

“老虎伤人案”中的园方责任

□李迎春

日前，北京野生动物园老虎伤人案中的伤者赵女士通过媒体发声，对于动物园拒绝担责且仅赔偿定损的15%感到不满，将提起法律诉讼。野生动物园负责人曹先生表示，赵女士一家提起诉讼，采取法律的手段，是他们正当的权利。他们会继续和赵女士一家沟通此事。（人民网）

的确，常识给了我们充足的理由，指责赵女士在虎园参观过程中“任性、作死”的表现。但道德归道德，法律归法律。赵女士所遭遇的生活景象，从法律上来认知和解析，则要复杂许多。两者之间，至少可以从“消费法律关系”“旅游合同法律关系”“侵权法律关系”三个维度来予以评估和阐释。然而，无论是基于何种法律关系，园方都难辞其咎。只是，园方的这种责任，在不同法律关系中有所差异，并适用不同归责原则。消费法律关系中，经营者对消费者人身和财产的安全保障义务，乃是一种法定责任，一般适用无过错责任；在合同法律关系中，这种侵害责任可能与

违约责任存在竞合，一旦选定，则不得变更。从本案来看，选择从侵权法律关系角度来维护权益，是相对比较明确的路径。

根据《侵权责任法》的规定，动物园动物发生伤人事件时，实行“过错推定”原则。园方或许尽到了对游客的“警示义务”，但并没有尽到对老虎的有效管束义务。某种程度上，正是这一原因，使得园方无法完全规避责任。《侵权责任法》第八十一条规定，动物园的动物造成他人损害的，动物园应当承担侵权责任，但能够证明尽到管理职责的，不承担责任。也就是说，动物园动物发生侵害行为时，首先推定动物园存在过错，应当承担責任。动物园责任的减轻或者免除，需要由其举证证明已经尽到了管理职责。这里的

入园时签有禁止下车协议，并由检票人员在游客入园时告知“不要开门开窗、不要将手和头伸出窗外”，并且在虎园设置有警示标识……然而，这些仅仅是针对游客所采取的“管理措施”。一方面，这些措施不充分，在猛兽区实行“自驾游”本来就存在较大风险和隐患；在发生猛兽伤人事件时，是否配备有急救救助机制以及是否实际启动救助，在游客违反警示时是否有相应补救措施等；另一方面，老虎能够有机会伤人并实际造成了侵害，也足以表明该动物园对于老虎的管束存在极大漏洞和问题。

我们不能否认，从因果关系的角度推论，受害人赵女士对损害的发生的确存在较大过错，但动物园方仅仅赔偿定损的15%似乎与相应责任并不对应。从前述规则的基本法理来看，赵女士无论是因为吵架还是因为头晕开门下车，从而导致了损害的发生，都不足以完全免除园方对于损害发生的相应责任。事实上，判决园方承担一定的责任，有助于督促有关动物园的经营者，强化对猛兽、猛兽的管束，强化对游客的安全警示与救助，从而避免类似不幸事件的发生。



近日，南京胡先生的车违停在巷子内，她的女儿在车挡风玻璃上给交警留言，称父亲违停后突发重病在医院抢救，无法挪车，因家庭负担重请求通融。在核实情况后，南京交警决定仍处罚、并自发捐款千元送到医院。（《现代快报》）

点评：法不徇私，情暖人心。

“红唇兵马俑”景区岂能摘牌了事

□阅尽

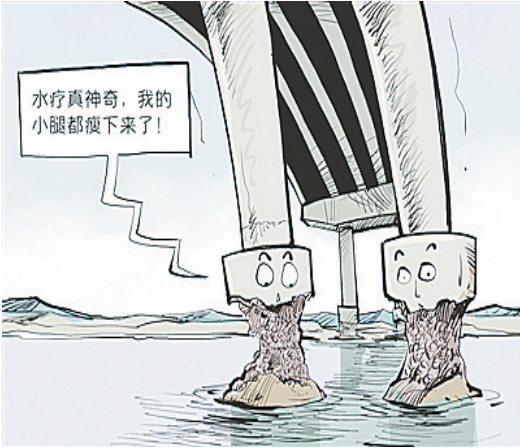
国庆黄金周期间轰动一时的“双眼皮、红嘴唇兵马俑”事件终见分晓。日前，西安旅游部门发布公告，对暴露出重大问题的临潼秦陵地宫、临潼世界八大奇迹馆等3家3A级景区进行摘牌，并明确一年内不得重新申请等级。（新华网）

闻此消息，人们自然联想到著名的始皇陵兵马俑博物馆，其实两者并无关联，是各自独立的景区。但若说两者全无关联，似乎也不准确，因为被摘3A等级的景区“临潼秦陵地宫”等与兵马俑博物馆皆处西安临潼，而且，它正是傍着兵马俑的大名，混淆游客视线，赚着“蒙人”的钱。

据报道，许多到西安旅游的游客，原本慕名游览兵马俑等景区，结果被黑中介拉到秦陵地宫等景区。有些做“西安一日游”的旅游公司也将这些景点包揽于内，实则所谓秦陵地宫只是近年复制的逼仄空间，号称的秦始皇棺椁等皆为蜡制，兵马俑塑像也粗制滥造，以至闹出“双眼皮、红嘴唇”的笑话，英文翻译更是漏洞百出，游客观后无不大呼上当，太假！

