



资料照片

各具特色的文化立法

各国为了推动文化产业的发展，保护本国的文化传统，其立法也是各有特色。

1927 年，英国为了挽救本土电影与境外电影之间失衡的局势，颁布了《电影法》。1990 年实施的《广播电视法》和《电视新闻法》，确立了相关部门和人员的行为规范。后续实施的《泄密法》《诽谤法》和《隐私权法》，强调保证公民合法的文化权益不受侵犯。英国还通过设立“广播电视委员会”和“独立电视委员会”，对违规企业或负责人员进行监督和处罚。

在日本影视文化法律体系中有三部重要法律，即《电波法》《放送法》《电波监理委员会设置法》。2011 年的《更改电波法》，标志着日本的影视文化产业进入数字化信息时代。所有文化立法都要求影视节目不得有损害社会公序

良俗的内容，且必须严格保障节目在政治上的公平性，在内容上必须保持中立和真实，不得恶意歪曲事实。如果发现节目损害他人权益，受害人可以在节目播出的 3 个月内提出审查要求，如果审查确有问题，播出单位必须在两日之内更正或暂停节目。

韩国的《文化产业振兴基本法》是世界上第一个文化产业促进法。1996 年颁布的《电影法》规定，电影院每年上映的国外影片不得超过国产影片放映量的 1/3。必须保证电影院每年放映时间在 60 至 90 天。韩国政府每年会拨出 500 万美元用于支持 20 部带有民族特色的电影去参加各个国际电影节。国家公演伦理委员会负责审核本国内所有的影视节目、广告、唱片、网络游戏、舞台艺术等传播内容，对不利于身心健康的内容以及破坏社会稳定的作品一律不准播放。

严格监管经纪公司和行业组织

各类经纪组织和行业组织的建立，是演员实现工作目标的重要保障条件，这些组织对演员的表现有着重要影响，因而也应依法规范。

在美国，影视经纪人受《人才经纪法案》约束。在加州，任何公司、个人想要获得从事经纪业务的许可，必须向加州劳工委员会提出申请。同时还需要有良好信誉的居民来证明申请人有良好的道德品行和公平交易的信誉。在收到申请后，劳动专员要对申请人的品行和可靠性以及经纪业务的营业场址进行调查。法律要求经纪公司不得发布或意图发布任何虚假、欺诈或具有误导性的信息、通知或者广告，不得对求职者作出有关工作或雇佣的虚假承诺。当出现以下情形时，劳动专员可能会撤销或中止许可：违

反法律规定的行为；不再具备良好的道德品行；许可的情形发生改变或者不再存在；实施了重要的错报或者虚假的陈述。

美国政府文化机构与各类社会文艺协会等民间组织保持着密切的联系，通过帮助行业协会制订自律公约来对他们进行管理和制约。这些协会多数制订了行为准则之类的自律条约，如《全国广播工作者协会》就制订了行业的《道德准则》。这些自律条约一方面约束行业从业人员的行为，另一方面也维护从业人员的利益。同时，这些协会还代表本行业对美国国会、联邦政府甚至法院进行游说活动，在立法以及政策的制定方面施加影响。他们还负责提供知识产权保护服务，负责推广新技术应用，对文化事业的发展发挥重要作用。

文娱领域 如何监管

文娱领域是文化艺术行业的简称，它是国家社会生活的重要组成部分，其发展能力被称作软实力。各国高度重视文化艺术建设，希望提升自身的国际竞争力。但快速发展的文化艺术事业，也带来一些负面的影响。本版“域外之音”介绍的就是国外监管规范文娱领域的相关法律制度。

严格监管报酬与税收

对演员的收入及纳税情况的监管，各国也有比较成熟的制度。

收入制度。美国的演员工会能保证艺人演员的劳保福利、医疗保险，也能保证演员的收入。只要加入工会就意味着演员的一系列权益有了保障。演员工会每 3 年与制片方协会签订一次合同，演员的待遇、薪酬的增长等内容都规定得很细。工作时间超过 8 小时就要按照 1.5 倍支付演员薪酬，如果超过 10 小时，就要

支付双倍薪酬。周末工作是双倍薪酬，节日是 3 倍薪酬。当制片方违反了相关规定时，工会将请律师提起诉讼。工会也会定期派出监督员到拍摄现场巡查。演员所有薪酬都发放到演员工会，会计部门再发给演员。无论是工伤或是突发疾病，只要年收入超过 2 万美元的就可以享受全家医疗保险。

对偷税的制裁。美国对逃税明星要进行严格的刑事处罚。曾饰演过超级英雄电影《刀锋战士》的黑人明星卫斯理斯奈普

斯，因篡改税表和伪造税务文件，涉案税金高达 1200 万美元，最终被判处 3 年监禁。热门真人秀《幸存者》的冠军理查德·哈奇获得主办方 100 万美元奖金，因没有交税，被判处 51 个月监禁。

日本对偷税漏税的处罚力度也很大，如果被税务部门提起诉讼，坐牢不可避免。日本艺人的税金通常通过所在事务所缴纳，若事务所被发现偷税漏税的情况，就会被重罚至停业。

管控明星代言广告

由于明星知名度高，代言广告可收到事半功倍之效。但如果广告虚假，就会造成不可挽回的损失，因此，各国加强对明星代言广告的管控。

严格控制证言广告。英国《广告标准和实践法规》对广播、电视中的证人广告，要求证词必须属实，不可因此造成误解。广告主和广告公司必须向广播局出示证词或表述的凭据，若没有凭据、凭据不真实，按照欺瞒广告处理。英国法律规定，在医药和治法广告中不可使用证言广告，在酒类的广告中不能出现青年明星形象。

美国联邦贸易委员会规定，做广告的明星证人在广告刊播前必须准备好其证词的凭据，否则消费者可据此索赔。歌星布恩在一项粉刺药霜广告中涉嫌作假证，联邦贸易委员会经调查发现其证词毫无凭据，命令立即停止刊播广告，并追究了假证的广告直接发布者布恩的责任。

遏制盈利广告。法国对虚假广告罪的处罚适用 1905 年 8 月 1 日发布的《关于欺诈和假冒产品或服务法》，违者可处 3 个月或两年监禁及罚金 1000 法郎到 25 万法郎，或择一处罚。法国广告一般都是通过设计新奇创意来突出产品品牌 and 品质，依靠代言人代言来扩大盈利的并不多见。如果出现虚假代言行为，势必对代言

人作出严厉处罚，著名电视主持人吉尔贝就曾经因为做虚假广告而受到刑事处罚。

杜绝药品广告。在加拿大，对方药的管理非常严格。非处方药的种类和覆盖面很狭窄，患者所能自由购买的非处方药，

不过是碘酒、酵母片、创可贴一类。其余药品在药房并不出售，只能凭医生开出的处方购买。在这种情况下，药厂花钱做商业广告、请明星代言就失去了意义。

(来源：人民法院报)



资料照片