

微信投票乱局与治道变革

王平,孙豪,余文砚

(安徽大学 管理学院,安徽 合肥 230039)

摘要:微信投票作为新生事物在快速发展的同时也出现了诸多问题,结合现实案例,对微信投票的产生发展过程进行分析。研究认为,微信投票具有“三赢”特质,在商家、参赛者以及投票者的三方促进下,从无到有,获得了迅速发展,但由于缺乏有效管控,在“制度之过”和“文化之错”的合力作用下,微信投票过程中的各种低质量投票、虚假投票以及网络欺诈比比皆是;建立在人情交往基础上的拉票活动,裹挟了社会公众的正常生活,让大家闻“投”变色;建立在金钱交易基础上的刷票活动,不仅破坏了社会风气,还对中国民主政治的发展构成梗阻;应该从制度层面对微信投票的乱局进行规制,健全管理体制和网络监督体系,对投票活动从发起到结束都进行全面监督;努力改变商家、参赛者和投票者的思想观念,让商家致力于把微信投票打造成高品质的营销渠道,对参赛者进行科学引导,准确理解“人生出彩”的时代意蕴,不以投票来培养孩子的虚荣心,让投票者及社会公众学会多种人情表达方式,对不合理的拉票坚决说“不”,培养良好的微信投票风气,让微信投票发挥推动社会和文化发展的正面作用。

关键词:微信投票;乱局;商家;参赛者;投票者;制度规制;刷票

中图分类号:TP311

文献标志码:A

文章编号:1671-6248(2017)02-0050-08

WeChat voting chaos and governance transform

WANG Ping, SUN Hao, YU Wen-yan

(School of Management, Anhui University, Hefei 230039, Anhui, China)

Abstract: As a new thing, WeChat voting has exposed many problems in its rapid development. Combined with the reality of cases, this paper analyzed the development process of WeChat voting. The results show that WeChat voting has been gone through from scratch and gained rapid development, promoted by “triple win” character, namely businesses, contestants and voters. However, due to the

收稿日期:2017-01-07

基金项目:安徽省社会科学规划后期资助项目(AHSKHQ2014D05)

作者简介:王平(1977-),男,安徽泾县人,副教授,硕士研究生导师,政治学博士。

lack of effective supervision, WeChat voting abounds a variety of problems in practice, such as low quality votes, spurious votes and network fraud, based on various “institutional deficiencies” and the “drawbacks of culture”; canvassing activity that is on the basis of interpersonal relations coerces normal life of the public, making people turn pale when voting is mentioned; brush tickets activity that is on the basis of financial transactions not only undermines the social atmosphere, but also constitutes obstruction to the development of China’s democratic politics; it should regulate WeChat voting from the chaos in the system level and perfect the management system and network monitoring system, conducting overall supervision from the initiation to the end of the voting activities; change the concept of businesses, contestants and voters with effort, making businesses commit WeChat voting to a high-quality marketing channel, which can scientifically guide the contestants to understanding the meaning of “life out of color” accurately. Do not cultivate vanity of the child with voting, but let the voters and the public learn various interpersonal relations’ expressions. Firmly say “no” to unreasonable canvassing activity to develop good atmosphere for WeChat voting, so that WeChat voting can play a positive role in promoting social and cultural development.

Key words: WeChat voting; chaos; businesses; contestants; voters; system regulation; brush tickets

随着移动互联网的不断发展和智能手机的迅速普及,微信成为人们日常生活中颇受欢迎的社交工具。通过微信保持沟通顺畅,通过微信朋友圈实时关注亲友动态、了解新鲜资讯以及通过微信投票成为“网红”或者成为“粉丝”。但其中风靡一时的微信投票,出现了太多的负面内容,比如人情投票、虚假投票以及网络欺诈,已然构成微信投票的乱局和怪状,消解了微信投票的正面作用,干扰了人们的正常生活,亟需整体性的治道变革。

