社交平台推送个性化广告侵犯隐私?

大学生诉至法院要求取消

本报讯 在互联网时代,每个 人都像是在"裸奔"。大家看似都 在使用同一个 APP, 但呈现的页 面却是"千人千面",这都和大数 据基于不同维度的个性化推荐有 关。这种个性化推荐, 更是让许多 为你量身定制的广告出现在眼前。 近日,金山法院审理了一起个人 信息保护纠纷案, 法学院女大学 牛状告某知名社交平台, 诉请其排 除在关闭期后对原告自动恢复个性 化广告推荐,并赔偿相关经济损

小雨是某高校法学院学生,作 为某知名社交平台的资深用户,对 于平台不定期推送的个性化广告推 荐感到困扰。

为了避免被个性化广告推荐误 导, 出于保护个人信息安全的目 的, 小雨希望能彻底关闭该平台个 性化广告推荐

然而,在进入该平台个性化广 告推荐关闭设置时, 小雨发现她只 能选择为期6个月的关闭时间,期 满后平台将直接自动强制性恢复个 性化广告推荐。小雨该将该社交平 台开发运营方诉至法院。

小雨认为,该平台在未经本人 同意的情况下处理个人信息,违反 了个人信息处理所应遵循的"合 法、正当、必要"原则, 损害了自 身的个人信息权益,遂诉请排除该 平台对其自动恢复个性化广告推 荐. 并赔偿为维护自身合法权益而 造成的损失 1 万元

本案争议焦点在于: 平台的行 为是否侵犯了小雨的个人信息安

法院经审理后认为, 平台通过 提供广告服务并以此获取收益系合 法经营行为, 但商业活动中收集和 分析用户数据必须得到用户明示同 意,不得以默示同意替代明示同 不得在用户拒绝后设置期限自

经过法院调解, 小雨和社交平 台开发运营方达成庭外和解协议, 平台采取技术手段取消个性化广告 推荐的自动恢复,并赔偿小雨为维 护自身合法权益而造成的合理损 失, 小雨则向法院申请撤诉。

为保障个人信息安全,维护公 民在网络空间的合法权益, 法院向 该社交平台开发运营方发出司法建 议,建议企业加强《民法典》和 《个人信息保护法》等法律法规的 学习力度,增强企业对个人信息依 法保护的意识,告知其处理个人信 息应当遵循合法、正当、必要和诚 信原则,同时采取必要措施确保收 集存储的个人信息安全。

平台开发运营方收到司法建议 后高度重视,复函表示已认识到该 行为的违法性,并已采取相关措施 积极整改, 目前已对平台中涉嫌侵 犯个人信息的设置进行了修改并取 消个性化广告的自动恢复。

法官说法>>>

提供广告服务是互联网企业赖 以经营发展的重要业务模式,个性 化广告技术是行业内普遍采用的广 告兴趣度适度匹配技术。可以简单 理解为"针对用户的兴趣,精准地 投放广告"。其与"无差别地投放 广告"相对,属于个性化展示的一 种, 也是信息自动化决策常见的应 用场景之一,能够精准触达受众、 评估投放效果, 是数字经济发展的

不管是数据分析还是用户画 像,或是个性化推送,都要满足现 有立法当中对算法规制的合规要 求。2021年、《个人信息保护法》 实施, 该法进一步细化、完善个人 信息处理应遵循的规则。

根据《个人信息保护法》, 网 络服务提供商应当向用户进行"告 知--同意"。告知收集个人信息的 目的、方式及范围,获得用户的授 权同意,提供算法推荐服务的,应当 给予用户多元化选择或者便捷的拒绝

对个人而言,要提升法律知识熟 悉度,确保个人信息自我维权可实 现。要注意留存大数据杀熟、动态定 价、个人信息泄露的相关证据,一旦 发现个人信息泄露和违法使用的行 为, 首先定位侵权主体, 立即向相关 监管部门举报,或者到法院诉讼,依 法维护好自身权益。

