

## A Szerzői Jogi Szakértő Testület szakvéleményei

### Reklámozás céljából megrendelt mű felhasználása

Ügyszám: SZJSZT 16/08

#### I.

##### A Megkereső által feltett kérdések:

###### A)

1.) Nyilatkozzon a szakértő, hogy a „A térerő körülvesz – minőség kompromisszumok nélkül” reklámkampány keretében készített alperesi reklámfilm önálló műnek vagy a felperesi „Vitamax Joker – taxi vezető és az idős hölgy”, „1 milliomodik ügyfél – ügyfél hasizomerősítővel”, és „Rock’n Roll Csúcs plusz – pizsamás ügyfél” megnevezésű reklámfilmek engedélyköteles átdolgozásának minősül-e?

2.) Nyilatkozzon továbbá a szakértő, hogy a fent megnevezett alperesi reklámfilm paródiának minősíthető-e?

3.) Amennyiben a kérdéses mű paródiának minősíthető, úgy nyilatkozzon a szakértő, hogy az az alapmű átdolgozhatóságának lehetőségét és korlátait mennyiben érinti.

B) A szakértő tegye meg a feltett kérdésekre adott válaszokon kívül, de az ügygel összefüggő egyéb észrevételeit

#### II.

A Fővárosi Bíróság 2008. május 7-én kelt kiegészítő végzése alapján a felperes V. Rt. és társa felperesek „Nyilatkozatá”-ban (bíróági érkeztetés:2008. 04.30.) feltett kérdések:

(A) A per tárgyát képező felperesi reklámfilmek (a „V. reklámfilmek”) alkalmasak-e reklámfilmként szerzői jogi védelemre?

(B) Amennyiben igen, a perben érintett, „A térerő körülvesz – minőség kompromisszumok nélkül” című alperesi reklámfilm (a „T. reklámfilm) azzal, hogy engedély nélkül felhasználta a V. reklámfilmek képi világát és szereplőit, megsértette-e a V. reklámfilmhez fűződő alábbi szerzői / vagyoni jogait:

- (i) a mű egységének védelme (Szjt. 13.§);
- (ii) a mű átdolgozásához való jog (Szjt. 29.§);
- (iii) a név feltüntetéséhez való jog (Szjt. 12.§);
- (iv) többszörözés joga (Szjt. 18.§; 23.§ és 26-28.§§);
- (v) terjesztés joga (Szjt.23.§)
- (vi) nyilvánossághoz közvetítés joga (Szjt.26-28.§§)
- (vii) felhasználáshoz és felhasználás engedélyezéséhez való jog; a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításának és az ilyen hasznosítás engedélyezésének kizárólagos joga (Szjt. 16.§ (1) és (3) bekezdései).

## Az eljáró tanács szakértői véleménynek összefoglalása

### Ad II. A)

A felperesi reklámfilmek szerzői jogi védelem alatt álló, egyéni-eredeti alkotások.

#### Ad I. A) 1.

Az eljáró tanács összességében megállapítja, hogy az alperesi reklámfilm a felperesi „joker” reklámfilm engedélyköteles átdolgozása, amely kizárólag azon személy(ek) előzetes engedélyével lett volna létrehozható jogszerűen, aki (akik) a felperesi „joker” reklámfilm vagyoni jogaival rendelkezik (rendelkeznek).

Az eljáró tanács emellett rögzíteni kívánja azt is, hogy az alperesi reklámfilm rendelkezik bizonyos fokú egyéni, eredeti jelleggel, amelynek alapján az származékos műnek tekinthető.

#### I.A. 2.) és I. A. 3.)

A paródia a szellemi vita közismert eszköze, szabadsága a véleményszabadság alkotmányos védelmének sajátos, a szerzői jog által elismert belső korlátja. A szerzői jogban a paródia olyan sajátos szabad átdolgozás, amelynek egyik sajátossága, hogy a parodizált mű nem halványulhat el teljesen, sőt, szükséges ismerv, hogy arra rá ismerhessen az, aki a parodizált művet egyébként ismeri (objektív ismerv).

A paródia eltávolító sajátossága az, hogy a parodizált művel vitába száll, azzal ellentétes nézetet tükröz. **A paródia azzal távolodik el a parodizált műtől, hogy a saját alkotó tevékenység révén önállóságra tesz szert. Ez az a belső távolságtartás, amely a vitatásból, az ellentétes megközelítésből és a paródia önállóságából együtt fakad.** Ha ez az ismerv, tehát a parodizáló mű észlelhető önállósága hiányzik, akkor kevés önmagában a parodizált művel való szembenállás.

Az alperesi reklámfilm nem tekinthető a felperesi reklámfilmek paródiájának. **Az alperesi reklámfilm nem a felperesi reklámfilmekkel, tehát a művekkkel, hanem a felperesi reklámfilmekben közölt reklámtartalmú tájékoztatással vitatkozik. Egyéni-eredeti alkotásnak minősülő elemei (az eltávolodás a parodizált műtől) összességében kevésnek bizonyulnak ahhoz, hogy a paródia megállapítható legyen.**

Ha az alperesi reklámfilm paródiának lenne tekinthető, az – külön szabad felhasználási szabály nélkül is - az átdolgozási kizárólagos jog alóli kivételt jelentene, azaz a parodizált műből engedély nélkül átvehetők lennének mindazok a szerzői jogi védelem alatt álló elemek, amelyek szükségesek ahhoz, hogy azok számára, akik a parodizált művet ismerik

- a parodizált mű felismerhető legyen,
- a parodizált művel való vita, szemben állás saját szellemi alkotásba öntve megvalósulhasson.

Ha egy paródia csak stílust, vagy önmagában védelem alatt nem álló elemet parodizál, akkor az átdolgozás kérdése fel sem merül.

## **II. B)**

Az eljáró tanács fenntartja az SZJSZT 20/2005. számú szakértői vélemény megállapításait két megjegyzéssel.

