

數位內容的著作利用與授權



著作標示:

(劉書賢2002編撰2016修改,版權所有)

2016授權智慧局針對不特定之對象下載利用及研究、重製
唯商業用途需知會著作人同意



講者經歷

經歷:

- 映象動畫-卡通原畫師
- 方達傳播-卡通原畫師
- 博客來網路書店-視覺設計部經理
- 新資訊科技事業-多媒體動畫導演
- 會宇多媒體網路事業部-網路動畫創意總監
- 美商虹軟科技-行銷協理
- 勤創科技網路事業部-副總
- 上海傳育網路科技-動畫創意總監
- 資策會數位教育研所-人才培訓組長



講師聯絡



FB: prince.icp@gmail.com (大賢)

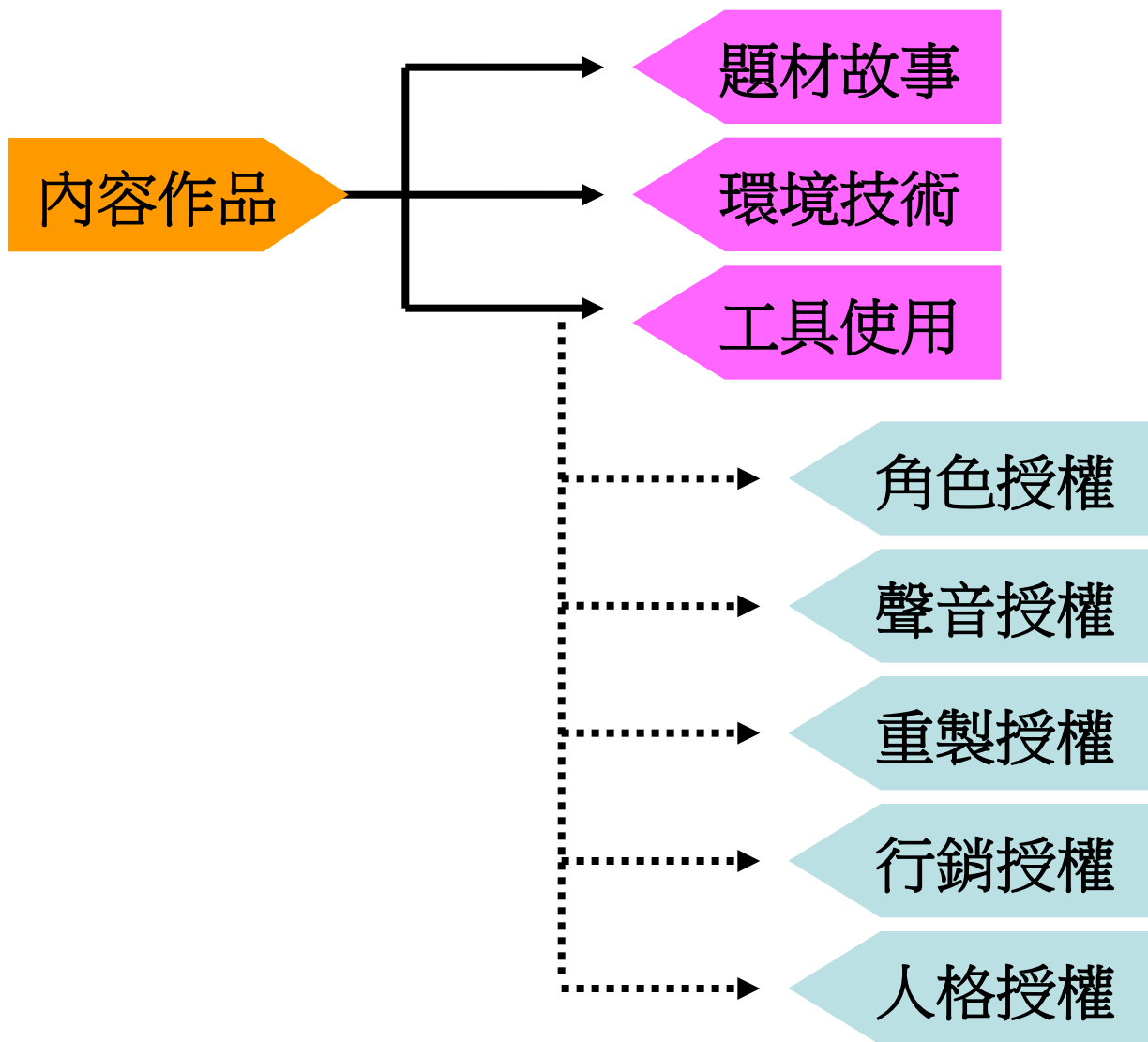


本次分享:



