

今年司考"喜悦家庭"一题引发广泛关注 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/482/2021_2022__E4_BB_8A_E5_B9_B4_E5_8F_B8_E8_c36_482379.htm 某地经工商登记新成立了一家名为“喜悦家庭”的商户。该商户的核准经营范围为娱乐服务，客户只需提供一男一女两张照片或一张合影照片，输入“高科技速配优生自动成像系统”，即可在2分钟内生成两人“结婚生子”后孩子1岁、10岁及20岁的彩色图像各一份。“喜悦家庭”开业后，不少热恋中的青年男女频频光顾，甚至有已经婚育的父母携子抱女前来“先睹”孩子长到10岁、20岁时的模样。在付出较高费用后，大都欢声笑语地离去。一些“追星族”也拿着心中偶像影星、歌星、球星的照片来到“喜悦家庭”，与自己的倩影一道输入“系统”。看到与大明星“结合”所育“后代”的照片，“追星族”们甚是满意。更有好事媒体将此事连同多幅某人与明星“结合”的“后代”照片作为新闻报道、刊登，引发了不少议论，或褒或贬，或以为无所谓，且都能从法律上谈出一二三。请谈谈你对此事的看法。以上为2004年全国统一司法考试试卷四的一道分值为25分的主观论述题，其答题要求为：1．运用掌握的法学知识阐释你的观点和理由；2．说理充分，逻辑严谨，语言流畅，表达准确；3．字数不少于500字。“喜悦家庭”带来的并非都是喜悦 特约撰稿 刘文静博士 毫无疑问，“喜悦家庭”为人们带来了一种新的娱乐方式。热恋青年或者已婚夫妇在这里用自己的照片合成“未来孩子”的图像，是一种法律不禁止，也无伤大雅的行为。在这个前提下，“喜悦家庭”的经营方式及其顾客

的行为，都是合法的。问题是，有人还嫌不过瘾，想拿明星来娱乐一下，看看自己和大明星“结合”出的“后代”的样子，“喜悦家庭”就满足了这种“过瘾”的需求，那些照片被“追星族”拿来过瘾的影星、歌星和球星，他们的肖像权和名誉权就受到了严重的侵害。首先，“喜悦家庭”商户侵害了明星的肖像权。使用明星照片与“追星族”合成“后代”的行为，是“喜悦家庭”商户的经营内容之一。不论明星的照片是由“追星族”提供的，还是“喜悦家庭”提供的，由于“喜悦家庭”以此牟利而未征得明星同意，这种行为就构成了对明星肖像权的侵害。其次，所有刊登“追星族”与明星照片合成“后代”照片的媒体侵害了明星的肖像权和名誉权。媒体刊登这些照片也没有征得明星们的同意，虽然冠以“新闻报道”的名义，却不能掩盖其以此牟利之实：第一，如今的媒体都是营利机构，尽管它们当中有不少在名义上属于“事业单位”；第二，这些照片对于读者无疑具有吸引力，可以明显增加媒体的“卖点”；第三，如果作为纯粹的新闻报道，那么关于此类报道，照片不是必须的。另外，由于合成照片通过媒体的广为传播，客观上将造成对明星们名誉的明显贬损，这些媒体也同时侵犯了明星们的名誉权。因此，媒体无法以“新闻报道”为由而逃避侵权责任。至于那些使用明星照片的“追星族”们，由于他们与明星照片合成“后代”过瘾的行为只是出于自娱，并无营利之目的，因此不构成侵权。被侵权的明星有权提起侵权之诉，被告是“喜悦家庭”商户和刊登明星与“追星族”照片合成“后代”图像的媒体。明星们有权请求法院判令被告立即停止侵害，公开赔礼道歉并赔偿经济损失。如此一来，恐怕“喜悦家庭”

所带来的，就不全是“喜悦”了。奉劝商户改弦更张 应试者柴春元从表面看，通过“喜悦家庭”消费活动，顾客得到了精神享受，商户获得了经济收益，合同双方当事人皆大欢喜；但如果从法律的角度来审视，则双方都已经侵犯了他人的合法权益，并面临着承担侵权责任的现实危险。如果客户拿着他们自己的照片来让商户进行“自动成像”的加工，则属于使用自己的肖像，当然不存在任何问题，商户也不必承担任何责任；但如果客户未经他人允许，拿着他人的照片前来（如“追星族”拿着心中偶像影星、歌星、球星的照片），那么商户“加工”的行为构成“以赢利为目的使用他人肖像”，一旦引起肖像权纠纷，必然要承担侵权责任，而客户作为共同侵权人，同样要承担责任。再则，一旦“好事媒体”将此事连同多幅某人与明星“结合”的“后代”照片作为新闻报道、刊登，权利人还可以提起名誉权诉讼，商户和客户仍然要承担侵犯名誉权的法律责任，而作为“好事者”的新闻媒体恐怕也在责难逃了。当今的社会是权利“膨胀”的社会，但公民在行使自己权利的时候，同样不能侵犯他人的合法权利，这是权利行使的基本准则。而市场经济也是法制经济，没有良好的法律意识和必要的法律知识，难免要吃自己的亏。例如在前些年，饭店里喜欢放一些优美的音乐来营造温馨的就餐气氛，老板和顾客都觉得这是很平常的事情，但随着中国音乐著作权集体管理组织的一系列维权行动，大家才知道这居然也是侵权，并实实在在地交足了一笔“学费”。现在走进许多餐馆你会发现，老板们已经把原来的CD换成了电视机，这样，作品播放者是电视台了，这么做有无规避法律的嫌疑暂且不论，在客观上却有效避免了自己直接承

