高,美国企业利润分红比例是26%,法国、瑞典等国家国有企业的分配比例平均达到33%。我们2010年分红上交还不到10%,这个太低了。

——中国社科院经济研究所研究员张卓元说。

“节日性突击”与我们的“领导机制”也有关系,执法人员不对法律负责,而是对领导负责,领导让干什么就干什么,说查超市就查超市,说查企业就查企业,如果领导不吱声,就不管了。

——中国人民大学教授毛寿龙说。

必须设法为民众提供充足教育,包括经济和金融知识扫盲。如果选民很无知,容易轻信政客兜售的有欠考虑的短视政策,那么匡正资本主义经济进程的愿望就很渺茫。尽管改善教育不会解决当代资本主义的内在问题,却是朝着找到解决方案迈出的重要一步。

——哈佛大学教授肯尼斯·罗戈夫说。

中国经济增长速度不可避免要下滑,即使政府现在推出扩展性的财政政策,对实体经济也没有太大的影响,因为制约实体经济发展的不是资金,不是货币,而是投资机会。

——经济学家许小年说。

# 运动式“3·15”该歇歇了

□本报评论员 崔滨

从1987年我国启动首个“3·15”宣传以来,保护消费者权益活动已经走过了25个年头。但就像今年的主题“消费与安全”所表明的,当市场经济为我们提供了日益丰富的商品,却并没有给我们创造一个安心消费的商业环境。

而且随着“3·15”的到来,从监管部门到媒体运动式的消费维权宣传,更加剧了民众心中的消费担忧。就像本报连日来报道的,尽管价格一再上涨,但济南市场

上由石化巨头出售的汽柴油居然大半是不达标的劣质产品;本该为我们节能环保的节能灯,有超过半数是不合格产品;更不用说那些掺杂了鸭肉的假羊肉、修补翻新一下就公然售卖的旧轮胎,会对我们的健康和安

全带来多大的隐患。但这些只在“3·15”期间才得以被媒体曝光、被有关部门查处的侵害消费者权益的案例,除了让消费者享受“仅此一天”的“顾客就是上帝”的尊重,以及看到不良商家得到公众谴责的心理快感外,很少能在“3·15”之后

的其他日子里继续发挥着唤醒消费者维权意识,改善消费环境的作用。

比如今年中消协提出的“3·15”消费安全主题,安全权与知情权、选择权、索赔权等一道是消费者应有的九项基本权利之一,而且是消费者最首要的、最基本的权利,是消费者享有其他一切权利的前提和基础。

尽管25年来,每年的“3·15”都在反复宣传这些消费者的基本权利,曝光损害这些权益的不良商家,但近年来,地沟油、染色馒头、三聚氰胺、致命电梯、互联网信息泄露等侵

害消费者安全权的案例依然层出不穷。

而且,正如中国消费者协会副会长刘俊海所说的,目前的消费维权,正呈现出维权成本越来越高、调查取证日益困难、投诉解决效率下降的突出矛盾。像罗永浩在西门子公司门前怒砸冰箱这种行为艺术式的维权,成为了去年维权无果后无奈的缩影。

“3·15”毕竟只有一天,一年中的其他时间,没有了“运动式”、“晚会式”的维权活动,我们又该如何维护自己的权利?

要知道,我们并不是只在“3·15”那天和商家打交道,小到柴米油盐,大到婚丧嫁娶,我们每天都在发生着消费行为,维护我们的消费权利,也应该像呼吸一样,伴随着我们的消费。

眼下,希望有关部门能够改变“运动式”维权的旧有思路,把“3·15”变成生活中的每一天,以坚持不懈的常态化维权,推动企业社会责任和监管法律法规的健全完善,从每一个公民、每一个部门开始,为和谐的消费环境而努力,真正把“3·15”融入我们个人每天的生活中。

## 读者来信

### 别无选择的无奈

编辑:你好!  
《齐鲁晚报》3月15日报道,记者调查济南多座加油站,显示一半汽柴油样本不达标。我为问题油被曝光感到高兴,但是作为一个普通消费者恐怕很难发现其中的“问题”。

虽说面对存疑的“问题油”,我们不能先入为主地认为一定有问题,更不能简单

地把颜色不同就等同于质量不同,而且还有一些专家从专业的角度解释为什么汽油会出现颜色差异,甚至已经把有中石化内部人士把这种问题归咎于“外采油”,但这些都不足以消除公众的疑虑——我怎么知道对方没有卖给我“问题油”?目前,成品油市场缺乏竞争,两大石油集团几乎占市场成品油批发和销售80%以上的份额,高度垄断。垄断体制下,店大欺客会成为一种必然。而在垄断经营条件下,不管经营者提

供的产品质量如何差劲,因为没有“分店”,消费者都只能选择消费其所提供的产品。或许,所有“问题油”的根源都在这里,正是消费者别无选择,使得“问题油”汨汨不绝。

读者:何明

### 被惯出来的毛病

编辑:你好!  
看了《齐鲁晚报》3月15日的报道,泰安某超市因为

设立“二道门”向消费者道歉,作为一个消费者觉得这样的道歉来得太迟了,而且还该得到其他超市类似的道歉。

“二道门”在很多超市都是司空见惯的,虽然消费者和超市之间的交易已经结束,但是还必须接受一次额外的检查。从法律和情理上讲,这都是不能被接受的。超市之所以这么做,出于“有罪推定”,总是把消费者的道德想象得很低下,而消费者愿意接受,往往是觉得自己身

正不怕影子歪,这在事实上又助长了超市的胆量。所以,我们也经常听到个别企业非法扣留或者殴打消费者。我希望所有消费者都自觉地抵制有“二道门”的超市,既然他们不把消费者当“上帝”,消费者又何必惯着他们。有时消费者被欺负得太狠,往往就是因为平时太能忍了。

读者:王波

■本版投稿邮箱:  
qilupinglun@sina.com

“杏林学院杯”读者爆料大奖赛 96706 见报即有奖 最高2000元  
本报公益热线 随时为您服务 [全省市话收费] 气象热线:96706 公告挂失:96706 律师服务:96706148 票务热线:96706369

★最前沿的留学新政解析 ★最专业的出国规划设计 ★最丰富的海外教育资源 ★最完善的出国留学服务  
主办:齐鲁晚报  
承办:齐鲁晚报天一国际会展有限公司  
时间:2012年3月24日  
地点:济南南郊宾馆蓝色大厅(市中区马鞍山路2号)  
时间:上午8:00~下午15:00  
第15届山东国际教育展  
求学问道 直通名校  
本国际教育展已是齐鲁晚报自2007年以来连续举办的第十五届国际教育展,在前十四届国际教育展上,各有近百所国外院校报名参展,近二万名学子及其家长参会。本报举办的国际教育展现已发展为省内规模最大、影响最广、内容最全、口碑最好、人气最足的展会。  
招商范围:出国留学、移民、雅思、托福、小语种培训、出国金融  
咨询电话:0531-85196195/85196575/85196197