A személyhez fűződő jogok védelmében való fellépésre elsősorban az Szjt. 65.§ (4) bekezdés az irányadó.

**A felperesi reklámfilmek nyilvánosság számára műpéldányon, vagy nyilvánossághoz közvetítés útján való érzékelhetővé tétele miatt csak olyan személlyel szemben lehet fellépni, aki/amely ezt a felhasználási cselekményt megvalósította.**

## **I. B)**

Az eljáró tanács megjegyzi, hogy a szóban forgó jogvita lényege versenyjogi. Az összehasonlító reklám intézménye mögött meghúzódó, a fogyasztók tájékoztatáshoz való jog, az alkotmányos vélemény nyilvánítási jog a szerzői jogon túlmutatnak.

**Az eljáró tanács részletes szakértői véleménye:**

### **Bevezető megjegyzések**

Az eljáró tanács jelen szakvéleményét a Szerzői Jogi Szakértő Testület szervezetéről és működéséről szóló 156/1999. (XI. 3.) Korm. rendelet alapján a megkereső Fővárosi Bíróság által rendelkezésre bocsátott peres iratok, valamint a VHS kazettákon csatolt és megtekintett, a peres eljárás tárgyát képező filmek alapján fogalmazta meg.

A tanács előtt ismert a felperesi megbízásra készült SZJSZT 20/2005. számú szakértői vélemény, amelyet a per irataihoz az I. r. felperes is csatolt, és amelynek elkészítésére adott megbízásban felsorolt kérdéseket a kiegészítő kirendelő végzés is tartalmazza (II. A), és B) alatti kérdések).

Az eljáró tanács megtekintette a peres eljárás tárgyát képező felperesi „Vitamax Joker – taxi vezető és az idős hölgy”, „1 milliomodik ügyfél – ügyfél hasizomerősítővel”, és „Rock’n Roll Csúcs plusz –pizsamás ügyfél” megnevezésű reklámfilmeket (a továbbiakban: felperesi reklámfilmek), valamint „A téreő körülvesz – minőség kompromisszumok nélkül” reklámkampány keretében készített alperesi reklámfilm (a továbbiakban: alperesi reklámfilm).

A kérdéseket az eljáró tanács a kérdések szerzői jogi logikája szerinti sorrendben válaszolja meg.

## **Ad II. A)**

A per tárgyát képező felperesi reklámfilmek (a „V. reklámfilmek”) alkalmasak-e reklámfilmként szerzői jogi védelemre?

Válasz:

A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (a továbbiakban: „Sztj.”) 1.§-ának (2) bekezdése szerint az irodalom, a tudomány és művészet minden alkotása szerzői jogi védelem alá tartozik, továbbá kifejezetten ilyen alkotásnak minősül a filmalkotás és más audiovizuális mű. Az idézett szakasz (3) bekezdése szerint a védelem az alkotásokat a szerző szellemi tevékenységéből fakadó egyéni, eredeti jellege alapján illeti meg. Az Sztj. 64.§-ának (1) bekezdése szerint filmalkotásnak az olyan mű minősül, amelyet meghatározott sorrendbe állított mozgóképek hang nélküli vagy hanggal összekapcsolt sorozatával fejeznek ki, függetlenül attól, hogy azt milyen hordozón rögzítették. Filmalkotásnak minősül különösen a filmszínházi vetítésre készült játékfilm, a televíziós film, a reklám- és a dokumentumfilm, valamint az animációs és az ismeretterjesztő film.

A szerzői jog szakegyezményei és a jogirodalom ezt a sajátosságot többféleképpen fejezik ki. Egy frissen publikált, a szerzői jogi védelem lényegének meghatározásait is összefoglaló munka szerint: „A szerzői mű, szellemi tevékenység eredményeként egyéni, eredeti jellegű alkotás mű kell, hogy legyen – azaz valami produktum, eredmény, illetve „kifejezés”,<sup>1</sup> „*copyright protection extends to expressions and not to ideas...*” (Art. 2 WIPO Copyright Treaty), „tartalom gondolati kifejezése” (Faludi),<sup>2</sup> de nemcsak a forma, hanem megformált gondolat (Lontai). A mi felfogásunkban a tartalom nemcsak gondolat lehet, hiszen a mű nemcsak gondolattá fogalmazott szellemiséget közvetíthet, hanem más szellemi tartalmat, például érzést és/vagy látványt, mások azt hangsúlyozzák, hogy „szellemi alkotómunka eredménye” kell hogy legyen (Rehbinder),<sup>3</sup> „az emberi szellem kifejeződésének műve” (Rehbinder). Elengedhetetlen eleme az „individuális emberi alkotó tevékenység” (Schack),<sup>4</sup> melynek eredménye „ein geistiger Gehalt” (szellemi tartalom). (...) „A „szerzői jog (...) csakis egy gondolat eredeti egyéni kifejtésére vonatkozhat” (Gyertyánfy Péter),<sup>5</sup> (...) a szerzői jogi védelem „a szellemi, az emberek számára valódi értéket jelentő tartalmat biztosítja”.<sup>6</sup>

A felperesi reklámfilmek szerzői jogi védelem alatt álló, egyéni-eredeti alkotások. A szerzői jogi védelemnek egy, az irodalom, a tudomány, vagy a művészet területére eső szellemi alkotó teljesítmény (a mű) akkor felel meg, ha az kifejezi a szerző szellemi alkotó tevékenységét azáltal, hogy az alkotásnak egyéni, eredeti jellege van.

Az a tény, hogy a felperesi reklámfilmek reklámozás céljára megrendelt művek, nem változtat ezen a megítélésen. A szerzői jogi védelmet ugyanis nem érinti, ha a mű nem esztétikai, hanem funkcionális alkotás. A reklámfilm ugyanis tipikusan funkcionális mű, célja, hogy gazdasági (vagy más, társadalmi, stb.) reklámként, de a jelen esetben gazdasági reklámként hasznosuljon.

