

## The Game Between Movies & TV Plays Re-creation and Copyright Protection

Li Fangfang

**Abstract:** In recent years, several forces contribute to the boom of movies & TV plays re-creation, and make it a remarkable cultural phenomenon. The creators of movies & TV plays re-creation are not passive viewers, in addition, they play an active role in constructing the story and make means of pop cultural beyond interpretations of the authority. However, the right infringement in movies & TV plays re-creation is on the slide, which attract the attention of all departments. What's more, the medium plays an important force in promoting copyright protection, in other words, the battle between long videos and short videos lies behind the game of copyright protection. Furthermore, it's not a zero-sum game between movies & TV plays re-creation and copyright protection. We should build up a binary joint governance model between law and technology, and adopt reasonable profit distribution mechanism to perfect the system of copyright. Moreover, it's necessary to leave enough space for the creator of movies & TV plays re-creation when protecting copyright. Only in this way can we realize the goal of all-win in cooperation and coordinated development.

**Key words:** Copyright; Movies& TV plays; Re-creation; Short videos; Long videos

---

## 影视二次创作与版权保护之角力

李芳芳

**摘要:** 近年来, 多股力量协同推进影视二次创作的繁荣, 使其成为一种显著的文化现象。影

---

作者简介: 李芳芳, 女, 湖北襄阳人, 华中师范大学文学院 2020 级在读博士, 研究方向: 新闻传播、影视传播。

文章引用: 李芳芳. 影视二次创作与版权保护之角力 [J]. 中国新闻评论, 2022, 3 (1): 46-54.

<https://doi.org/10.35534/cnr.0301006>

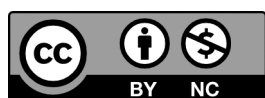
视二次创作者并不是被动的观众，他们是故事建构的积极参与者，且在“权威”阐释行为之外生产流行文化意义。然而，影视二次创作侵权问题日益严重，引起各部门高度重视。媒体成为推动版权保护的重要力量，版权之争背后也是长、短视频平台的博弈。影视二次创作与影视原创并非零和游戏，需建立法律与技术二元版权治理体系，采用合理利益分配机制和科学有效的监管机制，完善版权社会共治体系。保护版权的同时也应给影视二次创作留下足够生存与创新空间，进而实现互利共赢、协同发展。

**关键词：**版权；影视剧；影视二次创作；短视频；长视频

Copyright © 2022 by author (s) and SciScan Publishing Limited

This article is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>



影视二次创作不是一个新现象。在传统电子媒介时代，广播、电视都有悠久的电影二次创作历史。早在 20 世纪 50 年代，中央人民广播电台就创办了深受听众喜爱的《电影录音剪辑》节目，它作为一种独特的广播文艺形式，将广播解说与电影情节巧妙剪辑一起，使电影故事结构更紧凑，线索更清晰，人物形象更丰满。这是广播对电影的精彩诠释与演绎。电视在中国普及以后，也借鉴广播对电影的二次创作，开办了类似栏目，如央视的《世界名著名片欣赏》《世界影史博览》《第 10 放映室》等栏目。在电视上播放的这类节目，因为影音兼备，更接近电影“原作”而深受观众青睐。这些影视二次创作，创作主体和传播渠道均为主流媒体，在版权没有受到足够重视的年代，尚未引起争议。同时，因为传统媒体的巨大影响力，这种二次创作客观上还帮助了原作的多级传播。而如今，在自媒体时代，影视二次创作的主体更为广泛，创作也更加多元，创作者以个人喜好为出发点，以大众需求为依归，对影视原文本进行分割、浓缩或评说，对一部或多部作品进行改编或汇编，将具有明显主观色彩的内容注入影视情节、人物中，以另类阐释的方式实现艺术再生产，进而实现“意义与知识的合作生产、问题解决的共享”<sup>①</sup>。在自媒体碎片化传播时代，这种“压缩版”剧情满足了快节奏生活中娱乐休闲的效率需求。然而，一方面，在互联网时代，这些二次创作越来越普遍，影响力也越来越大，其未经授权却对影视

① [美] 亨利·詹金斯. 融合文化：新媒体和旧媒体的冲突地带 [M]. 杜永明，译. 北京：商务印书馆，2012：16.

