

二创短视频的著作权侵权治理困境及其破解之道

魏远山

摘要:随着短视频行业规模的扩大,影视综二创短视频创作者与影视综长视频权利人间的著作权侵权纠纷日益激化,隐有桎梏相关行业发展的趋势。现行著作权法普遍遵循的“先许可,后使用”模式与二创短视频创作的 UGC 模式脱节,是导致纠纷频发的主要原因。而且,畸高的影视综长视频许可使用费,也导致缺乏足够议价能力的二创作者无足够动力获得许可。考虑到短视频平台、二创作者和长视频权利人间是互利共生关系,可采用平台集约化许可模式,由短视频平台代表二创作者向长视频权利人获得许可,在保证长视频权利人使用费收益的同时,尽可能多地为二创作者引入长视频版权内容,从根源上避免或减少侵权纠纷,以合作促进长短视频行业的共赢式发展。

关键词:二创短视频;著作权侵权;许可使用;平台集约化许可

中图分类号:D913 **文献标志码:**A **文章编号:**2096-5443(2024)06-0038-13

基金项目:湖南省社会科学成果评审委员会一般项目(XSP22YBC313)

一、问题的提出

2016 年以来,短视频作为新技术与新传播方式共同催生的产物,因从业门槛低、制作成本较低、娱乐性更强等特征,更契合大众碎片化阅读或娱乐时间,成为时代的宠儿。在“短视频‘野蛮生长’的这几年,整个市场鱼龙混杂,‘搬运工’和‘剪刀手’异常活跃,导致涉及短视频版权侵权的法律纠纷不断,并掣肘着整个短视频行业的发展”。^[1]笔者拟分析短视频著作权侵权问题,但在分析前需界定研究对象。根据性质和侵权可能,通常可将短视频分为原创、录制和混剪三类。^[2]相较于前两类短视频,混剪类短视频涉及的著作权问题更为复杂,也是当下业界和学界关注的重点问题。尤其是基于电影、电视剧、综艺节目等长视频内容(以下简称“影视综长视频”)进行二次创作的混剪类短视频(以下简称“二创短视频”),更是著作权侵权纠纷高发地。如《2021 年中国短视频版权保护白皮书》显示,2019 年 1 月至 2021 年 5 月,12426 版权监测中心对 1300 万件原创短视频及影视综等作品的二创短视频进行监测,累计监测到 300 万个侵权账号,成功“通知-删除”近 2000 万条侵权短视频。又如在 2021 年 4 月 9 日,十余家协会会同多家长视频平台和影视公司联合发布《关于保护影视版权的联合声明》;同月 23 日,超 70 家影视传媒单位及 500 多名艺人联合发起《倡议书》,直指短视频平台及二创短视频创作者(以下简称“二创作者”)对影视作品进行任意剪辑、切条、搬运、传播等行为,认为这些行为严重侵犯了影视作品的完整性和合法权益,要求对日趋泛滥的网上影视作品侵权行为发起集中、必要的法律维权行动。因此,笔者拟就影视综二创短视频著作权侵权问题进行分析,以期能对解决长短视频产业、二创作者与长视频权利人等多方利益冲突有所裨益。

影视综二创短视频侵害他人著作权问题,引发了广泛关注,并形成了丰硕的研究成果:第一,短视频创作中的侵权问题。一是二创作者侵害他人著作权的认定,如应适用无过错原则,^[3]或借助美国四要素判断法判断是否构成侵权。^[4]二是利用他人作品创作短视频是否属于合理使用,但争议较

大:[⁵]有学者参考我国台湾地区著作权法及司法判例确立的判断因素,来判断短视频引用他人作品是否符合合理使用规则; [⁶]有学者认为非原创短视频只要属于“转换性使用”就构成合理使用; [⁷]也有学者认为不应单凭是否营利来判断使用目的,要分别从“质”和“量”上判断使用程度,进而判断对作品潜在市场或价值的影响,最后考虑效率因素或者许可协议在完善短视频合理使用制度中的作用。 [⁸]三是二创短视频创作与作品许可使用的协调问题。一方面,二创作者在创作时经常找不到著作权人,获得许可成本高、难度大; [⁹]另一方面,二创短视频可能涉及多部影视综长视频,二创作者无法便捷获得授权。 [¹⁰]故有学者主张以著作权分享为治理理念,建立“传统许可”模式、“推定无偿许可”模式和相互转换模式构成的多元许可分享著作权治理体系, [¹¹]来化解二创短视频侵权问题。

第二,短视频平台的著作权责任问题。一是平台与二创作者的责任分担问题。一种观点认为立足当下法律制度,“通知-删除”规则可适用于二创作者与平台间的责任分担,若平台尽到了相应注意义务,则可免责;反之,则不能。 [¹²]但立法并未明确被侵权人“通知”的“有效”要求和平台“立即”采取必要措施的时限,使短视频平台在处理侵权短视频上有较大回旋空间。 [⁵]另一种观点认为当前短视频平台存在义务与责任不明确 [¹³]、主客观不一致问题,应细化相应规则。 [¹⁴]如根据“实质呈现标准”判断平台是否构成直接侵权; [³]短视频的著作权分享应受到人身权保护和“作品否定”的限制,通过建立和完善网络服务提供者的合理注意义务,建构网络短视频产业的治理机制; [¹¹]或对现行“通知-删除”规则和“红旗规则”予以调整,使之适应于短视频行业著作权治理需要。 [¹⁵]二是短视频平台作品审查义务的设置。 [¹⁶]基于当下的技术水平,应借鉴欧盟确定的平台注意义务,要求短视频平台基于算法、区块链等技术 [¹⁷]建立内容审核、过滤及全程追溯体系,尽到基本的事前审核注意义务 [¹⁸],审核上传者将要上传的短视频 [¹⁹],并适时建立“尽力而为+通知移除规制”路径,减少短视频侵权 [²⁰]。三是建立短视频综合治理模式。如构建“以平台为核心、权利人配合、社会公众监督”社会治理模式 [²¹],或“行政、行业、司法、社会组织‘四位一体’的协同治理机制” [²²],或通过完善短视频行业著作权管理细则和引入智能技术,建立多元协同的著作权管理和开发模式 [²³]。四是短视频平台的算法推荐责任。强调短视频平台利用算法推荐和传播短视频,应当承担更高的注意义务 [²⁴],“通知-删除”规则无法为此类算法推荐平台提供庇护 [²⁵]。

