

“女生扶老人被巨额索赔”，原告撤诉不是终点

法治时评

本报评论员 蔡亮

近日,福建莆田“两名初中女生扶起摔倒老太被索赔22万元”一事在网上引发广泛关注。据最新消息,涉事一女生的母亲表示,目前事情已经妥善处理,原告方已撤诉。

根据已知信息,两名女生是在骑电动车过程中,见到一名骑自行车的老太摔倒,从而停上前帮忙。此事之所以引发舆论的轩然大波,“扶不扶”显然避无可避。大量网上评论显示,网友普遍对“因扶人被巨额索赔”非常介意,认为这是“讹人”,会严重损害社会道德底线。鉴于近年来“扶不扶”的话题经常甚嚣尘上,甚至以小品的形式登上过央视春晚,公众的气愤和忧虑可以理解。但必须要指出,所谓“女生扶起老太被索赔”这个说法,虽被各类媒体广为采用,但本质上并不准确。将“扶不扶”与“被巨额索赔”强行绑定,既不客观,也不负责,有哗众取宠、博眼球拉流量之嫌。

从已曝光的现场视频来看,事发位置是一个路口,涉事老太沿道路右侧正常骑行

时,先有一辆白色小汽车从右侧路口左转出来,老太为避让白车,更为贴近右侧建筑。此时,两名涉事女生也从该路口左转出现,老太明显作出了一个向左侧避让的动作,车头开始晃动,随即摔倒在地。之后两名女生停上前将其扶起。虽然交警的交通事故责任认定书目前尚未曝光,但从常理和法律常识皆可推测,这是一起非机动车交通事故,交警部门很可能以两名女生涉及“无接触事故”为由,判定其承担事故次责。

对于这一结果,首先可以确定,这是交警部门在正当合法地行使职权。根据我国道路交通安全法及实施条例等法律规定,交通事故责任由交警部门认定,责任认定的核心原则,是当事人的行为对事故发生所起的作用以及过错的严重程度,而非仅以双方是否发生物理接触为依据。也就是说,当事双方即便没有发生接触,只要存在过错,其行为对事故的形成具有因果关系,也需要承担责任。在这里,我们可以合理推测,交警部门很可能认为两名女生骑电动车从路口左拐,未主动避让直行的骑车老太,导致其受惊或避让不及而摔倒,故需要承担一定责任;也有可能,两名女生尚不符合骑电动车上路的法定年龄,且存在骑车带人情况,有交通违法之嫌。不管怎样,这起无接触事故的责任认定,与“扶不扶”

应没有任何关系。

引发公众情绪的另一个爆点,是老太一方高达22万元的索赔金额。很多人认为,两名女生好心扶人,却要掏出22万元巨款,这不叫“讹人”叫什么?但是,这里也存在严重的认识误区。首先,真正引发诉讼的,是交警部门的责任认定,即两名女生负有事故次要责任。也就是说,老太一方索赔的理由和依据,亦与“扶不扶”无关,而是交通事故责任认定的结果。据此提起民事诉讼,是其正当合法的民事权利,应当受到保护。其次,关于索赔金额,从曝光的部分信息来看,老太一方主张的赔偿包括医疗费用、伤残补偿、精神抚慰金等多项,总计22万余元。这也属于公民正当的诉讼权利,但不意味着主张多少,就一定能得到多少。民事诉讼的基本原则是“谁主张谁举证”,如果老太一方无法就其索赔金额给出有力的、能被法院采信的证据,则不会得到法院支持。

说到底,此事引发的热度,关键在于它的“观感”着实不太好。一来,两名女生主动扶人,却摊上官司,一度面临巨额索赔,怎么看都让人寒心;二来,官方在整个事件中始终“隐身”,没有任何主动的解释、说明和通报,公众只能凭自己的理解去揣摩、推测甚至于“瞎猜”,继而导致舆论无法形成

