Media TECHNOLOGY 新媒体经营与法律系列丛书

传媒典藏

高保真音响 www.hi-fi.com.cn

ELSEVIER 爱思唯尔

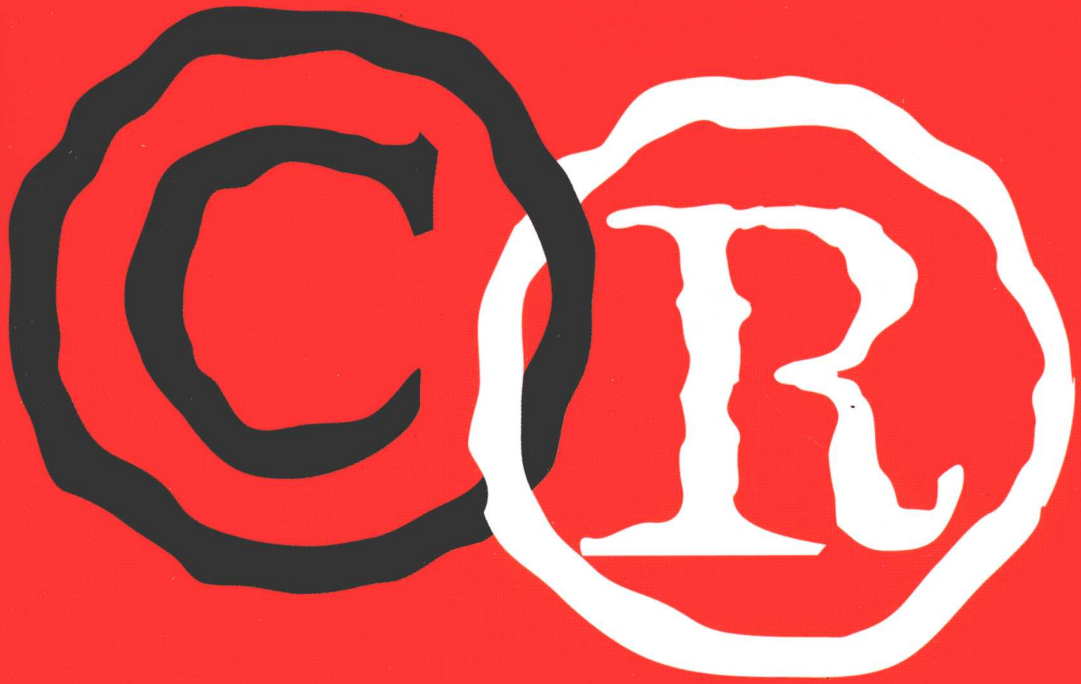
创意产业中的知识产权

——数字时代的版权和商标(第二版)

[美] Arnold P. Lutzker 著

王娟 译

Content Rights for Creative Professionals



◇ 语言简洁易懂、案例丰富

◇ 为各界人士详细介绍了数字时代知识产权法律法规

◇ 为教师、学生以及电影制片人、小说家、摄影师、媒体记者和编辑等需要熟知和运用版权商标法规的人士而创作

◇ 介绍了一些重要概念，并用实践操作以及作者经历的大量案例来解释

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

Media
TECHNOLOGY 新媒体经营与法律系列丛书
传 媒 典 藏

创意产业中的知识产权

——数字时代的版权和商标（第二版）

[美] Arnold P. Lutzker 著
王娟 译

人 民 邮 电 出 版 社
北 京

图书在版编目（CIP）数据

创意产业中的知识产权 ：数字时代的版权和商标 ：第2版 / （美）卢茨厄（Lutzker, A. P.）著 ；王娟译. -- 北京 ：人民邮电出版社，2009.11
（新媒体经营与法律系列丛书）
ISBN 978-7-115-21287-0

Ⅰ. ①创… Ⅱ. ①卢… ②王… Ⅲ. ①版权—著作权法—研究—美国②商标法—研究—美国 Ⅳ. ①D971.23

中国版本图书馆CIP数据核字(2009)第153912号

版 权 声 明

Content Rights for Creative Professionals, 2nd Edition by Arnold P. Lutzker.
ISBN 978-0-240-80484-2
Focal Press
Authorized Simplified Chinese translation edition published by the Proprietor.
ISBN: 978-981-272-141-9
Copyright © 2009 by Elsevier (Singapore) Pte Ltd, 3 Killiney Road, #08-01 Winsland House I, Singapore. All rights reserved. First Published 2009.

