

# 随时录、随手传网上的恶搞偷拍视频可能侵权

本报记者 徐艳红



6月27日,民意周刊5版刊发了《偷拍他人恶搞牟利之风该“刹一刹”了》一文,有网友反馈称这个话题抓得好,自己就深受其害。如今,人手一部智能手机,既能拍照也能录像,对于法律意识强的群众来说,确实是非常方便快捷,但同时,也带来了不少隐患,有的人喜欢随便拍、随时录、随手传(网上),根本不会考虑是否存在侵权问题。

有位邢女士称,有次她在网上刷到一条视频,发现自己竟然也在视频中,但她根本不认识拍摄视频之人,评论区留言要求删除,也没人理她。

该文也引起了全国政协委员、四川恒和信律师事务所主任李正国,北京航空航天大学法学院党委书记、博士生导师周友军教授的关注,他们就此问题发表了自己的看法。

## 谨防打着正能量、科普测试等旗号赚流量的偷拍行为

近年来,有些人为了拍视频博眼球赚流量,想尽了各种招数。如以“街头搞怪”“搭讪路人”为关键词,可以在短视频平台上搜出大量相关内容,偷拍恶搞者将看似“真实拍摄”、实际胡编乱造的东西当噱头,用来吸睛、吸粉、引流,作为其账号“生财之道”。有的短视频为了增加迷惑性,打上了“街拍正能量”“科普测试”等旗号。比如,在路上故意丢下了一袋垃圾、一个空瓶子或是一个钱包,躲在一旁拍摄路人的反应;或假称自己手机和钱包都丢了,向路人借钱;或故意抢走在路上走着的姑娘的提包,吓得对方“花容失色”等。偷拍者随后再进行“道德点评”,或给予“善意提醒”。

“街拍正能量”或街拍测试之类视频真的是正能量吗?有位网友点评称:“这类视频意义不大,因其考验的是人性问题,但我们都知这样的人性是经不起考验的”。还有网友表示:“经不住考验的视频都被剪辑掉了吧,不然,被偷拍人肯定会追究他们的偷拍责任的”。还有位网友直接断言:“别人能否经受住考验我不知道,反正如果有钱包在我眼前,我肯定经受不住”。

随着短视频应用的兴起,不少人开通了抖音号、快手号和视频号等,随手拍的视频或不经剪辑或剪辑不当发到网上的行为,可能使自己游走在违法的边缘。关于以上类似的偷拍视频,需要注意哪些问题?还有网友提出媒体偷拍视频与普通人的有何不同,我们一起来听听法学专家们怎么说。

## 从行为违法性、损害事实、因果关系、主观过错等综合判断偷拍的侵权程度

李正国表示,在现实生活中,偷拍视频产生的危害性是巨大的,一方面,偷拍视频会对受害者名誉、隐私造成不良影响,另一方面,也向社会传递了不良价值观,影响和谐健康的网络公共秩

序。从法律的视角来看,判断一个偷拍行为是否足以达到追究其侵权责任的程度,需要从行为违法性、损害事实、因果关系、主观过错四个方面进行综合分析。

对于一些打着“街拍正能量”“科普测试”旗号耍弄他人的行为,需要具体问题具体分析。如果偷拍者将偷拍视频传至公共平台,造成受害者肖像权、隐私权、名誉权等人格权利损害,且行为与损害结果之间存在明显的因果关系,而偷拍者在主观态度上又存在过错,那么偷拍者应承担相应的侵权责任。“偷拍行为并非一个简单的价值判断问题,必须根据实际情况并结合法律规定的侵权责任构成要件进行综合判断。”李正国说。

周友军教授则表示,偷拍视频的行为可以认定为侵权行为。这里被侵害的权利首先是肖像权。我国民法典第1019条规定,除法律特别规定的情形以外,未经肖像权人同意,不得制作他人的肖像。所有偷拍视频的行为,因为没有得到被偷拍者的同意,所以,就属于未经同意而制作肖像的行为,构成侵害被偷拍者的肖像权。另外,如果偷拍视频涉及他人隐私,还构成对被偷拍者的隐私权的侵害。民法典第1032条确立了自然人的隐私权,而且,明确了“不得泄露、公开他人隐私”。如果偷拍的视频涉及他人隐私,则构成对被偷拍者隐私权的侵害。此外,如果偷拍者采取“选择性”公开视频的部分内容、添加不当的标题或评论等方式,降低了被偷拍者的社会评价,还可能构成民法典第1024条第1款规定的“以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权”。

## 媒体暗访偷拍的必须是严重损害公共利益、侵害民众知情权的内容

有人提出媒体在采访时有时也会采用偷拍的方式,最多见的就是“3·15晚会”上曝光的视频,那么,媒体采访就可以随意偷拍吗?

