在朋友圈"晒电影"? 你可能违法了!

大可乐、 爆米花、拍张 照,被人们称 为观影"三件 但如果你 在影院看电影 时,真的拿出 手机拍录下喜 欢的演员或是 影片中的精彩 片段,并随手 在朋友圈晒出 打卡,那么,你 正在盗摄的违 法边缘"疯狂 试探"。 @焦点网谈

屏摄打卡 剧透发"圈"

在刚刚过去的国庆小长假里,漳州网友@红 尘以北本想"怒刷"几部热映的影片过足戏瘾,却 因在"刷片"时习惯性用手机拍摄打卡,被多家影 院巡检人员进行了警告,并按要求删除了录摄内 容。"难道不录视频只拍照、不做商业用途也不可 以么?"网友@红尘以北颇感委屈。

事实上,还真不行。

福建勉志律师事务所律师郑锦山告诉记者, 根据《中华人民共和国电影产业促进法》第31条 规定,未经权利人许可,任何人不得对正在放映 的电影进行录音录像;发现进行录音录像的,电 影院工作人员有权予以制止,并要求其删除;对 拒不听从的,有权要求其离场。同时,影片著作 权及其相关的权利,还受到《著作权法》《刑法》 《民法典》等法律的保护。

"虽然现有法律条文对于'放映'暂没有明确 的界定,但我们认为,从电影龙标出现到电影放映 结束影院亮灯的这段时间,都属于'放映'期间,观 众观影不应该进行屏摄等操作。"郑锦山表示。

走访中有不少市民认为,拍照并不是法律中 所说的"录音录像"。"我只是想在不打扰他人的 情况下拍张照片发朋友圈而已,并没有长时间录 音录像。""拍照也是为了能把电影安利给更多朋 友,是在帮电影做宣传啊。"面对市民的不解,漳 州万达影城值班经理对记者打个比方:假设每个 人都拍摄一帧自己喜欢的影片画面发在网上,那 么当同一部影片中的关键图帧汇集到一定程度 时,就可能会构成对影片内容的泄露。即便拍摄

者并没有利用所摄画面盈利的"恶意",这样摄取 完整作品中部分影像的行为,仍属相应法律法规 严令禁止的盗摄行为。

"其实,录像的最终呈现形式就是'图像+声 音'。"在某互联网企业资深大数据工程师林凯看 来,如今许多智能手机进入摄影功能后,并不需 要用户按下拍摄键,就会在后台暗中运行录像, 以确保不错过潜在的拍摄机会。换言之,拍照和 录像功能的区分越发模糊。因此,照片其实在一 定程度上也是属于"录像"的范畴

事实上,如果我们仔细翻看电影票背面的文字, 就会在明显位置看到"禁止拍照"的条款。也就是说, 当观众购买电影票后,在享受单人单次观影服务的同 时,其实已与影院"签订"了遵守相应规则的契约。

龙标亮起 收好手机

对于盗摄行为,中宣部版权管理局、中宣部 电影局、公安部食品药品犯罪侦查局早已在今年 多次联合开展集中行动,严厉打击院线电影盗录 传播等违法犯罪行为,并且后期通过技术手段追 踪盗版的流出,规范电影市场版权秩序。对权利 人意见强烈、社会危害大的案件,还要依法从重

"反盗摄不仅仅要'惩',更重在'防'。"漳州几 何影城安检工作人员告诉记者,影院通过放映机、 放映服务器、密钥等加密方式,从技术层面积极做 好防范盜摄的保障措施。同时也不断加强影院日 常巡查和反盗版宣讲,正确引导和监管观影行 为。"但是每一场电影还是会遇到拍屏幕的现象,

很多时候想制止,但又担心引起不必要的冲突。" 在他看来,停止屏摄行为唯一有效的办法,就是令 观众自发养成反盗摄侵权的法律意识。

其实,盗摄影响的不仅是利益相关的电影 人,还有很多热爱电影的观众。"最讨厌朋友圈刷 到那些'剧透'图了,瞬间就'浇灭'了去观看的欲 望。特别是对期待很久的影片,这种'剧透'分享 简直是种折磨。"提及朋友圈的"晒片党",市民黄

采访中还有不少市民表示,看影院中别人都 举起手机,自己也就跟着一起拍了,想着"法不责 众"。"但是这样的行径会导致恶性循环,给那些 初次走入影院的人们带来先入为主的惯性培

养。如是往复,盗摄侵权行为只会愈演愈烈。"网 友@花开半夏担忧地说。

在电影院内拍摄电影正片、彩蛋不可以,不 拍长视频只拍照不可以,拍了只发朋友圈或者自 己欣赏同样不可以,那我们想分享影片内容到社 交媒体时应该怎么办呢?"建议市民朋友使用官 方发布的海报、剧照或是片花进行传播,这样也 就不会因为在影院黑暗的环境中亮起手机屏摄, 影响其他观众的观影体验。"漳州又见影城相关 负责人告诉记者,其实在影城反盗摄宣传中一直 热传着一句话:当电影龙标亮起时,请收好我们 的手机。

