

# 父亲去世,儿子“玩失踪”

## 半年后却起诉要求返还骨灰和精神损失费

亲人去世后,家属争房产、争车辆、争存款的事情不少,但争骨灰却是一件稀罕事儿。近日,梁溪法院就审结了这样一起人格权案件,这起马某与其继母因父亲老马骨灰安葬问题引发的纷争,前后历经两年多终于落下帷幕。

老马与前妻离婚后,带着儿子马某与肖某再婚,相伴度过了20余载。2020年9月,老马被疾病困扰,在社区居委会的见证下,写下遗言:老马生病就医、死后丧葬等费用均由儿子马某负担;老马去世后,由马某购买双人墓地,先下葬老马,妻子肖某去世后再与老马合葬;老马社保结余款由马某继承。老马、马某、肖某都在该份《遗言》上签了字。

三个多月后,老马去世,而马某却在此时“玩”起了失踪,既不出面操办父亲丧事,又不出钱承担相关费用。为实现老马临终遗愿,肖某分别向所在社区居委会及马某的叔伯等长辈求助,希望他们劝说马某。然而虽然几经周折联系上了马某,但他态

度坚决,以“手头没钱”为由拒绝了肖某请求,并放话称,作为老马的妻子,肖某为老马操办后事才是天经地义。

无奈,肖某出资操办了老马的丧事,并将老马的骨灰寄放在火化场。半年后,为让老马尽快入土为安,肖某再次联系社区居委会,希望通过工作人员的调和,能与马某坐下来好好谈谈。但这次,马某还是以“拿不出钱”为由回绝了肖某。

2022年3月,肖某出资3万余元购买了一处双人墓地,登记使用人为老马和肖某,并邀请亲友参加老马骨灰的落葬仪式。但就在同日,马某也购买了一处墓地,登记使用人仅为老马。为要回父亲骨灰安葬在自己购买的墓地中,马某诉至法院,要求肖某返还老马骨灰,并赔偿其精神损失费1万元。

案件办理过程中,马某的叔伯、姑父等长辈纷纷到庭作证,证明马某经过长辈劝说,仍不愿操办、参与父亲老马的丧事;社区居委会也出具相关说明,以证明该情况。

法院认为,骨灰是具有人格属性的特定物,关于骨灰的安置归属权利,应当由死者近亲属共同行使,但处理方法不得违反法律规定及公序良俗。

马某既未为父亲操办丧事,又未承担丧葬费用,违反了老马遗愿。虽从法理角度,妻子肖某与儿子马某均有权安置老马骨灰;但从情理角度,在肖某未操办父亲丧事的情况下,肖某为老马操办丧事、购买墓地,组织亲友吊唁、落葬老马,她的行为均符合公序良俗,既维护了老马的尊严和体面,也体现了她对老马的情义,老马亲友对她的行为也非常赞同,因此肖某并无过错。

而马某作为儿子,未参与父亲丧事,有违一般公众对伦理孝道的认知;在老马落葬后,他又转而提出返还骨灰,这并不符合逝者入土为安的民间习俗。综上,法院判决驳回马某的全部诉讼请求。

《中华人民共和国民法典》将人格权独立成编,并明确了逝者人格利

益的保护。其中第九百九十四条规定,死者的姓名、肖像、名誉、荣誉、隐私、遗体等受到侵害的,其配偶、子女、父母有权依法请求行为人承担民事责任。

梁溪法院法官王晓芬介绍,本案中的骨灰是自然人死亡后遗体的化物,是生者寄托哀思的对象,凝聚着亲属祭祀、悼念、抚慰等浓厚的情感因素,具有人格属性,应当参照遗体受到法律的保护。

在不违反法律、行政法规的强制性规定,且不违背公序良俗的前提下,死者生前可以对自己骨灰的安葬做出合理安排,平等享有安葬权的近亲属应当最大限度尊重死者本人意愿。如果死者没有留下明确意思表示,应由近亲属协商安排,在不能达成一致意见时,应从保护死者人格尊严、尊重民间善良习俗角度出发,综合考虑各近亲属与死者生前的关系密切程度、互相扶助情形等予以认定。

(晚报记者 晓城)



### 乐享科技魅力

9月18日,无锡市梁溪区崇安中心幼儿园举行的科普日宣传活动现场,小朋友体验“雪浪声波”。

2023年全国科普日活动期间,无锡各地举行的特色科普活动,为公众提供丰富的科普体验。

(还月亮 摄)

