

# The Copyright Protection of TV Program Format

Ying Guo, Tianchong Yao

College of Humanities and Law, Northeastern University, Shenyang Liaoning  
Email: guoguochen93@sina.com, yaotianchong@126.com

Received: Jul. 4<sup>th</sup>, 2017; accepted: Jul. 21<sup>st</sup>, 2017; published: Jul. 24<sup>th</sup>, 2017

---

## Abstract

TV, one of the traditional four media, is closely related to human life. With the development of modern industrial electronic technology and the diversified needs of the audience, the TV industry market competition is more and more intense. In recent years, as the "Running man" "Dad, where are we going" and a series of various shows come into our vision, more and more legal disputes about such thing arise. This paper will first talk about the attribute of TV program format, which means whether it belongs to the object of copyright protection. Then the paper will discuss the standard of infringement through the way of comparing the case of Europe and the United States, and also analyze the inherent infringement criteria which mean "contact" and "substantial similarity". At the end, in order to provide the appropriate standards of how to determine whether the television program mode is infringing to Chinese court, this paper will clarify a new method of "substantial similarity" and tort liability.

## Keywords

TV Program Format, Copyright Object, Substantial Similarity

---

# 电视节目模式的著作权保护问题刍议

郭 映, 姚天冲

东北大学文法学院, 辽宁 沈阳  
Email: guoguochen93@sina.com, yaotianchong@126.com

收稿日期: 2017年7月4日; 录用日期: 2017年7月21日; 发布日期: 2017年7月24日

---

## 摘 要

电视作为传统的四大媒体, 与人类生活息息相关, 随着现代工业电子技术的发展与观众需求的多样化,

电视产业的市场竞争愈演愈烈。近年来,随着《奔跑吧兄弟》、《爸爸去哪儿》等一系列综艺节目走入大家的视野,关于此类电视节目的法律纠纷也愈来愈多。本文将从电视节目模式的属性即是否属于著作权保护的客体出发,对比欧美以往相关判例,探讨侵权认定标准,分析固有的侵权认定标准即“接触”和“实质性相似”,同时阐明“实质性相似”中的横纵双向创新检验方法,为未来我国法院如何判定电视节目模式是否侵权和侵权责任承担提供相应标准。

## 关键词

电视节目模式, 著作权客体, 实质性相似

Copyright © 2017 by authors and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

二十一世纪以来,国际文化贸易市场呈爆发性增长,以电视节目模式为对象的贸易日益频繁。由于电视节目中隐含的巨大经济利益,电视节目模式著作权问题成了知识产权领域的热门话题。早在 20 世纪 80 年代左右,欧美各国均投入大量资金来研究和解决此类法律问题。相比之下,我国在此问题的研究上仍处于弱者地位,我国立法上对电视节目模式的著作权保护态度并不明确,司法实践中案件往往不了了之。要规划发展文化市场,必须明确电视节目模式的法律属性,提出相关侵权界定方法及侵权责任承担方式,同时有必要将电视节目模式作为版权客体增加到相关著作权法及国际版权公约中。

## 2. 电视节目模式著作权保护问题概述

### (一) 电视节目模式类型

电视节目的知识产权客体分三大块:一类指电视名称,节目标志等,属于《商标法》客体;一类指节目中的版面设计,歌曲,舞蹈,音乐等传统客体。还有一类属电视节目模式。电视节目模式分两种,一种是已公开播映的电视节目模式,另一种是未公开播映的电视节目模式。在这两种情况下的侵权方式不同,维权所适用的法律也不同。本文所要探讨的电视节目模式著作权问题属于第二种即已公开播映的电视节目模式。由于已公开播映涉及侵权方不必接触卖方即可获得电视节目资源,而且在互联网发达的今天,任何节目都可以通过网络进行传播,因而已公开的电视节目模式很容易受到侵权。

### (二) 电视节目模式著作权保护问题的研究意义

自 1989 年格林诉新西兰广播公司一案开始,电视节目模式能否作为著作权保护的客体已逐渐成为研究重点<sup>[1]</sup>。虽然在实践上欧美国家逐渐增强了对其保护意识,但迄今为止,仍有较多国家未将其列入著作权法保护客体之中,其侵权认定标准也取决于法官的自由裁量权。

电视节目行业是文化创意产业的核心组成部分,电视节目模式的贸易已成为影视产业中占主导地位的贸易方式。研究电视节目模式的著作权法保护问题,旨在为保护电视节目模式寻求最佳途径。将著作权纳入著作权法保护客体中,同时明文规定侵权认定标准和侵权责任将有利于电视产业发展,促进创作者积极性,维护市场竞争秩序。

