

农村公众对知识产权的认知度及关注度研究

谭英¹, 蒋建科², 万文凯¹



(1. 中国农业大学 人文与发展学院, 北京 100193; 2. 人民日报社, 北京 100026)

摘要:基于全国百余个村庄、千余份面对面调查问卷的数据,分析了农村公众获取知识产权信息的渠道和对知识产权信息的认知、意愿、关注、服务满意度及存在的问题,结果显示:在对知识产权信息的了解上,农村公众虽然有较强的意愿,但对相关政策及法律法规的知晓度极低;农村公众最信任的信息获取渠道是国家知识产权局专业网站;农村公众中,偶尔看听知识产权保护类信息的居多,必看必听的极少。在运用知识产权的过程中,农村公众遇到的主要问题有三个方面:(1)知识产权保护意识和水平比较低;(2)缺乏尊重他人知识产权的意识;(3)不知道如何使用知识产权相关信息。农村公众最希望解决执法水平低、维权成本高和惩处力度低等问题。

关键词:农村公众;知识产权;知识产权认知度;知识产权关注度

中图分类号:F302.5;DF523

文献标识码:A

文章编号:1009-9107(2017)01-0144-06

引言

知识产权指的是权利主体对其智力创造的各种成果所依法享有的专有权利^[1],而农业知识产权则是指存在或运用于农业领域的知识产权,强调智力成果的涉农性^[2]。作为法律制度的知识产权,其立法目的在于保护智力创造者的权利,维系社会正义;促进知识广泛传播,有效配置智力资源,这即是正义与效益的双重价值目标^[3]。

以知识产权制度确立为前提的知识产权保护在文化建设中的作用自不待言,在经济建设方面,知识产权保护制度在激励创新、优化创新资源的配置、保护投资者利益、促进技术和创新知识的传播与利用、促进国际间经济和技术交流与合作等方面成效显著^[4]。相关实证研究表明,我国知识产权综合发展水平总体增长平稳,中西部地区增幅较大,东部地区增速出现减缓趋势^[5]。知识产权保护强度与经济增长高度相关,保护强度100%的提升将会带来21%

经济增幅^[6]。但是知识产权保护在“三农”领域中的重要性极易受到忽视,尤其是农业知识产权保护,其为发展现代农业、培养新型农民提供了动力源泉^[7]。加强农业知识产权保护有利于保障农产品市场秩序、提高农产品的市场竞争力^[8];有利于更好地发展农业高新技术、提高农业生产的综合竞争力,为农业增产的实现提供可靠保障^[9]。具体来说,加强植物新品种保护、优化农产品商标及地理标志保护、重视民间文学艺术的知识产权保护尤为重要^[10]。

然而,课题组在调研中了解到,有些农村在发展特色养殖和种植时就受到了侵权的困扰,但大多“被侵权者”都选择沉默,并非他们不想维权,而是确实不知道怎么维权,甚至由于某些原因根本无法维权。民间要求加大对知识产权侵权行为惩处力度的呼声越来越高,国家对保护知识产权相关法律、条例的界定也越来越明晰^[11],但仅有法律的威慑还不行,如何提高农村公众的知识产权保护意识、遇到问题能够主动维权、并有效率地解决问题,可能是当今新农

收稿日期:2016-10-14 DOI:10.13968/j.cnki.1009-9107.2017.01.20

基金项目:国家知识产权局软科学研究项目(SS15-B-12)

