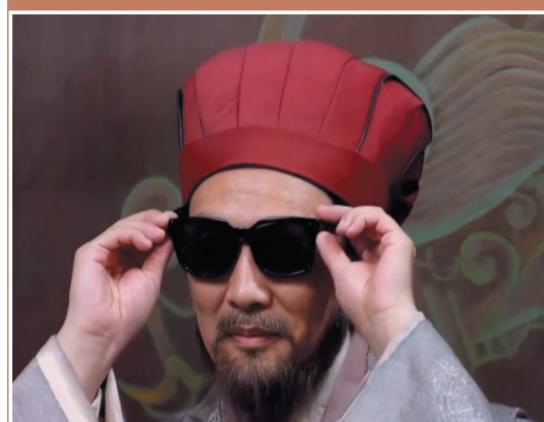




《甄嬛传》被“魔改”



甄嬛举枪(网络视频截图)

AI“魔改”诸葛亮戴上墨镜
(网络视频截图)《西游记》被“魔改”
(网络视频截图)AI“魔改”宝玉、黛玉打架
(网络视频截图)

透视AI“魔改”视频争议：

创意还是恶搞？

唐僧和孙悟空争当“话事人”、《甄嬛传》变成“枪战片”、《人民的名义》中沙瑞金和高育良开展魔法攻击……近段时间，一些AI“魔改”内容在短视频平台上引发争议。

所谓AI“魔改”，是指利用人工智能技术对原作品进行颠覆性改编的行为，常见于短视频、视觉创作等领域。

AI“魔改”是创意还是恶搞？边界到底在哪儿？如何更好规范治理，让AI技术更多“赋能”而非“跑偏”？

备受争议的“魔改”

“家人们，看着五指山压的是谁？如来老儿。当年压我500年，现在必须压他1000年。”孙悟空手举相机“现场直播”，在他身后，如来佛祖被压在山下……

看着短视频平台推送的内容，青海西宁市民李女士着实吓了一跳。“我和孩子一起刷短视频，看到这个视频画面流畅、人物说话嘴型丝毫不差，不仔细分辨，还以为是电视剧原有的画面。”

随着AI技术普及，一些视频博主将其变成猎取流量的工具，选取电视剧经典片段，剪辑成天马行空的剧情，以猎奇的画面、夸张的台词激发观众兴趣。

在一些短视频平台上，此类“魔改”短视频数据火爆，有的点赞量高达数万。部分账号起号半个多月，粉丝就已涨到10万多。不少做此类内容的账号，还会在视频里推荐AI网站、卖课，通过接广告商单、知识变现、创作者分成计划等方式获取收益。

AI“魔改”究竟是创意还是恶搞？

部分公众认为，一些“魔改”视频新奇好玩，是创意表达；但也有人强调，经典承载文化记忆，娱乐化改编应有底线。一些“魔改”行为未经授权，破坏了原作品的完整性和艺术价值，一代观众的集体记忆也有可能变得混沌。

“我家孩子只有12岁，正处于价值观建立的关键期，看太多这类视频，三观容易被带偏。”李女士说。兰州大学新闻与传播学院副教授谭泽明认为，AI“魔改”视频制造大量非真实信息，加剧了信息茧房效应。

有青年剧作家认为，影视经典既是一代人的共同记忆，也是文化传承的载体。如果《三国演义》张飞等人物形象被肆意扭曲，甚至被“魔改”成与原著精神内核相悖的形象，是对经典的亵渎。

2025年4月，浙江省高级人民法院公布一起“奥特曼形象AI生成侵权案”。浙江省杭州市中级人民法院审理认为，AI的发展导致可能出现针对经典IP进行“魔改”的不良行为，过度或不当的“魔改”可能扭曲历史记忆、文化遗产以及社会共识。

2024年12月，国家广播电视台总局网络视听节目管理司也发布管理提示指出，AI“魔改”视频为博流量，毫无边界亵渎经典IP，冲击传统文化认知，与原著精神内核相悖，且涉嫌构成侵权行为。

