

IPARJOGVÉDELMI ÉS SZERZŐI JOGI SZEMLE

21. (131.) ÉVFOLYAM 1. SZÁM

2026. február

Dr. Nádasdi Réka

A közrendbe, illetve a közérkölsbe ütköző megjelölések a nemzeti
és az európai uniós gyakorlat tükrében

Bényi Mercédesz

Online tér és védjegyjog: a divatipar új dimenziói

Harkai István

A sajtókiadáói jog és a CDSM-irányelv adatbányászati kivételének metszéspontja
– gordiuszi csomó kard nélkül vagy kard gordiuszi csomó nélkül?

Kiss Zoltán Károly PhD – dr. Kiss Dóra Bernadett

A védelem bére 7. A követőjog és a fizető köztulajdon átkeretezése

Dr. Tószegi Zsuzsanna

Jelek, pecsétek, védjegyek, brandek 3. A céhjelektől a védjegyekig

Válogatás a Szerzői Jogi Szakértő Testület szakvéleményeiből

Könyv- és folyóiratszemle

SZELLEMI TULAJDON NEMZETI HIVATALA

Tájékoztató szerzőinknek

Az Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle szerkesztősége örömmel fogad minden, a szellemi tulajdon védelmével foglalkozó írást. A beérkezett kéziratok a szerkesztőbizottság jóváhagyása esetén nyelvhelyességi és a kiadvány stílusához igazodó stilisztikai javítások után kerülnek publikálásra, amelyek nem érintik a mű tartalmi értékét. A kéziratot – a szerkesztőbizottság döntése alapján, az írás témája és mélysége szerint – a Tanulmányok, a Jogesetek, a Technikatörténet, a Fórum vagy a Hírek, események rovatban tesszük közzé. Az írás terjedelmét nem korlátozzuk, igen hosszú cikket esetleg két vagy több részben, egymást követő lapszámokban teszünk közzé a szerzővel történő egyeztetés után. Az egyes cikkekben kifejeződő állásfoglalásnak nem feltétlenül kell tükröznie a szerkesztőbizottság véleményét.

A Word vagy Rich Text formátumban készült kéziratokat e-mailben kérjük elküldeni az alábbi címek valamelyikére. Kérjük szerzőinket, hogy a szöveget ne formázzák, zárják balra, kiemelésként csak dőlt betűt alkalmazzanak, a címeket, alcímeket ne húzzák alá, a címhierarchiát lehetőleg számozással jelezzék. Tanulmányuk magyar és angol nyelvű összefoglalóját szíveskedjenek maximum 10 sorban mellékelni. A szövegben előforduló rövidítéseket, betűszókat első előfordulásukkor fel kell oldani. A hivatkozásokban kérjük az összes bibliográfiai adat (szerző, cím, kiadás, kiadás helye és éve, oldalszám, webcím) feltüntetését.

További kérdéseik esetén a szerkesztőség készséggel áll a rendelkezésükre (Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala, 1054 Budapest, Zoltán u. 6., Girmann Zsuzsanna szerkesztő, szerkesztoseg@hipo.gov.hu, tel.: 06 1 474 5767.

TARTALOM

A közrendbe, illetve a közerkölcsbe ütköző megjelölések a nemzeti és az európai uniós gyakorlat tükrében DR. NÁDASDI RÉKA	5
Online tér és védjegyjog: a divatipar új dimenziói BÉNYI MERCÉDESZ	36
A sajtókiadási jog és a CDSM-irányelv adatbányászati kivételének metszéspontja – gordiuszi csomó kard nélkül vagy kard gordiuszi csomó nélkül? HARKAI ISTVÁN	71
A védelem bére 7. A követőjog és a fizető köztulajdon átkeretezése KISS ZOLTÁN KÁROLY PHD – KISS DÓRA BERNADETT	84
Jelek, pecsétek, védjegyek, brandek 3. A céhjelektől a védjegyekig DR. TÓSZEGI ZSUZSANNA	105
Válogatás a Szerzői Jogi Szakértő Testület szakvéleményeiből	115
– SZJSZT-31/2022 – Fényképhez kapcsolódó szerzői jogok	115
– SZJSZT-32/2022 – Fényképhez kapcsolódó szerzői jogok	123
Könyv- és folyóiratszemle	131
– Martin Korte: <i>Ésszel a géppel. Hogyan szabaduljunk meg a digitális ingerdömpingtől?</i> (Dr. Osman Péter)	131
– Travis Bradberry: <i>Az új érzelmi intelligencia. Az EQ fejlesztése és hasznosítása a gyakorlatban</i> (Dr. Osman Péter)	141

A folyóiratban megjelenő tanulmányok a szerzők véleményét tükrözik, amely nem feltétlenül azonos a szerkesztőbizottság álláspontjával.

A KÖZRENDBE, ILLETVE A KÖZERKÖLCSBE ÜTKÖZŐ MEGJELÖLÉSEK A NEMZETI ÉS AZ EURÓPAI UNIÓS GYAKORLAT TÜKRÉBEN

1. BEVEZETÉS

1890. február 4-én lett szentesítve és ugyanezen év május 15. napján lépett hatályba az első magyar védjegy törvény, a védjegyek oltalmáról szóló 1890. évi II. törvénycikk. Ez volt az első lépés az önálló magyar védjegy jog kialakulása felé vezető úton.

Miért van relevanciája egy csaknem 135 éve keletkezett, rég hatálytalan jogszabálynak a témánk szempontjából? Több okból is érdemes a jelenlegi jogszabályok, döntések, gyakorlatok mellett megemlékezni erről a patinás törvényről, amely bizonyos kiegészítésekkel és módosításokkal nyolcvan éven át szolgált a védjegyjog alapjául.¹

Egyrészt már legelső védjegy törvényünk is tartalmaz egy fontos kitétele. Az 1890. évi II. törvény 3. § 4. pontja értelmében *„a belajstromozásból kizárva vannak, és ennél fogva a kizárólagos használati jog megszerzésére nem alkalmasak az oly védjegyek, a melyek: ... erkölcsstelen és közbotrányt okozó vagy közrend elleni ábrázolatokat vagy a tényleges üzleti viszonyoknak vagy a valóságnak meg nem felelő, és a fogyasztó közönségnek tévedésbe ejtésére alkalmas feliratokat vagy adatokat tartalmaznak”*. Ilyen régre nyúlik tehát vissza a magyar védjegy jogi szabályozásban a közrendet és a közerkölcsöt sértő megjelölések lajstromozásának tilalma. A kornak megfelelő szóhasználatot leszámítva ez a pont változatlanul fennmaradt az évtizedek során, és ma is részét képezi a hatályos törvénynek. Kiállta tehát az idő próbáját, annak ellenére, hogy az évek során más-más tartalommal töltötte meg a gyakorlat és a jogfejlődés ezt a rövid, de annál fontosabb törvényi pontot.

A másik szempont, amire érdemes figyelmet fordítani, hogy az 1890. évi II. törvény – és benne a 3. § 4. pontja – nem előzmény nélkül került a magyar joganyagba. Előzménye az 1858. évi osztrák védjegy törvény volt, amelynek hatálya Magyarországra is kiterjedt, maga a törvény pedig alapelveiben és főbb rendelkezéseiben megegyezett az osztrák (1890. január 6-án kihirdetett) védjegy törvénnyel,² ami mai fogalmaink szerint a jogharmonizációnak felel meg.³ Összességében pedig a törvény beilleszkedett abba a védjegy jogi kodifikációs

¹ Csécsy György: A magyar védjegy jog kialakulása és fejlődésének főbb állomásai. Publicationes Universitatis Miskolcinen's Sectio Juridica et Politica, 9. évf., 1994, p. 5–24.

² Uo.

³ Vida Sándor: A magyarországi védjegyjog története. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 7. (117.) évf. 4. sz., 2012. augusztus.

hullámba, amely a múlt század végén Európában lezajlott, jelezve ezzel azt, hogy jogfejlődésünk összhangban volt és lépést tartott a többi, gazdaságilag fejlett országával.⁴

A védjegyjog – az iparjogvédelmi jogn belül – ma is olyan jogág, ami alapvetően együtt mozog a többi ország, leginkább pedig az Európai Unió jogfejlődésével, és amelyben a harmonizációnak továbbra is nagy szerepe van. A közrend és a közérkölc, mint lajstromozást gátló okok, kimondottan olyan témának számítanak, amelyben a harmonizációs igény – fenntartva a nemzeti sajátosságokat – megjelenik az országok részéről.

Ez a kizáró ok bizonyos szempontból rendhagyónak tekinthető. Ahogy az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (a továbbiakban: EUIPO) konvergenciaprogramjának keretein belül indult, a közrendbe vagy a közérkölcbe ütköző védjegyeket érintő CP14 számú közös gyakorlat eredményeként kidolgozott közös közlemény (a továbbiakban: CP14) fogalmaz, míg más feltétlen kizáró okok jellemzően üzleti alapokon nyugszanak, addig a közrendbe és a közérkölcbe ütközés kizáró okai alapelveket, alapvető értékeket védenek.⁵

A dolgozat célja az, hogy megvizsgáljuk a közrend és a közérkölc megközelítését a magyar védjegyjogban, figyelembe véve a kapcsolódó európai uniós gyakorlatot is, és összességében értékeljük a közrendbe és a közérkölcbe ütközés mint lajstromozást gátló okok megjelenését az elméletben és a gyakorlatban. Az elemzésben nemzeti és európai uniós példák egyaránt szerepelnek, ugyanis a magyar joggyakorlatot nem lehet leválasztani az európai uniós gyakorlatról, azok szervesen összekapcsolódnak, olyannyira, hogy a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala (a továbbiakban: SZTNH vagy hivatal) határozataiban gyakori az Európai Unió Bírósága (a továbbiakban: EUB) által hozott döntésekre való hivatkozás. Ugyanakkor a nemzeti szemszög sem elhanyagolható, mert azáltal pontosabb fogalmakat alkothatunk erről a néhol szubjektív elemeket tartalmazó kizáró okról.

2. FELTÉTLEN KIZÁRÓ OKOK

A magyar védjegyjog fő és legfontosabb forrása, a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény (a továbbiakban: Vt.) a kizáró okok, a lajstromozási akadályok és törlési okok korszerű rendszerét építette ki. Megkülönbözteti az abszolút és a relatív kizárásokat; az előbbiekre a „feltétlen kizáró okok”, az utóbbiakra pedig a „viszonylagos kizáró okok” magyar szóhasználatot vezette be.⁶

Ahhoz, hogy egy megjelölés védjegyyaltalomban részesüljön, nem állhatnak fent a megjelöléssel szemben lajstromozását gátló feltétlen vagy viszonylagos kizáró okok. A feltétlen kizáró okokat a hivatal – a köz érdekében – a védjegy lajstromozására irányuló eljárásban

⁴ Csécsy: i. m. (1), p. 8.

⁵ CP14 2.

⁶ 1997. évi XI. törvény indokolása – a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról (a továbbiakban: Vt. indokolás), a 2–6. §-hoz.

minden esetben hivatalból vizsgálja. Feltétlen kizáró ok fennállása esetén a védjegybejelentést hivatalból el kell utasítani.⁷

A feltétlen kizáró okok csoportjába tartozik a dolgozat origójának számító Vt. 3. § (1) bekezdés a) pont, amely a törvény hatálybalépésekor még a következő: „A megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha használata a közrendbe, a közerkölcsbe, illetve jogszabályba ütközne”, 2022. január elsejétől viszont ma is hatályos formájában:

„A megjelölés nem részesülhet védjegyoltalomban, ha a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközik.”

A fenti kizáró ok két elemből épül fel, melyek között vagylagos kapcsolat áll fenn. A kettő közül bármelyik fennállása önállóan is elegendő ahhoz, hogy a bejelentés elutasításra kerüljön. A „közrend”, illetve a „közerkölcs” fogalmának jelentését vizsgáljuk meg a következő fejezetekben.

3. A KÖZREND FOGALMÁNAK MEGKÖZELÍTÉSE

Magyarország

A magyar joganyagban alapvetően nincs definiálva a közrend fogalma. A Kúria ugyanakkor jogértelmezésében kimondta, hogy a közrend magában foglalja az ország államberendezkedésének és jogrendszerének az alkotmányban meghatározott alapvető elveit és intézményeit, az ott meghatározott alapjogokat és kötelezettségeket, valamint azokat a feltétlen érvényesülést kívánó, imperatív jellegű jogi normákat, amelyek közvetlenül védik az ország társadalmi-gazdasági rendjének alapjait.⁸

A Legfelsőbb Bíróság 1997-ben kifejtette, hogy a magyar jogirodalomban elfogadott meghatározás szerint a közrend tartalma nemcsak az alkotmányban lefektetett elveket és a feltétlen alkalmazást kívánó törvényeink célját védi, hanem politikai célkitűzéseinket, erkölcsi eszméinket is, továbbá hogy a közrend lényege, hogy a fogalma alá vonható intézményeket és elveket a jog feltétlenül meg kívánja védeni, érvényre akarja juttatni. Hozzátette, hogy a közrend tartalmában változó kategória; időben és térben egyaránt mindig az adott gazdasági-társadalmi berendezkedés és a politikai-erkölcsi felfogás függvényeként értelmezhető.⁹

A fentiekben a „politikai-erkölcsi” kifejezés használata előrevetíti, hogy a közrend és a közerkölcs egymással sajátos kapcsolatban állnak, és előfordulhat olyan megjelölés, amely egyszerre mindkettőbe ütközik, ugyanis előfordul a két fogalom között egyfajta átfedés.

⁷ Védjegy módszertani útmutató, p. 50.

⁸ I. m. (7), p. 84.

⁹ BH1997. 489.

A Védjegy módszertani útmutatóban további példákat találunk a Vt. kontextusában értelmezett közrend fogalmának körvonalazására, immár védjegyjogi kérdésekben hozott döntések formájában. A Fővárosi Törvényszék 2007-ben mondta ki, hogy a közrend a társadalmi együttélés jogilag szabályozott rendje, azon írott és íratlan jogi és erkölcsi normák összessége, amelyeknek egy adott társadalom tagjai rendszerint önként vetik alá magukat, és amelyek megvalósulását az állam szükség esetén kényszer útján is biztosítja.¹⁰ Ezt fenntartva ugyanakkor önmagában az, hogy egy kifejezés a jogszabályokban megjelenik, nem eredményezi automatikusan azt, hogy az a közrend részévé vált volna.¹¹ A Fővárosi Törvényszék rámutatott, hogy a közrendbe ütközés kapcsán nem azt kell igazolni, hogy a megjelölés használatának kizárólagossága közérdeket sértene, hanem azt, hogy a megjelölés implicite – közvetlen jelentésénél fogva vagy az általa keltett egyértelmű és nyilvánvaló asszociáció okán – alkalmas arra, hogy a közrendbe ütközzön.¹²

Európai unió és nemzetközi kitekintés

A közrend koncepciója feltűnik az Európai Unió jogában is, például a közrendi klauzula sajátos jogintézménye formájában¹³ olyankor, amikor a saját jogrend és valamely idegen (legyen az külföldi vagy szupranacionális) jog között kapcsolat keletkezik.¹⁴ Ugyanakkor konkrét definíció a közösségi jogban sem található a közrend vonatkozásában.¹⁵

Karsai szerint a közrend olyan kruciális jogi entitás, amelynek immanens tartalma egyszerűen nem ragadható meg a definíálás által, mivel ismérveit nem lehet úgy megfogalmazni, hogy időtálló, kiegészítésre nem szoruló fogalmat alkossunk. A korlátozó közrend fogalma tehát nem feszes, és nem bír dogmatikai pontossággal, tartalmában változó kategória, s jelentősen befolyásolja az adott jogrendszer politikai alapállása.¹⁶

Az iparjogvédelem egyik legfontosabb dokumentuma, a Párizsi Unió Egyezmény (a továbbiakban: PUE) 6*quinquies* cikk B) 3. pontja kimondja, hogy a védjegy lajstromozása elutasítható, ha a közrendet sérti.

Az EUMSZ 4. cikke kimondja, hogy az Európai Unió tiszteletben tartja az alapvető állami funkciókat, köztük az állam területi integritásának biztosítását, a közrend fenntartását és a nemzeti biztonság védelmét.

Az Európai Parlament és a Tanács 2015. december 16-i (EU) 2015/2436 irányelve a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről (a továbbiakban: védjegyirányelv)

¹⁰ Fővárosi Törvényszék 1.Pk.20.828/2007/5.

¹¹ Uo.

¹² 3.Pk.25.852/2013/3.

¹³ Az Európai Unióról szóló szerződés (a továbbiakban: EUMSZ) 36. cikk.

¹⁴ Karsai Krisztina: A közrend európai (jogi) fogalma. Tanulmányok a „Rendészeti kutatások – a rendvédelem fejlesztése” című tudományos konferenciáról. Pécs, 2011, p. 30.

¹⁵ I. m. (7), p. 84.

¹⁶ Karsai: i. m. (14), p. 31.

4. cikk (1) bekezdés f) pontja tartalmazza a feltétlen kizáró okok között a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközés tilalmát. Kimondja továbbá, hogy a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütköző megjelölést el kell utasítani. El kell utasítani ugyanakkor az együttes védjegy lajstromozására irányuló bejelentést is, ha az együttes védjegy használatára vonatkozó szabályzat a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközik.¹⁷

Tartalmában ugyanezt állapítja meg az Európai Parlament és a Tanács 2017. június 14-i (EU) 2017/1001 rendelete az európai uniós védjegyről (védjegyrendelet) 7. és 76. cikke.

A CP14 implementációjára 2024. július 1. napján került sor Magyarországon, az SZTNH azóta alkalmazza gyakorlatában a benne foglaltakat. E közös gyakorlatot tartalmazó dokumentum általános elveket állapít meg a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütköző megjelölések értékelésére vonatkozóan, különös tekintettel e fogalmak közös értelmezésére, kapcsolataikra, értékelésük kritériumaira, a közrendbe és/vagy a közerkölcsbe ütközőnek tekinthető megjelölésekre vonatkozó példákkal együtt. Bár annak értékelése, hogy valamely megjelölés a közrendbe és/vagy a közerkölcsbe ütközik-e, mindig eseti alapon történik – mivel ezek szorosan kapcsolódnak az egyes társadalmakban egy adott időpontban irányadó normákhoz és értékekhez –, az elvek iránymutatásul szolgálnak annak biztosításához, hogy a különböző tagállami szellemi tulajdoni hivatalok hasonló és kiszámítható módon alkalmazzák a rendelkezést.¹⁸

A CP14 összefoglalta a közrend közösségi értelmezését a védjegy-lajstromozási eljárás vonatkozásában: *A közrend az Európai Unió társadalmában egy adott időpontban fennálló alapvető normák, elvek és értékek összességéként értelmezhető. A közrend körébe tartoznak különösen az Európai Uniónak az Európai Unió Alapjogi Chartájában (Alapjogi Charta) kimondott olyan egyetemes értékei, mint az emberi méltóság, a szabadság, az egyenlőség és a szolidaritás, valamint a demokrácia és a jogállamiság elve. A közrend tartalmának megbízható és objektív forrásokból megállapíthatónak kell lennie.*

Ilyen alapvető normák a közös gyakorlat szerint az emberi méltóság, szabadság, egyenlőség, szolidaritás, demokrácia, jogállamiság, az emberi jogok tiszteletben tartása.

4. A KÖZERKÖLCS FOGALMÁNAK MEGKÖZELÍTÉSE

Magyarország

Ugyancsak nincs jogszabályban rögzítve a közerkölcs pontos fogalma, a szakirodalomban azonban számos megközelítéssel találkozhatunk.

A Legfelsőbb Bíróság 1992-ben úgy fogalmazott, hogy a közerkölcs fogalma alá azok a magatartási szabályok sorolhatók, amelyeket a társadalom általánosan elfogad.¹⁹

¹⁷ Védjegyirányelv 31. cikk.

¹⁸ CP14 1.1.

¹⁹ BH1992. 454.

Az „erkölcs” és a „közerkölcs” szinte valamennyi jogágban megjelenik valamilyen formában. Meglepő módon a polgári jog és a büntetőjog határán lévő szabálysértési jogból sokat meríthetünk a védjegyjogban értelmezett közerkölcs meghatározásához. A szabálysértésekről, a szabálysértési eljárásról és a szabálysértési nyilvántartási rendszerről szóló 2012. évi II. törvény akként rendelkezik, hogy „aki a közterületen, nyilvános helyen vagy közforgalmú közlekedési eszközön a közerkölcsbe ütköző magatartást tanúsít, szabálysértést követ el”.²⁰ A törvény kommentárja ezt akként magyarázza, hogy a közerkölcs etikai közfelfogást jelent a társadalmilag helyesnek tekintett magatartási szabályokról. Közerkölccsel ellentétesnek mondható az olyan viselkedés, amit az emberek nagy többsége inkább rossznak tart, mint jónak ítéel, illetve ami megbotránkozást vált ki. A nyilvánosan tanúsított közerkölcsbe ütköző magatartás elkövetési módjai szubjektív megítélésűek. A többség által elfogadott ízlésvilág időben változik, és nincsenek éles határai. Ami 50 évvel ezelőtt közfelháborodás tárgya volt, az napjainkban teljesen elfogadott. Általában sérti a közmorált például a mások erkölcsi érzékét sértő durva káromkodás, a trágár beszéd, a szeméremsértő meztelenkedés, a nemi szerv láttatása, a feltűnő, tolakodó viselkedés, de ilyen lehet a botrányosan részeg állapotban való megjelenés.²¹ A későbbiekben látni fogjuk, hogy a közerkölcsöt sértő megjelölések sok esetben összeköthetők valamilyen – akár a fentiekben felsorolt – közerkölcsöt sértő viselkedéssel (tudniillik nem lajstromozható védjegyként a mások erkölcsi érzékét sértő durva káromkodást, a trágár beszédet, a szeméremsértő meztelenkedést stb. tartalmazó megjelölés).

Rokon, de nem azonos fogalmak a „közerkölcs” és a polgári jogban használatos „jó erkölcs”. A jó erkölcs a kialakult értelmezés szerint – polgári jogi értelemben – a társadalom általános értékítéletét, a magánautonómiának a társadalmi közmegegyezés által meghatározott korlátait, az általánosan elvárható magatartás zsinórmértékét fejezi ki.²² A polgári jogban az a szerepe, hogy amennyiben a szerződés tartalmánál, joghatásainál fogva, illetve a felek által elérni kívánt közös cél miatt nyilvánvalóan a jó erkölcsbe ütközőnek tekinthető, akkor annak semmissége állapítható meg.²³

A Védjegy módszertani útmutató akként fogalmaz, hogy az erkölcs azoknak a szabályoknak, értékeknek, magatartási és cselekvési formáknak az összessége, amelyeket egy adott kultúra közössége általánosan jónak és helyesnek tart, ezáltal pedig azok betartását általános jelleggel megköveteli. Voltaképpen tehát az erkölcs nem más, mint az ajánlott viselkedésformáknak az összessége attól függetlenül, hogy azok írott normákban vagy a szokásjogban jelennek meg.

²⁰ Szabs. tv. 192. § (1).

²¹ Cserép Attila, Fábíán Andián, Rózsás Eszter: Nagykomentár a szabálysértésekről, a szabálysértési eljárásról és a szabálysértési nyilvántartási rendszerről szóló 2012. évi II. törvényhez. Wolters Kluwer Hungary, 2018. Közerkölcs megsértése.

²² EBH2003. 956.

²³ BH2001. 473.

A közerkölcs pedig azon viselkedési formáknak a gyűjtőfogalma, amelyeket az adott társadalom – jelen esetben a magyar – teljes egésze, de legalábbis döntő többsége magára nézve nemcsak kényszerből, de belső meggyőződésből is kötelező érvényűnek ismer el. A közerkölcs életszerű, a társadalmi környezettől el nem rugaszkodó erkölcsi mércét jelent, nem valamilyen elvont és magas szintű erkölcsi követelményt.

Fontos itt kiemelni, hogy a közerkölcs, mint a társadalom széles köre által elfogadott és követett erkölcsi normák összessége, idővel változhat.²⁴

Európai unió és nemzetközi kitekintés

A közrendhez hasonlóan a közerkölcsnek sincs nemzetközileg elfogadott definíciója.

A PUE 6quinquies cikk B) 3. pontja ugyancsak kimondja, hogy a védjegy lajstromozása elutasítható, ha az erkölcsöt sérti.

A védjegyráncs és a védjegyrendelet a közrendhez hasonlóan a közerkölcsbe ütköző megjelölések elutasítását teszi kötelezővé.

A CP14-ben a tagállamok az alábbi közös értelmezést fogadták el: *a közerkölcs azokra az alapvető erkölcsi értékekre és normákra utal, amelyeket az Európai Unió valamely társadalmi egy adott időpontban elfogad.*

A közerkölcs és a közrend tartalma nemcsak az idő múlásával módosulhat, hanem az egyes tagállamokban is eltérhetnek bizonyos kérdésekben. Emiatt annak értékelése, hogy valamely megjelölés a közrendbe és/vagy a közerkölcsbe ütközik-e, mindig eseti alapon történik – mivel ezek szorosan kapcsolódnak az egyes társadalmakban egy adott időpontban irányadó normákhoz és értékekhez.²⁵ A CP14 elsősorban a vallási, kulturális és társadalmi értékeket és normákat sorolja ide.

Hozzá kell tenni, hogy a feltétlen kizáró ok tartalma alapján a kormányzati és közigazgatási szervek nem biztosíthatnak hivatalos jelleget a közrendbe vagy közerkölcsbe ütköző megjelöléseknek (az állam nem „adhatja hivatalos beleegyezését” azok használatához), és meg kell akadályozniuk, hogy a társadalom jogszerűen fogadjon el ilyen megjelöléseket, tekintve, hogy azok sértik a demokratikus társadalom bizonyos alapértékeit. Az a tény azonban, hogy a megjelölést elutasították vagy törölték, nem akadályozza meg annak használatát a piaci gyakorlatban.

Emiatt ennek a kizáró oknak a megfelelő alkalmazása – adott esetben egy megjelölés elutasítása – alapvetően nem ütközik a véleménynyilvánítás szabadságába, ugyanakkor az elbíráláskor a véleménynyilvánítás szabadságát mint az Európai Unió Alapjogi Chartája 11. cikkében foglalt alapjogot figyelembe kell venni.

²⁴ I. m. (7), p. 86.

²⁵ CP14 1.1.

E kizáró okok átgondolt alkalmazása esetén a kereskedőknek a szavaknak és képeknek az általuk lajstromozni kívánt megjelölésekben szabadon történő alkalmazásához való jogát szükségszerűen egyensúlyba kell hozni a vásárlóközönség azon jogával, hogy ne kelljen zavaró, visszaélésszerű, sértő vagy akár ijesztő védjegyekkel találkozniuk.²⁶ A továbbiakban megvizsgáljuk, hogy ez az egyensúlyozás miként valósul meg.

5. A RELEVÁNS FOGYASZTÓK ÉS AZ ÁRUJEGYZÉK SZEREPE

A kizáró ok fennállásának vizsgálatánál nagy szerepet játszik az azokkal szembesülő fogyasztók észlelése. A védjegyelbíróknak a bejelentett megjelölés – a közerkölcsbe ütközés szempontjából való – vizsgálatánál az érintett közönség valószínűsíthető észlelését szem előtt tartva kell eljárnia.

Érintett fogyasztónak olyan észszerűen gondolkodó személyt kell tekinteni, aki átlagos érzékenységi és toleranciaküszöbvel rendelkezik. Nem lehet egy védjegybejelentést elutasítani egy végtelenen érzékeny fogyasztói réteg megbotrántkozására hivatkozva, sem lajstromozni arra hivatkozással, hogy egy nagyon szabados felfogású vásárlói körben nem kelt visszatetszést. Vannak emberek, akik könnyen megbotrántkoznak, míg mások semmin sem ütköznek meg. Ezért annak értékelését, hogy valamely megjelölés a közerkölcsbe ütközik-e, a két szélsőség között található átlagpolgárok normáira és értékeire való hivatkozással kell elvégezni.²⁷ Mint más esetekben is, az elbíróknak e kizáró ok vizsgálatakor is el kell vonatkoztatnia saját szubjektív preferenciáitól, meggyőződésétől, és a lehető legobjektívebb módon kell megítélni a helyzetet.

Figyelembe kell venni azt is, hogy a védjegyoltalom egyfajta hatóságilag biztosított jóváhagyás. Így tehát lehet, hogy sok fogyasztó nem botrántkozik meg a sértő, „csúnya” szavak használatán, sőt, azok mindennapi szókincsének részét is képezik, a közérdek mégis azt kívánja meg, hogy – megfelelő mérlegeléssel – ilyen szavakat tartalmazó megjelölések lajstromozására ne kerüljön sor, azzal ugyanis a későbbiekben a fogyasztók, akik között gyermekek is vannak, rendszeresen találkozhatnak²⁸ (l. közerkölcsbe ütköző megjelölések).

Mindezekből következően az árujegyzék tartalma befolyásolhatja a kizáró ok fennállását. Vannak ugyanis érzékenyebb fogyasztói rétegek, például a gyerekek, akik esetében kevésbé lehet megengedő a gyakorlat. A gyerekeket célzó megjelöléseknél a mérce magasabban van, a megjelölésnek nem szabad olyan elemet tartalmaznia, ami ártalmas lehet erre az érzékenyebb fogyasztói körre.²⁹

²⁶ Az EUIPO honlapján található „Védjegyekkel és formatervezési mintákkal kapcsolatos iránymutatások” – EUIPO Guidelines (europa.eu), B rész 4. szakasz 7. fejezet 1.

²⁷ CP14. 2.2.3.2. b).

²⁸ CP 2.2.3.2. b).

²⁹ Faludi Gábor, Lukácsi Péter (szerk.): A védjegy törvény magyarázata. Orac Kiadó Kft., 2014, p. 61.

A hazai gyakorlatból példa erre az M1502361 számú ügyben bejelentett RAGING BLOOD szóvédjegy, amelyet a 28. osztályba sorolt „játékok, játékszerek; babaágyak; babaházak; baruhák; babaszobák; bábuk, marionettek, bűgőcsigák [játékszerek]; bűvészkellékek; cumisüvegek játékbabáknak; csörgők [játékszerek]; csúszdák [játékszerek]; dámajátékok; dámatáblák; dobókockák [játékok]; dominójátékok; építőjátékok; építőkockák [játékszerek]; hinták; hintalovak; játék autók; játék babák; játékfigurák; játékgolyók; játékkártyák; játék léggömbök; játékmodellek; játékok; játék pisztolyok; játékpisztolyok; játék sárkányok; játékszerek; kaleidoszkópok; karikajátékok; kirakós játékok [puzzle]; kitömött játékok; konfetti; madzsong [kínai dominójáték]; matrjoska-babák [orosz fajáték, egymásba rakott, egyre kisebb, kettészédhető babák]; mobilok [játékszerek]; orsók játék sárkányokhoz; patkójátékok; pinata [zsákbamacska játék sajátos figurákkal]; plüssjátékszerek; plüssmackók; robbanóbombonok; szappanbuborék fújók (játékszerek); társasjátékok; távirányítású játékjárművek; tollaslabda [játék]; trükkös játékok; úszómedencék [játékcikkek]” áruk tekintetében az SZTNH elutasította. Indokolásában a hivatal kifejtette, hogy a RAGING BLOOD angol eredetű kifejezés jelentése „dühöngő vér”, ezáltal annak mindkét eleme külön-külön és összehatásában is agressziót és erőszakot sugalló kifejezés, amelyek a 28. osztályban megnevezett játékok, gyermekjátékok körében a közerkölcsbe ütköznek, ugyanis „a vérrel az átlagfogyasztó elsősorban negatív események (baleset, halál, műtét) kapcsán találkozhat, ezért nagyrészt negatív érzelmi hatást válthat ki az emberekben. A megjelölés közvetlen kapcsolatot teremt az erőszak és a játékok között. Az ilyen szókapcsolat – amellyel pusztán kereskedelmi megfontolásoknak próbálják meg alávetni a jó ízlést és a közerkölcsöt – a társadalomban nem megengedett, a jóérzésű emberekben felháborodást kelt, ezért ennek védjegyjogi támogatása semmiképpen sem kívánatos.”³⁰

Ugyanakkor a hivatal a bejelentett megjelölést ugyanebben az eljárásban a 5., 14., 18., 21., 24., 25., 29., 30., 32. és 35. osztályban védjegyként lajstromozta, ugyanis az ezen osztályokba tartozó árukat és szolgáltatásokat megvásárló, illetve igénybe vevő fogyasztók ingerküszöbe – a közerkölcs vonatkozásában – magasabban van, mint a gyerekéké.

Bizonyos fogyasztói körökről az előző példával ellentétesen az mondható el, hogy az átlagos fogyasztónál is magasabb ingerküszöbvel rendelkeznek. A SCREW YOU megjelölést az EUIPO az annak árujegyzékében megjelölt „óvszerek, fogamzásgátlók, szexuális játékok (vibrátorok, babák)” áruk vonatkozásában lajstromozni rendelte. A nagyközönség ugyan obszcénnek, megbotránkoztatónak vagy sértőnek érezhetné a megjelölést, azonban mégsem minősül annak, mivel a védjegybejelentésben szereplő árukat általában szakosított üzletekben kínálják a közönségnek. Így az érintett fogyasztókat valószínűleg nem sérti és botránkoztatja meg a szexuális töltetű védjegy.³¹ Ebből arra következtethetünk, hogy bizonyos, kizárólag felnőtteket célzó árujegyzékkel rendelkező védjegybejelentések által érintett

³⁰ M1502361 /10 sz. határozat.

³¹ CP14 2.5.5.

közönségnek magasabb az ingerküszöbe a közerkölcs szempontjából. Ugyanezen megjelölés ugyanakkor az árujegyzékben szereplő egyéb termékek vonatkozásában el lett utasítva.³²

Hozzá kell tenni, hogy a fentiekhez hasonló esetekben fokozott körültekintéssel kell eljárni, ugyanis az érintett közönség nem minden esetben korlátozódik arra a közönségre, amely a védjegybejelentésben szereplő áruk vagy szolgáltatások közvetlen címzettje, hanem más olyan személyeket is magában foglal, akik anélkül, hogy az említett áruk vagy szolgáltatások iránt érdeklődének, azokkal a mindennapok során véletlenül találkozhatnak.³³

A fentiekhez hasonló jellegű mérlegelésre a közrendbe ütközést illetően főszabály szerint nincs lehetőség, az ugyanis objektív körülmények alapján áll fenn, nem lehet szó olyan fogyasztói körökről egy tagállamon belül, akik elfogadóbbak vagy érzékenyebbek a közrendbe ütköző megjelölések kapcsán.

Ugyanakkor az árujegyzék mégis szerepet játszhat a közrendi kitétel megítélésekor bizonyos esetekben, az ugyanis kiküszöbölheti a közrendbe vagy közerkölcsbe ütköző jelleget. Míg egyes megjelölések bármilyen árujegyzékkel rendelkezzenek is, sértik a közrendet vagy a közerkölcsöt, vannak olyan megjelölések, amelyek jelentését az árujegyzék más kontextusba helyezi. A CP14 által említett példa alapján ha az AUSCHWITZ MEMORIES szócím megjelölést a 41. osztályba sorolt „múzeumok” szolgáltatásokra jelentik be, úgy nem ütközik a kizáró okba, mivel az árujegyzék kiküszöböli a sértő üzenetet. Ugyanez a megjelölés azonban a 41. osztályba sorolt „vidámparki szolgáltatások” szolgáltatásokra bejelentve felerősítené a szóelemek kifogásolhatóságát, és emiatt a fogyasztók valószínűleg a közismert tragédia bagatellizálásaként érzelnék a megjelölést.³⁴ Előfordulhat tehát az is, hogy éppen a „méltatlan” árujegyzék a közrendbe vagy közerkölcsbe ütköző mivolt okozója, ahogy majd később bemutatásra kerül a vallási jelentésre vagy köztiszteltetben álló személyre utaló megjelölésnél is.

6. A BEJELENTÉS IDŐPONTJÁNAK ÉS HELYÉNEK SZEREPE

A fogyasztók észlelését befolyásolhatja még a bejelentés időpontja is, tekintettel arra, hogy a közrend és a közerkölcs tartalma idővel változik. Az első magyar védjegy törvény hatálybalépésekor például nem ütközött volna a közrendbe egy horogkeresztet tartalmazó megjelölés, míg ma már, amikor tisztában vagyunk az ezt jelképként használó Nemzetiszocialista Német Munkáspárt által megvalósított önkényuralmi rendszer tetteivel, nemcsak közrendbe – kontextustól függően közerkölcsbe – ütközik ennek a szimbólumnak a védjegykénti lajstromozása, de a 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről (a továbbiakban: Btk.)

³² R 495/2005-G.

³³ CP14 2.2.3.2.

³⁴ CP14 2.2.3.2.c).

alapján bűncselekményért büntethető, ha valaki azt a köznyugalom megzavarására alkalmas módon terjeszti, nagy nyilvánosság előtt használja vagy közszemlére teszi.³⁵



Hasonló példaként említi a CP14 a koponyát és keresztbe tett lábszárcsontokat ábrázoló fekete lobogót, amely hagyományosan a kalózokhoz kapcsolódott. A kalózkodás hajóval másik hajó vagy egy part menti terület ellen elkövetett rablás vagy bűnözők által elkövetett erőszak, amely számos országban gyakori probléma és bűncselekmény. Ma azonban ezt a lobogót nem használják, és nem is kapcsolják össze a fent említett típusú bűncselekményekkel, továbbá a megjelölést nem úgy tekintik, mint amely dicsőíti, bagatellizálja vagy igazolja a kalózok által az Európai Unió alapvető értékei, például az emberi méltóság és biztonság ellen elkövetett súlyos sérelmeket.³⁶ A múltban tehát ez a jelkép egyet jelentett a bűnözéssel és agresszióval, amelynek a történelem során sokan váltak áldozatává. Az idő múlásával azonban (mivel a kalózok elhagyták használatát) a jelentéstartalom olyan nagy mértékben módosult, hogy nemcsak hogy nem ütközik közrendbe a használata, az már jóformán a legérzékenyebb fogyasztói csoportok ingerküszöbét sem üti meg.



Az időrendiség olyan tekintetben is érdekes kérdést vet fel, hogy vajon egy olyan megjelölés, amely a bejelentéskor még lajstromozható lett volna, elutasítható vagy törölhető-e arra hivatkozva, hogy az időközben bekövetkezett történések miatt az a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközik.

³⁵ Btk. 335. §.

³⁶ CP14 2.2.3.1. d).

Így történt az EUIPO fellebbezési tanácsának a BIN LADIN-ügyben hozott R 176/2004-2. sz. határozata esetében: noha a BIN LADIN védjegyet 4 hónappal a 2001. szeptember 11-i terrortámadást megelőzően jelentették be, a döntés meghozatalakor figyelembe vették a vizsgálat során felmerült eseményeket és körülményeket. A megjelölést elutasították arra való hivatkozással, hogy azt a nagyközönség általánosságban a hírhedt terroristaszervezet, az al-Kaida vezetője nevéként fogja érteni; a terrorista-bűncselekmények pedig a közrendbe és erkölcsi elvekbe ütköznek.³⁷

A CP14 rögzíti, hogy azon értékelésnek, hogy valamely megjelölés a közrendbe és/vagy a közerkölcsbe ütközik-e, főszabály szerint a védjegybejelentés időpontjában fennálló közrenden és/vagy az ezen időpontban elfogadott alapvető erkölcsi értékeken és normákon kell alapulnia. Fennállhatnak azonban nagyon különleges körülmények, amelyek között a hatályos közrendet és/vagy a közerkölcsöt a bejelentést követően bekövetkezett esemény befolyásolhatja, és ezekben az esetekben elvileg ezeket az eseményeket is figyelembe lehet venni.³⁸

Végül hatással lehet a fogyasztók észlelésére a megjelölés alkalmazásának nyelvi és földrajzi területe is. Például habár az érintett közönség megértheti az idegen nyelvű megjelölést, e közönség érzékenységi szintje eltérhet az anyanyelvi beszélőkéétől.³⁹ Ez a tényező felmerült az EUB eljárása során a FACK JU GÖHTE szómegjelölés ügyében is. Az EUB kimondta, hogy ennek az angol kifejezésnek a németül beszélő közönség általi felfogása – még ha az közismert is e közönség körében, és ez utóbbi ismeri is annak jelentését – nem feltétlenül ugyanaz, mint az angolul beszélő közönség felfogása, hiszen az anyanyelvben az érzékenység fokozottabb lehet, mint egy idegen nyelvben. Ugyanezen ok miatt a németül beszélő közönség az említett angol kifejezést nem feltétlenül ugyanúgy érzékeli, mint ahogyan annak német fordítását észlelné.⁴⁰ Más okok mellett a nem anyanyelvi beszélők eltérő – alacsonyabb – érzékenységi szintje volt az egyik ok, ami miatt a FACK JU GÖHTE európai uniós szóvédjegy ma is lajstromozva van.⁴¹

Természetesen a tagállamokban akár jelentősen is eltérhet a fogyasztók észlelése számos társadalmi, vallási stb. ok mentén. Ezeket is szükséges figyelembe venni az eseti elbírálás során.

A CP14 példája alapján az olyan védjegy, amely Jugoszláviára és az 1990-es évekbeli jugoszláviai háborúra utal, társadalmilag és politikailag érzékenyebb lehet az EU egyes tagállamaiban, mint más tagállamokban. Egyéb ilyen sajátos kontextusok lehetnek a globális események, például a menekültválságok, a szélsőjobbpoliti elöretörése, a kábítószerrel kapcsolatos bűncselekmények újraminősítése stb.⁴²

³⁷ R 176/2004-2.f.

³⁸ CP14 2.2.2.

³⁹ CP14 2.2.3.1. c).

⁴⁰ C240/18. P. 68. pont.

⁴¹ Lajstromszám: 013971163.

⁴² CP14 2.2.3.2.

7. A KÖZREND ÉS A KÖZERKÖLCS VISZONYA

A Vt., illetve a védjegyrendelet megfogalmazásában a közrendbe ütközés és a közerkölcsbe ütközés mint kizáró ok nem véletlen kerültek egy jogcím alá. A közrendet és a közerkölcsöt ugyanis nem lehet egymástól élesen elhatárolni, azok időnként átfedésben vannak egymással. Azzal, hogy egy jogcímbe van szabályozva a kizáró ok, egyszerre lehet kifogást emelni mindkét ok alapján. Az elbírálónak párhuzamos vizsgálatot kell elvégeznie annak megállapítása érdekében, hogy valamelyik vagy mindkettő megállapítható-e.⁴³

8. JELLEMZŐEN A KÖZRENDBE ÜTKÖZŐ MEGJELÖLÉSEK

A jogszabályok nem rendelkeznek arról, hogy konkrétan milyen esetekben tekinthető közrendbe ütközőnek egy megjelölés, ennek kialakítása a joggyakorlatra várt. A gyakorlatban több típusa alakult ki a közrendbe ütköző megjelöléseknek. A közrendbe ütközés megállapítása mindig objektív kritériumok értékeléséből ered,⁴⁴ és megbízható forrásra kell támaszkodnia. Ilyen objektív források az általános jogelvek, a nemzetközi szerződések és egyezmények, az uniós szerződések, a jogszabályok és ítélkezési gyakorlat, továbbá az alkalmazandó tagállami jogszabályok és ítélkezési gyakorlat.⁴⁵

Tiltott szerek

A CP14 alapján rendszerint közrendbe és közerkölcsbe egyaránt ütköznek az EU-ban vagy egy vagy több tagállamban tiltott szerekre (mint például a heroin, a metamfetamin kristály, a kokain, a crack, az ecstasy, az LSD, a kannabisz) utaló megjelölések, sőt ezekkel azonos módon kezelik a jogszerűtlenül használt jogszerű szereket, például a ragasztót vagy a benzint, amelyeket jogszerűen értékesítenek, de egyes esetekben nem rendeltetésszerűen használnak, például a gőzök, gázok, illetve füst belélegzésére. Bár ezeknek a szereknek a nem rendeltetésszerű használata egy védjegybejelentésen nehezen elképzelhető, mindenesetre elméletben ezek lajstromozása sem megengedett. Idetartozik továbbá a kiskorúak alkoholfogyasztására utaló vagy árujegyzékében gyermekeket célzó, de a megjelölésben alkoholra utaló elemeket tartalmazó bejelentés.⁴⁶

Főszabály szerint ezek a fenti megjelölések valószínűsíthetően a közrendbe ütközőnek minősülnek, ha egyértelműen népszerűsítik, bátorítják, dicsőítik vagy bagatellizálják a fenti szerek rekreációs célú fogyasztását. A megjelölés a közerkölcsbe ütközhet, ha az a tagállam vagy az EU társadalmának erkölcsi értékeit és normáit sértőnek tekinthető, vagy a fenti sze-

⁴³ CP14 2.3.

⁴⁴ I. m. (26), B rész 4. szakasz 7. fejezet 2.1.

⁴⁵ CP14 2.2.3.3.

⁴⁶ CP14. 2.5.1.

rek fogyasztását bagatellizálja.⁴⁷ Előfordul, hogy a kettő együttesen áll fenn, ugyanis a kábítószeres fogyasztása, birtoklása Magyarországon nemcsak bűncselekmény, de a társadalom jelentős része szerint elfogadhatatlan ezek megjelenése a piaci forgalomban védjegyként.

Sokszor hivatkozott ügy (és a téma iskolapéldája) a CANNABIS STORE AMSTERDAM. Az ügyben hozott döntésben az Európai Unió Törvényszéke megállapította, hogy „... azokban a tagállamokban, amelyekben a kannabiszból származó kábítószer fogyasztása és felhasználása továbbra is tilos, az annak terjedése elleni küzdelem különösen érzékeny jellegű, ami az ezen anyag káros hatásai elleni küzdelemre irányuló közegészségügyi célnak felel meg. E tilalom tehát egy olyan érdek védelmére irányul, amelyet e tagállamok saját értékrendszerük szerint alapvetőnek tekintenek, és így az említett anyag fogyasztására és felhasználására vonatkozó szabályozás a 2017/1001 rendelet 7. cikkének (2) bekezdésével összefüggésben értelmezett 7. cikk (1) bekezdésének f) pontja értelmében vett 'közrend' fogalmába tartozik.” A döntés kimondta azt is, hogy az a tény, hogy e megjelölést az érintett közönség úgy fogja fel, mint a felperes által a védjegybejelentésben megjelölt olyan élelmiszerek és italok, valamint az azokhoz kapcsolódó szolgáltatások jelölését, amelyek több tagállamban tiltott kábítószer tartalmaznak, elegendő annak megállapításához, hogy a közrendbe ütközik.⁴⁸



A kannabiszra utaló megjelölések kapcsán az Európai Unióban folyamatos a kommunikáció, ugyanis a tagállamok között jelentős eltérések vannak az ilyen tartalmú szerek tolerálásában. Magyarországon például a marihuána fogyasztásáért és csekély mennyiségben [ami legfeljebb öt növényt⁴⁹ vagy 6 gramm tiszta és savformában együttesen jelen levő THC-tartalmat (totál-THC) jelent⁵⁰] történő birtoklásáért is kiszabható (2 évig terjedő) szabadságvesztés.⁵¹ Ezzel a szabályozással Magyarország jócskán a szigorúbb tagállamok közé tartozik, tekintve hogy a kannabisz fogyasztását számos tagállamban dekriminalizálták, illetve egyes tagállamokban a birtoklásáért nem lehet szabadságvesztést kiszabni. Málta 2021-ben

⁴⁷ Uo.

⁴⁸ T-683/18 77. pont.

⁴⁹ Btk. 461. § (2).

⁵⁰ Btk. 461. § (1) c).

⁵¹ Btk. 178. § (6).

legalizálta a kannabisz rekreációs célú fogyasztását elsőként az Európai Unióban (a közhiedelemmel ellentétben Hollandiában a kannabisz termesztése, értékesítése és birtoklása illegális, ugyanakkor az ország híres kávézóiban „megtűrik” az árusítást, és legfeljebb 5 gramm kannabisz birtoklását is dekriminalizálták).⁵² Érthető tehát, hogy a jogszabályok lazulásával a piac is fokozott érdeklődést tanúsít a témában. A kannabisz orvosi használata jelenleg kialakulóban van Európában. Számos országban már szabályozott, míg más országok pilót rendszerekben kísérleteznek az orvosi használattal. Magyarország más tagállamokkal együtt ebben a témában is szigorú gyakorlatot alkalmaz.⁵³ Az orvosi használat terjedése miatt számos piaci szereplő érdekelt abban, hogy termékein kannabiszra utaló védjegyet tüntessen fel. Ezért a 3. és 5. osztály tekintetében előfordulhat olyan megjelölés, ami bár utal a kannabiszra, mégsem ütközik közrendbe.⁵⁴ Erre utal az uniós gyakorlat is, ugyanis védjegyként lajstromozva lett a 3. és az 5. osztályban szereplő árukra az alábbi megjelölés azzal az indokolással, hogy a HEMPTOUCH és CANNABIS kifejezést tartalmazó megjelölést a 3. és 5. osztály tekintetében igényelték. Az érintett fogyasztó azt a hatóanyag orvosi használatára vonatkozó utalásként értelmezi. A kender a *Cannabis sativa* egyik fajtája, amely rendkívül alacsony koncentrációban tartalmaz THC-t, a kannabisz pedig felhasználható orvosi célokra.⁵⁵

hemptouch.
PREMIUM CANNABIS
ESSENTIALS

A rekreációs használatra utaló megjelölések ugyanakkor továbbra is a közrendbe ütköznek, sőt, ha a kannabisz káros használatát bagatellizálják, akkor közerkölcsbe is. Azok ugyanis sértik az Európai Unió társadalmainak azon alapvető normáit, elveit és értékeit, amelyek az uniós drogpolitika szerint többek között a közegészség védelmét és javítását, valamint az ilyen szerek használatából eredő káros hatások elleni küzdelmet szolgálják.⁵⁶

Közbiztonsági kockázat

Olyan cselekményekre és mulasztásokra vonatkozó megjelölések tartoznak ebbe a csoportba, amelyek sértik vagy sérthetik a fogyasztók biztonságát vagy egészségét.

⁵² 20th INTA-EUIPO Day „IP and Cannabis Industry” eseményen elhangzott, Jeppe Brogaard Clausen által bemutatott előadás.

⁵³ Uo.

⁵⁴ CP14. 2.5.1.

⁵⁵ 18 000 042.

⁵⁶ Uo.

A CP14 alapján ilyenek lehetnek bizonyos piktogramokat tartalmazó ábrás megjelölések, amelyek használatát indokolt a köz által általánosságban ismert jelenségekre (pl. nagyfeszültség) korlátozni a közbiztonság érdekében, mivel azok piaci használata csökkentené a (például veszélyt jelző) szimbólum jelentőségét a közönség szemében.⁵⁷

Nemzeti jelkép

Közrendbe ütközhetnek az olyan megjelölések is, amelyek alkalmasak lehetnek a nemzeti jelkép megsértése bűncselekmény elkövetésére,⁵⁸ tehát ha valaki nagy nyilvánosság előtt Magyarország himnuszát, zászlaját, címerét vagy a Szent Koronát sértő vagy lealacsonyító kifejezést használ, illetve azokat más módon meggyalázza.⁵⁹ Ugyanakkor az ilyen megjelölések kapcsán elsősorban a Vt. 3. § (2) bekezdés *a)* illetve *b)* pontjába foglalt kizáró okok merülnek fel,⁶⁰ amelyek szerint a megjelölés nem részesülhet védjegyjelölésben, ha az ipari tulajdon oltalmára létesült Párizsi Unió Egyezmény 6ter cikkének (1) bekezdésében felsorolt jelzések bármelyikéből áll, vagy azt tartalmazza, feltéve, hogy az ilyen jelzést – ha nem állami zászlóról van szó – az említett 6ter cikk (3) bekezdése szerint közzétették, továbbá a megjelölést – abban az esetben, ha hivatalos ellenőrzési és hitelesítési jegyből vagy fémjelzésből áll, vagy azt tartalmazza – az említett jelzésekkel hivatalosan megjelölt árukkal azonos vagy azokhoz hasonló áruk tekintetében jelentették be lajstromozásra; vagy pedig olyan – az előzőekben nem szabályozott – jelvényből, jelképből vagy címerből áll, amelynek használatához közérdek fűződik, vagy ilyen jelvényt, jelképet vagy címert tartalmaz.

A CP14 az Európai Unió zászlójával kapcsolatos fiktív példával azon gyakorlat megszüldését célozza, hogy a tagállamok ne csak a saját jelképeiket, de a közös, európai uniós jelképeket sértő (a példában a zászlót WC-papírként használó figura) megjelöléseket is közrendbe, illetve adott esetben közérdeklősbe ütközőként aposztrofáljanak.⁶¹



⁵⁷ CP14. 2.5.2.

⁵⁸ Faludi, Lukács: i. m. (29), 6.1.2.

⁵⁹ Btk. 334. §.

⁶⁰ Faludi, Lukács: i. m. (29), 6.1.2.

⁶¹ CP14 2.5.4.

Önkényuralmi jelképek

Magyarországon kialakult az a joggyakorlat, hogy a közrendbe ütköznek azok a megjelölések, amelyeket a Btk. 335. § önkényuralmi jelképekként említ meg. Ezek a horogkereszt, SS-jelvény, nyilaskereszt, sarló–kalapács, ötágú vörös csillag vagy ezeket ábrázoló jelképek. Valamennyi jelkép a 20. század diktatúráihoz kötődik. A horogkereszt és az SS-jelvény a német náciizmushoz, a nyilaskereszt a magyar nyilasmozgalomhoz, az ötágú vörös csillag és a sarló–kalapács pedig a kelet-európai kommunista rendszerekhez.⁶² Ezen jelképek jelenléte a megjelölésben nagyon valószínűvé teszi a közrendbe ütközést, Magyarország történelmére ugyanis nagy hatásuk volt ezeknek az önkényuralmi rendszereknek, amelyeknek működése ellentétes volt a ma képviselt alapvető normákkal. Jelképeik közismertek, ezért automatikusan olyan jelentést hordoznak, ami mindenki számára egyértelműen ellentétes a Magyarország és az Európai Unió által képviselt értékekkel.

Kimondottan a magyar Btk.-ra hivatkozással hagyta helyben az alábbi, vörös csillagot és sarló–kalapácsot tartalmazó megjelölés elutasítását az Európai Unió Törvényszéke. A döntés kitért arra, hogy a magyar törvényhozás szükségét látta annak, hogy megtiltsa bizonyos önkényuralmi jelképek használatát, és büntetéssel sújtsa azt, beleértve azok védjegykénti használatát.⁶³ Alapvető szabály, hogy ami akár egyetlen tagállamban a közrendet sérti, azt az EU területén el kell utasítani.⁶⁴



A döntés indokolásában kifejtésre került, hogy a 3., 14., 18., 23., 26. és 43. osztályba sorolt egyes árukra és szolgáltatásokra bejelentett megjelölés kizárólag az egykori Szovjetunió

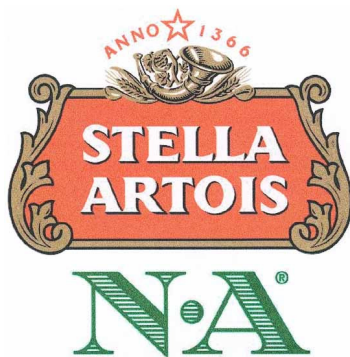
⁶² Karsai Krisztina (szerk.): Nagykomentár a Büntető Törvénykönyvről szóló 2012. évi C. törvényhez. Wolters Kluwer, Budapest, 2022, p. 335.

⁶³ T-232/10 59. pont.

⁶⁴ Védjegyrendelet 7. cikk (2).

címerét ábrázolja, és nem tartalmaz további olyan elemeket, amelyek alkalmasak lennének a jelkép jelentéstartalmának elhalványítására vagy megváltoztatására, holott ami Magyarországot illeti, az egykori Szovjetunió címerének jelentéstartalma nem halványult el, illetve nem változott meg oly mértékben, hogy azt az emberek ne politikai jelképként fognák fel, ugyanis Magyarországon az érintett közönség jelentős része megtapasztalta az egykori Szovjetunió meghatározó befolyásának időszakát.⁶⁵

Ugyanakkor természetesen az ilyen jelképek esetén is van helye az árujegyzék és a megjelölés kontextusában való mérlegelésnek. A STELLA ARTOIS⁶⁶ valamint a HEINEKEN⁶⁷ sör ábrás védjegyeinek vonatkozásában nem tekintette közrendbe ütközőnek az SZTNH a vörös csillag használatát.⁶⁸



⁶⁵ T-232/10 64-65. pont.

⁶⁶ Lajstromszám: 178690 és 181248.

⁶⁷ Lajstromszám: 602291, 632512 és 757141.

⁶⁸ Faludi, Lukácsi: i. m. (29), 6.1.1.

A hivatal azt a magyarázatot adta, hogy a csillag az ábra dominánsnak nem tekinthető részén helyezkedik el, és egyáltalán nem mutat kapcsolatot az önkényuralmi jelképpel azonosított eszmével.⁶⁹ A hivatal a megjelölések oltalomképességét az árujegyzékre – a 32. áruosztályra – tekintettel vizsgálta. Ennek során megállapította, hogy az árujegyzékben szereplő italok, üdítőitalok csomagolásán szereplő címke – amelyen alig észrevehető helyen egy ötágú vörös csillag kerül feltüntetésre – esetében nem áll fenn annak a veszélye, hogy ezt a fogyasztók önkényuralmi jelképnek tekintik.⁷⁰

9. JELLEMZŐEN A KÖZRENDBE ÉS A KÖZERKÖLCSBE EGYARÁNT ÜTKÖZŐ MEGJELÖLÉSEK

A következőkben ismertetésre kerülő esetekben olyan metszetről van szó, amelyben a kizáró okot képező két elem nem, vagy csak nehezen választható el egymástól. A megjelölés a közrendbe ütközőnek tekinthető, amennyiben olyan cselekményekre utal vagy olyan cselekményekkel kapcsolatos, amelyek ellentétesek valamely alapvető normákkal, elvekkel és értékekkel, vagy amennyiben az ezekkel ellentétes jogsértésekre buzdít, azokat dicsőíti, bagatellizálja vagy igazolja. Valószínűleg a közerkölcsbe ütközőnek tekinthetők a megjelölések akkor, amikor azokat úgy fogják fel, hogy elbagatellizálják az ilyen cselekményeket, vagy észrevehetően sértő üzenetet közvetítenek valamely tagállam vagy az EU társadalmának erkölcsi értékeire és normáira vonatkozóan.⁷¹ A két feltétel igen gyakran együttesen valósul meg.

Bűnözői tevékenységekre, emberiesség elleni bűntettekre, rasszista, totalitárius és szélsőséges rezsimekre, szervezetekre és mozgalmakra utaló vagy azokhoz kapcsolódó megjelölések

Ahhoz, hogy egy megjelölést a közrendbe ütközőnek tekinthessünk, már a címben szereplő tevékenységekre történő utalás is elegendő. Ezáltal ugyanis a megjelölés automatikusan olyan jelentést hív elő, ami ellentétes Magyarország – vagy uniós védjegy esetén az Európai Unió vagy annak valamely tagállama – alapvető normáival és értékeivel. Fokozottan igaz ez, ha a megjelölés a fentieket dicsőíti vagy bagatellizálja.⁷²

A közelmúltból vett példa a BOY LONDON-ügy, melynek során az EUIPO elutasította az alábbi ábrás védjegyet arra való hivatkozással, hogy az felidézzi a „Parteiadler” (magyarul rendszerint birodalmi sasként emlegetett) náci szimbólumot, és ezáltal a közrendbe és a közerkölcsbe ütközik. A döntést az Európai Unió Törvényszéke helybenhagyta.⁷³

⁶⁹ M0205952 és M0205953 ügyben.

⁷⁰ I. m. (7), 8.1.1.

⁷¹ CP14 2.5.7.

⁷² CP14 2.5.7.

⁷³ T-439/21.



