

新媒体的民事法律风险及预防措施

◆田林海 李宏伟

(定兴县人民法院, 河北 保定 072650)

【摘要】随着我国经济发展水平的不断提升,新媒体已经成为当前一种新的信息传播以及交流沟通渠道,但是在新媒体的大环境下,民事侵权案件时有发生。本文则是从理论分析角度入手,分析了新媒体民事侵权的基础内容,围绕着民事侵权法律风险的成因以及具体的预防手段,提出了以反馈信息处理、网络信息删改、素材有偿使用、信息推广管理为主的预防方案,能够有效杜绝新媒体领域的民事侵权行为,也可以为民事法律体系的建设奠定良好的基础。

【关键词】新媒体;民事侵权;法律风险;预防对策

新媒体是以信息技术为依托构建的新型媒体,能够满足人们对于信息的传播和交流需求,同时,也存在社会舆论引导、凝聚社会共识、提升社会经济发展稳定性的重要价值。但是随着近些年公众网络维权意识的不断增强,在新媒体领域产生民事侵权行为已经成为多方关注的重点,而与之相关的法律体系也需要不断进行完善和创新。如何迎合新媒体完善原有的民事法律法规,确保新媒体用户行使监督权的同时又可以保障用户的合法权益,是目前要思考的重要问题。

一、基础理论分析

(一)新媒体的民事侵权行为发生背景

与传统的媒体相比,新媒体更倾向于灵活利用广播、电视、互联网、电子终端进行新闻推广、信息传播,是目前第5个新型的媒体手段。新媒体赋予了传播者以及信息接收者对等的权利,人们可以在互联网上进行个性化交流,而新媒体民事侵权则是在网民发布自身言论和信息的过程中,对其他主体产生了侵权影响。这些主体包括但不限于个体网民、组织、私人企业、主管部门等。由于新媒体的信息传播模式过于新颖,大量的信息观点会在短时间内快速扩散,导致新媒体侵权行为往往存在影响大、扩散速度快、传播范围广等特点。而如今随着新媒体逐步占据了人们的日常生活,不同群体对于新媒体的看法和观念有所不同,民事侵权行为的类型也在不断增加,如何规避新媒体领域产生的民事侵权行为,提升法律法规的完善性和标准性,是目前法律法规体系建设的重点任务。本文则是从民法角度阐述了新媒体对于民事法律侵权风险的规避方案,能够借此整肃新媒体的内部环境社会,为媒体发展以及经济发展奠定良好基础。

(二)新媒体民事侵权行为的具体界定

新媒体的信息传播速度较快,在这个过程中容易出现侮辱、丑化、污名化等侵权行为,另外,隐私泄露也属于较为严重的侵权行为。未经本人同意私自散布,并且夸张化其

相关隐私,是属于侵害他人隐私权的案例,假冒或者盗用他人信息,对他人的名誉、社会或相关主体的利益造成侵害,将构成侵犯姓名权。若使用当事人的肖像以及相关隐私不当谋利,属于侵犯他人的肖像权。除此之外,还存在恶意篡改他人信息,窃取他人作品等行为,这些行为不仅需要承担相应的责任,还要赔偿相关经济损失。

二、新媒体民事法律风险的类型

结合近些年新媒体的不断发展和创新,民事侵权行为的案例也在不断增加,其中较为典型的法律风险有以下几种。

(一)名誉侵权风险

名誉侵权主要指的是在信息传播的过程中,对当事人产生了名誉领域的不良影响属于违法行为,行为人需要负相应的法律责任。比如在我国《民法典》第1025条中,对于他人名誉侵权的规定为:新媒体扭曲事实,对于相关信息传播并没有尽到监督和把控的义务,导致他人名誉受损,需要承担名誉侵权责任。比如,用户在媒体上发布了文章,其中的一部分内容失真,而媒体平台以及相关负责人并没有及时进行真实性审查,最终导致相关人的名誉受损,应该对平台以及发布人追究责任。

而从平台的角度出发,其中所涉及的审查义务来源于以下几个方面。首先,平台需要全方面考虑媒体信息的内容。有相关资质的新闻媒体人民网以及新华社,在发布信息的过程中,都需要进行信息内容真实性的审查,若存在风险要及时进行调整。其次,新闻传播的过程中会引发一系列关于新闻内容的争议,这些争议是否属实,且是否会对当事人造成不良影响,也需要进行相关审查。再次,时间是新媒体发展的生命和灵魂,因此,所有的新闻要具备时效性,作为新闻媒体人以及平台审查人需要第一时间审查信息,是否为最新且可值得进行大面积传播的信息。除此之外,还要判断新闻内容是否和公序良俗相关。一部分新闻中涉及的是个人道德标准领域的问题,一旦发布虚假信息,

