

网络空间虽然是虚拟世界，但网络活动依然是有规可循、有法可依，在网络平台发表言论或者照片视频时一定要“三思而后行”，不当言论、未经同意使用肖像等行为都可能侵害他人合法权益，情节严重的甚至构成犯罪，将面临法律制裁。

## 小伙在网上发布女友私密照 法院：发布平台应承担连带侵权责任

小伙因爱生恨，在网络平台发布侵害未成年女友隐私权的照片和视频，平台是否承担连带责任？近日，上海市松江区人民法院审理这样一起涉未成年人的隐私权纠纷案，判决被告小李承担侵权责任，某科技公司承担连带责任，小李和平台分别向原告小梅书面赔礼道歉。

2022年夏天，24岁的小李在网上结识了还在读初中的小梅。网恋后，两人多次通过视频方式进行裸聊，过程中小李通过截屏、录屏方式获取了小梅的裸照、视频。2022年末，因双方发生矛盾，小梅要求分手。小李便将小梅部分裸照、视频发布在某知名视频平台上，以此威胁恐吓小梅继续与其保持恋爱关系。涉案照片和视频在该平台公开发布数日，被点赞30余次、评论60余条。小梅因此受到很大刺激，长时间惧怕与外界接触、厌学，后社工介入为其提供了心理疏导。

小梅家长得知此事后立即向公安机关报案，小李随即被抓获。松江区法院审理后，判处小李有期徒刑1年3个月。

虽然小李已受到刑事处罚，但小梅一家人发现，涉案照片、视频仍以“仅自己可见”的形式留存于小李视频网站的账号后台，而当他们致电该平台要求删除时，客服以“该信息已不处于公开状态，无法删除”为由拒绝。

为避免受到二次伤害，2023年10月，小梅作为原告、小梅父母作为其法定代理人向松江区法院提起民事诉讼，要求小李和该视频平台运营主体某科技公司作为被告，连带承担删除侵权视频及文字、并向小梅书面赔礼道歉等侵权责任，松江区人民检察院支持起诉。

庭审中，小李对小梅提出的诉讼请求均无异议，同意某科技公司对其账户内的侵权信息作删除处理。

某科技公司则辩称，本案被诉的侵权行为由小李独立实施，其作为中立的网络服务提供者既没有参与，对小李的侵权行为以及涉案视频内容亦不明知或应知，不应承担侵权责任。

审理中，经法官释明，某科技公司对小李账户进行

永久封禁，清除所有视频内容，并对其注册账户的手机号作出永久禁入平台处理。

法院审理后认为，小李将小梅的裸照及视频公开发布在网络平台上，并针对小梅发布侮辱、威胁言论，网络欺凌行为情节严重，上述网络欺凌行为显然构成侵害小梅隐私权，应当承担侵权责任。某科技公司作为网络产品和服务提供者，对于避免其用户发布的信息内容侵害他人权益具有注意义务。涉案信息明显侵权，审核难度较低，且已公开发布数天。但某科技公司作为具有较大经营规模的网络服务提供者，理应具备相当的信息管理能力及技术可能性，但其不仅未能审核阻止，甚至任由涉案信息在平台留存数天，未做任何处置。故法院认定，某科技公司对于小李的侵权事实构成“应当知道”，应当承担连带责任。

由于某科技公司在审理中已自行删除涉案信息，法院对该案作出上述判决。

### 法官说法

本案中，原告未提供直接或间接证据证明被告某科技公司对被告小李发布涉案视频及文字内容的行为“知道”或“推定知道”，因此双方争议焦点在于被告某科技公司对上述行为是否属于“应当知道”。

虽然，《最高人民法院关于审理利用信息网络侵害人身权益民事纠纷案件适用法律若干问题的规定》第六条归纳了认定网络服务提供者“知道或者应当知道”的7种判断因素，包括网络服务提供者是否对侵权网络信息作出处理，应当具备的管理信息的能力，所提供服务的性质、方式及其引发侵权的可能性大小，采取预防侵权措施的技术可能性及其是否采取了相应的合理措施，该网络信息侵害民事权益的类型及明显程度，网络信息的社会影响程度或者一定期间浏览量等。但是，司法实践中绝非机械性适用上述规则，而是要根据个案情况具体认定，满足一个或几个核心因素即可认定网络服务提供者应知其网络用户侵害他人民事权益。

据2月29日《人民法院报》



## 网红就能被随意评价？ 法官：容忍义务有限度

近日，上海市闵行区人民法院审结一起在网络平台上发帖侵犯他人名誉权的侵权纠纷案件。

小红（化名）是名网红模特，有较高知名度。北京某公司使用公司员工的实名信息在网络平台注册用户账号，在平台发表专栏文章，内容包括“小红见死不救推脱责任，绝对洗不白”等言论，在未经小红许可的情况下，使用小红多张肖像图片，捏造事实、诋毁小红的公众形象，给小红的正常生活和工作带来负面影响。

对此，小红诉称，文章发表后，多个商业品牌因对于负面舆情的担忧而取消了与小红的经济合作，给小红造成了巨大的经济损失。同时，众多受到文章内容误导的公众通过电话或私信的方式对小红进行侮辱、谩骂，对小红造成了极大的精神压力。小红要求被告向其赔礼道歉，通过纸质媒体公开刊登澄清和致歉声明，并在案涉账号中置顶澄清和致歉声明以消除影响，同时判令被告赔偿经济损失5万元、赔偿精神损害抚慰金1万元。

