

华谊兄弟败诉 法院判决理由有情理

4月8日有媒体报道说,华谊兄弟传媒股份有限公司起诉自媒体侵犯名誉权、被告反诉案有了一审结果:深圳市南山区法院一审判决驳回华谊兄弟诉直传传媒负责人以及直传传媒反诉华谊兄弟的全部诉讼请求。

在此案的一审判决书中,深圳市南山区法院认为,华谊兄弟公司所主张的侵权文章《风暴将至!税务部门进驻华谊兄弟?业内曝电影圈洗钱内幕与手段!》标题未做肯定和明确的事实陈述,文章内容虽引用了未经证实的微信群截图内容,但同时该文章也指出消

息“真伪难辨”“需静等有关部门通报或等官方媒体报道为准”,表明被告并未对截图内容进行定性,依据该文章表述,一般公众应可得出涉案微信截图上的爆料仅为传言,未经证实,该文章前半部分并不能诱导一般公众作出不客观及非理性的判断。

这段文字,实际上是对人们一般认知过程及其结果的情理分析。当然,其分析所依据的公共利益基点也是清楚的。其中“一般公众应可得出”的判断,是对一般认知过程及其结果的正常判断,这种认知过程及其结果也是

社会情理的一部分。这里所谓“一般”,是排除了“特殊”和“极端”之后的“一般”,也是在滤出案件两造的主张后,基于中立和平衡的“一般”。对原告、尤其是被告是媒体的案件,用“一般”的判断是公正决断的根本所在;以“特殊”和“极端”判断为依据而得出的结果,可能会失衡于媒体责任,因此伤及公众利益,这个后果是由媒体所附带的传播公共性决定的。

因此,在社会情理的基础上,由公众的一般认知过程及其结果,就能得出“并未对截图内容进行定性”的文字“并不能诱导一般

公众作出不客观及非理性的判断”的判断。这个“并不能诱导一般公众作出不客观及非理性的判断”的判断,是对“一般公众”的认知深具信任和信心的结果,也是对媒体能力、功用和效果的客观判断。这也就是说,媒体固然有影响力,但媒体所刊载内容的效应,是要经过“一般公众”的认知过程的分析 and 过滤而达成,这个效应既不能以“特殊”个例、也不能以“极端”个例来描述。由此,那些看了同样一段文字却产生了与“一般”认知相反或不同的看法,就不能用来作为定案的根据。(华闻)

一家之言

“我最近工作压力大,晚上总是做梦。前几天听同事说,淘宝上也能算命,然后就抱着试一试的心态搜了一下,没想到还挺多的。”家住重庆南岸区的罗女士说,她最近在淘宝上花了260元算了一次命,但所谓的大师不但没有给自己指点迷津,反而在自己产生质疑后,还把自己拉黑了。

打开淘宝,搜索“周易”“算卦”“占卜”等关键词,就能发现很多算命的店铺,每次价格在50元至500元不等。有些销量排名靠前的网络店铺,网络算命的月销量竟然达到了8000多单。难怪有网友感叹:怪不得大街上的算命先生都不见了,原来也与时俱进,都转

网络算命热销背后的精神迷失

移阵地到网络上了。但不管网上还是网下,现实还是虚拟,算命的本质和几千年前相比都没有区别,仍旧是利用公众或迷信、或迷茫、或焦虑的心理,大肆忽悠加以欺骗。

关于网络算命的热销背后,真正值得关注的,仍旧是现代人的精神迷失。按理说,在科学昌明、资讯发达的今天,算命这一古老的行业,应该寿终正寝了才对,可为什么现在仍旧有那么多人相信算命?原因也无外乎以下几类:一是遭遇现实的挫折,包括事业的、家庭的、婚姻的,暂时在现实中找不到答案,自己的人生状态也得不到改善,于是就希望通过“命运”寻求一个答案,也寻求一种精神慰藉。

二是本身就不想通过努力奋斗来改变命运,实现人生价值,总想着不劳而获,走人生捷径,于是想通过算命看看是否有这种可能,途径又是什么。

不管是哪种情况,都说明一些人精神上存在着严重迷失,具体表现为不相信科学,相信虚无缥缈的命运。要想破解这样的社会性问题,需要多方面的努力,尽管网商可以宣扬封建迷信强行要求这些算命店铺下架,但是从根本上来说,还是需要我们树立正确的人生观和价值观,需要我们相信科学,也相信自己。

