

近日,“人还活着却被人网络祭奠”一事引发热议。厦门市思明区人民法院公布的一起案件中,当事女孩个人信息、生活照等被发布在“网络祭祀平台”,甚至出现编造她失踪离世的消息。对此案,法院依法判决,涉案“网络祭祀平台”作为网络服务提供者承担侵权责任。

网络祭奠平台有无信息审核?对恶意创建的祭奠内容如何处理?此类平台如何盈利?记者实测多个网络祭奠应用发现,一些平台用户无需提供与逝者的关系证明,提供虚假信息也可过审,部分甚至无平台审核环节。

此外,平台多通过提供“祭拜”“点长明灯”等网络祭奠方式及电子祭品收费,一盏网络“长明灯”甚至每年需要300元至500元。一些平台还通过开通会员、用户推广等方式盈利。有平台客服告诉记者,邀请好友登录后,如对方充值,发出邀请的用户也可获取0.5%的奖励金。

“活着被人祭奠”背后 祭奠平台 虚拟生意野蛮生长

风波 人还活着却被祭奠4.3万次 厦门一女孩把平台告了



(新华图)

说法

肇事者与平台都要担责

就“厦门一女孩还活着,却被祭奠4.3万次”这起纠纷而言,首先要明确的,就是在网上设纪念馆“祭奠”活人的行为有没有构成侵权。对于这种做法,尽管“祭奠”不同于诽谤或辱骂,但这种行为依然属于公然败坏他人名誉,造成了被害人尊严贬损,与故意侮辱诽谤他人的侵权行为并无多少区别。

除了侵犯名誉权,这种行为还侵犯了他人的肖像权。考虑到“始作俑者”已经无处寻觅,由网络平台承担相应的法律责任并不奇怪。根据《网络安全法》与《民法典》的规定,网络平台不能以“仅提供平台服务”为挡箭牌,还应尽到审查和监管义务。对于涉事网络祭祀平台,对被纪念人的关键性信息,特别是对设立者与被纪念人的身份关系,以及被纪念人的死亡信息,应当进行严格的审查。

当然,对于尚未落网的“侵权者”,虽然暂时逃脱担责之判,但只要被发现,必然逃脱不了干系。这次涉案的网络纪念馆建立于2016年1月,6年来访问量达4.3万余人次。利用信息网络诽谤他人,普通恶行被成倍放大,较一般的民事侵权行为,后果更加严重,性质更加恶劣。根据“两高”有关司法解释,同一诽谤信息实际被点击、浏览次数达到5000次以上,即达到了涉嫌违法犯罪的程度。有关部门有必要介入,根据“蛛丝马迹”,及早锁定幕后“黑手”,给受害者一个说法,才能让网络世界更加干净、和谐。

声音

“网祭”监管莫留空白地带

实际上,近年来,“网络祭扫”的推广逐渐受到重视。在民政部召开的2022年清明节祭扫工作电视会议中,要求“创新祭扫服务载体,大力推广网络祭扫、鲜花祭扫、家庭追思等文明低碳祭扫方式”“对提供网络祭扫服务的平台、公众号、网站,各地要加强评价监督,对违法违规者,要及时会同网信部门予以查处”。

今年4月,国家网信办下发通知,部署开展清明期间网络祭扫规范管理工作,其中就包括严防活人被祭拜,随意立网碑建网墓等情况。

殡葬服务,不仅是逝者及其家人简单的“物”层面的需要,它同时事关社会民俗文化,必须由民政部门统一管理,不能轻易作为个人谋利的工具。对相关的法规管理文件,也需要及时更新,将网络祭扫纳入监管范围。

实测 创建网祭纪念馆 竟无需提供相关证明

在网络祭奠平台,为何出现“活人被祭奠”的闹剧?

近日,记者在应用商店以“祭奠”“祭祀”等关键词进行搜索,发现“纪念宝”“念忆”“祭奠堂”“创忆”等结果,记者随机实测了多个网络祭奠应用。

在多个网络祭奠应用中,用户使用手机号以及微信、QQ、微博、Apple ID等账号即可完成注册,并无其他实名认证流程。注册完成后,用户即可为逝者创建纪念馆,需要提供逝者图片、视频、生平、个人信息等内容。多家网络祭奠平台均无需用户提供与逝者的关系证明。

一些平台虽声称设置了审核机制,但实测的结果显示其审核并不到位。在“念忆”平台提交创建内容后便显示“正在审核中”“1分钟内审核完毕”,但使用虚假名字、未提交逝者照片的内容仍快速通过审核。

对此,“念忆”平台的客服告诉记者,平台主要针对图片、名字审核,要求无敏感词。该平台公开推荐的均为名人纪念馆,用户个人提交的信息不会公开,比较保密。如果有人恶意提供虚假信息,平台会进行封号、删除。

另外,也有一些平台对于随意填写的虚构信息有

所拦截。

实测中,在“天堂念”平台,三次创建虚假内容均被驳回。该平台工作人员介绍,平台通过机器对敏感词进行审核,并会进行人工审核。“恶作剧目前很少,如果有人恶意建了一个假的纪念馆,那他也要承担法律责任。”

在网络祭奠平台对某人进行祭奠时,是否需要提供“死亡证明”“亲属关系”等证明文件?“创忆”工作人员认为,要求用户提供这些信息并不现实,“如果把门槛设过高,谁还会用呢?”他表示,平台只要求注册用户进行实名认证,即使有人进行违规恶意操作,也能查

起底 网络祭奠平台 有一套成体系的营利模式

网络祭奠平台有着一套成体系的营利模式。

记者实测发现,在用户免费创建纪念馆后,收费项目也随之而来。若用户想完成“祭拜”“点长明灯”“除草”“擦墓碑”等祭奠行为,都要付费,价格不等。另外,用户还可付费选择纪念馆的风格、音乐、灵牌位样式、挽联等。

鲜花、水果、传统糕点等虚拟祭品也要花钱买,祭品品类和年限不同,价格亦有差异。以“纪念宝”平台为例,网络“长明灯”的收费

根据所选灯型每年300元至500元不等;“祭拜”可选择网络“行礼”“供品”“火供”等,其中网络烟酒供品收费较高,最贵的“高级特供白酒”6小时需付100纪念币,大约相当于100元。

部分网络祭奠平台还会提供会员服务,并将打榜、刷礼物等功能引入。“创忆”平台显示,购买199元的“永久会员”,会员享有虚拟祭品免费、网络纪念馆从初级升至中级等优惠。在“心纪奠”平台,纪念馆左下方

会滚动出现亲友购买的祭祀物品,其他人都能看到,如“某某赠送了豪华飞机”等。根据“孝爱值”,纪念馆中还没有周度、月度“孝爱排行”榜。

值得注意的是,一些网络祭奠平台会通过用户推广、与墓园合作等方式获客。有平台客服告诉记者,邀请好友登录后,如对方充值,发出邀请的用户也可获取0.5%的奖励金。不过,有业内人士坦言,祭奠平台并不好推广,很多人觉得下载

这类软件比较“晦气”。

小陈(化名)所在公司运营的祭奠平台体量不大,他告诉记者,网络祭奠平台也只是公司项目之一,并非主要业务。他所在的平台,用户可用虚拟币兑换网络祭品,但实际充值的用户很少,通过该渠道很难盈利。平台每日会随机给登录用户赠送虚拟币,主要为了吸引用户登录,增加平台流量。小陈认为,在平台拥有一定的用户基数后,才会有机会通过广告盈利。