

**Pécsi Tudományegyetem
Állam- és Jogtudományi Kar
Doktori Iskola**

SZALAY KLÁRA

**KREATÍV IPARÁGAK GLOBÁLIS VERSENYE:
AZ EURÓPAI TARTALOMPIAC FENNTARTHATÓSÁGÁT CÉLZÓ
SZABÁLYOZÁSI ESZKÖZÖK
- KÜLÖNÖS TEKINTETTEL AZ EURÓPAI FILMIPAR ÁLLAMI
TÁMOGATÁSÁRA
ÉS A SAJTÓTERMÉKEK SZERZŐI JOGI VÉDELME -**

**Doktori (PhD) értekezés
Műhelyvitára szánt, nem végleges verzió**

Témavezetők:

**Dr. Szőke Gergely László, PhD, tanszékvezető adjunktus, PTE ÁJK
Dr. Polyák Gábor, habilitált egyetemi docens, tanszékvezető, ELTE BTK,
Társadalomtudományi Kutatóközpont, Jogtudományi Intézet, tudományos főmunkatárs**

Pécs 2022

TARTALOMJEGYZÉK

I.	ALAPVETÉSEK	5
1	Bevezető gondolatok, a kutatás kontextusa	5
2	A kutatás célja	11
3	A kutatás módszertana és hipotézisei	16
II.	JUTALOM A NYOMRAVEZETŐNEK! A SZÖKEVÉNY PRODUKCIÓK NYOMÁBAN FILMES ADÓKEDVEZMÉNYEK VERSENGÉSE EURÓPÁBAN.....	18
1.	A filmtámogatási rendszerek eredete, filmes adókedvezmények Amerikában és Európában.....	18
2.	Az Európai Unió állami támogatási szabályai a filmgyártás területén	28
3.	Adókedvezmények a filmgyártás szolgálatában az Európai Unió országaiban ...	31
4	Adókedvezmények az új és a régi filmgyártási célpontok szolgálatában: Magyarország és Anglia.....	34
4.1	Magyarország	34
4.2	Egyesült Királyság.....	41
5	A versengő kedvezmények jövője: kérdések Amerikában és Európában	48
5.1	A kedvezmények versengésének amerikai kritikája	48
5.2	Versengő kedvezmények Európában – mit mondanak a piaci szereplők?.....	52
5.2.1	A Filmművészeti Közlemény felülvizsgálata, a Bizottság 2011-es vitaanyaga	52
5.2.2	A nyilvános konzultáció eredménye.....	55
5.2.3	A Filmművészeti Közlemény első változata	60
5.2.4	A filmművészeti közlemény tervezetéhez benyújtott észrevételek	62
5.3	Filmművészeti Közlemény 2013	63
5.3.1	Támogatható tevékenységek köre	64
5.3.2	Kulturális Kritériumok	65
5.3.3	Territorializáció, kiadásra vonatkozó követelmények	66
5.3.4	Támogatás intenzitása	66
6	Adókedvezmények az Európai Unió más országaiban	67
6.1	Írország.....	67
6.2	Luxemburg.....	69
6.3	Belgium.....	70
6.4	Franciaország.....	71
6.5	Málta.....	73