媒体偷拍一般是指采访媒体刻意隐

瞒自己的身份与目的,在采访对象不知情的情况下使用特殊设备隐蔽获取新闻素材。李正国表示,媒体偷拍与上述偷拍视频主要存在以下区别:在真实性上,媒体偷拍一般记录的是社会真实事件,反映的是现实真实情况;而上述偷拍视频则存在较多的挖坑、拼接、剪辑问题,展现的多是吸引眼球但并非真实的情况。在正当性上,媒体偷拍的目的在于揭露丑恶,追求公民知情权以及公共利益实现;而上述偷拍视频的目的在于耍弄他人,谋取不当利益。在合法性上,媒体偷拍需受法律、行业准则的约束,即便在偷拍采访过程中也较为注重国家秘密、商业秘密及个人隐私的保护;而上述偷拍视频主要依靠公共平台传播,缺乏硬性约束与道德自律,天然存在侵害他人合法正当权利的可能。

虽然媒体偷拍在真实性、正当性上相较于上述偷拍视频具有较大优势,但在实际进行过程,如果媒体不遵循相关法律及自律准则,还是依然存在违法的风险。李正国认为,媒体若采取隐蔽偷拍的方式获取新闻素材,至少需要符合以下条件:一是公益性。媒体暗访偷拍的不能是一般的、正常的新闻素材,必须是那些严重损害公共利益,侵害民众知情权的内容。例如每年3·15晚会上报道的诸多产品质量事件,均是记者采取暗访偷拍的方式进行曝光的。二是必要性。暗访偷拍必须是媒体在穷尽正常的拍摄手段后,仍无法获取到新闻素材,了解到真实情况的情形下才能使用。三是程序性。媒体进行暗访隐蔽拍摄,必须严格履行申请报备程序,取得行业主管部门以及相关职能机构的许可。同时取得的线索、素材等需按照要求提交有关部门,不得自行处置。四是保护性。媒体进行隐蔽拍摄时,必须严格保护他人肖像、隐私、名誉等不受侵犯;严格遵守国家秘密、商业秘密不被泄露、损害。

周友军则表示,新闻媒体偷拍往往是为了公共利益而进行的舆论监督行为。按照民法典第999条的规定,媒体基于公共利益的需要而实施新闻报道、舆论监督,可以合理使用民事主体的姓名、名称、肖像、个人信息等。但是,

有一些本可以通过正当采访迂回获得的新闻,有些媒体为图省事或追求戏剧性效果而采用偷拍偷录的“暗访”,这种做法不值得提倡。媒体不应过分追求以这种秘密调查的手段获取新闻。另外,媒体偷拍或公开视频,仍然要遵循比例原则的要求,同时,要尽可能避免或减少对偷拍者的权利的侵害,必要时还要打上马赛克。比如,未成年人出现在视频中,就要根据情况,必要时需打上马赛克。

## 视频拍摄前要取得当事人同意,且告知当事人拍摄内容及目的

认定某偷拍行为是否构成偷拍侵权的关键是什么?李正国称,是该项偷拍行为是否导致当事人的肖像、名誉、隐私等合法权益受到侵害。为了进一步规范短视频的拍摄和发布,李正国建议:

一是视频发布者要坚守法律底线,拍摄时取得当事人明确同意,并提前告知当事人拍摄内容及目的,确保不泄露他人隐私。二是公众要有维权意识,对于短视频偷拍行为,当场发现的要及时制止。若视频已被公开传播,应当联系平台维权,倘若视频侵权严重、影响恶劣,可进一步提起民事诉讼、刑事自诉维护自身权益。三是平台要尽到“合理注意义务”,当不断完善内容审核体系、投诉反馈机制、事后追责机制等保障措施,注意甄别偷拍视频,及时下架侵权视频,并通过封禁、限制准入等方式惩戒偷拍账号,最大程度地挽回受害人所造成的损害。四是相关执法机构也要加强网络巡查,及时发现并查处违法违规视频,对于情节严重的涉事人员要给予行政处罚,实现对公众权益的多方位保护。

