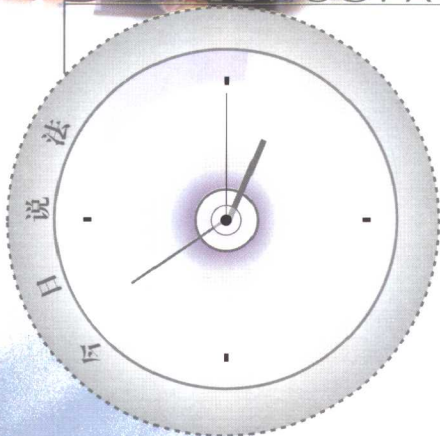


5

2001年

你所关注的
就是我们关注的



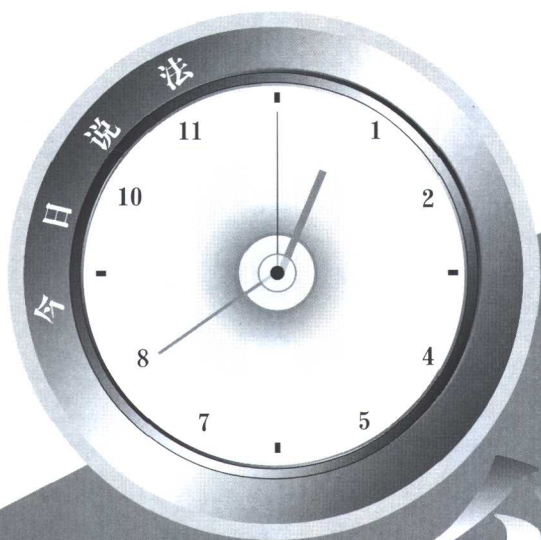
今日说法

中国人民公安大学出版社

十几亿中国百姓中，究竟有多少人接受过系统的法制教育？他们对法律——在一生中维护自己同时又规范自己的社会准则——到底知道多少、运用过多少？

中国人关注法制节目，因为它源源不断地展示着书本上高度抽象概括的法条与书本外千变万化的个案之间，法与情、情与理的交融与冲突，以及深蕴其间的法律思想、人文精神……





今日说法

中央电视台《今日说法》系列丛书

图书在版编目 (CIP) 数据

今日说法. 2001. 5/尹力主编;中央电视台《今日说法》栏目组编. —北京:中国人民公安大学出版社, 2001. 11

ISBN 7-81059-833-3

I. 今… II. ①尹…②中… III. 法律-案例-中国
IV. D920.5

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2001) 第 079493 号

《今日说法》系列丛书⑤

今日说法

尹力 主编

出版发行: 中国人民公安大学出版社

地 址: 北京市西城木樨地南里

邮政编码: 100038

经 销: 新华书店

印 刷 厂: 中国科学院印刷厂

版 次: 2001 年 11 月第 1 版

印 次: 2001 年 11 月第 1 次

印 张: 8.125

开 本: 850 毫米×1168 毫米 1/32

字 数: 210 千字

印 数: 00001~30000 册

ISBN 7-81059-833-3/D·695

定 价: 12.80 元

本社图书出现印装质量问题, 由发行部负责调换

联系电话: (010) 83905728

版权所有 翻印必究

E-mail: cpep@public.bta.net.cn

最怕母亲们的来信来电，因为我是母亲；
最爱“说法”的姑娘、小伙们，因为我是大姐；
最盼“说法”深入千家万户，因为我是她的一员。
我还向往讲述生活中的美好故事，我正努力尝试。

—— 肖晓琳





分析与指导

李季春 拍摄

社教中心主任高峰（中）、
专题部主任尹力（左）、
《今日说法》总制片人
王新中（右）共同审看
节目



我们的领导（从右至左依次为社教中心主任高峰、《社会经纬》
制片人崔志刚、制片人钱蔚、总制片人王新中、）



张阳 拍摄

《今日说法》的主编人员

(左起王冬铃、王平、孙爽、黄灿红、朱凌)

JINR SHUO FA

节目录制完毕，大家轻松地合影留念



李朕 拍摄

欧阳松
拍摄



主持人与观众亲切交流



“小朋友，你爱看《今日说法》吗？”

——采访小观众



张阳
拍摄

我们呈现给观众的是真诚，观众回馈给我们的是信任

——接待来访观众

【 前 言 】

必须坦率地承认，我钟爱《今日说法》。

它的诞生与成长让我还原了父爱一般的全部体验和情感，而当它经历了七百多个日子的摔打、考验和磨砺，终于迎来它开播两周年这个特别的日子时，它已经以全台收视率稳居前十名的身姿，茁壮而稳健地站立在世人面前。我惊喜并且喝彩，同时意识到另一个必须承认的事实：面对今天的《今日说法》，我们这些所谓的缔造者们，没有人能以父爱、母爱的感情拥之入怀。因为它实实在在的衣食父母，早已是那些在午间时分日益增多的守望者，那些以每天五千万计的电视观众！