关于微信投票乱局及其治理,已经引起了学术界的关注,多位学者从不同方面揭示了微信投票乱局的现象和本质。范德洲认为,拉票原本是依托“群众的眼睛是雪亮的”这一原则发动广大群众参与投票,也是确保比赛公正的一种体现,但是现在的微信投票,尤其是“红包拉票”“花钱买票”等不当行为,严重损害了各类评比的公正与公平,甚至造成“劣币驱逐良币”的负面影响^[1]。曹玲玲从未成年人教育的角度,着重指出当前朋友圈广为流行的“儿童票”会给未成年人的成长带来明显的弊端,这些投票将孩子推到了社会舆论的中央,让孩子误以为这才是生活的重心,而且这种盲目攀比人气的风

气也会给孩子的价值观造成严重的误导^[2]。伊一芳认为,如今的微信拉票背离了公开、平等的初衷,在人们忙得不亦乐乎的同时,却让朋友圈变了味,更伤害了社会的公平正义^[3]。

已有多位学者从不同角度分析了微信投票乱局的治理方式。曹玲玲认为,针对当前的微信投票乱象,需要相关单位制定出台一些制度来切实规范这种不良“微信营销”,使微信投票活动有规可循,同时也要呼吁广大消费者谨慎参与这种活动^[2]。陈华洲等则是从底线思维的角度,认为有必要将底线思维引入到包括微信投票在内的网络空间治理中去,比如加强信息准入机制、提升网民责任意识和媒介素养等^[4]。在上述研究的基础上,本文结合微信投票的发展现状,对微信投票中存在的问题进行综合分析,并研究探索微信投票乱局的解决方案。

一、微信投票的现状分析

近年来,使用微信的民众,都或多或少接触过形形色色的微信投票。熟人或老乡群、同学群,都

不乏让你帮助给他的亲朋好友拉拉票者,朋友圈也经常被各类投票活动和拉票信息刷屏,为什么微信投票如此火爆,这还要从微信本身谈起。

(一) 微信与微信投票

微信(WeChat)是腾讯公司于2011年1月21日推出的一个为智能终端(如智能手机和电脑)提供即时通讯服务的免费应用程序。除了即时通讯服务外,微信还能够通过设置朋友圈和微信群,与朋友一起分享新鲜资讯。由于微信的强大功能,且又是“免费的午餐”,其使用人数也就越来越多。

微信投票,一般来讲,是指某个微信公众号,面向大众推出的投票活动。有的会让你先关注其微信公众号才能投票,有的则无需关注也能投,但后者比较少。举行投票活动的目的是让更多人知道和关注这个微信公众号,让商家快速扩大知名度,也就是所谓的“涨粉”。由于投票门槛低,操作简单,且比赛的获胜者一般都能获得丰厚奖品,因此微信投票活动非常容易博取大众的关注。

(二) 微信投票的现状

为了能对微信投票有一个全景了解,本文运用4W1H分析方法多维度剖析微信投票的现状。

1. Why——为什么会出现微信投票

天下熙熙,皆为利来,天下攘攘,皆为利往。微信投票从无到有,从萌芽到兴盛,同样逃脱不了历史规律的运行逻辑。质言之,微信投票如此火爆,其背后存在三种利益机制的互动与促进。第一,微信投票的始作俑者是作为活动主办方的商家。商家为了利用新媒体技术营销自己,迅速增加粉丝量,从而设计一个符合其所要推销的产品或服务的投票主题,并安排丰厚奖品吸引参赛者。只要能够吸引足够的参赛者和投票者,在“眼球经济”的时代背景下,商家就能够赚个盆满钵盈。且相比广告宣传,微信投票这种营销手段成本低、效果好,能使商家的知名度迅速提高,因此很多商家都乐于选择这种方式。第二,微信投票的驱动力是参赛者。参赛者为了在投票中赢得好名次,满足自己的成就感和面子,同时也是为了获得丰厚奖品,千方百计地发

动亲朋好友参与投票。在投票初始阶段,参赛者发动的亲朋好友人数并不多,拉票的言行还相对克制。及至投票进入白热化阶段,参赛者往往也处于情绪亢奋状态,甚至不惜成本(经济成本如大发微信红包、人情成本或曰人情消费如再三恳求熟人帮忙投票)、不择手段(如通过水军买票)的拉票。第三,微信投票的主力军是投票者。投票者之所以常常不遗余力地进行投票,也有自己的利益考量。最直接的利益是经济利益,一般参与微信投票,都能或多或少从微信群里抢个微信红包;最根本的利益则是人情利益,只要按照程序帮助参赛者投票,截个屏,参赛者就要在群里发表一番“感恩戴德”的话。正是由于上述原因的“合力”作用,微信投票就“忽如一夜春风来,千树万树梨花开”了。