对企业而言, 用户信息安全保障 能力是网络即时诵讯社交产品的核心 竞争力。要强化自律,设定个人信息 获取权限,提升企业在大数据环境下 的网络安全防护技术, 并规范应用服

"安全"是法律的价值追求。对 于个性化广告而言,确保用户个人信 息安全, 是业务拓展的前提。个性化 广告目前已有法律规定进行约束和保 障,企业不能以牺牲用户信息安全为

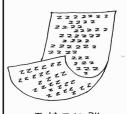
环保公益广告

上海达畅医疗科技中心遗失 务 专 用 章 壹 枚 , 声 明 作 上海釜鸣物流有限公司遗失

6 壹 枚 , 声 明 作 』 - 上海市浦东新区三林镇宝祥肉品店 :营业执照正副本,经营者:孙宝祥,编

食以店返天皇 並為照副本, 统一 在 宗信 用代码: 92310114MA114TRL2P, 声明作腹 方秀娟, 身份证号码: 34082319881 0030424, 将宝山区沪太路3999号1200

重复使用,多次利用



双面使用纸张 二减少量的废纸产生

优先购买绿色食品

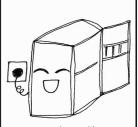




8000双一次性筷子



2一株20岁的大树



使用无氟冰箱 不会造成臭氧损耗

不买包装豪华又繁缓

过分包装 = 巨大浪费+严重污染

网购女鞋为何收到一双寿鞋?

因和网店老板有纠纷,招致"晦气"报复

□见习记者 陈友敏 通讯员 施迪

本报讯 网购女鞋, 却收到一双 寿鞋?寿鞋从何而来?究竟是发错 货, 还是另有隐情? 2021 年 6 月 27 日, 谭先生在电商平台上购买了一双 女鞋。系统显示,该网店于2021年 7月17日发货并填写了相应的物流 信息。两天后,谭先生收到快递,打 开一看, 里面竟是一双祭祀用的寿

谭先生又惊又气, 立即向公安机 关报案。后经查询, 谭先生发现这家 网店的店主登记为杨某, 而快递面单 上的发件人是秘某。但经核杏后发 现,实际的快递发件人除了秘某外, 还有陈某。谭先生感到非常疑惑,便 将三人一同以侵犯人格权为由诉至上

据承办法官调查, 陈某受朋友之 托在网上购买寿鞋, 收件人谭先生的 地址也是这个朋友提供的。 遭先生购

买女鞋的网店也并非由他经营,且他 表示自己并不清楚事情的原委。当法 官要求其提供"这位朋友"的身份信 息和联系方式时, 陈某却支支吾吾, 说要去确认一下。秘某表示, 他是在 网上开祭祀用品店的。涉案寿鞋确实 由他所寄出,但他也仅是按照订单信 息进行发货,属于正常销售行为,并 无任何其他不妥。杨某则表示,自己 仍是一名在读大学生, 从未开过网 店,在收到谭先生的起诉材料后,他

经承办法官多次耐心沟通, 陈某 说出事件真相: 原来陈某就是谭先生 网购女鞋店铺的实际经营者, 他此举 也并非受"受朋友之托"。仅仅是因 为谭先生下单后,双方因发货时间问 题产生了纠纷。心存怨恨的陈某就在 秘某开的祭祀用品网店下单了一双寿 鞋,直接让店家秘某寄给了谭先生,

至于为何这家女鞋店铺显示的名

义拥有人是与陈某无关联的杨某? 原 来陈某并非使用自己的身份信息进行 网店注册, 而是通过网上渠道, 购买 了他人已注册的店铺。得知以上情形 的原告谭先生,随即撤销了对杨某的 起诉, 但他坚持认为其余被告寄送寿 鞋的行为侵犯了其人格权,导致其心 理阴影、精神受创,必须要一个说