有可能对当事人造成道德侵害,此时需要承担相关法律责任。

总体来讲,名誉侵权风险在目前新媒体领域多发,与新闻信息发布人、平台审查人以及相关主体都有一定的联系,是否做到全方位的信息核查,是导致名誉侵害法律风险出现的主要因素。另外,相关媒体自身的规模是否成熟,是否有稳定发展的根基,也将决定媒体本身是否能够贯彻行使审查权。

(二)著作权侵权风险

著作权侵权主要指的是当事人违反了《著作权法》。比如,《民法典》第1185条指明了侵犯著作权需要承担的相关民事责任;并且在2020年我国针对《著作权法》进行了针对性的修改,其中提高了对著作权的保障以及相关罚款额度,能够切实保障新媒体时代著作权人的合法权益,也可以确保文学创作、绘画、艺术等作品具备创新空间。

产生著作权侵权风险的因素与多个领域都有直接关联,首先,互联网用户在创作的过程中通过借鉴、模仿、抄袭他人作品以此来获益,属于最常见的著作权侵权风险类型。但是对于文字类以及艺术类作品,如何界定其侵权风险还存在较多的盲区。在文字作品创作领域,侵权行为大部分围绕着作品结构、字词展开,设定相似是否界定为侵权,这是目前大多数人讨论的热点话题。而从侵权风险发生的角度来讲,当事人自身的主观意识将决定侵权风险的程度,有恶意倾向借鉴或抄袭他人作品来谋取利益所承担的责任有所增加,民事风险的影响程度更深。

(三)肖像权侵权风险

公民同意或者不同意他人利用自己的肖像进行营利活动是肖像权的主要内容,法律赋予了公民肖像权的使用权利。而在当前的新媒体环境下,人人都可以成为信息传播的主体,但是在拍摄、录制相关作品的过程中,若没有征得权利人的同意,便将作品发表、展览,并以此来获得利益,都属于侵犯他人肖像权。

根据《民法典》第1019条中对侵犯肖像权的界定来看,任何组织或者个人采取任何方式侵犯公民的肖像权,都需要承担法律责任。因此,新媒体在运维和发展的过程中,容易出现肖像权被侵犯的风险。对于权利人的肖像进行恶意传播、污名化、擅自获益都会触犯法律条文。但同时《民法典》第1021条以及第1022条又规定了有肖像权人的解释规则以及合同解除的规则,在有合同规定的条件下,按照合同规定解除,若没有时间规定,则可以随时解除。权利人可以按照这一法律法规来赋予约束他人使用自己肖像的权利。

三、新媒体民事法律风险出现的成因分析

新媒体领域导致民事法律风险出现的原因类型较多,结

合当前较为常见的民事侵权行为,以及涉及的法律条款来看,可以将其归纳为以下几种。

(一)缺乏自主遵循法律法规的主观意识

意识将决定人们的日常行为,而目前新媒体领域人人都成为信息的制作者和传播者,但是一部分人对于法律法规的了解不够透彻,缺乏法治意识和自我约束意识,导致部分网民在发布或者制造新媒体信息的过程中,忽视了对于民事权利维护和把控的界限,导致相关民事侵权行为逐步增加,这也提升了新媒体领域的民事法律风险。另外,新媒体运营人员、平台监督管理人员在相关领域的审查不够完善,缺乏主动进行风险防控以及风险挖掘的意识,导致民事法律风险漏洞有所增加。

(二)二次创作的侵权界限把控不严

结合目前最高法《关于审理名誉权案件若干问题的解答》的第10条规定,一部分新媒体在发布文章或者作品的过程中,很难考虑二次创作环境下的侵权行为。微信公众号侵权,便存在侵权界限模糊行为。微信公众号在发布推文的过程中,其本意在于为自己的产品打广告、做推广,在推文中却将电影明星作为主体,对其拍电影时在资金周转方面的细节进行撰写,最终被该明星告上法庭。从侵权类型的角度来看,强行将该明星在资金周转领域的操作与自己的金融产品构建了关联,追究了其责任。其中的界限模糊问题主要体现在:若发布者单纯将该篇推文作为描述影视化信息的推文,但是在推文中增加了关于自身金融产品的推广和介绍,使该文章具备了较强的商业价值;而文章标题以该明星拍摄期间的一系列事件作为主语,具备吸引流量的作用。而平台在发布之后未能及时将其中造成误解的部分剔除,导致文章丧失了公平公正性,从而涉及民事法律风险。

