



调查动机

最近,由美国人工智能研究室OpenAI开发的全新“聊天机器人”ChatGPT火了。作为一款人工智能语言模型,它不仅能和人展开互动,还可以写文章、制定方案、创作诗歌,甚至编写代码、检查漏洞样样精通,上线仅两个月全球活跃用户破亿。对此,有人直呼“太好用了,你要什么它就给什么”,也有人担忧“一些工作将被它取代”。ChatGPT的问世掀起了新一轮人工智能浪潮,但其使用过程中可能涉及的法律问题不容忽视,记者对此进行了调查采访。

□ 本报记者 韩丹东
□ 本报实习生 王意天

ChatGPT火了,在国内连续多日冲上热搜榜,一时与ChatGPT相关的各种信息遍布网络。

ChatGPT全称“Chat Generative Pre-trained Transformer”,按照其自我介绍,它是一个由OpenAI训练的大型语言模型,被设计用来回答各种问题并为用户提供帮助。

人工智能、人机交互、自动问答……与ChatGPT相关联的各种“高大上”的形容词让不少人感到好奇:ChatGPT到底能干什么?是否真的像一些人担忧的那样,可以取代文本创作等类型的工作?

《法治日报》记者近日采访发现,ChatGPT火爆背后暗藏法律风险隐患。人工智能在给人们的生活增添乐趣、提供便利的同时,其信息真伪、知识产权等法律风险也愈发受到关注。另一方面,不少人盯上了其热度想“搭便车”牟利,出现了大批“山寨”产品和账号转卖行为。

存在信息泄露风险 可能侵犯知识产权

ChatGPT火爆后,很多博主拍摄了测评视频,不少人给出评价称,面对一些提问,ChatGPT反应速度、准确性较高,表现甚至优于一些搜索引擎。但ChatGPT的回答通常是笼统的、整合性的回答,而不是具有个性色彩的、创新性的回答。

公开资料显示,ChatGPT可以总结研究论文、回答问题、生成可用的计算机代码,甚至快速通过美国医学执照考试、沃顿商学院的MBA期末考试、司法考试。一些医学论文预印本和已发表的文章甚至正式赋予了ChatGPT作者身份。

但在受访的法律人士看来,ChatGPT的强大功能也隐含着不少法律风险。

“ChatGPT对信息、数据来源无法进行事实核查,可能存在个人数据与商业秘密泄露和提供虚假信息两大隐患。”北京盈科(上海)律师事务所律师互联网法律事务部主任谢连杰说。

谢连杰分析说,ChatGPT依托海量数据库信息存在,其中包括大量的互联网用户自行输入的信息,因此当用户输入个人数据或商业秘密等信息时,ChatGPT可能将其纳入自身的语料库而产生泄露的风险。虽然ChatGPT承诺删除所有个人身份信息,但未说明删除方式,在其不能对信息与数据来源进行事实核查的情况下,这类信息仍然具有泄露风险。

其次,人工智能生成的信息并不总是准确的,ChatGPT常常出现“一本正经地胡说八道”的情况,需要一定的专业知识才能辨别真伪;也可能有不法分子恶意“训练”人工智能,使其提供诈骗信息、钓鱼网站等内容,损害公民人身财产安全。

“对于这类隐患,平台应充分提示用户其生成的内容可能为虚假信息,且在其生成疑似违法信息时进行拦截或提示用户存在安全风险。”谢连杰说。

泰和泰(重庆)律师事务所高级合伙人朱杰说,ChatGPT在建立语料库、生成文本时,如果使用并非公开的开源代码,使用开源代码商用未办理许可证或未按许可证的要求实施的,可能会导致侵权。

他解释说,这类人工智能主要是通过挖掘人类日常交流以及文本,进而统计分析,因此,对于一些受著作权保护的文本、视频、代码等,如果没有经过权利主体的授权,直接获取复制到自己的数据库中,并在此基础上修改、拼凑,极可能侵害他人的著作权。

2019年,国际保护知识产权协会(AIPIPI)发布《人工智能生成物的版权问题决议》,认为人工智能生成物在其生成过程中有人类干预,且该生成物符合受保护作品应满足的其他条件情况下,能够获得保护,对于生成过程无人类干预的人工智能生成物无法获得版权保护。

