

<<体育法的理论与实践>>

图书基本信息

书名：<<体育法的理论与实践>>

13位ISBN编号：9787564400811

10位ISBN编号：7564400811

出版时间：2009-1

出版时间：韩勇 北京体育大学出版社 (2009-01出版)

作者：韩勇

页数：579

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>

<<体育法的理论与实践>>

前言

多年以前，在阅读美国、英国和澳大利亚体育法专著和教材时，我就希望能够尽快以体育中的法律问题为中心，写出中国版本的体育法学专著。

但是，本书的写作，不仅仅要依赖于作者的学术素养和前期积累，而且要取决于体育法学在中国的发展和成熟。

现在终于到了以这样的体例和内容写一本体育法专著的时候了。

在中国，体育法学形成了自己的研究对象，形成了一个生机勃勃的研究群体，也产生了自己的读者群，更出现了一批好作品。

现在，作者从中国学术期刊网能够检索到千篇以上的期刊论文和学位论文。

作者对这些论文逐一阅读，作为本书的参考资料。

在阅读这些资料的时候，写书的感觉越来越强烈。

如果说，第-代中国体育法学者，搭建了体育法学的框架，在众多学科中为体育法学谋求了一席之地的话，那么，我们这一代的学者则肩负着如何使其深入发展的责任。

在本书的撰写过程中作者注重了以下几点。

首先，尽量全面地反映体育法学研究发展的全貌。

本书共四编十二章，内容涉及体育与人格权、体育与知识产权、体育与伤害、体育与工作、体育与不当行为、体育与纪律处罚、体育与纠纷解决等十分广泛的各类主题。

这些主题的选择，主要是参照国外体育法学研究的框架并结合中国体育法学的研究热点搭建的。

但是，应当承认，由于作者本身研究领域和研究视野的限制，一些国内研究的重要领域未能纳入，如中国体育法制建设等问题。

如果这本书以后有幸再版，希望这些主题能够得到反映。

<<体育法的理论与实践>>

内容概要

《体育法的理论与实践》是继作者《体育与法律——体育纠纷案例集》之后的又一本以体育中的法律问题为中心的作品，为了保护已经购买了作者案例集的读者的利益，《体育法的理论与实践》尽量避免使用已经在案例集中出现的案例，而是选取更新的案例加以区别。

<<体育法的理论与实践>>

作者简介

韩勇，女，法学学士，教育学硕士、博士，首都体育学院副教授，澳大利亚悉尼科技大学访问学者，著有《中国足球俱乐部内幕》《体育与法律——体育纠纷案例评析》《体育纪律处罚研究》，译有《娱乐体育管理》。

