

既要清除炫富广告,还要缓解房价压力

楼盘炫富广告泛滥的症结,在于这个原本应该是政府服务占主导的领域过度市场化了,而过度市场化的症结,即在于政府在这个领域没有尽到自己的责任。

>>头条评论

□特约评论员 赵勇

一句“厅局级的享受”曾让某品牌香烟一夜成就很多人心中的恶名,如今,越来越多的楼盘广告也让很多人备感刺眼。

据新华社报道,在福州的大街小巷,带有“富人独有”“至尊”“顶级”等字眼的楼盘炫富广告越来越多,这些广告除了让一些买不起房的普通老百姓觉得很刺眼,也引起了市场监管者的担忧。

一夜之间,炫富楼盘广告成了众矢之的——不仅很多普通老百姓看了受不了,专家也警告说炫富广告会进

一步加剧社会上的仇富心理,监管部门更要着手整治……但整治也碰到了难题,那就是界限很难确定,比如说“只为皇族而建”这样露骨的广告语当然是需要整治的,因为它在宣扬皇权思想,但“三大豪宅新系,奢华垂范全城”这样的广告语呢,你以什么理由去整治它?监管者将整治重点放在炫富广告上,本身就是不恰当的,“富”没有原罪,“炫富”同样没有原罪,监管者能做的,只能是依据现有规定看这些广告语有没有明显违规的地方,而不能以一句包罗万有的“宣传中含有不良文化倾向”来做出处罚。炫富只是一个道德层面的问题,是企业价值观的体现,处理道德层面的问

题用行政手段,是发错了力。一个很简单的道理是,如果炫富要受处罚的话,那些开着豪车在街上炫富的“富二代”,岂不是要被罚得出不进门?

这么说,当然并不是否认这些炫富广告集中出现的负面作用,正如专家所言,这的确会助长社会群体心理上的进一步分化,也会助长很多人原本已经有的不平等感。但要消除这种社会分化的隐患,要消除一些弱势群体危险莫测的仇富心理,治理炫富广告根本起不到什么作用。虽然炫富广告的暂时消失可以减少刺激民众神经的因素,但只要普通老百姓摆脱不了房价高企的压力,那种“被剥夺感”就一天不会消除,即便没有了楼盘炫富

广告,民怨同样不会减弱。

治标也许很容易,拆掉几块广告牌,开几张罚单就可以,能够治本的,才能被称作良医。那些买不起房的老百姓所希望的,正是治本而非治标——与那些刺激他们眼球的炫富广告是否消失相比,他们更关心的,是自己什么时候能够买得起房子或住上保障房。

楼盘炫富广告之所以那么刺痛人心,是因为它们在以限购令为代表的“史上最强调控期”内密集出现,人们之所以感到刺眼,与其说是对开发商炫富的不满,更是对楼市调控久久未见功效的不满——雷声那么大,雨点却这么小,调控了这么久,房价却没见明显下降,普通百姓依然买不起房。观察炫富

广告激发的社会心理,如果没有勇气看到这一层,而只是在拆掉几块广告牌上下功夫,只是满足于让普通百姓少受广告牌的刺激,无异于鸵鸟思维。

欲消除楼盘炫富广告带来的刺激,要的不是刺激,而是竞争——政府在住房领域提供的优质服务与钱味十足的商品房展开竞争。不妨做这样一个假设:如果这个社会七成以上的民众都能够住进政府提供的高品质保障性住房里(包括有部分产权的经适房和公租房、廉租房),商品房的商品房再怎么炫富,那也只是富人之间的游戏,对普通民众而言没有任何刺激性可言。

楼盘炫富广告泛滥的症

结,在于这个原本应该是政府服务占主导的领域过度市场化了,而过度市场化的症结,即在于政府在这个领域没有尽到自己的责任——大家别忘了,当初启动房改的时候,政策指向可是“建成以保障房为主,商品房为辅的住房供应体系”。欲解炫富广告之结,在于认识炫富广告刺激社会的心理根源,在于直面普通百姓“买不起房,租不起房”的焦虑,在于政府在住房领域尽到自己的责任,让大多数人都能享有免于住房焦虑的权利。

让市场的归市场,让保障的归保障,这是我们需要重新算过的一道算术题。那天,我们有了正确答案的那天,我们就对炫富广告有了天然的免疫力。

>>世风眉批

城乡有别

城里打击非法养狗,一些没有办证的犬只就通过各种渠道流到了乡下。本来乡下养狗的就多,突然又增加不少大型犬、烈性犬,出门就多了几分小心,尤其担心孩子的安全。很纳闷,为什么一些好的政策不能实现城乡一体。就像对酒驾,城市里打击力度大,效果就好;在农村基本无人管,因此发生了很多原本可以避免的事故。大多数农民也希望过上文明安全的生活,很多部门却对他们的需求不上心,是不是觉得管理成本太高而收益太小?(何章)