走热背后：门槛低、获利高

利用AI技术改编生成内容的技术门槛和经济成本并不高。记者试用多款软件发现，AI视频剪辑可以通过文本描述内容、上传图片与视频等多种方式生成。

随机打开一款AI生成软件，根据提示内容输入“根据西游记形象，让孙悟空和唐僧持枪互相攻击”，在“对口型”中选择“猴哥”……数十秒后，一条视频便生成出来。内容不仅流畅生动，人物形象和声音也与电视剧版无异。

此类AI生成软件大多需要付费，会员费用从几十元到一两百元不等。

记者看到，一款AI生成软件花费129元就能成为永久会员，可解锁文生视频、图生视频、AI绘画等功能。另一款应用只需98元就可成为永久会员，同样有口播视频、图生视频、照片跳舞等功能，已有一百余万次下载。

谭泽明认为，AI“魔改”频发背后，既有智能技术驱动的因素，也有平台算法的隐蔽驱动。

业内人士告诉记者，AI“魔改”

视频会给发布者带来流量曝光、粉丝增长、广告收入等效益。

一名博主在短视频平台发布了一条唐僧唱歌的AI视频，斩获近200万次转赞评，粉丝量迅速突破32万。“相比辛辛苦苦做原创，AI改编的视频流量会大很多，粉丝转化率也高出好几倍。”一名短视频博主透露说，一些短视频平台推出AIGC内容激励计划，进一步提升了博主的创作热情。

记者调查发现，短视频平台上还有不少以“投入低回报高”“低成本开副业”“不上班在家做视频就能赚钱”为噱头的博主，宣传提供AI生成视频、AI短剧制作相关培训，“短时间就能上手，少则几分钟、多则三小时即可成片，月薪一万起步”。

根据著作权法规定，未经著作权人许可，以改编、翻译、注释等方式使用作品的构成侵权行为。“不少AI‘魔改’视频的目的是为引流赚钱，已超出‘合理使用’范畴。”青海师范大学法学与社会学学院院长马旭东教授说。

如何加强治理

针对AI“魔改”乱象，国家广播电视台总局网络视听节目管理司督促短视频平台排查清理AI“魔改”影视剧的短视频，并要求对在平台上使用、传播的各类相关技术产品严格准入和监管，对AI生成内容做出显著提示。

记者调查发现，相较之前，短视频平台AI“魔改”现象有一定改善。

抖音相继发布《关于人工智能生成内容的平台规范暨行业倡议》《关于不当利用AI生成虚拟人物的治理公告》，明确表示不鼓励利用AI生成虚拟人物开展低质创作活动。在平台内相关视频下方会明确注明“作者声明：内容由AI生成”。

“流量思维驱动下，相关治理工作不可能一蹴而就。”谭泽明认为，针对利用AI“魔改”博取流量现象，短视频平台应切实承担起把关责任，对于涉及侵权甚至包含暴力、低俗恶搞等元素的不良内容进行限流或下架、封号。

“既不能阻断创作内容的创新，也要对相关著作权人的权利进行保护。”马旭东建议，相关行业协会也应发挥建设性作用，加强网络公益宣传，不断提高用户的媒介素养和对AI相关产品的法律意识；同时引导短视频平台技术向善，推出更多优质、健康的内容。

清华大学新闻与传播学院教授沈阳说，鉴于AI技术的复杂性和应用的广泛性，AI治理需要实现跨领域的协同。例如，AI生成音视频内容时，可与身份验证、行为分析等技术共同协作，以增强AI应用的合规性。科技公司、法律监管部门和伦理委员会等共同组成“技术共治联盟”，制定更全面、细化的治理准则。

中国政法大学传播法研究中心副主任朱巍认为，在AI技术飞速发展的今天，更需明确创新边界，重视知识产权保护，注重审美培育和文化尊重，让AI技术成为推动文化发展的新动力。

据新华社