A funkcionális művek elterjedése és a szerzői jogi védelem alá „türemkedése” miatt (pl. szoftver, gyűjteményes műként minősülő adatbázisok, a védelem alsó szintjét súroló

---

<sup>1</sup> A szerzői jogi védelem a megvalósulásra és nem pedig önmagában az ötletekre, eljárásokra, működési módszerekre vagy matematikai elméletekre vonatkozik. 1998. évi IX. törvény az Általános Vám- és Kereskedelmi Egyezmény (GATT) keretében kialakított, a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó Marrakesh-i Egyezmény és mellékleteinek kihirdetéséről.

<sup>2</sup> Faludi Gábor tollából Gyertyánfy Péter (szerk.): A szerzői jogi törvény magyarázata. Budapest 2000, 26. o.

<sup>3</sup> Rehbinder, Manfred: Urheberrecht. 13. Aufl. München 2004, 28 és skk.

<sup>4</sup> Schack, Heimo: Kunst und Recht. Köln 2004, 90. o.

<sup>5</sup> Gyertyánfy Péter: Kell-e még szélesebb szerzői jog. Magyar Tudomány 2003/2.

<sup>6</sup> Csehi Zoltán: A kulturális javak fogalmáról – egy univerzális dologkategória születésének történetéhez, Libri Amicorum 31 (Studia P. Gyertyánfy Dedicata, Budapest, 2008) 153-185., 178.o.

szakirodalmi: v.ö. használati utasítás és reklám-művek stb.) a fent leírt védelmi szint mérce, azaz az egyéni-eredeti jelleg egyre alacsonyabbra kerül.<sup>7</sup> Leegyszerűsítve, ha egy „egyszerű” funkcionális mű nem szolgai másolás eredménye, ha alkotó jellegű választási lehetőség állt fenn a mű megalkotása során, és ezzel az alkotó élt, az alkotás már megfelel a szerzői jogi védelem előfeltételeinek. A felperesi reklámfilmek azonban nemcsak a szerzői jog ilyen speciális, de az általános mércéje szerint is megfelelnek a védelem előfeltételeinek. E megállapítás támaszkodik a Szerzői Jogi Szakértő Testület filmalkotások védelmi feltételeiről eddig tett megállapításaira.<sup>8</sup>

Az eljáró tanács egyetért az SZJSZT 20/2005 számú szakértői vélemény 2. a) –d).pontjában felsorolt megállapításokkal. E megállapítások önmagukban megalapozzák azt, hogy a felperesi reklámfilmek védelem alatt álló szerzői művek.

Az eljáró tanács nem osztja ugyanakkor az SZJSZT 20/2005. sz. szakvéleménynek a felperesi reklámfilmek technikai forgatókönyvére vonatkozó megállapításait annyiban, hogy nem tudott arról meggyőződni, hogy van-e a felperesi reklámfilmnek akár rögzített, akár rögzítetlen) technikai forgatókönyve. Az erősen valószínű (lévén reklámfilmről szó), hogy a felperesi reklámfilm irodalmi alapjául legalább ún. „*story board*”, de bizonyosan a reklámszöveg rendelkezésre állt (F/II/2. alatt a II. r. felperes csatolta a forgatókönyv írójával kötött szerződést, abban azonban a forgatókönyv, mint a szerződés közvetett tárgya mellett „(reklámszöveg”) kifejezés szerepel. Abban azonban osztja az eljáró tanács a hivatkozott szakvélemény megállapításait, hogy a kész felperesi reklámfilmekből visszakövetkeztetve a filmalkotások alapjául szolgáló, rögzített, vagy rögzítetlen (szak)irodalmi művek is szerzői jogi védelem alatt állnak, mert kétség kívül megállapítható, hogy a felperesi reklámfilmek „kitalált” figurák önálló mini-történetét, esetenként sajátos képi eszközökkel filmesíti meg.

---

<sup>7</sup> Szinger András: Az eredetiség küszöbe - "gondolatszövedék" a fotó és a szerzői jogi oltalom kapcsolatáról. = Boytha György-jubileum. 2004. 289-307. Gyertyánfy Péter: Kell-e még szélesebb szerzői jog? Magyar Tudomány 2/2003:226-230.

<sup>8</sup> SZJSZT 38/2004, 20/2004, SZJSZT 13/2003, 1.2. és 1.3. pontok, SZJSZT 23/2003, ad 1., hivatkozva az SZJSZT 39/00. sz. szakvéleményekre. A védelem fenn nem állására: SZJSZT 8/2002.

<sup>9</sup> parody I. fn a) paródia, utánczát, kifigurázás b) vmely író/korszak stílusát utánzó írásmű c) burleszk stílusba átírás, travesztálás, travesztia;

caricature I. fn 1. karikatúra, torzkép 2. vmnek nevetségesen gyöngé/rossz utánczátav. karikatúrája

pastiche [p...;sti:S] fn (...)2. utánczát [művészé, stílusé, koré]

(Akadémiai Elektronikus Szótár)

<sup>10</sup> Osztrák szerzői jogi törvény, 5. § (2) bekezdés: „Egy mű másik mű megalkotásához való felhasználása nem minősül átdolgozásnak, ha a másik mű a felhasznált műhöz képest önálló új műnek minősül” (az eljáró tanács fordítása).

<sup>11</sup> Michel M. Walter: Österreichisches Urheberrecht Handbuch I. Teil, Wien, 2008. Verlag Medien und Recht, 287, 290, 1119-1121 széljegyzatok.

<sup>12</sup> § 24 Freie Benutzung

(1) Ein selbständiges Werk, das in freier Benutzung des Werkes eines anderen geschaffen worden ist, darf ohne Zustimmung des Urhebers des benutzten Werkes veröffentlicht und verwertet werden. (Másik szerző műve szabad átvételével alkotott önálló mű a másik szerző engedélye nélkül nyilvánosságra hozható és felhasználható.- Az eljáró tanács fordítása)

<sup>13</sup> Dr. Thomas Dreier, Dr. Gernot Schulze: Urheberrechtsgesetz ... Verlag C.H. Beck, München, 2004., § 24 : 25, 26. széljegyzatok, 324, 325.o.

