国外怎么监管"大 V"

日前,微信、快手、抖音、微博、B站、小红书、百度等七家平台 纷纷发公告,时政、财经、医疗等专业领域粉丝量 100 万以上的自媒体账号将成为首批要求"前台实名制"的群体。"前台实名制"或前台实名展示是指用户同意实名后,相关实名信息可在账号资料页进行查看,即网友口中的"卸马甲"。随着网络的日益普及和网民的飞速增长,自媒体在媒体生态中的崛起带来了一系列复杂现象。针对虚假信息、网络犯罪、网络暴力等潜在风险,我国已推出了一系列相关政策,以达到对互联网环境更严密的监管。本版"域外之音"刊登文章,介绍相关法律制度,看看国外如何监管"大 V"们。

构建完善的自媒体监管法律体系

新加坡、印度等国家从不同角度 制定了管理自媒体的法律,确定了监 管的组织机构。

新加坡构建了自媒体自律体系。 政府制定了《行业内容操作守则》,自 媒体营运商一旦采用《行业内容操作 守则》,就必须全盘接受。虽然该守则 在法律上没有强制力,但是新加坡三 家最主要的运营商都加入了该守则, 并将守则吸收到用户合同条款中。

印度新修订的《信息技术法》规定,所有网站都要接受印度通信与信息技术部的管控,该部门有权查封网站或者删除网站上的违法信息,还有权对网站犯罪者提起刑事诉讼。

澳大利亚出台了《刑法修正案》, 规定了对未能及时删除"令人憎恶的 暴力内容"的互联网托管服务平台可进行惩罚。还成立了传播和媒体管理局以加强互联网管理,在警署也设有专门组织进行网络监控和执法。

德国由内政部负责监管互联网,其属下的"网络警察"有三个职能:一是由数据网络嫌疑调查中心负责搜寻潜在的恐怖分子、网络经济犯罪分子、恋童癖者和倒卖武器者等;二是建立社交网络办案点,负责受理用户的网络报案;三是设立全国网络防卫中心,负责打击网络黑客。

英国涉及自媒体的法律主要有《社交媒体法》《数据保护法》《网络身份保护法》等,还建立了网络观察基金会,负责网络监管,以遏制网络色情以及其他犯罪行为。

自媒体注册制度非常严格

韩国、德国等国家制定了自媒体 注册制度,明确了注册机构、注册程 序以及注册身份要求。

韩国从 2002 年开始推行网络实 名制。后来由于发生多起信息外泄事件,韩国宪法法院宣布废除网络实名 制法案。目前,主要实行后台实名制 度,即用户在网站注册登录时必须使 用真实的姓名和身份证号,而在前台 发布消息时则可以使用化名。

2006 年,美国的一项网络改革 法案规定: "拥有 500 个以上读者的 博客必须进行实名注册,并且要每个 季度向国会作一次报告,否则将面临 全面关闭。"

在德国,任何人设置网站,都必

须进行注册登记,凡是经营性网站都必须作一个"版权声明",注明对网页内容承担责任的团体或个人及其联系方式

在日本,自媒体平台采用实名制管理,用户在注册账号时需要填写个人的真实信息,一旦发现用户信息不真实,管理员会立即删除账户并将其加入黑名单。韩国有一个专门机构负责管理自媒体账户,该机构有两项职能:一是对自媒体公众号进行审核。凡是在自媒体平台注册公众账户都要进行资格审核,如果申请者不符合规定,会被拒绝注册。二是对自媒体账户发布的内容进行实时管理,只要发现有违规内容就要进行删除并对其处罚。

通过立法应对网络虚假信息风险

一些国家法律明确禁止自媒体发 布危害社会及他人的各种信息。

在禁止恐怖暴力信息方面,德国《信息与通信服务法》重点治理网上威胁、恶意言论等;德国司法部成立了相关工作组,要求在24小时内删除煽动、散布仇恨的不良信息。澳大利亚规定,如果社交媒体平台没有迅速删除"令人憎恶的暴力内容",最高将被处以年利润10%的罚款,员工则可能被判处三年监禁。在法国,《反网上仇恨言论法》规定,禁止在

自媒体上散布种族仇恨、侮辱和诽谤等 言论,违者将受到严厉处罚。

在禁止虚假不实信息方面,欧盟网络与信息安全局要求成员国通过立法应对网络虚假信息的风险。俄罗斯出台了《俄罗斯假新闻法》和《俄罗斯联邦行政处罚法修正案》,要求对以可靠信息为幌子传播不真实信息者予以行政处罚。加拿大《数字宪章》通过罚款手段打击假新闻。新加坡颁布的《互联网操作守则》和《互联网行为准则》明确了网络内容的判断标准。



