

做个文明乘客应是底线要求

苏剑一

今日论语

这几天上海最受关注的新闻之一,当属地铁“凤爪女”事件:1月2日,一名衣着时尚的女子在地铁二号线车厢内吃泡椒凤爪,并将骨头残渣随意扔到地上,引发周围乘客不满。旁人好心提醒却引来该女子恶言相向,被骂“眼睛长在屁股上”。乘客将现场视频上传到网络,网友很快查出该女子是一名小提琴老师。

“凤爪女”事件与去年10月“男子地铁吐痰爆粗口”事件,有极其类似的事态演进轨迹——“有人在地铁出现不文明行为——乘客好心提醒反遭当事人辱骂——

现场视频在网络热传——当事人个人信息被人肉搜索”。梳理这些地铁冲突的前因后果,孰是孰非一目了然。值得反思的是:地铁文明的底线要求为何屡遭挑战?

新版《上海市轨道交通乘客守则》明确提出,“乘客应当自觉保持车站、车厢的文明卫生,不得在列车车厢内饮食、大声喧哗”。尽管这一规定并不具有法律强制性,但在地铁这样的公共空间遵守基本的行为规范,并非很苛刻的要求。随地吐痰、啃食凤爪并乱扔垃圾,此类行为无论在哪个城市,应该都会遭到指责。

“凤爪女”也好,“吐痰哥”也罢,他们之所以成为千夫所指的“网络红人”,不仅仅是因为他们公然践踏一些文明准则,更因为

在冲突事件中的恶劣态度犯了众怒。如果当事人因行为失当遭旁人批评后,能够知错就改,估计没有谁会刻意刁难。但现实是,“凤爪女”和“吐痰哥”不仅态度嚣张,甚至还对老年乘客出言不逊。

从网络舆情来看,以“凤爪女”为典型的不文明行为人,每次都会遭到网友齐声批评。这种旗帜鲜明的表态,充分体现了公众对社会公德、主流价值观的维护,值得每一个有不文明行为习惯的人警醒。那些看到不文明行为就及时劝阻的乘客,则是在用实际行动向低素质行为说“不”,呵护了一座城市的整洁与文明。

不过,必须提醒的是,无论是事件现场激烈的言语冲突、肢体冲撞,

还是一些网友发起“人肉搜索”并详细公布当事人信息,都是不值得提倡的。用一种不文明行为来“教训”另一种不文明行为,不是法治社会应有的景象,而且稍有不慎就有可能越界。对不文明行为进行纠偏,还是应该在法治、理性的框架内进行。

同样,每次地铁冲突事件之后,都会有个别网友发出当事人“滚出上海”的评论。这样的意气之言显然有失理性。社会各界关注这些事件的价值,不在于把某一个人“毁掉”,而在于重申文明的底线。我们希望看到的是,所有关注这些事件的人,都能在充分讨论中看清哪些行为是不文明的、哪些行为是值得鼓励的。以更理性的态度对待冲突,才能让整个社会更文明。

新民随笔

赚钱不容易

连建明

2016年的投资从今天开始了,刚刚过去的2015年,投资无论盈亏,都会发现赚钱不容易。

回顾2015年,随着利率一路下降,存银行虽然保险,但利息越来越少。那么,买理财产品吧,然而,低利率时代,理财产品收益也在下降,更要命的是,一不小心就会陷入骗局,这一年出现不少利用所谓互联网金融平台进行非法集资诈骗的案件,不要说收益了,连本金能否保住都是问题。

综观2015年各投资市场,都是赚钱难,即使认为比较保险的黄金也不保险,这一年国际金价下跌了10%。

2015年股市一度被认为是赚钱很容易的地方,但一年下来,很多人不这样想了。其实,尽管经历了史无前例的巨幅震荡,2015年的A股市场依然是全球表现较好的一个市场。从指数看,沪深股市各指数全线上涨,涨幅小的上证指数年涨幅达9.41%,涨幅最大的创业板指数年涨幅达84.41%;个股方面,超过九成股票上涨,下跌的股票只有8%,而且涨幅大的股票相当多,近千只股票涨幅翻倍以上,占比超过三成,2014年尽管上证指数上涨了52%,但涨幅翻倍的股票只有300只。

