

杨吉
Jeff Yang

著

娱乐业的 玩“法”

想知道娱乐圈里比八卦更重要的事吗？

随着中国影视娱乐业的快速发展，与之相关的配套需求和专业问题也愈发凸显，“娱乐法”概念开始被更多人探讨、研究和实践。

{附录常用法律文本 25 篇!}



游走影视圈，教你预防坑蒙骗

。。。



中国社会科学出版社

娱乐业的 玩“法”

杨吉
Jeff Yang

著



中国社会科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

娱乐业的玩“法” / 杨吉著. — 北京: 中国社会科学出版社, 2017. 6

ISBN 978-7-5203-0621-8

I. ①娱… II. ①杨… III. ①电影—传媒法—研究—中国②电视—传媒法—研究—中国 IV. ①D922. 84

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第127270号

出版人 赵剑英
责任编辑 郭晓娟
责任校对 王纪慧
责任印制 王超

出版 中国社会科学出版社
社址 北京鼓楼西大街甲158号
邮编 100720
网址 <http://www.csspw.cn>
发行部 010-84083685
门市部 010-84029450
经销 新华书店及其他书店

印刷 北京君升印刷有限公司
装订 廊坊市广阳区广增装订厂
版次 2017年6月第1版
印次 2017年6月第1次印刷

开本 710×1000 1/16
印张 26.25
字数 366千字
定价 58.00元

凡购买中国社会科学出版社图书, 如有质量问题请与本社营销中心联系调换
电话: 010-84083683

版权所有 侵权必究

前言 | 在高调的行业做低调的事

一

意料之中，“网络红人”谷阿莫果然被控侵权了。

2015年1月，他在 Facebook 上传短视频“5分钟看完热门韩剧《皮诺丘》”。他用诙谐的语调、独特的视角介绍时下热门影视剧的做法，令人耳目一新，视频上传当月，便累计近46万次点赞。次月，他又如法炮制，在新浪微博上发布了“5分钟看完《飓风营救》1至3集”，同样收获了超高的人气，有数据显示，仅8天就有50余万粉丝关注。从此往后，谷阿莫的“×分钟带你看完一部电影”一发不可收拾，每隔一段时间，他便在社交媒体上发布类似视频，通过对电影进行重新剪辑，再配以口吐莲花脱口秀式吐槽而在网络空间一举走红。

然而，问题也随之产生！争议焦点在于谷阿莫这种未经著作权人同意的“滑稽模仿”（Parody）是否构成侵权？当然在谷阿莫一方看来，这是“合理使用”，是《著作权法》赋予的权利。该法第二十二条第（二）项规定，“为介绍、评论某一作品或者说明某一问题，在作品中适当引用他人已经发表的作品”，可以不经著作权人许可，不向其支付报酬。但谷阿莫的行为能以此抗辩免责吗？换言之，“合理使用”的边界又在哪里？

根据我国《著作权法实施条例》第二十一条规定：“依照著作权

法有关规定，使用可以不经著作权人许可的已经发表的作品，不得影响该作品的正常使用，也不得不合理地损害著作权人的合法权益。”这可以视为我国立法对“合理”的界定。回到谷阿莫系列视频中，他从网络上非法下载影片（有些还是正在院线上映的影片），将数小时的正片内容浓缩成几分钟的篇幅，这不仅让剧情提前曝光，而且所谓“×分钟看完一部电影”，其潜台词不亚于认为这部电影废话连篇、有很多啰嗦的内容——不论谷阿莫主观上是否有恶意，客观上是对影片版权方发行收益的侵害，而非提高。

所以，谷阿莫的成名之路也是他是非不断、饱受争议之路。已经有不少影评人、导演、法律专家对其行为提出了质疑，认为他有侵权嫌疑。直到最近，他因为公开“几分钟说完”了《哆啦A梦》《模仿游戏》《W两个世界》等六部影视剧而遭到两家电影发行代理商的起诉。

就在谷阿莫官司缠身的前不久，娱乐圈风波不止。国内知名女星白百何被爆婚内出轨，在异国约会小男模。正当公众一片哗然，纷纷将目光聚焦到当事人两夫妻如何回应时，白百何和她的丈夫——本身也是国内知名歌手、音乐人的陈羽凡，分别通过各自的社交媒体对外发声，要点竟然是：二人早已于2015年协议离婚，但为了保护孩子，没有选择公开这一消息。既然事已至此，也不再隐瞒，望大家周知且予以理解和包容。峰回路转、急转直下，用这八个字来形容这一明星婚姻危机（娱乐八卦），再贴切不过。

