

中国文化精神

到哪里寻找中国文化的精神

薛涌

想要理解中国经济的动力吗？研究一下传统社会中国农民的生活史、求生欲望和创造力，看看当今民工身上的开创精神。

读到《新京报》关于几个扶贫志愿人员自费到贫困地区探望贫困生、面对当地政府“没有超标”的人头马盛宴而落泪的报道，我也跟着落泪了。这让我想起去年《南方周末》报道复旦出身的诗人马骅志愿到贫困地区当老师并殉职的事迹。

面对这些人，我这个读了这么多年书的人实在是感到自己的卑微。

很奇怪的是，这些人的事迹，以及他们的行为的意义，很少得到中国知识界的阐释。时间一长，这些人就会淡出我们的文化传统。

试想，屈原死后，如果人们也是这种态度，屈原现在还属于中国文化吗？我从上大学就读屈原，他确实有中国士人中少有的耿介之气，值得尊重。但是，我从来没有为他哭过。反而觉得他那么死实在不值得。马骅的死让我落泪。我甚至觉得，不是中国现在没有伟大的人，是现在的中国人不认识这些伟大的人。即使孔子再世，也会被我们生活的这个俗世所埋没。

面对人头马落泪的那几个志愿人员，其行为也非常有文化意义。从报道上看，当地政府招待他们是一片好意，而且确实没有“超标”。你在中国社会不用混一年就知道，谁会为一点儿招待餐落泪？你不得不同情无意中成了媒体焦点的地方政府。人家没准确确实对这几个志愿人员有敬意：官场上混这么久，这么几个因惦记着我们这里的穷人而大老远自费赶来的好人，我们反而要亏待他们？老实说，我要是在那里当官，说不定也做出同样的事情。

可见，这几个志愿者的眼泪，实际上是挑战已经被我们社会普遍接受的规则。

这就是他们的文化创造力所在。《论语》上讲，孔子听到马厩着火，问人而不问马。这是圣人之行。两千多年来被翻来覆去地阐释。身处贫困地区见人头马而落泪，这比孔子的行为又如何？那些口口声声要弘扬中国文化的人，谁又屑于来阐释一下？

我和读经派、国学派打笔仗打了一年多。其实我们的分歧，不在于是弘扬传统还是西化。我从来没有反对弘扬传统。问题是什么是应该弘扬的传统、这样的传统存在于什么地方？我曾特别提出日本的人类学家柳田国男。他是地道的传统派。不过，他认定日本的优良传统存在于乡间，于是走遍日本去寻找，去记录。后来他得出稻作文化为日本传统的根基之结论。不仅对史学、人类学、文学和诸多文化研究影响甚大，而且对日本的政治、社会、媒体都有强大的塑造力。

最近这些年，他的理论受到挑战。比如历史学家纲野善彦等提出，柳田国男夸大了稻作在日本文化、经济和历史中的地位。日本自古以来，还有许多稻作以外其他的传统，如渔业、非稻作的干田农业等等。但是，不管他们孰是孰非，人家有一个根本的东西与我们不同。

人家解释传统，从社会的草根中下手，我们则是从圣人那几句话中挖掘微言大义。

你到日本看看，人家的传统不仅保存得比我们好，而且活在人们的日常生活中。看来对传统的态度，决定了传统的命运。

最近中国经济起飞，传统派立即觉得自己有理，赶紧翻儒家的经典，仿佛圣人早就告诉了我们了。从日本奇迹、新加坡奇迹，一直到中国奇迹，海内外儒学家一定要把儒学往这些经济奇迹上套，却漏掉了最重要、最直接的因素：传统社会这些地区老百姓的生活和经济形态。

看看二战后东亚经济起飞的历史，和稻作文化的关系确实非常密切。在中国，经济最发达的地区，基本是过去的稻作区。为什么？稻作农业是最集约化的农业，水利、施肥、插秧不说，而且常常一年两熟。农闲时候很少。农民需要高度的勤劳和纪律才行。无怪研究欧洲物质生活史的著名历史学家布罗代尔看到东亚的稻作而感叹：稻田就是工厂！中国人自己也有南方人勤快的成见。因为人家不勤快不行。

