

壹、緒論.....	4
貳、藝術之原創與挪用之智財權議題.....	5
一、智財權法之文化與經濟背景.....	5
(一) 智財權做為經濟利益之屏障.....	5
(二) 對抗消費文化之“殖民化”的創造行為.....	7
二、藝術挪用 (appropriation) 與文本互涉.....	8
三、智財權之於原創與評論之功能衝突.....	16
參、商標諧擬的法律與文化面向.....	17
一、諧擬 (parody) 的法律定位.....	17
(一) 一般商標的諧擬.....	19
(二) 著名商標的諧擬.....	21
二、商標諧擬爭議的文化議題.....	22
(一) 臺灣、中國、香港之案例.....	22
(二) 國外之案例.....	26
(三) 言論自由與文化論述權.....	32
肆、商標做為消費殖民化之文化論述.....	36
一、文化與消費之論述.....	36
(一) 臺灣之殖民文化論述之討論.....	36
(二) 臺灣之品牌消費現象評論.....	37
二、商標諧擬藝術作品之文化論述內涵.....	38
(一) 國外藝術家商標諧擬之作品.....	38
(二) 臺灣藝術家商標諧擬之作品.....	44
三、消費、文化辨識與文化論述權.....	56
伍、他國相關於商標諧擬之法規.....	59
一、澳洲.....	60
二、比利時.....	60
三、加拿大.....	61
四、英國.....	61
五、法國.....	62
六、日本.....	63
七、紐西蘭.....	64
陸、結論.....	65
參考文獻.....	66
中文圖書.....	66
西文圖書.....	66
中文期刊.....	66
西文期刊.....	67

碩博士論文.....	67
中文網路資料.....	67
西文網路資料.....	68