尽管事后，那位第一时间披露该事件的娱记云淡风轻地表示“理解他们的做法”，但据他得到的确切消息，“两人分居两年多，但没有办离婚手续”。这句话显然话里有话，似乎另有玄机。不过话说回来，它却不是我们最终要关心的议题。究竟是婚姻关系仍然存续、早就分居，还是感情确已破裂、协议离婚，这是当事人的私事和私权利，民众可以关切，但不能干涉。而就法律范畴来讲，它引发人们思考的是明星隐私权和公众知情权之争（有时还涉及媒体报道权），以及当两

者利益冲突时如何平衡的话题。

二

在盛产电影、明星和花边新闻的好莱坞，则有应对之策，除了普通法、侵权法、相关判例，还有由名人州长阿诺德·施瓦辛格（Arnold Schwarzenegger）在2009年签署通过的地区性的《加州反狗仔队法案》（*Anti-Paparazzi Bill*）。这些较为周全、严密的制度安排为保障信息公开、公众知情和个人隐私的“相对均衡”划定了框架。

相较而言，我国在个人隐私保护，尤其是处理明星隐私、媒体报道和公众诉求关系上，相关法律法规并不完善。不仅如此，还有像谷阿莫一类的非法下载二次创作引发的著作权侵权问题，《人在囧途》与《人再囧途之泰囧》之间的不正当竞争，从韩庚到吴亦凡再到鹿晗与韩国SM娱乐公司的演艺经纪纠纷，王宝强、马蓉婚变丑闻牵连出的公民名誉权侵权。新实施的《广告法》对明星名人产品代言进行了责任限定，如小S那样，若要为某牙膏品牌宣传说“能量加上持久光泽，只需一天牙齿就真的白了”，可没那么轻松自在了……

正如我们看到的，随着中国影视娱乐行业的快速发展——以电影市场为例，2002年中国电影产业化起步初期，全国电影票房不足10亿元，到2010年全国票房突破100亿元。而“十二五”期间，中国电影用5年时间便实现了从100亿元到440.69亿元的纵身一跃，保持着总票房30%左右的高增长率。到了2016年，全国票房达到457.12亿元，同比增长3.73%，观影人次超过13亿。广阔市场、人口红利、后发优势、代际变化、消费升级，天时地利人和，多重因素的融合催生了娱乐这个新兴产业的崛起。与此同时，与之相关的配套需求、专业问题也愈发凸显。

譬如，一部热门小说要被改编成影视剧，涉及版权交易该如何谈判？授权协议该如何起草？有哪些不易被察觉的隐患（条款陷阱）需要排查？又譬如，到了投资拍摄环节，联合出品有哪些方式？合同如

何订立？到了建组筹拍期，对制片到导演再到大量工作人员的聘任、剧组规则和纪律、剧组公章保管与使用等该如何执行？再譬如，作为新生事物的互联网众筹、影视产品金融化或资产化，这种“跨界合作”有哪些门道以及鲜为人知的内幕，特别借由电影《叶问3》票房造假事件的爆发，监管部门的介入对影视行业的规范和风险规避有哪些启发？我们从中又该吸取什么教训？还有，2017年3月1日起实施的《中华人民共和国电影产业促进法》，作为我国文化传媒领域第一部严格意义上的法律，它的颁布对我国电影行业（市场）释放出哪些积极信号，法律条文尚存在哪些不足？行业内普遍期待的电影分级制会在何时“靴子落地”——后者与当前常为人“诟病”的广电审查实际上是一体两面。

上述这些不仅是当前国内影视娱乐行业实务中经常出现和亟待解决的问题，也是本书要集中展开讨论、系统且全面介绍的议题。除此之外，针对学界、业界提出的一些似是而非、模棱两可的概念，例如“娱乐法”“IP”（常常结合“产业链”一词来使用），它们究竟是怎么回事，语词的背后在传递什么信息，本书都将给出详尽的阐释。不可否认，它虽是一家之言，但希冀正本清源。

