

## “朋友圈骂公司被诉讼” 彰显网络安宁权

□ 汪昌莲

将个人相关言论在“朋友圈”发布,是当前年轻人十分热衷的表达方式,殊不知这样的举动也可能惹上官司。成都某装饰工程有限公司前员工陈某就是一例。记者8月2日从成都市金牛区法院获悉,该装饰公司以其名誉权受侵害为由向法院提起诉讼,陈某被判公开道歉。(8月3日《四川日报》)

随着微博、微信等网络信息媒介的兴起,互联网上侵权行为导致的案件数量也随之猛增。此前,据媒体报道,近年来,在北京市一中院审理的侵犯名誉权的案件中,有75%是以网络为媒介的。这次,成都女孩陈某因在“朋友圈”中辱骂公司,被判败诉并公开道歉,便是典型例证。可见,网民在互联网上更应注意规范自身行为,避免“祸从口出”构成侵权。

由于互联网具有多维、多向、无国界、开放性等特点,言论通过网络发布后,很容易得到他人的围观、评论和传播,其传播之快、影响之广,往往是行为人所不可预知的。可见,在网络上,甚至要比在现实生活中,更应谨慎地规范自我的言行,避免侵犯他人的网络安宁权。虽然目前立法方面还没有网络安宁权的规定,但是可以通过对名誉权扩大解释给予保护,如果网友认为过分的网络语言,干扰了自己的正常生活,并造成后果,可以通过诉讼的方式维护自己的权利。

微信“朋友圈”虽然是一个虚拟的空间,但也是一个公共的空间,如果在里面对他进行谩骂攻击,侮辱他人人格的,只是侵权的载体发生了变化而已,而事情的本质并没有发生变化,所以这种行为也构成对他人名誉权的侵害。此前,在司法实践中,已有这样的名誉侵权案例。2016年2月,北京市民张女士在单位微信群用谩骂的方式,向上司魏女士讨工资,西城法院一审判决张女士赔偿魏女士精神损害抚慰金等1万余元。

可见,微信“朋友圈”不是法外之地。首先,网民要规范自己的用语,不使用侮辱他人人格、损害他人名誉的语言。同时,在使用他人姓名、肖像的时候,要征得他人允许,避免擅自使用侵权。再者,在计算机技术高度发达的今天,不要利用技术手段窥探别人的文件,未经许可而不擅自使用别人的计算机资源。还有,尊重他人的隐私,要注意避免传播他人隐私信息,注意为他人保守秘密。特别是,不要发布骚扰性的网络信息,维护他人的网络安宁权。



自食其果  
王恒/漫画

## 非常道 | FEI CHANG DAO

### “如果我有权投票, 我反对奥运会。”

在里约奥运会开幕前,当地居民对奥运的花费以及安保问题表达出了复杂的情绪。63%的当地民众认为奥运是收不回成本的。里约一名兼职做杂技演员的学生吉列尔莫·巴尔博萨,被问及当地人能否从奥运中获益时,他说:“那些有房子的人能够靠出租获得额外的收入,那些从事旅游业务的人也可以相应提高收入。但这里大多数人却是被抛弃的。如果我有权投票,我反对奥运会。”

## 微声音 | WEI SHENG YIN

### 其实,你只是看起来爱读书

有个现象:人人说读书好,认真读书的却特别少。许多人,都只是看起来爱读书而已。这可能跟人心的浮躁和功利化有关。如果你总迷茫、浮躁、偏激、极端、思维逻辑差、控制情绪能力差、不懂辩证看问题……那是时候放下手机,读点好书的。 @人民日报

### 男人,拼搏别拼命

国家卫计委数据显示,近50%成年男性正受不同程度健康困扰。家庭责任、职业压力和生存压力像三座大山,压垮许多男性的健康。有网友建议把8月3日设为“男人节”。再坚强的铁汉也有脆弱一面,男人也需要关怀和休息。拼搏别拼命,把这份健康提醒转给所有男人。 @人民日报

## 世相杂谈 | SHI XIANG ZA TAN

### “一刀切”取消门诊输液 是否矫枉过正?

□ 武洁

近日,江苏叫停二级以上医院门诊患者静脉输液,深圳也陆续有两家大型公立医院作出同样的规定,再次引发对滥用抗生素的关注。广东是否会出台相关措施?昨日,在广东“民生热线”上,广东省卫计委表示,广东抗生素使用总体情况在好转,不会“一刀切”取消门诊静脉输液。(《南方都市报》8月3日)

吃药还是输液,这本来不是个哈姆雷特式的难题。事实上,吃药是最常用也最便利最经济的治疗手段,但口服药物的效率不高也是常识;而输液能够使得药物直接进入血液,药物的效用和利用率更高,但滥用输液的副作用同样不小。作为独立且各具优缺点的治疗方式,吃药与输液本不能简单地判定孰优孰劣,“能吃药就不输液”,也并非放之四海而皆准的医疗真理。究竟该吃药还是该输液,关键在于哪种治疗方式更加合适有效,更适合患者的具体病情。从这个意义上说,“一刀切”取消门诊输液,的确有矫枉过正之嫌。

