

# 国家版权局发布新规 加强网络文学版权监管

## 保护网络文学版权 “黑白名单”制即将推出

《北京青年报》 崔巍

近日,国家版权局发布了《关于加强网络文学作品版权管理的通知》(以下简称《通知》)。《通知》将网络服务商划分为像起点中文网等直接提供文学作品的,以及搜索引擎、浏览器、贴吧、论坛等为文学作品的网络传播提供相关服务的,并对这两类服务商尤其是后者的责任义务作出了明确规定,要求搜索引擎、浏览器等服务商不得通过定向搜索或者链接,以及编辑、聚合等方式传播未经权利人许可的文学作品。

### 数字解读网络文学版权新规 两类网络服务商要规范

一类是通过信息网络直接提供文学作品的网络服务商;另一类是为用户通过信息网络传播文学作品提供相关网络服务的网络服务商,如提供搜索引擎、浏览器、论坛、网盘、应用程序商店以及贴吧、微博、微信等服务的第三方网络服务商。

### 三项创新举措已提出

- 一是针对提供搜索引擎、浏览器等服务的网络服务商,要求其不得通过定向搜索或者链接,以及编辑、聚合等方式传播未经权利人许可的文学作品。
- 二是规定提供贴吧、论坛等服务的网络服务商,对一些直接以文学作品或者作者命名的贴吧、论坛的管理,应当承担更高的注意义务。
- 三是《通知》国家版权局建立网络文学作品版权监管“黑白名单”制度。

### 四项工作机制待建立

侵权处理机制、版权投诉机制、通知删除机制和上传审核机制。

### 保护网络文学版权 网络服务商受制“黑白名单”

《通知》按照不同类型网络服务商在传播文学作品中的特点、功能和作用将主要规范对象概括为两类:一类是通过信息网络直接提供文学作品的网络服务商,如起点中文网、掌阅书城等;另一类是为用户通过信息网络传播文学作品提供相关网络服务的网络服务商,如提供搜索引擎、浏览

器、论坛、网盘、应用程序商店以及贴吧、微博、微信等服务的第三方网络服务商。

针对通过信息网络直接提供文学作品的网络服务商,《通知》提出其应当建立健全侵权作品处理机制,履行传播文学作品的版权审查和注意义务,建立版权投诉机制,及时依法处理权利人的合法诉求。

针对提供相关网络服务的第三方网络服务商,《通知》的规定更为详细。如应当在服务平台的显著位置载明权利人通知、投诉的方式,在接到权利人通知、投诉24小时内删除侵权作品、断开相关链接;不得通过定向搜索或者链接,以及编辑、聚合等方式传播未经权利人许可的文学作品;提供贴吧、论坛、应用程序商店等服务的网络服务商,应当审核并保存吧主、版主、应用程序开发者等的姓名、账号、网络地址、联系方式等信息;提供对以文学作品或者作者命名的贴吧、论坛等服务的网络服务商,应当责成吧主、版主等确认用户提供的文学作品系权利人本人提供,或者已经取得权利人许可等。

此外《通知》还强调,提供信息存储空间服务的网盘服务商应当主动屏蔽、删除侵权文学作品,并提出国家版权局将建立网络文学作品版权监管“黑白名单”制度,适时公布文学作品侵权盗版网络服务商“黑名单”及网络文学作品重点监管“白名单”。

据国家版权局版权管理司负责人介绍,“提供搜索引擎、浏览器等服务的网络服务商,不得通过定向搜索或者链接,以及编辑、聚合等方式传播未经权利人许可的文学作品”以及“黑白名单”制度等都属于网络版权管理方面的创新举措,这一方面是为了适应网络技术发展的新环境,另一方面是希望在加大对网络文学侵权盗版打击力度的同时,推动网络文学版权使用传播长效机制的建立和健全。



### 探因 侵权盗版已成为网络文学发展毒瘤

中国网络文学行业历经十几年的发展,已逐渐成为国内文娱产业的重要内容源头。据有关机构统计,截至2015年底,我国网络文学用户规模达到2.97亿,各网络文学网站的签约作者约有250万人,每日创作作品文字量超过1.5亿字,国内市场份额最大的31家重点网络文学网站原创作品总量约1168万种,大量的网络文学作品被出版图书或改编成电影、游戏、动漫,产业规模不断增长。

但与此同时,网络文学侵权盗版却成为制约行业发展的毒瘤。今年年初由艾瑞咨询公司发布的《中国网络文学版权保护白皮书》显示,2014年盗版网络文学如果全部按照正版计价,PC端付费阅读收入损失达43.2亿元,移动端付费阅读收入损失达34.5亿元,衍生产品产值损失21.8亿元,行业损失近100亿元。

正因如此,包括网文创作者在内的行业各界对网络文学版权的保护呼声逐渐增强,主管部门也采取了更严厉的措施打击网络文学侵权盗版。今年4月26日,在2016中国网络版权保护大会网络文学保护分论坛上,国家版权局相关负责人就公开表态,将会重点治理网络文学盗版问题。7月12日,国家版权局等四部门联合开展“剑网2016”专项行动,将打击网络文学侵权盗版作为重点任务之一。《关于加强网络文学作品版权管理的通知》也是在这样的背景下应运而生的,在今年9月19日举行的“网络文学版权保护研讨会”上,国家版权局版权管理司就下发了《通知》的征求意见稿,在广泛征求各方意见的基础上,近日得以正式印发。

# 假借“互联网创业”,线下沙龙“讲授成功学”洗脑,线上发展“伙伴”靠销售提成

## 年入百万? 忽悠的就是你

《人民日报》 张腾扬

由于推广、营销和交易等环节能够通过移动互联网实现,从而脱离时间空间的限制,微商在近几年发展势头很是不错。然而,大潮之中,泥沙俱下,在发展过程中,除了假货次品频出等问题,一些商家的运作模式,也使得微商成为违法行为的滋生之地。

不久前,一位陈先生参加了一次“互联网创业沙龙”,不论是在活动现场还是在后续的沟通中,陈先生都对组织者的行为和动机产生了质疑。“创业沙龙”上发生了什么,又有怎样的玄机?