(天歌)

观察 南北

应记住单霁翔的 不只是“金句”



这几年,故宫博物院院长单霁翔成为了著名网红,他的很多金句在网上广为流传,被誉为“隐藏的段子手”。单霁翔厉害之处在于,不仅自己成了网红,而且成功让故宫成了网红。最新消息称,执掌故宫博物院7年的单霁翔正式退休了,继任者为原敦煌研究院院长王旭东。

提到单霁翔,很多人都会想到他的金句。确实,单霁翔有着很好的口才,他的很多讲话深得网友喜欢。比如,刚刚上任时,有媒体问他:“新上任,你有哪三把火?”他说:“自己一把火也没有,因为故宫最怕火。”他引导大家买伞:一把不够,春夏秋冬得各有风采,“一个人准备四把伞就够了”。因为风趣幽默的谈吐,网友亲切地称这位“萌萌哒”院长为“段子手”。

这些金句确实具有流传性,关注自然无妨。但古人讲,“听其言而观其行”,相对于言,更值得关注的是其行。单霁翔能够成为网红,与他上任之后的一系列表现有着重要的关系,在很多人心中,单霁翔不仅是故宫博物院的一个代表,也是整个文博系统的一个代表。

过去的故宫,说起来有很多世界之最,可又有几人能够看得到和感受得到?比如,故宫馆址宏大,但70%的区域竖起了“非开放区,观众止步”的牌子;故宫藏品多,但90%的藏品都沉睡在库房里,谁都看不见;故宫观众多,但80%的观众进了故宫就看看皇帝上朝、睡觉、结婚的地方。而现在,还是那个故宫,却给人耳目一新的感觉。随着一栋栋古建筑被修缮,故宫的开放区从过去的30%,增加到2015年的60%、2017年的80%。故宫的最新目标,是在两年以后开放区能达到85.02%。

所以,应记住单霁翔的不只是金句,既要听其言,还要观其行,更要看其心。如是一个人在言、行和心上,都做到位了,那在人们心中,就具有这个行业的范儿。哪怕没有说出一些金句,也会如同一块金子,自带流量,不仅会在岗位上干得风生水起,而且会得到整个社会的尊敬。(毛建国)

仅凭“孝心车位”换不来真心尽孝

据杭州网报道,一位网友发帖称:“杭州翠苑一区的孝心车位堪称有毒。社区里莫名其妙地划了几块地方变成孝心车位,然后在车位上放牌子,本来小区车位就紧张,被他们这么弄就更加紧张了!社区也不知道是什么想法。”旋即引来了网友关于该如何挽回孝心的讨论,也将这个曾引发过热议的“孝心车位”再度推到公众眼前。

翠苑一区是个老小区,老年人口较多,多数老人不与子女一同居住,为方方便子女周末看望老人,社区开放了18个“孝心车位”,鼓

励子女常回家看看,多陪伴父母。开放时间是每周六、周日的早8点到晚7点。凡是周末来看望父母的子女,可提前与社区预约“孝心车位”,能得到最多免费停车5.5个小时的“奖励”。

事实上,早在2017年该小区就推出了这一举措,当时就引发了争议,有人赞同,称能为孝聚能,有人反对,说是开错了药方。如今,两年时间过去,再度引发争议,说明这一做法并未全然深入人心,被人接受和理解。而从实际操作来看,杭州地区目前也仅止于该小区,

并未出现“蔚然成风”的现象,这多少也说明了一些问题。

很显然,社区的做法从初衷及其所设想的结果来看,都是无可指摘的。至少他们抓到问题的一鳞半角,认识到探望老人与车位紧张之间存在着些许逻辑关系,并意图解决这一对矛盾。从社区管理来说,这是一种正向积极的管理举措,值得肯定。只是他们尚未意识到,对缺“孝”的病症,他们开出的或许算不上一张好药方。

(张炳剑)

“九色鹿”演出券如何塑造“诚实的我”?