旅游部门撤销了不合规景区的3A等级，并指明景区需改正的错谬等，似乎问题已然解决。但事情并非这么简单。景区固然摘掉了3A等级的牌匾，但其照样可以营业，并不妨碍其揽客。只是，游客的权益如何维护？消费者心中的不平又如何消解？

作为历史悠久的文明古国，祖先为我们留下了诸多闻名于世的珍贵文物古迹，但现实中其珍稀价值并未真正得到体现。未经授权和科学论证的肆意仿建复制，既映射出社会的浮躁与功利，也是对重大文物古迹的失敬；而紧临古迹复制山寨景点生财、忽悠游客，既侵蚀珍贵文物的价值，也有违商业伦理。显然，对山寨景区的规范亟须提到法律层面应对，而对打着著名景区招牌招摇撞骗者更应严处。



近日，湖南张家界市慈利县澧水大桥桥墩墩基外围混凝土脱落、钢筋外露的图片广泛流传。有关方面表示，已对大桥进行全面检测，如果有安全隐患，将科学制定整改方案，认真整改。（澎湃新闻网）

公众所担心的，“蜂窝”桥墩的建材质量是否达标，施工是否合规，这其中是不是存在着腐败等，均需要权威部门释疑。仅有整改远远不够，更需要相关部门介入，查清“蜂窝”桥墩产生的真正原因。

图/勾弇

无聊的“蓝瘦香菇”能红多久

□薛世君

近日，“蓝瘦香菇”突然成为网络热词，而这不过是南宁一位小哥，在录制的一段失恋视频中表示“难受想哭”，结果因为他的一口方言，大家听成了“蓝瘦香菇”，居然就这么莫名其妙地爆红了网络。更奇葩的事情是，深圳有家企业，居然迅速抢注了“蓝瘦香菇”四个字，生怕被人先下手为强的似的。（人民网）

在眼下这个IP时代，任何吸引眼球的东西都可能被拿来“开发”，从网络小说到经典名著，甚至一首歌、一句流行语都有可能获得“IP开发”的殊荣，以发挥其巨大的商业价值。

类似“蓝瘦香菇”这样突然爆红的热词IP可谓不胜枚举，从“你妈妈喊你回家吃饭”的“贾君鹏”，到放狠话的“叶良辰”。这些网络现象一般都有着共同的特点——话题本身空洞无聊，爆红得莫名其妙，内涵被阐释得五花八门，还有就是，红得快消失得也快。

为什么那么多无聊的话题能成为一时谈资，被抬举到一种社会现象的地步？网络的放大效应，以及现实社会中的从众心理自然是避不开的。虚拟的网络世界打破了很多现实社会的规则、藩篱、禁忌和约束，且有着病毒式传

播的便利，在日益浅薄化、娱乐化过程中，很多“无聊”话题引发了那么多“有聊”的、一本正经的“过度阐释”，可谓网络社会一大奇观。所谓的网络推手也难辞其咎，目的嘛，自然是追名逐利。如今深圳这家公司抢注“蓝瘦香菇”，从其涉足甚广的注册经营范围来看，似乎也准备借“蓝瘦香菇”大干一场。

不过那些与此毫不相干的网友，他们的热情参与又是所谓何来？其实，这些突然爆红的网络热词背后，颇能反映当下的猎奇、围观、窥私、恶搞的社会文化心理。从某种意义上来说，这就是一种“网络起哄”，有点“我参与我骄傲”的意思。网络为网友们提供了自由宣泄情感的窗口，公众的表现欲、想象力、自我意识和心理诉求在推热热词的过程中，得到了体现和抒发。事实上，大家在这种“造词运动”中可谓各取所需。当事人提高了知名度，网络推手攫取了利益，网友解了寂寞无聊，事外之人则坐山观虎斗。

无聊的终究还是无聊的，热劲一过，“蓝瘦香菇”注定会和“贾君鹏”“叶良辰”“犀利哥”等谈资一样，落入“偶然创造—突然流行—日益淡化—渐被遗忘”的窠臼，最终还是会挥一挥衣袖，带不走一片云彩。因为在这个网络世界里，大家终究还是要像“贾君鹏”那样“回家吃饭”的。

发文整治闹婚

事件回放

今年9月，云南某景区发生一起闹婚事件，两名男子赤身裸体被绑在树上遭人砸鸡蛋、泼墨水。针对不文明闹婚行为，云南大理州文明办发文整治并列详细禁止清单。（《现代快报》）

议论纷纷

新婚大喜，热热闹闹无可厚非，也无伤大雅，不仅可以增加喜庆气氛，也是一种礼仪和习俗。但是、闹婚也要适可而止，也应遵守道德，尊重文明。

——朱丹

闹婚闹得太过度、太恶俗，轻则破坏公序良俗，重则越过法律红线，不文明的闹婚不能当作民俗看，而是借由婚俗进行的违反道德与法律的行为。

——罗志华

权力部门整治不文明闹婚行为，要能坚守法律边界，避免对正常的民风民俗进行干预，不能侵犯了民众私生活，不能侵犯民众的自由权利。

——戴先任