近日,多家国内学术刊物针对ChatGPT发声。《暨南学报(哲学社会科学版)》发布关于使用人工智能写作工具的说明提到,暂不接受任何大型语言模型工具(例如:ChatGPT)单独或联合署名的文章。在论文创作中使用过相关工具,需单独提出,并在文章中详细解释如何使用以及论证作者自身的创作性。如有隐瞒使用情况,将对文章直接退稿或撤稿处理。(天津师范大学学报(基础教育版))发布声明,建议作者们在参考文献、致谢等文字中对使用人工智能写作工具(如:ChatGPT等)的情况予以说明。

朱杰认为,ChatGPT生成的文本等内容是基于大量数据的统计和应用生成的,不具有自己的思想和创新,很难构成著作权法保护的作品。

谢连杰提到,ChatGPT的文本数据挖掘技术可能导致其在他人享有著作权的作品中“借鉴”部分内容。对于这部分内容,若不能构成我国著作权法所规定的“合理使用”的情形,则可能引发侵权纠纷。

借势贩卖租赁账号 “搭便车”山寨频出

ChatGPT走红后,由于服务端对中国大陆的IP有限制,无法注册使用,其账号一时在国内多个

网购平台、社交平台上销售火热。在某电商平台上架成品账号的店铺,一天之内多达万人付款,价格最低1.68元。

记者在一家名为“ChatGPT账号供应商”的店铺购买了账号,商家随后私聊发来账号和密码,并特别标注输入时需要复制粘贴,还附有登录教程。登录后,记者发现这是一个多人共享账号,左侧聊天栏已经存在许多聊天窗口,系统运行十分缓慢,不一会记者就被提醒不能多人同时提问。

记者发现,某电商平台上,多数商家售卖的都是共享账号,而单人定制账号或者代注册账号的价格往往更高。

近日,多个电商平台对ChatGPT账号销售行为进行了查禁,相关关键词被屏蔽。记者先前账号订单显示商品不存在,进入到商家界面发现,所有的商品均已下架。

然而,记者在社交平台上搜索“ChatGPT账号”等关键词发现,仍有不少网友在提供代注册、有偿账号分享服务,围绕ChatGPT账号展开的买卖行为仍在野蛮生长。

朱杰认为,这种买卖行为可能构成非法经营等违法行为。ChatGPT的正版服务由境外机构提供,而未经我国相关部门批准利用VPN跨境提供经营活动是被明确禁止的,所以国内这些代问、代注册的商家以营利为目的,搭建或使用VPN擅自注册账号,未办理国家相关行政许可,擅自经营买卖国外账号,可能会受到行政处罚甚至刑事处罚。

ChatGPT账号价值被炒作商品以外,借其名称热度“搭便车”的牟利行为也大量出现。近日,记者查询发现,以“ChatGPT”“智能问答”等字眼作名称的小程序、公众号数量激增,不少小程序都显示有“1000+人最近使用”。

记者使用其中一些小程序后发现,这些产品不仅和ChatGPT毫无关系,而且大多以免费试用为噱头,吸引用户注册使用后,再推出收费服务,最终目的是诱人充值以牟利。例如,一个名为“××超级AI”的公众号中提到,可以为用户提供ChatGPT中文版的的服务,小程序界面有不同的服务类型,从“AI情感问题”到“AI程序助手”,用户可以选择与不同的AI聊天。

当记者点击进入“AI情感问题”一栏,还未进行任何操作,对话框就显示记者“已经用完今天的免费次数”,后续体验需要购买VIP,分别为19.9元的一天会员、199元的月度会员与999元的年度会员。

朱杰说,“山寨”软件打着正版软件的旗号进行宣传,欺骗消费者进行下载,可能构成虚假广告;同时,“山寨”软件使用的名称及与正版软件相同或相似,引导他人误认为与正版存在特定联系,可能构成反不正当竞争法中规定的商业混淆行为,将受到行政处罚。

法律规范必不可少 部门监管精细治理

ChatGPT浪潮澎湃,其背后暴露出的人工智能法律风险,围绕ChatGPT展开的无序商业行为亦汹涌来袭,如何应对成为关注焦点。

上海政法学院人工智能法学院副教授郭金兰告诉记者,我国算法行业在此前的标准制定时已经初步尝试了以场景和架构为基准的思路。

2018年7月,中国科学院软件研究所联合15家产学研单位共同编制首个国内人工智能深度学习算法标准《人工智能深度学习算法评估规范》。这一规范基于深度学习算法可靠性的内部和外部影响,结合实际应用场景,确定了由7个一级指标和20个二级指标组成的算法可靠性评估指标体系,做了场景化和精细化算法治理实践的有益尝试。

