

执法咨询委员会

第十届会议

2015年11月23日至25日，日内瓦

树立尊重知识产权的风尚：联合王国提高意识的教育举措

撰稿：*Elizabeth Jones*，大不列颠和北爱尔兰联合王国知识产权局知识产权执法政策顾问*

摘要

在当今的互联环境中，即便是青少年都是知识产权的消费者，他们独立地定期访问在线数字内容。他们也是知识产权的创造者，很多人会离开学校或大学，在依赖于知识产权创造的产业中选择自己的职业，并且将继续以自己的发明和创造为基础进行创业。因此，对知识产权有基本了解并且尊重他人的知识产权权利，就成为关键的生活技能。尽管如此，知识产权在我们的教育体系中仍然常常被忽视。对于联合王国知识产权局(UK IPO)来说，在我们树立知识产权意识的宣传工作中，第一要务是确保下一代具备在竞争激烈的世界中取得成功所需的知识，并且懂得尊重他人为开发新的产品、图像或音乐所付出的种种努力。本文阐述了联合王国知识产权局近期有关提高认识的教育举措，这将有助于青少年获得前述的知识和认识。

* 本文件中表达的观点为作者的观点，不一定代表 WIPO 秘书处或成员国的观点。

1. 联合王国知识产权局

1. UK IPO¹是联合王国负责包括专利、外观设计、商标和版权等在内的知识产权权利的机构。UK IPO牵头制定知识产权政策、就知识产权权利和责任教育企业和消费者、对知识产权执法给予支持，并授予联合王国专利、商标和外观设计等权利。UK IPO每年必须制定列出目标和重点的组织规划²。这些目标须经负责知识产权的部长同意，并向议会提交。

2. 当知识产权受到潜在消费者的尊重，并且消费者获取知识产权的合法利益受到权利人的尊重时，知识产权可以发挥最大效用。UK IPO 发挥了重要作用，确保有这样的基础设施，它在权利人遭受侵权时能够有效地维权，同时权利人理解他们应该发挥作用，为消费者以合法的方式获取他们的知识产权提供适当途径。这点对所有的知识产权来说都适用，但是数字技术对版权保护提出了特殊挑战，消费者并非总能理解非法获取数字内容的潜在危害，并且有可能会认为对访问加以限制或收取费用是不公平的。

3. UK IPO 为引入允许第三方有更大的自由度的版权例外所做的工作，有助于使知识产权制度兼顾创造者和消费者的利益，但它同时需要努力促进消费者更好地理解知识产权，弄明白为什么必须尊重他人的知识产权。出于这个原因，我们近年来一直将“确保知识产权得到尊重和适当实施”作为六大战略目标之一。

2. 了解受众

4. 2013/14 年，UK IPO 开展了若干项研究，以了解非法下载内容的问题，并探讨最佳方式，以便接触这些人群并鼓励他们谨慎考虑自身行为。

5. 最详尽的行为调查由UKIPO资助，与Ofcom共同合作，并由坎塔媒体³执行。这项研究分四个阶段进行，每个阶段大约调查了 5000 位消费者，最后一个阶段于 2013 年 5 月结束。调查涵盖了音乐、电视、电影、书籍、软件和视频游戏，人口取样代表的网民(12 岁以上)总人数为 4,450 万。

6. 坎塔研究凸显了非法下载模式的一些有趣事实。例如，绝大多数的侵权活动归咎于少数侵权者——79%的侵权内容归咎于名列前 10%的侵权者(占 12 岁以上互联网用户人数的 1.6%)。研究还发现，一向偏低的识别合法内容的信心度有所增加。这点非常重要。如果消费者不能确定正在使用的网站是合法网站，他们就无法轻易地做出正确的选择。调查还发现，最常见的非法下载者为 16 岁-24 岁年龄段的男性，该群体中有三分之一的人员曾以非法方式下载过内容。

7. 内部市场协调局发布的类似调查针对的是整个欧洲联盟⁴(EU)的群体的态度和看法。该调查发现，9%的欧盟公民报告说，在为期 12 个月的时间里，他们曾经有意访问、下载或通过流媒体获得互联网上的非法内容。不过，调查结论也指出，人口统计资料可以加深对此的了解，15 岁至 24 岁年龄段的人口中有 26%表示同期内曾访问、下载或通过流媒体获得互联网上的非法内容。

¹ <https://www.gov.uk/government/organisations/intellectual-property-office>。

² 2015 年组织规划见：<https://www.gov.uk/government/publications/intellectual-property-office-corporate-plan-2015-2018>。

³ 见“在线版权侵权”栏目下的文件：<http://stakeholders.ofcom.org.uk/market-data-research/other/telecoms-research/?a=0>。

⁴ <https://oami.europa.eu/ohimportal/documents/11370/80606/IP+perception+study>。

8. 这些研究发现的证据清楚地表明，处理非法下载这个问题需要对年轻消费者施加影响，这些年轻人或者正在访问大量非法内容，或者马上就要达到这么做的年龄。假冒和盗版不论对于创造者还是消费者，都是一个非常情绪化的话题。