## 3. 电视节目模式属于著作权保护客体

电视节目模式到底是否受著作权保护,最根本的应当是从法理角度出发,判定电视节目模式本身是

否符合著作权客体的规定。《中华人民共和国著作权法实施条例》第二条对“作品”所下的定义是：“著作权法所称的作品，是指文学、艺术和科学领域内具有独创性并能以某种有形模式复制的智力成果”。据此分析，著作权的客体必须满足三大条件，首先它必须是人类的智力成果，其次应具有独创性最后必须是能够被他人客观感知的外在表达。

### (一) 电视节目模式是人类的智力成果

智力成果是指人们通过智力劳动创造的精神财富或精神作品，纯粹的自然风光和声音虽具有欣赏价值但不是人类智力创作的结果。电视节目模式是否是人们于智力劳动创造后所得的结果，应从电视节目模式概念出发。

法学界上目前并没有明确对电视节目模式的概念做出相关界定。然而不论是美国作家协会于1960年提出的“框架说<sup>1</sup>”还是外国学者 Lisa Logan, Moran 等人提出的“元素说<sup>2</sup>”，都错误的将电视节目模式作为节目中抽象出来结构，不能作为作品本身，而是作品一部分。《伯尔尼保护文学和艺术作品的公约》第二条第一款解释说：“‘文学和艺术作品’一词包括文学、科学和艺术领域内的一切成果。”电视节目模式是一种近似于戏剧的文学艺术领域创作。电视节目模式并非是一种高度抽象之后而形成的安排形式，也并非相互割裂的众多元素。在戏剧创作中，作品的构成元素包括思想、角色、情节、场景及语言，而电视节目模式近似于戏剧，是创作人将内心思想感情借助主题或文字，音乐等特定素材排序组合加以表达的精神作品。

### (二) 电视节目模式具有独创性

“独创性”这一《著作权法》术语译自英语 *originally*，也可称为原创性。是作者通过自己的劳动和独立思考创作而来的，并非剽窃、抄袭他人的作品。独创性是所有国家著作权法对版权客体的基本要求，是作品受著作权法保护的前提条件，不仅在《伯尔尼公约》和《世界版权公约》中明确要求，也在世界各国的法律中明文规定。独创性包含双重意思，“独”指劳动成果源于劳动者本人，也即劳动成果是由劳动者独立完成的，而非抄袭的结果。“创”指一定水准的智力创造高度<sup>[2]</sup>。因此只要电视节目模式是创作人的创意，体现与节目相连的与众不同的个性，就可以认定为其具有独创性，而并不要求其比他人现有成果先进和高明，或创作出他人不能轻易完成的成果。

### (三) 电视节目模式能够被他人客观感知

论及上述两个条件后，最难界定也最为争议的是电视节目模式是否属被他人客观感知的外在表达。《中华人民共和国著作权法实施条例》第二条所说的“能以某种有形形式复制”实际就是强调“作品”只能是“外在表达”。《著作权法》保护的是作品的表达，并非是思想。单纯停留在内心世界的思想情感是无法收到法律保护的。

那么如何界定电视节目模式是思想还是表达呢？美国著名的汉德法官在1930年判决的“Nichols 诉环球电影公司案”中首次提出“抽象概括法”。抽象概括法形成一个金字塔结构，从最底端的每一句文字表达到最顶端的主题思想，是有一个不断抽象和概括的过程。电视节目模式不同于小说，戏剧等文学作品的主题(这种主题是不受法律保护的思想)，而是相当于戏剧作品过程中的姿势、场景、服装等表达，是属于金字塔中下层表达。表达不限于言语，台词只是戏剧表达的一种惯有手法，同等道理，电视节目的表达不限于演员言语，电视节目模式是创作人的一种叫隐晦的表达。

虽然早期欧美判例中存在以电视节目模式不属于表达不予保护的情况，但随着知识产权法的不断发

<sup>1</sup> 框架说：“模式”意指一个书面脚本，其中载明了这个系列节目运行操作的中心框架，该结构将在每期、每个主题、假设和故事概要中不断重复，而集与集之间的区别和特点体现在细节特征和人物角色见得互动作用。模式，也包括了对每个单独节目的一个或更多的建设性的故事主线。

<sup>2</sup> 元素说：是指一个电视节目的中心思想，它由一个通常包括下面所有或者部分要素的内容予以表达：故事情节、一组镜头、角色、名字、特殊的布景或道具、广告词或其他可复制的元素。