Printed in China by POSTS & TELECOM PRESS under special arrangement with Elsevier (Singapore) Pte Ltd. This edition is authorized for sale in China only, excluding Hong Kong SAR and Taiwan. Unauthorized export of this edition is a violation of the Copyright Act. Violation of this Law is subject to Civil and Criminal Penalties.

本书简体中文版由 Elsevier (Singapore) Pte Ltd.授权人民邮电出版社在中国境内（香港和澳门特别行政区及台湾地区除外）出版发行。

本版仅限于中国境内（香港和澳门特别行政区及台湾地区除外）出版及标价销售。未经许可之出口，视为违反著作权法，将受法律之制裁。

新媒体经营与法律系列丛书

创意产业中的知识产权——数字时代的版权和商标（第二版）

◆ 著　［美］ Arnold P. Lutzker
译　王 娟
责任编辑　黄 彤
执行编辑　宁 茜

◆ 人民邮电出版社出版发行　北京市崇文区夕照寺街 14 号
邮编 100061　电子函件 315@ptpress.com.cn
网址 http://www.ptpress.com.cn
北京顺义振华印刷厂印刷

◆ 开本：800×1000 1/16
印张：21.25
字数：403 千字　2009 年 11 月第 1 版
印数：1－2 000 册　2009 年 11 月北京第 1 次印刷

著作权合同登记号 图字：01-2008-3061 号

ISBN 978-7-115-21287-0

定价：65.00 元

读者服务热线：(010)67132837 印装质量热线：(010)67129223
反盗版热线：(010)67171154

内容提要

该书侧重于对数字时代美国版权法和商标法的解读，专业性强。该书使用简洁的语言，并引用了许多现实生活中的经典案例，详细地解释了美国知识产权方面具体的法规政策及其应用情况，讲解了对于版权和商标如何进行购买和出售等方面的知识。总之，该书非常适应我国对外合作交流的实际需要，适合涉及知识产权内容的从业者、涉外法律研究者、高校等科研机构相关专业的教师和学生阅读参考。

新媒体经营与法律系列丛书
编委会

主　任：李怀亮
副主任：佟雪娜
编　委：任锦鸾　李丹林　王　栋
姚林青　金雪涛　王　娟
王　强

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

总序

随着科学技术的发展，媒体也发生着日新月异的变化。从广播到电视、从电视到互联网，变化无处不在，各种新媒体也层出不穷。现在，每一类型的新媒体从出现、应用到广为流行或被市场淘汰的时间越来越短。各类数字、网络媒体形态蜂拥而至，博客、播客、虚拟社区、手机流媒体、数字多媒体广播DMB、VOD交互式电视点播系统、P2P应用、移动电视、IPTV、WebTV、楼宇视屏等异彩纷呈。这表明，数字科技已成为21世纪传媒产业发展的核心促动力，它正在重新塑造着传媒产业全新的运作环境，形成一个全新的传媒市场，演变出许多新的媒体形态。

在这种新的复杂的产业和市场环境中，媒介机构的两大制胜法宝是：（1）进行经营管理创新；（2）理顺各种法律关系。

经营管理的创新是摆在我国媒介机构面前的一个重要任务。在新的环境下，传媒产业的格局发生了巨大变化，各类电子媒体如何在日益激烈的竞争中占有更大的市场份额？现代销售的正确理念是什么？广告业务人员应该如何寻找客户获得订单？电子媒体企业在市场营销的过程中有什么制胜宝典？各种媒体指标如何使用？对于这些问题，我们的媒体经营管理者还没有来得及进行深入的思考，有些甚至还没有切实地认识到这些问题。受传统经营模式的影响，我国广播电视媒体的收入来源和营利模式单一，主要依赖广告。节目形态不够丰富，缺乏创新意识，互相模仿、克隆，片面追求收视率，频道空心化现象严重。

