

不良自媒体发“黑稿”被罚

互联网裁判为数字技术运用和数字经济发展提供有力司法保障

案例 1

死者个人信息 如何予以保护

李某为四名原告的近亲属，生前从事某平台北京地区的相关业务。被告一北京某公司为该平台北京地区业务运营主体，被告二深圳某公司与被告三上海某科技公司分别为该平台员工端与用户端 APP 的运营主体，被告四上海某人力公司根据北京某公司提供的业务统计数据为李某结算薪资。

2021 年，李某意外去世。四原告为维护自身合法权益，尝试登录李某在员工端 APP 上的账号查阅李某的考勤记录等个人信息，但发现该账号已被深圳某公司停用，相关信息无法查阅。四原告认为，深圳某公司停用李某账号的行为导致其无法查阅李某的个人信息，进而严重阻碍其维护自身合法权益，侵犯了其享有的个人信息权利请求权。另外，四原告认为四被告基于各自的业务需要，均曾处理李某的上述个人信息。因此，四原告将四被告起诉到法院，请求法院判令四被告提供其主张的李某相关个人信息，并承担相应的侵权责任。

深圳某公司辩称，在李某去世后停用其账号属于正常管理活动，虽然深圳某公司停用了李某的账号，但在员工端 APP 的隐私政策中对于用户及近亲属调取个人信息有清晰指引，已经提供了供四原告调取李某个人信息的其他合理途径。另外，四被告共同辩称，其均未控制四原告主张的个人信息，四被告的行为不构成侵权，不应承担侵权责任，也无法向四原告提供其主张的个人信息。

死者生前个人网络账号可能涉及第三人的隐私、个人信息，直接允许近亲属登录死者账号查看相关内容可能侵犯第三人的相关权利，而这与《个人信息保护法》的具体规定和立法宗旨相违背。本案中，李某的账号还涉及案外第三人的个人信息、商业信息等内容，因此深圳某公司作为网络服务提供者不允许四原告直接登录李某账号行使权利并无不妥。

经查，深圳某公司确已在员工端 APP 的隐私政策中规定了就个人信息保护问题进行权利的联系部门及具体联系方式，深圳某公司不存在拒绝四原告行使权利的情况。因此，深圳某公司已为四原告行使权利提供了其他合理途径，其停用李某账号的行为并未直接排除四原告就李某相关个人信息行使权利。此外，四被告确未控制四原告主张的个人信息，四被告不构成侵权，也无法提供李某个人信息。综上，四原告全部诉讼请求缺乏事实和法律依据，法院不予支持。

法院作出判决，驳回四原告的全部诉讼请求。

【典型意义】

死者个人信息权利的保护并不是法律书面文字的承诺，而是我国司法实践所重点保护的重要权利。本案明确了用户去世之后，个人信息处理者仍然应当承担死者个人信息权利保护的义务，允许死者近亲属查询、复制死者的个人信息。明确了个人信息处理者对于死者个人信息保护义务的履行边界，包括“提供调取死者个人信息的其他合



资料图片

理途径”“基于业务关联的其他个人信息处理者不再实际控制死者的个人信息”等。确认了自然人在查询、复制个人信息的合理边界，即需要符合“合法、必要、正当原则”。本案中，四原告请求以直接登录死者账号的方式实现查询、复制权利，存在明显侵犯第三方合法权益的风险，因此未能得到法院的支持。可以说，本案判决真正展示了平衡个人信息权利和个人信息处理者合法商业利益的有效路径，所谓的利益平衡不再是一句空话，而是有着明确并且可操作性的裁判逻辑。

案例 2

网上直播侮辱他人 法院发布人格权禁令

肖某在近一年时间里直播 40 多次，发布大量针对董某的视频，其中含有大量侮辱性言辞，用语粗鄙，充斥谩骂和人身攻击。案件审理期间，肖某仍旧以每晚定时直播形式继续发布侵权言论，并公开董某数位身份证号码信息，董某据此向法院提出人格权禁令申请。

