



本期关注:游戏版权保护与运营

从《黑神话:悟空》看游戏公司版权运营策略

□于波 吕禾

近日,国内首款3A游戏《黑神话:悟空》(以下简称《悟空》)火爆“出圈”。8月20日10时正式发售两小时内,在线玩家就超过了100万。外国网友对中国游戏制作技术感叹之余,也对游戏中呈现的中华优秀传统文化表达了浓厚的兴趣,一部分外国网友在了解了游戏背景之后主动去读《西游记》,还有的外国网友表达了对于中国失窃文物的遗憾。

《悟空》的成功“出圈”,不仅依靠出色的技术基础,也背靠全面科学的知识产权战略支持。这款游戏不仅向世界展示了中国文化的广泛吸引力,真正实现了中华文化走出去,而且其知识产权运营做法也具有行业借鉴意义。



补充链接

创新表达 创新传播

□于亨

国产3A游戏《黑神话:悟空》以中国神话为背景吸引全球玩家化身“天命人”展开了激动人心的“西行之路”。游戏中精美的画面、丰富的剧情和独特的玩法,迅速赢得了广大玩家的喜爱和追捧,成为了一款现象级的游戏作品,生动地展示了当今游戏行业的迅猛发展态势。它的流行不仅为游戏行业树立了一个新的标杆,也进一步推动了整个行业的创新和发展。

随着数字时代的深入发展,游戏产业中版权保护显得尤为重要。游戏作为创意产业的杰出代表,凝聚了开发者们无尽智慧与心血。因此,保护游戏版权不仅是对创作者辛勤付出的尊重,更是维护整个行业健康、持续发展的基石。

《黑神话:悟空》在展现其独特艺术魅力、精彩剧情与卓越游戏性的同时,也引发了人们对版权保护问题的深切关注。从取材上看,该游戏以中国古典名著《西游记》为背景,而《西游记》作为公共版权领域的瑰宝,其版权保护期限早已届满。

《西游记》的作者吴承恩于1582年逝世,依据《著作权法》第二十三条规定,自然人的作品其发表权等权利的保护期为作者终生及其死后的50年,截止于作者死后第五十年的12月31日。所以这部经典文学《西游记》的版权已经超过了著作权的保护期限,成为公共版权领域的宝贵财富。

《黑神话:悟空》游戏主角“天命人”的人物设定与“孙悟空”的关系复杂而深刻。游戏中出现的各类菩萨、妖王、神魔等形象无一不具有中式美学特质。版权方利用现代科技手段将中国古建筑元素充分融入到游戏的古刹、石窟、宝殿当中。其中,包括贵州梵净山承恩寺、云南崇恩寺三塔、重庆千手观音、山西玉皇庙等几十座举世闻名的寺庙,通过游戏将中国文化与现代科技的精美融合向世界尽情展示。大量外国玩家为了更深入地理解游戏中的文化内涵,痴迷于中国文化,开始以多种方式学习《西游记》,有的选择阅读英文版原著、有的选择看解析图表、有的选择观看《西游记》电视剧中文版。《黑神话:悟空》成功将中华优秀传统文化广泛传播。

在这个过程中,杭州游科互动科技有限公司对版权的创新与运用给予了高度重视。在研发初期,公司便积极对“黑悟空”等游戏形象、场景设计进行版权登记,并陆续完成了宣传展示片、实景演示视频等多种作品的登记工作。

《黑神话:悟空》的成功为行业发展提供了宝贵的启示:通过加强版权保护,科学制定管理流程,可以激励更多的创意和创新,推动整个文化产业的繁荣发展。

全面布局 建立全方位版权保护体系

在游戏开发的早期阶段,游戏公司必须努力提升创作的标准和质量。如果游戏设计过于宽松,一旦遭遇抄袭,将无从维护自身权益,甚至可能陷入无法证明自己原创性的困境。因此,游戏公司在开发初期就必须明确和提升创作标准,以确保在面临侵权问题时能够有效保护自己的权益。

在作品的独创性达到《著作权法》要求的标准后,游戏公司可以顺利对游戏剧本、角色设计、美术风格、音乐创作及程序代码等核心要素进行全面的版权登记。《悟空》团队自开发伊始便进行了全方位的商标注册和著作权登记,以确保其在全球市场的知识产权稳定性,其在知识产权保护方面采取的多角度、跨领域的策略,为业界其他公司树立了典范,并提供了宝贵的经验和参考。