9. 2013 年 6 月，UK IPO 开展了一些定性的分析研究，倾听作为知识产权消费者的受众的观点。这样做的目的是为了检验我们的信息，以确保 UK IPO 以他们能够理解的方式与之交流。研究人员听取了 92 名年龄在 13 岁至 45 岁之间的消费者的观点，他们的背景各异，有中小学生、工程师、技术工人、教师和教练、家长、销售人员等等。向他们提出的问题涉及他们对知识产权和侵权的态度、行为、看法，以及他们如何看待我们当前的消费者宣传活动，对今后的宣传活动有何建议等。

10. 这些消费者表示，在所有盗版和假冒活动中，下载是最糟糕的侵权方式。但他们也表示，非法下载不仅免费，而且速度更快，也更方便。他们认为购买假冒商品是轻罪。所有年龄段的人对购买任何假冒产品很少或几乎未表示法律或道义上的担忧。重点小组讨论时表明，围绕非法下载对经济的危害所形成的信息，从好的一面说，很可能导致漠视，从坏的一面看，会导致怨恨——针对那些被看作富人的人受到伤害的想法——音乐家、唱片公司和代理，这些信息完全没有引起对整体经济遭受损害的道义上的反应或担忧。

11. 从下一代着手做起被许多人认为是最有前途的方法。该项研究称，UK IPO 应考虑将工作的目标转向儿童和青少年，他们完全没有接触过非法下载，即便接触，也很有限。还有一种积极的应答是，为年轻人树立正面榜样，即儿童和青少年都很崇拜的流行乐手、艺人或体育明星。传递信息时应当侧重于下载的不利后果，同时指出合法的选项，并且可以使用年轻有为的艺术家或唱片公司代表，使活动更具吸引力。

3. 活动和运动

12. 2013/14 年，UK IPO 为此发起一场全国性的运动，向至少四百万受众宣传树立尊重知识产权的风尚的信息。本次运动利用研究中收集的观点，包括了一系列针对性很强的项目，以重点年龄组为目标，并与产业集团结成合作伙伴关系。本次运动以欣赏音乐、电影和创新的价值为基础，采取了正面的方式，负面的信息显示的是对个人的影响，而不是针对整个经济。运动的主要目标是使年轻人：

- 认识到知识产权对企业的价值；
- 认识到知识产权对自己未来职业的重要性；并且
- 对知识产权表现出更多的尊重。

13. 除此之外，还有众多媒体到场，以便使人们注意到 UK IPO 的工作和尊重知识产权的重要性。这场运动持续到 2014/15 年，并与通过行业合作促进尊重知识产权的部长级目标相结合：“与合作伙伴设计并开展使消费者和年轻人增进对知识产权的理解并且尊重知识产权的运动。运动第一年，将确保通过媒体获知信息的人数达到 400 万”。⁵2015 年 3 月底，该场运动已经通过电影和音乐产业的合作伙伴延及七百万人。

⁵ https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/319991/about-plan2014.pdf。

3.1 NANCY 和 MEERKATS



14. 针对我们年龄最小的受众，UK IPO 和 FunKids 电台结成了伙伴关系。FunKids 开发了针对 12 岁以下听众的系列广播剧，讲述 Nancy 和 Meerkats 的故事，这是一个试图成名却不断遇到各种知识产权问题的流行乐队。该系列剧以轻松的方式讲述了知识产权的方方面面，突出了人们对自己创造性成果的情感依赖，说明了为什么要尊重创造性成果。该系列剧的听众达 344,000 人，播客下载 963 次。该系列的第二季是 Meerkats 到联合王国各地进行“巡回演出”，于 2015 年初制作，得到了在线资源和当地故事的支持。

15. 关于 Nancy 和 Meerkats 的更多信息，请访问 FunKids 网站：
www.funkidslive.com/features/nancy-and-the-meerkats。

3.2 肖恩的最佳创意设计挑战

16. UK IPO 与阿德曼动画的合作关系由来已久，多年来一直为其主办最佳创意竞赛。竞赛以超级无敌掌门狗和小羊肖恩等动画人物为特色，得到了各方面资源的支持，旨在帮助教师在重点课程科目（数学、英语、美术、设计和技术）中引入知识产权。最佳创意向我们未来的创新者介绍知识产权的概念和保护创新及创造的重要性。虽然针对的是 4-16 岁的年龄段，但主要的兴趣群体集中在 8-14 岁的年龄段。2014/15 年竞赛收到的参赛条目超过了 3000。



17. 关于最佳创意竞赛的更多信息见：www.crackingideas.com。

3.3 KARAOKE 淋浴间

18. 卡拉 OK 淋浴间于 2013 年在始于曼彻斯特音乐节的现场巡回演出时推出。这个项目针对的是年轻人和青少年，卡拉 OK 淋浴间是一个小亭子，人们受邀到“淋浴间”里唱歌，并把唱歌视频放在社交媒体上。用户们了解到版权的重要性和联合王国音乐产业的价值。然后，可以利用这些来宣传我们尊重知识产权的信息，并推广其他产品。卡拉 OK 淋浴间已经走过 1,000 英里，作为 Big Music Project (联合王国为年轻人举办的音乐行业职业活动) 的一部分，迎来了 12,000 多名歌手。它曾被放置在学校、商场、活动现场和议会大厦里。