作者简介:谭英(1964—),女,中国农业大学人文与发展学院副教授,博士,硕士生导师,主要研究方向为乡村传播与农村发展。

村建设中应关注的重点工作之一。

“知识运用是运用知识解决实践问题,在此过程中学习者经由对公共知识的内化、转化、外化、习俗化进而实现认知层面与实践层面的知识创新”^[12]。在当今新媒体时代和多元文化交集的时代,要想提高农村公众知识产权的保护意识和运用知识产权的能力,首先需要了解农村公众对知识产权相关知识的认知和关注状况,以便解决现实问题,助推农村的经济发展。为了较为科学地评估基于媒体的农村公众对知识产权的认知度、关注度及实践中遇到的问题,本研究从认知原理及传播效果的角度入手,主要从公众认知取向和实践取向运用知识的过程或心理效果层面(认知、情感、意愿、关注、满意等)分析受众认知、关注和运用知识产权的能力。认知是关于受众对事物作用的了解;情感是关于受众对事物的态度;关注是关于受众对事物采取的行动,如最相信的渠道、最关心的信息等;意愿是关于受众对事物采取的行动的驱动力;满意度是关于受众采取行动后的评价。近年来数字传媒发展迅速,农村公众如何借助媒体获取相关信息,并运用知识产权更好地保护产权人的利益,了解农村公众对知识产权的认知度、关注度及其实践运用中存在的主要问题,并有针对性地提出相关建议,为相关政府部门及农村发展者提供决策依据。

一、研究方法与研究对象

采用偶遇方法选择样本,结合定点村庄进行面对面问卷调查,共发放1200份问卷,收回有效问卷1187份,问卷有效率达99%。共涉及26个省4个直辖市,118个市的53个乡镇147个村庄(见图1)。调查对象主要集中于东部的北京、天津、河北、山东、辽宁、浙江、广西等乡村,中部的山西、河南、湖北、湖南、安徽等地乡村,西部的四川、重庆、陕西、甘肃、新疆等地的村庄。在调查对象的年龄分布上,主要以年轻人为主,35岁以下人数占比达到66%,36~50岁的占24%。从调查对象的文化程度分布来看,本科及以上学历占37.5%;高中、中专至大专学历占比近32%;初中及以下学历占30.5%。从被调查者的职业分布来看,在校大学生占比最高,占24.94%;

其次是企业工作人员,占比约为15%;种、养殖户占比10.91%,位居第三;从事其他职业的公众诸如中小学教师、生意人、村干部、农技员等占比近50%。对获得的调查数据采用Spss软件进行统计分析。

偶遇抽样又称为便利抽样,其依据是认为被调查总体的每个单位都是相同的,因此把谁选为样本进行调查,其调查结果都是一样的,而事实上并非所有调查总体中的每一个单位都是一样的。因本研究的内容是基于媒体的公众知识产权保护意识的认知研究,在调查总体中各个单位接受大众媒体大致相同的情况下,了解农村、职业等公众对知识产权保护意识的认知度,从空间的不同方向和方位对他们进行抽样调查,比较适宜采用偶遇抽样法。同时配合对某地区定点单位公众进行概率抽样面对面地问卷访谈,获取第一手资料。当然,由于每一个体文化背景差异较大,可能会出现没有足够的代表性的嫌疑,不过从另一个角度而言,可以比较真实地反映公众从媒体获取知识产权信息的基本现状,对本研究内容有较大的帮助。

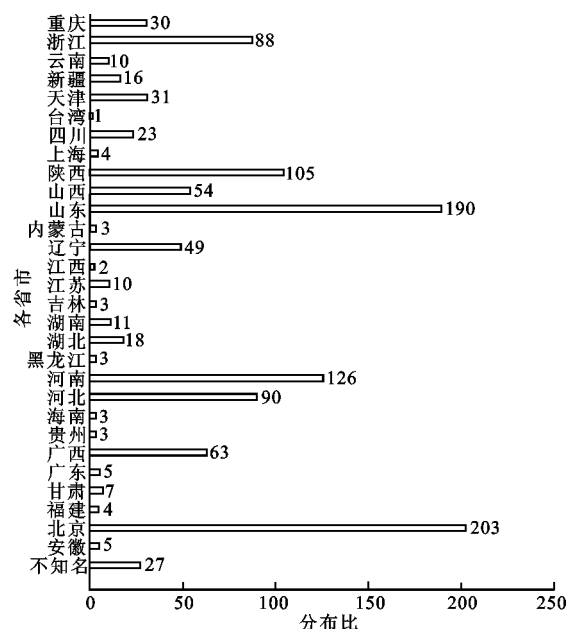


图1 调查对象涉及的省市区分布

二、农村公众对知识产权的关注度及运用能力

(一)农村公众了解知识产权相关信息的意愿
本研究把公众了解知识产权相关信息的意愿划

分为“愿意”“不愿意”“说不清楚”“无所谓”四个等级。

需要说明的是,“说不清楚”与“无所谓”虽然都是不明确选项,但前提不同,“说不清楚”的前提是对知识产权毫无了解,“无所谓”的隐含意思是对知识产权概况略有所知但其知识产权保护意识比较薄弱。