作品内容进行复制、剪辑、传播等行为,进一步触碰甚至危及影视创作者的利益,引起各利益相关群体的重视;另一方面,随着国家治理体系和治理能力现代化的发展,版权保护意识越来越强,因此,影视二次创作的版权争议也越来越强烈。

## 一、影视二次创作现状及意义

近年来,多股力量协同推进影视二次创作的繁荣,使其成为一种显著的文化现象。首先,一股力量是由影视公司发起的。影视二次创作是影视剧曝光、宣传和导流的重要方式,越来越多的影视公司会在影视剧热映时开展“二创大赛”及相关活动,如“司藤二创大赛”“长歌行二创大赛”“《庆余年》光影剪刀手比赛”“《两世欢》光影剪刀手比赛”“三十而已有话说”活动等。其次,还有一股力量来自自媒体平台的推动。影视二次创作成本低,传播效果好,一直是诸多自媒体平台内容的“主攻地”。在其推动下,影视二次创作在数量上和观众吸引力上不断上涨,如B站2551个频道中电影占77个,电视剧占114个,其中鬼畜(51个)和明星(857个)等模块中也包含大量的影视内容。《2020年抖音用户画像报告》显示用户偏好视频类型中,影视由2019上半年的第14名上升到第4名。再次,由于优秀影视二次创作商业价值日益凸显,不少网民学习模仿,从而成为一股重要的推动力量。如越哥说电影、谷阿莫、小片片说大片、木鱼水心、刘老师说电影、汪哥说电、虫哥说电影等影视二次创作者拥有百万级粉丝,诸多影视传媒公司或产品方与其进行深度合作,实现粉丝和流量变现。这些优秀影视UP主的成功激励广大网民学习模仿,踊跃参与影视二次创作。从影视制作方到自媒体平台,再到影视二次创作者的多方协作下,影视二次创作迅速走红,呈井喷式发展。

影视二次创作的发展背后有深层的文化意义。首先,在影视二次创作活动中,创作者的第一身份是观众,但他们并不是被动的观众。他们通过对原文本的加工,成为故事建构的积极参与者。“参与的力量在于:通过涂改、修改、改装、扩展,大大增加视角的多样性,并逆向回馈主流媒体”。<sup>①</sup>影视二次创作以影视原作品为起点和支点,遵循其基本时间、空间、运作规则和人物关系等总体架构,围绕其给定的故事进行扩展,演绎出不同的分支故事,发展出完全不同却又多维度地彼此呼应的内容,展现原文本尚未实现的可能性。正如玛丽·劳恩的瑞士奶酪比喻:影视“所提供的故事世界图景就像这块奶酪一样充满孔洞,而其他文本的功能就是填补这些孔洞,以使欣赏者们能够在头脑中形成关于这个故事世界的更加完整连贯的景象”<sup>②</sup>,影视原作品就是这块奶酪,影视二次创作不断地填补其中的孔洞,这些二次创作作品与影视原作

① [美]亨利·詹金斯. 融合文化:新媒体和旧媒体的冲突地带[M]. 杜永明,译. 北京:商务印书馆,2012:257.

② MARIE-LAURE RYAN. Transmedia Storytelling: Industry Buzzword or New Narrative Experience [J]. Storyworlds A Journal of Narrative Studies, 2015 (7).

品的关系是强调、补充和延展，而不是简单的拼接和重复。如《人民的名义》影视二次创作者按照个人主观理解将李达康、祁同伟、高育良、丁义珍等不同“权力级别”人物的相关情节单独抽离出来，对其进行汇编、评论或解说，挖掘人物背后的深层含义，重构个人眼中的强势派、圆滑派、腐化派等不同风格和背景的人在特定权力结构中的争夺、退让、自保等行为，丰富着原文本故事；《甄嬛传》细节解说二次创作作品分析情节、行为、语言、甚至道具背后的深层含义，解构、修正、扩展出更多分支故事，进而塑造更加立体的故事。

