

A Szerzői Jogi Szakértő Testület szakvéleményei

Filmalkotásban szereplő jellegzetes és eredeti alak felhasználása reklámfilmben

Ügyszám: SZJSZT 15/2003

A megbízó által feltett kérdések:

A megbízó termékének ... című reklámfilmje kifogásolható-e szerzői jogilag a Magyarországon „Halj meg máskor!” címmel forgalmazott filmmel összevetve? Használ-e a film olyan, csak erre a filmalkotásra jellemző egyéni-eredeti jelleget, egyedi-jellegzetes kereskedelmi alakot, szereplőt, bármilyen olyan, a szerzői jogba vagy egyéb hasonló jogterület szabályaiba ütköző elemet, amely miatt annak nagyközönség részére történő bemutatása, kereskedelmi célú felhasználása aggályos lehet?

Az eljáró tanács válasza:

A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szt.) 16. § (3) bekezdése alapján „a szerzőt megilleti a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításának és az ilyen hasznosítás engedélyezésének kizárólagos joga” (merchandising jog). Ennek oka az, hogy „a jellegzetes költői alak közismertté válva a név vagy forma felidézésével előhívja a közönség tudatában az eredeti művet, annak hangulatát. Ezzel más művek, sőt termékek kelendősége fokozható.¹”

A jellegzetes és eredeti alak reklámfilmben történő felhasználása kereskedelmi hasznosításnak minősül. Jelen esetben vizsgálendő, hogy a reklámfilmben megvalósul-e a „Halj meg máskor!” című film valamely jellegzetes és eredeti alakjának felhasználása?

Az eljáró tanács a rendelkezésre bocsátott reklámfilm, illetve a „Halj meg máskor!” című film megtekintése alapján a következőket állapította meg:

A reklámfilmben több olyan elem is fellelhető, melyek összességükben a „Halj meg máskor!” című film főszereplőjére, a 007-es ügynök, James Bond karakterére utalhatnak. Tekintettel arra, hogy a „Halj meg máskor!” című film egy sorozat része, s e sorozat minden részének közismert „főszereplője” James Bond, az eljáró tanács a szerzői jogi vonatkozások vizsgálatánál ezt a körülményt is figyelembe vette.

¹ A szerzői jogi törvény magyarázata, szerk. és az idézett részt írta: Gyertyánfy Péter KJK-Kerszöv, Bp., 2000. 102. o.

A reklámfilmben található, a James Bond figurára utaló elemek a következők:

1. A reklámfilm főszereplőjének fizikai megjelenése távolról emlékeztet a James Bond figurára, különösen arra a színészre, aki a Bond-sorozat legutóbbi részeiben ezt a figurát megszemélyesíti. Ez a következőkben nyilvánul meg:
 - a) A férfi szmokingot visel. A 007-es ügynököt gyakran ábrázolják szmokingban, eleganciáját, extravagáns életstílusát kifejezendő. A reklámfilmben a főszereplőt egyébként nem olyan helyszínen láthatjuk, ahol a szmoking általános viselet (a helyszín egy tudományos laboratórium).
 - b) A reklámfilm főszereplőjének fizikai megjelenése emlékeztet a 007-es ügynököt játszó színészre.
 - c) A reklámfilmben szereplő férfi hangja megegyezik a „Halj meg máskor!” című film Bond ügynökének szinkronhangjával.
 - d) A reklámfilm és a mellékelt szinopszis szerint a főszereplő „sármjával...elbűvöli” a reklámban szereplő hölgyeket. A James Bond figura közismerten sármos és igen népszerű a hölgyek körében.
2. A reklámfilmben a tudós egy új találmányt mutat be a főszereplő férfinak. Ez a jelenet valamilyen formában számos Bond-filmben (a „Halj meg máskor!” című alkotásban is) megtalálható: a tudós/mérnök új, speciális eszközöket fejleszt ki, melyeket bemutat a 007-es ügynöknek.
3. A reklámfilmben többször jelentősegteljesen elhangzik a „bont” szó, amely összekapcsolható a „Bond” névvel.

A fentiek alapján megállapítható, hogy vannak olyan elemek a reklámfilm főszereplőjének fizikai megjelenésében, öltözkéiben és hangjában, amelyek távolról emlékeztetnek a Bond-filmek főszereplőjére. Ezt a benyomást erősíti a többször kihangsúlyozott „bont” szó, valamint a reklámfilm elején látható illetve hallható narráció: „A ... bemutatja: ... ” is. Reklámfilmeknél nem szokásos ilyen bevezetőt alkalmazni, a játékfilmekre azonban ez kifejezetten jellemző.

A felsorolt elemek azonban az eljáró tanács álláspontja szerint nem merítik ki az Sztj. 16. § (3) bekezdésének azon kritériumát, amelynek alapján a műben foglalt jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításáról esne szó. A reklámfilmben ugyanis az egyébként jellegzetes Bond alak nem a név vagy a forma felidézésével hívja elő a közönség tudatában a „Halj meg máskor” c. filmet. A reklámfilm csak az említett James Bond alakjához kapcsolódó tipikus következményeket, azokhoz felhasznált ötleteket alkalmaz. Nem terjedhet ki a fentebb hivatkozott törvényhely a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak karikírozásával vagy szatirikus felhasználásával szembeni védelemre sem, még ha ezzel egy termék kelendőségének a fokozása is a cél. A merchandising joga magának a műben szereplő eredeti alaknak vagy nevének közvetlen, kereskedelmi hasznú megjelenítésével szemben véd.

A reklámfilm, amennyiben fel is használ bizonyos jellegzetes elemeket a „Halj meg máskor” c. filmből, ezek legfeljebb az ötlet kategóriájába sorolhatóak, ekképpen szerzői jogvédelemben nem részesülnek.

A fent kifejtettek miatt az eljáró tanács a merchandising jog tekintetében nem látja szerzői jogsértés fennforgását, amennyiben a reklámfilm az eljáró tanácshoz eljuttatott formájában kerülne nyilvánosságra hozatalra.

Budapest, 2003. november 18.

dr. Boytha György
a tanács elnöke

dr. Kricsfalvi Anita
a tanács előadó tagja

Kabdebó György
a tanács szavazó tagja