数据显示,有 63.18% 的公众表示愿意了解知识产权方面的信息,明确表示不愿意了解这方面信息的公众不多,占比为 2.27%,选择“说不清楚”选项的公众占比近 11%,表示“无所谓”的公众占比 23.64%。

表 1 农村公众对知识产权保护的相关政策及法律制度的知晓度 %

相关法律	不了解	了解一点	比较熟悉
《国家知识产权战略纲要》	68.64	30.00	1.36
《中华人民共和国专利法》	60.00	38.18	1.82
《中华人民共和国商标法》	70.91	27.73	1.36
《中华人民共和国著作权法》	61.36	36.82	1.82
《信息网络传播权保护条例》	60.00	38.16	1.84

2. 农村公众对知识产权作用的认知。本研究预先提出了知识产权的 17 个作用,让公众作出选择。图 2 的数据表明,有 18.64% 的公众认为知识产权的最重要的作用是获取许可收益,紧随其后的是提高企业市场竞争力,选择占比为 15.45%。除这两个被选率较高的作用之外,还有“自己应用”与“提高企业市场影响力”得票率都在 8% 以上。

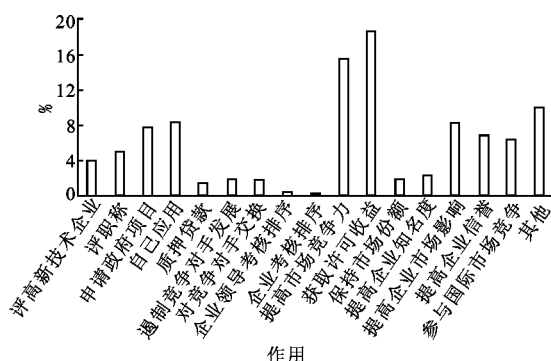


图 2 农村公众对知识产权重要作用的认知

(三)农村公众对知识产权信息的关注度

1. 公众获取知识产权信息的渠道。数据显示,农村公众最常用来获取知识产权信息的三个渠道为网络、电视台和报纸,其中,电视台占比 68.91%、计算机网络占比 65.13%、报纸占比 29.83%(见表 2)。

(二)农村公众对知识产权保护的相关政策及法律制度的认知

1. 农村公众对知识产权保护的相关政策及法律制度的知晓度。课题组选取了 5 部与公众生活较为贴近的法律,分别为《国家知识产权战略纲要》《中华人民共和国专利法》《中华人民共和国商标法》《中华人民共和国著作权法》《信息网络传播权保护条例》,以此调查公众对相关法律政策的知晓程度。

数据显示,农村公众对法律、条例的认知水平较低。大多数公众对这些法令一无所知,对此较为熟悉的公众占比都未超过 2%。就单部法律来看,对其不了解的公众占比都超过 60%(见表 1)。

表 2 公众获取知识产权信息的渠道(三项选择)

渠道	选择占比 (%)
乡政府	10.92
邻居	9.66
村能人	12.18
农技员	3.36
集市	3.33
报纸	29.83
宣传册	11.34
图书	18.07
电台	11.76
电视台	68.91
朋友	20.59
网络	65.13
国家知识产权及网站	10.92
电话	4.20
商店	0.42
其他	10.50

可以看出,电视台仍是农村公众获取知识产权信息第一大渠道,网络紧随其后,报纸重要性虽然降低了一个等级,但仍不可忽视,位居第三。除此之外,乡政府、村能人、图书、宣传册、国家知识产权局网站都在知识产权信息传播方面起到不可替代的作用,这将在传统媒体影响力下降后,提高农村公众知识产权运用能力的重要途径。

