

“方崔判决”益于厘清网络言论界限

□ 赵洪杰



备受关注的方舟子、崔永元互诉对方名誉侵权案25日在北京市海淀区法院宣判。法院认为，崔永元和方是民(方舟子本名)连续发表针对对方的、具有人身攻击性质的微博言论，均构成对方名誉权的损害，因此判决双方相互道歉，删除侵权微博，相互赔偿对方4.5万元。(6月26日《新京报》)

为公共讨论提供了巨大的、自由的平台。网络讨论的开放性与互动性催生了澎湃的讨论热情，但也让网络涉及公共话题的讨论，渐渐偏离了议题集中、容忍错误、保持文明的共识。如何充分保障公民的网络表达，又厘清表达边界的效果，可以说，这近四千字判决书提供了非常好的法理范本。

难能可贵的是，判决书论及“网络用户对网络言论具有较高的宽容度”。首先，判决书将国际通行的“实际恶意”原则也用在了网络空间中，即对于公共事件或公众人物报道中的错误，控告者必须“明白无误地和令人信服地”证明媒体明知故犯或严重失职，否则不能算是诽谤。判决书称，崔永元指称方舟子“一边300万美金在

美国买豪宅一边在网上哭诉安保基金不够用了”，均有一定事实依据或结合上下文分析，属于崔永元主观上“确信真实”的诚实意见，不构成侵权。

崔、方二人都是公众人物，为了保障公众利益，公众人物的名誉权要受限，也即坚持“权利克减”原则。这也跟“恶意原则”契合：言论“不真实”本身不足以构成侵权，而是证明言者有“实质性恶意”。判决书称方、崔“享受了较多的公众关注及相关便利，对来自他人的负面评价也应负有一定的容忍义务”，认定哪怕方舟子使用了“暗箱作业”、“忽悠”等用语，也未达到恶意侮辱、诽谤的程度。这为今后媒体的正当批评(哪怕是有错误的报道)提供了必要的豁免。

在此基础上，判决书对崔、方两位具备侵权性质的言论，有充分的界定，包括：明显依据不足的言论，比如“坑蒙拐骗都干过”、“网络流氓暴力集团的头目”等；恶意贬低对方人格的言论，比如“流氓脖子”、“拽着他溜达”、“疯狗”等，贬低、侮辱了对方的尊严。这些言论都不同程度地具有人身攻击的性质，具备诽谤、侮辱对方的主观恶意，互相构成侵权。

这份判决书的意义，至此也已充分显现。它既理据充分地指出超出“实际恶意”原则所要保护范畴的事实，又对公众人物在公共空间的表达，报以充分的善意。这个标志性的判决同时也警示了公众：即便在网络空间也要遵循理性、宽容、客观和负责任的讨论规则。

用法律力量终结株连拆迁闹剧

□ 胡艺

6月24日，自称是四川宁南县法院新法庭庭长陈建的网民发布微博称，因其家人与县政府就拆迁问题未达成协议，他被法院领导口头宣布停职，交出手中的审判工作，回家做母亲的工作，如果不好还将面临免职和调离法院。(6月25日澎湃新闻)

公职人员被株连拆迁的消息不断传来，就连手握惊堂木，掌管正义天平的法官也不是强拆机器的对手，如此新闻读来很是耐人寻味。不可否认，相关开发建设方案制定好了，有人不签补充协议，延误工期，确实影响开发商的利益。如果开发商就此撤资，也会对当地GDP增长带来影响。但这不是政府以权代法，法院威逼法官，变相暴力拆迁的理由。公民取得了房屋产权，讨价还价是法律赋予公民的权利。要拆迁公民房屋，就要取得公民同意，在充分尊重业主权利，双方达成协议的基础上，才能完成拆迁过程。如果双方意思表示不一致，拆迁就不能进行下去。

退一步讲，即使拆迁工作由政府主导，政府也应该尽量保护处于弱势地位的被拆迁人利益。强制公职人员的亲属拆迁，不仅暴露出对公民物权的蔑视，而且隐喻着某种利益交换。因此，面对侵犯人权、物权、亲情伦理，涉嫌违法的株连拆迁，法律决不能沉默。上级有关部门应尽快启动调查、问责程序，在法律的框架内终结株连拆迁闹剧。

需要有超脱部门利益的彩票监管机构

□ 刘武俊

我国第一份针对彩票的审计报告近日已由审计署发布。审计署抽查2012年至2014年18省彩票资金共658.15亿元，查出虚报套取、挤占挪用、违规采购、违规购建楼宇和发放津贴补助等违规金额109.32亿元。(6月25日央视)