<sup>14</sup> Schrickler: Urheberrecht, Kommentar, 3. Auflage, Verlag Beck, München, 2006.24.§: 22. széljegyzatok.

<sup>15</sup> Haimo Schack: Urheber- undUrhebervertragsrecht., 3. Auflage, Artibus, 2005, 247-250 széljegyzatok, 120.121.o.

<sup>16</sup> Dreier-Schuilze: hiv. mű: 25., 26. széljegyzatok, valamint Ar. Wandtke- Dr. Bullinger. Praxiskommentar zum Urheberrecht, verlag Beck, München, 2002, § 24: 15-ös széljegyzatok.

<sup>17</sup> Hasonlóan régi szerzői jogunkban (1921. évi LIV. tc.) az átdolgozás, és az eredeti mű közötti határról, Dr. Alföldy Dezső: A magyar szerzői jog, Grill, 1936. 65.o.

## Ad I. A) 1.

Nyilatkozzon a szakértő, hogy a „A térerő körülvesz – minőség kompromisszumok nélkül” reklámkampány keretében készített alperesi reklámfilm önálló műnek vagy a felperesi „Vitamax Joker – taxi vezető és az idős hölgy”, „1 milliomodik ügyfél – ügyfél hasizomerősítővel”, és Rock’n Roll Csúcs plusz – pizsamás ügyfél” megnevezésű reklámfilmek engedélyköteles átdolgozásának minősül-e?

Válasz:

Az Szjt. 29. §-a szerint a szerző kizárólagos joga, hogy a művét átdolgozza, illetve hogy erre másnak engedélyt adjon. Átdolgozásnak minősül – egyebek mellett – a filmalkotás átdolgozása és a mű minden más olyan megváltoztatása, amelynek eredményeképpen a műből származékos mű jön létre.

A jelen esetben annak megállapítása során, hogy történt-e átdolgozás, több szempontra kell figyelemmel lenni. Lehet-e átdolgozásról beszélni egy műfajon belül? Az átdolgozónak feltételezett mű milyen mértékben támaszkodik az átdolgozott műre, azaz abból mennyit vesz át? Amit az „átdolgozó” mű átvesz, az szerzői jogi védelem alatt áll-e? Az átdolgozás eredményeképpen a „hozzáadott” teljesítmény megfelel-e az egyéni –eredeti jelleggel rendelkező mű követelményének?

Az átdolgozás Szjt.-beli fogalma nem zárja ki az azonos műfajon belüli átdolgozást. „Szjt. 4.§ (2) bekezdés.” Szerzői jogi védelem alatt áll - az eredeti mű szerzőjét megillető jogok sérelme nélkül - más szerző művének átdolgozása, feldolgozása vagy fordítása is, ha annak egyéni, eredeti jellege van”.

Ha az átdolgozott mű szerzői jogi védelem alatt áll (ez igaz a jelen esetben), az átdolgozott műre való „támaszkodás” mértéke és a „hozzáadott „teljesítmény” minősége döntő annak megítélésében, hogy történt-e engedélyköteles átdolgozás.

Ha a „támaszkodás” (=átvétel) túlnyomó, és a „hozzátétel”/ változtatás jelentéktelen, egyéni-eredeti jellege nincs, akkor a „forrás” mű engedélyköteles többszörözéséről van szó (ha az így keletkezett művet „alkotója” a sajátjaként tünteti fel, a többszörözés plágium esete áll fenn).

Ha a „támaszkodás” (=átvétel) csak a szerzői jogi védelem alá nem tartozó „algoritmusra”, elvre, ötletre, elgondolásra, a történet alapsémájára, a cselekmény önmagában nem védett „szekvenciájára” vonatkozik, azt a szerzői jog külön nevesített szabad felhasználási eset nélkül sem tiltja. Ennek az az oka, hogy ami a védelem körén kívül esik (tehát nem tartozik az egyéni-eredeti formába öntött tartalom körébe), az közkinccs, aminek felhasználásáról a szerzői jog nem rendelkezik. Ebben az esetben az „átvevő” mű önálló, tehát nem származékos szerzői jogi védelemben részesül, ha megfelel az egyéni-eredeti jelleg követelményének.

Ha a „támaszkodás” (=átvétel) meghaladja a védelem körén kívül eső, az előző bekezdésben felsorolt „elemeket”, és az „átvevő” mű egyéni, eredeti, alkotó jellegű többletet tesz hozzá az „átvett” műhöz, átdolgozásról, és az átdolgozás alapján keletkező mű származékos, az átdolgozott mű védelmére is tekintettel levő védelméről beszélünk.

A perbeli reklámfilmek összehasonlítása kapcsán az eljáró tanács jelezni kívánja, hogy jelentős részben egyetért a SZJSZT 20/2005. számú szakértői véleményben tett összehasonlító megállapításokkal (Ad 2).

Az eljáró tanács összevetette a felperesi reklámfilmeket az alperesi reklámmal, és az összevetés eredményeként megállapította, hogy az alperesi reklámfilm második felének (21-32 másodperc közötti részek, „taxi jelenet”) audiovizuális megvalósítása a felperesi „joker” reklámfilm szakirodalmi alapjának (legalább: *story board*) felhasználásával, a felperesi „joker” reklámfilm audiovizuális eszközeinek utánzásával, illetve a narratív rész átdolgozásával készültek. Az alperesi reklámfilm a felperesi „joker” reklámfilm filmszövegének átdolgozásával jött létre.