Terrorizmushoz, szervezett bűnözéshez kapcsolható megjelölések

Az EUIPO gyakorlata szerint elutasítandók a 2001/931/KKBP közös álláspont 2., 3. és 4. cikkének hatálya alá tartozó személyek, csoportok és szervezetek jegyzékén szereplő személyek támogatását vagy előnyben részesítését szolgáló megjelölések. Ebben a jegyzékben olyan személyek és csoportok vannak felsorolva, amelyek az EU területén terroristacselekményeket segítenek elő, kísérelnek meg vagy követnek el.⁷⁴ Ilyen például az ismertebb csoportok közül a „Hamás” vagy „Hamász”, a „Hizballah Military Wing” (más néven „Hezbollah Military Wing, illetve magyarul az összes Hezbollah-változat), a Palestinian Islamic Jihad” azaz „Palesztin Iszlám Dzsihád”, illetve a „Sendero Luminoso” („Shining Path” „Fényes Ösvény”) csoport. Mivel a CP14 a közismert tragikus eseményekre utaló vagy azokhoz kapcsolódó megjelöléseket is közrendbe ütközőnek ítéli meg bizonyos esetekben, így nemcsak a jelenleg is tevékenykedő terrorista személyekre vagy szervezetekre utaló megjelölések ütköznek a közrendbe, hanem a múltban terroristacselekményeket elkövetőkre utalók is, így például a már nem élő terroristák nevét tartalmazó megjelölések. Ahogy az korábban is kifejtésre került, az Európai Unió Törvényszéke helybenhagyta a BIN LADIN szómegjelölés elutasítását arra hivatkozva, hogy az a közrendbe és a közerkölcsbe ütközik, azt a nagyközönség általánosságban a hírhedt terroristaszervezet, az al-Kaida vezetője nevéként fogja értelmezni.⁷⁵

A terroristaszervezetekhez hasonló a szervezett bűnözés megítélése a közrend és a közerkölcs szempontjából. Ez alapján a maffiára vagy más bűnszervezetekre utaló megjelöléseket is el kell utasítani.⁷⁶ A fentiekre tekintettel törölte az EUIPO az alábbi ábrás védjegyet, amelynek árujegyzékébe a 25., 35., és 43. osztályokba sorolt egyes áruk és szolgáltatások tartoznak. Az eljárásban a védjegy törlését maga az Olasz Köztársaság kérelmezte, tekintettel arra, hogy a „la mafia” szóelemet világszerte úgy értelmezik, hogy az egy Olaszor-

⁷⁴ I. m. (26), B rész 4. szakasz 7. fejezet 2.1.

⁷⁵ R0176/2004-2.

⁷⁶ CP14 2.3.

szágból eredő bűnszervezetre utal, amelynek tevékenysége az Olasz Köztársaságon kívül más államokra, így különösen uniós államokra is kiterjed. A hivatkozott bűnszervezet tevékenysége végzése érdekében megfélemlítést, testi erőszakot és emberölést alkalmaz, amely tevékenység többek között magában foglalja az illegális kábítószer-kereskedelmet, a tiltott fegyverkereskedelmet, a pénzmosást és a korrupciót. Az egyéb ábrás elemek pedig a fentiek elbagatellizálását eredményezik, így a megjelölés a közrendbe és a közerkölcsbe ütközik. Az Európai Unió Törvényszéke a döntést helybenhagyta.⁷⁷



Közismert tragikus eseményekre utaló vagy azokhoz kapcsolódó megjelölések

Az esemény különböző tulajdonságaitól függően a közrendbe ütközik az olyan megjelölés, amely tragikus eseményekre, azok áldozataira vagy következményeire utal. Ha emellett egyértelműen sértő üzenetet közvetít, elbagatellizálja a tragikus esemény jellegét, kihasználja a megrázó eseményt a fogyasztók figyelmének felkeltése érdekében, vagy valószínűleg megsérti, becsmérli, lealacsonyítja vagy megbántja az áldozatokat és a nagyközönséget, akkor egyúttal a közerkölcsbe is ütközhet, ami igen valószínű az olyan esetekben, amikor egy piaci szereplő profitszerzésre kívánja használni a tragédiára utaló megjelölést. Ilyen lehet a természeti katasztrófákra, elnyomó rendszerek áldozataira, terrorcselekményekre vagy azok áldozataira utaló megjelölés.⁷⁸

Az SZTNH a közerkölcsbe ütközésre hivatkozva utasította el a VÖRÖS ISZAP szóösszetétel megjelölés védjegykénti lajstromozására irányuló kérelmet a 29., 30., 31., 33. és 39. osztályba sorolt áruk és szolgáltatások vonatkozásában, mivel megállapította, hogy a megjelölés – egyebek mellett – sérti a közerkölcsöt. Határozatában kifejtette, hogy a „vörös iszap” kifejezés kiemelkedően súlyos emberi és környezeti katasztrófára utal, ezért az ezen a néven gyártandó és forgalomba hozandó termékek, valamint az e néven nyújtott szolgáltatások

⁷⁷ T-1/17.

⁷⁸ CP14. 2.5.8.

súlyosan sértik a közerkölcsöt, a közízlést, ezért a bejelentett megjelölés valamennyi áru és szolgáltatás tekintetében a közerkölcsbe ütközik.⁷⁹ A döntést később a Fővárosi Törvényszék és a Fővárosi Ítéltábla is helybenhagyta.

A CP14 példája alapján közrendbe és közerkölcsbe is ütközne az alábbi megjelölés a 37. osztályba sorolt „takarítási szolgáltatások” szolgáltatások vonatkozásában, ugyanis egyértelműen utal a 2015-ben Párizsban, a Bataclanban történt tragikus terrortámadásokra. E megjelölés a „takarítási szolgáltatások” tekintetében úgy fogható fel, hogy elbagatellizálja a tragédiát, és a megrázó eseményt arra használja fel, hogy felkeltse a fogyasztók figyelmét, ami egyértelműen ellentétes azokkal az értékekkel, amelyeken az EU alapszik. Ilyen körülmények között a megjelölés nemcsak az említett támadások áldozataival és hozzátartozóival, hanem a szokásos érzékenységi és toleranciaszinttel rendelkező személyekkel szemben is sértőnek tekinthető.⁸⁰



Személyre, adott közösségre sértő, lekicsinylő vagy gyalázó megjelölések

A védjegy törvény magyarázata és a CP14 egyaránt megemlíti a „diszkriminatív” megjelöléseket.

Idetartoznak azok a megjelölések, amelyek egy adott csoportot támadnak vagy lekicsinyelnek a neme és nemi identitása, faji hovatartozása, bőrszíne, etnikai vagy társadalmi származása, genetikai jellemzői, nyelve, vallása vagy más meggyőződése, politikai vagy bármely más véleménye, nemzeti kisebbséghez tartozása, vagyoni helyzete, születése, fogyatékosága, életkora vagy szexuális irányultsága stb. alapján. Ez különösen azokra a megjelölésekre vonatkozik, amelyek sértő sztereotípiákat tartalmaznak, illetve gyűlöletre, előítéletre, ellenszenvre vagy kirekesztésre buzdítanak egy csoporttal szemben.

A fenti megjelölések akkor tekinthetők a közerkölcsbe ütközőnek, ha a megjelölést az érintett közönség egy meghatározott csoport tekintetében sértőnek, lealacsonyítóknak vagy

⁷⁹ M1003051.

⁸⁰ CP14 2.5.8.

lekicsinylőnek érzékeli. Abban az esetben, ha a közvetített üzenetet hátrányosan megkülönböztetőnek, rasszistának, gyűlöletre uszításnak vagy arra való felhívásnak értelmezik, ezáltal ellentétes valamely alapvető uniós vagy tagállami elvvel vagy értékkel, a megjelölés valószínűleg a közrendbe ütközőnek is tekinthető.⁸¹

Elutasította az EUIPO a PAKI szövmegjelölést, tekintettel arra, hogy az az angolszász országokban a pakisztáni származásúakra nézve diszkrimináló és sértő kifejezésként használatos.⁸² Az Európai Unió Törvényszéke helybenhagyta ezt a döntést.

Fenyegető, agresszív megjelölések

A magyar gyakorlatban található példa a közerkölcsre hivatkozással elutasított, fenyegető elemet tartalmazó megjelölés elutasítására, ami szintén a közbiztonsághoz köthető.

Az SZTNH a közerkölcsbe ütközésre hivatkozással utasította el az alábbi megjelölésre vonatkozó védjegybejelentést miután megállapította, hogy olyan bántó, durva felszólítást, fenyegetést tartalmaz, melynek ábrás része egy emberi koponyából (halálfej) és a keresztbe rakott lábszárcsontot jelképező fegyverek rajzos ábrájából áll. Az ábra szöveges része a magyar nyelvet beszélők számára egyértelműen közvetíti ezt a fenyegető tartalmat, az ábrás elem pedig ráerősít erre. Az ábrával kombinált szóbeli megjelölés láttán a fogyasztók durva felszólítással, fenyegetéssel szembesülnek, amely a társadalom többségének rosszállását válthatja ki. A döntést a Fővárosi Törvényszék helybenhagyta.⁸³



Ugyancsak a közerkölcsbe ütközésre való hivatkozással utasította el a hivatal a 25. és a 35. osztályba tartozó egyes árukra bejelentett BESZÓLT ELÁSTAM szövmegjelölést.⁸⁴ A hivatal kiemelte, hogy a két szóelemből álló megjelölést a fogyasztók oly módon értelmezhetik, hogy valaki egy olyan megjegyzést tesz egy másik személyre, mellyel megbántja vagy megsérti az

⁸¹ CP14 2.5.6.

⁸² T526/09.

⁸³ M1802169/10 sz. határozat.

⁸⁴ M2201192/7 sz. határozat.

illetőt, aki erre válaszul nem próbálja meg rendezni a rajta esett sérelmeket, hanem megöli azt, aki őt megsértette, majd elássa. Így a megjelölés a köznapri érintkezésben pejoratív, esetlegesen fenyegető kifejezést tartalmaz, amelynek a nyilvánosság előtti használata kifejezetten visszatetszést kelt, a társadalom többségének rosszallását válthatja ki, ezáltal erkölcsileg erősen kifogásolható tartalma miatt a megjelölés a közerkölcsbe ütközik.

10. JELLEMZŐEN A KÖZERKÖLCSBE ÜTKÖZŐ MEGJELÖLÉSEK

Annak vizsgálata, hogy valamely megjelölés a közerkölcsbe ütközik-e, – a lehető legobjektívebben alkalmazandó – szubjektív értékeken alapul.⁸⁵

Ízléstelenség

A közerkölcsbe ütközéstől el kell határolni az ízléstelenség fogalmát. Az ízléstelennek tekintett megjelölés olyan megjelölés, amely trágár, durva vagy illetlen, de nem sértő olyan személy számára, akinek az érzékenysége és toleranciája átlagos. Az ilyen megjelölések nem ütköznek a közerkölcsbe.⁸⁶ A közizlés és a közerkölcs tehát nem azonos.⁸⁷ Példa lehet erre az alábbi, SUPERFOS megjelölés, amelyet az SZTNH elutasított (a 16., 20. és 39. osztály tekintetében), a Fővárosi Bíróság 2002-ben azonban lajstromozni rendelte, tekintettel arra, hogy nem ütközik a közerkölcsbe, legfeljebb ízléstelennek tekinthető.⁸⁸



SUPERFOS

Pornográf, obszcén, szexuális jelentés

A közerkölcsbe ütköznek a pornográf megjelölések és a közszemérmet sértő szexuális tartalmú megjelölések.⁸⁹ A CP14 szerint idetartoznak az olyan megjelölések, amelyek szexuális tevékenységre, nemi szervekre, meztelenségre vonatkoznak, vagy ezekre utaló szleng-

⁸⁵ CP14 2.2.3.

⁸⁶ CP14 2.2.1.1.

⁸⁷ Faludi, Lukácsi: i. m. (29), p. 61.

⁸⁸ M9904137.

⁸⁹ Faludi, Lukácsi: i. m. (29), p. 63.

szavakat tartalmaznak.⁹⁰ Ugyanakkor, ahogy korábban a SCREW YOU-ügy kapcsán láthattuk, ezeknek a megjelöléseknek közerkölcsbe ütköző jellege függ az érintett közönségtől is.

A gyakorlat alapján a szexi/sexy szó – kontextustól függően természetesen – jellemzően nem minősül a közerkölcsbe ütközőnek. A hivatal védjegyként lajstromozta az A TUDÁS SZEXI,⁹¹ és a HEALTHY IS THE NEW SEXY⁹² szómegjelöléseket és a SZEXI VAGY NEM ábrás megjelölést.⁹³ Szintén lajstromozásra kerültek a DIAMOND SEX SHOP⁹⁴ és a WORLD SEX EMPIRE⁹⁵ megjelölések, mivel azok árujegyzékében olyan felnőtt tartalmakkal kapcsolatos áruk, illetve szolgáltatások találhatók, amelyeknek releváns fogyasztói körében ezek a megjelölések elfogadhatók árujelzőként.

A hivatal elutasította a FAKMETAL szómegjelölést, ezt a döntést a Fővárosi Törvényszék is helybenhagyta, kihangsúlyozva, hogy közömbös, hogy a kérelmező a megjelölést milyen értelemben használja, ha ugyanis a megjelölés közerkölcsbe ütközése bizonyos, s ezt a „fak/fuck” kifejezés vulgaritása önmagában megalapozza, akkor ezen a tényen nem változtathat az olyan használat sem, amely egyébként a megjelölésnek megkülönböztetőképeséget biztosíthatna. Az angol eredetű „fuck” – az adott ügyben fonetikusán írva – szó szexuális tartalmú vulgáris szóként, illetve szitokszóként is értelmezhető, bár a jelen esetben inkább a következő fejezetben tárgyalt szitokszó jelentés érvényesül.

Erkölcstelen, durva, trágár jelentés

Ahogy már korábban kifejtésre került, a közérdek azt kívánja meg, hogy trágár szavak, káromkodások, vulgáris kifejezések vagy ilyen szavakat tartalmazó megjelölések lajstromozására ne kerüljön sor, azzal ugyanis a későbbiekben a fogyasztók, akik között gyermekek is lehetnek, rendszeresen találkozhatnak. Idetartoznak a szitokszavak, sértések, sértő szavak vagy gesztusok. Bár a hétköznapiakban sokan használnak trágár szavakat, a közigazgatási szervnek vagy akár a bírói fórumnak az a feladata, hogy a társadalmi morál kérdésében ne a devianciát, hanem a nagy többség által elfogadott, pozitív értékeket részesítse előnyben.⁹⁶ A sértő szavak, gesztusok megítélése nagyban függ az adott nyelvtől és országtól, ám vannak olyan gesztusok, amelyek a legtöbb országban sértőek (pl. középső ujj felmutatása).⁹⁷ A szitokszavak, sértések egy része a korábbiakban tárgyalt obszcén tartalommal is összefüggésben lehet.

⁹⁰ CP14 2.5.5.

⁹¹ M1600509.

⁹² M2301728.

⁹³ M2002393.

⁹⁴ M0602380.

⁹⁵ M1302391.

⁹⁶ Fővárosi Ítéltábla 8.Pkf.26.837/2008/3.

⁹⁷ CP 14 2.5.4.

A hivatal elutasította az alábbi, FINGANI JÓ szavakat tartalmazó ábrás megjelölést (a 25. és 35. osztályban foglalt termékek vonatkozásában) arra való hivatkozással, hogy annak szöveleme egy durva, vulgáris kifejezés arra a tevékenységre, amit szellentésnek vagy orvosi szaknyelven bélgázok távozásának neveznek. A kijelentő mondat megállapítja, hogy ezt a tevékenységet végezni jó. Ehhez a vulgáris kijelentéshez egy olyan ábrás elem tartozik, amelynek kialakítása kifejezetten a legkisebb gyermekeket célozza.⁹⁸

FINGANI JÓ



Ugyancsak elutasította a hivatal a (35., 41., és 43. osztály tekintetében) a KAMIONOSOK ÉS KURVÁK szóösszetételt arra való hivatkozással, hogy az a társadalommal szembehelyezkedő, devianciára hajló vagy legalábbis feltűnni vágyó személyek szemében jelent követendő társadalmi mintát, és semmiképpen sem az átlagos és közerkölcsöt követő rétegnek szól. A magyar társadalom mélyen elítéli és a jog eszközeivel megakadályozza az olyan durva megnyilvánulásokat, amelyekkel pusztán kereskedelmi megfontolásoknak próbálják meg alávetni a jó ízlést és a közerkölcsöt, ezzel minden jóérzésű embert felháborítva.⁹⁹

Vallási vagy szakrális kapcsolódás

A Vt. 3. § (2) bekezdés c) pontja alapján nem részesülhet védjegyjelként olyan megjelölés, amely valamely vallási vagy egyéb meggyőződést erőteljesen kifejező jelképet a megjelölés összehatását meghatározó módon tartalmaz. Elsősorban tehát a vallási tartalmú megjelölések emiatt a kizáró ok miatt kerülnek elutasításra. Ugyanakkor elképzelhető az is, hogy egy vallási elemet tartalmazó megjelölés a közerkölcsbe ütközik.

Vallási tartalom az az elem, amely vallási vagy szakrális tekintetben vezető személyiségekre, szimbólumokra, szövegekre, szertartásokra, hívőkre vonatkozik, vagy ezeket tartalmazza.

⁹⁸ M2104373.

⁹⁹ M0903382.

Az adott vallás hívei körében nagy tiszteletnek örvendő vallási vagy szent személyre, szimbólumra, szövegre vagy szertartásra utaló vagy azt tartalmazó megjelölés valószínűsíthetően akkor ütközik a közerkölcsbe (vagy bizonyos esetekben akár közrendbe is), ha sértőnek, hátrányosan megkülönböztetőnek, lealacsonyítóknak, becsmérlőnek vagy bagatelizálónak tekinthető, és ezáltal sérti az említett hívőket. Ilyen esetben nemcsak a vallás hívei, de a nagyközönség érzékenysége szempontjából is elfogadhatatlan az adott megjelölés lajstromozása. Közérdek fűződik ugyanis annak biztosításához, hogy a közönség valamennyi vallási meggyőződését és érzékenységét tiszteletben tartsák és védjék.¹⁰⁰

A CP14 alapján az így megnyilvánuló közerkölcsbe ütközés felmerülhet egyrészt akként, hogy a vallási tartalmú megjelöléshez ahhoz „méltatlan” árujegyzék (például szexuális játékszerek, toalettpapír) társul. Másrészt felmerülhet olyan eset is, hogy a megjelölés az árujegyzéktől függetlenül önmagában is provokatív, sértő vagy profán módon utal valamilyen vallási személyre, szimbólumra stb., vagy indokolatlanul vagy sértő módon támad egy vallást.¹⁰¹

Az előbbire hozza példának a CP14 az alábbi ábrát a 16. osztályban igényelt „WC-papír” áruk vonatkozásában. A latin kereszt, a CRUCIFIX szó és a védjegybejelentésben szereplő áruk kombinációja nagy valószínűséggel szükségtelenül sérti a vallásos emberek által nagyra tartott szent szimbólumok tiszteletének erkölcsi értékét, adott tagállam, illetve adott esetben az EU társadalmának érzékenységét. Ezért nemcsak a keresztények, hanem más vallásúak vagy akár nem hívők is, akik találkozhatnak a megjelöléssel, például egy szupermarketben, ahol WC-papírt is árusítanak, azt elfogadhatatlannak és tiszteletlennek tekinték.¹⁰²



Az utóbbira pedig a CP14-ben szereplő alábbi, a 18. osztályba sorolt „táskák” áruk tekintetében bejelentett fiktív megjelölés lehet jó példa. A példa szerint a hindu isten, Visnu képének és a VISHNU IDIOT szavaknak a táskák tekintetében bejelentett kombinációja indo-

¹⁰⁰ CP14. 2.3.5.

¹⁰¹ CP14 2.5.3.

¹⁰² Uo.

kolatlanul provokatív és sértő üzenetet közvetít nemcsak a hinduk, hanem a más vallásúak, sőt a nem hívők erkölcsi értékeivel kapcsolatban is, akik mindennapi életük során véletlenül találkozhatnak a megjelöléssel. Ez a megjelölés tulajdonképpen nemcsak a táskák, de bármely árujegyzék vonatkozásában ugyanolyan sértő üzenetet közvetít.

A magyar gyakorlatban példaként említhetők a vallási elemeket tartalmazó TIBI ATYA védjegyek. Ezek a védjegyek még éppen azon a vonalon helyezkednek el, ahol egyesek ízlés-telennek találhatják a megjelöléseket, azonban ez nem éri el a közerkölcsbe ütközés szintjét [azokat ugyanis az SZTNH sem ezen kizáró ok, sem a Vt. 3. § (2) bekezdés c) pontja alapján nem utasította el].

A hivatal védjegyként lajstromozta a DICSÉRTESHAKE szómegjelölést többek között a 33. osztályba sorolt alkoholtartalmú italok tekintetében.¹⁰³ Ugyan a megjelölés utal a közismert katolikus köszönésre („Dicsértessék a Jézus Krisztus!; rövid formájában: Dicsértessék!”), azzal fonetikailag azonos, ugyanakkor a megjelölés második felében szereplő szójáték (a shake valamilyen italra utal) megfelelően játékos és elmés ahhoz, hogy összességében a megjelölés ne bántó, hanem humoros legyen. Bár elképzelhető, hogy a fogyasztók egy sértődékenyebb része felháborodik a megjelölés láttán, a hivatal azonban úgy ítélte meg, hogy az átlagfogyasztó ingerküszöbét még nem üti meg ez a megjelölés.

Hasonló a tényállás az azonos bejelentőhöz tartozó alábbi ábrás védjegy esetén, amelyet többek között szintén a 33. osztályba sorolt alkoholtartalmú italokra jelentettek be.



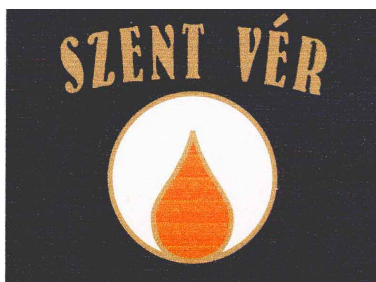
Az „atya” megnevezés bevett megszólítása a (leginkább katolikus) papoknak, továbbá az ábrán szereplő alak öltözkézből – különösen a nyakban viselt keménygallér (ún. kolláré), ami a klerikusi öltözkészlet részét képezi¹⁰⁴ – lehet arra következtetni, hogy a képen szereplő alak

¹⁰³ M1901020.

¹⁰⁴ <https://lexikon.katolikus.hu/K/kolláré.html>.

egyházi személy, aki egy pohár italt éppen koccintásra emel. Az árujegyzékkel összefüggésben és az ábrán szereplő gesztusból az italt leginkább alkoholnak gondolják a fogyasztók. Bár az ábrán nyilvánvalóan vallási személy látható alkohol fogyasztása közben, azonban az alak nem egy közismert szereplő (például a pápa), továbbá az ábra erős stilizáltsága okán az nem ütközik a közerkölcsbe (hozzátéve azt is, hogy az alkohol fogyasztásának nem minden formája ütközik a közerkölcsbe). A hivatal ezt a megjelölést is védjegyként lajstromozta.¹⁰⁵

Elutasította a hivatal a SZENT VÉR színes ábrás megjelölést, amelynek oltalmát a védjegyjelentő a 33. osztályba sorolt „borok” áruk, valamint a 35. osztályba tartozó „borok forgalmazása”, illetve a 39. osztályban szereplő „borok palackozása” szolgáltatások tekintetében igényelte. A hivatal arra hivatkozott, hogy a SZENT VÉR vallási kifejezés, amely Magyarországon és Európában a keresztény hívők körében erekyeként tisztelt fogalom, a misebor az oltáriszentség (latinul eukarisztia) része. A kifejezés Jézus Krisztus vérének szimbolikus elnevezése. A szentmisén a bor a megszenteléssel a katolikus tanok szerint Krisztus vérévé válik. A hivatal megállapította, hogy a keresztény-katolikus vallásban a kifejezés egy olyan magasztos fogalmat jelöl, amelynek a kereskedelmi forgalomban árujelzőként nagy mennyiségben palackozott borokon történő használata az átlagfogyasztókban okkal visszatetszést, megbotránkoztatást kelthet. A grafikus elemekkel és a felirattal kialakított megjelölés láttán az európai kultúrkörben élő magyar fogyasztók egy keresztény erekyére asszociálhatnak, mivel a tudatukban él az ehhez a keresztény szimbólumhoz társított vallási tisztelet.¹⁰⁶



Történelmi alakot, nagyra becsült személyiséget sértő, hozzá méltatlan jelentés

A védjegy törvény magyarázata és a CP14 egyaránt nevesíti azt a fajtáját a közerkölcsbe ütköző megjelöléseknek, amelyek valamilyen nagyra becsült személy tekintetében sértők. Ezek lehetnek történelmi alakok, nemzeti vagy olyan személyiségek, akiket az EU egészében vagy egy részében, illetve valamely tagállamban nagyra becsülnek. Ha az ilyen pozitív megítéléssel bíró személyre utaló megjelölés sértő gondolatokat népszerűsít, amelyek megbotránkoztatónak tekinthetők, vagy a megjelölés és/vagy annak árujegyzéke ehhez a személyhez

¹⁰⁵ M1503669.

¹⁰⁶ M1200455.

méltatlan, abban az esetben elutasítható a közerkölcsre való hivatkozással a bejelentés.¹⁰⁷ A CP14 példája szerint ilyen alapon el lehetne utasítani a NELSON MANDELA szövmegjelölést, amelynek árujegyzékébe a 16. osztályba sorolt „WC-papír” áruk tartoznak. A fiktív védjegy-bejelentésben szereplő áruk banalitása ugyanis elbagatellizálja Nelson Mandela történelmi alakját, aki azért kapott Nobel-békedíjat, mert békésen vetett véget az apartheid rezsimnek, és megteremtette a demokrácia alapjait Dél-Afrikában. E megjelölés tiszteletlen azzal a nagyrabecsüléssel szemben, amelyet az EU lakossága tanúsít Mandela iránt.¹⁰⁸

A gyakorlatból példaként lehet említeni az ATATURK-ügyet.¹⁰⁹ Az EUIPO végül törölte az ATATURK szövmegjelölést arra tekintettel, hogy a védjegy közerkölcsbe ütközik. A védjegy árujegyzékébe a 3., 5., 25., 29., 30 és 32. osztályba sorolt árukra terjedt ki, melyek tekintetében releváns fogyasztónak az átlagfogyasztót kellett tekinteni (az árujegyzék többek között különböző vegyszereket, kozmetikumokat, élelmiszert, ruházati cikkeket tartalmazott). A döntés szerint közismert tény, hogy Musztafa Kemal Atatürk a Török Köztársaság miniszterelnöke volt, és a modern Törökország megalapítójaként ismert, mivel forradalmi társadalmi és politikai reformprogramot indított el Törökország modernizálása érdekében (pl. a nők emancipációja, az összes iszlám intézmény eltörlése, nyugati jogi kódex, öltözködés, naptár és ábécé bevezetése, az arab írás latinra cserélése).¹¹⁰ Atatürk szellemi és politikai értékkel bíró állami és nemzeti szimbólummá vált, ami óriási jelentőséggel bír a török és a török származású európai közönség számára. A döntés megállapítja azt is, hogy Európa területén (történelmi és kulturális okok, munkaerő-bevándorlás miatt) jelentős számú török származású fogyasztóközönség él, akik találkozhatnak a védjeggyel. Ebben a döntésben mondta ki az EUIPO, hogy nemcsak a „negatív” felhanggal bíró megjelölések lehetnek sértőek, hanem egyes „rendkívül pozitív” felhanggal bíró megjelölések banális használata is sértő lehet.¹¹¹ Ebben az esetben tehát a nemzeti jelképpé vált Atatürk nevére emlékeztető védjegy, és az annak banális, hétköznapi termékekre történő használata közerkölcsbe ütközőnek minősült. A védjegy törlésének kérelmezője egyébként maga a Török Köztársaság volt.

11. ÖSSZEGZÉS

Ahogy korábban is kifejtésre került, a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközés elbírálásának egyik kulcseleme az eseti jelleg. A gyakorlat tanulmányozásával ugyan megfigyelhetünk általános szabályokat, de ennek a kizáró oknak az alkalmazása nagy körültekintést igényel, és az ügy összes körülményét alaposan meg kell vizsgálni. Az ügyintézőnek saját meggyőződését féltre téve az átlagfogyasztó érzékenységi szintjét kell figyelembe vennie.

¹⁰⁷ CP14 2.5.9.

¹⁰⁸ CP14. 2.5.9.

¹⁰⁹ R 2613/2011-2.

¹¹⁰ Uo.

¹¹¹ Uo.

Ha az SZTNH úgy ítéli meg, hogy a megjelölés a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközik, nyilatkozattételre hívja fel a bejelentőt, csakúgy, mint más kizáró okok esetén. Ilyen esetekben a használattal szerzett megkülönböztetőképesség igazolása nem teszi lehetővé a lajstromozást, ugyanakkor, ha a bejelentő mégis bizonyítékokat nyújt be a használat vonatkozásában, a használatot figyelembe kell venni a megjelölés érintett közönség általi észlelésének értékelése során, beleértve azt is, hogy ez a használat hogyan befolyásolhatta az észlelést.¹¹² Így adott esetben a bejelentő – ha kiküszöbölni nem is feltétlenül tudja a kizáró okot – kontextust biztosíthat a hivatal által megállapított közerkölcsbe vagy közrendbe ütköző jelleg vizsgálatához.

A védjegybejelentés elutasításánál kiemelkedően fontos a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközés tényének alapos megindokolása a lehető legobjektívebb módon.

A közrendbe, illetve a közerkölcsbe ütközés egy ritkán alkalmazott kizáró ok, a bejelentett megjelölések elutasítása rendszerint más kizáró okok alapján történik. A bejelentők tehát maguk is törekednek arra, hogy lehetőség szerint ne sértő, megbotránkoztatást keltő elemmel azonosítsák a fogyasztók a termékeiket. Ennek ellenére a közrendbe és a közerkölcsbe ütköző védjegyek jogesetei, a gyakorlat alakulása nagy érdeklődésre tart számot, mivel ezen kizáró ok szoros összefüggésben áll az aktuális politikai célokkal, a világban történő eseményekkel, a közízlés változásával, tehát társadalmi jelentőséggel bír. Mivel a védjegyjog nagyrészt gazdasági vagy fogyasztóvédelmi szempontokat tart szem előtt, ennek a rendhagyó kizáró oknak az alkalmazása (vagy nem alkalmazása) lehetőséget ad arra, hogy a védjegyjogi gyakorlatban az aktuális társadalmi fejlődés, formálódás is tükröződjön.

E kizáró ok különlegessége a gyakorlatban kialakult kettősség: egyrészt a közrendbe vagy a közerkölcsbe ütközés kapcsán megfigyelhető a fentiekben bemutatott számottevő közösségi harmonizációra való törekvés, melynek során a tagállamok nagyobb hatékonysággal és egységesebben védhetik a fogyasztókat a sértő, felháborító megjelölések gazdasági használatától.

Másrészt azonban e kizáró ok vizsgálata szükségszerűen nemzeti személetű elbírálást igényel, ugyanis a nyelvi, kulturális körülmények nagyban befolyásolják az eljárás kimenetelét. Ez egyúttal azt is eredményezheti, hogy egy adott megjelölés, amelyet egy magasabb érzékenységi- és toleranciaszinttel rendelkező tagállamban lajstromoztak, elutasításra kerül egy olyan tagállamban, ahol ez a szint jóval alacsonyabb.

¹¹² CP14 2.

ONLINE TÉR ÉS VÉDJEGYJOG: A DIVATIPAR ÚJ DIMENZIÓI*

I. BEVEZETÉS

A védjegyek világa az emberiség kereskedelmi tevékenységének hajnalától kezdve létezik, ám a modern kor technológiai újításai okán felhasználása és oltalmazhatósága egyaránt sok változáson ment keresztül. A digitális kor vívmányai, mint az internetes kereskedelem robbanásszerű növekedése, a közösségi média térhódítása és a metaverzumok fejlődése, számos új értelmezési és alkalmazási kérdést vet fel a védjegy jog területén. A védjegyek napjainkban már a fizikai termékek és szolgáltatások világán túlmenően, a digitális térben is meghatározó jelentőséggel bírnak, ahol az új technológiák és platformok új lehetőségeket és értelmezési kereteket teremtenek a márkák számára.

A digitális korban a védjegyek használatának és védelmének kérdése sokrétűvé vált. Az online kereskedelem lehetővé teszi a márkák számára, hogy globális piacokra lépjenek, ugyanakkor fokozza a hamisítványok terjedését és a védjegybitorlás kockázatát, ezért például a közösségimédia-platformjain a védjegyekkel való visszaélések azonosítása és kezelése új stratégiákat igényel a vállalatoktól. A metaverzumok pedig, mint új interakciós terek, tovább bonyolítják a helyzetet a védjegyvitalom kiterjedésével és a felhasználási jogokkal kapcsolatban.

A jogalkotóknak és a bíróságoknak lépést kell tartaniuk a technológiai fejlődéssel, hogy hatékony védelmet biztosítsanak a védjegy tulajdonosok számára, miközben tiszteletben tartják a fogyasztók és a piac többi résztvevőjének jogait és érdekeit. A védjegy jog és divatipar általános bemutatását követően a technológiai fejlemények szabályozási kérdéseinek és felmerülő problémáinak vizsgálatára fókuszálunk a teljesség igénye nélkül. A cél átfogó képet adni a divatipar védjegyspecifikus esetein keresztül az online térben történő oltalmazhatóságról.

I.1. A védjegyek történeti fejlődése

A védjegyek történeti fejlődése szorosan összefügg az emberi társadalmak kereskedelmi és gazdasági életének bővülésével. Az idők során a védjegyek jelentőségének növekedése az áruk és szolgáltatások egyre szélesebb körének megkülönböztetését szolgálta, elősegítve ez-

* A Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala Ujvári János diplomadíj-pályázatán díjazott szakdolgozat szerkesztett változata.

zel a tisztességes versenyt a piacon. A védjegyek fejlődéstörténete egészen az ókorig nyúlik vissza, és tükrözi az évszázadok alatt lezajló gazdasági és társadalmi változásokat.¹

Az egyik legrégebb óta ismert példa Kínából származik, a Kr. e. 5000-es évekből, ahol a kerámián feltüntették a korabeli kínai császár nevét, a kerámia előállításának helyét, valamint a gyártó nevét. Míg az ókori Egyiptomban a védjegyek egyedi képek és jelek formájában azonosították a termékeket,² az ókori Rómában a kézművesek és gyártók jelöléseket, ún. meszterjegyeket használtak például edényeken, hogy garantálják azok eredetiségét és minőségét.³

A középkori Európában is népszerű volt az emblémák és szimbólumok használata, például a katonai öltözékeken. A modern védjegyek előfutárának viszont csak a 13. és 16. század között használt kereskedői jel tekinthető. Ez a jel általában a kereskedő nevét tartalmazta, minőségi garanciát nyújtva a vásárolt árukért.⁴

Ami viszont igazán átforgalmazta a védjegyek használatát és jogi védelmét, az az ipari forradalom volt. A tömeggyártás és a piacok bővülése révén a vállalatok számára egyre fontosabbá vált a márkanév és egyedi jelölések használata a megkülönböztetés és a piaci pozíció erősítése érdekében. Ebben az időszakban számos országban fogadtak el védjegyekre vonatkozó törvényeket, amelyek már a modern értelemben vett védjegyoltalom alapjait fektették le. Az első modern védjegy törvényt Franciaországban fogadták el 1857-ben, amit az Egyesült Királyság követett a védjegyek hivatalos bejegyzését és jogi védelmét biztosító törvényével.⁵

A 20. század folyamán a globalizáció és a nemzetközi kereskedelem növekedése szükségessé tette a védjegy jogok nemzetközi összehangolását. Ennek eredményeként jöttek létre olyan nemzetközi egyezmények, mint a Párizsi Unió Egyezmény és a Madridi Megállapodás, amelyek lehetővé tették a védjegyoltalom határokon átnyúló elismerését és érvényesítését.⁶ Majd később az olyan intézmények, mint a Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO), tovább erősítették a nemzetközi védjegyvédelmet. Az Európai Unió létrehozása és az egységes piac kialakítása az EU-s védjegyrendszer kialakulásához vezetett, amely egységesítette a védjegyoltalmat a tagállamokban.⁷

A világ gazdaság tekintetében az Amerikai Egyesült Államok védjegy jogi fejlődése sem elhanyagolható. Kezdetei az 1800-as évek elejére nyúlnak vissza. Az első jelentősebb véd-

¹ Csécsy György: A magyar védjegy jog kialakulása és fejlődésének főbb állomásai. Publicationes Universitatis Miskolciensis, Sectio Juridica et Politica, 9. évf., 1994, p. 5–6.

² Solange Ramirez: The History of Trademarks all around the World: <https://igerent.com/history-trademarks-all-around-world/> (Az internetes források utolsó letöltésének ideje 2024. 07. 11.)

³ Dr. Árkosy Lilla Anna: Az árujelzőktől a védjegyig. Szegedi Tudományegyetem ProQuest Dissertations Publishing, Szeged, 2019, p. 98–100: <https://www.proquest.com/openview/178609df21484a579780a701964093e2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>.

⁴ History of Trademarks: Everything You Need to Know: <https://www.upcounsel.com/history-of-trademarks>.

⁵ Árkosy: i. m. (3), p. 128–129.

⁶ Árkosy: i. m. (3), p. 176–191.

⁷ Az Európai Számvevőszék különjelentése: Unió s szellemi tulajdon-jogok: A védelem nem teljes mértékben megbízható: <https://op.europa.eu/webpub/eca/special-reports/intellectual-property-rights-06-2022/hu/>.

jegyjoggal kapcsolatos esemény az 1870-es években történt, amikor az Egyesült Államok Kongresszusa elfogadta az első szövetségi védjegy törvényt. Ezt a törvényt azonban 1879-ben az Egyesült Államok Legfelsőbb Bírósága alkotmányellenesnek nyilvánította, mivel túlságosan tág hatáskört biztosított a szövetségi kormányzat számára a kereskedelem szabályozásában. A korai jogi bizonytalanságok ellenére a Kongresszus 1881-ben új védjegy törvényt fogadott el, amely már alkotmányos keretek között biztosított védelmet a védjegyeknek. Ez a törvény és az azt követő módosítások megadták az amerikai védjegy jog alapjait, lehetővé téve a védjegyek szövetségi szintű bejegyzését és védelmét. Amerikában a védjegy jog legfontosabb jogszabálya az 1946. évi védjegy törvény, avagy más néven a Lanham Act, amely napjainkig is az amerikai védjegy jog alapköve.⁸ Ez a törvény széles körű védelmet nyújt a védjegyeknek, beleértve a márkanéveket, logókat és egyéb kereskedelmi jelzéseket. A 20. század második felében, ahogy a globalizáció előrehaladt, az Egyesült Államok aktív szerepet vállalt a védjegy jogok nemzetközi összehangolásában. Az ország csatlakozott több fontos nemzetközi szerződéshez – mint a fentebb említett Madridi Megállapodás is –, amelyek lehetővé teszik a vállalatok számára, hogy védjegyeiket egyszerűbben regisztrálják és védjék a nemzetközi piacon.⁹

A nemzetközi fejlődéssel párhuzamosan Magyarországon is hosszú múltra tekint vissza a védjegyek története. Elsőként az 1890. évi II. törvényt érdemes említeni, amely az akkori osztrák szabályozás szó szerinti fordítása volt. Ez a jogszabály többek között bevezette a tízéves oltalmi időt, lehetővé tette több védjegy egyidejű bejegyzését és a védjegyek központi lajstromozását. A törvény 1895-ös módosítása további előrelépést hozott, hiszen lehetővé tette a szavak védjegyként való oltalmát, beleértve a különös írásmóddal megjelenített szavakat is. Ez a korszerűsítés jelentős fejleménynek tekinthető, mivel elismerte a nyelv közvetítő szerepét a védjegyek oltalmában. Majd újabb változás következett: a magyar országgyűlés a védjegyüggyel kapcsolatban függetlenné vált az osztrák törvényhozástól. A közel nyolcvan éven át hatályban lévő 1890-es törvény alapján gazdag joggyakorlat alakult ki, amely számos korszakot átívelt, beleértve a gazdasági virágkört, a trianoni trauma utáni újjáépítést, valamint a szocialista államosítások időszakát.¹⁰ A védjegyek szabályozásában az 1969. évi IX. törvény jelentette a következő jelentős állomást. Ez a törvény a külföldi védjegy jog hatását is tükrözte, mely befogadására nyitott volt a magyar törvényhozás.¹¹ Reformjellegű rendelkezései közé tartozott például az, hogy csak a lajstromozott védjegyeknek biztosított jogi védelmet, bővítette a lajstromozható megjelölések körét, illetve a szolgálta-

⁸ Trademark Rules: Everything You Need to Know: <https://www.upcounsel.com/trademark-rules>.

⁹ U.S. Trademark Registration For Foreign Companies and Individuals: <https://www.gerbenlaw.com/university/us-trademark-registration-for-foreign-companies-and-individuals/>.

¹⁰ Dr. Vida Sándor: A magyarországi védjegyoltalom története. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 7. (117.) évf. 4. sz., 2012. augusztus, p. 52–57.

¹¹ Vida Sándor: A védjegyoltalom története Magyarországon 1858–1969, p. 158: <http://www.juris.u-szeged.hu/download.php?docID=30115>.

tásokat is beemelte a védjegy fogalmába.¹² Ez a törvény 1997. július 1-jéig volt hatályban, amikor a még jelenleg is hatályos 1997. évi XI. törvény váltotta fel. Az 1990-es évek fordulópontot jelentettek, hiszen ekkor Magyarország a nemzetközi kötelezettségvállalások egyre szorosabb hálójába került, aminek hatására szükségessé vált a szabályozás modernizálása. Nemcsak az egyetemes, hanem a regionális és kétoldalú nemzetközi szerződések is hatalmas szerepet játszottak ebben a folyamatban. Különösen az Európai Közösség felé vállalt jogharmonizációs kötelezettségek tették szükségessé, hogy a szabályozás az akkori európai normákhoz legyen igazítva,¹³ mely harmonizációs kötelezettségek főként az Európai Közösség irányelveire épültek. Ilyen például a 89/104/EGK irányelv¹⁴ – melynek a hatályos változata a 2015/2436 irányelv¹⁵ – és a 40/94/EK rendelet¹⁶ – melynek a ma hatályos változata a 2017/1001 rendelet.¹⁷ Ezek a dokumentumok adták meg a reform alapjait, amelyek nemcsak a védjegy jog anyagi aspektusait érintették, hanem az eljárási szabályokat is. A védjegy jog reformja során figyelembe kellett venni, hogy a szabályok megfeleljenek a nemzetközi normáknak, és illeszkedjenek az európai integrációs folyamatokba. Ez végül az 1997. évi XI. törvény módosításával valósult meg a 2003. évi CII. törvény által, amely modern, a nemzetközi és európai követelményeknek megfelelő keretet biztosított a védjegyjogtalom számára Magyarországon.¹⁸

Napjainkban a digitális kor és az internet világszerte új kihívások elé állította a védjegy jogot. A COVID-19 hatására az online kereskedelem dinamikus növekedése és a digitális tartalmak terjedése vet fel új kérdéseket a védjegyek használatával és védelmével kapcsolatban az egész világra kiterjedve.¹⁹

II. VÉDJEJYJOG ALAPJAI

II.1. A védjegy fogalma

A védjegyek olyan árujelzők, melyek a termékek és szolgáltatások egymástól való megkülönböztetését teszik lehetővé. Emellett a piaci verseny magját is képezik, mivel elősegítik a fogyasztói döntéshozatalt. Elmondható tehát, hogy a védjegy egyfajta híd szerepét tölti be

¹² Csécsy: i. m. (1), p. 21–22.

¹³ Lontai Endre, Faludi Gábor, Gyertyánfy Péter, Vékás Gusztáv: Polgári Jog. Szerzői jog és iparjogvédelem. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2020, p. 369–371.

¹⁴ A Tanács 89/104/EGK irányelve tagállamok védjegy jogszabályainak közelítéséről.

¹⁵ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2015/2436 irányelve (2015. december 16.) a védjegyekre vonatkozó tagállami jogszabályok közelítéséről.

¹⁶ A Tanács 40/94/EK rendelete (1993. december 20.) a közösségi védjegyről.

¹⁷ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/1001 rendelete (2017. június 14.) az európai uniós védjegyről.

¹⁸ Lontai, Faludi, Gyertyánfy, Vékás: i. m. (13), p. 369–371.

¹⁹ Dr. Géro Imre, Polacsik Gabriella: Karantén tanulságok: Hogyan alakítja át a felgyorsuló digitális forradalom gazdaságainkat. Acta Periodica, 21. évf. 2020, p. 5–6.

az áru és a gyártó vagy a szolgáltatás és annak nyújtója között, amely nemcsak az eredetet, de a minőséget is jelzi. Ennek fényében egy védjegy jogi és gazdasági dimenzióval egyaránt bír, mivel a minőséggel kapcsolatos elvárások teljesítése a gyártók számára alapvető érdeké válik a piaci pozíciójuk és elismertségük fenntartása érdekében.²⁰

A védjegyek lényegi eleme globális szinten azonos:²¹ egy áru vagy szolgáltatás megkülönböztetésére szolgálnak a fogyasztók előtt.²² Azonban a pontos meghatározás és a védjegyoltalomra vonatkozó specifikus szabályok országonként és régióként eltérőek lehetnek. Alább található a védjegy fogalmi meghatározása az Európai Unióban, az Amerikai Egyesült Államokban és Magyarországon.

II.1.1. Európai Unió

Az Európai Unióban a védjegy fogalmát az Európai Parlament és a Tanács védjegről szóló 2017/1001 rendelete (EU) határozza meg.

Az EU szabályozása szerint „[e]urópai uniós védjegyoltalomban részesülhet minden megjelölés, így különösen szó – beleértve a személyneveket is –, ábra, kép, alakzat, betű, szám, szín, továbbá az áru vagy az áru csomagolásának formája, vagy hang, amely alkalmas arra, hogy: *a)* valamely vállalkozás áruit vagy szolgáltatásait megkülönböztesse más vállalkozások áruitól vagy szolgáltatásaitól; és *b)* az európai uniós védjegyek lajstromában (a továbbiakban: a védjegylajstrom) való ábrázolásának módja lehetővé tegye azt, hogy az illetékes hatóságok és a nyilvánosság egyértelműen és pontosan meghatározza a jogosultat megillető oltalom tárgyát”.²³

II.1.2. Amerikai Egyesült Államok

Az Amerikai Egyesült Államokban a védjegy fogalmát a már említett Lanham Act szabályozza, mely szerint a védjegy lehet bármely szó, név, szimbólum, eszköz vagy ezek kombinációja, amelyet egy vállalkozás használ áruinak azonosítására és megkülönböztetésére mások áruitól, valamint az áru forrásának jelzésére. Ez magában foglalhatja a logókat, márkaneveket, hangjegyeket és egyéb azonosító jelzéseket is.²⁴

²⁰ Faludi Gábor, Lukácsi Péter (szerk.): A védjegy törvény magyarázata. HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., Budapest, 2014, p. 31–32.

²¹ Dr. Lukácsi Péter: Védjegy – verseny – közkinccs: A térbeli megjelölések védjegyoltalma. ELTE ÁJK Állam- és Jogtudományi Doktori Iskola, Budapest, 2017, p. 26.

²² Lontai, Faludi, Gyertyánfy, Vékás: i. m. (13, p. 371).

²³ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/1001 rendelete (2017. június 14.) az európai uniós védjegről 3. cikk.

²⁴ Lanham Act, 15 U.S.C. 1127. § (1946).

II.1.3. Magyarország

Magyarországon a védjegy fogalmát a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény szabályozza.

A törvény értelmében „védjegyoltalomban részesülhet minden megjelölés, amely a) alkalmas arra, hogy valamely árut vagy szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól; és b) a védjegylajstromban olyan módon ábrázolható, hogy a jogalkalmazó szervek és a nyilvánosság egyértelműen és pontosan meg tudják határozni a védjegybejelentő által igényelt, illetve a védjegyjogosult javára fennálló oltalom tárgyát. (2) Védjegyoltalomban részesülhetnek különösen a következő megjelölések: a) szó, szóösszetétel, beleértve a személyneveket és a jelmondatokat is; b) betű, szám; c) ábra, kép; d) sík- vagy térbeli alakzat, beleértve az áru vagy a csomagolás formáját; e) szín, színösszetétel, fényjel, hologram; f) hang; g) mozgást megjelenítő megjelölés; h) pozíciómegjelölés; i) multimédia-megjelölés; j) mintázat; valamint k) többféle megjelölés összetétele.”²⁵

II.1.4. Közös jellemzők és különbségek

Bár a megfogalmazások országonként eltérőek, a védjegyek alapvető funkciója – a megkülönböztetés és azonosítás – mindenütt azonos.²⁶ A fő különbség a jogszabályokban és az oltalom megszerzésének pontos eljárásában rejlik. Mindhárom jogrendszer lehetőséget biztosít a védjegyek lajstromozására és jogi védelemre, de az eljárások, a követelmények és a védelem terjedelme országonként és régióként eltérő lehet. A harmonizáció okán viszont például Magyarországon is lehet az egész Európai Unióban érvényes védjegyet szerezni egyetlen bejelentéssel, ami hatalmas előnyt jelenthet a piacokon. Természetesen a széles oltalmi lehetőségeknek is vannak korlátai. Nem minden szó, szám stb. kaphat védjegyoltalmat, főleg, ha nem megkülönböztető, vagy ha túl általánosan használt kifejezések, adatok alkotják. Például bizonyos formák, amik túl nyilvánvalóak vagy technikailag szükségesek, kiesnek az oltalmi körből.²⁷

Ezen túlmenően a védjegytulajdonosoknak arra is érdemes figyelni, hogy ha a bejelentéskor még nem is funkcionált általános kifejezésként az általuk levédetni kívánt megjelölés, később se veszítse el megkülönböztetőképességét, különben az akár a védjegyoltalom megszűnéséhez is vezethet. A PATYOLAT szó eredetileg egy ritka szövésű, finom vászonszövetet jelölt, ami idővel jelzőként is használttá vált, finom és tiszta dolgokra utalva. A kifejezés a Fővárosi Patyolat Vállalat 1952-es alapításával kapcsolódik össze, 1968-ban lett hivatalosan lajstromozva mint védjegy. A vállalat, amely elsősorban mosodai és vegytisztítási

²⁵ A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény 1. §.

²⁶ Lukácsi: i. m. (21), p. 25–26.

²⁷ Molnár István: Szellemi tulajdon menedzsment és technológia-transzfer. InnovAID Innovációs és Gazdasági Tanácsadó Kft., Kecskemét, 2008, p. 45–47.

szolgáltatásokat nyújtott, nem az egyetlen volt, amely ezt a megnevezést használta; az ország számos részén alakultak hasonló profilú vállalkozások. A „patyolat” szó használata az idők folyamán annyira elterjedt, hogy általánosan a mosodák és tisztítók szinonimájaként kezdték használni az emberek. Ez a jelenség odavezetett, hogy a Magyar Szabadalmi Hivatal (MSZH) vizsgálatai során kétszer is megállapította: a szó elvesztette megkülönböztető-képességét, mivel széles körben használták, és nem csak egy adott vállalat szolgáltatásaira utalt. Ennek következtében törölték a PATYOLAT szóvédjegyet, majd egy másik esetben elutasítottak egy olyan védjegybejelentési kérelmet, ami ezt a szót szerette volna levédetni, mivel a kifejezés már általánosan használatos volt, így nem felelt meg a védjegyoltalomra vonatkozó követelményeknek.²⁸

II.2. Harmonizációs célú jogszabályok

A védjegyjog jogszabályi hátteréről nehéz úgy beszélni, hogy egyértelmű határokat húzunk a hazai, uniós és nemzetközi szabályozási szintek közé, hiszen ezek a harmonizációs törekvések okán jelentős mértékben összefonódnak. Megállapítható tehát, hogy a védjegyjog nem csak egy nemzet határain belül releváns, így a szabályozását is érdemes egységesen vizsgálni a sok esetben határokon átnyúló védelem miatt.

Az egységesítés irányába az 1883-as Párizsi Unió Egyezmény jelentette az első lépést, amikor is a nemzetközi együttműködés alapjai lefektetésre kerültek, és elismerték, hogy a tagállamokban bejelentett iparjogvédelmi jogosultságoknak más államokban is elismerésre kell találniuk.²⁹ Ezt a törekvést folytatja a Madridi Megállapodás és Jegyzőkönyv,³⁰ amely a védjegyek nemzetközi lajstromozásának egyszerű és hatékony eljárását teszi lehetővé, ezzel is elősegítve a vállalkozások nemzetközi piacra lépését.

A Nizzai Megállapodás az osztályozási rendszerek harmonizálásával járul hozzá a védjegybejelentések egyszerűsítéséhez világszerte. A nizzai osztályozás, – amelyet 1957-ben hoztak létre – megkönnyíti a termékek és szolgáltatások nemzetközi összehasonlítását az áruk és szolgáltatások 45 osztályba történő sorolásával.³¹ Emellett a bécsi osztályozás 1985-ben lépett hatályba, és a védjegyek ábrás elemeinek osztályozására szolgál, 29 kategóriába és több mint 1500 alosztályba sorolva a grafikai elemeket.³² Az eljárási szabályok egysé-

²⁸ Szalai Péter: A védjegy megkülönböztetőképességének elvesztése. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 5. (115.) évf. 5. sz., 2010. október, p. 18–21.

²⁹ Summary of the Paris Convention for the Protection of Industrial Property (1883): https://www.wipo.int/treaties/en/ip/paris/summary_paris.html.

³⁰ Summary of the Madrid Agreement Concerning the International Registration of Marks (1891) and the Protocol Relating to that Agreement (1989): https://www.wipo.int/treaties/en/registration/madrid/summary_madrid_marks.html.

³¹ Summary of the Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services for the Purposes of the Registration of Marks (1957): <https://www.wipo.int/classifications/nice/en/preface.html>.

³² Bécsi osztályozás: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/becsi-osztalyozas-0>.

gesítését pedig a Védjegyjogi Szerződés rendezi, amivel a védjegyoltalom megszerzését és fenntartását hivatott megkönnyíteni.³³

A TRIPS-megállapodás, amely a Kereskedelmi Világszervezetet létrehozó egyezmény melléklete, a szellemi tulajdon kereskedelemmel összefüggő aspektusait szabályozza, és meghatározó jelentőséggel bír a globális szintű jogharmonizációban. Ez az egyezmény a védjegyoltalom alapelveinek rögzítése mellett a legnagyobb kedvezményes elbánás és a nemzeti elbánás elvét is előírja, ezzel is elősegítve a határokon átnyúló üzleti tevékenységeket.³⁴

Az Európai Unió védjegyrendszerében fontos szerepet töltenek be a rendeletek és irányelvek. Előbbi a közvetlen érvényesülése által az egységesítést segíti elő, míg az utóbbi a tagállamok jogszabályainak közelítését célozza. Az irányelvek lényegi eleme, hogy a harmonizációs folyamat keretében a kötelező jogegységesítést szolgálja, olyan módon, hogy lehetőséget biztosít a tagállamok számára opcionális szabályok bevezetésére is, ezzel egyedi és rugalmas megközelítést kínálva a védjegyjog területén.³⁵ Az Európai Unió szintjén többek között a 2015/2436/EU irányelv és a 2017/1001 rendelet a tagállamok védjegyjogszabályainak közelítésére irányul, egységes alapokat teremtve a védjegyoltalom megszerzésére és érvényesítésére. A jogérvényesítési irányelv³⁶ pedig a szellemi tulajdon-jogok megsértése esetén alkalmazandó intézkedéseket, eljárásokat és jogorvoslatokat szabályozza, ezzel is erősítve a jogosultak védett pozícióját.

A nemzeti szinteket vizsgálva látható, hogy a bilaterális egyezmények is szerepet kapnak. Például Magyarországnak az Amerikai Egyesült Államokkal kötött kétoldalú szerződése további rétegeket ad a védjegyjog komplex rendszeréhez, biztosítva, hogy a jogalkalmazás egységes és előre látható legyen a nemzetközi szinten.³⁷

Ennek a többrétegű szabályozási rendszernek az a pozitívuma, hogy lehetőséget biztosít a vállalatok számára, hogy döntsenek a nemzeti, a nemzetközi vagy az európai uniós védjegyoltalom között attól függően, hogy melyik megoldás felel meg leginkább üzleti céljaiknak és stratégiájuknak.³⁸

³³ Summary of the Trademark Law Treaty (TLT) (1994): https://www.wipo.int/treaties/en/ip/tlt/summary_tlt.html.

³⁴ TRIPS — Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/trips_e.htm.

³⁵ Petkó Mihály: Védjegyjog napjainkban. Gazdaság és Jog, 2003. 2. sz., p. 12–15: <https://szakcikkadatbazis.hu/doc/9061948?ts=2003-02-01#ss6>.

³⁶ Az Európai Parlament és a Tanács 2004/48/EK irányelve (2004. április 29.) a szellemi tulajdon-jogok érvényesítéséről.

³⁷ Faludi, Lukács: (20), p. 35–37.

³⁸ Petkó: i. m. (35).

II.3. A védjegy funkciói és típusai

II.3.1. Funkciók

A védjegy amellett, hogy az árukat és szolgáltatásokat individualizálja, a vállalatra mint forrásra is utal, ezáltal erősítve a márkahűséget és a fogyasztói bizalmat. Ennek okán a védjegy marketingeszköznek is tekinthető, ami segít a vállalatoknak abban, hogy kiépítsék és megőrizték márkájuk reputációját. Emellett a védjegy információs és reklámfunkciója is létfontosságú. A fogyasztók gyakran támaszkodnak a védjegyre mint információforrásra a termék vagy szolgáltatás minőségével és eredetével kapcsolatban. Bár a védjegy önmagában nem nyújthat részletes információkat, a hozzá kapcsolódó marketingtevékenység segít a fogyasztókat tájékoztatni és meggyőzni a vásárlás mellett. A jogi szabályozás nem biztosít közvetlen eszközt a minőség ellenőrzésére, de a védjegy által teremtett fogyasztói bizalom biztosíthatja, hogy a vállalatok fenntartsák termékeik magas színvonalát. Egy negatív tapasztalat gyorsan ronthatja a védjegy értékét, így fontos a folyamatos minőségi ellenőrzés és a pozitív vásárlói élmény biztosítása. Végül, a védjegy versenylőnyt is jelent. Egy jól megtervezett és bevezetett védjegy, amely pozitív fogyasztói tapasztalatokhoz kapcsolódik, előnyös helyzetet biztosíthat a vállalatnak mind belföldön, mind nemzetközileg.³⁹

II.3.2. Típusok

A védjegyoltalomra alkalmas megjelölések széles kört fednek le, beleértve szavakat, szóösszetételeket, betűket, számokat, ábrákat, képeket, alakzatokat, színeket, hangokat és ezek kombinációit. Ezek között fontos szerepet töltenek be a hagyományos típusú megjelölések, mint a szavak, szóösszetételek és képi elemek, amelyek különböző formákban jelenhetnek meg, például személynevek, földrajzi nevek vagy fantázianevek formájában, valamint szlogenekkel vagy képi elemekkel kombinálhatók. A nem hagyományos típusú megjelölések, mint például színek, hangok, hologramok vagy mozgást ábrázoló elemek, bár kevésbé gyakoriak, szintén oltalom alá helyezhetők, ha egyértelműen és pontosan ábrázolhatók, és megkülönböztetőképességgel rendelkeznek.⁴⁰

A gyakorlat azt is mutatja, hogy egy áru több védjeggyel is ellátható. Nem ritka, hogy egy termék egyszerre viseli a gyártó és a forgalmazó védjegyét, továbbá külföldi védjegy vagy védjegylicencia esetén is gyakori a kiegészítő védjegyek vagy más jelzések alkalmazása, ami bizonyos jogrendszerekben akár kötelezővé is válhat. Ráadásul egy vállalat ugyanazt a terméket különböző védjegyek alatt is piacra viheti, vagy ugyanazt az árut védjeggyel és védjegy nélkül is forgalmazhatja, feltéve, hogy ez nem okoz fogyasztói megtévesztést. Ez lehet

³⁹ Lontai, Faludi, Gyertyánfy, Vékás: i. m. (22), p. 372.

⁴⁰ A megjelölések típusai: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/vedjegy/a-megjelolesek-tipusai>.

például a minőségbéli különbségek vagy az adott vállalat árpolitikájának következménye. A modern védjegypolitikát alkalmazó nagyvállalatoknál gyakran találkozni a védjegycsaládok koncepciójával, amely lehetővé teszi a márkák stratégiai csoportosítását és menedzselését.⁴¹

Ezek a védjegytípusok és funkciók biztosítják, hogy a nemzetközi vállalkozások hatékonyan tudják védeni márkáikat és szellemi tulajdonukat. A védjegyoltalom célja, hogy elősegítse a tisztességes versenyt, védelmet nyújtson a fogyasztóknak a megtévesztő gyakorlatokkal szemben, és támogassa az innovációt és a minőségi termékek, valamint szolgáltatások piacra vitelét.

