

刷视频、走路、打字都能挣钱?

部分“赚钱”APP 真相调查

看新闻可以赚现金,刷视频可以拿红包,甚至聊天打字、走路跑步也可以赚钱……现在,一批声称使用就能赚钱的手机APP,频繁在网络上打广告,吸引大量用户下载安装。记者调查发现,此类APP多数涉嫌夸大宣传,承诺的高额回报往往无法兑现,鼓励用户拉人头发展下线的模式,引发质疑。



称打开就获红包 实际获得不能提现“金币”

“打着赚钱噱头的APP现在几乎随处可见,几个家庭微信群里常看到长辈转发推广信息。”山东潍坊市市民朱娟告诉记者,不少打着看新闻、看视频、走路能赚钱的APP广告,在短视频平台、微信群中频繁出现,声称有诱人的收益,吸引人下载。

记者进入某短视频平台测试发现,浏览五六个短视频就会出现一则广告,宣称“赚钱”的APP广告出现频率很高。

记者调查发现,有的“赚钱”APP并不能达到其所宣称的收益。朱娟的妈妈曾使用过一款宣称看视频能赚钱的APP,以为能赚不少钱,结果,“金币”折算完每天只有3毛钱收益。

在一款名为“种子视频”、号称“看视频能赚钱”的APP上,记者看到,首次进入APP后,页面弹出一个“新人红包”,写着“打开得38元,红包可立即提现”。点击打开红包后却弹出

另一则“收益通知”,告知记者获得6000“金币”。

记者进入收益页面后看到,不仅承诺的38元现金没有,6000“金币”也无法提现。根据提示,想提现必须继续看视频,所谓6000“金币”的实际收益不到1块钱。

有的“赚钱”APP设置多重获得收益前提条件。在一款名为“追书神器”的“看小说赚钱”APP上,记者首次点击进入后,弹出一个写着“送你一份见面礼,最高6.68元新人现金红包”的窗口,点击后显示已获得2.18元。记者进入提现页面看到,需要赚到30元以上才能提现。赚钱的方式除了看小说,还包括签到、分享、做任务、收徒等。记者在这一平台上阅读了几十分钟,并未获得任何收益。

在安智、应用汇、豌豆荚等手机应用市场中,打着“能赚钱”噱头的APP不在少数,且覆盖领域很广,包括新闻阅读、影音播放、手机输入法、健康运动等。一些应用市场的统计数据也显示,“趣步”“种子视频”等相关应用的下载量

最高的超过千万,下载量过百万的也不在少数。

发展下线拉人头 内容涉赌博色情

记者调查发现,几乎所有打着“赚钱”噱头的APP,都以各种高额奖励鼓励用户发展下线,吸纳更多使用者。例如,宣称走路能赚钱的APP“趣步”,将拉人头数量与用户等级和收益挂钩,如果下线多发展1个人,上线的推广活跃度就增加0.05,而推广活跃度直接影响最终收益。

“趣步”用户孙晓(化名)说,根据发展用户数量的不同,“趣步”把用户分成一星达人、二星达人、三星达人等级别,每级有高低不等的分成奖励。所谓一星达人的条件是基本活跃度大于2000点,三星达人则是大于10000点,基本活跃度与发展下线人数成正比。

有的平台宣称老用户邀请到新用户后,需要新用户做完平台给的新手任务后才能给予

返现,而平台给新用户的任务,其实就是继续发展下线。

记者调查发现,几乎所有宣称“赚钱”的APP,均包含浏览资讯版块,而所谓的“新闻资讯”,大多是垃圾信息。在“种子视频”“微鲤看看”等APP上,内容多为打色情擦边球、涉嫌宣传赌博信息的广告,例如“小伙刚洗完澡和美女说要看电影,没想到看的全是……”“90后妹子玩手机赚钱,投注20元,日日有赚钱!”等。

业内人士表示,所谓“赚钱”的平台,大多含有大量广告和八卦、猎奇信息,平台用这些垃圾内容获取点击量,赚取利益。

一些地方已开始整治 应倒逼平台加强审核

中央网信办相关负责人表示,各类APP上的涉嫌赌博、打色情擦边球等内容,不符合现行监管规定,一旦发现将严肃查处。

据了解,目前一些地方已对“赚钱”APP进行整治。6月,上海市市场监管局约谈头条、惠头条等曾宣称“看新闻能赚钱”的资讯类平台,要求相关企业加强广告发布前审查把关,杜绝发布虚假违法广告;同时提醒消费者,不要轻信此类玩手机、刷微信轻松赚钱的广告,以免上当受骗。

记者发现,针对拉人头发展下线这一现象仍缺少有效监管。北京志霖律师事务所律师赵占领说,鼓励发展下线,使得老用户、新用户之间构成了上下层级,并以参加者本人直接和间接发展的下线人数为依据计算和给付报酬,形成“金钱链”,部分模式与传销的构成要件相似。目前,有拉人头发展下线功能的APP有很多,监管机构应尽快对此类行为进行规范。

北京工商大学经济学院教授洪涛说,建议加大对相关APP不规范行为的处罚力度,倒逼平台加强广告审核,规范自身行为。此外,公安、市场监管等部门还要加强对这类平台的运营资金监管,防止平台出现“跑路”现象,损害用户权益。(邵鲁文 余俊杰)

面对短视频侵权只能“坐以待毙”?