四、新媒体民事法律风险的预防对策

新媒体是目前社会经济发展的主流,也是未来发展的必然趋势,作为新媒体人以及受益的用户,在日常使用新媒体获取利益,并且实现信息交流和沟通的环境下,要自觉认识到民事侵权行为也具备现代化和数据化特点。因此,要及时地做好民事法律风险防控,积极制定提前预控对策,来避免侵权行为的出现。

(一)及时对反馈信息进行处理

综合原《中华人民共和国侵权责任法》第36条的规定,新媒体平台作为媒介提供者,对于读者或其他人员提供的信息,需要及时地予以审查,针对其中有争议且错误的信息及时处理。比如,用户在发布了虚假信息或有争议的信息之后,平台有权力进行删除,并且向用户下发警告通知书;针对一部分用户举报的不良信息要及时进行反馈和处理,尤其要加大力度做好大数据筛查,快速检索热门视频或文章的评论区,判断其中是否存在较大的争议,以此来作为

平台内容管控的手段。这种方式可以提升新媒体平台的主观能动性,主动进行民事法律风险防控,也能够避免受到连带责任的影响。

(二)慎重进行网络信息的删改

结合我国《信息网络传播权保护条例》第5条的内容,若需要针对某些信息进行篡改,将其作为新的媒体素材需要及时和原创作者以及发布者进行沟通,征得许可之后才可以将其电子信息作品转化成自己的新闻素材,这样能够从根本上避免一系列的著作权侵权问题。另外,当前部分网站作为素材网站,其收集的素材来源质量参差不齐,而网站自身是否与创作者之间达成了授权协议也属于位置状态。新媒体平台在使用这些网络素材进行二次创作和加工的过程中,要谨慎进行删改、编辑、创新,在信息可溯的前提下,及时追寻素材的源头,征得其同意才可以使用,若不同意需要及时做删除处理;一部分无法进行溯源的素材以及信息,在必要情况下可以用其他信息作为替代,避免在其基础上进行大规模二次创作。

(三)构建合法合规的新媒体信息推广体系

新媒体平台以及相关主体的会议渠道,绝大部分以广告为主,承接广告也是新媒体发展的主要业务,其中又涉及广告制作以及信息传播等业务,为了规避该领域存在的民事风险,需要按照我国《广告法》中的相关规定进行内部审查,比如《广告法》第34条规定了新媒体具备广告审查的义务,若未能及时进行广告审查,导致恶劣事件的发生,需要按照《广告法》第55条的规定,承担相应民事法律责任。因此,新媒体在发布、制作、承接、推广广告的过程中,必须做好全过程管理。首先,针对广告的材质需要进行溯源审查,必要时可以通过复印广告制作公司的许可证以及营业执照进行留底,完善原有的广告审查程序,确保所有的广告

合法合规,且内容健康正确。其次,在广告推广的过程中要注意其使用的素材,涉及的人物、行业以及相关主体与广告本身是否有明确的利益关系,并且具备合同约束,确定广告制作者、推广人员、受益方之间是否有明确的权益。再次,在广告推广过程中,一旦出现相关问题,需要及时溯源分析调查产生问题的原因,并且及时制定解决方案。最后,要建立在市场大数据发展的基础上,建立广告信任机制,广告推广期间所使用的人员、合作的明星及相关主体要承担信用机制带来的后果和风险,避免出现代言风险问题。

五、结束语

综上所述,新媒体为当前社会市场的发展提供了新的途径,但同时其中所涉及的一系列民事法律风险都需要进行主观防控和科学管理,新媒体的传播者、使用者都需要具备较强的法律意识,在信息制作以及传播的过程中主动避免民事侵权风险的出现;提升自身的主观能动性,进行内部审查以及细节管控,将一部分潜在风险遏制在萌芽阶段。加强法律法规建设,做到新媒体领域的科学管理,能够为新媒体市场的稳定发展和健康建设奠定良好的基础。

参考文献:

- [1]王婉婷.网络新媒体下公众人物名誉权保护的困境及其对策[D].武汉:华中科技大学,2022.
- [2]孙连滨.自媒体侵权民事责任法律问题研究[D].大连:大连海事大学,2021.
- [3]邱雯.新媒体新闻侵权的归责问题探析[J].传媒论坛,2020,3(19):149-150.

作者简介:

田林海(1977—),男,汉族,河北保定人,本科,研究方向:法律。

李宏伟(1974—),男,汉族,河北保定人,本科,研究方向:法律。