从这个数据看,似乎应该大多数股民都赚钱。同花顺大数据的一个调查显示,今年股民人均盈利2万元,盈利人数占比62%,亏损占比38%,赚钱的还是占多数。

然而,这个数据遭到很多人吐槽,觉得自己根本没有赚到钱。其实,这个数据有百万的样本,还是比较有参考价值的。为什么很多人觉得与实际不符呢?这是因为2015年的巨幅震荡让股民很受伤,上半年暴涨,上证指数65个交易日飙升56%,涨势甚至超过2007年的大牛市。但暴跌很快不期而遇,打破赚钱很容易的神话,6月15日之后,仅用52个交易日上证指数暴跌了43%,打回原地,至于高位高杠杆入市,则快速爆仓,净身出局。

其实,赚钱从来就不是一件容易的事情,天上不会掉馅饼,当人人觉得赚钱很容易的时候,风险往往从天而降。投资要成功,需要敬畏市场,研究市场,才不会让机会溜走。

2016年,赚钱依然不会容易,同样,机会仍然有。

尊重规律,才能走向“现代城市”

权威声音

新年来临,熙来攘往的城市给人无尽欢乐,跨年夜的安全也让世界绷紧神经。在纽约,6000多名警察走上时报广场;在迪拜,酒店大火让烟花表演黯然失色。城市的安全与发展,成为人们普遍关注的“全球议题”。

一边是人类历史上规模最大、速度最快的城镇化进程,一边是层出不穷的“城市病”,环境污染、交通拥堵、人口拥挤……我们的城市,怎

样才能实现健康发展,真正成为经济增长的中心、生态涵养的容器、文明传承的薪火、百姓安居的乐园?

梁思成先生的一段话,或许能带来启示:“城市是一门科学,它像人体一样有经络、脉搏、肌理,如果你不科学地对待它,它会生病的。”也就是说,城市是一个有机而复杂的“生命系统”,有它吐纳呼吸的韵律、脉搏起伏的节奏和机体运行的规律。科学对待城市规律,就能促进城市健康运行;相反,就会出现严重的失调、失衡和失序现象。

对城市的治理者而言,既要认

识到城市发展的一般规律,又要在超大人口、超大规模的现实语境中,去探索中国城市发展的特殊逻辑;既要看到城市面临问题的普遍性,又要在发展转型的历史阶段中,去认识城镇化进入后半期的显著特点。总之,既有“普遍视角”,又有“现实观照”,既有“世界视野”,又有“国情意识”,才能把握城市规划、城市建设、城市管理、城市生态、城市精神等各方面的规律,从而让城市变得和谐宜居更美好。(李拯 刊今日人民日报 本报有删节)

新民新语

消失的女生

郝晶陶

去年年末,女科学家体验了一把被围观的感觉。首先是屠呦呦赴瑞典领取诺贝尔奖,然后是第十二届“中国青年女科学家奖”颁奖,九名女学者获奖。

女学者让人惊艳的同时,一份新鲜出炉的调查报告却揭示出女性学者在学术研究领域严重流失的现状。来自不同高校的几位研究者共同发起《国内学术机构性别问题调查问卷》,收到超过1600份有效问卷,涵盖数十所学术研究机构。调查结果显示,随着学术职业水平提高,女性的比例越来越小。我国高校毕业生的性别比早已实现男女平衡,而到了教授阶层,男女比例失衡却显而易见。如果把学术研究的职业发展看作一个金字塔,那么在向上攀爬的过程中,更多的女生“消失”了。

女性为什么会离开学术研究职业,是基于个人原因,还是存在某种影响因素?这次调查发现,绝大多数女性受访者都感受到了性别歧视的存在,前三大来源是社会整体气氛、导师和同学。比如,有相当一部分男性导师有明显的性别偏好,认为男生工作能力更强、工作热情更高。女生很可能受到导师言行的影响,过低地评估自己,或者认为自己不适合从事学术研究。即使是在女教授中,也有接近四分之一认为男生更容易或更应该继续学术道路。