法院审理认为,被告秘某,属于 正常经营行为,且与陈某不存在合 意,又无主观过错,不承担相关侵权

被告陈某作为网店实际经营者, 在与消费者产生矛盾时, 采取了客送 寿鞋的不当方式处理纠纷, 有违公序 良俗和社会公德,不仅激化了矛盾, 还构成侵犯原告的人格尊严,被告陈 某应承担侵权责任。最终,上海普陀 法院判决陈某向谭先生赔礼道歉,并 赔偿谭先生精神损害抚慰金、调查取 证费等共计3000余元。

菜场货篮绊倒八旬老人摔骨折

法院:生鲜公司需对阿婆的损失承担80%赔偿责任

□记者 夏天 通讯员 崔宁

本报讯 菜场工作人员上架货物 时,货篮随意摆放在地面。八旬老人 路过不慎被绊倒导致骨折,经鉴定构 成十级伤残。近日奉贤区人民法院审 理本案后认为, 虽然阿婆有疏于对现 场环境的观察、未能采取足够谨慎的 注意义务, 但牛鲜公司在经营过程中 未完仝尽到安仝保障义务,需对阿婆 的损失承担 80%赔偿责任。

耄耋老人张阿婆在上海奉贤某生 鲜公司(以下简称生鲜公司)经营的 菜场购物时,因该菜场的工作人员在 上货,将菜篮随意放置于地面(近转 角处), 张阿婆走过该地面时不慎被 菜篮绊到,摔倒在地。张阿婆人院诊 断为右肱骨近端骨折, 后经手术及多 次门诊复诊治疗, 共计花费医疗费 92394.37 元。经鉴定, 张阿婆右股骨 近端粉碎性骨折,遗留右肩关节功能 丧失达 25%以上,构成十级伤残。

因双方就赔偿事宜协商未果, 张

阿婆把生鲜公司诉至上海奉贤法院, 要求生鲜公司赔偿相关的医疗费、残 疾赔偿金等各项损失共计 158392.37

上海奉贤法院经审理认为, 生鲜 公司作为公共场所的管理人, 负有安 全保障义务,应该为消费者营造安全 的消费环境,勤勉地采取预防措施, 最大限度避免消费者受到侵害。菜场 内工作人员随音将菜篮放置在地面. 直接影响到消费者的通行安全, 可以 认定生鲜公司在经营过程中未完全尽 到安全保障义务,对张阿婆的损害后 果应当承担相应的侵权责任。

同时,张阿婆作为老年人,疏于 对现场环境的观察、未能采取足够谨 恒的注意义务, 上海奉贤法院酌定张 阿婆自身承担 20%的责任, 牛鲜公司 对张阿婆的损失承担 80%的赔偿责 任。最终,上海奉贤法院确认原告的 医疗费、住院伙食补助费、营养费 护理费、残疾赔偿金、精神损害抚慰 金等各项损失 148598.02 元。被告生

鲜公司应对该损失承担80%的赔偿责 任, 计 118878.42 元, 扣除被告已经 支付的 5000 元,上海奉贤法院判决 生鲜公司支付张阿婆 113878.42 元。

法官表示, 近年来负有安全保障 义务的义务人未尽到安全保障义务而 告成相对人权益受损的案件屡见不 鲜。对于利益的追逐可能让公共场所 的经营者忽略了在经营活动中应当承 扫的注意义务,未能在合理限度内保 障消费者的权益,由于疏忽等过失致 使消费者受到人身和财产损害。

审判实务中,判断安保义务人是 否尽到安全保障义务, 应参考该安全 保障义务人所在行业的普遍情况、所 在地区的具体条件、所组织活动的规 模等因素, 从侵权行为的性质和力 度、义务人的安保能力以及发生侵权 行为前后所采取的防范、制止侵权行 为的措施等方面,根据实际情况综合 判断。同时,消费者在公共场所活动 时对可能发生的危险也应充分注意, 维护自身的人身及财产权益。

