

短视频虽『短』但未来很『长』

编者按:

8月6日,中国网络视频研究中心、抖音短视频与中国传媒大学联合举办了“共享共创——短视频与社会创新论坛”,并发布国内首份《短视频与社会创新研究报告》。报告指出,短视频让个体创新变得直观可见、生动有趣,在培育个体自主学习能力的同时,凝聚集体力量,实现创新集聚,信息价值不断被放大,驱动社会创新走向共享、共创和普惠。

短视频,又称短片视频,是一种互联网内容传播方式,一般指互联网新媒体上传播时长不超过5分钟的视频内容。随着移动互联网提速降费深入推进,以碎片化传播为形式,融合技能分享、幽默搞笑、时尚潮流等内容的短视频成为当下炙手可热的流行元素。

近年来,短视频蓬勃发展,平台迅速崛起,用户规模飞速攀升,社会影响力与日俱增,也引发了国家有关部门、业内专家和全社会的关注。然而,其中存在的有些问题也不容忽视。

本期,我们就来看看在这样的背景下,短视频应该如何更好地发展。



短视频火爆之下的冷思考

如果要列举几种时下最火的互联网应用,那么,短视频必在其中。短视频市场的用户流量与广告价值近年来持续爆发,短视频产业发展空前繁荣。随着5G时代的到来,短视频又将迎来新的发展机遇。

日前,中国网络视听节目服务协会发布了《2019中国网络视听发展研究报告》(下称《报告》)。《报告》显示,短视频的发展速度惊人,2018年我国网络视频(含短视频)用户达7.25亿,网络视频(含短视频)是中国第二大互联网应用,仅次于即时通讯,市场规模达1871.3亿元,其中短视频市场规模467.1亿元,同比增长744.7%。但同时,在自身内容品质、版权保护等方面,短视频也面临着种种复杂的问题。

移动互联网时代的一种新表达

《报告》显示,2018年,我国短视频用户规模达6.48亿,其中抖音、快手稳居行业第一梯队,在短视频用户中渗透率高达54.25%。《报告》还显示,短视频对新增网民的拉动作用最为明显,新增网民对网络视听应用的使用率中,短视频使用率高达53.2%,高于综合视频、网络直播、网络音乐。

厦门大学新闻传播学院副教授苏俊斌认为,短视频的迅速兴起和发展,首先在于它的传播方式极大地适应了当代人碎片化生活方式。同时,短视频制作的低门槛也让更多人参与其中,许多短视频的观看者同时也是短视频的制作者,这极大地释放了生产力。此外,强社交属性也为短视频带来了更多的热度,视频的制作者、观看者之间,都可以实时沟通,从而增加了话题性和用户黏性。

《报告》还显示,短视频的忠实用户主要为90后、00后及学生群体,在校学生是主力军。短视频用户主要集中在二三四线城市,忠实用户在五线城市占比比较高。与此同时,高收入、高学历群体对短视频的使用率增长迅速,短视频应用在中老年群体中加速渗透。短视频在推动知识普惠方面也发挥着越来越重要的作用,成为政务和媒体信息传播的新平台。

“短视频代表的是移动互联网时代一种新表达,目前已经成为我国移动互联网流量

增长最快的产品,所以,短视频通过信息、广告、粉丝打赏、付费、电商运营等方式实现多维度变现,已经形成独立的生态体系。”爱奇艺法律部法务总监胡荟集说,高流量、高承载量、传播效应大、内容表达丰富等,恰恰使短视频行业的重量不容忽视,对社会的影响力同样不可小觑。

短视频火爆背后存隐忧

随着短视频的迅速兴起和发展,各种乱象也随之出现,比如一些用户为了吸引关注度,在平台上发布大量“三俗”视频。不久前的一项调查显示,20%的青少年表示“几乎总是”在看短视频,“每天看几次”的比例也接近10%。“在即时性很强的短视频平台上,内容传播具有瞬间的爆发力。”中国社科院社会学研究所青少年与社会问题研究室副主任田丰认为,这对于未成年人而言影响更大。

北京大学互联网发展研究中心舆情实验室执行主任奇乐表示,目前大部分短视频平台存在的问题是没有准入门槛。游戏平台至少需要实名认证和设置未成年人保护机制,而大部分短视频平台即使不注册也可随时刷新观看,这是对未成年人潜在伤害最大的漏洞。

2018年4月,全国“扫黄打非”办公室召集18家互联网公司相关负责人,明确监管要求。2019年1月,中国网络视听节目服务协会发布《网络短

视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》。梨视频副总裁游晓雨认为,文件的发布对保护青少年健康成长、营造清朗网络空间具有一定的积极意义。今年年初,国家网信办指导并组织抖音、快手、火山小视频等短视频平台试点上线青少年防沉迷系统,并于6月在全国主要网络短视频平台全面推广。