周友军认为,短视频制作者如果需要对他人进行拍摄,必须先取得被拍摄者的同意,这是法治社会的要求,也是对他人权利的尊重。另外,如果视频要公开,也应当告知被拍摄者,包括公开的具体方式和范围等,以取得被拍摄者的同意。此外,从避免发生纠纷的角度来看,拍摄者就视频的拍摄和公开,最好采取书面形式取得被拍摄者的同意,以保存证据,防患于未然。

## 两部门严厉打击涉未成年人电信网络诈骗

本报网讯(记者 奚冬琪)针对暑假期间未成年人上网时间增多的情况,国家网信办会同公安部深入清理网上涉诈有害信息,精准提示潜在受骗群众,从严从重打击不法分子,维护未成年人财产安全和身心健康。

暑假期间,国家网信办反诈中心监测发现多起针对未成年人的电信网络诈骗事件。不法分子经常以加入“明星粉丝QQ群”为诱饵,诱导未成年人进行转账或刷单;有的宣称免费赠送游戏装备骗取未成年人钱财,严重危害未成年人身心健康。

国家网信办有关负责人表示,网站平台积极履行信息内容管理主体责任,在处置涉诈有害信息、整治电信网络诈骗方面发挥了作用。但同时,一些网站平台还存在责任意识不到位、制度机制不完善等问题。社交类平台、短视频平台要落实信息内容管理要求,持续排查处置涉诈信息、群组、账号;建立完善账号监测预警机制,及时发现和处置异常账号,落实账号实名登记制度;建立完善涉诈举报机制,及时处置和反馈网民涉诈举报;对现有应用、业务、技术进行安全评估,对不符合要求的进行整改。相关企业未履行风险控制责任致使群众受骗的,有关部门将依法追究责任。

# “红色引擎”凝聚发展“新”力量

## ——贵阳市探索加强新业态新就业群体党建工作

符爱波

近年来,以平台经济为代表的新业态蓬勃兴起,新业态新就业群体党建已成为新时代基层党建新的重点。贵阳市聚焦破解“谁负责、怎么建、力量弱、起作用”等难题,持续在强化统筹、扩大覆盖、加强指导等方面下功夫,推进货车司机、网约车司机、外卖送餐员、快递员等新就业群体党建工作。

贵阳市牢固树立“抓行业就要抓党建”的理念,注重系统谋划,研究制定贵阳贵安货车司机群体党建工作整体提升方案和网约车司机、外卖配送行业、快递员群体党建工作实施方案,依托物流园区、龙头企业、商圈楼宇、城区主干道等,建立党群服务中心和服务驿站,有针对性地提供帮助和服务。目前,全市建立“司机之家”18个、“红色驿站”150余个,户外劳动者驿站1900余个。

位于贵阳市观山湖区的京东物流园里,先锋红色车、党史长廊等红色元素随处可见,“书记上党课”视频会议正在进行。贵州京东公司党委书记赵宏登说:“之前是流动党员‘隐姓埋名’,职工入党‘无门’,建立党组织后,党员就可以挂牌亮身份了。”

“作为一名快递员,现在有了归属,更要发扬‘小蜜蜂’精神,把便捷、爱心和温暖传递到千家万户。”京东贵阳西城分公司党员王世宇说。

为筑牢战斗堡垒,加大党组织在新业态新就业群体的覆盖面,贵阳市以分支机构、项目团队、基层网点、电

商园区等为重点,通过进系统、进平台、进园区等方式,开展“拉网式”摸底排查,分级分类建立“两司机两员”(即货车司机、网约车司机、外卖送餐员、快递员)动态管理台账,摸排核实货车司机党员596名、网约车司机党员145名、外卖送餐员党员35名、快递员党员147名。按“应管尽管、应建尽建”原则,针对有3名以上党员的平台企业,建立党组织,对长期在外和所在企业无党组织的党员,指导以县为单位,建立平台企业党组织56个,货车司机流动党支部18个,网约车司机流动党支部11个,快递外卖联合流动党支部6个,外卖送餐员流动党支部1个,快递员流动党支部4个。