2. What——什么事要使用微信投票

微信投票的用武之地早已延伸到“三百六十行,行行皆可用”的地步。换句话讲,只有想不了的“票”,没有投不了的“票”。打开朋友圈,手指随便一划就能看到类似信息:为“十佳毕业生”投票,选出某地“最美店小二”,为“2015年度赛车行业最佳雇主评选”投票,选出“十大进步家庭”等。为什么微信投票几乎没有边界限制?无非是两个原因:其一,“三百六十行,行行出状元”。士农工商服务业,每个领域都可以开展纵向比较,分出个“状元”“榜眼”和“探花”。其二,“三百六十行,行行有商家”。商家为了吸引眼球,拓展本行当的营销渠道,千方百计地使用微信投票大涨人气。

3. Where——在何地可以使用微信投票

微信投票是新媒体的产物。只要有网络和微信客户端共同存在的地方,就可以使用微信投票。随着无线网络覆盖范围的不断增加,以及运用智能手机的人数愈众,人们可以随时随地运用微信客户端进行投票。教室、办公室、工厂、娱乐场所、酒店、家庭以及各种交通工具中,都能发现专注于微信投票的民众。

4. Who——何人使用微信投票

截至2016年第一季度末,微信每月活跃用户已达到5.49亿,用户覆盖200多个国家,各品牌的微

信公众账号总数已经超过800万个。由于微信用户众多,导致基于智能手机的微信社交网络,已经成为人们获取新闻资讯的第二大渠道,渗透率超过了电脑和电视。此外,超过九成微信用户每天都会使用微信,61.4%的用户每次打开微信必刷“朋友圈”,半数用户每天使用微信超过1小时。在年龄方面,微信用户平均年龄只有26岁,97.7%的用户在50岁以下,86.2%的用户在18~36岁之间。在职业方面,企业职工、自由职业者、学生、事业单位员工是比例最多的4类职业,上述4类微信用户的比例总和达到了九成。相对来讲,这些群体接受新鲜事物的速度快,参与新鲜事物的劲头足,从而构成微信投票的主力。

5. How——如何看待微信投票的积极作用

微信投票如火如荼发展,并一度受到社会大众的普遍欢迎,从根本上讲源于它具有不可忽略的积极作用。第一,就商家而言,微信投票能够起到增加粉丝和宣传品牌的作用。增加粉丝意味着获利,宣传品牌意味着出名,这两者都是商家的直接追求。第二,就参赛者而言,微信投票为自己提供了一个实现需求体系的平台。根据马斯洛的需求层次理论,人有5种需求,分别是生存、安全、情感、尊重和自我实现。微信投票平台,对上述5种需求层次,都有裨益。参赛并获得丰厚汇报,有助于实现生存的需求;参赛的过程中,有很多亲朋好友帮自己投票,“好人缘”让自己有安全感和情感归宿了;参赛的过程中,把自己最美好的一面展现出来,以及通过参赛最终名列前茅,能够让参赛者更有自信心,从而获得自我尊重和自我实现的幸福感。第三,就投票者而言,通过投票可以发现“身边的明星”,从而能够产生见贤思齐的内生动力。此外,通过投票,还能够积攒人情,有助于构建和谐的人际关系。

二、微信投票的异化及怪状

微信投票本来是一件“三赢”的事物,却在实践中走样和异化,出现了诸多怪状和乱局。

(一) 信息不对称视角下的模糊投票

投票是通过研究和甄别,把最适合者推选出来。因此,投票者所需具备的一个基本素养,是拥有相关知识和背景信息从而能够真正起到判别与遴选的作用。然而观察当下盛极一时的微信投票,普遍存在信息不对称视角下的模糊投票问题。所谓模糊投票,是说投票者不能了解或者不愿了解参赛者的相关信息,在信息不对称的情况下,不加甄别地为既定利害关系人投票。比如,我们不懂医学,却要参加“全市最美接种医生”投票;我们不懂设计,却要为“最美封面设计”投票;我们不懂广告制作,却要为“最佳创意广告”投票;我们根本没有了解某人的能力和才艺如何,却要为她评选“优雅女神”投票。显然,模糊投票的存在,使得微信投票的有效性^①大打折扣,也扭曲甚至玷污了“投票”这个词汇。