在涉及委托创作、作品授权使用、音乐及美术作品的单独授权、作品转授权、购买改编权、作品独家许可等环节中,合同条款约定不够明确,存在其他权利瑕疵等问题,是版权和合同纠纷的常见诱因。因此,必须建立常态化的游戏版权合规体系。以《悟空》游戏为例,早在2020年游戏首个宣传片发布时,制作公司就获得了1982版《西游记》电视剧中音乐作品的正式授权,后又陆续取得了《敢问路在何方》等歌曲的授权,为游戏的宣传和发行奠定了良好的版权合规基础。

游戏公司必须持续提升技术防护措施,以抵御非法披露内测信息、盗录源代码等违法行为的侵害。

《悟空》游戏一经上线就惊艳四座,离不开对商业秘密的重视与保护。游戏团队通过引入尖端的数字版权管理技术,有效限制了未经授权的游戏复制与

传播。同时,通过实施防作弊系统,确保了游戏的公平性和完整性。此外,妥善保护源代码,并对游戏中的关键元素,如标志性人物形象、地图、道具等美术作品以及软件源代码进行版权登记,从而构建起一个全方位的知识产权保护体系。

多元跨界 合法授权是必要前提

近年来,游戏产业的跨界合作日益频繁且多样化,热门游戏通常会催生文创周边等相关附加产业。《悟空》游戏发售首日就与多家知名企业展开IP联名活动,包括与瑞幸咖啡推出的联名咖啡,与滴滴青桔联名的共享单车,与吉考斯工业、PSS推出的联名服饰,其他大部分联名产品都集中在消费电子产品领域,有显卡、手柄、电视、笔记本电脑等。

随着《悟空》的火爆,众多生产商和销售商也纷纷跃跃欲试,力图在最短时间推出该爆款IP的周边产品以供销售。在某购物平台上搜索“黑神话悟空”关键词,可以发现各种不同领域的周边商品,包括但不限于手办、装饰摆件、杯子、手机壳等。然而,当商家们利用热点推销爆款IP的周边产品获得巨额利润时,往往伴随着知识产权侵权风险。

《悟空》的开发团队杭州游科互动科技有限公司,自游戏开发阶段便进行了全方位的商标注册和著作权登记,构建了全方位的知识产权保护体系,包括但不限于《黑神话:悟空》游戏名称、标志等商标;《黑神话:悟空》游戏中的模型、地图、场景设计等美术作品、游戏中的原声音乐等音乐作品、游戏中的文本和剧情等文字的著作权。

这些不仅体现了游戏的视觉风格,还承载了游戏的文化内涵和艺术价值。如果任何商家在未经授权的情况下,擅自利用《黑神话:悟空》中的角色形象、游戏元素、名称、道具等资源,用于生产各类产品,那么这些产品很有可能侵犯杭州游科互动科技有限公司的知识产权。具体来说,这种行为不仅侵犯了游戏开发公司的著作权,还可能涉及商标权等其他知识产权的侵权问题。

一旦侵权行为被发现,侵权方就会面临法律的严厉制裁,不仅需要承担相应的经济赔偿责任,如果金额达到刑法的标准,甚至有可能触犯刑法,承担刑事责任。因此,对于

任何希望利用《黑神话:悟空》相关资料进行商业活动的商家来说,合法授权是必须严格遵守的前提条件。

细致保护 具体情形还需具体分析

随着《悟空》爆火,相关版权争议也登上了微博热搜榜,多位博主在社交媒体上指出,《悟空》中的某些元素与他们的作品高度相似,引发了网友们的讨论:《悟空》游戏画面到底是否使用了在先摄影、美术等作品?若确有使用,是否构成侵权?

笔者认为,《悟空》所用佛教形象难以构成摄影作品著作权侵权。有博主称《悟空》原画图集使用了他的摄影图片但未告知本人。有网友将摄影图片调整透明度后重叠在游戏画面上,发现二者基本重合。但著作权侵权判断并非单纯地相似性比对,在进行相似性比对之前,首先须判断主张保护的图片是否构成著作权法意义上的作品,主张被侵权的部分是否具有独创性。

事实上,以佛像为对象的纪实摄影成果创作空间有限。《著作权法实施条例》第4条第10项规定:“摄影作品,是指借助器械在感光材料或者其他介质上记录客观物体形象的艺术作品。”这说明摄影作品具有记录客观物体形象的事实性与艺术性的双重属性,但事实不受《著作权法》保护,唯有艺术性的部分才能体现摄影作品作者个性化的表达,在具有独创性的情况下受《著作权法》保护。

