

一不小心“被直播”，“镜头侵犯”如何破？

编者按

吃饭被直播、理发被直播、健身被直播，甚至走在路上都可能被镜头对准，成为短视频素材……随着全民直播风潮兴起，一些商家、博主等借助短视频平台，在未征得被拍摄者同意的情况下进行直

播、拍摄，涉嫌侵犯肖像权，还可能带来其他风险。本版推出组合报道《一不小心“被直播”，“镜头侵犯”如何破？》，探讨“随手播”“随手拍”应遵循的法律边界，明晰商家、博主、网络平台等各方的责任。

一些商家通过直播手段引流，顾客往往在毫不知情时已被拍入镜——

# 吃个饭、理个发、健个身，咋就成了直播间“演员”？

法官提示，遇到“被直播”“被拍摄”等情况，可立即要求对方停止侵害、删除相关视频

本报记者 陶越

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。

## 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。

北京金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。

## 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。

## 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，长时间地对着特定消费者，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《工人日报》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，直播需要征得他人同意，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、隐私权等人格保护。



漫画:赵春青 绘

“街头搭讪”直播，景区客流直播，对路人拦截、追拍、偷拍……

# 对准路人就开拍，“自媒体”直播边界何在？

本报记者 李国

前不久，重庆某外资企业员工王怡路过某商圈时，遇到一名男子上前表白，说她长得像某某明星，希望加微信好友。“我当时单位有急事，明确拒绝了对方就匆匆离开了。可不久后同事在短视频平台刷到了这段视频，还发到了单位群，我才知道自己“被直播”了！”王怡说，她当时很生气，上平台进行了举报，该主播随后删除了视频，并主动联系她赔礼道歉。

“美女，你有男朋友吗？”“帅哥，能加你微信吗？”……在景点、热门打卡地等人流密集的地方，有的网络主播常常以“一部手机+一个人”的形式搞“街头搭讪”直播。一旦被镜头对准，路人被搭讪后做出的各种真实反应，都会被完整记录下来，可能会成为网络平台上网友“围观”、议论的对象。

在这个全民直播的年代，一些“过界”的拍摄和直播屡屡发生。在短视频、直播等网络平台，有的“自媒体”主播搞“街头搭讪”“恶作剧”直播；有的在地铁站、景区等直播客流，且未对乘客、游客的脸部作打码处理；有的主播还会对路人追逐、拦截、偷拍，以增加直播的“看点”“趣味性”……路人一不小心就遭遇“被直播”，由此引发的侵权争议时有发生。

记者随机进入某短视频平台的直播频道，连续刷到了多个以固定机位拍摄路人或顾客的直播。有的在拍摄景区的排队情况，有的在拍摄集市上逛街的路人，还有一家儿童乐园的直播，直接拍到了多位家长及儿童的面部。

我国民法典规定：“未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。”北京德恒（重庆）律师事务所高级合伙人陈昊说，肖像权的认定标准就是可识别性，只要其他人能通过被拍摄者的五官、姿态，识别

出其本人，就达到了侵犯肖像权的标准。

“随意对路人进行‘搭讪直播’等行为，不仅包括了对一般个人信息的收集、传输、公开等，也包括了对敏感个人信息的处理，比如个人地理位置信息、人脸信息等。”重庆市劳模、重庆伟盟律师事务所主任陈卫东律师说，除非符合法定条件，拍摄者没有未经同意而随意拍摄他人的权利，况且“搭讪直播”并不是为了社会公共利益，而是一种为了涨粉引流的炒作行为。

“任性”直播还可能涉嫌其他违法行为。此前，安徽一女主播举着自拍杆，看到一名去市场买菜的七旬大爷冲过去对其“强吻”。摆脱纠缠后，该名大爷随即报警。原来，该女主播只是为了引起关注，试图通过直播“骚扰”路人的方式吸粉。最终，该女主播被当地公安局予以行政拘留的处罚。

重庆工商大学成渝地区双城经济圈协同发展研究中心研究员莫远明认为，直播赋予了

主播们更大尺度的展示空间，但这种自由不应沦为无序，而需要在法律框架内赋予责任与自律的内涵。当直播镜头聚焦于公共场所，尤其是涉及大量人群的场景时，必须有清晰的法律边界。