现有研究已对二创短视频侵权认定、合理使用判断、平台责任承担和侵权作品过滤等“标”层面的问题进行深入翔实的研究,对侵权责任落实和平台治理等具有重要意义。但也反映出对“本”层面的问题关注度不够,如对引发二创短视频著作权侵权纠纷的根源剖析及纾解路径的关注有待加强。“治标不治本”,无益于二创短视频著作权侵权纠纷的解决。因此,笔者拟聚焦于二创短视频侵权纠纷频发的根源,从源头剖析二创作者未经许可就使用他人长视频进行创作的原因,进而分析在现行制度框架下能否根除病灶;若现行制度无法解决,是否应当建立其他制度来纾解当下的冲突格局,以实现长短视频的和谐发展。文章主要分为三部分:第一部分主要勾勒出当前二创作者及短视频平台同影视综长视频权利人的利益冲突格局;第二部分主要分析出现上述纠纷的原因;第三部分则在分析既有制度能否解决上述纠纷的基础上,以各主体的利益诉求为导向提出解决方案,以期对解决二创短视频著作权侵权问题有所裨益。

二、长短视频利益冲突格局的显现

“自2016年起,大批移动短视频应用密集问世,资本市场不断升温,短视频内容创业者呈爆发式增长,短视频行业迎来快速发展期。” [²⁶]据《2023年中国短视频行业市场运行状况监测报告》显示,2022年中国短视频市场规模达到3765.2亿元,同比增长了83.6%,预计2025年将达到10660.8亿元。 [²⁷]据《第54次中国互联网络发展状况统计报告》统计,截至2024年6月,我国短视频用户规模为10.5亿,占网民整体的95.5%。预计未来,短视频用户规模还会进一步增长,且这种快速增长同

样也发生在短视频平台内部。有统计显示,抖音平台2023年粉丝数量增速最快的就是影视娱乐短视频账号。^[28]在行业发展早期,短视频与长视频的利益冲突并不明显,但随着短视频用户和市场规模的扩大,长短视频的利益冲突日益显现。尽管在2021年12月15日,中国网络视听节目服务协会发布了《网络短视频内容审核标准细则》,明确不得“未经授权自行剪切、改编电影、电视剧、网络影视剧等各类视听节目及片段”,但碍于该规范效力有限,相关纠纷依旧高发。

(一) 二创短视频创作侵害长视频著作权

区别于原创类短视频,影视综二创短视频是基于影视综长视频制作的,可能侵犯长视频的著作权。按题材类别可将二创短视频分为介绍、娱乐和评论三类。介绍类短视频通常以剪辑和切条等方式,对长视频进行归纳和介绍,其素材多直接来源于长视频本身;娱乐类短视频通常是对长视频进行改编,以追求某种特殊效果,达到搞笑或搞怪目的;评论类短视频则以长视频中某些画面或片段为素材,再加上评论者本人的精彩评论,对长视频的内容、风格或其他元素进行评价,以表达评论者的某些观点,如戏仿(戏谑)短视频。

剪辑和切条等方式是介绍类短视频的常用手段。在二创短视频市场中,切条的方式有多种:①推广宣传类,剪辑长视频中的数个片段,整合成一个短视频,以实现引流目的,如影视宣传片;②情节梗概类,将长视频中核心精彩的画面剪辑成一个剧情路线清晰的短视频,相当于长视频的精彩剪辑,如“×分钟看完×片”即是代表;③拆分呈现类,不改变内容只变时长,将长视频剪辑为多个短视频呈现。不论是上述哪种切条行为,按现行《著作权法》均可能构成侵权,只不过影视综长视频权利人对不同类型短视频的态度有所差异。就“推广宣传类”而言,因长视频权利人也会制作预告片或宣传片进行宣传 and 引流,所以这类短视频其实也对长视频权利人有益,通常不会引起权利人的强烈反感。但对后两种切条行为,长视频权利人的抵触情绪尤为强烈,且也是发生纠纷最多的情形。第三种切条行为本质上是将长视频拆解为多部短视频呈现,构成对长视频的实质替代,是对权利人信息网络传播权的直接侵犯。而就第二类切条行为是侵权行为还是合理使用行为,目前尚存争议。如在我国台湾地区发生的“谷××电影解说案”中,影视解说短视频上传者针热播当红影视长视频推出“×分钟看完×片”系列短视频,先后多次遭到多家影视公司起诉,并被台湾检方提起公诉。影视公司认为上传者的行为构成著作权侵权,但上传者认为是合理使用。^[29]

而评论和娱乐类短视频虽也基于长视频制作,但与介绍类短视频的差别主要在于二创作者个性化内容更多。就评论类短视频而言,长视频是评论对象,而评论者个人的精彩和诙谐评论正是短视频的亮点之一。若适当引用长视频内容创作评论类短视频,可认定为合理使用。但引用数量不符合“适当引用”要求时,评论类短视频可能侵害长视频复制权或改编权等。就娱乐类短视频而言,创作者以长视频为素材,通过改编等方式实现特定的效果,通常构成对长视频改编权的侵害,同时也可能侵害其他作品的著作权。如将某影视长视频剪辑后加入背景音乐,不仅涉及对影视作品改编权等权能的侵害,也可能侵害音乐作品的著作权。

(二) 二创短视频传播会截获长视频流量

在注意力经济和碎片化阅读时代,社会公众的注意力也成为重要的资源。社会公众的时间和眼球视频运营者角逐的对象,用户群规模、用户黏性等是经济变现的决定性因素。影视综制片人为更好吸引公众眼球,聘请知名影星、编剧等制作优质视频,利用多渠道宣传来提高视频知名度,依靠票房、广告费等获取经济利益。爱奇艺、腾讯等长视频平台,一方面斥巨资购买影视综等作品的著作权来汇集大量长视频作品,另一方面大力发展自制剧,最终以会员播放为主、以免费+广告为辅的方式,获取经济收益。且长视频平台购买版权剧的投入不可谓不大。“根据国家广电总局和国家版权局的统计,从2010年到2017年,视频网站的版权成本从59亿元飙升到了300亿元,年均增长率高达20.92%。”^[30]自2006年至今的十多年间,长视频网络平台购买版权内容的花销增长了7000多

倍,如2019年长视频网络平台购买头部版权剧单集版权的平均投入,从2017年的781万元提高到1100万元以上。此外,有统计显示,在2021—2023年间,爱奇艺在视频内容上的投入分别是207亿元、165亿元和162亿元,占公司运营成本七成以上;而作为以用户短视频为主的B站,同时间段的内容成本则分别为27亿元、35亿元和18.8亿元,不到运营成本的20%。^[31]

对长视频运营者来说,视频内容是吸引用户的核心工具,用户规模是实现经济收益的决定性因素。在传统条件下,用户了解长视频的方式多是观看长视频,奠定了长视频的用户群和经济利益基础。^[32]在二创短视频行业中,涉及二创作者、短视频平台、长视频权利人(如长视频网络平台运营者等)和消费者四方主体。二创作者是短视频平台的用户,二者表现出一定的联合性。“短视频的传播和消费群体与影视作品长视频的消费群体重合”^[15],这意味着短视频平台及二创作者同长视频权利人同处一个消费市场,共同“抢夺”消费者群体。而二创短视频的制作与传播行为,在一定程度上降低了公众观看长视频的概率:一是部分介绍类短视频构成对长视频的实质性替代;二是部分评论类短视频因对长视频的负面评价,会降低公众观看长视频的意愿。二创短视频对长视频用户规模的减损,直接影响了长视频运营者的经济利益。一方面,用户数量减少使平台可能收取的会员费用降低;另一方面,用户黏性和用户规模降低阻碍长视频广告收益的实现。如据《2023中国互联网络广告数据报告》显示,2023年中国互联网络广告收入规模为5732亿元,视频平台广告收入已达1433.08亿元,成为仅次于电商类广告的第二大广告类型。其中,短视频广告收入规模已达到1058.40亿元,同比增长23.28%。尽管短视频广告规模并非都是影视综二创短视频实现的,但作为主要的短视频类型,其在广告市场上的作用也是不容忽视的。更何况基于影视综长视频创作的二创短视频会抢夺长视频的用户,影响长视频广告收入的实现。