其次，影视二次创作在“官方”阐释行为之外生产流行文化意义，在不撼动“官方”话语机制主导地位的情况下，丰富文化世界。米歇尔·德·塞托认为占据强势地位的人拥有“战略”（Strategies），他们通过限制民众意义流通或将反对派的声音边缘化，来捍卫自己文化产品“地主”的财产和权威，而失去“土地”没有权力的流动群体运用“战术”（Tactics）规避或逃离控制性制度。<sup>①</sup> 影视制作者拥有战略，具有影视作品“地主”的权威，而失去“土地”没有权力的二次创作者处于文化的边缘地位，缺乏直接进入商业文化领域进行生产的渠道，从而无力地寄人篱下。他们在消费环节发挥自己的主体性和创造性，通过积极挪用文本和象征性意义解读的方式发出“多重声音”，提供多元文化解读方式，参与文化创作，形成全民狂欢。尽管这些无市场准入的影视二次创作者充分发挥其能动性，但他们根据影视剧的议程设置，从一部剧转移到另一部剧，富于流动性却缺乏稳定性，也就意味着，他们在影视制作者规定的空间内做着无规则运动，并未形成统一的方向和力量，其“战术”不可能战胜影视制作者的“战略”。尽管他们已经渗入影视创作的文化系统，但仍被视为“他者”，也不足以紊乱“官方”话语机制。“公司主导”“许可”文化仍占据主流位置，提供着正确、规范的解读策略，传播“合法”的意义。

## 二、影视二次创作版权纷争及版权保护现状

影视二次创作的繁荣是文化繁荣的表征，但也带来诸多侵权问题，这些问题伴随着产业创新而生，是产业与技术发展带来的持久战，且日益严重。12426 版权监测中心发布的《2020 中国网络短视频版权监测报告》显示 2019 年到 2020 年 10 月，电影、电视剧是短视频侵权的重灾区，其中，电视剧方面，监测到侵权链接的作品共有 1571 部、短视频侵权链接共 941.20 万条，单部作品平均 5991 条短视频侵权；关于国内外电影作品方面，监测到侵权链接的作品共 2075 部、短视频侵权链接 35.55 万条，单部作品平均 171 条短视频侵权。12426 版权监测中心发布的《2021 中国短视频版权保护白皮书》显示，2019 年 1 月到 2021 年 5 月，累计监测到 300 万个侵权账号，共计 1478.60 万条影视二次创作侵权短视频。这些数据表明影视二次创作侵权成为一种普遍现象。

<sup>①</sup>MICHEL DE CERTEAU. The Practice of Everyday Life [M]. Berkeley: University of California Press, 1984.

针对影视二次创作版权纠纷,我国主要采用行政监管与行业组织自我规范的二元管理模式。2018年3月,国家新闻出版广电总局紧急下发《关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知》(新广电办发[2018]21号)要求“坚决禁止非法抓取、剪拼改编视听节目的行为”。<sup>①</sup>同年9月,国家版权局按照打击网络侵权盗版“剑网2018”专项行动部署安排,约谈抖音、快手、B站等15家短视频平台企业,“责令企业进一步提高版权保护意识,切实加强内部版权制度建设,全面履行企业主体责任”,<sup>②</sup>共下架删除各类涉嫌侵权盗版短视频作品57万部。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》,要求行业内部履行版权保护责任。近三年来,网络短视频版权专项整治一直被纳入“剑网”专项重点任务,起到很好的打击震慑作用,促使行业内部加强自我管理。

随后,相关法律也不断完善。《全国人民代表大会常务委员会关于修改〈中华人民共和国著作权法〉的决定》已由第十三届全国人民代表大会常务委员会第二十三次会议于2020年11月11日通过,自2021年6月1日起施行。新修订的《著作权法》将“电影和类似摄制电影的方式创作的作品”修改为“视听作品”,并增加一条作为第十六条:“使用改编、翻译、注释、整理、汇编已有作品而产生的作品进行出版、演出和制作录音录像制品,应当取得该作品的著作权人和原作品的著作权人许可,并支付报酬”。<sup>③</sup>十年前修改的著作权法将数字音乐纳入版权保护范围,取得显著成效,如今新的著作权法将数字视频纳入版权保护范围,将有效地规范影视二次创作等行为。

各利益相关方也对版权越来越重视,推动影视二次创作版权管理。与版权其他两大利益方——作者和用户相比,作为组织机构的媒体对版权的重视程度更高,也是推动版权制度演变发展的最重要力量。2021年4月,逾70家影视传媒机构和500余艺人先后两次发布《联合声明》,倡议尊重原创、保护版权,呼吁短视频平台积极参与版权内容合规治理,清理未经授权的切条、搬运、速看和合辑等视频作品内容。占据中国长视频产业“半壁江山”的国内头部视频平台和产业上游头部影视公司集体喊话,引起各部门重视:在国务院新闻办公室举行的新闻发布会上,中宣部版权管理局局长于慈珂表示将继续加大对短视频领域侵权行为的打击力度,推动平台履责;国家电影局在其官网发文称,将加强电影版权保护,依法打击短视频侵权行为。

① 国家新闻出版广电总局办公厅. 国家新闻出版广电总局办公厅关于进一步规范网络视听节目传播秩序的通知(〔2018〕21号)[EB/OL]. [2018-03-29]. <http://www.nppa.gov.cn/nppa/contents/312/23569.shtml>.