II.4. Védjegybitorlás

A védjegybitorlás fogalmát tágan és szűken is lehet értelmezni. A szűk értelmezés esete az engedély nélküli használatot jelenti gazdasági tevékenység keretében. Viszont lehetséges van arra is, hogy széles körben kerüljön értelmezésre a védjegyek jogellenes használata, beleértve a hasonló árukra vagy eltérő árukra történő alkalmazást is, amennyiben az összevetéveszthetőségig terjed.⁴²

A jogalkalmazási gyakorlat számos példán keresztül mutatja be a védjegybitorlás különböző eseteit. A bírósági ítéletek alapján látható, hogy a védjegybitorlás megállapítása széles spektrumon mozog, az egyszerű doménnévhasználatától a komplex termékimitációig.⁴³ A bitorlás elkövetése során általában a cselekményen van a hangsúly, függetlenül a jogi vitában álló vállalatok méretétől. A Bentley Motors és egy viszonylag kisebb, BENTLEY CLOTHING nevű ruházati márká közötti konfliktus⁴⁴ 1998-ban kezdődött, de csak 2017-ben került bíróság elé.⁴⁵ A BENTLEY CLOTHING 1962-ben, Gerald Bentley üzletember által alapított és 1982-ben védjegyoltalom alá helyezett, majd 1990-ben a Lees család által megvásárolt és Manchesterbe költöztetett ruházati márká. Míg a Bentley Motors autógyártó vállalat, így eleinte a neveik között nem volt konfliktus. Viszont az autógyártó vállalat 1987-ben úgy döntött, hogy a védjegye alatt a ruházati iparba is be szeretne lépni, ami viszont már ütközést okozott a két cég védjegyei között. A fentiekből látható, hogy a Bentley Motors a Bentley Clothing után 25 évvel kezdett el a ruházati ipar felé nyitni az autógyártó márkaneve alatt. A márkanevek ütközése miatt pert indított a Bentley Clothing, ahol a bíróság a kis ruházati márká javára döntött. Az általános védjegyjogok értelmében egy bejegyzett védjegy megsértéséről akkor beszélünk, ha a megsértő fél a bejegyzett védjegy tulajdonosának hozzájárulása nélkül azonos logót vagy nevet használ saját áruira vagy szolgáltatásaira, annak ellenére, hogy ez az átlagos fogyasztó számára összezavarodást okozhat. Ebből

⁴¹ Lontai, Faludi, Gyertyánfy, Vékás: i. m. (13), p. 373.

⁴² Lontai, Faludi, Gyertyánfy, Vékás: i. m. (13), p. 388–390.

⁴³ Lontai, Faludi, Gyertyánfy, Vékás: i. m. (13), p. 390.

⁴⁴ Bentley Motors Ltd v Bentley 1962 Ltd [2020] EWCA Civ 1726.

⁴⁵ Trademark infringement: <https://www.tramatm.com/trademark-academy/article/trademark-infringement>.

kifolyólag 2019 novemberében a londoni felsőbíróság úgy ítélte meg, hogy az autógyártó cég megsértette a ruházati márka védjegyjogait azzal, hogy a BENTLEY szót a saját ruházati termékeihez kapcsolta. Ez az ítélet azt jelentette, hogy a Bentley Motorsnak nem szabad a nevet sem önmagában, sem logójával kombinálva használni a ruházati termékein. 2020 decemberében a Bentley Motors fellebbezett a döntés ellen, amelyet azonban később elutasítottak, és a végső bírósági ítélet értelmében az autóipari óriásnak meg kellett semmisítenie az összes olyan márkás ruházatát, amelyen a BENTLEY szó szerepelt.⁴⁶

Ez az eset rámutat arra, hogy védjegybitorlási ügyekben a cégméret nem feltétlenül játszik döntő szerepet; sokkal inkább a védjegyjogok tiszteletben tartása és a védjegyek korrekt használata a mérvadó. A jogi precedens azt is hangsúlyozza, hogy a védjegyoltalom alapvető fontosságú a márkák integritásának megőrzésében, függetlenül attól, hogy a védjegytulajdonos kisvállalkozás vagy multinacionális vállalat.⁴⁷

III. A VÉDJEGYJOG SZEREPE A DIVATIPARBAN

III.1. A divatmárkák gazdasági és szociális jelentősége

A divatmárkák gazdasági és szociális jelentőségét egyaránt lényeges bemutatni, mivel befolyásolják a fogyasztási szokásokat, a kulturális identitásokat és a gazdasági trendeket egyaránt. Gazdaságilag a divatmárkák hozzájárulnak a foglalkoztatáshoz, az exportbevételekhez és általában a nemzeti jövedelmekhez,⁴⁸ miközben személyes és kollektív identitások kifejeződési eszközöként is szolgálnak. A márka kialakítása és védelme létfontosságú a vállalati sikerhez, mivel a védjegyekkel védett márkák magasabb profitot és piaci értéket képviselnek. Szociális szempontból a divatmárkák befolyásolják az emberek önkifejezési módját és társadalmi álláspontját, mivel a divatipari változások támogatják a kulturális diverzitást és kreativitást. A divatmárkák amellet, hogy ruházati termékeket, egyfajta életérzést, stílust és közösségi hovatartozást is kínálnak, így befolyásolva az emberek önképét és társadalmi kapcsolatait.⁴⁹

Az elmúlt évszázadok változásai ebben az iparágban kiválóan szemléltetik, hogy a divat milyen mélyreható átalakuláson ment keresztül a funkcionális szükséglettől kezdve a művészi kifejezésig, majd a tömeggyártáson keresztül a fast fashionig. A 17. és 18. században a

⁴⁶ Jan Buza: Bentley Motors forced to abandon their clothing line after losing trademark dispute: <https://www.tramatm.cz/blog/category/other/bentley-motors-forced-to-abandon-their-clothing-line-after-losing-trademark>.

⁴⁷ I. m. (45).

⁴⁸ Együttműködési megállapodást kötött a Magyar Divat & Design Ügynökség a HEPA Magyar Exportfejlesztési Ügynökséggel: <https://hepa.hu/hirek/Egyuttmukodesi-megallapodast-kotott-a-Magyar-Divat-Design-Ugynokseg-a-HEPA-Magyar-Exportfejlesztesi-Ugynokseggel>.

⁴⁹ Kovács Kármén: Divattermékek és divatmárkák, mint a szimbolikus fogyasztás eszközei II. Marketing & Menedzsment, 39. évf. 6. sz., 2005, p. 33–35: <https://journals.lib.pte.hu/index.php/mm/article/view/1355>.

divat kizárólag a társadalom felső rétegei számára volt elérhető, ahol a ruházat elsősorban a státusz kifejezésére szolgált. Ez az időszak kizárólagos és egyedi tervezésű ruházatot jelentett, amelyet kézművesek készítettek, így a védjegyjogok kérdése még nem merült fel olyan formában, ahogy ma ismerjük. A varrógép feltalálása és a ruhagyártás iparosítása azonban gyökeresen megváltoztatta a gyártási folyamatokat, lehetővé téve a készruhák nagy mennyiségű gyártását. Az Egyesült Államok élre törése ebben a folyamatban és az készruházat világhozzátartóvá válása jelentős hatással volt a divatiparra. A fast fashion megjelenése – amely az olcsó, gyorsan változó trendeket előállító márkákat, mint pl. a H&M és a Zara foglalja magában – tovább bonyolította a helyzetet. Ezek a márkák gyakran kerülnek a „design piracy”, azaz tervezési kalózkodás vádjá alá, amely szerint a legújabb high fashion trendeket olcsó replikák formájában gyorsan piacra dobják, anélkül, hogy kompenzálnák az eredeti tervezőket. Ez a gyakorlat közvetlenül érinti a szellemi tulajdon-jogok megsértésének kérdését, rávilágítva arra, hogy a divatipar milyen kihívásokkal néz szembe a tervezések védelme és az eredeti művek jogainak biztosítása terén.⁵⁰

Ezzel párhuzamosan a luxusdivat világában, amely a minőségi anyagokra, az egyedi tervezésre és a kézműves kivitelezésre helyezi a hangsúlyt, kevésbé volt jellemző a gyors változás. Franciaország, Olaszország és az Egyesült Államok a luxusmárkák központjaiként a márkanevek és a tervezői logók számára kiemelkedő szerepet biztosítottak. Az amerikai divatipar példája is mutatja, hogy az iparág hogyan adaptálódott az évek alatt. Az Egyesült Államokban a gyártás folyamata lassan összeolvadt a magas hozzáadott értékű területekkel, mint a tervezés és a marketing, ami azt mutatja, hogy a divatipar sokkal több mint ruhagyártás; egy összetett rendszer, amely a védjegyjogok mellett számos jogterületet magában foglal.⁵¹

III.2. A digitalizáció hatása a divatiparra

A divatipar, ami a globális diszkont kiskereskedőktől az exkluzív luxusmárkákig terjed, erősen függ a globális gazdasági viszonyoktól, valamint a különféle trendektől és iparági változásoktól. Ez a szektor szembesül a költséghatékonyság irányába támasztott egyre növekvő elvárások nyomásával, ami miatt számos márká kezdeményezéseket indított annak érdekében, hogy javítsák a piacra lépés sebességét, egyúttal pedig fenntartható innovációt valósítsanak meg a terméktervezés, gyártás és ellátási láncuk folyamataiban. Emellett a fej-

⁵⁰ Dagmar Strukelj: Comparison of the Intellectual Property Protections Available for Fashion Designs in the U.S. and the EU. TTLF Working Papers No. 58, Stanford-Vienna Transatlantic Technology Law Forum, 2020, p. 10–11: <https://law.stanford.edu/publications/no-58-comparison-of-the-intellectual-property-protections-available-for-fashion-designs-in-the-u-s-and-the-eu/>.

⁵¹ The Economic Impact of the Fashion Industry: https://www.jec.senate.gov/public/_cache/files/638a7351-c79d-4f4d-b1f2-13a4a4ae7a77/jec-fashion-industry-report---sept-2015-update.pdf.

lett robotika, a mobilinternet, a virtuális valóság, valamint a mesterséges intelligencia alkalmazása felgyorsult, ami az egész iparágat, beleértve a divatipart is, felforgathatja.⁵²

Manapság az információs és kommunikációs technológiák jelentős hatással vannak a mindennapi életre és a legtöbb üzleti tevékenységre. Ennek megfelelően a divatipar is alkalmazkodik a digitális világhoz különböző szinteken, például a ruházatgyártási ciklusok, a menedzsment és az értékesítés terén, valamint a digitális eszközök segítségével történő kommunikációban. A digitális technológiák használatának és mennyiségének exponenciális növekedésével a fogyasztók már nem elégednek meg csupán azzal, hogy divattermékeket vásároljanak. A mai fogyasztók interakciót szeretnének a márkákkal, hozzá akarnak tartozni, befolyásolni szeretnék őket, és maguk is a márkát akarják képviselni. Sokaknak számít, hogyan néznek ki nyilvánosan és a közösségi médiában. Összességében, a fogyasztók többsége a vásárlás előtt, alatt és után is digitális csatornákat használ.⁵³

Manapság sok fogyasztó tökéletes funkcionalitást és azonnali támogatást vár el mindenkor. Hozzászoktak a gyors szállítási időkhöz, amit az a gyakorlat is elősegít, hogy egyes boltok, például a Farfetch nevű online luxusdivatüzlet, bizonyos városokban 90 percen belül házhoz szállítást kínálnak.⁵⁴ Ezért a digitalizációt elsődlegesen használó e-kereskedelmi vállalatok (az Amazontól az Alibabáig) továbbra is befektetnek a digitalizációba, hogy még inkább prémiumélményt nyújthassanak a vásárlóknak.⁵⁵

Mindazonáltal a kiskereskedelmi iparág vezetői is igyekeznek kiaknázni az olyan további digitális lehetőségeket üzleti tevékenységükben, mint az analitika, a mobilitás, a közösségi média és az intelligens beágyazott eszközök.⁵⁶ Sok divatvállalat átalakítja technológiai eszközeinek használatát, például a vállalatirányítási rendszerek segítségével, hogy megváltoztassák értékajánlataikat, ügyfélkapcsolataikat és belső folyamataikat. Ezért a világ minden táján lévő ruházati kiskereskedőknek tudatában kell lenniük az új trendeknek és innovációknak, ha versenyképesek szeretnének maradni a nagyobb üzletek mellett.⁵⁷

Jelenleg az adatok terjedése és a technológiai teljesítmény exponenciális növekedése megnyitotta az ajtót a nagy mennyiségű adatáramlás előtt. A rengeteg adat és a részletes ügyfélinformációk felhasználása a döntéshozatalban üzleti lehetőségeket kínál a divatértéklánc egészében, a dinamikus árképzéstől az optimalizált termékfeltöltésig.⁵⁸

⁵² Andrada-Ioana Stirbu: Digitalization in the fashion industry: <https://www.grin.com/document/463259>.

⁵³ Stirbu: i. m. (52), p. 14–16.

⁵⁴ Orders and delivery: <https://www.farfetch.com/hu/orders-and-shipping/>.

⁵⁵ Jóbi Attila: 2019 e-kereskedelmi trendjei: innováció vagy halál?: <https://kosarertek.hu/piac/2019-e-kereskedelmi-trendjei-innovacio-vagy-halal/>.

⁵⁶ Stirbu: i. m. (52).

⁵⁷ Bodáné dr. Kendrovics Rita, dr. Holovács Gabriella, dr. Kokasné dr. Palicska Livia, Kutasi Csaba, dr. Molnár Ernő, dr. Pataki Pál: Irányváltás a ruhaiparban: A hazai könnyűipar helyzetértékelése és fenntarthatósági kihívásai. Magyar Könnyűipari Szövetség, 2021, p. 8.: <https://www.tex2green.hu/hu/letoltesek>.

⁵⁸ Stirbu: i. m. (52), p. 14–16.

III.3. Az iparágban alkalmazott védjegyzstratégikák és piaci hatások

A Dior, az Adidas és hasonló neves márkák esetében a védjegy nem csupán a termékminőség garanciáját jelenti, hanem azonosulási pontot is biztosít a fogyasztók számára, amelyen keresztül a vállalatok identitásukat és hírnevüket kommunikálják. Ebben a kontextusban a védjegybejelentés nem pusztán adminisztratív lépés, hanem alapvető stratégiai döntés, amely az aktív és védekező stratégiák közötti választást foglalja magában. Az aktív stratégia a márkaépítésre és a piaci pozíció erősítésére összpontosít, míg a védekező stratégia arra törekszik, hogy megakadályozza a harmadik felek, különösen a versenytársak általi jogtalan hasznosítást.⁵⁹

A védjegyoltalom területi jellege miatt a vállalatoknak alaposan meg kell vizsgálniuk, hogy mely országokban és mikor szeretnék a márkájukat piacra vezetni. Az Európai Unióban az európai uniós védjegyzrendszer kínál egységes, hatékony megoldást, amennyiben az összes tagállamban védelemre van szükség.⁶⁰ Alternatívaként, ha a védjegyhasználat nem kifejezetten az Unió területre korlátozódik, a madridi rendszer jelenthet megoldást, ami a nemzetközi védjegybejelentési eljárásokat egyszerűsíti. Az uniós védjegyzrendszer sikere és az EU védjegyzszabályozásának fejlődése jól mutatja, hogy az integrált jogi keretek milyen előnyökkel járhatnak a vállalatok számára. A madridi rendszerrel együtt ezek a rendszerek lehetővé teszik a vállalatok számára, hogy hatékonyan védjék márkáikat a globális piacokon, biztosítva ezzel szellemi tulajdonuk védelmét, ami erősíti piaci pozíciójukat.⁶¹

Az amerikai gazdaság átalakulása a szolgáltatás- és technológiaorientált iparágak felé vette az irányt, ami egyben azt is jelenti, hogy az immateriális tőke – mint a szellemi tulajdon – adja a vállalatok fő értékét. A védjegyek kizárólagos használati jogot biztosítanak. Azonban a védjegyvédelem erősítése korlátokat szabhat a piaci versenynek. Az 1995. évi szövetségi védjegyhiágítási törvény (FTDA)⁶² és annak hatásai példaként szolgálnak arra, hogyan befolyásolhatják a jogi változások a vállalatok piaci stratégiáit. Az FTDA által nyújtott erősített védelem az érintett vállalatok számára növelte a nyereséget, de egyúttal korlátozta a piaci versenyt is, ami az új belépők számára megemelte a piakra lépés költségeit. Emellett a nagyobb védelemből kialakult monopolhelyzet okán a vállalatok termékpiaci stratégiája átalakult oly módon, hogy a termékminőség fenntartására és az innovációra való törekvés a háttérbe szorult. Ez az összefüggés rámutat arra, hogy a védjegyvédelemnek nemcsak elő-

⁵⁹ Dr. Frank Remmert: Trade Mark Filing Strategies In Europe: Selected Aspects Of The EC Trade Mark Reform. Les Nouvelles, 2015. szeptember, p. 172–173: <https://www.remmertz.legal/en/presse/sep15/LES-NOUVELLES-September-2015.pdf>.

⁶⁰ Európai Unió védjegy: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/europai-unios-vedjegy>.

⁶¹ Remmert: i. m. (59), p. 172–173.

⁶² Federal Trademark Dilution Act.

neyei, hanem a piacra gyakorolt komoly hatásai is vannak, amelyeket a vállalatoknak és a jogalkotóknak egyaránt figyelembe kell venniük.⁶³

III.4. A védjegyek hatása a fogyasztói magatartásra és az iparág marketingstratégiáira

A divatiparban a védjegyoltalom az az eszköz, ami lehetővé teszi a vállalatok számára, hogy megkülönböztessék magukat a versenytársaiktól. A védjegyek mellett, hogy egy vállalat termékeinek vagy szolgáltatásainak a minőségét garantálják, a vállalati identitás és hírnév kulcsfontosságú elemei is egyben.⁶⁴

A védjegyek, mint a láthatóság és hírnév forrásai, stratégiai eszközökké válnak azok számára, akik a termékdifferenciálódáson és az ügyfélhűségeen alapuló piacon szeretnének érvényesülni. Sikeres alkalmazásuk esetén a védjegyek olyan pszichológiai eszközök, amelyek befolyásolják a vásárlói preferenciákat és döntéseket, hiszen hozzájárulnak a felhasználók által érzékelt érték növeléséhez, magasabb haszonkulcsot eredményezve ezzel a védjegyet bejegyző vállalatok számára. Mind az innovatív, mind a nem innovatív vállalatok számára a védjegyek a szellemi tulajdon-jogok egyik fő formáját jelentik, melyek elsődleges gazdasági funkciója a minőség jelzése, a fogyasztói keresési költségek csökkentésének elősegítése és a vállalati márkaépítés támogatása. Egy erős védjegy ugyanis növelheti a termék vonzerejét és a fogyasztói keresletet, valamint segíthet a vásárlóknak gyorsan és hatékonyan döntéseket hozni a zsúfolt piacon.⁶⁵

A védjegyjog védelme nem korlátozódik a hagyományos értelemben vett termékekre és szolgáltatásokra; kiterjed az online térben való jelenlétre és láthatóságra is. A mai digitális világban, ahol a vásárlói szokások és a technológia rohamosan változik, a divatipar számára elengedhetetlen, hogy az online marketingstratégia és a védjegyoltalmi tevékenység összhangban legyen a megváltozott fogyasztói magatartással. Kutatások szerint a vásárlók jelentős része okostelefonját használja fel vásárlás előtt információgyűjtésre, ami rávilágít arra, hogy a márkák online láthatósága milyen fontos.⁶⁶

⁶³ Davidson Heath, Christopher Mace: The Strategic Effects of Trademark Protection. The Review of Financial Studies, 33. évf. 4. sz., 2020. április, p. 1848–1877: <https://www.cato.org/sites/cato.org/files/2019-11/research-brief-189.pdf>.

⁶⁴ Dr. Somogyi Viktória: A védjegy szerepe a vállalati siker elérésében. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 16. (126.) évf. 4. sz., 2021. augusztus, p. 22.

⁶⁵ Mirësi Çela: The importance of trademarks and a review of empirical studies. European Journal of Sustainable Development, 4. évf. 3. sz., 2015. október, p. 126–127: <https://ecsdev.org/ojs/index.php/ejsd/article/view/292>.

⁶⁶ Wood Ellis Stefani: Brand protection in the digital world. World Trademark Review: <https://www.worldtrademarkreview.com/global-guide/anti-counterfeiting-and-online-brand-enforcement/> 2020/article/brand-protection-in-the-digital-world.

IV. AZ ONLINE TÉR KIHÍVÁSAI A VÉDJEJOG SZEMSZÖGÉBŐL

Az e-kereskedelem exponenciális növekedése és a közösségimédia-felületek elterjedése az elmúlt években jelentősen megváltoztatta a divatipar működését. Az online kereskedelmi platformok, miközben új értékesítési csatornákat nyitnak meg a vállalatok előtt, gyakran válnak a hamisítványok terjesztésének központjaivá is. Ezek a hamisítványok nemcsak a fogyasztók biztonságát és jólétét veszélyeztetik, de a védjegytulajdonosok üzleti hírnevét és bevételét is aláássák, súlyos károkat okozva ezzel az egész iparágnak.⁶⁷

Emellett maguk az internetezők is gyakran használnak fel védjegyeket. Bár a közösségimédia-oldalak használati feltételeiben szerepelnek tiltó rendelkezések a harmadik felek szellemi tulajdon-jogának megsértésével kapcsolatban, az engedély nélküli védjegyhasználat kifejezetten ritkán kerül említésre. Ehelyett a keresőmotorok és közösségimédia-szolgáltatók technikailag lehetővé teszik az internetezők számára a védjegyek használatát, függetlenül attól, hogy a védjegytulajdonos engedélyezte-e ezt. Az internetezők különböző okokból osztanak meg védjegyeket, például logókat. Néhányan közülük megosztani kívánják közösségimédia-kapcsolataikkal a márkák iránti szeretetüket vagy utálatukat, amelynek a logó a szimbóluma. Mások számára a logó személyiségük egy részének kifejezését jelenti. Vannak olyan internetezők is, akik amolyan nyersanyagnak tekintik, amelyet szabadon felhasználhatnak kereskedelmi, művészeti vagy politikai üzenetek kifejezésére.⁶⁸

Az Európai Unióban az online platformokon elkövetett védjegyjogsértések problémájára reagálva a jogalkotók intézkedéseket hoztak, amelyek bizonyos körülmények között felelősségre vonják ezeket a vállalatokat. Az ilyen jogsértések több formát is ölthetnek, beleértve a hamisított termékek értékesítését, a kulcsszóreklámozást, a doménnevek jogosulatlan használatát és a védjegyek engedély nélküli felhasználását. Az EU jogi keretei, pl. az e-kereskedelmi irányelv⁶⁹ és a digitális szolgáltatásokról szóló rendelet (DSA),⁷⁰ megoldást nyújtanak az ilyen típusú jogsértések kezelésére, előírva az online platformok számára az illegális tartalmak észlelésére, jelzésére és eltávolítására vonatkozó szigorú követelményeket.⁷¹

⁶⁷ *Senna Toivoniemi*: Digital platform liability in case of a trademark infringement under EU Law focus on online marketplaces. Tallinn University of Technology, Tallinn, 2023, p. 16–19: <https://digikogu.taltech.ee/et/Download/4a542f8e-c914-49ab-b81f-4b59c7d4ebdc>.

⁶⁸ *Danny Friedmann*: Trademarks and Social Media: Towards Algorithmic Justice. Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham UK, 2015, p. 93.

⁶⁹ Az Európai Parlament és a Tanács 2000/31/EK irányelve (2000. június 8.) a belső piacon az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások, különösen az elektronikus kereskedelem, egyes jogi vonatkozásairól (az elektronikus kereskedelemről szóló irányelv).

⁷⁰ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (a digitális szolgáltatásokról szóló rendelet).

⁷¹ *Toivoniemi*: i. m. (67).

IV.1. Domének

IV.1.1. A domén fogalma

Az internet egy több ezer független hálózathoz álló hálózat, mindegyik több millió „host” számítógépet foglal magában. Ha két számítógép között kommunikációra van szükség, képeknek kell lenniük egymás azonosítására. Ezért az interneten kapcsolatot felvenni kívánó felhasználóknak rögzített címmel kell rendelkezniük ahhoz, hogy csatlakozni tudjanak egy másik, az internetre csatlakoztatott számítógéphez, és hozzáférjenek annak szolgáltatásaihoz. Az egyértelmű globális azonosítás érdekében az internetre csatlakoztatott minden egyes számítógépnek numerikus IP (Internet Protocol)-címe van. Hamar nyilvánvalóvá vált, hogy bár a numerikus címek megfelelő kommunikációs eszközök a számítógépek számára, az emberek neveket részesítenek előnyben a számokkal szemben. Így kifejlesztésre került egy rendszer, amely neveket rendel az internetre csatlakoztatott számítógépekhez az IP-címek mellett. Kialakult a „tartománynévrendszer” avagy DNS (Domain Name System), egy globális és egyértelmű névadási rendszer, amely hierarchikusan strukturált neveket rendel az internetre csatlakoztatott minden egyes számítógéphez.⁷²

A jelenlegi rendszerben számos név „top-level domain” azaz felső szintű domén (TLD) létezik. A .com (kereskedelmi célokra), az .edu (oktatási intézmények számára), a .net (hálózati szolgáltatók számítógépeihez), az .org (különböző szervezeteknek), melyek az egész világon minden internetező számára elérhetőek. Ezeket kiegészítik az úgynevezett kétbetűs országkód TLD-k (pl. .de Németország számára, .fr Franciaország számára vagy .hu Magyarország számára), melyek nemzeti regisztrációs irodák által vannak kezelve. Ezekon túlmenően léteznek olyan TLD-k is, amik speciális célokra vannak. Ilyen például a .gov (kormányzati szervek számára).⁷³

IV.1.2. Domén lehet védjegy?

A doménnevek használatának két lehetséges formáját kell megkülönböztetni. Az egyik a doménnev internetes címként való használata, ahol a doménnevet nem emelik ki vizuálisan mint védjegyet. Ebben az esetben a doménnevet hasonlóan lehet kezelni, mint egy telefonszámot, amely általában nem minősül védjegyként való használatnak. Másrészt a doménnevek nemcsak a felhasználók elérésére szolgáló eszközök, hanem azonosításukra is alkalmasak lehetnek, mivel ezek tudatosan választott betűkombinációk, amelyek vissza-

⁷² Torsten Bettinger: Trademark Law in Cyberspace – The Battle for Domén Names. International Review of Industrial Property and Copyright Law, 28. évf. 4. sz., 1998, p. 3–4: <https://www.bettinger.de/wp-content/uploads/2017/12/trademark-law-in-cyberspace.pdf>.

⁷³ Szerovay Krisztina: Útmutató az online jelenléthez jogászoknak – 1. rész: <https://jogaszvilag.hu/cegvilag/utmutato-az-online-jelenlethez-jogaszoknak-1-resz/>.

vezethetők a felhasználó saját vállalatára vagy kereskedelmi megnevezésére. A doménnev védjegyként történő használata akkor lehetséges, ha kiemelésre kerül mint cégjelzés az interneten, egy honlapon vagy az interneten kívül üzleti levelezésben, hirdetésekben vagy magukon a termékeken, mely utóbbi az Egyesült Államokban igen jellemző.⁷⁴ Tehát, ha maga a doménnev megfelel a védjegylajstromozás feltételeinek, akkor nincs akadálya annak, hogy védjegyoltalom alá kerüljön.⁷⁵

IV.1.3. A jogvédelem eszközei

Az internet korai napjaiban a doménnevek olcsó regisztrációs költségei és a kisebb internetes elővigyázatosság lehetővé tette egyesek számára, hogy nyereséget termeljenek híres márkanevek jogtalan használatával. Ez a gyakorlat „cybersquatting” elnevezéssel vált ismertté, ami magyarul a doménkalózkodás⁷⁶ szóval fejezhető ki. Az olyan hírhedt esetek, mint a Dennis Toeppen által regisztrált doménnevek,⁷⁷ rávilágítanak a digitális térben a védjegyjogok érvényesítésének kihívásaira. Toeppen ugyanis ismert védjegyekkel azonos vagy hasonló doménneveket regisztrált, majd jelentős felárral kínálta azokat eladásra a védjegytulajdonosoknak. Ezek az esetek a jogalkotókat és a bíróságokat arra ösztönözték, hogy újraértékeljék és megerősítsék a védjegyjogok védelmét az online környezetben, biztosítva, hogy a védjegytulajdonosok hatékonyan léphessenek fel a jogsértésekkel szemben.⁷⁸

Például az Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN)⁷⁹ által jóváhagyott Uniform Domain Name Dispute Resolution Policy (UDRP) célja, hogy egy hatékony, költséghatékony és általánosan alkalmazható eljárás legyen biztosítva a doménnévviták rendezésére. Az UDRP, amelyet 1999 decemberében vezettek be, az ICANN által akkreditált regisztrátorok által kezelt gTLD-k, mint a .com, .net és .org esetében alkalmazandó. A szabályzat három alapvető feltételt szab meg a panasztevők számára: a vitatott doménnévnek azonosnak vagy megtévesztően hasonlóknak kell lennie a panasztevő védjegyével; az ellenérdekű félnek nincs joga vagy jogos érdeke a doménnévvel kapcsolatban; a doménnevet

⁷⁴ Bettinger: i. m. (72).

⁷⁵ Védjegyek és a doménnevek: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/vedjegy/mire-kell-odafigyelnem-ha-mar-van-vedjegyem/vedjegyek-es-a-domennevek>.

⁷⁶ A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak: Jelentés a „eu” felső szintű domén bevezetéséről, működéséről és eredményességéről. Brüsszel, 2007. 07. 06., p. 5: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0385:FIN:HU:PDF>.

⁷⁷ Panavision Int'l, L.P. v. Toeppen, 141 F.3d 1316 (9th Cir. 1998).

⁷⁸ Michael Karanickolas: The New Cybersquatters: The Evolution of Trademark Enforcement in the Domain Name Space. Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, 30. évf. 2. sz., 2020, p. 413–418: <https://ir.lawnet.fordham.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1743&context=iplj>.

⁷⁹ 1998-ban alapított nonprofit cég, mely egyedi név/telefonszám felhasználásával segíti elő, hogy az emberek könnyebben kapcsolatba tudjanak lépni egymással az interneten. Honlapjuk: https://www.icann.org/resources/pages/dndr-2012-02-25-en?fbclid=IwAR187favJpKEY81EoQ39PpgjpnP_eGIGvhaFdXpcEI nu16t1kWJTVS6dEFc.

rosszhiszeműen regisztrálták és használták.⁸⁰ Az UDRP alkalmazása az .info, .pro, .name, és .museum gTLD-kre is kiterjed, léteztek olyan irányelvek is, melyek szerint a .coop, .aero és .biz domének esetében további eljárások is alkalmazásra kerülhettek, mint például a .biz esetében a Start-up Trademark Opposition Policy (STOP), amely a védjegyjogosultak számára kedvezőbb változata volt az UDRP-nek.⁸¹ Az UDRP alapján indított eljárásokat nem az ICANN, hanem különálló választottbíróági fórumok – mint például a Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO) Vitarendezési és Mediációs Központja – bírálja el. A WIPO központja 1999 óta működik, és számos rosszhiszemű doménnév-regisztrációval kapcsolatos ügyet kezelt már, amelyek döntő többségében a doménnevek átruházásával zárultak. Az UDRP és a WIPO által alkalmazott eljárások célja a védjegyjogok tiszteletben tartásának biztosítása az online térben, miközben lehetővé teszik a viták gyors és hatékony rendezését.⁸²

Az UDRP-re alapozott eljárásokban a fent ismertetett feltételek konjunktív érvényesülésének szükségességét a következő esetek jól szemléltetik. Az egyik a Lancome Parfums et Beaute & Cie, L'Oréal v. 10 Selling esete. Ebben a jogesetben a vitatott doménnevek alapjául szolgáló védjegyek a LANCOME és a L'OREAL. Mindkét védjegy számos országban áll oltalom alatt, többek között az USA-ban is. Emellett a világszerte ismert vállalatok a márkanévüket tartalmazó doménneveket is levédették. Ennek ellenére, azok kombinációs lehetőségei miatt, további olyan doménnevek lettek az ellenérdekű fél által regisztrálva, melyek ugyancsak a LANCOME és a L'OREAL márkával azonosíthatók. Ilyen volt például a következő: „officialoutletloreal.com.” Az esetet megelőzően a panaszosok többször is felszólították az ellenérdekű felet és a doménregisztrációt végző szolgáltatót, hogy hagyjanak fel a doménnevek használatával, de ezek a próbálkozások nem vezettek eredményre. A panaszosok kifejezték álláspontjukat, miszerint a vitatott doménnevek azonosak vagy megtévesztően hasonlítanak a védjegyeikre, mivel teljes egészében reprodukálják a LANCOME és L'OREAL védjegyeket, az ellenérdekű félnek viszont nincs jogos érdeke a doménnevek használatához, és rosszhiszeműen regisztrálta, illetve használja azokat. Ebben az ügyben a testület elfogadta a panaszosok érvelését, és megállapította, hogy mivel az megfelelt az UDRP által szabott összes követelménynek, a vitatott doménneveket át kell adni a panaszosoknak.⁸³

A másik jogeset az Armani v A.R. Mani közötti jogvita az armani.com doménnév regisztrációjával volt kapcsolatos, ami az Armani divatház védjegyét sértette.⁸⁴ Nem volt kér-

⁸⁰ Cserba Veronika: A szellemi tulajdon és a doménnév-regisztráció érintkezési felületei: https://www.szttnh.gov.hu/domen/Itemakor_domennev_2006junius.pdf.

⁸¹ Domain Name Dispute Resolution Policies: <https://www.icann.org/resources/pages/dndr-2012-02-25-en?fbclid=IwAR3h6suLTWJseawBW8rRV0Q0GotUFhUuZpCiJFVJKC6fTpHTqJfHmZzE>.

⁸² Cserba Veronika: A védjegyek és a doménnevek ütközésének kérdése: nemzetközi és hazai fejlemények. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 106. évf. 6. sz., 2001. december: https://www.szttnh.gov.hu/hu/kiadv/ipsz/200112/a_vedjegyek.html#2b.

⁸³ L'Oréal, Lancôme Parfums et Beaute & Cie v. InfoChina Ltd., Case No. D2008-0981, WIPO Arbitration and Mediation Center, Administrative Panel Decision.

⁸⁴ G. A. Modfine S.A. v. A.R. Mani, Case No. D2001-0537, WIPO Arbitration and Mediation Center, Administrative Panel Decision.

déses, hogy Armani divatház védjegyoltalommal rendelkezett az ARMANI névre, amellyel az ügy tárgyat képező doménnév azonos volt. Viszont ebben az esetben az ellenérdekű fél tudta bizonyítani, hogy valódi neve Anand Ramnath Mani, és 1981 óta legitim módon működteti grafikai tervező-/illusztrátorvállalkozását A.R. Mani néven, így az általa regisztrált doménnévvel kapcsolatos rosszhiszeműsége már nem volt megállapítható. Így a testület nem rendelte el a doménnév átadását a divatháznak, mivel nem felelt meg a panasz a UDRP összes követelményének.⁸⁵

IV.2. Kereskedelmi platformok

IV.2.1. Az online kereskedelem fejlődése

Az e-kereskedelem és a digitális szolgáltatások területén végbemenő fejlődés a jogalkotásra is hatással van. Az e-kereskedelemtől szóló irányelv, összhangban az 2015/1535-ös irányelvvel,⁸⁶ az információs társadalom szolgáltatásaiaként definiálja a digitális szolgáltatásokat, amelyek az igénybevevők külön kérésére, általában díjazás ellenében, elektronikus úton nyújtott szolgáltatások. Az érintett szolgáltatások közé tartoznak az online üzletek, e-játékok, alkalmazások, fizetési szolgáltatások és az online közvetítők, mint például az e-kereskedelmi piacterek és közösségi hálózatok.⁸⁷

Az Európai Bizottság 2020-as adatai szerint az e-kereskedelem folyamatos növekedése figyelhető meg, amelynek eredményeként az európai vállalkozások mintegy 20%-a érintett az online piacokon. Ez az arány jelentős, hiszen több mint 40% ezek közül online platformokat használ az ügyfelek eléréséhez, ami 70%-os növekedést eredményezett az online vásárlások terén.⁸⁸ Az e-kereskedelem és a digitális szolgáltatások új piacokhoz és fogyasztói szegmensekhez való hozzáférés lehetőségét nyújtják a kis- és középvállalkozások számára, illetve alacsonyabb árakat biztosítanak a fogyasztóknak, és javítják a területi kohéziót az Unióban, csökkentve a piacok közötti földrajzi függőségeket.⁸⁹

A divatipar számára ez a fejlődés lehetőséget jelent a globális piacokon való bővülésre, az ügyfélkör szélesítésére és az ügyfélművelés javítására. Az online piacterek és platformok

⁸⁵ Swan Turton: Armani v A.R. Mani: <https://swanturton.com/armani-v-ar-mani/>.

⁸⁶ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2015/1535 irányelve (2015. szeptember 9.) a műszaki szabályokkal és az információs társadalom szolgáltatásaira vonatkozó szabályokkal kapcsolatos információszolgáltatási eljárás megállapításáról.

⁸⁷ Ludovica Cammarone: The luxury counterfeit market: trademark protection in the online ecosystem. Luiss Guido Carli University, LuissThesis, 2022, p. 52–53: <http://tesi.luiss.it/35035/>.

⁸⁸ European Commission: Impact Assessment Accompanying the document Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC: https://eur-lex.europa.eu/resource.html?uri=cellar:5ebd61c9-3f82-11eb-b27b-01aa75ed71a1.0001.02/DOC_1&format=PDF.

⁸⁹ Cammarone: i. m. (87).

által nyújtott láthatóság és elérhetőség lehetővé teszi a márkák számára, hogy közvetlen kapcsolatot alakítsanak ki vásárlóikkal, személyre szabott ajánlatokat kínáljanak, valamint azonnali visszajelzést kapjanak termékeikről és szolgáltatásaikról.⁹⁰

IV.2.2. Az internetes bitorlás és hamisítás megelőzése

Az online platformok rohamos terjedése és az e-kereskedelem növekedése új lehetőségeket nyitott meg a márkák számára, hogy globális közönséget érjenek el. Azonban ezek a fejlemények nemcsak lehetőségeket, hanem problémákat is jelentenek a védjegyoltalom terén. A hamisítás és bitorlás valós fenyegetést jelent a márkák számára az internet sebességével történő terjesztésük miatt, hiszen egyetlen kattintással a fogyasztók és a márkák a bűnözők hálójában találhatják magukat, ami aláássa az ügyfelek bizalmát, és rontja a vállalatok hírnevét.⁹¹ Ezt a jelenséget a COVID-19 pandémia csak még tovább fokozta. Az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO) adatai szerint a hamisított áruk importja jelentős gazdasági veszteséget jelent Európának.⁹² Tehát az internetes jelenlét, miközben lehetőséget biztosít a vállalkozások globális terjeszkedésére, növeli a hamisított termékek terjesztésének kockázatát is.⁹³

A digitális szolgáltatások online környezetben történő szabályozásában az Európai Unió által bevezetett digitális szolgáltatásokról szóló rendelet (DSA) és a digitális piacokról szóló jogszabály (DMA)⁹⁴ játszik fontos szerepet, biztosítva a fogyasztók jogainak védelmét és a digitális piacok igazságosságát. Az értesítési és eltávolítási eljárás kulcsfontosságú eszköz a szellemi tulajdon-jogok megsértése elleni küzdelemben. Ez lehetővé teszi a jogosultak számára, hogy gyorsan cselekedjenek a jogsértő tartalmak eltávolítása érdekében. Az online piacterek és közvetítőszolgáltatók szerepe és felelőssége kritikus ebben a folyamatban, mivel ők kezelik a különböző tartalmakat, és hozzájárulhatnak a jogsértések megelőzéséhez.⁹⁵

⁹⁰ Christian Smales: The Importance of eCommerce to the Fashion and Apparel Industry: <https://www.datafeedwatch.com/blog/ecommerce-and-the-fashion-industry>.

⁹¹ Gyarakai Réka Eszter: A számítógépes bűnözés nyomozásának problémái. Pécsi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi Karának Doktori Iskolája, Pécs, 2018, p. 31–34: <https://ajk.pte.hu/files/file/doktori-iskola/gyarakai-reka/gyarakai-reka-muhelyvita-ertekezes.pdf>.

⁹² Százmillió eurós bevételkiesést és több ezer munkahely megszűnését okozta a hamis termékek forgalmazása Magyarországon: https://www.sztnh.gov.hu/hu/hirek/sztnh-hirek/hirek-esemenyek/sajtokozlemeney-szazmillio-euros-bevetelkiesest-es-tobb ezer-fbclid=1wAR0PTxOgL-HLCxeA_fG-TMpfMOr80JcVx7JISIZy4I_ETGXluFL3sP6Lfdo.

⁹³ Cammarone: i. m. (87).

⁹⁴ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (a digitális piacokról szóló jogszabály).

⁹⁵ Milyen jogi lépéseket tehet a hamisítóval szemben?: <https://www.hamisitasellen.hu/vallalkozasoknak/milyen-jogi-lepeseket-tehet-a-hamisitoval-szemben/>.

IV.2.3. A kereskedelmi platformok felelőssége

Az Egyesült Államok Fellebbviteli Bírósága nemrég olyan ítéletet hozott, amely jelentős az online piacterekkel szemben támasztott jogi elvárásokkal kapcsolatban, különösen azokban az esetekben, amikor az eladások mások védjegyeit sértik. A Brandy Melville és a Redbubble közötti jogesetben⁹⁶ a bíróság először foglalkozott a hozzájáruló védjegybitorlási felelősséggel, kimondva, hogy az online piacterek csak akkor vonhatók felelősségre védjegybitorlási ügyekben, ha konkrét tudomásuk van az adott jogsértésről. Ez az ítélet különösen fontos a Redbubble és hasonló online piacterek számára, amelyek nemcsak platformot biztosítanak az eladók számára a termékeik értékesítésére, hanem aktívan részt vesznek a termékek marketingjében, és saját márkajelzésüket is hozzáadják az eladott árukhoz. Eddig a bíróságok különbözőképpen kezelték a védjegyjogok megsértését, de ez az jogeset új irányt mutatott.⁹⁷

A Redbubble ellen a Brandy Melville által indított perben a vád szerint a Redbubble lehetővé tette felhasználói számára, hogy a Brandy Melville védjegyeit felhasználva termékeket hozzanak létre és értékesítsenek a Redbubble weboldalán. A bíróság végül a Brandy Melville javára döntött, 20 000 dollár kártérítést ítélve meg a márkának. Az ítélet azonban nem állt meg itt; az Egyesült Államok Fellebbviteli Bírósága újra megvizsgálta a hozzájáruló védjegybitorlási felelősség standardjait, hangsúlyozva, hogy a piactereknek specifikus tudásuk kell legyen a jogsértésről ahhoz, hogy felelősségre vonhatóak legyenek. A döntés különös figyelmet fordít a jövőbeli és a helyrehozhatatlan károkra is, rámutatva, hogy a késedelem nem feltétlenül zárja ki a további károk bekövetkeztének lehetőségét.⁹⁸

Az Európai Bíróság jogesetei közül érdeklődésre tartanak számot az Amazonnal kapcsolatos esetek is. Az egyik az Amazon és Louboutin közötti jogi vita, amelyben olyan fontos kérdések merültek fel, amelyek a webáruházak jogi felelősségével kapcsolatosak a védjegyjogsértések tekintetében. A jogeset rávilágított arra, hogy egy webáruház, mint az Amazon, felelőssé tehető a védjegyjogsértésekért, ha a jogsértő termékeket saját neve alatt, saját logójával ellátva hirdeti és értékesíti. Ez különösen akkor áll fenn, ha az átlagosan tájékozott fogyasztó az Amazonon megjelenő hirdetéseket meglátva azt gondolhatja, hogy a védjeggyel védett termék és az Amazon szolgáltatásai között kapcsolat áll fenn. A bíróság vizsgálata során fontos szempont volt az is, hogy az Amazon mennyiben játszik aktív szerepet a jogsértésben azzal, hogy saját neve alatt teszi közzé a hirdetéseket. Korábbi esetekhez képest egy új elem, hogy az Amazon nemcsak hirdeti, hanem raktározza és ki is szállítja a jogsértő termékeket, amelyek az Amazon platformján keresztül kerülnek értékesítésre. A tagállami bíróságok feladata, hogy az előzetes döntés alapján mérlegeljék, egy webshop hirdetésével megsérti-e a harmadik fél bejegyzett védjegyét, különösen ha a hirdetésből

⁹⁶ Y.Y.G.M. SA v. Redbubble, Inc., No. 21-56236, (9th Cir. 2023).

⁹⁷ Nicolette Shamsian: Navigating Fashion Trademark Infringement in Online Marketplaces: <https://abovethelaw.com/2023/08/navigating-fashion-trademark-infringement-in-online-marketplaces/>.

⁹⁸ Shamsian: i. m. (97).

nem egyértelmű, hogy a webshop harmadik fél nevében vagy saját neve alatt forgalmazza az adott terméket.⁹⁹

A másik jogeset pedig a Coty luxuskosmetikai gyártó cég és harmadik felek online platformjai (például az Amazon)¹⁰⁰ közötti eset. Az Európai Unió Bírósága kimondta, hogy a luxusáruk természetének védelme érdekében a luxusmárkák tulajdonosai korlátozhatják áruik értékesítését hivatalos forgalmazóik által harmadik felek online platformjain. Az ügy eredeti célja az volt, hogy megállapítsa, vajon az ilyen korlátozások ellentétesek-e az európai versenyjoggal. Azonban a szellemi tulajdonhoz is kapcsolódó jogeset, mivel a védjegytulajdonosok azon képességére összpontosít, hogy megvédjék luxusmárkaik értékét, amikor termékeiket hivatalos forgalmazóik harmadik felek olyan online platformjaira értékesítik, amelyekkel a márkatulajdonosok általában nem állnak kapcsolatban. Ebben az esetben az EUB lényegében kimondta, hogy a Coty, amely számos márkás illatanyag – mint például a CALVIN KLEIN és PRADA licenceit birtokolja – megakadályozhatja a márkákat abban, hogy termékeiket harmadik felek internetes kiskereskedelmi oldalain értékesítsék.¹⁰¹

IV.3. Keresőmotorok

Az internetes keresőmotorok, mint például a Google Adwords programja, további kihívásokat jelentenek a védjegytulajdonosok számára. A hirdetési link megjelenése a „szponzorált linkek” szekcióban, ami kulcsszavak alapján történik, új kérdéseket vet fel a „használat” meghatározásával és a védjegybitorlással kapcsolatban. Világszerte számos per folyik a Google ellen védjegyjogok megsértése miatt, amelyek az Adwords program körül forognak.¹⁰²

Az egyik ilyen jogeset a Louis Vuitton Malletier SA és mások kontra Google France SARL és Google Inc. között zajlott, és a védjegyek internetes használatára, különösen a keresőmotorok általi kulcsszavas hirdetésre összpontosított. A vita arról szólt, hogy a Google engedélyezte a hirdetőknak, hogy a LOUIS VUITTON védjegyeket kulcsszóként használják, ami versenytársak oldalaira vagy hamisítványokat kínáló oldalakra irányító linkek megjelenítéséhez vezetett, amikor a felhasználók a LOUIS VUITTON szóvédjegyet írták be a keresőbe. Az Európai Bíróság ítélete szerint egy internetes hivatkozási szolgáltató, amely kulcsszóként tárol egy védjeggyel azonos jelzést, és ezen alapuló hirdetéseket jelenít meg, nem valósít meg használatot. Az ítélet megerősítette, hogy a szolgáltató által végzett tevékenység ke-

⁹⁹ C-184/21. sz. Christian Louboutin kontra Amazon.com Inc. és Amazon Services LLC. jogeset.

¹⁰⁰ C-230/16. sz. Coty Germany GmbH kontra Parfümerie Akzente GmbH jogeset (ECLI:EU:C:2017:603).

¹⁰¹ John Zarocostas: The role of IP rights in the fashion business: a US perspective. WIPO Magazine, 4. sz., 2018. augusztus: https://www.wipo.int/wipo_magazine/en/2018/04/article_0006.html.

¹⁰² Mark Bartholomew: Making a Mark in the Internet Economy: A Trademark Analysis of Search Engine Advertising. Oklahoma Law Review, 58. évf. 2. sz., 2005, p. 179–220: https://digitalcommons.law.ou.edu/olr/vol58/iss2/2/?utm_source=digitalcommons.law.ou.edu%2Folr%2Fvol58%2Fiss2%2F2%2F2&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages.

reszkedelmi jellegű, de ez önmagában nem jelenti azt, hogy a szolgáltató maga használná a védjegyet. A Bíróság továbbá megállapította, hogy a hirdető általi kulcsszóként történő használat, amikor a hirdető a védjegyjogosult versenytársának áruit vagy szolgáltatásait kívánja reklámozni, védjegyhasználatnak minősül az érintett hirdető áruival vagy szolgáltatásaival kapcsolatban. Az ítélet hangsúlyozta, hogy a védjegyjogosult megtilthatja az ilyen használatot, ha az átlagos internetező számára nehézséget okoz az áruk vagy szolgáltatások eredetének megállapítása. Végül az ítélet kitért az e-kereskedelemről szóló irányelvre is, kiemelve, hogy az internetes hivatkozási szolgáltató nem tartozik felelősséggel az általa tárolt adatokért, ha nem játszott aktív szerepet az azok feletti ellenőrzésben, és ha tudomást szerezve az adatok jogsértő jellegéről gyorsan intézkedik az adatok eltávolítása vagy az azokhoz való hozzáférés letiltása érdekében.¹⁰³

IV.4. A közösségi média

A közösségimédia-szolgáltatók szolgáltatási feltételeiben gyakran szerepel, hogy az internetezők engedélyezik a szolgáltatók számára, hogy nem kizárólagos, átruházható, allicencelhető, jogdíjmentes, világszerte érvényes licencet adjanak az általuk megosztott szellemi tulajdon használatára. Minden közösségimédia-platform világossá teszi, hogy nem vállal felelősséget a szellemi tulajdon-jogok felhasználók általi megsértéséért, ugyanakkor szigorúan védelmezik és érvényesítik saját szellemi tulajdon-jogaikat. Érdekes ellentét figyelhető meg abban, hogyan kezelik a védjegytulajdonosok jogainak megsértését: bár a szolgáltatók ösztönzik a tartalom megosztását, kevésbé tűnnek érdekeltnek más vállalatok védjegyeinek védelmében annak ellenére, hogy ezek a vállalatok hirdetések és adatok formájában ügyfeleik. Például a Pinterest kettős mércét alkalmaz: megengedi a felhasználóknak, hogy bármilyen képet – beleértve a védjegylogókat is – a saját elektronikus hirdetőtáblájukra „tűzzenek” ellenőrzés nélkül, míg ha a védjegylogó a Pinteresté, írásbeli engedélyt kell kérni. Megállapítható tehát, hogy minden közösségimédia-platform igyekszik mentesíteni magát a felhasználók által beküldött, jogokat sértő tartalmakért való felelősség alól.¹⁰⁴

IV.4.1. Közösségimédia-marketing

A közösségimédia-marketing úgy definiálható, mint azon módszerek összessége, amelyek az internet segítségével célzott csoportok figyelmének felkeltésére, termékek, szolgáltatások vagy márkák népszerűsítésére irányulnak, ahol az emberek online megosztják véleményü-

¹⁰³ C-236/08–C-238/08 [2010], Google France SARL and Google, Inc. v. Louis Vuitton Malletier SA and Others.

¹⁰⁴ Friedmann: i. m. (68), p. 70–71.

ket, beszélgetnek róluk és ajánlásokat tesznek. A digitális marketing az 1990-es és 2000-es években kezdett el fejlődni, és azóta a divatmárkák egyre gyakrabban használják.¹⁰⁵

A közösségimédia-marketing folyamatosan változik, különösen a tartalom létrehozásának, megosztásának, fogyasztásának és a márka terjesztésének módját tekintve. Az ilyen típusú marketing állandó használata javíthatja a fogyasztói bizalmat, kapcsolati tőkét, márkaértéket, márkapreferenciát, márkaismertséget és -hűséget a fogyasztók részéről, és lehetővé teszi a márkák számára, hogy magasabb árakat szabjanak meg a termékeikért. A közösségi média potenciálisan az egyik leghatékonyabb és leghasznosabb csatorna a fogyasztók célzására, a márkaismertség terjesztésére, illetve a termékek és szolgáltatások népszerűsítésére. Bár a hagyományos marketingeszközök, mint a tévéreklámok, óriásplakátok és a rádió, hatékony csatornák, amelyeket sok éven át alkalmaztak, a közösségi média lehetővé teszi ugyanezen reklámok terjesztését kevesebb erőfeszítéssel és költséggel egy szélesebb közönség számára. Ráadásul a közösségi média viszonylag költségmentes eszköz más kommunikációs csatornákhöz képest, ami lehetővé teszi minden vállalkozás számára – a kis startupoktól a nagyvállalatokig –, hogy egyenlő lehetőséget kapjanak az interneten való jelenlétük és hírnevük kiépítésére.¹⁰⁶

IV.4.2. Az influencerek felelőssége

A közösségimédia-marketing mára milliárdos üzletté nőtte ki magát Európában. Influencerek alkalmazása a közösségi médiában az egész kontinensen bevált marketingtechnikaként ismert, mely a kis közösségeken belüli megbízható személyek általi információátmogatót használja ki.¹⁰⁷ Ez a promóciós forma amiatt is egyre népszerűbb, mert mindkét fél számára előnyös. Az influencerek jelentős összegeket kereshetnek, míg a márkák célzott, nagy közönség elé tudják tárni termékeiket. Azonban ez az reklámozási forma bizonyos kockázatokkal is jár, beleértve a védjegyjogokkal kapcsolatos potenciális felelősséget.¹⁰⁸

Egy amerikai példa jól jelzi a problémát. A jogeset a Petunia Products, Inc. kontra Rodan & Fields, LLC és Molly Sims¹⁰⁹ között zajlott. A jogesetben Molly Sims influencer került felelősségre vonásra, aki egy BROW DEFINING BOOST nevű szemöldöktermékről készített

¹⁰⁵ Valeriya Savyak: The Impact of Influencer Marketing on Brand Image and Brand's Trustworthiness in the Fashion Industry. Modul University Vienna, Vienna, 2023, p. 14–16.: https://www.modul.ac.at/uploads/files/Theses/Bachelor/Undergrad_2023/BSC_2023/61904123_SAVYAK_Valeriya_BSc_Thesis.pdf.

¹⁰⁶ Savyak: i. m. (105), p. 14–16.

¹⁰⁷ Abigail Dagher: The Influencers and the Influenced: Effects of Social Media Influencers on Enforcement of Trademark Law in the U.S. and Europe. Emory International Law Review, 37. évf. 4. sz., 2023, p. 763–764: <https://scholarlycommons.law.emory.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1318&context=eilr>.

¹⁰⁸ Carlianna Dengel: United States: Can Social Media Influencers Be Liable for Trademark Infringement?: <https://www.mondaq.com/unitedstates/trademark/1327412/can-social-media-influencers-be-liable-for-trademark-infringement>.

¹⁰⁹ Petunia Products, Inc. kontra Rodan & Fields, LLC és Molly Sims 8:2021cv00630 sz. jogeset.

blogbejegyzéseket, és ajánlotta követőinek, amit a Rodan & Fields készített. A Petunia Products azt állította, hogy Sims magatartása ezzel megsértette BROW BOOST védjegyüket. Egy védjegybitorlási igény alátámasztásához a felperesnek be kell bizonyítania, hogy az alperes kereskedelmi forgalomban használta a felperes védjegyét, és ez valószínűleg összezavarta a vásárlókat a termék forrását illetően. Sims azzal érvelt, hogy mint egy harmadik fél, aki csupán egy más által készített és eladott jogsértő termékről beszélt, nem kellene, hogy felelősségre vonható legyen. Azonban a bíróság ezzel nem értett egyet. Mivel Sims maga is elismerte egy bejegyzésben, hogy a termék szponzorált volt a Rodan & Fields által, és a bejegyzés tartalmazott linkeket is a Rodan & Fields weboldalára, ahol a BROW DEFINING BOOST megvásárolható volt, a bíróság úgy ítélte meg, hogy a bejegyzést fizetett hirdetésnek lehet tekinteni. Továbbá, a Rodan & Fields termékei hasonló nevűek, mint a BROW BOOST, és hasonló módon értékesítették őket. Így az ítélet szerint ebben az esetben megállapítható volt a védjegybitorlás.¹¹⁰

Egy másik példa: Olaszországban az influencermarketing jogszabályait egyaránt formálja a törvényhozás és az önszabályozás. Az olasz fogyasztói kódex kulcsfontosságú rendelkezéseket tartalmaz a közösségimédia-influencerekkel kapcsolatban, és a hirdetések őszinteségére és átláthatóságára helyez hangsúlyt, míg az olasz polgári törvénykönyv a tisztességtelen verseny szabályait foglalja magába. Az olasz önszabályozó reklámtestület¹¹¹ pedig egy non-profit szervezet, amelyet az Olasz Legfelsőbb Bíróság is elismer mint az ország marketing- és reklámgyakorlatának meghatározó forrását. 2017-ben Olaszország lett az első európai ország, amely beavatkozott az influencermarketing területére, „felkérve” az influencereket, hogy jelöljék meg üzleti kapcsolataik kereskedelmi jellegét promóciós bejegyzéseikben az Olasz Versenyhivatalon (AGCM)¹¹² keresztül. A Ferrari S.p.A. v. Philipp Plein International AG-jogesetben¹¹³ a divattervező Instagram-bejegyzése került vizsgálat alá, amely egy Ferrari motorháztetőjére helyezett cipőket ábrázolt, ahol az autó logója kiemelten látható volt. A bíróság megállapította, hogy ez azzal a lehetőséggel járt, hogy a fogyasztók tévesen hihették, hogy a két márka partnerségben áll. Plein annak ellenére, hogy megkapta a FERRARI védjegy használatának abbahagyására felszólító levelét, továbbra is használta az autógyártó logóját az Instagramon, miközben egy általa tervezett overált promótált. A bíróság először ismertette a Ferrari védjegyeit, majd megállapította, hogy azok kiterjedtebb védelemre jogosultak az olasz szabályozás és az (EU) 2017/1001 rendelete alapján, amely a védjegy tulajdonosoknak jogot ad arra, hogy megakadályozzák harmadik felek kereskedelmi célokra történő használatát.¹¹⁴

¹¹⁰ Dengel: i. m. (108).

¹¹¹ Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP).

¹¹² Autorita' Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM).

¹¹³ FERRARI S.p.A. v. Philipp Plein International AG, RG n. 17898/2018.

¹¹⁴ Dagher: i. m. (107), p. 766–768.

V. METAVERZUMOK

V.1. A metaverzumok definíciója, fejlődése

A „metaverzum” kifejezés a digitális világ egy új dimenzióját jelenti, ahol a virtuális és a fizikai valóság határai elmosódnak. Ez a koncepció új médiumnak és új alkalmazástípusnak egyaránt tekinthető. A metaverzum a virtuális valóság (VR) és az augmentált valóság (AR) technológiák egyesítésével teremt meg állandó virtuális világokat, amelyek függetlenek a fizikai jelenléttől, és folyamatosan léteznek. Ez a koncepció átforgalmazza az interakció módját a technológiával, lehetővé téve az emberek számára, hogy új módon lépjenek kapcsolatba egymással és a digitális tartalmakkal.¹¹⁵

A digitális kor előretörésével és a virtuális világok – mint a Second Life, a Minecraft, a Roblox és a World of Warcraft – népszerűségének növekedésével a felhasználói feltételek és a szellemi tulajdon-jogok védelme központi szerepet kapott. Ezek a platformok részletes felhasználási feltételeket dolgoztak ki, amelyek szabályozzák a felhasználók viselkedését, védelmet nyújtva ezzel mind a felhasználók, mind a vállalatok számára. A felhasználási feltételek alapvetően tiltják a csalást, a hackelést, a személyes adatok illetéktelen megosztását, a gyűlöletbeszédet és a nem megfelelő tartalmak terjesztését, ezáltal biztosítva egy biztonságos és tiszteletteljes környezetet a felhasználók számára.¹¹⁶

A virtuális világokban való tartalomlétrehozás szabadságát a Second Life példája szemlélteti legjobban, ahol a felhasználók megtarthatják az általuk létrehozott tartalmak szellemi tulajdoni jogait. Ugyanakkor a tartalom feltöltésével a felhasználók engedélyezik a Linden Lab számára ezeknek a tartalmaknak a széles körű felhasználását a Second Life platformon belül. Ez a gyakorlat lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy kreatív módon kifejezzék magukat, miközben a cég is ki tudja használni ezeket a tartalmakat a platform gazdagítására. A felhasználási feltételek betartásának biztosítására a VR-cégek különböző módszereket alkalmaznak, például a felhasználói jelentéseket, amelyek lehetővé teszik a közösség tagjai számára, hogy felhívják a figyelmet a feltételeket megsértő felhasználókra. Emellett automatizált rendszerek és moderációs csapatok is segítenek a platform tisztaságának fenntartásában.¹¹⁷

¹¹⁵ Beer Miklós, Gyarakai Eszter, dr. Kondorosi Ferenc, Sereg Szabolcs, Virág Dániel: Metaverzum – Az állam requiemje? Kornétás Kiadó, Budapest, 2022, p. 20–25.

