



了抗议，对其长期以来的“坐享其成”甚为不满。与此同时，美联社宣布将联合各家报纸发起一项行动，阻止未经授权的网站转载他们的新闻，并准备使用法律手段抵制网络盗版。

传统媒体对谷歌的指责主要在于谷歌新闻频道在未经授权的情况下转引他们的新闻和标题，侵犯了他们的版权。但谷歌对此的回应则是：谷歌只显示新闻标题和摘要，并附有消息来源的网站链接，谷歌认为这也是符合美国版权法的。同时，谷歌也认为，网站只是一个传播平台，真正该掏腰包的应是使用者。

对于传统媒体与谷歌的版权之争，2012年10月《经济学人》的一则评论认为，即使有些报刊从谷歌那里得到了报偿，要想让谷歌堵住报纸带来的收入也是几乎不可能的。一位欧洲委员会的媒体研究专家表示，想让谷歌为文章付费，就好像“没收古腾堡（德国活字印刷发明人）的印刷机来阻止抄写员”。这则评论建议，报业人与其伸手向谷歌要钱，不如多在逐渐复兴的付费墙上下功夫。

从谷歌时代到脸书时代，媒体和平台之间的流量博弈依然在进行。当谷歌改变了其搜索引擎

算法时，各大网媒就曾一致地出现“流量跌跌跌”；到了2015年4月，脸书改变其算法，一夜之间，全球新闻媒体网站流量齐齐大跌。事实上，越依赖互联网巨头，跌得越惨。

### 中国媒体付费墙？不光版权那么简单

大洋彼岸的同行们正做着一一次又一次的标准示范，反观国内的媒体行业，版权维护之路仍十分艰辛。

在2015年12月3日刚刚结束的第八届中国版权年会—保护新闻作品版权论坛上，互联网时代新闻作品侵权问题再次受到极大的关注。无论是传统媒体还是新兴媒体，原创内容都是核心资源，新闻作品版权是媒体的核心资产。保护好媒体的新闻作品版权，才能将内容资源转化为版权资产。

但互联网的快速变化，让媒体在维护新闻作品版权时仍面临诸多挑战。实际上，近年来异军突起的今日头条等手机终端阅读平台正像谷歌之于美国媒体一样，一度成了中国媒体心里的一块疙瘩。

媒体与《今日头条》之间关于版权问题的口水战早已屡见不鲜。

中南财经政法大学教授曹新明对媒体表示：“纯粹的时事新闻少之又少，其中只要有作者自己的评论或者加工，就成为了新闻作品，新闻整合类APP在转载时并不会对此作严格区分，很容易引发著作权纠纷。”

首先是赔偿成本问题，以财新传媒为例，财新网首页就专门设有反侵权栏目，是国内新闻媒体反侵权的先行者，财新传媒法律顾问张岩向时代周报记者表示，单从认定侵权行为方面来看，目前法律已经比较完善，但主要的问题是赔偿太少，也就是说违法成本太低了。

按照目前我国相关法律规定，1000字以内赔偿金额为80-300元。而在美国，一场关于音乐版权的赔偿金额就可高达740万美元（约4600万元）。可见，国内极低的违法成本成为侵权行为屡禁不止的一个原因。

此外，法规制定比较宽泛也为网络侵权者提供了可乘之机。现有法律规定作品刊登后，除著作权人声明不得转载摘编之外，其他报刊可以转载或者作为文摘资料刊登，或者按照规定向著作权人支付报酬。

国家行政学院高级经济师郭全中在接受时代周报记者采访时解释了版权之外的其他原因，他认为版权保护固然重要，但根本原因在于中国一直存在的免费文化，普通人本身不愿意去通过付费墙阅读。另外，中国的媒体呈现小、散、弱的特点，内容生产量小，没有足够的信息吸引读者到网站上，同时讨价能力也不强。

郭全中还表示，中国的媒体同质化竞争激烈，比如光是广州，都市类报纸就有好几家，而美国多数是一城一报。这几点决定了即使优质的内容提供者，目前要想建立像美国那样的付费墙也很难。■

（摘自《记者论坛》）