针对各类网络直播和短视频乱象，近年来，我国先后出台了网络安全法、网络信息内容生态治理规定等法律法规，推动各网站平台严格履行主体责任，包括及时删除、下架相关违法视频，对屡次违规的账号和主播加大处罚力度。

“无论商家还是主播，都要自觉守住法律底线，维护公共秩序。”莫远明说，“比如，在进行直播前，应明确告知可能入镜的人，并征得其同意；在直播时，设置明显的标识来提醒周边人群，或者划定专门的直播位置等等。对商家和主播来说，真正尊重每个‘被直播者’的意愿，既能避免争议纠纷，也能赢得尊重和信任。”

消费者明确表示不愿被拍摄，依然在短视频平台“露了脸”——

## 顾客理发被“网上围观”获赔精神损害抚慰金

本报讯（记者庞慧敏 通讯员黄汉萍 梁微）理发师小华在短视频平台上经营了一个社交账号，平常会将自己为顾客理发的视频发布在平台上，通过平台推广引流，但这种未经允许的拍摄行为给他引来了官司。日前，广西贵港市港北区人民法院审理了这起名誉权、肖像权纠纷案件，认定小华侵犯消费者肖像权。

2024年2月，李女士来到小华工作室理发，发现小华将部手机架立在镜子旁，李女士随即询问小华“是不是正在拍摄”，小华否认，却始终没有拿走手机。出于谨慎，李女士又多次告知小华“如果是在拍摄，请立即停止，并删除视频！”小华均多次予以否认。

但是，一个月后，小华将李女士理发的视频发布到短视频平台上，该理发视频记录了双方的聊天探讨过程以及理发前后对比，引发粉丝围观和讨论。李女士发现后，与小华进行了沟通，小华当时便将视频下架，并在微信上向李女士道歉。

李女士认为，理发师未经其同意擅自将视频发布在网上，侵犯了自己的肖像权、隐私权、名誉权，要求理发师小华公开进行书面道歉声明，同时赔偿其损失。

小华称其发布视频的行为不存在侮辱、诽谤、诋毁内容，不足以导致社会公众对李女士的评价降低，故其行为不构成对李女士名誉权的侵犯。

贵港市港北区人民法院审理后认为，理发师小华未征得肖像权人同意，就将理发短视频等含有肖像权人外部形象的短视频，上传到短视频平台，并进行网络公开传播。作为一家营利性理发工作室，不能排除理发师使用消费者理发视频的营利性目的，因此，其行为已经构成对消费者肖像权的侵犯。

同时，法院还认为，鉴于理发师发布视频的初衷在于展现理发技术，在理发时询问消费者职业、爱好等，是为针对消费者的个人特质进行发型设计而做出的简单询问，主观上并不存在贬损或丑化消费者的故意，且案涉视频中公开的内容尚未涉及对个人侮辱、诽谤、诋毁信息，也不涉及个人私密领域的隐私信息，故其行为不构成对消费者名誉权、隐私权的侵犯。

最后，贵港市港北区人民法院综合考虑小华发布视频的形式和范围，以及其过错程度、侵权手段和造成影响等实际情况，判决小华在媒体平台上致歉7日，并赔偿李女士精神损害抚慰金500元。

## 遭遇“被直播”怎么办？

随着线上线下消费场景的加速融合，消费者一不小心就“被直播”的现象普遍。

### 可能侵犯哪些权益

#### ✓ 肖像权

自然人享有肖像权。未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像，但是法律另有规定的除外。

#### ✓ 隐私权

自然人享有隐私权。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。

“不打招呼”就直播，可能泄露消费者的行踪及面部信息。

### 发现“镜头侵犯”，你可以——

- ✓ 要求拍摄者停止侵权行为
- ✓ 要求侵权人赔礼道歉
- ✓ 要求恢复名誉、消除不良影响
- ✓ 要求赔偿精神损害或物质损失

### 共同构建健康直播生态

- ✓ 商家：遵循消费者同意的原则
- ✓ 消费者：及时协商，协商不成可向有关部门投诉
- ✓ 网络平台：加强监管，帮助维权

策划：法文  
制图：苑新博