

案例鲜活 内容翔实

告别

精准解析 通俗易懂

野蛮生长

武杰 吴迪 著

民事侵权 · 民事合同
劳动关系 · 知识产权
行政监管 · 刑事犯罪

中国法制出版社
CHINA LEGAL PUBLISHING HOUSE

自媒体
合规运营
法律指南

前言一

大家好，很高兴能以这种方式和大家见面！

我和武杰律师都是在自媒体上较为活跃的法律博主，早年在微信公众号上发表过若干文章，后来借助法律专业知识和工作经验，在新浪微博撰写发表博文，对自媒体的运营都颇有心得。在业余时间，我们经常收到粉丝朋友发来的私信咨询，特别是随着自媒体行业的蓬勃发展，各式各样与自媒体运营相关的法律问题不断出现。我们在运营自媒体和解答粉丝朋友的提问中，收集、积累了诸多自媒体运营相关的法律问题，并系统整理了若干解决方案。

随着处理的法律问题越来越多，我们也开始思考，如何能更高效、更广泛地把自媒体运营的常识性法律经验分享给更多的从业者。恰好此时，中国法制出版社成知博老师主动与我们取得联系，经过连续多个深夜电话会的讨论和酝酿，终于构思好了这本书的大致轮廓。

本书从民事侵权、民事合同、劳动关系、知识产权、行政监管、刑事犯罪六个维度，围绕自媒体及其从业人员的运营痛点，以问题为导向，按照情景案例、法律分析、法律依据的体例展开，力求以通俗易懂的案例和简洁精准的法律分析，帮助非法律专业人士透析规则、解决问题。

从阅读和使用的角度，我们更倾向于将本书定位为“便携手册”。大家可以利用日常零碎时间随手翻一翻，脑子里留一个印象，说不定哪天就用上了！或者某天遇到了法律问题，到这本“便携手册”上找一

找，或许就能找到答案！形式应服务于实质，我们希望通过一目了然的编排方式，为自媒体从业人员提供一个合规运营的法律视角，让自媒体相关法律常识尽可能广泛地普及，使得整个行业生态更加清朗。

为方便大家阅读和使用，在此说明以下三点：第一，本书中的情景案例大部分都源自真实的法院案例，但出于保护隐私的考量，在保证案情准确、不影响阅读的前提下，对相应人物和情节做了隐名和变通处理。第二，每个案件的处理结论取决于该案的事实和证据，裁判结果出现差异在所难免，所以本书所述仅为作者观点，不能代替具体案件的法律建议。第三，随着法律的修改和司法实践的探索，文中的部分观点可能会因此不再具有代表性，我们会持续关注这一领域，对相应内容及时更新。因为作者视野有限，难免挂一漏万，如果有新的问题，欢迎大家与我们讨论，不当之处也请大家不吝赐教。

感谢本书的编辑成知博老师，在本书的写作、出版过程中，成老师提供了诸多有益帮助和中肯建议，我们也因此成为非常好的朋友。曾经在写作的瓶颈期，我问过成老师，法律博主那么多，为什么会选中我们？成老师说，在联系我们之前，她看完了我们全部的微博，觉得我们不仅在用心地生活、工作和写作，更是有血有肉有趣的人。

不得不说，和武律师、成老师的合作是愉快又充满收获的。其实自媒体的运营也一样，归根结底，还是人，不过是一朵云推动另一朵云，一个人吸引了另一个同频的人。

祝愿大家身体安康，生活幸福，事业顺利。

吴迪

2022年6月

于北京

前言二

大家好，我是武杰——一名律师，也是“随大流”玩点自媒体，同时爱对自媒体做点研究的芸芸众生之一。当然，出于职业原因，我主要研究的还是法律方面，本书也算是一个小小的研究成果。

