

A Szerzői Jogi Szakértő Testület szakvéleményei

Játékfilm lényeges elemeinek jogosulatlan felhasználása reklámfilmben

Ügyszám: SZJSZT 13/2003

A megbízó által feltett kérdések:

1. A Szerzői Jogi Szakértő Testület álláspontja szerint a ... reklámfilm „*A mátrix*” film jellegzetes karaktereinek, környezetének, jeleneteinek jogosulatlan át- vagy feldolgozásnak, illetve jogosulatlan felhasználásának minősül-e, figyelemmel többek között arra, hogy
 - a) semmilyen módon nem adtunk engedélyt a B. Rt-nek arra, hogy a *Mátrix* filmeket bármilyen módon felhasználja,
 - b) a reklámfilm elején olyan áramló zöld mező látható, amely álláspontunk szerint egyértelműen „*A mátrix*” filmre utal,
 - c) a reklámfilm főhőse – aki hasonlít „*A mátrix*” film főhőisére – „*A mátrix*” filmhez hasonlóan lencse formájú napszemüveget és hosszú fekete bőrkabátot visel,
 - d) a reklámfilm üldözései jelenete – az „FBI”, illetve „CIA” ügynökök kinézetű üldözők, falon futás, a telefonfülkék és mobiltelefonok szerepe a reklámfilmben, az üldözött főhős irányító operátor és szerepe az üldözései jelenetben – feltűnően hasonlít „*A mátrix*” film üldözései jelenetéhez.

Ha igen, akkor miért?

2. A reklámfilm elején feltüntetett felirat – a reklámfilm címe – Újratöltés, (angolul: Reloading) sérti-e „*A Mátrix Újratöltve*” (angolul: *The Matrix Reloaded*) szerzőjének jogait, figyelembe véve a reklámfilm és „*A mátrix*” jelenetei között hasonlóságot is?
3. Szerzői jogi szempontból van-e egyéb olyan körülmény, amely problematikussá teszi a ... reklámot jelen ügyben?

Az eljáró tanács válasza:

Ad 1.

1. 1. „*A mátrix*” című film és az eljáró tanács rendelkezésére bocsátott ... reklámfilm között nyilvánvaló és félreérthetetlen hasonlóság fedezhető fel, mert a reklámfilm a játékfilm lényeges részeit, elemeit veszi át. A hasonlóság annyira szembeötlő, hogy a reklámfilm készítői részéről az a tudatos magatartás vélelmezhető, hogy a reklámfilm minden mozzanatában hasonlítani akar „*A mátrix*” című játékfilmhez, a nézőt arra akarja emlékeztetni. Egyértelműen ugyanazokkal a jellegzetes alakokkal (főhős, üldöző ügynökök, menekülést a központból irányító operátor, stb.), helyzetekkel, helyszínekkel, jelmezekkel, díszletekkel és képi világgal dolgozik, mint a játékfilm. Az eljáró tanácsnak többek között azt kellett vizsgálnia, hogyan lehet ilyen nagy fokú hasonlóságot teremteni egy több mint két órás játékfilm és egy 44 másodperces reklámfilm között. A reklámfilm készítői ezt azzal érték el, hogy „*A mátrix*” című film főszereplőjéhez szinte tökéletesen hasonlít a reklámfilm főszereplője, amelyet csak tovább fokoznak azzal, hogy ugyanolyan szemüveget és hosszú