② 中华人民共和国国家版权局. 短视频平台版权整改取得阶段性成效下架作品57万部[EB/OL]. [2018-11-07]. <http://www.ncac.gov.cn/chinacopyright/contents/12227/347095.shtml>.

③ 全国人民代表大会. 全国人民代表大会常务委员会关于修改《中华人民共和国著作权法》的决定[EB/OL]. [2020-11-11]. <http://www.npc.gov.cn/npc/c30834/202011/272b72cd759458d94c9b875350b1ab5.shtml>.



### 三、版权纷争背后的长、短视频平台博弈

如今,“版权的大部分利益被雇主、出版商和文化产业所享有,而不是创作者本人”。<sup>①</sup>2020年修正的《中华人民共和国著作权法》第十七条明确规定“视听作品中的电影作品、电视剧作品的著作权由制作者享有”,这也就意味着版权表面上保护知识产品创造者的利益,而实质上是“保护体制化的传媒制作人的一系列规则”<sup>②</sup>。影视二次创作因自媒体的发展而壮大,通过信息共享所产生的版权侵犯与版权所有对自身利益的维护是在自媒体发展过程中不得不面对的问题,由于长视频平台的内卷化发展和短视频平台的弯道超车,这一问题更加凸显。

以爱奇艺、优酷、腾讯为代表的长视频平台经过十多年发展,内卷化严重且尚未找到合适的盈利渠道,仍处于亏损状态,与此同时,短视频平台却迅猛发展。《QuestMobile2020 中国互联网广告市场洞察》显示,用户体量相近的前提下,快手、抖音等短视频平台广告营收远远超过传统长视频平台。《2020 中国网络视听发展研究报告》显示,从2018年下半年开始,中国短视频应用的日均使用时长超过综合视频应用,成为网络视听应用领域之首。<sup>③</sup>《2021 年中国网络视频发展研究报告》显示2020年泛网络视听领域继续稳健发展,短视频领域市场规模占比最大,达2051.3亿,同比增长57.5%,用户规模达8.73亿,远高于综合视频7.04亿的用户规模,且各类视听节目中短视频用户使用率最高,为88.3%,人均单日使用时长超过两小时。<sup>④</sup>短视频平台抢占长视频平台用户资源,成为用户“杀时间”利器,领先优势较为显著。

然而,短视频平台的高速发展是建立在不遵守版权规则,侵犯长视频平台利益的基础之上的。影视二次创作者大多未经授权,在网上盗取影视素材进行创作。以UGC和PUGC为主的短视频平台几乎没有内容成本,它用部分广告收入补贴生产优质内容的用户,再用技术和算法引导用户创造出符合用户需求和时代需求的内容,获取更大流量,进而获得更多广告费用,形成一个良性循环。反观以OGC为主的长视频平台,不得不面对日益增长的自制内容和版权成本,如2020年爱奇艺财报披露,其全年内容成本高达209亿元,运营亏损达到70亿元。长视频平台遵守版权规则,花费高成本打造或购买的影视内容未转化成付费变现与流量热度,反而“为他人作嫁衣”。短视频平台盗用影视版权,近乎零成本截获长视频的用户流量和传播热度,蚕食用户。

随着巨大的流量和用户涌入短视频领域,为打赢用户时间“争夺战”,长视频平台尝试融

① [澳] 普莱迪普·尼蓝·托马斯. 亚洲知识产权与传播: 冲突的传统 [M]. 高蕊, 译. 北京: 清华大学出版社, 2009: 8.

② [美] 亨利·詹金斯. 融合文化: 新媒体和旧媒体的冲突地带 [M]. 杜永明, 译. 北京: 商务印书馆, 2012: 7.

③ 中国网络视听节目服务协会. 2020 中国网络视听发展研究报告 [R/OL]. (2020-10-12). [http://www.chuangze.cn/third\\_down.asp?txtid=2903](http://www.chuangze.cn/third_down.asp?txtid=2903).

④ 中国网络视听节目服务协会. 2021 年中国网络视频发展研究报告 [R/OL]. (2021-06-02). <https://news.znds.com/article/54323.html>.