**Ennek alátámasztására az SZJSZT 20/2005 számú szakértői vélemény 2) pont i)–n) alpontokban felsorolt, a felperesi „joker” reklámfilm „taxi” jelenete és az alperesi reklámfilm teljesen, vagy döntő részben megegyező ismérvei szolgálnak, amelyek meglétével az eljáró tanács egyetért:**

- „i) mindkét filmben azonos korból származó, azonos karakterű, színű gépjármű a taxi;*
- j) mindkét esetben a szokásostól elütő, de összetéveszthetően hasonló módon helyezték el a gépjármű oldalán a „taxi” feliratot;*
- k) mindkét filmben azonos a taxisofőrt először rögzítő kamera beállítása, a beszélő karakteren kívül csupán az anyósülésen utazó idős hölgy bal karja látszik a képen;*
- l) úgyszintén azonos az anyósülésen utazó idős hölgyet először rögzítő kamera beállítása, az idős hölgyet a kamera bal oldalról, a sofőr helyéről mutatja;*
- m) a k)-l) pontban meghatározottakon kívül más beállítás az említett részben nem található;*
- n) mindkét esetben azonos jelmezeket viselnek a szereplők, továbbá azonos díszletekkel látták el a taxit, a középső visszapillantó tükörről azonos, vagy összetéveszthetően hasonló illatosítók, futball-labda, illetve fémgömb („diszkógömb”) lóg;”.*

Az eljáró tanács ugyanakkor megjegyzi, hogy az alperesi reklámfilm által felhasznált elemek (ismérvek) között olyanok is vannak, amelyek önmagukban nem érdemesek védelemre (pl. igen csekély a választási lehetőség a taxi vezetőülésén, illetve az utas ülésén elhelyezkedő személy közeli képpel való filmezésére).

Az alperesi reklámfilm és a másik két felperesi reklámfilm hasonlóságát a játékhelyzet, a díszletek, az alkalmazott jelmezek, a képi megoldások, a rendezés, vágás, továbbá a hasonló külsejű előadóművészek mutatják.

Az előadóművészek külsejével kapcsolatban az eljáró tanács véleménye részben eltér az SZJSZT 20/2005. számú szakértői vélemény 2. h) pontjától. Noha a jelmezek azonosak, és első pillantásra az előadóművészek erősen hasonlítanak egymásra, az átlagosan értelmes és figyelmes néző számára – ha azt feltételezzük, hogy a néző többször is látta a felperesi reklámfilmeket - az alperesi reklámfilm megtekintése során felismerhető, hogy az alperesi reklámfilmekben nem szerepelnek a felperesi reklámfilmek igen ismert előadóművészei.

Az eljáró tanács összességében megállapítja, hogy az alperesi reklámfilm a felperesi „joker” reklámfilm engedélyköteles átdolgozása, amely kizárólag azon személy(ek) előzetes engedélyével lett volna létrehozható jogszerűen, aki (akik) a felperesi „joker” reklámfilm vagyoni jogaival rendelkezik (rendelkeznek).

Az eljáró tanács emellett rögzíteni kívánja azt is, hogy az alperesi reklámfilm rendelkezik bizonyos fokú egyéni, eredeti jelleggel, amelynek alapján az származékos műnek tekinthető.

Az alperesi reklámfilm „hozzáadott” teljesítménye bizonyos fokú, nem jelentős egyéni-eredeti jellegét mutató jegyek a következők:

- Az alperesi reklámfilm a felperesi reklámfilmektől eltérő párbeszédet tartalmaz;
- Az alperesi reklámfilm a felperesi reklámfilmek közül az „1 milliomodik ügyfél – ügyfél hasizomerősítővel”, és Rock’n Roll Csúcs plusz – pizsamás ügyfél” c. reklámfilmeket csekélyebb mértékben használta fel, mint a „joker” reklámfilmét;
- Az alperesi reklámfilm nem titkoltan a felperesi reklámfilmek történetének a folytatása, márpedig a folytatás megalkotásához alkotó tevékenység szükséges.

**Ad I.A 2.) és Ad I. A) 3.)**

**Nyilatkozzon továbbá a szakértő, hogy a fent megnevezett alperesi reklámfilm paródiának minősíthető-e?**

**Amennyiben a kérdéses mű paródiának minősíthető, úgy nyilatkozzon a szakértő, hogy az az alpmű átdolgozhatóságának lehetőségét és korlátait mennyiben érinti.**

**Válasz:**

Az eljáró tanács a fenti két kérdésre összevont választ ad.

Előjáróban a paródia szerzői jogi megítélését kell tisztázni. Erről a felek előkészítő iratai is tartalmaznak előadásokat. Ahol a felek előkészítő iratai a magyar Szjt nyomtatott magyarázatára hivatkoznak, ott az eljáró tanács véleménye a hivatkozásokkal egyezik, azonban azokból saját következtetést von le.

A közösségi szerzői jog

Előbb át kell tekinteni a paródia közösségi szerzői jogi minősítését, majd néhány irányadó külföldi jogrendszer megoldását, kitérve a szerzői jogi minősítés alkotmányos indokaira. Ezt követi a paródia megítélése a magyar szerzői jogban.

Az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló, 2001. május 22-i 2001/29/EK Irányelv (az un. Infosoc Irányelv) a szabad felhasználások tekintetében teljes jogharmonizációt irányzott elő azzal, hogy a szabad felhasználás egyetlen kötelező, és számos választható esetét felsorolja. A tagállamok által szabadon választható esetek között rendelkezik a paródiáról is.

**A paródiát az Infosoc irányelv a többszörözési és a nyilvánosságához közvetítési jog alóli kivételként kezeli, de ennek csak az az oka, hogy egyéb vagyoni jogokról, így az átdolgozás jogáról az Infosoc Irányelv nem rendelkezik. (Amint ezt alább a vélemény bemutatja, a paródia valójában az átdolgozás fogalma alóli, de nevesített szabad felhasználásnak nem tekinthető kivétel.)**



Az 5. cikk (Kivételek és korlátozások) (3) bekezdés *k*) pontja alapján a tagállamok a 2. és a 3. cikkben szabályozott jogok (többszörözés és nyilvánossághoz közvetítés, illetve lehívásra hozzáférhetővé tétel) vonatkozásában az alábbi esetekben kivételeket, illetve korlátozásokat állapíthatnak meg: (...)

