

吃个饭理个发健身咋就成了直播间“演员”？



网络图片

手机架在收银台前,店里的顾客一览无余,有的是一桌朋友聚餐聊天,有的是情侣两人约会吃饭……11月25日晚上9点多,广东深圳一家火锅店正在某短视频平台直播。离机位较近的几位顾客,各种微表情和动作都清晰展示在镜头里,显然他们并未意识到自己正在“被直播”。

在各商家直播间,类似情况还有很多。北京某连锁理发店的直播画面里,头发涂满白色药水、裹着塑料膜的顾客正在等待烫染,顾客的面容和举止清晰可见;此前还有游客表示,自己在海南三亚身穿泳装冲浪时被商家拍进直播间……健身房、网约车、美容店等场所也出现过消费者“被直播”的情况。

短视频平台以及网红经济的兴起,让全民直播成为风潮。作为一种新的营销渠道,商家通过直播能提升知名度,引导流量至线下门店,也能在直播间与消费者互动,提供更具个性化的体验和服务。但是,不少商家直播时以顾客为“背景板”,使得顾客的肖像权等受到侵犯。商业直播的法律边界在哪,值得探讨。

1

毫不知情下就餐过程“被直播”

今年8月,江苏的张女士与朋友在一家烤肉店吃饭时,看到左前方收银台处架着一部手机,疑似在直播。张女士在某短视频平台搜索该店铺账号,发现果然是在直播,而且她和朋友的脸部在没有任何遮挡的情况下出现在直播间。

“虽然看的人不多,但是未经允许就将我们的吃饭全程直播出去,感觉很没有安全感,隐私权受到了侵犯。”张女士担心,如果有人恶意剪辑视频并传到网上,或者直播间开了麦克风,他们的聊天内容被恶意传播,可能对其造成严重伤害。

根据《直播电商行业高质量发展报告(2023—2024年度)》蓝皮书,我国直播电商用户数量持续增加,截至2023年12月,用户规模达5.97亿人,占网民整体的54.7%。商务部数据显示,2023年上半年,直播电商平台来自各行各业的活跃电商主播数已达337.4万人。伴随直播经济走红,普通民众可能在毫不知情的情况下“被直播”,成为商家或是个人引流的工具。

张女士向工作人员表达了不愿“被直播”的态度,工作人员调整了手机摄像头方向,但并未结束直播,这时另一桌客人的脸清晰地出现在直播间里。没多久,镜头又转到了张女士和朋友所在位置。张女士找到餐厅管理者,对方很快关了直播,并口头道歉。

北京舍支律师事务所律师丁冬成表示,民法典规定,未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像,法律另有规定的除外。民法典还规定,隐私是自然人的私人生活安宁和不愿为他人知晓的私密空间、私密活动、私密信息。任何组织或者个人不得以刺探、侵扰、泄露、公开等方式侵害他人的隐私权。

“商家对顾客的吃饭、理发、健身、乘车,甚至冲浪过程进行直播,属于制作使用了消费者肖像,侵犯了肖像权。同时,该行为还可能泄露了消费者不愿意为他人知晓的私密活动、行踪信息等,侵犯了隐私权。”丁冬成说。

2

冲浪被网上“围观”获赔500元

根据河南省高级人民法院公众号发布的一则案例,2023年9月,小王和朋友前往海南度假,在三亚海边购买了冲浪和拍摄服务。商家承诺,服务包含提供冲浪时的照片及视频,全程不涉及任何直播。

但是,在冲浪拍摄快结束时,小王发现,自己与朋友身着泳装的一举一动,都在线上平台进行了直播,所有浏览商家店铺页面的人都能观看。小王与商家进行交涉,协商无果后选择报警。经警方处理,商家口头道歉并删除了视频,但拒绝给予经济补偿,于是小王提起诉讼。

法院审理认为,未经当事人同意,擅自在线上平台对其冲浪活动进行直播,构成对当事人肖像权的侵犯。因此,对于小王某要求商家书面道歉的诉讼请求,法院予以支持。关于小王主张的经济补偿,根据侵权人的过错程度、方式、时间长短、后果等因素,并结合小王所购项目的价格,法院酌定赔偿数额为500元。

丁冬成分析认为,商家直播侵权事件频现的原因,首先是商家缺乏法律观念,对合法、守法的边界意识模糊不清;其次,许多商家认为让顾客入镜并未给其带来实际伤害或者损害;再次,违法成本低,被侵权人主张权利困难且麻烦,直播商家因此受到处罚或者赔偿的案例比较少。

记者电话联系了上述进行直播的深圳火锅店,店员表示:“老板要求每天营业后就开直播,顾客并不知道店里在直播,我们也不会主动告知,顾客如果看到,我们再解释和沟通。”

小王案件的审理法官认为,一旦遇到“被直播”“被拍摄”等情况,可以立即要求对方停止侵害,采取删除相关视频等方式消除影响,并进行赔礼道歉,视频内容严重侵犯人格权利的,可主张对方承担赔偿责任。如果对方使用该视频进行谋利,也可要求相关赔偿。

3

商家直播应遵守知情同意准则

上海大邦律师事务所高级合伙人、律师游云庭告诉记者,每个人都平等地享有隐私权、肖像权等人格权益,当直播内容涉及他人时,需要经过对方允许;当他人明确拒绝时,要及时停止直播。

在游云庭看来,直播时有人入镜属于不可避免之事,如果只是偶然入镜,可能争议并不大,但如果在理发店、餐饮店或泳池,长时间地对特定消费者,可能产生侵犯肖像权、隐私权的问题。如果直播可以回放,也会引发侵犯隐私权、肖像权等相关权益的争议。

北京大学中国社会与发展研究中心主任、数字治理研究中心主任邱泽奇告诉记者,直播时能否让他人入镜,法律上没有明确规定,但是应该遵循知情同意的基本准则。平台也有责任提醒商家,直播需要征得入镜人同意,或者避免他人入镜。

上海财经大学数字经济系教授崔丽丽建议,商家应提前就可能开展的直播活动进行预先告知,例如,以顾客签署知情同意书等方式征得顾客同意。此外,直播过程中还需要对顾客个人的关键信息进行技术处理,比如对面部进行遮挡,对声音进行处理等。

崔丽丽还认为,商家直播行为应对参与人进行适当的商业付费,具体可由商家与顾客协商。如果消费者认为商家的直播行为侵犯了其相关权益,可以向消费者协会、市场监督管理部门进行投诉,情节严重的可以通过法律途径维权。平台和监管部门也应对商家的直播加强监管,提供快捷有效的举报渠道,以停播或封禁账号等方式对商家进行警告或处罚。同时,完善相关法律法规,引导商业直播规范发展,加强对消费者肖像权、隐私权等人格权保护。

(据《工人日报》)