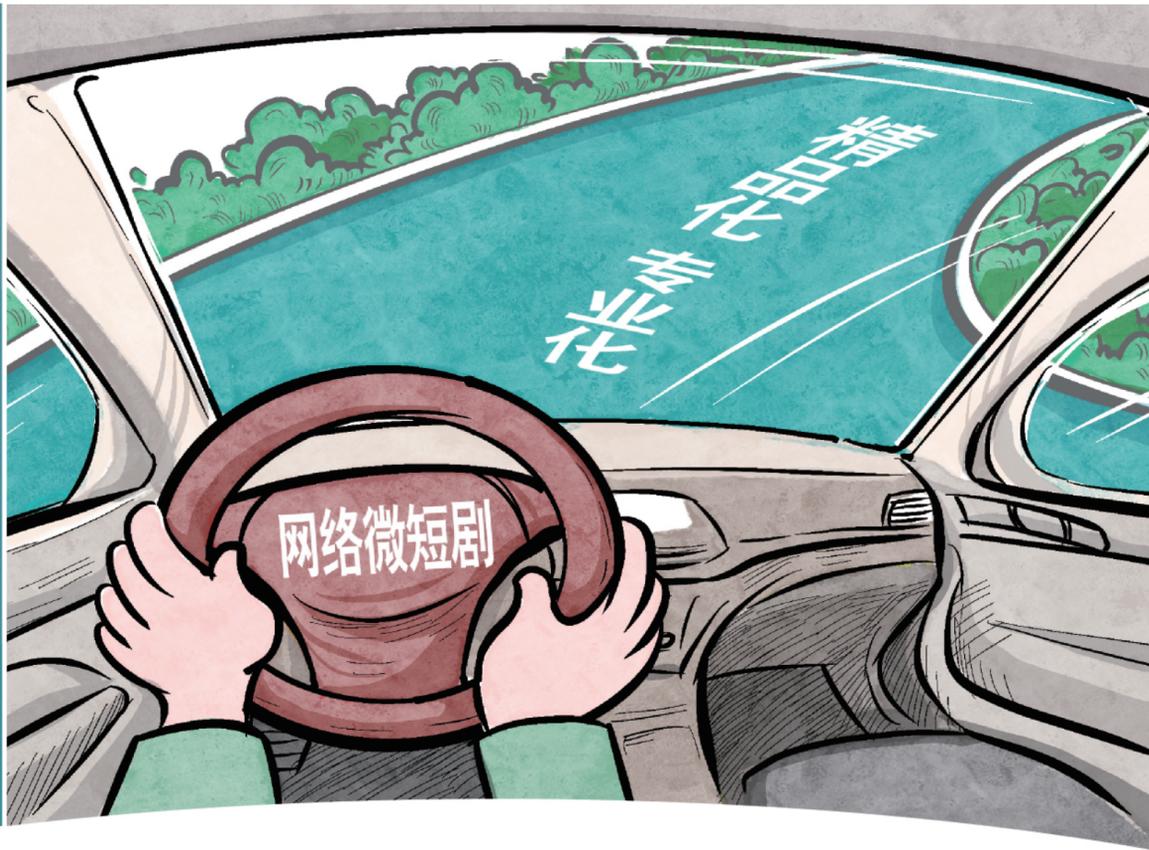


一些作品充斥色情低俗血腥暴力审美恶俗三观不正等内容

微短剧故事越讲越离奇越狗血



● 网络微短剧因满足现代人快节奏的生活和快餐文化需求而迅速“出圈”，“暴富”神话接连上演。相关数据显示，2023年我国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%

● 微短剧质量参差不齐等问题也饱受诟病。一些作品因充斥色情低俗、血腥暴力、审美恶俗、三观不正等内容而引起公众不满。在第三方投诉平台，与微短剧相关投诉最多的是自动扣费和虚假广告

● 对微短剧应倾向于流量管理，对制作优良、积极向上的平台应侧重给予流量；对违法违规、出现不良导向的，应减少流量，乃至纳入“黑名单”。同时健全关于违法违规内容的举报和反馈机制