*k) karikatúra, paródia vagy utánczat készítésének céljára történő felhasználás;*

A rendelkezés angol nyelvű szövegéből (*(k) use for the purpose of caricature, parody or pastiche*) és annak helyes fordításából<sup>9</sup> nyilvánvaló, hogy a több hasonló kifejezés közül a paródia magában foglalja a bürleszkké átdolgozást, az un. travesztiát is, és a magyarázatra szoruló utánczaton (= pastiche) szerzői jogi védelem alá nem tartozó művészi stílus, jelleg utánczatát, és nem szerzői mű másolását (régiesen: „utánczését”) kell érteni.

#### Az osztrák szerzői jog

**A magyar szerzői joggal szoros kapcsolatot mutató osztrák szerzői jog – a magyar joghoz hasonlóan - nem rendelkezik külön a paródiáról a szabad felhasználások között.**

Ennek többek között az az oka, hogy az osztrák törvény tartalmaz egy olyan rendelkezést, amelyhez hasonló szabály az 1969-es szerzői jogi törvényünknek része volt. A rendelkezésnek az a lényege, hogy ha egy mű egy már meglévő műre akként támaszkodik, hogy annak csak olyan elemeit használja fel (pl. „ötletét”, algoritmusának, cselekményének lényegét, egyes formai, stílus jegyeit), amely nem érinti azt, hogy az új mű önálló szerzői műnek tekintendő, az nem minősül engedélyköteles átdolgozásnak.<sup>10</sup>

A szabálynak az az oka, hogy a kultúra története által igazolt közérdek fűződik ahhoz, hogy a művek „egymásból építkezzenek”. Ha ez az egymásra épülés nem szolgál másolás, és nem esik az engedélyköteles átdolgozás körébe, azt az osztrák jog szabad „átdolgozásnak”(freie Bearbeitung) tekinti. (A magyar szerzői jog értelmezése is ide vezet.)

A „szabad átdolgozás” körébe eső paródia, karikatúra, szatíra közös megkülönböztető ismérve az „antithematische Behandlung” (ellentétes, szembeállító, vitatkozó „felfogás”), és a parodizált mű kiválasztott jellemző jegyeinek eltúlzott használata a parodizáló műben.

Ha az említett jegyek csak a parodizált mű stílusjegyei, egyes feltűnő formai ismérve, ezen a parodizált mű szerzőjének egyáltalán nem áll fenn szerzői joga. Ha pedig a paródia a tartalmat is átveszi („átdolgozza”), csak esetenként, érdekmérlegeléssel döntendő el, hogy szabad, vagy engedélyköteles átdolgozásról van-e szó (a meglévő zene humorosnak, szatirikusnak szánt szöveggel való párosítása mindig engedélyköteles átdolgozás).<sup>11</sup>

#### A német szerzői jog

A magyarral közös elméleti alapon álló német szerzői jog is tartalmaz egy „szabad átdolgozási” szabályt<sup>12</sup>. A jogirodalom szerint a szabad átdolgozás feltétele, hogy a „forrás” mű teljesen elhalványuljon („völlig verblasst”) az átvevő műhöz képest. A paródiának más módon, a felismerhetőség követelményének betartása mellett kell eltávolodnia a parodizált műtől.

A paródia a szellemi vita közismert eszköze, szabadsága a vélemény szabadság alkotmányos védelmének sajátos, a szerzői jog által elismert belső korlátja. A szerzői jogban a paródia

olyan sajátos szabad átdolgozás, amelynek egyik sajátossága, hogy a parodizált mű nem halványulhat el teljesen, sőt, szükséges ismérv, hogy arra rá ismerhessen az, aki a parodizált művet egyébként ismeri (objektív ismérv).

A paródia eltávolító sajátossága az, hogy a parodizált művel vitába száll, azzal ellentétes nézetet tükröz. **A paródia azzal távolodik el a parodizált műtől, hogy a saját alkotó tevékenység révén önállóságra tesz szert. Ez az a belső távolságtartás, amely a vitatásból, az ellentétes megközelítésből és a paródia önállóságából együtt fakad.**<sup>13</sup> Ha ez az ismérv, tehát a parodizáló mű észlelhető önállósága hiányzik, akkor kevés önmagában a parodizált művel való szembenállás.

A parodizált mű szerzőjével, vagy harmadik személlyel való ellentétes felfogás, tehát az eltávolítás önmagában nem alapozza meg a paródia szabadságát.<sup>14</sup> Így a német szerzői jogi bírói gyakorlatban is elutasították a paródia szabadságára való hivatkozást olyan esetben, amikor a szerzői jogi védelem alatt álló rajzfilmfigurák felhasználásával a rajzfilm történetét folytatták. A történet folytatása más, szerzői jogi védelem alatt álló műve egyes jelentős alkotóelemeinek (az eldöntött ügyben: Disney rajzfilmfigurák) felhasználásával nem minősül paródiának, nem alkalmas a parodizált művel való szembenállásra.<sup>15</sup>

A paródia egyrészt tehát egy alapjog szerzői jogi gyakorlási módja, másrészt azonban alkalmas lepel az engedélykérés elkerülésére. Csak eseti mérlegelés döntheti el, hogy melyik a helyes minősítés. Megfelelt a paródia követelményének a stilizált Donald kacsa Rambo figuraként való ábrázolása, és reklámfilm részleteit is át lehet venni egy szatirikus TV kritikához, viszont nem felelt meg pl. a paródia követelményeinek az un. Asterix persziflázs, amikor az ismert rajzfilmfigurákat a mai korba, eltérő összefüggésekbe helyezte a paródiára hivatkozó fél. A kereskedelmi cél is rendszerint akadály a paródia minősítésnek (egy festő képének felhasználása gumióvszer csomagolásán).<sup>16</sup>

### A magyar szerzői jog

Az Szjt a paródiáról nem rendelkezik, azt sem az integritáshoz való jog (Szjt. 13.) sérelme, sem az átdolgozás vagyoni joga (29.§) alóli kivételként nem határozza meg. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a „valódi” paródia engedélyköteles felhasználás lenne. A magyar szerzői jogban a „valódi” paródia azért nem engedélyköteles felhasználás, mert ugyan a parodizált mű által ösztönzött új mű, elvileg annak átdolgozása lenne, de az „eredeti mű vonásainak új – túlzó – vonásokkal való kiegészítésében és szembeállításában”, az eredeti műtől való ilyen jellegű eltávolítottságában nyilvánul meg sajátos jellege, és ezért a kizárólagos jog alóli kivétele.