三

就本书主题——影视娱乐业的法律实务（或用一个时髦的、舶来的概念简称“娱乐法”，Entertainment Law）来说，截至目前不乏有同行们发表、出版的相关研究成果。如宋海燕教授的《娱乐法》，她同时也是一名律师、某律所的高级合伙人；像李振武和隋平主编的《娱乐法诉讼案件审理实务》，两位都有丰富的一线实务经验，李振武本人就是一名中院法官；还有专职律师周俊武撰写的《当明星撞上法律》，他结合自己的代理案件，与我们分享了围绕明星展开的肖像权、著作权、名誉权、隐私权等法律知识点，他之前还出版过一本类似的作品，叫作《星路律程：行走娱乐圈的法律之道》。另外，还有

在业内已取得相当知名度和成就的两个自媒体：一个是由90后女孩刘蒞创办的“如是娱乐法”，其主持翻译了《好莱坞怎样谈生意：电影、电视及新媒体的谈判技巧与合同模板》，该书的出版相当于好莱坞“娱乐业法务指南”对国内相关行业的一次传经送宝；另一个是由王军律师领衔的法律服务团队运营的一个名为“TA娱乐法”的公众号，他们最新的作品便是联合中国传媒大学共同撰写、出版的《中国影视法律实务与商务宝典》。

对这些著述加以梳理、比较，有的侧重对欧美经验的介绍，而缺乏对本国实践的关注；有的只是案例汇编、审判指导，无非是把民商事案件中涉及影视明星的部分加以突出；还有的其实更像知识产权律师的实务操作手册，在影视剧法务中，知识产权占比很大，也因而经常被外界拿来同“娱乐法”混为一谈。从这个意义上讲，创作本书至少有两个目的又或者说是期许：对正在兴起的我国影视娱乐业法律服务和实务作一次系统、全面且具有针对性、及时性的梳理；并在此基础上，完整解答什么是“娱乐法”，它的内涵、外延，以及如何适用等问题，在建构独立的部门法的目标上贡献一己绵薄之力。当然，目前它只是横跨多个部门法的热词，充其量是民商法的一个专业方向。

为了能让更多人看到、读懂，尤其是那些对“娱乐法”感兴趣的非法律科班出身的影视传媒业从业者，如投资人、制片人、导演、演职、企业管理人士等，在写作本书时，我尽量避免深奥术语和晦涩用语，努力让行文通俗易懂，让文本好读有趣。

每一章的开篇，通常从新近发生的新闻事件切入，然后引出相关法律知识点，做专题性讲解。在确保必要理论深度的同时，为了与传统教材有所区分，进而突出本书的实用性、操作性，每一章都会融合对许多相关案例的分析，并结合个人实务经验，最终在结尾处奉上策略性或技术性的建议。值得一提的是，标题用“设问式”语句，为的是简明扼要地提出问题，方便读者按需查找索引，但独立成章的内容不仅只是回应标题，事实上正文涵盖的内容、议题、思想、案例乃至

对策要远超过标题表面看上去所覆盖的范围。

本书最后，附录了影视娱乐法务经常会用到的合同模板或法律范本，这些都是我平日里身为一名法律工作者或符合本文语境下的“娱乐律师”，在给客户企业提供咨询服务时起草、审查或修改时有意识地整理出来的。希望这些文本能对读者有启发、帮助，进而与同行分享，且不吝指正。

四

恰如本书前言只是正式阅读本书的开始，而我希望本书的问世只是方便大家阅读其他相关著作的开始。有很多含金量高、“干货满满”的好书将有助于我们了解“娱乐法”的理论与实务，即便它们中很多不专属于此法本身，但多一点不同维度的知识储备总是好的。毕竟，开卷有益、知行得合一。

除了前面提到的几本图书，限于篇幅，再精挑细选列出以下 10 本推荐书目，排名不分先后，它们分别是：

1. 王迁：《知识产权法教程》，中国人民大学出版社 2016 年版。
2. 姜汉忠：《版权洽谈完全手册》，世界图书出版公司 2015 年版。
3. 陈焱：《好莱坞模式：美国电影产业研究》，北京联合出版公司 2016 年版。
4. 梅峰、李二仕、钟大丰：《电影审查：你一直想知道却没处问的事儿》，北京联合出版公司 2016 年版。
5. [美] 哈罗德·L. 沃格尔：《娱乐产业经济学：财务分析指南》，中国人民大学出版社 2013 年版。
6. [美] 大卫·伊斯曼：《贩卖音乐：美国音乐的商业进化》，世界图书出版公司 2017 年版。
7. [美] 唐·R. 彭伯：《大众传媒法》，中国人民大学出版社 2005 年版。
8. [美] 爱德华·杰·艾普斯坦：《制造大片：金钱、权力与好莱

坞的秘密》，台海出版社 2016 年版。

9. James Andrew Miller, *Powerhouse: The Untold Story of Hollywood's Creative Artists Agency*, Custom House, 2016.

10. Sherri Burr, *Entertainment Law: Cases and Materials in Established and Emerging Media*, West Academic Publishing, 2017.

