

“盗版之殇”困扰文学发展

4月26日,易观分析发布《中国网络文学版权保护白皮书》。白皮书显示,2020年中国网络文学市场规模288.4亿元,盗版损失规模达60.28亿元,版权保护工作的重要性越发凸显。



盗版损失规模比去年上升6.9%

中国互联网信息中心第47次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2020年12月,中国网络文学用户规模达4.6亿,占网民整体的46.5%。根据白皮书数据,2020年中国数字娱乐核心产业规模达6835.2亿元,其中网络文学市场规模288.4亿元,行业收入主要来源于用户付费和版权运营。特别是通过IP全版权运营,网络文学间接或直接影响了动漫、影视、游戏、音乐、衍生品等合计约2531亿元的市场,即网络文学及其IP运营对数字娱乐产

业的影响范围超过40%。网络文学的蓬勃发展也给盗版侵权带来可乘之机。白皮书显示,2020年中国网络文学盗版损失规模达60.28亿元,同比2019年上升6.9%,新技术滥用、传播途径杂多和盗版在全产业链实现覆盖是规模上升的主要因素。截至2020年12月,重点盗版平台整体月度活跃用户量达到727.4万,月度人均使用时长接近19小时,月度人均启动次数高达115次。白皮书显示,“影视放大器”推动网络文学IP快速“破圈”的效应越发显著,原著的

影响力得到进一步放大。今年2月,阅文集团IP改编剧《赘婿》第一季上线热播,同名原著小说再次引发阅读热潮,盗版平台趁热“捞金”,通过快速上线盗版原著、搜索引流等方式将部分新增读者转化为盗版读者,使热门网络文学作品的盗版现象更加猖獗。中国作家协会副主席、网络文学委员会主任陈崎嵘表示,“网络文学版图现在越来越大,相对来说风险越来越多,版权保护的重要性、必要性、复杂性日益凸显。”

32.1%创作者有过维权行动

“作家们的创作是文学生态的第一生产力”,阅文集团首席执行官、腾讯副总裁兼腾讯影业首席执行官程武表示,随着网络文学发展成为文化产业重要的IP源头,版权保护直接影响着创作是否可持续,文化能否高质量发展。保护版权,就是保护作家的创新力,保护文化创意产业源头的驱动力。2020年,中国网络文学作家达到2056万人,净增约100万人,作品增长约200万部。白皮书指出,绝大多数创作者将网文写作看作收入

来源,其中33.1%为全职作者,网文写作是其主要收入来源。调查发现,网络文学作家频繁遭受侵权的比例高达42%,未经授权通过信息网络传播原创作品、抄袭、未经授权将原作制作成有声书是最常见的三种类型。更有甚者,部分盗版平台密切关注知名网络文学作家的新书动态,一旦作家发布新书预告便闻风而动,抢先注册书名,用劣质内容填充,诱导粉丝阅读。类似的盗版侵权行为层出不穷,盗版平台则通过流量变现等商

业模式获得巨额经济利益,直接造成作家的收入损失,严重打击创作热情,不利于“文化就业”。阅文集团白金作家、热播剧《锦心似玉》原著作者吱吱表示,网络文学作家需要集中精力进行创作,让作家自己做盗版追溯、举证非常困难。调查显示,在遭遇过侵权的创作者中,仅32.1%创作者有过维权行动。而维权行动不积极的主要原因是维权成本高、过程复杂和消耗心力。

治理盗版尚需多方携手

白皮书显示,近几年,在政府主管部门的大力支持以及各企业持续不断的维权投入下,网络文学行业的版权环境得到了初步净化。作为网络文学代表企业,阅文集团2020年6月,联合各合作渠道支持正版内容并展开集中巡查与净化;同年8月,阅文集团与文字版权工委联合发出“文字版权

保护在行动”倡议,联同主流出版社和各大搜索平台,共同探索建立正版内容保护机制。今年开始,阅文集团也增加了针对热播IP剧原著的专项盗版扫描和维权行动。据介绍,阅文集团2020全年共针对1941本作品提起维权诉讼。白皮书同时指出,横向对比视频、音乐、游

戏等数字内容产业,网络文学的版权保护难度更大、形势更严峻:一是新技术让盗版产业链隐蔽化、成熟化趋势越发显著;二是盗版平台商业变现依赖搜索引擎、广告代理商等利益相关方,多方利益输送增加了打击难度;三是正版意识在用户市场的全面推广与培育还需要时间。 据《北京晚报》

