

买门锁被商家拍摄短视频带货

法院:道歉并赔偿

短视频带货是新兴的电商形式,但拍摄时拍到了不知情的消费者是否算侵权呢?重庆市沙坪坝区人民法院近日就审理了这样一起网络侵权责任纠纷案。今年2月,重庆的王女士在网上购买了一把智能门锁,安装的时候,在不知情的情况下被商家拍摄了视频短片并发了到网上。

觉得被侵权的王女士协商无果后起诉了商家。最终,法院判决商家道歉并赔偿经济损失。

据央视新闻



视频截图

更换智能门锁,却被商家拍摄成了短视频

王女士说自己当时想要给家里的防盗门更换智能门锁,刚好在某短视频平台看到了这家智能门锁商家的短视频,于是就在网上下了单。

王女士下单后的第二天下午,工作人员来到王女士家中安装门锁,并进行了视频拍摄,经过剪辑后发布在短视频平台。在这条视频中王女士和她的家人都被拍摄入镜。

自家更换智能门锁,却被商家拍摄成了短视频,自己在不知情的情况下成了商家的龙套演员,甚至还被观看这条短视频的网友评头论足。这让王女士十分气愤。

于是王女士第一时间就联系了这家智能门锁的商家,要求对方将这条短视频进行下架处理。

大约一个多小时之后,智能门锁的商家下架并删除了这条短视频,但双方对王女士要求的赔偿金

额协商未果。于是王女士将商家起诉到了法院,要求智能门锁的商家对自己赔礼道歉并且赔偿自己的名誉损失、肖像损失及精神损失费共计2万元。

商家是否构成对原告肖像权和名誉权侵犯

王女士认为商家的行为侵犯了自己的肖像权、名誉权。智能门锁的商家则认为在此前的微信聊天记录里,王女士已经同意了他们拍摄短视频,也就是默认可以发布上网了。面对原被告双方的意见,法院将如何审理呢?

重庆市沙坪坝区人民法院法官刘畅表示:被告在安装门锁过程中,拍摄视频时,拍摄到了原告及家人的肖像,并且用于广告宣传,是否构成对原告肖像权和名誉权的侵犯,这是双方的争议焦点。

原告王女士认为,双方在微信聊天中,自己从未明确同意过被告

对自己安装门锁的过程进行拍摄。被告在未经自己授权同意的情况下,私自拍摄了安装视频,并且上传到网络短视频平台进行宣传,已经侵犯自己和家人的肖像权。

被告对这个说法并不认可。被告提出,他们在为原告提供门锁安装服务时,已经提前一天在微信上告知了原告会有视频拍摄,但原告没有明确提出意见,因此他们认为,原告对于现场拍摄行为是表示默认的。

被告还提出,自己长期拍摄门锁安装视频并在短视频平台进行宣传,原告王女士也是因为看到了他们此前发布的短视频才会选择购买门锁。所以王女士早应该知晓上门安装会有视频拍摄。并且被告在安装门锁的过程中,同步进行拍摄的行为,王女士是可以看到且默许的。

对此,原告王女士表示,当时被告在安装智能门锁时,由于楼道灯光昏暗,自己只认为对方的行为是

在照明,并没有留意到对方在拍摄视频。

法官释法:构成侵害肖像权有两大要件

本案中,要认定事实的关键在于被告使用原告的肖像权拍摄短视频,是否取得了原告的同意,拍摄的短视频是否以营利为目的。于是法官调取双方的微信聊天记录进行了分析。

根据民法典第一百四十条规定:“行为人可以明示或者默示做出意思表示。沉默只有在法律规定、当事人约定或者符合当事人之间的交易习惯时,才可以视为意思表示。”

法官表示,对于被告安装门锁时的拍摄行为,原告虽有知晓,但并未以意思表示的方式予以认可,不能以原告未作回应就认定原告已经接受和同意被告取得和使用其肖像。

刘畅认为,被告在微信中只是告知说上门安装门锁拍视频,但是原告没有回复,有可能原告没有看见,也有可能原告没有同意。没有证据证明原告以自己的方式,不管明示默示的方式,同意被告拍摄她的视频。

在本案中,被告拍摄的视频对象特定,王女士并非偶然入镜,且被告将王女士的肖像用于商业宣传和营利,目的明确,不属于法律规定的对个人肖像权的“合理使用”范畴,因此被告的行为构成对王女士肖像权的侵犯,应当承担相应的侵权责任。

2024年8月9日,重庆市沙坪坝区人民法院对此案做出判决,判

决被告在其注册经营的网络账号上对其未经许可使用原告王女士肖像一事发布致歉声明,并赔偿王女士经济损失1500元。

消费者如何维护权益,商家如何规范其行为

如今,许多商家热衷于将线下消费实况以短视频或直播的方式展示在网络上,以此来吸引更多客流,却未注意对消费者的保护。对此,消费者该如何保护自己的合法权益?商家和网络平台又该如何规范此类行为呢?