看人出价

毕业以来,一直和朋友们一起租房子居住。为了上班方便,就在公司附近咨询了一套房子。一听我们是大学毕业生,房东很满意,就领我们去看房子。房子还不错,但是里面已经有人租住。出来后,房东看我们有疑问,直言不讳地说,那些人是外来打工的,他不放心,宁愿低一些价钱租给我们这些有稳定工作的。我不清楚这些话是不是真的,但我分明感到一种深深的歧视和不信任。(许明)

“病症”转移

这段时间,我们这个小城经过严格治理,原先附着在街面墙壁上、公交车站牌上、电线杆上的野广告,全部不见了踪影。这些小广告曾被形象地称为“牛皮癣”,乱七八糟,很难根除。而今整洁的城市面貌令人深感自豪。近日,我去找一位住在开放式小区的朋友,却发现小区内所有的楼梯间里贴满了小广告,墙壁上、窗户上,甚至是台阶上,各类广告纸新旧叠加,触目惊心。朋友见我惊奇,无不自嘲地说,这是“牛皮癣”转移症,从城市的脸上转移到了屁股上。(吴敏)

■本栏目投稿信箱:
shifengmeip@hotmail.com

公共专栏

□刘玮

法网夺冠的李娜火了,她不但从此成为中国体坛的“一姐”,更因跳出传统体制的“单飞”和更接近欧美选手的张扬个性,而得到国内外的一片赞誉。

两年前,李娜等四名女网运动员脱离了举国体制,获准自主经营自己的职业运动之路。在半决赛战胜沃兹尼亚奇后,当金发记者问起李娜是什么帮助她成功翻身,李娜很坦率地回答“奖金”,这显然和她获得了空前的自由有关。而这自由很大程度上来自于她脱离了传统体制。“我们的领导也好,媒体也好,都喜欢那种听话的、没性格的、八面玲珑的、温良谦让的人,而李娜显然不是。”诗人赵丽华在微博中如此表示,“我喜欢她的随性,喜欢她的一意孤行和独狼求败。”

类似“老公给我提供信用卡”、“老公打鼾影响我休息”的率真和直白,让外国观众发出了“原来中国也有和我们差不多的运动员”的感慨。这不禁让人想起多数中国运动员接受采访时“感谢国家、感谢领导”的千篇一律。此次李娜在颁奖典礼上大气、幽默、深情的发言,让中国新一代运动员的国际形象焕然一新,让很多对网球并不太感兴趣的观众,也喜欢上了这位有巨星潜质的运动员。

李娜从体制内的“叛逆娜”到大满贯冠军的曲折,昭示的意义有很多很多。很多人可能还记得李娜说过的那些“带刺”的话,还记得她因谈恋爱不听话退出国家

队,还记得她曾心血来潮回大学念书,甚至还记得一些上级领导曾对李娜下的负面断语。这样一个有个性的运动员获得成功,证明了即便不依附于传统的举国体制,也可以达到体育运动的巅峰。

李娜赛后致辞没直言感谢祖国,但奏国歌时她眼眶里的泪水已经说明一切,眼泪胜过言语。也许对于现在的李娜,国际媒体已不再将重点放在她的中国运动员身份,而是同报道其他职业选手一样更看重她的个性和与其竞技状态相关的变化;而李娜尽管不再是几年前那个必须严格遵守球队纪律,时常把为国争光挂在嘴边的典型中国运动员,但谁又能否认现在的李娜,不是在以一种更为耀眼的方式为祖国争光呢?

李娜的成功还告诉我们:举国体制虽然在很多项目上培养出了很多顶尖运动员,但这样的体制并非培养运动员的唯一途径,姚明、丁俊晖、李娜……他们凭借自己的本领,用“单飞”形式实现了自身价值,展现了中国运动员的魅力。

中国传统项目乒乓球、羽毛球为包揽所有的世界大赛冠军,花了纳税人多少钱不得而知;虽然在奥运会、亚运会上大把夺金、傲视群雄,但因为举国体制,我们也不好意思自诩为世界体育强国。李娜“单飞”成功,是否也可以为中国体育的未来发展,带来更多样、更长远思考模式?

多年来,中国竞技体育一直围绕着奥运战略和金牌模式布局和运行,如果和职业市场接轨,必须进行体制上的转变。但从举国体制走向职业化,肯定要经历一场阵痛连连的变革,我们是否做好了心理准备?