强化法律意识，理顺各种法律关系，是各类传媒企业保证自己的经营活动顺利进行的必要前提。由于互联网的迅速发展，盗版问题变得越来越泛滥。人

们很容易在互联网上找到音乐、视频、图片、软件等数字产品，并且不用支付任何费用就能下载使用它们。甚至一些非数字的传统产品也被转化成数字形式在互联网上流传，如书籍、设计方案等。在日益复杂的产业和市场环境中，利益主体多样化，各种法律关系也变得复杂化。比如制作人在制作节目过程中会发生一系列版权问题：如对于在节目制作过程中需要进行的拍摄许可、制片保险、音乐的使用问题、可能会涉及的隐私权问题、诽谤问题等。媒体经营管理者一不小心就会掉入法律纠纷的陷阱。我国的传媒法律环境还有待进一步完善，同时传媒企业依法经营的观念意识也有待进一步提高。据 2008 年 10 月南开大学公司治理研究中心发布的《中国公司治理评价报告》，在 12 个行业上市公司治理状况评估中，传播与文化产业的公司治理指数为 56.76，排名仅在第 10 位。这说明我国传媒企业在法治方面还需要大力加强。

基于以上两方面的考虑，我们选译了这套“新媒体经营与法律系列丛书”翻译出版。丛书共 8 本，其中《媒体制作人法律实用手册（第四版）》、《电子媒体的法律与管制（第五版）》、《创意产业中的知识产权——数字时代的版权和商标（第二版）》偏重于介绍媒体经营管理中涉及的法律问题；而《数字权益管理》、《电子媒体管理》（第五版）、《电子媒体的广告销售》、《媒介融合——跨媒体的写作和制作》和《电视、广播和网络的节目编排（第二版）》则对媒体机构经营管理中的具体问题进行了研究。

本丛书作者大都是多年从事媒体管理实践的资深人士，同时又有很高的理论造诣。如《电子媒体的法律与管制（第五版）》的作者肯·克里奇博士是费尔班克斯大学的教授，同时也是印第安纳州巴特勒媒体艺术部的主席。《电子媒体管理（第五版）》的作者都是传媒管理领域内非常有名的作家，既有实践经验又有丰富的教学经验。早在第二版出版时西拉克斯大学的约瑟夫·巴特勒教授就曾评价该书为他所见过的此领域最优秀的教科书，具有通俗性和应用性。《电子媒体的广告销售》的作者谢恩是传媒领域的资深人士，既有扎实深厚的理论功底又有丰富的实践经验，在创作本书的过程中旁征博引，吸收了众多学者的学术观点，援引了美国传媒产业发展中大量的数据和传媒商战中丰富的实战案例。《电视、广播和网络的节目编排（第二版）》的作者之一菲力浦·佩雷比诺索夫现任教于加利福尼亚州立大学广播电视电影系，讲授“节目编排、管理和写作”。他曾在电视网担任节目编排主管达 20 年，在美国广播

公司期间，他根据实际情况，撰写了《节目编排指南》，评估节目的可行性，主管策划了200多部电影和电视剧。本丛书强大的作者阵容保证了其突出的前沿性、专业性和实务性。

本丛书的翻译由中国传媒大学媒体管理学院、影视艺术学院、政治与法律学院部分青年骨干教师承担。多数译者都曾在海外留学深造，具有博士学位或副高以上职称，理论功底扎实，专业知识丰富，保证了丛书的翻译质量。

