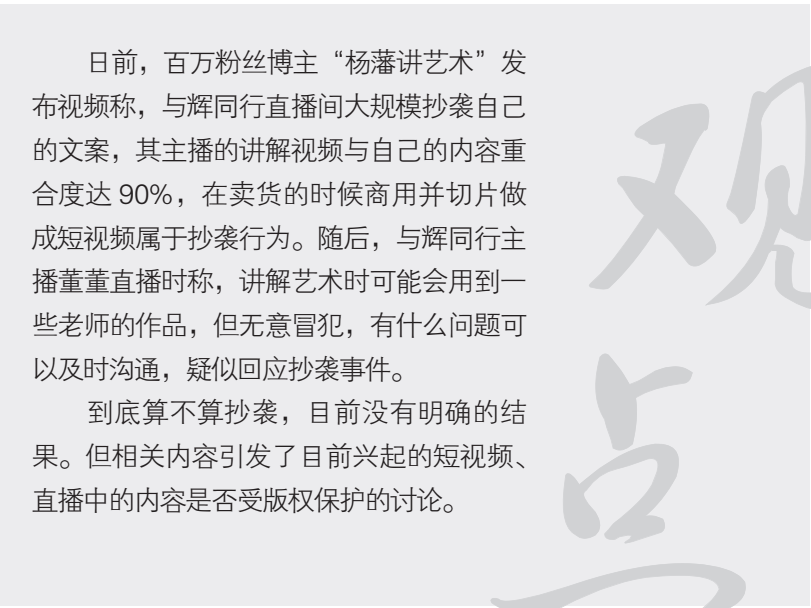


与辉同行被指抄袭 直播受版权保护吗



精美的文案可能不是独创也非原创

直播团队有文案再正常不过，借鉴引用也是常有之事，为何别人可以，董宇辉就不行？事实上，直播间是否商用也是一个不得不考虑的因素，这也是杨藩指出抄袭的原因。或者换个角度来说，颇具流量的直播间与其主播就容易被别人拿起放大镜审视，董宇辉及其团队必须要有防范的意识和避嫌的自觉。

董宇辉及其团队因优美的文案收获一众粉丝，这是他们的魅力。但一旦陷入争议，粉丝不断为董宇辉及其团队找借口反驳时，也是在不断给董宇辉们“祛魅”：上一次风波让人知道了优美的文案并非全出自董宇辉之手，这一次事件则让人知道了与辉同行成员的文案可能存在抄袭，这与他们的

短视频、直播话术是否受版权保护

视听作品的著作权保护，其实法律法规本身是很清晰的。《著作权法》第三条规定，本法所称的作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以一定形式表现的智力成果，而其中就包括“视听作品”。所以，短视频也好直播也罢，都毫无疑问应当适用版权保护。

但如今这些新媒体的行业生态，恰恰又是鼓励模板化、套路化创作的。一种短视频类型火了之后，马上会出现大量同质化的模仿、翻拍作品，并迅速填满平台。很多平台就此推出“一键拍同款”的功能。

而直播也类似。在搜索引擎里输入“直播话术”，弹出的结果是“史上最全直播话术，20 套模版直接用”“直播全套路，赶紧点收藏”之类，这些前人经验，似乎天然地成了行业的公共知识，鲜见有人主张版权。

这些新的媒介形态，似乎塑造了新的“行规”——从业者就应该套用模板，至于这是否有版权保护上的问题，确实还有待界定。

关于直播、短视频版权的争议，

人设不符，也与粉丝的期待不符。

当然，作为曾经的新东方老师，在传播知识的过程中不可避免地会借鉴、模仿，甚至 copy，但是直播带货与传播知识的场景不同，逻辑不同，再怎么披着分享知识的外衣，也无法抹去商业行为的本质。

所以，不论这次抄袭风波结果如何，都暴露了董宇辉及与辉同行直播间的一个隐患：文案很精美，却可能存在借鉴，不是独创也非原创。即便这次能摆脱抄袭的指控，但也无法避免可能会有越来越多的人站出来维权。如果董宇辉及其团队找不到行之有效的解决办法，将来就可能困于应对各种类似的投诉，这对公司发展来说极为不利。

也并不是第一次出圈。2023 年“挖呀挖”儿歌就一度引发版权争议，原作者曾试图向多位突然爆火的网红索赔；2022 年 5 月，奥迪品牌发布一条刘德华主演的广告片《人生小满》也被指抄袭，事后奥迪致歉并下架视频。这些事件背后的问题有类似之处：流传于网络的解说或文案，是否应该受到版权的保护？

既然如今短视频、直播都已经形成套路化创作的生态，那么版权保护应该以什么样的形态存在？哪些内容需要保护，哪些内容又属于公共知识，这些都需要更加细致的甄别。

这些问题如果不早做规划，未来类似的争议可能会层出不穷。不妨设想一下，如果一位博主突然说某个爆火的话术或套路是他独创，平台该如何应对？

所以，董宇辉团队陷入抄袭争议正是及时的提醒：在短视频、直播这些新业态逐渐走向成熟后，应有更加清晰、明确的版权保护规则。

综合自红星新闻、澎湃新闻等
马九月整理

《恭喜发财》热播，音乐侵权不容忽视

□ 戴先任

每年春节前后，都能在超市、沿街商铺等场所，听到由刘德华演唱的《恭喜发财》。而随着 2024 年春节的临近，也有网友调侃，“刘德华就要去超市上班了”“刘德华已解冻 95%”。《恭喜发财》为大大小小的超市带来了年味，然而超市放《恭喜发财》，也需要注意不要侵权。（中新网）