不过,放在国内医疗对于输液的过度倚重,输液几乎成为首选疗法的背景下,矫枉过正的确也可以理解,甚至是不得已而为之。现实中,不仅“挂个水来得快”常被医生用来向患者推荐,就连患者群体中,也不乏对“输液好得快”的认同,因此而主动要求医生输液的,也不在少数,有些患者,甚至对医生不给输液还颇有微辞,认为是有良药不用,影响了疾病的康复进度。

不过,治病这事儿,“越快”是否真的意味着“越好”,答案恰恰是否定的。不仅如此,“快”往往意味着患者要为之付出更大的健康代价。

“病去如抽丝”的确可能是个相对漫长的过程,但对于身体的正常修复而言,这个过程恰恰是不能随便加速的,在这个越来越追求快的时代,不妨对我们的身体有点信心,对自己的健康多点耐心,这或许也是医疗回归健康本源的一个必要前提。

# 恒大前七月售 1848 亿 完成全年目标逾九成

□ 邹传科

8月3日,恒大(HK.3333)发布销售简报,7月实现销售额430.1亿(人民币,下同),同比增205%,环比增37.2%,不仅刷新公司单月销售新高,更创下房企单月销售历史最高纪录。分析人士表示,近期恒大销售不断攀升,累计销售额与万科之间的差距不断缩小,单月销售额更突破400亿力压万科,按其强劲增长势头,超越万科或成大概率事件。

### 续创单月纪录 领衔行业标杆

数据显示,今年以来,恒大单月销售额超200亿已成常态,最近两个月更是连续突破300亿、400亿大关。截至7月底,已累计实现销售额1847.9亿,同比增82.6%,完成2016年2000亿目标的92%,全年有望大幅超越。

销售面积方面,恒大7月完成销售面积625.5万平方米,同比增248.3%,环比增49.2%;前7月累计完成销售面积2286万平方米,同比增73.5%,继续领跑全国。

业内人士分析,恒大坚持定位刚需、全精装修交楼,确保了高品质、高性价比优势,加上无理由退房的实施,其产品市场认可度高。这些都成为推动其销售持续火热、业绩不断攀高的重要因素。

以7月为例,30日、31日,恒大多盘齐



开,首日即销售超80亿。其中上海“恒大海上海威尼斯”开盘当天销售额达28.3亿,北京滨河左岸开盘销售23亿,兰州、许昌、长春等地多个项目亦均刷新当地楼市纪录。

分析人士认为,恒大产品契合刚需市场,品质和性价比优势明显,其更是全国唯一实施全精装修交楼及无理由退房的房企,收到颇高的市场认可度,其仅用7个月销售额就逼近两千亿,预计随着传统销售旺季的到来以及新项目陆续入市,其

热销势头将延续,有望冲击3000亿。

### 品牌赢得市场 产品定位优势凸显

与恒大持续热销相对,最新市场报告显示,7月全国54个重点城市商品住宅成交量创5个月最低,环比下降约9%。而恒大7月销售环比大增37.2%,反映了满足刚需、高性价比的产品都会得到市场认可,在竞争中脱颖而出。“这也再次证明,满足刚需的高性价比产品都会在竞争中脱颖而出。”业内人士这样分析。

业内分析,恒大产品定位于满足首次置业者和自住的普通老百姓的刚性需求,产品结构合理:中端至中高端产品占85%,高端及旅游度假产品占15%,这一产品结构与老百姓需求的物业类型比例吻合,满足了不同地区、不同层次的市场需求。

在硬件方面,恒大则是全国唯一全部精装修交楼的企业,所有装修单位均为中国行业龙头企业,所用材料均为国内外知名品牌产品。其园林环境及物业服务也处于全国领先水平,恒大项目按豪宅标准为普通住宅项目设计园林环境,现已形成以湖景为核心的十大园林主题。此外恒大充分利用地形、地势以及当地自然资源,将社区园林打造成健康的生态系统。2015年联手腾讯,共同打造发展互联网社区服务,向社区提供多元化、便捷化、精准化的物业及生活服务,满足社区用户在衣食住行、家居、健康、社交等方面的全方位需求,并在物业服务、邻里社交、生活服务等方面推出强大的一站式社区O2O平台。

回顾近年房地产市场,优胜劣汰进一步加剧,恒大及万科已明显领先其他房企,“万恒争霸”的行业愈加凸显。而近期恒大业绩不断攀高,累计销售额与万科间的差距不断缩小,单月销售额达430亿力压万科,分析认为,恒大超越万科或成大概率事件。