当今社会，人们对媒体尤其是电子媒体的依赖越来越多，所有的媒体决策者都面临着识别社会发展趋势和寻找潜在发展机会的任务。管理变化是广播电视管理者们的一种生活方式，他们必须与不断变化的公众政策和不断加速的科技创新竞争。其实我们所看到的因变化而产生的疑惑不仅存在于广播电视行业的执行者身上，更体现在依赖于科技的媒体，特别是电子媒体，更容易受到这些变化的影响。决策者们只有在正确的时间做出正确的决策才是称职的媒体管理者。本丛书尝试为这些有抱负的媒体管理者们分析这些复杂因素，并解决当今电子媒体环境造成的难题。

这是一套有关新媒体经营与法律的丛书，目前在中国市场，此类与时代紧密结合的书籍数量很少，除了适用于从事媒体管理尤其是电子媒体的管理人员和决策者外，还可以作为大专院校的教学用书。当前，最需要的人才就是“懂经营、会管理、具有国际视野的人才”。本丛书为那些媒体管理专业的学生，特别是其最终目标是担任广播电台或电视台的管理者或所有者的人提供了一盏明灯，向其讲述如何找到并确保获得管理职位或如何升迁到管理层的职位。本丛书也可以作为对此方面有兴趣的读者的参考书籍。总之，从专业学科的学生到行业的从业人员都是本丛书面向的读者群。

中国传媒大学媒体管理学院院长、教授、博士生导师

李怀亮

2008年11月9日于中国传媒大学

谨以此书献给我亲爱的妈妈！

第二版前言

从我开始进行第一版（书名《传媒从业人员须知：版权和商标》（Copyright and Trademark for Media Professionals））的写作工作算起，已过去了 5 年时光。在过去这 5 年中，版权和商标领域又发生了许多变化。通过第二版我希望能探索导致传媒业变革的推动力是什么，并能解释清楚究竟传媒业发生了什么变化，这些变化对知识产权的保护又有什么影响。最值得注意的是，美国国会通过了《千禧年数字版权法》（Digital Millennium Copyright Act，DMCA）。这是近二三十年最复杂的法律改革，DMCA 把版权的保护期扩展了 20 年。作为 5 家国家图书馆协会的代表，我有幸得以为 DMCA 的通过出一份力。DMCA 的通过将会改变今后数年内对数字信息的处理方式。新法规不仅帮助电话公司和像美国在线（American On-Line，AOL）这样的在线服务提供商（Online Service Provider，OSP）解决了不少问题，还引进了几个新的法律概念，其中包括禁止规避为保护内容获取权而采取的技术手段。

借助远程教育学生们仅需要登录网络就可以开始学习，但远程教育和互联网的关系定位还是处于悬而未决的状态。在 1998 年的《DMCA 法案》的议定中，针对远程教育这个复杂议题，人们展开了激烈讨论，但最终没有得出一个正式的解决方法。后来，美国版权局（Copyright office）和两名指定的参议员一起发布了一份报告，形成了一个折中意见，并得到了所有利益方的同意。这次改革必定会对今后数年的教育方式产生巨大的影响。但是，最终法案无论从结构还是从语言上来说都显得太复杂。教育家、学生和著作权人都需要指导才能完全懂得这项法案的规定。

在过去的5年中，互联网横空出世，引发了一场真正的革命——不仅是人们交流方式的革命，还是信息的所有权和使用方式的革命。Napster提供了一项让人惊奇的音乐共享技术，截至2000年初吸引了至少4 000万的用户（主要是青少年）。Napster的故事就像是这场革命的一个缩影。使用该网站技术下载音乐的人几乎没有意识到音乐专辑所有人的版权问题——人们在免费下载并共享音乐的同时却没有付给音乐版权所有人一分钱。本来音乐CD的售价就使众多对价格非常敏感的青少年顾客感到非常不快，而Napster免费共享音乐软件的出现更促使这些青年人结成了天然同盟：Napster信徒们坚信传统的版权法不可能适用于新兴的网络世界。然而，经过以传统法律概念“所有权”和“专有权”为法律依据的清理整顿后，猖狂的音乐暴发户们最终还是屈服了。

