

# 女子游泳时发现被直播? 律师: 消费者可这样维权

今日女报/凤凰网记者 欧阳婷

去餐厅吃饭, 千里之外的陌生人可以实时看到你点的餐食; 和朋友去逛街, 你们在试衣间门口聊天, 声音被直播到“全世界”……听上去像是电影中才会出现的场景, 实际上早已发生在我们周围。

近年来, 随着自媒体的兴起和直播带货模式的崛起, 一种“被直播”的现象也悄然蔓延开来。原本私密的消费过程, 如吃饭、健身、理发等, 如今都可能成为商家直播的内容, 消费者在享受服务的同时, 也不自觉地成为商家引流工具。此外, 旅游景区、儿童乐园这类客流量非常大的场所, 也经常对着消费者拍摄直播, 尤其容易让未成年人出现在直播画面中。

那么, 消费者在不知情的情况下, 一举一动都被直播出去, 算不算被侵犯隐私? 假如遇到了这类情况, 又该怎样维权?



大部分网友对“被直播”感到尴尬和烦心。

## 投诉 吃饭理发皆被拍, 消费者成商家引流工具

“又不是明星, 普通老百姓怕啥?” 回想起在理发店发生的事, 周女士依旧感到愤怒。

此前, 周女士到家附近的理发店剪发, 半个多小时后, 她发现一名店员正在摆弄着直播设备, 而镜头正对着自己。周女士立即要求其停止直播, 却遭到了对方的拒绝, 因为“直播对消费者没有损失, 别的消费者都很开心能在直播间露脸”。

一气之下, 头发都没剪完, 周

女士就离开了理发店。

长沙的孙女士也遇到过类似的情况。她和朋友约好在一家火锅店吃饭, 她发现, 店员躲在手机后面, 镜头却对着正在用餐的顾客。有人在评论区发问: “这是餐馆实景吗?” 为了证明, 商家特地伸手在镜头前挥动了几下。

据《中国互联网络发展状况统计报告》显示, 截至2023年底, 我国网络直播用户规模达8.16亿人,

其中电商直播用户规模为5.97亿人。也就是说, 除了专业做电商直播的, 还有很多人也在玩直播。在面大量广的直播中, 其中就有一些把镜头对准了普通人。尤其随着“网红”城市、景区的发现和发现, 在流量的吸引下, 不少人会实地直播, 这导致路人很难分清对方是在直播、拍风景还是视频聊天。很多情况下, 路人毫无防备地走入网红直播间, 构成了“被直播”的情况。

## 调查 女子游泳被直播, 隐私“裸奔”令人焦虑

“被直播”的情况并不罕见。今日女报/凤凰网随机走访了长沙几家饭店、健身房和理发店, 发现通过直播和短视频平台推广的情况并不少, 其中有几家店面还拍下人来人往的画面, 当作“口碑好”“人气旺”等宣传噱头。

记者通过社交平台搜索关键词“被直播”发现, 有超过5000条笔记/博文吐槽过自己曾经“被直播”的经历。其中一位网友表示, 自己

在游泳馆游泳时, 发现岸边的工作人员一直举着手机, 有时是在泳池边上, 有时是在热身的会员身后。

“我以为他只是爱玩手机”, 但一次游泳结束后, 她惊讶地发现, 对方正在直播, “屏幕里就是泳池的实时场景”。面对网友的质疑, 对方却反问: “我们一直在直播, 你不知道吗?” 得到这样的回复, 这名网友发出了自己的疑问: “我们普通人没有隐私权吗?”

一位长沙网友也表示, 自己在五一广场逛街时, 总会遇到一些举着手机的户外主播拦住路人, 对着脸直播, 刚开始, 她以为双方是互动, 但直到她刷到了这样的直播后, 她才发现, 这些路人往往都是被迫的, 是“被选择过的”长相较好的女性。更有甚者, 这些“主播”会在直播间里随意编造出不好的情节, 评论也会对屏幕中的女性评头论足。

## 现象 商家未经消费者同意, 私自发布视频遭追责

今日女报/凤凰网记者了解到, 今年江苏省消费者权益保护委员会曾联合江苏省高级人民法院发布《2023年度全省消费维权典型案例》。其中有一案例就明确, “商家未经同意公开消费者视频, 侵犯肖像权需要承担责任”。

叶某到一造型工作室理发, 在理发过程中, 造型师孙某拍摄了二人沟通发型和理发过程的视频。服

务结束后, 孙某将该视频上传至其个人社交账号进行宣传。叶某发现这一视频后, 立即与孙某沟通, 孙某先是删除视频, 但之后又将叶某脸部打码并配文“北上广客人得罪不起”, 再次上传视频。两日后, 孙某才将该视频删除。叶某认为孙某的行为侵犯其肖像权、隐私权、名誉权, 起诉至法院, 要求孙某赔偿礼道歉并赔偿精神损害抚慰金