时隔两年，首播的情形还清晰如昨。1999年1月2日中午12点半，大家都站在电视机前，专注地看完12点37分之前的每一则广告，这期间的内心忐忑难以言表。作为一名老电视工作者，有对瞬息万变的电视面孔的担忧，有对孕育多年的某种理想的期待，和1998年夏季以来秣马厉兵的筹备，以及一群年轻人夜以继日的投入。当《今日说法》的片头终于流动在屏幕上时，我明白，这群人的酸甜苦辣也将从此与这四个字系在一起了。

值得庆幸的是，开播两年间，《今日说法》的收视率从开播

当天的 1.78% 上升到最高 5.24%，这意味着我们的观众在以每月近 200 万的数字剧增。这当然令人兴奋，同时也令人沉重，因为我们明白，这一切并不是由于我们做得有多好，而是因为人们太需要它了。

改革开放 20 多年来，中国法制进程突飞猛进，三百多部法律相继出台，“依法治国”被写进宪法，秋菊“讨一个说法”一夜之间从一部影片走进千家万户。

然而，十几亿中国百姓中，究竟有多少人接受过系统的法制教育？他们对法律——在一生中维护自己同时又规范自己的社会准则——到底知道多少、运用过多少？他们呼唤法制、渴望法制，关注法制节目。每一位普法工作者面对他所挚爱的百姓，确如农夫面对一片肥沃而荒芜的土地。

社会转型时期新旧体制的矛盾、人治与法治的观念冲突、司法理论与司法实践发展的不同步，又给执法者留下很多司法实践中的难题和理论空白，他们迫切需要从法制节目提供的鲜活案例中，获得更加多元的借鉴和更为有据、更加深入的思考。

两年来，我们努力和中国法律并肩向前。不管是一部新的法律酝酿出台，还是一部旧的法律面临大刀阔斧的修改，我们一边冷静观察，一边积极讨论和参与，我们希望观众通过节目对案例的诠释去感受立法的意图，更希望立法者通过节目所展现的大量司法案例而拓宽视野，从而促进立法。

中国人关注法制节目，因为它源源不断地展示着书本上高度抽象概括的法条与书本外千变万化的个案之间，法与情、情与理的交融与冲突，以及深蕴其间的法律思想、人文精神……

应该说，《今日说法》正是在这片特殊土壤里应运而生的。重在普法、监督执法、促进立法，是我们电视人须臾不离的宗旨。

于是，日复一日，我们这群人以侍奉父母的虔诚、以莘莘学子的虚怀、以农夫负犁的勤劳，为着每一天的“法律午餐”，悉心耕耘，精心打造，挥汗如雨，乐此不疲。

不经意之间，《今日说法》已经成为全台接受观众来信和来访最多的栏目之一。热线电话没有一分钟间断过。有表扬、有批评、有建议、有司法工作者的探讨与指导。对于数万封来信，我们难以一一作答，这是我们莫大的遗憾。这套丛书中，将增加解答观众来信的内容。因篇幅所限，难免挂一漏万，但是，做，总比不做好。

不可否认，司法腐败现象的存在，已经成为一个决心依法而治的大国所面对的痛心的事实。惩治腐败，监督执法，既是国之所需、民心所求，更是我们义不容辞的责任。然而，某些执法者不公，并不等同于法律不公。我们深知，司法公正永远不能寄望于铁面包公的出现，更不能靠大众传媒的不断曝光来实现。我们只能通过对一桩桩案件的客观展现与评说，来点点滴滴地树立中国老百姓的法制观念与司法信心。请记住主持人每天说的那句话：你所关注的，就是我们关注的。

我们真诚地感谢始终关注、支持和帮助我们的司法机关和所有的法律工作者，真诚地感谢每一位关注法律、关注我们节目的观众——不论你是谁，你在哪儿，只要曾经在午间的荧屏前守望，我们就是最默契的朋友。

正是为了寄托和表达这份感激，我们编撰了这套丛书。

尹力
2001 年元月

主 编 尹 力

执行主编 王新中 海 蒂

编 委 尹 力 王新中 肖晓琳
钱 蔚 续卫东 海 蒂

编 务 范 华 顾建萍 许 靖
高 辉 李海燕 王 晖
刘云茹

中国人民公安大学出版社

· 北 京 ·

2001

案例再现 专家点评.....3

星期日	6 日 周末反馈 (37)	13 日 老李状告公安局 (84)	20 日 并不残缺的权利 (125)	27 日 兵马俑砸死女孩怨谁 (170)
星期一	7 日 医院的生死抉择 (43)	14 日 父子为何双双入狱 (90)	21 日 抓小偷抓出的官司 (131)	28 日 八旬老妇的姓名权 (176)
星期二	1 日 “五一”特别节目之一 (3)	8 日 真假肇事者 (50)	15 日 廉价的诱惑 (96)	22 日 紧急刹车引来的官司 (137)
				29 日 火灾引发的连环案 (182)
星期三	2 日 “五一”特别节目之二 (10)	9 日 笑死人的官司 (57)	16 日 黑鹤变成丑小鸭 (102)	23 日 毛毛被烫伤之后 (144)
				30 日 亲情的尽头 (189)
星期四	3 日 “五一”特别节目之三 (16)	10 日 “5·10”特大假烟案 (64)	17 日 就不让你走 (108)	24 日 车河谜案 (150)
				31 日 行贿日记 (195)
星期五	4 日 “五一”特别节目之四 (23)	11 日 贼入家门 (71)	18 日 古树砸大奔 (114)	25 日 婚内赔偿 (157)
星期六	5 日 “五一”特别节目之五 (30)	12 日 周末反馈 (78)	19 日 周末反馈 (120)	26 日 周末反馈 (164)