fekete bőrkabátot visel, sőt a reklámfilm főszereplőjét úgy rendezték meg, hogy annak színészi alakítása is „*A mátrix*” című film főszereplőjének mozdulataira, tekintetére, fejtartására, a teljes karakterre emlékeztet. Ugyanígy a főhőst üldöző ügynök figurák, amelyek egymásra is, és a játékfilm ügynök figuráira is hasonlítanak. A játékfilmben a menekülő főhőst egy „operátor” irányítja, akitől a filmbeli főhős menekülő útvonalat kér a más kezéből kikapott mobil telefon segítségével. A játékfilmben egy férfi kezéből kapja ki a főhős a mobiltelefont, a reklámfilmben egy piros ruhás nő kezéből. A játékfilmben is van egy kis szerepe egy piros ruhás nőnek, de más összefüggésében jelenik meg ott, mindazonáltal még így is érzékelhető, hogy a reklámfilm készítői ugyanazokkal a karaktereknek, figuráknak a megjelenésével kívántak alkotni. A játékfilmben az egyik akció jelenetet egy földön fekvő hontalan csodálja, aki azt hiszi, hogy sokat ivott, amikor irreális verekedő jelenet szemtanúja. A reklámfilmben egy utcaseprő ruhába öltöztetett embernek adtak hasonló szerepet. „*A mátrix*” című film üldözései jeleneteiben oly jellemző falon futást, mint jellegzetes elemet szintén alkalmazzák a reklámfilmben. A játékfilmben is van olyan helyszín, ahol a golyózaporban az oszlopokat szétlövik, a reklámfilmben is megtalálható ugyanez az elem. A menekülés jelenete itt is, ott is sikátorban játszódik és az abból való kijutáshoz kér segítséget a főhős a számítógépes központban ülő operátortól. A reklámfilm elején az áramló zöld mező a játékfilmben ismételt látható, zöld számítógépes kódsorokra emlékeztet. A reklámfilmben tetten érhető az egyértelmű hasonlítani akarás szándéka annak első kockájától (a számítógéppel generált zöld színű mátrix), szinte az utolsóig (az üldöző ügynökök semmivé válnak).

1. 2. A jogi kérdések vizsgálatakor elsősorban az a kérdés merül fel, hogy mi a szerzői jogvédelem tárgya. A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (továbbiakban: az Szjt.) 1. §-a szerint, a törvény minden irodalmi, tudományos és művészeti alkotást véd. Ilyen alkotásnak minősül egyebek között a filmalkotás és bármely más audiovizuális mű. De meg kell itt említenünk a filmalkotásokban felhasznált jelmez- és díszletterveket, koreográfiát, és az alapul szolgáló irodalmi művet is. Az 1. § (3) bekezdése szerint „*a szerzői jogi védelem az alkotást a szerző szellemi tevékenységéből fakadó egyéni, eredeti jellege alapján illeti meg. A védelem nem függ mennyiségi, minőségi, esztétikai jellemzőktől vagy az alkotás színvonalára vonatkozó értékítéllettől.*” Az 1. § (6) bekezdése szerint „*Valamely ötlet, elv, elgondolás, eljárás, működési módszer vagy matematikai művelet nem lehet tárgya a szerzői jogi védelemnek.*”

1. 3. A továbbiakban azt kellett vizsgálnia az eljáró tanácsnak, hogy azok a filmrészek, amelyeket a filmből a reklámfilm alkotói – amint az 1.1. pontban kimutattuk – átvettek, egyéni, eredeti jellegű elemek-e. Nem tekinthetők-e csupán a filmből vett ötletek felhasználásának, amely nem tárgya a szerzői jogvédelemnek? Továbbá az átvett elemek lényegesek-e a filmben? Egyáltalán mit tekinthetünk lényeges elemnek?

Az eljáró tanács álláspontja szerint egy szerzői műnek – jelen esetben „*A mátrix*” című filmnek – lényeges elemei nem a gondolatokból, a film üzenetéből állnak, hanem a gondolat kifejtés legjellemzőbb megoldásai, a kifejtés módja az, amely a szerzői jogi védelem tárgya.

A reklámfilmben nem ötletek sorozata került át, hanem „*A mátrix*” című játékfilm sajátos képi világa, jellegzetes irodalmi alakjai, drámai helyzetei. Ezek a mozzanatok – amelyek a reklámfilmben sűrítetten jelennek meg – az eredeti játékfilmben a mozgóképi megvalósítás valamint az egymáshoz való kapcsolódásuk révén különösen összességükben erős egyéni

(nem mástól átvett) alkotói vonásokat és sajátos (más filmek hasonló témájú megvalósításaival össze nem téveszthető jelleget) mutatnak. Ezek tehát játékfilm lényeges elemei.