□ 本报记者 文丽娟 □ 本报实习生 毕冉

身价上亿的总裁在咖啡厅谈生意时，被一位靠摆地摊谋生的女孩错认为相亲对象。女孩提出闪婚要求，总裁隐瞒身份答应了下来。而随着剧情发展，总裁身份暴露，一段前情往事浮出水面——总裁与女孩5年前偶遇时有了孩子，他不知情，女孩则失忆了……

这部集霸道总裁、闪婚、失忆、甜宠、先婚后爱等元素于一身的网络微短剧，在2023年8月上线后，短短24小时，充值流水便突破2000万元，成为短剧市场的“爆款”。

过去的一年，网络微短剧因满足现代人快节奏的生活和快餐文化需求而迅速“出圈”，“暴富”神话接连上演。相关数据显示，2023年我国网络微短剧市场规模为373.9亿元，同比增长267.65%。

同时，微短剧质量参差不齐等问题也饱受诟病。一些作品因充斥色情低俗、血腥暴力、审美恶俗、三观不正等内容而引起公众不满。2023年11月15日，广电总局宣布启动为期一个月的专项短剧治理工作，从加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》、建立“黑名单”、推流统计机制等2个方面加大管理力度、细化管理举措。

网络微短剧为何出现杂乱无序之势？专项整治之下，行业该何去何从？对此，《法治日报》记者进行了深入采访。

微短剧异军突起 制作流程特别快

网络微短剧，是指“单集时长从几十秒到15分钟左右、有着相对明确的主题和主线、较为连续和完整的故事情节”的剧集。相较于传统剧集，微短剧具有短小精悍、节奏明快、更新迅速等特点，观众能够在一天内的碎片化时间里，快速刷完十几集甚至几十集的完整剧，故而赢得不少人的青睐。

广电总局发布的数据显示，2021年微短剧全年备案数量为398部，2022年备案数量接近2800部，还有数据显示，2023年上半年我国网络平台上线微短剧480多部，超过2022年全年总数，相当于平均一天上线27部。

从事编剧行业10多年的郭明在犹豫几个月后决定下场，创作了从业生涯中第一部微短剧，但写作过程中，其内心很是挣扎——他总觉得在写一部非常“俗气”的剧本。

“霸道总裁爱上灰姑娘、重生逆袭的人生、穿越古今的虐恋、原配小三‘手撕’渣男……”大部分短剧都是霸总、赘婿、穿越、战神之类的题材，通过反转与冲突的剧情，牵动观众的情绪，从而实现付费观看的目的。”郭明介绍说。虽然觉得“俗气”，但他依然期待自己创作的剧集有一天会成为爆款。

此前，微短剧频频创下神话：《哎呀！皇后娘娘来打工》24小时用户充值金额破1200万元；《闪婚后，傅先生马甲藏不住了》24小时充值金额破2000万元；微短剧行业的月充值金额，从2023年6月的4000万元增长至10月的6000万元……这些消息刺激着郭明。

影视行业从业者薛松认为，微短剧的特点是成本低、获利快，可以以小博大。他认识的同行中有九成左右的人都在做微短剧，有人同时身兼多个项目。“有的微短剧一集就1分钟，拍摄成本只要五六千元，因此很多人看到商机，拉几个人组一支队伍就跑到门店去拍摄。大家都抱着一个人在短时间内制作出爆款梦想，实现一夜暴富。”

但是爆款的制作逻辑并没有那么简单。制片人、象山灵时影视文化传媒公司创始人张力元告诉记者，在制作流程上，短剧和长剧的差异很大，短剧要快很多，包括立项快、剧本快、拍摄快、后期快。通常一部短剧从立项到上线，差不多两三周就能完成，拍摄周期大概是3至7天。成本主要包括剧本费用、拍摄制作费、CDN等技术费以及宣发费用，其中大头是宣发费。

