



最近,成都一名女司机因交通纠纷被暴打,引起社会的强烈关注。随后,安徽亳州一名女子,骑电动车与一辆电动三轮车险些相撞,三轮车上男子下车后,朝女子头部猛踹几脚,扬长而去。次日下午,女子因不堪受辱,在家自杀。

男人动粗,女人受辱,打人总是不对的,是非对错,本来一目了然。就拿成都女司机被打一事来说,视频中这名女司机毫无招架之力,在地上不断痛苦翻滚。但是,不少网友在翻出了女司机的“前世今生”后,大呼“打得应该”,并

由此引发深一轮的讨论,其中曲折,令人感叹不已。

交通要有规则,驾车要有道德。女司机不遵守交通规则,随意变道,确有错在先。类似这样的错误有可能酿成严重事故,必须引起高度警惕,相关部门的惩戒理应跟上。但是,不能容忍类似个人惩戒的行为,否则跟私设公堂有何区别?

面对挑衅自己的人,是用拳头表达愤怒,还是通过规则和法律惩罚对方?理性的回答是唯一的。遗憾的是,那名男司机选择了暴力。也许,有

人认为,事出有因,打人者的行为可以理解和宽容。更有甚者,把打人者奉为“英雄”。但打人者的暴力程度已经触犯了法律,即使对方有错,但暴力行为绝不是可取的。这是网下的暴力,还有网上暴力。事件发生后,有些网民用“人肉搜索”获得了女司机的大量个人信息,其中包括不少个人隐私,并公布于网上。这种网络暴力也涉嫌违法。

在车水马龙的大道上,经常会出现一些缺德的驾驶员,无视交通法规,造成交通事故,害人又害己。从网上的大

量言论来看,人们对那些不遵守交通规则的驾车者深恶痛绝,并进行声讨,这是可以理解的,但不能因此就把充满暴戾之气的人奉为“梁山好汉”。笔者曾多次到上海的监狱面向服刑人员作讲座、搞调研,发现服刑人员中有许多因为伤害他人而锒铛入狱,他们为自己一时冲动打人而触犯法律悔恨不已。尽管事情的起因可能是对方有错,或出言不逊,或赖账不还,或首先动粗,但结果却是原来自以为“正义”的一方因违法进了班房。前车之覆,后车之鉴。

现在,中国讲全面依法治国,要根据法律来判断是非曲直。一些人在遇到各种矛盾时,首先想到的不是法律,而是拳头和暴力,这是一种不良的社会倾向,是与法治思想相背离的。对各种社会事件的认识,应该有辩证的思维。女司机违反交通法规,可另案处理。但男司机暴打女司机,事件的性质发生了变化,已成为伤害他人的治安事件。现在,生活节奏加快,各种生活压力容易造成人们心情急躁,多一分理性,少一分不良冲动,对于个人和社会都是福音。

我们的社会应该态度鲜明地反对暴戾之气,遏制其蔓延滋长。媒体上常曝光各种违法暴力行为,例如家庭里的暴力、邻居间的暴力,甚至在飞机上,也可以“练拳脚”,在家里打,在外面打,甚至在国外打,如此种种戾气,必须收住了。一个社会的治理,必须德法并举,社会主义核心价值观内容丰富,其中倡导“文明”“法治”“友善”,培育和践行社会主义核心价值观,是从思想观念上解决这些社会问题的基础。(作者为中国伦理学会副会长、上海师范大学教授)

讲信用

任大刚



结舌者言

守信用是个好品行,也是使用广泛的词汇,个人有个人的信用,集团有集团的信用,国家有国家的信用。甚至小偷也声称自己讲信用。

石家庄的孟先生有天早晨发现车上的两个倒车镜片不翼而飞,令他又气又想笑的是小偷还留下QQ号让他拿钱来赎回镜片。记者以车主身份与小偷聊天,小偷自称已偷了一百多辆,收到钱后立马归还镜片,绝对“讲信用”。

可见再荒唐的人,可以藐视和嘲笑各种道德教条,但是绝对不敢声称自己“不讲信用”。人毕竟是群居动物,时刻需要与人打交道,需要与人维持相对持久的关系。没有信用的人,人家不会与他接触,以防吃亏上当,一个不讲信用的人要重新赢得口碑是很难的。