我与另一位作者吴迪律师以及编辑成知博老师的相识缘于自媒体，我们共同讨论、并肩码字，终于形成了这本关于自媒体的小书。

微信公众号、微博博主、短视频UP主、网络主播……每一个在网络平台上发出声音、分享观点、传递信息的主体，都是自媒体。而在当下几乎人手一部智能手机的移动互联网时代，如果说人人都是自媒体，可能亦不为过。

说回我自己。作为一名律师，我的主要工作是处理各种法律纠纷，以及解答各类法律问题。作为一名法律博主，我的日常操作是“蹭蹭热点普普法，发发微博吃吃瓜”。而在日常普法的过程中，我发现与自媒体相关的法律问题越来越多。某账号造谣被封，某大V侵权被告，某主播逃税被罚，某网红诈骗被抓……越来越多关于自媒体从业者的法治新闻在昭示着，自媒体行业正在蓬勃发展，却也在野蛮生长。

这就是我们创作本书的初衷。

任何一个行业的有序发展，都离不开法律；任何一个领域的健康成长，都离不开合规。这本书里，我们从民事侵权、民事合同、劳动

关系、知识产权、行政监管和刑事犯罪六大方面切入，从一个个真实的案例中，还原自媒体从业者的创作场景及常见问题，并对其中所涉法律问题尝试做粗浅但实用的法律分析。如果某位读者能够在阅读本书之后，对某个案例、某个场景、某个法律常识，有了些许印象甚至不同的理解，那是我们作为作者的荣幸。

必须说明的是，如同世界上没有两片完全相同的树叶，世界上也没有两个事实和证据完全相同的案例。本书在“就事论事”的基础上，力求抽象出案例的核心争议焦点，并提出具有普遍性的法律建议。但是，基于生活的复杂和多样性，每一个具体的案件都需要具体问题具体分析，其法律适用也不能一概而论。因此，如果大家在自媒体运营中遇到了与书中的某个案例或者某个场景类似的情况，本书相关的法律分析旨在提供可能的解决思路，而非确定的解决办法。

在这本小书中，我们分享的仅仅是个人观点，因视野和阅历所限，其中的许多分析难免粗浅。但我们也希望能获得更多同行或自媒体从业者的批评指正，使我们能够不断学习，继续进步。

最后，再次感谢吴迪律师的一路同行，感谢成知博老师一以贯之的关心、帮助，以及坚持不懈的催稿。可以说，没有成老师，就没有这本书，更没有这篇前言。感激不尽！

千催万促总难产，犹自厚颜说感谢。

祝大家总能开心！

武杰

2022年6月

- 第一章 民事侵权

- 什么样的言论会被认定为侵犯名誉权？
- 个人照片未经许可被用作商业宣传怎么办？
- 街拍视频拍到路人面孔，是否侵犯路人的肖像权？
- 搜集发布经其他媒体报道的个人信息，构成侵犯隐私权吗？
- 被“人肉搜索”“曝光隐私”后如何维权？
- 遭受“网络暴力”后如何依法维权？
- 姓名被人擅自注册成自媒体账号，侵犯了什么权利？
- 姓名被擅自用以创作同人作品，构成侵犯姓名权吗？
- 从原公司离职，使用原艺名构成侵权吗？
- “转载侵权”等免责声明能否实现免责目的？
- 在自媒体上转发内容时如何避免侵权？
- 制作发布带有危险性内容的视频如何尽到风险提示义务？
- 如何锁定网络账号背后的实际侵权人？
- 被侵犯名誉权、肖像权、隐私权、姓名权后，如何收集、固定证据？
- 平台主播表演危险动作伤亡或导致他人伤亡，直播平台需要承担责任吗？

- 第二章 民事合同

- 如何签订经纪合同，可以避免将来被“雪藏”？
- 协议履行期间，因个人原因断播，如何防范法律风险、降低法律责任？
- 签约主播违反经纪合同，如何确定违约金？
- 艺人在何种情况下可以和经纪公司解约？
- 网络直播打赏的法律性质是什么？不同法律性质之间有什么区别？