2. 公众最相信的渠道。调查显示,对于获取知识产权相关信息,35%的农村公众最为信任的渠道是国家知识产权局网站,其次就是电视台,选择占比在30%左右(见图3)。

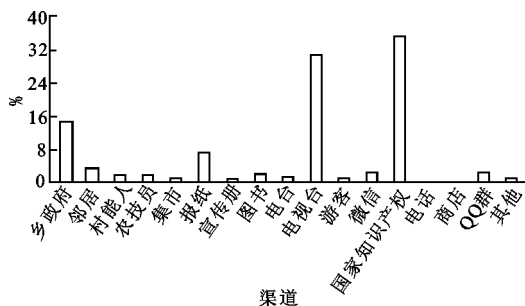


图3 公众最信任的获取知识产权信息的渠道

除这两个占绝对优势的渠道之外,乡政府这一独特的渠道表现亮眼,得票率仅次于国家知识产权局网站和电视台,公众对其认可程度接近15%。此外,农村公众对报纸这一传统媒体的信任度也较高,排在第四位。

3. 农村公众对知识产权保护类信息的关注。本研究把公众对知识产权保护类信息的关注度分为四个等级,分别是必看必听、常常看听、偶尔看听和不看不听相关信息。数据显示,在农村中,偶尔看听知识产权保护类信息的公众最多,占76.82%;必看必听相关信息的公众仅占1.36%;常常看听此类信息的公众占4.55%;明确表示不看不听知识产权保护类信息的公众占17.27%。

4. 最关心的知识产权信息。从具体数据来看,农村公众对于政策法规类信息受关注度相对较高,占比在30%上下。关注“专利侵权与法律责任”方面的信息公众占比在18%左右。但是,明确表示不关心知识产权类相关信息的公众占比达到18.64%(见图4)。

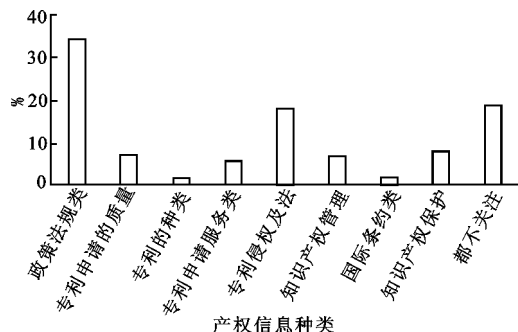


图4 公众最关心的知识产权信息

(四)农村公众对知识产权信息服务的满意度

数据表明,在农村,对媒体提供的知识产权服务基本满意的公众人数最多,占比为81.82%;明确表

示对知识产权相关服务不满意的公众占比17.99%;非常满意此类服务的公众仅占比0.45%。

调查中了解到,明确表示对媒体提供的知识产权相关信息不满意的公众有两种:一类是没有现实需求,又想接受这方面信息,但媒体提供信息不足;另一类就是有实际需求,但媒体没有提供与其需求相关的信息。

(五)农村公众运用知识产权过程中遇到的主要问题

1. 公众遇到的问题。知识产权保护水平低、缺乏尊重他人知识产权意识、不知道如何使用知识产权相关信息是公众遇到的三个主要问题。

表现在农村公众遇到知识产权问题时不知道怎样使用;同时,农村公众对于“缺乏尊重他人知识产权意识”的反应较为突出,占比近26%;此外,有9.55%的农村公众认为技术水平不高是他们遇到的主要问题(见图5)。

