

肖像权不只是保护一张脸 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/275/2021_2022__E8_82_96_E5_83_8F_E6_9D_83_E4_c67_275768.htm 「问题提示」利用电脑成像技术，将舞台剧照换上别人的脸部作广告登发。此举是否侵犯肖像权？小倩是一位舞蹈演员，其精彩的表演与深厚的功底给观众留下了深刻的印象，各种精美的剧照也广为观众所收藏、喜爱。一生产空调的公司发现一张小倩身穿白纱、翩翩起舞、宛如天仙的剧照后，立刻想到利用该剧照做广告。由于担心小倩不同意，加之考虑广告成本，一番苦思之后，公司心生一计：利用电脑成像技术改。于是，一幅以剧照为主干，添加了一些背景和一句“春天的使者，给您春天般的舒适”的广告，很快面世并登发，只不过是倩的脸部被换成了另外一个美女。因协商未果，小倩起诉公司，要求停止侵害、消除影响、赔偿损失。审理中，就公司是否侵犯小倩的肖像权有两种意见。第一种意见认为，肖像，顾名思义是以面部为中心的形态和神态的客观表现，简单地说就是一张脸。该公司只用了小倩的四肢和躯干，一般人仅从四肢和躯干，并不能判断那是小倩，因而不构成侵权，自然也就不应承担任何责任。第二种意见则认为侵犯了小倩的肖像权。理由是：《民法通则》第一百条规定：“公民享有肖像权，未经本人同意，不得以营利为目的使用公民的肖像。”肖像权是指公民对自己肖像享有的拥有、使用或者许可他人使用的权利。最高人民法院《关于贯彻执行 中华人民共和国民法通则 若干问题的意见（试行）》第139条规定：“以营利为目的，未经公民同意利用其肖像作广告、商标、装饰

橱窗等，应当认定为侵犯公民肖像权的行为。”从本案情况可知，至少有两点是与之吻合的：一是公司已用作广告；二是作广告是为了营利。问题的关键在于肖像是否仅仅为一张脸，四肢和躯干是否属肖像的范围。肖像是指公民的个人形象通过造型艺术或其他艺术形式在客观上的再现，它反映肖像者的真实形象和特征。它可以是一般的照片、画像，也可以是其他艺术形式的再现。由于能够确定一个人“真实形象和特征”的，不仅仅是一张脸，也就表明其他能够确定一个人“真实形象和特征”的，同样可以成为肖像。由于小倩的形象已深入人心，剧照广为收藏，其四肢、躯干的舞台艺术形象，亦能确定其形象和特征。当然，从其他方面上看，照样表明公司侵犯了小倩肖像权的内容，即肖像的制作权、肖像的使用权、维护肖像的完整权：1、肖像的制作权。该权包括权利人是否制作的决定权，以及以何种形式制作的选择权。而公司却在小倩未作决定、未作选择的情况下，擅自制作了小倩的广告形象。2、肖像的使用权。该权是指公民在法定范围内对自己肖像使用的权利，包括自己使用的权利和允许他人使用的权利，允许他人部分或全部使用的权利，允许他人有偿或无偿使用的权利，以及允许他人在何时、何地、何种场合使用的权利。而公司根本就没有得到小倩任何形式、任何内容的允许。3、维护肖像的完整权。肖像权人有权维护肖像的完整性，有禁止他人沾污、涂抹、修改、损毁自己形象的权利，也有禁止摆放出自己受毁损肖像的权利。公司将剧照改成广告，既是对剧照的修改、毁损，也破坏了剧照的完整性。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com