

知识产权与 艺术节



产权组织正在协助太平洋共同体秘书处、太平洋艺术文化理事会和所罗门群岛处理在举办太平洋艺术节过程中出现的各种知识产权问题。该活动每四年在不同国家举办一次，旨在展现该地区丰富多样的艺术、文化和知识。

产权组织的支持工作包括提供咨询意见，涉及如何应用传统知识产权法，以及根据《保护传统知识和文化表现形式太平洋区域框架》(2002年)和产权组织知识产权与遗传资源、传统知识和民间文学艺术政府间委员会(IGC)的工作，为保障传统知识和传统文化表现形式利益而采取的其他措施。

由Terri Janke主编的产权组织出版物《知识产权与2012年所罗门群岛第11届太平洋艺术节》可在网上获得：www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/tk/tk_fpa/tk_fpa_2012.pdf。



艺术节展现了世界各地丰富多彩的文化，以舞蹈、音乐、戏剧、电影、摄影、视觉艺术、工艺品等形式将悠久的传统和现代创造力融于一体。

从文化方面说，艺术节是一个社区认同的独特掠影，为振兴和保护文化习俗提供了机会，还可成为当代表演者的创意实验室。在社会方面，艺术节是加强文化内对话、借助共同经历加深理解的一种手段。在经济方面，艺术节能够创造可观的长期财政收益以及重要的商业和就业机会。

对知识产权进行有效的管理，是艺术节组织者维护和促进自己的利益以及艺术节参与者的利益而必须考虑的一项重要事宜。产权组织正与那些参与文化活动的组织者一同开展工作，为活动之前、期间和之后可能出现的各种知识产权问题，制定并应用适当的管理战略。

产权组织传统知识司对保护传统知识和传统文化表现形式尤为关注，因为这些内容在世界各地的艺术节上经常得到展现和分享。本简介指出了艺术节组织者面临的主要知识产权挑战，并对一项有效的管理战略应由哪些实际要素组成进行了概述。

知识产权风险

艺术家、表演者和手工艺者是所有艺术节的命脉。他们的文化表现形式吸引公众的兴趣，营造艺术节的声望。然而，如果没有适当的知识产权措施，艺术节的各种艺术表现形式——其中可能包含文化敏感内容——可能易被他人进行未经授权的或不当的使用。未经授权的行为可能有：

- 销售印有神圣舞蹈表演**图片**的明信片；
- 在旅游推广活动中使用传统表演的**视频剪辑**；

- 将受传统音乐启发的原创歌曲非法录制为**CD**；
- 用祖传编织方法制作的传统**舞蹈服装复制品**；
- 在无关之处以冒犯方式使用**仪式脸谱**。

而且，若缺乏一项经过审慎考虑的知识产权战略，艺术节观众可能会受骗购买赝品艺术品、工艺品及其他商品，活动本身的利益也会被那些搭艺术节声誉和知名度便车的机会主义企业破坏。

知识产权管理实践

一项积极的、具有前瞻性的知识产权战略可让组织对艺术节的知识产权和文化利益进行力度更大的控制。将知识产权各种工具结合起来使用，特别是版权和商标权——用于合同、协议、指导方针、通知、资格认证和获取条件(见下文)等，可以为保护知识产权(IP)，维护传统知识(TK)和传统文化表现形式(TCE)免受滥用提供一个全面的框架。

另外，对知识产权予以战略性使用，可有助于创造可观的收入，例如出售转播权、达成赞助和相关商品交易等。

知识产权关键领域

版权及相关权

版权法向原创作品的创作者提供若干专有权。这些权利包括复制权、发行权、公开表演权、向公众传播权、广播和电视广播权，以及将作品公布在互联网上的权利等。只有权利人可以允许或阻止这些行为。然而，尽管版权赋予对受保护的作品进行改编的专有权，但不阻止他人从中受到启发。在复制与启发之间划清界线往往很难。

在许多司法管辖区，原创作品的创作者也享有署名权和作品完整性的“精神权利”。例如，如果对作品的使用方式被认为有损创作者的声誉，创作者可以得到法律救济。

同样，表演者对作品的表演或对民间文学艺术的表达享有所谓的“相关”权。他们可以控制对其表演进行录制和传播，进行商业性利用等等。

兼顾各方利益的版权法还出于公共利益规定某些限制与例外(如一些管辖区的“合理使用”)。例如，通常允许观众为其个人私用目的拍摄艺术节表演的照片。

品牌与商标

滥用艺术节标志和销售假冒工艺品均属于严重的威胁，这在很大程度上可以通过注册商标或证明商标加以解决。商标注册一般授予阻止他人用相同或混淆性近似的商标生产或销售相同或类似产品的专有权。