2022年出台的《互联网信息服务算法推荐管理规定》中明确要求,人工智能的算法应当坚持社会主义核心价值观,不得利用算法危害国家安全和公共利益,扰乱经济秩序和社会秩序,侵犯他人合法权益。今年1月10日起施行的《互联网信息服务深度合成管理规定》中明确,任何组织和个人不得利用深度合成服务制作、复制、发布、传播法律、行政法规禁止的信息,不得利用深度合成服务从事危害国家安全和利益,损害国家形象、侵害社会公共利益,扰乱经济和社会秩序,侵犯他人合法权益等法律、行政法规禁止的活动。

随着人工智能产品不断迭代升级,未来对相关产品的该如何进行监管与应对?

郭金兰认为,对人工智能监管,需要深入人工智能系统的整个生命周期,从模型的建立、语料库的标注、模型训练、投放市场后的迭代进化直到系统退出使用。监管需要关注到每个具体的环节,包括语料库的筛选标准制定,参与人工标注的人员培训,开发者的价值观考察等。

“对ChatGPT这类生成式人工智能的监管必须将算法监管和数据监管结合起来。在算法监管机制的未来探索中,应充分考虑算法决策的主体类型和作用类别,探索场景化和精细化的算法治理机制。”郭金兰建议说。

朱杰建议,国家应当加强对人工智能的伦理规划,将伦理道德纳入人工智能研发和应用的全过程,增强全社会人工智能的伦理意识和行为自觉,积极引导负责任的人工智能研发与应用活动,促进人工智能健康发展。

票价太贵 售价远高票面价 线上优惠线下加价 看3D电影不提供3D眼镜

看个电影 咋就引起消费者 这么多吐槽

□ 本报记者 孙天骄

2月11日,北京市市民庞先生遇到了一件“怪事”——他和妻子来到北京西城一家影院观影,线上购票价格为每张99元;然而,现场出票后他发现票面价格仅为每张50元。

“我一直以为为线上购票会有优惠,没想到竟然比票面价贵了一倍。”庞先生颇为气恼地告诉《法治日报》记者,遇到这事,自己看电影的心情都大打折扣。购票价格高出票面价格,只是消费者对观影诟病的问题之一,记者近日调查发现,伴随着电影市场迎来观影热潮,消费者吐槽不断:电影票价一路水涨船高“看不起”,同场次不同座位存在较大价格差异,看3D电影得额外出钱买3D眼镜,限制外带食物等。

多位受访专家指出,电影院是一个向公众开放的消费场所,电影票价格,提供的商品或服务都应当遵循市场规律,上述问题的存在显然将资本利益凌驾于消费者权益之上,有的行为更是涉嫌违法。电影市场亟待建章立制,加强监管,规范发展。

实付价格远高票面价格 收服务费不能随心所欲

遇到“怪事”的并非只有庞先生一家。近日,山西太原市民刘女士在家附近的一家影院观影时,发现现场取出的电影票价与自己线上支付的不一樣:“我买票的时候花了70元,为什么这张票上显示的票价是95元?另外25元的影院服务费和10元的服务费是什么意思?”

面对刘女士的质疑,该影院工作人员回复:这是电影院自身的规定,不影响观影。

记者调查发现,观影实际支出高于票面价格的情况较为普遍,除票面价格外,有的电影票上还会有服务费、影院服务等费用。对此,不少网友认为电影票票面价格不透明,影院服务费等服务设置缺乏标准,侵害消费者权益。

记者通过实地走访多家电影院,线上社交平台检索关键词等方式发现,票面价格与实付价格差异的呈现形式各有不同:有些电影票会标明电影价格、售票服务费和影院服务费,有些仅有电影价格和网络售票服务费,哪怕标明了各种费用,有的各种费用加起来也不够实付价格,还有的尽管标注了电影价格和影院服务费等服务,但除电影价格外,其他费用的具体金额并未显示。

“前几天我去看电影,回家才发现花费99元买的电影票票面价格仅50元。票面上虽然显示有售票服务费和影院服务费,但实际支付时,影院工作人员称,300元仅仅是“展示价格”,并非实际购买价格,“线下购买是100元到150元之间”。

在甄景善看来,就当下大多数老百姓的收入而言,电影票价动辄上百元确实比较贵。高票价不仅直接将部分有观影需求的老百姓挡在影院之外,长此以往,也会给整个行业的发展带来不利影响,遏制大众消费,甚至导致观影人数下降。

