

數位典藏技術規範會議—數位內容保護技術研討會

「DRM 在數位典藏應用的問題與挑戰座談會」

座談摘要

主辦單位：數位典藏國家型科技計畫 技術研發分項計畫

時 間：94 年 3 月 29 日(星期二)

地 點：中央研究院活動中心二樓第一會議室

主持人：陳昭珍教授(師大圖資所)

引言人：

梅士杰先生(史博館)

林國平主任(故宮資訊室)

吳政上主任(中研院史語所)

壹、引言記要：

一、梅士杰先生《史博館『數位服務』的挑戰》—

1. 博物館『數位服務』的挑戰
2. 數位內容產業中虛擬博物館的營運管理
DRM 面臨的問題：數位內容產品的版權非屬單一產出者
3. 問題探討
 - (1) 保護機制不能造成使用上的不便
 - (2) 建立 metadata 規範

二、林國平主任—

1. 道德層次：數位化之快速、低成本複製及快速流通已無可避免
2. 法律層次：
 - (1) 侵權無法確實舉證(即使有浮水印)，例如：任何人都可以拍攝故宮的展品
 - (2) 無法律可管，例如：國家並未授權只有故宮可使用
3. 科技面：
 - (1) 故宮線上數位授權：線上的 DRM 運作上還可被接受；但目前還不能將影像以離



線的方式讓廠商運用，除非是單一廠商或是可被信任的廠商，且目前尚無這樣的廠商。

(2) 目前希望可以做到數位出版、線上智慧財產權的保護

4. 問題：故宮如何宣示著作權？

三、吳政上主任一

1. 引用史語所王汎森所長的文章：

以往知識並非私有制，.....

2. 背景：中研院機構計畫九個子計畫，去年參與國科會舉辦的會議，在會中針對國家型計畫，討論如何共同授權、控管及法律層面問題。

3. 面臨的問題：

(1) 授權問題

(2) 被汨濫使用

4. 史語所館藏品：

(1) 民眾可自由拍照，但因距離的關係，拍照所得的影像解析度並不高

(2) 學術引用數位產出的影像以個案的方式來處理

(3) 目前承辦人員的困擾：

a. 傳播、複製快速

b. 行政流程的不同

5. 文建會數位內容授權草案(科技基本法)

(1) 在延伸著作方面，契約僅對簽約人有約束力，對其他第三者沒有

(2) 法律上的約束力不足

6. 希望透過 DRM，讓數位內容能彈性使用，成為開放的工具

7. 目前中研院以浮水印來處理，但史語所、近史所有些圖像的大小並不適合用浮水印

四、主持人總結一

1. 內容單位是否有權作授權

(1) 故宮的東西權利屬於全民，故宮如何宣示自己的權利？

(2) 史博館是否有權來做數位化及授權？

2. 假設有權，是否可以授權？

(1) 誰來買、誰來賣？

(2) 如何建立商業模式？（不只線上看、可能可以印刷、文化創意應用、複製化...）

3. 數位影像、數位資料如何去保護？

(1) 數位化的資料不一定是數位化應用

(2) 無法用數位化的保護，該如何保護？

4. 內容提供者(Content Provider)不一定是服務提供者

* 今年五月份(2005/5/29)將要辦授權展，希望明年數位典藏的產出可以出國參加授權展

貳、問題與討論：

一、公共事務組張震宇先生：

1. 除了怎麼保護之外，更應該想如何推廣流傳給大家使用
2. 故宮的著作財產權是屬於全民
3. 故宮僅僅是數位化，而無推廣應用，是否考慮有計畫性慢慢釋出，讓廠商加值營運
4. 對於故宮提到授權經費如何讓故宮自行運用的問題，應可適用科技基本法

◇ 林國平主任回覆：

1. 因為收費機制未建立，所以還沒有推廣
2. 文物影像的運用已行之有年，目前 focus 在數位影像的運用
3. 行政機關面臨的問題：依法行政、不能與民爭利
4. 收入無法留存單位使用（目前運用文物增級基金及科發基金）

◇ 吳政上主任補充：

1. 中研院也是政府單位，亦有歲入繳國庫的問題，但仍是樂於參與文物應用及推廣
2. 收費方面，國科會去年也提出，數位產出授權的收入希望能直接回到計畫上運用
3. 建議故宮可參考文化資產保存法第 16 條

◇ 梅士杰先生補充：

1. 史博館有文化服務處作推廣，例如各機場皆有史博館文物陳列處
2. 因為為非營利機構，無法營利，目前以文化福利社的方式來執行文物推廣，其營利一部分繳國庫、另一部分作為文化建設

◇ 陳昭珍教授總結：

1. 收費機制
2. 經費留在單位運用
3. 思考方向：誰會願意付錢購買？買的動機？

二、分項主持人簡立峰博士：

1. 線上圖庫最明顯的參考例子就是Corbis(<http://pro.corbis.com/>)
2. 入口網站的經營及時間點很重要
3. 內容以華夏文物為獨特性
4. Corbis 希望使用者 copy，這樣流通大，反而能創造更大的商機

三、總結：

◇ 林國平主任：

1. 文資法 16 條：授權複製的方式有爭議，是否適合當成數位影像複製的法源？



2. 商業模式：故宮目前作法，終端產品為廠商製作，故宮則著重在品牌授權及推廣
3. 數位內容方面：國教聯盟、教材、幼教廠商，產品加值
4. 有意願運用故宮數位化的東西做加值運用的廠商：遠流

◇ 吳政上先生：

1. 圖像、授權及收費分級
2. 圖像權利宣示
3. 侵權物證的取得，tracking 的機制
4. 古物是全民所有，但使用上使否該付費應該有共識
5. 原始的數典計畫是要保存國家的文物，但被賦予的任務是一直在變化，目前是加值運用，各計畫也會跟著做調整

◇ 梅士杰先生：

1. 文化能量擴散
2. 與廠商間的合作要小心謹慎，慎選合作廠商