担侵权责任的风险。因此，奉劝该商户在缴纳“学费”之前，赶紧改弦更张，以免事后的追悔莫及。法律应有所为有所不为

应试者 谷峻杰 看罢此事，我感觉法律对此应持以下两种态度：第一，凡是可由市场有效调节的，法律应该有所不为。众所周知，法律的灵魂在于保障社会中的每一个人都享有在现有社会条件下所能得到的最大自由权利，同时限制极易扩张滥用侵犯私权的国家权力。在这件事中，该商户正是发现了社会上一些人的好奇心理，并抓住商机推出所谓的“速配优生自动成像系统”，在自己发财的同时，也为客户们带来了“欢声笑语”。这并没有什么不好，相反倒是给大家平淡的现实生活平添了些许乐趣。在各有所得、群众满意的同时，无形中繁荣了市场，搞活了经济，增加了财政税收，使我们的社会生活变得丰富多彩。这正是法律所要实现的一个目标：通过对权力滥用的约束，维护一个自由繁荣而不失秩序的市民社会，保障每一个社会主体的自由权利。在这方面，法律不但不应限制，倒应积极鼓励，以促使社会不断产生出各种有市场需求的新事物而不是无人问津的垃圾。当然，新事物最终发展如何，就要看它自身的市场生命力了。总之，只要它尚不为现行法律所禁止，不存在欺诈和胁迫，法律都应为其自由发展“开绿灯”，由市场去决定它的前途命运，法律在此有所不为。第二，凡是超过限度构成侵权的，法律必须有所作为。不言而喻，法律在保障个人自由权利的另一方面，就是打击不法，限制权利滥用。法律通过限制国家权力无限扩张，为市民社会提供自由空间的同时，也不允许任何人滥用这种权利。否则，就构成对法律赋予个人权利初衷的违背，进入法律禁止的视野。此事中，有些“好事”的

媒体不顾社会影响，极尽炒作之能事，将他人本来是作为私人自娱自乐的与明星“结合”所育“后代”的照片公之于众，这是对明星，特别是对其中普通人隐私权利的侵害，因为明星尚可通过自己拥有的相对较多的“话语优势”作出澄清，而普通人则只能任人评说，也许这一辈子都得背此“骂名”了。法律保障媒体的言论自由和大众的知情权，但是法律却决不允许任何以给一部分人带来烦恼和痛苦的方式来满足另一部分人低级趣味的快感的行为。总之，法律是公正的，她保护每一方合法的权利，同时，任何想打破这种公平状态的行为，法律都必然会有所作为。注重权利也别忘了义务。应试者刘卉“喜悦家庭”照片（特指“追星族”与偶像“结合”所育“后代”的照片）事件的确挺有意思。“追星族”的行为违法了吗？“喜悦家庭”商户的行为违法了吗？为报道此事件而刊登“喜悦家庭”照片的报社的行为违法了吗？估计一般人都会摇头否定：这与违法扯得上关系吗？至少，文中的行为人会这么问。但实际上，从法律实践而言，“喜悦家庭”商户的行为侵犯了明星偶像的肖像权和名誉权，刊登“喜悦家庭”照片的报社侵犯了明星偶像的肖像权和名誉权，至于“追星族”们自娱自乐的行为，倒的确值得商榷。“追星族”仅将照片拿回家收藏，不对明星偶像的形象造成损害，那也谈不上违法侵权；但如果“追星族”将照片散布出来，让不特定的不明真相的人误解以致降低对明星偶像的社会评价，使得偶像明星的人格利益受损，那“追星族”们的行为应构成对偶像明星名誉权的侵犯。为什么一般人对此事件的看法与法律实践有如此大的差距？关键还在于人们日常生活中并没有带着法律意识来看待问题。法律意识是社会意

识的一种特殊形式，是人们关于法律和法律现象的思想、观点、知识和心理的总称。依法治国，首先就要求培养民众的法律意识，只有先具备了按规则办事的认识，才能有按规则办事的行动。但需指出，法律意识是一种全面意识，包括权利意识和义务意识，即人们在维护自己合法权利的同时还有义务不侵犯他人的合法权利。由于近千年的中国文化和法律传统只强调义务，使得我们在近二十年的法律普及中更多的是注重权利意识，却忽视了义务意识，这种义务包括遵守法律规则的义务，尊重他人合法权利的义务。例如，能自觉遵守交通规则，遇到红灯自觉停车等候，遇到交通堵塞不“加队”；自觉依法纳税，并鄙视恶意欠税者；自觉维护公益设施；谨慎维护他人人格权利等等。所以，现在谈法律意识，权利意识与义务意识应该并重。如果有一天，人们少几句“你吃饭了吗”的问候，多几次“我按规则办事了吗”的反思，那离法治社会就真的不遥远了！