理由表面上看似没有问题,实质上掩盖了推荐对学生意愿的主导作用,再辅之以《诚实的我》观后感,以及老师在学生心目中一言九鼎的地位,所谓的推荐也就成了变相的强制要求。从结果看,尽管院方所称的好剧并没有得到一些家长的认可,大部分学生也看不出个究竟,但依然没有影响学生和家长的参与。

至于商业广告进校园更是花样百出,中小学教材中夹带商业广告或教学辅助资料的链接网址、二维码等信息成为难以解决的顽疾,在旧问题还没有得到解决的情况下,又出现了商业广告借助红领巾、小红帽等方式进

入校园的变种,可谓无孔不入,防不胜防。

从有偿补课到贩卖教辅,从校服销售到演出券推广,本质都是教育逐利所导致的形式变化,也是教育行为商业化的结果。近段时间以来,打着“游学实践”的名号而组织学生旅游,也成为一些地方学校和第三方商业机构联合获取利益的产物。种种乱象如不能得到遏制,利益导向下的教育产物,则不免令人忧虑。再光鲜的“九色鹿”演出,通过此种方式“吸引”观众,如何能让学生写出发自肺腑的“诚实的我”?蒙上了模糊的商业色彩,教育工作者们又该如何引领人、教育人和塑造人呢?(唐伟)

话题 铿锵

4月7日,“陕西西安多所小学发演出券,家长质疑被‘套路’”的媒体报道刊发后受到多方关注。当天,记者继续追踪此事。西安人民剧院工作人员回应称是三方合作,采取这样的方式是为了更好卖票,与老师没有利益关联;有老师接受采访时称是否观看可自愿选择;西安市教育局表示商业广告进校园的行为是不允许的,将调查此事。

对于人手一张的演出券,校方解释为坚持自愿的原则,学校向学生发放观看券只是协助剧院进行推广,并没有采取强制措施,对家长和学生的观看意愿没有直接产生影响。意即家长和学生可以观看,也可以不看。这种

称呼不加“尊敬的” 改变官场假客套

话语是观念的外衣,陕西出台省内会议、活动对领导同志称呼时不加“尊敬的”、讲话不称“重要讲话”的规定,主动拿繁文缛节与虚假客套开刀,这不只是为基层减负,也让人看到了官场风气、话语体系变革的更多可能。

坚决防止长官意志和“拍脑袋”决策、盲目举债等行为;各调研点要保持原貌,坚决杜绝“群众演、领导看”;省内会议、活动对领导同志称呼时不加“尊敬的”、讲话不称“重要讲话”,一般工作会议发言时不鞠躬致意……据陕西省政府官网消息,近日该省出台解决形式主义突出问题为基层减负十条措施。

上个月,中共中央办公厅发布了《关于解决形式主义突出问题为基层减负的通知》(以下简称通知),明确提出将2019年作为“基层

减负年”。陕西此次出台的为基层减负十条措施,正是对通知的具体细化。其中一些主要内容,与通知所要求的大幅度精简文件和会议,让干部从文山会海、迎评迎检、材料报表中解脱出来,把精力用在解决实际问题上,形成了明显的呼应关系。

而此次十条措施中,省内会议、活动对领导同志称呼时不加“尊敬的”、讲话不称“重要讲话”的规定,更让人耳目一新,也引发了颇多关注。它看似与基层减负的主题不直接挂钩,但其背后凸显的“着力清新文风会风”的改革方向,却直戳现实痛点。

一方面,在省内会议、活动中剔除“尊敬的”“重要讲话”等客套表述,其实就是一种清新会风的示范。它有助于抑制会议时间过长,

把“简单讲几句”变成“长篇大论”等不良会风。这无疑有利于避免基层将大量精力浪费在参会、准备会议上,也是一种实实在在的减负。

另一方面,戒除会议上过度客套和虚假礼仪,更是剔除官场话语体系中形式主义之风的应有之义。

近几年的全国两会上,不时出现一些代表过于“客套”的讲话被领导打断,要求直奔主题“说短话”的现象;而在前几年,江苏也提出类似规定,要求汇报交流发言不必再提尊称。这些现象表明,一来,会场上的虚假客套现象,还是较为普遍,要彻底根除还任重道远;二来,省一级将其上升到规定要求,说明政府内部对言必称“尊敬的”“重要讲话”等话语泡沫,也已有足够的自省意识。(人闻)