统一的认识,一些持不同观点者在网上相互攻击、谩骂,损害网络风气。

目前,虽然老太一方已经撤诉,但这并不意味着事件的发展就到此结束。值得进一步追问的是:交警部门在事件中作出的责任认定,其理由和依据到底是什么?两名女生被判定次责,到底是不是因为“无接触事故”?如果是,她们的过错行为是什么,怎样解读其行为与老太摔倒之间的因果关系?该责任认定的过程、结果,是否合法、合理,经得起反复推敲?上述追问,需要且必要。只有相关部门主动发声,从法律角度加以详尽的解释分析,才能从根本上消除“扶人反被索赔”的公众认识误区,才能从根本上回应公众对“无接触事故”的模糊认知与疑虑困惑,才能从根本上进一步推动交通安全法律知识在全社会的传播与普及。这些追问不解决,纵然热潮暂时消退,亦会留下一地鸡毛。一旦类似事件再次发生,恐怕会掀起更汹涌的“惊涛骇浪”。

有争议、有质疑、有误解并不可怕。可怕的是,当公众需要权威声音以正视听、以解其惑时,该发声者却“闭了嘴”“失了声”。事实上,用好权威声音,做好专业解释,一场喧嚣的网络大乱斗,亦可成为一堂普惠大众的高质量普法课。法治社会,很需要这样“迎难而上”“拨乱反正”的普法课。

平安有序出行

记者近日从中国国家铁路集团有限公司获悉,2月21日春运过半,全国铁路当日发送旅客1718.7万人次,累计发送旅客2.58亿人次,运输安全平稳有序。

新华社 勾建山



春联里的“地气”

刘海静

何为“接地气”?最近有了新感悟。

春节前夕,单位组织下乡慰问,我负责写春联。循着惯例,起初写的都是“万事如意步步高”“春满乾坤福满门”这类耳熟能详的句子,横批也是千篇一律的吉祥话。

正写着,发现一名农民大哥站在身旁,他有点脸红地说:“我想要一副能贴在自家猪圈上的。”我一怔,有些发窘,提前准备了各种祝福语,却没想到猪圈也要贴春联。刚想拿手机查一下,却见农民大哥摆了摆手说道:“词儿我有,麻烦你写就行——科学养殖多生产,精细饲料早出栏。”

简单两句话,透着庄稼人的实在与智慧,大家听了都纷纷点赞。受此启发,不少同事也放下笔,主动和村民唠起家常,询问他们平日里干什么农活,种了多少亩田、养了多少牲畜,随后提笔挥毫,把劳作日常、增收心愿,一一融进春联里。横批也换成了“五谷丰登”“六畜兴旺”等祝福。

这时,那位农民大哥又往前凑了凑,稍显得意地说:“横批我也想好了,

就写‘肥猪满圈’吧!”好个“肥猪满圈”,多么朴实的话语,多么有烟火气的期盼。我蘸起墨汁,把这4个字也写得圆圆胖胖的,像刚生下的小猪仔一样。看着大哥心满意足的表情,我内心倍感充实,同时也若有所思。

常说“接地气”,但究竟什么是真正的“地气”?下基层,并不等于就能接上地气;身在群众中,也不代表就走进了群众心里。带着预设的、精美的“台词”和“方案”到一线,只能和群众离得更远。唯有放下架子、走进心里,看见一个个具体的人,读懂一份份鲜活的期盼,让工作真正贴合群众需求、回应群众关切,才能获得泥土的芬芳。就像这次,乡亲们给大家上了生动的一课。群众向往的,不是悬浮在半空的漂亮话,而是能落到猪圈里、灶台边、田埂上的实在盼头。

这份感悟,也让我想起了曾经驻村的3年多时光。当时,工作队的办公室就是卧室,大门常年不关,村民随时可以敲门进来反映问题。谁家从事生产遇到经济困难,我们就帮着申请小额贷款;村里缺少环卫设备,便向单位申请拨款购买一批垃圾桶,放置在各个路口……最难忘的是调解邻里纠

