

社交平台为何频频现盗图盗视频

前不久,辽宁大连的孙宁接到朋友电话,说在某短视频平台上有人把她之前的一段短视频原封不动发在了自己的账号上,文案也一模一样。浏览对方主页时,孙宁意外发现自己给爷爷庆生的视频也被对方发了出来,还是同样的文案。

发现这一问题后,孙宁在自己的账号上发了一条澄清视频,再三强调,“这是我爷爷”。结果,这条澄清视频又被对方“搬运”了过去。

对于这种行为,孙宁非常气愤,“做短视频博主的人都知道,一条视频要拍得好下多少功夫,结果他直接动手就当自己的发出来了,非常不尊重别人的创作权益。”

记者近日调查发现,社交平台上这种“照搬”式盗图盗视频现象频繁发生。不少博主表示自己发在个人社交账号上的视频被去掉来源直接挪用,甚至因此被他人冒充身份、造谣等。而这种情况通常举报难,即使举报成功,惩罚可能也只是下架视频或删除视频,根本起不到治本的作用。

社交平台盗图盗视频行为侵害原作者哪些权利?这一行为为何如此猖獗?应该如何进行规范治理?带着这些问题,记者进行了采访。

不标来源直接盗用 被人提醒仍不删除

根据孙宁提供的线索,记者在某短视频平台找到了盗她视频的博主“hxhd×××”,并在其首页找到了和孙宁一模一样的3个视频,分别是孙宁在地铁上与人吵架、给爷爷过生日、爷爷被“偷”后澄清的视频。其中,被盗发的地铁视频的点赞量超过原视频数倍。

孙宁说,她的澄清视频火了后,大量网友去对方视频下评论劝其删帖、向平台投诉。“可能是承受不住压力,对方把我爷爷相关的视频下架了,但是有我照片和人像的地铁吵架视频至今仍在。”孙宁无奈道。

记者仔细查看“hxhd×××”的个人账号发现,其粉丝量超过65万,获赞量近5000万。经对比发现,其首页几乎所有作品都是从其他短视频博主处照搬而来。

在他最初开始盗取他人视频发表时,就有网友在评论区指出“视频是偷的”,但时至今日,同类视频仍在大量产出。该博主还在主页“店铺”里挂上了商品链接。这意味着,盗版视频带来的流量很可能为他带来不错的经济收益。

记者调查发现,不少人将自己的生活日常、摄影作品等照片视频随手发到网上,而一些“有心人士”则随意取用他人照片、视频资源,发布在自己的账号上且注明出处,盗用成本极低。

而与直接“搬运”他人图片、视频装作自己的作品相比,还有不少社交账号虽然会在评论区注明出处,但实际并未询问原作者“是否可以转载”。

高文律师事务所合伙人王正志告诉记者,图片、视频制作完成后作者即享有著作权,将他人图片、视频充作自己的素材在网络发布的行,不属于著作权法规定的合理使用和法定许可的范围,需要取得作者的同意甚至支付报酬,否则侵犯了作者的署名权和信息网络传播权。如果素材涉及作者的个人照片,侵权人谎称其为自己的照片还可能构成侵犯他人肖像权。

在中国传媒大学文化产业管理学院法律系教授李丹林看来,在盗用他人图片、视频后,一些人甚至冒充他人身份,编造事实对原博主进行造谣、诱骗他人等,有可能出现侵犯博主名誉权、隐私权、肖像权的情形,还有可能存在盗用者构成民事欺诈或者诈骗的违法犯罪情形。

侵权主体难以认定 多次举报未见成效

不少受访博主反映,比起发现被人盗图、盗视频,更让人感到愤怒又无奈的是后续维权难。

“爷爷事件”并不是孙宁第一次被盗图盗视频。今年11月底,她被朋友提醒,某短视频平台上有一个跟她昵称相近、头像一模一样的账号,自称是其“小号”。除了把孙宁发在自己账号上的作品直接“搬运”外,还把原本好好的照片P成了黑白遗照,称“我就是博主小号,爷爷事件就是我在炒作”。这一番操作短短几天内就为其吸引了不少粉丝,还有些网友信以为真,私信孙宁对其及其家人进