电影《风雨日升昌》云端观影券免费发放

本报讯(记者 陈辛华)4月26日,电影《风雨日升昌》出品方向太原市慈善总会捐赠价值26万元云端观影券,附赠山西60个景区的门票13000张,向我市困难人群、困难企业和我省晋中、临汾、平遥慈善会免费发放。电影《风雨日升昌》讲述平遥日升昌票号创办历史,贯穿晋商文化管理精髓内容,涵盖了诚实守信、开

拓进取、和衷共济、经世济民、爱国为民的晋商精神。该片荣获第十一届山西省“五个一”工程优秀作品奖,在第七届国际澳门电影节、第24届金鸡百花电影节上获奖。山西籍著名歌唱家阎维文在片中扮演日升昌大东家,这也是他的影视处女作。影片上映后,省内近千家企事业单位观看了《风雨日升昌》。

此次捐赠的电影《风雨日升昌》云端观影券,通过手机扫描观影券上的二维码,可以免费观看电影。同时,还可以在“山西诚信联盟”微信公众号上预约60个景区中的任意一家免费旅游。市慈善总会要求各级慈善组织精心组织好《风雨日升昌》云端观影券的发放,确保受赠人群观看好电影,并切实享受到免费旅游。

“几分钟看完一部电影”正迎来影视行业“名门正派”的抵制,半月内连发两次联合维权声明。4月23日,多家影视公司与视频平台联合包括赵丽颖、李冰冰等在内的514位艺人发布联合倡议书,再度呼吁短视频平台推进版权内容合规管理,清理未经授权的内容。此前的4月9日,15家影视行业协会和正午阳光、华策等53家影视公司以及腾讯视频、爱奇艺、优酷、芒果TV等5家视频网站已经发过一次联合声明。

“几分钟看完一部电影”：短视频平台涉嫌侵权

“适当引用”“几分钟看完一部电影”这么一个短视频的细分品类,为什么招惹了这么多明星、影视制作公司以及视频平台?表面的理由是知识产权,但背后还有更复杂的博弈:已经占据资源优势的传统长视频平台“爱优腾芒”和速食化的B站、抖音短视频平台之间的矛盾;被粉丝应援宠坏的流量明星和尖锐刻薄的吐槽向短视频制作作者的矛盾。“谷阿莫”用玩世不恭的台湾腔吐槽和剧透电影,吸粉无数。2018年,“谷阿莫”就被迪士尼公司告过侵权,但其坚称是“二次创作”。此案至今没有判决,“谷阿莫”甚至还在更新节目。

虽然,明星、影视公司和平台拥有相关影视作品的著作权,但这并不意味着所有影视解说短视频都是侵权的。我国《著作权法》第22条规定:“为介绍、评论某一作品或者说明某一问题,在作品中适当引用他人已经发表的作品”,可以不经作者或著作权人的同意,亦不必向其支付报酬。这就是“合理使用”,它不存在在这次联合声明所要求的“先授权后使用”。

“二度创作”

很多影视解说本身就是基于原作品的“二度创作”,包括分析剧情、人物,梳理故事线、解析故事背景,这些创作本身凝结了作者的创造性智慧,生成了新的著作权。这样的解说视频,虽然使用了原来影视剧里的素材,但不能一概认定是侵权,还要看所“引用”的原始视频有没有超过正当的界限。所以,影视解说类短视频作为一大类产品,到底有没有侵犯著作权,还要具体个案具体分析,因为著作权领域同时存在“合理使用”和“先授权后使用”两套不同的规则。

还要看到另一个现实问题,如今流量明星、粉丝控评打榜,操纵了影视评论,粉丝们霸屏、圈地自嗨、自欺欺人,在微博、视

“合理使用”

应该看到,影视解说类的短视频能迅速成长,有其复杂的原因。在“N倍速”的速食时代,用户越来越浮躁,喜欢吃文化快餐。而如今影视公司为了赚取更大的利润,不断往剧情里注水,动辄50集、80集的剧情,让用户的选择成本越来越大,前期投入这么多时间,还充了会员,结果发现烂尾。而“几分钟看视频”正在形成影响力巨大的筛选机制,或种草,或吐槽,帮受众避开了雷,形成巨大导流效应。应该说,中国的知识产权保

护环境是非常复杂的,一方面是确实有版权保护不力的问题,一些用户以学习、品鉴的名义,违法切割、搬运影视剧资源,严重侵害相关权利人的著作权。另一方面,各大长视频平台占据了影视制作上游资源、偶像资源优势,再加上粉丝霸道控屏,如果以知识产权的名义再禁绝了解说视频的二次创作,那就真的“一统江湖”了。

在尊重版权,依法“合理使用”的情况下,长视频和短视频应该各有各的活法。据澎湃新闻