“短剧的宣发重点是渠道+投流，就是各种App、社群、微信等平台通过分享的方式来到受众面前，可以根据用户付费情况随时调整投流费多少。”张力元解释道，通常会投流，比如投1块钱，如果产出比能达到1.2就接着投，一般由固定公司垫资投，只要能赚就接着投。

剧情紧凑爽点多 吸引观众追着看

支撑微短剧这个新风口，是庞大的观看人群。

根据《中国互联网络发展状况统计报告》，截至2023年6月，我国短视频用户规模达10.26亿人。《2023中国网络视听发展研究报告》显示，超过一半的短视频用户曾看过篇幅3分钟以内的微短剧等，19岁及以下年龄用户收看比例超过五成。

有业内人士透露，短剧用户最初的画像主要走下沉路线，以娱乐方式相对受限、年龄在40岁以上的人群为主。随着短剧市场的不断发展，受众开始扩展到更为年轻的群体。在2023年上半年热播微短剧的用户画像中，64.8%的用户是Z世代（15岁至29岁），73.04%的用户是女性。

来自湖南长沙的赵灵看的第一部微短剧是短视频平台推荐的一个片段：女主是某国首富的孙女，为体验生活乔装成普通女工，并与某集团总裁结婚，婚后在睡梦中喊出另一男主的名字，从此婚姻生活鸡飞狗跳，女主选择离开回到首富身边，总裁为生意到某国再次邂逅女主……

赵灵笑言，虽然剧情有些狗血，但还算得上跌宕起伏，加上男主帅气女主漂亮，她花2个小时一口气便刷完了所有剧集。之后，她开始找一些微短剧放入收藏夹，一有空闲就刷来看，“也不用费脑子，还可以在剧情中做梦”。

景然是一名媒体行业编导，也没逃过微短剧的诱惑。“我喜欢看无脑恋爱玛丽苏（剧情都是一样的套路，漂亮女主被一个恶毒女配欺负，男主像霸道总裁一样降临，完美翻身）的剧情，无聊的时候不停地刷着看。”她一边吐槽剧情一边边自己“上”，“千篇一律的剧情既是槽点，也是吸引我观看的原因”。

多名受访者表示，剧情紧凑、满足内心需求成为他们观看微短剧的重要原因：在短短一两个小时里，可以在微短剧的爽点下体验重生、暴富、逆袭、打脸、复仇等各式各样的虚拟人生，可以轻易收获一份圆满的爱情，也可以毫不费力地抵达成功的彼岸。

也有不少观众吐槽微短剧的质量。喜欢看“爽网文”的山西人廉刚注意到，微短剧的“爽文化”总体上就像“爽网文”的迁移，制作团队越来越专业化也越来越模式化，整体上看内容还是很“low”。

来自河北的大二学生马田鑫曾经是微短剧的爱好者，但现在已经弃剧了。“我以前爱看甜宠类型的，一般直接买软件的会员，不会单独为短剧付费，但后来发现短剧越来越多，内容同质化严重，慢慢就不喜欢看了。”

“我喜欢小火慢炖的故事，喜欢能引起共鸣、

能打动人，拍摄也比较讲究的短剧。但目前很多短剧粗制滥造，价值观也有一些问题，充斥大量豪门恩怨、强取豪夺等题材。”在武汉读大学的张小雨说。

不良价值观导向 乱收费投诉激增

记者调查发现，吐槽微短剧乱象的人不在少数。在第三方投诉平台，与微短剧相关投诉最多的是自动扣费和虚假广告。有不少网友反映，在小程序上看微短剧遭遇虚假宣传却投诉无门。

有用户称，在一短视频平台点击了相关链接，跳转到另一社交平台，充值后发现被骗，且没有申请退款的渠道。还有用户投诉，在某短视频平台上刷微短剧，网络广告宣称“9.9元解锁剧本全集”，可看到一半就被要求再充值。