清华大学教授颜宁也曾发出疑问:女科学家去哪儿了?根据她的观察,生物学界的性别失衡发生在博士毕业、博士后结束、独立事业开始的时期。这个时期往往与结婚生子重合。怀孕哺乳阶段,母亲不得不降低事业追求,而人生选择也从此开始分岔。这并不完全是女性的个人选择,目前的社会文化仍要求女性更重视家庭,法律政策对女性职业发展的支持也远远不够。

从性别平等的伦理角度讲,无论是何种性别,都不应该被预先设定人生道路,而应有更多元化的人生选择,社会文化、法律政策也应摒弃性别标签,更好地保障个人的发展自由。女性选择事业,男性选择家庭,都是值得尊重的。而从人才培养的角度讲,那么多优秀的女生没有继续从事学术研究,难道不是一种巨大的浪费?



「化学汤」

「美味高汤增香剂,猪骨牛骨没关系。一锅全是化学品,食品安全忧人心。」据成都商报报道:营养师揭秘假火锅真相,一点猪骨浓汤味增香剂,清水二十秒变浓汤,辣椒精跟辣椒没有半毛钱关系,牛肉丸里没有牛肉。

孺子牛画

网视舆情

为了保障票房,电影人也是蛮拼的。岁末国产电影扎堆上映,各家使出浑身解数,试图拉拢人气。电影上映前前后后在互联网上做口碑维护,这已经成为业界普遍做法,比如说在公映前小范围试映,请知名人士刷好评,这是公众看得到的做法,除此之外还有很多看不到的,比如通过水军刷分,制造虚假口碑,观众防不胜防。这还不算什么,还有更猛的,针对如潮般的差评,最近《恶棍天使》导演邓超在自己微博怒刷好评,这在互联网上引发了不少的争议。

邓超这部电影上映后外界的反应可谓两极分化,认为其搞笑的不少,当然持这种立场的人不少是他的粉丝,而评其为烂片的也非常多,聚集了大批文艺青年的豆瓣网对这部电影的评分还未超过四分。

防不胜防的口碑营销

何小手

两种评价到底哪种更客观,这个问题本来不难回答,每个人都有自己的观影感受,但电影艺术发展至今,对于何为好评毕竟有一定的标准,不能因为观众笑了就认定是好评。问题在于如今的电影属于快餐消费,那种严肃的影评对一般观众的影响越来越小,大家对一部电影的评价受到很多因素的影响,所以口碑维护显得极其重要,好电影未必有市场,而如果工作做到位,烂片反而可能赚得盆满钵满。

看看电影人的危机应对吧,面对各种差评,邓超不承认电影质量差,而是打悲情牌,将评分低归结为有人刻意抹黑,这种营销可谓深谙互联网思维:当下互联网营销渐

成潮流,创意广告五花八门,水军、推手、粉丝、职业好评师、诚恳批评者,有支持者也有对手盘,鱼龙混杂,让人分不清是非,在这样的舆论生态下,设想一群假想敌,并打造悲情牌往往会起到一定的作用。粉丝们会买单,不明真相的围观者甚至也可能成为“自来水”,为当事人打抱不平,票房于是水涨船高。

当然,如果质量本来就不行,悲情牌很容易就会失效,唯一的变数在于粉丝,这一群体容易有非理性消费行为,如果没有粉丝的支持,可能只是一种“行为艺术”。邓超怒刷好评也是建立在粉丝经济的基础上,后者见不得偶像受委屈,于是上演粉丝拯救偶像的好戏,这样的现

象,传统经济学恐怕解释不了。

烂片更需要营销,至于质量相对好的电影,在互联网这种舆论生态下,营销方似乎也無法独善其身。最近上映的《唐人街探案》受到不错的评价,然而前几天网上流传一张海报,其中就包括“恶棍终结者,影市强心针”的内容,很有业界良心的意思,虽然片方很快表态否认,但还是掀起不小的波澜。这无疑是一次失败的营销,其性质就如有人发起抵制《恶棍天使》,在舆论中这样的做法并不讨好。这则海报很快就被《恶棍天使》片方抓住,后者随即借势营销,声称“比赛可以第一,品格不可第二”,为了票房,有的人在装委屈,有的人在装正义,也是够了。