(三)二创短视频产业链中利益分配不公

在二创短视频产业链中,长视频权利人、二创作者和短视频平台三方利益分配不公平。

基于影视综长视频制作短视频的成本更低。在传统视频创作模式下,需专业机构和人员协调演员、导演、拍摄人员进行较长时期的作业,并要经过较为繁重的后期制作阶段,视频才可向社会提供。在此过程中,长视频制作者需投入巨大成本。同时,长视频网络平台也需投入巨大成本引进版权视频,或开发自制剧,以扩大自身视频保有量。如腾讯和爱奇艺2023年的内容成本分别是627亿元和162亿元。与此相比,二创作者无需耗费多大成本设计或构思素材,而是直接基于他人长视频进行剪辑、切条等简单操作,就可生成数量可观的短视频。此外,短视频平台通常会提供便利、简单的短视频制作模板或软件,更是极大降低了短视频平台用户的创作成本。这种低成本的制作方式,加剧了影视综二创短视频的泛滥之势。

未经许可的二创短视频制作与传播行为,影响了长视频权利人的作品许可费收入。在正常许可使用情形下,作品商业使用者虽也是基于权利人作品实现经济利益,但许可使用费可弥补作品使用行为对原作品潜在市场的侵占。当前绝大多数二创作者并未向长视频权利人获得许可,而是未经许可且未付费的直接使用行为。除构成合理使用的那部分二创短视频外,其他二创短视频不仅侵犯了长视频的著作权,还未向权利人支付使用费。相较于长视频的单次创作而言,持续开放式创作的二创短视频^[33]意味着短视频规模和数量庞大,由此带给长视频权利人的许可使用费损失也不容小觑。更何况,在碎片化娱乐时代,二创短视频分流了长视频的潜在用户,致使长视频权利人应有市场份额和应得利益被侵蚀。

基于影视综二创短视频实现的利益并未与长视频权利人合理分配。尽管并非所有二创作者都以营利目的制作短视频^[34],但短视频平台和相当数量的二创作者通过直播带货、粉丝打赏、引流变现和植入广告等方式,确实因短视频内容获得了较大利益。虽然并不能说二创短视频所实现的经济利益都来源于长视频,但不可否认基于长视频制作的二创短视频确实分流了长视频的潜在用户,并

因此侵占了长视频的市场。二创作者与平台借助长视频,以有损长视频权利人合法利益的方式为自身谋取利益,本质上是一种“搭便车”的行为。甚至可以说,未经许可利用他人影视综长视频制作短视频的行为,更像是一种“寄生”行为,长视频权利人受损,而短视频平台及二创作者受益。

可见,短视频平台及二创作者在事实层面上的联合性,使二者共同借助二创短视频获得经济利益,分流了长视频的潜在用户群体,侵蚀了长视频应有的消费市场,但未与长视频权利人进行合理利益分配,导致长视频权利人同二创作者和短视频平台间的著作权纠纷频发。随着短视频市场规模的扩大,二创作者和长视频权利人的著作权侵权纠纷,逐渐转变为短视频平台和长视频权利人的著作权侵权纠纷和利益分割冲突,且日益白热化。

三、许可使用机制与创作模式脱节

在现行著作权法下,作品使用坚持“以许可+付费使用为常态,以不许可+(不)付费使用为非常态”。一部视听作品获得著作权法保护,意味着除非在法律规定的“不经许可且不付费”(合理使用)和“可不经许可但需付费”(法定许可)等特殊情形下,他人须在获得权利人许可并支付使用费后,方可使用该视听作品。既然著作权法秉持“许可+付费使用”的基本原则,为何大多数二创作者并未遵循该原则,而是采用“拿来主义”呢?

(一)UGC是短视频平台主要的内容生成模式

在Web2.0时代,网络用户借助互联网将自己制作的内容分享给其他用户,是网络技术发展催生的内容分享机制。基于此种内容分享机制,在Web3.0时代的短视频平台采取开放式聚合方式,响应需求侧规模经济的感召,秉持“免费创造用户,用户创造价值”的理念,在极短的时间内实现了指数级的网络效应,成就了当前的寡头格局。换言之,用户生成内容(UGC)成为短视频平台的主要内容来源。第一,平台以免费方式吸引用户。短视频平台免费向用户提供短视频制作软件,并以免费方式允许用户在平台中上传自己制作的短视频和观看其他用户上传的短视频。第二,UGC模式创作门槛低。相比于长视频,短视频的创作不仅更为便宜,而且无需较高技术要求,只要会操作短视频制作软件即可。低创作成本是导致二创短视频泛滥的重要因素之一。第三,以激励机制吸引用户创作短视频。如B站和快手推出的“创作激励计划”和“创作者激励计划”,抖音推出的“抖音二创激励计划”等。正是通过UGC模式,短视频平台迅速累积了大量用户群体和短视频内容。虽然UGC模式为短视频平台带来了大量用户和内容,但因创作者自身水平和能力限制,短视频内容质量参差不齐。在“消费倒逼生产”和“内容为王”的行业法则下,完全依靠UGC模式难以满足所有用户的需求。短视频平台开始在普通用户和专业用户间进行针对性培育,形成用户生成内容、专业生成内容(PGC)、职业知识内容(OGC)和独家版权内容(ECC)的组合套装。

但是,一方面,PGC等内容成本高于UGC,短视频平台更愿意吸引普通用户创作更多短视频;另一方面,PGC模式的创作主体多为专业人士,出现著作权侵权纠纷概率低于UGC模式。因此本文主要分析UGC模式下二创短视频著作权侵权问题。UGC模式虽确实能为短视频平台带来海量用户和内容,但二创作者素质不高的现实也难以回避。在二创短视频创作中,这种局限性主要体现在二创作者缺乏必要的著作权法常识和尊重版权的意识。二创作者只注意到如何利用长视频制作短视频,但并未重视使用长视频应先向权利人获得许可的要求。反观短视频平台,一方面在现行法律框架下除非属于明显不作为或不当作为,否则仍受“避风港规则”的保护,缺乏自主审查并下架侵权短视频的动力;另一方面,相较于长视频的网络传播,用户上传的短视频有可能构成合理使用,是否是侵权作品难以准确判断。^[15]这在相当大程度上,催化或加剧了短视频平台及其用户同影视综长视频权利人的著作权纠纷。