《民法典》第九百九十七条规定，民事主体有证据证明行为人正在实施或者即将实施侵害其人格权的违法行为，不及时制止将使其合法权益受到难以弥补的损害的，有权依法向人民法院申请采取责令行为人停止有关行为的措施。结合董某和肖某的举证情况和已查明的事实，肖某在近一年时间里以直播的形式发布大量视频，视频中含有大量侮辱性言辞，视频内容指向原告董某的可能性极高。在法院向肖某当庭释明后，肖某仍旧以每晚定时直播形式继续发布带有侮辱性质的言论，内容指向董某的可能性极高。结合肖某既往行为和本案实际情况来看，其正在实施侵权行为且将继续实施侵权行为的可能性较大。此外，涉案直播视频播放量较高，若不及时制止，将极大增加董某的维权负担，导致侵权行为范围、损害后果进一步扩大。

纵观涉案直播内容，其言论中多次使用侮辱性言辞，用语低俗，

内容多为评论他人是非，并无其他实质性内容。对涉案侵权行为作出人格权侵害禁令，有利于规范网民的网络言行，维护清朗的网络空间秩序。

法院裁定肖某立即停止在涉案账号中发布侵害董某名誉权的内容，该人格权禁令裁定书送达被告即生效，目前被告已经停止发布侵权内容。

【典型意义】

在涉网暴案件中，侵权信息在网络中的传播迅速，如果不能及时有效制止侵权行为，有可能给受害者造成难以弥补的损害。此时，通过积极探索在涉网暴案件中适用人格权侵害禁令，将更有利于及时制止侵权行为，及时保护受害者合法权益。在适用人格权禁令制度时，法院通常考虑申请主体、违法可能性、作出禁令的紧迫性，以及利益平衡、诉讼请求范围等因素。对于有可能给被侵权人造成难以弥补损害的侵权行为，及时采用人格权禁令，有利于及时、有效维护权利人合法权益。

案例 3

热播剧泄露手机号 侵扰他人生活安宁

黄某实名的私人手机号码于某网络热播剧播出画面中显示，导致黄某频繁遭受陌生电话及微信信息的侵扰，黄某以制作该剧的霍尔果斯某影业公司、珠海某影业公司侵害其私人生活安宁为由诉至法院，要求二公司消除影响、赔礼道歉，并赔偿其精神损害赔偿金等。

霍尔果斯某影业公司认为，涉案网剧拍摄期间涉案手机号码由剧组授权工作人员购买并使用，后在停止使用后，通过运营商进行二次销售，对此制作方并不知情，因此制作方无侵权故意。播出时收到原告投诉后立即采取措施，已对涉案画面模糊处理，并告知了原告，在此过程中不存在任何放任行为，主观上亦无过失。原告提交的证据不能证明有关骚扰电话和微信与网剧

有关，也不能证明其正常生活被扰乱和造成了严重的精神损害后果。珠海某影业公司认为，其仅是网剧出品方，并未参与实际制作，对网剧内容无审查、监督义务。

本案发生在《民法典》实施前，当时法律未对隐私权概念予以明确规定。结合已经公布并将实施的《民法典》规定以及在先司法实践，可以确认隐私通常包含两方面内容：一方面是自然人的私人生活安宁；另一方面是自然人不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。可见，私人生活安宁（安宁权）的保护是被纳入隐私权制度中的。

由于黄某手机号码不属于私密信息，因此泄露行为不会构成处理私密信息侵害隐私权的行为。本案中，涉案网剧制作方在黄某不知情的情况下把涉案手机号码用于剧中角色并公开在网络上，可能导致广大网民通过电话、社交应用软件等方式侵扰黄某，将黄某置于被侵扰的危险中，无论是否有陌生网民实际打扰，已违背了黄某不希望私人生活遭受他人侵扰的意愿，会使其陷入被侵扰的恐惧和压力，构成对其个人生活的侵扰性介入，涉及侵害其私生活领域内应有的安宁状态。