红火之下有隐忧

睡前一刷短视频,休闲时刻拍一拍短视频,如今,短视频已经深度融入网民的生活中。“我喜欢看短视频中的风景,令人心驰神往。旅游之前,我会在短视频中找找目的地。”“短视频APP(应用程序)中不仅有搞笑的段子,也有一些轻知识,比如,我常关注一个天文号,从中可以了解很多平时疑惑的小知识点。”

尽管每个人接触短视频的缘由可能不一致,但毫无疑问的是,短视频近年来发展迅猛。据中国互联网络信息中心第43次《中国互联网络发展状况统计报告》显示,截至2018年12月,中国短视频用户规模达6.48亿,这一数字是全中国手机网民的近80%。值得注意的是,短视频用户的使用率为78.2%,这一频率仅次于即时通信、搜索引擎和网络新闻,位居各类互联网应用使用率的前列。

在如此庞大的市场和活跃的用户群体影响之下,众多互联网企业纷纷开始布局短视频,市场成熟度逐渐提高,内容生产的专业度与垂直度不断加深,优质内容成为各短视频平台的核心竞争力。

然而,短视频在飞速发展的同时也逐渐暴露出一些问题。其中,侵权问题成为阻碍短视频进一步发展的障碍之一。在自媒体工具发达的当下,人人都可以发声,但由于时间精力、技巧等因素的影响,并非所有人都具备制作优质短视频内容的条件。因此,有的人便动起了抄袭的念头。视频再短,也属于受《中华人民共和国著作权法》保

护的作品。这种短视频领域中的“拿来主义”,着实给短视频行业带来了不好的影响。

平台扮演多重角色

在短视频侵权过程中,有两个主体与之息息相关。传播侵权短视频的用户本身负有责任,但是,目前讨论更为热烈的是,作为短视频呈现载体的平台是否也应承担相应的侵权责任。在回答这样一个讨论之前,首先要明确的是,短视频平台究竟在短视频发展中扮演着什么样的角色?

显然,从目前市面上的主要短视频平台来看,这个角色并非单一的。如果只是从表面上看,平台是用户上传视频的载体,但如果仔细观察和思考,平台的作用远不止于此。记者发现,在一些短视频的界面会有“危险动作请勿模仿”等提示,这种说明虽然跟短视频侵权并非直接相关。但是,其背后说明了一点,平台在短视频推送阶段也有审核机制。

此外,很多短视频平台也都有投诉、举报等单元设置,事后对相关违规的视频进行处理和追责。除了审核和管控,平台很多时候也会自行上传视频或者推出相应的话题,主动引领用户拍摄相应的短视频,从这个角度看,平台又是短视频制作的策划者。因此,有观点认为,面对侵权乱象,短视频平台不能袖手旁观,更不能简单地“甩锅”。

努力破解侵权问题

与文字、图片相比,短视频的侵权更不容易被发现,但这并不意味着,在短视频侵权面前,人

们只能“坐以待毙”。破解短视频侵权问题,短视频平台的努力不可替代。短视频平台应当对多次上传侵权内容的用户采取警告、暂停服务甚至永久封号的措施。记者发现,目前已经有某短视频平台成立了自律委员会,发动网友的力量提升内容质量。除此之外,在必要时,各大短视频平台之间也应该有共同打击短视频侵权的合作联盟。

当然,最有力的手段当属法律手段。今年1月9日,中国网络视听节目服务协会发布《网络短视频平台管理规范》和《网络短视频内容审核标准细则》,针对短视频平台长期存在的一些问题和缺陷,对短视频内容管理做了规范。

同济大学上海国际知识产权学院教授刘晓海指出,明确短视频应用平台的责任,规范其行为,是制止短视频侵权行为的关键,“建议尽快修改《著作权法》,完善短视频平台的责任义务,要求其采取与之实力相匹配的防侵权措施,最大限度地维护网络市场秩序,减少侵权现象的发生。”刘晓海说。

有业内人士建议,目前短视频版权侵权问题频发,执法难度大,应建立各相关部门之间的协同体系。同时,短视频平台还要尽快建立全国统一快速授权系统、原创视频维权系统等,方便提供更加精准的权属证明等投诉材料。如今,微信公众平台、今日头条等平台通过与其他平台的合作,很大程度上遏制了文字侵权现象。随着技术水平的不断进步,短视频侵权维权的问题也会拥有新的解决方案。

(泽成)

如果要列举几种时下最火的互联网应用,那么,短视频必在其中。短视频市场的用户流量与广告价值近年来持续爆发,短视频产业发展空前繁荣。随着5G时代的到来,短视频又将迎来新的发展机遇。然而,其中有些问题也不容忽视。