记者随机点开5部微短剧，即打开了5个不一样的小程序，都是单刷付费模式，即充值相应的虚拟货币，然后逐集解锁。此外还可以充值月度、年度会员，价格在数十元至百元不等。这些微短剧有80集到100集，看完整部大概需要两三个小时，需要花费百元左右。

除了侵犯消费者权益的现象频发，还有一些微短剧存在内容低俗、价值观不良等问题。记者此前通过短视频平台观看一些短剧发现，有大量为短剧引流切片短视频，通常以“床戏”“扇耳光”等片段吸引观众眼球。目前，部分低俗微短剧已被整治下架，但其切片视频仍在短视频平台传播，并提供售卖渠道。

“一些微短剧内容同质化，剧情去逻辑化，宣传导向低俗化，仅靠一些情节冲突吸引观众观看充值。还有一些短剧制作者为了赚快钱，丢了原创精神，看到一个视频爆款后就会模仿其剧情结构、人物设定、情节爽点等，迅速复刻出另一部作品。”郭明说，微短剧应该具有积极正向的价值输出，如果通过猎奇、拜金、低俗的方式，过分追求“爽感”，去满足消费者的“多巴胺”需求，很可能会踩了法律红线。

在赵灵看来，一些微短剧存在大量不良价值观导向：“男主一出手就是几十亿元的项目，坐拥名车豪宅、挥金如土，看的时候挺爽，可仔细想想，这不是在宣扬金钱至上消费观嘛；还有霸道总裁、渲染深情宠溺，实际上传播的是不劳而获的婚恋观；而色情低俗、血腥暴力等内容，更是不利于青少年观众的成长。”

业内人士认为，微短剧乱象频发，与其所具有的特点不无关系。制作周期短，制作成本低，让微短剧不需要太长的商业验证周期就可能得到较高的成本少之又少。因为制作费极其低，导致拍摄团队的实力有限，最后的成片质量普遍不太行。”郭明说。

针对微短剧乱象，监管部门和平台频频出手。2023年11月15日，广电总局开展为期一个月的专项整治工作：建立双周报报送处置数据机制和定

期发布公告机制；建立网络微短剧“黑名单”机制，要求网络视听平台切实担好主体责任，对发现的违规网络微短剧及时上报，汇总纳入“黑名单”，并向全行业通报，督导全网平台及时下架，推动共同参与治理。

下一步，广电总局将不断完善常态化管理机制，包括：加快制定《网络微短剧创作生产与内容审核细则》；研究推动网络微短剧App和“小程序”纳入日常机构管理；建立小程序“黑名单”机制；网络微短剧推广统计机制；委托中国网络视听协会开展网络微短剧日常监督工作；推动行业自律，互相监督，全行业共同抵制违规网络微短剧等。

与此同时，多家短视频平台也对违规短剧进行了集中治理。微信处置多个违规微短剧类小程序并进行公示。理由是部分微短剧类小程序存在未进行剧目合规备案或存在不良导向价值观内容等行为。快手下架违规微短剧10余部，并上报网络微短剧“黑名单”，同时对发布违规内容的12个账号根据违规程度分别予以相应处罚。

业内专家认为，微短剧的下沉市场比较宏大，国家出台这样的政策很及时，可以推动观众树立正确的价值观，引导从业者向好的方向发展。但也有人士提出：监管之后的微短剧市场是否还有巨大潜力？行业整顿加码，微短剧下一步该怎么走？

中国传媒大学文化产业管理学院法律系主任郑宁认为，微短剧的盈利模式往往是先免费看几集，到高潮部分就开始收费，用户需要充值，可能会出现一些欺诈现象，以及退费问题。

在中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍看来，虽然微短剧是目前资本热捧的行业，但如果缺乏健全的机制，就会出现很多问题，应建立综合治理体系。同时，对微短剧的监管应该许可可重内容，把更多监管力量放在事中和事后的监管上。