那么,模糊投票为什么大行其道呢?一是从举办微信投票的商家来讲,“投票”不过是一个拓展营销渠道的载体,越热闹越好。既然是图人气,自然就不会设置门槛——要求投票者获取最基本的相关知识和背景信息。二是从参赛者来讲,自己本来就是普通老百姓,自然没有多少陌生人主动来为自己投票。在这样的情况下,为了让自己能够名列前茅,只能拉票,要求亲朋好友不加选择地仅为自己“投票”。三是从投票者来讲,碍于亲朋好友的面子,不能无视参赛者的邀请,再忙也不能不去投票,在投票的时候,也不能真的按照标准对所有参赛者区分个高低优劣,并按照这个标准进行投票。这导致的结果就是,在大多数的微信投票中,投票者直奔主题,只点特定对象,根本不看其他参赛者。

^① 事实上,这种“模糊投票”不仅削弱了“投票”的真实性和有效性,对商家拓展营销渠道来讲,其效果也同样大打折扣。打开人们关注的微信公众号,可以发现名列的都是自己感兴趣的领域,很少会出现因为投票而一直关注的商家。之所以如此,原因有三:一是人们接受为其他人投票就像是接受一项任务,每当投完票就有任务完成的轻松感,并把删除商家公众号视为完成任务的标志。二是人们不愿意接收众多商家的无针对推送,浪费自己的时间和流量。三是因为投票过程的繁琐与无可奈何,人们会把拉票者的积怨转化为对商家公众号的不满,从而更加不愿意保留商家的公众号。

(二) 商业造假状态下的虚假投票

一些参赛者为了拉票,不仅“命令”亲朋好友为自己投票,比拼亲友团的庞大系数和忠诚度,还雇佣水军为其投票,从而催生出新产业——投票服务。这种投票服务的本质,是商业造假状态下的虚假投票。它的主要表现是参赛者“交钱买票”,也就是说,参赛者把费用交给卖票商家后,收到钱的商家直接为参赛者刷票。打开淘宝网,输入关键字“微信投票”搜索就会出现各类刷票商家,刷票分人工刷票和机器刷票,机器刷票价格便宜,但是容易被发现,人工刷票安全可靠,但是价格要高,基本上投一票的价格最低0.4元,最高1元,100票起卖。有的参赛者不惜血本,花费数千元甚至上万元买票,以至出现一夜之间票数激增的奇怪现象。

如果说模糊投票中亲朋好友为特定参赛者投票,本质上还是一种投票,只不过亲朋好友在投票的过程中滥用了自由裁量权,那么虚假刷票则“刷新”了大家的世界观,因为它是赤裸裸的“金钱政治”。换句话讲,随着刷票商家作为“职业投票人”的有偿介入,不仅微信投票的推举初衷已然变味,微信投票变得毫无意义,而且还加剧了社会成员的浮躁心态和攀比心态,并刺激社会成员突破底线,热衷造假^[5]。

(三) 微信投票严重干扰了投票人的正常生活

微信投票方法虽简单,但过程繁琐,绝不是一句举手之劳就能简单概括的,这让很多人不胜其烦。但“道德绑架”式的拉票方式,又让很多人无法拒绝,只能强迫自己成为忙碌不已的“投票工”。

从微信投票流程来讲,有时只是亲朋好友的一句话,我们需要点开朋友圈,关注商家。然后,找到商家推送的投票活动,找到选手再进行投票,每天一票直到活动结束。有的时候,为了让亲朋好友放心,还要把投票截图发送给他们,证明自己确实参与了。有的投票活动还要求将投票截图发到朋友圈“昭告天下”,并要求微信好友也帮助投票,不仅自己投了票,还“骚扰”微信好友帮助投票。

此外,各种微信投票接二连三,让人应接不暇。同学群、亲戚群、同事群、老乡群等都有人要你投上一票,有时一天就要收到多个投票任务。现代社会是一个快节奏的社会,社会大众普遍面临着较大的生活压力,又被微信投票所裹挟,无疑干扰了他们的正常生活^[6]。

