

泡温泉被直播 消费者不应“被消费”

■央视新闻 法治网
21世纪经济报道
人民网 羊城晚报

游客在度假村泡温泉,被商家直播入镜;去上普拉提课,发现整节课被全程平台直播;去饭店吃饭,店主拿着手机直播店内排队、顾客用餐情况……现在,越来越多的商家通过网络宣传自己的产品,不少商家在未得到消费者允许的情况下,擅自拍摄消费者消费时的视频,并将视频上传到网上用于宣传。还有的商家则使用直播的方式,展示消费者的消费过程。这种行为是否涉嫌侵犯消费者权益?消费者又该如何正当维护自己的合法权益?



建隆漫画

泡温泉、用餐等 私人时光竟被商家直播

正在悠闲地泡着温泉,享受着难得的宁静时光,却突然发现自己成了别人手机屏幕上的“风景”——这是最近发生在游客婷婷(化名)身上的一幕。

她经了解后得知,原来是温泉度假村为了进行营销吸引游客,在顾客不知情的情况下,把度假村内游客们正在泡温泉的画面现场直播出去了。

“后来我去找商家说不想露脸出镜,商家就把包含我画面的视频删除

了,但是我看到他们后来还在继续直播拍别人。”婷婷说,“太可怕了,估计其他人还不知道自己穿着清凉却被那么多人在屏幕前‘围观’。”

“在东北正吃着黏糊麻辣烫,嘴都没来得及擦,就被美食博主拍到了。”来自北京的李木子(化名)热爱旅游,喜欢到各地探寻特色美食。最近一次假期,她来到东北一家麻辣烫小店,大快朵颐之时,前边桌子的顾客却架起了相机和脚架开

始拍摄。

“他们的设备看起来很专业,当时就感觉可能是做博主的,有点害怕被拍进去。后来心想,就算拍到应该也会打马赛克或者剪掉吧。”但让李木子意外的是,回程后,在平台算法推荐下,她刷到了这条视频——自己的脸未经处理出现在视频中,点赞量过5万,转发量也已破万。

这让她想起去年国庆假期在贵阳一家火锅店用餐的经历,“店主拿着手机,

直播店内排队、顾客用餐的情况,我也被拍到了。”半年内两次莫名其妙的入镜,让她心里有点“膈应”,“被熟人看到会尴尬”。

还有网友发帖称,去上普拉提课发现整节课被全程平台直播。也有人质疑了瑜伽店直播的合理性,“练瑜伽的时候本来就穿得很贴身,店家直接把顾客锻炼过程直播出去,估计很多顾客都不知情,还有些锻炼动作是不太适合直播的。”

消费者享有不被打扰的权利

另外,相关部门对类似情形,也不妨明确处罚标准,对未明确告知、侵权投诉多发的商家予以惩戒。同时,也可以和网络平台及时联动,通过反馈处罚信息,敦促网络平台对商家的账号进行处理,进而从源头上阻断侵权行为,这也是一种“打蛇打七寸”的精准治理。

总之,这种动辄伸到日常空间里的直播镜头应当收敛了,人们是去消费的,不是“被消费”的——自己的言谈举止、穿着打扮,不该随随便便地就变成营销素材,人们应当享有不被打扰的权利。

消费者不是商家的“群众演员”

这种做法的本质是不尊重消费者的权益,并且涉嫌违法。在公开环境直播并不意味着已经征得了他人同意,即使是在公开环境中,公民的肖像、个人信息也依法受到保护,如果直播行为涉及前述权益,也需要取得相关权利人的同意。

消费者不是商家的“免费演员”,只有在双方的尊重和合作下,才能建立起良好的消费环境和商业生态。

□相关案例

未经同意公开视频 商家被判致歉10日赔千元

3月15日,江苏省2023年度十大消费维权典型案例发布,其中一个案例就是:未经同意公开视频侵犯肖像,法院判决致歉10日并赔偿精神损害抚慰金1000元。

叶某到某造型工作室理发,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,叶某发现后与孙某沟通,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,诉至法院,要求孙某赔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。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。

反感被“评头论足” 担心隐私泄露

记者搜索社交平台发现,有类似经历的人不在少数。记者随机进入某短视频平台的直播频道,便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。社交媒体平台上有不少消费者吐槽自己在用餐、健身、逛景区购物时被商家现场直播,相关帖文、视频的评论区下方,许多网友对此很有共鸣,纷纷留言讨论。

留言区内,大部分网友对被迫直播出镜感到尴尬

和烦心,尤其反感被直播间的观众“评头论足”——“挺烦健身房直播的,本来锻炼的时候就是素颜不化妆,加上发力时龇牙咧嘴的,突然发现身边有店员在直播,是啥心情”“还有在旅游景点,遇到有店员直播的还非拉着我出镜,一直怼脸拍,不是所有人

都愿意被拍的!”

还有一些网友担心自己的隐私被泄露。有受访者表示,自己去店里吃麻辣烫,结果短视频还被单位同事给刷到了。“我希望我的个人隐私能够得到尊重,不想在没有同意的情况下出现在别人的直播画面中。”

律师:涉嫌侵犯公民肖像权、隐私权

面对众多消费者的质疑和批评,部分商家回应称,直播的目的是更好地展示消费场景。在被问及是否会向顾客征求入镜同意时,某商家主播称,“不可能每个人都去问一下”,还强调他们在直播过程中并未对顾客造成任何实质性损害。

那么,一句“未造成实质性损害”,就可以随意对消费者进行直播吗?

程向辉律师指出,依据民法典第一千零一十九条规定,未经肖像权人同意,不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。部分商家为了扩大宣传,提升销售业绩,在公共场所通过直播或者短视频形式展示消费场景本无可厚非,但如果未经消费者同意将其入镜宣传,这就涉及公民肖像权、隐私权等保护问题。

程向辉律师表示,当消

费者发现自己被迫直播入镜时,可及时与商家沟通并要求其删除相关内容,若商家不予配合,消费者有权通过向相关部门投诉、向法院提起诉讼等方式,强制商家停止侵害、消除影响、恢复名誉、赔礼道歉、赔偿损失等。

马丽红律师建议,有关部门也应加大对该类行为的处罚力度,引导经营者通过合法方式进行宣传,不能

用侵犯消费者权益的方式为自己牟利。

另外,商家在追求营销效果的同时,应关注顾客的舒适度。过于频繁的直播或过于侵入式的营销方式可能会让顾客感到不适。“商家如果通过直播方式进行营销,建议进行事先协调,找愿意配合的消费者进行参与直播入镜,不仅不会侵权,直播效果也会更好”,马丽红律师说。