數位內容的授權經驗 怎麼賣掉自己,和不要被賣掉? 授權的陷阱

數位內容版權需求





先看一下數位內容的產業

數位內容產業範疇與次領域金字塔

◎定義：「將圖像、字元、影像、語音等數位化並整合運用之技術、產品或服務」





再看一下數位內容家族的新成員

“新媒體”

新媒體的傳播革命

個人IP



群體



互聯網

新媒體

話題社群(BBS)
分享社群(FB)
即時通(QQ)
P2P

物質關係
需求
想法
精神符號

多傳播
多維網
多組合

時間/ 碎片化
數據元/ 借用+組合

新介質:
媒材,型態,終端,影像

高質量故事
公民故事
渲染故事

數位賦權下,新媒體文化的影響與特徵

文化的狂歡不能超越政治底線(手段不能大於目的)

新媒體負面文化 暴力文化、犬儒文化(酸)、次(亞)文化

亞文化**Subculture**邊緣/偏離/挑戰

傳播學涵化理論**Cultivation theory**

生存環境社會符號長期影響下的文化浸潤

文化特徵 技術多媒體、傳播及時、空間全球化、方式虛擬、主體平等、內容多元、佔有共享性

技術

虛擬.
全時.
多功.

精神

自由.
平等.
開放.

主體

個性.
平民.
自主.

產業

UCG.
合作生產.
P2P.