### 妻子为丈夫顶班受伤,谁来赔偿?

丈夫在车间上班,妻子帮忙顶班发生意外失去小拇指,将车间老板诉至法院。日前,这起纠纷在宜兴法院法官耐心细致的释法下,得以圆满解决。

程某经营着一家小企业,雇佣张某从事夜间生产工作。2022年5月7日,张某有事回老家,向程某申请由妻子邓某顶班一周,程某同意。5月31日晚,张某因身体疲惫,在未请示老板程某的情况下又让妻子去车间顶班工作。邓某工作至6月1日凌晨,在操作机器时不慎致左手小拇指折断,送医治疗后,程某为其承担了医疗费用,但两人就后续赔偿未达成一致意见。

2023年5月,邓某起诉至法院,要求程某赔偿营养费、误工费费用。程某认为,邓某不是其员工,是在其完全不知情的前提下,帮张某顶班致伤,且邓某没有受过正式培训,私自盲目操作机器受伤,责任应由邓某自行承担。

承办法官组织双方进行调解,向程某告知作为雇主对雇员及生产活动具有的管理责任,员工私自找家属代班,说明企业管理不规范,没有尽到相关的安全生产管理职责,造成意外伤害的,雇主应当承担相应的赔偿责任;并向邓某释明,劳动者不可以随意找人代岗顶班,如确有需要,应当征得单位同意,同时自身也要尽到安全注意义务。双方最终达成一致协议,由程某一次性赔偿邓某1万元,程某当场支付完毕。(何小兵)

### 44袋洗衣液变11袋,是没看清?

当下,网购已经成为大家生活中的主要消费途径之一。诸如“618”“双十二”等,商家的各种促销活动层出不穷,不断刺激着消费者的购买欲望。也许你也遇到过购买回来的商品实物与图片不符的情况。如果发现商家存在虚假宣传的情况时,你会如何处理呢?近日,新吴法院开庭审理了一起消费欺诈案件。

平日里,小娟(化名)爱在网上购物。这日,她打开A商城网站(化名),进行浏览,发现一款洗衣液正在搞促销。只见页面上展示着4袋洗衣液,并配上23.2元的价格,下面还有一行小字“抢!前1000名”“6.1-6.30”。

小娟认为4袋洗衣液23.2元的价格比较划算,一口气购买了11组。但收到货后,小娟却傻眼了:自己拿到的并不是想象中的11组共44袋洗衣液,而是只有11袋。

“我后来又在B商城网站上发现了同样的促销产品,和我买的洗衣液展示页面都是相同的,人家就是23.2元4袋,每袋5.8元。而且我发现两家

的发货地址都是一样的,这里面肯定有问题!”小娟愤愤不平地说道。

为此,小娟多次向A商城网站进行反映,但都没有结果。小娟只得向法院起诉,认为A商城网站的行为构成欺诈,要求3倍赔偿差价。

案件审理中,A商城表示,自己与B商城不是一个平台,不参加B商城活动,B商城“买一发四”的活动与自己无关。自己在相关商品图片中展示的四个产品包装仅是产品叠加展示,不能构成“买一发四”的承诺,不存在消费欺诈。

经审理,法官认为,本案中,关于案涉洗衣液的商品信息介绍图片中以明显的字迹显示为“4件”,以小字体备注“抢!前1000名”“6.1-6.30”,并摆放4袋500ml洗衣液,价格为23.20元符合一般价格认知,使一般人均相信为23.20元4袋,且从该商城其他商品的介绍页面也可以看出类似产品为组合出售。

小娟以255.20元购买11组应为44袋,但A商城仅发货11袋,应

退还多收取的191.40元。另A商城虽抗辩称其商品介绍图片仅为产品的叠加展示,而非“买一发四”的承诺,不参与B商城的活动,但其图片与B商城同款商品的图片一模一样,该商品信息的价格23.20元正好与B商城4袋洗衣液的价格一致,根据其抗辩意见可见其以4袋洗衣液的图片予以宣传,却不愿出售4件洗衣液是明知的,该行为恶意明显,应认定构成欺诈。小娟主张A商城承担少发商品3倍价格的赔偿即574.20元,符合法律规定,法院予以支持。

新吴法院江溪法庭程加干介绍,《中华人民共和国消费者权益保护法》第五十五条约定:经营者提供商品或者服务有欺诈行为的,应当按照消费者的要求增加赔偿其受到的损失,增加赔偿的金额为消费者购买商品的价款或者接受服务的费用的三倍;增加赔偿的金额不足五百元的,为五百元。法律另有规定的,依照其规定。(晓城)