等损失。孙某认为叶某同意拍摄视频, 故应当默认可以发布。

经过审理, 法院认为, 叶某虽然不反对拍摄视频, 但并未明确同意孙某将视频上传至社交平台公开发布, 孙某的行为构成对叶某肖像权的侵害, 遂判决孙某在社交平台上致歉10日, 并赔偿叶某精神损害抚慰金1000元等损失。

## 说法

### 公共空间直播可能侵犯肖像权 潘新兴【北京鑫诺(长沙)律师事务所律师】

“人们在公开场所内, 显然不会从事一些不愿为他人知晓的活动, 因此, 在公共空间直播, 一般不会涉及个人的隐私生活。”潘新兴告诉今日女报/凤凰网记者, 但直播、录制视频的行为可能会侵犯消费者、路人的肖像权。“商家直播是一种营销方式, 是以盈利为目的的。”潘新兴说, 根据《民法典》第1019条规定: “任何组织或者个人不得以丑化、污损, 或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。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。未经肖像权人同意, 肖像作品权利人不得以发表、复制、发行、出租、展览等方式使用或者公开肖像权人的肖像。”同时, 直播的内容和载体会出现他人的个人肖像, 且未经他人同意, 一方面, 可能给当事人造成困扰, 另一方面侵犯当事人知情权和选择权。

潘新兴说, 如果发现经营场所和户外主播因为直播侵犯了自己的权益, 公民应第一时间尽可能完整全面地保存侵权内容和相关的评论内容。他解释, 首先要确定侵权主体和被侵权主体, 明确侵权主体后, 可以通过用户主页、注册账号或网络服务提供商要求公示的经营主体信息、披露的侵权用户信息等来获知侵权主体的基本信息, 这些信息能够比较明确地确定侵权主体身份, 进而向其主张权利。潘新兴补充道, 直播属于音视频侵权, 被侵权的主体可以将直播的完整过程进行取证, 整理音频的文字版、列明音视频中出现侵权行为的时间节点, “但录制时需将查找侵权内容的路径与开始播放的过程一并录制, 以保证保存的音视频与侵权音视频具有一致性”。

潘新兴提醒, 同时, 被侵权主体还要确认直播侵权带来的影响范围、程度等因素, “这是确定侵权行为严重程度的关键, 直接影响到侵权责任的承担和赔偿数额的确定”他告诉记者, 侵权人账号的粉丝数、关注数、转评赞数等数据都和侵权影响范围、影响程度息息相关。

至于商家如何避免因直播引流导致的法律纠纷, 潘新兴建议, 如果想通过直播展现消费场景, 商家可以设立划定直播区域, 放置相应的提示牌, 在消费者知情且同意的情况下进行。商家要想拍摄顾客的消费场景, 应先征求对方同意。如果消费者拒绝, 则不能拍摄、直播消费者, 正在拍摄或直播的, 则应立即停止侵权行为, 并采取删除回滚等措施补救。

资讯 &gt;

## 全国首部专门针对中小學生防溺水的地方性法规出台

《湖南省预防中小學生溺水若干规定》7月1日起施行

今日女报/凤凰网(通讯员 郭宸 周红泉) 溺水是危及中小學生生命安全的重大隐患。如何用法治力量筑牢防溺水安全屏障, 守护孩子“生命线”? 在暑期来临之际, 7月1日, 《湖南省预防中小學生溺水若干规定》(以下简称《规定》) 正式实施。这是全国第一部专门针对中小學生预防溺水问题而出台的地方性法规。

“这是一部现实性、针对性和紧迫性都很强的地方性法规, 在非生产安全事故中, 中小學生溺水事故较多, 让人痛心。”近日, 湖南省人大教科文卫委负责人表示, 湖南省境内户外水域众多, 省委、省政府高度重视预防中小學生溺水工作, 全省上下抓得很紧, 抓得很严, 也抓得很实, 早在2021年就出台了《关于落实暑期防范學生溺水20条工作

措施的通知》等多个制度性文件, 建立多方参与的联防联控机制, 效果明显。

他透露, 数据显示, 2023年全省學生溺亡人数在2022年较2017年下降90%的基础上, 又下降30.3%, “年年下降, 大幅下降”的治理效能, 为地方立法打下了坚实的基础。

《规定》重点对家庭、学校、社会、政府在预防溺水工作中的

责任进行了明确界定, 其中最核心的是清晰界定家庭和学校的责任。家长是孩子的法定监护人, 也是预防孩子溺水的第一责任人。《规定》要求父母或者其他监护人履行防溺水监管义务, 对被监护人进行经常性防溺水安全教育, 进行游泳技能和辨别危险水域、熟习水性教育, 提高自救能力。尤其是对于监护人因外出务工等原因在一定期限内不能

履行监护义务的, 应当依法委托完全民事行为能力人代为监护。

中小学校的预防职责主要是对學生进行预防溺水知识教育, 承担學生在校内和学校组织有溺水风险的社会实践活动中的预防责任, 以及出现學生未按时到校、学校提早或者延迟放学等特殊情形时, 及时与學生父母或者其他监护人联系等, 以更好地发挥家校联动作用。