由于制作方对涉案网剧画面使用涉案手机号码，未尽相应的注意义务，对可能存在的侵权风险持放任态度，主观上存在过错。霍尔果斯某影业公司、珠海某影业公司在涉案网剧中使用涉案手机号码，未采取必要风险防范措施，未尽相应的注意义务，造成了黄某私人生活安宁被侵扰，对此主观上存在过错，构成对黄某隐私权的侵害。

法院判决被告霍尔果斯某影业公司、珠海某影业公司于判决生效之日起十日内向原告黄某赔偿精神损害抚慰金3000元、律师费1000元。

【典型意义】

随着信息技术和数字技术的发展推动，以及“手机实名制”和“网络实名制”政策的落实、普及，私人手机号码被广泛应用于各类社交应用软件的账号创建，客观上与私人生活安宁的关联更加密切。本

案从保护生活安宁权益的角度，将不当泄露私人手机号码这种非直接物理性侵扰他人的行为认定为隐私权侵权，明确了隐私权中安宁权侵权的具体认定规则。

案例 4

自媒体发“黑稿” 扰乱市场竞争秩序

原告系国内知名房地产经纪公司，将其企业字号注册成为商标，并逐渐成为国内知名商标。

2018 年 7 月 15 日，某微信公众号发表涉案文章。原告认为，该篇文章将原告的企业商标作为攻击对象，文中充斥着诸如“诈骗”“无耻”“贪婪”“抢劫”等带有强烈贬义、侮辱性质的言语，故意丑化、侮辱、贬损原告的企业声誉。该自媒体的经营主体系杨某某，原告主张杨某某赔礼道歉，并赔偿财产损失及合理开支共计 60 余万元。

杨某某辩称其不应承担侵权责任，该微信公众号是其注册并使用，但涉案文章系帮朋友发布，文章并未特指原告；文章内容是在可容忍的范围内针对房地产行业发表的点评言论，属于陈述个人观点，并非辱骂、诽谤；该微信公众号的影响力小，涉案文章已经及时删除，并未对原告产生任何不利影响。

涉案文章对原告间接控股企业从事的具体房地产项目分销业务进行负面评价，而又使用原告的企业商标指代该企业，因此涉案文章涉及原告的企业利益，其有权提起本案诉讼。涉案文章发表后，足以引起读者对原告经营行为形成负面评价，导致企业名誉受到损害。

杨某某作为涉案微信公众号的注册及实际使用人，应当对文章内容的真实性以及信息来源承担举证责任。杨某某在原告间接控股企业签署房地产项目分销合同的前一日发布、传播涉案文章，直指该企业存在打压同行、欺骗客户等不正当行为，而无法证明信息来源，诋毁原告企业名誉、影响分销合同的签订及履行的目的十分明显。文中充斥着带有强烈贬义、侮辱性质的言语，已经超出合理批评、舆论监督的范畴，存在主观过错。

企业商标也代表着企业品牌，企业品牌价值关系到企业的利益，企业既享受优质品牌所带来的销售机会，也会因品牌危机对资产和经营造成负面影响。该文章经由自媒体广泛传播，使得相关消费者、供应商、媒体乃至社会公众获取对原告企业品牌的负面评价，给企业品牌的美誉度造成严重影响，对企业经营造成潜在经济损失。杨某某侵害了原告的名誉权，应当承担相应的法律责任。

法院判决被告杨某某向原告公开赔礼道歉，赔偿原告财产损失20万元、合理开支4.1万元，共计24.1万元。

【典型意义】

自媒体运营者通过自媒体发声需要基于客观事实，为获得流量以及流量变现发布虚假信息，会侵害他人名誉权。市场经营者利用自媒体进行网络宣传推广，必须在法律法规允许的范围内，不得捏造、传播虚假信息，甚至雇佣“黑枪手”发布“黑稿”，对竞争对手进行商业诋毁，扰乱市场竞争秩序。本案向隐藏的“黑稿”产业链“亮剑”，让不良自媒体自食恶果，引导自媒体树立媒体公信，维护良性市场竞争秩序。

（来源：北京法院网）