- 未成年人充值打赏可以退回吗？需要满足什么条件？
- 自媒体账号转让如何签约？有什么注意事项？
- 自媒体账号注册人和实际使用人不一致有什么法律风险？
- 艺人与MCN公司签订合同时有什么注意事项？
- 签订自媒体广告推广合同时有什么注意事项？
- 员工在职期间为公司注册但在个人名下的自媒体账号，离职后公司有权要回吗？
- 第三章 劳动关系
 - 签约艺人与公司的劳动关系如何认定？
 - 主播签订劳动合同时有什么注意事项？
 - 公司迟迟不签署劳动合同，主播如何依法维权？
 - 公司欠薪怎么办，如何依法讨薪？
 - 完不成任务就不发工资，公司此举合法吗？
 - 公司未依法缴纳社保，可以要求经济补偿吗？
 - 什么情况下公司单方解除劳动合同不需要支付经济补偿？
 - 被公司辞退，可以主张经济赔偿吗？
 - 不想在公司继续工作，可以单方解除劳动合同吗？
 - 离职后，公司以违反服务期约定为由，要求支付高额违约金怎么办？
 - 员工跳槽后，原公司可以要求支付竞业限制违约金吗？
 - 什么情况下与公司形成劳务关系？劳务关系和劳动关系有何不同？
 - 未休年假，员工可以要求单位支付未休年假工资吗？
 - 单位未缴存住房公积金，可以起诉要求支付补偿给个人吗？
- 第四章 知识产权
 - （一）著作权
 - （二）商标权

- 第五章 行政监管

- 自媒体发布内容哪些红线不能踩？
- 自媒体从业者发布互联网广告有什么注意事项？
- 对虚假广告的处罚有哪些？
- 直播带货法律风险知多少？
- 直播“攻击”同行，是否违法？
- 地铁内直播表演“精神病”，是表演自由吗？
- 直播猎杀野生动物可能面临什么处罚？
- 直播间聚赌——对直播平台及主播涉赌的处罚有哪些？
- 真假“毒品”尝一口，行政处罚在招手——网络主播涉毒被罚
- 直播荐股套路多，非法从业要不得——网红“股神”直播荐股被罚
- 造谣一张嘴，辟谣跑断腿——网红散播谣言被罚
- 未经核实发布虚假金融市场资讯，自媒体大V能否免责？
- 网络直播需守法，不良内容要被罚——网红发布恐吓、辱骂等极端不良内容被拘
- 网红主播及直播平台有哪些税务风险？

- 第六章 刑事犯罪

- 为获打赏直播淫秽表演，身陷囹圄方叹悔不当初——传播淫秽物品牟利罪
- 快速涨粉一时爽，财物被盗泪两行——盗窃罪
- “美女主播”爱上你，投资创业是骗局——诈骗罪
- 直播推销PUA课程，传授犯罪方法要担责——传授犯罪方法罪
- 直播飙车博眼球，罪之将至莫儿戏——危险驾驶罪
- 直播打砸为炫耀，牢门大开请君入——故意毁坏财物罪

- 直播带货需谨慎，假冒伪劣不能碰——生产、销售伪劣产品罪
- 违规销售“网红药”，你不是药神——生产、销售假药罪
- 为赌博网站做推广，贪图小钱犯大罪——开设赌场罪
- 直播推销“拉人头”，传销犯罪知多少——组织、领导传销活动罪
- 直播发图为报复，泄愤犯罪一念差——侮辱罪
- 纠集多人斗殴，为博眼球直播斗殴现场——聚众斗殴罪
- 为直播任务铤而走险，买卖公民信息法网不容——侵犯公民个人信息罪
- 自制直播软件暗刷流量，主播勾结商家，平台遭殃——非法控制计算机信息系统罪
- 为博关注直播恐怖视频，镣铐加身方知法不可违——宣扬恐怖主义、极端主义罪

