

中国网络电影盗版行为的多维分析

叶建华¹, 邱志伟²

(1. 武汉大学信息资源研究中心, 湖北 武汉 430072; 2. 深圳大学管理学院, 广东 深圳 518060)

摘要: 盗版电影的传播不仅对电影行业造成了巨大损失, 而且从社会道德层面也有损于社会的健康发展。以计划行为理论与道德理论作为基础, 结合中国独特的网络环境, 针对日益猖獗的盗版电影广泛传播这一现象, 构建结构方程模型并加以验证。实证结果表明: 感知收益、对电影质量的要求以及态度等个人因素对观看盗版电影这一行为都产生巨大影响; 从传播途径而言, 网络的传播属性同样有助于盗版电影的传播; 但是, 社会层面的法律制度以及相应的惩罚措施并没有对观看盗版电影产生明显的遏制作用。这些结论启示管理层应该从适当的方向来打击盗版电影这一不良现象。

关键词: 盗版电影; 计划行为理论; 道德理论; 网络传播

中图分类号: F 224.33

文献标识码: A

文章编号: 1000-260X(2016)03-0095-05

互联网给电影行业带来了一场影响深远的革命, 互联网的快速传播赋予了电影新的活力。数字化电影的产生, 更进一步推动了电影业的高速发展, 一部又一部大热影片加入到亿元票房俱乐部就是最好的说明。然而, 这一切并非全然都是美好的, 电影行业看似辉煌的背后却蕴藏着极大的风险——盗版电影。随着电影市场的迅速扩大, 盗版也随之蔓延, 借由网络的传播肆意发挥着其极大的破坏力, 这一现象已经不仅仅是道德层面的问题, 而且已经涉及到侵权违法的高度。

2015年, 中国主办了“电影和版权在文化与经济上的重要性”高端圆桌会议。在国际层面上就电影和版权在文化与经济上的重要性展开了讨论, 探索了电影版权保护的新途径和版权合作的新模式。加强对电影版权的保护, 将更有利于维护电影著作权人的合法权益, 推动电影版权交易市场的建立和完善, 促进电影产业繁荣发展。

一、相关文献回顾

对个体消费者使用盗版产品研究可分为多个不同维度, 计划行为理论(Theory of Planned Behavior, TPB)与道德理论是常用的两大基础理论。计划行为理论提出在特殊的情况下, 为了更好地理解消费者的行为需要考虑消费者对事物的预测和理解^[1]。 Hunt 和 Vitell^[2]的伦理决策模型假设当遇到道德内容问题时, 伦理判断由义务论和目的论的评价所决定; 反过来, 道德判断通过道德意图影响一个人的行为。

从目的论视角看, 个体行为受感知收益的影响。Limayem^[3]发现社会因素和关于使用盗版软件后果的认知对于使用盗版软件行为的意图具有显著影响。Triandis^[4]的研究表明不同个体对使用盗版软件所带来的后果具有不同的感知, 只有当结果被感知是有利于自己时个体才会更加倾向于去做这件事

收稿日期: 2015-11-22

基金项目: 国家自然科学基金项目(71371127); 国家软科学计划项目(2013GXS4D138); 教育部人文社科规划基金项目(13YJA630050); 广东省软科学研究计划项目(2013B070206075)

作者简介: 叶建华, 武汉大学信息资源研究中心管理科学与工程专业博士生, 深圳大学研究馆员, 从事信息管理、网络管理、图书情报等研究; 邱志伟, 深圳大学管理科学与工程硕士研究生, 主要从事网络管理研究。

情。Banerjee^[5]等人发现,一个人对于自己的行为能被给予奖励的感知程度将会影响他的表现是道德还是不道德,这也是感知收益的一个体现。此外,感知风险和感知收益是相对应存在的。Tan^[6]认为消费者购买盗版的数字产品行为的意图也受几个确定因素的影响:能感知到的道德强度、道德判断和感知风险。这个结论将感知风险确定为影响消费者行为的因素之一。Sims^[7]等人解释了一个倾向于冒险的人更容易去盗版数字产品,男性特征中具有相对女性更乐于冒险的潜质,因此男性更容易做出盗版数字产品的决定。Chiou^[8]发现被起诉的风险也对使用盗版数字产品的态度有影响。