○本报记者 蔡柳楠

云霄县总工会 开展网络安全宣传系列活动

本报讯(邵爱霖 何楚琼)近日,云 霄县总工会在全县范围内开展以"网络 安全为人民,网络安全靠人民"为主题 的2021年网络安全宣传周活动。

此次活动以宣传网络安全为重 点,通过多种方式,集中宣传了网络安 全政策法规和防范常识,让"网络安全 为人民,网络安全靠人民"的意识深入 人心,共筑网络安全防线。同时,增强 网民的责任感和使命感,人人当主人、 个个担责任,凝聚维护网络安全的强 大合力。

活动期间,云霄县总工会志愿者 进社区、进家庭,开展个人信息保护宣 传。向广大职工群众发放《网聚职工 正能量争做中国好网民倡议书》《个人 信息保护倡议书》《中国好网民四条标 准》等宣传资料700余份,引导职工群 众下载"国家反诈中心"App。并通过 现场讲解、咨询,普及网络常识,增强 职工群众网络安全防范意识,引领职 工群众自觉遵守网络安全相关法律 法规,

志愿者还走进园区、进企业,在县 文创园组织集体授课,向企业职工宣 传网络安全知识和禁毒、扫黄打非、预 防电信诈骗等相关知识,提高职工认 毒防毒、抵制垃圾文化和防范网络诈 骗的能力。同时,在县总工会办公大 楼LED屏幕、云霄县总工会微信公众 号、县职工服务中心服务窗口,推出预 防网络诈骗的宣传标语,普及网络安 全知识,营造网络安全人人有责,人人 参与的良好氛围。

取消超前点播 网友期待服务更真诚

视频网站所谓的"超前点播"等一直以来备受争议。近期,爱奇艺、腾讯视 频、优酷三大视频平台相继宣布取消剧集超前点播。此举引来网友一片叫好, 表示"大快人心"。

超前点播

普遍存在的吸金手段

所谓超前点播,是视频网站专 门针对VIP会员推出的一项付费 服务,消费者通过额外支付费用获 得视频的"提前观看权 解锁更多剧情内容。

超前点播模式最早出现于 2019年。《陈情令》在腾讯视频播出 后,腾讯视频试行了超前点播功 能,VIP观众可以选择提前解锁包 含大结局在内的最后5集,每集收 费6元。同年年底,腾讯视频和爱 奇艺同时播出网剧《庆余年》,也都 开启了超前点播服务。数据显示, 2020年共上线网络剧230部,其中 30%的网络剧、59%的网络首播电 视剧都实行了超前点播。调查结 果显示,有66%的观众表示使用过 超前点播功能,其中,累积花费10 元至50元的观众占比达到30%。

这种点播方式为近年来人不 敷出的长视频网站带来了丰厚的 收益。据报道,腾讯视频独播《陈 情令》,超前点播收入达1.5亿元; 腾讯视频与爱奇艺拼播的《庆余 年》,超前点播收入为1.45亿元。

看似你情我愿 实则套路满满

虽然超前点播已经存在多时,但 是却受到许多争议。就读于闽南师 范大学的小陈表示,课余时间自己喜 欢窝在宿舍,通过视频平台看热播 剧。"前段时间刚刚看了《扫黑风暴》, 虽然已经是会员了,但却还要单独收 费,并且必须按顺序解锁剧集。这相 当于交了两次钱,看得也不顺心。"

至于这个钱收得是否合理,小 陈表示自己并不清楚。看似你情 我愿的正常交易,许多会员表示实

则套路满满。因为超前点播是按 集收费,但不允许消费者跳集购 买,必须逐集解锁内容,相当于打 包出售。不少消费者认为超前点 播损害他们的合法权益,有悖契约 精神和商业道德。

早在9月份,中国消费者协会 官网发布《中消协观点:少一些套 路,多一些真诚 视频平台 VIP服 务应依法合规、质价相符》,认为对 于超前点播业务推出前已购买 VIP服务的老会员,视频平台应按 原有会员协议提供服务,不应借修 改格式条款增加收费项目,向 VIP 服务未到期的老会员收取超前点 播费,减损老会员依据原有会员协 议享有的提前观影权利。对于超 前点播业务推出后的新会员,视频 平台应明确会员享有的权益内容, 不得为收取超前点播费用故意减 慢视频更新节奏,损害普通消费者 和会员的既有权利。

取消后 消费者拍手叫好

近日,闽南日报等微信公众号 相继转载权威消息,对爱奇艺、腾 讯视频、优酷三大视频平台宣布取 消剧集超前点播进行报道。评论 区中,广大网友一致叫好一

微信网友"见好就收":买了 VIP还要买超前点播,又分 VIP等 级,普通VIP、超级VIP,想尽办法挖 客户钱。这种行为太不地道,所以 我干脆不买了,不看了还不行吗。