此次审计暴露的彩票资金管理混乱让人震惊。彩票资金审计结果表明，个别彩票主管部门和彩票机构的工作人员利用职务便利，在行政审批、开展业务合作等环节非法牟利；个别单位和人员弄虚作假侵占彩票资金；部分公职人员违规经营彩票投注站。确切地说，彩票管理中的上述问题有些已经触犯了刑法，属于职务犯罪的性质，该移送司法部追究刑事责任。

彩票审计暴露如此多的问题，无疑与彩票管理权、发行权、监督权高度集中的体制有直接关系。“自己人监督自己人”、“既当运动员又当裁判员”，必然出现问题。建议以这次彩票审计为改革契机，推动彩票信息公开和体制改革。建议成立超脱部门利益的专门监管机构，制定一系列权威性的监管规则，对彩票管理、发行部门进行监督，防止出现部门利益，使彩票市场的监管专门化、制度化和常态化。

名存实亡的探亲假政策该改改了

□ 杰出

近日，探亲假政策引发舆论关注。1981年《国务院关于职工探亲待遇的规定》经全国人大常委会批准施行，对于父母在外地的未婚职工，探望父母的假期最长可达45天。然而有媒体近日调查发现，这个1981年出台的规定“名存实亡”，很多人“听都没听过”。一些具备探亲假条件的企事业单位，基于各种原因通常不批准员工探亲假。此外，很多单位会扣除探亲假期间的绩效工资，休假期间仅发放很低的基本工资。(6月21日《新京报》)

探亲假规定是计划经济时代的产物。那时候，城市劳动者由国家分配工作，有时不得不远离家乡工作，实行探亲假确有合理性。但现在，这个看似非常人性化的探亲假，由于具体设计与现实严重脱节，几乎成为只存在于纸上的虚名。最近几年，每次有关探亲假的公共讨论总是无果而终，未得到国家相关部门的回应。34年不修改探亲假政策，与其说是慎重，不如说是一种懒政。

探亲假规定落后之处主要有二：一是市场经济中，公民有择业的自由，公共假期大幅度增加，法定带薪休假制度也已建立，加之高铁、飞机的普及，探亲变得越来越容易。二是探亲假对职工来说并不是一项平等的规定，未规定非公有制企业、私营企业和外资企业的探亲假问题，只有少数行政、事业单位、国企员工才能享受到探亲假。

虽说如此，职工探亲的假期并不是没有必要

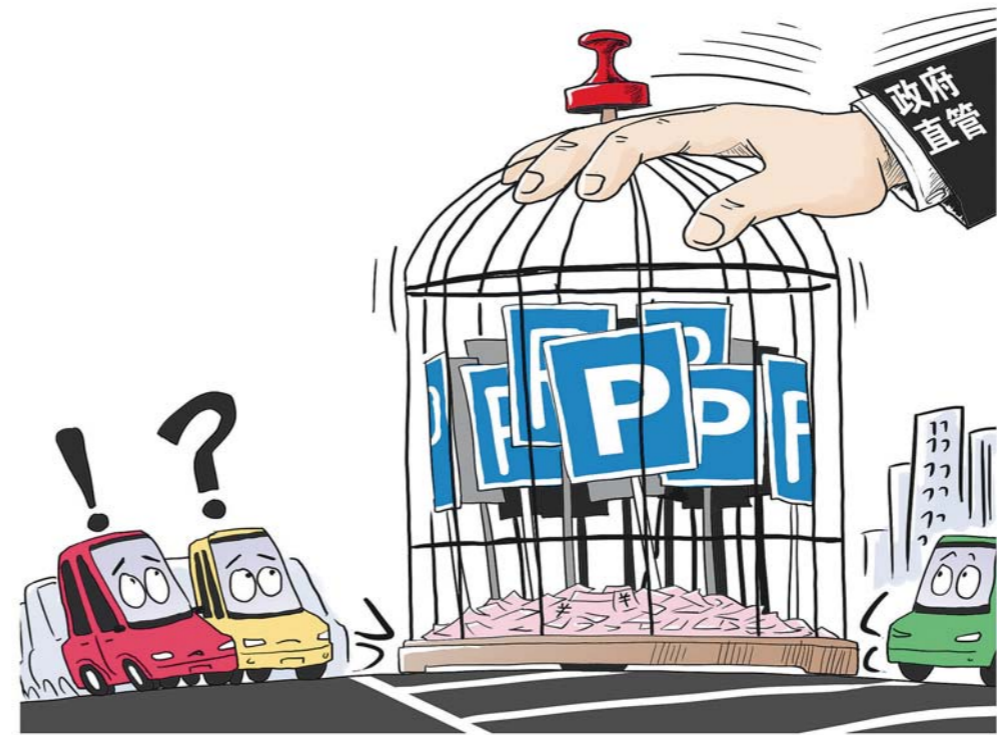
存在。首先，中国正在进入老龄化社会，空巢老人的问题日益严重，根据国家卫生计生委近日发布的《中国家庭发展报告2015》，“空巢”老人占到老年人总数的一半。所以如果能有个专门探亲假期，用于探望远方的父母亲人，有助于维系家庭亲情的价值。其次，中国职工的休假时间在全球也都是排“倒数”的，而且目前也仅有三成职工可享受带薪休假待遇，与国有企业单位相比，私营企业的职工无法带薪休假的“重灾区”。职工的休假权利还需要进一步扩充。