文化价值观同样在盗版问题上对个体决策产生重要影响。Traphagan 和 Griffith^[9]通过研究表明软件的盗版不仅与国民的收入有关,还与文化价值观有关。Swinyard, Rinne 和 Keng Kau^[10]发现文化会影响人们对于盗版的态度,某些文化价值观可以促进或抑制某一文化群体内的盗版现象。因此,不同的文化价值观对盗版产品的传播与使用具有不同的结果。此外,Limayem^[11]等人提出,习惯对个体使用盗版软件的态度有重要影响。过去使用数字盗版产品的频率越高影响也就越大。D'Astous, Montpetit^[12]认为过去有频繁盗版在线音乐的人,会有再次进行这种行为的强烈意图。

消费者的购买行为在一定程度上受消费品价格的影响,而价格这一因素也常常被用于相关研究。Jack^[13]认为价格是影响消费者购买行为的显著因素,价格低廉的盗版软件往往能吸引消费者。David^[14]也认为应该充分考虑价格的影响因素,价格在某种程度上左右消费者的购买决策。张红霞^[15]等人研究了群体压力这一变量对我国盗版行为的影响,当面临越大的群众压力时,人们越不会使用盗版软件。

二、研究模型与假设

结合中国特殊的网络环境,以计划行为理论与道德理论作为理论框架构建结构方程,并且将变量划分为个体、网络以及社会三个层面进行比较分析。

人的行为都是由意图引起,而意图是由于人们本身内在的需要而产生,能满足人的需求活动本身就是一种奖励。Ajzen^[2]发现意图是一个非常准确的变量,可以用它来预测行为。消费者对使用盗版的意图一直被当作是产生实际盗版行为的预兆,因此假设:

H1:观看盗版电影意图对行为有显著影响

态度是指个体对某种事物所持有的一种肯定或者否定、接近或者背离、拥护或者反对的心理和行为倾向。计划行为理论指出一个人的实际行为受动机影响,而动机又受态度的直接影响。因此假设:

H2:观看盗版电影的态度对意图有显著影响

Fishbein 和 Ajzen^[16]指出,被感知的结果是有益且被赋予较高的评价时,人们更倾向于去做这件事情,对人们的行为产生推动作用,就是感知收益对意图的影响。

而 Chiou^[8]认为感知风险是影响消费者关于是否购买盗版数字产品决策过程的重要因素之一。当某个行为导致的结果被预感是有弊无益并需要为之承担责任、付出代价时,人们更倾向于不去做这件事情,这就是感知风险对意图的影响。

为了检验感知收益与感知风险对意图产生影响的同时是否改变消费者对盗版电影的态度,由此假设:

H3:观看盗版电影的感知收益对个体面临盗版电影的态度有显著影响

H4:观看盗版电影的感知风险对个体面临盗版电影的态度有显著影响

网络上流传的各种盗版电影大多是通过在电影院非法进行二次拍摄所得到的,其画质与音效参差不齐,效果无法同正版电影相比。不同的个体消费者对观影体验的要求不同,对待盗版电影的态度也应有所差异。因此假设:

H5:盗版电影质量对个体面临盗版电影的态度有显著影响

我国现有很多登记信息不全的小型站点,为了获得流量拉动广告收入,经常上传一些盗版电影来吸引用户观看,并且运用各种搜索引擎优化发布大量的外部链接来增加站点被访问的可能性。当互联网充斥着这种类似站点,盗版电影变得非常容易获取,则会相应地增加盗版电影被观看的意图。可以推导出当用户在浏览互联网页面时,遇到盗版电影相关信息会促进用户的观看意图。因此假设:

H6:网络盗版电影的可获取程度对意图有显著影响

互联网的多途径传播给打击盗版带来了困难,而作为互联网应用最为广泛的社交应用,无形中在盗版电影的传播中起到了推波助澜的作用。互联网的多重渗透以及社交网络的重重交替给盗版电影的传播提供了良好的契机,因此假设:

H7:社交网络的传播对盗版电影的可获取程度

有显著影响

H8:网络渗透对盗版电影的可获取程度有显著影响

网络盗版电影的获取受多方面因素影响。国家出台相应的政策法规加大版权保护力度,一定程度上表明其对数字盗版产品的态度发生了转变,对盗版电影由初期的放任到逐渐模棱两可,再到现在严肃处理,其中最大的体现就是在对盗版的惩罚力度上。当国家对某种行为的制止上升到法律的高度时,那么则会产生相应的威慑力。因此假设:

H9:惩罚力度对盗版电影的可获取程度有显著影响

综上所述,本文的结构方程模型如图1所示。

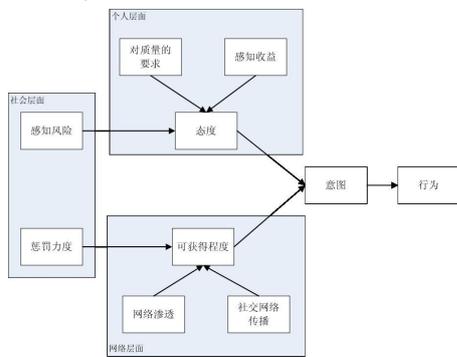


图1 结构方程模型

三、研究方法

(一)变量测量

综合国内外相关领域的变量测量,并结合国内的实际情况,设计出用来测量上述研究模型10个变量的量表。每个变量包括2-4个测量指标,每个指标采用5点李克特法(Likert)来测度其值,将“很不同意”到“很同意”分别赋值为1-5分。

(二)数据收集

本文通过在“问卷星”发送电子问卷的方式收集数据。数据收集完毕之后通过检验问卷填写时间、是否IP地址重复、是否出现问卷填写逻辑矛盾以及是否出现明显规律性数据等多个方面筛选不合格问卷,最终收集有效分卷214份。

(三)信度分析

将所收集的有效数据进行信度分析,通过检验克朗巴哈(Cronbach Alpha)系数的大小来验证所测结果的可信度与稳定性,也即同一问卷受测者在多

次重复检测所得结果的一致性。各变量克朗巴哈系数如表1所示。

表1 信度分析

研究变量	克朗巴哈(Cronbach's Alpha)系数
感知收益	0.805
对质量要求	0.928
态度	0.861
感知风险	0.755
惩罚力度	0.769
获取程度	0.920
网络渗透	0.841
社交网络传播	0.755
意图	0.869
行为	0.920

所得数据克朗巴哈系数均大于0.7,表示问卷信度良好,适合进行下一步的数据分析。

(四)效度分析

首先进行相关性检验,本文采用KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)检验与巴特利特球体检验,用于探查变量间的偏相关性,它比较的是各个指标间的简单相关和偏相关的大小。结果如表2所示。

表2 效度分析

取样足够度的 Kaiser-Meyer-Olkin 度量		.895
Bartlett 的球形度检验	近似卡方	4532.070
	df	253
	Sig.	.000

结果表明KMO值为0.895,巴特利特球形检验的结果显著。这些数据表明适合进行后续的因子分析。经过检验发现,各项指标在各自归属的因子上负载都比较高,而在其他非归属的因子上负载都较低,表明量表具有很好的收敛效度和判别效度。

四、统计结果分析

使用LISREL8.7对模型进行验证,测量结构方程中变量与变量之间的关系以及变量与各测量指标之间的关系,最终通过观测变量之间的路径系数来对假设进行验证。路径系数如图2所示。

