

脸书被指“利用仇恨营利”,遭遇广告商抵制风暴

本报记者徐剑梅

6月17日,美国反诽谤联盟、全国有色人种促进会等6家民权组织针对社交媒体巨头脸书(Facebook),发起“停止仇恨营利(Stop Hate for Profit)”网络运动,呼吁广告商暂停7月份一个月的广告投放,以迫使脸书采取措施遏制仇恨言论的扩散。

两周来,这场抵制运动声势滚雪球般扩大,并冲击美国其他社交媒体平台,清算社交媒体平台上长期存在的仇恨言论问题呼声响亮。

抵制

在共同声明中,这些民权组织指责脸书为了赚取利润,“对仇恨言论在其平台上的海量扩散,一直未能采取有意义的行动”。声明呼吁:“我们向脸书发出一个强有力的信息:永远不值得为了赚取利润而助长仇恨、偏见、种族主义、反犹主义和暴力。”

据美国全美公共广播电台(NPR)报道,截至美东时间7月1日,已有400多家公司加入了这一“停止仇恨营利”网络运动。

其中,世界知名品牌俯拾皆是:电信巨头威瑞森(Verizon)、酒业巨头宾三得利(Beam Suntory)、世界排名前五的冰激淋品牌Ben&Jerry's、汽车制造商本田、宝马,好莱坞电影公司木兰影业(Magnolia Pictures)、高科技企业Dashlane和Braze、招聘公司Upwork、户外运动品牌北面、REI、巴塔哥尼亚(Patagonia)和始祖鸟、阿迪达斯、李维斯等多家服装公司……

美东时间6月26日17时,全球最大广告商之一、日用消费品巨头联合利华宣布将撤下其在脸书、推特及脸书旗下Instagram的所有广告,脸书股价应声暴跌8.3%,创3个月来最大跌幅。

联合利华宣布两小时后,脸书首席执行官马克·扎克伯格通过视频直播发表讲话,宣布脸书将收紧内容审查政策以平息人们对仇恨言论日益增长的担忧,措施包括进一步禁止仇恨内容出现在脸书广告中,进一步限制关于美国大选投票的虚假信息,在11月美国大选前开始为违反其政策但有新闻价值的内容贴上标签;将在所有与投票有关的帖子和广告上标注准确信息的链接;加大力度保护包括移民、难民等边缘群体和少数群体的利益……

但扎克伯格的让步收效甚微,星巴克、福特、大众、惠普、可口可乐、百事可乐、好时、乐高、百思买、以及拥有健力士等品牌的全球饮料巨头帝亚吉欧等更多企业宣布暂停在脸书投放广告。6月29日,脸书股价再度下跌。连续两天下跌后,市值蒸发至少600亿美元。

除暂停在脸书投放广告外,很多公司也同时暂停在脸书旗下的Instagram投放广告,星巴克、福特等一些大公司则暂停了在所有社交媒体平台投放广告。暂停期限大多设定为从7月1日开始,“至少30天”,联合利华暂停了今年下半年在脸书、推特和Instagram的全部广告投放。

“停止利用仇恨营利”运动6月29日发表声明称,脸书“整改”力度远远不够,并提出一系列改进内容审核政策的要求,包括建立独立审查程序以帮助种族主义和仇恨言论的受害者,针对基于身份认同的仇恨和错误信息定期进行第三方独立审计并加以公布;自动删除被标记为错误信息或包含仇恨内容的广告;向其广告在脸书平台上伴随有害内容出现的广告商退款;在超过150名成员的群组中自动标记恶意内容以供审查,等等。这些民权组织表示,希望通过抵制运动,促使脸书改变政策,阻止脸书用户散布和利用虚假信息和有害内容牟利,为脸书用户创造安全、非歧视性的在线体验。

《华尔街日报》6月29日评论说,“这家最受欢迎的社交媒体应用程序可能正经历着最不受欢迎的时刻”。

不过,据美国有线电视新闻网报道,截至7月1日,2019年在脸书广告支出最大的25家公司中,只有3家公司即微软、星巴克和辉瑞(Pfizer)公开证实暂停在脸书投放广告,脸书最大100家广告商中的大多数尚未加入抵制行动。