第一章 民事侵权

什么样的言论会被认定为侵犯名誉权？

以案释法

主播董某因与另一名主播刘某发生争执，便在直播中发布了带有人身攻击性质的言论，并发动粉丝将刘某驱逐出直播平台。董某发布的相关微博总计获得点赞数过万、评论数过千，亦有部分网友通过私信向刘某发送了带有贬损性的过激言论。

刘某遂诉至法院，要求被告董某赔偿经济损失和精神抚慰金以及其为维权所支出的公证费、律师费等100余万元，并承担心理咨询康复费用以及对案涉行为导致的100万元投资被延期的经济损失，同时要求被告在其微博账号公开发表30天的置顶微博赔礼道歉，以消除影响、恢复名誉。

被告董某辩称，自己是一名博主和主播，经常会在网上针对社会事件、自身经历发表一些意见、评价，尤其在碰到一些严重不良现象或违背基本人伦道德的行为时，会用讽刺、批判甚至刻薄的语言发表自己的观点，但从没有捏造事实诽谤他人或故意侮辱他人人格的行为。

法院审理后认为，被告的行为构成对原告名誉权的侵犯，判令被告赔礼道歉，并支付精神抚慰金及律师费等合理开支10万余元；对于

心理咨询康复费用以及100万元投资被延期的经济损失，因并未证明与被告的侵权行为存在直接因果关系，未予支持。

学法用法

网络用户在网络空间发表言论属公民表达言论自由的方式之一，但是不得对事实进行捏造、歪曲、夸大，也不得借机侮辱、诽谤。根据法律规定，认定侵犯名誉权一般需要满足以下四个条件：

1. 行为人实施了诽谤、侮辱、诋毁等违法行为。这种诽谤、侮辱、诋毁行为针对的应当是特定的对象。

2. 有损害事实。损害事实通常表现为被侵权人的社会评价降低以及因此产生的直接经济损失。

3. 行为人有主观过错。主观过错是指行为人是否具有侵犯他人名誉权的故意和过失，根据行为人的职业、影响力及言论的发布和传播方式等因素的不同，行为人所负的注意义务程度也不同。

4. 侵权行为与损害后果存在因果关系。被侵权人社会评价降低或者遭受经济损失应当与行为人捏造、歪曲、夸大事实，或者诽谤、侮辱、诋毁行为有因果关系。

在上述案例中，被告在微博和直播中针对原告使用的言语，带有明显的人身攻击性质，且被告作为粉丝数量较多的主播和博主，其行为造成诸多网络用户对原告产生误解甚至直接到原告的微博或者直播间中对原告发表带有偏见或者侮辱性的言论，在客观上已经对原告的生活和工作造成了困扰，势必导致其社会评价的降低，应当认定被告的行为构成对原告名誉权的侵犯。但由于原告不能证明心理咨询康复

费用以及100万元投资款的延期与侵权行为有因果关系，故法院对这部分请求未予支持。

除此之外，还有两种常见情形也非常容易侵犯他人名誉权：第一种是未经他人同意，擅自公布他人的隐私材料或以书面、口头形式宣扬他人隐私，致使他人名誉受到损害；第二种是因新闻报道严重失实，致使他人名誉受到损害。

从法律风险防范的角度来讲，拥有大量粉丝的知名主播、博主等网络红人因为具有较大的舆论影响力，所以负有更高的注意义务，无论是进行网络评论，还是因为误会和矛盾与他人产生争论，都更应当注意文明用语，坚持就事论事，避免人身攻击。除此之外，知名主播、博主等网络红人也要妥善处理与粉丝之间的关系，不能利用粉丝的喜爱怂恿粉丝对他人发起人身攻击，而是要尽量引导粉丝理智行事，依法维权。