所以说，与其维系休眠的探亲假规定，不如与覆盖面更广的带薪年假制度合并，并适当增加休假时间。当然，在各地经济发展、社会保障存在较大差距，市场竞争激烈，多种用工制度并存的情况下，短时间、大面积施行带薪休假，难度确实很大，但循序渐进地扩大带薪休假覆盖面，直至最后让大多数劳动者的休假权名至实归，是必由之路。是不是可以考虑，将修改完善探亲假规定，作为扩充休假权和严格落实带薪休假的契机呢？

其实，类似34年一成不变的探亲假政策在现实生活中并非个例，公众抱怨较多的就有不合时宜的差旅费老政策，50年一成不变的儿童免费线，30多年未变的5元独生子女费等，公共政策关涉公民的切身利益，现实中却有少数公共政策长期“休眠”，无视经济社会的发展变化，相关部门应尊重和吸纳民意，对“休眠”政策及时修改完善。

漫画

作者/ 张建辉



政府“直管”停车位到底对不对？最近深圳市专门立法，成立专项单位，由政府全面接管了路边停车位，这事引发了议论。

有人说，路边停车也管，政府会不会手伸得太长？对收费高、处罚严厉也颇有意见。政

府回应，企业很难承载社会管理职能，也无法与执法部门联动。所收费用全部用于发展公共交通等。有专家认为，路边停车位不能成为私人的提款机，但收费标准应优化，资金去向应及时公开。(6月18日《人民日报》)

□ 董甜甜

2012年由央视制作的大型美食类纪录片《舌尖上的中国》将中国的美食文化表现得淋漓尽致。该纪录片通过对中华美食的多个侧面，来展现食物给中国人生活带来的仪式、伦理等方面的文化，勾勒出中国美食特有的气质，真正通过美食传播了中国文化的精致和源远流长。

随着我国国际地位不断攀升，为提高国家文化软实力，努力展示中华文化独特魅力，既要继承传统优秀文化又要立足时代不断创新。正是本着对传统文化继承、发扬、创新的初衷，山东得益乳业股份有限公司于2015年重磅推出具有传统文化概念的酸奶产品——鲁韵，以自己的独特方式创新弘扬传统文化，将传统文化与健康营养有机地融为一体，精心打造舌尖上的美食文化。

鲁韵——中国领先品质

鲁韵作为中国首款文化酸奶，从内容物到外包装，都有严苛的要求，旨在让消费者通过一款产品来感受传统文化带给我们的精神财富。首先，在原料奶选择上，为保障鲁韵酸奶的纯正口感，所需原料奶精选自黄三角生态牧场鲜牛乳。黄河三角洲国家级自然保护区，位于黄河入海口，是中国暖温带最完整、最广阔的湿地生态系统，东北亚和环西太平洋鸟类迁徙的重要“中转站、越冬栖息和繁殖地”。独

鲁韵，舌尖上的美食文化

特的湿地资源影响着周边环境，为得益黄三角生态牧场基地提供了清新的空气、丰富的淡水、恬静的环境，有利于每头奶牛的健康生活。每一滴原奶都符合欧盟标准；其次在产品品质上严把检测关，从上游到下游，得益乳业建立了314项检测标准，仅原奶检测环节就实现了44项检测，无论是数量还是指标都严于国家标准要求。实施乳品生产链条全过程监管，为保障产品品质提供了坚实基础；最后，为打造真正的原味酸奶，其生产工艺源自《齐民要术》中传统古方酿造工艺精制而成，不添加任何食品添加剂，醇正香浓，细腻爽滑，传承正宗山东原味。

在保证产品高品质的内容物之后，为使产品做到极致，真正能代表山东文化乃至中国文化，深入对中国文化的理解与感受，在瓶身包装上采用传统景泰蓝风格，青花瓷瓶身设计，古色古香，散发着古朴、雅致的气息。鲁韵系列共有7款不同瓶身包装的产品，有济南趵突泉、蓬莱八仙、泰山、儒学孔子、齐鲁子牙周公、梁山水浒豪侠、潍坊风筝，现有瓶身包装并不限于这七款形象，得益乳业也将面向广大消费者，广收创意，吸纳更多传统文化精髓，