(二) UGC 创作模式与作品许可使用机制龃龉

著作权法是保护作品与促进文化发展的法律规范,承担着平衡著作权人私人利益与社会公共利益的重要使命。基于激励理论,著作权法赋予作品权利人一定时间内的独占权,“用市场的经济回报来激励对新作品的创作”^[35],弥补作者创作或受让人取得作品的支出,社会公众则从著作权法保证的接近权中获益,最终促进文化繁荣。因此,各国著作权法均对作品进行排他保护,除立法上为社会公共利益或对特定群体的特殊规定外,作品使用通常遵循“许可+付费使用”的基本逻辑。

现代意义上的作品许可使用机制最早起源于18世纪英国《安妮法》。该法主要针对当时图书作者和出版商的权利争议,以及正版和盗版出版商的利益冲突。当时还没有著作权或版权的概念,承认图书作者和正版出版商享有某种权利,主要是服务于正版出版商为了垄断图书出版市场和抵御盗版出版商的目的。^[36]在1769年的 *Millar v. Taylor* 案^[37]中,威尔斯法官在判决中承认图书作者对其作品的出版享有控制权,未经作者同意出版和使用作品是不正当的。^[38]在此种情形下诞生的作品许可使用机制服务于传统技术条件下,图书作者对抗数量少且相对集中的出版商。在彼时,图书作者与出版商之间的图书出版活动需双方协商并签订合同,二者之间存在一种稳定的显见协商关系。在此种情况下,著作权法确定的“经作者许可+出版商支付费用”模式,符合当时的技术水平和社会公众较为固定的生活半径。

确立于18世纪的作品许可使用机制在互联网社会到来之前,仍展现出强大的生命力。但随着以互联网技术为代表的新技术快速发展,到Web2.0时代,互联网的去中心化和点对点传输等技术,改变了网络用户的创作频道和信息分享节奏。尤其在“全民众创”时代,“创作从少数职业作者蜕变成为一项全民参与的日常活动”^[39],但并非所有作者的创作动机均是获取经济收益。^[40]导致在传统技术条件下产生的,以数量少且相对集中的专业作品使用者(尤其是商业使用者)为作用对象的许可使用机制,在此时显得水土不服:

一是创作主体的全民化导致作品的使用频次和传播范围被无限放大。在传统条件下,作品使用以商业性使用为主,且多以不改变作品同一性为前提,专业创作者的创作仍是小范围事件,使用的作品数量和规模相对有限。^[41]但在二创短视频创作中,创作模式的“重混”化,多表现为对已有影视综长视频的再次使用。^[42]创作主体的大众化和作品传播范围的扩大,使一部短视频内容可能涉及数部影视综长视频,同一部长视频也可能在同一时间被数量庞大的大众作为素材用以创作短视频。在作品传播和使用呈现网状交叉格局的UGC模式下,单部长视频作品被传播和使用的概率呈指数式上升,每个短视频平台用户使用和传播的作品数量也急剧增加。

二是作品许可使用成本与全民创作需求不符。基于传统技术水平和创作范式建立的著作权利框架,主要针对作品的直接使用行为,如复制、信息网络传播等,极少涉及对作品的改变。唯一可能与改变作品同一性相关的改编权,不仅改编行为受制于原作品权利人,而且改编作品的后续使用也需取得原作品权利人的许可。随着网络技术扩大了作品传播半径,二创作者接触的可被用以制作短视频的影视综长视频数量显著增加,因并非所有长视频权利人信息都很明确且许可协商过程耗时费力,二创作者预先获得许可的成本与即时创作的需求和收益不成比例。这导致在二创短视频领域,“动辄需要事前许可的规则设定,使得普通网络用户在既有作品基础上的创作行为无法在合理交易成本范围内实现”。^[39]

我国现行著作权法律框架并未对UGC模式给予回应,作品使用仍遵循“许可+付费使用”的原则。二创短视频UGC模式对简易便捷许可使用机制的需求,同以“规模小且相对集中的商业使用者”为规制对象的作品许可机制相脱节。此外,与音乐等作品不同,影视综长视频作品信息网络传播权和改编权的许可使用费通常较高,二创作者难独自承担高额使用费。并且,一部二创短视频可能涉及多部长视频,要求单个二创作者均向长视频权利人获得许可不现实。因此,二创作者为规避获

得许可的成本,多采取“拿来主义”直接基于影视综长视频制作短视频,导致二创作者与长视频权利人纠纷频发。同时,确定短视频平台身份的成本远低于确定短视频上传者身份的成本,且平台的财力状况优于具体用户,甚至平台在此过程中向其用户或提供了激励或起到事实上的帮助作用,致使平台用户与长视频权利人的著作权纠纷演化为平台及其用户和长视频权利人的著作权纠纷,且有愈演愈烈之势。

四、平台集约化许可模式的构建

长视频权利人与短视频平台及其用户的著作权争议产生的根源在于,按照现行作品许可使用机制,二创作者获得许可的成本过高。如何解决二创作者获得许可难的问题,就成为化解二创短视频著作权侵权纠纷的关键。

(一)既有制度和学理方案之述评

现行著作权法有简化许可机制的制度供给,同时部分学者也提出解决方案,因此需考虑既有解决路径能否消解二创短视频的著作权侵权纠纷。

1. 既有制度难适用

我国现行著作权法中,存在合理使用、法定许可和集体管理制度等简化作品许可使用的机制。

第一,合理使用制度的适用空间有限。《著作权法》第24条第1款列举了12种合理使用的具体情形和1种兜底条款。与二创短视频相关的是第二种情形,即“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”。并且,我国学界和业界已开始借助“转换性使用”来扩展合理使用制度的范围,为二创作者提供一定合法空间。因此,二创作者通常主张其制作的短视频虽引用了他人长视频中的某些部分,但这是介绍或评论他人长视频的必要引用;或是其利用他人长视频创作短视频属于转换性使用,已在原作品基础上增加了新内容,或具有与原作品不同的使用目的,不能单纯为保护长视频权利人的利益,限制社会公众的表达自由。但在现行著作权法体系下,二创作者的主张不仅忽略了《伯尔尼公约》确定的“三步检验法”的后两步,即“不得影响该作品的正常使用”“不得不合理地损害著作权人的合法权益”,也忽略了我国《著作权法》第24条第1款“应当指明作者姓名或者名称、作品名称”的限定条件。遗憾的是,现实中大多数的二创短视频并不符合上述规定:一是未指明长视频的作者或单位名称,甚至未标明长视频的名称;二是除构成合理使用的小部分短视频外,大多数二创短视频在一定程度上构成对长视频的实质性替代,不仅影响了长视频的正常使用的行为,还与“权利人行使权利的行为产生了经济上的竞争关系”,^[32]不合理地侵害了长视频权利人的经济利益。