>>众论

不能只对“贿赂公司”罚款了事

武汉国杏医疗投资管理公司被曝为扩大放射用医疗软件及耗材的销量,维系与医院医生的良好关系,以考察学习的名义组织医生旅游来贿赂医生。据悉,专门成立一家公司,并通过旅游方式进行商业贿赂在武汉市还是首次。“国杏公司”已被工商局罚款10万元。(6月6日《武汉晚报》)

这样一个旨在贿赂公司的存在,实际再清楚不过地说明了当下医疗界管理的混乱,至少在有些地方,医疗界管理的混乱,已经超出了人们的想象。对这样一个公司,武

汉市的相关部门仅仅处以罚款,还只停留在处罚的浅层阶段,根本不能打击医疗界存在已久的黑箱交易收受贿赂这种普遍的潜规则,相关法律的不作为,只会让类似于国杏这样的公司有恃无恐、无所顾忌。有关部门更该做的是,彻查这起行贿事件的相关各方,无论幕后指使者是谁,无论医院方有多大的势力,都必须一一清查,并对相关责任人,该处罚的处罚,该问责的问责,对商业贿赂行为的惩戒,只有进入到这个层面,才会真正起到杀一儆百的效用。(王毅)

不动“份子钱”,怎么“个体化”

在油价上行的背景下,各大城市出租车运价迎来新一轮上涨。专家建议允许出租车行业“个体化”,不过此建议引起管理方的担心,他们担心将出现管理困境。(6月6日《新京报》)

专家建议出租车行业“个体化”以解决问题的逻辑在于,“个体化”之后,不必倚靠公司,当然就不必向公司交“份子钱”了,如此看来,“个体化”之后,好处多多,甚至出租车的价格都有望下调。这么看,未免太理想化,不向公司交“份子钱”,难道有关部门不能向个体户司机收取“份子钱”(特许经营费)吗?

实际上,在我国一些主要城市,20世纪90年代曾经有过“公司化”与“个体化”并存的阶段,可最后“公司化”越来越成为主流,而“个体化”则被边缘化,这说明了什么呢?说明如果不对“份子钱”(特许经营权的售价)进行管理,任由它走向一种简单的“价高者得”的道路,那么,只有财大气粗的公司才可以主宰出租车市场。

因此,现在的问题应该是直奔主题——政府“特许经营权”的售卖价格是否合理?有关部门该如何在这个问题上让利于民?我以为这才是最关键的问题。(欧木华)

“呼吁市民储水”体现政府自信力

>>个论

□潘洪其

6月4日晚,一辆装载化学品苯酚的槽罐车在浙江杭新景高速公路发生追尾事故,部分泄漏苯酚随雨水流入新安江。事故发生后,杭州市、建德市两级政府立即启动突发环境事件应急预案,相关部门人员迅速赴现场处置,防止污染进一步扩散。新安江大坝加大泄洪水量,加速水体更新,环保、卫生等部门密切关注各水质监测点和自来水厂进水、出水口水质变化情况,确保在第一时间掌

握现场信息,第一时间发布信息。

在人们的印象中,以往每当发生环境污染事故或食品安全事故,政府部门的第一反应是赶紧发布安民告示,呼吁居民保持冷静,要相信政府的处置能力,相信市场有充足的供应,不要信谣传谣,不要盲目抢购。这样做的目的很明确,就是要纾解社会不安情绪,增强居民对政府的信任,稳定公众对未来的预期。不过,安民告示发布之后,结果往往适得其反,许多人习惯于“正面文章反面读”,认为“局面一定快失控了,市场一定快断货了,否则政府不会辟谣”,于是市面

上谣言满天飞,商店、超市里抢购成风。而今,杭州市呼吁市民抢抓时机多储水,无异于提醒市民赶紧抢购,政府难道不担心,此举很可能为“抢购风”推波助澜,进而导致局面不可收拾吗?

目前看来,杭州市政府不存在上述担心,原因就在于他们具有相当的自信力。政府呼吁市民多储水,实际上告诉了市民两个信息:其一,虽然市内自来水水质迄今尚未受到影响,但随着泄漏苯酚可能继续扩散,不能保证在接下来的几天,市内自来水一定不会受到影响,因此需要作“最坏的打算”。其二,即便自来水受到影响,

在一段时间里,市民将主要靠瓶装水、桶装水满足饮水需要,政府也有能力迅速组织货源,保证市场的供应,如杭州市市长所言,“杭州完全有能力保障饮用水安全,请广大市民放心”。这样两个信息,首先显示了政府承担信息公开责任的自信——坚信如实公开环境信息是政府履职的题中应有之义,即便为此要承受一定的压力和风险,也是一种必要的代价。其次,显示了政府对保证市场供应能力的自信。再次,政府的自信也是基于对市民的信任,政府呼吁市民多储水,是相信市民不会因此出现盲动与恐慌,

充分显示了对市民的文明素质、公德意识和公民责任的信任。

无论是在常态生活中,还是在突发事件导致的非常状态下,政府大大方方发布公共信息,及时将事态进展和事实真相如实公之于众,既是政府权威性和自信力的直接体现,也是消除公众恐慌情绪的最好办法。做到了这一步,政府自信力就能建设成为政府公信力,这对增进政府与公众的互信、推动政府改革、完善社会治理都大有益处。

■本版投稿信箱:
zhangjinling@qlwb.com.cn