商标注册为艺术节组织者打开道路，可以制定有效的营销战略，达成潜在获利的交易，为活动实现长期的财务活力。作为商标注册人，组织者可以更好地在现场和网上进行正宗产品促销，为艺术家和艺术节创收。组织者防止商标被抢注为域名的能力也得到加强，可以保护其网络存在，这是有力的艺术节营销渠道。

与艺术节相关的商标可以在艺术节所在的每个国家在多个类别注册。例如，商标可以在以下方面注册：节日(第41类)，录音制品(第9类)，出版物和相关商品，如视觉艺术、工艺品、图书等产品(第18、20、25、43类等)——参见商标注册用商品与服务国际分类(尼斯分类)。

艺术节品牌的保障措施

- 注册商标
- 获得域名
- 制定相关商品计划，确定艺术节产品范围
- 制定赞助计划，确定赞助范围和相关权利
- 在现场和网上建立官方零售点
- 监视网上市场，查找假冒商品

传统文化表现形式和传统知识

艺术节组织者可能还需要在现有的知识产权法之外采取一些补充措施，对某些参与者的文化利益进行保护，他们的艺术表现形式因其传统性而不能得到知识产权保护。例如，传统工艺品和设计以及许多仪式和庆典，在许多司法管辖区可能不符合知识产权保护标准。

到目前为止，除《世界知识产权组织表演和录音制品条约》(1996年)对民间文学艺术表现形式的表演规定了保护之外，对传统知识和传统文化表现形式尚没有国际保护。然而，艺术节组织者可以采取一些措施防止传统文化表现形式受到未经授权的利用。举例如下：

- 警示性**告示**，如“录像、摄影或录音设备不得入内”。这些告示通常张贴在现场，印刷在艺术节门票上，出现在网站和正式节目单中，可以帮助保护表演者的传统知识和传统文化表现形式利益，约束未经授权的使用。在表演之前，也可给予口头**警告**。
- 用**指南和协议**告知观众和记者必须尊重艺术节参与者的传统知识和传统文化表现形式。协议可用于确保传统知识和传统文化表现形式的保管人得到应有的署名，或者用于增进对某一表演神圣性的尊重。这种协议可以要求观众“摄影时请注意礼貌和敏感性：事先征得对方同意”，还可以指出“未经传统保管人的事先知情同意，不得对传统知识/传统文化表现形式进行任何使用、改编或商业化。”

- **媒体认证制度**，规定报道艺术节的条款和条件，确保媒体代表报名注册，并说明准备如何使用艺术节录制品。
- 采取措施，监督对官方**广播**的使用，打击侵权行为。广播机构为活动的独家报道支付大量费用。如果组织者想充分利用转播权销售，必须保证这种独家性。

付诸行动

为确保活动的知识产权政策得到有效贯彻，建议组织者与所有相关方，包括公众、媒体(摄影师以及印刷媒体、电视台和电台)、艺术节表演者和参展商签订(书面)合同。经常使用的形式有许可证、认证协议和表演者用的免责表。免责表用来告知表演者将如何使用录制品，为这种使用取得书面同意，规定保存和其他情况下的使用等长期用途。这种安排可以同时涵盖知识产权相关事项(包括商标、版权及相关权)和传统知识及传统文化表现形式权利和利益的相关事项(承认、保护并尊重持有人的利益)。合同也是使经济交易具体化的一种手段。例如可以规定：与持有人分享因利用传统知识/传统文化表现形式产生的利益；在海报上使用商业照片宣传艺术节；为维护文化目的向艺术节档案捐赠录制品等。

总之，举办艺术节是一项复杂的工作，其中涉及许多营销和管理要素。制定有效战略维护各方的知识产权和文化利益是这一工作的核心。就传统知识和传统文化表现形式而言，尽管传统的知识产权工具提供了某种程度的保护，但也需要为其制定一些配套措施，如文化协议、指南和通知。有效的知识产权管理战略有助于营造对文化的尊重，并为世界各地这些丰富多彩的文化庆祝活动创造经济机遇。

© WIPO, 2024年 / © ⓘ ⓘ 署名4.0国际 (CC BY 4.0) / CC许可不适用于本出版物中非产权组织的内容。
封面：Getty Images/Paper Boat Creative, Grant Frank / 产权组织 文号：RN2023-5-42H；DOI: [10.34667/tind.47875](https://doi.org/10.34667/tind.47875)

wipo.int