“.com”同样也把革命推向了商标的世界。人们能够轻松地申请或得到一个网址；网站仅仅使用表里不一或似是而非的广告或关键词就能吸引到更多的访客；解决网络纠纷的新系统正在建设中，包括建立国际仲裁机构，以对跨国界的网络争端进行仲裁；同时网络公司的股票在纳斯达克（NASDAQ）股市上疯涨后又暴跌——所有的一切都在同步进行中。

虽然第一版主要针对从事传媒产业的专业人员，但我希望这本书能吸引更广范围的读者，因为我相信传媒业外的许多人也会发现本书讨论的主题和内容很有用并会对它产生兴趣。尤其是自由作家、摄影师、图书管理员和教育界人士（包括教师、行政管理人员和学生），他/她们需要更清楚地了解知识产权法是怎样影响到他/她们的工作和思维的。

所以，在新千年伊始，我决定再次回顾版权法和商标法这个主题。第二版拥有一个全新且更容易理解的名字：《创意产业中的知识产权》（Content Right for the Creative Professional）。专业的创作者们热衷于创作，将创意转化为现实，他们的工作要求他们常常需要自己创作或是使用他人的作品、文字、词组和图片。我的目的就是想帮助这些专业人员，挖掘他们想要了解的东西：自己作品的所有权意味着什么？在使用他人的作品时又需要注意些什么？然后我希望能向他们提供一些实用的方法和技巧。小说和短篇故事、传记和新闻报道、照片和图片、电影和多媒体作品、雕塑和绘画、歌曲与舞蹈、词语、标志以及广告语，都是著作权的主题。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com

第二版的内容已经经过升级和更新，并不是第一版书的简单改写。本书讨论了过去几年内发生的许多重大变革，并提供了一些新的、实用的内容，如：术语表、帮助提示以及一些图片资料。让我们一起开始这场探索之旅吧！

第一版前言

我们正处在一场传媒革命当中。有史以来数量最多的传播交流方式出现在人们的面前——电视和广播、有线和卫星、固定电话和手机、报纸和杂志以及互联网。每一种传播方式在接触受众时都带有一个终极目标：向观众、听众或是读者们提供内容——新闻报道和通信消息、娱乐八卦和观点评论等。与有史以来的任何一个时代相比，这个时代内容的价值飙升到一个前所未有的高度。无论是票房冠军电影、新闻专题报道、重播的电视情景剧、家庭录像带还是电子邮件中的乱涂乱写，这些都反应出人们既渴望得到信息，又不断寻找倾诉点想要传播信息的心理。因此，虽然传播的渠道还在不断扩展，但真正反映这些渠道最根本价值的却在于渠道内传递的东西——内容。

这本书向传媒工作者，向那些关注传播与交流的人们解释了对于内容本身他们到底还需要了解些什么。这就要牵涉到知识产权 (IP)、版权和商标。本书尽量把枯燥难懂的法律条文转换为平实易懂的语言，以帮助人们回答这些让人极度困惑的问题：哪些信息内容可以被播出或被印刷出版？究竟谁真正拥有我们生活中所见到的各种图片、视频、故事情节和名称？

虽然知识产权法让人难以理解，但它对传媒产业的有效运作至关重要。从节目导演到广告制作人，从剧本作者到网络撰稿人，从特约记者到普通学生，从家庭视频摄像者到好莱坞的导演，人们制定出规则来规范创造和使用信息的方式，同时这些规则又影响着我们所有人。尤其是那些一线传媒工作者，他们的工作就是将信息和节目搜集起来，并把它们重新编排在一起再传播出去，所以他们将受到最大的影响。这本书用不同的方式帮助人们理解关于知识产权的