除高票价外,消费者还有不少吐槽点。上海市民梁静发现,线上购票选座时,一些影院像演唱会、话剧一样,不同座位有价格差,中间位置比边上的贵10多元。记者调查发现,如今不少影院都会在同场次设计价格价格,在售票平台上通常会显示为某场电影票价为“××元起”,差价少则10元,多则几十元,这种情况在线下购票时同样存在,且一些工作人员不会主动告知。

来自河南禹州的罗清(化名)在今年春节期间买票时发现,电影院一场电影在售票主页显示需49.6元,但点进选座界面后,只有左上角的一个边角位置是49.6元,其他所有座位均为74.6元。“这样的价格差异设置真的合理吗?”

近日,有网友反映在某短视频平台团购了两张电影票,到店观影时却被要求每人加价10元,原因是所看电影并不在优惠电影范围内。网友称团购的详情页中并未对此进行说明,“文案写着所有贺岁档影片都可以使用,到了现场却有好几部电影都成了限价影片”。

有相同遭遇的人不在少数。在相关优惠票活动界面,不少消费者留言说遇到了临时加价的情况,

的金额,涉嫌侵犯片方合法权益。

其次是电影院和消费者之间,电影院向消费者收取影院服务费,应当提供对应的服务。且电影院应当保障消费者的知情权、自主选择权、公平交易权等不受侵犯。因此,电影院应当向消费者事先告知并明码标价其影院服务费所对应的服务,并根据服务内容内容的不同设置不同价位供消费者选择。

最后,我国实行电影事业发展专项基金制度,电影院应当将一定比例票房收入上缴给政府相关部门。如果电影院设立不合理的影院服务费,且将服务费排除在票房之外,是一种涉嫌“偷票房”的行为。

“应当对影院服务费予以严格限制,绝不能电影院想收多少就收多少。从政策层面,应当明确影院服务费的收取条件、方式、标准;从执行层面,电影院应当对影院服务予以公示,并明码标价,确保消费者的知情权、自主选择权等合法权益。”甄景善说。

不少消费者抱怨票价高 网上购票又遇临时加价

“太贵了,一家人去看场电影,买点吃的喝的,就得好几百元。”记者采访多位来自北京、天津、山西等地的消费者,不少人如是感叹。网上,有关“票价太高看不起电影”的讨论也热度不减。

今年春节档电影市场火爆。而随着春节假期结束,最近不少消费者开始错峰补看电影,同时又有其他大片上映,院线热度居高不下。与观影热情一样高涨的,还有票价。记者调查发现,春节期间,在一些城市的多个影院,多部电影票价超百元,直到当下,七八十元一张的电影票也比比皆是。

前不久,有博主发文称,在辽宁大连万达国际影城遇到一位老爷爷带孙子看电影,现场买票,《流浪地球2》票价为300元一张。相关图片显示,《满江红》在个别场次的标价也是300元。该影院一名工作人员称,300元仅仅是“展示价格”,并非实际购买价格,“线下购买是100元到150元之间”。

除高票价外,消费者还有不少吐槽点。上海市民梁静发现,线上购票选座时,一些影院像演唱会、话剧一样,不同座位有价格差,中间位置比边上的贵10多元。记者调查发现,如今不少影院都会在同场次设计价格价格,在售票平台上通常会显示为某场电影票价为“××元起”,差价少则10元,多则几十元,这种情况在线下购票时同样存在,且一些工作人员不会主动告知。

来自河南禹州的罗清(化名)在今年春节期间买票时发现,电影院一场电影在售票主页显示需49.6元,但点进选座界面后,只有左上角的一个边角位置是49.6元,其他所有座位均为74.6元。“这样的价格差异设置真的合理吗?”

近日,有网友反映在某短视频平台团购了两张电影票,到店观影时却被要求每人加价10元,原因是所看电影并不在优惠电影范围内。网友称团购的详情页中并未对此进行说明,“文案写着所有贺岁档影片都可以使用,到了现场却有好几部电影都成了限价影片”。

甄景善认为,就当下大多数老百姓的收入而言,电影票价动辄上百元确实比较贵。高票价不仅直接将部分有观影需求的老百姓挡在影院之外,长此以往,也会给整个行业的发展带来不利影响,遏制大众消费,甚至导致观影人数下降。

除高票价外,消费者还有不少吐槽点。上海市民梁静发现,线上购票选座时,一些影院像演唱会、话剧一样,不同座位有价格差,中间位置比边上的贵10多元。记者调查发现,如今不少影院都会在同场次设计价格价格,在售票平台上通常会显示为某场电影票价为“××元起”,差价少则10元,多则几十元,这种情况在线下购票时同样存在,且一些工作人员不会主动告知。

来自河南禹州的罗清(化名)在今年春节期间买票时发现,电影院一场电影在售票主页显示需49.6元,但点进选座界面后,只有左上角的一个边角位置是49.6元,其他所有座位均为74.6元。“这样的价格差异设置真的合理吗?”

