



2008年北京奥运会的会徽“中国印·舞动的北京”竟被恶搞成了厕所性别标志。近日,一篇题为《倒!奥运标志被恶搞成厕所“性”标志》的帖子在网络上迅速“蹿红”,成为各论坛区里的热帖。这也是继奥运吉祥物“福娃”后又一奥运标志遭到恶搞。

律师表示,从目前的情况看,这种行为因为并不具有商业经营属性,所以不构成对奥运标志权利人标志专用权的侵犯。但社会学家指出,这是对奥林匹克精神的亵渎。

“中国印”竟成厕所性别标志

网友:恶搞要有限度 律师:并不构成侵权

事件核心 会徽变成厕所性别标志

昨天,记者在某门户网站“大话体坛”论坛区中看到,一位叫“衰佐去边”的网友在2006年12月30日发表了一张恶搞奥运会会徽的图片。从发帖者的描述来看,网友“衰佐去边”也只是转帖,并非原创。

原本蕴含浓重中国韵味的会徽,在恶搞者的“创作”下完全失去了设计者想表达的舞动、奔跑的奥运精神。其中,代表男厕所的标志将会徽变成了灰黑色,下面去掉了奥运五环的标志,变成了“男”字,女厕的标志则更加离谱,给印章中的“京”字“穿”上了裙子。

记者发现,该帖子发表之后已经有千余人次点击,目前已被收藏进“精华”区,并且在该网站体育板块的首页有图片链接。

除了这一发表较早的网站外,在其他论坛里,这则帖子的点击率也非常高,在Google、百度等搜索网站都可以搜索到。记者在百度以“奥运标志被恶搞成厕所‘性’标志”为关键词搜到相关网页20个。

网友评论 反对者称恶搞要有限度

“实在不能接受,那么漂亮的奥运会会徽竟被变成厕所的标志。”虽然是恶搞,但是并没有任何恶意,只是让人看了之后放松心情,给人带来快乐……这则帖子在网络上传播后,网友们的观点,也明显分成了两个阵营。

一批支持恶搞的人表示,这只是一种娱乐,给大家添点开心罢了,没有必要用太多的“意义”来约束。反对恶搞奥运标志的人则认为,恶搞应该有个

限度,奥运会是一件非常神圣而庄严的事情,这样的恶搞,对奥运形象是一种损害。

网站说法 不否认用此帖吸引眼球

昨天,记者联系到了该网站负责“大话体坛”的编辑小三,对于记者提出的将这则恶搞图片挂在体育频道首页上的做法是否存在不妥的质疑,她予以了否认。

“我们把它放在首页上推荐并没有什么不妥,何况网友的观点和做法并不代表网站的观点,也不表示我们对网友的做法表示认同。”小三说。小三表示:“我们也有一定的审核,但对于这则帖子来说,并没有触犯法律,是符合我们发表标准的。”

对于这一恶搞帖子挂在首页,是否有吸引眼球、提升点击率的目的,小三并没有否认。

律师观点 非商业行为不构成侵权

目前,针对奥林匹克标志知识产权保护的相关法律法规有许多,但是,对于这种没有涉及到商业经营的网络恶搞行为,还存在法律空白。

根据《奥林匹克标志保护条例》的规定,奥林匹克标志权利人享有对奥林匹克标志专用权。未经奥林匹克标志权利人许可,任何人不得为商业目的(含潜在商业目的)使用奥林匹克标志。

北京大地律师事务所的方宇律师昨天表示,网络恶搞行为因为只在网络空间内流通,并且不具有商业经营属性,所以不构成对奥林匹克标志权利人专用权的侵犯,没有违反《奥林匹克标志保护条例》的规定。

尽管奥组委曾就该会

徽的知识产权保护事宜发出公告,称任何机构或个人,在任何情况下,均不得将该徽记进行拆分、歪曲、篡改等变形使用,但公告并不具有法律效力。

网络专家 网站应该负很大的责任

中央外宣办网络局副局长彭波表示,网上恶搞盛行,网站要负很大责任。有些网站为了自己的商业利益,为恶搞提供阵地,甚至推波助澜。网站既然对网上恶搞的产生负有责任,对于防止网上恶搞成风就有更大的责任。风从哪里来,必须在哪里灭掉,要尽快地把网上恶搞现象制止住。

社科院新闻与传播研究所网络与数字传媒研究室主任闵大洪,在谈到恶搞时表示,数字技术是一柄双刃剑,使用不当必然会造成对他人的伤害。

学者声音 对奥林匹克精神的亵渎

北京大学社会学教授夏学銮昨天告诉记者,这种恶搞奥运标志的行为对奥运形象会产生负面影响,这是一种对中国精神、奥林匹克精神的亵渎。

夏教授说,奥运会的会徽蕴含着更快、更高、更强的奥林匹克精神,反映了全国人民对这个全人类的体坛盛事的期待和向往,将这个美好的事物恶搞成厕所的性别标志毫无意义,“不仅是无聊,而且是对人类共同价值理念的挑战”。

对于恶搞已经成为一种流行时尚的现状,并大有愈演愈烈的趋势,夏教授表示了担心,“恶搞也要分轻重,分内容,对于非常神圣而严肃的事情,不能当成玩笑,就像你不能对自己的家人、长辈恶搞一样。” 刘娜

一家之言

怎能如此恶搞?

