



10月21日,长沙一汤泉馆正在直播。



武功山某夜爬直播间,主播将镜头对准了游客的正脸。



10月21日,在长沙一酒店直播间内,网友可看到正在前台咨询的消费者。

直播间截图

直播“太随意”，一不小心成“人气背景”

商家、网红为博流量拍顾客、路人，公共场所用餐、逛街“被直播”，维权或遇举证难



扫码看视频

【走访调查】

商家与网红争相直播 顾客成“背景”引争议

打开短视频平台的直播板块，餐饮、服装、景区、酒店等各类商家纷纷开启实时直播。“流量经济”正驱使商家和网红们不断突破边界。

10月21日，记者走访长沙市五一商圈发现，有面包店、服装店等商家在店内设置直播镜头。线上检索相关直播间可见，背景主要分为虚拟背景与实体店场景两类。在实体店直播中，主播与产品通常占据画面主体，顾客仅在靠近镜头时短暂入镜。当记者提出被拍摄的疑虑后，店员表示会调整镜头角度，并称直播为店铺规定，难以取消。

在一些景区的直播中，镜头也直接对准公共区域的游客。直播间画面清晰呈现游客的穿着与表情细节。对此，景区工作人员回应称，直播旨在展示园区环境，并非有意拍摄游客，如游客提出异议将予以调整。

“凭什么不经同意就拍我们当流量工具？”10月21日，游客董女士在长沙市五一商圈某酒吧门口就遭遇了“被直播”，“主播几乎怼脸拍摄，还不断引导直播间网友围观”。尽管她向门店投诉，工作人员却表示“无权干涉此类直播行为”。

社交媒体平台上，有不少消费者也反映在用餐、健身、旅游等场合遭遇商家直播。记者在一个武功山夜爬直播间内看到，还有网友对爬山的游客评头论足。

“直播时请对着自己的商品或者主播，不要拍到路人，真的让人很不舒服。”有消费者表示。

“大家看，这就是长沙不夜城，晚上10点依然人来人往。”10月21日，在长沙五一商圈某酒吧门口，一名主播拿着手机正在直播，镜头画面是正在排队等候的游客。这让队伍里的董女士感到不适：“没经过我们同意，凭什么拿我们当博流量的工具？”

类似现象并不罕见，除网红主播外，越来越多商家也通过直播吸引客流，将店内顾客当作“人气背景”，许多普通消费者在不知情中成为镜头中的一部分。这类街头直播是否涉嫌侵犯消费者权益？遭遇“被直播”该如何维权？连日来，记者进行了走访调查。

■文/视频 三湘都市报全媒体记者 罗艾敏

【律师说法】

未经同意就在网络上直播或侵权

公共场所直播的法律边界究竟在哪里？根据《中华人民共和国民法典》第一千零一十九条，未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。

国浩律师(上海)事务所合伙人方诗龙律师指出，在餐厅、汤泉店等区域的公开，不能等同于在网络上的全部公开，“《民法典》保护自然人的肖像、隐私及个人信息，不能未经同意就在网络上直播。”

“直播可能会泄露消费者的个人信息，如面部特征、身体特征、消费习惯等。”北京康达(合肥)律师事务所主任侯卫爽表示，“在生物识别技术广泛应用的当下，这些信息一旦被不法分子获取和利用，可能会给消费者的人身财产安全带来风险，如被用于身份盗窃、诈骗等。”

【维权困境】

“被直播”后举证难、制止难、追责难

然而，面对“被直播”，大多数消费者感到无力。许多人在不知情下入镜，个人形象与信息在网络上曝光，可能引来网友的“凝视”，甚至为造谣提供信息依据。

董女士告诉记者，发现“被直播”以后，她立即要求主播停止拍摄，但主播仅仅是转了一下手机，仍在继续直播。“我们连他的直播间都找不到，想截图留证据都很难。”董女士无奈道。

一名在餐厅“被直播”的消费者也表示，在他提出质疑后，店家并不认为直播侵权，“并在自己离开后继续直播”。

发现“被直播”后可以这样维权

举证困难、维权成本高成为消费者维权的主要障碍。

但记者注意到，近年来，已有成功案例可循。去年，苏州市吴江区人民法院审理一起肖像权纠纷案，一火锅店老板在直播中拍摄到顾客，被法院认定侵犯肖像权，最终被判公开道歉并赔偿精神损害抚慰金500元。

发现“被直播”应如何维权？北京康达(合肥)律师事务所主任侯卫爽建议，应第一时间收集相关证据，保存直播视频、截图等，并要求商家或他人停止直播，并删除相关视频、照片等影像资料，明确告知对方其行为已侵犯自身权益，要求其立即停止侵权行为。

如通过平台直播，可向该平台投诉，要求冻结账号或删除内容；同时也可向消费者协会、工商行政管理部门、网信部门等投诉举报，请求介入调查。如果商家或直播者的行为严重影响到个人的正常生活，涉及严重侵权行为，应及时拨打110报警，寻求公安机关的帮助。

《直播电商监督管理办法》近期将正式发布

面对蓬勃发展的直播行业，监管部门正在加快立法立规步伐。

市场监管总局会同国家网信办起草了《直播电商监督管理办法》(以下称《办法》)，今年6月至7月向社会公开征求意见，目前已进入法制审查程序，近期将正式发布。

《办法》进一步明确了直播电商平台、直播间运营者、直播营销人员及其服务机构等主体的法律责任，强化了监督管理手段。

另外，今年9月，广州市率先发布了全国首个社交直播行业合规指引《广州市社交直播行业合规指引(试行)》(以下称《指引》)。

《指引》结合行业实际，着眼秀场直播、游戏直播、健康直播、餐饮直播等八类主要社交直播场景以及网络打赏、反电信网络诈骗等九类重点领域进行合规风险提示。

其中，《指引》第二十条明确指出，主播需规范自身行为。在涉及国家安全、公共安全，影响社会正常生产、生活秩序，影响他人正常生活、侵犯他人隐私等场所和其他法律法规禁止的场所拍摄或者播出。

有案可循

延伸阅读