展, 越来越多学者倾向认定电视节目模式为表达。例如我国学者申耘宇, 向萌朦于 2012 年提出观点认为电视节目模式是一种精细的标准化计, 它的形成是从抽象创意经过不断丰富和充实演化成为具体表达的过程。再如学者欧阳宏生从新闻学角度阐明电视节目模式附着于一定介质上, 类似电影作品等, 由一系列有伴音或者无伴音的画面组成, 并能够以电子技术等手段进行复制[3]。在版权贸易中, 不论是近期《深夜食堂》还是前阵子风靡全国的亲子节目《爸爸去哪儿》, 其购买方购买的均为电视节目模式。电视节目模式不同于电视节目类型, 其在当代市场上大规模的作为交易对象, 必确认是可复制的表达, 而非思想。

电视节目模式满足著作权客体的三个必要条件, 必然属著作权客体。虽然《中华人民共和国著作权法》第三条中并未将其列入作品范围内, 《伯尔尼保护文学和艺术作品公约》也并没有将其纳入著作权客体, 然而我们不能就此判定电视节目模式不受著作权保护。随着科学技术的进步和社会经济的发展, 作品的形式不断地发展演变, 亦即思想和情感的外在表现形式出现了很多新的变化, 著作权的对象范围也在相应扩充[4]。1886 年《伯尔尼保护文学和艺术作品公约》历经两次增订, 五次修订, 每次都增加新的著作权客体, 由此可见著作权客体的扩充是世界性的趋势, 电视节目模式纳入著作权保护客体指日可待。

#### 4. 电视节目模式侵权认定标准

“实质性相似 + 接触”是对电视节目模式采整体保护形式的国家惯用的两个基本判定步骤。在电子技术如此发达的今天, 被告方几乎没有任何理由反驳原告方的举证表明自己没有接触, 因而电视节目模式侵权的认定标准主要还应当着眼于两个作品之间是否存在实质性相似。实质性相似在司法领域内并没有被作出明确规定。目前司法实践上, 存在三种检验方法“总体观感法”, “模块法”, 以及“抽象法”。

##### (一) 总体观感法

总体观感法又称二分法, 它是由外部测试和内部测试所组成的。外部测试即指对作品具体表达因素的客观比较, 该比较聚焦于两部能被明确表达的相似部分。外部测试集中于对作品的情节、主题、对话、节奏等变量进行比较。而内部测试即为前文所提参照一般读者意思进行判断。它是一种主观测试, 指通过一个普通水平的、理智的观众在看过被告作品之后, 是否认可被告作品改编自原告作品。

以美国 2012 年 CBS 电视台诉 ABC 电视台为例, 原告方美国 CBS 电视台播出一档真人节目 *Big Brother*, 而与此同时被告方 ABC 电台开发了一档竞技节目 *The Glass House*。法院针对两个作品是否构成实质性相似采用了总体观感法。他从外部测试衡量两者在“情节、主题、台词、气氛、设定、节奏、角色和顺序安排上”是否相似。原告方 CBS 电视台提出一系列该电视节目模式的表达元素, 包括全景相机的使用, 人数的设计, 等待的时间等, 法院据此区分思想与表达, 对其所涉及变量一一对比。通过严格的对比后, 法院认定原告方所谈及因素属于非保护因素范围, 即作品的非独创性部分和表达唯一或有限。原告方 *Big Brother* 的情节设定将一组人放于相同生活环境中进行观察并非是其独创的, 它在早期的美国节目中已经使用, 而关于摄像机的摆放及使用也不能作为实质性相似认定因素, 由于摄影是观测人类活动的唯一方式, 原告方 CBS 电视台不能就此据为己有。将不可保护的因素排除之后, 法院对可保护的因素进行分析发现 *Big Brother* 与 *The Glass House* 二者不存在实质相似, 最终判定原告方 CBS 电视台败诉。

##### (二) 模块法和抽象法

模块法是由美国汉德法官于 1970 年审理一起小说侵权案例中所提及的, 汉德法官认为作品是由不同模块构成的, 对比作者特有的模块是否存在实质性相似即可认定为其构成侵权。而在上文所提及的总体观感法的外部测试中法官排除非保护因素, 对比保护因素即是这样的一个过程, 只是表达上存在差异。

抽象法，是一种“抽象 - 过滤 - 比较法”它是美国第二巡回法庭在审理一起上诉文件时最早采用的一种检验方法。分析实质，不然发现其仍为总体观感法外部测试的另一表达方式。通过抽象方式，运用金字塔理论，将思想逐一凸显出来，加以排除，通过过滤方式，将唯一和有限表达过滤而出，最后比较可保护因素。

实质性相似的检验方法在司法实践上，可能会受主观因素影响，由于人类思想的多样性，电视节目模式是一种无法固定实质因素的作品，为了避免主观因素影响。鉴于模块法与抽象法均为总体观感法的外部测试延续，未来的司法实践上有必要将模块法，抽象法相融合与总体观感法的外部测试中，达到纵横双向较为客观的检验方式。法官在未来检验过程中，可以先采纳模块法这一横向方式，将电视节目模式中普遍适用的模块排除在外，将作者特有的模块，例如情节，人物，手法等进行对比分析，同时利用抽象法中这一纵向行为，运用金字塔模式，抽象出思想，过滤出唯一和有限表达，比较剩余因素。最后利用较为直接的内部测试，即一般观众的观感。