第二,法定许可制度基本无可适用。作品许可使用通常以双方协商的方式进行,但为实现特定情况下更高水平的公共利益时,可不经权利人许可直接使用作品,但应支付使用费和指明作品相关信息。如我国《著作权法》第25条规定为实施义务教育和国家教育规划而编写出版教科书,可适用法定许可制度。就二创短视频而言,很难将基于长视频创作短视频并传播的行为定性为是实现公共利益的行为,也就难以利用法定许可为其辩护。

此外,有学者认为应以《著作权法》第35条第2款规定的转载摘编法定许可规则,来化解影视综二创短视频的著作权侵权纠纷。^[43]该观点认为将适用于传统报刊社转载、摘编著作权人未声明不得转载、摘编的作品的法定许可制度,扩张适用于二创短视频,从根本上解决二创作者使用他人作品构成侵权的问题,保证长视频权利人的经济收益。不可否认,该类法定许可制度经立法与司法转化后若能被适用于该场景,确实可有效解决现存问题。但从当前看,该制度离这一理想状态仍相差甚远:一是适用的主体范围狭窄。当前立法与司法严格限制此类法定许可的适用范围,仅适用于纸质报刊间的相互转载。网站转载他人发表在报刊上的作品都构成侵犯信息网络传播权,更别说二创作者利用长视频制作短视频并传播这一差异性更大的行为。二是适用的作品范围有限。按照当前法律条

文规定,只能转载或摘编他人发表在纸质报刊上的文字作品,并不包含发表在其他载体上的文字作品。就作品类型差异较大的视听作品而言,更难进入该法定许可的射程。三是转载或摘编不得损害他人合法权益,特别是应尊重他人的署名权和保护作品完整权,但当前二创短视频创作行为与此要求也存在较大差距。而且,我国《著作权法》刚修改不久,在短期内再做改动的概率较低,意味着此类法定许可制度无法在短期内解决二创作者与影视综长视频权利人间的著作权纠纷。

第三,著作权集体管理制度难以适用。致力于减少交易主体和降低交易成本的著作权集体管理制度,是因应作品使用频率和范围增长而导致高额交易成本的有效方式。^[44]因而有学者主张,在利用区块链等信息技术的基础上,借助著作权集体管理制度来解决二创短视频的作品许可使用问题。^[10]但适应二创短视频的著作权集体管理制度可能无法建立:一是集体管理制度削弱著作权人权利的效果,无法为长视频权利人所接受。不论是选择进入或选择退出,还是延伸性集体管理制度,均是以集体管理组织代替著作权人与作品使用者进行定价。或许对同质性或替代性较高的音乐作品而言,集体管理制度在权利分配上的垄断性弊端尚不明显。但对同质性不高且替代性不强的影视综长视频来说,以统一定价的方式确定作品许可使用费难以被相关权利人接受。毕竟不同题材、制作方式或制作阵容的影视综长视频,在文化消费市场中的评价或受众范围无法同日而语,作品价值和可能的许可使用费也千差万别。若以同一标准收取许可使用费并不公平,也有悖市场规律。而单独许可模式,又与当下状态并无多大差异。二是因二创短视频使用作品的方式和网络中长视频权利主体缺乏稳定性,导致集体管理制度所需的权利人与使用者之间的稳定合同关系无法形成。^[45]如协商能力较弱的二创作者数量多且分散、二创短视频使用长视频比例一般较小等原因;长视频平台运营者等权利人拥有大量长视频,可轻易借助内容优势架设市场壁垒来限制二创短视频行业发展,且其谈判能力远高于二创作者,导致二者间难以形成稳定的许可使用合同关系。

2. 学理方案的错位

部分现有研究也关注到二创短视频的创作模式与既有作品许可使用机制不配套的问题,提出了“知识共享协议”“多元许可分享著作权的治理体系”和“开放许可模式”等进路以化解相关纠纷。

“知识共享协议”(CC协议)进路的可适用性。^[33]CC协议要求原作品权利人在公开发表其作品时采用CC协议术语,允许在后的创作者遵循既定的术语使用在先作品,并要求在后作品以同样的术语进行共享。对二创短视频来说,因并非所有创作者均以牟利为目的,且有助于获得更多创作素材,存在采用CC协议模式的空间。但对影视综长视频权利人而言,要求其在投入巨大成本制作长视频后,以CC协议模式向全社会公众共享作品,因无法保证创作成本的回收和经济利益的实现,而缺乏可行性。因而此方案或许在短视频间具有可适用性,但难适用于长短视频间。

“多元许可分享著作权的治理体系”进路的可适用性。有学者建议“建立‘传统许可’模式、‘推定无偿许可’模式和相互转换模式”的多元治理体系,解决二创短视频著作权问题。^[11]在该建议视域下,凡明确标注“未经许可不得使用”和设立加密技术、禁止下载技术等相应保护措施的影视综长视频,二创作者不可未经许可使用(传统许可模式)。反之,未标注或未采取技术措施的长视频,默示允许他人可免费使用(推定无偿许可模式)。同时,允许传统许可模式下的长视频随时转换为推定无偿许可模式。若违反传统许可模式创作的短视频,因“作品否认”制度而无法获得著作权。即使不考虑“作品否认”制度是否违反《伯尔尼公约》和著作权法的基本精神,此种“多元治理体系”在影视综长视频及其二创短视频间也缺乏可行性:一方面,若推行该制度,只会使长视频权利人以公开声明或采取技术措施的方式,立于传统许可模式的阵营,无法实质解决现有纠纷。另一方面,影视综长视频的高投入性和差异性意味着不同长视频不可类比、长视频和二创短视频不可比拟。忽略这些差异推行与长视频市场规则不符的“多元许可分享著作权的治理体系”,实质上不当限制了长视频权利人的合法权益,只会恶化长短视频间的冲突格局,甚至阻碍二创短视频行业的发展。

“开放许可模式”进路的可适用性。^[46]借鉴专利开放许可制度,建立有别于CC协议的著作权开

放许可模式,让长视频权利人以发表声明的方式,告知二创作者可使用该长视频,但应按照声明的费用标准支付作品使用费。该方案有两点无法保证:一是自愿采取开放式许可模式的长视频数量无法保证。此模式下,二创作者能使用的长视频数量,完全取决于长视频权利人的自愿。若采取开放式许可模式的长视频数量不多,著作权侵权纠纷并未得到有效解决。二是后续作品使用费的收取如何保证?若无法保证长视频权利人作品使用费的收取,其实是将侵权争议转化成许可使用费收取的矛盾,最终只会迫使长视频权利人放弃此模式。更何况二创作者能否承担起长视频权利人公示的作品使用费亦是一大问题。

(二)平台集约化许可模式的证成

现行著作权法下的简化作品许可使用机制,实难给予影视综二创短视频创作和传播行为合法的空间,也无法满足二创短视频创作对便捷高效许可机制的需求。学理研究中的解决方案,在解决影视综长视频及其二创短视频的著作权侵权纠纷时,并未展现出足够的契合性和可行性。故需从外部视角寻求解决对策。