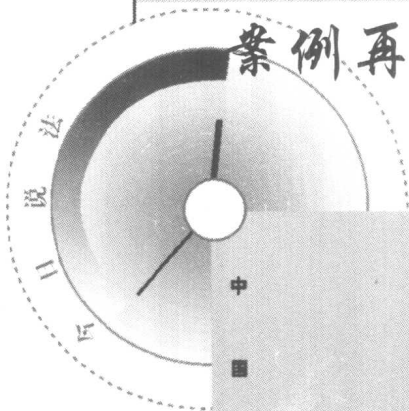
电视人语 记者手记.....203

观众短评 读者心声.....215

观众来信 专家答疑.....223

JINRISHUOFA

案例再现 专家点评



中
国
人
的
法
律
午
餐

“今日”我们的“说法”，讲述的可能不是您的故事，但却一定是您身边的故事；我们的“说法”不仅是要生动讲述案例故事，更希望为您提供一条寻求法律保护的途径。



“五一”特别节目之一

题记

“五一”劳动节是我们生活其中的一个重大的节日。在这7天的假期里，观众朋友们有的外出旅游，有的探亲访友，有的上街购物，总之形成了一个新的消费高峰，被专家们称为假日经济。针对一些消费方式，我们通过央视互联网，征集了几名体验者来亲自参与我们的节目，让他们在真实的消费过程中感受一次特殊的体验，我们来看看他们自己将会遇到什么？感受如何？

初次尝试

丁志凯是这次节目的体验者,他在北京一家广告公司做职员,喜欢上网,但并没有网上购物的经历,他希望网络购物能带给他全新的感受。

经过仔细考虑,丁志凯决定在网上为大家购买一些饮料和中午的快餐。通过网上搜索,他并不费力就找到了想要购买的商品:在市场上卖2.60元钱的牛奶,在这里只卖2.40元钱;而果汁之类的饮料,价格也都相对便宜。于是点击写着“购物车”的按钮,买下了牛奶和果汁。接着他用相同的方法,在网上订购了午餐盒饭。按照网站的承诺,在北京市中心区内,这些商品将在1小时内被送到。只花了十几分钟,丁志凯就完成了网上购物的第一步,他觉得一切都很顺利,惟一的顾虑是网站会不会按时送货?

11点30分,也就是订餐后的1小时,电话响了起来,但是非常遗憾,不是送餐电话。虽然到了午餐时间,但是大家还是得继续等待,又过了一刻钟,电话再次响起。

这次接到了送餐电话,丁志凯马上赶到门外取货。

几分钟后,饮料也相继送到。

虽然送货晚了近半个小时,发票也没有拿到,但是初次尝试网上购物,丁志凯觉得还算满意。

再次感受

忙活了一上午,有人提议在网上买两套VCD光碟。面对各种诱人的广告,丁志凯对一套动画片——《猫和老鼠》动了心。

丁志凯:“《猫和老鼠》VCD,网上写着这个市场参考价是150元,它这里卖50元,还真是挺便宜的。”

这次,丁志凯想通过信用卡来尝试一下电子付款,但是要输入密码和账号,丁志凯变得犹豫起来。

丁志凯：“刚才付款以后，我发现自己手里并没有凭证，不知道这个款到底付到哪儿去了，对我来说，心里不踏实。”

此外，丁志凯还担心密码会不会被盗用？因而最终他还是选择了另外一种方式——货到付款。三天以后，影碟送来了，但是丁志凯觉得画面质量并不能让人满意，于是想到向出版社询问一下情况。

丁志凯：“你好！是音像出版社吗？我问一下，《猫和老鼠》是正版的吗？噢，是正版。就像12碟的这个，市场卖多少钱？50元是吗？”

听说市场价原来就是50元，丁志凯决定到音像店看个究竟。

在音像店，丁志凯看到，像18碟精装版的《猫和老鼠》，价格也不过150元。那么这套网站销售的12碟简装版的《猫和老鼠》，怎么能说是市场价150元呢？丁志凯随后找到了销售光碟的网站。

卓越网部门经理柯林丽：“经过调查发现，的确是我们的市场价跟市场有点儿出入。”

虽然遇到了一些小问题，但是这家网站良好的服务态度，让丁志凯对网上购物又多了些信心。第二天他就发现，这家网站将150元的市场价，改成了100元。



体验到了迷惑

在网上，丁志凯订购了一台小型采访录音机。

两天后的下午，采访机送到了。打开包装一看，和网上看到的有很大的差别；拿在手里，感觉也并不满意；再看功能也并不齐全。

丁志凯琢磨了半天，决意不能购买这台采访机。而快递员却