与此同时,贵阳市还根据“两司机两员”党员区域分布、人员组成、组织关系隶属等情况,理顺非公和社会组织工委、主管部门党组(党委)和行业党委三者之间的关系,画好党员关系逻辑图和行业党建工作组织架构图,从组织、交通、市场监管等部门选拔40名党员骨干担任流动党支部书记,择优选派39名党员干部担任重点企业、平台企业党组织和流动党支部“第一书记”,依托“筑红云”App、党员微信群等方式,对党组书记、“第一书记”开展教育培训。坚持以党建赋能数字经济,以数字技术促进党建质量提升,着力构建“数字+党建”的工作模式,认真总结货车司机党建工作点工作经验做法,延伸到网约车司机、外卖送餐员、快递员群体中去。

## 资政建言

# 农村公共文化服务急需“供给侧结构性改革”

郑兴兵

公共文化服务体系是推进城乡一体化建设的重要举措,也是实施乡村振兴战略的重要抓手。据笔者在基层调研中发现,当前农村公共文化服务供给与需求矛盾比较突出,具体表现在:

一是供给模式单一。当前,农村公共文化服务的供给主要以政府为主导,实行自上而下的资源输入策略,政府在公共文化服务实践中,存在重硬件、轻软件,重数量、轻质量的问题,农村现有的公共文化服务已难以满足人民群众日益个性化的文化需求。

二是供给样式单调。平时主要通过送书、送戏、送电影等活动为农村群众提供精神文化“套餐”,而植根血脉的乡土文化没有被充分挖掘和利用,群众所喜闻乐见、丰富多彩的文化“大餐”没有被奉上。导致出现政府将电影送到农村社区却无人观看,设备良好的农家书屋利用率低,漂亮的公共文化设施少有利用等窘境。

三是受众对象单薄。一方面受人力、物力、财力影响,加之文化人才队伍匮乏的制约,没有专门的文化骨干定期组织集体活动,村上的活动基本是自发组织的,维持时间较短,队伍稳定性不强。另一方面,目前留守农村的大部分是老弱病残群体,整体文化素质偏低,兴趣爱好较少,所以参与程度不高,积极性不够。

为此,笔者建议:

一是摸清“底子”,掌握农村文化需求样式。进一步加大农村公共文化服务调研力度,全面梳理农村文化需求,弄清基层群众喜欢看什么,喜欢玩什么,减少盲目施策,盲目投入。要根据地区间的文化差异,科学拟订基层群众文化需求“营养菜单”,真正让农村群众感兴趣、愿意看、有意义的文化产品能下乡、多下乡、早下乡、快下乡。

二是找准“路子”,转变农村文化供给方式。进一步加大财政支持力度,积极探索农村公益文化社会办的新途径,引导和鼓励企事业单位、社会团体和个人投资兴办农村文化事业或捐助公益性文化事业,大力吸引民间资本投资参与农村文化建设,逐步形成“民办公办、政策扶持、多方融资、全民参与”的农村文化建设运行机制。

三是搭好“台子”,丰富农村文化活动内容。坚持上下联动、城乡互动,指导和帮助当地农民开展一些自娱自乐的文化活动,使专业演出和农民自办的文化影响有机结合。着力培养一支热心农村文化事业、对农民有深厚感情、专兼结合、相对稳定的农村文化工作队伍,多组织一些农民自编自演的文艺演出活动,使农民居民能够亲身参与到文化建设中来,激发他们对文化的热情。

(作者单位:湖北省南漳县政协)