粗放的干田作业则有所不同。除了短暂的农忙季节，淡季无事可做。农民也相对懒散，缺乏纪律，适应不了现代工业的节奏。最近重读《资本论》，发现马克思早就注意到这一点。他指出，许多刚刚从英国农村拥入伦敦的劳工，习惯了田园生活，对按时上班、不停手地按劳动纪律干活这样的生活根本无法适应，最后流浪街头，被警察逮住，送往大洋洲。澳大利亚就是这么被创造出来的。

东亚稻作区的农民，真赶上工业化时完全没有这样的问题。他们早习惯于起早贪黑，习惯长时间地连续工作，习惯于严格的生产纪律。日本和中国江南地区，在工业化以前城市化程度奇高。江南农民种田吃不饱，必须进城谋生。这套绝处逢生的勇气和技能，你从当今的温州人身上就看得清清楚楚。

而这也正是我们挖掘和弘扬传统的路径。你想要道德重建吗？看看马骅、想想这几位扶贫志愿者的眼泪，这比似懂非懂地背《论语》有意义得多。想要理解中国经济的动力吗？研究一下传统社会中国农民的生活史、求生欲望和创造力，看看当

今民工身上的开创精神。这些年中国经济的成就，难道他们不是主力军吗？我们要的是活着的中国传统，而不是为传统文化盖一个典雅的博物馆。

（选自《新京报》2005年7月31日）

一个城市的污点

肖余恨

这几天，一直在为一则看似平淡的新闻而郁闷不已。

南京是我喜欢的城市。在我的感觉里，南京宽容、温暖、平和，虽然有些小小不言的狡黠，但本质上不失为一个可爱的城市。可能是因为爱之深的缘故吧，在一个乍暖还寒的春天，看到这样的新闻时，不禁让我打了一个寒战，久久难以平静。

前几天的一个晚上，一名失恋的外地女青年突然在南京仙鹤桥附近，跳进秦淮河里自杀。一家媒体报道说，“就在她的同伴高呼‘救命’时，近在咫尺的附近群众没有一个出手相救，最终错过了最佳抢救时机，一个妙龄女子就在转眼间香消玉殒了”。更让人震惊的是，一名目击者告诉记者，女子跳河时他近在咫尺，但是他没有跳下河救人。他说：“这段秦淮河又臭又脏，水都成墨绿色了，你再闻闻看，站到桥上都这么臭，哪个敢下去救人啊。”

好一个又脏又臭！和秦淮河的河水相比，市民的冷漠、无情甚至于近乎无耻的麻木，恐怕更让人觉得不可忍受。

也许一个女青年的自杀，对一个城市来说，犹如石子扔进长江里一样，只能翻起几个泡沫而已，急速奔涌的生活之水会迅速将此吹散。但是，我总认为，我们对待生命的态度如此漠然和轻贱，是不能原谅的，而一个城市出现这样的“新闻”是一个城市抹不去的污点，而不去检讨、有意无意地对这样的污点视而不见，更是让人心痛和失望。媒体在简单报道一下之后就了事，这样的事情就此打住，甚至不会在市民心中翻起一点波澜，则只能以一种我们察觉不到的方式，损害我们原本就极其匮乏的道德资源，更加麻木已经麻木了的人们的神经。

在河南民工李学生以自己的壮举温暖和感动了中国的时候，再来看看一些人对待自杀的女青年的态度，感受可能会更强烈一些。确实，救人要讲究技巧，指望人人像李学生那样见义勇为也不现实，但在一个生命即将逝去的时候，我们没有做出哪怕是一种姿态式的努力，这是怎样的一种让人齿冷的漠然？女青年自杀而死，是

个人和家庭的悲剧，而我们未能挽救她，甚至因为河水“又脏又臭”而打消了挽救她的念头，则是一个城市巨大的污点，是一个城市社会新的道德悲剧。

细节决定形象。突然间想起了许多让人温暖的细节。印象突出的是这样一则：一对男女在南京街头突然昏迷抽搐，两个女大学生毫不犹豫地以人工呼吸的方式予以救助，以果断而勇敢的行为，争取了宝贵的抢救时间。这是南京，我们的城市，令人难忘的细节。同样，一个女青年在人们的面前沉入河底，而观者居然能够保持足够的“冷静和克制”，也是一个令人难忘的细节。只是，城市的形象也有一个“木桶效应”，高尚的细节只是道德这只木桶的一个高一些的木板，而冷酷而无良的细节，则是决定一个城市道德水准和形象的最低的那块木板。