缘起

脸书遭遇此次抵制风暴,既突如其来,又酝酿已久。

这次抵制运动的直接起因,是5月25日黑人弗洛伊德遭白人警察跪颈近九分钟死亡引发的全美抗议和骚乱,总统特朗普在社交媒体上的回应,以及脸书对特朗普争议言论的处理。

针对抗议和骚乱,5月29日,特朗普在脸书、推特上发帖说:“抢劫开始,枪击就开始”。上世纪60年代美国民权运动期间,一名白人警察局长和一名种族隔离主义者曾使用这句短语强硬弹压

社交媒体时代,如何遏制种族主义、仇恨、暴力和极端内容的传播,是一个越来越突出的问题。在社交媒体平台上,新闻这个行业似乎正在失去专业资质的门槛,而自媒体成为一门生意,流量直接变现真金白银,内容生产经常出现劣币驱逐良币、另类事实驱逐事实、阴谋论驱逐真相、偏颇观点驱逐常识的情况

►社交媒体脸书6月5日说,已经删除近200个与白人至上主义团体有关的账号,它们鼓励人们参加美国黑人乔治·弗洛伊德死亡事件引发的反种族歧视抗议示威,甚至鼓动携带武器前往。**新华社发**

人抗议活动。尽管特朗普随后表示他不了解这句短语的种族主义渊源,但批评者普遍认为特朗普是在鼓励对抗议者使用暴力。推特立即将特朗普这则推文贴上“美化暴力”的标签,并首次对特朗普推文加以屏蔽——用户除非单击显示,否则看不到这则推文,并且也不能点赞或评论。

对比推特,脸书对特朗普这则帖文没有进行任何处理。据美媒报道,脸书的“不作为”激发了民权组织,数百名脸书员工还因此举行了虚拟罢工。6月4日,脸书上一段登上头条的视频把弗洛伊德形容成一个“糟糕的人”,“警察出于种族动机的暴行是(编造的)神话”。美媒报道说,这段视频在19小时内获得2400万的点击量,脸书再度被指“纵容”。

孤立事件只是“干柴”,如果没有遇到躁动的社会氛围,是难以点燃的。弗洛伊德之死引发持续数周、迄今仍未完全平息的全美反种族歧视抗议浪潮,促使美国社会各界反思和清算各个领域长期存在的“系统性种族主义”。在这样的背景下,社交媒体公司和高科技公司对其平台上仇恨内容的责任与作为,成为一个热点问题。发起抵制运动的六家民权组织在声明中,直接指责脸书在弗洛伊德等非裔美国人死亡事件后,“允许煽动暴力,反对为种族正义而斗争的抗议者”,呼吁脸书所有广告商“与脸书的黑人用户站在一起”。

就脸书等社交媒体平台上仇恨言论的散播,美国民权组织和不少自由派人士的不满可谓积蓄已久。在2016年大选期间,脸书等社交媒体平台就因存在大量虚假信息和阴谋论而饱受诟病。2018年3月,政治分析初创公司“剑桥分析”被曝不当获取了数千万脸书用户数据,脸书更是备受纵容散布关于美国大选错误信息、暴力和仇恨内容等指责。此次加入“停止利用仇恨营利”运动的一些公司就公开批评脸书使其投放的广告出现仇恨内容。

发起此次抵制运动时,美国民权组织指责脸书“长期以来允许种族主义、暴力和可验证的虚假信息在其平台上泛滥”,所列“证据”包括:把极右翼布赖特巴特新闻网(Breitbart News Network)列为“可信的新闻来源”,把另一家与白人民族主义者合作的极右翼媒体《每日来电者》(Daily Caller)列为“事实核查者”;允许广播针对“黑人生命也重要”抗议者煽动暴力的帖文;没有把不承认或否认灭犹大屠杀的帖文作为仇恨言论;允许具有种族歧视色彩的住房、就业和信贷广告……

还有4个月就要举行的美国大选,是这次抵制运动背后异常突出的重要因素。2016年大选期间,美国社交媒体平台上虚假信息和阴谋论泛滥,被认为对选民投票意向产生不小的影响。有此前车之鉴,加上美国受众在社交媒体上高度分化,很多人担心今年大选选战可能会使错误信息和歧视性内容的传播更加厉害。联合利华叫停今年下半年在美国脸书、Instagram和推特做广告时,就以“两极分化的选举期”为由,担心大选使得美国社交媒体平台上的分裂性内容激增。而民权组织发起抵制运动时,一个重要理由就是指责脸书允许其平台被用于发布压制黑人选民投票的虚假信息,“在其平台上公然压制选民的行为视而不见”。全美有色人种协进会主席兼首席执行官德里克·约翰逊在一份声明中说,脸书的做法“颠覆美国2020年选举的公正性”。