## 市场监管总局查处哄抬煤炭价格

本报网讯(记者 徐艳红)近日,市场监管总局组织3个调查组分别赴山西、内蒙古、陕西开展调查,进一步加强电煤价格监管,明确法律红线,规范电煤价格秩序。

随着电力负荷高峰期来临,全国用电负荷继续攀升。煤电是保障电力安全稳定供应的“顶梁柱”,做好电煤保供稳价工作具有重要意义。此次调查工作突出三个重点。一是针对前期摸排的涉嫌哄抬价格、价格串通等问题线索开展重点调查。二是牢牢扭住煤炭生产企业“坑口价”这个关键环节。三是重点对三个电煤主产区的煤炭企业开展调查。通过调查,初步认定18家煤炭企业涉嫌哄抬煤炭价格,3家交易中心涉嫌不执行政府定价。

从违法形式看,哄抬价格的主要表现形式有以下三种。一是大幅提高销售价格哄抬价格,煤炭生产企业在成本未发生明显变化的情况下,大幅提高销售价格。二是增加交易环节,层层加价哄抬价格,煤炭生产企业将煤炭销售给关联贸易公司,通过关联贸易公司加价销售,推高价格。三是以化工煤名义高价销售动力煤,企业以“化工煤”名义签署确认函,但实际销售动力煤,通过规避长期供货协议限制价格的方式推高价格。

市场监管总局将按照能源保供稳价工作要求,持续加强煤炭价格监管,集中曝光典型案例,形成有力震慑,引导煤炭价格在合理区间运行。指导各级市场监管部门开展煤炭价格专项调查,更好地发挥监管执法的社会效应,全力以赴做好迎峰度夏能源保供稳价工作。

## 三亚开通职工群众公益心理援助热线应对疫情

本报网讯(记者 奚冬琪)近日,海南省三亚市突然暴发疫情,病例增长迅速,有不少职工出现了焦虑、紧张、烦躁等负面情绪。针对这一情况,中国职工发展基金会迅速行动,联合海南省总工会、三亚市总工会和爱心企业六合照诚(北京)信息科技有限公司,于8月8日紧急上线了24小时职工公益心理援助热线,为打赢疫情防控阻击战提供心理后援。

公益心理援助热线通过“陪伴共情—接纳情绪—寻找资源—获得力量—使生活正常化”等咨询方法对来电职工提供帮助,在聆听与倾诉中帮助他们正确认识和接纳自己的情绪,保持积极乐观的心态,坚定战胜疫情的信心。

自2020年疫情发生以来,中国职工发展基金会先后为河南、广西、江苏等6个省区、金融、国防等多个产业的职工,以及货车司机等新就业形态劳动者群体提供咨询服务,解决了他们在疫情之下出现的情绪问题,获得广大职工的欢迎和好评。

## 两部门严厉打击涉未成年人电信网络诈骗

本报网讯(记者 奚冬琪)针对暑假期间未成年人上网时间增多的情况,国家网信办会同公安部深入清理网上涉诈有害信息,精准提示潜在受骗群众,从严从重打击不法分子,维护未成年人财产安全和身心健康。

暑假期间,国家网信办反诈中心监测发现多起针对未成年人的电信网络诈骗事件。不法分子经常以加入“明星粉丝QQ群”为诱饵,诱导未成年人进行转账或刷单;有的宣称免费赠送游戏装备骗取未成年人钱财,严重危害未成年人身心健康。

国家网信办有关负责人表示,网站平台积极履行信息内容管理主体责任,在处置涉诈有害信息、整治电信网络诈骗方面发挥了作用。但同时,一些网站平台还存在责任意识不到位、制度机制不完善等问题。社交类平台、短视频平台要落实信息内容管理要求,持续排查处置涉诈信息、群组、账号;建立完善账号监测预警机制,及时发现和处置异常账号,落实账号实名登记制度;建立完善涉诈举报机制,及时处置和反馈网民涉诈举报;对现有应用、业务、技术进行安全评估,对不符合要求的进行整改。相关企业未履行风险控制责任致使群众受骗的,有关部门将依法追究责任。



关爱一线公交职工 工会送清凉

为了把关爱职工健康工作做到实处,日前,在北京公共交通控股(集团)有限公司第四客运分公司第五车队(靛厂场站),北京市总工会慰问组一行为一线公交职工送上包含风油精、饮料等物品的“清凉包”,对高温下坚守一线的公交职工辛勤付出表示由衷感谢,并叮嘱职工在履行好工作职责的同时,注意防暑降温,确保高温条件下公共交通运营安全。

本报记者 贾宁 摄