记者发现,许多消费者在线下场所消费时并不知道自己被商家拍摄上传或直播到网上,消费者时常会担心自己被动充当商家的引流道具,同时给自己相关行踪、面部等信息带来泄露的不确定风险。

专家表示,随着线上线下消费场景加快融合,商家创新营销方式,将消费者真实消费过程制作成短视频上传到网上进行宣传,可以给更多的消费者提供真实的消费场景感受,同时这类短视频也可能在短视频平台获取更多的流量推广。

根据《消费者权益保护法》规定,消费者在购买、使用商品和接受服务时,享有个人信息依法得到保护的权利。《个人信息保护法》也规定,商家拍摄、直播消费者,应取得个人同意;同时,个人对其个人信息的处理享有知情权、决定权,有权限制或者拒绝他人对其个人信息进行处理。因此专家也指出,商家在进行宣传推广的同时,也应遵循合法、合理原则,充分告知消费者拍摄的内容、目的、使用范围等,征求消费者意见。

低价引流、课程鱼目混珠……

受热捧的夜校怎能不务正“夜”?

“白天上班、晚上学艺”,这两年,“上夜校”成了很多年轻人的“夜生活”选择,有不少人认为这是一种“性价比很高”的获取新知识、新技能的方式,多地政府也对夜校提供补贴,希望推动社会形成持续学习的氛围。

然而在夜校受到热捧的同时,近期有不少人反映,一些夜校用低价引流之后,实际上课程质量堪忧;甚至还有的机构只是招生中介,根本不做培训,学员报课后发现问题,却又维权困难。这些乱象是如何造成的?我们又该怎么分辨,避免上当呢?

据中国之声



视觉中国供图

“夜校”热度持续上升

每周五晚上8点,江西省上栗县的黄丽都会到青年夜校上课,她说,在夜校不仅能学到东西,还能结识新朋友。

“每次发布(课程)报名,我都是第一时间报名,我参加过书法、唱歌、爵士舞等课程,因为这些比较感兴趣。每一位来授课的老师都是专业老师。”

青年夜校负责人李卓昱介绍,夜校的课程涵盖咖啡品鉴、书法、健身、歌唱等内容,每次课程能覆盖

50多人,尽可能做到“青年下班,夜校开门”。

“最大的难度还是在于要持续满足我们青年人的需求,要关注现在年轻人的兴趣点。我们要尽可能地挖掘好的课程,要保证自己的课程质量能够吸引到更多的青年人。目前来说,我们开设的课程学生还是比较积极的。”

互联网平台数据显示,2023年以来,“夜校”关键词搜索量同比增长迅猛,在某社交平台上,“夜校”话题相关笔记的数量超过62万篇。凭借价格低、课程种类多,夜校的热

度还在持续上升。除了缓解压力、拓展兴趣爱好以外,课程价格不高,也是人们选择夜校充电并丰富生活的原因之一。

乱象是怎么造成的

随着夜校热度的提升,行业内一些乱象开始出现。深圳的施女士9月初报的课程,等了一个月,夜校还没凑齐人数,又过了一个多月才退款成功。

施女士告诉记者:“500块钱12节课,我就咨询了一下,当时报了两节课,第一个课成了,第二个课一直

说人数不够,当时承诺的是一个半月内如果这个班没有成的话,会把费用退还给我。过了一个月,我看那个班还没有成,就问他退费的事情,然后他就一直搪塞我,最后是催了几次才退给我。”

虽然施女士顺利上完了钢琴课程,但她觉得课程质量难以让人满意。事后,施女士特意去了解了一下这个所谓的夜校,发现了其中的问题。“我一开始以为是像学校一样,有自己的老师、自己的班、自己的课程。结果都不一样,它不是夜校,我觉得就是一个中介,跟好多培训机构有合作,就相当于我们是他的信息,他把我们的信息转给培训机构。”

业内人士王先生给记者提供了一份《夜校合作一览表》,具体内容是“公司负责给商家招生,学员报名成功后,公司线上收取学员定金200元/人,学生线下交付余款300元后开始上课”。如果学员在商家续课,招揽学员的公司会抽成10%。负责招生的公司为甲方,培训机构为乙方,双方的合作协议中明确,甲方具有合作项目的学员客户资源,乙方是提供授课的机构。乙方向学员收取300元/人/项目培训费用,完成第一次授课三日内向甲方付100元/人/项目的合作费用。

王先生坦言,夜校出现乱象不仅让乐意去夜校充电的年轻人得不

到收益,也伤害了真正用心做夜校的专业人士。“可能原来是个引流机构,然后转了个方向,改了个名叫夜校,把这波热度蹭上了。我了解到大多数开夜校的还都是比较良心的,其实那样挺伤害真正做夜校的人,尤其是我看咱们全国有几家非遗夜校,人家确实是把好的传承人请过来了。”

如何分辨其中的陷阱

对于现在一些夜校不能如约开办、虚假宣传严重等问题,江西南昌一位夜校培训行业负责人肖先生告诉年轻人,要学会分辨其中的陷阱。

肖先生说:“一种是以低价吸引学员,但是学员去上了几次,又以各种理由推出新增收费内容,或者要提前捆绑续费。第二种就是虚假宣传,比如舞蹈班,有知名老师来授课,又或者教你做短视频的夜校班,有技术大咖全程指导包教包会,但是交了钱去上课却发现跟承诺的完全不一样,上课人数也从承诺的小班变成很多人的大班,这种叫‘货不对板’。还要当心以个人名义开设所谓夜校班的,这种的往往自己有一技之长,向学员展示,吸引学员报班跟着他个人学,但是学着学着人跑路了,交的钱也追不回了。”

肖先生建议,要选择有官方背景的机构或者选择品牌、规模、口碑较有保障的机构学习。