争议

识别网络仇恨言论需要了解其上下文、传统习俗和文化背景,机器化自动识别曾是一道难题。但就技术手段而言,近年脸书在自动识别仇恨内容上取得很大进展。美媒援引脸书的一份报告说,2017年第三季度,脸书在其平台上自行发现的仇恨言论不到四分之一,另外四分之三是依靠

不动声色



用户手动标记和报告之后删除的。但到2020年一季度,脸书上88%的仇恨言论由脸书自行开发的工具软件发现,这使得脸书删除或限制的仇恨言论数量几乎是两年前的4倍。面对抵制运动,脸书高层再三否认脸书从仇恨内容中获利,坚称“我们绝对没有动机去容忍仇恨言论”。

尽管如此,民权组织和不少自由派媒体认为,与其他有争议内容相比,脸书历来对仇恨言论采取了较为温和的态度,原因不仅在于技术瓶颈,也在于脸书领导层相信攻击性言论本身具有模糊性,并担忧如果限制或屏蔽“虚假新闻”,会对保守派用户造成不成比例的影响,损害他们的参与度。一些美国媒体还认为,脸书另有一重顾虑,就是担心激怒特朗普,因为他发布的许多帖文都引起涉嫌种族歧视的争议。有媒体指责脸书自特朗普2015年宣布竞选总统以来,就一直在修改内容审核政策,以迎合煽动性和虚假信息。还有一种说法是,脸书决策出发点是讨好现任政府,如果明年换了政府,很可能也会这样做。

不过,脸书公司并不承认存在这些顾虑。早在此次抵制运动之前,扎克伯格就坚称,脸书的职责不是对政治广告进行事实核查,也不是排除社会对话中最有害的观点,更何况拥有众多关注者的民选官员言论“具有内在的新闻价值”。针对特朗普“抢劫一开始,枪击就开始”的争议帖文,扎克伯格专门在其个人主页上写道,他不把这一帖文解读为在煽动暴力,而认为它只是“国家行为的警告”。就推特决定给特朗普推文帖警告标签的做法,扎克伯格的回应仍是,他不希望脸书成为“真相的仲裁者”。

脸书也不承认这样的决策是为了取悦美国现任政府。“商业内幕”网站援引脸书一名高管说:“许多共和党人认为我们应该做的事,许多民主党人则希望我们反着来。我们的工作就是创建一套通用规则,对每个人一视同仁。我们不认为推特、YouTube、脸书或任何科技公司应该决定人们应否看到他们选出的领导人的言论”。

不难看出,抵制运动背后,存在来自美国左右两翼的“拔河”,具有明显的政治和党派色彩和大选考量。在民权组织激烈批评脸书“不作为”的同时,美国一些右翼人士也在激烈批评“停止利用仇恨营利”运动的真实目的是为了打压右翼和保守派声音,指责左翼以打击仇恨言论为幌子,试图“先发制人地扼杀他们不喜欢的言论”。布赖特巴特新闻网一位发言人就声称,这场抵制运动是为了“让保守媒体噤声”。

据《华盛顿邮报》6月30日披露,民主党总统竞选人拜登的竞选经理奥马利·狄龙(Jen O'malley Dillon)6月29日致信脸书负责全球事务和沟通的副总裁尼克·克萊格(Nick Clegg),批评脸书就特朗普在近期抗议浪潮中的争议帖文“与白宫讨价还价”而不是根据既定政策采取透明立场,要求脸书防止特朗普滥用脸书平台传播“仇恨内容”和关于大选邮寄投票的误导性言论。美国国会三名民主党联邦参议员6月30日发表公开信,呼吁脸书加大力度移除其平台上的种族主义、暴力、极端和白人至上主义言论。

清算

脸书创立以来,一直把“连接世界”作为其使命。但多年来,脸书和其他社交媒体公司引发的最大争议可能是,社交媒体平台究竟使世界更加息息相通,还是使之更加分裂对立?答案似乎是社交媒体平台同时扮演了这两种相互冲突的角色。

许多美国媒体认为,社交媒体平台加剧了美国的社会分裂与政治极化,引发网络仇恨言论“爆炸”。民权组织“反诽谤联盟”2019年一项调查显示,使用脸书的美国人当中,55%的人表示在其