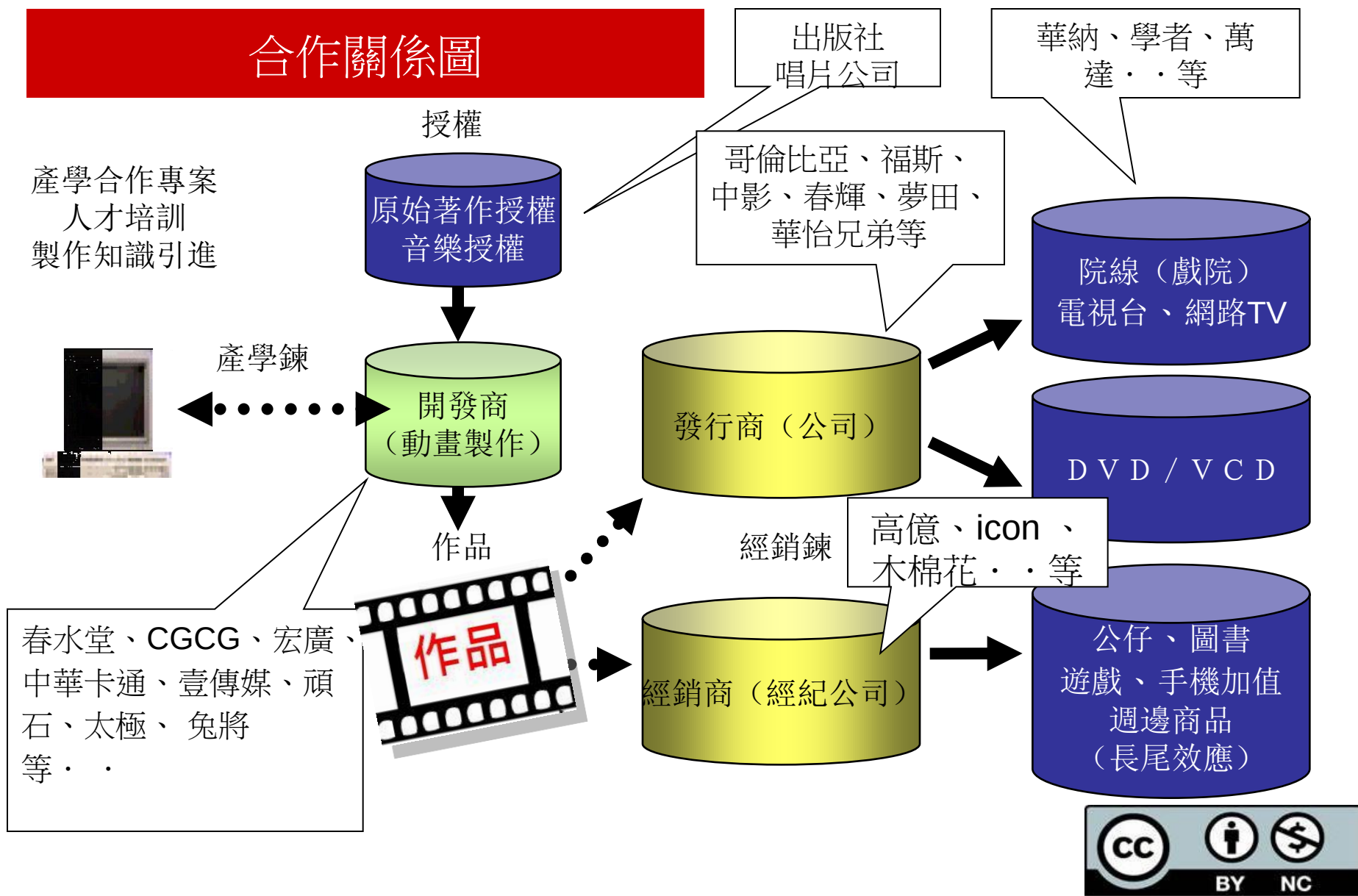




從內容的產業鏈看授權

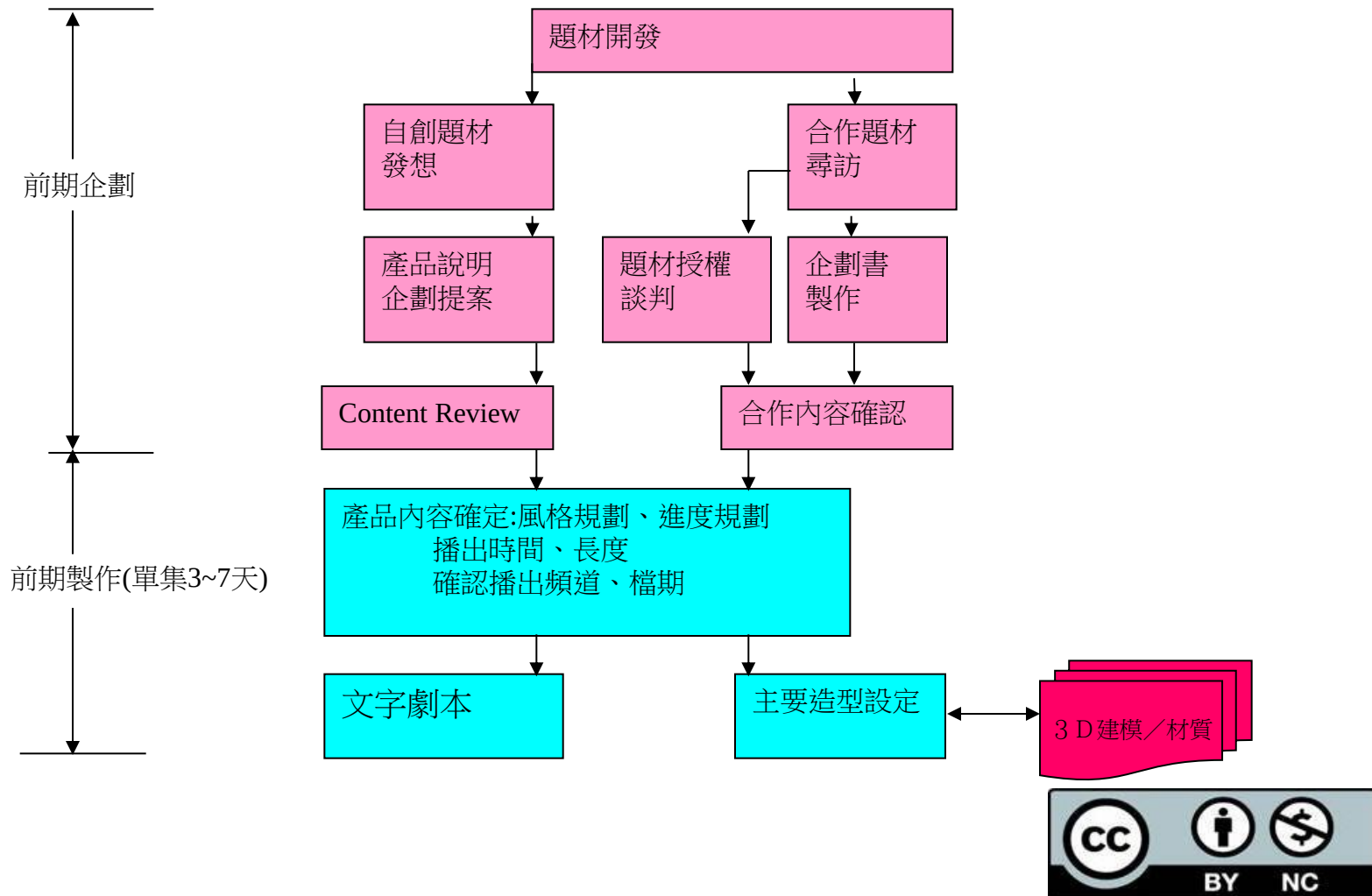
