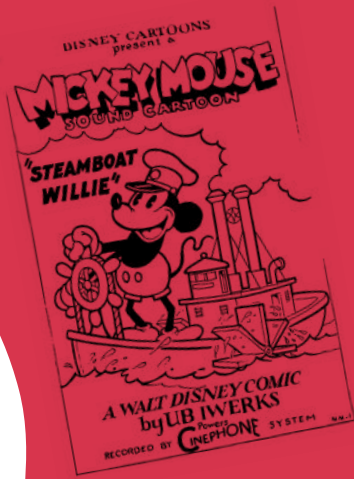


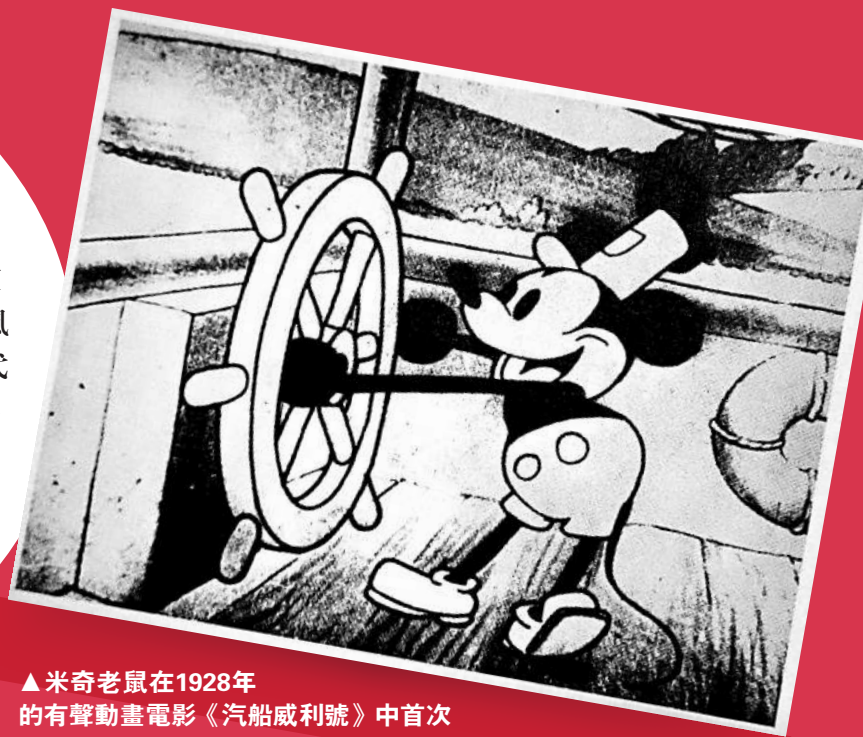
初代米奇版權到期 料掀再創作熱潮

迪士尼仍持有品牌商標 亂用惡搞均有風險

▼1928年11月18日，華特迪士尼與妻子出席《汽船威利號》在紐約首映。美聯社



【大公報訊】綜合BBC、法新社報道：今年1月1日，迪士尼的經典標誌形象、1928年面世的初代米奇老鼠的美國版權到期，正式進入公共領域。這意味著任何人都可以免費使用這一形象，外界預料將掀起二次創作風潮。目前已有片商宣布推出兩部與初代米奇老鼠相關的影片。但是迪士尼和專家指出，迪士尼仍擁有米奇老鼠相關的高標權，擅自越界使用米奇老鼠形象，可能會吃官司。



▲米奇老鼠在1928年的有聲動畫電影《汽船威利號》中首次亮相。法新社



1928年5月，米奇老鼠在無聲動畫《飛機迷》試映中亮相，反響寥寥。同年11月18日，米奇老鼠在有聲動畫《汽船威利號》初登螢幕，一炮走紅。這套以米奇、米妮老鼠為主角的電影，雖然只有短短八分鐘，但深受全球觀眾喜愛，亦被廣泛認為是改變迪士尼命運並創造電影歷史的作品。正是從初代米奇老鼠開始，迪士尼始建立由影視和樂園等廣泛業務組成的娛樂王國。

按照1928年的美國版權法，迪士尼將在56年後，即1984年失去初代米奇老鼠的版權。為了保住這隻「搖錢鼠」，迪士尼曾於1976年成功游說美國國會，將版權保護期延長為75年，隨後又於1998年二度促成版權法修改，將版權保護期再增加20年，達到現今的95年。因此，美國版權法也有「米奇老鼠保護法」的稱號。

由於迪士尼近年並未再次就版權問題「發功」，因此初代米奇老鼠在面世95年後，即今年1月1日正式進入公共領域，向公眾開放使用。任何人都可以在無需許可或付費的情況下，合法地複製、分享、二次創作和改編初代黑白版米奇及米妮。杜克大學公共領域研究中心主任詹金斯表示，米奇老鼠版權保護的結束，對號稱「版權狂魔」的迪士尼來說，是一個「具有深刻象徵意義、且期待已久」的里程碑。