(四) 微信投票影响中国民主政治建设

中国是社会主义国家,民主是社会主义的生命。民主的本质是人民当家作主,人民群众主要通过投票选举和政治协商两种方式,实现当家作主的权利。第一种方式叫投票民主,第二种方式叫协商民主,投票民主比协商民主更为根本。近年来,中国大力发展基层民主(村民自治、居民自治和企业职工代表大会等三种主要形式),人民群众的民主意识特别是关于投票民主的政治意识有了非常大的提升^[7]。以通过在墙上画“正”字的投票方式为例,人民群众知悉投票选举就是排除情感因素,把最“正”直的干部选出来,而不是把与自己感情最亲的干部选出来。

当前,微信投票在很大程度上与民主政治建设背道而驰,成为不可忽略的梗阻。一方面,微信投票奉行的原则是公开化的“任人唯亲”而不是“任人唯贤”。微信投票的庸俗做法影响到民主政治领域,会遏制中国投票民主的发展,甚至会让中国的民主政治建设倒退。另一方面,微信投票不避讳赤裸裸的“金钱政治”,只要有钱,就能够通过发红包的方式请人投票,或者通过交钱的方式请水军刷票,得票最高者必然也是最大的金主。中国的民主政治从建设伊始,就反对金钱对投票的污染,并取得了长足进步。微信投票却反其道而行之,从原初正当的推选投票逐步异化为人情投票,又进一步异化为金钱投票,会对中国民主政治建设产生不可小觑的负面干扰。

(五) 不法分子利用微信投票骗取钱财

微信投票还常常充斥着各种欺诈,甚至是网

络诈骗。据媒体报道:“西宁市民小马参加了一个微信评选活动,为了实现票数第一的目标,她动用了七大姑八大姨,两个月后,好不容易拿到第一,然而,到了领奖的日子举办方却告诉她,活动取消了……”^[8]在这个新闻中,小马“每天都在拉票,甚至因为拉票而耽误了正常生活”,结果却落个被欺诈的下场。这样的新闻不胜枚举,商家给出的“合理”解释也千奇百怪,有的说是活动过期了,有的说是参赛人数过少,有的说有效投票数是本省IP票数加外省IP票数的20%综合计算。此外,人们在微信中收到的一些拉票信息也存在安全隐患。这些信息可能含有木马病毒,会窃取受害人的网银、支付宝等账户信息,盗取受害人的钱财,危害极大。

三、微信投票的治道变革

微信投票的异化与怪状,让很多人满腹绝望。微信投票之所以能深陷乱局,源于缺乏有效管控,缺乏有效的制度监管以及文化引导。为了把微信投票从“制度之过”和“文化之错”中拯救出来,亟需社会给予整体性的治道变革。以下5点变革路径中,前两点属于夯实制度笼子的措施,后3点旨在弥补文化缺失。

(一) 建立微信投票管理制度

从人类社会的治理经验来看,任何新生事物的出现都存在一个“萌芽—发展—无序繁荣—制度规制”的基本逻辑。在相关部门出台制度规制以前,新生事物处于纯粹的自我约束阶段,在这个阶段,新生事物的发展容易迷失正义方向。到了制度规制阶段,新生事物处于外在约束阶段,在这个阶段,制度为新生事物设置了双重义务,第一类义务是规定新生事物的“分内之事”,让新生事物知悉前进的方向;第二类义务是规定新生事物的“不利后果”,让新生事物不敢破坏制度。

就微信投票而言,正是因为缺乏相关制度,导致许多商家和参赛者有漏洞可钻,互相欺诈。第

一,作为活动主办方的商家欺骗参赛者,经常推送不实的微信投票活动,让参赛者白高兴一场。第二,参赛者欺骗作为活动主办方的商家,通过买票、刷票等方式获得奖励,让商家赔了夫人又折兵。第三,一些刷票商家公然通过卖票方式牟取暴利,不仅欺骗了作为活动主办方的商家,还助长了整个社会的欺诈之风。显然,如果不想让微信投票死在互相欺诈的“风口”上,就需要把微信投票从“无序繁荣”阶段尽快转型到“制度规制”阶段。面对跑出潘多拉盒子的各种逾矩行为和违规行为,亟需相关部门出台制度体系,规范微信投票活动,严厉打击造假者,通过“让铁规发力,让禁令生威”的方式,让微信投票真正发挥出其应用价值。