君王是最需要与人打交道的职业。在韩非子看来,讲信用首先是一种必不可少的统治术。

晋文公问箕郑:“怎样救济饥荒?”箕郑回答说:“守信用。”晋文公又问:“怎样才能做到守信用?”箕郑回答道:“在名位、政务、道义三方面守信用;名位上守信用,群臣才会谨守职责,才不会良莠不分,各种政务才不会耽误;政务上守信用,就不会错过天时季节,老百姓才不会不听驱使;道义上守信用,亲近的人才会勤勉工作,远方的人才会前来归附。”

如果国家因为“守信用”反而造成更大损失怎么办?韩非子似乎无法回答这个问题,倒是忙于讲“守信用”的技术问题。

晋文公攻打原国,兵士只能携带十天的粮食,于是和大夫约定,十天内收兵。结果兵抵原国十天,却没有办法攻克,文公只好下令撤退,收兵离开原国。

有个从原国跑出来的文士说:“坚持三天,原国就可

攻克。”群臣近侍都进谏说:“原国都城粮食枯竭,力量耗尽了,君王再坚持一下。”

晋文公却说:“我和兵士们约定为期十天,时间到了还不撤军,那就是我失掉信用。得到原国却失掉信用,我是不会这样干的。”于是下令撤军。

原国人听晋文公这样说,感叹道:“君主有像他那样守信用的,怎好不归附?”于是向晋文公投降。卫国人听了也说:“君主有像他那样守信用的,怎好不服从他?”随后也投降了。孔子听到后记录了这件事:“攻打原国而得到卫国,靠的是守信用。”

这件事的核心,倒未必是“守信用”,而是情非得已。晋文公的部队只带了十天的粮食,十天后就断粮了,他不可能完全听信原国降臣的一面之词,冒着断粮危险继续进攻,最保险的做

惠民工程要无缝对接

朱绩崧



北窗絮语

本周二,终于重又上了煤气,准确地说,是天然气。上周六,我被一阵急促的敲门声闹醒,书面通知约定12点来的煤气公司工作人员9点就提前驾到,说好的老设备改造就是一句话:“你家的煤气灶不能用,去××中学买新的吧。”××中学就在街对面,操场上,煤气公司正组织多家厂商展销燃气灶、热水器。午饭后,我打算去看看。谁承想一出门,嘿,换了人间!这个建于上世纪80年代初的老小区,门口停了辆辆大卡车,里面叠满天然气灶,私人老板“壕”气干云地忙着数钱,全然不顾那些忙碌穿梭在他身边的自行车,车上骑着回收旧灶、旧热水器的小贩。冲破这一层防线,我来到操场,想买款简单的了事,最便宜的都是300元,只收现金,隔天发货。我顶着太阳刷淘宝App,某品牌的有248元。

回家毫不犹豫下了单,再拿起改造前夕下发的书面通知仔仔细细读,大部分空间都是两家企业的广告,只有很小一行字(英文里奥名昭著的fine print)写着,陈旧的设备,由于无法使用天然气,必须更换。但是,如何定义“陈旧”,如何确定谁家的灶台无法使用天然气,这些都只字未提。我想起刚才那位工作人员在寒舍不足十秒钟的露脸与宣判,不由得追问一句:为何前几天不能上门来“打打样子”,给个专业意见的预判?如果那时说要换,我今天老早准备好电商平台买来的灶台,可以无缝衔接,不至于家里断炊啊!

由此,我又想起上月的电信光纤电话改造。突然有一天,门上贴了通知,要把铜线电话升级成光

纤。光纤的好处,众所周知,那就改呗。我特意拔了10000号,客服说:“不用准备什么,等着就行。”等来了师傅,他一看我堆得横七竖八的书房,就犯难了:“这线可怎么穿啊!”我俩勘查、合计半天,最后他决定,直接连在“猫”上,并送给我好几米长的连接线,让我有空接到床底下的信号线盒子上去。等他走后,我发现,第一,“猫”不开,电话就不通;第二,“猫”坏了;第三,床底下的信号盒子一时半会够不着,非清理大量杂物不可得也……不由得追问一句:当初客服为何不提醒我,要尽早理好房间,师傅传来了,可以无缝对接,不至于这样因陋就简啊?