“对微短剧的管理，更应倾向于流量管理，现在一些‘狗血剧’有很多流量，这是平台出于引流考虑。其实不少文史、典故方面的微短剧做得也相当不错。这些宣传优良文化的，平台应该侧重给予流量；违法违规、出现严重问题的，应当减少流量，乃至纳入‘黑名单’。要把自律和他律结合起来，变成流量的指挥棒。”朱巍说，用流量治理是未来发展中的一个方向，同时也应该健全关于违法违规内容的举报和反馈机制。

张力元认为，微短剧行业要积极转型，推出精品力作才是可持续发展之路。内容上追求创新力，包括故事题材、人物设定以及叙述方式等创新，形式上运用新颖的技术手段和视听语言进行呈现。

“微短剧是可以实现‘微而不弱，短而不浅’的，精品化短剧将会是一个很大的市场。创作者们要发挥所长聚焦社会议题，探求核心价值，以‘小切口’呈现宏大的时代主题，不断探索精品化、专业化发展之路。”张力元说。

监管升级治乱象 精品化才有未来

“微短剧是可以实现‘微而不弱，短而不浅’的，精品化短剧将会是一个很大的市场。创作者们要发挥所长聚焦社会议题，探求核心价值，以‘小切口’呈现宏大的时代主题，不断探索精品化、专业化发展之路。”张力元说。

漫画/高岳

□ 本报记者 徐伟伦

当前，随着生成式人工智能技术的发展，用户只需要输入一些提示词，AI大模型就可以产出相应的文字、图片、代码等内容。那么，AI生成的内容受著作权法的保护吗？相应权利归属于谁？是否可以随便使用网络上AI生成的内容？

近期，北京互联网法院审结了李某与刘某某侵害作品署名权和信息网络传播权纠纷一案，明确了利用人工智能生成图片的“作品”属性和使用者的“创作者”身份。

使用AI生成图片被诉侵权

此前，原告使用开源软件Stable Diffusion通过输入提示词的方式，生成了涉案图片后发布在某社交平台上。事后，被告在网上发布文章，配图使用了涉案图片。

据了解，涉案图片最初由原告下载Stable Diffusion模型，随后在正向提示词与反向提示词中分别输入数十个提示词，同时设置了迭代步数、图片高度、提示词引导系数以及随机种子，生成第一张图片。

在上述参数不变的情况下，原告将其中一个模型的权重进行修改，生成第二张图片，并在参数不变的情况下，修改随机种子生成第三张图片。此后，在参数不变的情况下，通过增加正向提示词内容，生成了第四张图片，即涉案图片。

对于被告使用涉案图片的行为，原告认为，被告未经许可使用涉案图片，且截去了原告在某社交平台的署名水印，使得相关用户误认为被告为该作品的作者，严重侵犯了原告享有的署名权及信息网络传播权，要求被告公开赔礼道歉、赔偿经济损失等。

对此，被告辩称，不确定原告是否享有涉案图片的权利，且自己所发布文章的主要内容系原创诗文，而非涉案图片，而且没有商业用途，不具有侵权故意。

法院审理后认为，从涉案图片外观上分析，其与通常人们见到的照片、绘画无异，显然属于艺术领域，具有一定的表现形式。涉案图片系原告利用生成式人工智能技术生成，从原告构思涉案图片起，到最终选定涉案图片止，原告进行了一定的智力投入，比如设计人物的呈现方式、选择提示词、安排提示词的顺序、设置相关的参数、选定哪个图片符合预期等，因此涉案图片具备“智力成果”要件。

从涉案图片本身分析，体现出了与在先作品存在可以识别的异质性。从涉案图片生成过程来看，原告通过提示词对人物及其呈现方式等方面元素进行了设计，通过参数对画面布局构图等进行了设置，体现了原告的选择和安排。

此外，原告通过输入提示词，设置相关参数，获得了第一张图片后，继续增加提示词，修改参数，不断调整修正，最终获得涉案图片，调整修正的过程体现了原告的美学选择和个性判断。在无相反证据的情况下，可以认定涉案图片由原告独立完成，体现出了原告的个性化表达，因此涉案图片具备“独创性”要件。