動畫事業產業鏈

合作關係圖

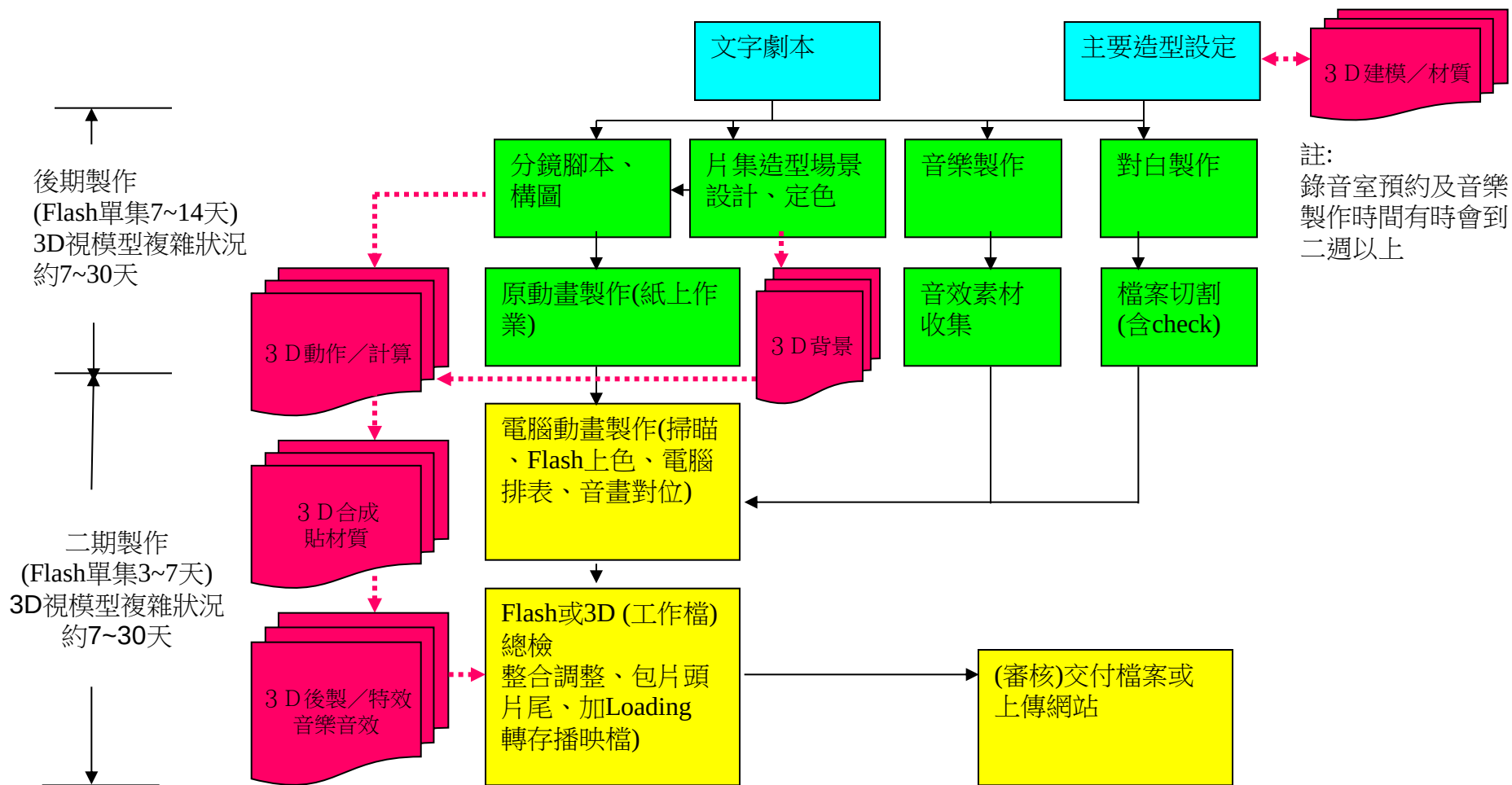


動畫開發流程(1/2)

