



## AI广泛参与内容创作

全国首例“AI文生图”著作权案,全国首例“AI声音侵权案”,全国首例涉AI绘画大模型训练著作权侵权案……近年来,围绕AI生成内容的著作权案件受到社会广泛关注。

今年,围绕AI侵权的讨论聚焦网络小说。某网络小说平台通知签约作者,要求签署一份补充协议,允许将他们的签约作品用于AI模型训练。引发争议后,该平台删除了作品签约协议中的AI相关条款,并声明“没有发布过任何纯AI写作的作品,也不会违背作者个人意愿使用AI写作能力”。

不少作者仍对未来表示担忧。“自己的作品被用于训练AI模型后,可能失去对作品的控制权”“AI将进一步蚕食人类创作者的空间,不知何去何从”“理智和情感上都很难接受”……

一名在该平台写作小说的作者表达出网文作者共同的心声:“我担心我的小说,甚至没有发表的素材,被AI吸收后率先输出相似内容,系统反过来判定是我在抄袭。”

客观来看,AI现有创作水平远远赶不上人类。目前AI生成的小说较为呆板,人物性格塑造也比较欠缺,无法模仿人类口语化的表达方式。

“对于平台引入AI,我的感受是复杂的。从平台角度来说,为了降本增效采用AI是可以理解的;但在充分利用科技便利的同时,如何保护现有的创作者、现有作品

的知识产权是关键问题。”网文作者杨千紫表现出忧虑。

作家蒋胜男认为,那种“不加思考、每天只以更新数量为目标、大段抄袭甚至拼凑”的网文作者将是AI冲击下的第一批牺牲品,因为“怎么拼也拼不过AI”。不过,作者可将AI作为一种新型工具,用来检查错字漏字,或者整理大纲。

## 有没有版权?

AI应用于网文创作,并不是新鲜事。2023年7月,阅文集团发布了国内首个网络文学行业大模型“阅文妙笔”和基于这一大模型的应用产品——“作家助手妙笔版”。这一功能目前已开放给所有人使用。

阅文集团首席执行官兼总裁侯晓楠表示,AI可以在创作过程中替代一些重复性、消耗性的体力活,作家仍需把控故事的质量和完整性;一般不会出现作品因为使用AI辅助从而内容雷同,对作者著作权造成威胁的情况。

“平台应对AI参与创作的作品进行版权保护,明确版权归属方。”网文作者核桃提出,作者要把自己借助AI创作的作品,从创意到撰写,以及修改过程留档存储,避免发生版权纠纷。

目前,我国著作权法在AI生成物保护方面暂无明确规定;AI生成内容的著作权归属于AI技术的开发者还是实际使用者尚存在争议,有待法律和政策层面的明确指引。

中国文字著作权协会常务副会长兼总

干事张洪波认为,没有人类深度参与的人工智能生成物不应该有著作权;如果人为输入主观想法,进而生成反映人类主观意志的独创性内容,就属于著作权法规定的作品,应受到版权保护。

现行著作权制度以“人”的智力成果作为衡量标准,对于AI生成内容的规定还不够完备。张洪波表示,传统的侵权认定标准在AI创作场景下也面临适用难的问题——由于AI生成过程的复杂性和多样性,权利人难以顺利取证,维护自己的权益。

针对平台利用作者创作内容进行AI数据训练问题,中国社会科学院大学互联网法治研究中心主任刘晓春认为,数据训练中的使用行为因具有明显的“非特定性”,应当界定为“非作品性使用”,从而不应纳入著作权保护范围。

“在数据训练中,单个作品只是运用人类语言规律的随机统计样本。单个作品存在高度的可替代性,很难归功于或对应到特定作品和作者。”刘晓春说。

## AI和作者,与时偕行

生成式人工智能之于网络文学行业,既是一项技术革新,也是一次转型升级的机遇,展现出巨大的潜力和实用性。

2024年中国网络文明大会上,《生成式人工智能行业自律倡议》发布,呼吁有关单位共同促进内容生态建设。

业内人士指出,加强版权保护已成为人工智能发展进程中一个非常重要而且无

法回避的命题。平台不应为了一时的利益做出“杀鸡取卵”式的短视行为,进而打击整个产业链的发展。

“作者是平台最应该保护的对象。如果平台能用AI取代作者,那么也会很快被其他平台的AI取代。”蒋胜男认为,对于平台来说,AI有助于让原创作品得到更多被推广、被转化的机会,这方面的回报,远大于试图用AI取代作者获得独立“版权”的利润。