平台上遭遇过仇恨和骚扰。《华尔街日报》一篇报道披露说,扎克伯格在公开和私下场合都曾表达对社交媒体平台上“轰动效应和两极分化”的担忧。报道认为,这场抵制运动从本质上说,是因为脸书使世界更加分裂,并且人们相信,脸书有能力缓解这一问题,但却选择了不作为。

据《华尔街日报》,早在2016年,脸书研究员莫妮卡·李(Monica Lee)就撰写报告称,脸书平台上一些大型政治群组里极端主义内容盛行,而脸书的算法系统和推荐工具助长了其平台上极端言论的增长。报告称:“64%的极端主义群体加入脸书,是因为脸书的推荐工具。”

报道说,2018年时,一份呈交脸书高层的内部研究指出,脸书的算法系统“利用了意见分歧对人类大脑的吸引力”,导致受众分化和分裂。这份文件还警告说,如果不加控制,脸书将向用户提供“越来越多有争议性的内容,以吸引用户注意力,增加用户在(脸书)平台上的时间”。

需要指出的是,社交媒体平台只是推手,美国的社会分裂和极化现象由来已久。皮尤研究中心多年的跟踪调查显示,早在社交媒体问世之前,美国民众对主要社会问题的看法就已渐行渐远。不过,普遍认为,社交媒体平台的回音壁效应和放大极端声音等传播特点,使得社会裂痕扩大。盖洛普公司和奈特基定会今年3月的联合民调显示,6成美国人认为美国大型社交媒体公司正在加剧美国的分裂,只有11%的人认为它们在团结美国。范德比尔特大学(Vanderbilt University)人类学教授索菲·比约克-詹姆斯(Sophie Bjork-James)研究认为,社交媒体公司为增强用户黏性开发的算法系统为种族主义团体“可能提供了几十年来最大的福音,为它们散布种族主义思想找出更大的潜在受众群体”。

在弗洛伊德之死引发的清算“系统性种族主义”浪潮中,对脸书等社交媒体平台上仇恨言论的批评进一步增加。据报载,6月上旬,白宫工作人员本·罗德斯(Ben Rhodes)在推特上称:“脸书从一种以仇恨为主线的算法中获利。事情对我们越糟糕,对他们就越好。他们的商业模式破坏了社会凝聚力。”苹果公司创始人乔布斯生前得力助手乔安娜·霍夫曼(Joanna Hoffman)也在6月早些时候发声,指责脸书在某些方面“破坏人际关系的基础,兜售一种叫作愤怒的成瘾药物。”

6月28日,脸书承认还有更多工作要做,称正在与民权组织和专家合作,开发更多遏制仇恨言论的工具。脸书负责营销事务的副总裁卡罗琳·埃弗森(Carolyn Everson)在一份备忘录中写道,脸书正在“研究如何利用其平台打击系统性种族主义”。6月30日,脸书宣布将倡导暴力的极右翼boogaloo运动列为危险组织,删除了与这一运动相关的220个脸书账号、95个Instagram账号、28个页面和106个群组。此外,脸书还宣布将删除包含危险内容的400个公共和私人群组以及100多个页面。

民权组织发起抵制脸书行动后,美国其他一些社交媒体网站也展开了清算仇恨言论行动。红迪网(Reddit)6月29日宣布,它将禁止大约2000个来自不同政治派别、攻击他人或经常发表仇恨言论的论坛版块,其中包括为特朗普造势的“这位唐纳德”(TheDonald)论坛。YouTube宣布取缔6个违反网站内容政策的频道,其中包括美国知名白人民族主义者戴维·杜克(David Duke)、斯蒂芬·莫里纽克斯(Stefan Molyneux)和理查德·斯宾塞(Richard Spencer)的频道。亚马逊旗下的流媒体直播网站Twitch6月29日暂停了特朗普竞选团队的一

个账号,理由是它违反了网站关于仇恨内容的政策。Snap公司也宣布不会在Snapchat的Discover平台上推广特朗普发布的内容。

影响

“停止利用仇恨营利”运动对脸书究竟会产生多大影响?发起抵制的民权组织称,脸书700亿美元收入中,99%来自广告,因此这是它的痛点。但不少市场分析人士认为,影响虽有,难以持久,不大可能让脸书伤筋动骨。