WAP Cartoon 1 分鐘數位動畫（含3D動畫）開發製作流程說明

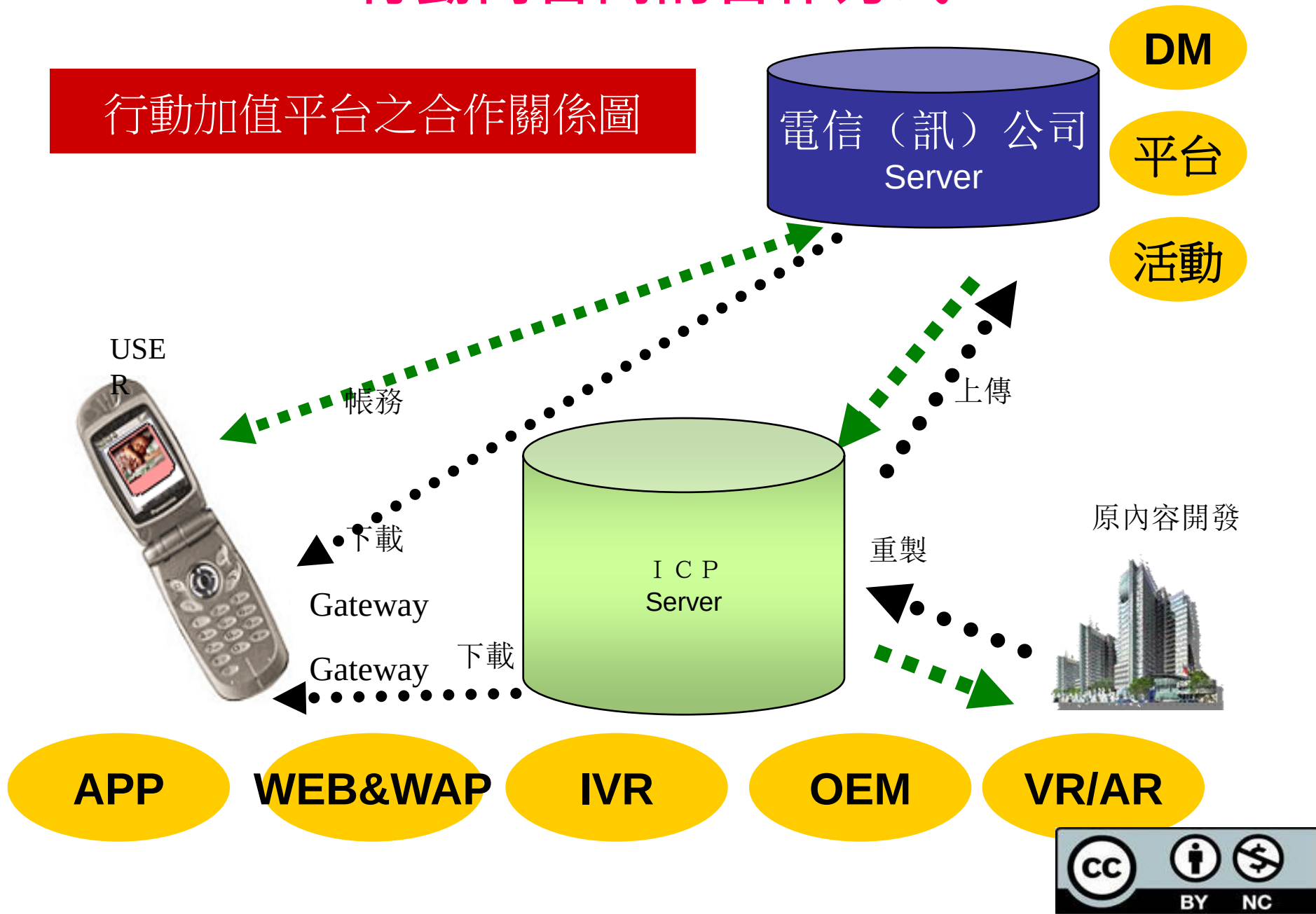


動畫開發流程(2/2)