因疫情婚礼人数"缩水" 会所要求按原人数付款

客户要求返还费用获支持

本报讯 受新冠疫情影响, 原本要来参加婚礼的海外亲友 不得不缺席,但在婚礼会所以 不付全款不开席的要挟下, 张 先生夫妇不得不为这些人数 "缩水"的婚宴桌数买单。婚礼 结束后, 张先生却因为这场婚 礼倍感憋屈,为此他们将婚礼 会所告上了法庭, 要求返还多 付的6卓婚宴费用以及讳约金。 日前,浦东新区人民法院对此 案进行了一审判决。

张先生与刘小姐打算携手 走入婚姻的殿堂,从 2019年开 始,他们就在寻觅合适的婚礼 场馆。经过一番考察比较后, 他们相中了某婚礼会所的服务, 双方干 2019 年 11 月签订了婚 礼服务协议书,在一年之后的 2020年11月1日举行婚礼 晚宴最低保证人数300人,婚 礼举办日前7天,张先生需确 认最终出席人数。会所一方赠 送张先生夫妇 3D 全息设备。 婚礼服务全部费用共计 23 万

然而, 随着 2020 年新冠疫 情席卷全球, 张先生夫妇许多 远在海外的亲友无法回国参加 婚礼。张先生说,婚礼举办日 期前两个多月他们就和婚礼会 所联系,表明部分宾客因疫情 原因人在国外无法回国, 故来 宝人数需要降至240人(24 桌),会所方一开始同意协商, 但随后却迟迟未予以答复,并 在正式婚礼当天要求他们付清 全部款项,否则不予开席。张 先生夫妇迫于无奈, 支付了全 部款项。不仅如此, 会所方承 诺该宴会厅有 3D 全息投影, 但在婚礼举行时也并未兑现。 张先生表示,后经了解,该婚 宴大厅根本没有 3D 全息投影 设备。在张先生看来,婚礼会 所一方的行为给他们的婚礼留 下了莫大的遗憾。在协商不成 后,张先生夫妇将婚礼会所告 上了法院,要求返还6桌婚宴

费用共计 3.8 万余元及违约金

5000 元。 而婚礼会所则表示, 张先 生一直没有提供 6 桌客人因疫 情无法参加的信息证明,或者 这 6 桌可以延后使用。 方还表示,预订桌数多价格 有优惠,为防止客户因优惠价 格预订较多桌数, 后实际减退 造成损失,故明确不让减少桌 数。如张先生能提供确实因疫 情原因无法参加,该公司可以 退款。因厅内确实没有 3D 设 备, 所以同意支付 5000 元违约

法院审理后认为, 当事人

·方不履行合同义务或者履行

合同义务不符合约定, 给对方 造成损失的,损失赔偿额应当 相当干因违约所造成的损失 包括合同履行后可以获得的利 益,但不得超过违反合同一方 订立合同时预见到或者应当预 见到的因违反合同可能造成的 损失。张先生与婚礼会所签订 的婚礼服务协议是双方直实意 思表示,双方均应按照约定全 面履行。合同约定"晚宴最低 保证人数 300 人", 然而张先生 - 方实际出席 240 人,与合同 约定不符,因双方没有约定此 情况下的违约责任, 又补充协 商未成, 故应按法律规定处理。 当事人一方讳约后, 对方应当 采取适当措施防止损失的扩大; 没有采取适当措施致使损失扩 大的,不得就扩大的损失要求 赔偿。张先生虽违约,但婚礼 会所也承认张先生在2020年9 月底已明确告知减少桌数,婚 礼会所理应采取话当措施避免 损失。结合本案具体情况, 法 院酌定婚礼会所退还 12000 元, 超出部分不予支持。婚礼会所 同意赔偿张先生 3D 全息投影 违约金 5000 元,与法不悖,法 院予以照准。