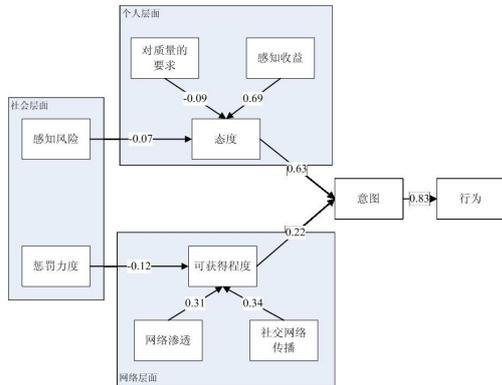


图 2 路径系数

假设 H1 意图对行为具有显著影响得到检验,跟之前的学者得到的结果相一致,表明观看盗版电影的意图会极大地促使个体进行相应的行为。假设 H2 态度对意图具有显著影响得到验证,表明个体消费者对盗版电影的态度会对其观看盗版电影的意图有明显影响。诚然,一个拥有极高版权意识的消费者对盗版电影的态度显然是消极的甚至是排斥的,那么其选择在网络观看盗版电影的意图也并不明显。假设 H3 感知收益对态度有显著影响得到验证,正是因为消费者能够通过观看盗版电影获得某种程度上的感知收益,其对盗版电影的态度才会显得更加积极。假设 H4 感知风险对态度有显著影响并没有得到验证,这一结论与之前学者的相关研究结果并不相符,通过互联网观看盗版电影并没有带来任何潜在的感知风险,国内通常觉得这是一件习以为常的事情,不会有任何顾虑。即使某些站点充斥着各种各样的广告、弹窗等等,也只不过给影片观看者带来一定程度的打扰,并不需要承担任何潜在风险,因此,虽然假设并没有得到验证,但是其结果更加贴近实际情况。假设 H5 对盗版电影质量的要求对态度有显著影响并没有得到验证。是否是由于样本来源绝大部分为大学生群体——一群没有稳定收入来源的团体,因此价值意识比较高,更加注重所谓的性价比,对盗版电影的画质、音效要求并不明显,而更多地关注电影内容情节,因此假设并没有得到验证。假设 H6 对盗版电影可获得程度对意图有显著影响得到验证。当网络环境中充斥着各种各样的盗版电影,对部分版权意识不明显的消费者产生冲击,左右其决策,最终选择盗版电影而非正版电影。假设 H7 社交网络的传播对可获得程度有显著影响与假设 H8 网络渗透对可获得程度有显著影响均得到验证,说明盗版电影在网络上的传播方式多种多

样,一旦某部电影有盗版流出便会以燎原之势迅速扩散。假设 H9 惩罚力度对盗版电影的可获取程度有显著影响并没有得到验证,说明版权保护相应的法律法规及其对应的法律威慑力尚未形成,仍有许多非法站点明知违法却仍然铤而走险并以此谋取利润。

五、结论与建议

研究结果启示管理层应当思考如何有效地减少网络盗版。影响网络盗版传播的诸多因素,主要分为三个层面:个人层面、网络层面、社会层面。其中社会层面的两个变量“感知风险”与“惩罚力度”并没有对相应的因变量产生显著影响。当前我国的版权保护法相应的威慑力并没有完全形成,一方面对已经存在的盗版电影行为不能进行有效的惩罚;另一方面对暂未形成的盗版行为,但存在相应意图即将观看盗版电影的个体不能进行有效的制止。因此,从法律角度来启发管理层未来应当是有效推进相应法律法规的实施,构建对应的问责体系,树立版权保护法的神圣地位。

其次,从盗版电影传播的网络环境而言,一旦盗版电影在互联网出现,其传播速度快且形式多样,有些盗版电影甚至从线上蔓延到线下,仅仅依靠技术手段无休止地查封网站显得低效与被动,因此这绝对不是一种有效的管理方式。工业和信息化部应当加大对互联网站的管控力度,在站点申请、日常监控等方面做好工作。公安部、文化部协同合作对非法建立并运营的盗版电影网站进行查封,同时依据法律法规追究侵权人的法律责任。

最后从个体角度而言,消费者是整个盗版电影传播的最后一环。最有效减少盗版的方法只有从用户出发,树立消费者的版权意识,降低潜在的盗版需求。当然这项任务不可能一蹴而就,相应的工作需要各方面的协同并进。国内清除盗版电影的行动已显现星星之火的燎原之势,相信在各界的共同努力之下,可以尽快地从互联网上清除盗版电影。

参考文献:

[1] Ajzen I. The theory of planned behavior [J]. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, 1991, 50 (2):179 - 211.