摄影涉及多重构图要素的选择。拍摄者在完成一幅摄影作品的过程中,会经过对“构图”“场景”“角度”“光线”“曝光时间”等的个性化选择和安排,综合运用拍摄技巧或选取拍摄时机以及人物与场景,最终创作出具有艺术性的作品。由于摄影本质上是对客观事实的记录,区分摄影作品是否具有独创性的一个判断标准为:如果由不同的摄影师来针对相同对象进行拍摄,是否能够有不同的照片呈现?如果拍摄者对于客观事实的记录仅是简单的机械性复制,不同的拍摄者拍出来的照片大同小异,那么即便利用了较高的技术完成,也只是属于精确再现客观事物的“普通照片”。

争议的摄影图片主要聚焦于山西佛寺内的几尊佛像。由于寺庙空间有限,拍摄环境具有局限性,当佛像作为摄影对象时,其所在的环境相对单一,摄影者独特视角选择较为有限。在这种情况下,摄影图片往往难以体现出摄影者在构图、光影处理、色彩运用等方面的独特创意和个性化的艺术表达,故而难以作为摄影作品受到《著作权法》的保护。

单纯的佛教形象属于公有领域不受《著作权法》保护。对于摄影作品独创性的认定应当区分“三类二型”的认定标准。所谓三类,就是将摄影作品分为主题创作、再现型和抓拍型三种类型;所谓二型就是照片应当被分为“艺术创作”的摄影作品和“客观记录”的普通照片。其中再现型摄影作品和客观记录型摄影作品的

独创性相对最低。

再现型和客观记录型摄影作品的拍摄对象通常是已经落入公有领域的建筑、景观,摄影师对拍摄对象并不享有权利,因为《著作权法》对摄影作品的保护并不延及拍摄对象本身。因此,争议中的拍摄对象佛像造像来自公有领域,不应被任何人所独占。

纪实类摄影照片受到《著作权法》保护的可能:存在二次创作。如果摄影图片的独创性能够达到《著作权法》的保护高度,只有在这种情况下《悟空》游戏才有可能涉嫌侵犯摄影成果的著作权。例如,在一起视听作品侵权纠纷案件中,原告运用“4K修复技术”对一部画质不佳的动画片进行了修复。由于修复过程中存在较大的创作空间,包括色彩搭配、色调和锐度的调整等,法院认为其修复成果属于受《著作权法》保护的作品。因此,如果修复过程中产生了具有独创性的表达,那么修复后的画面将受到《著作权法》的保护。反之,如果修复版动画片是由人工智能创作的产物,或者修复行为并未产生新的表达,则不会被视为《著作权法》所保护的演绎作品。所以,根据目前的资料显示,争议摄影照片只是单纯还原现实,并不存在二次创作的情况,尚达不到受《著作权法》保护的独创性高度。

除了摄影作品的版权之争,还有博主称《悟空》游戏画面中的美术作品抄袭自己的“作品”。笔者认为,《悟空》中的孙悟空与李画家作品中的形象在神态和姿势上相似,但不能仅凭此断定前者“借鉴”了后者,因为“双手持金箍棒、双腿开立、双脚绷直”的姿势并非李画家独创,类似姿势在古今中外对“孙悟空”这一形象的演绎中频繁出现。而备受争议的“解臂劈膊”杨戬的护臂可受著作权保护的内容主要为其纹理,其中设计要素“两头兽头嘴连接花纹条带,两侧流云对称设计”的布局制式实际上是宋明清时期的佛教和道教古画、寺庙道观的人物造像中常见的元素表达。

其实,相关争议的核心在于,与《悟空》游戏中的元素有相似性的在先美术创作是否具有独创性。但显然,孙悟空空中挥舞金箍棒的形象以及杨戬佩戴的臂膀,均源自于已进入公共领域的中国传统文化元素。在《著作权法》实践中,基于公共元素或在先作品而创作衍生作品通常难以受到《著作权法》保护。对于来源于公共领域美术要素的独创性认定,最高人民法院指出,如作品所体现的仅系对传统民族、民间文化素材的照搬照抄或简单的排列组合,那么无论其制作过程多么艰辛繁复、所需的技艺多么高超独特,都可能因缺乏独创性或不具有审美意义而不能被认定为著作权法意义上的美术作品。

综上所述,利用在先中华优秀传统文化元素、公共领域表达形成的作品,独创性认定及实质性相似认定的标准均更为严格和复杂。当然,大众对于游戏《悟空》的喜爱,也不会止于这些杂音。

(作者于波系华东政法大学知识产权学院副院长、吕禾系华东政法大学知识产权学院2024级研究生)