<<体育法的理论与实践>>

书籍目录

第一编 绪论第一章 体育法学概述第一节 体育法学的定义——“体育法”还是“体育与法”一、体育法，一个特殊的领域二、“体育法”还是“体育与法”(一)国外学者的观点1. 传统的观点2. 折中的观点3. 趋势性的观点(二)我国学者的观点1. 部门法分支法论2. 体育行政法论3. 综合法论4. 独立部门法论(三)体育法是一个独立的法律部门三、体育法的概念第二节 体育法学发展简要历程一、世界体育法学是怎样发展起来的二、我国体育法学是怎样发展起来的第三节 体育法学的研究领域主要参引文献第二编 体育与侵权第二章 体育与人格权第一节 体育新闻侵犯体育名人人格权一、体育新闻侵犯体育名人人格权概述(一)新闻传播侵害体育名人人格权的表现形式(二)我国体育新闻侵犯体育名人人格权现状二、体育名人与公众人物(一)公众人物概述(二)公众人物的类型(三)公众人物与我国司法实践案例：陆俊诉《羊城体育》名誉权侵权案案例：李章洙诉《南方体育》名誉权侵权案案例：范志毅诉上海文汇新民联合报业集团名誉权侵权案(四)体育名人作为公众人物人格权的限制与保护1. 限制体育名人人格权的必要性2. 受到限制的体育名人人格权的内容3. 体育新闻侵犯体育名人名誉权的限制4. 体育名人作为公众人物人格权的保护(五)体育名人作为公众人物的认定1. 体育名人的范围2. 体育名人的时限案例：约翰斯顿诉《体育画报》案3. 体育名人的隐私与公众利益的界限案例：维吉尔诉《体育画报》案第二节 体育名人人格权商品化一、商品化权的概念界定二、商品化权的基本属性(一)财产权说(二)特殊知识产权说(三)无形财产权说(四)边缘权利说(五)人格权说三、商品化权的保护对象(一)肖像(二)形象(三)姓名(四)声音(五)名称(六)各种形象因素的综合案例：重剑冠军王磊诉上海大众汽车有限公司肖像权侵权案四、商品化权侵权的检验方式(一)相关联使用检测法(二)转变性使用检测法(三)主要目的检测法五、体育名人人格权商用侵权的表现形式(一)未经体育名人许可擅自使用案例：刘翔诉精品购物指南报社等肖像权侵权案案例：涉嫌擅自使用乔丹人格权标识案例：涉嫌擅自使用罗纳尔多人格权标志(二)超出体育名人授权范围使用其人格标识(三)超出许可使用合同期限而继续无偿使用体育名人人格权标识案例：董炯诉维尔胜公司等肖像权、姓名权侵权案(四)按照合同约定使用体育名人人格权标识但不履行相应义务案例：江津诉盼盼安居股份有限公司、辽宁盼盼集团有限公司北京分公司合同违约案案例：邓亚萍诉济南伟民实业总公司合同违约案(五)互联网上侵害体育名人商业化权六、我国体育名人人格权商用存在的障碍七、运动员人格权商用法律关系权利主体的确定案例：中国篮协及盈方公司诉贵人鸟公司肖像权侵权案第三节 体育冠名权案例：百事可乐为何退出甲A赞助?一、体育冠名与体育冠名权的概念二、体育冠名权的法律性质(一)知识产权说(二)人格权说(三)商事人格权说三、体育冠名权合同的法律特征(一)买卖合同说(二)赠与或公益事业捐赠合同(三)商业广告合同(四)唯一授权许可合同四、我国体育冠名权立法存在的主要问题(一)冠名权尚未经民事基本法律确认并得到合法地位(二)《合同法》分则欠缺对冠名合同的直接规制(三)税收法规缺乏对冠名赞助的税收优惠规定五、体育冠名权法律保护体系的立法建议(一)在民法典中对体育冠名权予以确认(二)进一步补充完善相关配套管理规定主要参引文献中国篮球协会注册运动员商业权利管理办法中国国家篮球队装备管理办法国家队篮球运动员商业资源开发合同第三章 体育与知识产权概述体育中的知识产权保护一、体育知识产权保护的重要意义二、体育知识产权的客体第一节 体育标志与奥林匹克标志一、体育标志(一)概念(二)体育标志权的权利属性(三)体育标志权的内容1. 专有使用权2. 许可使用权3. 收益权4. 禁用权(四)体育标志权的主要特征1. 体育标志权的知识产权共有特征2. 体育标志权的独有特征.....第三编 体育与工作第六章 体育与工作第四编 体育与不当行为第七章 体育不当行为概述第八章 控制比赛第九章 体育与兴奋剂第十章 体育与暴力第十一章 体育与纪律处罚第十二章 体育与纠纷解决国外案例后记索引

<<体育法的理论与实践>>

章节摘录

奥运会隐性营销行为是指经营者在宣传商品或服务时，故意地明示或暗示其与奥运会或奥运会组织者之间具有事实上并不存在的赞助、授权等商业性关联的行为，从中获取商业利益，同时弱化、威胁或损害真正的奥运会赞助者利益。

隐性营销在我国并不是一个严格的法律概念，法律并未有明确规定和制裁措施，但是国际奥委会对于隐性营销采取坚决打击的态度。

根据奥运会市场开发规划，申办城市进入申办程序后，要向国际奥委会递交保证书，保证在申办成功后防范隐性营销。

对于隐性营销有广义和狭义两种界定，目前国内的研究采用狭义和广义的界定都有，例如：国际奥委会把隐性营销定义为：“有意或无意地企图制造或利用伪造的和未经许可的与奥林匹克运动和奥运会的商业合作行为。