行動內容商的合作方式

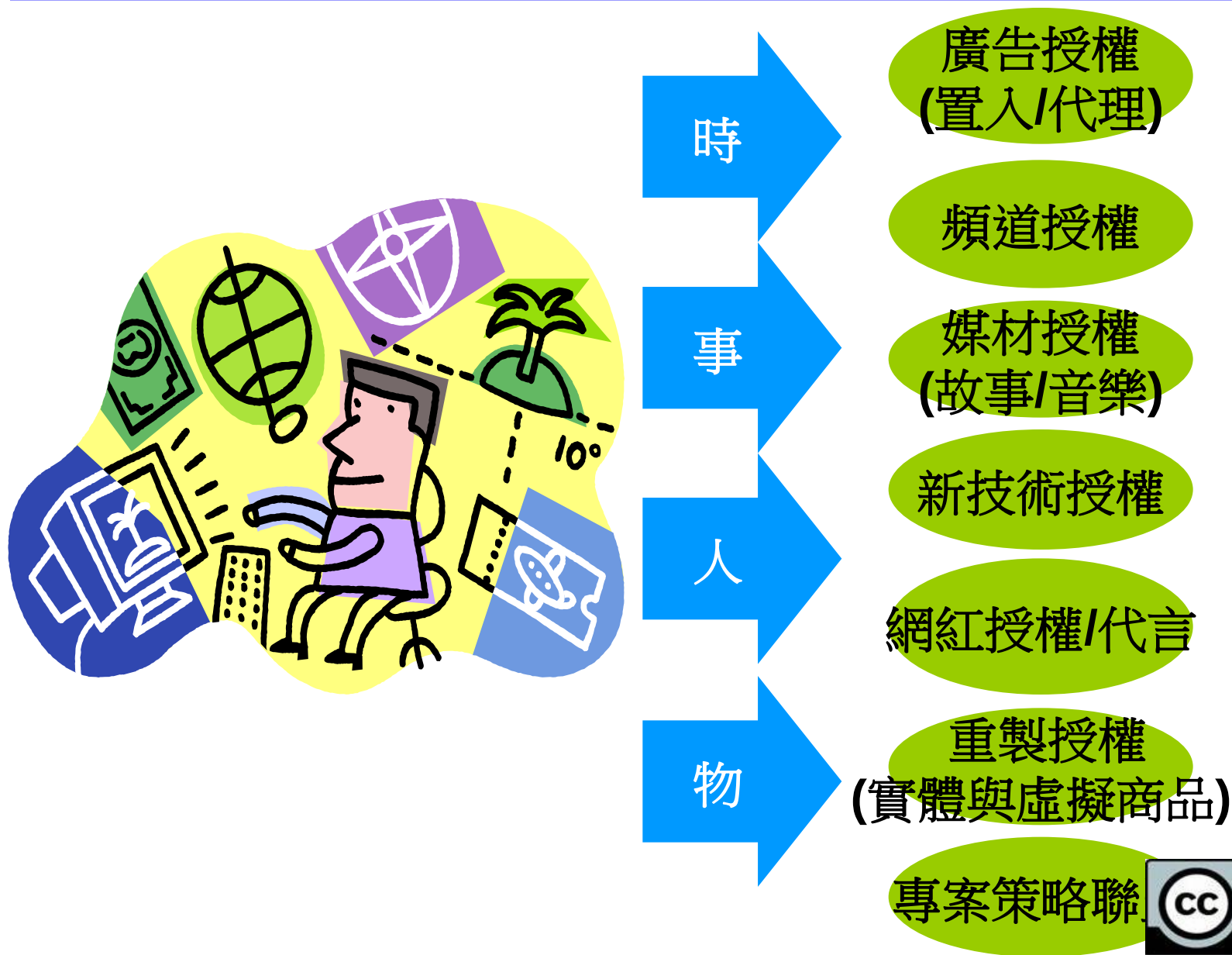
行動增值平台之合作關係圖





新媒體內容如何授權

新媒體授權介紹案例:直播與微電影

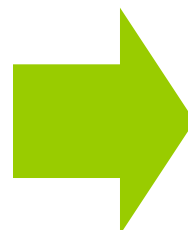


例:網路符號『小鮮肉』的授權規劃

A	B	C 商品
D	小鮮肉	E
F 活動	G	H 置入

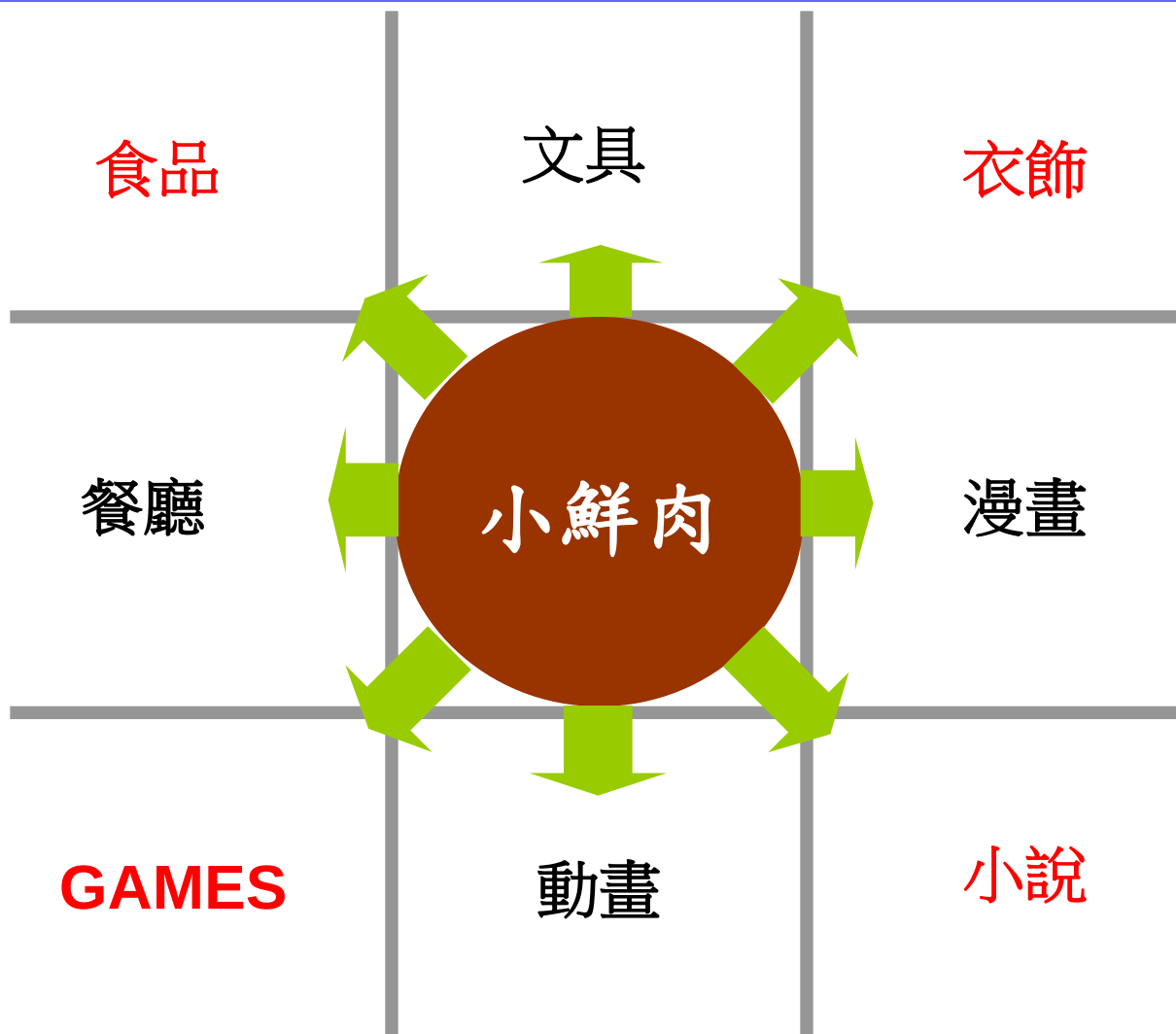


	C	



	H	

小鮮肉的八種授權商品



(垂直、組合、借用、連結)



發行版權、重製 及授權實務



創作人會遇到的十四個問題

1. 學生版權是學生的嗎?
2. 公司的私法是對的嗎?(競業競止與兼職限制)
3. 工作約怎麼簽訂?合理報價罰則與取款