想想，我们就生活这样的城市里，生活在传说中有桨声灯影而现实却“又脏又臭”的秦淮河的城市；生活在曾经有着急公好义、古道热肠，而现在却有足够的理智看一个人慢慢沉入水底而无动于衷的中国。在物质光鲜、时尚溢彩的今天，以足够的勇气和严肃的态度来正视这些光鲜、溢彩背后的哪怕是小小的污点，是多么紧迫和重要的事情啊。因为，小小的污点，会慢慢涸成一大摊让人恶心的污渍。

（《江南时报》2005 年 3 月 26 日）

一则广告的阅读笔记

邵燕祥

—

上海淮海中路一家专卖店的橱窗里，以印刷体竖写着三行汉字：

上流社会的价值观

中产阶级的生活方式

无产阶级的想入非非

前面站着一具塑料女体模特儿，身穿一袭扎有腰带的翻领无袖双排扣大衣，旁边还放着标明新款的高跟鞋和坤包。

我平时是不逛商场的，却在这橱窗前排徊了半天。我闹不清“上流社会”和“中产阶级”的确切定义，在这里是不是同义词。参照国际惯例，以意度之，“上流社会”该是指的高官富商，还有他们周边的准高官准富商和知名士绅，可以笼统地叫做“阔人”的群体吧；“中产阶级”按说不是金字塔最上一截，但也是与上流社会中人有联系又有区别的阶层，主要是年薪若干以上的各界精英，包括高级白领，总之也是出入于上流社会的人们。这只是大概而言。中国自有中国的国情，所谓“各地”常与所谓“各级”相应，比如首都和经济发达的直辖市以次，是若干大城市，省会城市，然后是中小城市，以至乡镇，其间又有沿海与内陆、经济发达与不发达之别，都分别组成各自的上流社会，档次不同，其每一个体成员的“含金量”是不尽相同的。

这条广告中的“上流社会”当是立足于上海，不同于内陆比如陕北靠油矿发迹而出现的“上流社会”，但既然都叫上流社会，他们的价值观我想会大体相同。这种大同小异的“上流社会的价值观”到底什么样儿，我说不清。“子非鱼，安知鱼之乐？”我非上流社会中人，又不是专门研究上流社会的，就如我没有加入黑社会，又

没有专门研究黑社会一样，都只能远远一望，说不出子午卯酉来。在这个规定情景下说的价值观，也许指的是高消费，享受新款和名牌之类。

“中产阶级的生活方式”就好理解一些。中产阶级的淑女们就该用这里的专卖品来打扮的。但照这样打扮的并不一定都属于中产阶级。中产阶级还有别的内涵，在物质消费上也不限于着装，还须有别的条件来支持，才够得上称为“中产阶级的生活方式”。这也不必多说，社会学和国情学的专家学者们会拿出具体的数据和其他实证材料。而在这里，也无非就是讲究穿戴，懂得时尚，而且穿戴得起也时尚得起吧。

这些我们已经习以为常了。

比较少见的，也是显得扎眼的，是把这一切——还不是一切，只不过是这家专卖店里的货样罢了，就这点货样——所代表的“中产阶级的生活方式”，竟成了“无产阶级的想入非非”！？

二

我走过这个橱窗，并且驻足观看，是2004年4月28日。就在同一天的报纸上，读到迎接“五一”国际劳动节，坚持“三个不动摇”：坚持全心全意依靠工人阶级的方针不动摇，坚持职工群众的主人翁地位不动摇，坚持充分发挥工人阶级在全面建设小康社会中的主力军作用不动摇。

如果不是刚刚在大街上看到那则不同凡响的广告词，也许我把这三个“不动摇”匆匆看过就罢了，而在那橱窗的映衬下，却不禁陷入深思。

那则广告词中的“无产阶级”，应该就是这里说的工人阶级和职工群众吧？

1949年“进城”以后不久，新闻系统内部传达一个宣传口径，大意说，今后工人阶级一般不再称无产阶级，因为工人阶级已经成为新中国的领导阶级，不再是“一无所有”的无产者了。大家觉得顺理成章；不但国有企业是由工人阶级领导的国家所有，就是在当时的私营企业中，职工群众也已经在政治上“翻身”，当家作主了嘛。只是在特定的情境下，例如每年的“五一”国际劳动节发布的口号中，都要重温《共产党宣言》的号召：“全世界无产者，联合起来！”中国工人阶级作为全世界无产者的一个部分，要在国际工人运动中承担自己的历史责任。