1. 4. Az Sztj. 16. § (1) bekezdése szerint „*A szerzői jogi védelem alapján a szerzőnek kizárólagos joga van a mű anyagi és nem anyagi formában történő bármilyen felhasználására és minden egyes felhasználás engedélyezésére.*” A (3) bekezdés szerint „*A szerzőt megilleti a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításának és az ilyen hasznosítás engedélyezésének kizárólagos joga is.*”

Az eljáró tanács megállapította – amint a fentiekben részletesen bemutatuk –, hogy a reklámfilm szinte valamennyi alakja a „*A mátrix*” című játékfilm jellegzetes alakjai átvétele. A reklámfilm főhőse szinte az azonosságig hasonlít a játékfilm főhőseire. Ugyanígy a főhőst üldöző ügynökök, de az operátor karaktere, ruházata, szerepe, a helyszín, ahol dolgozik ugyanazt a képi világot használja fel. A piros ruhás nő, a hontalan/utcaseprő figurája szintén hasonló, bár őket nem lehet jellegzetes alaknak nevezni, de a hasonlítani akarás ezeknek a figuráknak a megjelenítésével is megvalósul. Tehát a szerzőt – illetve filmalkotás esetén a vele kötött felhasználási szerződés alapján a játékfilm előállítóját – illeti meg a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításának – ún. merchandising – és az ilyen hasznosítás engedélyezésének kizárólagos joga. A merchandising a szerzői művek jellegzetes alakjainak és egyéb ilyen elemeinek felhasználása más művek, árucikkek, szolgáltatások kelendőségének fokozására. A jellegzetes alaknak reklámfilmben való felhasználása vitathatatlanul kereskedelmi jellegű, hiszen az elsősorban a reklámozó termékének minél nagyobb ismertségét és ezáltal, jobb eladhatóságát célozza.

Az adott esetben tehát „*A mátrix*” c. játékfilm előállítójának engedélye nélkül a ... reklámfilm elkészítése és forgalmazása, bemutatása jogsértő, a játékfilm előállító „merchandising” jogaiba ütköző.

1. 5. Az eljáró tanács vizsgálata során felmerült az a kérdés is, hogy a reklámfilm az eredeti filmalkotás átdolgozásának tekinthető-e az Sztj. 29. §-a értelmében vagy utóbbi csak ihlető forrásként szolgált a reklámfilm alkotói számára és csak az eredeti mű gondolati elemei, ötletei és stílusa került felhasználásra (Sztj. 1. § (6) bekezdés). Az Sztj. 29. §-ában foglaltak szerint „*A szerző kizárólagos joga, hogy a művét átdolgozza, illetve, hogy erre másnak engedélyt adjon. Átdolgozás ... a filmalkotás átdolgozása és a mű minden olyan megváltoztatása is, amelynek eredményeképpen az eredeti műből származó más mű jön létre.*” Az eljáró tanács azt az egyhangú álláspontot alakította ki, hogy a reklámfilm egésze olyan módon tükrözi vissza az eredeti film jellegzetes alakjait, képi világát, drámai helyzetét, a filmre jellemző gondolat kifejtés legjellemzőbb megoldásait és a kifejtés módját 44 másodpercebe sűrítve, hogy aki látta a filmet, a reklámfilm megtekintésével semmi másra nem asszociálhat, mint a filmre magára. Tehát az átdolgozásnak azzal a szintjével állunk szemben, amelyet plágiumnak szokás nevezni. A jogosulatlan felhasználás tehát – ha nem volt felhasználási engedély – ebből a szempontból is megtörtént.

1. 6. Az eljáró tanács figyelme a vizsgálat során arra is kiterjedt, hogy nem tekinthetjük-e a reklámfilm „*A mátrix*” paródiájának. Ennek vizsgálatát többek között az tette szükségessé, hogy a reklámfilm végén – a reklám poénját követően – közönség nevetése hallatszik, mintegy azt jelző, hogy természetesen az a körülmény, hogy a főhős megiszik egy korsó sört és ettől semmivé válnak a kocsmában őt utolérő üldözők, nem más mint kifigurázása az