A „valódi” paródia alapesete a stílusparódia (ez felelne meg az Infosoc Irányelv 3. cikk k) pontja szerinti „pastiche”-nak (=stílus utánzat), amely egyáltalán nem használja fel a parodizált művet, csak annak stílusát, egyes formai vonásait adja vissza eltúlozva (pl. Karinthy Frigyes: Így írtok Ti).

A „valódi” paródia határán belül marad a parodizált mű olyan, az átdolgozáshoz közel eső felhasználását megvalósító paródia is, amelyben a parodizált művel való művészi vita, a parodizált és a parodizáló mű ellentéte, az arról való **kritikai, új alkotásban megnyilvánuló vélemény nyilvánítás miatt** nem esik a paródia létrehozása az engedélyköteles felhasználások körébe. Más mű hírnevének „meglovagolása” az előbb említett vonások nélkül azonban akkor sem esik a paródia körébe, ha a parodizálónak szánt új mű (műrész) netán

humoros, és eltúlozza a felhasznált mű egyes vonásait. Ekkor a parodizált mű jelentős részét, vagy egy közös mű teljes mű-részét átveszi az új mű (pl. védett zenemű dallamára új szöveg írása).

Ahogy az Szjt nyomtatásban megjelent magyarázata is tartalmazza: a szabad „paródia” és az engedélyköteles átdolgozás elhatárolásához „elengedhetetlen az egyes paródiaművek egyedi vizsgálata, önmagában a paródia-címke nem dönti el a kérdést” (A szerzői jogi törvény magyarázata, szerk. Gyertyánfy Péter, Complex, 2006. Budapest, 174.o.)

Az egyedi minősítés szükségessége<sup>17</sup> miatt nem tartalmaz az Szjt külön szabad felhasználási „paródia” szabályt. Ha a paródia nevesített szabad felhasználási eset lenne, akkor csak a három lépcsős teszt (Szjt 33.§ (2), (3) bekezdés) alapján lehetne megítélni, hogy „valódi” paródiáról van szó. Márpedig a paródia esetén egy előzetes, esetenként lefolytatandó vizsgálat is szükséges: a kritikai/véleményalkotási cél és az ezzel összhangban álló, ellentétet mutató eltúlzás, valamint a paródia önállóságának (belső távolságtartásának) összevetése a parodizált mű felhasználásával, illetve annak megállapítása, hogy csupán a parodizált mű stílusának utánozása valósult meg.

#### A fentiek alkalmazása a felperesi reklámfilmek és az alperesi reklámfilm viszonyára

Az eljáró tanács szerint a paródiát el nem érő határesetről van szó. **Álláspontja szerint az alperesi reklámfilm nem tekinthető a felperesi reklámfilmek paródiájának.** A paródia megállapíthatóságának feltételei közül megvalósulni látszik a vita, szemben állás, ez azonban látszólagos. Az alperesi reklámfilm nem a felperesi reklámfilmekkel, tehát a művekkel, hanem a felperesi reklámfilmekben közölt reklámtartalmú tájékoztatással vitatkozik. A felperesi reklámfilmekkel, mint művekkel való vitához nem elegendő „Az én kiszállok” szöveg, és a hivatkozás a felperesi szolgáltatás általános szerződési feltételeire („apróbetűs részek”). Ugyancsak kevés a vitatás ismérvéhez a felperesi reklámfilmek történeteinek a folytatása (ld. a német gyakorlatot).

Még abban az esetben is, ha feltéve, de meg nem engedve a kétségekívül meglévő szemben álló, ellentétes nézet meglétét a parodizált művel való vitának tekinthetnének, hiányzik az alperesi reklámfilmalkotás olyan mértékű önállósága, függetlensége, amely a paródia-minősítéshez (ahogy azt a német gyakorlat bemutatása igazolta) elengedhetetlen.

Az alperesi reklámfilm készítői szemmel láthatólag arra összpontosítottak, hogy a felperesi reklámfilmek (és a reklámtájékoztatás) felismerhető legyen. Kevésbé törődtek azonban a „belső eltávolítással”. Az alperesi reklámfilm egyéni-eredeti alkotásnak minősülő elemei összességében kevésnek bizonyulnak ahhoz, hogy a paródia megállapítható legyen.

Szintén a paródia ellen szól a tisztán kereskedelmi, üzleti cél. Az alperesi reklámfilmnek az a célja - és ezt a film szövege is mutatja - hogy súlytalanná tegye a felperesi reklámfilmek mondanivalóját, a gazdasági reklámnak minősülő, a felperesi reklámozott szolgáltatás megismertetését és igénybevételét előmozdítani szándékozó tájékoztatását, azaz a nézőt ellentétes következtetésre vezesse. Vagyis a paródiának szánt alperesi reklámfilm valósi célja nem a felperesi reklám művekkel való vita, hanem az, hogy a nézőket figyelmeztesse: ne higgyék el a versenytárs reklám tájékoztatását.

Ez a cél önmagában még nem zárna ki a paródia alkalmazhatóságát, de ahhoz, hogy a paródia minden ismérve maradéktalanul megvalósuljon, nem a felperesi versenytárs

reklámközlésével, hanem a felperesi versenytárs, mind reklámozó által megrendelt reklámművel kellett volna művészi-esztétikai értelemben, eltávolodott önálló paródia mű megalkotásával vitába szállni.