具体说来,所谓“制度规制”,就是要健全网络监督体系,对投票活动从发起到结束都进行全面监督。第一,反腐不只是在政府领域,网上的刷票商家也是一种腐败。这些多如牛毛的刷票机构是危害社会公平与社会诚信的毒瘤,必须通过制度体系来有效惩处。第二,作为活动主办方的商家要健全自己的投票系统,对于参赛者的资格审核要更仔细,同时要对投票者设置必要的门槛,让“投票”回归本来意蕴。第三,作为活动主办方的商家对计票程序要重新设计。不仅对每日计票活动做好动态记录,特别注意票数急剧上升的参赛者,查阅其投票来源,重点监督,还要对投票结果给予一定时间的公示,让其他参赛者和社会大众有机会提出自己的质疑。如果参赛者使用了欺诈手段,应立即取消其参赛资格并予以公示,起到以儆效尤的作用^[9]。

(二) 健全监管机制

一些不法分子利用微信投票发送含有病毒的信息,让投票者吃力不讨好,浪费了时间精力,还蒙受经济损失。对于这种现象,要做到双管齐下。一方面,作为主办方的商家要确保投票过程的安全性,防范系统漏洞,让不法分子没有可乘之机;另一方面,要加强网络监管,严厉打击诈骗团伙和个人。

(三) 把微信投票建设成高品质的营销渠道

在强化制度建设和行为底线建成以后,努力改变思想观念,把微信投票建设成高品质的营销渠道,是发挥微信投票积极作用的根本途径^[4]。

推动思想变迁的主体,主要落实在作为活动主办方的商家身上。第一,商家要从非理性的迷雾中醒来,并区分虚假人气和真实人气。当前的微信投票,表面上看一片繁荣。一个投票项目一几十位甚至上百位参赛者—数万甚至数十万投票粉丝,光看数字就能让商家感觉微信投票是一本万利的好事情。然而,数以万计的人气大多都是虚假人气,并不能当真。姑且不论前述刷票商家的造假行为,就是参赛者拉来的人情投票,又有几个投票者真正关注投票页面背后的主办商家。在穿透虚假繁荣的表象后,人们看到的是:一个投票项目一几十位甚至上百位参赛者—寥寥无几的投票粉丝。因此,当看清楚微信投票不过是“科技”(即机器刷票)和“群众”(即人情投票)的力量后,商家作为始作俑者,只要能从虚假繁荣的迷雾中清醒过来,自然不会再做这种只赚吆喝不赚钱的赔本买卖了。第二,商家要从只重人气的数量营销转型到重视口碑的质量营销,并区分知名度与忠诚度。所谓知名度,就是商家名气很大,许多消费者耳熟能详;所谓忠诚度,就是商家有非常好的口碑和美誉度,消费者认可商家的产品和服务,并在某种程度上紧紧跟随。须知,知名度并不必然带来忠诚度,有的知名度是臭名昭著、恶名远扬,不但不能聚拢粉丝,还让商家成为过街老鼠。从这个角度讲,主办商家推出微信投票,不加选择地吸收参赛者,不加甄别地聚拢投票者,运气好的话确实能够迅速提升知名度。然而,这种不加选择和甄别,恰恰反映了商家的粗糙作风和责任缺失,当投票者或消费者把商家上述做法投射到商家的产品和服务上,必然对之不敢恭维。相反,某个商家兢兢业业,认真严格选择参赛者,严格甄别投票者,可能聚拢的人气不如前者,但“一丝不

苟”“严谨到死板”“零容忍”的口碑、美誉度和公信力,会让后者笑到最后。

(四) 对参赛者予以引导

随着经济社会的全面发展,越来越多的人都希望生活中能够获得激励因素^①,希望人生有出彩的机会,能够得到别人的关注和钦佩。微信投票在很大程度上为参赛者提供了一个舞台,在这个舞台上能够像明星一样绽放光彩。