被告辩称，被告的行为没有侵犯小红的名誉权。相关文章仅仅系其于社交媒体上获取的对于时下话题新闻的一种观点，并非其加工制作的，并无恶意诋毁的意图。小红作为公众人物，在合理范围内应当允许大众合理讨论。况且其所推送的文章内容既未对原告有侮辱或诽谤性的表述，也未对其人格及形象进行任何贬损。同时，涉案文章的阅读数量很小，影响有限，尚不足以导致小红的客观社会评价降低。其发布的相关帖文并不是导致小红与品牌商商务谈判失败的唯一因素，二者之间并无直接的因果关系。

法院审理认为，判断某种言论是否侵害名誉权，对于事实陈述，行为人需举证证明其所言为真实，或经合理查证，有相当理由确信所言为真实。对于意见表达，观点正确与否并非法律评价的范围，但言语上不得存在侮辱他人的情形。

本案中，被告未能就其文章所载事实之真实性提供证据予以佐证，属于捏造或歪曲事实，且其文章基于所捏造之事实所作系列主观评价，亦明显存在贬损性质；且其文章所发布的平台系知名平台，原告已就其社会评价降低提供了相应证据予以证明。故法院认为被告所发布之文章造成负面影响，已经构成对原告名誉权的侵权，应当承担侵权责任。

同时，被告辩称原告系网红，应当接受社会大众对其的讨论和评价。需要说明的是，容忍义务并非没有限度，行为人的言论不能超越基本事实的界限，如果仅凭一己之见，即作出否定性的负面评价，并使用了带有贬损性质的词汇，则应当依法承担相应的侵权责任。

最终，法院判决，被告在案涉账号中置顶澄清和致歉声明，并赔偿经济损失5000元。因原告提供的证据不足以证明其精神受到损害，故不赔偿精神损害抚慰金。

据2月28日《上海法治报》

## 测评博主“恶评”被判赔偿2.3万元 苏州互联网法庭：舆论监督超出合理限度应担责

种草、开箱、试用、避坑、红黑榜……“买前看测评”成了不少年轻群体的消费习惯，测评视频也很快成了社交平台的“流量密码”，涵盖美妆、数码、美食、服饰等各大领域。

近日，苏州互联网法庭审理一起因测评引发的名誉权纠纷案。

原告于某某是一名从事自媒体和电商直播的大V，全网拥有3000余万粉丝。2023年5月至8月，一粉丝数30余万的测评博主“某床垫聊睡眠”，发布了一系列针对于某某在直播中推广的乳胶床垫、乳胶枕等产品的评价视频。

其中在2023年5月4日，“某床垫聊睡眠”发布了作品描述为“请继续给你的粉丝带来价值，而不是卖垃圾乳胶！#乳胶粉尘危害#”的视频，不仅使用了于某某的照片，还包含了“几千万粉丝的网红是如何吃里爬外的”“你知道这种东西害了多少中国人吗”“卖垃圾，给消费者带来垃圾”等内容。2023年5月12日、8月6日，该账号又陆续发布了“全网卖这么多乳胶枕头产品，十个泰国也做不出来”“大网红就这么缺钱吗，割消费者‘韭菜’”等内容。

经调查，该测评账号为苏州某床垫公司运营，并由其法定代表人江某出镜录制。

原告向苏州互联网法庭起诉，要求判令被告立即停止编造、传播、发布相关侮辱、诽谤原告的信息、视频等侵犯原告名誉权的行为，并在全国发行的报纸显著位置和被告视频账号上发布道歉函、道歉视频等，同时要求法院判令被告赔偿原告经济损失10万元。

法院审理认为，民法典规定，行为人为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为，影响他人名誉的，不承担民事责任，但应遵循合理限度和真实为前提，否则应依法承担侵权责任。该条款为本案原、被告等自媒体从业者基于公共利益实施舆论监督提供了免责基础，但其所发布的言论应当以客观公正、实事求是为前提。

法院在判决中指出，本案中，江某在其发布视频中对于某某所售乳胶床垫作出“垃圾东西”等负面评价，均非基于其本人的测评或体验而发表，且缺乏对可能引发争议内容的必要调查，未尽到审慎注意义务。其中“垃圾博主”“没有底线”等言论，具有损害名誉的故意，存在明显过错，客观上降低了于某某的社会评价，构成名誉权侵权。同时，江某在视频中擅自使用于某某肖像，构成肖像权侵权，也应承担相应侵权责任。

法院认为，苏州某床垫公司系案涉测评账号运营方，江某系案涉视频出镜人，两被告直接参与案涉视频的发布，构成共同侵权，应当承担连带责任。本案原、被告所运营的账号均具有较大粉丝量，被告称其发布的3条案涉视频系为公共利益实施舆论监督，但视频内容超出了实施舆论监督应当遵循的合理限度，且发布后点赞量、评论量、分享量较大，传播范围较广，引发的针对原告的负面评价较多。

法院综合当事人的知名度，两被告主观过错程度，侵权行为的程度、范围及侵权后果，判决江某及公司立即停止侵权、公开赔礼道歉并赔偿于某某经济损失2.3万元。

据2月28日《法治日报》