### 是“互联网创业”还是聚众忽悠

家住北方某市的陈先生一直想尝试创业。偶然一次,他被微信“附近的人”添加好友,并看到其朋友圈发布的“互联网创业沙龙”邀请。对苦于缺乏资金门路的陈先生来说,这无疑是一个意外之喜。

怀揣期待,陈先生在指定的时间来到“互联网创业沙龙”举办地。但现场的情况却有些出乎陈先生的意料:沙龙被布置成了教室一般,参与者都坐在台下,讲台上的黑板则挂着印有“超凡冠宇”的条幅。而最令陈先生诧异的,则是来参加沙龙的大多是些中年人,还有带着孩子的家庭主妇。

沙龙开始后,情绪饱满的主持人将活动定义为“家庭聚会”,称与会者为“冠宇家人”,并热情洋溢地介绍着冠宇事业的“成功者”。而在随后的交流环节,几名“成功人士”分别上台,表示自己本来是公务员、教师或大学生,接触冠宇后,如今用手机短短几分钟就能赚数千块,相信做下去就一定能实现人生价值……

发言同质化严重、缺乏实质内容,没有听到期望中创业经验交流与项目分享的陈先生,有些坐不住了,他感觉这里根本不是什么“互联网创业沙龙”。

### 微信好友怎成“消费者联盟”

“成功人士”发言结束后,本次沙龙的主角、自称“创业达人”的互联网创业讲师终于上台。

这一次陈先生再次失望了。除去政策描述、权威人士

发言、鸡汤词句外,讲师集中宣扬的“互联网创业模式”,无非是通过手机注册成为代理、使用微信添加“附近的人”、在朋友圈上高频率推送公司产品。而在讲师口中,你的微信好友就是所谓的“消费者联盟”,能带来巨大的财富。

陈先生确定此次沙龙不仅对自己没有帮助,甚至有传销的嫌疑,于是拿出手机准备联系朋友并离开。

但当陈先生准备发短信时,他一侧眼猛地发现身旁的男子并没有听台上授课,而是时不时盯着自己。于是,陈先生装作看了下时间后,把手机装回去,伸了个懒腰并回头看了一下,结果心里一凉:刚才安排他入座的男子此时搬了凳子坐在活动室门口,凳子腿顶着大门。

联想到此前传销团伙拘禁、殴打参与者的新闻,陈先生只能继续“认真听讲”。一个多小时的授课结束后,主持人开始组织大家玩游戏、喊口号。陈先生和几个新来的人,受到“前辈”关照,被鼓励多多表现。看到身边的人似乎渐渐松懈下来,陈先生借口去卫生间,和一名带小孩的妇女边聊天边出门,然后迅速离开此地。

### 赚不到钱是“自己努力不够”

离开沙龙的陈先生并没有想到,参加上次活动带来的麻烦还在后面。

接下来的几天里,陈先生受到微信好友从微信到短信的“狂轰滥炸”。对方并不介意陈先生在沙龙上提前离场,并表示讲座经常举办,以后还有机会,反而邀请陈先生一起来做“微信代理”销售保健品、化妆品、生活用品,并宣称“只



要几分钟注册,即可成为代理,经过培训就可以‘上岗’”,目前全国已经有“数十万人”加入事业。

对方介绍,从微信上注册后,总部数据库里面就有了记录,注册人就可以使用公司的微店平台作为卖家销售。而注册人的微信好友通过朋友圈购买公司产品,销售额就会记在注册人名下,根据每个月销售额度,按目标比例返还奖金,销售额越高,奖金比例越高,最低9%,最高24%。

陈先生以销售目标太高为由婉言拒绝,结果对方反而表示“非常理解”,鼓励陈先生多发展“合作伙伴”。“每个月销售数千元容易,可是每月销售十几万元产品比较难,聪明方法就是找几个伙伴,组成一个‘营销市场’”。

据介绍,冠宇事业的分配制度,发展的“合作伙伴”的销售额度可以记在发展人名下。你发展的“伙伴”再发展“伙伴”,销售额度可以层层累计,整个体系如同金字塔。按照对方描述,如果达到金字塔顶端,年收入可以数百万元。

陈先生对此表示怀疑,反问对方有没有赚到钱。在他的连续追问下,对方也承认,自己目前做冠宇事业一年多,经常参加产品培训、宣传讲座,而每天努力添加微信好友并在朋友圈推销产品数十次,但至今为止的确“没赚多少钱”。不过对方坚持认为“是自己努力不够、市场发展不到位,坚持下去,不出几年就能财务自由”。

想到传销的风险与危害,陈先生决绝地拒绝了对方。但是他也有疑惑:这种所谓的“互联网创业”,究竟有没有问题?看上去如此露骨的运营手段,为何没人来管?