本书写作过程中曾受益于上述优秀作品的启发，并参考了部分观点、素材和案例，在此一并表示感谢。本研究作为创意传播研究中心成果，接受了浙江省“十三五”新兴特色专业——“网络与新媒体专业建设专项资金”的资助，在此表示感激！

当策划编辑郭晓娟女士问起我，对新作有何期待时，我说，希望能给目标读者有价值的真知灼见，同时期待引发讨论，哪怕是批评拍砖，也都将有利于“娱乐法”在更广大范围被探讨、研究和实践。它的落地生根、发芽成长，最终获益的无疑是中国影视娱乐产业——我们期待它工业化、规范化、专业化、系统化那天的到来。

回到写作本身，其过程艰辛自受、孤单自知，幸好有思考独处所带来的寂寞的欢愉。敲下成书前最后一个字，内心抑制不住激动，我知道它带给我的除了“在高调的行业做低调的事”所不为人知的快感外，更有智识的训练和专业的精深而产生的满足感。

感谢购买、欢迎进入，请继续下一页……

杨吉 @ 杭州

二〇一七年四月二十七日

目 录

Content

第一章	“娱乐法”是新法吗?	1
第二章	IP 还是那个 IP 吗?	11
第三章	相似就算抄袭吗?	23
第四章	翻拍就能胡编乱造吗?	35
第五章	数字时代盗版无罪吗?	45
第六章	作品署名很重要吗?	61
第七章	剧本授权有门道吗?	75
第八章	角色造型受保护吗?	85
第九章	影视名称能被保护吗?	95
第十章	有必要完片担保吗?	113
第十一章	了解广电审查吗?	123

第十二章	蹭热点翻拍合适吗?	137
第十三章	经纪约是卖身契吗?	149
第十四章	音乐改编不可以吗?	165
第十五章	广告合作更难了吗?	175
第十六章	影视金融有毒吗?	189
第十七章	剧组是法律主体吗?	201
第十八章	电影产业被促进了吗?	211
附录	娱乐业常用法律文本 25 篇	221

第一章

“娱乐法”是新法吗？

当越来越多的人在谈“娱乐法”（Entertainment Law）的时候，他们究竟在谈什么？

在定位“寻找答案，分享知识”的在线问答社区“知乎”上，有网友提出“娱乐法”在中国具体包括哪些法律法规、娱乐法律师的主要工作内容是什么，一个叫刘蒞的人给予了认真回复。她写道：“娱乐法在中国确实属于新兴领域。要在中国成为一个专业的部门法，恐怕还需要 50 年的发展时间。目前中国高校没有任何专门的课程以及教科书，连学术产出都几乎为零。”随后，她简单介绍了美国的发展历程，大致梳理了中国所谓“娱乐法”涵盖的部门法和相关从业律师（法律工作者）需要从事的内容——她认为主要有两块，一是国际市场上娱乐产业国际贸易，二是版权服务、各种合同起草、审查与谈判等。但在文章的最后，她也没有给出一个相对明确的“娱乐法”定义。^①

同样，在一本号称“中国大陆第一本娱乐法专著”的《娱乐法》一书中，作者宋海燕博士也只是在自序中简单地介绍“娱乐法”概念。她写道：“其实，娱乐法并非一门单独的法律学科，而是融合了

① 参见“知乎”网 2014 年 3 月 11 日的提问，<http://www.zhihu.com/question/17392>。值得一提的是，该网站曾获《新周刊》2011 年度“最有价值网站（资讯栏）”的称号，其颁奖词是：“它不是一个好玩的平台，却是一个耐看的网站，不是百科全书，但能答疑解惑。它用知识串联社交，用问答拉近距离，它是求知者的乐园，也是授业者的讲堂，严肃而不沉重，专业中不失诙谐，用通俗的语调传达知识的能量。它的存在阐述了最简单的真理：知识是第一生产力，也是人类进步的阶梯。”