1. 二创短视频相关主体的诉求

需分析二创短视频产业链中各方主体的利益诉求,从而为新机制的构建寻找现实基础。

就短视频平台而言,UGC模式意味着平台以用户生成内容为卖点,实现经济利益。尽管在当下司法实践中,短视频平台多因“通知-删除”规则免于承担侵权损害赔偿责任,但毕竟该规则的执行也会耗费成本。逐利本性使平台期望以低成本方式实现高效的经济收益,也就希望用户尽可能上传质优且不侵权的短视频。就长视频权利人来说,并不排除其作品以“许可+付费”的方式被使用,只是抵触损害其合法权益的作品使用行为。只要二创作者尊重著作权,经权利人许可并支付使用费,长视频权利人通常乐意通过作品实现经济利益。况且,二创短视频也会提高作品的知名度,甚至为长视频本身带来流量。就二创作者而言,希望以不侵权的方式,低成本地使用长视频创作短视频,以获得更多利益。

可见,上述三方主体间并不存在不可调和的矛盾。尤其是长视频权利人与二创作者之间并非绝对的排斥关系,更多表现为一种兼性互利共生关系。短视频平台与长视频权利人(尤其是长视频平台运营者)虽存在一定竞争关系,但若处理得当,可将二者间的竞争关系转化为合作关系。短视频平台及其用户之间同样也表现为一种互利共生关系,后者提供的内容是前者获得经济收益的关键,前者为后者提供作品传播与变现渠道。因此,三者同处短视频行业的不同环节,因影视综长视频作品相连,可通过相互协作,实现合作共赢。其关系如后图1中的“三角关系结构”(虚线框部分)所示。

2. 平台集约化许可模式的提出

基于长视频权利人、短视频平台及其用户在二创短视频行业中的地位和互利关系,二创短视频著作权侵权纠纷的治理不应采取“一刀切”式的否定监管方式,而应采取“宜疏不宜堵”的本源性治理策略。正如前文所言,影视综二创短视频著作权侵权纠纷产生的根源在于作品许可机制不畅:就二创作者而言,单独向长视频权利人获得许可的成本过高、长视频基本信息获取困难、费用负担困难等;就长视频权利人而言,主要是应得的许可使用费无法保障。因此,针对上述具体问题,应充分发挥短视频平台的中间作用,建立一种能促进三方合作共赢的作品许可使用模式。

具体而言,短视频平台应充分协调其用户(二创作者)与影视综长视频权利人间的关系,既要确保长视频权利人获得合理的使用费,又要保证尽可能多地为二创作者提供长视频素材。要充分发挥短视频平台的中间作用,可分两步走:第一步是短视频平台替代二创作者向长视频权利人获得许可,保证用于创作短视频所需的长视频数量;第二步是平台及其用户共同从各自收益中拿出部分收益,用以支付长视频权许可使用费。该模式相当于短视频平台代表其用户向长视频权利人进行协商,故可称为“平台集约化许可模式”。该模式的优势在于:一是既可满足二创作者使用长视频的需求,又可保证长视频权利人的经济收益,并能从根本上减少二创短视频著作权侵权纠纷;二是无需改

变现有著作权法规则,能有效控制成本;三是采取互利共生式的解决方案,不仅有助于实现多方共赢,还可促进长短视频产业发展。

此外,考虑到二创作者也是短视频“数字产消者”(digital prosumer),不仅在影视综二创短视频二创作者间,而且在影视综二创短视频二创作者与其他短视频创作者间,也会存在使用彼此短视频的情形。短视频平台可通过用户协议的方式获得用户的授权,实现平台内短视频内容的免费交叉许可,以避免平台内部用户间的著作权侵权纠纷。

(三)平台集约化许可模式的构建

“平台集约化许可模式”要求短视频平台在二创作者和长视频权利人间搭建起沟通协作的桥梁,实现三方共赢。为保障此模式能有效化解影视综二创短视频著作权侵权问题,需从以下角度构建:

第一,确保许可使用费的资金来源。要让短视频平台向长视频权利人获得许可,就须保证许可使用费的来源。二创短视频所实现的经济利益主要被短视频平台和二创作者分割,支付给长视频权利人的许可费应从二创作者和平台两方的收益中确定。至于具体的比例分割问题,应基于平台与用户就短视频实现收益的分成比例确定。此外,应明确以下两点:一是平台用户支付的费用应以二创短视频获得的实际收益数额为上限;二是尊重那些明确放弃短视频收益的二创作者,不向完全放弃二创短视频收益的二创作者收取使用费。

第二,确保长视频权利人能获得合理的作品许可使用费。保证长视频权利人的许可使用费收益是能否获得许可的关键。短视频平台及二创作者让渡的收益组成的许可费,远高于单个二创作者能支付的许可使用费,且平台协商能力强于二创作者,有利于获得许可。因此,短视频平台应向长视频权利人获得许可并支付使用费,以保证相关权利人能得到一定的经济利益。此外,随着视频行业的发展,长视频平台与短视频平台呈现出相互渗透、融合发展的趋势,此趋势可能会阻碍短视频平台获得许可。但若基于合理协商,长视频平台等权利人仍以不当理由为短视频平台架设市场壁垒,后者可申请反垄断调查。

第三,确保平台收取费用使用情况的透明度。短视频平台在向二创作者收取费用的同时,既要自身收益中拿出部分利润,又要以此资金向长视频权利人获得许可。为保证短视频平台用户(二创作者)对使用费来源、使用情况及获取的版权内容等信息的知情权,须建立一种透明机制。一方面,公布平台自己支付的金额比例以及所有用户缴纳的费用比例等信息,并实时公布这些资金的使用情况并供查验。另一方面,及时公布已获许可的长视频内容信息,并为用户提供资源获取渠道。当然,平台也应建立意愿收集与反馈机制,用以汇总平台中二创作者想要使用的长视频信息,同时应及时告知想获许可但未能获得许可的长视频信息。

第四,平台应建立相应的作品过滤机制。获得长视频权利人的许可是从根本上减少侵权二创短视频的关键举措,但因短视频平台及其用户汇集的资金有限,无法涵盖所有版权内容。以平台未获许可的影视综长视频为素材创作的短视频,平台很难判断其是否侵害他人著作权。因此,短视频平台应建立一种过滤机制,用以拦截和审核基于平台被授权外的长视频创作的短视频,以避免侵权内容的传播。要求短视频平台基于已获得许可的长视频建立作品过滤机制,不仅所耗成本有限,更重要的是基于当前的技术水平完全可以实现。^[47]如国内部分互联网平台已开始相关探索,腾讯开发的“视频基因比对技术”和网易开发的“网易易盾”识别侵权作品精度较高,功能亦可与 YouTube 的 Content ID 功能媲美。^[48]就“平台集约化许可模式”下作品过滤机制的构建而言:首先,以平台获得许可的长视频为基础,建立版权内容特征比对库;其次,在上传节点提取用户上传短视频的关键特征;再次,以语义分析、图像处理等算法自动对比已有版权内容;最后,拒绝将那些基于平台未获授权的长视频内容创作的二创短视频上传至平台。不过,应给予上传者提出异议的机会和渠道。当上传的二创短视频审核不通过时,可要求上传者在合理时间内提供获得许可的证书等材料,证明该二创短视频属于合理使用,或所用长视频素材已获权利人许可或处于公有领域。若上传者提供了可信的证