自媒体运行,转发别人的作品,难 免涉及著作权纠纷,一些国家和组织制 定了相应的知识产权使用和监督制度。

欧盟于 1991 年颁布的《计算机程序法律保护的指令》、1995 年的《信息社会中著作权及相关权利的绿皮书》和1996 年的《关于数据库法律保护的指令》都认可临时复制。美国法律也规定,临时复制适用于传统著作权法意义上的复制,但应避免复制权被过多地延伸。

在韩国,内容创作者需在自媒体平台注册并进入独立账户后,才能进行签定版权协议等相关操作。韩国自媒体平台有一套完整的版权追踪系统,凡是涉及侵犯版权的,都可以追踪和进行恰当的救济。

强制许可是指通过向著作权行政管理部门申请,取得使用他人已发表作品的授权,无需征得权利人同意,只需向其支付合理报酬。德国著作权法规定,著作权人为了营利而许可他人制作、销售音乐作品的录音制品时,也应该向其他的录制人授予同样的许可。英国的强制许可包括文学、戏剧、音乐的复制,音乐戏剧作品的公开表演、放映或播放等。

资料照片

在西班牙,当知识产权所有人认为 网站上的信息侵犯了自己的权利时,可 以向知识产权委员会提出控告,该委员 会如果判定构成侵权,可以要求网站立 即删除有关侵权内容。如果网站拒不执 行,委员会可申请法院在72小时内作 出关闭该网站的判决。

广告发布"有法可依"

自媒体运行,难免推送广告或转发 广告,但广告真假难辨,容易给消费者 带来困扰。美国、法国等制定了自媒体 广告监管制度。

美国广告管理署制定了自媒体广告 主体准人制度。广告主体必须具有经营 许可证才能发布广告。在法国,广告检验 局在各地建立了特别技术委员会,负责 制定自媒体广告行业准则,法国的广告 行业自律组织不但为政府监管减轻压 力,也为广告行业发展提供专业性指导。

2021 年 3 月,英国竞争与市场管理局发表声明,要求所有网红进行产品推广时,必须向用户公布其产品的赞助

商,即向用户表示该信息为推广信息, 否则,将被视为广告诈骗,有关部门将 会介入调查。

日本公平交易委员会制定了监督自 媒体广告的相关制度,其中一项重要内 容就是电子商务监视调查制度,该制度 规定了自媒体广告的范围和内容,要求 相关行政人员辅助监督,及时发现广告 的违法之处,并对违法者进行劝导或处 罚。在德国,自媒体违法发布广告要承 担侵权责任,并对后续主体实施违法广 告行为负连带责任。德国广告委员会和 反不公平竞争中心负有调查和处理投诉 的责任。

预防失控,制定新技术应用制度

自媒体的迅猛发展,给人工智能、 大数据等新技术应用带来新的机遇,但 也很容易导致失控。由此,各国制定了 自媒体新技术应用制度。

欧盟法院通过案例裁定成员国具有监管网络平台的权力。德国的《网络执行法》和法国的《反网上仇恨言论法》规定,网络平台对其内容要承担主体责任。英国《网络有害内容白皮书》明确提出网络平台具有"法定注意义务"。

审查监控。欧盟发布《人工智能法》,要求建立数据处理评估制度,规制算法歧视、大数据杀熟等问题。英国着力规制新技术对网络的影响,2018年成立数据伦理与创新中心,开展在线消息定位审核、偏见审查以及机会和风险预测等监控工作。

在数据存储方面,英国允许互联网服务供应商及电信公司安装相关硬件,储存通信数据期限为一年。社交网站应保留用户相关信息记录,以备查询。在美国,从2011年开始,国土安全部指挥中心将用户发布的全部微博(约2.5亿条/天)交给美国国会图书馆收作电子档案。

在保护未成年人领域,日本就未成年人网络保护出台了《青少年网络规制法》,还通过相关立法推广未成年人网络分级软件。新加坡组织开发了"家庭上网系统"过滤网络色情。此外,还成立了互联网家长顾问组,通过讲座和培训等方式,帮助家长辅导子女安全上网,正确使用自媒体。

(来源:北京日报、人民法院报等)