[2] Hunt S D, Vitell S. A General Theory of Marketing Ethics [J]. *Journal of Macromarketing*, 1986, 6(1):5-16.

[3] Limayem M, Khalifa M, Chin W W. Factors motivating

- software piracy: a longitudinal study [J]. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 2004, 55(4):414-425.
- [4] Triandis H C, Bontempo R, Villareal M J, et al. Individualism and Collectivism: Cross-Cultural Perspectives on Self-Ingroup Relationships [J]. *Journal of Personality & Social Psychology*, 1988, 54(2):323-338.
- [5] Banerjee A V. A Simple Model of Herd Behavior [J]. *Quarterly Journal of Economics*, 1992, 107(4):797-817.
- [6] Tan C P, Edwards C. Sliding mode observers for detection and reconstruction of sensor faults [J]. *Automatica*, 2002, 38(10):1815-1821.
- [7] Sims R R, Cheng H K, Teegen H. Toward a profile of student software pirates [J]. *Journal of Business Ethics*, 1996, 15(8):839-849.
- [8] Chiou J S, Huang C Y, Lee H H. The Antecedents of Music Piracy Attitudes and Intentions [J]. *Journal of Business Ethics*, 2005, 57(2):161-174.
- [9] Mark Traphagan, Anne Griffith. Software Piracy and Global Competitiveness: Report on Global Software Piracy [J]. *International Review of Law Computers & Technology*, 1998, 12(3):431-451.
- [10] Swinyard W R, Rinne H, Kau A K. The morality of software piracy: A cross-cultural analysis [J]. *Journal of Business Ethics*, 1990, 9(8):655-664.
- [11] Limayem M, Khalifa M, Chin W W. Factors motivating software piracy: a longitudinal study [J]. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 2004, 55(4):414-425.
- [12] D'Astous A, Colbert F, Montpetit D. Music Piracy on the Web — How Effective are Anti-Piracy Arguments? Evidence from the Theory of Planned Behaviour [J]. *Journal of Consumer Policy*, 2005, 28(3):289-310.
- [13] Jack. Testosterone, cortisol, dominance and submission: Biologically prepared motivation, no psychological mechanisms involved [J]. *Behavioral & Brain Sciences*, 2004, 27(1):160-162.
- [14] David. Music therapy and neurological rehabilitation [M]. J. Kingsley Publishers, 2005.
- [15] 张红霞, 臧恒佳, 王晨. 大学生对盗版软件态度的实证分析 [J]. *青年研究*, 2003, (6):16-22.
- [16] Fishbein M, Ajzen I. On construct validity: A critique of Miniard and Cohen's paper [J]. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1981, 17(3):340-350.

【责任编辑:张西山】

Multidimensional Analysis of Internet Film Piracy in China

YE Jian-hua¹, QIU Zhi-wei²

(1. Research Center for Information Resources, Wuhan University, Wuhan, Hubei, 430072; 2. School of Management, Shenzhen University, Shenzhen, Guangdong, 518060)

Abstract: The spread of pirated movies not only causes enormous loss to movie industry, but also impedes the healthy development of society from the moral point of view. Based on the theory of planned behavior and the moral theory, this paper establishes a structural equation model to study the phenomenon and tries to validate it in light of China's unique network environment where film piracy is increasingly rampant. The results show that personal factors like the viewers' perceived benefits, requirement for film quality and their attitude greatly affect people's behavior of watching pirated movies. In terms of transmission, the communication attributes of Internet also help spread pirated movies. However, the legal system at social level and the corresponding punishment do not curb the spread of pirated movies. The findings suggest the relevant departments should crack down on film piracy in the right direction.

Key words: pirated movies; theory of planned behavior; ethical theory; network transmission