法律规范，让人们了解这些规范怎样影响和对待人类最宝贵的财富——智力成果。

作为各种节目和信息内容的创造者和使用者——事实上在当今这个时代，这指的是我们每个人——我们需要了解版权法和商标法，因为我们在创造和使用（不论是自己的还是他人的）脑力劳动成果时，都需要遵守它们的规定。不过，如今这两部法律受到了一套电子传播系统的挑战——来自计算机和网络的挑战。借助计算机和网络，人们可以无影无痕地完成对信息的复制与传播、修改与变更，它们是如此地简单而万能。与此同时，在传媒产业内部，传媒巨头们又重新联盟。电话公司和有线电视公司结成同盟；电影制作公司收购有线电视公司——这些新闻几乎天天在报纸新闻的头版头条上唱主角。1996 年的电信法改革被誉为美国克林顿政府任期内所达成的最重要的法律成果之一。那么，是什么样的经济力量在推动着这些变革？这些变革又会促使媒体带给我们哪些视听上的变化？所有问题都围绕着内容这个核心词汇而展开。了解了这本书中的知识后，相信读者将能更好地“武装”自己，从容面对正在向我们走来的传媒革命。

作者简介

Arnold P. Lutzker 长期从事于版权法、商标法、互联网法、娱乐法和艺术法的研究，就所有权和知识产权的开发等事宜向客户提供咨询服务，并帮助客户进行许可产品的选择、商标注册、商标许可、侵权管理、商标有效性管理、版权利用与开发、商标组合投资。Lutzker 先生尤其擅长处理与版权和商标相关的事务。而版权和商标问题经常在以下领域出现：印刷媒体和电子媒体、电视与电影制作、互联网、多媒体、信息基础建设以及知识产权政策制定，所以 Lutzker 先生常常为这些领域的业内人士提供帮助和建议。

在 30 年的个人从业实践经历中，Lutzker 先生曾向许多传媒公司提供过咨询服务，其中有：考克斯公司（Cox Enterprises），多媒体娱乐公司（Multimedia Entertainment），纽豪斯广播公司 (Newhouse Broadcasting)，美国网络 (USA Networks)，家庭购物网（Home Shopping Networks），甘乃特公司（Gannett Co., Inc）。从 1994 年起，Lutzker 先生作为 5 家国家图书馆协会的共同代表人，负责处理相关的互联网和版权的事务。同时，他也向俄亥俄州立（Ohio State）大学、阿肯色 (Arkansas) 大学、威斯康星（Wisconsin）大学等为数众多的大学和学院提供知识产权法咨询，帮助这些学校的相关机构建设许可项目。Lutzker 先生曾担任 UDV 帝亚吉欧 (UDV Diageo) 集团的兼职顾问，为 UDV 公司旗下的著名品牌 J&B、Ouzo#12、Malibu 处理商标事务。

Lutzker 先生还是一位成功的辩护人。巡回上诉法庭上，在 Lutzker 先生的辩护下，数起案件最终赢得了胜诉。这些案件内容涉及：有线节目版权的强制许可、视频信号监控和商品包装。他作为图书馆协会的代表， 在美国最高

法院审理《纽约时报》诉塔西尼案（The New York Times Company, Inc. v. Tasini）(work-for-hire cases)，“国家地理学会”诉格林伯格案（National Geographic Society v. Greenberg)，埃尔德雷德诉阿什克罗夫特案（Eldred v. Ashcroft）（对著作权保护期限延长法 Copyright Term Extension Act 造成挑战的著名案例）时，曾作为“法院之友（amici）”向美国最高法院提交正式的法律意见书。Lutzker 先生还曾帮助制作人唐纳修（Donahue）和莎莉·杰西·拉斐尔（Sally Jesse Raphael）的电视秀节目处理数额达数百万美元的版税索赔案，向客户提供定期的音乐版权咨询，并帮助处理版权结算问题。