ilyen jellegű akció filmeknek. Az átdolgozás és a paródia elhatárolása komoly nehézségekbe ütközik. A paródia ugyanis szükségszerűen jól felismerhetővé teszi a parodizált művet. Azonban a parodizáló mű akkor egyéni, eredeti jellegű szerzői alkotás, ha benne egyrészt az eredeti mű elhalványul és főleg csak az egyéni stílusjegyek ismerhetők fel, másrészt ezekkel szemben lényeges új egyéni, eredeti vonások kerülnek túlsúlyba. Az eljáró tanács a reklámfilmben nem fedezett fel annyi új egyéni, eredeti vonást, hogy azt paródiának lehessen tekinteni. Ezzel szemben, még ha célja is volt a reklámfilm alkotóknak a parodizálás, az akkor is olyan szinten használta fel az eredeti művet, amelyhez mindenképpen a szerzői jogi jogosultak engedélyét kellett volna kérniük. Ezt az álláspontunkat csak megerősíti az a körülmény, hogy a reklámfilm elsődleges célja a kereskedelmi jelleg és nem a paródia útján megfelelő szórakoztató műsorban való szórakoztatás. A felhasználás jellege és módja is fontos abban az elhatárolási kérdésben, hogy átdolgozásról vagy engedélyt nem igénylő paródiáról van-e szó.

Ad 2. Az Szjt. 16. § (2) bekezdése úgy rendelkezik, hogy „*A szerző engedélye szükséges a mű sajátos címének felhasználásához is.*”

A reklámfilm úgy kezdődik, hogy egy hang bmondja: „A ... bemutatja: „Újratöltés”” és egyben „*A mátrix*” filmre jellemző áramló zöld mező alatt megjelenik az „Újratöltés” felirat. Ezután indul az akció, amelynek csak a végén derül ki, hogy nem „*A mátrix*” második részének reklámjáról, hanem egy sör reklámról van szó. Természetesen ez csak azok számára lehet megtévesztő, akik egyrészt látták a filmet (nagy közönségikert aratott filmről van szó), másrészt, akik tudják, (és ezt a sajtóból lehet tudni), hogy 2003. májusában mutatják be a folytatást, „*A mátrix újratöltve*” című filmet. Önmagában az „újratöltve” cím nem tekinthető sajátos címnek. Ellenben „*A mátrix újratöltve*” szóösszetételnek már megkülönböztető jellege van, amely megalapozhatná a sajátos cím szerzői jogi védelmét. Ezt azonban nem vették át. A kérdés arra is irányult, hogy az „Újratöltés” arra való tekintettel sérti-e „*A mátrix*” film szerzőjének jogait, hogy a film és reklámfilm jelenetei között hasonlóság van. A címvédelem a szerzői jogban szigorúan körülhatárolt, így a nem sajátos címet még ez a tartalmi hasonlóság sem teheti védetté.

Ad 3.

3. 1. A szóban forgó reklámfilm a szerzői személyhez fűződő jogok szempontjából is kifogásolható lehet. E jogok védelmében a filmelőállító is felléphet (Szjt. 65. § (1) bek.). Az Szjt. 13. §-a szerint alkotók (itt elsősorban a forgatókönyvíró és a rendező) jogát sérti a mű „mindenfajta eltorzítása, megcsonkítása vagy más olyan megváltoztatása vagy csorbítása, amely a szerző becsületére vagy hírnevére sérelmes”. „*A mátrix*” című játékfilm lényeges elemeinek egy szükségszerűen megváltozott mondanivalójú 44 másodperces audiovizuális műbe való átvétele megcsonkításnak tekinthető. Tekintettel a játékfilm komoly mondanivalójára – „az ember döntési szabadságának alapvető morális értéke van” – a megváltoztatott filmtartalom sérelmes lehet a szerzők becsületére, hírnevére. Bár az ilyen sérelem súlyossága nem független az illető szerző személyiségétől, az összetéveszthetőség kétségkívül zavart okozhat az eredeti szerző és a műve közötti szellemi kapcsolatban.

3. 2. Az eljáró tanács – kitekintve a szerzői jog szűkebb jogterületéről – azt is vizsgálta a továbbiakban, hogyan viszonyulnak az eléje terjesztett ügyben a szerzői jog szabályai a versenyjog szabályaihoz. Hol húzódik a két jogterület határa a vizsgált jogesetben?