“喜悦”的背面是痛苦 应试者 车轩 应当肯定的是，“喜悦家庭”的确给一些人带来了“喜悦”，比如那些在2分钟内“结婚生子”、心满意足的顾客，当然还有轻松获利、赚得盆满钵圆的商家既然“皆大欢喜”，那又何乐而不为呢？这种结论显然代表了一部分人的观点。然而，稍作深入分析，我们就会发现，事情并不这么简单。先来作个假设：假如某男极讨厌某女，而造化弄人，某女偏又极喜欢某男，一天，某女搞到一张某男的照片，就兴高采烈地跑到“喜悦家庭”去“速配优生自动成像”，“结婚生子”的照片出来了，她当然高兴、满足；可是大家想过没有，假如某男看到这些照片，他会是一种什么感受？假如他已经有了太太，他的太太看到这些照片，又会是何种

反应？…… 一个简单的假设，已经足以说明问题。如果顺着这个假设继续推演下去，我们会发现，情况可能比我们想象的还要复杂和严重得多，甚至每个人都可能在不知不觉中损害别人的权益，或者成为别人损害的对象。这是一个追求自由、标榜权利的时代。但是，请不要忘记，没有绝对的自由，也不存在可以为所欲为的权利。一切的权利和自由，都必须在合理的限度内行使，都不能以损害社会公共利益、牺牲他人合法权益为代价，否则，就是违背公序良俗，就是权利滥用。根据法的精神，这样的行为，是无法获得法律的肯定评价的。回到题目，我们可以这样认为，“喜悦家庭”的“结婚生子”业务，存在损害他人合法权益的现实危险，决不是一句简单的“自娱自乐”所能开脱的；从明星的肖像和名誉已经受到的现实损害中，我们也可以得出这样的结论。看来，该由有关部门出面管管“喜悦家庭”了：要么规范，要么取缔。

让谁欢喜让谁忧 王学堂 据报道，某地经工商登记新成立了一家名为“喜悦家庭”的商户，客户只需提供一男一女两张照片或一张合影照片，输入“高科技速配优生自动成像系统”，即可在2分钟内生成两人“结婚生子”后孩子1岁、10岁及20岁的彩色图像。对此新生事物的是是非非，众说不一。我持反对态度。必须承认，“喜悦家庭”作为大话西游式的娱乐方式，商家和消费者一个愿打（赚钱）一个愿挨（花费）本无可厚非。即便有人看不惯，也只能容忍，因为我们生活在一个宽容的社会，不能人为的划一，任何人也不能以自己的生活方式来强求他们，否则就会闹唐吉珂德式的笑话。也必然承认，明星作为社会公众人物，其肖像权、隐私权等人格权能在一定范围内是受限的。如有追星族（且为

有钱人），出巨资买下天皇巨星刘德华的多幅剧照并四处公开张贴，相信并不会侵犯刘的肖像权；相信刘德华也不会傻到认为自己的权利受到了侵害而诉诸法律及至公堂。相反，人家搞不好还会在被窝里偷笑呢，可不是谁都能得到这名利双收的好事。但必须明确，明星们是人不是神，他们如我等芸芸众生一样平等的站在法律面前，接受她的恩泽。权利的部分受限之外，他们仍然享有权利。如果有追星族贴照片还嫌不过瘾，非得与明星来个亲密接触，通过“喜悦家庭”这种方式将自己和大明星“结合”，并生儿育女，然后四处张扬（快乐不让人分享那还叫快乐吗？），甚至暗示与某某明星有那么一腿，不言而喻就严重侵害了明星的肖像权和名誉权。明星还有配偶和子女，如果刘德华的太太看到刘身边的女子不是自己，如果刘的子女看到自己被“演绎”成“恐龙”，他们是什么感受？他们还能找见北吗？他们虽然为明星配偶和子女，但他们却都是普通人，他们享有与我们普通人一样的权利，包括肖像、隐私等人身权利。更为可怕的是，一旦有好事的媒体（当今的媒体不但好事而且不懂法）将某人与明星“结合”的“后代”照片刊登，不但商户和客户要承担法律责任，新闻媒体恐怕也要连带一把。因为这个玩笑开大了，加大了损害的范围（包括时间和空间）。我们庆幸，我们生活在当今的时代，因为当今的社会是权利“膨胀”的社会。但是我们也必须明白没有绝对的权利，也不存在可以为所欲为的权利。我们在象爱护自己的眼睛一样的爱护自己权利的同时，“己所不欲，勿施于人”，我们也高度尊重别人的权利。因为法律规定权利不得滥用，偏偏这一点，领导潮流的新新人类们最易忘记，也就难免发生“一家欢喜一

家忧”的尴尬了。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