行言语辱骂。

不胜其扰之下,孙宁在自己的账号简介、视频中不断澄清该账号并非自己的小号,也有不少粉丝对该账号进行了举报,但相关作品一直未能下架。

记者采访多名博主发现,平台举报似乎并非“举报就见效”。山东青岛的连夕是记者采访的多位博主中唯一一个维权成功的。连夕是一名摄影博主,经常在自己的社交平台上发布胶片摄影作品和个人照片。今年7月,经粉丝举报,她发现自己的一张照片被某短视频平台上一博主盗用,并配文“夏天和我”,在她看到时作品点赞量已有6.4万。

她立刻找到该博主,言辞交涉称“请立刻删除否则将持续举报”。起初,对方试图以“置顶@出处”的方式保留作品,但连夕坚持让其删除,对方才删掉了该作品。

但连夕并不认为这算是维权成功。“如果真的要靠举报,实际上很难直接让作品下架,坚持举报很耗费时间精力。据我所知,一般

作品被投诉之后,平台并不会立刻对该作品作下架处理,而是会给被举报账号提示,多次被举报后可能会对相关作品进行限流,但只有举报投诉量达到一定数量之后,才可能将作品下架。”

跨平台举报更是难上加难。据孙宁介绍,把“爷爷视频”偷走的博主“hxhd×××”还是另一个短视频平台上的博主,如果要在该平台进行举报,必须提供原创视频证据。“但我在该平台没有账号,如果再建一个账号举报他,就变成了我是在他之后发的视频,从时间上看好像成了我偷他的,完全说不通。”多方咨询后,孙宁发现自己要想维权只能通过诉讼,“耗费时间精力,只能算了”。

平台是第一责任人 惩罚规则亟待完善

社交平台上的盗图盗视频行为为何如此猖獗?

在李丹林看来,盗图情形时有发生,有行为人法治意识不足、缺乏法律知识的问题,更

多则是行为人基于虚荣、获利、不劳而获的动机,也有其他恶劣动机。

西南政法大学知识产权学院教授邓宏光认为,首先是公众知识产权意识淡薄,可能很多人不知道这些行为构成侵权;其次是行为人的侥幸心理,虽然知道未经许可使用他人作品构成侵权,但考虑到类似情形常见,且几乎没有发生诉讼,认为自己的行为不会被发现,即便发现了权利人也不会诉讼;最后是权利人取证难、维权成本高,社交平台上未经许可使用他人作品的行为,有可能很快就停止了,权利人不一定能及时发现侵权行为,即使发现了也要通过取证并进行诉讼,维权成本比较高。

高文律师事务所合伙人王正志建议,作者要提高著作权保护意识,在图片视频中添加水印等印记。一经发现侵权行为,应及时、积极维权,与侵权者交涉要求删除有关内容,或向平台举报。网络用户在使用他人图片视频时也要有尊重、保护他人著作权的意识,注意作者是否已对授权其他网络用户传播自己的作品作出声明,即使有授权也不应超出授权范围。如果作者没有对授权范围作出声明,应取得作者同意,并严格遵守约定的使用范围。

受访专家普遍认为,要治理此类盗图盗视频行为,平台本身是第一责任人。“平台应该加强维护原创的措施,应细化侵权违法行为的防范和惩治措施。在既有措施的基础上,积极发挥好信息技术的作用,强化事前预防措施,推进及时发现提供有效证据的措施,加强平台在职权范围内的处理措施。”李丹林说。

王正志提到,网络平台收到举报或作者书面通知后,应立即删除有关内容、断开链接、向涉嫌侵权的用户转送有关书面通知,侵权用户网络地址不明、无法转送的,还应将通知书内容在网络上予以公告。

(文中孙宁、连夕均为化名)

本报综合消息

各种内购五花八门 员工必须自掏腰包购买自家产品吗?

企业的各类产品与服务,自家员工被鼓励甚至要求购买,对这种方式许多职场人并不陌生。近日,某车企员工称企业内部几乎80%的员工都被明示暗示过,想要保住工作和升职,都必须购买自己企业生产的汽车。作为技术岗的他不仅自己购买了两辆,还推荐亲戚朋友购买,最终仍被裁员。

福利、员工价、摊派、明令购买……面对五花八门的“内购”,企业怎样做才能合法合规,真正实现惠及多方?