¹¹⁶ Maria Kalyvaki: Navigating the Metaverse Business and Legal Challenges: Intellectual Property, Privacy, and Jurisdiction. Journal of Metaverse, 3. évf. 1.sz., 2023, p. 90: <https://dergipark.org.tr/en/pub/jmv/issue/72588/1238344>.

¹¹⁷ Kalyvaki: i. m. (116).

A digitális divat térnyerése a metaverzumban különösen figyelemre méltó. A Morgan Stanley előrejelzése szerint a digitális divatipar 2030-ra akár 50 milliárd dolláros többletbevételt is generálhat, ami jelzi a márkák és a fogyasztók közötti kapcsolatok alapvető átalakulását.¹¹⁸ A Covid-19 pandémia idején a metaverzumok szerepet játszottak abban, hogy a márkák kapcsolatot tarthassanak fogyasztóikkal, hiszen a virtuális boltok gyorsabban alkalmazkodnak a fogyasztói preferenciákhoz és trendekhez, mint a hagyományos boltok. A metaverzum lehetőséget nyújt a márkák számára, hogy túllépjenek a fizikai világ korlátain, és új élményeket kínáljanak a fogyasztóknak.¹¹⁹

V.2. A metaverzumok és az új digitális realitások

A digitális divatipar innovációi, mint a virtuális próbafülkék és a digitális ruházat, új lehetőségeket nyitnak meg. A Balenciaga és a Gucci például saját virtuális divatkollekciókat mutattak be, amelyek a felhasználók avatárjai számára érhetőek el. Ezek a lépések újraértelmezik, hogy a fogyasztók hogyan viszonyulnak a divathoz, lehetővé téve számukra, hogy hozzáférjenek luxusmárkákhoz olyan módon, amely korábban nem volt lehetséges. Így a virtuális divat nemcsak egy új értékesítési csatornát jelent, hanem új módja is az önkifejezésnek és az identitás létrehozásának a digitális térben.¹²⁰

A metaverzum és a digitális divat világában újonnan megjelenő foglalkozások, mint a virtuális stylistok, új lehetőségeket nyitnak meg. Jenni Svoboda és Leitz-Aslaksen például digitális ruhákat és kiegészítőket tervez avatárok számára, és tanácsokkal látják el ügyfeleiket virtuális megjelenésük tekintetében. A digitális ruházat és a virtuális divat terén végzett munkájukkal olyan úttörők, akik a metaverzum divatiparának gyorsan növekvő piacán már most jelentős bevételt generálnak. A digitális világban megjelenő új foglalkozások és a metaverzum gazdasági lehetőségei új kihívásokat is felvetnek a védjegyjog és a szellemi tulajdon-jogok területén, különösen a digitális tartalmak és termékek védelmének szempontjából.¹²¹

A digitális divat lehetővé teszi a tervezők számára, hogy korlátok nélkül fejezzék ki kreativitásukat, és új élményeket kínáljanak a vásárlóknak, megkönnyítve az online és virtuális vásárlási élményeket. A metaverzum ötvözi a fizikai vásárlás és az e-kereskedelem erősségeit, lehetővé téve a márkák számára, hogy szélesebb demográfiai csoportokat érjenek el.

¹¹⁸ Metaverse: A \$50 Billion Revenue Opportunity for Luxury: <https://www.businessoffashion.com/news/technology/metaverse-a-50-billion-revenue-opportunity-for-luxury/>.

¹¹⁹ Aravin Prince Periyasamy, Saravanan Periyasamy: Rise of digital fashion and metaverse: influence on sustainability. Digital Economy and Sustainable Development, 1. évf. 16. sz., 2023, p. 3–4: <https://link.springer.com/article/10.1007/s44265-023-00016-z#citeas>.

¹²⁰ Kaufmann Angéla Kyra: Virtuális ruhák: A digitális divat felemelkedése: <https://hypeandhyper.com/virtualis-ruhak-a-digitalis-divat-felemelkedese/>.

¹²¹ Tanya Basu: The metaverse fashion stylists are here. MIT Technology Review, 2022. december 7.: <https://www.technologyreview.com/2022/12/07/1064364/the-metaverse-fashion-stylists-are-here/>.

A digitális divat hozzájárulhat a fenntarthatósághoz is, csökkentve az anyagpazarlást és a környezeti hatást, különösen a fast fashion által okozott károkat. A Helsinki Divathét digitális megközelítése, amely drasztikusan csökkentette a szén-dioxid-kibocsátást, példázza a digitális divat környezetvédelmi potenciálját.¹²²

Ahogy a fiatalabb generációk egyre több időt töltenek online, a divatmárkáknek a digitális identitásra és kifejezésre kell összpontosítaniuk, hogy relevánsak maradjanak. A nagy videójátékok, mint például a Fortnite üzleti modellje teljes mértékben az in-game digitális viseletek eladásán alapul. Hasonlóképpen, a metaverzumplatformok, mint a Decentraland és a The Sandbox, már az első naptól kezdve digitális gyűjteményekre támaszkodnak. Számos márka NFT-ket kombinál fizikai termékekkel, ezzel egyedi ötvözetet hozva létre a digitális és a fizikai világok között. Ez a megközelítés lehetővé teszi az ügyfelek számára, hogy birtokoljanak egy fizikai tárgyat és annak digitális megfelelőjét is, ezzel növelve a termék értékét és vonzerejét.¹²³

V.2.1. A metaverzumokra vonatkozó jogi keretek és kihívások

A divatipar és a virtuális valóság összefonódásával kétségtelen, hogy egyre több digitális tartalom válik elérhetővé, ami a vállalatok védjegyeinek jogellenes felhasználási módjait is bővíti. A bíróságok azt állapították meg, hogy egy harmadik fél divatmárkájának megjelenítése VR-/AR-technológiában nem minősül jogsértésnek, amennyiben ezek a felhasználások referenciajellegűek, ahogyan az korábbi esetekben is történt, amikor filmekben jelentek meg harmadik fél védjegyei. Ez azonban elmosódott határokat hoz létre annak kapcsán, hogy mi számít jogsértésnek, és mi tekinthető referenciának. Minél több információ érhető el, annál nehezebb azonosítani az összes jogellenes védjegy- és kereskedelmi megjelenés használatát a védjegyjogok védelme érdekében. A fejlesztőknek szem előtt kell tartaniuk, hogy bizonyos márkáknek van kereskedelmi megjelenési védjegybejegyzésük a valódi üzlet elrendezésének védhető jellemzőire, amelyek érvényesíthetőek lehetnek egy virtuális üzlet elrendezésével szemben. Egyesek meglátása szerint a fejlesztők nem hozhatnak létre virtuális üzletet egy népszerű valódi üzlet alapján anélkül, hogy először utánajárnának, védett-e az elrendezés. Mindemellett a divatmárkáknek is gondoskodniuk kell arról, hogy jelenlegi védjegylicenc-megállapodásaik a forgalmazókkal vagy más felekkel olyan szövegezést tartalmazzanak, amely lefedi és korlátozza a védjegy VR-környezetben történő használatát.¹²⁴

¹²² Martin Petkov: Redefining value in fashion and retail with the Metaverse. 2023.július 12.: https://www.linkedin.com/pulse/redefining-value-fashion-retail-metaverse-martin-petkov?utm_source=share&utm_medium=member_android&utm_campaign=share_via.

¹²³ NFT in Fashion: Redefining the Future of Style: <https://www.zakeke.com/blog/nft-in-fashion-redefining-the-future-of-style/>.

¹²⁴ Bhavya Sree: Rise of Virtual Fashion and Legal Concerns. Fashion & Law Journal, 2023. január 10.: <https://fashionlawjournal.com/rise-of-virtual-fashion-and-legal-concerns/>.

Az is kérdés, hogyan szerezhető meg a jog. Először is, a jog nem terjed ki a digitális másolatra, amikor egy meglévő darabot digitalizálnak. Ha egy adott márka egy 3D-tervezőnek elküldi a termék fizikai tervét digitális újraalkotás céljából, és azt a tervező szoftvereszközökkel animálja, a márka nem irányíthatja a digitális tervezést. Ez a 3D-tervező vagy a szoftverügynökség tulajdona, amely létrehozta az említett változatot. Ha a tulajdonos szándékozik megszerezni a ruha digitális változatának a tulajdonjogát, szerződést kell kötnie a tervezővel. Ha több ügynökség vesz részt a tervezés előállításában, licencmegállapodást lehet létrehozni a résztvevő összes fél közötti kapcsolat leírására.¹²⁵

V.2.2. A védjegyjog és a virtuális világokban való jogérvényesítés

Több márka is lépéseket tett annak érdekében, hogy védelmet szerezzen virtuális termékei számára. Például 2021 októberében a Nike olyan védjegybejelentési kérelmeket nyújtott be, amelyekkel a virtuális térben is védelmet kíván biztosítani néhány ismertebb védjegyének, köztük a NIKE, a JUST DO IT, a JORDAN és az AIR JORDAN márkanévnek, az ikonikus SWOOSH logónak, a Jordan-sziluett logónak, illetve a neve és a SWOOSH logó kombinációjának. A védjegybejelentésekben a Nike a 9., 35. és 41. osztályt jelölte meg az árujegyzékben, hogy a metaverzumban is biztosítsa védjegyei oltalmát, mivel ezek az osztályok teszik lehetővé többek között a digitális áruk és nem letölthető elektronikus termékek védelmét.¹²⁶

Még ha a márkának szellemi tulajdon-jogai vannak is logóira a virtuális árukon, tulajdonjogi problémák merülhetnek fel, amikor szoftvercéget alkalmaznak a virtuális ruhadarabok létrehozására. Megállapodás hiányában az a szoftverlicenc-tulajdonos lesz a 3D-s ruhadarab szellemi tulajdon-jogának birtokosa, aki a virtuális tervezést végzi. Ahhoz, hogy a tervező megőrizze a jogokat a 3D-s ruhadarabokon, szerződéses megállapodást köthet a szoftvercéggel a tulajdonjog visszaadásáról. Alternatívaként egy licencmegállapodás lehetővé teheti az eredeti tervező számára, hogy a virtuális ruhadarabot meghatározott ideig és meghatározott módon használja. Minél több ember vesz részt egy virtuális ruhadarab tervezésében – például ha egy ügynökség végzi a tervezést, egy másik az animációt és egy harmadik összekombinálja ezeket egy 3D-s környezetben a divatbemutatóhoz –, annál nagyobb veszélyben lehetnek a tervező szellemi tulajdon-jogai, és annál fontosabbak a licencmegállapodások az összes fél között a jogok és a tartalom szerkesztésének/felhasználásának/újrahasznosításának megállapításához.¹²⁷

¹²⁵ Sree: i. m. (124).

¹²⁶ Morgan Silva: Virtual Fashion: Can designer's lose their intellectual property rights? Fordham Intellectual, Property, Media & Entertainment Law Journal, 2022. január 11.: <http://www.fordhamiplj.org/2022/01/11/virtual-fashion-can-designers-lose-their-intellectual-property-rights/>.

¹²⁷ Silva: i. m. (126).

V.2.3. Az NFT-k és a digitális „márkatulajdon” koncepciója

A digitális eszközök iránti érdeklődés túlmutat a gazdasági vonzaton, megoldásokat kínálva olyan hagyományos problémákra, mint az eredetiség igazolása, amely különösen a luxusdivatmárkákat érinti. Az elmúlt években a metaverzum forradalmasította a divatipart, új bevételi lehetőségeket teremtve az NFT-k integrálásával. Az NFT-k egyedi és nyomon követhető természete segít a márkák identitásának és jövőbeli bevételi forrásainak védelmében. Az NFT-k valódi tulajdonjogot biztosítanak a digitális tárgyak felett, lehetővé téve a kereskedést egy decentralizált virtuális piacon. Minden NFT-divatcikk egyedi és nem másolható, elősegítve a kizárólagosságot. Ezeket a digitális eszközöket különböző online platformokon lehet megvásárolni és eladni, amelyek támogatják az NFT-tranzakciókat, új piacot biztosítva a divatrajongók számára.¹²⁸ A Fabricant Iridescent digitális divatház ruhája, amelyet 9500 dollárért adtak el NFT-ként és az RTFKT piactér 3,1 millió dolláros bevétele, ami 600 pár digitális cipő eladásából származik, különösen jelentős mérföldkő a digitális divat bevételszerzési lehetőségei terén. Az NFT-k továbbá nyomonkövethetőségük segítségével lehetővé teszik a márkák számára, hogy monetizálják a másodlagos újraértékesítési piacot, beágyazva jogdíjat vagy bevételi részesedést minden digitális termék eladásába.¹²⁹

Az NFT-k forradalmasítják a luxusdivatipart is, digitális hitelesítési tanúsítványokként szolgálva, biztosítva a prémiumtermékek eredetiségét és egyediségét. Ezenkívül a márkák olyan lehetőségeket is feltárhatnak, amelyek túlmutatnak a virtuális ruházaton, kizárólagos tartalmakat indítanak NFT-ként. Ez terjedhet a márkainspirálta avataroktól kezdve a ritka gyűjteményes darabokig, egyedi digitális eszközöket kínálva az ügyfeleknek, amelyek birtokolhatók, és amelyekkel lehet kereskedni is.¹³⁰

A Nike úttörője volt az NFT-k divatiparba való integrálásának. 2021 végén megvásárolta az RTFKT-t, egy népszerű virtuális lábbeli- és ruhamárkát. Majd együtt indították el az egyik legsikeresebb márkakollekciót: a CLONEX-et. A Gucci is számos innovatív projektet indított az NFT-k területén, amelyek összhangban állnak a márka értékeivel. Egy Christie's aukció szervezésétől kezdve, ahol eladták az első NFT-jüket, a Gucci folyamatosan feszegette a virtuális divat világában lehetséges határokat. Gyors stratégiája, a márkahűség folyamatos fenntartása és a platformoktól független megközelítése új szabványt állított be az iparágban. A fent említett márkák képviselőin túl a divatipar számos egyéb vállalata is kihasználja az NFT-trendet. A Fabricant divatházat követően számos márka, köztük a LOUIS VUITTON, a BURBERRY, a LEVI'S, a DOLCE & GABBANA, a GAP és az ADIDAS is különböző NFT-projekteket indított.¹³¹

¹²⁸ I. m. (123).

¹²⁹ Petkov: i. m. (122).

¹³⁰ I. m. (123).

¹³¹ I. m. (123).

V.2.4. Az NFT-kkel kapcsolatos védjegygyogi gyakorlat

2023 februárjában egy meghatározó döntés született a márkatulajdonosok számára a digitális eszközökkel kapcsolatban, amikor egy elsőfokú bíróság az Egyesült Államokban először mérlegelte a védjegyjogok alkalmazását az NFT-khez kapcsolódó digitális művészeti alkotásokra. A döntést a Rothschild által létrehozott METABIRKINS-szel, egy egyedi virtuális tokengyűjteménnyel kapcsolatban hozták, amely a sokak által vágyott HERMÈS BIRKIN műszörmés táskák digitális változataihoz kapcsolódik.¹³² A Hermès beperelte a Rothschildot védjegybitorlás, diluáció és cybersquatting miatt, míg a tervező azt állította, hogy alkotásai nem kereskedelmi jellegű társadalmi kommentárok, amelyeket a szólásszabadság védelmez. Az érvelés nem győzte meg az amerikai esküdszéket, amely úgy találta, hogy a MetaBirkins megsérti a BIRKIN védjegyet, és szándékosan úgy tervezték, hogy félrevezessék a fogyasztókat, vagyis azt hihetik, hogy az NFT-k forrása a Hermès.^{133, 134}

A közelmúltban született egy másik döntés is, amely az NFT-kkel kapcsolatos védjegybitorlást érinti. Ezt 2022 novemberében adta ki a Római Elsőfokú Bíróság a Juventus F.C v. Blockeras s.r.l. ügyében. Ebben az esetben a Juventus Football Club pert indított a Blockeras S.R.L ellen, amiért az NFT-játékoskártyákat bocsátott ki és értékesített, amelyek a klub védjegyeit viselték. A Blockeras többek között azt állította, hogy a Juventus védjegyrejegyzései (mint a Hermès esetében) nem terjedtek ki letölthető virtuális termékekre. A bíróságot ez nem győzte meg, és úgy találta, hogy a Blockeras megsértette a Juventus védjegyeit.¹³⁵

Ezek a döntések kérdéseket vetnek fel annak kapcsán, hogy milyen jelentéssel bírnak az ítéletek a márkák szélesebb virtuális világban való védelme szempontjából.¹³⁶

VI. ÖSSZEGZÉS ÉS KÖVETKEZTETÉSEK

VI.1. A technológiai fejlődés és a védjegy jog által felvetett kérdések

Az innováció mindig új kérdéseket vet fel a jogalkotás és jogalkalmazás területén. Ahogyan a harmonizációs folyamatok során is sok kérdés merült fel, úgy a technológiai fejlődés fé-

¹³² Hermes International v. Rothschild, U.S. District Court for the Southern District of New York, No. 1:22-cv-00384.

¹³³ Dr. Palágyi Tivadar: Külföldi hírek az iparjogvédelem területéről. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 18. (128.) évf. 5. sz., 2023. október, p. 103–104: <https://www.sztnh.gov.hu/sites/default/files/files/kiadv/szkv/szemle-2023-5/05-kulfoldihirek.pdf>.

¹³⁴ Ayushi Mishra: Introduction and Challenges of Fashion Law in the Metaverse and Digital Era: <https://juriscentre.com/2023/08/09/introduction-and-challenges-of-fashion-law-in-the-metaverse-and-digital-era/>.

¹³⁵ Juventus F.C. v Blockeras s.r.l., No. 32072/2022.

¹³⁶ Palágyi: i. m. (133), p. 103–104.

nyében is vizsgálhatók az akkor vitatott gondolatok, a digitális térre vonatkoztatva.¹³⁷ Hogyan alkalmazható a hagyományos védjegyoltalom a metaverzumban? Lehetséges-e egyáltalán egy digitális térben lévő termék vagy szolgáltatás védjegyoltalma, és ha igen, milyen kritériumok alapján? A védjegyoltalom alkalmazása a metaverzumban lehetséges, mivel a virtuális termékek és szolgáltatások is védelmet élvezhetnek, amennyiben megfelelnek a védjegyoltalom alapvető követelményeinek, mint például a megkülönböztetőképesség. A hagyományos védjegyoltalom kiterjesztése a digitális termékekre, beleértve a virtuális ruházatot vagy digitális tárgyakat, mint az NFT-k, szükségessé teszi az oltalom alá eső áruk és szolgáltatások pontos meghatározását a védjegybejelentések során, mely terén még vannak bizonytalanságok.¹³⁸

Továbbá, mivel a metaverzum globális és határokon átívelő, hogyan kezelhetők a védjegyek területi korlátai? A védjegyek hagyományosan a nemzetállamok által szabályozott jogok, amelyek területi korlátozásokhoz kötöttek. Ez azt jelenti, hogy egy vállalat vagy személy által egy adott országban bejegyzett védjegy nem feltétlenül élvez védelmet más országokban vagy a meghatározott oltalmi területen kívül. A metaverzum, mint egy globális, digitális tér, nem kötődik fizikai határokhoz, ami megnehezíti a védjegyvédelem alkalmazását.

Milyen formái lehetnek a védjegybitorlásnak és a védjegyjogsértéseknek a metaverzumban? Hogyan lehet azonosítani és kezelni a védjegyek jogellenes használatát egy olyan területen, ahol a felhasználók és tartalmak gyorsan változnak? Valószínűleg a metaverzum minden olyan védjegy bitorlásának teret fog adni, mely a virtuális világ jellegéből adódóan megvalósítható. Így a legáltalánosabb szóvédjegytől kezdve a szín- és hangvédjegyekig minden lehetséges. Ugyan a technológia jelenleg korlátozott, és bizonyos esetekben a megkülönböztetést nem teszi lehetővé, mindenesetre nem zárható ki, hogy a minél valószínűbb élmény nyújtása érdekében akár egy olyan irányba is elmozduljon, amivel még tovább szélesíti a megkülönböztethetőség spektrumát. Viszont a virtuális és valós elemek ötvözése már jelenleg is lehetőséget teremt arra, hogy a védjegybitorlás szélesebb skálája megvalósulhasson, mint ezelőtt. Egyrészt jelen vannak azok a jogsértések, melyek az internet jelenléte miatt kivitelezhetők. Ilyen például az influencerek marketingje révén elkövetett védjegybitorlás. Másrészt tekintettel a 3D-s digitális térre, a valósághoz közelebb álló jogsértések is megjelenhetnek, mint pl. a csomagolások formájával kapcsolatos védjegybitorlások.

Ezeket túl például még olyan kérdések is felmerülhetnek, hogy hogyan határozható meg a „használat” fogalma a metaverzumban; elegendő-e egy védjegy megjelenítése egy virtuális térben, például egy virtuális boltban vagy egy avatar által viselt ruházaton ahhoz, hogy ez a

¹³⁷ Dr. Vastagh Pál, dr. Szarka Ernő: Előterjesztés a Kormány részére a védjegy jogi szabályozás reformjának koncepciójáról és az iparjogvédelemmel kapcsolatos egyéb kérdésekről. Iparjogvédelmi Szemle, 101. évf. különszám, 1996. március: <https://www.sztnh.gov.hu/hu/kiadv/ipsz/199603/feloterj.html>.

¹³⁸ Intellectual Property in the Metaverse. Episode II: Trade Marks: https://intellectual-property-helpdesk.ec.europa.eu/news-events/news/intellectual-property-metaverse-episode-ii-trade-marks-2022-03-29_en.

használat védjegyoltalom alá essen? Ezek a jövőben nem maradhatnak megválaszolatlanul a jogbiztonság érdekében.

VI.2. Javaslatok a védjegy jog szabályozásának fejlesztésére

Összességében megállapítható, hogy a divatiparral kapcsolatos védjegyek fejlődése hosszú utat tett meg, mire elérte jelen állapotát, azonban a gyorsan fejlődő és változó világnak köszönhetően további fejlemények várhatók. A jogalkotók különféle megoldásokkal igyekeznek a hagyományos védelmi kereteket kibővíteni az online technológiákra, hogy a védjegyek teljes körű oltalmát biztosíthassák.

A metaverzumok (mint virtuális valóságok) az eddigi internetes platformok fajtáinak összesítőjeként funkcionálhatnak. Amellett, hogy az emberek új közösségi színterévé válhatnak, az e-kereskedelmet is lehetővé teszik. Ezeken túlmenően az önálló hirdetés mellett az influencereken keresztüli hirdetési lehetőségek is adottak ebben a térben. A legnagyobb nehézséget a metaverzumok esetében az okozhatja, hogy bizonyos esetekben nehéz meghúzni a valóság és a virtuális világ közötti határt.

Az Európai Unió már jelenleg is azon dolgozik, hogy előtérbe helyezze a digitális innováció új lehetőségeit – különösen a metaverzumot –, és ennek kapcsán a következő pilléreket fogalmazta meg: az európai értékek és jogszabályok érvényre juttatása, a technológia elsjátítása és reziliens infrastruktúra. Az Unió célja, hogy a digitális teret szabályozó új eszközökkel, mint a DSA és DMA, biztonságos és virágzó virtuális teret biztosítson, elkerülve a vadnyugati állapotokat és a privat monopóliumokat.¹³⁹

Napjainkban, a technológia fejlődésének okán, számos nagyvállalat új védjegybejelentéseket kérelmez, hogy jogokat adaptáljon az új digitális környezethez, különösen a metaverzumhoz. Ez azt jelenti, hogy azok a vállalatok, melyek nem rendelkeznek a számítógépes szoftverekre vonatkozó jogosultságokkal, új osztályokat jelölnek meg, beleértve a virtuális termékeket és szolgáltatásokat, hogy biztosítsák eszközeik védelmét, vagy érvényesíthessék jogosultságaikat a metaverzumban nagyon hasonló vagy azonos reprezentációkkal szemben. Egyes cégek, mint például a Victoria's Secret, már lépéseket tettek a metaverzumra vonatkozó védjegybejelentéseikben, amelyek a virtuális ruházat védelmére irányulnak.¹⁴⁰ Egy javaslat szerint előremutató lenne a jogi keretek adaptálása és a metaverzumhoz való specifikus hivatkozások befoglalása mind a védjegy jogba, mind az osztályozási rendszer-

¹³⁹ Dr. Domokos Márton, Katona Illés: Az EU tervei a metaverzummal kapcsolatban: <https://www.jogiforum.hu/blog-ip-it-vedjegy-domén-internet-jogi-blog-11/2022/10/15/az-eu-tervei-a-metaverzummal-kapcsolatban/>.

¹⁴⁰ Legal issues in the metaverse / Part 2 – Trademarks and copyright, NFTs and civil law principles in the metaverse: <https://cms-lawnow.com/en/ealerts/2022/07/legal-issues-in-the-metaverse-part-2-trademarks-and-copyright-nfts-and-civil-law-principles-in-the-metaverse>.

be, mert lehetővé tenné a vállalatok számára, hogy csak a digitális világban kérjenek védelmet termékeikre/szolgáltatásaikra.¹⁴¹

VI.3. Záró gondolatok

A védjegyjog – hasonlóan más jogterületekhez – szembenéz a digitális kor kihívásaival, amelyek az online kereskedelem, a közösségi média és a metaverzumok térnyeréséből adódnak. A modern technológiák fejlődése szükségessé teszi a jogi keretek folyamatos adaptációját és finomítását, hogy megfelelő védelmet nyújthassanak a védjegytulajdonosoknak az online térben. Ez magában foglalja a nemzetközi összehangolás további erősítését és az új típusú védjegybitorlásokat rendező eljárás kifejlesztését. A divatipar különösen érintett a digitális kor változásaitól, ahol a divatmárkák aktívan keresik az új technológiákban rejlő lehetőségeket, beleértve a metaverzumokat és az NFT-ket. Ez jelentős hatással van a márkák piaci pozicionálására és a fogyasztói élményre, bizonyos esetekben új szintekre emelve azokat. Mivel a metaverzumok és az NFT-k előretörése új dimenziókat nyit a védjegyvoltalom terén, különös tekintettel a digitális márkatulajdon és a virtuális árucikkek oltalmazására, szükségessé válik a hagyományos jogi keretek kiegészítése vagy újragondolása, figyelemmel arra, hogy a jogalkotóknak és a jogalkalmazóknak egyensúlyt kell találniuk a védjegytulajdonosok jogainak védelme, valamint a digitális innováció elősegítése között.

A védjegyjog adaptálása elengedhetetlen a digitális kor kihívásainak kezelésére. A divatipar a digitális térben is hasonlóan nagy jelentőséggel fog bírni a felhasználók avatarjai miatt, melyek az önkifejezés és a kulturális szokások okán a való világhoz hasonlóan állandó jelleggel viselnek különféle digitális ruházatokat és kiegészítőket. A nemzetközi összehangolás és a jogi keretek modernizálása kulcsfontosságú a védjegyjog hatékony alkalmazásához a digitális korban, melyhez a védjegytulajdonosoknak, a jogalkotóknak, a bíróságoknak és az alternatív vitarendezési szerveknek együtt kell működniük annak érdekében, hogy a folyamatos technológiai innovációval lépést tartva kialakítsák és biztosítsák a megfelelő oltalmi kereteket.

¹⁴¹ Kovács Géza: Védjegyek a metaverzumban: <https://markamonitor.hu/vedjegyek-a-metaverzumban/>.

A SAJTÓKIADÓI JOG ÉS A CDSM-IRÁNYELV ADATBÁNYÁSZATI KIVÉTELÉNEK METSZÉSPONTJA – GORDIUSZI CSOMÓ KARD NÉLKÜL VAGY KARD GORDIUSZI CSOMÓ NÉLKÜL?

BEVEZETÉS

2019-ben az Európai Unió a digitális egységes piacon a szerzői és szomszados jogokról szóló irányelv (a továbbiakban CDSM-irányelv) 15. cikkében európai szinten vezetett be egy addig csak tagállami kísérlet szintjén kipróbált, addig nem látott, teljesen új kapcsolódó jogi konstrukciót, a sajtókiadói jogot. Az oltalmi forma lényege meglehetősen hasonlít az adatbázisok előállítóit megillető *sui generis* védelemre, amely az előállítók anyagi és szervezeti erőfeszítéseit hivatott honorálni. A sajtókiadói jog ezenfelül azt a célt szolgálja, hogy helyreállítsa a megbillent egyensúlyt az online hírek és hirdetések piacán. Az erőltetődést olyan digitális szolgáltatások és üzleti modellek megjelenése okozta, amelyek lehetővé teszik a sajtókiadók által létrehozott sajtókiadványok összegyűjtését és indexálását, a nyilvánosság számára lehívásra hozzáférhetővé tételét. Ez a tevékenység két szerzői vagyoni jogot érint, a többszörözés és a nyilvánossághoz közvetítés vagyoni jogait, amelyeket a sajtókiadványaik tekintetében garantál a sajtókiadók számára a CDSM-irányelv 15. cikke. A CDSM-irányelv ezen felül tartalmaz még egy, látszólag a sajtókiadói joggal nem sok kapcsolatban álló rendelkezést, nevezetesen a szöveg- és adatbányászati kivételt, amely ugyanakkor mégis csak érinti a sajtókiadói jogokat, mégpedig a többszörözés joga tekintetében. A szöveg- és adatbányászat célja a technológiai haladás elismerése mellett annak lehetővé tétele, hogy az arra jogosult intézmények és szervezetek anélkül készíthessenek másolatokat szerzői művekről és kapcsolódó jogi teljesítményekről, hogy ehhez a jogosultaktól engedélyt kellene kérniük. Ennek azonban egy további feltétele, hogy a jogosultak ne éljenek a jogfenntartás lehetőségével. A szöveg- és adatbányászati kivétel meglehetősen vonzerővel bír, arra csábítva a sajtókiadói tartalmakat felhasználó közvetítőszolgáltatókat, hogy erre hivatkozva megpróbálják kihúzni a sajtókiadói jog méregfogát, másképpen fogalmazva, átvágni azt a gordiuszi csomót, amely a sajtókiadói jog oltalmi konstrukciójának felállításával keletkezett. Ez azonban a sajtókiadói jog mögött álló vagyoni jogok dogmatikai rendszere és a szöveg- és adatbányászati kivételhez kapcsolt jogfenntartás lehetősége miatt aligha fog sikerülni. Ennek a kísérletnek az egyik mérföldköve

¹ Adjunktus, SZTE Állam- és Jogtudományi Kar, Összehasonlító Jogi és Jogelméleti Intézet. Email: harkai.istvan@juris.u-szeged.hu. A kutatást a Szegedi Tudományegyetem Interdiszciplináris Kutatásfejlesztési és Innovációs Kiválósági Központ (IKIKK) Humán és Társadalomtudományi Klaszterének Digitális Társadalom Kompetenciaközpontja támogatta. A szerző A digitális nyilvánosság jogi, politikai aspektusai kutatócsoport tagja.

lehet majd a hazánkból az Európai Unió Bírósága elé előzetes döntéshozatali eljárás keretében került Like Company vs. Google-ügy, amelyet az alábbiakban ismertetünk.

1. A CDSM-irányelv 15. cikke által létrehozott sajtókiadó jog dogmatikai alapjai

A sajtókiadói jog európai története immár több mint egy évtizede íródik. Ennek a történetnek az első fázisa két olyan tagállami kísérletre – a német és a spanyol sajtókiadói jogra – megy vissza, amely közül mindkettő hamvában holt ugyan, de előképeként szolgált annak a sok vitát kiváltott kapcsolódó jogi védelmi mechanizmusnak, amelyet végül európai szintre emelve a CDSM-irányelv² keretei között fogadott el az uniós jogalkotó. A Digitális Egységes Piac-stratégia keretében megalkotott sajtókiadói jog első európai kodifikációs kísérletét a 2016-os javaslat³ jelentette. A tervezet első szövegében már jól azonosíthatóak voltak azok a jogpolitikai indokok, amelyek a sajtókiadói jog európai szintű védelmének megteremtését szolgálták. Ezek között a szabad és sokszínű sajtó védelme, a minőségi újságírás és a polgárok információhoz jutásának joga állt.⁴ Ezen célok megvalósulását nagyban hátráltatja a digitális platformok jelenléte és az a tény, hogy a sajtókiadványok⁵ online felhasználásának jogosítása még úgy is nehézkes, hogy a CDSM-irányelvnek köszönhetően megteremtődött a sajtókiadói kapcsolódó jogi védelemnek köszönhető új jogosítási mechanizmus.⁶ Ennek lényege, hogy az uniós jogalkotó elismeri a sajtókiadványok előállításába tett szervezeti és pénzügyi erőfeszítéseket, illetve biztosítja a többszörözés és nyilvánossághoz közvetítés vagyoni jogát a sajtókiadók számára.⁷ E két vagyoni jog terjedelme az Infosoc-irányelvben foglalt többszörözés és nyilvánossághoz közvetítés terjedelméhez illeszkedik, és fontos kikötés az is, hogy az új kapcsolódó jogi védelem nem érintheti a sajtókiadványokban foglalt művek szerzőinek és más jogosultjainak szerzői és kapcsolódó jogi jogait.⁸

A sajtókiadói jog mögötti legfőbb jogpolitikai indok tehát főként az volt, hogy ösztönözzék az együttműködést a sajtókiadók és az általuk előállított kiadványokat az online térben felhasználó platformszolgáltatások között,⁹ illetve hogy megvédjék a sajtókiadók befektetéseit és azok megtérülését. Emellett az Európai Bizottság Főigazgatósága által kiadott tanulmány is magyarázattal szolgál. Eszerint az önálló jogra azért van szükség, hogy

² Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/790 irányelve (2019. április 17.) a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról.

³ Javaslat az Európai Parlament és a Tanács irányelve a digitális egységes piacon a szerzői jogról. Brüsszel, 2016.9.14. COM (2016) 593 final, 2016/0280 (COD).

⁴ Uo. (31) preambulumbekkezdés.

⁵ A sajtókiadványok fogalmához lásd: CDSM-irányelv 2. cikk 4. pont.

⁶ Uo. és (32) preambulumbekkezdés.

⁷ Uo. (32) preambulumbekkezdés.

⁸ Uo. (35) preambulumbekkezdés.

⁹ *Giuseppe Colangelo, Valerio Torti*: Copyright, online news publishing and aggregators: a law and economics analysis of the EU reform. *International Journal of Law and Information Technology*, 27. évf. 1. sz., 2019, p. 77.

a sajtókiadók „mentesüljenek attól a tehertől, hogy minden egyes újságírói kiadvány szerzői jogának tulajdonjogát bizonyítaniuk kelljen”.¹⁰ Mintaként a rádió- és televíziószervezetek, a hangfelvétel-előállítók és a filmelőállítók részére biztosított kapcsolódó jogi konstrukciók szolgáltak.¹¹

Az új szabályozás egyik leglényegibb eleme, hogy a CDSM-irányelv 2. cikk 4. pontjában meghatározott sajtókiadványok tekintetében kvázi elsődleges, *sui generis* jogosulttá teszi a sajtókiadókat, amelyek innentől saját nevükben tárgyalva kísérelhetik meg a 15. cikkben rájuk ruházott vagyoni jogokat szerződéses keretek között érvényesíteni. A sajtókiadóknak biztosítandó jobb tárgyalási pozíció kialakítására vonatkozó szándék kiderül a Bizottság közleményéből¹² is, amelyben a legfőbb célnak a jogbiztonság hírlapkiadói piacon való megteremtését és a jobb tárgyalási pozíció kialakítását tekintik. A jogosítás tekintetében a tagállamoknak nemcsak a sajtókiadók, hanem a könyvkiadók és tudományos kiadók javára is olyan kompenzációs mechanizmust kellene kialakítaniuk, amely a művek közvetítőszolgáltatók által történő online felhasználása esetére vezetne be a magáncélú másoláshoz vagy reprográfiai jogdíjhoz hasonló jogdíjakat.¹³

Az új kapcsolódó jogi oltalmi forma lényege tehát a sajtókiadványok létrehozásába fektetett pénzügyi és szervezetépítési erőfeszítések elismerése. Ez nem érintheti az egyéni felhasználók által végzett magáncélú, nem kereskedelmi jellegű felhasználásokat, ideértve a linkelést¹⁴ és az interneten történő hozzáférhetővé tételt.¹⁵ Nem védettek továbbá a pusztán tények sem,¹⁶ ami egybeesik azzal az alapvetéssel, miszerint a szerzői jogi oltalom köréből ki van zárva az ötlet, elv, elgondolás, matematikai művelet, a folklór kifejeződései és a mindennapi hír is.¹⁷ Ez utóbbiak kizárása azért is célszerű, mert a hírek alapját képező tények a sajtókiadvány létrejöttét megelőzően keletkeznek, vagyis kívül esnek azon az előál-

¹⁰ Strengthening the Position of Press Publishers and Authors and Performers in the Copyright Directive. Legal and Parliamentary Affairs, Study for the JURI Committee. Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs. Directorate General for International Policies of the Union, PE 596.810-September 2017, p. 15.

¹¹ I. m. (10).

¹² A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának – A méltányos, hatékony és versenyképes, a szerzői jogra épülő európai gazdaság fejlődésének előmozdítása a digitális egységes piacon.

¹³ I. m. (12), p. 9.

¹⁴ Az irányelvből nem derül ki, hogy linkek konkrétan a kattintható linkekre vagy csak a hiperlinkekre vonatkoznak-e. Rosati úgy véli, hogy az az internetes hivatkozások „bármely típusát magában foglalja.” Lásd *Eleonora Rosati*: Copyright in the Digital Single Market – Article-by-Article Commentary to the Provision of Directive 2019/790. Oxford University Press, Oxford, 2021, p. 284–285.

¹⁵ Uo. (55) preambulumbekkezdés.

¹⁶ *Maria-Daphne Papadopoulou, Evanthia-Maria Moustaka*: Copyright and the Press Publishers Right on the Internet: Evolution and Perspectives. In: *Tatiana-Eleni Synodinou, Philippe Jouglaux, Christina Markou, Thalia Prastitou* (szerk.): EU Internet Law in the Digital Era – Regulation and Enforcement. Springer, Nature Switzerland AG, 2020, p. 113; *Irini Stamatoudi, Paul Torremans* (szerk.): EU Copyright Law – A Commentary, Second Edition. Edward Elgar, Cheltenham, 2021, p. 727.

¹⁷ *Rosati*: i. m. (14), p. 285–286.

lítási folyamaton, amelyre a sajtókiadó elsődleges tevékenysége irányul.¹⁸ A sajtókiadói jog alapvetően két vagyoni jogot érint; a többszörözés és nyilvánosságához közvetítés vagyoni jogát. E kettő az uralkodó vagyoni jog minden online műfelhasználás esetében, amelyeknek a terjedelme az Infosoc-irányelv többszörözési és nyilvánosságához közvetítési jogához illeszkedik, ideértve az ott alkalmazandó korlátozási és kivételi esetköröket. Ezek közül különösen fontos a kritikai vagy ismertetési céllal történő idézés,¹⁹ valamint az időleges többszörözési kivétel.²⁰

Fontos továbbá megjegyezni, hogy az új kapcsolódó jogi védelem konstrukciója nem érinti a sajtókiadványokban foglalt irodalmi, fényképészeti, grafikai és más művek és kapcsolódó jogi teljesítmények szerzőinek szerzői és kapcsolódó jogait. Őket a sajtókiadói jog alapján befolyt jogdíjakból megfelelő módon részesíteni kell.²¹ E kitétel jogszabályba iktatására azért volt szükség, hogy meggyőzzék a sajtókiadói jog létjogosultságában kételkedő újságírói szervezeteket az új védelmi konstrukció fontosságáról.²²

A 15. cikkben meghatározott vagyoni jogok alól kivételt képeznek a fentebb már említett egyéni felhasználók általi magáncélú vagy nem kereskedelmi célú felhasználások, a hipervivatkozások, valamint a kiadványok egyes szavainak vagy rövid részleteinek felhasználása. A magáncélú felhasználás akkor hívható fel, ha az nem szolgálja jövedelemszerzés vagy fokozás célját.²³ Kiterjedhet továbbá az ilyen jellegű felhasználás a kiadványról készített másolatok más felhasználók részére történő átadására, megosztására, amennyiben ezek a felhasználók is pusztán magáncélból veszik a másolatokat igénybe.²⁴ A védelmi idő a sajtókiadványok esetében a kiadástól számított két évben van limitálva, amelyet a publikálást követő év január 1. napjától kell számítani.

Egyelőre nem pontosan világos, hogy a 15. cikkben foglalt két vagyoni jog hatóköre pontosan meddig terjed. Az (57) preambulumbekzdés erről akként rendelkezik, hogy a kiadókat megillető jogok terjedelme az Infosoc-irányelvben meghatározott többszörözési és nyilvánosságához közvetítési jogokkal megegyezik,²⁵ a fentebb említett, szokatlanul rövid védelmi idő viszont éppen ellenkezőleg, a védelem hatókörének, illetve terjedelmének szű-

¹⁸ Rosati: i. m. (14), p. 285–286.

¹⁹ CDSM-irányelv (57) preambulumbekzdés.

²⁰ Ula Furgat: The EU press publishers' right: where do Member States stand? *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, 16. évf. 8. sz., 2021, p. 889; Szalay Klára, Polyák Gábor: Sajtókiadók szomszédos joga: a tagállami átültetés kérdőjelei. *Pro Futuro*, 9. évf. 2. sz., 2019, p. 13–14; Edouard Treppoz: The Past and Present of Press Publishers' Rights in the EU. *Columbia Journal of Law & the Arts*, 46. évf. 3. sz., 2023, p. 273–274.

²¹ Uo. (59) preambulumbekzdés, 15. cikk (2), (5) bekezdés. Vö. Valentina Moscon: Neighbouring rights: in search of a dogmatic foundation. The press publishers' case. In: Taina Pihlajarinne, Juha Vesala, Oli Honkkila (szerk.): *Online Distribution of Content in the EU*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2019, p. 55; Rosati: i. m. (14), p. 286–287 és 292–293; Treppoz: i. m. (20), p. 272.

²² Furgat: i. m. (20), p. 891.

²³ Rosati: i. m. (14), p. 272–273.

²⁴ Rosati: i. m. (14), p. 272–273.

²⁵ Rosati: i. m. (14), p. 263.

kitésére utal.²⁶ A többszörözési és nyilvánossághoz közvetítési jogok biztosításának célja, hogy a sajtókiadók számára engedélyezési és végrehajtási garanciákat biztosítson.²⁷ A sajtókiadói jog engedélyezési gyakorlatáról a CDSM-irányelvben nem találunk rendelkezéseket. Erre sor kerülhet egyénileg vagy közös jogkezelés formájában is, de arra is lehetőség van, hogy a CDSM-irányelv 12. cikk szerint kiterjesztett hatályú engedélyt adjanak a jogosultak, ha ennek feltételei egyébként fennállnak. Sor kerülhet továbbá arra is, hogy a sajtókiadó lemond jogainak gyakorlásáról, és ingyenesen lehetővé teszi a sajtókiadványok online felhasználását.²⁸

2. A CDSM-irányelv szöveg- és adatbányászati kivétele – a gordiuszi csomó és az életlen kard esete

A szöveg- és adatbányászat technikai relevanciája a mesterséges intelligencia utóbbi néhány évben elért vívmányai következtében nőtt meg. Az új, generatív mesterségesintelligencia-modellek betanításához nagy mennyiségű adatra van szükség, amelynek jelentős része szerzői és kapcsolódó jogi oltalom alatt áll. A technológiai haladás szempontjából ugyanakkor ezek az innovációk akkora jelentőséggel bírnak, hogy az uniós jogalkotó indokoltan látta megadni a lehetőséget bizonyos szervezeteknek az adatbányászati tevékenységgel együtt járó többszörözési cselekmények szabadon történő gyakorlására.

A CDSM-irányelv a 2. cikk 2. pontjában szöveg- és adatbányászat alatt bármely olyan automatizált analitikai módszert ért, amely digitális formában lévő szövegeket és adatokat elemez információk, többek között, de nem kizárólag mintázatok, tendenciák és összefüggések feltárása céljából.

A szöveg- és adatbányászattal végzett felhasználási cselekményhez kapcsolódó korlátozás vagy kivétel esetkörét a 4. cikk (1) bekezdése tartalmazza, előírva a tagállamok számára, hogy rendelkezzenek az adatbázis-irányelv 5. cikk a) pontjában és 7. cikk (1) bekezdésében, az Infosoc-irányelv 2. cikkében, a szoftverirányelv 4. cikk (1) bekezdésének a) és b) pontjában, valamint a CDSM-irányelv 15. cikk (1) bekezdésében meghatározott jogok alóli kivételről vagy e jogok korlátozásáról a jogszerűen hozzáférhető műveken vagy más, védelem alatt álló teljesítményeken végzendő szöveg- és adatbányászat céljából végrehajtott többszörözéshez és kimásoláshoz.

A (2) bekezdés szerint a kivétel vagy korlátozás hatálya alá tartozó többszörözés vagy kimásolás a szöveg- és adatbányászat céljából szükséges ideig megőrizhető. A (3) bekezdés szerint az (1) bekezdésben meghatározott kivétel vagy korlátozás ugyanis csak abban az esetben alkalmazandó, ha a jogosultak megfelelő módon – például az interneten keresz-

²⁶ *Romana Matanovac Vučković*: The Effectiveness of the Press Publishers' Related Right. IIC – International Review of Intellectual Property and Competition Law, 52. évf. 8. sz., 2021, p. 1053.

²⁷ *Matanovac Vučković*: i. m. (26), p. 1053.

²⁸ *Rosati*: i. m. (14), p. 287.

tül nyilvánosan hozzáférhetővé tett tartalom esetében géppel olvasható módszerek révén – nem zárták kifejezetten ki az (1) bekezdésben említett művek és más, védett teljesítmények felhasználását.

A sajtókiadói tartalmak közvetítőszolgáltatók által történő felhasználása egyre növekvő mértékben olyan technológiák által megy végbe, amelyek aktívan, mesterséges intelligencia segítségével hívásával bányásszák az olyan szövegeket, amelyek sajtókiadványnak minősülnek. Ebben a vonatkozásban *Tim W. Dornis* figyelmeztet, hogy a mesterségesintelligencia-szolgáltatók sok esetben tagadják, hogy a rendszereiken belül sor kerül a betanításhoz használt tartalmak többszörözésére. Álláspontjuk szerint a tanulóadatok „*absztrakt módon internalizálódnak a modellhálózat paramétereiben digitális információként*”.²⁹ Dornis ezt a rendkívül „megfontolt” állítást azzal cáfolja, hogy annak ellenére, hogy a mesterségesintelligencia-szoftverek belseje az emberi elme számára egyfajta fekete dobozként működik, az bizonyos, hogy a modelleken belül megtörténik a másolatkészítés és a tárolás is. Ezt igazolja, „*amikor egy modell használata olyan kimenetet generál, amely a betanító adatkészletből származó, szerzői jogi védelem alatt álló mű másolata*”.³⁰ Dornis azt is állítja, hogy a nagy nyelvi modellek és a tanuló-adatbázisukban rejtőző szerzői művek, főként pedig az irodalmi alkotások a megfelelő prompt alkalmazásával előhívhatók.³¹ Ebből és az Infosoc-irányelv technológiasemleges többszörözési jog koncepciójából az következik, hogy mindenfajta digitális fájlváltozat bármely adathordozóra történő másolását többszörözésnek kell tekintenünk.³²

A fentiekhez illeszkedik *Ficsor Mihály* érvelése is, amely szerint akár felügyelt, akár felügyelet nélküli automatikus gépi tanulásról beszélünk, mindkét esetben készül legalább időleges másolat a mesterségesintelligencia-rendszeren belül. Ugyanakkor hozzáteszi, hogy minél számosabb adatot használnak fel a betanításhoz, a szerzői művek és kapcsolódó jogi teljesítmények „*egyre inkább beolvadnak a minták, súlyértékek és korrelációk anonim összességébe*”. Ennek ellenére Ficsor is elismeri, hogy a kimeneti szakaszban igenis lehetséges, hogy előhívhatóak lesznek a betáplált védett művek másolatai vagy derivatívái.³³ Ez utóbbi abban az esetben jelenhet meg a kimeneti eredményben, amennyiben a modell módosítja az eredetileg betáplált szerzői művet, majd ezt a módosított műpéldányt jeleníti meg. Ficsor

²⁹ *Tim W. Dornis*: Generative AI, Reproductions Inside the Model, and the Making Available to the Public. ICC – International Review of Intellectual Property and Competition Law, 56. évf., 2025, p. 913. Vö. *Faludi Gábor*: A generatív mesterséges intelligencia (MI) és a szerzői jog, kitekintéssel egyes nemzetközi és uniós közös jogkezelő ernyőszervezetek álláspontjára. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 19. (129.) évf. 5. sz., 2024. október, p. 87–89; *Gyertyánfy Péter*: A mesterséges intelligencia hatályos szerzői jogi törvényünk szerint. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 18. (128.) évf. 6. sz., 2023. december, p. 37.

³⁰ *Dornis*: i. m. (29), p. 913.

³¹ *Dornis*: i. m. (29), p. 914.

³² *Dornis*: i. m. (29), p. 919.

³³ *Ficsor Mihály*: A WIPO válaszára várva – mesterséges intelligencia és a nemzetközi szerzői jog. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 19. (129.) évf. 5. sz., 2024. október, p. 203–204.

szerint ez sértheti az átdolgozás jogát is, amely pedig szintén engedélyköteles.³⁴ A nagy mennyiségű adatot felhasználó modellek – különösen a nagy nyelvi modellek – óriási számú adatból dolgoznak. A mintáikban szereplő művek „*semlegesített, anonimizált információtömeggé állnak össze*”, bár jöllehet a megfelelő prompt segítségével ezekből is előhívhatók a betanításhoz felhasznált szerzői művek. Ha ez utóbbi eset nem áll fenn, Ficsor szerint az információtömegből előhívott kimeneti produktum nem valósítja meg az eredetileg betáplált szerzői mű többszörözését vagy átdolgozását. Ennek ellenére indokolt lehet valamilyen díjigény bevezetése, hiszen az így létrejött kimeneti eredmények kizoríthatják a szerzői műveket azok eredeti piacáról.³⁵

Faludi Gábor ehhez hozzáteszi, hogy egyelőre nincs tisztázva, hogy mi a helyzet akkor, ha a gép betanításához olyan művekre támaszkodnak, amelyek felhasználása jogsértő. Analógiaként hivatkozik arra, hogy a magáncélú többszörözés köréből kizárt a jogsértően elérhetővé tett tartalom. Ezt a szabályt extrapolálja a mesterséges intelligencia betanítására és az adatbányászati kivételre, kijelentve, hogy jogsértő művek jogszerűen nem használhatók fel ilyen célra.³⁶ Ezen az állásponton van Gyertyánfy Péter is, aki szerint az adatbányászati kivétel akkor áll fenn, ha a forrásműhöz való hozzáférés maga is jogszerű volt mind a feltöltő, mind a letöltő oldalán, és megfelel a háromlépcsős tesztnek is.³⁷

A 4. cikk (3) bekezdésében egy további paradoxon rejtőzik. Nevezetesen, a kivétel vagy korlátozás alkalmazására nem kerülhet sor, amennyiben a felhasználni kívánt mű vagy más védett teljesítmény felhasználását a jogosultak kifejezetten kizárják. A kizárásnak géppel olvasható módon kell megtörténnie. Ez egy olyan parancsot jelent, amely a szöveg bányászatát és lemásolását kifejezetten megtiltja, akadályozza. Ha ez a kizárás megtörténik, akkor a sajtókiadó tartalmát a közvetítőszolgáltató nem indexálhatja, ami ugyanakkor negatívan hat a sajtókiadó weboldala felé irányuló adatforgalomra, végső soron pedig az elérhető bevételekre.

A CDSM-irányelv (6), (7), (9), és (18) preambulumbekkezdése a 4. cikk szabályait támasztja alá, illetve egészíti ki. A (6) preambulumbekkezdés kiemeli, hogy a kivételek és korlátozások méltányos egyensúlyt hivatottak biztosítani a jogosultak és a felhasználók jogai és érdekei között. Ezért a korlátozásokat és kivételeket a háromlépcsős teszt keretei között lehet csak értelmezni, vagyis olyan különleges esetekben, amelyek nem sérelmesek a művek vagy más, védelem alatt álló teljesítmények rendes felhasználására, és indokolatlanul nem károsítják a jogosultak jogos érdekeit. A (7) preambulumbekkezdés fenntartja annak lehetőségét, hogy a jogosultak hatásos műszaki intézkedéseket alkalmazzanak műveik védelme érdekében. Ezt úgy tehetik meg, hogy azok ne akadályozzák a CDSM-irányelvben foglalt korlátozások és kivételek érvényesülését. A (9) preambulumbekkezdés lehetővé teszi a szöveg- és adatbányá-

³⁴ Ficsor: i. m. (33), p. 206.

³⁵ Ficsor: i. m. (33), p. 207.

³⁶ Faludi: i. m. (29), p. 93.

³⁷ Gyertyánfy: i. m. (29), p. 41–42.

szati tevékenység végzését olyan pusztán tények vagy adatok vonatkozásában, amelyek nem állnak szerzői jogi oltalom alatt. Az ilyen jellegű információ felhasználásához nincs szükség engedélyre.

A (18) preambulumbekzdés felhívja a figyelmet arra, hogy a szöveg- és adatbányászati technikákat magánszervezetek és közjogi szervezetek is széles körben alkalmazzák, előbbieket például összetett üzleti döntések, új alkalmazások vagy technológiák fejlesztése céljából. Az ő szempontjukból kulcsfontosságú kérdés, hogy a kimásolást el lehet-e végezni jogszerűen hozzáférhető műveken vagy más védett teljesítményeken, különösen akkor, ha a technikai eljárás céljából végzett többszörözés vagy kimásolás adott esetben nem felel meg az időleges többszörözési cselekményekre vonatkozó, az Infosoc-irányelv 5. cikk (1) bekezdésében foglalt létező kivétel valamennyi feltételének. Ezért annak érdekében, hogy fokozódjon a jogbiztonság, és az innováció is ösztönzést kapjon a magánszektorban, szükséges, hogy bizonyos feltételek mellett kivételt vagy korlátozást írjanak elő a művek vagy más, védelem alatt álló teljesítmények többszörözésére és kimásolására vonatkozóan szöveg- és adatbányászat céljából, lehetővé téve azt is, hogy a másolatokat a cél által indokolt ideig megőrizhessék.

A kivétel vagy korlátozás alkalmazhatóságának feltétele, hogy a műhöz vagy más, védelem alatt álló teljesítményhez a kedvezményezett jogszerűen fért hozzá, vagyis azokat a jogosultak korábban az interneten a nyilvánosság számára hozzáférhetővé tették, és nem tartják fenn megfelelő módon a jogokat a szöveg- és adatbányászat céljából végzett többszörözésre és kimásolásra. Az ilyen jogfenntartásra csak géppel olvasható módon kerülhet sor, amelynek tartalmaznia kell a metaadatokat és a weboldal vagy szolgáltatás feltételeit is. A jogfenntartás továbbá nem érintheti az egyéb felhasználásokat. Ettől eltérő esetekben is lehetőségük van a jogosultaknak arra, hogy jogaikat más módon, például szerződéses megállapodással vagy egyoldalú nyilatkozattal fenntartsák.

Mezei Péter szerint ennek a szabálynak az indoka abban rejlik, hogy a jogalkotó megőrizze a jogosultak azon jogát, hogy saját maguk végezhessek el a szöveg- és adatbányászati célú többszörözési és kimásolási cselekményeket.³⁸ Mezei továbbá a jogfenntartás lehetőségét a szöveg- és adatbányászati kivétel vagy korlátozás korlátozásának tekinti, amelyet még azelőtt kell megtenni, hogy a gépi felhasználásra sor kerülne.³⁹ Ugyancsak a jogfenntartásról, különösen pedig annak kifejezési formájáról, a *robots.txt*-ről Ficsor úgy vélekedik, hogy azt elektronikus jogkezelési információnak kell tekinteni.⁴⁰ Ezt azért fontos megjegyezni, mert az utólagos engedély felveti a kérdést, vajon lehetőség van-e arra, hogy a már kibányászott szöveget és/vagy adatot a gép „el tudja-e felejteni”.⁴¹ Ha ugyan erre technikailag van is lehetőség, az meglehetősen erőforrás-igényes. Ezért aztán külön is említésre méltó, hogy az Szjt.

³⁸ Mezei Péter: Szöveg- és adatbányászattal kapcsolatos jogfenntartás gyakorlati tapasztalatai. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 19. (129.) év. 5. sz., 2024. október, p. 106. Vö. Faludi: i. m. (29), p. 93–94.

³⁹ Mezei: i. m. (38), p. 107.

⁴⁰ Ficsor: i. m. (33), p. 210.

⁴¹ Mezei: i. m. (38), p. 108.

a 35/A. § (1) bekezdés *b*) pontjában Európában egyedülálló módon kifejezetten kimondja, hogy a jogfenntartásra csak előzetesen kerülhet sor.

A jogfenntartás kérdésköréhez tartozó intézkedéseket vezet be az AI Act⁴² is, amely a (104)–(107) preambulumbekkezdésben hosszasan taglalja a mesterséges intelligencia, a gépi tanulás és a szerzői jog kapcsolódási pontjait. Ezek közé tartozik többek között annak (105) preambulumbekkezdésben történő elismerése, hogy az egyedülálló innovációs lehetőséget kínáló nagy generatív MI-modellek, amelyek képesek szövegek, képek, egyéb tartalmak létrehozására, kihívást jelentenek a szerzők és más alkotók számára a létrehozás, terjesztés, használat és fogyasztás vonatkozásában. Ugyanitt utal az uniós jogalkotó a CDSM-irányelvben foglalt adatbányászati kivételekre, egyúttal megismételve azt az ott lefektetett szabályt, hogy a jogosultak fenntarthatják műveikre vagy más védett teljesítményeikre vonatkozó jogait, megakadályozva ezzel az adatbányászati célú felhasználásokat, kivéve, ha ezek tudományos kutatás céljából történnek.

A (106) preambulumbekkezdés felhívja az általános célú MI-modellek szolgáltatóit arra, hogy olyan szabályokat alakítsanak ki, amelyek megfelelnek az Európai Unióban hatályban lévő magas szintű szerzői jogi védelmi normáknak, különös tekintettel a CDSM-irányelv 4. cikk (3) bekezdésében található jogfenntartásnak. Az egyenlő versenyfeltételek megteremtése érdekében ez minden MI-szolgáltatónak kötelezettsége kell, hogy legyen.

A (107) preambulumbekkezdés előírja, hogy az MI-modellek előtanítása és tanítása során felhasznált adatokat átlátható módon kell kezelni, amiről részletes összefoglalót kell készíteni és nyilvánosan hozzáférhetővé tenni, figyelembe véve ugyanakkor az MI-szolgáltató üzleti érdekeit is, különös tekintettel az üzleti titok és a bizalmas üzleti információ védelmére.

Az 53. cikk (1) bekezdés *c*) pontja kimondja, hogy az általános célú MI-modellek szolgáltatóinak a szerzői és kapcsolódó jogokra vonatkozó uniós jognak való megfelelésre irányuló politikát kell bevezetniük annak érdekében, hogy azonosítsák és betartsák a CDSM-irányelv 4. cikk (3) bekezdésében foglalt jogfenntartást, amelyet a legkorszerűbb technológiákkal kell megvalósítaniuk. A *d*) pont előírja kellően részletes összefoglalók készítésének kötelezettségét is az általános célú MI-modell tanításához használt tartalomról, amelynek meg kell felelnie az MI-hivatal által rendelkezésre bocsátott sablonnak. Az összefoglalót közzé kell tenni.

