

# 别小看杜蕾斯的这记“擦边球”



就像媒体在报道一些恶性案件时,总是尽可能地注重措辞,以避免招来效仿,尽管对一起案件的披露,未必就一定引起另一起作案手法相似的案件。那么,面对低俗、恶俗营销时,面对纷纷袭来的“擦边球”时,相关方也应该有足够的警惕之心。当“擦边球”打得越来越多,越来越溜,只怕会把应有的边界也磨得越发模糊甚至消失不见了。

向来以文案精妙著称的杜蕾斯,近来搞了一场“别开生面”的网络营销。一场名为“找100名情侣干1件事”的“百人试套”活动,在多家视频平台进行直播,引来全网超过500万人同时在线观看。看来有数以百万计的人想弄清楚,什么叫做“大量你所想象的内容”,什么叫做“一切不可显示的画面”,以及这场时长三个小时的直播,到底“含点什么和什么”。

引号里的文字,就是杜蕾斯官微给这场营销活动做的预告,真可谓极具挑逗意味。尽管对比直播的实际内容,只能说是打了一记不折不扣的“擦边球”,但这球一打出去,还是颇具危险性的。它正是利用了人们对感官刺激的欲望,并在不知不觉中放大了这种需求,当“擦边球”打得越来越

多、越来越溜,只怕会借助商家间的攀比性竞争,把应有的边界也磨得越发模糊甚至消失不见了。

或许是受互联网传播特点的影响,要想从海量的信息中突围,为了最大限度地吸引眼球,一些所谓的营销就变得越发无底线了。广告文案中的挑逗性文字,已然屡见不鲜;衣着暴露的模特,成为很多展销会的标配;电视剧里为数不多的激情镜头,集合成了预告片;就连个别城市搞旅游宣传,也拿“艳遇”当成了关键词。显然,这已不是个别商家在挑战公共道德的底线,而是隐隐已成社会新潮。于是,杜蕾斯的这场营销,不仅引来几百万人同时观看,称赞其“有创意”的更是大有人在。

一记成功的“擦边球”,就是在鼓励更多的“擦边球”,低俗营

销若不加以制止,只能愈演愈烈。就像极具规模的游戏文化展会ChinaJoy,在接到相关部门的整改要求之前,模特的衣着是一年比一年暴露,宣传语也是一年比一年露骨。前段时间爆出诸多丑闻的几大直播平台,则是在无序的竞争中一步步突破底线。其实在很多人的印象里,杜蕾斯曾经有过相当多令人拍手叫绝的广告创意,没想到这一次却来了个“自降身价”。可转念一想,若是大环境都已如此,洁身自好的岂不吃亏?

这里面体现的恰恰就是守住边界的重要性,对“擦边球”的袖手旁观,很多时候就等同于对越界行为的鼓励。尽管人的内在欲望是无法消灭的,营销者也不会放弃对内在欲望的利用,但不要忘了,既然有公序良俗存在,有是非雅

俗的区别,那就需要有股力量,对社会风气加以引导,让公众学会明辨。对低俗、恶俗营销的限制,固然不可能让低俗恶俗禁绝,但如果连一点明辨是非的态度都没有了,连一点正积极的引导都不去做,这就意味着对公序良俗的否定,甚至是在鼓励人们将基本的伦理道德置于脑后。

就像媒体在报道一些恶性案件时,总是尽可能地注重措辞,以避免招来效仿,尽管对一起案件的披露,未必就一定引起另一起作案手法相似的案件。那么,面对低俗、恶俗营销时,面对纷纷袭来的“擦边球”时,相关方也应该有足够的警惕之心。正所谓“千里之堤毁于蚁穴”,关系到社会风气,关系到伦理道德的底线,防微杜渐是不可或缺的。

## 舆论场

### “泄题”疑云

人的一生总要经历大大小小的考试,其中不乏直接关系个人前途命运的大考。类似公务员考试这样的“国考”,其公平公正性自然备受关注。就在上周末,全国25省份举行了今年公务员招录的笔试,总报名人数达到409.5万,为历年来规模最大的公务员考试。而这次考试疑似泄题的消息一经传出,便引爆了整个舆论场。