微信网友"静哥":套路太深 了,明明已经买了会员,还是有不 少片子看不了,还需要充白金会员 或者买点券,臻享会员什么的,总 之是千方百计要用户掏钱。想好 好看片子,得把所有平台所有会员 全部充一遍,不然还真看不全。

微信网友"TIFFANY":早该 这样了,最好连不是会员的中间插 播广告的也治理一下,一个广告 100多秒,还不只是插一条而已, 开头、中间、结尾都有。

而在取消剧集超前点播的同 时,爱奇艺还对超前点播会员进行 了星钻补贴,此举也得到了许多网 友的支持。

少一些套路 多一些真诚

除了超前点播外,广大网友还 列举出了目前视频平台的几大问 题:一是消费者反映春节期间,视 频平台对热播剧单方修改更新周 期,由原来每周三至周日每天更新 两集,改为每周六至周日每天更新 两集,每周少播4集。二是平台宣传 充值会员将免广告,实际上只是去 掉了视频开头的广告,视频播放中间 仍多次插播各种广告。三是会员服 务未到期,消费者在不知情的情况下 被自动续费,认为平台强买强卖。

对此,中消协也进行逐一回 应,指出:广告特权应保障,违法 推送要杜绝;自动续费套路深,计 费规则要公平;协议不得随意改, 用户权益要落实。

中消协认为,视频平台贴合用 户需求,提供VIP会员服务,应当 尊重广大消费者,恪守诚信原则, 遵守法律规定,杜绝唯利是图,违 法欺客,霸王条款。希望各视频 平台经营者认真自查,主动整改, 少一些套路,多一些真诚,依法承 担应尽义务和责任,切实保障消 费者合法权益,真正在完善用户 体验方面下功夫,让消费者花的 每一分钱,都能得到质价相符的 应有回馈。⊙本报记者 杨 瑞

@买下网间

微信:治理视频号"无下限博眼球"直播行为

15日,微信安全中心发布对《视 频号"无下限博眼球"直播行为的治 理公告》。

通告称,自视频号直播功能上线 以来,绝大部分主播创作了大量积极 健康的优质直播内容,然而有少部分 主播为了博取眼球、诱导用户进行打 赏,无下限地开展低俗直播。此类内 容不仅在观感上非常不堪,向观众传 递负面扭曲的价值观,更存在着低俗 擦边、侵犯他人合法权益等明确违规

平台一直对此类违规内容进行 打击覆盖,根据违规严重程度采取不 同的处罚方式,包括但不限于:警告、 限流、掐播等,并扣除违规主播的信 用分,追加账号级别处罚。

微信安全团队通过日常主动巡 检、模型识别、用户投诉受理等方式 发现违规内容,并不断收集新出现的 典型违规案例,以覆盖玩法多变、套 路匪夷所思的新违规情节。

2021年6月1日至今,平台对"无 下限博眼球"的低俗直播内容持续进 行处理,累计处置超过1.2万个直播 间,对超过5900个主播账号扣除信 用分并追加账号级别处罚。

部分主播存在规避平台审核、对 抗平台打击的行为,如:在进行违规 表演时把镜头放远、侧过身或只收 声不入画,账号被封禁或限流后换 号开播等。一旦发现主播存在上述

恶意对抗行为,平台将加强对其的处 罚力度。

典型的违规情节公示

一、低俗PK惩罚 1)营造低俗氛围效果类。

2)危害自身健康且易引起他人 模仿的斗狠类。包括但不限于:输了 喝超出身体负荷的水、倒立喝水、大 量吃辣酱/蒜头/辣椒酱等刺激性食 品、用刺激性物品(辣椒水/茶末/风 油精等)涂抹眼睛等身体部位。

3)其他无下限玩法。

二、低俗个人直播行为

1)穿着不雅或聚焦敏感部位的 低俗擦边类。包括但不限于:穿低胸 衣并在胸口处放纸巾、穿紧身衣或裸 露程度较高的衣物展示身材等。

2) 通过声音、动作进行低俗表演 类。包括但不限于:模仿不雅动作或 声音、背朝镜头做不雅舞蹈动作等。

3) 其他违规行为。包括但不限 于:在胸口处写字、故意打扮惊悚等。

微信安全中心表示,平台将持续 对各种低俗、"无下限博眼球"的直播 行为进行严格把关并加大打击力 度,从严处置违规账号。也在此倡 议各位主播规范自身直播行为,坚 决抵制不良直播风气,少玩一点低 俗套路,多做一点真诚的好内容。 欢迎广大用户积极投诉、检举违规 内容,帮助平台治理违规乱象。

(微信安全中心)

剧集列表 (更新至8集/共40集) 每周日至周二20点更新2集, VIP会员抢先看6集 1-16

1 2 13 14 15 16 (资料图片)