《华尔街日报》和彭博等财经媒体均指出,首先脸书有800多万广告客户,主体是严重依赖脸书平台的小企业。脸书去年一季度财报显示,前100名脸书广告客户的“贡献”,在脸书总收入中占比不到20%。其次7月份传统上是广告淡季,许多企业又因疫情削减广告预算;而且参与抵制运动的企业做法各不相同,不少企业仍保留了以项目形式进行的广告投放,又或继续通过第三方应用或向脸书旗下Instagram投放广告。因此对脸书来说,抵制运动不太可能带来长期重大风险或商业模式的重大改变。

多数脸书用户也很难抵制脸书。美国新闻网站“政治”(Politico)7月1日评论说:“大约70%的美国成年人使用脸书,这项服务已经成为美国人生活中不可或缺的一部分,要求人们放弃它一个月就像要求他们放弃手机或冰箱一样。”

包括脸书在内的美国社交媒体公司早已不是头一回遭遇抗议和抵制。以往,风波过去后,广告商便迅速回归,没有造成过严重影响。《华尔街日报》说,从2018年3月“剑桥分析”窃取脸书用户数据丑闻曝光,到今年3月脸书广告收入年均增长32%,这一业绩“是对所有负面新闻的一剂强力解毒剂。”

但从长远看,出来混总是要还的。社交媒体平台在纵容仇恨言论和阴谋论时,也在积累“信任赤字”。这样的利润未必真是解毒剂,也可能只是制造饮鸩止渴的假象。很多迹象表明,弗洛伊德事件引发的抗议浪潮不是一个短暂现象,而美国社会对待种族公平问题态度的改变,正在改变民众和企业行为,并可能延伸到政治和监管领域。随着种族公平意识增强,人们对社交媒体平台上制造分裂的仇恨言论容忍度会更低,对社交媒体平台履行道德责任的期望值会更高。

相关研究表明,网络仇恨言论具有三重伤害:伤害特定群体,经历过网络仇恨的年轻人更容易出现焦虑和抑郁,弱势群体成员可能更不愿意在网上畅所欲言;成为激进主义的“传送带”,放大网络空间中所谓“多数人错觉”,使受众变得更加激进;毒害网络生态,使得负面、错误和恶意信息充斥网络空间,造成对所有人的巨大伤害。

社交媒体时代,如何遏制种族主义、仇恨、暴力和极端内容的传播,是一个越来越突出的问题。传统媒体需要对其生产的所有内容负责,但社交媒体公司不必。在社交媒体平台上,新闻这个行业似乎正在失去专业资质的门槛,人人可以成为自媒体,而自媒体成为一门生意,流量直接变现真金白银。在社交媒体平台上,会哭的孩子有奶吃,内容生产经常出现劣币驱逐良币、另类事实驱逐事实、阴谋论驱逐真相、偏颇观点驱逐常识的情况。

困境在于,谁来做“真相的仲裁者”?要知道,哪些言论属于仇恨言论,这经常是一个主观判断。就如特朗普使用的那句“抢劫开始,枪击就开始”短语,自由派媒体抨击这是种族主义用语,是在煽动对抗议者使用暴力,但大量共和党选民未见得买这个账。

而即便是公认的仇恨言论,彻底清除也并非易事。脸书拥有逾30亿用户,约占全球网民三分之二,旗下还拥有WhatsApp和Instagram。脸书北欧副总裁史蒂夫·哈奇说,只要世界上存在仇恨,脸书上就会有仇恨言论。纽约大学学者保罗·巴雷特认为,脸书上的仇恨言论与脸书规模太大有关,即使脸书拥有最好的人工智能系统,也消灭不了所有的仇恨言论。他说:“我认为,我们正处在一个充斥着错误信息、仇恨言论和其他网络垃圾的漫长季节。”

但不管怎样,一个较大的共识是,社交媒体平台有责任验证虚假信息,也有责任营造一个安全、没有歧视和网络暴力的环境。正如弗洛伊德事件引发的抗议浪潮中,举行虚拟罢工的脸书员工所说:“什么都不做是不可接受的。”也正如参与“停止利用仇恨营利”运动的许多企业所说,希望行动的力量能够促成积极的变革,推动持久的改变。

无论如何,社交媒体平台应当成为一种“向善的力量”。

单地 随感

喇叭与脾气

李伟明

坐同事小曾的顺风车。小曾说,去年他的车子喇叭坏了,一直忙着没空去修,将就着对付了一段时间,因为车上没有喇叭,他开车越来越有耐心,路上遇到什么事情总是不住地克制情绪,实在没办法时便把车速放慢再放慢。一年下来,蓦然回首,居然发现自己好像不再是个急性子了,患了多少年的“路怒症”也似乎在不知不觉中消失了。