我想起这些往事，就像唱《国际歌》时一样，有一种肃穆、庄严甚至是悲壮的感觉。记得当年，中国有两个“老大哥”，在国际上是“苏联老大哥”，在国内公认工人阶级是“工人老大哥”。后来由于“反修”，“苏联老大哥”不提久矣，而国内的政治经济文化以至全部物质和精神生活，则如毛泽东《论人民民主专政》所说，“就是工人阶级（经过共产党）领导的”，单从生产建设上说，职工群众付出的劳动、所起的作用是不言自明的。我过去写过不少歌颂工人阶级劳动业绩的诗歌，近年离厂

矿工地远了，这方面题材写得少了，但我看到的正经文字，还没有“踩古”工人的，只有一些（也不是很多）反映今天的工人特别是失业工人沦为弱势群体，也都是怀着同情。

而今天，把广大工人当作一个“阶级”来“恶心”——说什么“想入非非”，倒还是第一次！

虽然这只是一家专卖店的一则广告词，但从这里看到，对工人阶级首先是体力劳动者的社会评价，从书面到实际，反差太大了。

这种反差从何而来？

待把这面橱窗的照片冲洗出来，我发现，当时被那三句话吸住了眼球，忽略了三行底下还挂着一句话：

人类社会的共同经验与追赶目标

什么是“人类社会的共同经验与追赶目标”呢？

当然不是从前在“全世界无产者”面前高悬的共产主义社会这个夺人眼目的远大目标。

那么，就是这穿着新款大衣的女模特儿和她所代表的“上流社会的价值观”和“中产阶级的生活方式”了？

“人往高处走”，人们物质生活的欲望也是不断攀升的。财富金字塔上端的富豪领导社会消费新潮流，千万富人追捧亿万富人，百万富人追捧千万富人，中产阶层又追捧百万富人；然则社会最底层的工人农民、失业工人和失地农民，尽管对中产阶层以上的生活享受望尘莫及，但如果对改善自己的生活条件乃至生存条件有些打算，也是在情理之中的吧？

怎么你们标榜的“人类社会的共同经验与追赶目标”，竟成了“无产阶级的想入非非”？为什么按照你们的逻辑，这个“无产阶级”已经被排除到“人类社会”之外了呢？

如果有人离开工人阶级的生活现状侈谈其社会政治地位，还只是不问时空说套话，而这则广告词的创意者和起草者，说的可不是套话，也不是无根据地瞎说，倒是出自他们肺腑的真情实感吧？

然而，他们代表的是一心想推销商品的老板，还是一心想吸引的顾客？是他们所说的“中产阶级”，还是他们所说的“上流社会”？

三

在这里，贫富两极分化和社会阶层分化的话题，看来是无法回避的了。

今天四十岁以上的中国人，多多少少都受过马列主义、毛泽东思想的教育。毛

泽东在马列主义宝库中强调的是阶级斗争和社会革命的理论（到后期就发展为“无产阶级专政下继续革命的理论”）。先是说经过生产资料的“社会主义改造”即对私营工商业者（资本家）和小生产者（农民和手工业者）各种形式的剥夺，已经在中国消灭了阶级；后来又说，阶级消灭了，阶级斗争并没有消灭，于是一路“斗”了下来。不但地主阶级（早已在社会主义革命之前的一轮“民主革命”里“作为阶级”消灭了），而且曾在“民主革命”中作为共产党（“无产阶级的先锋队”）统一战线成员的资产阶级、小资产阶级，也只剩下一个个被消灭的阶级所子遗的“分子”，并且全都“变黑”了。