法律依据

《中华人民共和国民法典》

第一千零二十四条 民事主体享有名誉权。任何组织或者个人不得以侮辱、诽谤等方式侵害他人的名誉权。

名誉是对民事主体的品德、声望、才能、信用等的社会评价。

第一千零二十五条 行为人为公共利益实施新闻报道、舆论监督等行为，影响他人名誉的，不承担民事责任，但是有下列情形之一的除外：

- (一) 捏造、歪曲事实；
- (二) 对他人提供的严重失实内容未尽到合理核实义务；
- (三) 使用侮辱性言辞等贬损他人名誉。

《广播电视和网络视听领域经纪机构管理办法》

第二条第一款 本办法所称广播电视和网络视听领域经纪机构，是指依法设立的为参与广播电视和网络视听节目的演员、嘉宾、主持人、网络主播等人员，提供签约、推广、代理等相关活动的机构。

第十三条 广播电视和网络视听领域经纪机构、经纪人员应当严格规范信息发布，不得发布或者雇佣营销号发布引发粉丝互撕、拉踩引战等有害信息，不得以打赏排名、刷量控评、虚构事实、造谣攻击等方式进行炒作，不得以虚假消费、带头打赏、应援集资等方式诱导粉丝消费。

个人照片未经许可被用作商业宣传怎么办？

以案释法

璐璐是一名网络红人，具有一定的知名度。某从事医疗美容业务的公司为了推广业务，拍摄了一系列短视频，其中一条短视频对璐璐各年龄段的照片进行了对比，在视频中得出了璐璐几次整容的结论，并且称璐璐的整形并不成功，甚至个别地方还很失败，主要是因为微整方案和技术不够好。其后，该公司顺势对自己公司的技术和业绩进行了重点介绍，罗列了过往的经典案例，并且在视频结尾还把“整形

案例、手术直播、医美知识、变美秘籍、医美行业第一新媒体”等字样打在了屏幕上，落款是该公司的名字。

后来，经朋友提示，璐璐看到了该公司的该条视频，非常气愤。璐璐认为该公司将她的照片用作商业宣传，侵犯了她的肖像权，要求该公司赔礼道歉、赔偿损失。

学法用法

这种借名人、网红热度进行商业宣传的行为十分普遍，很多影视演员都不堪其扰。比如有影城用某演员在影视作品中的独特坐姿推广该影城新添置的沙发，突出强调其舒适度；有汽车销售公司用某些形象硬朗的影视演员的照片来体现所销售汽车的特点，并且在文章末尾植入产品图片、销售热线、地址等商业宣传信息；还有人通过发布明星整容等吸睛的文章，先提高阅读量，然后在文章末尾放上其他课程推广链接。这些情形都被法院判决认定为侵权，需要依法承担赔礼道歉、赔偿损失的法律 responsibility。随着短视频和直播行业的发展，这种侵权行为有时也以短视频和直播等形式为媒介。

但是，无论形式如何变化，这种未经许可将个人照片商用，都不影响侵犯肖像权的违法性的认定。未经他人许可，使用他人具有明确的识别性和可辨认性的个人照片，应当依法承担侵权责任。被侵权人可以依法要求侵权人停止侵犯肖像权的行为，赔礼道歉并赔偿损失，采取积极举措消除影响。因侵权致人精神损害，造成严重后果的，除要求侵权人承担停止侵害、恢复名誉、消除影响、赔礼道歉等民事责任外，还可以主张侵权人赔偿相应的精神损害抚慰金。

发现自己的肖像权遭受侵犯，应主动拿起法律的武器，主张侵权人依法承担相应民事责任。具体维权流程可以简化如下：

1.固定侵权事实。例如，可以将侵权的网页或媒体内容进行公证或区块链存证。目前互联网法院也提供了天平链这一证据保全工具，不仅省去了现场公证的费用，使用起来也很方便，操作规范的话，是一种不错的证据保全方式，笔者就曾在诉讼中使用过时间戳存证的方式对网页进行取证。如果不确定是否操作得当，选择公证机构公证是较为保险的方法。