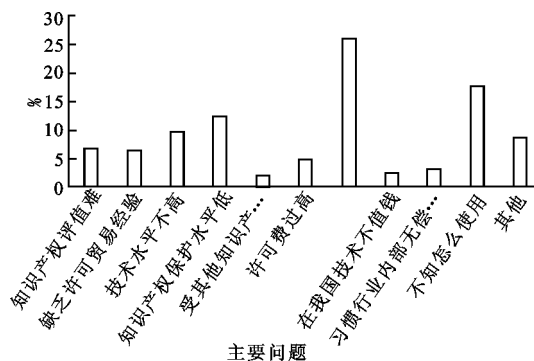


图5 农村公众遇到的问题

2. 最希望解决的问题。数据显示,农村公众最希望解决的问题主要集中在执法水平、维权成本、惩处力度三个方面(见图6)。

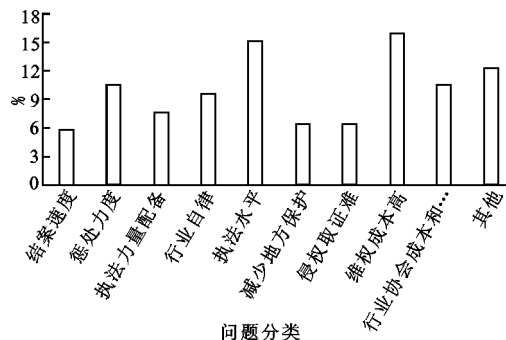


图6 公众最希望解决的问题

对一些相对深入的问题,反应则相对较少,如结案速度问题显然只有参与过此类案件的公众才有发言

权;再如侵权取证难也是相对专业的问题,不过这两个问题在农村有近 6% 的公众反映。

三、结论与建议

(一)研究结论

1. 在对知识产权信息的了解上,农村公众有较高的意愿,占 63.18%,有超过 20% 以上的公众持无所谓的态度。

2. 农村公众对相关政策及法律制度的知晓度极低,对一些常识性法律较为熟悉的公众不超过 2%。

3. 农村公众认为知识产权重要的作用是获取许可收益、提高企业市场竞争力、自我应用和提高企业市场影响力。

4. 农村公众获取知识产权信息渠道的偏好是计算机网络、电视台和报纸,但公众最相信的渠道是国家知识产权局专业网站。

5. 农村公众中,偶尔看听知识产权保护类信息的公众最多,占 76.82%;必看必听相关信息的公众仅占 1.36%;明确表示不看不听知识产权保护类信息的公众占 17.27%。

6. 在运用知识产权的过程中,农村公众遇到的主要问题有三个方面:(1)知识产权保护意识和水平比较低;(2)缺乏尊重他人知识产权的意识;(3)不知道如何使用知识产权相关信息。农村公众最希望解决执法水平低、维权成本高和惩处力度低三个问题。

(二)建议与对策

大多数农村公众认为知识产权与自己的生活毫不相关,其实这种看法比较偏颇,我们每时每刻都在享受知识产权给这个社会带来的好处,所用到的东西也多多少少会涉及到知识产权。如果公众对知识产权相关信息不闻不问,直接原因有二:(1)公众感觉没有实际用途,即使有部分公众认为知识产权的作用是获取许可收益,但可能也并不知道如何去获取;(2)由于农村公众文化知识水平普遍较低,对于比较枯燥乏味的相关产权和政策条文理解困难。为此提出以下几点建议:

1. 电视、互联网、手机媒体应加强向农村公众传播与其生活相关的或感兴趣的内容,提高公众对知识产权的认知度,增加知识产权信息的吸引力。

2. 注重知识产权信息传播的通俗度,培育农村公

众的知识产权保护意识。如增加知识产权方面的案例研究,让公众切实感受到知识产权的作用。有必要时,可以针对某些有特殊需求的农村,比如发展特色养殖与种植、民间艺术产业化的村庄,定期举办知识产权运用能力培训会,现场解答公众提出的问题并及时做出解决。

3. 借用新媒体加强知识产权保护意识和应用能力的培育。计算机网络已经成为农村公众第一大信息来源。利用互联网及微信等新媒体的传播优势传播或转载知识产权信息,举办生动有趣的相关活动,鼓励农村公众积极参与面,调动其学习和运用知识产权的能力。

4. 发挥乡政府及村委会的“上传下达”的作用。数据显示,乡政府是农村公众获取知识产权信息第三大权威信息来源。为此,可发挥乡政府执行力的作用,以宣传册、农村集市或文化娱乐活动为载体宣传知识产权信息,引导公众充分利用国家知识产权局官网这一权威资源库。

5. 国家知识产权局网站的设计要简单明了,相关信息要及时更新。公众只要有需求就能打开官网进行相关信息的查询。

6. 针对公众反映的问题做出积极回应,重视知识产权保护大环境建设,从根本上激发农村公众获取知识产权信息的动力,提升农村公众知识产权保护意识和运用能力。

农村公众了解知识产权相关信息的意愿度较高,但公众运用知识产权能力比较弱。执法水平低、维权成本高、惩处力度不够,是公众集中反映的三个问题。这些问题得不到妥善解决,一会丧失法律尊严,损害群民利益;二是容易让公众产生消极心理,不利于保护知识产权大环境的建设。