4. 我要授權給出版公司該注意什麼?(遊戲與數位版權)
5. 拆帳的文字陷阱
6. 經紀人與代理人能幫我嗎?
7. 取得版權(重製與改編音樂影像)
8. 忽然有人告我怎麼辦?司法防禦
9. 版權陷阱~被代理人騙不小心侵權了怎麼辦?
10. 打擦邊球~買心安的設計(境外~協會報備~傳真錄音)
11. 國際市場授權
12. 老實說你不懂大陸!!登陸的淺規則
13. 演講的侵權問題
14. 從權利標示和伸張著作開始吧~保密文件



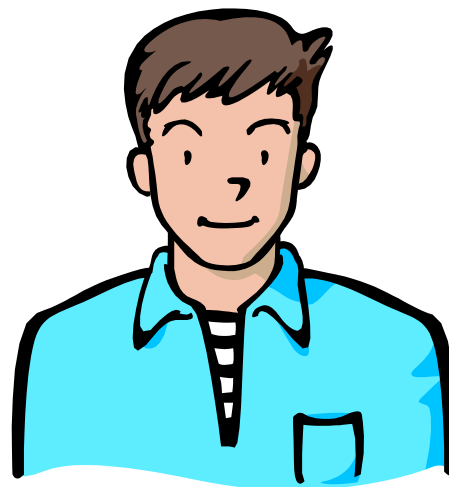
合作要領與簽約技巧

- 意向書.保密合約.三方.雙向.單向授權.匯款同意書
- 專任與獨家
- 平台與地域
- 標的與規避
- 查核權與驗收方式
- 版權歸咎與司法責任(費用)承擔
- 賠償之合理與違憲
- 年限與當然續約
- 解約方式
- 應收與實收
- 策略性合作協議

