

短视频中的肖像权保护研究

●施 娥



[摘要] 随着网络时代的发展,各种社交网络平台的兴起,占据了人们大量的闲暇时间,同时,也引起了全民创作短视频的热潮。短视频凭借着短小精炼的特点迎合了人们娱乐化的需求,网络领域中的自由感和弱边界感,让公众产生了更强烈的表达欲和创作欲。在此背景下,实践中侵犯肖像权的案例在与日俱增。这不仅影响了短视频行业的发展、侵犯了肖像权人的肖像权,同时,加重了法律工作者的工作负担,一定程度上来说浪费了司法资源。因此,要增强公民对权利保护的观念,加强对短视频制作的监督管理,这样才能促进短视频行业的发展及对肖像权的保护。

[关键词] 肖像权保护;短视频;监督管理

随着网络技术的发展,人们不再热衷于传统的长视频,如电视剧、电影、电视节目等。传统长视频的创作需要较多的时间、金钱成本,同时,需要较为专业的人员来进行指导、拍摄,其复杂性程度较深。短视频的制作较为简单,不需要精密的设备,仅需凭借一部手机或摄像机就能完成视频的创作,其时间较短,主题较丰富,传播速度快,因此,深受人们喜爱。网络是一把“双刃剑”,正因其传播速度快、范围广,短视频本身制作门槛低等特点,肖像权侵权问题较为突出,这不仅侵犯了自然人的肖像权,还影响了短视频行业的发展。

肖像权与短视频概述

(一)肖像权的概念

何为“肖像”是讨论肖像权问题的前提。《民法典》第1018条将肖像界定为通过影像、雕塑、绘画等方式,反映的特定自然人的可被识别的外部形象。肖像是以一定的载体所呈现出来的自然人的外部形象,具有可识别性,肖像作为肖像权的客体,表现出了自然人特有的人格利益。“外部形象”指的是肖像并不局限于自然人的面部形象,肖像载体上所呈现出来能够识别为特定人即为肖像。可见,自然人的整体外貌形象均可作为肖像的内容。

肖像权主要反映的是人格利益,为个人所专属。我国《民法典》第1018条规定:“肖像权人对于其肖像享有制作、使用、公开和许可他人使用的权利。”第1019条规定:“除法律另有规定,未经肖像权人同意,不得制作、公开肖像权人的肖像。未经肖像权人同意,肖像作品权利人不得

以发表、复制、发行、出租、展览等方式,使用或者公开肖像权人的肖像。”

(二)短视频下的肖像权问题

网络时代的到来,提高了大众对新兴事物的接受度,越来越多的人热衷于在各个社交平台上展示自己,短视频产业应运而生。粉丝量、点赞量、评论量都会给视频制作者带来一定的经济利益,越来越多的人在网络上实现经济自由之后,大部分人开始做自媒体并沉浸于高点赞量、评论量之中,街头采访、技能分享等不同类型的短视频进入人们的视野。信息时代信息的传播速度快、范围广,一个视频、一张照片在流量的加持下就能迅速传遍网络,肖像权人的肖像常被“暴露”。很多街拍的工作人员为了流量,经常会在大街上采访路人一些比较具有争议性的话题。例如,会问女生,“娶你要多少彩礼?”女生回答:“我觉得要几百万吧!”也许就是被采访女生开的一个玩笑,但是当短视频在网络平台传播之后,女生便被很多网友“网暴”甚至被人肉搜索。在此之前,街拍记者或许并未告知女生此采访视频会被传播至网络平台,也并没有征得女生的同意,却严重影响了被采访女生的个人生活,这无疑侵犯了被采访者的肖像权。

短视频虽然推动了自媒体的发展,使网络变得更加多元丰富,但同时也侵犯了自然人的肖像权等人格权。在网络时代,由于短视频本身具有制作门槛低、传播速度快、范围广等特点,社会大众对肖像权相关的法律法规的忽视,给肖像权保护增加了难度。2023年8月15日施行的《生成式人工智能服务管理暂行办法》中提到,要“尊重他人合法权益、不得危害他人身心健康,不得侵害他人肖像权、名誉

