

网络文化消费法律问题引关注

规范网络文化市场秩序需多方协作

本报记者 于帆

5月20日,由清华大学法学院、中国民法学研究会、中国消费者权益保护法研究会主办,腾讯研究院、酷狗音乐、华多网络协办的网络文化消费法律问题研讨会在北京举办。来自政府主管部门、立法机构、各级人民法院、行业协会和知名高校的专家学者以及互联网行业嘉宾,分别从“消费合同法律问题”“服务平台提供者的法律责任”“未成年人权益保护”“网络文化消费纠纷”四个角度切入,探讨网络文化消费中的法律问题。

亟待法律法规跟进

互联网技术的广泛应用催生了新的文化业态,网络游戏、网络音乐、网络动漫、网络直播等网络产品和服务,在极大地丰富和满足互联网用户的精神文化需求的同时,也借助移动支付的日益普及,逐渐成为文化市场极具发展潜力、扩展空间的领域。然而,随着网络文化的快速发展,消费纠纷也随之诞生。

酷狗音乐法务总监董鹏梳理了目前网络文化消费纠纷集中的几个方面:一是消费者因非理性消费,要求7天无理由退货;二是消费者认为提供的产品或者服务没有达到预期要求退货;三是未成年人使用家长手机进行消费要求退货;四是互联网公司无法提供服务,消费者要求退费。但由于目前相关的法律法规仍待完善,对上述纠纷类型尚未有明确的解读或规定。为此,董鹏呼吁监护人、学校、互联网公司、运营商、政府主管部门等齐抓共管,共建健全的互联网消费纠纷

解决机制。网络文化市场相关管理部门一直高度关注网络文化市场的发展,尤其是新兴市场、新业态的发展,并及时出台了多项政策措施来规范和引导市场的发展。会上,相关部门负责人表示:“近期管理部门将重点推动网络文化行业的转型升级,完善市场准入、退出机制,加强网络文化内容建设,支持和鼓励、优先发展弘扬社会主义核心价值观的网络文化产品和服务。”

明确权利和义务

与会专家认为,作为网络文化消费服务平台,平台提供者应承担未尽安全义务及通知义务的违约责任,而对于侵权行为引发的连带赔偿责任如何承担要视具体情况而定。在实践操作中,平台提供者可通过完善自身平台用户服务协议及管理细则,明确用户与平台提供者、内容提供方三方的权利义务,更好地促进网络文化消费健康发展。

北京清律律师事务所主任熊定中表示:“当我们界定网络文化消费服务平台应当承担什么样的法律责任时,可以参考场所经营者与到店消费者之间的关系。”中央财经大学法学院教授杜颖认为:“平台不是一个简单的概念,平台需要承担什么责任,还要看具体事件中平台发挥了什么作用。”

未成年人网络消费行为受关注

在网络消费问题中,最令社会关注的莫

过于未成年人的网络消费行为,其中,未成年人在直播平台进行打赏付费是否可以认定无效并追回的案例令业界关注。曾有案例显示,“00后”女生小雅在加拿大留学期间,3个月内给男主播打赏花掉了65万元,小雅的母亲刘女士以女儿名义起诉平台要求退款,但一审败诉。

对于未成年人网络消费案例,社会舆论首先关注的是未成年人不理性的行为及大额财产的损失,因财产最终流向了平台方和主播,大众将批判矛头直指平台方,认为平台监管不力。对此,专家认为,要理性看待这一问题,平台监管要跟上,同时,家长也要加强对孩子的网络消费教育。

中国社会科学院法学研究所副研究员姚佳认为,对于网络直播中的打赏行为究竟是未成年人还是监护人实施的问题,应当结合手机的所有权归属、注册信息、登录的IP地址以及网页上显示的手机号来予以确定。作为法务一线工作者,腾讯法务平台高级法律顾问付强分享了未成年人的消费特征:集中充值、隐蔽性强、非理性消费、消费时间集中在周末和放学时间。同时,他还提醒,一些用户利用充值渠道和消费平台信息不同步的漏洞,重复主张退费,获取双重收益。