A szöveg- és adatbányászati kivétel dogmatikai alapjainak áttekintését követően lássuk, hogy pontosan mi is áll a *Like Company vs. Google Ireland Limited*-ügy⁴³ középpontjában, és miért mondhatjuk azt, hogy ugyan nincs még jogerős bírósági döntés sem uniós, sem tagállami szinten, mégis jó eséllyel bocsáthatjuk előre, hogy ez az ügy a sajtókiadói jog és

⁴² Az Európai Parlament és a Tanács 2024/1689 rendelete a mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok megállapításáról, valamint a 300/2008/EK, a 167/2013/EU, a 168/2013/EU, az (EU) 2018/858, az (EU) 2018/1139 és az (EU) 2019/2144 rendelet, továbbá a 2014/90/EU, az (EU) 2016/797 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (a mesterséges intelligenciáról) szóló rendelet.

⁴³ C-250/25 *Like Company vs. Google Ireland Limited*.

a szöveg- és adatbányászati kivétel gordiuszi csomóját bizony nem fogja átvágni az utóbbi javára. Éspedig azért nem, mert a kard, amit a szöveg- és adatbányászati kivétel jelent, bizony életlen.

A jogvita alapját egy nagy nyelvi modellen alapuló chatbot válaszaiban egy sajtókiadó honlapjának tartalmával részben azonos szöveg megjelenítése, illetve a CDSM-irányelv 15. cikkében foglalt vagyoni jogok gyakorlása adta.⁴⁴ Az ügy felperese egy Magyarországon bejegyzett gazdasági társaság, amely hírportálok kiadójaként és üzemeltetőjeként tevékenykedik. Álláspontja szerint az alperes Google által üzemeltetett Gemini (Bard) generatív mesterséges intelligencia chatbot a keresőmotorokhoz hasonlóan működik, segítséget nyújtva új tartalmak, például képek, zenék és kódok létrehozásában. A Google általános szerződési feltételei erre a chatbotra is vonatkoznak, amely részben a Google Search keresőmotor-szolgáltatásával összekapcsolva működik. Az ilyen chatbotok használata során a felhasználók részletes információkat kaphatnak sajtótermékek tartalmáról, és bizonyos esetekben összefoglalókat is készíthetnek ezekről. Amikor a chatbot közvetlenül idéz egy hosszabb szövegrészt egy weboldalról, kiemeli az adott oldalt, amelyet a felhasználó közvetlenül is elérhet. A Gemini az adatgyűjtéshez a Google Search adatbázist használja, és a felhasználónak azt javasolja, hogy keressen rá a Google Search-ben is az adott témára. Ennek ellenére mégis képes olyan választ adni, amelyben egy védett sajtótermék tartalmát jeleníti meg.⁴⁵

A felperes egy olyan hírmédia-kiadó, amely újságírói jellegű irodalmi műveket tesz közzé. Felületein hirdetéseket is megjelenít, amelyekért az egyes felületeket felkereső felhasználók számának arányában reklámbevételben részesül. A felperes egyik védett online sajtótermékén (balatonkornyeke.hu) megjelent egy cikk, amelyben Kozsó azon törekvéséről volt szó, amely szerint az énekes delfineket helyez el egy balatoni akváriumban. Az alperes chatbotjának azt a kérdést tették fel, hogy *„[t]udna-e magyar nyelvű összefoglalót adni a balatonkornyeke.hu-n megjelent online sajtótermékekről, amely Kozsónak a tóba delfinek betelepítésére vonatkozó tervéről szól?”*, amelyre a chatbot részletes választ adott, beleértve a felperes gondozásában megjelent cikk összefoglalóját.⁴⁶ A felperes ezt követően bírósághoz fordult, hogy az állapítsa meg, hogy az alperes megsértette a sajtókiadványhoz fűződő többszöröségi és nyilvánosságához közvetítési jogát.⁴⁷

A fenti tényállás alapján a Budapest Környéki Törvényszék az alábbi kérdésekkel fordult az EUB-hez.

1. Értelmezhető-e a CDSM-irányelv 15. cikk (1) bekezdésében és az Infosoc-irányelv 3. cikk (2) bekezdésében meghatározott nyilvánossághoz közvetítésnek a sajtókiadók weboldalainak tartalmával részben azonos szöveg megjelenítése egy mesterségesintelligencia-alapú chatbot válaszaiban, amennyiben e szöveg hossza olyan terjedelmű,

⁴⁴ I. m. (43) Subject matter of the main proceedings.

⁴⁵ I. m. (43) Succinct presentation of the facts and procedure in the main proceedings, 1–5. pont.

⁴⁶ I. m. (43) 6–8. pont.

⁴⁷ I. m. (43) 9–11. pont.

hogy az már a 15. cikk védelme alatt áll? Amennyiben igen, van-e jelentősége annak, hogy a válaszok olyan folyamat eredményei, amelynek során a chatbot a megfigyelt minták alapján csupán a következő szót jósolja meg?

2. Úgy kell-e értelmezni a CDSM-irányelv 15. cikk (1) bekezdését és az Infosoc-irányelv 2. cikkét, hogy a mesterségesintelligencia-alapú chatbot képzésének folyamata a többszörözés egyik esetének minősül, amikor az említett chatbot a minták megfigyelése és egyeztetése alapján épül fel, lehetővé téve, hogy a modell megtanulja a nyelvi minták felismerését?
3. Amennyiben igen, a jogszerűen hozzáférhető művek ilyen többszörözése a CDSM-irányelv 4. cikkében foglalt, a szöveg- és adatbányászat céljára történő szabad felhasználást biztosító kivétel hatálya alá tartozik-e?
4. Úgy kell-e értelmezni a CDSM-irányelv 15. cikkének (1) bekezdését és az Infosoc-irányelv 2. cikkét, hogy amennyiben a felhasználó egy mesterségesintelligencia-alapú chatbotnak olyan utasítást ad, amely megfelel egy sajtótermékben szereplő szövegnek, vagy amely e szövegre hivatkozik, és a chatbot ezt követően a felhasználó által adott utasítás alapján létrehozza a válaszát, az a tény, hogy e válaszában a sajtótermék tartalmának egy része vagy egésze megjelenik, a chatbotszolgáltató részéről történő többszörözésnek minősül?⁴⁸ A fentebb ismertetett Meta-ügyhöz hasonlóan ebben a jogvitában sem született még ítélet.

Amennyiben a jövőben a fenti kérdésekre, és különösen a szöveg- és adatbányászati kivételre vonatkozó felvetésre az EUB azt a választ adja, hogy a híraggregátor-platformok tevékenysége beilleszthető a 4. cikk keretei közé, az alapjaiban változtathatja meg a sajtókiadói jog és annak érvényesíthetősége körüli vitákat. Ez azonban jelen állás szerint, figyelembe véve a szóban forgó kivétel dogmatikai alapjait, felettébb meglepő fejlemény lenne.

Amennyiben az EUB mégis a Google-nak adna majd igazat, akkor bármely híraggregátoroldal joggal hivatkozhatna a 4. cikkben foglalt szöveg- és adatbányászati kivételre, de csak akkor, ha az alábbi megkötések közül egyik sem áll fenn.

Először is a szerzői jogban a korlátozásokat és kivételeket szigorúan kell értelmezni, mégpedig úgy, hogy a felhasználás illeszkedjen a háromlépcsős teszt keretei közé.⁴⁹ Több mint kétséges, hogy a híraggregátorok által történő felhasználás megfelel ennek a kritériumnak. A platformok által történő felhasználás ugyanis nem minősíthető különleges esetnek, annál inkább sérelmes viszont a sajtókiadványok rendes felhasználására, emellett pedig indokolatlanul károsítja a jogosultak jogos érdekeit.

Másodszor, és talán a legfontosabb érv a szöveg- és adatbányászati kivétel híraggregátorok általi felhívhatósága ellen az, hogy a 4. cikk csak a többszörözés jogát érinti, a tagállamok csak e vagyoni jog tekintetében fogadhatnak el olyan korlátozásokat vagy kivételeket,

⁴⁸ I. m. (43) Questions referred for a preliminary ruling.

⁴⁹ *Rosati*: i. m. (14), p. 87–88. *Vö. Mezei*: i. m. (38), p. 99–100.

amelyek a szöveg- és adatbányászat célja által indokolt cselekményeket szabadon gyakorolhatóvá teszik. Ez egyértelműen kiolvasható a 4. cikk (1) bekezdésének szóhasználatából is: „... a jogszerűen hozzáférhető műveken vagy más védelem alatt álló teljesítményeken végzendő szöveg- és adatbányászat céljából végrehajtott többszörözéshez és kimásoláshoz”.

A sajtókiadói jog és különösen a sajtókiadványok előállításába történt befektetés megtérülése szempontjából a többszörözés jogához képest legalább ennyire, ha nem fontosabb vagyoni jog a nyilvánossághoz közvetítés joga. Ez ugyanis az az uralkodó vagyoni jog, amely minden digitális, internetes, online felhasználás esetén gyakorlásra kerül. Erre pedig nem terjed ki a 4. cikk, vagyis még ha ki is mondja majd az EUB, hogy a többszörözés joga nem engedélyköteles, a hírek nyilvánosságához közvetítéséhez továbbra is a sajtókiadó engedélyére lesz szükség.

Ezzel egybevág Dornis érvelése, miszerint a nyilvánossághoz közvetítés szempontjából egyértelmű, hogy a mesterségesintelligencia-alapú szolgáltatásokat „nagyszámú felhasználó általi használatra szánják”.⁵⁰ Az EUB által hosszú évek során kialakított esetjog pedig, amely a közvetítőszolgáltató-platformok jogsértéssel kapcsolatos tudatállapotát vizsgálja, Dornis szerint szintén fontos érvekkel szolgál. A mesterségesintelligencia-rendszerek üzemeltetői tudatában kell, hogy legyenek, hogy a betanítási adatokból származó kimeneti eredmények a betáplált szerzői művek másolatai. A nyilvánossághoz közvetítésbe beleértendő nyilvánosság számára lehívásra hozzáférhetővé tételnek nem feltétele a végfelhasználó általi tényleges lehívás. Ebből következik, hogy már az is megvalósítja a nyilvánossághoz közvetítés cselekményét, ha a modellből a megfelelő promptok alkalmazása révén előhívható a szerzői mű.⁵¹

A CDSM-irányelv továbbá maga gyengíti a szabad felhasználást végző pozícióját azzal, hogy lehetővé teszi a jogosultaknak, hogy kifejezett nyilatkozatukkal, megfelelő, géppel olvasható módon kizárják a védett mű vagy más teljesítmény felhasználását. A sajtókiadók sokszor élnek is ezzel a lehetőséggel az ún. robots.txt parancssorral,⁵² amellyel jelezni tudják a híraggregátor-platformnak, hogy az adott sajtókiadói tartalom felhasználásához nem járulnak hozzá.

ÖSSZEGZÉS

A fentiek tükrében úgy tűnik, hogy a 4. cikkben biztosított szöveg- és adatbányászati kivétel nem lesz megfelelő eszköz a sajtókiadói jog semlegesítéséhez. Ugyan az EUB fent hivatkozott ügyben való ítélethirdetése még meglehetősen távol van, a legvalószínűbb forgatókönyvnek az tűnik, hogy amennyiben ki is mondja a Bíróság a többszörözési jog korlátozhatóságát,

⁵⁰ Dornis: i. m. (29), p. 923.

⁵¹ Dornis: i. m. (29), p. 924.

⁵² A géppel olvasható formában tett jogfenntartó nyilatkozat ezen típusát Mezei a forrásoldali jogfenntartás körébe sorolja. Emellett említést tesz még a gépi tanulási oldali jogfenntartás lehetőségéről, amelyet ugyanakkor nem tart kompatibilisnek a CDSM-irányelv célkitűzéseivel. Lásd Mezei: i. m. (38) p.109–110.

a sajtókiadványok nyilvánossághoz közvetítése ettől még továbbra is engedélyköteles cselekmény marad. Ezzel pedig lényegében nem sérül a sajtókiadói jog legfőbb jogpolitikai indoka, nevezetesen a sajtókiadók befektetéseinek védelme és tárgyalási pozícióik erősítése. Könnyen joggal való visszaélést és az erőfölényben lévő domináns pozícióval való visszaélést valósíthat meg az a platformszolgáltató, amely a sajtókiadó által alkalmazott jogfenntartást úgy értelmezi, hogy azzal a sajtókiadó nem kívánja a tartalmát a platformon tovább indexálni. A 4. cikk ugyanis kizárólag a szöveg- és adatbányászati cselekmények tekintetében hívható fel, és csak a többszörözési jog tekintetében. Ha tehát a sajtókiadó a felhasználást tiltó nyilatkozatot tesz, az csak a 4. cikkben foglalt korlátozásra és kivételre fog vonatkozni, és nem a tartalom platform általi indexálhatóságára, megjeleníthetőségére és hozzáférhetővé tételére.

Ezt az álláspontot támasztja alá Eleonora Rosati azon megállapítása is, amely szerint a szöveg- és adatbányászat céljából történő jogfenntartás semmi esetre sem érintheti az egyéb felhasználásokat. Bár Rosati ehhez azt is hozzáteszi, hogy a VG Bild-Kunst-ügyben⁵³ hozott ítélet arra utal, hogy a jogosultak csak akkor tarthatják fenn jogaikat, ha az Infosoc-irányelv 6. cikk (1) és (3) bekezdése szerint hatásos műszaki intézkedéseket alkalmaznak a tartalmak védelme érdekében. Ez ugyanis a módja annak, hogy a jogbiztonság és az internet zökkenőmentes működése biztosítva legyen.⁵⁴ Ami pedig a sajtókiadványok felhasználása szempontjából kulcsfontosságú nyilvánossághoz közvetítést illeti, annak sérelme megállapítható lesz az olyan mesterségesintelligencia-alapú híraggregátor-szolgáltatások esetében, amelyek az internetet figyelve hírtartalmakat gyűjtenek és tesznek hozzáférhetővé szolgáltatásaik felületein. A nagy nyelvi modellek és más, a ChatGPT-hez hasonló rendszerek pedig úgyszintén megsértik a nyilvánossághoz közvetítés vagyoni jogát, amennyiben a sajtókiadók engedélye nélkül tesznek sajtókiadványokban található cikkeket a megjelenítési eredményeikben hozzáférhetővé. Ehelyütt ugyanakkor arra is emlékeztetni kell, hogy a sajtókiadói jog limitált védelmi ideje csak két évig áll fenn, tehát az ennél régebbi cikkek elvileg felhasználhatóak lennének. Azonban nem szabad elfelejteni, hogy ezen cikkek esetében is felettebb valószínű, hogy a sajtókiadónak származékos módon, de fenn fog állni a szerzői joga a felhasznált művek tekintetében.

A fentiek tükrében tehát az egyetlen útja a sajtókiadványok szabad felhasználásának az, ha a sajtókiadók maguk mondanak le jogaik érvényesítéséről vagy adnak ingyenesen felhasználási engedélyt az online szolgáltatóknak. Ettől függetlenül még természetesen az EUB és a tagállami bíróságok is hozhatnak majd a fenti gondolatmenetnek ellentmondó ítéletet, de az eddigi EUB-döntések mintázatai a linkeléses ügyek, illetve a sajtókiadványok felhasználása tekintetében inkább abba az irányba mutatnak, hogy a szükséges alapjogi egyensúly – különös tekintettel a vállalkozás szabadságára és a szellemi tulajdon védelmére – fenntartása mellett inkább az online közvetítőszolgáltatók ellen ítélnék.

⁵³ C-392/19. VG Bild-Kunst vs. Stiftung Preußischer Kulturbesitz. ECLI:EU:C:2021:181.

⁵⁴ Mezei: i. m. (38), p. 89–90. Vö. VG Bild-Kunst-ítélet 46. pont.

A VÉDELEM BÉRE 7. A KÖVETŐJOG ÉS A FIZETŐ KÖZTULAJDON ÁTKERETEZÉSE

1. Bevezetés

A mesterséges intelligenciáról (MI) azt mondják, hogy a megoldások ígérete: helyettünk gondolkodik, helyettünk old meg feladatokat, és találja meg a válaszokat a mindennapi életünk során felmerülő kérdések, problémák, nehézségek többségére. Számos pozitívuma miatt sokan kipróbálják és használják, mások viszont csalódnak benne, elsősorban azért, mert bizonyos komplex feladatok megoldására egyelőre alkalmatlan. Ennek magyarázata főként az, hogy a ChatGPT nem kereső, hanem nyelvi modell, így a gép nem pont azt csinálja (találja meg), amit várunk tőle, nem tudja a szándékainknak megfelelően értelmezni a bevitt parancsokat. A generatív mesterséges intelligencia által használt nyelvi modellek ugyan már képesek hordozni az egyes szavak alapvető jelentéstani információját, azonban nem veszik figyelembe az adott szó kontextusát, ezáltal a többjelentésű szavak leredukálódnak, illetve az algoritmus nem tudja feldolgozni az adott szó jelentésének változásait, így a szöveg megértése torzul.¹ Ékes bizonyítéka ennek a követőjog és a fizető köztulajdon fogalma: míg az elsöre meglehetősen jó és pontos találatokat dob fel az MI, a másodiknál már elkalandozik a mesterséges intelligencia például a köztulajdonban álló gazdasági társaságok takarékosabb működése irányába, ami szinte előrevetíti a fizető köztulajdon jogintézményének ingatagságát, bizonytalanságát.

A követőjog (*droit de suite*), vagyis az eredeti képzőművészeti alkotás szerzőjét a mű értékesítését követően is megillető, díjazással is járó szerzői jogi jogosultság a szerzőt megillető egyik legfontosabb vagyoni jog a kiállítás joga mellett.² A követőjog azt a célt szolgálja, hogy a képzőművészek, iparművészek és fotóművészek alkotásuk első értékesítését követően is részesüljenek az eredeti műalkotásuk műkereskedő általi értékesítéséből befolyt bevételből. A magyar szerzői jogban 1979. január 1-jétől létező, 100 éves múlttal rendelkező jogintézmény arra vezethető vissza, hogy számos esetben a fiatal, pályája elején tartó, kevéssé ismert szerző kénytelen műalkotását olcsón eladni, így a mű tulajdonjogáért és a későbbi reprodukálásáért kapott jelentéktelen összegű bevételek általában nem állnak arányban a mű már

* Kiss Zoltán Károly, a Szerzői Jogi Szakértő Testület tagja, Kiss Dóra Bernadett, Abion AB, Brand Protection Counsel, a Szerzői Jogi Szakértő Testület tagja.

¹ Vági Renátó: Nyelvi modellek és AI alkalmazások a jogi munkában I. rész: <https://jogaszvilag.hu/szakma/nyelvi-modellek-es-ai-alkalmazasok-a-jogi-munkaban-i-resz/>.

² 1999. évi LXXVI. törvény a szerzői jogról (a továbbiakban: Szjt.) 70. §.

ekkor megállapítható esztétikai értékével.³ Az első értékesítéskor a szerző részére befolyt bevétel nem alkalmas annak kompenzálására, ha a műalkotás később – leginkább az alkotó halála után – nagyságrendekkel magasabb áron cserél gazdát a műkincspiacon, amelynek hasznából kizárólag a műkereskedő részesülne.⁴ Vitathatatlan tény, hogy viszonylag rövid idő alatt ilyen mértékű értéknövekedés más művészeti ágban nem fordul elő (vagy csak nagyon ritkán), így a továbbértékesítésből származó többletbevétel törvényi garantálása kompenzációt nyújt a művészek, illetve jogutódaik számára.

A fizető köztulajdon (*domaine public payant*) mint a szerzői jogok védelmi idejének eltelte után fennálló járulékfizetési kötelezettség ugyancsak a kereskedelmi tevékenységet folytató gazdálkodó szervezet közreműködésével történő átruházáskor esedékes, amelyre részben a követőjogra vonatkozó rendelkezéseket kell megfelelően alkalmazni.⁵ A két jogintézmény között a leglényegesebb különbség az, hogy a követőjog jogosultja a védelmi időn belül a szerző vagy annak jogutóda, míg a fizető köztulajdon után befizetendő járulékot a vizuális alkotóművészek szociális céljaira, alkotótevékenységének támogatására kell fordítani. A védelmi idő elteltével ugyanis a mű közkinccsé válik, azt bárki szabadon használhatja, ezért a fizető köztulajdon alanya az átruházás idején élő és alkotó szerzők közössége. Így a fizető köztulajdon nem szerzői jogi intézmény, nem is a szomszédos jogok körébe tartozik, de mindenképpen szellemi alkotásokhoz kapcsolható jog.⁶ A fizető köztulajdon tehát az alkotások kereskedelmi forgalmazása által az alkotóművészek egy másik generációjának a megélhetését segítheti elő, mivel az erre feljogosított közös jogkezelő szervezet (Magyarországon a HUNGART Vizuális Művészek Közös Jogkezelő Egyesülete) nem a szerző vagy annak örököse, hanem az alkotók közössége számára szedi be az így összegyűlt forrást. További lényeges különbség, hogy – a követőjoggal ellentétben – sem nemzetközi szerződés, sem uniós norma nem teszi kötelezővé a nemzetállamok részére a fizető köztulajdon bevezetését. A követőjogi irányelv is a tagállamok kompetenciájába utalta a fizető köztulajdonra vonatkozó esetleges szabályozás bevezetését.⁷

Sokatmondó az is, hogy a kb. százéves múltra visszatekintő követőjogot – minden előnye és létjogosultsága ellenére – ma sem alkalmazzák globálisan, a kontinentális jogrendszeren kívül továbbra is vitatott a szükségessége, és ahol hosszadalmas viták végén el is jutnak a szabályozás jelentőségének felismeréséig, a jogi rendezés tartalma újabb dilemmákhoz,

³ Legeza Dénes (szerk.): Szerzői jog mindenkinek. Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala, Budapest, 2023, p. 206.

⁴ Lontai Endre, Faludi Gábor, Gyertyánfy Péter, Vékás Lajos: Magyar polgári jog. Szellemi alkotások joga. Eötvös József Könyvkiadó, Budapest, 2006, p. 83.

⁵ Sztj. 100. §-a.

⁶ Kiss Tibor: A követő jog. Egy jogintézmény múltja, jelene és jövője a magyar szerzői jogban. Miskolci Jogi Szele, 2007. 1. sz., p. 45–66.

⁷ Az Európai Parlament és a Tanács 2001/84/EK irányelve (2001. szeptember 27.) az eredeti műalkotás szerzőjét megillető követőjogról.

szakmai és politikai vitákhoz vezet.⁸ Európában többé-kevésbé elismerik e jogintézményt, és a műkereskedelem szempontjából meghatározó, Európán kívüli államok egy része is hajlik a követőjog elfogadása felé. Ugyanakkor a világ első számú művészeti piacán, az Egyesült Államokban jelenleg nem érvényes, ezért az EU-ból, Ausztráliából vagy más, viszonteladási joggal rendelkező országokból származó művészek nem kaphatnak jogdíjat az USA-ban történő viszonteladásokból. Hasonlóképpen az egyesült államokbeli művészek még akkor sem szedhetik be a viszonteladási jogdíjakat, ha műveiket olyan országokban értékesítik tovább, ahol a követőjogot bevezették.

A követőjog pontos dogmatikai elhelyezése kérdésében még Európában sincs egyetértés, szinte mindenhol atipikus szerzői jogi jogintézménynek tekintik. Franciaországban egyértelműen a szerzői vagyoni jogok körébe sorolják, míg például Németországban az egyéb szerzői jogosultságok között szerepel, Magyarországon pedig az egyes műfajokra vonatkozó különös rendelkezések körében szabályozzák. Mindezek okán a követőjoggal kapcsolatban a legfontosabb kérdés az, hogy mennyire volt sikeres az irányelv 2006. évi hazai átültetése, illetve milyen korrekciós lehetősége van a jogalkotónak még jobban összhangba hozni a szabályozást egyrészt a követőjogi irányelvvel, másrészt a műkereskedelmi gyakorlattal.

A fizető köztulajdon alapvető problémája pedig az, hogy eleve nem szerzői jogi intézmény, így a követőjogi irányelv sem tartalmaz erre vonatkozó kógens előírást. Ebből következően a megválaszolandó kérdés itt az, hogy a hazai piaci, műkereskedelmi viszonyok között mennyire igazságos, méltányos és életszerű az alkotók halálát követő 70 éves védelmi idő eltelte után a járulékfizetési kötelezettség előírása, illetve milyen indokok és érvek hozhatók fel ennek a „testidegen” jogintézménynek a megtartására vagy kivezetésére a magyar jogrendszerből.

2. A követőjogi szabályozás rövid története és fejlődése

A követőjog nemzetközi szerzői jogi kiindulópontja a Berni Uniós Egyezmény⁹ 1948-ban beiktatott 14^{ter} cikke, amely nem tette ugyan kötelezővé, de ajánlotta a részes államoknak a követőjogi szabályozás bevezetését.¹⁰ A követőjog a Berni Uniós Egyezményben (BUE) kölcsönös jognak minősül, ami azt jelenti, hogy a művész csak akkor követelhet és kaphat jogdíjat a viszonteladási jogdíjban, ha mind a hazájában, mind az értékesítés helye szerinti

⁸ Bővebben lásd *Tomasovszky Edit*: A követő jog alapproblémái és szabályozási környezete. PhD-értekezés. Debreceni Egyetem Marton Géza Állam- és Jogtudományi Iskola, 2021.: <https://dea.lib.unideb.hu/server/api/core/bitstreams/3e93d913-44ee-4d50-824f-9fd7b1650e48/content>.

⁹ 1975. évi 4. törvényerejű rendelet az irodalmi és a művészeti művek védelméről szóló 1886. szeptember 9-i Berni Egyezmény Párizsban, az 1971. évi július hó 24. napján felülvizsgált szövegének kihirdetéséről.

¹⁰ BUE 14^{ter} cikk (1) bekezdés: Az írók és zeneszerzők eredeti műalkotását és eredeti kéziratait illetően a szerzőnek – halála után azon személyeknek vagy intézményeknek, akiket, illetőleg amelyeket a hazai törvényhozás erre feljogosít – elidegeníthetetlen joga, hogy a szerző által eszközölt első átruházást követően részt vegyenek a mű eladására vonatkozó műveletekben.

országban e jogot elismerő jogszabályi előírások vannak érvényben. A nemzetközi szerzői jogban érvényesülő nemzeti elbánás elve idézte elő azt a helyzetet, hogy a jogintézményt elutasító, abból kimaradó országokban (például az Európai Unióban Nagy-Britannia, Írország, Ausztria és Hollandia, az EGT-államok közül Lichtenstein és Svájc, továbbá Kalifornia kivételével az USA valamennyi állama) a legintenzívebb a műkincs- és ezen belül műalkotásipiaci tevékenység.¹¹

Az akkor hatályos szerzői jogi törvénybe az 1978. évi 27. törvényerejű rendelet iktatta be a szabályt 1979. január 1-jei hatállyal, a kulturális miniszterre bízva a díj mértékének és részletszabályainak meghatározását.¹² A Vhr. a szerzői díj mértékét a vételár 5 százalékában határozta meg, amely a vevőt terhelte.¹³ A díj beszedéséért és a Művészeti Alaphoz történő átutalásáért a közvetítő vállalat (abban az időszakban jellemzően a BÁV és a Képcsarnok) volt a felelős.

A szabályozás következő fontos lépése a régi Szjt. módosításáról szóló 1994. évi LXXII. törvény volt, amely – az Alkotmánybíróság 14/1994. (III.10.) AB határozatának megfelelően – törvényi szintre emelte és pontosította a rendeleti szabályokat.¹⁴ Az Alkotmánybíróság megállapította, hogy a szerzői műhöz fűződő jogok és kötelezettségek körében a szabályozást törvényi szinten kell megvalósítani, alkotmányossági szempontból a végrehajtási rendelet mint jogforrási szint nem elfogadható. „Az Alkotmánybíróság azonban érdemben, tartalmában nem találta alkotmány sértőnek a hivatkozott rendelkezést. Rámutatott arra, hogy mivel bizonyos műalkotások értéke a forgalomban az eredeti vételárának többszörösére növekedhet, amely a közvetítő vállalat számára előnyt jelent, a szerzői jogviszony lényeges tartalmához tartozik a szerzőt megillető követő jog.”¹⁵ Kiemelést érdemel, hogy az indítványozó a fizető köztulajdon intézményének adójellegét és árnövelő hatását is kifogásolta, ami hátrányos a magyar kulturális, művészeti értékek közvetítésére nézve. Ezen érvek kapcsán az Alkotmánybíróság rámutatott arra, hogy a járulék nem adójellegű kötelezettség, ez okból nem indokolt a törvényi szintű szabályozás. Fontos hangsúlyozni, hogy az AB a járulék kapcsán csak a jogalkotásról szóló 1987. évi XI. törvénnyel való összhangját vizsgálta, azt nem, hogy a jogintézmény mennyire van összhangban a szerzői jog alapelveivel, céljaival, rendeltetésével.

Az 1999. szeptember 1-jén hatályba lépett Szjt. megtartotta a követőjogi szabályok szerkezeti elkülönítését a vizuális művekre vonatkozó fejezetben, és külön fejezetbe emelte át a fizető köztulajdonra vonatkozó előírásokat. Az elhatárolás magyarázata leginkább a két jogintézmény közötti eltérésre vezethető vissza: a követőjog ellenértéke a szerzőt vagy jogutódját illeti meg, míg a befolyt járulékot az alkotói tevékenység támogatására és az alkotó-

¹¹ Gyenge Anikó: A képzőművészeti alkotások szerzői jogi védelméről – különös tekintettel a követő jogi szabályozás módosítására. Infojog, 2005. 3. sz., p. 86–94.

¹² 1969. évi III. törvény a szerzői jogról (rég. Szjt.) 46/A. §-a.

¹³ A szerzői jogi törvény végrehajtásáról szóló 9/1969. (XII. 29.) MM rendelet (Vhr.) 34/A. §-a.

¹⁴ 1969. évi III. törvény (rég. Szjt.) 46/A. §-a.

¹⁵ Kiss: i. m. (6).

művészek szociális céljaira kell fordítani. Az Szjt. lényegében a korábbi szabályozását vette át a követőjog és a fizető köztulajdon alapvető szabályai tekintetében: a díj kötelezettjeként a vevőt nevezte meg, a díj mértékét az általános forgalmi adót (áfa) nem tartalmazó vételár 5 százalékában határozta meg, a díj beszedésének és átutalásának felelőseként a kereskedelmi tevékenységet folytató gazdálkodó szervezetet jelölte meg, a muzeális intézményeket mentesítette a díjfizetési kötelezettség alól. A rendelkezést csak az alkotás tulajdonjogának a szerző részéről történő, első átruházását követően kellett alkalmazni. A muzeális intézmények kivételezett helyzetét egyrészt az idetartozó intézmények közfeladat-ellátása, másrészt a műtárgyvásárlásra rendelkezésre álló forrásaik szűkössége indokolta. Ekkor került törvényi szinten rögzítésre a díjfizetésnek a Magyar Alkotóművészeti Közalapítványtól (korábban Művészeti Alap) a képző-, fotó- és iparművészek közös jogkezelő szervezetéhez (HUNGART) történő átirányítása azzal a céllal, hogy a szervezet a díjat érelemszerűen az érintett alkotás szerzőjének vagy jogutódjának fizesse ki.¹⁶

A jogfejlődés ötödik állomását az Európai Unió 2001-ben elfogadott követőjogi irányelve és annak hazai átültetése jelentette, amely minden EU-tagállamot kötelezett a viszonteladási jog alkalmazására. Ez jelentős előrelépés volt a jogintézmény globális elismerése felé, amely több mint 70 országban létezik. Az irányelv 1. cikk (2) bekezdése értelmében „a követő jogi díjat minden olyan esetben meg kell fizetni, amennyiben az eredeti műalkotás értékesítésében a művészeti piac képviselői – így például aukciós házak, művészeti galériák és általában műkereskedők – eladóként, vevőként, illetve közvetítőként közreműködnek”. A Berni Unió Egyezményben foglalt jog opcionális jellege és kölcsönös elismerése miatt azonban világszerte komoly akadályt jelent a képzőművészek számára, hogy főként az Európai Unióon kívüli, nagy művészeti piacokkal rendelkező országokban továbbra sem vezetik be a követőjogot. Az uniós tagállamok jogosultak arra, hogy maguk döntsenek a követőjogi díj megfizetésére kötelezett személyéről. Az irányelv 1. cikk (2) és (4) bekezdése szerint a követőjogi díj megfizetési kötelezettsége akkor is fennáll, ha a műkereskedő nem eladóként, hanem vevőként vagy csak közvetítőként vesz részt a jogügyletben.

A magyar szabályozást csak néhány ponton kellett összhangba hozni az irányelv eltérést nem engedő szabályaival, amelyek közül a legfontosabbak: annak kimondása, hogy a követőjog nem átruházható és elidegeníthetetlen szerzői jogi jogosultság, a díjfizetési kötelezettség „átfordítása” a vevőről az eladóra, pontosabban a műalkotásokat forgalmazó természetes vagy jogi személyre,¹⁷ a díjmérték felső határának rögzítése (12 500 euró), a díjfizetés alóli mentesítést adó alsó küszöbérték meghatározása (5000 forint),¹⁸ a díjszámítás körében

¹⁶ Szjt. 70. §-ának (9) bekezdése.

¹⁷ Az irányelvben nem az „eladó”, hanem a „műtárgypiac hivatásos szereplői” kifejezés szerepel, minden további szűkítés nélkül. Magyarországon e fogalomnak leginkább a műkereskedő felel meg. Idetartoznak a bármilyen szervezeti formában működő aukciósházak, művészeti galériák és általában bárki, aki műalkotásokat hivatásszerűen forgalmaz.

¹⁸ A követőjogi irányelv 3000 euróban határozta meg azt a minimális eladási árat, amely alatt nem kell megfizetni a díjat, de ettől az összegtől a tagállamok „lefelé” eltérhettek.

egy sávós mértékű kulcsrendszer bevezetése és a díjfizetési kötelezettség alóli alanyi mentesség feltételeinek szélesítése.¹⁹ A követőjogi szabályozás hatálya tehát kiterjed minden, a szerző által eszközölt első átruházást követő visszterhes tulajdonátruházásra. Az alábbi belföldi ügyletek mentesek a követőjogi díjfizetési kötelezettség alól:

- ingyenes ügyletek (például ajándékozás),
- a műalkotás vételára 5000 forint alatt marad,
- a műalkotás tulajdonjogának első (a szerző általi) bármilyen, akár visszterhes, akár ingyenes átruházásakor,
- a műkereskedőnek nem minősülő magánszemélyek (például műgyűjtők) közötti – akár visszterhes, akár ingyenes – szerződések (műkereskedőnek minősül a műalkotásokat forgalmazó természetes vagy jogi személy, illetve jogi személyiséggel nem rendelkező gazdasági társaság),
- amikor muzeális intézmény műkereskedőnek nem minősülő természetes személytől szerzi meg az eredeti műalkotás tulajdonjogát, ha a muzeális intézmény működése jövedelemszerzés vagy jövedelemfokozás célját közvetve sem szolgálja,²⁰
- muzeális intézmények egymás közötti ügyletei,
- olyan művész alkotásának értékesítésekor, akinek az országa nem ismeri el, illetve nem vezette be a követőjogi szabályozást (például Svájc, USA, Japán, Kína),
- olyan művész alkotásának értékesítésekor, akinek a halálát követő év első napjától számított 70 év eltelt (ezek után a fizető köztulajdon szerinti járulékot kell megfizetni),
- ismeretlen alkotó műalkotásának értékesítésekor.²¹

¹⁹ A követőjogi irányelv (18) preambulumbekzdése: A követőjog hatályát ki kell terjeszteni valamennyi újraeladási ügyletre, kivéve azokat, amelyek a magánszemélyek között közvetlenül, a művészeti piac képviselőjének közreműködése nélkül zajlanak. Ez a jog nem terjeszthető ki magánszemélyek által a nyereségszerzés célja nélkül a nyilvánosság számára hozzáférhető múzeumok részére végzett újraeladásra. A művészeti galériák sajátos helyzetére tekintettel, miután ezek közvetlenül a szerzőtől szerzik az alkotásokat, a tagállamok számára lehetővé kell tenni, hogy mentessék a követőjog alól ezen alkotások újraeladását, ha arra a szerzéstől számított három éven belül kerül sor. A művész érdekeit is figyelembe kell venni oly módon, hogy ez a kivétel olyan újraeladási ügyletekre korlátozódjon, amelyeknél az eladási ár nem haladja meg a 10 000 eurót.

²⁰ A követőjogi jogdíj megfizetése alóli mentesítés speciális feltétele, hogy az érintett muzeális intézmény működése közvetve sem szolgálhatja jövedelemszerzés vagy jövedelemfokozás célját. Itt a jogalkotó eleve kizárja a jövedelemszerzés illetve jövedelemfokozás lehetőségét, amit csak úgy lehet értelmezni, hogy a jogdíj megfizetése alóli mentesség csak a nonprofit jogállású, tehát belépődíjat nem szedő, ingyenesen látogatható muzeális intézményeket illet meg. Tehát az Szjt. a muzeális intézményeken belül megkülönböztet egy szűkebb, nem jövedelemszerzési céllal létrejött és működő intézményi kört.

²¹ Ezt jogszabály kifejezetten nem mondja ki és szakértői vélemény vagy állásfoglalás sem született ezzel kapcsolatban, de levezethető az irányadó szabályokból. A követőjogi jogdíjat az eredeti műalkotás tulajdonjogának műkereskedő közreműködésével történő visszterhes átruházásakor kell megfizetni. Ismeretlen alkotó esetében azonban nem értelmezhető az „eredeti műalkotás” definíciója, hiszen nem azonosítható a szerző személye, így nem állapítható meg a követőjogi jogdíj kedvezményezettje. Árva műként sem értelmezhető egy ismeretlen alkotó műve, illetve az árva művek felhasználására, engedélyezésére vonatkozó szabályok sem alkalmazandók az ismeretlen alkotó művének értékesítésére, mivel a műtárgy értékesítése, eladása nem illeszthető be az árva mű-rezsimbe, amely kifejezetten felhasználási cselekményekre – például kiadás, átdolgozás, nyilvánossághoz közvetítés – vonatkozik.

Értelmezésre szorul a muzeális intézmények megítélése abban az esetben, amikor kvázi műkereskedőként eljárva működnek közre egy műalkotás megszerzésében vagy értékesítésében. A fizetés alóli mentesülés csak akkor illeti meg a muzeális intézményt,²² ha nem műkereskedőtől, hanem magánszemélytől szerzi meg az eredeti műalkotás tulajdonjogát.²³ Ebből következően a kivételi szabály nem terjedhet ki azokra az esetekre, amikor a muzeális intézmény műkereskedőtől vásárol vagy pedig jövedelemszerzési céllal értékesít műalkotást. Műtárgyvásárlásra fordítható forrásaiak szűkösége okán ugyanakkor ritkán fordul elő, hogy a múzeumok önállóan jelenjenek meg árveréseken; a gyakorlatban az a tipikus, hogy közvetlenül a művésztől szereznek be alpműveket (műtermi vásárlások).²⁴

2006-ig a fizetendő díj mértéke minden ügylet után egységesen 5 százalék volt, ami viszont nem felelt meg az irányelv küszöbértékeinek, továbbá a sávosan növekvő kulcsú díjszámítási metodikát meghatározó rendelkezéseinek. Az irányelv szerint a tagállamoknak meg kellett határozni egy 3000 eurót meg nem haladó minimális eladási árat, amely alatt nem kell megfizetni a díjat. A magyar műtárgypiac jellegzetessége viszont, hogy a kortárs művek jelentős hányada ezen összeg alatt talál gazdára, ezért az irányelv átültetésekor az Szjt. módosítása ennél jóval alacsonyabb szinten, az adminisztrációs költségeket még éppen meghaladó, jelképes összegű 5000 forintban határozta meg ezt a küszöbértéket. Ez az alacsony összeg lényegében kiüresíti az irányelvi rendelkezést, hiszen ezen a jogcímen ma már egyetlen alkotás műkereskedői értékesítése sem tud mentesülni a jogdíjfizetés alól. A szabály 2006-ban történt bevezetése óta eltelt közel 20 év, a kulturális piac fellendülése és a műtárgypiac örvendetes felívelése, továbbá az eladási ár ezekkel járó emelkedése miatt szükségesnek tűnik ennek az alsó küszöbértéknek a megemlése az Ausztriában is bevált, de az irányelvi limit alatti 2500 eurós összegre.

Az irányelv az 50 000 euró alatti eladási ár 4 százalékában határozta meg a jogdíj mértékét, de lehetővé tette a tagállamok számára ugyanerre a kategóriára vonatkozóan az 5 százalékos díj bevezetését, amit az Szjt. 2016. január 1-jétől hatályos módosítása át is vett az akkori piaci helyzet figyelembevételé alapján. Az Országgyűlés 2012. január 1-jei hatállyal 4 százalékra mérsékelte ezt a tarifát, mivel „a piaci igények arra engednek következtetni, hogy a magasabb összegű díj fenntartása nem indokolt”.²⁵ Az 50 000 euró feletti eladási ár sávo-

²² Az Szjt. ebbe a körbe sorolja a múzeumok mellett a közérdekű muzeális gyűjteményeket és kiállítóhelyeket is, összhangban a muzeális intézményekről, a nyilvános könyvtári ellátásról és a közművelődésről szóló 1997. évi CXL. törvény által támasztott egységes szakmai követelményrendszerrel.

²³ Az Szjt. 70. §-a alkalmazásában eredeti műalkotás a képzőművészeti alkotás (pl. kép, kollázs, festmény, rajz, metszet, nyomat, litográfia, szobrászati alkotás), az iparművészeti alkotás (pl. falikárpit, kerámia, üvegtárgy) és a fotóművészeti alkotás, feltéve, hogy azt maga a szerző készítette, vagy olyan másolat, amely eredetinek minősül. Eredetinek minősül a másolat, ha korlátozott számban a szerző maga készítette, vagy az ő irányításával készült. A sorszámmal, a szerző kézjeggyével ellátott, vagy más alkalmas módon a szerző által megjelölt műpéldányt ilyen másolatnak kell tekinteni.

²⁴ Kiss Zoltán Károly, Kiss Dóra Bernadett: A vizuális művészetek és a jog 1. A képzőművészet szabályozása. NMHH Médiatudományi Intézete, 2019, p. 214.

²⁵ Lásd a 2011. évi CLXXII. törvény 34. §-ához fűzött miniszteri indokolást.

san növekvő kulcsai nem változtak, ezektől a mértékektől az irányelv sem enged eltérést. A fizetendő díjmértékek:

- 3% az eladási ár 50 000,01 és 200 000 euró közötti hányadára;
- 1% az eladási ár 200 000,01 és 350 000 euró közötti hányadára;
- 0,5% az eladási ár 350 000,01 és 500 000 euró közötti hányadára;
- 0,25% az eladási ár 500 000 eurót meghaladó hányadára.

Az irányelv (18) preambulumbekzdése kimondja, hogy „a művészeti galériák sajátos helyzetére tekintettel, miután ezek közvetlenül a szerzötől szerzik az alkotásokat, a tagállamok számára lehetővé kell tenni, hogy mentesítsék a követőjog alól ezen alkotások újraeladását, ha arra a szerzéstől számított három éven belül kerül sor. A művész érdekeit is figyelembe kell venni oly módon, hogy ez a kivétel olyan újraeladási ügyletekre korlátozódjon, amelyeknél az eladási ár nem haladja meg a 10 000 eurót.” Erre mintegy ráerősít az irányelv 1. cikkének (3) bekezdése: „A tagállamok rendelkezhetnek úgy, hogy az (1) bekezdésben említett jog nem alkalmazandó olyan viszonteladásokra, amelyekben az eladó a művet közvetlenül a szerzötől szerezte meg kevesebb mint három évvel a viszonteladás előtt, és amelyekben a viszonteladási ár nem haladja meg a 10 000 eurót.” Ez az opcionális szabály tehát csak abban az esetben alkalmazható egy uniós országban, ha az a műkereskedők helyzetére tekintettel szükséges, és egyúttal a szerzők érdekeit sem ássa alá. A hazai jogalkotás nem élt ezzel a lehetőséggel a magyar piac jellemzőit mérlegelve. A magyar piac sajátossága, hogy meglehetősen kicsi, és a vételár csak néhány esetben haladja meg a 10 000 eurót (kb. 4 millió forintot). Az irányelvi limit a magyar piac sajátosságaihoz mérten kiemelten magas értéken lett meghatározva.²⁶ A jogi szakírók az eladási árak átlagos adataiból és a jellemzően az alkotótól való közvetlen galériás vásárlásból azt a következtetést vonták le, hogy az esetek nagy részében nem kellene a műkereskedőknek követőjogi díjat fizetniük, ha a jogalkotó élne ezzel az irányelvi opcióval, ami a jogosultak számára kifejezetten hátrányos megoldást jelentene.²⁷ Így tehát ezt a tagállamok számára nem kötelező opciót Magyarország sem az irányelv 2006. évi átültetésekor, sem később nem építette be. Figyelemmel a hazai műkereskedelmi piac nagyságrendjére és a műtárgyvásárlási szokásokra, indokolt lenne megfontolni a mentesítési küszöbérték irányelvben meghatározott felső limit összegében történő meghatározását.

A követőjogi irányelv szerint az eladási ár alatt az adót nem tartalmazó eladási árat kell érteni. A rendelkezésből az következik, hogy az eladási árba minden más adminisztratív költség és az adásvételi ügylet körében felszámolt egyéb díj és jutalék beleértendő. A mű-

²⁶ Az Art Advisory Budapest adatai alapján a top 20 élő magyar művész munkáinak aukciós bevételeiben a 20. helyen szereplő alkotó a 2011–2020 közötti időszakban mintegy 7,5 millió forintot realizált 15 művének értékesítésével, így kevésbé neves művészek esetében ez a szám még alacsonyabb is, holott művenként már ez esetben sem érik el a 10 000 eurós értékhatárt. Forrás: <https://www.portfolio.hu/befektes/20240308/mutatjuk-mely-hazai-muveszek-vezettek-a-mutargypiacot-2023-ban-673577>.

²⁷ Grad-Gyenge Anikó, Timár Adrienn: Képzőművészet szerzői jogi lencsén át. Magyar Művészeti Akadémia Művészetelméleti és Módszertani Kutatóintézet, 2022, p. 56.

kereskedelmi gyakorlatban vita alakult ki a követőjog esetében járó szerzői díj mértékének alapját képező vételár fogalma kapcsán: felmerült a díjalap más költségekkel való csökkentése, mivel a törvény erről kifejezetten nem rendelkezett. A fogalom tisztázása érdekében 2021. június 1-jétől szükségessé vált egy kiegészítő rendelkezés beiktatása, amely egyértelművé tette, hogy a díjalapot képező vételárba – az adókon és más köztartozásokon kívül – minden egyéb költségelemet (adminisztratív, jutalék, egyéb díjak) be kell számítani, vagyis a vételár megállapítása során a mű ellenértékéből az adón és más köztartozáson kívül semmilyen más összeg nem vonható le.²⁸

A díj mértékére vonatkozó rendelkezések átvételénél alapvető problémát jelentett, hogy milyen árfolyamon történjen az irányelvben euróban meghatározott eladási ár forintban történő kifejezése, tekintettel az árfolyam-ingadozásokra. Mindenképpen indokolt volt egy olyan szabályozás, amely úgy rendelkezik, hogy az eladási árakat az irányelvben meghatározott, euróban kifejezett eladási árnak megfelelő, az eladás időpontjában érvényes hivatalos euró-forint árfolyam alapján kell meghatározni. Ezért az Szjt. technikai szabályként rögzítette, hogy a vételárat a Magyar Nemzeti Banknak a szerződéskötés szerinti naptári negyedév első napján érvényes hivatalos devizaárfolyama alapján kell megállapítani.²⁹ Ennek alkalmazása a műkereskedelmi gyakorlatban nem okoz értelmezési gondot vagy nehézséget.

3. Külföldi minták és joggyakorlatok

3.1. Ausztria

Ausztriában az osztrák szerzői jogi törvény alapján a degresszív skálát 2500 eurós nettó eladási ártól alkalmazzák. 50 000 euróig a kulcs 4 százalék, majd fokozatosan 0,25 százalékra csökken az irányelvnek megfelelően.³⁰ Az Európai Bizottság kötelezettségszegési eljárást indított Ausztria ellen, mert az osztrák hatóságok általános forgalmi adót vetettek ki a követőjog (droit de suite / Folgerecht) alapján a művészeknek járó díjazásra. A kérdés az volt, hogy áfaköteles-e az a díj, amelyet egy művész kap a műalkotása újraeladása után a követőjog alapján? Az Európai Bíróság (EUB) ítéletében³¹ kimondta, hogy a követőjog alapján fizetett díj nem minősül áfaköteles ügyletnek. Ez a díj nem ellenérték sem termékértékesítésért, sem szolgáltatásnyújtásért. A művész nem nyújt szolgáltatást azzal, hogy „eltűri” műve továbbértékesítését. A követőjog célja, hogy a művészt gazdasági részesedés illesse meg a műve sikeréből – ez nem adóztatható áfával. Az Osztrák Köztársaság megsértette az

²⁸ Szjt. 70. § (4a) bekezdése.

²⁹ Szjt. 70. § (7) bekezdése.

³⁰ Az osztrák szerzői jogi törvény (Urheberrechtsgesetz – UrhG), § 16b, BGBl. Nr. 111/1936, hatályos szöveg. Lásd: <https://www.jusline.at/gesetz/urhg/paragraf/16b>.

³¹ EUB, 2018. december 19-i ítélet, C-51/18. sz. ügy, Európai Bizottság kontra Osztrák Köztársaság, ECLI:EU:C:2018:1035.

uniós jogot, amikor áfát alkalmazott a követőjogból származó díjazásra. A Bíróság kötelezte Ausztriát a költségek viselésére. Az ítélet azért fontos, mert megerősíti, hogy a követőjog nem gazdasági szolgáltatás, hanem egy törvény által biztosított jog, amely nem esik áfa alá. Ez az ítélet irányadó az összes tagállam számára, ahol felmerülhet, hogy adóztatható-e a művészeknek járó ilyen típusú díj. Ausztriában nincs *domaine public payant* szabályozás.³²

3.2. Olaszország

Olaszországban 3000 eurós nettó minimális eladási árhoz kötik a díjfizetési kötelezettséget, 50 000 euróig a kulcs 4 százalék, majd fokozatosan 0,25 százalékra csökken az irányelvnek megfelelően.³³ 2019-ben az olasz közös jogkezelő szervezet, a Società Italiana degli Autori ed Editori (SIAE) új iránymutatást adott ki, amely *korlátozza a művészek követőjogát* Olaszországban. A SIAE szerint a követőjog mostantól csak a másodlagos piacon (*secondary market*) alkalmazandó. Ez azt jelenti, hogy a művészek csak akkor kapnak részesedést, ha a műalkotást a szerzőtől való első értékesítés után adják el, és az eladás egy műkereskedelmi szereplőn (például galéria, aukciósház) keresztül történik 3000 euró felett. Olaszországban 3000 eurós értékig alkalmazzák a három éven belüli eladásokra kiterjedő mentesítő szabályt.³⁴ Az iránymutatás tehát kizárta a *primary market* (elsődleges piac) ügyleteit a követőjog hatálya alól, vagyis amikor a galériák közvetlenül a művésztől értékesítenek megbízási szerződések alapján. Korábban Olaszország szélesebben értelmezte az EU-s irányelvet, és a galériákon keresztül első eladásokra is alkalmazta a követőjogot. Olaszországban nincs *domaine public payant* szabályozás.

3.3. Franciaország

Franciaországban az 1920. évi bevezetésekor csak a nyilvános árverésekre tették kötelezővé, és csak 1957-ben terjesztették ki a hatályát a galérián keresztül történő eladásokra. Franciaországban jobban elkülönül egymástól a követőjog mint szerzői jogi vagyoni juttatás és a művészek szociális támogatása. Az 1957-es módosításkor a művészek érdekképviselői szervezetei megállapodást írtak alá az aukciósházakkal és galériákkal, amelyben a galériák vállalták, hogy munkáltatói társadalombiztosítási hozzájárulást fizetnek (annak ellenére,

³² Michel M. Walter: Az osztrák szerzői jog, szerződési jog és jogkezelői jog alapjai (Grundriss des österreichischen Urheber-, Urhebervertrags- und Verwertungsgesellschaftenrechts), 2016. márciusi kiadás, kézirat / egyetemi jegyzet, Bécsi Egyetem, p. 42, 4.2. pont. Lásd: https://unternehmensrecht.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/i_unternehmensrecht/Lehre/SS_2016/Vorlesungen/Walter/Skriptum_Urheberrecht.pdf.

³³ Legge 22 aprile 1941, n. 633, Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio (olasz szerzői jogi törvény).

³⁴ In brief: IP rights in art law in Italy. 2023.03.21. Lásd: <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=7df4c6bc-3677-47d3-a5ff-9df85c9c0991>.

hogy a művészek nem a galéria munkavállalói), amelynek összege nem függ a követőjogi szabályozás hatálya alá tartozó művek eladásától, hanem a galériák bruttó jövedelmének egy bizonyos százaléka. Franciaország (és Németország) nem vezetett be megkötést e téren, így ezekben az országokban mindenfajta eladás követőjogdíj-köteles. Franciaország a nyilvános árverések esetében az adók nélküli vételárat (leütési ár), más átruházásoknál pedig az eladó által megszabott eladási árat veszi alapul a követőjogi jogdíj megállapításánál. A francia közös jogkezelés a követőjog területén alapvetően önkéntes alapú, és két nyilván- tartásba vett szervezet látja el. Franciaországban 1956-ban vezették be a *domaine public payant*-t, de rövid életűnek bizonyult, ugyanis 1976-ban eltörölték. Az eredeti koncepció szerint a művek közkinccsé válását követő 15 évig a mű többszörözése és eladása esetén egy meghatározott díjat kellett volna fizetni, amely ezt követően egy alapba kerül. Ebből támogatni lehetett volna a művészeket, különösen a fiatal alkotókat. A koncepció csak az irodalmi művekre vonatkozott. Franciaországban jelenleg a szerzői jogi szabályozás nem tartalmazza a *domaine public payant*-t.³⁵

3.4. Németország

Németország 1965-ben iktatta be a követőjogi szabályozást.³⁶ A német modell főbb vonalaiban a francia és a belga szabályozást követi. A jogszabály 1966-ban lépett hatályba. Németországban azonban sokáig ténylegesen nem alkalmazták a követőjogot, nem került sor jogdíj érvényesítésére egy esetben sem, így a jogintézmény törvénybe iktatása csak részleges eredménynek tekinthető. A műkereskedők sokáig bojkottálták a *Bild-Kunst*hoz, az 1978-ban létrejött német jogkezelő szervezethez csatlakozott művészeket. A *Bild-Kunst* és a műkereskedők érdekvédelmi szervezetei között létrejött megállapodásoknak eredményeképpen az 1980-as évekre sikerült elérni, hogy a követőjog a gyakorlatban is bevezetésre kerüljön. Németország és az Egyesült Királyság az ügyletek típusától függetlenül egységesen az adók nélküli vételárat, a leütési árat tartja a díj alapjának. A német közös jogkezelés a követőjog területén alapvetően önkéntes alapú. A német szerzői jogi törvény (UrhG) nem ismeri a fizető köztulajdon intézményét. Németországban 1965-ben terjesztették ki a szerző halálát követő védelmi időt 70 évre (amit részben a *domaine public payant* jogintézménye is inspirált), ezt követően azonban magának a fizető közkinccsnek a bevezetése elmaradt, éppen a védelmi idő kiterjesztése miatt.

³⁵ A francia szellemi tulajdon-védelmi kódex (Code de la propriété intellectuelle – CPI).

³⁶ Urheberrechtsgesetz, BGBl. I 1273, § (26).

3.5. Nagy-Britannia

Nagy-Britannia ellenezte legjobban a követőjog bevezetését saját angolszász műkereskedelmi hagyományaira és globális műpiaci pozíciójára hivatkozással. A brit követőjogi szabályozás kifejezetten rendelkezik a lemondás tilalmáról, figyelemmel az irányelvre, amely általában véve kizárja a lemondást. A brit szabályozás³⁷ szerint az eladó és a „releváns személy” egyetemlegesen felel a jogdíj megfizetéséért. Releváns személy az eladó közvetítője, annak hiányában a vevő közvetítője, annak hiányában a vevő. A brit szabályozás kötelező közös jogkezelésről rendelkezik, így, még ha a művész nem is bíz meg közös jogkezelő szervezetet a műveivel kapcsolatos jogkezeléssel, akkor is úgy kell tekinteni, hogy a közös jogkezelő szervezetnek megbízása van erre. A törvény lehetővé teszi, hogy a jogosult válassza meg, melyik közös jogkezelő szervezetet bízta meg. Nagy-Britanniában nincs *domaine public payant* szabályozás, köszönhetően elsősorban az ottani kultúrátámogatás erős hagyományainak, ami annyira kiterjedt rendszerként működik, hogy nehéz is lenne a folyamatba beilleszteni a fizető köztulajdont, továbbá fel sem merült rá az igény. Egyelőre nyitott kérdés, hogy a brexitet követően mi lesz a sorsa a brit követőjogi szabályozásnak.

3.6. USA

Az Egyesült Államok jelenleg nem ismeri a követőjog intézményét. Bár a jogirodalom megosztott a tekintetben, hogy a szövetségi szintű jogalkotás szükséges-e, mindmáig csak tagállami szinten (Kalifornia állam) került sor ilyen törvény elfogadására.³⁸ A kaliforniai törvényt ugyanakkor alkotmányellenesség okán – a szövetségi alkotmány kereskedelmi klauzulájának megsértése miatt – 2012-ben megsemmisítette egy szövetségi bíróság, amit 2024-ben a legfelsőbb bíróság is jóváhagyott. Az Egyesült Államok és az Európai Unió között folytatott, az ún. Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP-megállapodás) keretében az EU kifejezetten érinteni kívánja a követőjogot.³⁹ A követőjog esetleges szerepeltetése a TTIP-ben ugyanakkor két fontos következménnyel járhat: egyrészt a reciprocitáson alapuló alkalmazás előfeltételeként az Egyesült Államok is – legalább a követőjogi irányelvben foglalt tartalommal – kénytelen lesz szövetségi szinten rendezni a kérdést. Másrészt a regionális/közösségi jogkimerülés korlátozását adó követőjog alkalmazásának hatósugara az Atlanti-óceán túlpartjára is kiterjedne. Ez pedig mindmáig egyedülálló módon egy újabb „mutáció” megszületéséhez vezetne a jogkimerülés vonatkozásában. Miközben ugyanis a jogintézmény alkalmazása továbbra is az EU/EGT régiójára korlátozódna, addig

³⁷ Artist's Resale Right Regulations 2006 (UK).

³⁸ Kalifornia állam vonatkozásában lásd: California Resale Royalty Act, Civil Code §986. Vö.: *Emily Barker: The California Resale Royalty Act: Droit De [Not So] Suite*. Hastings Constitutional Law Quarterly, 2011. 2. sz., p. 387–406.

³⁹ <https://ustr.gov/ttip>.

az ennek korlátozását adó követőjog alapján már a tengerentúli szerzői jogosultak műveinek viszonteladása is díjfizetéshez lenne kötve.⁴⁰

Az alábbi táblázatban összefoglaljuk a műkereskedelem szempontjából jelentős külföldi országok követőjogi szabályozásának legfontosabb elemeit és a magyar szabályozáshoz képest jelentősebb különbségeit.

ország neve	követőjog	fizető köztulajdon	speciális szabályok
Ausztria	4%-os alapidj	–	2500 € minimumhoz köti a díjkötelezettséget; nem alkalmazzák a 3 éven belüli eladásokra kiterjedő mentesítő szabályt
Olaszország	4%-os alapidj	–	3000 € minimumhoz köti a díjkötelezettséget; alkalmazzák a 3 éven belüli eladásokra kiterjedő mentesítő szabályt
Németország	4%-os alapidj	–	400 € minimumhoz köti a díjkötelezettséget; nem alkalmazzák a 3 éven belüli eladásokra kiterjedő mentesítő szabályt
Franciaország	4%-os alapidj	–	750 € minimumhoz köti a díjkötelezettséget; alkalmazzák a 3 éven belüli eladásokra kiterjedő mentesítő szabályt
Nagy-Britannia	4%-os alapidj	–	1000 € minimumhoz köti a díjkötelezettséget; alkalmazzák a 3 éven belüli eladásokra kiterjedő mentesítő szabályt
Egyesült Államok	–	–	–

4. A követőjog érvényesítése, a jogdíj megfizetése Magyarországon

A követőjogi díjigény érvényesítése az irányelv opcionális rendelkezése szerint egyéni joggyakorlás, továbbá kötelező, kilépést engedő kiterjesztett hatályú vagy önkéntes közös jogkezelés útján is lehetséges.⁴¹ Tekintettel elsősorban arra, hogy Magyarországon ezen a területen a kötelező közös jogkezelés honosodott meg, az Sztj. 2016-tól hatályos jogharmonizációs módosítása is ezt tartotta fent. Ez azt is jelenti, hogy a szerzők – a művek másodlagos felhasználásának közös jogkezelés keretében történő engedélyezésével ellentétben – nem léphetnek ki a HUNGART általi jogkezelésből, és a rájuk eső díjról is csak utólag, a felosztás időpontját követő hatállyal, a rájuk jutó összeg erejéig mondhatnak le.