如今的互联网,最惹眼、最时髦、最火爆的词一定是恶搞。从2006年,胡戈大侠扔出第一只“馒头”开始,恶搞就像潮水一般在互联网上泛滥开来。套用一句俗语就是,“今天你恶搞了吗?”

恶搞总要找个对象,大片、经典、名人、文字……所到之处,无一幸免。这种以文字、图片和动画为手段表达个人思想的方式完全以颠覆的、滑稽的、莫名其妙的无厘头表达来解析所谓的“正常”,说白了就是“不好好表达”,包括语言、图像等等。

恶搞的开山鼻祖其实是周星驰,他的很多搞笑片让我们捧腹大笑。的确,很多恶搞起到了娱乐大众的效果,作为茶余饭后的消遣品,给我们的生活增加了不少笑料,增添了不少乐趣。很多时候恶搞似乎更贴近我们的生活,比如《一个馒头引发的血案》,他站在草根的立场,娱乐了大众,也获得了在社会现实中无法取得的话语权,我们会感觉到一种远离精英文化的亲切。

但随着恶搞不断出新,恶搞的对象也开始变得越来越多元化,最近2008年北京奥运会的会徽“中国印”也被恶搞者盯上了,不得不佩服恶搞者的想象力,他们居然能把中国印变成男、女厕所的标志,一笑过后,我们的心头还是涌上了一丝疑虑,如此神圣的东西怎么能如此恶搞?

其实,这样的情况不是首次出现,要知道一些红色经典、英雄人物都未能逃脱恶搞者的“魔爪”,这着实令我们唏嘘不已。我以为,恶搞不是乱搞,恶搞是要注意对象的。“恶搞”当然可以看作是文化多元的一种表现,不拘泥于固有的文化价值理念,敢于表现自己的文化品格,张扬自己的文化性格,这并非坏事。问题在于这种表现和张扬,在眼中充满自我的同时,还应看到社会大众,还应尊重主流的文化价值观,尊重他人的文化选择。否则,就是用新的文化独断去取代旧有的文化独断。

更为重要的是,无论何种形式何种内容的“恶搞”,都必须遵守法律,不违反基本的社会公德,不超越公民道德的底线。2008年北京奥运会在我们的心目当中是一种神圣、一种高尚、一种健康向上,如此恶搞颠覆了我们内心的这种情怀,超过了我们的道德底线,混淆我们对文化价值观的判断,这是一件有害而无益的事情。 快报记者 吕远



被恶搞后的女厕所标志

官方态度

如此取乐很不恰当

早在2003年奥运会会徽公布时,奥组委就曾发出公告,保护会徽的知识产权。其中一条称:任何机构或个人,在任何情况下,均不得将该徽记进行拆分、歪曲、篡改等变形使用,也不得将该徽记作为其他图案的组成部分使用,并欢迎市民举报侵犯该徽记知识产权的行为。但此举收效甚微,网络恶搞依然盛行。

面对网上泛滥的奥运恶搞图片,北京奥组

委宣传部相关工作人员昨天表示,这种行为属于网友在搞“恶作剧”,然而以这样的方式取乐,“非常不恰当”。另外,众多论坛为吸引眼球,提高点击率,也纷纷转载,使恶搞图片广为流传,这些被篡改的形象有可能对北京奥运会造成不良影响。

新闻链接

奥运会徽充满诗意

2003年8月3日,2008年北京奥运会会徽在北京揭晓。会徽分上中下三个部分,主体为上部大红色底的白色“京”字图形。“京”字形酷似汉字的“文”字,取意中国悠久的传统文化。整个“京”字图形为一个向前奔跑,迎接胜利的运动人形。“京”字图形下是黑色的英文“Beijing 2008”字样,其下是奥运五环标志。

北京奥组委副主席蒋效愚这样表述会徽,“它体现出来的内涵非常丰富,把中国人含蓄的传统文化和中国人比较稳重的事态度都展现出来”。国际奥委会主席罗格也由衷地赞叹,“新会徽青春而富有活力,集中体现了中国的悠久历史和灿烂文化以及中国的未来。这是一个卓越且充满诗意的会徽,这是一个完美的奥运会会徽。”

类似事件



福娃曾被“换头”

去年,5个可爱的“福娃”形象在网络上遭到恶搞,它们的面部不是被换上著名歌星、影星的卡通头像,就是被杜撰成名气正旺的超女造型,还有各种各样中外动画片的造型,被篡改的“福娃”多达22个版本。

这些图片至今在网络上依然可以看到,更有甚者将所有恶搞形象聚集在一起,做成了恶搞“福娃”合集。