不断丰富产品包装，在调动广大消费者品味产品的同时，了解熟知更多的传统文化。

复古包装、古方酿造、拒绝添加，冷链配送，每一瓶鲁韵背后承载的不仅仅是齐鲁文化的精髓，还有得益人的智慧和心血。2015年4月1日，中国首款文化酸奶首先在社区订购渠道上市。极富创意、古色古香的瓶身设计赢得了消费者的大力追捧，迅速掀起了一股收集鲁韵瓶的风潮。魅力山东、醇正鲁韵，中国首款文化酸奶为大家带来的是不仅味蕾的大快朵颐，还有文化的熏陶、精神的享受。

鲁韵——山东原味文化

每一瓶鲁韵背后都有一段山东文化。鲁韵，不仅仅是一瓶原味酸奶，也是一种承载了山东千年文化精髓的精神体验。

农圣笔下的山东原味文化——具有“农圣”之称的贾思勰在其著作《齐民要术》一书中提到了目前国内有关酸奶的最早记录：“牛羊乳捋，于铛釜中缓火煎之生绢袋子，滤熟乳，著瓦瓶子中卧之。滤乳讫，以先成甜酪为醇——大率熟乳一升，用酪半匙——著乳中，以匙搅令

散，泻著熟乳中，仍以杓搅使均调。以毡，絮之属，茹瓶令暖。良久，以单布盖之。明旦酪成。”在这段描述中我们能看到山东酸奶的原味传统，不事添加，醇正自然，朴实无华的制作工艺都是凝结了中国北方民族千百年的智慧结晶，让人肃然起敬。鲁韵的制作工艺正是对古老传统手法的传承和发展，保持并发酵醇正香浓，细腻爽滑，传承正宗山东原味。

山东文化之精神——自古以来，中国崇拜泰山，历代君王封禅于此。泰山素有五岳独尊的美誉。泰山精神所包含的正气苍茫、浩然屹立的崇高品格、一览众山小的豪迈气概、万物包容的博大胸怀、国泰民安的民本意识也一直深刻于每一位山东人的骨子里。多年来，得益乳业所秉承的企业精神，也正是继承发扬了齐鲁文化精髓，展现了厚道鲁商的风采与担当。

山东文化之性格——一方水土养育一方人，山高水阔的齐鲁大地给了山东一副伟岸的体魄，也赋予了山东人豪爽大气的性格特点，代表人物武松、林冲、李逵等一干水浒好汉个个虎背熊腰，一副豪迈神威，大口吃肉、大口喝酒、行侠仗义无不体现山东人的豪爽大气。就如同初次品尝鲁韵的时候，虏

获你的不仅仅是它的醇香，更多的是你感受到了它的独特品质。

山东文化之雅趣——当精美雅致的风筝出现在鲁韵瓶身上的时候，鲁韵便成了文化与梦想的代名词。潍坊又称潍都、鸢都，制作风筝历史悠久、工艺精湛。同中国许多民间艺术形式一样，潍坊风筝最初产生于人们的趣味活动，随着文化的演变，承载了更多的人文精神价值。每当春风渐起，在山东人民的翩然雅趣中，风筝也载着无数的理想和愿望，飞向远方。

五岳独尊看泰山，孔孟之观三孔，齐鲁文化源远流长。一山一水一圣人，充盈的文脉，让齐鲁之光闪耀华夏……这些山东的原味文化深植在每一个山东人的骨子里，从历史长河深处流淌而来，孕育出了山东人独一无二的思想、性格和精神，值得所有山东人自豪和骄傲。

“以中国高端低温奶引领品牌为第一使命，打造让消费者真正满意放心的乳品品牌，一直是我们孜孜以求的目标。齐鲁文化是中国传统文化的重要组成部分。脚踏齐鲁大地，我们有责任弘扬和传承齐鲁文化精髓，让其发扬光大，愈加灿烂。”得益董事长王培亮介绍说，得益乳业不仅仅在产品创新上大力弘扬齐鲁文化，企业本身更是始终坚持“产品即人品”，努力践行“诚信、责任、实干、创新”的核心价值观，争做厚道鲁商的行业标杆。得益人有信心让鲁韵承载着齐鲁文化的芬芳香飘万家，让厚道鲁商的理念深植于企业文化的方方面面，引领山东省乳制品行业实现新的跨越。



全程冷链 全程2℃-6℃冷链运输，锁住营养高品质

拒绝添加 不添加任何食品添加剂

古方酿造 源自《齐民要术》中传统古方酿造工艺精制而成

复古包装 传统景泰蓝风格，青花瓷瓶设计，古色古香

鲜奶制造 精选黄三角生态牧场优质鲜牛乳制造

精造黄三角生态牧场优质鲜牛乳制造



鲁韵 中国首款 文化酸奶