## 刘飞跃

回溯以往,随着互联网的普及,考试泄题也似乎踏上了“互联网+”的东风。仅在2015年,就发生过江西高考替考案、全国硕士研究生考试泄题案,除此之外,国家英语等级考试、成人高考、英语托福考试,以及此前的公务员考试等,也曾深陷“泄题”丑闻之中。

不过,单就今年江西和安徽考试泄题的传言来看,仍有不少人士认为培训机构存在借机炒作的嫌疑。据报道,就在考试当天晚些时候,华图教育集团福州分校在其微信公众号中发表文章,其中引用了多张截图,都有类似“华图猜到考题”的说法。

而对于考生怀疑的申论中咖啡馆的名字都一样的情况,《京华时报》发表的《当泄题几乎成为一种“习惯”》一文也写道:“事实上,包括同一咖啡馆名的类似题目在去年深圳省考时就已经出现,雷同并不能作为泄题证明”。

不过,更多的分析人士认为,江西和安徽的公考泄题可能性非常大。滁州学院思政部讲师、复旦大学哲学博士陈晓曦在接受采访时说,“一些培训机构为了高通过率,会多方寻求考试泄题的方法,甚至组织作弊,在不同环节发生考试泄

题也是有可能的,包括批阅环节、命题环节、试卷的运输和保存,以及从考试考场内部导致的舞弊”。

《湖北日报》传媒集团旗下的荆楚网则在直言《公务员是否考试泄题都应该查一查》之外,针对此次公务员省考联考被疑泄题事件,提出三大疑问。一是为何“培训密卷”与真正的考题高度契合,契合程度竟能达到“与申论题目中提到的咖啡馆名字,都是一模一样的。”二是为何笔试一考完,考点外就出现了与申论试卷一样的图片,而且2000元买回的试卷80%题目能一模一样;三是为何公务员考前试卷在密封上出现破损瑕疵。“这三点疑问,都给人一种已经泄题的感觉。”

即使没有非常有力的证据佐证泄题,但是仍有人认为公考监考存在严重问题。时评作者赵志轩在其东方网评论文章《“公考泄题”需要的不止是真相》中说,如果照片是在考场拍出来的,也并非不存在问题,考生拿到试卷的时候,不是不允许带手机等电子设备吗?

在最终结果没出来之前,“炒作说”和“泄题说”都在网络上充分发酵。正因本次公考泄题传言存在不确定性,4月23日晚间,江西省人社厅表示,正在对有关情况核实,至今仍旧没有任何进展。也就是说,目

前江西2016年公考泄题也仅仅停留在调查阶段。被怀疑试卷拆封的安徽滁州方面则回应称,试卷包装问题或为运输途中所致,不存在人为拆封试卷泄题的情况。

一言以蔽之,考试结束将近一周的时间内,相关方并未拿出有足够说服力的结论,相关权威信息也相当匮乏。时评作者任孟山便在《新京报》发表评论称:“事情核查过程的透明度对整个社会的舆情影响不亚于核查速度,及时向社会公布相关核查信息非常重要。比如,在什么层级成立的调查小组、谁领衔、什么样的推进日程等。”

此外,一个突出特点是,在与“公考泄题”有关的言论中,刑法修正案(九)被援引的比例颇高。2015年8月29日,全国人大常委会通过了《中华人民共和国刑法修正案(九)》,将考试作弊违法行为纳入刑法规制范围。根据刑法相关规定,在法律规定的国家考试中组织作弊的,处三年以下有期徒刑或者拘役,并处或者单处罚金;情节严重的,处三年以上七年以下有期徒刑,并处罚金。

“考试作弊已入刑,关键还得看执行。密织法网只是第一步,确保各类考试的公平,需要司法的保驾护航。另一方面,侦查机构本身也需要主动作为。”海南

大学法学院副教授王琳发表在《检察日报》的评论《专家谈公务员考泄题:刑事侦查当重于行政自查》中说,本次泄题疑云最应第一时间介入的当然是刑事侦查部门,这并不妨碍考试的组织者或监管者(如人社厅)在其职能范围内展开核查或调查。