员工对各种内购褒贬不一

当前气温走低,在某大型民企工作的饶女士从单位提了几大袋子新衣服和杂货回家,“单位会协调内部不同的品牌参与内购,基本都是以前成本价销售,正好买些换季的衣服,很划算”。对于这样的内购,饶女士说。

相比于饶女士的体验,有些内购可能让员工没那么轻松。李伟曾是企业管理咨询公司的高级合伙人他总结了自己多年来遇到的种种内购情形:“一般可分为,作为员工福利主动赠送;不主动赠送,但是给予优惠价,引导员工主动购买;虽不明令,但摊派业绩,实际上最终倒逼员工购买;明令购买这样四种类型。”

李纯和陈爽都曾在某车企工作,也都在工作期间购买了该企业的新能源汽车。李纯说自己当初购车时,是被内部优惠所吸引:“员工内购有1万元优惠。”她说当时自己正好有这个需求,很快就下单了。陈爽则表示,尽管是否购买的决定权在员工手中,但企业会直接把员工的优惠发出来,推荐大家购买,而她自己“因为是管理层,没办法不买”。在采访中,她表示这种行为已是行业的常规做法。

被摊派的经历,曾经做过销售的孙思文有过体验。“我们公司每个档期都制定保健品销售任务,而且每天都要去完成,完不成就是各种写检查,迫不得已好多同事就要自己购买才能完成任务。”

企业为何选择内购

鼓励员工购买自家商品和服务,早已不是新鲜事。对企业而言,究竟期待通过内购达到怎样的效果?

北极星动力车辆贸易(上海)有限公司亚太区人力资源负责人徐蓓认为有两方面的原因推动着企业,“一是企业文化和价值



宣传。二是丰富员工福利项目的同时,也刺激内部销售”。她表示,让员工成为企业产品或服务的使用者,有利于增强员工敬业度,还能促成员工成为产品的推广员,同时通过试用,可以更快收集和提出产品改进意见。她还补充说,企业也需要找到一个税收合理的收费方式,规避由此造成的税收风险。

各类内购行为,既有企业给予员工福利的考量,也有实际降低一部分人工成本的考量。李伟分析道,“如果企业面向员工处理自有产品或服务时,主要追求的是给予员工福利或满足员工需求,顺便实现其他目标,那么,一般都可以收获到利大于弊的效果。但是,如果企业过度追求自身利益,忽视员工的真实感受,就有可能收获弊大于利的结果,往往会降低员工满意度,导致人才流失,进而引发一连串的问题和风险。”李伟表示,有部分企业存在处理临期或过期产品、完成业绩额等偏负面的行为,最终得不偿失。

如何找到合法合规的边界

究竟哪种内购会让劳动者和企业都感到满意?在徐蓓看来,边界感的标准应当是属于不属于自愿行为。“首先需要设定详细的规章制度,对目的、产品内容、条件和方式、时效等等内容进行详细的规定。有必要的話要经过内部民主流程进行合规合法化。”

她说,“其次要在方便企业和员工的同时,做好税收合规的流程规定。需要约定的部分,要制定相应的合约经双方签章确认。”

李伟也认为最核心的就是不能强迫员工购买。“不管是明确要求,还是变相强迫,要求员工购买企业的产品或者服务,在民事法律上就构成了强买强卖,是违反民法典所规定的自愿原则的。”他进一步表示。

李伟还提醒,通过内购,员工减少了生活中的支出,实际上变相增加了可支配收入,但这种收入的增加,并不需要计入社保公积金计算基数,这就实际上降低了单位的人工成本。但由于企业发生的职工福利支出超过工资、薪金总额14%后会增加单位的企业所得税税负,所以,企业通过这种方式给员工福利,或者优化成本,都得注意“工资、薪金总额14%”这条线。

“员工在看到福利的同时,要了解清楚相关要求和规定,并且注意留存书面证明。”徐蓓说,现在劳动者的自我保护意识不断增强,她从事人力资源从业者的角度,鼓励每位劳动者在恪尽职守的同时,也要保护好自己合法权益,权益受到侵犯时,一定要勇敢地站出来维权。

(文中陈爽、孙思文为化名)

本报综合消息