据此，法院认为，涉案图片是以线条、色彩构成的有审美意义的平面造型艺术作品，属于美术作品，应受我国著作权法的保护。

判决被告赔礼道歉并赔偿

关于作者是谁的问题，法院审理后认为，著作权法规定，作者限于自然人、法人或非法人组织，因此人工智能模型本身无法成为我国著作权法规定的作者。本案中，原告为根据需要对涉案人工智能模型进行相关设置，并最终选定涉案图片的人，涉案图片是基于原告的智力投入直接产生，而且体现出原告的个性化表达，因此原告是涉案图片的作者，享有涉案图片的著作权。

被告未经许可，使用涉案图片作为配图并发布在自己的账号中，使公众可以在其选定的时间和地点获得涉案图片，侵害了原告就涉案图片享有的信息网络传播权。此外，被告将涉案图片进行去除署名水印的处理，侵害了原告的署名权，应当承担侵权责任。

据此，北京互联网法院综合案情后，一审判决被告赔礼道歉并赔偿原告500元，双方均未提起上诉，目前一审判决已生效。

北京互联网法院法官朱庭后表示，本案中涉案图片系原告利用AI生成，根据著作权法关于作品的构成要件进行判断，因涉案图片体现出原告的独创性智力投入，被认定为作品，相关著作权归属于原告。同时，本案判决强调，利用人工智能生成的内容是否构成作品，需要个案判断，不能一概而论。

“近年来，学界关于AI生成内容版权性的讨论一直未曾停止，这为本案裁判提供了可资借鉴的思路。本案的裁判结果对学界的讨论予以充分吸收，体现出‘一个传承’和‘两点考量’。”朱庭后说，“一个传承”即本案裁判是对此前北京互联网法院“菲林律所诉百度公司著作权案”的继承和发扬，继续坚持著作权法只保护“自然人的创作”的观点，而人工智能模型不具备自由意志，不是法律上的主体，不能成为我国著作权法上的“作者”。本案继续认定，一般情况下利用AI生成图片的智力归属于利用人工智能软件的人。此外，本案继续强调，根据诚实信用原则和保护公众知情权的需要，相关主体应该显著标注其使用的人工智能技术或模型。

助人工智能技术创新发展

在案件的审理过程中，法院反复考量两个问题：当传统理论遇到全新应用场景时，是否要进行调适和发展；作品的认定是否仅有法律判断，还是也需进行价值判断？

北京互联网法院认为，只有秉持面向未来的司法理念，才能更好地鼓励新技术应用，推进新业态发展。原有的著作权理论与实务对美术作品的预设是以“动手去绘制”为主要创作方式，这是由当时创作工具的技术水平所决定，而进入人工智能时代以来，人类的创作工具发生了根本性的变化，人们已经不需要动手去画出线条、填充色彩，而是利用AI进行创作，但是这并不意味着人类对于画面元素不需要进行选择和安排。人们通过设计提示词，不同的人会生成不同的结果，这种差异可以体现人类的独创性智力投入。因此，我们不能固守历史的标准，唯有面向未来进行思考，才能选好当下的路径。

目前，世界各国均以“独创性”作为界定作品的核心构成要件，但均未在立法上予以明确定义或解释。独创性的认定规则，是各国法院通过个案的审理逐渐明晰。根据第三方关于2022年全球人工智能指数显示，中国正处于世界人工智能发展的第一梯队，相关产业发展迅猛。

在这样的背景下，基于对国家、社会、公民等各个维度的价值衡量，北京互联网法院认为，通过认可人工智能生成图片的“作品”属性和使用者的“创作者”身份，有利于激励使用者利用AI工具进行创作的热情，从而实现著作权法“激励作品创作”的内在目标，有利于促进相关主体对利用AI生成内容进行标识进而推动监管法规的落实，公众知情权的保护，有利于强化人在人工智能发展中的主导地位，也有利于推动人工智能技术的创新发展和应用。

北京互联网法院审结「文生图」著作权案 认定利用人工智能生成的内容可构成「作品」