明材料,则恢复上传;反之,则禁止上传。

由此,可绘制“平台集约化许可模式”的流程图,如下图1所示。

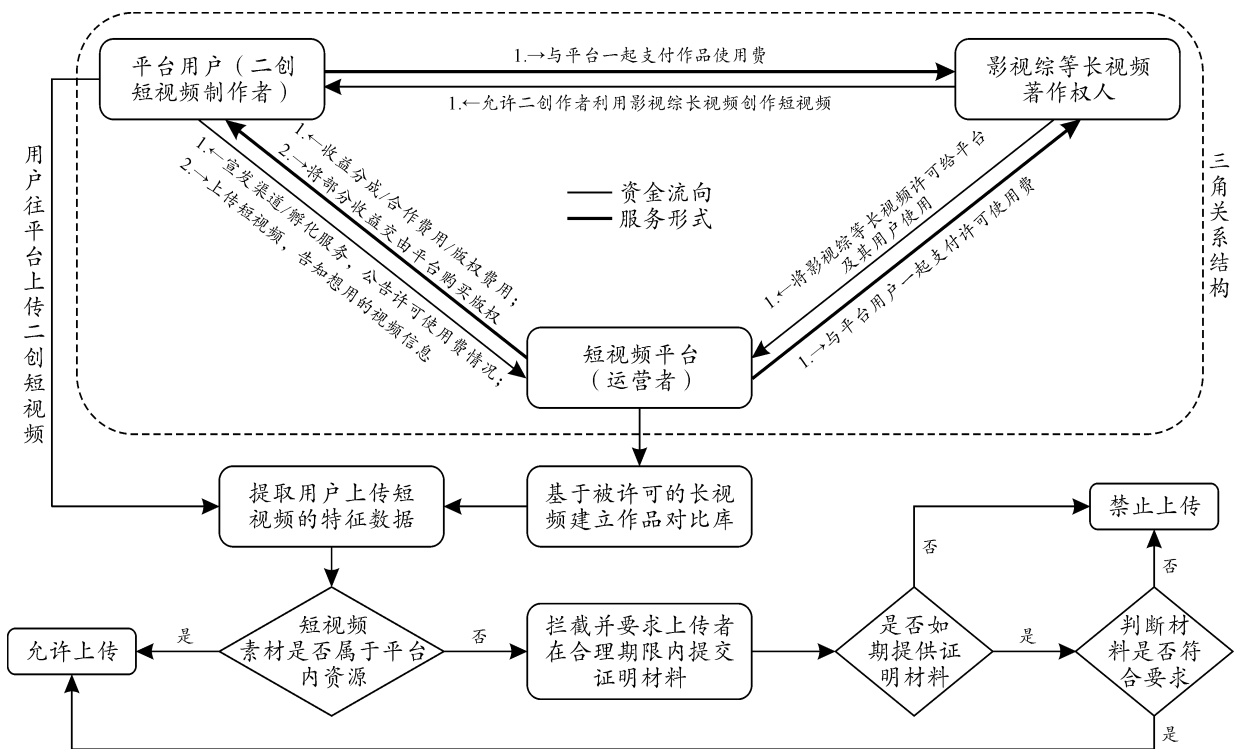


图1 平台集约化许可模式图解

五、结语与讨论

随着短视频产业规模的不断增长,基于影视综长视频制作的二创短视频展现出不凡的市场前景。但与此同时,短视频平台中的二创作者未经许可利用他人影视综长视频制作短视频,侵害了长视频权利人的合法权益,二者间的矛盾不断激化,甚至阻碍了相关产业的发展。通过分析发现:影视综二创短视频著作权侵权纠纷频发的根源,是现行著作权法中的作品许可使用模式与二创短视频创作的UGC模式脱节,二创作者无动力也无能力单独向长视频权利人获得许可。考虑到短视频平台、二创作者同长视频权利人之间并非绝对的排斥关系,而是兼性互利共生关系,应由短视频平台代表二创作者向长视频权利人获得许可,既保证二创作者有充足的长视频素材,又确保长视频权利人能获得合理的使用费。但考虑到短视频平台无法向所有长视频权利人获得许可,平台应借助算法等技术建立作品过滤机制来减少侵权短视频的出现,以避免相关著作权侵权纠纷,促进长短视频行业的健康有序发展。

尽管本文主张在不改变现行著作权法的前提下,以“平台集约化许可模式”解决影视综二创短视频的著作权侵权纠纷。但此模式也造成了二创作者与平台捆绑的客观现实,是否会不当影响前者的合法权益?就整个短视频行业而言,适用于影视综二创短视频的“平台集约化许可模式”,能否普遍适用于所有类型短视频创作者与原作品权利人之间,仍有待进一步考察。但至少可确定的是,短视频著作权纠纷的治理不应采取“一刀切”的方式,而应致力于短视频创作者、短视频平台和原作品权利人的共赢式发展。

参考文献:

- [1] 李修齐. 短视频内容引导与版权保护体系. 中国出版, 2017, 16: 17-21.
- [2] 徐俊. 类型化视域下短视频作品定性及其合理使用研究. 中国出版, 2021, 17: 15-18.
- [3] 孙飞, 张静. 短视频著作权保护问题研究. 电子知识产权, 2018, 5: 65-73.
- [4] 赵泓, 李缘. 短视频著作权侵权判定方法研究. 当代传播, 2022, 6: 100-103.
- [5] 杨婧. 短视频侵权治理难题及突破路径. 青年记者, 2021, 2: 99-100.
- [6] 卢升鸿. 短视频的内容审查及版权保护机制研究. 中国出版, 2018, 19: 35-38.
- [7] 陈绍玲. 短视频对版权法律制度的挑战及应对. 中国出版, 2019, 5: 5-8.
- [8] 张伯娜. 短视频版权保护与合理使用判断标准探究. 出版发行研究, 2019, 3: 62-65.
- [9] 朱杰, 崔永鹏. 短视频: 移动视觉场景下的新媒介形态——技术、社交、内容与反思. 新闻界, 2018, 7: 69-75.
- [10] 朱双庆, 张艺. 论二次创作短视频引发的权利冲突与救济. 重庆邮电大学学报(社会科学版), 2021, 2: 37-46.
- [11] 饶世权. 网络短视频产业的法治治理: 理念、规则和机制——以著作权分享为视角. 中国编辑, 2021, 1: 14-20.
- [12] 张雯, 朱阁. 侵害短视频著作权案件的审理思路和主要问题——以“抖音短视频”诉“伙拍小视频”侵害作品信息网络传播权纠纷一案为例. 法律适用, 2019, 6: 3-14.
- [13] 韩红磊, 徐红晓. 互联网时代短视频版权侵权特征及保护策略. 中国广播电视学刊, 2022, 11: 40-43.
- [14] 刘雅婷. 短视频平台版权纠纷间接侵权责任的认定. 电子知识产权, 2020, 9: 42-53.
- [15] 陈绍玲. 短视频版权纠纷解决的制度困境及突破. 知识产权, 2021, 9: 17-30.
- [16] 徐俊. 产业视角下短视频平台版权侵权判定中的注意义务研究. 知识产权, 2021, 9: 31-40.
- [17] 赵双阁, 姚叶. 区块链技术应用于短视频版权保护的优势与局限. 中国编辑, 2021, 8: 43-48.
- [18] 张敏, 杨红霞. 短视频侵权案件中短视频平台的审查义务. 兰州学刊, 2023, 3: 88-90.
- [19] 李琛. 短视频产业著作权问题的制度回应. 出版发行研究, 2019, 4: 5-8.
- [20] 曾俊. 论欧盟版权改革对短视频分享平台责任之启示. 电子知识产权, 2020, 1: 23-32.
- [21] 冯晓青, 许耀乘. 破解短视频版权治理困境: 社会治理模式的引入与构建. 新闻与传播研究, 2020, 10: 56-76+127.
- [22] 王丽莉. 传媒新业态下短视频著作权纠纷与治理研究. 传媒, 2021, 16: 57-59.
- [23] 郑玄, 吴玮琦. 短视频平台的版权管理模式、主要问题与优化策略. 中国编辑, 2021, 8: 49-54.
- [24] 彭焕萍, 陈瑶. 短视频推荐中的算法操控及其协同治理. 中国编辑, 2023, 3: 86-90.
- [25] 谢惠加, 何林翀. 算法推荐视角下短视频平台注意义务的完善. 中国出版, 2022, 19: 23-28.
- [26] 倪朱亮. “用户生成内容”之版权保护考. 知识产权, 2019, 1: 14-23.
- [27] 艾媒咨询. 23 页纯干货、11 张图表——深度解读 2023 年中国短视频行业市场运行状况监测报告. 艾媒网, 2023-03-17. [2023-04-05] <https://www.iimedia.cn/c800/92294.html>.
- [28] 佚名. 深挖涨粉最快的 1000 个抖音账号, 我们总结了 4 个内容趋势. 网易, 2024-02-21. [2024-10-09] <https://www.163.com/dy/article/IRF2D9QK051282JL.html>.
- [29] 董天策, 邵铄岚. 关于平衡保护二次创作和著作权的思考——从电影解说短视频博主谷阿莫被告侵权案谈起. 出版发行研究, 2018, 10: 75-78.
- [30] 钟明涛. 网络视频平台实行超前点播机制原因与前景的探析. 传媒论坛, 2020, 8: 43-44.
- [31] 段轻. B 站 2023: 全年收入 225 亿元, 花 24 亿买内容, 备案 116 部动画. 2024-03-08. [2024-10-24] <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1792927735007464229&wfr=spider&for=pc>.
- [32] 熊琦. “视频搬运”现象的著作权法应对. 知识产权, 2021, 7: 39-49.
- [33] 黄亚洲. 二次剪辑短视频的侵权认定与治理要点. 青年记者, 2021, 18: 91-92.
- [34] C. Fiesler. Everything I Need to Know I Learned from Fandom: How Existing Social Norms Can Help Shape the Next Generation of User-Generated Content. Vanderbilt Journal of Entertainment and Technology Law, 2008, 10(3): 729-762.
- [35] 冯晓青. 著作权法之激励理论研究——以经济学、社会福利理论与后现代主义为视角. 法律科学(西北政法学院学报), 2006, 6: 41-49.
- [36] 易健雄. 技术发展版权扩张. 北京: 法律出版社, 2009: 48-74.
- [37] 彼得·德霍斯. 知识财产法哲学. 周林译. 北京: 商务印书馆, 2008: 35-39.

- [38] L. R. Patterson. Copyright in Historical Perspective. Nashville: Vanderbilt University Press, 1968: 170-171.
- [39] 熊琦. “用户创造内容”与作品转换性使用认定. 法学评论, 2017, 3: 64-74.
- [40] A. Keen. The Cult of the Amateur: How Today's Internet Is Killing Our Culture. New York: Doubleday, 2010(71): 121-123.
- [41] D. Gervais. The Tangled Web of UGC: Making Copyright Sense of User-generated Content. Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law, 2009, 11(4): 841-870.
- [42] L. Lessig. Remix, Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. Bloomsbury Publishing, 2008: 14.
- [43] 丛立先. 短视频著作权保护的核心问题. 出版参考, 2019, 3: 1.
- [44] 熊琦. 大规模数字化与著作权集体管理制度创新. 法商研究, 2014, 2: 100-107.
- [45] 熊琦. 短视频平台该如何化解“二创”版权风波. 中国报业, 2021, 9: 127.
- [46] 许春明. 行业共治视角下短视频版权保护规则分析. 中国出版, 2021, 17: 5-9.
- [57] 孙艳, 周学广. 内容过滤技术研究进展. 信息安全与通信保密, 2011, 9: 45-46+49.
- [48] 曾俊. 论《欧盟版权改革指令》第17条对中国在线内容分享平台责任的启示. 德国研究, 2020, 3: 125-141+163-164.

The Dilemma of Copyright Infringement Governance for Derivative Short Videos and Its Solutions

Wei Yuanshan (Guangdong University of Foreign Studies)

Abstract: As the short video industry expands, disputes over copyright infringement between short video creators who create derivative works based on films, TV dramas and variety shows, and long video rights holders in these fields are increasingly intensified, posing a potential threat to the development of related industries. The “license first, use later” model generally followed by the current copyright law is out of touch with the UGC model in derivative short video creation, which is the main reason for the frequent disputes. Additionally, the excessively high licensing fees for long videos of films, television and variety shows have diminished the incentive for derivative creators, who lack sufficient bargaining power, to obtain permission. Considering the mutually beneficial and symbiotic relationship among short video platforms, derivative creators and long video rights holders, a platform-integrated licensing model can be adopted. Short video platforms would negotiate licenses on behalf of derivative creators with long video rights holders. While ensuring the royalty income of long video rights holders, this approach also aims to introduce as much long video content as possible to derivative creators, thereby preventing the occurrence of copyright disputes of their source and promoting a win-win development for both short and long video industries for collaboration.

Key words: derivative short videos; copyright infringement; licensed use; platform integrated licensing

■ 收稿日期: 2023-04-05

■ 作者单位: 魏远山, 广东外语外贸大学法学院、广东外语外贸大学地方立法研究基地; 广东广州 510006

■ 责任编辑: 刘金波