⁴⁰ Mezei Péter: A jogkimerülés intézményének a kialakulása és fejlődése az Európai Unió szerzői jogában. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, 10. (120.) évf. 4. sz., 2015. augusztus, p. 78–79.

⁴¹ 6. cikk (2).

A díjat kötelezően a HUNGART számára kell megfizetni.⁴² A díjat 2016-tól a műkereskedő fizeti meg a HUNGART-nak. Ez alól csak azok az esetek képeznek kivételt, amikor több műkereskedő vesz részt az ügyletben, ekkor a műkereskedők a díj megfizetéséért egyetemlegesen felelnek. Ilyen esetben egymás között a kötelezettség a műkereskedők közül – ha eltérően nem állapodnak meg – az eladót terheli. Az Sztj. szerint ha az ügyletben közreműködő műkereskedők közül egyik sem vesz részt eladóként az átruházásban, eltérő megállapodás hiányában a kötelezettség közülük a vevőt terheli. Összefoglalva, jogdíjfizetés szempontjából az alábbi esetek lehetségesek:⁴³

- Ha az eladó műkereskedő, a vevő pedig nem, főszabály szerint az eladó fizeti a jogdíjat, és a HUNGART is a műkereskedőtől követelheti a jogdíj megfizetését.
- Ha a vevő műkereskedő, az eladó pedig nem (ha például galéria vásárol a maga részére), akkor a vevőtől lehet követelni a díj megfizetését.
- Ha sem az eladó, sem a vevő nem műkereskedő, azonban a közvetítő igen, akkor a közvetítőtől követelheti a HUNGART a jogdíjat.
- Ha az eladó és a vevő is (illetve a közvetítő is) műkereskedő, akkor egyetemlegesen felelnek a HUNGART felé. Az Sztj. megengedi, hogy a felek maguk rendezzék, ki lesz a díjfizetés végső kötelezettje. Abban az esetben, ha ez elmarad, a törvény az ügyletben eladóként részt vevő műkereskedőt kötelezi a jogdíj megfizetésére. Olyan esetben, ha az ügyletben részt vevő műkereskedők közül egyik sincs eladói pozícióban, szintén csak eltérő megállapodás hiányában határozza meg az Sztj., hogy közülük a vevő lesz a végső kötelezett.⁴⁴

Az Sztj. azoknak a szerzőknek biztosítja a követőjogi védelmet, akik az EGT valamely tagállamának állampolgárai. A követőjogi irányelv alapján a tagállamok biztosítják, hogy azoknak a szerzőknek (illetve jogutódainak), akik harmadik országok állampolgárai, csak akkor jár szerzői jogdíj, ha a szerző (illetve jogutódja) állampolgársága szerinti ország jogszabályai is biztosítják a követőjogot az illető országban a tagállamokból származó szerzők és jogutódok számára. (A viszonyosság fennállásáról az Európai Bizottság tájékoztató jellegű listát tesz közzé, amely önmagában nem alapozza meg a viszonyosságot.) Az irányelvet követve, az Sztj. módosítása lehetővé tette a követőjog biztosítását olyan szerzők és jogutódok számára is, akik nem állampolgárai az EGT egyik tagállamának sem, de szokásos tartózkodási helyük az adott tagállam területén van. Összefoglalva, a követőjogi védelmet alkalmazni kell

⁴² A műkereskedőknek az eladások után negyedévente, a negyedévet követő hónap 20-ig, azaz január, április, július és október 20. napjáig kell befizetési kötelezettségüket teljesíteni. Az átutalást a HUNGART bankszámlájára kell teljesíteni. A befizetett összegről annak beérkezését követően a HUNGART számlát küld.

⁴³ Kiss Z., Kiss D.: i. m. (24), p. 78.

⁴⁴ Sztj. 70. § (9) bekezdése.

- arra a szerzőre, illetve jogutódjára, aki az Európai Gazdasági Térség bármely tagállamának állampolgára, továbbá
- az Európai Gazdasági Térségen kívüli országok állampolgáira is, feltéve, hogy a szerző, illetve jogutódja állampolgársága szerinti ország jogszabályai biztosítják a követőjogot az illető országban az Európai Gazdasági Térség tagállamaiból származó szerzők és jogutódai számára, vagy
- arra a szerzőre, illetve jogutódjára, aki nem állampolgára az Európai Gazdasági Térség egyik tagállamának sem, de szokásos tartózkodási helye Magyarország területén van.

A műkereskedő a szerzői díjat negyedévenként, a negyedévet követő hónap 20. napjáig köteles megfizetni az adott negyedévben megkötött szerződések után a képzőművészeti és iparművészeti alkotásokra vonatkozó szerzői jogok közös kezelését végző szervezetnek. A szerzői díj megfizetésekor közölni kell a szerző nevét, hacsak az nem bizonyul lehetetlenné, valamint a mű címét, művenként a vételárat és a díj összegét. A HUNGART a hozzá befolyt szerzői díjat az alkotás szerzőjének vagy jogutódjának fizeti ki. A HUNGART a műkereskedőtől visszatérő átruházásra vonatkozó szerződés megkötésétől számított három évig követelheti mindazoknak az adatoknak a megadását, amelyek a díj beszedéséhez szükségesek.

5. A fizető köztulajdon érvényesítése, a járulék megfizetése Magyarországon

5.1. A fizető köztulajdon fogalma és jogfejlődése

A *domaine public payant* eredője Victor Hugóhoz, a BUE kidolgozásában is fontos szerepet játszó szerzőhöz vezethető vissza, aki amellett érvelt, hogy a közkinccs részét képező művek másolásáért vagy előadásáért névleges díjat számítsanak fel, amelyet egy közös alapba utaltak volna a művészek, különösen a fiatalok megsegítése céljából. Egy 1949-es UNESCO-jelentés szerint a kifejezés általános jelentése az, hogy a védelmi időszak lejártja után, amikor a mű közkinccsé válik, a mű nem használható fel szabadon, ahogy az a szokásos szabad közkinccs esetében lehetséges lenne. Ehelyett a felhasználónak jogdíjat kell fizetnie, általában a közös jogkezelő szervezeteknek, amelyek ezeket az alapokat kulturális célokra vagy a rászoruló szerzők vagy családjaik megsegítésére használják fel.⁴⁵

Lényeges hangsúlyozni, hogy nem a szerzői vagyoni jogok körébe tartozik a szerzői jogi védelem megszűnte után működésbe lépő – a vizuális művészetekre vonatkozó törvényi fejezeten kívül szabályozott – járulékfizetés a védelmi idő eltelté után, azaz a fizető köztulajdon intézménye. Hangsúlyozni kell, hogy a *domaine public payant* bevezetésének szükségessége oly mértékben vitatott, hogy jelenleg nincs mindenhol párhuzamos jogi szabá-

⁴⁵ UNESCO (27 May 1949), *Domain Public Payant*, Paris: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000143960>.

lyozás a fizető köztulajdonra ott, ahol egyébként a követőjogot alkalmazzák. Már a fizető köztulajdon mibenléte sem egyértelmű, és a különböző nemzeti szabályozási megoldások eltérnek abban is, hogy egyáltalán szerzői jogi, kultúratámogatási vagy pusztán pénzügyi megközelítéssel szemlélik a *domaine public payant*-t.

A BUE eleve nem rendelkezik a *domaine public payant*-ról, és javaslat sem merült fel sosem a jogintézmény nemzetközi szintű bevezetésére. A Szellemi Tulajdon Világszervezete (WIPO) által 2010-ben a közkincs témájában készített munkaanyag a fizető köztulajdont egyfajta kényszerengedélynek tekinti, mert az csak díjfizetést tartalmaz, előzetes engedélyhez nem kötött a felhasználás.⁴⁶ A dokumentum kitér arra, hogy a fizető köztulajdon általában azokra a felhasználásokra terjed ki, amelyek lejárt védelmi idejű műre vonatkoznak, és legtöbbször csak a kereskedelmi vagy profitorientált felhasználásokat érinti.

A követőjogi irányelv nem tárgyalja a fizető köztulajdont, ami összefüggésben lehet azzal is, hogy a jogintézmény eredetileg nem a képzőművészeti alkotásokkal kapcsolatban merült fel, hanem először az irodalmi, később a zenei művek kapcsán. A képzőművészeti alkotásokkal és kifejezetten a *droit de suite*-tel való összekapcsolódása ma sem rajzolódik ki egyértelműen mindenhol, ahol egyáltalán alkalmazzák a *domaine public payant*-t. Európában több alkalommal is felmerült az egységes *domaine public payant* koncepciója, többek között a védelmiidő-irányelv harmonizációs folyamata során. Az (akkor még) 50 éves védelmi időt egy 20 éves határozott idejű periódussal javasolta kiegészíteni. Az irányelv azonban végül egységesen 70 évben állapította meg a védelmi időt, ahogyan azt akkoriban már több tagállam is alkalmazta, és nem került sor külön *domaine public payant* rezsim bevezetésére. Ettől függetlenül az irányelvvel nem ütközik a fizető köztulajdon, arra minden tagállamnak lehetősége van. Egységes *domaine public payant* szabályozás ugyanakkor nehezen elképzelhető, leginkább a tagállamok jelentős részének elutasító vagy eltérő álláspontja miatt.

Olaszországban kétszer került bevezetésre a fizető köztulajdon, amelyet végül 1996-ban szüntettek meg. Franciaországban kizárólag irodalmi művekre korlátozva vezették be 1956-ban, 1976-ban törölték el, és a francia szerzői jogi szabályozás azóta nem tartalmazza ezt a jogintézményt. A német szerzői jog sem ismeri a fizető köztulajdont. Németországban 1965-ben terjesztették ki a védelmi időt 70 évre, ezt követően azonban magának a *domaine public payant*-nak a bevezetése elmaradt, éppen a védelmi idő kiterjesztése miatt. Meg kell jegyezni, hogy erre hivatkozással nem is volt indokolt a bevezetése, hiszen a *domaine public payant* nem a szerzőt vagy jogutódját kedvezményezi. Nagy-Britanniában sincs *domaine public payant* szabályozás. Ott egyébként annyira nagy múltja van a kultúratámogatásnak, és annyira kiterjedt rendszerként működik, hogy nehezen lenne elfogadtatható, ebbe a rendszerbe beilleszthető a fizető köztulajdon koncepciója, valójában fel sem merül rá az

⁴⁶ WIPO/GRTKF/IC/17/INF/8: https://www.wipo.int/edocs/mdocs/tk/en/wipo_grtkf_ic_17/wipo_grtkf_ic_17_inf_8.pdf.

igény.⁴⁷ Az Európai Unió országaiban jelenleg Magyarországon kívül csak Szlovákia alkalmazza ezt a sajátos díjat.⁴⁸ Fizető köztulajdon típusú intézmény jelenleg néhány latin-amerikai országban (Argentína, Uruguay és Paraguay) van érvényben, Braziliában és Mexikóban is létezett, azonban 1983-ban, illetve 1993-ban hatályon kívül helyezték. Az afrikai országok közül Algériában, Kenyában, Ruandában, Szenegálban, a Kongói Köztársaságban, Elefántcsontparton létezik ez az intézmény, amelynek kiemelkedő szerepét az OAPI Bangui Megállapodása és annak az irodalmi és művészeti tulajdonról szóló melléklete részletezi, ilyen rendszert biztosítva a folklór kifejezőmódjainak és a közkincsbe került műveknek vagy produkcióknak a hasznosítására.⁴⁹

A fizető köztulajdonra vonatkozó hazai szabályokat a régi Sztj. 15/A. §-a és annak végrehajtási rendelete, a 9/1969. (XII.29.) MM rendelet 13/A. §-a tartalmazta a követőjog szabályait érintő jogtechnikai megoldáshoz hasonlóan. Az 1994. évi LXXII. törvénnyel beiktatott törvénymódosításra éppen a fizető köztulajdon körüli viták miatt került sor. A régi Sztj. 54/A. §-ába beillesztett szabály csak egy változtatást eszközölt: kikerült az „írók és alkotóművészek támogatása” megfogalmazásból az írók köre, így kizárólagosan a képzőművészek támogatása vált a fizető köztulajdon céljává. Az egységesen törvényi szintre emelt szabályok bekerültek az 1999. évi Sztj.-be is.

A jogintézmény támogatói azzal érvelnek, hogy a járulék felhasználása a gyakorlatban komoly támogatást jelent a művészeknek: ebből a keretből jelentette meg a HUNGART 2009 óta azt a monográfiasorozatot, amely kortárs képző-, ipar- és fotóművészek munkásságát dolgozza fel. Ugyancsak ebből támogatja a HUNGART a jelentősebb országos alkotóművészeti szervezeteket, művészeti rendezvényeket, kiállításokat. A szociális cél pedig a Magyar Alkotóművészek Országos Egyesületének segélyezési bizottságain keresztül valósul meg. Ezzel a járulék alkalmas a nagyrészt megszűnt állami mecénatúra pótlására, a kortárs művészet támogatására.⁵⁰ Ehhez kapcsolódik a HUNGART 2024. évi beszámolójának 2. számú mellékletében szereplő táblázat, amely szerint a közös jogkezelő a követőjogból 149 632 e Ft bevételt realizált (2023. évben ez az összeg 169 303 e Ft volt), melyből 64 275 e Ft volt a járulék (2023-ban 72 305 e Ft). Ebből 100 501,7 e Ft volt a felosztott összeg. A Nemzeti Kulturális Alapnak (NKA) 27 553 e Ft-ot utalt át a HUNGART 2024-ben a közös jogkezelési törvényben előírt kötelező jelleggel (2023-ban 25 075 e Ft-ot).⁵¹ Ugyan az NKA az érintett közös jogkezelő szervezet által képviselt jogosult csoportok javára használja fel

⁴⁷ Tomasovszky: i. m. (8), p. 141.

⁴⁸ Law 13/1993 of the National Council of the Slovak Republic of 21 December 1992.

⁴⁹ <https://oapi.int/en/legal-framework/bangui-agreement/>.

⁵⁰ Győri Erzsébet: A követő jog története, gyakorlata Magyarországon (1979–2009). In: *Tattay Levente* (szerk): *Emlékkönyv id. Ficsor Mihály 70. születésnapja alkalmából barátaitól*. Szent István Társulat, Budapest, 2009, p. 143–168.

⁵¹ https://kjk.sztnh.gov.hu/sites/default/files/19302527_0_kiegeszito_melleklet.pdf.

az átadott összeget, a HUNGART „kikapcsolása” a felosztásból ugyancsak megkérdőjelezi a fizető köztulajdon fenntartásának indokoltságát.⁵²

A fizető köztulajdon esetében látszólag a követőjog kiegészítéséről van szó, mivel Magyarországon egyértelműen a követőjogi szabályozáshoz kapcsolódik annyiban, hogy ugyanazon képzőművészeti alkotási kör és ugyanazon ügyletek után rendeli az Szjt. a járulék megfizetését, mintegy a követőjogi szabályozás meghosszabbításaként. A további szabályokban [Szjt. 100. § (2)–(5) bekezdése] azonban lényeges eltérések vannak: a követőjog esetében alkalmazott sávosan degresszív kulcsok helyett a járulék mértéke egységesen az adóval és más köztartozásokkal csökkentett vételár 4 százaléka. További fontos különbség, hogy míg a követőjogi díj jogdíjnak minősül, amelyben konkrétan a szerző vagy jogutódja részesül, a fizető köztulajdonnál nem a szerző vagy jogutódja, hanem az alkotóközösség kapja, így nem is minősülhet jogdíjnak.

A fizető köztulajdon lényege, hogy a szerzői vagyoni jogok védelmi idejének lejártá után kell fizetni a járulékot, amit az alkotóművészek szociális céljaira, az alkotótevékenység támogatására használnak fel. A fizető köztulajdon jogpolitikai indoka az, hogy a műalkotások a gyakorlatban sok esetben csak a védelmi idő letelte (közkinccsé válásuk) után értékelődnek fel igazán. Így – ha a szerző vagy jogutódai nem is – a jogintézmény által legalább az alkotói közösség részesül bizonyos mértékben a sikerből.

A jogintézményre az Szjt. alapvetően a követőjog szabályait rendeli alkalmazni, a fentebb részletezett eltérésekkel és egy kiegészítéssel: a járulék címen befolyt összegeket a közös jogkezelő (HUNGART) külön kezeli és külön tartja nyilván. A követőjog esetében alkalmazott múzeumi mentességhez hasonló szabály itt is létezik: ha a műalkotás tulajdonjogát muzeális intézmény szerzi meg vagy ilyen intézménytől szerzik meg, nem kell megfizetni a járulékot. Így figyelemmel arra, hogy az irányelvi harmonizáció nem terjed ki a domain public payant intézményére, a muzeális intézmények mind eladói, mind vevői pozícióban mentesülnek a járulékfizetés kötelezettsége alól.

A fizető köztulajdont ugyanazon alkotásokra vonatkozó ugyanazon ügyletek után kell fizetni, mint a követőjogi díjat, csak nem a védelmi időn belül, hanem ennek lejártát követően. A fizető köztulajdonból származó összeget (járulékot) így nem is az érintett mű szerzője, illetve jogutódja kapja (mivel ez a védelmi idő meghosszabbítását eredményezné), hanem az alkotók közössége az alkotótevékenység támogatására és az alkotóművészek szociális céljaira. Fontos különbség az is, hogy a fizető köztulajdon számításánál a követőjogi irányelv átül-

⁵² 2016-ban került bevezetésre a kötelezően kulturális célokra fordítandó jogdíjbevételek túlnyomó részének a Nemzeti Kulturális Alapnak (NKA) történő kötelező átadása. Ennek értelmében a magáncélú másolás és a reprográfiai eszközök útján megvalósított többszörözés kompenzációját szolgáló díjigényekből származó jogdíjak 25 százalékát legkésőbb az ilyen felhasználásról szóló döntés meghozatalának évére vonatkozó éves beszámoló elfogadását követő hatvan napon belül kell az NKA számára átadni. A közönségi célokra történő elvonás kiegészült a közös jogkezelő szervezet által az ismeretlen vagy ismeretlen helyen tartózkodó jogosultnak járó ki nem fizethetőnek minősülő (fel nem osztható) jogdíjbevételek 90 százalékának átadásával az NKA számára az éves beszámoló elfogadását követő 60 napon belül.

tesét követően sem kellett alkalmazni a követőjognál érvényes degresszív kulcsrendszert (hiszen erre a jogintézményre nem vonatkozott a követőjogi irányelv), hanem a fizetendő díj a korábbi mértékkel egyezően, egységesen az adóval és más köztartozásokkal csökkentett vételár 5 százaléka volt. Az Szjt. 2012. január 1-jétől hatályos módosítása azonban a díj mértékét már a követőjogi díj alsó díjtételéhez hasonlóan, egyértelműen a felhasználói igények teljesítése érdekében 4 százalékra csökkentette. A 4 százalékos járulékot a nettó 5000 forint alatti műalkotások eladása után is meg kell fizetni.

Egyebekben (így az eredeti műalkotások körének és a vételár fogalmának meghatározására, a járulék kötelezettjére, beszedésére és átutalására) a követőjogra vonatkozó szabályokat kell alkalmazni, így a fizető köztulajdon fizetésének alapjául szolgáló vételár meghatározásánál a mű ellenértékéből az adón és más köztartozáson kívül semmilyen más összeg nem vonható le.

A fizető köztulajdon jogcímén beszedett járulékot a HUNGART kezeli, és ezen forrás terhére adja ki a kortárs képző-, ipar- és fotóművészek munkásságát bemutató kismonográfia-sorozatot, valamint nyújt támogatást a vizuális művészeket tömörítő egyesületeknek a kortárs művek megszületését, bemutatását, terjesztését segítő rendezvények, programok lebonyolítására. A járulékból a HUNGART szociális támogatást is nyújt a rászoruló vizuális művészeknek. Figyelemmel arra, hogy a fizető köztulajdon nem jogdíj, nem tartozik a közös jogkezelési szabályok szerint szociális és kulturális célra felhasználható bevételek közé, és semmilyen nemzetközi vagy uniós előírás nem teszi kötelezővé az alkalmazását, felmerülhet ennek kivezetése a szerzői jogi törvényből. Kifejezetten szociális és kultúrátámogatási kötelezettség előírását nem a szerzői jog keretei között kell rendezni, és nem a szerzői művek piacra kerülésével foglalkozó szervezeti körre (műkereskedők) terhelve kell megoldani, hanem elsősorban az állami és a magánmecenatúra keretei között, ahogy Magyarország és Szlovákia kivételével az Európai Unió valamennyi országában.

6. Végkövetkeztetés és zárógondolatok

A művészek anyagi elismerésében és ezzel összefüggésben tágabb kulturális megfontolásból elvitathatatlan szerepe van a követőjognak. A követőjog szükségességét e nemes ügyön kívül az is igazolja, hogy az a műkereskedelem esetleges anomáliáinak, piaci kudarcainak megoldására kiválóan alkalmas eszköz. Ugyanakkor azt is rögzíteni szükséges, hogy a szerzői jogi követőjogi és különösen a fizetőközkincs-szabályozás formájába történő jogi beavatkozás önmagában nem elegendő. Részben szükséges a műkereskedelem kidolgozottabb szabályozása: a műkereskedelem jelenleg is számos önszabályozó mechanizmussal (például Műkereskedők etikai kódexe) működik,⁵³ ezek közül azonban az íratlan szabályok és a rész-

⁵³ <https://oroksegvedelem.kormany.hu/download/e/2c/12000/A%20m%C5%B1keresked%C5%91k%20nemzetk%C3%B6zi%20etikai%20%C3%B3dexe.pdf>.

ben ezekből fakadó információhiány kiküszöbölésére vagy legalábbis csökkentésére találták ki a műkereskedőket kötelező támogatás befizetését, ezzel (is) tehermentesítve az államot az alapvetően őt terhelő művészettámogatási feladatellátás alól.

Mindezek azonban nem mentesíthetik a jogalkotót attól a felelősségtől, hogy a terület továbbra is fejlesztésre szorul. El kell ismerni, hogy vannak a követőjogi irányelvnek és az abból levezetett nemzeti szabályozásoknak igazságos és bevált elemei. Ilyen a versenykorlátok felszámolása a kortárs és modern művészeti piacon a tagállamok között, és a védelmi időn belüli jogdíjköteles ügyletekre megállapított jogdíjmértékek differenciált, sávosan csökkenő mértékű meghatározása. Szintén sikeresnek tekinthetők azok a nemzeti szabályozások, amelyek kellően precíz, részletes rendelkezéseket tartalmaznak a közös jogkezelés, a mentességek és az adatszolgáltatás terén. Alapvetően a követőjog pozitív jogintézmény, mindenképpen alkalmas a kurrens, befutott művészek és jogörököseik honorálására. Az irányelv hátrányai között kell említeni, hogy az egész EU-ra kiterjedő *droit de suite* még jobban átertelheti a modern és kortárs művészet európai piacát olyan joghatóságú országokba, mint például Svájc és az Egyesült Államok, amelyek szerzői jogi törvényei nem ismerik el a követőjogot. Az irányelv elfogadása nyomán ugyanis jelentősen visszaestek az aukciósházak eladásai Nagy-Britanniában, Hollandiában és Ausztriában, miközben a Christie's zürichi fiókja mára a csoport európai forgalmának több mint 40 százalékát adja.⁵⁴

A szabályozás korszerűsítésére és finomhangolására több lehetőség van az irányelv keretei között is, mivel a követőjogot alkalmazó államokban sem működik mindenhol ideálisan a jogintézmény. Nem kizárólag a műkereskedői szakma részéről fogalmazódik meg, hogy a követőjogi szabályozás jelen formájában számos országban, illetve az EU szintjén és nemzetközi szinten nem értékelhető ideálisnak. Annak okai, hogy hiányosságok vannak a rezsim hatékony gyakorlati érvényesülésében, két csoportra bonthatók. Az egyik csoportba a követőjogi szabályozás territorialitása tartozik: az EU-ban kötelező, az EU-n kívüli országokban viszont nem, ami egyfelől hátrányos helyzetbe hozza a jogintézményt bevezető és alkalmazó országok műkereskedelmi piacát, másfelől kizárja a jogdíjból azokat a szerzőket, akiknek az országa ugyan elismeri a követőjogot, de a műveiket értékesítő országban ez a jog nem elfogadott. A másik csoportba a műkereskedelem sajátos működéséből eredő anomáliák tartoznak, például a közös jogkezelés hiánya vagy nem kielégítő szintje, illetve az alkalmazandó jog kérdésében való egyértelmű állásfoglalás hiánya.

A komolyabb problémát azonban a fizető köztulajdon jelenti, amely nemzetközi szinten nem kötelező, és nem is levezethető a szerzői jog alapvető céljaiból és rendeltetéséből. Ebből fakadóan bevezetése még sokkal esetlegesebb mint a követőjog esetében, és lényegében csak egy érv hozható fel mellette: pótlólagos forrást jelent, amit a vizuális alkotóművészek közös-

⁵⁴ Sheppard Mullin: The European Droit de Suite – Az EU erőfeszítése az Egyesült Államok kortárs művészeti piacának megerősítésére? 2009. 10. 28.: <https://www.artlawgallery.com/2009/10/articles/intellectual-property-copyright-and-moral-rights/the-european-droit-de-suite-an-eu-effort-to-strengthen-the-us-contemporary-arts-market/>.

ségének szociális céljaira, alkotótevékenységük támogatására lehet felhasználni. Azonban ennek biztosítása nem feltétlenül a műkereskedelem szereplőinek feladata.

Ugyanakkor – ahogy a vizsgált európai uniós tagállami gyakorlatok is mutatják – a követő jogi irányelv keretei között is adott a mozgástér a rendszer finomítására, méltányosabbá tételére és közelítésére a mértékadó uniós nemzetállami megoldásokhoz. A fentiekben leírtak alapján főképpen három Szjt.-módosítási irány fogalmazható meg. Az első – összhangban a követő jogi irányelv (18) preambulumbekzdésével és 1. cikke (3) bekezdésével – a díjfizetés alóli mentesítése azoknak az újraeladásoknak, amelyeknél a szerzéstől számított három év nem telt el, és az eladási árak nem haladja meg a 10 000 eurót. A második lehetőség a követő jogi jogdíj 5000 Ft-ban meghatározott alsó küszöbértékének megemlése 2500 euróra. Végül a harmadik lépés a szerzői jogban testidegen fizető köztulajdon és az utána fizetendő járulék eltörlése, kivezetése szerzői jogi szabályozásunkból.

Nyilvánvaló, hogy az itt vázolt Szjt.-módosítások százmillió forint körüli bevételekieséssel járnának a jogosulti oldalon, ami kiválthatja az alkotóművészi társadalom ellenállását és tiltakozását. Ezért is fontos, ha a hazai jogalkotó elmozdul ebbe az irányba, a törvényi beavatkozással párhuzamosan kerüljön sor a kieső források költségvetési ellentételezésére például az NKA Vizualis Művészetek Kollégiumának támogatási keretösszegében.

JELEK, PECSÉTEK, VÉDJEGYEK, BRANDEK 3. A CÉHJELEKTŐL A VÉDJEGYEKIG

Cikksorozatunk a magyar védjegy történet kevésbé ismert, korai korszakának feltárását tűzte ki célul, de röviden bemutatja a modern védjegyek kialakulásának történelmi előzményeit.

A harmadik rész a magyar védjegy történet későbbi fejezeteihez kíván előtanulmányként szolgálni, rámutatva, hogy a középkori és kora újkori termékjelölők – amelyek közül itt csak az európai céhjelekre van mód kitérni – nem pusztán a mai védjegyek előzményeiként értelmezhetők; a maguk idején komplex gazdasági, társadalmi, kulturális és identitásképző szerepet tölthettek be.

A 15–16. század között a világ gazdasági szerkezete alapvetően átalakult. A regionális gazdaságokat a gyarmatosítás, az ipari forradalom és a transzkontinentális kereskedelem formálta globális rendszer váltotta fel, amely az egyes földrészek között egyenlőtlen, tartósan bizonyuló viszonyokat hozott létre. E változások közepette a termékekhez és azok készítőihez kapcsolódó jelölések szerepe módosult: egyre nagyobb hangsúlyt kapott az azonosítás, az ellenőrzés és a minőségszavatolás.

A céhek kialakulása – globális kitekintéssel

A közép- és kora újkori Európában többnyire az azonos szakmát űző mesterek helyi szervezeteként jöttek létre a céhek, amelyeket a helyi vezetés és a tartományi vagy központi kormányzat is elismert. Bár a céhek egyik legfontosabb célja a termelési-kereskedelmi monopóliumoknak a versenytársakkal szembeni védelme és fenntartása volt, szerepük messze túlmutatott ezen, és idővel a városi társadalom gazdasági, politikai, kulturális életének meghatározó intézményeivé váltak. Nyugat-Európában az urbanizálódás és a foglalkozásalapú céhek fejlődése közötti összefüggés eleinte nagyon szoros volt. A „céhmodell” annyira sikeres és vonzó lett, hogy Kelet- és Közép-Európa városaiban és kisebb településein is elterjedt.

Egyes vélemények szerint az európai céhek elfojtották az innovációt és a vállalkozói szellemet azáltal, hogy specifikus szabályokat fektettek le az áruk és szolgáltatások előállítására és értékesítésére. A legújabb kutatások révén azonban a kérdés már nem az, hogy a céhek fontosak vagy jelentéktelenek, innovatívak vagy elmaradtak voltak-e, hanem az, hogy milyen körülmények között tudták a szerepüket betölteni.

Lucassen és társai kifejezetten el akartak szakadni az eurocentrikus szűklátókörűségtől, ezért globális perspektívából vizsgálták a céhek és a céhszerű intézmények történetét, illetve azt, ezek a szervezetek mekkora szerepet játszottak Eurázsia különböző területeinek gazdasági fejlődésében. Kutatásaik arra mutatnak rá, hogy a céhek, illetve céhszerű szervezetek

nem korlátozódtak Európára, fontos szerepük volt Észak-Afrikában, a Közel-Keleten, valamint Ázsia számos részén, de sajátos formában Latin-Amerikában is léteztek.

Kínában és Japánban a városi rendszer terjeszkedésének részeként a céhszerű intézmények erőteljes fejlődésnek indultak. A kínaiak például felhagytak a kézművesek munkaerőpiacának közvetlen szabályozásával, és hasonló, a liberálisabb gazdaságpolitika felé irányuló fordulat történt Japánban is, amely a 17–18. században lehetővé tette a céhek széles körű fejlődését. Az indiai céhek Kínához, Japánhoz és a Közel-Kelethez képest kevésbé voltak fejlettek, mert az állam nem igazán mutatott hajlandóságot bizonyos jogkörök átengedésére, és arra sem, hogy a társulások kialakítsák kollektív illetékességüket érdekeik érvényesítése érdekében.

Lucassen és társai szerint például „ősi” politikai berendezkedése révén Egyiptom és Mezopotámia hajlamos volt a hierarchikus felépítésre, így az alulról felfelé szerveződő gazdasági csoportoknak nem adott elegendő teret a fejlődéshez. Európában Oroszország a legjobb példa arra az autokratikus államberendezkedésre, amely a fejedelmekkel és az egyházzal együttműködve nem engedélyezte a kézműveseknek saját szervezeteik létrehozását.

Ahol az állami politika lehetővé tette céhek, céhszerű intézmények létrejöttét, a kézműveseknek és a kereskedőknek ott is saját maguknak kellett kezdeményezniük érdekvédelmi szervezeteik létrejöttét, amelyeknek fenntartására képesnek kellett lenniük. Egy szervezet működtetéséhez egyértelmű szabályok kellenek, azok rögzítéséhez azonban az írástudás nélkülözhetetlen.

A humántőke minőségi színvonala választ adhat arra, az egyes társadalmakban mikor alakulhattak meg az első céhek, céhszerű képződmények. Ez indokolhatja, miért működött oly sok céh a késő középkori Észak-Olaszország és Németalföld magas írástudású régióiban.¹

A céhek, céhszerű szervezetek számos országban az ancien régime végéig virágoztak, Közép-Európában, Kínában és a Közel-Keleten pedig a 19., néhol még a 20. században is működtek.

Termékazonosítás és minőségellenőrzés a céhrendszerben

A Római Birodalom bukását követő évszázadokból igen kevés bizonyíték maradt fenn a védjegyek funkcióját betöltő termékazonosító jelek mindennapi használatára, amelyek azonban az első céhek létrejöttétől kezdve általánossá váltak.²

Schechter „Historical Foundation of the Law Relating to Trade-Marks” című műve nyomán Greenberg hangsúlyozza: Európában a nagy kézműves és kereskedelmi céhek 11. szá-

¹ Jan Lucassen, Tine De Moor, Jan Luiten van Zanden: The Return of the Guilds: Towards a Global History of the Guilds in Pre-industrial Times. *International Review of Social History*, 53. évf. suppl., 2008, p. 16.: The Return of the Guilds, p. 5–18: <https://www.jstor.org/stable/26405465>.

² N. Berkay Kirci: The History of Trademarks: <https://kirci.av.tr/blog/the-history-of-trademarks>.

zad végi felemelkedésétől kezdve a középkorban a védjegy ellenőrző szerepet kapott, a kereskedelmi termék méretének, súlyának, árának, minőségének felügyeletére, ellenőrzésére szolgáló eszközzé vált.

Az angol parlament 1266. évi rendelkezése, amely valamennyi pék számára kötelezővé tette minden kenyérfajtára a műhely saját jelzésének elhelyezését, jól példázza a rendfenntartó és szavatossági funkciót. Ugyanerre egy másik példa: 1366-ban elrendelték, hogy egyetlen londoni ötvös vagy ezüstműves sem árulhat a meghatározottnál gyengébb finomságú megmunkált ezüstöt.³

A középkori és kora újkori Európa urbanizált területein a céhek szervezték és szabályozták a kézműves munkát. Sem tagságuk mérete, sem a rendelkezésükre álló pénzügyi és egyéb erőforrások tekintetében nem voltak egyformák. Azt viszont szinte valamennyi céh jogi eszközökkel igyekezett biztosítani, hogy tagjai kizárólagos joggal rendelkezzenek a megszabott céhtermékek készítésére. A tudásátadás és a készségfejlesztés révén a legtöbb kézműves céh az utánpótlásról is gondoskodott.⁴

A céhen belüli versengést szigorúan elnyomták. A munka szabványosított minőségét biztosító céhszabályzatok megsértéséért büntetés járt. A céh őrei időről időre ellenőrizték a céhtagokat, és akinél visszaélést tapasztaltak, azt a céhházba vitték. Ha az illető bűnösnek találtak, a polgármester megbírságolta a vétkest, a csalók, illetve a védjegybitorlók komoly büntetést kaptak. A különösen súlyos jogsértést börtönnel vagy pellengérré állítással büntették, a bűnisméltlódás a mesterségből való kizáráshoz vezethetett.

A vevők felé tilos volt bármilyen, közvetlen vagy közvetett reklám. Egy kézműves még csak biccentéssel vagy tüsszentéssel sem hívhatta fel a figyelmet termékeire, nem kínálhatott bónuszt a vevőnek, és nem szerezhette meg más üzletét azzal, hogy akár magasabb bérleti díjat ajánlott volna a földesúrnak.

A céh szabályozta a termék minőségét és diktálta az árát – következőképpen a céhjegy egyszerre funkcionált „kollektív” jegyként, azaz a szervezet tulajdonában lévő, csakis a céhtagok által használható jelölésként, illetve „tanúsító jegyként”, amely igazolta, hogy a termék megfelel a szervezet minőségi és más előírásainak. A céhen belül alkalmazott jelzésekre a ma használatos kollektív védjegyek előfutáraként tekinthetünk – írja Drescher.⁵

A céhjelzés mellett egyes kézműves szakmák, mint például az ötvösök vagy a fegyverkovácsok számára kötelező volt egy további, egyéni jel használata, tehát az ötvös vagy a fegyverkovács céh jelzése mellett a készítőt azonosító személyes jelet is bele kellett nyomni valamennyi termékbe. A személyes jelet akár nyomozati jelzésnek is nevezhetnénk, hiszen

³ *Abraham Greenberg*: The ancient lineage of trade-marks. *Journal of the Patent Office Society*, 33. évf. 12. sz., 1951, p. 876–887.

⁴ *Jasmine Kilburn-Toppin*: Crafting Artisanal Identities in Early Modern London: The Spatial, Material and Social Practices of Guild Communities c.1560–1640. *Arts & Humanities Research Council*, London, 2013, p. 370.

⁵ *Thomas Drescher*: The transformation and evolution of trademarks from signals to symbols to myth. *The Trademark Reporter*, 82. évf. 3. sz., 1992, p. 301–340.

ez tette lehetővé a hibás munka visszakövetését és az érintett mester felelősségre vonását. Ebben az értelemben a középkori kézművesjel, mint az egyéni felelősségvállalás szimbóluma, egyfajta minőségi védjegyként funkcionált. Összefoglalva: a mai védjegyek egyik alapvető szerepéhez hasonlóan a középkori céhjelzések garanciaként szolgáltak a védjegytulajdonostól elvárható színvonalra, vagyis szavatossági funkciót töltöttek be.⁶

Az idők során a minőségi garanciát jelző céhjelzések értékmérővé váltak. Azok a céhek, amelyek termékeik magas színvonala révén megbecsülésre tettek szert, jelentős mértékben járultak hozzá városuk vagy akár régiójuk jó hírnevéhez is. A hatékony felügyelet és a „goodwill” fenntartása érdekében azonban a céhek nemcsak azt követelték meg tagjaiktól, hogy megkülönböztető jelzéseket helyezzenek el termékeiken, de a taglétszám korlátozására, valamint a hibás terméket előállító cégtagok azonosítására és megbüntetésére is képesnek kellett lenniük. Ezeket a szigorú céhszabályokat azonban nem a fogyasztók iránti aggodalom motiválta. A mesterek inkább azért aggódtak, nehogy felelősséget kelljen vállalniuk a mások által előállított termékekért.⁷

Az itt tárgyalt időszakban nemcsak a céhek alkalmazták a termékjelölőket. A könyvnyomtatás feltalálása után egyre több nyomdász használt valamilyen jelzést, hogy könyveit megkülönböztesse más nyomdászokétól. A Johann Fust és Peter Schöffer által Mayenceben 1457. augusztus 14-én nyomtatott Psalterium Latinum volt az első nyomdabélyegzővel, illetve pontos kiadási dátummal ellátott könyv. Az egyik legismertebb régi nyomdászjegyen – ma logónak neveznénk –, amelyet Aldus Manutius velencei nyomdász használt 1502-ben, egy delfin és egy horgony látható.⁸

A francia forradalomig az európai kereskedőknek nem volt szabad hirdetniük, ügyleteiket a céhek ellenőrizték. 1789-ben Franciaországban eltörölték a céheknek biztosított összes kiváltságot, így a francia céhek dominanciája és a jelzések használatának kötelezettsége megszűnt. E fejlemények ellenére a jelzéseket továbbra is használták, mivel az emberek felismerték, hogy ezek a jelzések számos előnnyel járnak.⁹

A céhes identitás

A céhek nem csupán gazdasági, hanem identitásképző közösségek is voltak. Disszertációjában Kilburn-Toppin a 16–17. századi londoni kézműves céhekhez kapcsolódó környezet és a társadalmi gyakorlat tükrében vizsgálta a céhszervezeteken belüli identitás kialakulását. Mint írja, a céhek hatásától a középkori és kora újkori városlakók életének jóformán egyetlen aspektusa sem maradt érintetlen. A céhek a korabeli London gazdasági, politikai és társadalmi életében is komoly szerepet töltöttek be.

⁶ Drescher: i. m. (5)

⁷ Mark P. McKenna: The Normative Foundations of Trademark Law. Notre Dame L. Rev., 82. évf. 5. sz., 2007: https://scholarship.law.nd.edu/law_faculty_scholarship/226.

⁸ N. Berkay Kirci: i. m. (2).

⁹ N. Berkay Kirci: i. m. (2).

A céhek sokrétű anyagi, társadalmi, politikai és szellemi előnyöket, illetve támogatást nyújtottak tagjaiknak, erőteljesen hozzájárulva a polgári identitás, a társadalmi státusz és a közösségek kialakulásához. Különösen a kora újkori kézművesek identitására jellemző, hogy az nem kizárólag „termelésközpontú” volt, hiszen az intézményi és gazdasági kereteken túlmenően a céhtagság komoly társadalmi rangot is jelentett.

A céhes identitás ugyanakkor kizáró jellegű volt. Miután a nőknek nem volt állampolgárságuk, ezért fizetségért sem dolgozhattak, vállalkozást sem működtethettek. A céhtagok megőrzvegyült feleségei azonban örökölték elhunyt férjük „gazdasági jogait”, amelyeket – bár szűkített szabadságfokkal, de – gyakorolhattak is. Elvesztették azonban szerzett jogait, ha új házasságot kötöttek az elhunyt férjük céhén kívüli személlyel.¹⁰

Céhek a történelmi Magyarországon

A magyar védjegy-történet szempontjából különös jelentőséggel bír a céhrendszer fejlődése, amellyel elsőként Szádeczky Lajos foglalkozott.¹¹ Mint írja, a céhek „a kézműipar és az iparúzó mesteremberek védelmére alkotott testületek voltak”, amelyek nálunk az olasz- és németországi céhek mintájára, de a magyarországi jogviszonyokhoz alkalmazkodva jöttek létre, és idővel határozottan magyaros jelleget öltöttek.¹²

A fejlődő ipart csírájában elfojtó tatárdúlás után IV. Béla, „az új honalkotó” pártfogásába vette a városokat, ahol az előjogokkal megerősített polgárság „új iparéletet teremtett”. E téren a Szepesség és a Szászföld járt az élen. Károly Róbert, majd Nagy Lajos uralkodása a műipar és kereskedelem terén új korszakot nyitott, a céhek intézménye abban az időben vált országsszerte általánossá. Amikor Nagy Lajos 1376-ban szabályozta az erdélyi szászok céheit, azok már huszonnégyféle mesterséget űztek. A Mátyás király korabeli céhszabályok olyannyira mintaszerűek voltak, hogy még a 16–17. században is etalonként szolgáltak az új céhek megalakításánál. Az ő uralkodása idején alapított céhek számos esetben adták át más városok számára Mátyás „céhszabadalmait”, minek következtében azok a következő évszázadok ipartörténeti fejleményeire is hatást gyakoroltak.¹³

Nagy Lajos 1376. évi céhrendszabálya nem terjedt ki az egész országra, így a városok viszonylagos mozgásteret adhattak a céheknek. A céhszabályokat a városi tanácsok hagyták jóvá, az uralkodói megerősítést csak kivételes esetekben igényelték.¹⁴

Mária Terézia erőteljesen szabályozta a céhek ügyeit. A királynő többek között elrendelte, hogy a céhek kötelesek zászlót készíttetni; a körmeneteken a céhtagoknak, legényeknek,

¹⁰ Kilburn-Toppin: i. m. (4).

¹¹ Szádeczky Lajos: Iparfejlődés és a céhek története Magyarországon, I-II. kötet. Országos Iparegyesület, Budapest, 1913. Előzménye Szádeczky 1890. évi „A céhek történetéből Magyarországon” című akadémiai székfoglaló előadása.

¹² Szádeczky: i. m. (11), p. 172.

¹³ Szádeczky: i. m. (11), p. 30–31.

¹⁴ Szádeczky: i. m. (11), p. 174.

inasoknak meg kellett jelenniük a zászló alatt (1. ábra). Az ő országlása idején vált általánossá a céhszabályok uralkodói megerősítése, melynek következtében azonban „a céhek egyöntetűekké váltak, és elvesztették korábbi sajátosságait”.¹⁵



1. ábra: Györi magyar–német szűcscéh zászlója, 1802¹⁶

A testületek élén a céhmester állt, egyrészt mint a fő gondviselő, az érdekek védője és a pénztárnok, másrészt mint a mesterek ellenőrzője, a munkáik bírálója, a céh törvényeinek őre és „az ellene vétők bírója”. Ő tartozott erkölcsi felelősséggel a céh ügyeiért és a mesterek műveinek minőségéért. A céhtagokat rendszeresen kontrollálta. A „cégéres vétkeket”, mint például a lopást vagy a gyilkosságot, köteles volt a hatóságoknak bejelenteni. A cégéres vétkeket elkövető tagot kizárták a szervezetből.¹⁷

Szádeczky ismerteti a korabeli céhek rendkívül szigorú szabályrendszerét, amely nem kizárólag a termék-előállításra, hanem az erkölcsi magatartásra is vonatkozott. Az „egyik legszebb céhszabály” az özvegyasszonyokra vonatkozott, akik mellé segítőül „jó munkás legényeket” rendeltek. Az özvegyek mindaddig gyakorolhatták a mesterséget, amíg újra férjhez nem mentek. A céhek beteg, elaggott tagjaikról is gondoskodtak.¹⁸

Céhjelvények: zászlók, ládák, pecséték, behívóablák

Magyarországon a 14. század derekától a gyáripar kialakulásáig¹⁹ az ipari termékek nagy részét a céhrendszer keretein belül állították elő. A céhek testületi és mesterségjelvényei

¹⁵ Szádeczky: i. m. (11), p. 227 és p. 175.

¹⁶ Rómer Múzeum: <https://romer.hu/digitalis/cehek/>.

¹⁷ Szádeczky: i. m. (11), p. 191–193.

¹⁸ Szádeczky: i. m. (11), p. 230.

¹⁹ A céhek megszüntetéséről az 1872. évi VIII. tc. az ipartörvény 83. § rendelkezik.

egyrészt tükrözik a céhbe tömörült tagság vallásosságát és kézműves öntudatát, másrészt hű képet adnak a korabeli ipari termelés színvonaláról.²⁰

Néhány példa arra, a céhek milyen attribútumok, milyen jelzések használatával tudatosították saját identitásukat, és juttatták azt a kívülállók tudomására. A céhek tárgyi emlékei közül a ládák, a pecsétek és a behívótablák voltak a legfontosabbak. A céhzászlók meghatározott alkalmakkor játszottak kitüntetett szerepet, a céhedények pedig a szervezeti életben voltak nélkülözhetetlenek.

A céhládákat kultikus tisztelet övezte – nemcsak azért, mert ebben őrizték az okiratokat, a pecsétet és a pénzt. A testületet megszemélyesítő láda kinyitása tiszteletteljes ceremónia mellett zajlott, a „jelenlétében” tilos volt az illetlen viselkedés (2. és 3. ábra). A behívótablák felhívásként, értesítésként szolgáltak: körülvitelükkel hívták gyűlésbe, temetésre és más fontos eseményre a tagokat, akik a nyilvános rendezvényeken a céhzászló alatt vonultak fel.²¹



2. ábra: Az egri kádarcéh céhládája, 1703²²



3. ábra: Győri magyar szabócéh pecsétje 1567²³

A céhjelvénnyek gyakran „heraldikai értelemben is címereknek tekinthetők”. A többnyire pajzs alakú behívótablák „az ún. beszélő címerek csoportjába sorolhatók”, amelyek láttán azonnal érthetővé vált, melyik mesterséget képviselték.²⁴

²⁰ Nagybakay Péter: A magyarországi céhek kézművesipari jelvényei. Magyar Nemzeti Múzeum, Budapest, 1995, p. 5.

²¹ Nagybakay Péter: Céhek, céhemlékek Veszprém megyében. A Veszprém Megyei Múzeumok Igazgatósága, Veszprém, 1971, p. 20.

²² Dobó István Vármúzeum: <https://hu.museum-digital.org/object/1596173>.

²³ I. m. (16).

²⁴ Nagybakay Péter: Munkaeszközbrázolások magyarországi céhjelvényeken. Technikatörténeti Szemle, 1967, 4. sz., p. 171–189.

Ötvösjelek, ötvösjegyek

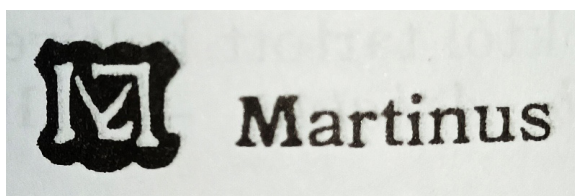
Rövid védjegy-történeti áttekintésünk zárásaként a történelmi Magyarországon tevékenykedő régi ötvösök céhjelei mellett egy jól ismert, hosszú múltra visszatekintő termékjelölőről, a vízjelről lesz szó, majd a papírgyártók vízjelvédjegyei közül mutatunk be két érdekes példát a terjedelem engedte szűkös keretben.

Kőszeghy Elemérnek köszönhetően a magyarországi ötvöscéhek jelölési gyakorlata különösen jól dokumentált. Mint írja, az ötvöstárgyakon „különféle jelek, jegyek szoktak előfordulni.” A nemesfémtartalomra vonatkozó, kötelezően használandó jelölés nem a céh- és mesterjelek közé tartozott.²⁵

Az ötvöstárgyak bélyegzésének legkorábbi írott nyoma, amely a szepesi szászok 1370. évi jogkönyvében olvasható, arról tanúskodik, hogy akkor már megkövetelték a mesterjegy tárgyra ütését. A 14. században az ország más területeiről is vannak adatok a bélyegzésekről, amely az ötvöscéheken belül 1500 körül vált általánossá – annak ellenére, hogy országos hatáskörű törvény nem szabályozta ezt a tevékenységet.

II. Lajos 1504-ben adott ki rendeletet a nagyszzebeni ötvösök számára a mesterjegy mellett alkalmazott céhjegyről. „Miként a céhjegy elnevezés is tanúsítja, ott ahol céhek állottak fenn, az ötvöstárgyak próbálása és bélyegzése a céhek hatáskörébe tartozott, és ez a fennállásuk utolsó éveig a kezükben is maradt.” 1867. január 1-jétől a fémfinomság vizsgálata állami hivatalok kezébe került.²⁶

Kőszeghy könyvéből a 16. sz. elejétől működő debreceni ötvöscéh egyik mesterének azonosítójelét mutatjuk be a 4. ábrán. A Debrecen városa által 1598-ban kiadott új céhszabályokat Rudolf király 1600-ban erősítette meg. Az ötvöscéh 1807 körül megszüntette tevékenységét.²⁷



4. ábra: Martinus Zegedi (Szegedi) debreceni ötvös mesterjegye²⁸

²⁵ Kőszeghy Elemér: Magyarországi ötvösjegyek a középkortól 1867-ig. Egyetemi Nyomda. Budapest, 1936, p. XV.

²⁶ Kőszeghy i. m. (25), p. XIX.

²⁷ Kőszeghy i. m. (25), p. 90.

²⁸ Kőszeghy i. m. (25), p. 91.

A vízjelektől a vízjelvédjegyekig

„A papír belsejében rejtőző, de fény hatására láthatóvá váló vízjel európai találmány.” A vízjel-technológiát az itáliai Puzzoli papírkészítőmester alkalmazta először 1271-ben az általa készített merített papír jelölésére. Azóta az európai vízjel „eljutott az egyszerű jelektől és szimbólumoktól a mesterjegyek, a monogramok, nevek, feliratok, címerek, emblémák, tájképek, portrék és árnyaltos vízjelmotívumok sokaságán át a nemzeti törvények által is szentesített védjegy funkcióig”.²⁹

A hamisítás elleni védekezésben fontos szerepet játszó, az átvilágított papíron láthatóvá váló vízjel a papír alkotórésze. „Optikai jel, a papír azonosító jele, névjegye, megszemélyesítője, ablak egy különleges világra.” Az első fennmaradt magyarországi vízjeles papíroklevelet 1310-ben Pozsonyban, Károly Róbert udvarában bocsátotta ki Gentilis bíboros, pápai legátus. Ettől az évtől számítjuk a vízjelek magyarországi történetét.³⁰

A levéltári források szerint Magyarországon az első papírmalmot a 16. század elején Lőcsén létesítették. A 17. században 27, a későbbi századok folyamán 167 papírmalmot alapítottak Magyarországon, kettőt közülük a 21. században.³¹

A 19. században kibontakozó magyar papírkereskedelem és papírfeldolgozó-ipar jelentősen hozzájárult az ismert hazai vízjelek számának növekedéséhez. A papírnagykereskedők és papírneműgyárok a század vége felé, majd a 20. században egyre több vízjelet helyeztek védjegyoltalom alá.³²

Bogdán István szerint az 1870-től kezdve a budapesti illetőségű védjegyek lajstromozására hivatott Budapesti Kereskedelmi Kamaránál nem maradt fenn az első magyar vízjelvédjegy ábrája, amelyet Goldzieher Géza budapesti papírkereskedő jelentett be 1889-ben.³³ Az ábrás védjegy azonban a Központi Értesítő digitalizált állományában megtalálható: lajstromszáma 1962.³⁴

A 5. ábrán az Első Magyar Papíripar Rt. által 1896 júniusában, 8689. sz. alatt lajstromoztatott vízjelvédjegyet mutatjuk be. A Smith és Meynier Cs. és Kir. Szab. Fiumei papírgyár ábrás védjegyén a három harang arra emlékeztet, hogy a millennium köszöntésére 1895. december 31-én éjfélkor Magyarország egész területén az összes harang megkondult.³⁵

²⁹ Pelbárt Jenő: Hét évszázad vízjelei Magyarországon (1310–2010). Magyar Papír- és Vízjeltörténeti Társaság, Budapest, 2021, p. 7.

³⁰ Levéltári vízjeltekintők: https://mnl.gov.hu/mnl/ol/virtualis_kiallitas/leveltari_vizjeltekintok.

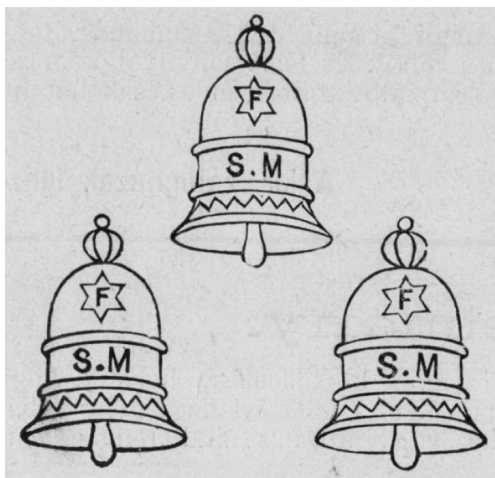
³¹ Papírmalmok Magyarországon: https://mnl.gov.hu/bal_menusor/hasznalat/kozmuvelodes/kiallitasok/virtualis_kiallitasok/leveltari_vizjeltekintok/papirmalmok_magyarorszagon.html.

³² Pelbárt: i. m. (29), p. 8.

³³ Bogdán István: A vízjel mint védjegy. Papíripar, 1970. 14. évf. 2. sz. p. 64–70.

³⁴ Központi Értesítő, 1890. 15. évf. 17. sz. p. 173.

³⁵ Pelbárt: i. m. (29), p. 343.



5. ábra: Az Első Magyar Papíripar Rt. vízjelvédjegye³⁶

Cikkünk végén azt a védjegyet mutatjuk be, amelyet Magyarország egyetlen, a 18. század vége óta folyamatosan működő papírkészítő vállalkozása jegyeztetett be 1899-ben.³⁷ A Kolba Mihály Fiai Diósgyőri Papírgyár által védjegyoltalom alá helyezett tölgy- és cserleveses ábra (6. ábra) a mai napig látható a közel 250 éves múlttal rendelkező DIPA Zrt. minőségi termékein.³⁸



6. ábra: A Diósgyőri Papírgyár vízjelvédjegye³⁹

³⁶ Központi Értesítő, 1897. 22. évf. 1. sz. p. 16.

³⁷ Központi Értesítő, 1889. 14. évf. p. 683. Lajstromszám: 12663.

³⁸ Megtekinthető: <http://epub.hpo.hu/e-kutatas/?lang=HU#>; lajstromszám: M129968.

³⁹ Pelbárt Jenő: A 235 éves diósgyőri papíripar rövid története (1782–2017). Magyar Grafika, 2018. 62. évf. 4. sz., p. 53.

VÁLOGATÁS A SZERZŐI JOGI SZAKÉRTŐ TESTÜLET SZAKVÉLEMÉNYEIBŐL

FÉNYKÉPHEZ KAPCSOLÓDÓ SZERZŐI JOGOK

SZJSZT-31/2022

I. A megkereső által feltett kérdések

1. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek esetén a rendelkezésre álló adatok alapján kit illetnek meg a szerzői személyhez fűződő és vagyoni jogok!
2. Kérem nyilatkozzon, hogy a fényképfelvételeknek a [weboldal1] internetes hírportálon történő nyilvánosságra hozatala kinek a képeken fennálló szerzői jogát sértette!
3. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek nyereségorientált sajtóorgánium általi felhasználása esetén a szerzőt milyen, a gyakorlat alapján meghatározható díjszabás illeti meg!
4. Amennyiben a fényképfelvételek készítője a képeket egy partnere számára átadta, majd ez a partner ezt a felvételt továbbértékesítette egy harmadik félnek, a felek közül pontosan kiket és milyen jogok illetnek meg, illetve kikkel szemben milyen jogsértések valósultak meg?
5. Amennyiben az eljárás tárgyát képező fényképet az annak felhasználási jogával rendelkező (jogi) személy a különféle közösségi felületeken közzétette, majd onnan történő letöltéssel ezt a képet más illetéktelenül felhasználja, abban az esetben a fényképek vonatkozásában kiket illetnek meg a szerzői jogok?
6. A szakértő egyéb észrevételei.

II. Az eljáró tanács szakértői véleménye

1. Jogszabályi háttér

A Szerzői Jogi Szakértő Testület (a továbbiakban: SZJSZT) szervezetéről és működéséről szóló 156/1999. (XI. 3.) Korm. rendelet 8. § (1) bekezdése szerint „a Szakértő Testület nevében az eljáró tanács a feltett kérdések és a benyújtott iratok alapján alakítja ki a szakértői véleményt, a tények megállapítására nem végez külön bizonyítást”, az eljáró tanács a megkereső megkeresése és a rendelkezésre bocsátott iratainak áttekintése alapján hozta meg a jelen szakvéleményét.

1.2. A szerzői mű, a fotóművészeti alkotás

A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szt.) 1. § (1) és (3) bekezdése alapján szerzői mű minden olyan, az irodalom, a tudomány és a művészet területére eső alkotás, amely rendelkezik a szerző szellemi tevékenységéből fakadó egyéni és eredeti kifejezésmóddal.

A kifejezésmód egyénisége kapcsán az SZJSZT több szakvéleménye is követi azt az egyetemes szakértői álláspontot, hogy a szerzői művé váláshoz „elegendő az, hogy a műben az egyéni jelleg valamilyen minimuma megnyilvánuljon, azaz ne legyen teljesen meghatározva a körülmények vagy az alkalmazott eszközök által; legyen legalább minimális tere a különböző megoldások közötti emberi választásnak”.¹ A művé váláshoz szükséges egyéni kifejezésmód tehát a szerző azon szellemi képességén múlik, hogy az adott tartalmat milyen gondolati struktúrába foglaltan közli, a saját egyéniségének jellemzői, sajátosságai megmutakoznak-e az adott művön. Az eredetiség feltétele pedig végső sorban annak a követelménynek való megfelelés, hogy az adott alkotás ne legyen egy már létező mű szolgai másolata.

Az Szt. 1. § (2) bekezdése példálózó felsorolásban rögzíti a leggyakrabban előforduló műtípusokat, melyek közül az *i*) pont tartalmazza a fotóművészeti alkotást. A fotóművészeti alkotás tekintetében pedig az egyéni és eredeti jelleg megnyilvánulhat „a témaválasztás gondolatiságában; a fotós által elkapott pillanat sajátosságában (jellegzetes mozdulat, gesztus, történet); a felvételhez választott beállításban, a téma nézőpontjának, a képkivágásnak az egyediségében; a kompozícióhoz alkotó módon használt technikai megoldásokban”;² sőt, az exponálással nem minden esetben ér véget a mű alkotásának folyamata, a pozitív kép utómunkálatai során is keletkezhet egyéni és eredeti jellegű szerzői kifejezésmód.