于是有“成分好”、“成分差”之别，有“红五类”、“黑五类”之别。“黑五类”之所谓“地、富、反、坏、右”，一半是从经济状况即占有生产资料和经济收入来源划定的，如地主、富农；一半是从“实际政治表现”来划定的，如反革命分子、坏分子、右派分子，后者中也多半是出身于非无产阶级。因此，政治、经济的因素老早就搅到一块儿了。若干年后的“款傍官”、“官傍款”以至某些情况下的官商合流、官商利益一体化，也可以说其来有自，上溯到经典著作中去，“政治是经济的集中表现”一语，多么耐人寻味呀。

随着社会的发展变化，社会观念历经沧桑，最明显不过的是，“成分好”、“成分差”的所指，整个掉了一个个儿。

在相当一段时间里，这是悄悄演化的进程。直到有关学术部门就此作出了社会调查，也还仅限于专家学者研究的范围。在某些人的观念中，谈论社会上的阶层分化，好像是揭发阴暗面似的，视同忌讳。

因此一般都是在比较专业的报刊上才说起这个问题。

例如刘祖云在《社会科学研究》2004年第3期上撰文探讨了阶层分化状况、原因和趋势方面的几个有争议的问题，认为工人阶级是“老大”和产业工人是“老八”并不矛盾，因为“工人阶级是老大”是政治策略型分层的结果，而“产业工人是老八”是经济状况型分层的结果。市场化改革过程中，从绝对值看，政治权力的经济回报一般会升值；而从相对值看，政治权力的经济回报可能会贬值。阶层结构两极化是必然趋势，而阶层结构橄榄化是必然结果。抑制贫富两极分化、培植中间阶层是中国社会现代化的一项重要任务。

以上所引，极其简略，因为我是从《社会科学报》上看的摘录。我不懂经济也不懂政治，什么绝对相对升值贬值也没看懂，但我相信，过去致力于“消灭富人”并不成功，现在要通过发展经济“消灭穷人”；但在一部分人、一部分地区先富起来，而社会公平的问题尖锐地提到社会面前的危机时刻，“抑制贫富两极分化，培植中间阶层”，以形成一个“橄榄形”即两头小（最富与最贫）中间大（中产阶级）的社会，当是最好的选择。

中国的中产阶级不是已经成了气候，而是还大大有待于发展和扩大。也许只有中产阶级的生活方式成为社会上大多数人的生活方式的时候，中国社会才有真正的稳定。这是一个多么艰巨的任务，任重而道远啊！

在这时候，把“中产阶级的生活方式”说成是“无产阶级的想入非非”，是出于什么样的心理和认知？

是为了恶心“无产阶级”？那个政治上抽象的无产阶级早已消融在高谈阔论之中，而个体化的无产者即职工群众特别是失业工人，他们其实大概没有时间和闲情来逛淮海路，他们即使从这里匆匆经过，多半也不会注意到这条广告，他们距离“中产阶级的生活方式”不可以道里计，他们想都不会想，更遑论“想入非非”！因此这条广告如同许多标语口号，效果无非等于“地对空”地讥骂一声无产者“穷鬼”，“穷光蛋”而已。

我注意到这条广告，不是因为有钱且有闲，而是出于偶然。那天前往上海社科院就教，路过那家店，恰巧我又识得几个字，平时就爱看牌匾店招，这才于无意中得之。但事后我如此用心揣摩，却是因为对“无产阶级”的嘲讽和贬斥刺激了我，我不认为我能代表“无产阶级”，但我以为我在某种意义上也是无产者，在今天属于弱势群体，因此与工人群众，与失业工人，心灵多少有相通之处。

我忽然想起臧克家，这位近百岁才辞世的老人，在30年代尚未名满天下的时候，曾经有两句诗自述生存困境：“两个穷光蛋 / 彳亍在上海的南京路上”无疑他的社会经济地位也相当于无产者了，于是他写出了《罪恶的黑手》等诗，发出社会底层劳动者的呻吟，对当时社会不公平不合理的控诉。但在他的晚年，不知为什么，这篇长诗竟很少为评论者提起，也很少为他本人所提起了。