权、荣誉权、隐私权和个人信息权益。”这一办法的实行，为保护短视频中的肖像权进一步提供了法律依据。

Q 短视频肖像权侵害的表现形式

（一）保护范围受限

我国《民法典》第1018条第2款规定：“肖像是通过影像、雕塑、绘画等方式在一定载体上所反映的特定自然人可以被识别的外部形象。”据此得知，肖像权保护的肖像具有三个要素：“自然人通过一定载体”“可识别的”“外部形象”。这一规定实际上拓宽了肖像权的保护范围。我国传统民法理论长期认为自然人的外部形象，主要指的是自然人的面部形象，其他自然人的身体组成部分即使能反映自然人的外部形象也不属于肖像。笔者认为将肖像限定在面部形象，不易于保护自然人的人格尊严。特别是在短视频流行的当下，如果不将自然人可以识别的外部形象纳入肖像权的保护范围，那么就会更容易侵犯自然人的肖像权。如今司法界也普遍承认肖像包括自然人的其他身体部位。那么在短视频中，常见角色形象是否属于肖像呢？在理论上，对于角色形象，一种观点认为作为肖像权对象的体貌，不包括表演者的形象、声音，表演者的形象应受著作权法保护。另一种则认为角色形象和肖像可能存在重合。在司法实践中，一般也认为角色形象不属于肖像。短视频创作中，一些剪辑类视频使用他人的角色形象是很常见的，所以笔者认为，判断一个角色形象是否构成肖像，关键在于其辨识度。换言之，假如观众普遍觉得该角色形象与特定个体关联较弱，那么该形象不被视作肖像，若角色形象与实际人物有显著区别也不算作肖像。也就是说，缺乏必要的辨识度就不是肖像。

（二）不正确适用肖像权的合理使用条款

其一，《民法典》第1019条规定，未经肖像权人的同意，除了法律另有规定，任何人不得制作使用或公开肖像权人的肖像，肖像作品权利人不得以发布、复制、发行等方式使用、公开肖像权人的肖像。《民法典》第1020条规定了合理使用的情形，在合理使用范围不需要取得肖像权人的同意。但是实践中适用《民法典》第1020条不够规范，过分强调肖像权人的利益，会阻碍短视频创作者的视频创作，过分强调短视频创作者的利益又会侵害公民的肖像权，所以需要第1020条作出合理解释。在维护肖像权人与短视频制作者之间的权益中，必须考虑到网络的开放、虚拟、实时互动等特性，短视频作为文化产业新兴力量，对传统的肖像权保护机制提出了新的问题和需求。应当确保著作权人的合法利益得到维护，与此同时，也需要根据时代变迁和网络环境的特点，对保护策略进行更新。不能让权益的天平过度倾向于肖像权的维护，以至于影响到公共利益，这种偏向可

能会制约作品的广泛传播，对文化传承造成不利影响。我国《民法典》第1020条第1项至第4项规定了四类合理使用行为，在短视频的创作、传播中应不涉及此类合理使用。

其二，为实施新闻报道，不可避免地制作、使用、公开肖像权人的肖像。实施新闻报道的功能是反映和引导社会舆论，并且包含舆论监督的作用。所以实施新闻报道有很强的社会公共利益，这就是新闻报道允许合理使用自然人肖像的理论基础。

其三，为依法履行职责，国家机关在必要范围内制作、使用、公开肖像权人的肖像属于合理使用。比如，公安机关在发布通缉令时，往往会使用犯罪嫌疑人的肖像，这属于公安机关为了执行公务而使用肖像信息。在短视频大热的网络时代，很多机关也入驻了短视频平台，例如，法院、检察院等。在短视频平台最常见的就是法院发布“老赖”的照片和信息，这种行为就属于司法机关在必要范围内公开肖像权人的肖像。值得注意的是，国家机关在公开自然人肖像时应当具有法律依据。

其四，为展示特定公共环境，不可避免地制作、使用、公开肖像权人的肖像。立法者设置此类合理使用，是基于民事主体从事民事活动的现实考虑的。比如，在日常生活中，游客参观自然风光为了留念拍摄视频和照片，会不可避免地拍摄到其他自然人。特别在短视频流行以后，人们为了将外出旅游时所拍摄的影像制作成短视频的行为已经成了时尚。所以基于拍摄风景从而制作短视频的行为，笔者认为构成合理使用。

Q 短视频侵权行为成因

（一）短视频制作者法律意识淡薄

在网络信息传播的大环境下，短视频已经成为人们日常娱乐的主要方式，而短视频的发布往往只需要拍摄并点击按钮上传即可，短视频用户数量庞大且素质参差不齐，导致了肖像权侵权问题。以抖音平台为例，根据2022年中国互联网络信息中心(CNNIC)的报告，抖音的用户已超过6亿，涵盖了广泛的年龄和文化背景。用户中大专及以上学历的占比接近30%。可见抖音用户大部分并没有受过高等教育。在日常的短视频创作中，部分短视频创作者自身没有相关专业的网络知识与法律意识，甚至有意带有人格侮辱、嘲笑、讽刺性质的短视频内容，对于是否侵犯他人合法权益认识不清，对于其做法引起的后果认识不清。笔者认为创作者肖像权法律意识淡薄，是导致肖像权侵权问题频发的主要原因。