有互联网从业者同时提醒法律界专家,在关注未成年人网络文化消费行为的同时,不要忽略“未成年人使用网络实现自身发展的权益”。在业界看来,“如果简单粗暴地限制甚至禁止未成年人上网行为,或将导致我国未成年人和国外同龄人在互联网平台和技术运用方面形成差距”。

资讯

2018世界VR产业大会10月将在南昌启幕

本报讯 (记者薛冲)5月21日,记者从2018世界VR产业大会新闻发布会上获悉,由工业和信息化部、江西省人民政府共同主办的2018世界VR产业大会将于10月19日至21日在江西省南昌市举办。

据悉,本次大会以“VR让世界更精彩”为主题,将设置论坛、展览展示、产业对接及2018中国虚拟现实创新创业大赛区域赛等活动。其中,论坛将围绕虚拟现实定义未来信息社

会、虚拟现实生态谁主沉浮、移动决定虚拟现实未来等议题进行研讨。

工业和信息化部相关负责人介绍,本次大会将邀请来自全球的国际权威机构、知名专家学者、领军企业代表等参会参展,围绕产品技术、标准体系、行业应用、国际合作等,探讨产业发展趋势和解决之道,展示虚拟现实领域最新成果,推动行业应用和消费普及。

首届上合组织国家电影节将办

本报讯 (记者李月)记者近日获悉,由国家电影局、山东省人民政府主办,青岛市人民政府承办的首届上合组织国家电影节,将于6月13日至17日在青岛举行。该电影节举办旨在展现各国光影魅力,汇聚电影力量,促进民心相通,夯实上合组织未来发展的民意基础。

据了解,本届电影节将遵循“互信、互利、平等、协商、尊重多样文明、谋求共同发展”的精神,推动上合组织国家电影的合作交流。电

影节将由电影论坛、影片评奖、上合之夜等八大活动板块构成。同时还将邀请上合组织8个成员国和4个观察员国的电影艺术家、电影企业代表参加。电影节期间,将有近60部上合组织国家的优秀影片参加展映和评奖。

电影节将由韩三平担任评委会主席,成龙担任形象大使。韩三平表示,电影是一门无国界的语言,可以在不同国家不同民族之间搭建起友谊的桥梁,相信电影节会使上合组织国家间的电影交流合作迈上一个新台阶。

“海上文博”2018上海创意设计大赛启动

本报讯 近日,由上海博物馆、上海长宁区文化局、博闻中国主办的“海上文博”2018上海创意设计大赛在上海启动。

本次大赛以上海博物馆、上海市历史博物馆、上海中国航海博物馆等8家文博场馆开放的50余件馆藏物品为“命题”,面向全国150余家艺术设计院校以及全球专业设计团队广泛征集设计稿。经过专家和组委会评审,将选出约100件创意作品。届时,入围作品将在全

球授权展和上海青年艺博会等平台上与企业进行商贸对接。

本次活动将采用“大赛+巡展”模式进行,6月至9月为作品征集期,11月举办获奖作品成果展和颁奖典礼。活动期间,主办方还将围绕“文创产业链现状与思考”“文化传承的创意表达”“解读文物背后的故事”“动漫让文物‘活’起来”等主题,邀请文博专家、创意达人等开展系列高峰论坛活动。(黄艺芹 洪伟成)

山东威海启动第二届文化惠民消费季

本报讯 (驻山东记者苏锐)5月19日,山东省威海市第二届文化惠民消费季正式启动。本届消费季将持续至今年10月底,共设惠民文化演出、休闲文化消费等六大板块,包括政府主导主办的公益主题活动和各类文化企事业单位自筹自办的公益性、商业性文化活动170多项。其中,休闲文化消费活动目前已有92家文化企业签约成为文化惠民消费特约商户,比去年增加近一倍。

