

<<创意产业中的知识产权>>

图书基本信息

书名：<<创意产业中的知识产权>>

13位ISBN编号：9787115212870

10位ISBN编号：7115212872

出版时间：2009-11

出版单位：人民邮电出版社

作者：卢茨厄

页数：309

译者：王娟

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<创意产业中的知识产权>>

### 前言

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。

## <<创意产业中的知识产权>>

### 内容概要

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3/4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。

## <<创意产业中的知识产权>>

### 作者简介

作者：(美国)卢茨厄(Arnold P.Lutzke) 译者：王娟Arnold P . Lutzker从业于版权、商标、互联网、娱乐业和艺术法领域 他为知识产权的所有和开发提供咨询服务，协助客户办理选择与注册、授权、侵权管理以及版权商标投资的开发等方面的事务 他是美国最大的知识产权法律事务所之一的Fish and Richardson办公室华盛顿地区的合伙人，也是美国最大传媒娱乐公司之一的Dow, Lohnes & Albertson的合伙人 ArnoldP . Lutzker现在经营自己的事务所——Lutzker & Lutzker, LLP。  
他的客户主要是传媒、软件和硬件、节目制作、电信以及教育领域的个人、公司和机构他已在主要法律刊物上发表了多篇关于版权和商标的文章,多次在贸易论坛上发表言论,并创作了视频《互联网和多媒体的版权及相关法律》。

<<创意产业中的知识产权>>

书籍目录

第1篇 版权 1 版权概述：一幅大的图画 2 什么是版权 3 版权所保护的权利：版权的价值  
4 《版权法》的限制：版权中的“辣椒” 5 强制性许可——政府的助手 6 侵权责任：付出  
代价 7 版权归属：保管属于自己的 8 在线服务提供商：绿色通道还是交通警察 9 控制版  
权的使用权：最有效的办法 第2篇 商标 10 商标是什么 11 商标系统：如何保护你的商标  
12 获得商标所有权的战略 13 混淆的可能性：严峻的考验 14 商标和许可：以赚钱为风向  
标 15 数字世界中的商标：域名游戏与其他 第3篇 重要的附加性法律法规 16 不正当竞争、  
形象权和隐私权：填补法律漏洞 17 《反托拉斯法》：保持竞争的活力 18 专利权与商业秘密  
：强有力的搭档 19 用国际化的视野看世界：这个世界很小 第4篇 著作权：大众传媒与电影制作  
20 新闻播报与访谈节目：著作权之争 21 著作权：音乐领域 22 商业广告：广告内容与商  
业目的一致性 23 体育部分：奥林匹克标志与比赛保护条例 24 关于广播：电码字符、标语、  
广告语和符号 25 着色处理与艺术家的权利：到底是谁的作品 26 授权与发行：节目制作事宜  
27 有线电视：一个渠道之梦 28 媒体联合：节目内容D同增效 第5篇 内容与新媒介：互联网  
已经到来 29 网络空间：Napster音乐网与重温西部规则 30 数字主义：定义电子化世界中的权  
利 31 教师和数字世界：课堂是怎样改变的 32 网播：数字通信的初始阶段 33 编后记：总  
结性思考 词汇表

## <<创意产业中的知识产权>>

### 章节摘录

插图：本书从版权的基本概念谈起。

版权是什么？

为什么每一个人，特别是那些从事创意产业的从业人员和那些在媒体和教育界工作的人员，即那些工作以沟通为主要内容的工作人员，要对版权的基本知识有清晰的了解？

除了要使读者对基本的版权原则有所了解之外，本书还要教给读者一些必要的知识信息，帮助他们应对现实中的版权问题。

每一本书或文章，每一张摄影作品，每一段视频，或每一张CD都会涉及版权问题。

因为沟通行为是即时的和互动的，一个人不能被不确定性所困惑，对于所要教授、分享、开发的内容，不能不知其是否可以为己所用。

所以我们用交通法中交通灯的道理来阐释版权：绿灯表示你可以“通过”，黄灯表示“警惕”，还有红灯表示“等一下，这有一个问题”。

从法律的视角看，版权问题之所以如此吸引众人是因为其涉及两个基本的宪法原则之间的紧张关系。

美国宪法第1条第8款指导国会颁布法律赋予作者特殊权利，即对于自己的作品在一定年限内享有特定权利。

然而，美国宪法第一修正案禁止美国国会制定法律限制自由言论。

版权的基本原则早在美国这个国家成立之初，就在联邦法律中有所体现。

## <<创意产业中的知识产权>>

### 媒体关注与评论

“这既是一本具有实践性的指南。  
又是一本理解关键政策问题的入门书籍，这本可读性极强的书提供了清晰准确和实用的指导。  
想了解数字时代知识产权的相关问题就一定得阅读此书。

” ——Peter A.Jaszi。

法学教授。

美国大学华盛顿法学院

## <<创意产业中的知识产权>>

### 编辑推荐

《创意产业中的知识产权》：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知识产权包含的内容很广，版权和商标权能够被买卖和授权——它们产生利润并代表着我们经济产业中最有价值的一部分资产。

创意产业从业人员熟知知识产权法将会获得极大的机会来实现创意并从创意中获益。

高保真音响爱思唯尔



<<创意产业中的知识产权>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>