如今,对于短视频平台低俗有害信息的监管已见成效。但“显性”的低俗信息容易治理,“隐性”的易沉迷特性及消极管主义、拜金主义倾向却不易甄别和引导。

专家表示,短视频平台所引起的沉迷、麻醉效应,根本原因是互联网主流文化的缺失。短视频虽短,但监管不能“短”,这需要更加深入、精细的监管措施,以及对网络优质主流文化的倡导。

短视频行业发展不应“短视”

在如此庞大的市场和活跃的用户群体影响之下,众多互联网企业纷纷开始布局短视频,市场成熟度逐渐提高,内容生产的专业度与垂直度不断加深,优质内容成为各短视频平台的核心竞争力。

然而,侵权问题成为阻碍短视频进一步发展的障碍之一。在自媒体工具发达的当下,人人都可以发声,但由于时间精力、技巧等因素的影响,并非所有人都具备制作优质短视频内容的条件。因此,有的人便动起了抄袭的念头。这种短视频领域中的“拿来主义”,着实给短视频行业带来

了不好的影响。

据介绍,目前围绕短视频制作方式主要有5种侵权形式:秒盗;长拆短;画中画;二次创作,即未经许可对影视经典等进行二次创作;微加工转发,删除片头片尾,将LOGO打码等。而短视频平台出现的侵权现象,则有平台上传侵权短视频、委托第三方机构合作完成并上传、注册自媒体账号滥用短视频等。

北京字节跳动科技有限公司总编辑张轴评介绍,目前使用的版权保护技术手段除了传统的指纹技术、水印模型之外,还有种“灵识系统”,可将文件与其他上传到平台的视频进行对比。哔哩哔哩公司法务高级经理陈陆敏也提出建议,建立惩罚机制,通过区块链、互联网法院等来促进版权保护的公正性、合法性,保护版权“前科”的账号可一而不可再。

与文字、图片相比,短视频的侵权更不容易被发现,但这并不意味着,在短视频侵权面前,人们只能“坐以待毙”。有业内人士建议,目前短视频版权侵权问题频发,执法难度大,应建立各相关部门之间的协同体系。同时,短视频平台还要尽快建立全国统一快速维权系统、原创视频维权系统等,方便提供更加精准的权属证明等投诉材料。如今,微信公众平台、今日头条等平台通过与其他平台的合作,很大程度上遏制了文字侵权现象。随着监管力度日趋加大,短视频平台的野蛮自由生长期即将结束,或将进入规范化发展的新阶段。

(本版编辑综合)

加强保护,短视频才能长发展

短视频传播快且内容丰富,某种程度上已成为与文字、语音等并驾齐驱的传播方式。近年来,短视频产业飞速发展,受到了投资者、互联网产品开发商、作品创作者和传播者的青睐。但在广泛传播的同时,关于短视频的版权纠纷时有发生,并伴随着一些法律上的困惑,即能否得到著作权法的保护,短视频的权利归属如何确定,侵权责任如何厘清,如何以法治方式更好呵护短视频创作者的创作热情等等。

短视频是否该受著作权保护

著作权保护的客体是作品。在我国,著作权法所称作品,是指“文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形形式复制的智力成果”。可见,独创性是作品的核心要义,因此,根据著作权法及其实施条例对于作品的分类,短视频在具有独创性的基础上,可以考虑归入“电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品”之列。

当前,某些短视频互联网平台上有专人从事短视频的创作,并在此基础上形成文创产业,所产生的短视频具有著作权法意义上的独创性,在此情况下,该短视频可以成为作品,受到著作权保护。

不过,并非所有的短视频都能成为著作权保护的客体。部分短视频仅仅是行为人对日常生活的记录,此种记录不涉及著作权意义上的创作,所完成的成果不具有作品所要求的独创性,无法成为著作权法意义上的作品。根据著作权法及其实施条例的规定,录像制作者可以主张邻接权。因此,对于缺乏独创性的短视频,考虑到其对于声音和画面的传播,可以将此类客体归入录像制品。制作者可主张录制者权,包括复制、发行、出租和信息网络传播权。

需要指出的是,目前,还存在大量短视频是未经权利人同意而截取他人电影等视听作品的片段,或者是未经表演者同意而擅自直播音乐会、剧院的演出等,这些都是侵犯原作者著作权或表演者邻接权的行为,其使用不仅无法受到著作权的保护,还应该承担侵权责任。

短视频可享受哪些著作权保护

目前短视频的主要传播途径是网络。信息网络传播权是著作权中一项财产权利。信息网络传播权行为的核心是“向公众提供作品”。具体而言,提供作品必须是将作品置于网络中的行为,提供接入服务、链接服务和存储服务等行为均不是提供作品的行为。目前,在许多的短视频网络服务平台上出现了大量的侵犯著作权的视频短片。国家版权局在“剑网2018”专项行动中,对于短视频平台中存在的著作权侵权现象,集中约谈了多家短视频平台。短视频侵权日益成为社会关注的热点。