今年,威海市安排了500万元财政资金补贴文化惠民消费季活动,绝大部分将用于直接发放消费券,其余用于举办公益文化活动

等,并依托“山东文化惠民消费季”服务平台,连接供给端和消费端,实现文化信息宣传发布、大众文化需求数据搜集分析、文化消费引导促进等功能,使消费者注册申领消费券更简单便捷,通过实时监测消费券发放和消费情况,实现指定企业消费折扣、消费数据统计、信息传输、业务管理、数据分析等功能,为完善文化消费顶层设计提供决策支撑。此外,消费季还将依托祖传手工艺大观园文旅街区、艺甸园原创艺术区等文化消费聚集区,吸引高质量文化产品服务和项目资源入驻。

雄安文旅卡正式发放

本报讯 (驻河北记者李秋云 通讯员李玉曼)近日,由全域旅游营销中心、京津冀旅游联盟主办,京津冀旅游一卡通发行办公室等承办的以“雄安文旅卡 世界友谊桥”为主题的雄安文旅卡发布会在雄安新区安新县白洋淀文化苑景区举行。

据了解,为了更好地传播雄安文旅文化,京津冀旅游一卡通发行办公室联合白洋淀天

鹅旅行社征集了50余位雄安新区各界代表,成为雄安文旅卡的代言人,此外,还与雄安各相关合作单位签署了合作协议。

据介绍,持卡会员可在雄安文旅卡精选的特色文化旅游单位(包含京津冀三地的近200家景区),享受景区首道门票减免权益,多数景区还为会员提供全年不限次的免费服务,有效期为2018年6月1日至2019年5月31日。

好莱坞剧本——中美电影合作新领域

新华社记者 黄恒

“我们从好莱坞寻找优秀的商业剧本,并将其本土化,使之适应国内观众的观影习惯和审美需求,市场已经准备好了。”天津天影影视文化传媒有限公司(天影传媒)影视总监周正近日在接受美国文化娱乐媒体《综艺》采访时说。

此前,天影传媒刚刚与美国POW!娱乐公司签约,购买由斯坦·李和鲍勃·安德伍德合作编剧的科幻喜剧电影《星际旅社》。

据了解,这份商业合作协议,涉及多重版权事务及双方多样化的市场诉求,充分体现出一个特点:作为美国对华服务贸易出口的重要组成部分,中美电影产业合作日益深化和全面,对好莱坞优质剧本的需求水涨船高。

这一新趋势的出现与中国电影市场的发展有直接关系。中国电影市场已成为全球电影市场增长的主引擎。数据显示,今年第一季度中国电影票房超过200亿元人民币。对此,美国电影业深受震撼,不仅因为中国单季票房可观,更因为这一季对中国票房贡献最大的是中国国产影片,而非西方面孔担当主角的好莱坞大片。

中国观众口味的升级变化,正引发中美电影业合作方式的变化:从合作拍片、合资拍片、资本注入,增加中国元素,一步步发展到电影剧本和编剧合作,这为好莱坞大量中小制作公司和幕后人员提供了新的市场机会。加文·斯科特是好莱坞一名资深编剧,最近

刚从中国回到美国洛杉矶。他在中国与两家电影公司谈判,商讨为后者编写面向中国和全球市场的电影剧本。谈到这种商业模式,他非常兴奋。

“我认为这是伟大的机遇,植根于两种不同文化的编剧们走到一起,合作创造属于未来的娱乐产品。”斯科特告诉记者。

洛杉矶Leomark电影制作室的首席执行官埃里克·伦德马克和夫人都是编剧,他们在好莱坞从业数十年,如今看准了中国编剧市场的机会。

他说:“中国市场如此兴旺开放,我们感觉那里是我们真正的未来所在。”

与此同时,好莱坞专业人才和服务的输出,不仅会满足中国观众文化需求,对中国电影产业而言,也将产生推动作用。

相关机构发布的数据显示,截至今年3月底,中国内地影院9965家,银幕总数达到54165块,位居世界第一。专家普遍认为,预计到2020年,中国电影市场将成为世界第一大电影市场,但中国要从电影大国发展为电影强国,必须进一步提升产品和服务,引入先进的工业和技术能力。这方面,好莱坞既有能力,也有意愿加强对华合作。

