

AI匹配人脸自动生成视频,打印游玩照片摆摊销售

“游客的脸”成景区生意

近日,深圳甘坑古镇景区一项AI视频付费项目引发网络争议。有网友发帖称,景区依托监控设备,向游客有偿开放视频摄录服务,游客扫码支付30元,即可生成个人景区游览视频。

对此,不少人认为,景区监控相关影像资源具备公共属性,有偿向游客开放使用,存在泄露隐私、侵犯肖像权的潜在风险。据悉,目前景区运营方已主动暂停该项目服务。

其实,类似现象在当前旅游市场上并不少见。从打印游玩时拍摄的纪念照片公开摆摊,到AI智能抓取人脸片段生成视频定向售卖,“游客的脸”似乎成了景区的一门生意。旅游服务项目背后,隐私保障的边界在哪里?商业利益与游客权益之间,旅游市场如何良性发展?



商业利益不应

凌驾于游客权益之上



从照片到视频,镜头下的生意经由来已久

针对深圳甘坑古镇景区的“AI足迹视频Vlog”项目,龙岗区文化广电旅游体育局回应媒体称,“AI足迹视频Vlog”是景区引进合作的商业化游客拍摄服务项目,所用设备为合作方另行安装的拍摄终端,全程未接入、未调用景区原有公共安全视频系统。游客个人游览视频,均需本人扫码授权后才可生成。

据了解,该视频生成功能通过抓取影像素材、依托人脸识别技术实现。游客扫码授权后,系统将从对应数据库中匹配人脸信息、自动剪辑生成专属游览视频。目前,景区运营方已主动暂停该项目服务,将通过专项核验与合规评估,明确后续运营方向。

扫码授权、自愿项目,听起来全程

自主毫无强制,但依然有不少游客觉得不适。来自杭州的马钧(化名)表示,只要扫码付费就能获取,这意味着景区已经默认“入园即授权”的规则,在并未事先告知游客的情况下,就收集了个人信息。“虽然最终是否生成视频由我自己选择,但在此之前,我的画面早已悄悄被收集下来了。”

与此同时,也有人认为,如果AI识别足够精准,不把自己的脸乱用,愿意留下游览视频。“我觉得还是挺有纪念意义的。”游客胡菲(化名)就表示。也有人说,该服务可以在某种程度上解决独自旅行不方便拍照的问题。不过,采访过程中,有顾虑的游客还是占多数。

其实,此类服务项目在市场上并不

少见。游客许岚(化名)表示,在南京某景区,游客可以凭门票兑换一张摄影券,由工作人员拍摄照片,下山后免费领取一张小照片作为留念。同时,工作人员会将美颜修图后的大照片打印出来装进相框,放在地摊上等待购买。“不能说是真正的强制消费,但我觉得是让人感到难堪的。如果不买,照片可能会放很久,最后去向也无从得知。”

她还说,在三亚沙滩上,一些摄影师会抓拍路过的游客,以此为理由推销自己的跟拍服务,甚至捆绑水下项目体验套餐。“当时只想着赶紧摆脱面前这个推销的人,现在想来,应该迫着他删照片。不过就算当面删除,也无法查证是否有备份,这是个很大的问题。”



AI技术给隐私保护带来更大挑战

北京联合大学在线旅游研究中心主任杨彦锋指出,“用游客的脸做生意”在旅游市场是普遍现象,随着技术发展有加剧之势。

在公共区域进行视频采集,是否无可厚非?北京市中闻律师事务所邓千秋律师表示,旅游景区属于公共场所,涉及公共安全,安装视频监控设备收集游客肖像信息,符合《中华人民共和国民法典》《公共安全视频图像信息系统管理条例》等规定,并不需要以游客同意为前提。

与此同时,他指出,在甘坑古镇景区案例中,景区使用游客肖像和依据肖像

关联出活动轨迹信息进行商业化运作,超出了“合理使用”“维护公共利益使用”的需要,构成对个人信息的不当利用,侵害了游客的肖像权和隐私权。

如果景区在购票须知里提前写上入园即视为同意摄录的条款,是否就没问题了?对此,邓千秋强调:“景区仅仅在游客购票环节提示有‘摄录服务’,这种提示仅为‘告知’,不能被认为已经取得游客‘同意’,这样的条款不具备法律效力。”

杨彦锋认为,在公众场合拍摄照片不算违法,但是如果保存照片用于宣传,必须征得同意,否则就属于滥用

他人肖像。“如果抓拍了想卖给游客,游客拒绝购买,那拍摄者有义务销毁照片。”

需警惕的是,AI识别人脸有时会出现误差。一名网友称,自己曾在一个景区使用类似服务,很久后再次打开小程序想查看视频,结果人脸识别后显示的是一位陌生人的影像。相应的,自己也可能“误入”他人的游览视频。

胡菲表示,在过往的旅游经历里,自己对于在他人设备留下照片这件事并不在意,因为那时AI还没有像今天这么流行。“如果放到今天,我会让他们直接删除,因为我不想被AI换脸。”

对于景区来说,完善服务项目提升游客体验感本身并无问题,但值得注意的是,要保障公众的隐私权和肖像权,不能让商业利益凌驾于游客权益之上。

“这类服务也并非毫无价值,可能有的人确实有拍照的意愿和相关服务需求。或许可以专门划定一片地方,不要拍到那些不想被拍到的人。”许岚表示。

杨彦锋也表达了类似观点。“一方面,有的游客有需求,另一方面,技术进步也给大家提供了更好的产品。因此,在尊重游客隐私的同时,可以在合规范范围内创新,不必完全一刀切。”

杨彦锋建议,商家和消费者都应当了解相关法律法规,保证双方的尺度都在合理界限范围内。对于新技术和景区商业开发则要给予一定的宽容,留出鼓励创新的空间,“事物走着走着逐步规范,别一棍子打死。”

邓千秋律师表示,如果游客发现景区采集自己的肖像和活动轨迹信息并被不当传播、使用,可以依据《个人信息保护法》的规定向有关行政机关投诉,要求对景区进行行政处罚;也可以依据《民法典》的规定,追究景区的侵权责任。“如果是他人在拍摄或者展示特定公共环境之时不可避免地采集、使用到该游客的肖像,则不属于违法行为,不构成民事侵权或者行政违法。”

邓千秋强调,无论是将视频采集信息免费提供给游客,还是在取得游客同意的前提下进行商业化运作,均属于对个人信息的加工、使用行为,必须事先取得视频中所涉及的所有游客的明确同意,否则均属违法。

“景区需要把握好边界,别把未授权的图像用于商业化或者牟利。在法律法规允许的范围内做商业创新才是长久之计。”杨彦锋表示。

据《钱江晚报》