四

都说“爱与死”是文学艺术“永恒的题材”；我以为“穷与富”，即使不是“永恒”，也是一个漫长的、在今天远远看不到尽头的历史时期中“攫人心”的题材。

法国大文豪雨果在《目录录》（Chose vues）中有一段话：

昨天，2月22日，我赴上议院……看见两个士兵押着一个汉子从都尔农街走来……他臂下夹着一个面包。四周的人说他就是为偷这面包被押起来……一辆刻有徽章的四轮大马车停在兵营外。从打开的玻璃窗可以清楚地看见一个美丽的少妇，娇嫩而且白皙，正在逗着一个裹在花边里的小孩玩：这少妇并没发觉那可怕的汉子在望着她……从前，穷人和富人肩摩踵接，但并不互相注视……从那汉子发觉这少妇的存在而这少妇看不见那汉子的一刻起，风暴便不可避免了。

我没有读过这篇梁宗岱先生的译文，不知雨果的《悲惨世界》是不是就由这个

场景触发而写的，书中的冉·阿让就是因为偷一块面包而被捕判刑，终身不得解脱的。这一段话，我是转引自旅法作家刘志侠一文（刊于《中国第三产业》2003年第10期）。雨果的《悲惨世界》写成于1861—1869年，两年后的1871年，一场风暴——巴黎公社起义爆发了。公社失败后，就再也没有发生大的革命事件。刘志侠解释说，这是“因为从十九世纪九十年代开始，西欧诸国纷纷发展社会福利，加上各种税收，由国家重新分配的生产总值上升到四至五成，大大减少了贫富不均的现象”。

可见，要使社会稳定，是要正视并采取切实的措施来缩小贫富的差距，而不能停止在掩盖由此产生的社会矛盾。但上文语焉不详，并不能提供这方面翔实可靠的经验，更不能代替我们面对本国现实的思考。

偶然读学者陈镛、蔡未名、曹志行主持的一篇述评，其中摘录学者卢周来关于穷人与富人的消费行为以及穷人市场、富人市场的观点——

穷人的“恩格尔系数”远大于富人，用于维持生存的生活必需品支出占的比重较大，所以，一旦这些消费品上涨，穷人只能勒紧裤带过日子。富人则不同，因为在他们每日挥金如土的过程中，用于柴米油盐的钱所占比重少得几乎可以忽略不计，所以这些生活必需品价格上涨，他们根本不计较，更不会影响他们的需求量。这一穷一富，正应了时下流行的那句话：穷人看着钱买东西，富人看着东西花钱。穷人买跌不买涨，富人买涨不买跌。这就是“反需求定律”：当某种商品价格很高时，富人趋之若鹜；而该商品价格下降时，富人理都不理。

现在媒体上整日鼓噪一个名词“精神消费”，这绝对是有闲阶层或者富人的玩意儿。因为对于穷人来说，所有的收入几乎都用于维持生计了。而所谓“精神消费”，恰恰会出现所谓的“边际效应递增”。比如玩名牌，无论是车，还是服装，富人每多购一辆（套），他会觉得他的身份又增加了几分，因此满足程度会越高；更有玩收藏的，收藏得越来越齐全，他的满足程度不是降低，而是在不断提高。

在穷人的市场上，主要是低档消费品与日用品；在富人的市场上，主要是高档消费品耐用品。因为世界的购买力主要在富人手中，所以同样占有世界生产份额80%的大厂商都将质优价高的产品对着富人；穷人这边，则是小厂商负责供应。制度学派代表人物诺斯曾考察研究过一个现象：美国曾经有不少嗜酒的穷人，因为受劣质威士忌的毒害，导致双目失明或死亡，于是政府规定了威士忌的质量标准。结果怎样呢？高收入的饮酒者，并不因为对他们所需的酒付出更多的钱而不满或退却，而低收入的嗜酒者，面对价格突然上升，只有三种选择：要么不喝，要么不得不少喝，或者饮用违法私酿的威士忌。假货、勾兑酒、毒米霉面等等，受害的多是穷人，因为富人早就不在小商店与集市买东西。为了对付这些问题，政府会强制执行某些标准，但标准一高，成本上去了，穷人又消费不起。

卢先生在分析了以上现象之后，正确地指出：一个社会的消费者中，穷人太多，富人太富，迟早要出问题。因为穷人太多，富人太富，必然会出现消费断档：穷人消费不起，富人所有的消费需求都已经满足。于是，不可避免地，经济将因总需求不足而趋向疲软。而一些还存在腐败现象的发展中国家，几乎都将经济增长作为维护稳定政局的不二法门。如果政治上长期腐败，再加上经济增长乏力，危机就不远了。所以，聪明的政府，必须防止这个社会穷人太多、富人太富的现象。