参与天影传媒购买《星际旅社》版权的美国律师兼制片人兰迪·门德尔松对记者说:“这个时代,中国有真正的机会,我期待促成更多的交易。”



5月22日,2018美国国际品牌授权博览会在拉斯维加斯开幕。20多家中国文博机构和文创企业组团参展,带来近百个原创IP(知识产权)品牌以及400余件文博文创衍生产品和项目。图为一名参展商(右二)在诸子百家国风画展展位与工作人员交流。

新华社记者 李颖

产业聚焦

短视频不能“短”文化

张书乐

近日,短视频平台抖音与国内7家知名博物馆联手推出的文物创意短视频《第一届文物戏精大会》在微信朋友圈里“火”了一把。4天时间,累计播放量突破1.18亿次,点赞量达650万,分享数超过17万,这一播放量相当于大英博物馆2016年全年参观总人次642万的184倍。过亿次的播放量充分体现了短视频这一新兴网络文化的“吸睛”力。

最新发布的《中国网络版权产业发展报告(2018)》显示,我国短视频产业在2017年实现了迅猛增长,用户规模突破4.1亿人,同比增长115%。但另一方面,短视频乱象的频频出现也引发了社会关注,如何让短视频更具正向文化价值成为业界思考的重点。

据了解,在抖音开启“博物馆之旅”前,新浪微博也在今年4月启动了“加强传统文化和新时代美好生活优质内容的扶持计划”,初期预计投入共计5亿元的资金和资源,推动人文、历史、读书、收藏等传统领域的优质短视频内容生产和传播。短视频平台之所以开始在内容生产上重视文化

底蕴,也是基于现实考虑,即希望通过深层次、难以模仿的文化内涵,以及和博物馆、非遗传承人等进行独家合作等方式,形成一定的内容门槛,进而在内容生产方面产生差异性优势。

基于类似的考量,短视频内容创作者也正在加速为自己的内容添加文化内涵。“看到许多网络主播拍摄的关于农村题材的短视频,并获得大量点击和评论。这些视频的展现乡村的秀美风景,有的在深山老林里摘杨梅、挖野菜,有的在山东溪流里捕鱼捞虾。”在《半月谈》的一则报道中,美丽乡村、乡土情结,通过短视频的传播,成为城乡文化沟通的一种新风尚。

更多的文化元素也在颠覆着过去为了搞笑逗趣而拍短视频的流行范式。“他的抖音作品大部分是搞笑段子,以及用搞笑方式教大家念英文。”《楚天都市报》前不久的报道中,提到的武汉“网红”陈龙,在抖音上拥有33.3万粉丝,而他走红的关键,除了是因为他制作的短视频风趣幽默外,还在于他曾在英国伦敦生活过,有着标准的英式

英语发音,所拍摄的短视频内容既能给粉丝带来欢乐,还能帮助大家提升英语口语能力。

一些传统文化旅游机构也看到了短视频的利好,正在以各种接地气的新方式加入到短视频的内容创作和创新之中。今年清明节,一曲欢快的《西安人的歌》带火西安“摔碗酒”;“五一”期间,“如梦如幻的灯景”新趋势的出现与文化旅游相关的短视频推荐,接连引起了网友的广泛关注。可以说,通过短视频这种新兴应用模式,网络文化和传统文化实现了更为紧密的交互融合。

毋庸置疑,作为移动互联网领域最主要的内容表现形式之一,在经历了飞速发展 and 乱象整顿后,短视频的未来发展存在无限潜力。在当下激烈的市场竞争中,如何拍出有文化记忆的作品,让用户在轻松愉悦的同时,有更多获得感和满足感,这对于众多短视频平台和广大短视频内容创作者来说,既是机遇也是挑战。