Ahogy az SZJSZT-35/2006 számú szakvéleményen alapuló döntés is megerősíti, a „fényképek esetén is elegendő, hogy a produktumban az egyéni jelleg valamely minimuma megnyilvánuljon, tehát hogy az ne legyen teljesen meghatározva a körülmények vagy az alkalmazott eszközök által, legyen legalább minimális tere a különböző megoldások közötti emberi választásnak, továbbá, hogy ne egy meglévő alkotásnak szolgai másolásáról legyen szó”.³

1.3. A szerzőség, a szerzői jogok és a felhasználási szerződés sajátosságai

Az Szt. 4. § (1) bekezdése alapján szerző az, aki a művet megalkotta, tehát az a természetes személy, akinek az egyéni, eredeti személyiségjegyeit, kifejezésmódját hordozza magán a mű.

¹ SZJSZT-18/2004, 24/2004; 19/2005.

² Gyertyánfy Péter (szerk.): Nagykomentár a szerzői jogi törvényhez. Wolters Kluwer, Budapest, 2020, p. 596.

³ Fővárosi Ítéltábla 8.Pf.20.479/2008/6.

Amennyiben egy alkotás szerzői műnek minősül, azon a létrehozatala során ex lege keletkeznek a szerzőt megillető szerzői – személyhez fűződő és vagyoni – jogok.⁴

Főszabályként a szerzői jogok – a vagyoni jogok esetében néhány kivételtől eltekintve – nem ruházhatók át, másként sem szállhatnak át, és azokról lemondani sem lehet. Azok az esetek, amik a fotók tekintetében lehetővé teszik a jogátszállást, illetve jogátruházást élők között, a munkaviszonyban alkotott művek, filmalkotások részét képező egyéb művek, a reklámcélra készült művek. Ezek esetében a szerzők vagyoni jogaival a munkáltató, a film-előállító, illetve a reklám megrendelője rendelkezik. Az Szjt. tehát a személyhez fűződő jogok tekintetében élők között forgalomképtelenséget, a vagyoni jogok tekintetében pedig korlátozott forgalomképességet határoz meg, melynek esetei a jogszabály által előírtak, kógenssek.

Gazdasági társaság a vagyoni jogot megszerezheti „a szerzővel megkötött megfelelő, harmadik személynek jogátengedést lehetővé tevő vagyoni jog-átruházási szerződéssel, amelyre a felhasználási szerződés szabályait kell alkalmazni, vagy a harmadik személynek átengedhető vagyoni jog apportálása útján. Ezek olyan esetben adnak megoldást, amikor – kivételesen – a szerzői vagyoni jog átruházható, de a fénykép esetében nem lehet a vagyoni jogokat átruházni, csak felhasználási jog adható rájuk vonatkozóan.

Teljes vagyoni jogot szerezhet a gazdasági társaság is, ha a szerző egyben olyan munkavállalója is saját gazdasági társaságának, akinek a munkaköri kötelessége szolgálati művek megalkotása.”⁵

A szerző vagyoni joga magába foglalja a saját mű vagy műrészlet felhasználását, a műfelhasználás megtiltását, illetve a felhasználás engedélyezését a felhasználó számára felhasználási szerződésben, főszabály szerint visszatérően, tehát jogdíjfizetés fejében. A jogdíj mértékének a felhasználáshoz kapcsolódó bevétellel kell arányban állnia, ha a felek között nincs ettől eltérő megállapodás.⁶

A műpéldány vagy annak másolatának birtokba adása nem keletkeztet felhasználási jogot, az csak létező és érvényes szerződés alapján keletkezik. Ezen az sem változtat, ha a műpéldány vagy másolat átvevője fizet az átvett műpéldányért vagy másolatért.

Felhasználási szerződés – kevés kivétellel – írásban köthető érvényesen az Szjt. 45. § (1) bekezdése szerint. Ugyanezen paragrafus (2) bekezdés *a)* és *b)* pontja szerint azonban nem kötelező a felhasználási engedélyt írásba foglalni sajtótermékben, napilapban vagy folyóiratban történő közzétételre kötött, illetve nem kizárólagos, ingyenes, az Szjt. 26. § (8) bekezdés második mondatában meghatározott felhasználási jogot – tehát lehívásra hozzáférhetővé tételt – engedő szerződés esetében.

⁴ Szjt. 9. § (1) bek.

⁵ Gyertyánfy: i. m. (2), p. 430.

⁶ Szjt. 16. § (1), (4) bek.

A szerződésre azonban itt is vonatkoznak a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvénynek (Ptk.) a szerződés létrejöttére vonatkozó általános szabályai, miszerint a szerződés létrejöttéhez a feleknek a lényeges és a bármelyikük által lényegesnek minősített kérdésekben való megállapodása szükséges.⁷ Emellett a szerződés tartalmává válik minden szokás, amelynek alkalmazásában a felek korábbi üzleti kapcsolatukban megegyeztek, és minden gyakorlat, amelyet egymás között kialakítottak. A szerződés tartalmává válik továbbá minden, az adott üzletágban a hasonló jellegű szerződés alanyai által széles körben ismert és rendszeresen alkalmazott szokás is.⁸

1.4. Az ügy körébe tartozó szabad felhasználási esetkörök

Főszabály szerint tehát a szerzői művekhez kapcsolódó egyes személyhez fűződő (névjog gyakorlásának módja) és vagyoni jogokról a felhasználó és a jogosult között létrejött – főleg – írásbeli szerződésben kell rendelkezni a feleknek. Azonban vannak olyan kivételek és korlátozások a szerzői jogban, amik könnyítenek ezen a szigorú rendszeren, ezeket nevezzük szabad felhasználásoknak.

Az Szt. 33. §-a szerint a szabad felhasználás körében a felhasználás díjtalan, és ahhoz a szerző engedélye nem szükséges. Csak a nyilvánosságra hozott művek használhatók fel szabadon e törvény rendelkezéseinek megfelelően. A felhasználás a szabad felhasználásra vonatkozó rendelkezések alapján is csak annyiban megengedett, illetve díjtalan, amennyiben nem sérelmes a mű rendes felhasználására, és indokolatlanul nem károsítja a szerző jogos érdekeit, továbbá amennyiben megfelel a tisztesség követelményeinek, és nem irányul a szabad felhasználás rendeltetésével össze nem férő célra.

A megkeresésben foglalt tényállás kapcsán az Szt. 36. § (2) bekezdésébe, illetve a 37. §-ba foglalt szabad felhasználási esetekről kell szót ejteni.

Az Szt. 36. § (2) bekezdése alapján ugyanis a napi eseményekhez kapcsolódó, időszzerű gazdasági vagy politikai témákról megjelentetett cikkek vagy e témákról sugárzott művek a sajtóban szabadon többszörözhetők, nyilvánossághoz közvetíthetők – ideértve a nyilvánosság számára történő hozzáférhetővé tételt [26. § (8) bek.] is –, feltéve, hogy a szerző nem tett az ilyen felhasználást megtiltó nyilatkozatot. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni.

Az Szt. 37. §-a alapján pedig az egyes művek az időszzerű, napi eseményekről való tájékoztatás céljára – a cél által indokolt terjedelemben – szabadon felhasználhatók. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni, hacsak ez lehetetlennek nem bizonyul.

⁷ Ptk. 6:63. § (2) bek.

⁸ Ptk. 6:63. § (5) bek.

2. Az eljáró tanács válaszai

2.1. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek esetén a rendelkezésre álló adatok alapján kit illetnek meg a szerzői személyhez fűződő és vagyoni jogok!

Ahogy az 1.2. pontban kifejtésre került, a szerzői jog mindig elsősorban azt a természetes személyt illeti meg, aki a művet megalkotta, és akinek az egyéni és eredeti kifejezőmódja az alkotáson megjelenik. A személyhez fűződő jogok nem forgalomképesek, így azok nem átruházhatók, és nem is szállhatnak át. A szóban forgó fénykép tekintetében így a személyhez fűződő jogok jogosultja [jogosult1].

A személyhez fűződő jogok közül jelen esetben a nyilvánosságra hozatal jogát, valamint a névfeltüntetéshez való jogot érdemes megvizsgálni. A nyilvánosságra hozatal a szerző leg-erősebb morális joga, hiszen a saját hatáskörben történő nyilvánosságra hozás vagy másnak erre engedély adása nélkül a mű minden további felhasználása jogsértő. Ha a szerző nem saját maga hozza nyilvánosságra az alkotását, hanem a felhasználónak engedélyezi azt, ennek az aktusnak kiemelt jelentősége van. Hiszen ebben az esetben nemcsak a felhasználás vagyoni jogi elemeiről kell megállapodniuk, hanem a feleknek tisztázniuk kell azt is, hogy a szerző milyen feltételekkel szeretné a közönség elé tárni a művét, például a névfeltüntetéshez való jogát hogyan szeretné gyakorolni.

A névfeltüntetéshez való jog ugyanis lehetőséget ad a szerzőnek nemcsak arra, hogy a műfelhasználások során nevének feltüntetését kérje, de arra is, hogy a nevének titokban maradását, illetve felvett (művész-) nevének feltüntetését kérje.⁹ Az első nyilvánosságra hozatal e tekintetben pedig mértékadó a további felhasználások tekintetében is, hiszen a szerzői jog lehetővé tesz innentől fogva olyan műfelhasználásokat, melyeket a szerző képviseletében más – leggyakrabban közös jogkezelő szervezet – fog engedélyezni, vagy engedélyezést nem igénylő szabad felhasználásokat.

A rendelkezésre álló nyomozati anyag azonban nem nyújt alapot e jogok gyakorlásának lényeges elemeihez, egyrészt mert hiányzik a szerző, a szerző tulajdonában és ügyvezetése alatt álló kft., valamint a [képviselő1] által képviselt [zrt.1] közötti, szerzői jogokra és a konkrét műfelhasználásra vonatkozó megállapodás, vagy annak lényeges elemeinek nyomozati anyagban való rögzítése (akár az eredeti cikkek, megjelenések megosztása).

Ami a fénykép vagyoni jogát illeti, az eljáró tanács e kérdésben sem tud megalapozottan nyilatkozni, hiszen ahogy szintén az 1.2. pontban kifejtette, a szerzői vagyoni jogok csak korlátozottan forgalomképesek, az ügy háttérében húzódó kötelmi jogviszonyokkal kapcsolatban az eljáró tanács számára releváns és konkrét információ nem állt rendelkezésre. A nyomozati anyag ugyanis nem tartalmaz sem felhasználási szerződést, sem munkaszerző-

⁹ Szjt. 12. § (3) bek.

dést, sem apportálást bizonyító okiratot, mely világossá tenné, hogy a szerző a művére vonatkozó vagyoni jogát vagy felhasználási jogokat átruházott, vagy a törvény erejénél fogva az átszállt-e a kft.-re. Ahogy az is ismeretlen az eljáró tanács számára, hogy a [képviselő1] számára milyen feltételekkel tette lehetővé a műfelhasználást és továbbengedélyezést a szerzői jogosult.

A nyomozati anyagból mindezekről függetlenül azonban megállapítható, hogy a szerző fényképeit nyilvánossághoz közvetítő [weboldal2] és [weboldal1] internetes sajtótermékek kiadója és a honlapok üzemeltetője, a [zrt.2] felhasználási szerződés, illetve engedélykérés nélkül, valamint a szerző személyhez fűződő jogaival kapcsolatos szándékáról való meggyőződés nélkül közölte az eljárás tárgyát képező fényképet. Ez azonban nem feltétlenül jelenti azt, hogy a felhasználó jogszerűtlenül járt volna el.

Amennyiben a felhasználás valamelyik releváns szabad felhasználási tényállás alá esik [Szt. 36. § (2) bek., illetve a 37. §], és az átvétel alapjául szolgáló aktuális napi hírben, cikkben a fénykép szerzőjének neve nem került feltüntetésre, úgy az átvevő sajtóorgánumnak a felhasználáshoz engedélyt kérnie nem kell, a névfeltüntetés kapcsán pedig az általános gyakorlat alapján feltételezheti azt, hogy a szerző nem kérte nevének feltüntetését.

2.2. Kérem nyilatkozzon, hogy a fényképfelvételeknek a [weboldal1] internetes hírportálon történő nyilvánosságra hozatala kinek a képeken fennálló szerzői jogát sértette!

A rendelkezésre álló adatok alapján a 2.1. pontban ismertetett okok miatt az eljáró tanács nem tud a kérdésre teljeskörűen megalapozott választ adni sem a szerzői jogokkal, sem a jogosulatlan felhasználással kapcsolatban.

Az eljáró tanács álláspontja szerint a szerző személye azonosítható [jogosult1] személyében, aki a nyomozati anyag szerint a személyhez fűződő jogai közül a névfeltüntetéshez való jogával kifejezetten élni kívánt, ami mind az engedélyköteles [Szt. 26. § (8) bek.], mind az esetleges szabad [Szt. 36. § (2) bek.; 37. §] felhasználások esetében fennáll, és a mindenkorai felhasználó kötelezettsége e tekintetben a szerző megkeresése.

Lényeges elem azonban ebben ügyben, hogy a nyomozati anyag szerint a [zrt.3] igazolta, hogy „a fénykép a 2019. évben megrendezésre került Fesztiválhoz kapcsolódóan készült, így a kép marketing célból több internetes felületen, így a Facebook közösségi oldalon és a [weboldal3]-n is megjelentetésre került”, valamint hogy már e felhasználóval sem jött létre a szerzői jogokra vonatkozó szerződés. Tehát a szóban forgó fotót a gyógyfürdő már valószínűsíthetően – hiszen a szerző személyéről nem is tudott, csak [képviselő1] – úgy többszörözte és közvetítette a nyilvánossághoz cikkekben, reklámanyagokban, hírekben, hogy a szerző nevét nem tüntette fel, illetve a felhasználás feltételeiben senkivel sem állapodott meg. Az esetlegesen e megjelenésekre alapozott felhasználások tekintetében a szerző nevének feltüntetése kapcsán, illetve a szabad felhasználás releváns esetei tekintetében lényeges körülmények maradnak az eljáró tanács előtt ismeretlenek.

A fénykép felhasználására jogosult személyre nézve az ügy háttérében húzódó kötelmi jogviszonyok ismeretlensége és az egymásnak ellentmondó nyilatkozatokat tartalmazó nyomozati anyag okán az eljáró tanács nem tud nyilatkozni.

2.3. *Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek nyereségorientált sajtóorgánium általi felhasználása esetén a szerzőt milyen, a gyakorlat alapján meghatározható díjszabás illeti meg!*

Az Szjt. 16. § (4) bekezdése szerint a jogdíj mértéke a felhasználással elért bevétel arányos része lehet, amely elsődlegesen a felek közötti szerződésen alapul, ennek hiányában pedig a bíróság jogosult a jogdíj mértékének megállapítására. „A kár, vagyoni hátrány mértékének megállapítása esetenként csak közelítően lehetséges, hiszen – a közös jogkezelés kivételével – nincsenek közzétett díjszabások és a jogdíj gyakorlat nem egységes.”¹⁰

2.4. *Amennyiben a fényképfelvételek készítője a képeket egy partnere számára átadta, majd ez a partner ezt a felvételt továbbértékesítette egy harmadik félnek, a felek közül pontosan kiket és milyen jogok illetnek meg, illetve kikkel szemben milyen jogsértések valósultak meg!*

Az eljáró tanács a nyomozati anyagból a következő szerzői jogi jogviszonyrendszert látja felvázolhatónak. A fénykép szerzője [jogosult1], akitől [képviselő1], a [zrt.3] megbízottja egy nem kizárólagos, harmadik személyekre továbbengedélyezhető – feltételezhetően többszörösre és nyilvánossághoz közvetítésre vonatkozó – felhasználási engedélyt kaphatott egy (írásbeli) keretszerződésben, ami az eljáró testület számára nem áll rendelkezésre. E körben [képviselő1] továbbengedélyezhette média- és hirdetési felületeken való felhasználási célra a zrt.-nek [jogosult1] fényképét, amely számos online felületen – hírportálokon, hirdetési felületeken, saját és egyéb weboldalakon és social media felületeiken – többszörösre és nyilvánossághoz közvetítésre került (mint marketing- és reklámeszköz). Ez a szerződés szintén nem áll rendelkezésre.

Azonban [képviselő1] tanúvallomásában azt nyilatkozta, hogy a fotó vagyoni jogai őt, személyhez fűződő jogai pedig [jogosult1]-et illetik meg. (A fényképekre nézve a vagyoni jogok csak a szerzőt illetheti meg, azok nem is átruházhatók.) [Jogosult1] azt nyilatkozta, hogy engedélyt adott a fényképek felhasználására [képviselő1]-nek és [zrt.3]-nak. A gyógyfürdő írásbeli nyilatkozata szerint azonban ők [képviselő1]-gyel voltak kizárólag szóbeli vállalkozási szerződéses viszonyban, a szerződésük pedig nem érintette a [képviselő1] által átadott fényképek szerzői jogait. (Tehát a szerző névfeltüntetése sem történt meg valószínűleg)

¹⁰ Gyertyánfy: i. m. (2), p. 846.

nűsíthetően a gyógyfürdő felhasználásaiban, illetve a felhasználásért a szerző kifejezetten jogdíjat sem kapott egyik szereplőtől sem.)

A nyomozati anyag és a tanúvallomások tartalma az eljáró testület szerint ellentmondásos, a konkrét szerződések, illetve a szerző által jogszerűnek tartott felhasználások képi bizonyítékai nem alkotják a nyomozati anyag részét, így konkrét megállapításokat a tanács nem tud tenni.

2. 5. Amennyiben az eljárás tárgyát képező fényképet az annak felhasználási jogával rendelkező (jogi) személy a különféle közösségi felületeken közzétette, majd onnan történő letöltéssel ezt a képet más illetéktelenül felhasználja, abban az esetben a fényképek vonatkozásában kiket illetnek meg a szerzői jogok?

A korábbiakban kifejtettek alapján az eljáró tanács e kérdésre nem tud egyértelmű választ adni.

A személyhez fűződő és a vagyoni jogok az eredeti szerzőt, [jogosult1]-et illetik meg.

A felhasználási jogok tekintetében a nyomozati anyag alapján nem lehet egyértelműen a jogosultat megállapítani.

A nem vitatottan jogszerű felhasználásokra vonatkozó konkrét bizonyítékok nélkül az eljáró tanács pedig nem tud abban állást foglalni, hogy a [zrt.2] felhasználása az engedélyköteles nyilvánossághoz közvetítés [Szjt. 26. § (8) bek.] vagy a szabad felhasználás esetkörébe [Szjt. 36. § (2) bek.; 37. §] tartozik.

2. 6. A szakértő egyéb észrevételei

Az eljáró tanácsnak nincs egyéb észrevétele.

*Dr. Berki Ádám, a tanács elnöke
Dr. Lehóczki Zsófia, a tanács előadó tagja
Hamarits Zsolt, a tanács szavazó tagja*

FÉNYKÉPHEZ KAPCSOLÓDÓ SZERZŐI JOGOK

SZJSZT-32/2022

I. A megkereső által feltett kérdések

1. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek esetén a rendelkezésre álló adatok alapján kit illetnek meg a szerzői személyhez fűződő és vagyoni jogok!
2. Kérem nyilatkozzon, hogy a fényképfelvételeknek a [weboldal1] internetes hírportálon történő nyilvánosságra hozatala kinek a képeken fennálló szerzői jogát sértette!
3. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek nyereségorientált sajtóorgánium általi felhasználása esetén a szerzőt milyen, a gyakorlat alapján meghatározható díjszabás illeti meg!
4. Amennyiben a fényképfelvételek készítője a képeket egy partnere számára átadta, majd ez a partner ezt a felvételt továbbértékesítette egy harmadik félnek, a felek közül pontosan kiket és milyen jogok illetnek meg, illetve kikkel szemben milyen jogsértések valósultak meg?
5. Amennyiben az eljárás tárgyát képező fényképet az annak felhasználási jogával rendelkező (jogi) személy a különféle közösségi felületeken közzétette, majd onnan történő letöltéssel ezt a képet más illetéktelenül felhasználja, abban az esetben a fényképek vonatkozásában kiket illetnek meg a szerzői jogok?
6. A szakértő egyéb észrevételei.

II. Az eljáró tanács szakértői véleménye

1. Jogszabályi háttér

A Szerzői Jogi Szakértő Testület szervezetéről és működéséről szóló 156/1999. (XI. 3.) Korm. rendelet 8. § (1) bekezdése szerint „a Szakértő Testület nevében az eljáró tanács a feltett kérdések és a benyújtott iratok alapján alakítja ki a szakértői véleményt, a tények megállapítására nem végez külön bizonyítást”, az eljáró tanács a megkereső megkeresése és a rendelkezésre bocsátott iratainak áttekintése alapján hozta meg a jelen szakvéleményét.

1.2. A szerzői mű, a fotóművészeti alkotás

A szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény (Szt.) 1. § (1) és (3) bekezdése alapján szerzői mű minden olyan, az irodalom, a tudomány és a művészet területére eső alkotás, amely rendelkezik a szerző szellemi tevékenységéből fakadó egyéni és eredeti kifejezésmóddal.

A kifejezőmód egyénisége kapcsán az SZJSZT több szakvéleménye is követi azt az egyetemes szakértői álláspontot, hogy a szerzői művé váláshoz „elegendő az, hogy a műben az egyéni jelleg valamilyen minimuma megnyilvánuljon, azaz ne legyen teljesen meghatározva a körülmények vagy az alkalmazott eszközök által; legyen legalább minimális tere a különböző megoldások közötti emberi választásnak”.¹ A művé váláshoz szükséges egyéni kifejezőmód tehát a szerző azon szellemi képességén múlik, hogy az adott tartalmat milyen gondolati struktúrába foglaltan közli, a saját egyéniségének jellemzői, sajátosságai megmutatkoznak-e az adott művön. Az eredetiség feltétele pedig végső sorban annak a követelménynek való megfelelés, hogy az adott alkotás ne legyen egy már létező mű szolgai másolata.

Az Szjt. 1. § (2) bekezdése példálózó felsorolásban rögzíti a leggyakrabban előforduló műtípusokat, melyek közül az *i*) pont tartalmazza a fotóművészeti alkotást. A fotóművészeti alkotás tekintetében pedig az egyéni és eredeti jelleg megnyilvánulhat „a témaválasztás gondolatiságában; a fotós által elkapott pillanat sajátosságában (jellegzetes mozdulat, gesztus, történet); a felvételhez választott beállításban, a téma nézőpontjának, a képkihágásnak az egyediségében; a kompozícióhoz alkotó módon használt technikai megoldásokban”,² sőt, az exponálással nem minden esetben ér véget a mű alkotásának folyamata, a pozitív kép utómunkálatai során is keletkezhet egyéni és eredeti jellegű szerzői kifejezőmód.

Ahogy az SZJSZT-35/2006 számú szakvéleményen alapuló döntés is megerősíti, a „fényképek esetén is elegendő, hogy a produktumban az egyéni jelleg valamely minimuma megnyilvánuljon, tehát hogy az ne legyen teljesen meghatározva a körülmények vagy az alkalmazott eszközök által, legyen legalább minimális tere a különböző megoldások közötti emberi választásnak, továbbá, hogy ne egy meglévő alkotásnak szolgai másolásáról legyen szó”.³

1.3. A szerzőség, a szerzői jogok és a felhasználási szerződés sajátosságai

Az Szjt. 4. § (1) bekezdése alapján szerző az, aki a művet megalkotta, tehát az a természetes személy, akinek az egyéni, eredeti személyiségjegyeit, kifejezőmódját hordozza magán a mű.

Amennyiben egy alkotás szerzői műnek minősül, azon a létrehozatala során ex lege keletkeznek a szerzőt megillető szerzői – személyhez fűződő és vagyoni – jogok.⁴

Főszabályként a szerzői jogok – a vagyoni jogok esetében néhány kivételtől eltekintve – nem ruházhatók át, másként sem szállhatnak át, és azokról lemondani sem lehet. Azok az esetek, amikor a fotók tekintetében lehetővé teszik a jogátszállást, illetve jogátruházást élők között, a munkaviszonyban alkotott művek, filmalkotások részét képező egyéb művek, a rek-

¹ SZJSZT-18/2004, 24/2004; 19/2005.

² Gyertyánfy Péter (szerk.): Nagykomentár a szerzői jogi törvényhez. Wolters Kluwer, Budapest, 2020, p. 596.

³ Fővárosi Ítéletábla 8.Pf.20.479/2008/6.

⁴ Szjt. 9. § (1) bek.

lámcélra készült művek. Ezek esetében a szerzők vagyoni jogaival a munkáltató, a filmelőállító, illetve a reklám megrendelője rendelkezik. Az Sztj. tehát a személyhez fűződő jogok tekintetében élők között forgalomképtelenséget, a vagyoni jogok tekintetében pedig korlátozott forgalomképességet határoz meg, melynek esetei a jogszabály által előírtak, kógenssek.

Gazdasági társaság a vagyoni jogot megszerezheti „a szerzővel megkötött megfelelő, harmadik személynek jogátengedést lehetővé tevő vagyoni jog-átruházási szerződéssel, amelyre a felhasználási szerződés szabályait kell alkalmazni, vagy a harmadik személynek átengedhető vagyoni jog apportálása útján. Ez csak azokban az esetekben lehetséges, ha az adott műre nézve a vagyoni jogok átruházhatók, de a fénykép esetében nem lehet a vagyoni jogokat átruházni, csak felhasználási jog adható rájuk vonatkozóan.

Teljes vagyoni jogot szerezhet a gazdasági társaság úgy is, ha a szerző egyben olyan munkavállalója is saját gazdasági társaságának, akinek a munkaköri kötelessége szolgálati művek megalkotása.”⁵

A szerző vagyoni joga magába foglalja a saját mű vagy műrészlet felhasználását, a műfelhasználás megtiltását, illetve a felhasználás engedélyezését a felhasználó számára felhasználási szerződésben, főszabály szerint visszerhesen, tehát jogdíjfizetés fejében. A jogdíj mértékének a felhasználáshoz kapcsolódó bevétellel kell arányban állnia, ha a felek között nincs ettől eltérő megállapodás.⁶

A műpéldány vagy annak másolatának birtokba adása azonban nem keletkeztet felhasználási jogot, az csak létező és érvényes szerződés alapján keletkezhet. Ezen az sem változtat, ha a műpéldány vagy másolat átvéője fizet az átvett műpéldányért vagy másolatért.

Felhasználási szerződés – kevés kivétellel – írásban köthető érvényesen az Sztj. 45. § (1) bekezdése szerint. Ugyanezen paragrafus (2) bekezdés *a)* és *b)* pontja szerint azonban nem kötelező a felhasználási engedélyt írásba foglalni sajtótermékben, napilapban vagy folyóiratban történő közzétételre kötött, illetve nem kizárólagos, ingyenes, az Sztj. 26. § (8) bekezdés második mondatában meghatározott felhasználási jogot – tehát lehívásra hozzáférhetővé tételt – engedő szerződés esetében.

A szerződésre azonban itt is vonatkoznak a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvénynek (Ptk.) a szerződés létrejöttére vonatkozó általános szabályai, miszerint a szerződés létrejöttéhez a feleknek a lényeges és a bármelyikük által lényegesnek minősített kérdésekben való megállapodása szükséges.⁷ Emellett a szerződés tartalmává válik minden szokás, amelynek alkalmazásában a felek korábbi üzleti kapcsolatukban megegyeztek, és minden gyakorlat, amelyet egymás között kialakítottak. A szerződés tartalmává válik továbbá minden, az adott üzletágban a hasonló jellegű szerződés alanyai által széles körben ismert és rendszeresen alkalmazott szokás is.⁸

⁵ Gyertyánfy: i. m. (2), p. 430.

⁶ Sztj. 16. § (1), (4) bek.

⁷ Ptk. 6:63. § (2) bek.

⁸ Ptk. 6:63. § (5) bek.

1.4. Az ügy körébe tartozó szabad felhasználási esetkörök

Főszabály szerint tehát a szerzői művekhez kapcsolódó egyes személyhez fűződő (névjog) és felhasználási jogokról a felhasználó és a jogosult között létrejött – főleg – írásbeli szerződésben kell rendelkezni a feleknek. Azonban vannak olyan kivételek és korlátozások a szerzői jogban, amik könnyítenek ezen a szigorú rendszeren, ezeket nevezzük szabad felhasználásoknak.

Az Sztj. 33. §-a szerint a szabad felhasználás körében a felhasználás díjtalan, és ahhoz a szerző engedélye nem szükséges. Csak a nyilvánosságra hozott művek használhatók fel szabadon e törvény rendelkezéseinek megfelelően. A felhasználás a szabad felhasználásra vonatkozó rendelkezések alapján is csak annyiban megengedett, illetve díjtalan, amennyiben nem sérelmes a mű rendes felhasználására, és indokolatlanul nem károsítja a szerző jogos érdekeit, továbbá amennyiben megfelel a tisztesség követelményeinek, és nem irányul a szabad felhasználás rendeltetésével össze nem férő célra.

A megkeresésben foglalt tényállás kapcsán az Sztj. 36. § (2) bekezdésébe, illetve a 37. §-ba foglalt szabad felhasználási esetekről kell szót ejteni.

Az Sztj. 36. § (2) bekezdése alapján ugyanis a napi eseményekhez kapcsolódó, időszerű gazdasági vagy politikai témákról megjelentetett cikkek vagy e témákról sugárzott művek a sajtóban szabadon többszörözhetők, nyilvánossághoz közvetíthetők – ideértve a nyilvánosság számára történő hozzáférhetővé tételt [26. § (8) bek.] is –, feltéve, hogy a szerző nem tett az ilyen felhasználást megtiltó nyilatkozatot. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni.

Az Sztj. 37. §-a alapján pedig az egyes művek az időszerű, napi eseményekről való tájékoztatás céljára – a cél által indokolt terjedelemben – szabadon felhasználhatók. Ilyen felhasználás esetén a forrást – a szerző nevével együtt – fel kell tüntetni, hacsak ez lehetetlennek nem bizonyul.

2. Az eljáró tanács válaszai

2.1. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek esetén, a rendelkezésre álló adatok alapján kit illetnek meg a szerzői személyhez fűződő és vagyoni jogok!

Ahogy az 1.2. pontban kifejtésre került, a szerzői jog mindig elsősorban azt a természetes személyt illeti meg, aki a művet megalkotta, és akinek az egyéni és eredeti kifejezőmódja az alkotáson megjelenik. A személyhez fűződő jogok nem forgalomképesek, így azok nem átruházhatók, és nem is szállhatnak át. A szóban forgó fénykép tekintetében így a személyhez fűződő jogok jogosultja a szerző.

A személyhez fűződő jogok közül jelen esetben a nyilvánosságra hozatal jogát, valamint a névfeltüntetéshez való jogot érdemes megvizsgálni. A nyilvánosságra hozatal a szerző leg-erősebb morális joga, hiszen a saját hatáskörben történő nyilvánosságra hozás vagy másnak erre engedély adása nélkül a mű minden további felhasználása jogsértő. Ha a szerző nem saját maga hozza nyilvánosságra az alkotását, hanem a felhasználónak engedélyezi azt, ennek az aktusnak kiemelt jelentősége van. Hiszen ebben az esetben nemcsak a felhasználás vagyoni jogi elemeiről kell megállapodniuk, hanem a feleknek tisztázniuk kell azt is, hogy a szerző milyen feltételekkel szeretné a közönség elé tárni a művét, például a névfeltüntetéshez való jogát hogyan szeretné gyakorolni.

A névfeltüntetéshez való jog ugyanis lehetőséget ad a szerzőnek nemcsak arra, hogy a műfelhasználások során nevének feltüntetését kérje, de arra is, hogy a nevének titokban maradását, illetve felvett (művész-) nevének feltüntetését kérje.⁹ Az első nyilvánosságra hozatal e tekintetben pedig mértékadó a további felhasználások tekintetében is, hiszen a szerzői jog lehetővé tesz innentől fogva olyan műfelhasználásokat, melyeket a szerző képviselőjében más – leggyakrabban közös jogkezelő szervezet – fog engedélyezni, vagy engedélyezést nem igénylő szabad felhasználásokat.

A rendelkezésre álló nyomozati anyag azonban nem nyújt alapot e jogok gyakorlásának lényeges elemeihez, egyrészt mert hiányzik a szerző, a szerző tulajdonában és ügyvezetése alatt álló kft., valamint a K. T., illetve a [zrt.1] közötti, felhasználási jogokra és a konkrét műfelhasználásra vonatkozó megállapodás, vagy annak lényeges elemeinek nyomozati anyagban való rögzítése (akár a megjelenések megosztása).

Ami a fénykép felhasználási jogát illeti, az eljáró tanács e kérdésben sem tud megalapozottan nyilatkozni, hiszen ahogy szintén az 1.2. pontban kifejtette, a szerzői vagyoni jogok csak korlátozottan forgalomképesek, az ügy háttérében húzódó kötelmi jogviszonyokkal kapcsolatban az eljáró tanács számára releváns és konkrét információ nem állt rendelkezésre. A nyomozati anyag ugyanis nem tartalmaz sem felhasználási szerződést, sem munka-szerződést, sem apportálást bizonyító okiratot, mely világossá tenné, hogy a szerző a művére vonatkozó felhasználási jogát átruházta-e vagy a törvény erejénél fogva az átszállt-e, a kft.-re. Ahogy az is ismeretlen az eljáró tanács számára, hogy K. T. számára milyen feltételekkel tette lehetővé a műfelhasználást és továbbengedélyezést a szerzői jogosult.

A nyomozati anyagból mindezekről függetlenül azonban megállapítható, hogy a szerző fényképeit nyilvánossághoz közvetítő [weboldal1] internetes sajtótermék kiadója és a honlapok üzemeltetője, a [zrt.2] felhasználási szerződés, illetve engedélykérés nélkül, valamint a szerző személyhez fűződő jogaival kapcsolatos szándékáról való meggyőződés nélkül közölte az eljárás tárgyát képező fényképet. Ez azonban nem feltétlenül jelenti azt, hogy a felhasználó jogszerűtlenül járt volna el.

⁹ Szjt. 12. § (3) bek.

Amennyiben a felhasználás valamelyik releváns szabad felhasználási tényállás alá esik [Szt. 36. § (2) bek., illetve a 37. §], és az átvétel alapjául szolgáló aktuális napi hírben, cikkben a fénykép szerzőjének neve nem került feltüntetésre, úgy az átvevő sajtóorgánumnak a felhasználáshoz engedélyt kérnie nem kell, a névfeltüntetés kapcsán pedig az általános gyakorlat alapján feltételezheti azt, hogy a szerző nem kérte nevének feltüntetését.

2.2. Kérem nyilatkozzon, hogy a fényképfelvételeknek a [weboldal1] internetes hírportálon történő nyilvánosságra hozatala kinek a képeken fennálló szerzői jogát sértette!

A rendelkezésre álló adatok alapján a 2.1. pontban ismertetett okok miatt az eljáró tanács nem tud a kérdésre teljeskörűen megalapozott választ adni sem a szerzői jogokkal, sem a jogosulatlan felhasználással kapcsolatban.

Az eljáró tanács álláspontja szerint a szerző személye azonosítható G. R. személyében, aki a nyomozati anyag szerint a személyhez fűződő jogai közül a névfeltüntetéshez való jogával kifejezetten élni kívánt, ami mind az engedélyköteles [Szt. 26. § (8) bek.] felhasználások, mind az esetleges szabad [Szt. 36. § (2) bek.; 37. §] felhasználások esetében fennáll, és a mindenkor felhasználó kötelezettsége e tekintetben a szerző megkeresése.

Lényeges elem azonban ebben ügyben, hogy a nyomozati anyag szerint a [zrt.1] igazolta, hogy „a fénykép a 2019. évben megrendezésre került Fesztiválhoz kapcsolódóan készült, így a kép marketing célból több internetes felületen, így a Facebook közösségi oldalon is megjelentetésre került”, valamint, hogy már e felhasználóval sem jött létre a szerzői jogokra vonatkozó szóbeli szerződés sem. Tehát a szóban forgó fotót a gyógyfürdő már úgy többszörözte és közvetítette a nyilvánossághoz cikkekben, reklámanyagokban, hírekben, hogy valószínűsíthetően – hiszen a szerző személyéről nem is tudott, csak K. T. – a szerző nevét nem tüntette fel, illetve a felhasználás feltételeiben senkivel sem állapodott meg. Az esetlegesen e megjelenésekre alapozott felhasználások tekintetében a szerző nevének feltüntetése kapcsán, illetve a szabad felhasználás releváns esetkörei tekintetében lényeges körülmények maradnak az eljáró tanács előtt ismeretlenek.

A fénykép felhasználási jogainak jogosultja tekintetében az ügy háttérében húzódó kötelmi jogviszonyok ismeretlensége, és az egymásnak ellentmondó nyilatkozatokat tartalmazó nyomozati anyag okán az eljáró tanács nem tud nyilatkozni.

2.3. Kérem nyilatkozzon, hogy az eljárás tárgyát képező fényképfelvételek nyereségorientált sajtóorgánum általi felhasználása esetén a szerzőt milyen, a gyakorlat alapján meghatározható díjszabás illeti meg!

Az Szt. 16. § (4) bekezdése szerint a jogdíj mértéke a felhasználással elért bevétel arányos része lehet, amely elsődlegesen a felek közötti szerződésen alapul, ennek hiányában pedig a bíróság jogosult a jogdíj mértékének megállapítására. „A kár, vagyoni hátrány mértékének

megállapítása esetenként csak közelítően lehetséges, hiszen – a közös jogkezelés kivételével – nincsenek közzétett díjszabások és a jogdíj gyakorlat nem egységes.”¹⁰

2.4. *Amennyiben a fényképfelvételek készítője a képeket egy partnere számára átadta, majd ez a partner ezt a felvételt továbbértékesítette egy harmadik félnek, a felek közül pontosan kiket és milyen jogok illetnek meg, illetve kikkel szemben milyen jogsértések valósultak meg?*

Az eljáró tanács a nyomozati anyagból a következő szerzői jogi jogviszonyrendszert látja felvázolhatónak. A fénykép szerzője G. R., akitől K. T., a [zrt.1] megbízottja egy nem kizárólagos, harmadik személyekre továbbengedélyezhető – feltételezhetően többszörözésre és nyilvánossághoz közvetítésre vonatkozó – felhasználási engedélyt (jogot) kaphatott egy (írásbeli) keretszerződésben, ami az eljáró testület számára nem áll rendelkezésre. E körben K. T. továbbengedélyezte média- és hirdetési felületeken való felhasználási célra a [zrt.1]-nek G. R. fényképét, amely számos online felületen – hírportálokon, hirdetési felületeken, saját és egyéb weboldalakon és social media felületeiken – többszörözésre és nyilvánossághoz közvetítésre került (mint marketing- és reklámeszköz). A szerződés szintén nem áll rendelkezésre.

Azonban K. T. tanúvallomásaiban azt nyilatkozta, hogy a fotó vagyoni jogai őt, személyhez fűződő jogai pedig G. R.-t illetik meg. (Fényképek esetében a vagyoni jogok átruházhatatlansága alapján a vagyoni jogok csak azt illethetik meg, akit a személyhez fűződő jogok is.) G. R. azt nyilatkozta, hogy engedélyt adott a fényképek felhasználására K. T.-nek és a [zrt.1]-nek. A gyógyfürdő írásbeli nyilatkozata szerint azonban ők K. T.-vel voltak kizárólag szóbeli vállalkozási szerződéses viszonyban, a szerződésük pedig nem érintette a K. T. által átadott fényképek szerzői jogait. (Tehát a szerző névfeltüntetése sem történt meg valószínűsíthetően a gyógyfürdő felhasználásaiban, illetve a felhasználásért a szerző kifejezetten jogdíjat sem kapott egyik szereplőtől sem.)

A nyomozati anyag és a tanúvallomások tartalma az eljáró testület szerint ellentmondásos, a konkrét szerződések, illetve a szerző által jogszerűnek tartott felhasználások képi bizonyítékai nem alkotják a nyomozati anyag részét, így konkrét megállapításokat a tanács nem tud tenni.

2.5. *Amennyiben az eljárás tárgyát képező fényképet az annak felhasználási jogával rendelkező (jogi) személy a különféle közösségi felületen közzétette, majd onnan történő letöltéssel ezt a képet más illetéktelenül felhasználja, abban az esetben a fényképek vonatkozásában kiket illetnek meg a szerzői jogok?*

A korábbiakban kifejtettek alapján az eljáró tanács e kérdésre sem tud egyértelmű választ adni.

¹⁰ Gyertyánfy: i. m. (2), p. 846.

A személyhez fűződő jogok az eredeti szerzőt illetik meg.

A felhasználási jogok tekintetében a nyomozati anyag alapján nem lehet egyértelműen a jogosultat megállapítani.

A nem vitatottan jogszerű felhasználásokra vonatkozó konkrét bizonyítékok nélkül az eljáró tanács pedig nem tud abban állást foglalni, hogy a [zrt.2] felhasználása az engedélyköteles nyilvánossághoz közvetítés [Szt. 26. § (8) bek.] vagy a szabad felhasználás esetkörébe [Szt. 36. § (2) bek.; 37. §] alá tartozik.

2.6. A szakértő egyéb észrevételei

Az eljáró tanácsnak nincs egyéb észrevétele.

Dr. Berki Ádám, a tanács elnöke
Dr. Lehóczki Zsófia, a tanács előadó tagja
Hamarits Zsolt, a tanács szavazó tagja

Összeállította: dr. Szilágyi Zsombor Máté

KÖNYV- ÉS FOLYÓIRATSZEMLE

Martin Korte: Ésszel a géppel. Hogyan szabaduljunk meg a digitális ingerdömpingtől?
Typotex, 2025, Test és lélek sorozat; ISBN 9789634933472

„Többé már nem fogunk lemondani az okostelefonunkról. Ez a fausti paktum immáron megkötött. Az információ és a kommunikáció korlátlan univerzumához való hozzáférésért cserébe viszont feláldozzuk az istenverte figyelmünket az üvegoltárán.” –

Matthew Panzarino, a TechCrunch főszerkesztője, 2015

„A digitalizáció az oktatási rendszer egyik legfontosabb kihívása... A mai gyerekek és fiatalok szinte vakon értenek a technikához, ám a kritikus hozzáállás nehézséget jelent nekik. Ahhoz, hogy ezt megtanulják, több emberre, és nem további gépekre van szükségük.” –

Klaus Zierer és Thomas Gottfried, egyetemi tanárok, Die Zeit, 2023. január 8.

A könyv magyar címe jobb a német eredeténél! Utóbbi ezzel indul: Friss a fejben, s persze fontos őriznünk elménk frissességét, ám még inkább mindig észnél lennünk a „gépek” magába szippantó világában. Ugyanakkor, az AMAZON német kiadása két ígéretes alcímet is hozzátesz az ajánlójához: Sok konkrét ötlettel a fókuszált munkához és a hatékony tanuláshoz / Miként változtatja meg a digitalizáció az agyunkat és a gondolkodásunkat – stratégiák a túléléshez a tartós digitális stressz korában (ez utóbbit a Typotex is hozza).

Előhang: Hogy igazán értékelni tudjuk a segítséget, amelyet e könyv kínál, gondoljuk át a mai nagy képet, nem megelégedve Laokoon szállóigévé vált bölcs mondásáról – „félek az ellenségtől (valójában a görögöktől – Osman P.). ha ajándékot is hoznak”. – Beengedtük az életünkbe mindazt a csábító csúcstechnológiát, amelyekben addig fel nem mért hatalmú erők rejtőztek. Ezek – az általuk kifejtett hatásokban sokféleképp érdekelteknek a szolgáltatásban – gyorsan beférkőztek az életvitelünkbe, és magukhoz láncoltak bennünket. Igencsak cseles módokon történt ez. Eleve, a korábban a lakásban trónoló tévé és a már mellénk szegődött rádió egyirányú és viszonylag szűkre szabott szolgáltatása helyett az új eszközök már a legkülönbébb szolgáltatások nyújtásával kötöttek magukhoz, s már árulkodni is tudnak rólunk. Megszületett a folyamatos kapcsolat és jelenlét igénye, előbb az internettel és a levelezőrendszerekkel, majd a közösségi hálókkal. Napjaink egyik varázsszava, a FOMO (fear of missing out, azaz a félelem, hogy kimaradunk valamiből) egy valamiképp kialakult (vagy inkább trükkösen belénk táplált), ostoba elvárást tükröz: mindig jelen lenni, mindig jólétesültnek lenni, mindenben részt venni, ami számít, amiben a „jobbak” ott vannak. Az eszközöket alkalmassá tették, hogy akár éjjel-nappal velünk legyenek, felébresztve bennünk az igényt, hogy bármikor bepillantsunk az aktualitásokba – ami viszont magával hozta, hogy 7/24-ben áradjanak ránk a legkülönbözőbb üzenetek, információk, készletések. Furfangos Odüsszeusznak igencsak nehéz dolga lett hazatalálnia, ám mind többeknek ezek a

folyamatosan előugró hatások alighanem még ennél is nehezebbé teszik, hogy mindig visszataláljanak valódi önmagukhoz. A digitális eszközeink által közvetített világ úgy szippant be – sunyin, nehezen felismerhető és még nehezebben ellenállható módon –, mint az, amit akár „plázahatásnak” is nevezhetünk: a nagy plázák sajátos atmoszférája, amely – bármennyire is tagadják – sokakat szinte módosult tudatállapotba hoz, amelynek révén valójában elmerülnek a vásár(olgat)ás mesterségesen beléjük táplált örömeiben.

Megjegyzés: Sokkal inkább a vezérlőcsillagunk kellene, hogy legyen az „ésszel a géppel” irányelv, mint a legtöbben gondolnánk. Agyunk cseles jószág: alkalmazkodik a terhelés típusához, területei ahhoz illeszkedve edződnek vagy épp ellustulnak, s még a szerkezetét is valamelyest, olykor egész jelentősen ehhez igazítja. Ez utóbbi a neuroflexibilitás, amelyről két jeles könyv is szerepelt már ezeken az oldalakon: Norman Doidge: A változó agy – Elképesztő történetek az agykutatás élvonalából (Park Könyvkiadó, 2011 – Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2011/3. sz.) és Norman Doidge: Hogyan gyógyul az agy? – Figyelemre méltó felfedezések és gyógyulások a neurolaszticitás világából (Park Könyvkiadó, 2016 – Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2017/1. sz.) Mindannyiunk hétköznapijaira lefordítva: köztudott, hogy ha nem használjuk az izmainkat, elvesztik teljesítőképességüket. Az már nem annyira, hogy ugyanez történhet agyunk különböző területeivel, egészen váratlanul is. Például: fejszámolás. Sokunk egész jó volt benne, ám jött „a gép”, s azt használtuk agyunk helyett. Gyors, pontos, megbízható, s főként kényelmes (csalfa vonzerő!) – majd egyszer csak rádöbentünk, hogy fejben már alig megy. Például, és ez már kritikus jelentőségű: emlékezet. Szép új világunk veszélyes – ha épp nem rosszabb – csábítása, hogy nem kell lexikális tudás megszerzésével gyötörnünk magunkat, pocskolni rá időt és energiát, hiszen mindez már pár kattintással elérhető. Pokolba a rút, porosz iskolarendszerrel, amikor még szövegeket is meg kellett tanulni fejből! Nem beszélve arról, hogy ne legyünk már tehetetlen bambák, ha épp egy katintható kütyü sincs a kezünk ügyében, vagy épp nincs térerő vagy hálózat, ugye világos, hogy a memóriánkat is ugyanúgy rendszeresen dolgoztatni, edzeni kellene, ahogyan az izmainkat. S legyen a harmadik a kézírás. Felettébb fejlett országokban már nem is tanítják. Ennek ára, hogy csökkennek agyunk ezt vezérlő, ún. mikromotoros funkciói, s ezzel nem keveset veszíthetünk a kézügyességünkéből. Végezetül: „a stílus maga az ember” mondták a régi világban, amikor ez még sokkal szélesebb körben számított. A szó, az önkifejezés és a kommunikáció szóhasználatának stílusa is. Ám eljött az SMS-ek, majd a közösségi hálók és az elektronikus üzenőrendszerek kora, s rászoktatták használóikat a lerövidített, leegyszerűsített, sok esetben már a kiművelt stílusnak igényét sem mutató szövegezésre, ami gyorsan átszüremkedett az egyéb mondandóikba is, nem épp azok javára. Tehát már csak azért is ésszel a géppel, mert másként nagyon értékes képességeink láthatják ennek kárát.

A könyv egy érdekes nézőpontú értékeléséből, a katolikus könyv- és médiaolvasó szervezet Sankt Michaelsbund számára írt recenzióan az összegzéséből: „A szerző szakszerűen és a mindennapokban jól hasznosítható módon elemzi a MI-alkalmazások használatakor

jelentkező képességbeli kihívásokat. Átfogó képet ad minden releváns összefüggésről, és olyan gyakorlati következtetéseket kínál, amelyeket különösen a családoknak érdemes figyelembe venni. Széles körben ajánlható.”

A *Typotex ajánlójából*: „Mindennapjainkat, munkánkat, magánéletünket, de még gondolkodásmódunkat és érzelmeinket is a digitális eszközök uralják. De hogyan hat a képernyők állandó jelenléte, ez az érzékszervi túlterhelés agyunkra és viselkedésünkre? Martin Korte neurobiológus könyve lebilincselő utazásra hív, és hatékony módszereket javasol a túléléshez az információs dzsungelben. Miért nem tudjuk elengedni a fülünk mellett készülékeink jelzéseit? Miért mítosz a multitasking hatékonysága? Miként formálja a digitális média a gyerekek és kamaszok neurológiai fejlődését, és hogyan őrizhetik meg memóriájuk frissességét az idősök az internet segítségével? Szükség van-e táblagépekre és okostelefonokra a tanteremben? Tényleg eredményes módszer a gamifikáció, a tanulás játékosítása? Mit köszönhetnek az elmúlt évtized MI-kutatásai az agyról szerzett ismereteknek? Hogyan alkalmazhatjuk hasznosan az MI-t az orvostudományban? Ez a világos, közérthető nyelven megírt könyv arra bátorít, hogy viszonyuljunk tudatosan a technológiai eszközökhöz – ne csak passzív használói, hanem értő alakítói legyünk saját digitális világunknak.”

A *Lira.hu* ajánlója ehhez egy sokaknak új felismerést nyújtó – és Korte sok megállapításához hasonlóan jellemző – részletet idéz a könyvből: „Elég csak megpillantanunk egy okostelefont az asztalon (hiába van kikapcsolva), hogy romoljon a kognitív feladatokban nyújtott teljesítményünk, mégpedig azért, mert a homloklebeny tárolókapacitását az köti le, hogy figyelmen kívül hagyjuk a készüléket.” S hozzá a rövid magyarázat a folytatásban a mélyebben érdeklődőknek: „A homloklebeny a nagyagy elülső része. Többek között itt található a munkamemóriánk egy lényeges eleme, amely a koncentrálókéességünkért is felelős, és a legfontosabb átmeneti tárolóként működik, mielőtt valami a hosszú távú emlékezetünkbe kerül.”

A *Typotex a szerzőről*: „Martin Korte (1964) német neurobiológus, emlékezetkutató, a Braunschweigi Műszaki Egyetem professzora. Fő kutatási területe a tanulás és az emlékezés sejtbiológiai alapjai, valamint az immunrendszer és az idegrendszer közötti interakciók. Kutatói munkája mellett számos tudomány-népszerűsítő könyvet írt különböző idegtudományi témákról, és rendszeresen tart nyilvános előadásokat iskolaigazgatóknak, tanároknak, szülőknek, diákoknak és politikusoknak. Az egyik legtöbbször idézett neurobiológus, a média keresett szakértője, televíziós műsorok kedvelt vendége.” Neurobiológus és műegyetemi professzor – remek kombináció!

A *diagnózishoz a Bevezetésből*: „A digitális média ma életünk szerves része. Mind többen egyre kevesebb dolgot adnának fel hamarabb, mint az állandó kapcsolatukat a digitális médiával, sokuk esetében mert ’az egész életem a telefonomban van!’, másoknál a legfőbb munka, kapcsolattartási és tájékozódási eszközük – Osman P.) A mindennapjainkra gyakorolt rendkívüli befolyását mi sem jelzi jobban, mint a kaliforniai Haywardban felállított táblák, amelyek a ’Fejeket fel! Először átkelni, aztán a Facebookot frissíteni’ feliratukkal világhír-

névre tettek szert. Már Köln városa sem csak szemmagasságban helyez el a villamosközlekedésre figyelmeztető táblákat, hanem az útburkolatba is világítást épít be, hogy az emberek zenehallgatás és telefonnyomkodás közben is észrevegyék.

A Deutsches Ärzteblatt szerint a feszültség okozta fejfájás, amely már tizennégy éveseknél is jelentkezik, és amelyet 'telefonnyaknak' is neveznek, népbetegséggé válik. Az Olaszországban nyilvánosságra hozott adatok pedig azt mutatják, hogy az érintettek szerint a válások jelentős része a házastárs örökös WhatsApp-használatára vezethető vissza.

A német Postabanknak az ifjúság digitális szokásait vizsgáló felmérése nyomasztóan egyértelmű eredményt hozott: 2021-ben a fiatalok több időt töltöttek a világhálón, mint az ágyban alvással. És ennek csak egyharmadát tették ki az iskolai feladatok és a felsőfokú tanulmányok. Egyéb internetes tevékenységekre naponta átlagosan 3,6 órát fordítottak, ami 2019-ben (a világjárvány előtt) még csak 2,5 volt.” – Rémisztő adatok! Ha elhisszük, hogy a modern környezetvédelem, a hosszú távú fenntarthatóságra, a bioszféra védelmére, a bolygónk élő és élettelen erőforrásai túlhasználatának megakadályozására irányuló nagy törekvések valódiak, s nem csupán hamis zászlók, vajon mikor szólaltatják meg a harci dobokat a „digitális túlhasználat” elleni intézményes védekezésre? Persze, Korte e műve is „intés az őrzőkhöz”, de tud-e több lenni, mint sóhaj a viharban?

„A digitális média azért páratlan jelenség, mert életünk minden területét érinti: a munkánkat és a magánéletünket, de valószínűleg még a gondolkodásmódunkat és az érzelmeinket is. De mit tesz az emberek, és főként a serdülők agyával? Milyen hatása van – különösen az okostelefonnak – az agyunkra? Elmebarát módon használjuk? Milyen evolúciós korlátai vannak az agynak, és hogyan vegyük ezeket figyelembe?” – Mármost kik vegyék figyelembe: mindenki a maga védelmére a digitális világ ellen, vagy a gyártók, a forgalmazók, a szabályozók? A legutóbbiak milyen cél- és eszközrendszerrel?

„A digitális fejlődés csúcsa napjainkban a mesterséges intelligencia. Más digitális vívmányokhoz hasonlóan ez is rejt veszélyeket és lehetőségeket egyaránt – többek között az agyunk számára. Felmerül a kérdés, hogy feszélyezve kellene-e éreznünk magunkat attól, hogy (például a zsebszámológéppel és a 'rendes' asztali számítógépre írt programokkal elmentésben) egyszer csak elkezdte utánozni az agyunkat. Kutatóként foglalkoztat a kérdés, hogyan működik a mesterséges intelligencia, és miért akkor erősödött meg ennyire, amikor az agy idegi hálózatait kezdték modellként használni hozzá. Ahogy az is gondolkodásra késztet, hol húzódik a határ ember és gép között.” – Talán Stanislaw Lem-nek van egy remek sci-fi novellája arról, mi mindent lehet egy emberben mesterséges eszközre cserélni ahhoz, hogy még mindig feltehető legyen a kérdés, vajon továbbra is ember-e. S persze ott van Elon Musk Neuralinkje, márpedig ha az létezik, ki tudja, hány titkos fejlesztés van különféle kezekben folyamatban. Mindez felvet egy kérdést, amely alighanem igen hamar gyorsan növekvő, gyakorlati jelentőségűvé válik: miként határozható meg mind tudományos, mind jogi alapossággal és pontossággal az ember?

Íme, egy rövid előzetes összefoglaló a könyvről a Bevezetőből: „Az első fejezetben a digitalizált mindennapjaink állnak a középpontban. Hogyan vagyunk képesek továbbra is tisztán gondolkodni és hatékonyan dolgozni ebben az információs dzsungelben? És miért nem tudjuk fülünk mellett elengedni a készülékeink jelzéseit?

A másodikban az agyunk életszakaszait követjük végig. Érdeklődésünk homlokterében a fiatalkorúak állnak. Hogyan hat a digitális média használata a kora gyermekkori és a pubertáskori fejlődésre? A fejlődő agy motoros képességeire gyakorolt hatás csak egy a nyelvet, a kogníciót és a vizuális észlelést érintő következmények sorában. Az is érdekel, hogy a digitális média intenzív használata kora gyermekkorban befolyásolja-e valamiképp a nyelvi folyamatokat. De az idősebbek sem ússzák meg ezt a fejezetet!

A harmadikban egy agykutató szemszögéből mutatom be a digitális iskolai tanulást és vizsgálom meg a benne rejlő lehetőségeket. Mennyiben van szükségünk táblagépekre és okostelefonokra a tanteremben? Mennyire hatékony az online oktatás? Nem reménytelenül idejétmúlt minden más?

Előjáróban annyit, hogy a digitális taneszközök bevezetéséhez új módszereket is ki kell dolgoznunk, hogy értelmesen összehangolhassuk az analóg és a digitális tanulást. Bármennyire maradinak hangzik, a modern kutatási eredmények azt jelzik, hogy tanácsos az életünk egy nem jelentéktelen részében továbbra is könyvekből hús-vér tanárok vezetésével tanulni.

A negyedikben megnézzük, mit jelent a MI fogalma, mire képes ma, és mire nem. Mennyiben köszönhető az elmúlt évtized MI-kutatásának és alkalmazásának sikerei az agyról szerzett ismereteinknek? Miben térnek el az MI-rendszerek tőlünk és az agyunktól, és mit jelent ez a jövőnkre nézve?

Az MI-rendszerek az elmúlt években számítási kapacitásban, mintafelismerésben és rugalmasságban roppant teljesítményre lettek képesek. (A 'minta' az MI-technológiákban messze többet jelent, mint a szó köznapi jelentése. A talán legnépszerűbb MI a saját bevallása szerint mintaillesztéssel alkotja azokat a válaszait, amelyekről a stílusuk alapján is nehéz elhinni, hogy nem egy kedves, intelligens barát szavai – Osman P.) Már ma is az algoritmusok világában élünk: ezek alakítják a hírfolyamokat a Facebookon és a Twitteren, ők egyengetik a románcok útját a Tinderen. De hogyan gondolkodnak, éreznek és cselekszenek a mögöttük álló emberek, a programozók, akik megteremtik a digitális világunkat, és meghatározzák a tanulmányainkat, a munkánkat, a társadalmi és társas életünket?

A fejezet utolsó kérdése, hogy az okos robotokhoz hasonlóan az embereket is le lehet-e írni egyszerű algoritmusokkal. (Igazából a valódi kérdés, eljutunk-e valaha is oda, hogy bármilyen egzakt nyelven le tudjuk írni az emberek operációs rendszerét? Ha azt nézzük, hányféle működésű ember van, hogy mekkora sávot fognak át az – ma még nem tudjuk min alapul és miként működik – intelligenciában, másrészt az 'okosságban', hogy mi ruház fel némely autistákat a savant-szindróma különféle, őket akár bámulatos teljesítményekre is képessé tevő változataival, könnyen meglehet, hogy mindezek nem is teljesen ugyanannak

az operációs rendszernek a termékei. S vajon tényleg ismerik-e az okos robotok operációs rendszerének minden, a működésük befolyásolására képes belső kapcsolatát, s mire jutnak majd az önfejlesztő robotokkal, ha azok igazán előrehaladnak a fejlődésükben? – Osman P.)

Az ötödikben az agy–számítógép interfészekről lesz szó. Képpé válunk egyszer kiolvasni az emlékeket az agyból? Hogyan alkalmazhatjuk a jövőben értelmesen és hasznosan a mesterséges intelligenciát például az orvostudományban? Elon Musk azt tervezi, hogy megalkotja a tökéletes agy–számítógép interfészt. De mire lesz az jó? Elképzelhető, hogy számítógépcsipekkel javíthatjuk az emlékezetünket, legyőzhetjük a tériszonyt, vagy egyenesen a fejünkben hallgathatunk zenét? Vagy radartechnikával emberfeletti látásra tehetünk szert?