Összefoglalva a választ: az alperesi reklámfilm nem tekinthető a felperesi reklámfilmek paródiájának.

Ha paródiának lenne tekinthető, az – külön szabad felhasználási szabály nélkül is - az átdolgozási kizárólagos jog alóli kivételt jelentene, azaz a parodizált műből engedély nélkül átvehetők lennének mindazok az szerzői jogi védelem alatt álló elemek, amelyek szükségesek ahhoz, hogy azok számára, akik a parodizált művet ismerik

- a parodizált mű felismerhető legyen,
- a parodizált művel való vita, szemben állás saját szellemi alkotásba öntve megvalósulhasson.

Ha egy paródia csak stílust, vagy önmagában védelem alatt nem álló elemet parodizál, akkor az átdolgozás kérdése fel sem merül.

Ad II. (B) (...) a perben érintett, „A térerő körülvesz – minőség kompromisszumok nélkül” című alperesi reklámfilm (a „T. reklámfilm) azzal, hogy engedély nélkül felhasználta a V. reklámfilmek képi világát és szereplőit, megsértette-e a V. reklámfilmhez fűződő alábbi szerzői / vagyoni jogait:

- (i) a mű egységének védelme (Szt. 13.§);
- (ii) a mű átdolgozásához való jog (Szt. 29.§);
- (iii) a név feltüntetéséhez való jog (Szt. 12.§);
- (iv) többszörözés joga (Szt. 18.§; 23.§ és 26-28.§§);
- (v) terjesztés joga (Szt.23.§)
- (vi) nyilvánossághoz közvetítés joga (Szt.26-28.§§)
- (vii) felhasználáshoz és felhasználás engedélyezéséhez való jog; a műben szereplő jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításának és az ilyen hasznosítás engedélyezésének kizárólagos joga (Szt. 16.§ (1) és (3) bekezdései).

Válasz:

Az eljáró tanács a II.B (ii) és (vii) első fordulatában feltett kérdésekre már válaszolt az I. A) 1. kérdésre adott válaszban. A felhasználás és a felhasználási jog általános fogalmára való hivatkozás tekintetében az állásfoglalás (vii) első fordulat) ugyanis szükségtelen, ha van olyan nevesített felhasználási mód (átdolgozás), amelyre nézve megállapítható az engedély nélküli felhasználás.

Az (i)- (vii) második fordulatban feltett kérdésekre:

Az eljáró tanács fenntartja az SZJSZT 20/2005. számú szakértői vélemény megállapításait az alábbi megjegyzésekkel.

A személyhez fűződő jogok védelmében való fellépésre elsősorban az Szt. 65.§ (4) bekezdés az irányadó. Az a tény, hogy a felperesi reklámfilmek szerzői szerződésben is hozzájárultak ahhoz, hogy a film előállítója fellépjen a személyhez fűződő jogok védelmében (megfilmesítési szerződés esetén fölösleges kikötés), nem jelenti azt, hogy ez a fellépési jog a

vagyoni jogokkal együtt és azzal azonos módon forgalomképes, mintegy „engedményezhető” lenne. Az Sztj 9.§ (6) bekezdés csak a vagyoni jogokra nézve állapítja meg a forgalomképességet, tehát a jogszerző rendelkezési jogát. Ilyen rendelkezés a személyhez fűződő jogokra nézve nincs.

A felperesi reklámfilmek nyilvánosság számára műpéldányon, vagy nyilvánossághoz közvetítés útján való érzékelhetővé tétele miatt csak olyan személlyel szemben lehet fellépni, aki/amely ezt a felhasználási cselekményt megvalósította (tehát pl. televízió sugárzás esetén a televízió szervezet). Az más kérdés, hogy a felhasználó és a reklámfilm sugárzását megrendelő közötti szerződés hogyan rendezi a felek belső viszonyát szerzői jogsértés esetleges megállapítása esetén, más szóval hogyan alakul a jogszavatosság.

**A műben szereplő jellegzetes és eredeti alak kereskedelmi hasznosításának joga elsősorban akkor vetődhetne fel, ha az alperes nem másik szerzői műbe „vette volna” át az egyébként jellegzetes és eredeti alakokat. Az, hogy az „átvétel” kereskedelmi- reklám – közlésnek szánt műbe történt, nem minősíti át az adott felhasználást átdolgozásból „merchadising”-gá, és nem is kumulálódik a felhasználás. Ha például az alperes, vagy bárki más valamely árun helyezte volna el az alakokat, illetve azokat értékesítette volna (vagy értékesítési céllal birtokolta volna), a „merchandising” esete valósult volna meg.**

**Ad I. B)** A szakértő tegye meg a feltett kérdésekre adott válaszokon kívül, de az ügyvel összefüggő egyéb észrevételeit

Az eljáró tanács megjegyzi, hogy a szóban forgó jogvita lényege versenyjogi. A felszínen szerzői jogvita zajlik, de valójában az a kérdés, hogy a versenytárs a másik versenytárs által megrendelt reklám mondanivalóját megkísérelheti-e „cáfoló”, de az érintett termékeket, szolgáltatásokat tartalmilag össze nem hasonlító reklámmal súlytalanítani. Az összehasonlító reklám intézménye mögött meghúzódó, a fogyasztók tájékoztatáshoz való jog, az alkotmányos vélemény nyilvánítási jog a szerzői jogon túlmutatnak. E kérdésekben az eljáró tanácsnak nincs szakértelme, és szakvélemény alkotási joga. E jogokat a szerzői jog „belülről” a védelem alá nem tartozó „algorithmus”, ötlet, elv, a szabad felhasználások, és a paródia kivételeivel fejezi ki.

Budapest, 2008. június 25.

Dr. Faludi Gábor  
a tanács elnöke

Dr. Sarkady Ildikó  
a tanács előadó tagja

Kézdi-Kovács Zsolt  
a tanács szavazó tagja