《中国青年报》则在评论《作弊入刑,挡不住泄题事件频发?》中表示了担忧,考试泄题形成了组织者、作弊者、监考者乃至命题者之间的一条完整的利益链,一旦得手多次,他们就会变得肆无忌惮,甚至还传授所谓“保过经验”,从而使这条隐秘的利益链变得更加牢固。

这不禁让人想到2010年1月,广西发生的公务员考试泄题事件。当年的公考公共科目笔试被宣布无效,涉及近9万考生。司法调查证实,泄题的源头在广西人事考试中心。由此可见,考试中心作为公考的组织者,本身就应该在侦查之列,让他们自查自纠并不合适。

显然,调查公考泄题事件并非单纯一个部门或者同级部门能够解决的问题。就像《浙江日报》在评论《拿出令人信服的处理结果才能消除公考泄题疑云》中所说,同级管理部门的自查自纠未必能让公众信服,国家层面上自而下的统一调查和督促,应是最好、最快的解决途径。

## 一家之言

### 房清江

在《网络预约出租汽车经营服务管理暂行办法》尚未出台的情况下,各地举措是规范还是打压、管理办法何时出台等,令市场各方关注。交通运输部相关负责人接受“新华视点”记者采访时表示,网约车属于公共交通的一部分,但却是相对高端的公共服务,不是说应该让每个人都能打得起车。公交地铁才是城市公共交通的基本服务,把网约车当成代步工具的定位有问题。(4月28日新华网)

什么是公共交通?首先有

必要说清楚,“公共交通”显著的特点是“公共”两个字,即政府组织提供的公共服务,带有公益性、福利性。如公交地铁等都是政府投入配建,并对运营给予补贴,适当的收费作为补充。更重要一点,公共交通除了提供基本的服务之外,一定程度上还代表着城市的通行效率,是城市交通秩序的“压舱石”。从这些特点来看,网约车跟公共交通确实不能混为一谈,前者有相当强的经营属性,车辆是个人或者企业的,经营收入是主要目的。

既然是经营属性,运营服务是市场化的,网约车的特点就在于市场决定价格。网约车无论如何都不会沦为公交一样

的“白菜价”,毕竟它的成本与收益的基本关系摆在那里。当前,网约车的市场定位没有最终确定,更重要的原因在于网络平台出于竞争对服务实行“双向补贴”,一定程度上扭曲了市场。这种只烧钱不赚钱的补贴不可能有持续性,就算是低价,对于市民来说,也不可能成为代步的工具。

因此,网约车在交通格局中的地位,不取决于官方如何对它进行定性,而在于市场根据需求所做的市场化定位。如果大部分人都选择网约车出行,对其性价比认可,只能说明应当起到基础作用的公交服务做得不到位。既然公共交通不给力,不能满足市民对廉价、便

利、快捷的出行需求,需求只会由市场填补。某种意义上讲,被嫌弃的公共交通,也不是每个人都能坐得起的,这里说的坐得起指的不是价格,而是耗费其中的时间精力,以及并不舒适的乘车体验。

从这个角度来看,交通部发言人的那番话,也是有道理的,这番话的前提是公共交通能够发挥应有的作用,那网约车自然就只能走高价高值的高端路线了。而那些批评相关负责人不通民意的声音,算是把板子打歪了,因为真正值得警惕的是,相关部门用行政的力量,不仅将其纳入公共交通体系,还强行给网约车做了高端定位,并以相应的价格管控限

制其发展。名为规范,实则保护传统出租车经营者的既得利益,减少了改革的动力。

由此看来,市场的归市场,政府的归政府,说起来容易做起来难,相关领域主管部门的思维惯性确实相当强大。事实上,对于网约车来说,相关部门应该管,但这个管更应强调的是安全性,除此之外,则应按照“大道至简”的要求,给网约车创造良性竞争的市场环境。这样一来,也就不需要行政力量给网约车定位了,在市场机制之下,网约车自然会找到适合的位置。