（二）短视频平台对侵权行为监管不严

目前，短视频平台主要有四种盈利方式。一是广告收入，通过在视频中植入品牌广告、软性植入或者展示广告条等形式，平台可以获取广告费用。二是内容付费，即短视

频平台可以提供独家、高质量的付费内容，如独家影片、高清画质、无广告观看等。三是电商变现，短视频平台可以结合电商模式，通过直播带货、短视频推广等方式，为商家提供流量入口和销售渠道，从中抽取佣金或获得推广费用。四是品牌合作，与知名品牌合作，共同推出联名活动、定制内容等，既能提升平台影响力，又能实现品牌价值的最大化。由此可知，当前短视频平台的四种盈利方式都与短视频用户的数量有关。随着平台用户量的增长，收入也会水涨船高。所以在巨大利润的诱惑下，平台会降低准入门槛来吸引用户，忽视对平台短视频的审核监管，短视频平台往往没有尽到提醒义务。

（三）短视频自身的特点

首先，短视频具有较快的传播速度和广泛的传播范围，一旦视频被上传到平台上，它可以在短时间内被大量用户观看和分享。这种快速的传播使得未经同意拍摄并上传的肖像，在短时间内被大范围传播，难以控制其扩散。其次，短视频制作和发布门槛非常低，这种低门槛导致了大量未经他人同意的肖像被随意拍摄和发布，构成对肖像权主体的侵权。同时，上传的视频在发布后，难以被完全删除或控制，即使删除了原视频，其他用户已经下载的内容仍可能继续传播。

Q 保护短视频肖像权的策略

（一）加强公众法律意识

随着短视频平台的发展，公众对肖像权的认识显得尤为重要。加强公众法律意识，是预防肖像权侵害行为的重要手段。首先，需要通过多渠道、多形式的宣传，提高公众对肖像权的基本认知，这可以通过新闻媒体、社交平台以及短视频平台本身，广泛传播有关肖像权的法律法规和案例分析。其次，针对短视频创作者和用户，特别是拥有大量粉丝具有一定影响力的短视频创作者，平台方应当定期组织培训和讲座，帮助用户了解肖像权相关的法律规定，指导用户如何合法使用他人肖像。最后，鼓励公众积极参与法律监督和维权活动，当公众意识到肖像权被侵害时，能够及时采取法律手段维权。

（二）平台应当健全短视频审核机制

首先，短视频平台要完善审核制度，畅通投诉和举报渠道，对用户提出的投诉举报应当及时、积极地处理。若发现未经授权使用他人肖像的行为，平台方应采取严格的监管措施，如警告、下架视频，甚至封禁账号等，以起到教育和震慑作用。当前人工智能技术在各行各业中已经广泛应用，短视频平台要加强利用技术手段对短视频进行审核和监测。在智能审核过程中，应当着重考虑保护自然人的肖像权，对用户发布的明显侵犯肖像权的视频，要在算法上体现

出应有的责任和态度。比如，采取限流或屏蔽等方式，将侵权造成的损害降到最小。其次，平台可以在用户上传视频时，设置明显的提示信息，提醒用户在使用他人肖像前需获得相应的许可。短视频平台也应积极引导公众树立正确的肖像权观念，在短视频内容创作过程中，鼓励用户尊重他人权利，避免因追求流量而侵犯他人肖像权。

（三）加强对短视频平台的监管

前文提到短视频自身的特点和平台的利益诉求，导致了短视频侵权问题频发，所以靠平台自身的处理机制很难有效地减少短视频侵权行为的发生。在这种情况下，行政机关应该协同网络短视频平台建立多维度、多部门协同的管理和反馈制度，对于涉及侵权行为的投诉要及时、积极处理，将负面影响降至最低。加大对短视频中肖像权内容的监管力度，层层审核、严格把关，以此加强对平台的监管。

Q 结束语

我国《民法典》虽然对肖像权的保护作出了规定，但是在短视频盛行的背景下，肖像权侵权问题仍然亟待解决，侵犯肖像权会给自然人带来困扰并可能会侵犯其他权利。同时，不利于法律法规的推行和完善。因此，必须对短视频侵犯肖像权问题进行规范和治理。就目前的形势及笔者分析的原因看，建议从加强公众的法律意识、健全短视频平台的审查机制，以及行政机关介入加强对短视频平台的监管三个方面入手。保护自己或他人的肖像权，不仅需要从加强自身法律意识、规范短视频平台的审核机制、行政机关协同平台一起管理入手，还需要全社会公民一起遵守和践行。

参考文献

- [1]马忠法,任威.从实证角度再议艺人肖像权侵权问题[J].大理大学学报,2020,5(09):83-94.
- [2]王绍喜.《民法典》时代肖像权保护解释论[J].法律适用,2021(11):25-36.
- [3]石冠彬.司法视域下民法典肖像权新规的教义学展开[J].甘肃政法大学学报,2020(05):106-115.
- [4]张轶梁,杨伟.短视频中肖像权的保护策略[J].全媒体探索,2024(02):86-88.

基金项目:

贵州民族大学法学院法律专业学位研究生工作站课题项目(律师方向),项目名称:个人信息保护例外情形与肖像权保护的冲突与协调,项目编号:2022LYBOO7。

作者简介:

施娥(1999—),女,汉族,贵州毕节人,硕士研究生,贵州民族大学,研究方向:民商法学。