合短视频业务，腾讯上线微视，爱奇艺推出随刻，优酷全新改版上线短视频功能，但遗憾的是其短视频项目效果平平，不足与抖音、B站、快手等短视频平台抗衡。面对影视版权的呼吁，大部分二次创作者毫无应对能力和渠道：首先在时间上，在竞争激烈的市场环境下，大部分影视公司倾向于联合制作，而影视二创多为粉丝自发行为的同人创作，他们没有团队或团队规模较小，无时间和精力去应付纷繁复杂的版权沟通；其次在经济上，二次创作的收益有限，花重金购买影视版权在商业运行模式上并不具有可行性；再次在时效上，影视二次创作作品大多与影视作品近乎同步播放，影视版权的沟通将导致影视二次创作错过作品传播的最佳时机。一部分二次创作者可能为避免纠纷，会规避国内影视剧作品，转而选取国外影视作品进行二次创作；还有一部分二次创作者不得不穿插软广告以弥补版权所支付的费用，更多会在这次版权保护活动中停止创作或转型。当然对于长视频平台而言，最理想的结果是这些影视二次创作者被自己收编，这些成熟的用户和团队转向其平台的短视频模块，为其壮大做贡献，UGC和PUGC模式的短视频平台失去大量影视二次创作者后将失去半壁江山。

曾经内部厮杀、白热化竞争的长视频平台如今结盟，充分发挥内容版权优势，力图建立起内容的护城墙。此次的版权之争是否意味着长视频平台欲用法律手段阻断短视频平台内容，从而挤入短视频赛道，再通过收编短视频平台上的影视二创人员完成融合长短视频文化产业链的战略部署，进而，传统由粉丝主导的影视二次创作被“官方”吸纳并独占，以服务于自己的营销利益？行业之间的利益博弈不应该是“你死我活”的零和游戏，否则产业链的断裂和不均衡将会导致整个产业的凋落，应探索更为理性、科学且兼顾多方利益的机制，实现不同媒介之间的合作共赢。

#### 四、版权保护优化建议

版权保护是维护影视产业健康良性发展、激发创新活动、推动影视高质量发展的重要基础。长远地看，只有对影视原作品进行保护才能形成良性循环的商业风气。然而，“保护知识产权的目的是激励创新，服务和推动高质量发展，满足人民美好生活需求”，<sup>①</sup>而不是截断观众与影视的交互对话关系，所以在保护影视创作者利益的同时也要给二次创作留下足够生存与创新空间。

首先，长视频平台应提供优质服务。近年来，长视频平台会费增长的同时内容却不尽如人意，如爱奇艺、腾讯会费有所增长，但影视剧“注水”“加戏”“节奏慢”越来越普遍，导致其订阅会员数量下降。《2021中国网络视听发展研究报告》显示，28.2%的网络视频用户

<sup>①</sup> 习近平. 全面加强知识产权保护工作 激发创新活力推动构建新发展格局[J]. 当代党员, 2021(4): 3-5.

不按原速度观看视频节目,尤其是00后群体,近四成选择倍速观看方式,男性用户使用倍速观看主要是为了提高观看效率,女性用户更多是由于剧情拖沓或桥段不喜欢。<sup>①</sup>用户花钱在长视频平台没有享受到优质的内容服务,从而选择免费的“浓缩”版二次创作是必然趋势。目前,中国真正靠收会员费为生的视频巨头还未出现,而《2021中国网络视听发展研究报告》显示45.5%的用户在半年内为网络视频节目付费,近六成90后、00后是付费用户,表明诸多用户尤其是年轻用户愿意为优质内容付费。在通过提供优质内容来吸引消费者付费订阅而生存、赢利方面,Netflix具有代表性。整个2020年,Netflix的电视剧集在全球搜索量最高的10部节目中占了9部,电影在搜索量最高的前10名中占了2部。由于拥有优质的内容,尽管在2020年其会费有所增长,却增加了3700万付费会员,实现了250亿美元的年收入,同比增长24%。我国长视频平台可打造中国版的Netflix,以“内容驱动”业务,提高自身吸引力,而不仅仅依靠版权保护打击影视二次创作来留住用户。