再深入一步的问题是，怎样才能防止穷人太多、富人太富？时下一种强烈的声音，就是通过财富再分配以抑制富人的富裕程度和致富速度，用剥夺富人所得去补贴穷人。主流媒体日前也发出了用“共富论”取代“先富论”的呼吁。编者所担心的是，政府若是果真照此办理，会不会又去重蹈当初计划经济时代的“平均主义”覆辙？在经济日趋市场化、全球化的时代条件下，能不能找到一种更好的办法，在继续推动富人积极创造财富、确保他们拥有的私人财产权的同时，通过合理的制度安排，为全社会包括每一个穷人提供一种公平的机会；在帮助穷人获得基本的生活保障的同时，激励更多的穷人去努力改变自身的命运，走上由穷变富的道路？如果这是更为理性的选择，那么，对于富人的种种消费现象也就没有必要看得十分严重。富人消费并不可怕，他不消费那才可怕哩！富人要消费，就必须有供给，谁来供给？按卢先生的说法是大厂商，而大厂商的背后不还是大批的产业工人吗？不就是穷人一族吗？富人有了钱，物质消费不过瘾了，还要有“精神消费”，这也不是坏事。名车、名装、名器、名品，多半都是穷人造出来的，有人买了去，穷人才能拿到工资；就算是收藏古董，国家借此将富人的部分财富收了去，用于建设和公益，于公于私两便，也不妨加以鼓励。富人的“精神消费”从长远看也同样存在一个“边际效应递减”的问题，消费普及面广了，“物以稀为贵”的公式就不起作用了，我们倒是希望这种消费模式“效益递增”的向上曲线延长一点更好，保持足够的吸引力，吸引更多的富人和穷人为之而奋斗。

一个健康的社会的目标就是减少穷人、增加富人，为此，要建立一种由穷致富的通畅渠道，不要让获取财富的通道只为少数富豪所把持，这是没有疑义的。穷人太多、富人太富固然是一种病态，但没有必要把穷人和富人完全置于对立的两极；并不是为了减少穷人就必须减少富人、减少了富人就必然会达到减少穷人的目的。相反，在正常情况下，只有富人增加了，穷人才会减少。无数次历史经验已经表明，消灭富人的结果，就是大家都成了穷人，至多是给原有的穷人带来“吃大户”的一时之快，并不能使他们的贫困命运有任何改变。

我所以不避冗长地抄了这么多，是以为上述引文中直截了当地称呼“穷人”和“富人”，尤其是把穷人和富人的关系说得比较透彻，是从历史的高度正视大局，一种理性的考察和见解。而本篇讨论的那条广告词，似乎把“无产阶级”的贫困捧到

“上流社会”和“中产阶级”面前，作为他们的一种“精神消费”，这无异于在“炫富”的同时，刺激穷人起来“仇富”。其效果如此，出于何人的手笔，出于什么样的具体动机，已经不重要了。

围绕这条广告，我进入如上的一条思路，在很大程度上是受到所摘录的一些论点的导引，粗粗记下，或可供读者参考。我以为重要之点在于，不是要减少富人，而是要减少穷人；更重要的是通过合理并行之有效的制度安排，不使获取财富的通道“只为少数富豪所把持”，以致富者益富，穷者益穷。现实生活实践中这个关键性的大问题，还将在我们身边以各种形式不断呈现出来，让我们一起来深入思考吧。

（《粤海风》 2005 年第 3 期）

一个不懂得尊重人的社会，人是没有地位和尊严的，今天落在外地民工头上的羞辱，只要机会成熟，同样会落在另外的人头上——无论他地位多高，人活得多么体面。

小人物的面子及尊严

张 鸣

报载，厦门整治街头小广告出狠招，江头社区的治安巡逻队抓了四个贴小广告的“现行”，随即用他们身上带的小广告贴满了他们的全身，然后逼着他们去清除小广告。照片上几位连脸上都贴满了“膏药”的先生，一脸的无奈。