Mennyiben átjárható ez a határ?

A szerzői jog genézisében a versenyjog szülötte. A szerző kizárólagos joga úgy alakult ki, hogy a mű többszörözése (nyomtatása) tekintetében kizárták a versenyt. A szerzői jog – miképpen a szellemi alkotások joga körébe tartozó többi jogterület is – a verseny szabályzójaként is értelmezhető. A felhasználás joga forgalomképes jog, tehát részt vehet a gazdasági versenyben. A szerző személyében keletkezik az a jog, ami a versenyhelyzetet teremti. Ez a jog a szerző kizárólagos joga. Az eljáró tanács elé terjesztett ügyben - a szerzői jog és a verseny jog határán – a reklámozó gazdasági társaság, mint piaci szereplő, versenyjogot is sértett azzal a magatartásával, hogy más szerzői jogi védelem alatt álló művét engedély nélkül használta fel azért, hogy más nagy népszerűségnek örvendő műve segítségével érjen el nagyobb piaci sikereket. Éppen a mű sajátos címének szerzői jogi védelme és a szerzői jogi merchandising jogok az a terület, ahol szinte összemosódik az Szjt. 16. § (2) és (3) bekezdésében biztosított védelem a tisztességtelen piaci magatartás és a versenykorlátozás tilalmáról szóló 1996. évi LVII. törvény (Tpv.) 6. §-val szabályozott ún. jellegbitorlással. Ezek szerint tilos a versenytárs hozzájárulása nélkül az árut olyan megjelöléssel, névvel forgalomba hozni, reklámozni, amelyről a versenytársat, illetőleg annak árúját szokták felismerni. Kérdésként merül fel, hogy versenytársa-e a kérelmező filmelőállító és forgalmazó a reklámozó sörgyárnak? Az eljáró tanács véleménye szerint igen, mert a filmhez fűződő szerzői vagyoni jogok (nemcsak a felhasználási hanem az engedélyezési jog is, l. Szjt. 66. § (1) bek.) forgalomképes vagyoni jogok összességéből állnak. A szerzői jogi jogosultat megilleti a jellegzetes alak kereskedelmi hasznosításának joga is, és az engedély nélküli felhasználás sérti az eredeti jogosultak kereskedelmi érdekeit. Ez alatt nemcsak a film bemutatását és a közönséghez bármilyen egyéb módon való eljuttatását kell érteni, hanem a film előállításával és forgalmazásával kapcsolatos minden olyan kereskedelmi, szponzorációs és marketing tevékenységet, amelyek tekintetében komoly gazdasági hátrányt és kárt okozhat a szerzői jogsértés útján történő felhasználás. Például amennyiben a játékfilm előállítója vagy forgalmazója marketing munkájában egy sörgyártóval kötött volna kizárólagos szerződést, akkor egy másik reklámozó engedély nélküli, jogosulatlan felhasználása súlyos gazdasági zavart okozhat az érintett piaci szereplők között.

A gazdasági verseny kulcsszereplője a fogyasztó. A piaci szereplők a fogyasztóért versenyeznek. A Tpv. 8. § (1) bekezdésének első fordulata szerint tilos a gazdasági versenyben a fogyasztókat megtéveszteni. Az eljáró tanács véleménye szerint a reklám megrendelője nem járt el kellő körültekintéssel akkor, amikor elfogadott egy olyan reklámfilm tervet, majd az elkészített reklámfilmét nyilvánosságra is hozta, amely kifejezett szándéka szerint hasonlítani kívánt „*A mátrix*” című filmre, megtévesztve ezzel a fogyasztókat, mivel azt a látszatot kelti, mintha a reklámozó termékének valamilyen köze lenne a filmhez. A hasonlóság egyébként olyan mértékű, hogy felületes szemlélő első látásra azt is hihetné, hogy „*A mátrix*” című film folytatásának reklámját látja.

Budapest, 2003. május 13.

Dr. Gyertyánfy Péter
a tanács elnöke

Dr. Szilágyi István
a tanács előadó tagja

Dr. Kiss Zoltán
a tanács szavazó tagja