片商推恐怖片 搶喝「頭啖湯」
在初版米奇老鼠版權到期還不到24小時，已經有片商迅速開動腦筋，宣布即將推出由米奇、米妮老鼠主演的兩部獨立恐怖片。其中一部名為《米奇的捕鼠器》的低成本恐怖電影，將米奇老鼠變成了一個蒙面殺手，在遊樂場裏跟蹤一群年輕人，預計3月上映。另一部尚未命名的恐怖喜劇片則講述一隻殘酷成性的老鼠將折磨一群毫無戒心的渡輪乘客，最快在今年春天開拍。

除了電影公司外，米奇老鼠還在轉瞬間被製作了非同質化幣（NFT）項目登上平台交易，截至5日已有超過5000宗成交，交易規模相當於116萬美元。

《米奇的捕鼠器》導演貝里在宣傳片中表示，推出米奇老鼠的恐怖片「只是想創造樂趣」，他認為將《汽船威利號》裏出現的米奇老鼠重製為殺人狂魔十分的「荒謬」且有趣。

迪士尼：僅一個版本到期

迪士尼警告稱，現時僅有《汽船威利號》中的黑白版本初代米奇老鼠進入了公共領域，而較晚問世的其他所有版本的米奇老鼠版權仍由迪士尼持有。另外，迪士尼仍單獨持有米奇老鼠商標，任何利用米奇老鼠形象二次創作，或者生產商品，令消費者誤以為屬迪士尼出品，都有可能觸犯法律。

詹金斯解釋稱，由於迪士尼仍受到商標法的保護，公眾在使用米奇老鼠的形象方面仍然受到限制，例如不能將米奇老鼠的形象用於生產或銷售迪士尼的同類產品，如T恤或玩偶等。

分析人士表示，即使與現在的米奇老鼠形象有所差異，初版米奇老鼠「仍是」米奇老鼠的一個形象。

鑒於一些二創可能會對米奇老鼠的整體形象產生消極影響，迪士尼將對初版米奇老鼠的二創密切關注，倘若有人越界，很可能會吃官司。

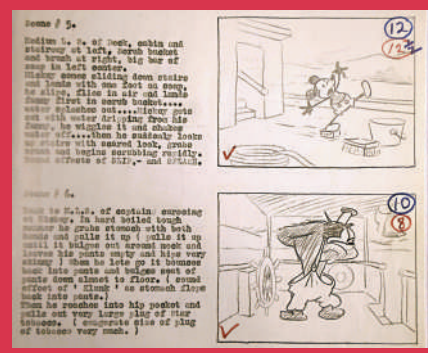
迪士尼強調，即使初代米奇老鼠版權到期，也仍是迪士尼的代表形象，將繼續捍衛相關權益，亦會密切關注是否有未經授權，擅用米奇老鼠形象的情況，以免造成消費者混淆。

二戰曾「參軍」 米奇化身美國文化符號

【大公報訊】據CBS、《華盛頓郵報》報道：華特迪士尼1901年出生於美國芝加哥，他年輕時成為了學校報紙的漫畫家，後來在堪薩斯城從事廣告工作。1923年，華特和他的兄弟羅伊開設了迪士尼兄弟工作室，並於1928年世界第一有聲動畫短片《汽船威利號》，一舉成名。這部短短八分鐘的黑白動畫片，沒有一句對白，駕駛着汽船的米奇卻成功地逗樂了觀眾，因此《汽船威利號》上映的那天，即11月18日，也成為米奇的官方生日。

1929年美國開始陷入大蕭條，輕鬆愉快的米奇老鼠故事，贏得了美國民眾的喜愛。米奇老鼠在大蕭條期間上演的諸多冒險故事，更成為了美國民眾紓緩壓力的重要娛樂方式，其本身也逐漸成為了美國文化中不可或缺符號。1932年，華特迪士尼憑藉創造米奇老鼠，獲得第5屆奧斯卡金像獎特別獎。

1941年，美國在珍珠港襲擊後宣布加入第二次世界大戰，米奇、米妮老鼠亦一同「參軍」，一度成為了美國戰爭動員的關鍵宣傳人物。戰爭期間，美國政府的宣傳畫作及短片中，經常出現米奇老鼠、唐老鴨等角色，鼓勵民眾反抗法西斯。美國當局為預防本土受細菌戰的影響，還特意製作了帶有米奇老鼠圖案的防毒面具，轉為兒童使用，以減少戰爭對兒童帶來的心理陰影。



▲米奇老鼠出現在《汽船威利號》電影的腳本中。法新社

票房滑鐵盧 迪士尼失2023年冠軍寶座

【大公報訊】綜合綜藝網站、《華爾街日報》報道：自2015年起，迪士尼一直蟬聯全球電影票房冠軍，但去年卻失守票房霸主地位，被環球影業超越，淪為第二。

環球影業2023年共推出24部電影，包括《超級瑪利歐兄弟大電影》、《奧本海默》等熱門大片，全球票房總數達49億美元；而迪士尼推出的17部新片獲得48.27億美元票房，除了2022年至2023跨年檔的《阿凡達2》，2023年上映新片沒有一部票房進入全球前三。迪士尼為此解釋稱，與環球的票房差異，是由於自家發行的電影少了7部。