《恭喜发财》的热播也带来了侵权风险。根据著作权法规定，表演权，即公开表演作品以及用各种手段公开播送作品表演的权利。如果超市、商场、购物中心等未经权利人许可，在其经营场所将《恭喜发财》歌曲作为背景音乐予以播放，都属于侵害权利人就该作品所享有的表演权，且不符合合理使用的范畴。2021 年 6 月 1 日生效的新版《中华人民共和国著作权法》第 45 条明确规定，将录音制品用于有线或者无线公开传播，或者通过传送声音的技术设备向公众公开播送的，应当向录音制作者支付报酬。

在春节期间每天循环往复播放《恭喜发财》的大小超市，有多少经过著作权人的授权？不仅是刘德华的《恭喜发财》这首歌，还有其他的不少歌曲，也被超市当成背景音乐播放，不少也没获得著作权人的授权。如上海一家“华润万家”超市就因为曾经播放过一首歌，

在几年后遭到 6.6 万元的索赔。经上海市普陀区人民法院审理，最终认定超市构成侵权，判决赔偿 3000 元。

更多的情况是，超市等经营场所对于音乐侵权习以为常，甚至根本就没有意识到自己构成了侵权，而这样的侵权现象较为普遍，早也让人见怪不怪、习以为常了。问题更在于，著作权人维权成本较大，侵权主体多元化，收集固定证据较为困难，这些原因都导致面对此类著作权侵权现象，鲜少见到有著作权人站出来维权并维权成功的例子。

除了超市等经营场所未经授权擅自将他人音乐当成背景音乐，随着网络直播的兴起，不少主播直播时也会播放一些歌曲作为背景音乐，或是在直播间表演唱歌。而这些行为，如果没有获得授权，也都涉嫌侵权。不管是超市卖场，还是网络直播，使用背景音乐，都要能尊重著作权人的合法权益，不能拿来就用。

春节临近，维权之声也要随《恭喜发财》的歌声一起响起。保护好音乐人的知识产权，才能更好调动他们进行音乐创作的积极性，这是在保护音乐创作，有利于繁荣音乐市场。也需要相关各方能够守土有责，线上线下双管齐下，形成音集协、司法部门、平台及广大网友等各方合力遏制音乐侵权乱象。

治理农村滥办酒席，不必自己“带盐”

□ 夏熊飞

近日，一则“贵州毕节一户人家办酒席，食物被挂着工作证人员撒盐‘销毁’”的视频引发广大网友关注和热议。1 月 31 日贵州威宁县通报回应：已对相关人员进行严肃批评教育，将督促各级各部门严格依法依规履行职责，坚决防止类似情况再次发生。当地曾发布通知要求坚决抵制巧立名目、借机敛财的酒席，如搬家、剃长毛、迁坟、垒坟、出院等。（大象新闻）

滥办酒席现象在不少地方都存在，尤其是部分农村地区，更可谓根深蒂固、泛滥成灾，不仅造成了大吃大喝、食品浪费等问题，更加重了民众的人情及经济负担。大家对此可以说是苦不堪言、深恶痛绝，但又往往被不良风气裹挟，成为滥办酒席受害者的同时也是“施害者”。

对于滥办酒席有必要加强治理，推进移风易俗，把民众从沉重的人情与经济负担重解脱出来也相当迫切，可像威宁县工作人员这样，在制止当地人滥办酒席时往将出锅的食物中撒盐以达到“销毁”目的的做法，却显然过于简单粗暴，遭到舆论质疑不让人意外。

一方面，为了让酒席无法继续往食物中撒盐的举动，造成了大量食品浪费。尽管工作人员前期可能经过多番劝阻

止，撒盐实是百般无奈后的出此下策，可如此严重的食品浪费不仅刺痛了大家的心，更是涉嫌触犯反食品浪费法。另一方面，滥办酒席确实不妥，可毕竟既不违法也没犯罪，工作人员擅自“销毁”酒席所用的食物，也是对他人财物的一种侵害，“撒盐”治滥办酒席与法治理念明显不符。

滥办酒席现象非一日形成，治理也相应需要一个较为长期的过程，推进移风易俗，职能部门责无旁贷，但应恪守权力边界。要更好运用村规民约、基层自治等手段，发挥党员干部的带头示范作用，通过树立模范村、先进个人等方式激励带动更多人主动参与到抵制巧立名目、借机敛财的酒席中来。只有大家对滥办酒席的危害真正形成共识，抵制滥办酒席陋习的观念深入人心，移风易俗的工作才可能收获群众基础进而最终取得成功。

党员干部、公职人员等做到自觉抵制、拒绝参加滥办的酒席，职能部门在治理过程中采取科学高效的方式方法，树立起先进典型发挥激励引领效应，其实就是治理滥办酒席陋习最好的“代言”，至于工作人员自己“带盐”入户的简单粗暴操作，还是少些为好。