合同法、著作权法、商标法、侵权责任法、劳动法，甚至破产法的跨部门的调整娱乐行业商业行为的法律规范的综合。”同时，她也指出，作为世界上最成熟发达的娱乐产业鼻祖，以好莱坞为代表的美国娱乐产业覆盖了电影、电视、数字媒体、音乐、出版、软件游戏等多项产业。并且，为适时反映该产业的法律需求，美国不少法学院——包括宋海燕博士本身任教的美国洛杉矶洛约拉大学法学院（Loyola Law School Los Angeles）也专门开设了“娱乐法”课程。^①宋博士不仅是一名教师，还是美国加州和中国的执业律师，曾任美国迪士尼公司亚太区高级知识产权法律顾问，因此，她的观察一定程度上反映了当前法律学界和实务界对“娱乐法”概念的研究现状与认知水准。

根据已有的、公开的文献梳理，2013年2月，中国《知识产权报》刊登了一篇题为“娱乐法：新兴的知识产权研究领域”的文章。文中以类似“海外采风”的视角，介绍了美国娱乐法的教学和研究进展。据称，加州大学洛杉矶分校（UCLA）是全美国第一个开始对娱乐法进行研究的法学院，至今已有四十余年，它甚至还办有《娱乐法评论》（*UCLA Entertainment Law Review*）杂志。如今，美国很多法学院的课程体系中都有娱乐法这门课，且多为与版权法、专利法、商标法及反不正当竞争法并列的一门课程。此外，该文的信息价值在于观点鲜明地指出“娱乐法属于知识产权法”和“娱乐法是一个集合所有传统法学并专注于娱乐产业发展所形成的一个新课程”。这两个定论似乎为“娱乐法”理顺了部门法归属（并非一个独立学科）和它所涵盖的法律部门。^②

① 宋海燕：《娱乐法》，商务印书馆2014年版，详见“自序”部分。

② 文中写道：“但由于娱乐法的实践通常也涉及雇佣法、合同法、侵权法、劳动法、破产法、证券法、税法、保险法，甚至刑法、国际私法，如娱乐法领域的从业人员可能需要撰写合同、协商或者调解，有时还可能会进行诉讼或者仲裁，因此，从各校的娱乐法课程介绍来看，其内容涵盖面极宽。”参见魏玮《娱乐法：新兴的知识产权研究领域》，载《知识产权报》2013年2月18日。

于是一系列问题随之产生。例如，难道“娱乐法”真的难以下定义吗？如果有，它究竟是什么法？隶属什么学科？涵盖哪些部门法？它与比较相近的知识产权法（Intellectual Property Law），或者传媒法（Media Law）又有什么区别？

就像曾经困扰中国法学界很长一段时间的一个问题（争议），即“经济法是不是部门法”，如今类似的疑问也落在了“娱乐法”头上。^①虽然国内有不少专家学者先后以影视法、艺术法、文艺法等称谓发表了一系列专著或文章，甚至也有学者较早地提及过“娱乐法”，但这一概念长久以来并未引起重视，“娱乐法”的部门法地位自然也无法获得应有的认可。^②然而，随着我国文娱产业的蓬勃发展，与文化传媒、数字娱乐市场相配套的法律服务需求势必呈现出井喷态势。^③

① 自从经济法产生之日起，就伴随着经济法与相关部门法学关系的争议，其中包括经济法是不是一个独立的部门法，以及它与民商法、行政法乃至后来的社会法之间的争议。经过一段时间的探讨、争论，学界对经济法同民法的关系（分别调整国民经济管理关系和当事人以平等身份参与的民间社会经济关系）基本理顺，但经济法同行政法的关系问题随之又突出起来。这不仅因为它们调整的国家经济管理关系与国家行政管理关系都是纵向的管理关系，而且国家行政管理中一部分涉及经济领域，并具有经济性内容，因此也可以称为经济管理。然而这两种经济管理关系用传统部门法划分标准来区分显然是无能为力的。在这种情况下，重新审视法律部门的划分标准，从一种新的视角来讨论经济法与行政法的区分问题，就十分必要了。与此同时，关于经济法与社会法在产生基础、法律价值目标、调整对象和调整方式的诸多不同，观点也日渐明朗、趋于共识。相关文献参见李昌庚：《回归自然的经济法原理》，知识产权出版社2010年版；漆多俊：《经济法理学》，高等教育出版社2014年版；漆多俊：《转变中的法律：以经济法为中心的视角》，法律出版社2007年版；张守文：《经济法原理》，北京大学出版社2013年版。