然而,微信投票显现出来的怪状与乱局告诉人们,要对参赛者予以引导,要准确理解“人生出彩”的时代意蕴。第一,人生出彩是一个厚积薄发的过程,有一个“质”与“表”的关系。没有达到那个“质”和“火候”,非要通过造假刷票和强行拉票的方式,让自己问鼎“金榜”,也很难达到人生出彩的目的。想想看,即便问鼎“金榜”了,帮助投票的亲朋好友都知道这个票是怎么来的,他们又怎么从内心深处敬佩这个人呢?可能有人还这样想,这个人就是为了满足虚荣心以及获得所谓奖品,才不考虑别人感受,通过透支人情强行拉票。果真如此,不仅人生没有出彩,甚至被涂上了污泥。第二,人生出彩有很多机会,在日常生活中,能够把工作做好,成为单位的业务骨干,就是人生出彩;能够把家庭成员照顾好,成为家庭的中流砥柱,就是人生出彩;能够帮助体谅身边的人,成为构建和谐社会的正能量,就是人生出彩;能够修养身心,让心情平和,让自己感受生命的美好,就是人生出彩。第三,有些父母通过微信投票让孩子的“人生出彩”,更是不可取。现在,很多微信投票都是父母为孩子拉票,他们将帮孩子拉票的信息在微信朋友圈里肆意传播^[10]。但有评论者指出,“这种打着孩子的名义消费父母人脉的祸害行为,徒增的是孩子的虚荣心,对孩子成长百害而无一利”^[11]。

① 美国学者赫茨伯格于1959年提出双因素理论(Hygiene-motivational factors),该理论认为促使人们发奋工作的因素主要有两个:激励因素、保健因素。激励因素能够给人们带来满意感和幸福感,相比之下,保健因素主要致力于消除人们的痛苦状态,很少能够带来幸福感。

(五) 鼓励社会公众不被人情拉票裹挟

对社会公众而言,要勇于对拉票者说“不”。对于不认识的人,不熟知的领域,人们完全有理由拒绝。人情是支持人们工作、学习、生活的动力,但人们不能反被温情绑架和裹挟。与其充当老好人委屈自己,不胜其烦地游走在各种公众号间充当投票工,不如坚持原则,坚持自我。如果是至亲之人要求投票,那就动之以情,晓之以理,解析人情票的虚妄性和荒诞性。如果是一般朋友要求投票,那就把原则性与灵活性结合起来,从象征性投票逐步发展到不投票。同时,要知悉表达人情的方式是多种多样的,在亲朋好友生日时送上祝福,在节日来临时送上问候,在得意时给予恭喜,在失意时给予安慰,远比冰冷的票数更能温暖人心。

四、结语

微信投票作为新生事物,蕴含了丰富的积极价值,从而具有强大的生命力;同时,微信投票作为新生事物,也非常容易在快速发展中失范,呈现诸多怪状与乱局。为了矫正微信投票,亟需对微信投票给予制度治理与文化治理。整体性的治道变革即

将来临,微信投票终将踏上健康发展的快车道。

参考文献:

- [1] 范德洲. 微信红包拉票,伤害的不只是公正[J]. 河北教育:综合版,2016(1):19.
- [2] 曹玲玲. 微信面面观之“投票”这回事[J]. 长江丛刊:理论研究,2016(32):38.
- [3] 伊一芳. 别让微信拉票伤了公平正义[J]. 共产党员:河北,2016(19):43.
- [4] 陈华洲,宋春燕. 底线思维在网络空间治理中的运用研究[J]. 广西教育学院学报,2016(1):48-51.
- [5] 李愚. 谁在异化微信朋友圈[J]. 半月谈,2016(17):65-67.
- [6] 王琛莹. 44.7%受访者为“绑架式”朋友圈投票烦恼[N]. 中国青年报,2015-10-15(7).
- [7] 赵秀玲. “微自治”与中国基层民主治理[J]. 政治学研究,2014(5):51-60.
- [8] 姚宇轩,韦毅. 揭开微信朋友圈投票的秘密[N]. 西海都市报,2015-08-12(A8).
- [9] 王思彤. 网络投票也要讲究科学性[J]. 中国统计,2016(5):1.
- [10] 王旭明. 别再为孩子微信拉票了[J]. 内蒙古教育,2015(48):1.
- [11] 张慧. 微信投票骗的是家长害的是孩子[N]. 上党晚报,2015-02-03(B2).