张洪波认为,AI数据投喂、大模型训练等场景涉及大量版权作品,著作权法及其实施条例需细化AI合理使用的场景和范围。“AI的发展需要大量高质量数据,而对其中版权作品的商业化使用应当依法获得权利人的许可。”

为此,专家建议,人工智能使用海量作品应设定法定许可制度,AI开发、应用者应当向著作权集体管理组织预存(提存)一定数量的版权费,集体管理组织应当建立公开、透明、便捷的使用分发机制和版权纠纷的集中调解机制。

出台更新明确的法律法规或司法解释,有利于促进行业健康发展。“希望缩小监管与技术发展之间的距离,通过制定标准,推动技术在合法、合规的框架内良性发展。”掌阅科技总经理孙凯呼吁。

多位网文作者表示,愿意在保护版权的前提下充分利用好AI,发挥人类作者和AI的长处,创作出更多优秀作品。

“包容、谨慎、接受、驾驭。保持开放的态度,终身学习,迎接明天的挑战。”杨千紫说,只有去创作更深刻的作品,作家才能不被这个时代淘汰。



# 绕过手机“垃圾短信”拦截系统 营销短信伪装成验证码“轰炸”消费者

《工人日报》唐姝

“没想到,‘双11’的营销短信这么厉害了,竟伪装成验证码,绕过了手机上的‘垃圾短信’拦截系统。”近日,浙江省宁波市消费者杨女士告诉记者,某电商平台“双11”预售启动当天,她接连收到了3条带有验证码的短信,仔细一看才发现,实际是该平台的“双11”营销广告,但其中却插入了验证码及“验证码拒收请回复R”等字样。

“当我把那3个号码‘拉黑’后,对方又换不同的号码发来内容相似的短信,一天共收到了10多条。”由于不确定短信来源,担心是诈骗,杨女士不敢点链接,也不敢回复“R”拒收。

记者采访发现,杨女士的遭遇并非个

例。有消费者表示:“不到一个小时的时间里收到了7条相同内容的短信,且来自不同的号码,而且里面都带有验证码。”还有消费者担心:“一旦不法分子将诈骗短信以验证码形式发送,会让很多人尤其是老年人难以分辨。”

杨女士将收到的短信转发给记者后,记者复制该短信内容,打开某电商平台APP,发现是其“双11”主会场的界面。记者联系到该电商平台官方客服人员,对方表示:“这不是验证码,而是链接码,复制以后再打开APP就可以打开链接。”那为什么要用验证码的方式来推送?该客服人员表示不清楚,如不想接收短信,可以通过短信中的提醒进行退订,或是联系客服协助处理退订。

对此,电信行业分析师付亮对记者表示,当前消费者使用手机短信最重要的功能就是接收验证码,如果短信里有明确的验证码字样,运营商或第三方拦截系统拦截时可能就会放行,以免用户错过重要信息。

中国法学会消费者权益保护法研究会副秘书长陈音江表示,今年7月1日起施行的消费者权益保护法实施条例明确规定,未经消费者同意,经营者不得向消费者发送商业性信息或者拨打商业性电话。

“然而,由于违法成本低,不少商家抱着侥幸心理,变着法子来逃避管控,无疑侵犯了消费者个人信息受保护的權利。”陈音江说。

付亮指出,要避免营销短信伪装成验证码“轰炸”消费者,单靠运营商和第三方软件动态判别该不该拦截,很难从根本上解决问题。有关部门应加强对用于商业推广的特服号码(如106开头的号码)的管理,包括使用是否超出许可范围、是否经过用户同意等。

陈音江认为,一方面,商家应通过诚信守法的方式开展营销活动,另一方面,有关部门应加大打击力度,一旦监测到或者有消费者举报,应依法严肃查处,并公开曝光。“关键还是要从源头治理。”