2.确定侵权人。确定侵权信息发布主体，对于微信公众号、微博等可以查看其注册主体信息并进行存证。如果查看后发现账号都是网络昵称而非实名，可以要求平台提供实名注册信息；平台不提供的，可以将平台作为共同被告提起诉讼。

3.要求删除或协商解决。在做好充分的证据收集后，可以提供侵权证据要求平台进行删除或断开链接，也可以与侵权人沟通，要求其停止侵害、赔礼道歉、赔偿损失，这种沟通可以由双方直接进行，也可以委托律师发送律师函。

4.提起诉讼。如果无法协商解决，可以向人民法院提起诉讼，同时可以保留好沟通协商的记录，用以证明侵权人的主观恶意。

法律依据

《中华人民共和国民法典》

第一千零一十八条 自然人享有肖像权，有权依法制作、使用、公开或者许可他人使用自己的肖像。

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。

第一千零一十九条 任何组织或者个人不得以丑化、污损，或者利用信息技术手段伪造等方式侵害他人的肖像权。未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像，但是法律另有规定的除外。

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。

街拍视频拍到路人面孔，是否侵犯路人的肖像权？

以案释法

小王组建了一支短视频直播团队，主要制作街拍类内容，包括一些街头访谈和有脚本的街头表演，再将拍摄的内容发布在各个短视频平台上，或者直接在直播平台进行直播，直播后再将录播视频切片，上传至各视频平台，进行二次传播。

由于话题和脚本生动有趣，小王制作的内容很快点燃了网络，获得了广泛传播，也获得了不少平台的流量和现金奖励。但好景不长，发布了几期之后，小王就接到了投诉。原来小王团队在拍摄某条视频时，比较清晰地拍摄到了周围路人的面孔，其中就包括投诉人。由于该条视频的点击量较大，画面中的投诉人被家人朋友看到，给投诉人的生活带来不便，因此投诉人主张小王团队未经许可拍摄其人脸，侵犯了其肖像权，应当对此进行赔偿。



更多法律电子书尽在 docsriver.com 商家巨力书店

学法用法

随着自媒体和直播平台的发展，街拍类内容越来越多，从一开始的街拍照片，到后来的街拍视频和街拍直播，在街头寻求灵感的创作者越来越多。广泛分布的核心商圈和商业街又有着人流量集中且流动性大的天然优势，使得街拍素材看起来仿佛源源不断，像是一个非常好的创作模式。但实际上，这种创作模式存在极大的侵权隐患，因为在现实街头拍摄中，故意的也好，无意的也罢，都不可避免地经常有路人入镜，如果没有经过被拍摄对象的允许，则极易侵犯被拍摄对象的肖像权。成都太古里就因为街拍泛滥，特别树立标识牌，提醒路人“提高防范意识，保护个人肖像权”。

根据《民法典》第1019条规定，未经肖像权人同意，不得制作、使用、公开肖像权人的肖像。此处并未限定“用于商业目的”，也就是说，只要没有征得肖像权人同意，自行制作、使用、公开肖像权人肖像的行为，就属于侵犯肖像权。

因此，为了防范侵犯肖像权的风险，在拍摄人物较多、不凸显某个特定人物时，不要把被拍摄者的脸部清晰呈现出来，以降低人物识别性。在拍摄人物较少时，可以提前和被拍摄者沟通，充分介绍，消除被拍摄者的顾虑，征得其同意后再进行拍摄。但如果拍摄目的就是抓拍获得人物最自然的状态，而沟通后可能就会失去最佳瞬间，有人就会想抓住机会先拍摄下来，但是在这种情况下务必记得要在拍摄后征求被拍摄者的意见，询问其是否允许拍摄、保留以及发布。在征得同意的过程中，有些创作者会随身携带授权书，要求被拍摄者签字，然而这种方法并不一定合适，因为签署书面文件通常会给人很正式的感觉，大部分人出于谨慎考虑都不愿签。那么，是否就无法取得