”这里采用的是广义的隐性营销的界定。

与国际奥委会一脉相承，北京奥组委认为，“隐性营销主要包括三个方面，非合作伙伴企业想方设法与奥运会建立虚假或未经授权的联系；非合作伙伴企业违反各种保护奥林匹克形象和标记使用的法律；非合作伙伴企业故意或非故意地干扰奥林匹克合作伙伴的合法市场开发活动的行为。

”这里采用的也是广义的隐性营销的概念。

“与假冒或者非法使用奥运会的商标、名称、标志等行为不同的是，奥运隐性营销非常隐蔽，它与直接侵权大不相同。

如果在商品广告中盗用奥林匹克标志、名称、商标等，属于直接侵犯奥运会相关权利，这种侵权行为一目了然，易于发现和制裁。

但是隐性营销往往经过精巧的设计暗示与奥运会之间存在某种商业关联，间接利用奥运会的商业价值增加其产品和企业的知名度。

”此处采用的是狭义隐性营销的界定。

可见，广义的隐性营销既包括未经许可使用体育标志的违法营销，又包括不直接使用体育标志但使用其他手段“搭便车”的行为。

狭义的隐性营销不包括前者，只包括不直接使用体育标志但使用其他手段“搭便车”的行为。

如果未特别指明，本文采用的是狭义的隐性营销概念，因为广义的隐性营销中“直接使用体育标志”的行为在法律上性质明确，我国出台了《奥林匹克标志保护条例》加以保护，在司法实践中也有中国奥委会诉金味麦片侵犯奥林匹克标志案例，我国现有的知识产权保护法律规范能够对体育标志侵权进行切实有效的保护。

<<体育法的理论与实践>>

后记

写这本书，是我一直以来的愿望，这个愿望的实现，比预想的要快。

之所以快，有两个原因。

首先，教学逼着科研跑。

我在首都体育学院给本科、成教和研究生都开设过这门课，很多学生对此表现了浓厚的兴趣，但是没有合适的书可以给学生使用。

其次，近年来国内体育法学研究的进展很快，现有的学术成果，已经足以按照体育中的法律问题为中心，来搭建本书的框架。

全面收集资料从2006年11月开始，交初稿是2007年10月底，写作历时一年，中间有一个安静祥和的寒假和一个悠长的暑假，常常在阳光晴好的上午，冬天坐在明媚的北京冬日的暖阳中，夏天则放下窗帘，开机……每天足不出户，目不转睛在电脑前坐8小时以上，没有任何杂事打扰，手机都不太开机，完全进入写书状态。

身边是大堆的国内外体育法专著和教材，期刊论文。

一直和学生说，要做某一方面的研究，应该穷尽这方面的研究，所以自己也要做到。

我阅读了从中国学术期刊网检索到的所有体育法期刊论文和学位论文。

感慨是体育法领域太多，我的时间太少。

由于体育法领域太多，我有很多力有不逮的地方，只能在中国体育法界完成抛砖引玉的工作。

感谢首都体育学院对于体育法学科发展一如既往的支持和重视，周登嵩教授和杨铁黎教授在北京市重点建设学科经费方面的大力支持促成了本书的出版。

国家体育总局政法司张剑司长、天津体育学院于善旭教授、北京体育大学易剑东教授、山东大学法学院黄世席教授在业务方面给了我很大的帮助，尤其是于善旭教授，他严谨的治学态度和对体育法的深刻理解使我受益匪浅。

另外，本书的出版得到了“北京市教委人文社科研究计划项目”和“首都体育学院北京市重点建设学科体育人文社会学资助项目”的资助，特此致谢。

最后，感谢我的先生康胜一直以来对我的支持和鼓励。

<<体育法的理论与实践>>

编辑推荐

《体育法的理论与实践》由北京体育大学出版社出版。

<<体育法的理论与实践>>

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>