其次,短视频平台也应坚持权责一致的原则,规范自身管理机制。短视频行业侵犯影视版权,赚得盆满钵满,然而版权人却无法从预期的市场中获得应有的收益,这注定会影响影视产业链的良性发展。短视频平台享受获利的同时也应主动承担相应的责任,可拿出赢利的部分资金与著作权方达成许可协议,再进行集体授权,做好版权所有者与影视二次创作者的纽带。目前短视频平台主要使用“通知+删除”的“避风港原则”<sup>②</sup>来被动处理影视二次创作的版权纠纷,可优化管理体制,采用积极的“红旗原则”<sup>③</sup>增强平台版权事前过滤义务和事中管控义务。还需便利化侵权投诉渠道,缩短侵权处理时间,切实履行版权保护责任。

再次,开发优质技术服务助力版权保护。技术首先应服务于消费者,“新技术部分潜在优势是有助于普通消费者修改手中的文化作品并将修改后的版本再行传播”,<sup>④</sup>在技术的支撑下影视二次创作者可熟悉并掌握版权规范,在合理、合法范围内进行创作与传播。自媒体时代短视频数量巨大,人工监测、取证等成本高且无法监控追踪侵权行为,引入技术手段将极大提高平台方版权管控效率,如阿里的全链路数字版权服务平台——鲸观,将视频结构化、颗粒化,

① 中国网络视听节目服务协会. 2021年中国网络视频发展研究报告[R/OL]. (2021-06-02). <https://news.znds.com/article/54323.html>.

② 指在发生著作权侵权案件时,当网络服务提供商只提供空间服务,并不制作网页内容时,如果网络服务提供商被告知侵权,则有删除的义务,否则就被视为侵权。如果侵权内容既不在网络服务提供商的服务器上存储,又没有被告知哪些内容应该删除,则网络服务提供商不承担侵权责任。

③ 指如果侵犯信息网络传播权的事实是显而易见的,就像红旗一样飘扬,网络服务商就不能装作看不见,或以不知道侵权的理由来推脱责任,如果在这样的情况下,不进行删除、屏蔽、断开连接等必要措施的话,尽管权利人没有发出过通知,也应该认定网络服务商知道第三方侵权。

④ [美]威廉·W. 费舍尔. 说话算数——技术、法律以及娱乐的未来[M]. 李旭,译. 上海:上海三联书店, 2008: 27.



基于机器视觉技术智能分析视频中每一帧画面,结合知识图谱技术对视频进行智能分析,可追踪素材片段在任何视频中被利用或侵权情况,方便侵权监测、调查取证。同时,可建立视频数字指纹数据库,使每个视频都拥有唯一、永久、不可篡改的数字版权标识符,进而实现对各种数字内容版权的有序管理,方便网上自动巡查、跟踪、取证等监管工作。

然后,应该提供合理的利益分配机制。如引入版税机制,即不用事先获得授权,但使用别人作品后需缴纳版税,即保障了二次创作作品的时效性,也保障了影视制作者的经济利益。也可参考国外视频平台版权管理方法,如 YouTube 直接提示视频涉及版权问题,但不会立刻将视频下架,而是在播放视频时强制增加广告,所产生的广告收益会与视听内容版权实际拥有者进行分成,即保证作品流通以丰富文化世界,也保障影视创作者合法经济权益。

最后,应建立科学有效的监管机制,完善版权社会共治体系。行政部门应探索并建立常态化的影视版权侵权处理机制,主动加强监管力度,多部门协同共治,形成全方位、分层次、可维护,政策规制、行业监督、社会舆论共同作用、互为补充的行政监督和管理网络。长远看来,影视版权生态的完善也离不开社会公众版权保护意识的提升。

## 五、结语

习近平总书记表示“要坚持以我为主、人民利益至上、公正合理保护,既严格保护知识产权,又防范个人和企业权利过度扩张,确保公共利益和激励创新兼得”,<sup>①</sup>影视版权保护不是根本目的,更重要的是通过版权的保护鼓励作品创作和传播,让影视文化成果惠及更多民众,促进文化发展和繁荣。随着 5G 时代的来临,短视频产业将进一步释放,从文字版权到音乐版权再到视频版权,我们快速奔走于数字世界时,数字世界底层规则的建立也应跟上时代的脚步。影视版权保护需摒弃传统版权理念中所认为的影视产品是闭合产品的理念,适应并改善影视在不同媒体渠道的流通方式,平衡不同产业链、行业之间的利益关系,进一步完善法律规范、行业准则及短视频创作相关约束条款,构建良性的影视版权生态,从容地应对传播市场、文化环境的变化。

<sup>①</sup> 习近平. 全面加强知识产权保护工作 激发创新活力推动构建新发展格局 [J]. 当代党员, 2021 (4): 3-5.