光纤、天然气的升级换代,都是市政府惠民工程落到了实处,推动着城市基础物质文明的进步。如今企业都注重效率,施行起来自然雷厉风行。然而,局部地区又可能出现我遭遇到的尴尬情况。说到底,还是办事模式太粗犷,没有想到这固然是一项堪作业绩的“工程”,其核心则完全在于“惠民”二字。一两天固定电话不畅,一两天燃气不通,在这个4G和便利店遍地开花的大都会,当然不会引起年轻一族太大的不适,可对那些占老式小区人口比例颇大的老年人又会造成怎样的影响呢?也许,你会说,煤气公司不是组织展销了吗?你买他们的燃气灶,就无缝对接了呀。对此,呵呵之外,我还要提醒你,通知配广告、组织展销都有利益输送的嫌疑,而按照深化社会主义市场经济改革的精神,在燃气灶这类“小”商品上,我们更要实现与“信息对称,贸易自由”这种现代商业精神的无缝对接,否则,城市文明的进步其行恐不远矣。

上海丈母娘的符号意义

姜泓冰



拾字街头

5月份一个寻常工作日,从上海飞往北美的一架航班上,占比例最大的人群,不是留学生或出差党,而是老人——美裔的老年游客多,已是我们习见;但中国大妈之多之熟练平静,则是意外。虽然机场免税店里人流依然熙攘,但不再是我们想象中那样,人人一窝蜂地冲进去狂买血拼,然后大呼小叫全不顾忌。正好相反,入目是备好润肤水穿着舒适利落运动装的中年妇人,入耳是摆渡车上一位五六十岁大妈对着手机吴侬软语做投资决定的片断,包括头等舱和商务舱里,一样坐着不少泰然自若、显然很有旅行经验的中国大妈或老媽。

“中国大妈”这个词,到目前为止,多是带着些财大气粗却壮硕庸俗意味的,在某种程度上像20年前的暴发起来、浑不吝的膀儿爷,是国际上普遍接受的经济发达却还不能理性有序的当代中国社会的象征性符号。她们满世界消费和投资,拨得动全球资源行棋,却并不懂得什么精确计算的复杂经济模型,她们扎堆广场舞健身娱乐,生机洋溢声势夺人却未必让你感受到优美。

中国大妈或许还有我们尚未知悉、没有正视的另一面。至少,我很难把她的形象与相当一部分上海女人联系在一起——虽说岁月是把杀猪刀,但一个挂着“爹”、“作”、细致、精明、能干、有气质等标签的群体,转身再转身,与“中国大妈”仿佛都是两路。

上海是个各类人群都很容易被贴标签的地方。明明哪个地方都有男人女人,惟有“上海男人”、“上海女人”,一经描摹就声名彰著,是春晚小品和影视剧里反复出现的一种符号,也是作家、社会学家都要站出来解读的一种现象。

眼下正在日渐生动清晰、却也日渐抽象固化为符

号的一个上海人群,是“上海丈母娘”。

她是伴随着外来人口增多和上海房价高企而逐渐现身的,最常出现的地方是年轻男性谈婚论嫁吐槽时和房产广告里。比如近期上海电台播报的广告里,就能盘出若干段:其一是女生娇嗔询问:“你不是答应给爸妈买房子吗?”其二是霸气的丈母娘劈头训诫:“你想娶我闺女?有车吗?能买得起房吗?”有驯服的男声回答:“买,听您的。您选房,我付钱。”然后是丈母娘“通情达理”的推销声:某某学府公寓,只要某某万意向金……

广告最善于感受和捕捉时代心态,然后乘势而上或趁虚而入以博得大众眼球。广告里流行的“上海丈母娘”形象设定,源自社会生活。至于什么是流行“上海丈母娘”而不是“上海婆婆”,稍稍想想也能明白——如果可能,喜欢保持独立、隐私、有足够丰富生活内容的上海婆婆,多会选择与成年儿女“一碗汤的距离”而不是强行嵌入其中。但对于现世安稳与环境品位的强烈需求,则会让她们面对儿女婚嫁时,有统一、清晰、让未来女婿们心底惴惴不安的门槛——比如房子。

这两年,先后听过复旦和中科院的讲师、博士抱怨收入低、购婚房还贷而不能安心于基础研究,也见过年轻精英在上海丈母娘的炯炯目光下为创业还是继续打工而纠结,有时候会恍惚觉得,上海丈母娘已像是这座城市的一道门槛,一个符号。

全中国的丈母娘多有共性。但改革开放30年的财富积累,加上强势的女性文化传统,加上一线城市的高昂房价、房产商们的刻意张扬,让上海又成了代表。见多识广、实力和眼界俱高的这一代“上海丈母娘”,或许正是中国大妈里一个独特亚类别,也像中国大妈一样易受粗暴诟病,却又很值得好好研究。