6.6	Olaszország	74
7	További hasonló kezdeményezések Európában	75
8	Összefoglalás és kitekintés	80
III.	HÍRÉRTÉK – HÍR, ÉRTÉK: A HÍRAGGREGÁCIÓ JOGI MEGÍTÉLÉSE A SZERZŐI JOG ÉS A HÍRPIACI VÁLTOZÁSOK TÜKRÉBEN, AZ EURÓPAI SZERZŐI JOGI HARMONIZÁCIÓ	100
1.	Bevezetés	100
2.	Kulturális termék és gazdasági vita: a nemzetközi fórumok álláspontja	106
3.	Aggregátor, közvetítőszolgáltató, platform	110
4.	Híraggregátor	115
5.	Szerzői jog és híraggregátorok csatája – Az AFP és a Copiepresse jogesetek....	118
6.	Híraggregátorok megítélése az amerikai bírósági gyakorlatban.....	123
7.	Európai Bíróság – Svensson ügy és annak folyamánya	129
8.	Válaszok az európai tagállamok részéről – a német és a spanyol törvény a közös európai fellépést megelőzően	135
9	Az Európai Unió közös fellépése	139
10	Az Európai Bizottság irányelvjavaslata a szerzői jogról a digitális egységes piacon – különös tekintettel a sajtókiadók szomszédos jogaira	142
11	A sajtókiadói szomszédos jogok kritikai fogadtatása	144
11.1	Az ösztönzőerőt hangsúlyozó érv	145
11.2	Az egyenlőségre hivatkozó érvek	150
11.3	A „potyautasságra” fókuszáló érv	151
11.4	A természetjogi érv.....	153
11.5	A bevett gyakorlat, mint érv.....	154
12	Gazdaság és szellemi tulajdon kapcsolata: a kontinentális- és az angolszász jog felfogásában	156
13	A szomszédos jog kiterjesztése az irányelvjavaslatban az európai parlamenti módosító javaslatokra is figyelemmel.....	159
14	Sajtókiadók szomszédos joga: kompromisszum a digitális egységes piacon a szerzői jogról.....	162
14.1	Amit az irányelv a sajtókiadványok védelméről tartalmaz (15. cikk)	163
14.2	Amit az irányelv az online tartalmegosztó szolgáltatásokra vonatkozóan tartalmaz (17.cikk)	168
14.3	A 17. cikk eddigi utóéletéről	174

14.4	Az irányelv sajtókiadókra vonatkozó szabályainak átültetése: az első, a francia szabályozás	177
14.5	Eredmények?	179
15	A szerzői jogi értéklánc az elektronikus modellben	182
16	Szabályozói alternatívák: válaszok keresése a múltban, lehetséges alternatív utak, további Európai Uniósi fellépés.....	186
17	Összefoglalás	197
IV.	KÖVETKEZTETÉSEK	199
V.	FELHASZNÁLT IRODALOM	212

I. ALAPVETÉSEK

1 Bevezető gondolatok, a kutatás kontextusa

A kultúra úgy vesz körbe, mint a természet. Része annak, ahová és ahogyan megérkezünk és távozzunk. Mindennek és mindenkinek van kultúrája. Egyszerre élünk vele, alakítjuk, és fogyasztjuk. Értéket közvetít és értéket képvisel – átvitt és gazdasági értelemben is. A kreatív gazdaság folyamatosan növekvő kereskedelmi értéke világszerte olyan dinamikus fejlődő gazdasági lehetőségek tárháza, amelyek kiemelt fontosságúak Európa jövője szempontjából, ezért az Európai Unió kitüntetett figyelmet szentel e területek lehetőségeinek kiaknázására. A 2002-2015 közötti időszakban például jelentősen bővült a kreatív termékek globális piacának mérete, kereskedelmi értékük közel megduplázódott.¹ Az Európai Unió ugyanebben az időszakban ugyancsak megkétszerezte kreatív termékei exportját, amelynek értéke így 2015-ben elérte a 171 milliárd US dollárt. A kulturális és kreatív ipar foglalkoztatásra gyakorolt hatása sem elhanyagolható. A foglalkoztatottak száma az Európai Unióban² 2019-ben megközelítette a 9 millió főt, amely a teljes foglalkoztatás 3,8%-a.³

Bár a gazdasági eredmények biztatók, a technológiai fejlődés, különösen a digitalizációs paradigmaváltással egyre erősödő verseny, számos olyan kihívást rejt, amelyre az Európai Unió közösségének folyamatosan válaszokat kell találnia, hogy ezáltal fenntarthassa mind a gazdaság és munkahelyteremtés, mind az egyéni és társadalmi fejlődés lehetőségeit.

¹ UNCTAD: *Creative economy outlook, Trends in international trade in creative industries 2002-2015*. (2018.) United Nations, 9. o. 2002-ben még 208 milliárd USD, addig 2015-ben már 509 milliárd USD értékű

² A Brexit-et megelőzően, az EU-28-at tekintve értendő az adat.

³ Cultural statistics 2019, Eurostat <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b?t=1571393532000> [2021.12.12.]