19. 关于 Karaoke Shower 的短片可从以下链接观看：www.youtube.com/watch?v=nNwktDM4uJU。

3.4 CREATING MOVIE MAGIC

20. Creating Movie Magic 向中学生提供各种教学资源，包括针对第三关键年龄段(11 岁至 14 岁)、用于支持关于设计和技术的知识产权教学的教学笔记、课程链接和各种活动。这样做的目的是使青少年了解版权对于创造性的价值和重要性，鼓励他们通过 FindanyFilm.com 这样的合法渠道，以合法的方式观看电影。



21. 孩子们可以使用他们通过上述资源学会的任何东西，形成一部短片的创意，以认可为了创建电影魔术而付出的辛勤工作和技能。获胜的故事图板——《僵尸仙女》——由阿德曼动画制作成动画片。该资源在 UK IPO 的支持下，由 Industry Trust 和 Into Film 开发。Creating Movie Magic 教师包的下载超过了 5,000 次，而《僵尸仙女》在 2014 年 Into Film 电影节期间的浏览次数达 270,000。

22. Creating Movie Magic 因为与 2014 年全国课程息息相关，荣获《时代教育增刊》令人艳羡的 5 星评级。

23. 关于 Creating Movie Magic 举措的更多信息，见 Into Film 成片网站：www.intofilm.org/creating-movie-magic。

24. 浏览《僵尸仙女》，请点击：www.youtube.com/watch?v=gQg00F7-Apo。

3.5 MUSIC INC 应用程序

25. Music Inc. 是一个可供下载的游戏，面向 14 岁至 18 岁的年轻人，目的在于使玩家见识什么是现代音乐产业，并对他们进行版权方面的教育。设计这款游戏是为了教育年轻观众认识到版权侵权带来的挑战，理解版权及其创造的收入来源所能带来的好处。通过与 UK Music 及阿德曼动画合作，我们的目标是设计一款游戏，通过它来展示音乐制作的各个阶段，强调盗版所造成的非常现实的问题。在游戏中，玩家选择艺术家，培育他们的才华，使之达到排行榜榜首，达到赚钱的目的。



26. Music Inc. 目前的下载次数已超过 20 万，并已遍布全球，包括雅加达、纽约、米兰、巴黎和马德里。76.9% 的玩家作出积极盗版的选择。

27. 该应用程序的预告片见：www.youtube.com/watch?v=05IneR4UHxQ。

4. 下一步怎么走？

28. 尽管已经开展很多举措，总可以在现有举措的基础之上加以改进并扩大。因此，我们在 2015 年不断推出新举措或对已有举措进行更新。

4.1 THINK KIT——针对第四关键年龄段(14 岁至 16 岁)的教育资源

29. 正在围绕某些课程开发新的教育资源，这些课程能够补充对知识产权知识和实践能力的理解并从中受益。这些资源的目标对象是商业研究、媒体研究、设计和技术等方面的第四关键年龄段的學生。开发资源时将利用 UK IPO 就当前联合王国中学进行知识产权教学的情况及教学实践的风格所开展的最新研究。这些资源将在 2015 年秋季推出，并放置在新的 crackingideas.com 网站上。

4.2 网站——WWW.CRACKINGIDEAS.COM

30. 2015/16 年 UK IPO 的组织规划中有一项部长级目标是“推出新的在线枢纽，汇集所有形式知识产权的教育资料，实现新网站访问量比原先的网站访问量增长 7.5% 的目标。”

31. 为了实现这一目标，新网站(www.crackingideas.com) 将把 UK IPO 以及主要合作伙伴的教育资源都整合到加强知识产权教育和支持的大旗之下。该网站面向教师(小学和中学)，将成为 UK IPO 各个方面的综合性门户网站，对联合王国及地方政府从 4 岁至 18 岁的课程提供支持，并就知识产权向学校提供建议和指导。该网站计划于 2015 年秋季推出。

4.3 CREATING MOVIE MAGIC 2——第二关键年龄段

32. Creating Movie Magic 2(第二关键年龄段)将向 7 岁至 11 岁的学生介绍电影内容创建及所有权的概念，鼓励他们尊重并在未来保护知识产权。相关资料将与课程相结合，重点是识字、设计与技术、艺术与设计等，并将方便在课堂上使用。

5. 结 论

33. 在当今的互联环境中，即便是青少年都是知识产权的消费者，他们独立地定期访问在线数字内容。他们也是知识产权的创造者，很多人会离开学校或大学，在依赖于知识产权创造的产业中选择自己的职业，并且将继续以自己的发明和创造为基础进行创业。因此，对知识产权有基本了解并且尊重他人的知识产权权利，就成为关键的生活技能。尽管如此，知识产权在我们的教育体系中仍然常常被忽视。对于我们来说，在树立知识产权意识的宣传工作中，第一要务是确保下一代具备在竞争激烈的世界中取得成功所需的知识，并且懂得尊重他人为开发新的产品、图像或音乐所付出的种种努力。

[文件完]