## 5. 我国电视节目模式现状及保护途径

### (一) 电视节目模式现状

电视节目存在着巨大的商业价值，然而由于我国本身社会文化发展的滞后性，为了紧随世界文化产业快速发展的脚步，很多商家选择“克隆”本国甚至欧美国家较为火热的电视节目模式以获取相应利益。我国最典型的“克隆”案例便是早些年火与年轻人视野的湖南卫视选秀节目“超级女声”，它其实并非湖南卫视相关创作人原创之作，而是抄袭了英国电视节目制作公司 Fremantle Media 公司的“流行偶像”。近一两年，我国大量购买引进国外综艺节目模式，例如《奔跑吧兄弟》《爸爸去哪儿》《花样姐姐》等，毫无疑问，这些综艺节目模式由于购买版权当然不构成侵权，但由此衍生而出的大量类似节目例如《爸爸回来了》《花儿与少年》等却问题重重。

2001年“梦想成真”制作方向中国国家知识产权局和国家版权局申请专利及版权保护被拒绝的事件，以及随后几年司法实践相关案例上的判决结果来看我国仍未把电视节目模式作为侵权保护客体，电视节目模式在我国著作权法的保护上存在空白状态。

### (二) 我国电视节目模式的相关保护途径

电视节目模式的保护主要应体现在著作权法上，国家应增加著作权保护客体，规范侵权认定标准明确侵权责任承担问题，避免法官过大的自由裁量权，保证公平公正。

#### 1) 增加我国著作权法客体

《中华人民共和国著作权法》第三条并未将电视节目模式列入作品中，相关著作权法中也并未涉及这一概念，但从世界文化市场发展的角度以及世界相关著作权条约保护客体不断扩大角度来看，我国有必要将电视节目模式列入《中华人民共和国著作权法》第三条中。我国著作权法作为世界著作权法制度的一个重要组成部分，无论是保护对象、权利内容、限制还是司法程序，根据应承担的国际义务而言，都不可避免地面临与世界著作权制度接轨的问题。《伯尔尼保护文学和艺术作品公约》的两次增订和五次修订都体现了增加著作权客体的必然性。

#### 2) 规范我国侵权认定标准

前文已叙述了“实质性相似 + 接触”的侵权判定方法，在实践上我国法官应当着眼于本国具体国情，在实质性相似的检验方法上利用纵横双向即结合整体观感法，抽象法以及模块法，对电视节目模式是否侵权做出较为客观判决。同时也应当注意考虑相应的免责事由，毕竟法律保护过弱对创作人显失公平，法律保护过强不适合我国电视产业发展。

#### 3) 明确我国侵权责任问题

侵权行为造成的侵权责任承担亦是我国法律应当合理规范的一大问题。《中华人民共和国著作权法》第五章第四十六条规定“有相关侵权行为的,应当根据情况,承担停止侵害、消除影响、公开赔礼道歉、赔偿损失等民事责任”在赔偿损失方面,法院在遵循法定赔偿原则的基础上,应当进一步结合侵权人过错程度、原告节目模式制作成本、因侵权造成的收益损失等因素加以界定。

## 6. 结论

电视节目模式符合著作权法保护客体的三要件,理应作为著作权法保护客体。各国为了促进电视节目发展,增强原创积极性,提高国家文化软实力,应将电视节目模式明文载入法条,同时规定侵权责任认定标准及侵权责任承担方式。

## 参考文献 (References)

- [1] 欧阳宏生. 电视综艺节目的版权客体界定及侵权认定[M]. 北京: 中国广播影视出版社, 2015: 19.
- [2] 王迁. 知识产权法教程[M]. 第5版. 北京: 中国人民大学出版社, 2016: 26-27.
- [3] 欧阳宏生. 电视文艺学[M]. 西安: 陕西师范大学出版社, 2012: 250.
- [4] 沈葦. 电视节目形式创意的版权保护[J]. 中国广播电视学刊, 2005(3): 40-42.

### 期刊投稿者将享受如下服务:

1. 投稿前咨询服务 (QQ、微信、邮箱皆可)
2. 为您匹配最合适的期刊
3. 24 小时以内解答您的所有疑问
4. 友好的在线投稿界面
5. 专业的同行评审
6. 知网检索
7. 全网络覆盖式推广您的研究

投稿请点击: <http://www.hanspub.org/Submission.aspx>

期刊邮箱: [ojls@hanspub.org](mailto:ojls@hanspub.org)