② 魏永征等：《影视法导论——电影电视节目制作人须知》，复旦大学出版社2005年版；宋震：《艺术法基础》，文化艺术出版社2008年版；李绍章：《要不要制定文艺法》，载“土生阿耿的博客”，http://blog.sina.com.cn/s/blog_55f7ae720100fivi.html；张平：《版权·文化产业·娱乐法》，载《中国版权》2003年第4期。

③ 据《中国文化产业年度发展报告2015》（该报告主要分析和盘点2014—2015年，含2014年全年和2015年初）总结，2014年作为我国全面深化改革的第一年，文化体制改革有序推进，一系列顶层改革设计对于文化管理体制产生了重要影响。2014年亦是我国文化产业政策密集出台的一年，“跨界融合”成为当年度推动文化产业发展的核心词，支持小微企业发展是本年度政策的重要着力点，政策环境的进一步优化为文化产业发展注入了强劲动力。报告认为，文化产业作为一种新兴产业，已经成为主要经济增长点和引领经济发展的重要引擎。影视、动漫等内容产业持续快速增长，电影市场也迎来了爆发式增长期，票房已近300亿元（2015年12月初，全国票房已破400亿元，冲刺450亿元大关），动漫产业转型升级，总值超过1000亿元；在影视（转下页）

一般而言,当“社会关系的特殊性日益凸现,调整这类社会关系的法律规范便从原来所属的法律部门中独立出来,成为单独的法律部门”。^①所谓“法律部门”,或者称“部门法”,是指根据一定标准和原则所划定的调整同一类社会关系的法律规范的总称。要划分是否是一个法律部门及是哪一个法律部门,有两个标准:一是法律调整的社会关系,也即法律调整的对象,它是划分法律部门的首要标准;二是法律调整的方法,它是补充标准。此外,法律部门的划分原则有客观原则、目的原则、平衡原则、发展原则、主次原则等。按照前述的划分标准、原则,我国的法律体系一般划分为以下十大法律部门:宪法、行政法、民商法、经济法、劳动与社会保障法、科教文卫法、自然资源与环境保护法、刑法、诉讼法和军事法。^②

然而必须指出的是,由于社会关系复杂交错,彼此联系,因此法律部门之间往往很难截然分开。事实上,有的社会关系就需要由几个法律部门来调整,例如经济关系就需要由经济法、民法、行政法、劳动法等调整。而回到“娱乐法”上,它便是由众多部门法组成的一个综合体,其法律涵盖知识产权法(主要是著作权、商标)、合同法、劳动法、侵权责任法、诉讼法等。^③

(接上页)内容与平台合作方面也进行了新探索。报告预测,2015年以及随后两年,文化产业将继续快速增长,有望继续保持10%以上的增速。互联网文化产业将成为文化产业发展的主流,整体发展格局将发生重大变化,互联网文化产业将占到文化产业整体市场价值的70%;传统媒体文化产业,艺术品与工艺美术、娱乐设备等,体验娱乐和主题公园、设计等三个产业将各占10%。整体大致形成7:1:1:1的格局。详见叶朗主编:《中国文化产业年度发展报告2015》,北京大学出版社2015年版。另可参见德勤:《中国文化产业前瞻——电影新纪元》研究报告,载“德勤中国”,<http://www2.deloitte.com/cn/zh/pages/technology-media-and-telecommunications/articles/chinese-culture-entertainment.html>。

① 徐显明主编:《法理学》,中国政法大学出版社2007年版,第69页。

② 张文显主编:《法理学》,高等教育出版社、北京大学出版社2011年版。

③ 例如斯坦福大学法学院对于“娱乐法”课程就是类似的介绍。其原文为:Entertainment law is not, in and of itself, a separate legal discipline. Instead, the practice of entertainment law lies at the intersection of various traditional legal disciplines, such as contract, tort, copyright, trademark, antitrust, secured transactions, etc., and applies those disciplines to a unique business setting. 参见其官网介绍:<https://law.stanford.edu/courses/entertainment-law/>。