小曾又说,今年,他抽个空,去把汽车喇叭修好

了。几个月过去,他感觉自己的脾气又慢慢地急躁起来了。看到路边有行人,总是忍不住要按喇叭提醒提醒;看到前面的车慢吞吞,更是忍不住要按喇叭催一催。有时按一两下没解决问题,便下力气使劲按,连续按,甚至边按还边开骂,心头的火气也因此不断升腾。仔细反省一下,好不容易控制下去的“路怒症”,原来已经悄然复发。

听了小曾这番话,我不禁小小地发了一下感慨:喇叭与脾气,原来也是有密切关系的。

拿开车这事来说,喇叭是脾气得以施展的一个工具。有了喇叭,驾驶人的脾气才有了发挥的平台。脾气急、脾气大的人,可以通过频频使用喇叭,让外面的人知道你不高兴,知道你惹不起,从而对你有所敬畏,有所让步。当这种效果比较明显时,一个人更会不由自主地选择这种借力的方式。久而久之,喇叭也在让人的脾气悄然升级。而当喇叭失去作用之后,你即使在车里大发雷霆,也没人看到没人听到,外面的一切依

然如故,最后只能白白气坏自己。因此,明智的人,当知道发脾气无用时,便干脆自我克制,不再去乱发脾气。

所以,发脾气也是要讲究条件的。当你有了让脾气生效的工具或渠道时,可能就会想着去利用它,而一旦没这个条件,也许你宁愿选择给一个笑脸算了。比如一个领导,因为掌握了可以制约下属的某些因素,于是,在他的权力范围内,他可能会经常发脾气,随时发脾气,甚至无理发脾气。而一旦他无权制约他人时,比如在“外人”面前,比如到了外地,比如退職以后,你就会发现,领导其实也是一个彬彬有礼的人,一个温文尔雅的人,一个和蔼可亲的人。总之,这时的领导,简直让你判若两人。

由此可见,检验一个人脾气好不好,在没有“喇叭”的情况下,是不能轻易下结论的。必须提供“喇叭”给他,让他充分使用,才知道他是不是一个有脾气的人。同样的道理,“喇叭”坏了的时

候,也不能轻信一个人的脾气发生了彻底改变。只有“喇叭”修好之后,仍能如常对待外面发生的一切,这个人才是真正克服了脾气。

问题是,对大多数人来说,车上有了喇叭可用,总是会想着用一用,喇叭次数用多了,情绪自然会受到影响,脾气也难免会越来越大。让喇叭失灵,甚至强制性地卸下喇叭,当然也是有一定作用的,但也只是“一定作用”而已。记得好多年前,一些城市就曾出台规定,城区不许鸣喇叭。为此,有关部门还把把跑城区的出租车喇叭给“阉割”了,让司机想按也按不响。在这种情况下,出租车的确实是安静下来了,但其他车辆并未见得按要求做到了。反正,那个时候,在城区行走,听到喇叭声依然是件让人不以为然的事。

也就是说,克制脾气,全靠解决喇叭的问题,还不算解决了问题。真正解决问题,不是卸下“喇叭”,而是要靠驾驶人自觉修“心”,管住自己的内心。朱熹说过:“内无妄思,外无妄动。”只

有从灵魂深处解决问题,才不会受到外界的干扰,才不会老想着动用这个工具那个手段抖抖威风。通过加强自我修养,把脾气给克服掉了,则有无喇叭在手,也一样能心平气和地对待周边环境。所以,要克服“路怒症”之类,还是要回到“总开关”,从“源头”下手,才可能真正见成效。

其实,何止一个小小的脾气问题,我们常常讲的反腐败“三不”机制,其中的“不想腐”,靠的也是解决“三观”问题,让内心不受污染。否则,仅凭若干工具,如何实现治本目标?某些人,没权时是清官,说起大道理振振有词,一套又一套,一旦让他掌权,则吃拿卡要、敲诈勒索、挖空心思挖墙脚谋私利等,什么事都做得出,那就是内心原本就有问题,只不过此前没逮到腐败的机会而已。“潘多拉盒子”一打开,他就立马原形暴露。像这种人,深藏于心底的那个恶魔不解决,谁能救得了他?——哎呀,坐这十几分钟车,照这话题扯到哪里去了,打住打住。