A záró fejezetben összefoglalom, milyen követelményeket támaszt a digitális média az agyunkkal szemben, és hogyan tudunk megfelelni nekik. Végére is a digitális médiának, az internetnek vagy úgy általában a digitális alapú technológiáknak nem kell szükségszerűen túlterhelniük vagy stresszelnük minket. Ellenkezőleg. Óriási lehetőségeket rejtenek az információátárolásban, a társadalmi párbeszédben és a tudományos haladásban. Ám csak akkor, ha ugyanolyan okosan használjuk, mint ahogy a technikai lehetőségek fejlődnek.

Mobilokat letenni, kezdődjön az olvasás!”

Nézzük a Typotex említette „utazás”, azaz Korte mondandója gazdag ívét, szakaszait a fejezetcímekkel, s azok leginkább sokatmondó alcímeivel!

- Túlélés az adatdszungságban – Az eltérített agy – benne, egyebek közt: Okostelefonok mindenütt / Örökké online – mobiltelefon-használat világszerte / Gyors kapcsolat, lassú kapcsolat / Sötét mintázatok és akaraterő / Összpontosítás és kísértés között – ami az agyban történik / Korlátozott sáv szélesség a figyelem hálóján / Senki sem gondolhat mindenre / Figyelmesebb tanulás és munka – azonnali intézkedések / Feladatváltás és önuralom / Amit ma megtehetsz... / Edzésprogram a homloklebenynek / Nincs élet figyelemelterelés nélkül
- Online-nak születünk (Beleolvasva, inkább online világba születünk! – Osman P.) – Digitális életszakaszaink – benne: / A kora gyermekkori agy és a digitális média / A nyelvi képességekre gyakorolt negatív hatások / Digitális média óvodáskorban / Játék és láljk – digitális média a pubertásban / Digitális média, oktatási olló és esélyek / Agytorna – digitális média idősebb korban (Kulcsstényező a már említett neuroplaszticitás, a gyengülő képességek módszeres visszaerősítése – Osman P.) / A bizonytalanság varázsa – internet- és játékfüggőség
- A digitális osztályterem – Végéhez közeleg a krétakor? – Digitális elektronikával minden könnyebb? / Tábla helyett táblagép – tényleg előrelépés? / Amikor kézzel jegyzetelni jobb / Mit kell ma még tudnunk? („sokat vitatott kérdés, tudnunk kell-e még egyáltalán valamit, vagy elég, ha azt tudjuk, hol és hogyan találhatjuk meg az információkat az interneten” – és ha nincs net vagy nem működik az eszköz?? – Osman P.)

/ Először kompetenciát szerezni, aztán digitálisan bővíteni / Gépelés, kattintás, olvasás – olvasástanítás a képernyők világában / Gamifikáció – játék magolás helyett? („A gamifikáció a játékkonzolok világából ismert, ösztönzést biztosító elemek segítségével próbálja támogatni és/vagy fenntartani a tanulási motivációt. A 'gamifikált tanulás' alapja többnyire egy játékos elemekkel dúsított ismeretszerzési folyamat, amely konkrét utasításokkal meghatározott gyakorlatok alapján egy bizonyos eredményhez vezet.”) / Digitális tanulás és társadalmi egyenlőség / Az eszköz tökéletesítése és a célok eltévesztése

- Az okos gépeknek okos felhasználókra van szükségük (Remek példa erre a kérdezhető MI: ha rosszul kérdezzünk, az garantálja a használhatatlan választ! Másrészt, semmilyen gépet nem képes jól, még kevésbé hatékonyan használni az, aki nem tanulta meg annak működési módját, szabályait, logikáját.) – Neurális hálózatok és mélytanulás / Az idegműködés által inspirált mesterséges intelligencia / A big data előnyei és hátrányai / Mennyire intelligens a mesterséges intelligencia? (Roppant izgalmas, mert arról is szól, mi is az intelligencia – Osman P.) / MI az orvostudományban / MI a munkahelyen / Programok írnak programokat / A programozók hatalma / A mai MI határai
- Meg lehet hekkelni az agyat? Memória-fokozók (Korte memória-fokozó kemikáliákkal indít, említ az agyműködés javítására hivatott szereket, gyakorlatokat, eszközöket, s felhossa az elterjedt kérdést: „Szükség van-e még egyáltalán arra, hogy javítsuk egyéni emlékezetünket és tanuljunk. Végére is az internet egyfajta memóriapótlékként szolgál...”, és ennek fejtegetése után jut az itt következő alcímhez.) / Digitális interfészeket az agyba! (Felettebb kétélű kérdés! Javulások, gyógyulások reményét hordozza – Korte szól is erről, ugyanakkor azonban a számtalan forrásból belénk táplált gondolkodás disztópikus rémképek lehetőségét is felveti – Osman P.) / A kutatás gyakorlati és etikai problémái / Agyi trükkök és kiborgok – összeolvad a számítógép és az ember? / Képesek leszünk a gondolatolvasásra? (Korte, miközben nem zárja ki ennek a lehetőségét, szabályozásról beszél. Tudjuk azonban, hogy nincs és aligha lesz olyan szabályozás, amely elegendően képes és főként erős is lenne minden veszélyt elhárítani, s hogy a szabályozás mindig versenyt fut azokkal, többnyire követőként, akiket kordában tartani igyekszik – Osman P.)
- Mennyire készültünk fel a digitális jövőre? A fokozott adatvédelem új üzleti modellje / A figyelem ökonómia / Az álhírek csapdájának elkerülése (A verseny, amely már messze az ember előtt elkezdődött: a ragadozók – itt a manipulátorok – eszköztára és prédák védekezése közti versenyfutás – Osman P.) / A jövő iskolája / Élethosszig tartó tanulás – gépekkel és gépektől / A gép az ember felett? / Végezetül [„fontos lenne azon is elgondolkodni, milyen problémákat old meg valójában a digitalizáció (és természetesen milyen új problémákat teremt)”.]

Tallózgassunk egy kicsit e szerfelett gazdag anyagban pár különösen izgalmas részt idehozva!

„A gép az ember felett?” Átgondolásra érdemes mottóval indul: „Az algoritmus azon képessége, hogy átfésüli az internetet, majd szövegeket hoz létre, amire korábban csak az embert tartottuk képesnek, alapjában azt sugallja, hogy nem ez teszi az embert. Az algoritmus képes kiselőadást írni Hegel Logikájáról, de egy kapucsinót már nem innánk meg vele. – Jürgen Kaube, újságíró, 2023”

Folytatva: „Az MI legyőz minket sakkban és góban, a számítógépek teljesítménye két-évente megduplázódik – de vajon ez azt jelenti, hogy hamarosan fölénk is kerekednek? Úgy is megfogalmazhatnánk, ahogy egy pekingi kisdíák tette, akit Gerd Gigerenzer idéz a könyvében: 'Ha robotok csinálnak mindent, akkor mit csinálunk mi?' Számos tudományágban és országban beszélnek a digitalizációról és az MI vezérelte robotok jövőbeli szerepéről a vállalati munka, a tudomány és a politika alakításában. Ennek során hamar nyilvánvalóvá válik, mit jelent az M az MI-ben, de az I jelentése már jóval vitatottabb. A mai MI-t sokkal jobban le kellene írni annál, hogy 'gépi tanulás' automatizált döntéshozatallal. Egy sakkprogram nem tudja, hogy túljár egy játékos eszén, mi több, azt sem, hogy sakkozik, és ezenkívül nem is képes másra. [Talán mégis! Hannah Fry: Emberek és gépek – Hogyan tartjuk a kezünkben az irányítást a mesterséges intelligencia korában? c. könyvében (HVG Könyvek, 2021 – Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2021/5. sz.) éppen azt írja le, miként értette és vezette meg, és ezzel győzte le szó szerint korszakalkotó győzelmével az IBM Deep Blue Garri Kaszparovot. A HVG.hu e könyvről szóló írásának címe (2021.03.27.) 'Egy furcsa vereség története. Avagy hogyan győzte le Kaszparovot egy gép?' és így indul: 'A Deep Blue győzelme a híres sakknagymester fölött azt is példázza, hogy az algoritmusok ereje nem csupán a programkódjukba írt sorokból ered – mutat rá Hannah Fry matematikus az Emberek és gépek című könyvben.' A cikk a könyvből idézi: 'Kaszparov a mérkőzés után néhány nappal egy interjú során azt nyilatkozta, hogy a Deep Blue »egyik pillanatról a másikra istenként kezdett sakkozni«. A gép megértette az emberi elmét és annak esendőségét, és ezt a tudást kihasználva támadta meg és győzte le ezt a túlságosan is emberi génuszt.' Más beszámolók is kiemelték, hogy a Deep Blue a 'váratlan sakkozói viselkedésével' mintegy 'szándékosan összezavarta Kaszparovot.' – Osman P.) Ez semmit sem von le a teljesítményéből, csak azt mutatja meg, mennyire fontos, hogy gondolkodjunk és okosan cselekedjünk, amikor a magánéletünkben és a munkahelyünkön a döntéshozatal során gépi intelligenciával találkozunk.

A fő kérdés persze az, képesek lesznek-e a gépek nálunk jobban elvégezni a munkánkat. Bizonyos szakmákban biztosan beigazolódnak a félelmek, de ezen a ponton összetévesztjük a puszta számítást az intelligenciával, a kommunikációval és a kreativitással. Egy lakóházban végzendő szerelési munkák esetében például egyelőre nem helyettesíthetik a szakembereket robotok. Nem lenne szabad problémának látnunk, hogy az MI vezérelte gépek teljesítménye egyre javul, hanem arra kellene odafigyelnünk, hogy megőrizzük a technikai

hozzaértésünket, és igyekezzünk megérteni a digitális technológiákban rejlő lehetőségeket és kockázatokat. El kell határoznunk, hogy egy algoritmusokkal átszőtt világban is megtartjuk az irányítást.

Az MI-rendszerek sosem kérdeznak rá a miérte, ez idáig teljesen asszociatíván működtek, és vakon keresik a mintákat. Az emberek viszont gyerekkoruktól kezdve az oksági összefüggéseket kutatják, és felismerik mások intuícióit. Az MI gépi tanulás, amelynek során hatalmas adatmennyiségek alapján felismeri a mintát – ám ez a felismerés csak annyira jó, amennyire az ember által rendelkezésre bocsátott adatok. ('Rendelkezésre bocsátott'? Valójában minden nyilvános, az interneten elérhető adat nyitva áll a MI előtt, hacsak az ember mesterségesen nem korlátozza annak keresőképességét! – Osman P.)

Gyakran felmerül a kérdés, mennyit kell az államnak és mennyit a gazdaságnak az új, intelligens technológiákba beruháznia – még hozzá joggal. Azt azonban elfelejtjük megkérdezni, mennyit kell az okos, intelligens, önállóan tanuló és autonóm emberekbe befektetnünk, hogy biztosak lehessünk benne, képesek okosan és kritikusan használni az új technikát. Filozófiai szempontból még mindig kérdés, hogy a robotokhoz hasonlóan az ember is leírható-e algoritmusokkal, vagy teljesen máshol kell keresnünk az *ecce homo* lényegét. Meg kell határoznunk, mi marad belőlünk, ha az emberi agyat algoritmusok formájában írjuk le, és bizonyos fokig 'szubtraháljuk'. – A tudomány állása szerint az agyban kb 85 Md neuron van, s a neuronok közötti összeköttetések – szinapszisok – becsült száma nagyjából 10^{14} – 10^{15} . Az agyat algoritmusokban leírni ezen a szinten sem lesz könnyű feladat, s még kevésbé, ha hozzáveszik annak biokémiai – hormonális – kapcsolatait, s netán még a bél-agy tengelyt is.

S a zárszónak is tekinthető alfejezetből. „Végezetül”:

„A digitális médiáról, a világhálóról és az MI-technológiákról többnyire kizárólag az individuális aggyal rendelkező emberre gyakorolt (jó és rossz) hatásuk vagy a társadalmi fejlődés szempontjából beszélünk. (Éppenséggel nagyon is sokat a gazdasági, a technológiai és a hatalomtechnikai szerepeikről és hatásaikról, s manapság nem kevesebbet a haditechnikai alkalmazásaikról – Osman P.) Az a kérdés ugyanakkor ritkán kerül szóba, mivel magyarázható egyáltalán a digitális technológiák sikere. Ezért fontos lenne azon is elgondolkodni, milyen problémákat old meg valójában a digitalizáció (és természetesen milyen új problémákat teremt).

Armin Nassehi a *Muster (Minták)* című könyvében leírja, hogy az emberi magatartás szabályszerűségeit már a 19. században felfedezték társadalmi statisztikák és viselkedésminták elemzésével. Nassehi szerint a digitalizáció nem feltalálta, hanem csak tökéletesítette az adatelemzést. [Terminológia kérdése, mit tekintünk adatelemzésnek. A demográfia megalapítójának tekintett angol John Graunt (1620–1674) a londoni halálozási jegyzékekből készített elemzéseket, ezzel lefektetve a modern statisztika alapjait – Osman P.] A politikai polarizáció, a manipuláció és az álhírek nem társadalmunk napjainkban zajló digitalizációs jelenségeinek találmányai, a digitális média és technológia nem ránk kényszerített gyar-

matosító hatalom. A big data elemzéséből levont naiv következtetésekre vagy a gondolkodásunkat és a kreativitásunkat szétforgácsoló állandó megszakításokra vonatkozó minden jogos kritikán túl, amelyeket ebben a könyvben is megfogalmaztam, érdemes feltenni a kérdést, hogy a sokat kárhozott kontrollvesztés nem társadalmi-politikai természetű-e, és hogy a jelenlegi technika nem csak a szociális politikánk elhibázottságát teszi-e különösen feltűnővé. Mert mit csinálnak a számítógépek? Mintákat ismernek fel, adatokat osztályoznak és rendszereznek újra – pont, ahogy agyunk (többek között). A digitális technológiák problémákat vetnek fel, de esélyt is adnak. Átaluk például többet tudhatunk meg önmagunkról, a vágyainkról és a szükségleteinkről, és természetesen a hibáinkról, a tévedéseinkről és a mulasztásainkról is (ám természetesen mások is, és ez nekünk nem oly nagyon jó! – Osman P.). Megérné elgondolkodni rajta, hogy a digitális technológiák kritikus aspektusai nem annyira megteremtik, mint inkább kiemelik az aktuális társadalmi-politikai gondokat, például a mind megosztottabb és nem konszenzusra törekvő politikai párbeszédet, a tudományos szakértelem elutasítását korunk válságainak megítélésében, értékelésében és megoldásában, valamint a közös társadalmi célokról és elérésük módjáról folytatott tárgyalagos vita hiányát.

A jelenleg zajló digitális forradalom nem vezet automatikusan kritikai gondolkodáshoz, és nem segíti elő magától a kreativitást. Pusztá gépeléssel szédítő mennyiségű adathoz juthatunk hozzá, ám ez egymagában nem tesz minket okossá. Meg kell tanulnunk maximális előnyt kovácsolni a digitális technológiákból – kritikusan, öntudatosan és kíváncsian. Fel kell ismernünk, hogy olyan okosnak kell lennünk a digitális média használatában, mint amennyire ezek a technológiák sok területen már ma is okosak.”

Dr. Osman Péter

Travis Bradberry: Az új érzelmi intelligencia. Az EQ fejlesztése és hasznosítása a gyakorlatban. Jaffa Kiadó, 2025; ISBN 9789636871864

„Az érzelmi intelligencia szépsége abban rejlik, hogy rendkívül rugalmas, és jól reagál a változásokra. Más szavakkal: létre lehet hozni ott is, ahol nincs.”

„Az érzelmi intelligencia olyannyira fontos az életben való boldoguláshoz, hogy kutatásaim szerint teljesítményünk 61%-áért felelős. Más készségek is szerepet játszanak, de az érzelmi intelligencia összefonódik mindennel, amit mondunk és teszünk.” – Idézetek a könyvből

Felettébb érdekes dolog az érzelmi intelligencia (innentől a könyvbeli rövidítéssel EQ). Sokkal hamarabb létezett – gyakorlatilag amióta csak az ember közösségben él –, mint ahogy a létét felfedezték és nevesítették, a mai világ pedig gyorsuló ütemben öli ki mind többekből. Mibenlétére rögvest idézünk az Encyclopaedia Britannica definíciójából, előtte azonban egy kis gyakorlatias összefoglaló: Az EQ-nak meghatározó szerepe van az emberek társas viszonyaiban, legyen az közösségben élés vagy épp bármilyen célorientált együttműködés másokkal, vezető-beosztotti kapcsolat, együttes tevékenység, egymás elviselése vagy mások megnyerése – tehát végső soron a sikeres érvényesülésben vagy túlélésben valamely közös rendszerben. A magyarázat egyszerű. „Ideális folyadék csak a tudósok fejében van” – mondá egyszer egy egyetemi professzorunk. Hasonlóképp, érzelemmentesen működő, döntéseiben, viselkedésében érzelmeitől nem befolyásolt ember sem létezik a valóságban, s aki azt állítja magáról, hogy ő olyan, azt is érzelem vezérli ebben. Ha tehát bárkivel bármi dolgunk van, azt a magunk számára jobban intézhetjük, ha minél inkább képesek vagyunk felismerni az ebben szerepet játszó érzelmeket, az övéit és a sajátjainkat is, s alkalmas magatartásunkkal, cselekedeteinkkel, esetleges egyéb eszközeinkkel is a magunk javára hajlítani az övéit – s ezzel számára vonzóvá, de legalábbis elfogadhatóvá tenni magunkat, ill. a dolgot, amelyhez az egyetértése kell. Egy konkrét példa erre: A kapcsolat során már fel tudtuk ismerni (EQ), hogy tárgyalópartnerünknek mondhatni lelki szükséglete, hogy látványos győzelmet arasson a tárgyalóasztalnál. Az alapstratégia mindenkori része arra törekednünk, hogy mi adjuk a kiinduló szerződéstervezetet. Ilyen partner esetén abba beépítünk pár olyan rendelkezést, amelyek elég szervesen beilleszkednek az összképbe ahhoz, hogy ne keltsenek gyanút, ugyanakkor partnerünk elég erős nemtetszését vívják ki, hogy azokat ki akarja venni a megállapodásból. Innen már „násztánc”, ahogy a ragaszkodás látszatát mutatva végül mégiscsak fokról fokra lemondunk ezekről, megadva partnerünknek az óhajtott győzelmet – ami hozzásegít a megállapodás számunkra fontos részének elfogadtatásához.

Az EQ tehát olyan képesség, amely segíti a kapcsolatokat működtetését és súrlódásmentesítését, amiből sok és sokféle előny származhat. Vezetők, emberekkel dolgozó szervezők, vagy épp valamely közösségben érvényesülni akarók esetében ez hosszabb távon nélkülözhetetlen, még ha nem is „szívből”, hanem hideg céltudatossággal („többet ésszel, mint erővel”) alkalmazzák.

Akár irányelvként is tekinthető ehhez a következő. Nem mindegy, miként győzünk egy tárgyaláson, ha azt olyannal folytatjuk, akivel a továbbiakban is együtt fogunk/akarunk működni. Bölcs ember olyan győzelem kialakítására törekszik, amelyben a másik fél is elégedettnek érezheti magát, és semmiképp sem legyőzöttek. Ebbe egyaránt – ha nem is egyforma súllyal – belejátszhatnak a megállapodás és az odáig vezető tárgyalás tartalmi és formai elemei. A lényeg, hogy csak attól várható el, hogy a továbbiakban szívvel-lélekkel, de legalábbis elfogadó hozzáállással, maradéktalanul teszi a maga dolgát a megállapodásban, aki nem érzi úgy, hogy az ellenére van – másként előbb-utóbb megpróbálja borítani, újratárgyalni vagy kitörni belőle. Roppant cinikus, ám abszolút helytálló minden idők egyik legnagyobb hatalomtechnikusa, Niccolò Machiavelli tétele, miszerint a legyőzött ellenséget olyannyira tönkre kell tenni, hogy soha többé ne legyen képes ellenünk támadni. Túl azon, hogy ez eleve is csak ritkán megvalósítható, és akár észszerűtlenül költséges is lehet, az ilyennel a továbbiakban nem lehet gyümölcsöző együttműködést létrehozni, ami pedig többnyire az optimális eredményt hozza.

Az EQ kérdéskörének egy sajátos és felettebb fontos kifutása: az EQ tesz képessé arra, hogy mások helyébe képzeljük magunkat, úgy, hogy az ő szemükkel, indítékaikkal, gondolkodásmódjukkal, érzéseikkel nézzük a világot, s úgyszintén magunkat. Ez egy nagyon finom, magasan fejlett elemzési képesség. Vajon megkockáztatható-e a feltevés, hogy ez a fajta elemzési képesség hathatósan segíthet abban is, hogy más, dinamikusan működő, összetett rendszert kiismerjünk (már ha egyáltalán képesek vagyunk azt akár méreteiben, összetettségében, akár működésmódjában áttekinteni és megérteni), még ha azt nem is az érzelmi felől közelítjük, mert nincsenek olyanjai? Magyarán, feltehető-e, hogy az EQ révén az empátiával szerzett elemzői képesség jól használható készségekkel ruházhat fel általában is, különféle rendszerek elemzésében, kezelésében?

Az EQ-t illetően megjegyzendő: az, eléggé nyilvánvalóan, a törzsfajlás során szerzett emergens tulajdonságunk, amelyet a közösségben élés hívott életre. A másokkal való harmóniára törekvés így többé-kevésbé minden normális lelki-szellemi világú emberben ott él, még ha az EQ-ról fogalma sincs. S hogy ne bízzuk el magunkat: az EQ valamilyen – akár nagyon is fejlett – szinten számos más fajban is ott munkál, különösképp az elefántokban, a nagy emberszabású majmokban, delfinekben, farkasokban és kutyákban.

Tehát a *Britannica* szócikkből: „Az EQ a pszichológiai képességek olyan készlete, amelyek révén az egyének fel tudják ismerni, megérteni, kifejezni és ellenőrzésük alatt tartani az érzelmeiket, valamint felismerni mások érzelmeit, és megfelelően reagálni azokra. Elősegíti az olyan gondolkodást és cselekvést, amely számításba vesz érzéseket – beleértve az érzések felhasználását önmagunk vagy mások motiválására, vagy hosszú távú célok követésére –, és alapjául szolgál a társadalmi és kommunikációs készségek sikeres használatának az élet sok területén.”

A *Britannica* chatbot hozzáteszi: „Daniel Goleman népszerűsítette az EQ eszméjét, és úgy írta le, hogy öt összetevő alkotja:

- Önismeret – felismerni és megérteni a saját érzelmeket, reakciókat, tetszést és nemtetszést, s hogy ezek miként hatnak az élettapasztalatokra.
- Önszabályozás – ez magában foglalja tudatosan alakítani a saját hangulatunkat és annak szokásos kifejeződéseit.
- Önmotiválás – új, az eddiektől eltérő, kihívást jelentő tapasztalatok keresése, és a megelégedés késeltetése az erőfeszítéseket megérő célok elérése érdekében.
- Empátia – megtapasztalni mások érzéseit, továbbá megérteni mások nézőpontjait, szükségleteit és igényeit.
- Társadalmi készségek – képességek készlete, amelyeket használunk másokkal kommunikálni, befolyásolni és motiválni másokat. A jól fejlett társadalmi képességekkel bíró személyek gyakran népszerűek, és vezetői pozícióra töreksenek.

Az EQ fejlődik az életkorral és a tanult képességekkel. Ahogy az emberek érettebbé válnak, mind jobban tudják kezelni az önmaguktól vagy másoktól származó érzelmi információkat.”

Idekíváncozik, hogy Bradberry e művében az EQ négy kompetenciáját mutatja be.

A könyvről Bradberry oldaláról az előzőekkel átfedések elhagyásával: „A világ gyorsan változik, és az EQ ma fontosabb, mint valaha is. Ahogy az idő változik, úgy kell a törekvésünknek is, hogy növeljük EQ-nkat. Ez az úttörő könyv kihívásra válaszul teljesen új utat kínál ehhez. A pszichológia és az idegtudományok legújabb áttöréseit alkalmazza, hogy bizonyított, lépésről-lépésre programot adjon, amely új magasságokba emeli EQ-ját. Innovatív módszere megmutatja, miként érjen el nagy változásokat kis lépésekkel, ahogy átalakítja magát, meghaladja céljait, és megnyitja a legnagyobb potenciálját.

Új lehetőségeket nyitva 60 erőteljes új szuperstratégiát kínál, amelyek megemelik EQ-ját négy kompetencia útján: Önismeret / Önszabályozás (önmenedzsment) – ezek a személyes kompetenciák / Társas tudatosság / Kapcsolatmenedzsment – szociális kompetenciák. Ezek segítenek felismerni:

- A 60 szuperstratégia közül melyek növelik leginkább az EQ-ját.
- Mi tartja vissza, és mit kell tennie.
- Miként tesztelheti előrehaladását EQ-ja növelésében.

Szakértőként az EQ növelésében dr. Bradberry közismert a képességéről, hogy a komplex tárgyakat egyszerű magatartási mintákká alakítsa, amelyek jól használhatók az életben és a munkában. Ez a jól követhető útmutató gyakorlati stratégiák gazdag választékát kínálja, amelyek segítenek kiaknázni az EQ-jában rejlő lehetőségeket, és erőt építeni a képességeiből.”

A Jaffa ajánlójából: „A legjobb teljesítményű emberek 90%-ának magas az EQ-ja. A kutatások szerint az EQ kétszer fontosabb az IQ-nál ahhoz, hogy sikeres legyél, és elérd a kívánt céljaidat. Megengedheted magadnak, hogy ne figyelj oda a fejlesztésére?

Dr. Travis Bradberry író, előadó, a világ egyik legismertebb EQ-szakértője, a Talent SmartEQ nevű cég társalapítója – ez a cég EQ-teszteket és -képzéseket kínál, és az USA-beli Fortune 500-as cégek több mint háromnegyedének segíti a munkáját. Ő a LEADx AI-alapú

vezetőfejlesztő platform vezető szervezeti viselkedéskutatója is. Publikált többek között a Forbes, a Wall Street Journal, a Washington Post és a Harvard Business Review hasábjain.”

Innentől szóljon önmagáért a könyv – idézetek belőle!

„Agyunk működése az ennek kutatásában élenjáró kevesek kivételével még a legtöbbszörnek terra incognita, különösképp e működés rendszertechnikáját tekintve. Valóban részletekbe menő betekintést csak a legmodernebb képalkotó eljárások segítségével kapunk, a megismerés feladatának nagyságát pedig jól jellemzi a rendszer mérete és összetettsége: a tudomány állása szerint az emberi agyban kb. 86 ± 8 milliárd neuron van; a neuronokat összekötő szinapszisok számára a nagyjából 100 billió a jelenleg általánosan elfogadott középérték, de a valódi érték akár ennek többszörösének is bizonyulhat. Mindez pedig az agynak csak az egyik, 'neurális' rendszere. Működését ezen túlmenően a hormonális rendszer is vezérli. Ehhez járul továbbá az a rendszer, amelyet a tudomány bél–agy tengelynek nevez. Lényege, dióhéjban: a bél–agy tengely egy komplex kommunikációs rendszer, amely a bélrendszer és az agyat köti össze. Ez az összeköttetés befolyásolja a hangulatot, a viselkedést és a kognitív funkciókat. Az első megfigyelései a 19. sz. végén jelentek meg, tudományos fogalma kb. a '90-es évektől formálódik a mai értelemben, de valódi nagy kutatási hulláma 2005–2015 között indult el, és azóta vált kifejezetten népszerű témává.”

Ezt előrebocsátva jöjjön egy kis összegzés az EQ működéséről Bradberry nyitófejezetéből:

„Hogyan működik az EQ?

Valamennyi emberi viselkedés alapja az érzelmekben keresendő. (Nesze neked ráció! A különféle kultúrák gondolkodói évezredek óta keresik az emberi viselkedés fő mozgatóerőit. A nyugati civilizáció eljutott a büszke felismerésre, hogy az ember racionális lény, majd jöttek a politikusok, jóval később a marketingesek, akik ezt ugyan egyetlen szóval sem tagadták, de nagyon is arra építettek, hogy nem az! Hangosan ezt az ember gazdasági viselkedését kutató közgazdászok mondták ki, kidolgozva a viselkedésgazdaságtant – Osman P.) Minden érzékszervi tapasztalat (amit látsz, hallasz, szagolsz, tapintasz) ugyanazon a területen, az agy legalsó részén, az agytörzsnél jut be az agyba. Az agy elkezd feldolgozni az élményeket, majd jeleket továbbít más területeire. Ezek a jelek jóval hamarabb eljutnak a limbikus rendszerbe – arra a helyre, ahol az érzelmek keletkeznek –, mint az agy racionális részébe (a homlok mögötti elülső részbe). Ezért van az, hogy először érzelmileg reagálunk az eseményekre, csak azután gondoljuk végig azokat racionálisan. (Bradberry igen érdekes kutatási eredményt ír le, amely kimutatta, hogy agykérgük sérülése okán vakok esetén a látóidegből származó jel a limbikus rendszer útján reakcióra készítette az agyat – Osman P.) Akár tudatában vagy, akár nem, minden cselekedeted (legyen az bármilyen jelentéktelen) mögött érzelmi motiváció áll. Az értelem végül beleszól ugyan abba, mit kezdünk az érzelmeinkkel, de az érzelmek önkéntelenül is cselekvésre ösztönöznek. Az agy úgy van beprogramozva, hogy elsőbbséget adjon az érzelmeknek. Az EQ lényege az agy racionális és érzelmi központjai közötti kommunikáció. Az érzelmeid megértése által vezérelt racionális

gondolkodás teszi lehetővé, hogy érzelmeidet a kívánt viselkedésnek megfelelően tereld a jó irányba. E tudatosság nélkül az érzelmeid veszik át az irányítást. Ők ülnek a volánnál, és néha egyenesen a szakadékba vezetik a buszt.” Ez érdekes, hiszen ebből a dichotómiából – érzelmek vs ráció – legalábbis formálisan hiányzik egy harmadik vezérlő tényező, jelesül a szocializációnak, a tanult értékrendnek az a része, amely oly mélyen beépül a tudatos döntéshozatal alá, hogy automatikusan, azaz átgondolás nélkül érvényesül. Nem gondoljuk végig, hiszen – a legtöbbször? – fel sem merül mérlegelésre, vajon agyonvágjuk-e az utunkba álló ronda figurát.

„Elterjedt hiedelem, hogy az igazán okos emberek EQ-ja alacsony, pedig valójában az IQ és az EQ nem állnak egymással összefüggésben. Lehet mindkettő magas, mindkettő alacsony, vagy az egyik magas, a másik alacsony. (Úgy nincs összefüggés, hogy az egyik befolyásolná a másik nagyságát. Ellenben Bradberry az előzőekben szolt a racionális gondolkodás szabályozó szerepéről – e gondolkodás minőségébe feltehetően nagyon is bejátszik az IQ nagysága, akár még úgy is, hogy az ember mérlegelés alapján, célorientáltan mutat ki vagy nyom el érzelmeiket – Osman P.) Az EQ szépsége abban rejlik, hogy rendkívül rugalmas, és jól reagál a változásokra. Más szavakkal: létre lehet hozni ott is, ahol nincs (magyarán, ahogy rögvest idézzük is, tanulható, sőt tanulni kell! – Osman P.). Ugyanez nem mondható el az IQ-ról, amely viszonylag korán kialakul, és kénytelenek vagyunk azzal dolgozni, amivel rendelkezünk.”

Az EQ gyakorlati érvényesüléséről. „Az EQ jelentősen kihat arra, ahogyan a világban boldogulunk. Gyakran döntő tényező abban, hogy a viselkedésünk eredményes-e. Kevesen rendelkeznek eleve magas fokú EQ-val, mivel a legtöbb ember nem sajátítja el gyerekkorában. Az életben való sikeres helytállásunkhoz könyvekből megszerzett tudásra is hagyatkozhatunk, csakhogy idővel szembesülünk vele, hogy hiányoznak bizonyos készségeink – azok, amelyekkel a pillanat hevében kezelni tudjuk az érzelmeinket, és amelyekkel sikeresen meg tudjuk oldani az elénk kerülő problémákat. Az EQ olyannyira fontos az életben való boldoguláshoz, hogy kutatásaim szerint teljesítményünk 61%-áért felelős. Más készségek is szerepet játszanak, de az EQ összefonódik mindennel, amit mondunk és teszünk. Hasonlóképpen, a bizonyos területeken kiemelkedő teljesítményt nyújtó emberek 92%-ának magas az EQ-ja. (Sajátos, ellentmondásos kérdés, különféle területeken mennyire engedheti meg magának egy vezető, hogy empátiával kezelje az embereit, vagy épp mennyire lehet ez kifejezetten hasznos is a kívánt teljesítmények elérésére. A 20. századnak a gazdasági életben egyik leginkább ikonikus vezetője, Steve Jobs megszállott kíméletlenséggel hajszolta 'csapatait' lehetetlennek tűnő eredmények elérésére, s emberei karizmatikus vezetőjüként követték ebben – Osman P.)

A magas EQ-val rendelkezők többet is keresnek – évente átlagosan 37 ezer dollárral többet azoknál, akiknek nem magas az EQ-juk. Az EQ és a jövedelem közötti kapcsolat annyira erős, hogy az EQ-t mérő minden egyes ponttöblettel az éves jövedelem 1700 dollárral nő.”

Az előzőekben már idéztük az EQ négy kompetenciáját. Ezekről, kicsit bővebben:

„Az önismeret – Az EQ nagy része az önismereteden múlik. Nem reagálhatsz hatékonyan az érzelmeidre, ha azokat nem tudatosítod magadban. Az önismeret magában foglalja, hogy felismered a saját érzelmeidet, amikor azok a felszínre bukkannak, és tisztában vagy vele, miért éppen azok az emóciók jelentkeznek. Az önismeret alapvető kompetencia. Fejlesztése segít, hogy az EQ-dhoz kapcsolódó többi kompetenciádat is hatékonyabban alkalmazd. Fejlesztéséhez le kell szoknod a saját érzelmeid feletti ítélkezésről, hiszen a címkézés (vagyis hogy jók-e vagy rosszak-e az adott érzések) megnehezítheti azok megértését. Ez nem azt jelenti, hogy idővel nem társíthatsz valamilyen értéket az érzéseidhez, de ez már önmagában is egyfajta önszabályozási készség, amelynek csak akkor lesz jelentősége, ha már eldöntötted, mit teszel az érzéseiddel.

Ha akkor ítéled meg az érzelmeidet, amikor még javában próbálsz megérteni őket, azal csak a saját figyelmedet tereled el a lehető legpontosabb és legteljesebb önismeretről. Ahhoz, hogy megértsük az érzelmeinket, alaposan át kell gondolnunk őket. Az önismeret annak a gyakorlása, hogy feltárjuk, hogyan reagálunk valamire vagy valakire, és mi okozza bennünk ezt a reakciót. Rendkívül fontos, hogy ezen a gondolkodási folyamaton végigmenjünk, az érzelmek ugyanis mindig okkal jelentkeznek. Még akkor is, ha úgy tűnik, a semmiből jönnek, alaposan elgondolkodva rajtuk meg fogjuk érteni az eredetüket. Ahogy egyre gyakorlottabb és ügyesebb leszel, úgy sajátítod majd el, hogyan értelmezheted gyorsan az érzéseidet és azok okait.”

„Az önszabályozás (önmenedzsment) – Ennek fejlettségén múlik, mihez kezdünk az érzelmeinkkel, azaz hogyan reagálunk rájuk. Akik nem jók az önszabályozásban, azok nincsenek tisztában az érzéseikkel, és hagyják, hogy azok irányítsák a viselkedésüket. Parancsolni ugyan nem tudunk az érzelmeinknek, még akkor sem, ha történetesen nincsenek az irányukra, viszont jobb irányba terelgethetjük őket. Az önszabályozással mi magunk határozhatjuk meg, merre vigyenek az érzelmeink. Azok, akik kiválóan kormányozzák önmagukat, képesek az érzelmeiket a kívánt viselkedés irányába terelni. Ha egyszer megérted, mit érzel, és tudod, hogyan szeretnél cselekedni, akkor ezt az érzést felhasználhatod a kívánt viselkedés kialakítására. Nagyon hatékony eszköz, és bárki alkalmazhatja.

Talán meglepőnek tűnhet, de amikor önszabályozásról beszélünk, foglalkoznunk kell a pozitív érzelmekkel is. Vannak jó érzések, amelyek elhítetik az emberrel, hogy bármire képes, ebben a mentális állapotban pedig könnyű hibázni. Könnyű hanyag és meggondolatlan módon dönteni, amikor úgy érezzük, tökéletesek vagyunk. Akik hatékonyan kormányozzák magukat, azok nem hagyják, hogy a pozitív érzelmek rossz irányba tereljék őket.

Az önszabályozás valódi csatáját azonban csak hosszú távon lehet megnyerni, mégpedig olyan, látszólag banális helyzetekben, amelyek időről időre próbára tesznek. Ezért kell szert tenned azokra az eszközökre, amelyekkel kezelni tudod a nem feltűnő, mégis romboló, a céljaid elérésében akadályozó viselkedésformákat. Az önszabályozás lehetővé teszi, hogy a hosszú távú eredmények érdekében eltekints a rövid távú kielégüléstől, más szóval, hogy

félre tudd tenni pillanatnyi igényeidet. Az önszabályozás kitartást és érzelmi önuralmat biztosít, amire szükség van a sikerhez.”

„Társas tudatosság (szociális tudatosság) – Legegyszerűbb formájában azt jelenti, hogy világosan megértjük mások tapasztalatait. Ez magában foglalja azt is, hogy tudjuk, mi zajlik bennük érzelmileg, ami sokkal bonyolultabb, mint amilyennek látszik. Sokan gyakran nem tudják – vagy nem akarják – elmondani, mit éreznek. Nekünk kell olvasni és értelmezni a viselkedésüket, hogy megfejtjük, mit gondolnak és éreznek. Nem kis feladat a világot mások szemével látni. A magas fokú társas tudatossággal rendelkező emberek legjellemzőbb tulajdonsága a jelenlét. És legyünk őszinték: manapság kevesen tudunk hosszú ideig tudatosan jelen lenni. Amíg nem fordítod valakire minden figyelmedet, nem remélheted, hogy megérted őt. Érzékelned kell a testbeszédét és a hangszínét. Olvasnod kell a sorok között, amikor a szavai nem egyeznek azzal, amit sugallnak. Észre kell venned az összefüggéseket a jelenlegi cselekedetei és szavai, valamint a múltbeli tapasztalatok között. Ehhez nagyfokú koncentrációra van szükség. Valódi társas tudatossággal csak azok az emberek rendelkeznek, akik képesek nagyon alaposan megfigyelni mások viselkedését. A társas tudatossághoz az is szükséges, hogy pontosan megértsük, milyen érzéseket keltenek bennünk mások. Ha jól követjük ezt a dinamikus interakciót, sokkal jobban megértünk majd másokat.

A társas tudatosság azt jelenti, hogy ügyesen hangolódasz rá másokra. Ettől ők úgy érzik, hogy figyelsz rájuk, és meghallgatod őket. Ahhoz, hogy ezt megvalósíthasd, rá kell szoktatnod magad arra, hogy kilépj a saját fejedből, és azokra a személyekre koncentrálj, akikkel éppen interakcióban vagy. Mint minden, az EQ-hoz kapcsolódó kompetencia, ez is gyakorlást igényel, de idővel nagyon jó lehetsz benne. A társas tudatosságban az a szép, hogy ha néhány egyszerű változtatást eszközölsz abban, ahogyan másokhoz és a beszélgetéseidhez viszonyulsz, máris jelentősen javíthatod a kapcsolataidat. A könyv későbbi részében olyan, társas tudatossághoz szükséges stratégiákat mutatok be, amelyek jól jöhetnek, hogy finomhangold általuk a viselkedésedet. Minden a tarsolyodban lesz, ami ahhoz kell, hogy látványosan javítsd a társas tudatossággal kapcsolatos kompetenciádat.”

„Kapcsolatok kezelése (kapcsolatmenedzsment) – Az önismeret lehet az EQ alapja, de a kapcsolatmenedzsment messze a legfejlettebb EQ-kompetencia. Működtetéséhez az első három kompetencia együttes használata szükséges. A kapcsolatmenedzsmentben jártas emberek rugalmasak. Tudatosak a maguk és mások érzelmeit illetően, és ezt a tudatosságot használják arra, hogy megteremtsék a mindenki igényeit kielégítő finom egyensúlyt. Idővel ez a zsonglörködés lehetővé teszi számukra, hogy megingathatatlanul erős kapcsolatokat építsenek ki. Amikor a kapcsolataidat menedzseled, ide-oda ugrálsz a saját érzéseid és mások viselkedésének megértése, valamint az ezek alapján meghozott döntéseid között. Ez a tudás valóban nagyon hatékony, és akik jól használják, általában remekül kijönnek másokkal.

A kapcsolatok kezelése gyakran a legkifinomultabb EQ-kompetencia, mert a viselkedésed apró változásai hatalmas hatással lehetnek a kapcsolataid minőségére. Ha például hajlamos vagy túl sokat beszélni, és a fontos beszélgetések során ráerőltetni a saját véleményedet

a másikra, az önismereted segíthet észrevenni ezt a tulajdonságodat. Ha rájössz, hogy ezt teszed, megváltozik a másiktól alkotott véleményed. Most már látni fogod, hogy annyira el voltál foglalva a saját mondandóddal, hogy nem értetted meg teljesen az ő nézőpontját. Esélye sem volt elmondani neked, amit akart. Így egy kis önkontrollt gyakorolsz, jó kérdéseket teszel fel, és megérted, hogyan gondolkodik ő. Ha megtörténik ez a finom irányváltás, beszélgetőpartnered is észreveszi majd, és úgy érzi, hogy figyelnek rá. Ez a kis gesztus ön-magában teljesen megváltoztathatja a beszélgetést, és idővel a kapcsolatot is.

A kapcsolatok kezelése könnyű, amikor azok még új keletűek, és sok a közös pont. Ha két ember érdekei egybeesnek, akkor természetesen jól kijönnek egymással. Az igazi próbatétel akkor jön el, amikor feszültség támad a kapcsolatokban, és nehéz közös nevezőre jutni. Még bonyolultabbak azok a kapcsolatok, amelyeket 'készen kapsz'. Az a munkatárs vagy családtag, akit nem te választottál magad mellé, jóval nagyobb kihívás elé állít a viszonyatok kezelését illetően, mint bárki más. Aki jól menedzseli a kapcsolatait, az még azokkal is megtalálja a közös pontokat, és még azokkal is együttműködik, akiket nem különösebben kedvel. Ez nem könnyű, de megoldható, ha helyes nézőpontból tekintesz rá, és rendelkezésedre állnak a megfelelő eszközök. A kapcsolatokhoz való hozzáállásod meghatározza azok kimenetelét. (Alighanem ez szükséges, de nem elégséges feltétel – kell hozzá a másik fél megfelelő hozzáállása is – Osman P.) Néha érdemes megszívlelni Abraham Lincoln bölcsességét, aki azt mondta: 'Nem kedvelem azt az embert. Jobban meg kell ismernem.'

A stressz minden másnál gyorsabban tönkretelheti az egyébként jól működő kapcsolatokat. Ha nem kezeled jól a stresszt, az elhomályosítja majd a perspektívád, ezáltal megnehezíti, hogy átlásd a helyzetet. A könyvben később bemutatandó stratégiák a stressz kezeléséhez szükséges eszközökkel látnak el. A segítségükkel tiszta fejjel és hatékonyabban tudod majd alkalmazni kapcsolatkezelési kompetenciáidat. A kapcsolatmenedzselési stratégiákról szóló fejezetben számos hasznos tippet is találsz a kapcsolatok hatékony kezeléséhez. Remélem, a javadra tudod majd fordítani ezeket."

Ideje bemutatnunk a mondandó további ívét, a fejezetcímek és alcímek segítségével:

- Hogyan használd az érzelmiintelligencia-tesztet?
- Lépj a tettek mezejére! – Benne:
 - Stratégiák kiválasztása / Válassz magadnak felelősségvállalási társat! / Érzelmiintelligencia-kompetenciák táblázatai
- Önszabályozás:
 - Az érzelmek maximális kihasználása / Társas tudatosság: mások érzelmeinek és nézőpontjainak megértése és felismerése / Kapcsolatmenedzsment: Egészséges kapcsolatok kiépítése és fenntartása / Heti visszatekintés / A fejlődés mérése / Az érzelmiintelligencia-teszt első kitöltése / Az érzelmiintelligencia-teszt második kitöltése
- Önismereti stratégiák
- Önszabályozási stratégiák

- Társas tudatossági stratégiák
- Kapcsolatkezelési stratégiák
- Az EQ jelentősége az üzleti életben
 - Az EQ tudatos fejlesztése és beépítése / Az EQ fejlesztése
- Elgondolkodtató kérdések egyéni és csoportmunkához

S most vissza a további mondandó bemutatásához!

„A könyv hátralévő része az EQ fejlesztéséről szól. Most, hogy már tudod, mi az EQ, és hogyan működik, koncentrálhatsz arra a fontos feladatra, hogy megtanuld a sikeres használatát. (Itt egy kis magyarázat jön arról, hogyan alakít agyunk a tanulás során új szinaptikus kapcsolatokat, aminek révén a tanultak olyan rutinná válnak, amelynek végrehajtása már nem igényli a figyelmünket. Ez persze nem újdonság az agyműködésben kicsit is járatosaknak – Osman P.) Kezdetben tudatosan kell rávenned magad arra, hogy új, érzelmileg intelligensebb dolgokat tegyél. Ha gyakorolsz, ezekből idővel szokások lesznek. Ugyanez igaz a régi viselkedésformákra is, amelyektől ideje búcsút vened, ha érzelmileg nem intelligens viselkedésformák. Amikor felhagysz egy-egy hátrányos viselkedésformával, az azt támogató idegsejtek nem működnek együtt többé, és már nem esel bele ezeknek a magatartásformáknak a csapdájába, és ami még jobb, nem is gondolsz rájuk. Idővel érzelmileg intelligensebbé formálod az agyadat.”

Térjünk ki most egy részletre, amely különösen fontos kapcsolatot mutat az EQ és az innováció között, s szintúgy az EQ és a tudományos felfedezés között. Maradva az előbbinél: végletekig leegyszerűsítve, az innováció valami, a tudomány és a közgondolkodás helyi állása szerint újdonság rendszerbe állítása, ami jelentős előrelépést eredményez. Ez kiindulhat az újdonság létrehozásából – pl. találmány – vagy meglévő elemek gyökeresen új módon való hasznosításából. Bármiként is, az innovátornak ehhez ki kell lépnie az ismeretlenbe, szükség szerint szembe menni mások tudásával és véleményével – nem is beszélve az ellenérdekeltségekről –, amihez többszörös bátorság, magabiztosság is kellhet. Bátorság, hogy képes lesz-e megbirkózni az ott leselkedő veszélyekkel és akadályokkal, másrészt pedig mindazokkal, akik a törekvése útjában állnak, azt tévesnek, kivihetetlennek hirdetik, más indíttatásból buktatni igyekeznek, esetleg őt személyében is támadják. Itt lép be a képbe az önismereti stratégiák 10. pontja:

„Higgy magadban! Ha hiszel magadban, akár igazad van, akár nincs, növeled a siker esélyét. Az igazi önbizalom nagyon más, mint az egoista pöffeszkedés. Nem kell hősködni ahhoz, hogy hinni tudj magadban, de az önismeret elengedhetetlen hozzá. Az önbizalom legnagyobb akadálya a kételkedés, aminek pedig hihetetlen ereje van, és észrevétlenül kúszi be az életedbe. Azok az emberek, akik hisznek magukban és képességeikben, ügyelnek arra, hogy elkerüljenek bizonyos viselkedésmódokat. Egyszerűen nem tesznek olyasmit, ami alááshatja az önbizalmukat. Figyeld oda az alábbi viselkedésmódokra, mert ha rajtakapod magad, hogy így viselkedsz, aláásod az önbizalmadat és a sikerre való képességedet.

Ne keress kifogásokat! (Magyarán, nehézségeid, kudarcaid okát ne helyezd a hatókörön és a felelősségeden kívülre, így mentegetve magad akár önmagad előtt is! – Osman P.) Ha meg kell nevezni egy tulajdonságot, ami jellemző a magabiztos emberekre, akkor az énhatékonyságot mondanám. Ez nem más, mint a saját cselekvőképességükbe és eredményességükbe vetett hitük. A magabiztos emberek ezért nem fogják a forgalomra, ha elkésnek, és nem hibáztatják a főnököket, ha elmarad az előléptetésük. Nem keresnek kifogásokat, mert hiszik, hogy ők irányítják az életüket.

Ne add fel! A magabiztos emberek nem állnak meg az első akadálynál. A problémákban és a kudarokban nem áthatolhatatlan gátakat látnak, hanem leküzdendő akadályokat. Ugyanakkor szó sincs róla, hogy makacsul tovább próbálkoznak, ha valami nem akar összejönni. Ha valami nem sikerül, a magabiztos emberek első dolga kideríteni, miért nem alakult jól az adott dolog, és hogyan lehetne elkerülni, hogy újra megtörténjen. Ennek felismeréséhez és a változtatáshoz is önismeretre van szükség.

Ne várj senki engedélyére! Akik hisznek magukban, azok nem szorulnak rá, hogy mások mondják meg nekik, mit tegyenek és mikor. Nem pazarolják az idejüket olyan kérdésekre, hogy 'Meg tudom csinálni?', vagy 'Most ezt kell tennem?'. Ha felmerül is bennük valamilyen kérdés, az csakis a 'Miért ne?' lehet. (Ami nem is valódi kérdés, sokkal inkább, ahogy Bradberry további szavai is mutatják, önmegerősítés – Osman P.) Tudják, mit kell tenniük, és meg is teszik. Nem tartja őket vissza a félelem, mert tudják, hogy ha meg sem próbálják, soha nem járnak sikerrel.

Ne keresd a dicséretet! Ismersz olyan embert, aki folyamatos megerősítésre és visszacsatolásra vágyik azzal kapcsolatban, hogy ő milyen nagyszerű? A magabiztos emberek nem ilyenek. Ennek hátterében a belső kontroll áll. Aki biztos magában, nem gondolja, hogy mások elismerésétől függ a sikere, és tudja, hogy bármennyire jól teljesít is, mindig lesz valaki, aki csak kritizálni fogja. Tisztában van vele, hogy az a fajta magabiztosság, amely mások dicséretétől függ, valójában nem is magabiztosság, hanem nárcizmus.

Ne halogass! Miért halogatjuk a cselekvést? Néha egyszerűen azért, mert lusták vagyunk. Gyakran azonban azért, mert félünk – félünk a változástól, a kudartól, vagy talán még a sikertől is. A magabiztos emberek nem halogatnak. Mivel hisznek magukban, és elhiszik, hogy a tetteik közelebb viszik őket a céljaikhoz, nem ülnek tétlenül, a megfelelő pillanatra vagy a tökéletes körülményekre várva. Tudják, hogy csak a ma számít. (Ez persze így túlzottan is sommás! A stratégia fontos része lehet a megfelelő pillanat kivárása – Osman P.) A halogatás csak aláássa az önbizalmat.

Ne ítélkezz! Akik hisznek magukban, nem fecsérlik az idejüket mások méregetésére. (Ez így ismét túlságosan sommás! Valóban, öncélúan ne ítélkezzünk, ám 'ismerd felebarátodat, s legalább annyira az ellenségedet is!' – magyarul, mindig nagyon is alaposan fel kell mérnünk, kivel állunk szemben vagy épp párban, ha számíthat, hogy ő miként beszél, miként cselekszik velünk és törekvéseinkkel kapcsolatban, mi hajtja ebben, és miként húzhatunk hasznát ennek tudásából – Osman P.) Nem ítélkeznek mások felett, mert tudják, hogy min-

denkiben van valami értékes, és ahhoz, hogy jól érezzék magukat, nem kell másokat lenézniük. Ha másokhoz mérjük magunkat, azzal korlátozzuk magunkat, márpedig a magabiztos emberek nem állítanak maguk elé korlátokat. (Ugyanakkor a jól felkészült ember tudja, hogy mindig az észszerűen elérhető legnagyobb mértékben tisztában kell lennie az erőviszonyokkal a pályán, amelyen érvényesülni vagy eredményeket elérni akar – Osman P.)

Ne kényelmesedj el! A magabiztos emberek tudják, hogy a túlzott kényelem a céljaik elérésének legnagyobb ellensége. Tisztában vannak vele, hogy a kényelemtől önelégültek lehetünk, az önelégültség pedig stagnáláshoz vezet. Aki magabiztos, újra meg újra a saját határait feszegeti, és amint megérzi, hogy elkényelmesedik, újabb fejlődési lehetőségeket keres, mert az elkényelmesedést vészjelzésként értelmezi. Tudja, hogy egy kis kényelmetlenség soha nem árt.

A magabiztosság eléréséhez tudnod kell, mi hat rád rosszul, és mi ássa alá az önbizalmadat. Ha tudatosan figyelemmel kíséred az itt felsorolt viselkedésmódokat, az önmagában is egy önismereti gyakorlat, ami csodákat tehet az önbizalmaddal.”

S ha már így belekaptunk – mert indokolt volt megtennünk – az önismereti stratégiákba, lássuk, mit is mond erről Bradberry – érdemes! „Az önismereti munka élethosszig tartó folyamat, soha véget nem érő út. Ennek során számos új és váratlan dolgot tudsz majd meg magadról. Új ajtók nyílnak előtted. Ha javul az önismereted, új tudással és szemléletmóddal vértéződsz fel, ami segít változtatni. Az önismeret fejlesztése néha kényelmetlen, és nem mindig tetszik, amivel szembesülünk. De ne aggódj: amit megtudsz magadról, az már ott van, és jobb is, ha megérted. A kényelmetlenség a fejlődés jele.

A fejezetben bemutatott tizennyolc stratégia messzire visz ezen az önismereti úton. A stratégiák olyan eszközöket adnak a kezvedbe, amelyekre szükséged lesz ahhoz, hogy jobban összehangolódj saját érzelmi világoddal. Ha megtanulod megfigyelni az érzéseidet, triggereidet és gondolkodási mintáidat, és tudsz rájuk reflektálni, mélyebb betekintést nyersz érzelmi reakcióidba, és jobban kontrollálhatod, hogyan reagálsz a kihívásokkal teli helyzetekre. Ezek a stratégiák megmutatják, hogyan vezet a kényelmetlenség új perspektívák megismeréséhez és új dolgok kipróbálásához. Így élesítheted a készségeidet és fejlesztheted magad. Az önismeret javítása nemcsak személyes előny, hanem versenylőny is.” S ahogy a fraktálokról tanítják, hogy a részben tükröződik az egész, e mű alaposságát, részletességét és tanításának hozzáállását is érzékelteti e 18 stratégia felsorolása: „1. Optimalizáld a stressz-szintedet! 2. Figyeld meg magad! 3. Szokj le a negatív belső monológrról! 4. Játssz az 'amit észreveszel, az a tükröd'-játékot! 5. Erősítsd a fejlődésorientált gondolkodásmódot! 6. Ne haragként add ki magadból az érzéseidet! 7. A 'meg kell tennem' feladatokat alakítsd át 'meg akarom tenni' feladatokká! 8. Tanuld meg felismerni, mikor teszed magad boldogtalanná! 9. Nevezd meg az érzéseidet! 10. Higgy magadban! 11. Tanulj a mentális hibáidból! 12. Kapcsold ki a robotpilóta-üzemmódot! 13. Aludj eleget! 14. Értsd meg, miért olyan kényes kérdés a koffein. 15. Kerüld a testbeszéddel elkövethető baklövéseket! 16. Tegyél fel magadnak jó kérdéseket! 17. Ne tárgyakra költsd a pénzed, hanem élményekre!

18. Gyakorold az önismeretet, hogy ne bánd meg a döntéseid!” – Ezek mindegyike felkelti a legtöbbünk érdeklődését, s nem egy hat meglepően, ám talán ami a leginkább az: mekkora hányadunk törődik tudatosan és módszeresen testbeszéde alakításával és a helyzettől függő kontrollálásával?

Végezetül: „Hogyan használd az érzelmiintelligencia-tesztet?

Mielőtt elkezdenéd fejleszteni a négy EQ-kompetenciádat, feltétlenül teszteld magad. Ha online töltöd ki az alig ötven kérdésből álló EQ-tesztet, sokat megtudhatsz az EQ-d jelenlegi állapotáról. Felfedezheted, miben vagy ösztönösen jó, és miben kell fejlődnöd. Ezenfelül a teszt eredményei alapján megkapod azt a pontszámprofil, amely megmutatja, mely stratégia lesz a leginkább testhezálló az EQ-d fejlesztéséhez. Természetesen bármelyik stratégiával kezdheted, amelyikhez kedved van, de az eredmények afelé terelnek majd, amelyikkel a legrövidebb idő alatt a legjobb eredményt érheted el. Ha kitöltöd a tesztet, egyértelmű és pontos kiindulási alapot kapsz a fejlődésedhez.

Noha nem ez az első ilyen kérdőívem – az elmúlt két évtizedben több mint tízmillióan töltötték ki az általam kidolgozott EQ-teszteket –, mégis ez az új a kedvencem. Gyors és lényegre törő, méri az általános EQ-t és a négy EQ-kompetenciát, azaz a személyes és szociális kompetenciákat is. Fontos megjegyezni, hogy az online kiértékelésekhez e-learning program is tartozik, amelyben egy coachingterv is megtalálható, így működés közben is megismerheted mind a négy EQ-kompetenciát, és hasznos összefüggéseket fedezhetsz fel a bemutatott készségek alkalmazása és saját tapasztalataid között. A kérdőívet kétszer is kitöltheted. Ha elegendő gyakorlás után újra elvégzed a tesztet, láthatod, hogyan javulnak az eredményeid az idő előrehaladtával, és új stratégiákat sajátíthatsz el a könyvből, amelyek a további munkádat és fejlődésedet segítik elő.

Bár az EQ-teszt viszonylag új fejlesztés, szigorú kutatások és nagy mintán végzett tudományos validálás előzte meg, hogy pontos és megbízható legyen a mérés. Pontszámaidat egy normatív mintához viszonyítja, így láthatod, hogyan állsz másokhoz képest.

A teszt egyedi jelszóval érhető el, használatára csak egy személy jogosult, összesen két alkalommal. A teszt csak angol nyelven érhető el, de többféle ingyenes fordítóprogram található az interneten.” – Ez utóbbiak megbízhatóságát, különösen ilyen szaknyelvi alkalmazásban, ne vegyük feltétlenül és bármelyiknél adottnak! A teszt elvégzéséhez és a jelszóhoz való hozzáféréshez a további technikai részleteket a könyv megadja.

Nagy kaland ez a könyv az érzelmek világában. Hasznos (ön)ismerkedést!

Dr. Osman Péter

IPARJOGVÉDELMI ÉS SZERZŐI JOGI SZEMLE

Megjelenik kéthavonta

21. (131.) évfolyam, 1. szám

Megjelent: 2026. február

Kiadja a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala

Felelős kiadó:

Farkas Szabolcs

Felelős szerkesztő:

Girmann Zsuzsanna

Tervezőszerkesztő:

Plette Péter

Tördelőszerkesztő:

Mányoki Anna

Szerkesztőség:

Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala

1054 Budapest, Zoltán u. 6.

Levélcím: 1438 Budapest, Pf. 415

E-mail: szerkesztoseg@hipo.gov.hu

Telefon: 06 1 474 5767

www.sztnh.gov.hu

Előfizetésben terjeszti a Magyar Posta Zrt.

Postacím: 1900 Budapest

Előfizetésben megrendelhető az ország bármely postáján,

a hírlapot kézbesítőknél, a www.posta.hu WEBSHOP-ban

(<https://eshop.posta.hu/storefront/>),

e-mailen a hirlapelofizetes@posta.hu címen,

telefonon a 06 1 767 8262 számon,

levélben az MP Zrt. 1900 Budapest címen.

Külföldre és külföldön előfizethető a Magyar Posta Zrt.-nél:

www.posta.hu, WEBSHOP-ban (<https://eshop.posta.hu/storefront/>),

1900 Budapest, 06 1 767 8262, hirlapelofizetes@posta.hu

Egy szám ára: 3500 Ft

Egy évre: 19 500 Ft

SZTNH – 2026/2

HU ISSN

1587–5563

Szerkesztőbizottság:

*Dr. Baticz Csaba, Buzás-Fekete Blanka, Girmann Zsuzsanna,
Gyetzainé Virág Dóra, dr. Kovács Eszter, dr. Lábódy Péter,
dr. Mikló Katalin, dr. Sulyok Ádám, dr. Szakács Lilla Fanni,*