

# 模仿外形起谐音艺名出镜,专家指出—— 山寨艺人有点“火爆”过头了

“鹿哈”“易烊千玺”“黄子诚”……这些与当红明星相近的名字最近频繁出现在热搜上。在某短视频平台上,一个以模仿韩国偶像男团EXO组合“出道”的山寨明星组合ESO迅速走红,其成员包括但不限于鹿哈、黄子诚、权酷龙、王俊卡、王二博、林俊杰等人,他们从组合名称、成员名称、造型妆容等都模仿了鹿晗、黄子韬、林俊杰等当红艺人。

ESO组合在吸引公众眼球的同时也引发大量争议。有网友认为他们搞笑好玩,也有很多人表示这是碰瓷、哗众取宠,仅凭“模仿”“长得像”就可以短时间内引流变现,实为不公平。还有人认为,这侵犯了被模仿明星的个人权益。

事实上,因外形、噪音等条件相似而对明星进行模仿的行为并不鲜见,甚至不乏专门的模仿类综艺。那么,对明星艺人的模仿是否有限度?是否可能构成侵权?一波火热背后引发的模仿乱象该如何整治?带着这些问题,记者展开了调查采访。

## A 模仿艺人迅速走红 积累人气引流变现

“我决定无限期退出ESO,也希望大家没有我在的时候,你们也越来越好。”近日,原名鹿哈的某短视频平台博主继改回本名“凌达乐”后,再次发布视频与ESO“割席”。

今年7月,从外形到昵称都模仿明星鹿晗的鹿哈,宣布与模仿黄子韬的黄子诚、模仿王一博的王二博等人以ESO组合名义强势回归,推出专辑和单曲,并进行了多场线下活动。在这种山寨模仿知名艺人的方式下,鹿哈等人的短视频平台账号短时间内吸粉引流无数。不仅如此,他们还开始以ESO组合形式参加综艺、直播互动、接广告推广等形式流量变现。短短1个多月时间内,鹿哈的短视频平台账号粉丝量从最初的几万增长至如今的60余万。

在此期间,鹿哈及ESO组合其他成员多次登上热搜,并不断引发争议。8月15日,ESO组合

成员集体改名,鹿哈重新改回本名并表示,蹭明星名字叫鹿哈,是因为自己不想一辈子过这种打工的生活。ESO又在8月21日发视频表示,因为发生这件事后很emo(网络用语,形容因一些原因导致心情抑郁),所以组合改名为EMO。

然而,即使改了名,他们之前发布的山寨明星视频并未删除,且仍是置顶,点赞量与评论量众多。成员黄子诚改名张子诚后,没过多久又改回了黄子诚。

中国传媒大学产业管理学院教授、北京文化娱乐法学会副会长李丹林说,ESO组合的名字和EXO组合这个已经有一定知名度的名字过于相似,组合内成员的名字也直接化用了对方组合内原成员的名字,从而在很短的时间内引起高度关注,这是一种典型的通过搭便车的方式获得影响力和商业利益的行为。

## B 娱乐行为把握分寸 过度模仿涉嫌侵权

除ESO、TSBOYS等山寨偶像组合外,还有大量明星艺人的模仿者寄生于互联网浪潮中。例如,某短视频平台上昵称为“JV马总”的账号,因外形酷似马云,拍摄多部“霸总的日常”主题视频,目前已有粉丝1400余万名,视频点赞数最高达近300万。

将模仿明星作为娱乐方式由来已久。从公开信息来看,早在20世纪90年代就有综艺节目邀请各种民间高手模仿明星演唱歌曲。近年来还有卫视推出专门的明星模仿秀节目。

受访专家指出,虽然我国法律没有明文规定禁止模仿明星,但模仿明星这一行为存在不少法律风险。

北京德和衡律师事务所高级合伙人马丽红说,这种行为可能涉嫌侵犯他人肖像权。如果素人本身和明星本人长得并不像,但以牟利为

目的,通过各种技术手段假冒明星,意图使他人产生混淆或者联想,可能涉嫌侵犯明星的肖像权。如果素人本身和明星本人长得非常相似,在模仿表演中不主动冒充明星但也不表明自己的模仿者身份,这种行为如果造成公众混淆,仍可能涉嫌侵犯明星的肖像权。需要特别注意的是,根据我国民法典相关规定,对自然人声音的保护,参照适用肖像权保护的有关规定。也就是说,即使仅模仿明星的声音,也可能涉嫌侵权。

“模仿明星还是要有一定边界的,比如要披露自己模仿者的真实身份,不得侵犯明星的姓名权、著作权和名誉权,不得利用明星的隐私或其他专属明星自身的元素做噱头营利,否则就可能构成侵权或者构成不正当竞争法行为。”马丽红说。

## C 防范模仿乱象泛滥 平台方需承担责任

值得注意的是,因模仿明星“越界”引发纠纷的事例并不鲜见。2015年,因“草根歌手”丁勇使用其姓名及照片在微博进行营利性宣传,歌手汪峰就以侵犯姓名权、肖像权为由将丁勇诉至法院,要求立即停止侵权行为,并支付侵权损害赔偿金45万元,以及精神损害抚慰金5万元。最终法院以丁勇构成对汪峰肖像权、姓名权的侵犯判决赔偿原告10万元。

模仿明星甚至一度成为一些人的“生意经”。据报道,几位演艺行业从业者曾于2006年创办“中国山寨明星艺术团”,专门承接商业演出、演唱会、品牌代言和电视栏目等活动。该团队最好时候旗下拥有600余名山寨明星演员。其团长曾在采访中表示,一线明星仅是出席商业演出活动便需花费几百万元,但是山寨明星的演出费最高不过5万元,如果山寨三、四线明星,仅需几千元。

“市场本身就是一个很好的矫正和淘汰机制,但是必须认识到,这个行为确实构成了不正当竞争等侵权损害行为,对于这种行为,必须加

强舆论引导,让公众清楚这种行为的性质,形成舆论上的批评而非追捧,相关平台必须对此加强管理。”李丹林说。

在马丽红看来,正如对山寨产品应进行整治一样,山寨明星虽然有其生存的土壤,但却不具备鼓励其存在的合理性。一方面,一些山寨明星具有不劳而获的寄生特征,离开了明星本人的影响力和明星效应,根本不具备真正的表演能力。另一方面,这种恶搞式模仿对明星本人也是极不尊重的,甚至很容易侵犯明星的合法权益。这种模仿乱象如果泛滥,还会扰乱文化与经济生态,助长“无需努力,即可名利双收”的歪风邪气。

她认为,对这种风气要进行必要的限制和整治,被侵害了合法权益的明星也可以拿起法律武器,维护自己的正面形象。同时,网络平台也应进行谨慎甄别,避免因为上传了侵权内容或者未及时采取必要措施而承担法律责任。

(据《法治日报》)



山寨明星组合ESO。网络图片