在立法和政策制定方面，Lutzker 先生为美国导演协会 (Directors Guild of America，DGA) 提供建议和培训，致力于保护美国经典电影和导演的利益，为导演争取影视作品被复播时追加酬金的权利。为了在听证会上得到上议院和下议院委员会的支持，Lutzker 为多位著名导演和演员做辅导，为出席作证作准备。这些人中包括：史提芬·斯皮尔伯格 (Steven Spielberg)，乔治·卢卡斯 (George Lucas)，伍迪·艾伦（Woody Allen），吉米·史都华（Jimmy Stewart），米洛斯·福尔曼（Milos Forman），马丁·斯科塞斯（Martin Scorcese）。在《千禧年数字版权法》（Digital Millennium Copyright Act，DMCA）的立法过程中，Lutzker 先生代表图书馆界和教育界的利益，参与美国国会的辩论：对在线服务提供商（Online Service Provider，OSP）责任的限制，著作权保护期限延长（Copyright Term Extension Act），合理使用（Fair Use），远程教育 (Distance Education）和数据库 (Data Base)。Lutzker 在辩论中作为主要谈判人，穿梭于各方，进行协商交涉，为保护图书馆的权利而奔走。Lutzker 先生参与过的立法有：《卫星家庭观众法》（Satellite Home Viewer Act，SHVA，1987），《伯尔尼公约履行修正案》（The Berne Treaty Implementation Act，1988），《国家电影保护法案》（The National Film Preservation Act，1988)，《千禧年数字版权法》（Digital Millennium Copyright Act，DMCA，1998），《著作权保护期限延长法》（Copyright Term Extension Act，CTEA，1998），《技术、教育和版权协调法案》（TEACH Act，2002）。

在文学艺术领域，Lutzker 先生担任华盛顿文化联盟（Cultural Alliance of Greater Washington）的法律总顾问（general counsel），华盛顿文化联盟是一家非营利服务性组织，由 300 多家艺术组织和公益机构组成。Lutzker 先生是华盛顿国际电影节 (Washington, DC, International Film Festival) 董事会（Board

of Director）的成员之一。同时他还担任美俄文化交流合作基金会（American Russian Cultural Cooperation Foundation）的特别法律顾问，为基金会的巡回艺术展览、罗门诺夫王朝珠宝展及俄国宫廷珍宝（Jewels of Romanovs: Treasures of the Russian Imperial Court）提供法律建议。Lutzker 先生是宫廷艺术基金会（Palace Arts Foundation）的共同创始人之一，筹备组织了其广受赞誉的巡回展览："金与光的宫殿：伊斯坦布尔城"和托普卡皮珍宝展 (Palac of Gold & Light: Treasures from the Topkapi, Istanbul)。

Lutzker 先生还同时是 3 家商业公司的合作创始人。它们是互联之星（InterStar Releasing）出版公司（一家制作并销售戏剧演出影视作品的公司，后被西屋集团 W 部收购），影港国际（Cineports International）公司（一家新型的宽带流媒体电影公司，提供付费订购在线电影服务，服务范围多达 12 个国家）和因特拉娱乐（Entera Entertainment）公司（一家娱乐公司，专营以西班牙主题和拉美主题的音乐、电视节目和电影）。

除本书外，Lutzker 先生还是另外两本书的作者：《传媒从业人员需知：版权和商标》（Copyright and Trademark for Media Professionals）（焦点出版社，Focal Press，1997）;《播送中的法律问题》（Legal Problems in Broadcasting）（大平原大学出版社，Great Plains University，1974）。视频节目：《版权：互联网、多媒体和法律》（Copyright: The Internet , Multimedia, and the Law）的主讲嘉宾（泰勒传媒 Taylor Communication，1997）和《千禧年数字版权法》（Digital Millennium Copyright Act ，DMCA）的导读本的作者。另外，Lutzker 先生还发表了多篇关于版权和商标权的文章。在建立 Lutzker & Lutzer LLP 之前，他曾是华盛顿的几家公司的合伙人：费西 & 理查森 (Fish & Richardson) 公司，PCD(P.C. and Dow）公司及侬力 & 艾伯森（Lohnes & Albertson）公司。他还是美国国会议员乔纳森 · B · 宾汉姆（Jonathan B. Bingham）的法律顾问。Lutzker 先生 1968 年以最优异成绩毕业于纽约城市大学（City College of New York），1971 年以优异成绩毕业于哈佛法学院（Harvard Law School）。

此为试读，需要完整PDF请访问：www.ertongbook.com