

# 酷刑报告拷问美国人权观

秦川

## 今日论语

美国参议院情报委员会9日公布“9·11”事件后中情局(CIA)对恐怖袭击嫌犯施行酷刑的调查报告,报告披露的酷刑残忍程度远超前美方公布的信息。美国总统奥巴马随后发表声明,称酷刑不符合美国价值观,“将这些刑讯方式永远留在过去”。

公布中情局酷刑,相当于自曝家丑,究其因,这与中情局不得人心有关,更与美国政党之争有关。“9·11”恐怖袭击后,时任共和党籍总统小布什发动“反恐战争”。而此次公布的酷刑报告,由参议院情报委员会的民主党人主导,而民主党籍总统奥巴马也乐见其成。

尽管长达6000多页的刑讯逼供报告,并未全部公布,仅有480页的摘要报告公之于众,还是让美国朝野震惊,更让世界陷入错愕与沉思之中。英国独立报也刊文批评:“一个充满残酷、暴力、秘密与谎言的审讯项目没有奏效,却把美国拖入道德的黑洞”。

在此际,应从四个层面追问此事。其一,中情局的种种酷刑,明显违背了1984年通过的《联合国禁止酷刑公约》。作为签署国,美国何以一再拿公约不当回事?其二,早在2006年,联合国禁止酷刑委员会就曾要求美国取缔一切形式的酷刑并关闭秘密监狱。问题是,美国真的愿意改变吗?其三,酷刑究竟是否见效?以反恐的名义大动干戈,并名正言顺地动

用酷刑,但效果不大。甚至适得其反。中情局刑讯逼供未能提供常规审讯所不能得出的重大反恐情报,这是备受诟病之处,问题是,即便获得了重大反恐情报,就可以使用酷刑吗?其三,美国如何评判反恐?恐怖主义是全世界的敌人,这一点毋庸置疑,美国反恐有必要,这一点也无需质疑,但是十多年的反恐,美国投入大量的人力财力物力,将世界折腾得鸡犬不宁,却出现了“越反越恐”的状况,难道不该反思吗?

更为重要的是,美国如何真正反思自己的人权观?德国洪堡大学国际政治学者霍尔特曼认为,这一事件将使美国对其他国家人权的批评显得无力,美国面临一个转折点,需要反思自己的人权政策。诚

然,美国一直以人权保卫者自居,往往对其他国家出现的个别现象,大书特书,提升到保护人权的高度质疑,而酷刑报告却证明美国人权存在不小问题,自己侵犯人权,却指责他国没有人权,听起来像是笑谈。其实,酷刑背后,是人性中未受到约束的魔性。这样的做法,为美好的人性不耻,无论哪国都不应该存在酷刑。奥巴马政府虽已表明明确禁止酷刑,“但在实际操作层面,并没有任何停止的迹象”,美国把人权当工具的做法显得不无滑稽。

有人说,“美国中情局刑讯室需要阳光”。需要阳光的何止刑讯室?美国仅仅公布报告还不够,如何真正杜绝酷刑,以及进一步反思反恐政策、人权工具化,美国仍有不短的路要走。

## 新民随笔

### 手套、羊驼以及意大利帅哥

夏琦

妹尾河童有篇文章,讲他多年前在欧洲旅行时,去佛罗伦萨的一家手套店,要给心上人买手套。但店员拒售,“请你带本人前来”。这样的经历在当时大概是有让人沮丧的,回想却是很有趣的旅行故事,否则也不会被写成文字了。

年底休假,出去玩了一星期。远离雾霾,重见蓝天,阳光充足,风景明媚,食物又很对胃口,居然还巧遇了专门逃来此地晒太阳的

大学同学,心情愉快可想而知。但要有妹尾河童这样傲娇的经历,似乎并不容易。在某古城的门口,在某山的山顶,都见到了一种动物:羊驼。这种动物近年很红,不单是因为萌,更多因为其别名。这动物既非我度假之地的特产,也与此地旅游主题无关,但却突兀地出现在各个不同的场合,被人绳子牵了,可怜巴巴地候着,等人来合影留念,为主人赚些银子。

家中娃娃喜欢晶晶亮的小玩意儿。比如那些白色的晴天娃娃,她在鼓浪屿买过,在三亚买过,在屯溪苏州绍兴的老街新店里,似乎都曾让我掏过腰包,这次去玩儿,又买了一只。这些小玩意儿,不甚精致,不贵,买回家乱丢一气,也不心疼。若细问,估计她也记不清楚分别是在哪一地买来的。

占山为王式的动物合影,跟千篇一律的小商品,都只能算是旅游经济,谈不上任何旅行纪念。

有朋友第一次去威尼斯,在某作坊参观手工烧制玻璃物件,结束后坊主介绍今天那是那白头发工人的生日,全场有折扣,他顿时觉得沾到了便宜。二访威尼斯,去到这间作坊,白头发工人还在过生日。于是惊觉美好的旅途奇遇原来只是促销手段。

促销手段归促销手段,货色还是好的。玻璃岛的商店里,除了一些基本小物,很多店都有自家特色款。曾经对着一款很不便宜的金灿灿的面具口水长流,期待店主能给折扣,但这位意大利帅哥跟妹尾河童遇到的店员一样傲娇,答我,不可能,这是独一无二的。

真希望,我们的旅游胜地,小店老板们也能有这种傲娇。



## 送『温暖』?

河南郑州残联冬季送温暖,不送棉衣、被褥,却给每位残疾人士发了两套少女裙裤,一些残疾男士拿着『捐赠品』,心里很不是滋味。作为高度专业化的慈善公益组织,残联做出如此不恰当的行为,让爱心人士大打折扣。  
孙绍波画

## 新民新语

### 如何不让人烦你

关尹

上万元的奢侈品,他们都会告诉众人:找我,我有!

你喜欢看这样的信息吗?相信大多数人肯定不愿意自己的朋友圈充满铜臭味。也难怪,有一项调查显示,超过50%的人会选择屏蔽或拉黑此类“老板”。

可一些微商也会有意见:我们做的是正当生意,怎么不允许?客

观来说,这也是一种自主创业的方式,不能一棍子打死。靠这个吃饭、挣钱的,其实也不少。

那么,问题来了——如何既能推销自己的产品,又不让圈里的朋友们反感?

不妨看看这个在微信上把水果生意做得风生水起的“宝妈”。她的经验是,在生意做大后,重新申请一个新账号,把亲朋好友和客户

分开。即使是生意号,也会控制“度”,不会每天发布消息,避免刷屏。到后来,都是朋友催着要发布。

还有一家燕窝卖得很好的小店“燕格格”,其创始人在接受媒体采访时说,她的成功之道在于,“把朋友培养成专家,把顾客培养成粉丝,用人情味来营造和建立信任,用品牌的人格魅力留住朋友关注”。

所以说,朋友圈的微商也未必是“洪水猛兽”。这生意不是不能做,关键看怎么花心思去巧妙做。不然,当你看到朋友“催交房租”的段子,恐怕还真会不好意思。

别让人烦,这是基础。否则再好的东西,任你喊破喉咙都没用,还徒增反感。



## 第32届上海惠罗羽绒服饰博览会

50多个专业羽绒品牌 上千种新款羽绒服

寒冬暖相随 SALE

### 新品直降



全场单件满 **¥199**  
立减 **¥120** ... **¥80**

全场单件满 **¥300** 送价值50元折叠包  
**¥600** 送价值120元蓝牙键盘