对于可受到著作权保护的短视频作品,其著作权人享有人身权和财产权,其中,著作人身权部分不得转让;著作财产权未经权利人许可,他人不得进行商业利用。现实中存在短视频网络平台、企业和网络用户在未经权利人许可的情况下,汇编、篡改视频或加以使用,从而进行商业牟利的情况,这是侵权行为。著作权是一项专有权,除合理使用和法定许可外,他人不得未经权利人许可使用其作品。著作权法规定,歪曲、篡改他人作品的、剽窃他人作品的行为均为侵权行为,应当根据情况,承担停止侵害、消除影响、赔礼道歉、赔偿损失等民事责任。

短视频网络平台当负主体责任

目前的短视频网络平台主要有三种运营模式:一是短视频网络平台运营者自行上传自制的短视频,平台本身是短视频作品的提供者;二是短视频网络平台运营者本身并不上传任何短视频,而是为网络用户上传短视频提供存储和链接服务;三是短视频网络平台运营者既自行上传短视频作品,同时也为网络用户上传短视频提供存储和链接服务。不论是哪种经营模式,短视频网络平台都应更好“向公众提供作品”的行为进行规制。

对此,可以从以下几个方面进行考虑:首先,加强短视频网络平台运营者的注意义务,这样不仅保证了在当前的市场和经济环境下网络服务平台的经营和发展,还对通过网络“向公众提供作品”的行为进行了适当的规制。其次,当著作权侵权现象在短视频平台发生得特别严重时,平台运营者难以规避明知或应知的主观过错,可以考虑增加网络平台运营者的主动审查义务,从而将侵权行为可能导致的后果由平台运营者承担连带责任。最后,可以从立法层面加强对于网络运营者的监督。面对作品传播方式的日新月异,对著作权保护不足将难以遏制侵权行为,因此,惩罚性赔偿被纳入著作权法中的呼声很高,以此可倒逼网络服务平台运营者提升平台的审查及注意义务。

(据《光明日报》)



注入新动能 短视频为地方文旅产业发展

近日,国内首份《短视频与社会创新研究报告》(以下简称《报告》)发布。新出炉的《报告》显示,在服务产业经济方面,短视频助力城市文化形象定位和传播,为地方文旅产业发展注入新动能。

《报告》指出,相比文字、图片和长视频,短视频是一种更为丰富、更具分享精神的表达方式和信息方式。在此背景下,短视频成为了各地自我营销的新手段。抖音方面提供的数据显示,以西安为例,借助一系列短视频传播手段,西安在2018年春节假日期间共接待游客1269.49万人次,同比大增66.56%,实现旅游收入103.15亿元,同比增长137.08%。

对此,业内观点指出,有普通游客和市民参与制作、分享的短视频,使得鲜活的城市形象取代了过去抽象、扁平的城市定位,让城市更有辨识度,这对带火旅游目的地起到了重要作用。此外,由于短视频在网络上的多级传播,营销效果成几何倍放大。

中国传媒大学中国网络视频研究中心副主任王晓红指出,“短视频+”已经成为常态。随着相关政策规范体系更加完善,大数据、人工智能、区块链等技术逐渐被广泛应用,短视频会继续向跨界化、场景化、协同化、专业化等方向迭代演进,将在服务产业经济和地方经济的发展上发挥更大作用。

(据央广网)

中国传统助力短视频文化传播

随着抖音短视频的迅猛发展,传统工艺、戏曲、武术、茶道、书画、民乐等中国传统文化开始走进大众视野。一大批非遗传承人逐渐被大众知晓,并成为用户大众关注膜拜的“爱豆”。与此同时,短视频对各行各业的赋能和传播作用越来越受到了央媒等权威媒体的认可和肯定。

近日,央视CCTV3《文化十分》栏目就抖音对非遗文化的传播进行了大篇幅报道。报道指出,短视频的助力让传统文化放下高冷身段,变得富有生活情趣和时尚气息。根据抖音平台数据,截至今年5月底,在传统文化类短视频中,传统工艺、戏曲、武术、茶道、书画、民乐等内容最受欢迎。

其中,油纸伞技艺在抖音的“复活”就是一个典型代表。抖音传统文化运营负责人陈海峰在采访中表示,短视频为传统文化的传播提供了更好的表现形式。以非遗的油纸伞为例,过去的传统媒体报道,可能是一篇图文素材娓娓道来的报道,还未必被人所知道。一位油纸伞非遗大师在抖音拍了一段完整的40秒的视频,一开始就是高潮,这样的传播效果就非常好。

目前,抖音上有2400余万条关于非遗文化的内容。陈海峰介绍,通过这些非遗文化视频,可以让越来越多90后、00后等年轻人明白,传统匠人和传统非遗大师坚持中国传统工艺背后所蕴藏的文化价值、历史价值和人文价值。

(据凤凰网)