▶迪士尼公司近年在多項業務方面遇到挑戰。路透社

除了票房遭遇滑鐵盧外，近年迪士尼向流媒體轉型也遇到不少挑戰，旗下的Disney+去年年初大規模裁員7000人「瘦身」，9月份則宣布加價，並推出有廣告的低價版本搶市場，更效法Netflix推出打擊共享密碼的政策。為了彌補其他業務造成的損失，美國的迪士尼樂園從去年9月實行了漲價。位於加州的迪士尼樂園在遊客旺季票價提高了逾8%，五天連票則提價近16%；位於佛州的Disney World則提高了停車費和年票的價格。此外，樂園內各種附加項目的價格也有所上漲。

迪士尼近年捲入「州長大戰米奇」戲碼。佛州在2022年立法通過《家長教育權利法案》，引發該州最大僱主之一的迪士尼不滿，佛州州長德桑蒂斯去年剝奪迪士尼百年歷史的主題公園自治地位。迪士尼則在去年5月中旬，宣布放棄8.64億美元的佛州新園區計劃。另外，因為不滿社交平台X處理巴以衝突立場，迪士尼在去年11月從X上撤廣告，引發馬斯克公開炮轟迪士尼行政總裁艾格。

美國版權法呢稱「米奇老鼠保護法」

美國版權保護期限

根據1998年美國最新的版權法規定，個人版權保護一般在作者過世後持續70年，比國際慣例多20年；公司版權保護則在作品創作後持續120年，或在出版後持續95年，以較短者為準。一旦過了期限，這些作品就將歸屬「公共領域」。

公共領域劃分

如果任何作品不受例如版權的知識產權保護，或作品的知識產權已過期，其將進入公共領域，不再受版權法保護。屆時任何人都將可以自由使用該作品，而無需支付版權費用。

迪士尼

兩次游說國會修改版權法

迪士尼初代米奇和米妮於1928年出版，按當時的美國版權法規擁有56年的版權保護，即1984年到期。1976年，迪士尼成功游說國會，將公司版權保護延長為作品面世後75年。1998年，迪士尼再次成功游說國會，將公司版權保護期延長至95年。因此，美國的版權法也被稱為「米奇老鼠保護法」。

商標大於版權

1928年米奇老鼠的版權於今年1月1日到期後，進入公共領域，即可供任何人使用其進行創作。但是，迪士尼擁有米老鼠的商標權，商標沒有到期的限制，也即是說，個人可對1928年版米奇老鼠進行二次創作，但創作的內容不能令人聯想起迪士尼。

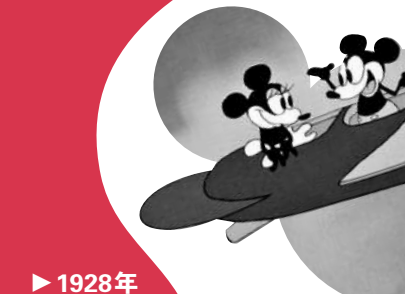
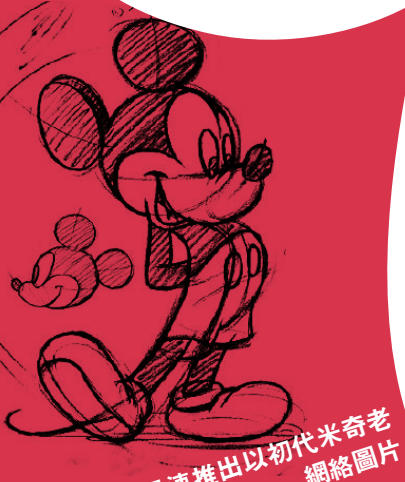
形象多變 都有獨立版權

自米奇老鼠於1928年登場以來，迪士尼曾多次更改其形象與性格，每個新版本的米奇老鼠對迪士尼都是一個獨立的版權。目前只有1928年的初代米奇老鼠版權過期，其他後來版本的米奇老鼠版權仍歸迪士尼所有。

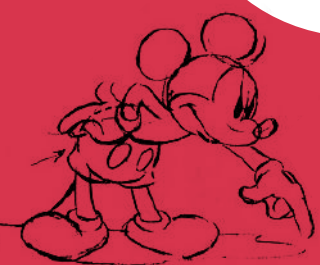
米奇老鼠成搖錢樹

據《福布斯》雜誌估計，近年迪士尼每年通過米奇老鼠相關的票房、電視劇、商品等方面直接收入超過58億美元。在米奇老鼠帶動下，迪士尼在電影、電視劇、樂園等產業全面開花，成為了市值1700億美元的娛樂巨頭。

大公報整理



▶1928年5月，在無聲動畫《飛機迷》中亮相的米奇老鼠與米妮。資料圖片



迪士尼與米奇老鼠

米奇老鼠形象變遷