纷,常常从日落唠到深夜,虽然劳累,但也有种踏实的欣慰。正因为被当成了“自己人”,他们才愿意把最琐碎、最挠头的家务事摊开在我们面前,听那些也许并不高明的絮叨劝说。把门开着,心也敞着,才能真正和群众打成一片。

这次“私人定制”的春联,还给了我一个不小的警示。办公室坐久了,很容易陷入按部就班的惯性思维,进而忽视了现实生活的日新月异和群众诉求的多元多样。如果不求真务实、与时俱进,那么即使我们人下去了,心也可能还浮在上面、思路仍沉浸在过去,这样如何能让老百姓打心眼儿里满意呢?时代在变,初心不变,坚持扎根群众,葆有一份同理心、练就一副“勤腿脚”,方能不陷入陈规旧习的桎梏,把好事办好、实事办实。

再说回春联。其实写春联,写的不仅仅是祝福,更是广大群众对这片土地的款款深情和殷殷希望,映照每个劳动者孜孜以求的中国梦。走在这条追梦路上,像耕耘土地一样耕耘事业,弯下腰去、躬行践履,接得住地气,才能收获沉甸甸的果子、热气腾腾的日子。

“代拜年”惹争议 商业创新 别越了情感边界

李焱婕

近日,UU跑腿推出“代拜年”服务,套餐包括代买年货、代送礼品、1分钟吉祥话祝福,以及引发广泛争议的“行磕头礼”。服务上线后迅速引爆舆论,平台随即火速下架相关项目并承诺三倍赔偿。这一踩中红线的操作,恰恰暴露出当下商业创新中一个频频出现的问题:服务的边界,究竟该划在哪里?

单从需求洞察来看,平台其实没找错方向。春节不少人因各种原因无法返乡,想尽孝却身不由己,代送年货、代贴春联这类服务,确实解决了实实在在的难题,也确实是在“跑腿”的合理范畴之内。

争议从何而来?说到底,是分寸的问题。平台在“可代劳的事务”与“不可外包的情感”之间,模糊了界线。贴春联、送年礼,这些都是“事”,谁来完成差别不大。但拜年行礼并不是一件“任务”,它是一种情感表达,祝福、思念、愧疚等情感,都沉淀在那一瞬间。将这种极富私人意味的仪式拆解成服务项目并明码标价,是把本不该量化的情感强行纳入了交易体系。

服务的本意,是帮人解决困难,而不是帮人绕过该直面的情感。回不了家是客观无奈,但对家人的牵挂与歉疚,本该是儿女自己去体会、去表达的情绪。平台可以把礼物送到长辈家门口,也可以帮忙调试好视频通话的角度——这些都是在为远方的心意搭桥,让牵挂更容易抵达。但偏偏有些情感节点,是无论如何都无法外包的。

服务的边界,究竟该由什么来决定?或许可以归结为这样两条底线:可以满足需求,但不能突破伦理;可以解决不便,但不能替代责任。有些需求,即便真实存在,也不该被商业化满足——代吵架、代道歉、代分手之所以屡屡招致反感,并非因为没有市场,而是因为它们试图将本应由当事人亲自面对、亲自化解的人际纠葛,打包成“付费即清”的任务。商业的逻辑是效率最大化,而人际关系的维系,恰恰需要不计效率的陪伴、直白朴素的表达,甚至不完美的亲力亲为。当商业打着“优化便利”的旗号闯入情感与伦理的领地,看似是在帮人省心省力,实则抽走了情感里最不可替代的东西:真实。

有哲人说:“我宁愿要真诚的失态,也不要礼貌的冷漠。”守住情感底线,恪守伦理边界,有所为亦有所不为——这既是对商业创新的启示,也是企业行稳致远应有的分寸。