7. 提升执法队伍的理论素质与业务能力是提高执法水平的关键,要让相关执法人员定期进行培训学习;弘扬正气、勤政廉洁,加强其自身的职业道德建设;强化制度建设,完善监控制约机制,让全民监督;拓宽公众反映问题的渠道,疑难问题让高水平的执法机构来解决。其次要努力降低公众维权成本。建立公平、合理、透明的维权收费标准,要在总结各地经验和在充分调查研究的基础上,对现存收费进行适当调整,使收费标准尽可能公平、合理;限制维权隐性成本

和不正当成本;增加维权过程的透明度和公开化,对维权机关和组织的工作人员建立严格的监督制约机制。

总之,在当今信息时代,加强农村公众知识产权保护意识和提高其运用知识产权能力方面的宣传的力度,仍然是首要的问题。其次,更完善地平衡农村公众与知识产权者的利益,建立利益联动机制也很必要;其三,要加强知识产权文化建设,多举推动农村公众知识产权保护意识的提升。

参考文献:

- [1] 郑成思. 知识产权法[M]. 北京:法律出版社,2007:90-92.
- [2] 杨晓娟,樊志民. 农业知识产权制度的审视与完善[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版),2016(3):142-148.
- [3] 吴汉东. 知识产权本质的多维度解读[J]. 中国法学,2006(5):97-106.
- [4] 陆幼雅. 论知识产权制度在经济发展中的作用[J]. 财贸研究,2003(3):121-124.
- [5] 国家知识产权局. 2015年中国知识产权发展状况报告, [EB/OL]. [2016-06-08]. 中国财经网, <http://www.cfen.com.cn/>.
- [6] 廖远强,王斌会. 知识产权保护对经济增长的促进作用分析[J]. 商业时代,2011(7):101-102.
- [7] 庄道元,陈超,张蕾. 新农村建设中农业知识产权保护问题的研究[J]. 科技管理研究,2010(7):183-184.
- [8] 刘秀. 促进社会主义新农村建设——以农产品地理标志的知识产权保护为视野[J]. 特区经济,2010(10):161-163.
- [9] 贺骁勇. 农业知识产权保护与新农村建设[J]. 西北农林科技大学学报(社会科学版),2008(2):1-4.
- [10] 张轩. 发挥知识产权保护在新农村建设中的重要作用[J]. 国家行政学院学报,2007(2):64-66.
- [11] 王晓燕. Akamai案审理对云计算方法专利侵权判定的启示[J]. 重庆邮电大学学报(社会科学版),2016(6):44-52.
- [12] 张琼. 知识运用与创新能力培养——基于创新教育理念的大学专业课程变革[J]. 高等教育研究,2016(3):63-64.

Research on Rural Public's Awareness and Attention of Intellectual Property Rights

TAN Ying¹, JIANG Jianke², WAN Wenkai¹

(1. College of Humanities and Development Studies, China Agricultural University, Beijing 100193;

2. People's Daily, Beijing 100026, China)

Abstract: Under the historical background of the multicultural integration and new media, acquainting the rural public's awareness and attention of intellectual property rights is important to help them to improve their consciousness of IPR protection and ability of rights protection, solve their problems efficiently. Based on the data of a face to face questionnaire with a thousand people from more than one hundred villages in China, this article analyzed the rural public's access to information and intellectual property awareness of intellectual property information, willingness of attention, satisfaction of service and the existing problems. The results of research show that, the rural public has a high willingness to acquaint intellectual property information, but a low awareness of related policies and laws. The professional web site of the state intellectual property office is the rural public's most trusted information access. Most of the rural public get acquaint with the protection of intellectual property rights occasionally, while only few people think it is necessary things for them to read and listen in. In the process of rural public using intellectual property rights, there are three main questions: low level of protection and consciousness of intellectual property rights, lack of the awareness to respect for others' intellectual property rights and no idea how to use the information related intellectual property. There are three important problems that rural public most want to solve: low level of law enforcement, high costs for right protection and weak penalties.

Key words: rural public; intellectual property rights; rural public awareness; rural public attention