按中国的传统，百姓犯了错，必须接受惩罚，惩罚不仅是肉体上的，也包括精神和人格上的羞辱。比如将人抓到衙门去褪了裤子打屁股，在站笼里罚站，判死刑的要插上牌子游街。如果不见官，民间的惩罚也类似，在祠堂里当众用荆条抽，属于小意思；犯重罪的通奸者，抓来，大抵要剥光了衣服示众（如果女的比较有姿色，大家剥衣服的积极性更高），然后再沉潭。总的来说，凡是惩罚，羞辱是免不了，属于惩罚内涵中的应有之意。在中国，无论如何反传统，传统却总是挥之不去。没秩序的时候，上下各色人等互相惩罚，一起羞辱，有秩序的时候，则惩罚中的羞辱，就专门留给下等人。总而言之，即使在 21 世纪的今天，我们对人权的理解依然有些茫然。我们似乎不知道，即使再卑微的人，也一样是有人格和尊严的，而且要尊重人家的人格和尊严。

我们的文化里，人格或者尊严这样的概念，在以前是没有的，类似的东西只有“面子”。中国人之爱面子，曾经让初来乍到的西方人很是大惊小怪，总是在书里写来写去，但也总是写不明白。不错，中国人是很在乎面子，如果一件事让他在实利上吃了亏，但却有相应的精神上的好处，即有了面子，那么他大抵是会高兴的。反之也是一样。如果丢了面子，即使得了实利的好处，也不高兴。

其实，中国人的面子有很多层面的内容，被人看得起叫有面子，替人说项成功了叫有面子，做事做成了同样是有面子，甚至被官府抓了很快被放出来也是有面子。

最重要的，面子是有等级的，不同等级的人，面子的概念是不同的。面子也是有运用范围的，如果一个人的面子可以遮住有权施加惩罚的人，那么羞辱就不容易落到他的头上。一般说来，等级高的人面子大，遮蔽范围大，等级低的人面子小，遮蔽的范围也小。无论面子大小，只要伤及面子，总是令人难堪的事情，往往比肉体的伤害更加令人不舒服。只是这种羞辱性惩罚的运用，往往强化了人们的暴虐心态，只要有机会，大家都乐于表演羞辱别人的闹剧，或者观看羞辱人的表演。

过去的县太爷不会当众打缙绅先生的板子，那是因为相对于县太爷而言，缙绅的面子足够大。如果换成皇帝，而这个皇帝又足够暴虐的话，管你是谁照样打。明朝不是有廷杖吗，意思就是即使贵为大臣，惹恼了皇帝，照样当众打屁股。那个被文人捧得很红的雍正皇帝，还干过这样的事：不打也不杀，赐块“名教罪人”的匾，叫某大臣（钱名世）挂在自家的堂上，就是要羞辱你和你的全家。

宗族里游街或者沉潭，都轮不到族长老爷，即使他老人家也不免偷香窃玉，不过，一旦落到绿林好汉的手里，族长老爷的面子就不一定能保得住。只要面子遮蔽不到的地方，羞辱就有可能发生。清朝皇帝经常发动群臣对某人搞大批判，群臣无不乐于响应；明朝的永乐帝将建文帝的忠臣家眷发往教坊为娼，众军汉特别踊跃地前往蹂躏。

总之，羞辱发生的时候，往往是众闲人狂欢的时刻，“文革”时，无论给大人物戴高帽子游街，还是给村里的“破鞋”挂上真的破鞋示众，参与的人都一样的兴奋。不过，在正常年景，最易发生的惩罚性羞辱，还是在最底层的人们身上。

一个社区，往往是边缘的人最倒霉，只要有点事，大家就群起而攻之。但是他们也比外来的同类处境好些，因为那些外来的人，地位既低，又没有熟人的情面，所以，只要他们犯了事，肯定是全区共讨之，羞辱自然是其中之意。厦门发生的事情，如果那几个贴小广告的人是治安联防队一个社区的，可能命运未必会如此惨，但是，这些看上去和民工一样的外地人，有谁会介意他们的感受呢？

一个不懂得尊重人的社会，人是没有地位和尊严的，今天落在外地民工头上羞辱，只要机会成熟，同样会落在另外的人头上——无论他地位多高，人活得多么体面。从本质上讲，对犯错甚至犯罪人的羞辱，如果能对这些人有什么改变的话，那么更可能的就是让他们变得更加暴虐，仇恨心理更加恶化。

国家 · 民主 · 市场化