“为啥上面不说清楚,到店还要多交10元”“还要补差价,购买前明明说都能用”“补了差价后和正常的电影票价也差不了多少了”。

马丽红指出,影院与平台有如下行为的,涉嫌违反价格法,构成不正当价格行为:相互串通,操纵市场价格,损害其他经营者或者消费者合法权益;利用虚假的或者使人误解的价格手段,诱骗消费者或者其他经营者与其进行交易;提供相同商品或者服务,对具有同等交易条件的其他经营者实行价格歧视;采取抬高等级或者压低等级等手段收购、销售商品或者提供服务,变相提高或者压低价格等。

建章立制依法治理乱象 保障品质实现观影自由

“我看的是3D电影,提供3D眼镜难道不是你们的义务吗?凭什么还要我另外花钱买?”在北京市朝阳区一家影院内,汪女士和店员吵了起来。经过据理力争,并提出要进行投诉后,店员才从柜台处拿出免费的3D眼镜,围观的同场次其他消费者,也得到了免费3D眼镜。

一些影院放映3D电影时不提供免费3D眼镜,这成为不少消费者反映的一大“槽点”。记者调查发现,不少影院在3D电影的购票界面明确提示“请自备3D眼镜”,没带的,观众只能采取购买或租用的方式,一副3D眼镜的价格在5元到10元不等。

马丽红说,消费者购买影院3D电影票,双方形成一种服务合同关系,让消费者欣赏到约定的3D电影,是影院的合同义务。如果电影院不提供3D眼镜,则消费者只能看到模糊的影像,根本体验不到3D电影应有的立体、逼真的效果,会导致消费者购票观影的根本目的不能实现,因此免费提供3D眼镜是影院应当履行的主要义务。

“消费者权益保护法规定,经营者不得以格式条款、通知、声明、店堂告示等方式,作出排除或者限制消费者权利、减轻或者免除经营者责任、加重消费者责任等对消费者不公平、不合理的规定,不得利用格式条款并借助技术手段强制交易。对于一些影院通过相关提示告知消费者需要自备或购买3D眼镜的行为,是一种不公平的条款,是无效的。”马丽红说。

对于很多电影院不让外带食品的问题,马丽红说,影院禁止外带食品有一定的合理性,因为影院毕竟是公共场所,有些食品有异味或者食用时会发出很大声响,影响其他消费者观影体验。但影院如果不加区分,一概禁止消费者外带食品、饮料,而自身又提供价格偏高的类似商品,则属于利用垄断地位而设立霸王条款,侵犯了消费者的自主选择权。

“之所以出现高价电影票,价格不透明、临时加价等问题,与当前电影市场发展相关的法律法规、部门规章、行业规范等欠缺密切相关。”甄景善说,规范电影市场,必须建章立制。有必要在统筹考量电影产业升级、行业发展、保护观众基本权益、保障观众观影需求等多种因素的基础上出台相关的法律法规、规章制度,尽可能做到治理乱象有规可依、有章可循。

他建议,从切实保护消费者合法权益的角度出发加大对电影市场的监管力度,同时兼顾电影市场的良性发展,因地制宜,引导片方和电影院在现有基础上,进一步细化地区差异、影院差异、设施差异、服务差异,制定更加精准、合理的定价模式。既保障高品质需求观众的观影体验,又确保绝大多数观众能够实现观影自由,理顺票务制度和票务系统,引导电影院确定合理的票房计算、结算方式,落实公开、透明、合理的票务制度和票务系统,保障电影票房、票价数据的真实、合法、有效。

“当下中国的影视行业正处在一个风云骤变的时代,一个蓬勃发展的时代。行业中的每一个从业者,都应当着眼行业长远发展前景,尊重市场、尊重观众,规范运营,行稳致远,通过提供优质电影作品回馈社会,促进文化事业健康发展。”马丽红说。

漫画/李晓军