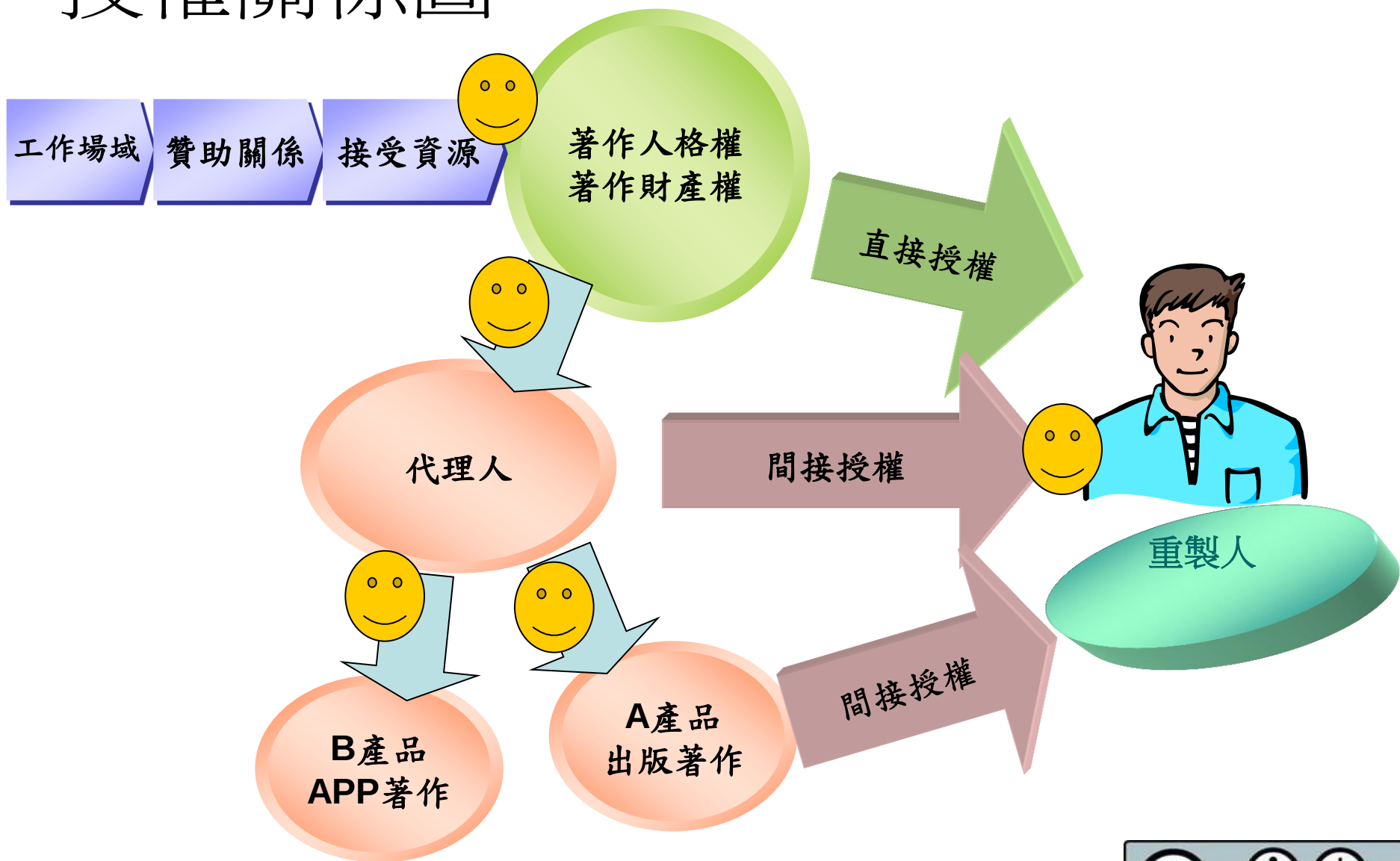


拆帳方式與成本再叮嚀

- 應收與實收
- 版稅拆分
- 權利金與扣抵式預付款
- 比例



授權關係圖



著作權與代理陷阱

- 1. 原始著作權確認
- 2. 中間商非法授權:宣傳權
- 3. 授權陷阱與平行授權案例分享
- 4. 鐵率:所有關係皆需落實於合約
- 5. 法律善意原則
- 6. 保護3原則:合約.給檔(溝通)證據.收據
- 7. 司法防禦案例說明(聯大壓小)

轉角遇著作~細節見天使

Q&A