A kreatív iparágak⁴ kifejezés tartalmi definíciója újkeletű; olyan gyűjtőfogalom, amely igen szerteágazó, de általában a szellemi tulajdonnal kapcsolatos, kultúrában gyökerező vállalkozások különféle tevékenységeit foglalja magában. Európai szinten a kulturális és kreatív ágazat fogalmát a Kreatív Európa program (2021) jogalapját adó rendelet – hosszas vita után – a következő jellemzőkkel határozza meg:

„kulturális és kreatív ágazatok: minden olyan ágazat:

a) amelynek tevékenységei – amelyek közül sok rendelkezik azzal a potenciállal, hogy ösztönözze az innovációt és különösen a szellemi tulajdonnal összefüggő munkahelyteremtést –:

i. kulturális értékeken, valamint művészi és más egyéni vagy kollektív kreatív kifejezésmódon alapulnak; és

ii. magukban foglalják a kulturális, művészi vagy másfajta kreatív kifejezésmódot megtestesítő termékek és szolgáltatások kifejlesztését, létrehozását, gyártását, terjesztését és megőrzését, valamint a kapcsolódó tevékenységeket, például oktatást vagy irányítást;

b) függetlenül attól, hogy:

i. az említett ágazatok tevékenységei piacorientáltak vagy nem piacorientáltak;

ii. milyen struktúra keretében végzik ezeket a tevékenységeket; továbbá

iii. milyen módon történik e struktúra finanszírozása;

az említett ágazatok magukban foglalják többek között az építészetet, az archívumokat, a könyvtárakat és múzeumokat, az iparművészetet, az audiovizuális ágazatot (ideértve a filmeket, a televíziót, a videojátékokat és a multimédiát), a tárgyi és a szellemi kulturális örökséget, a design (ideértve a divattervezést), a fesztiválokat, a zenét, az irodalmat, az előadóművészetet (ideértve a színházat és a táncot), a könyvszakmát és a kiadói tevékenységet, a rádiót és a képzőművészetet.”⁵

Jól látszik, mennyire átfogó, több, igencsak különböző területeket felülelő fogalomról van szó. A fenti megfogalmazás a) pontja jól szemlélteti azt a kettősséget, amely egyfelől jelent

⁴ A kreatív ipar koncepciójára vonatkozóan lásd CUNNINGHAM, STUART – FLEW, TERRY: *A Research Agenda for the Creative Industries*. Edward Elgar Publishing, 2019. című könyvét

⁵ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2021/818 rendelete (2021. május 20.) a Kreatív Európa program (2021-2027) létrehozásáról és az 1295/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről. HL L 189., 2021.5.28., 34—60. o., 2. cikk 1.

társadalmi, egyéni értékalapúságot, másfelől közgazdasági eszközökkel mérhető gazdasági értékalapúságot is.

Az audiovizuális és médiapiac és az annak tartalmait szolgáltató audiovizuális és médiaipar ennek a tágabb értelemben vett kreatív iparnak egy szeletét alkotják, csakúgy, mint a könyv és sajtóipar is. Még hozzá olyan létfontosságú szeletét, amely nemcsak Európa kulturális sokszínűségének megőrzése, hanem, az utóbbi időben egyre gyakrabban hivatkozott európai „digitális szuverenitás”⁶ megőrzése szempontjából is kiemelkedő jelentőségű. Következésképpen az audiovizuális politika európai szinten egyfelől az audiovizuális művek és szolgáltatások uniós piacának megteremtését, növelését, másfelől ezek védelmét célozza az egyre erősödő nemzetközi versenyben.

Az 1980-as évekre tehető az a technológiai fordulópont, amely magával hozta azt a felismerést, hogy a széttöredezett, sokszor nyelvükben, kultúrájukban is különböző európai államok eltérő szabályrendszerei nem tudják felvenni a versenyt elsősorban az Egyesült Államok egységes audiovizuális iparával. Következésképpen tehát az audiovizuális piac kínálta gazdasági lehetőségek kihasználására közösségi együttműködéssel, közösségi keretek megalkotása mellett jobb lehetőségek adódhatnak. Másrészt a bővülő Európa⁷ kulturális sokszínűsége is egyre nyilvánvalóbbá vált. Ebben a sokféleségben, a fenti gazdasági lehetőséggel párhuzamban ugyanakkor igény és szükségszerűség mutatkozott a közös kulturális gyökerek hangsúlyos megjelenítésére is.

Az 1957-es Római Szerződés még kényszerűen ügyelt arra, hogy a kultúráról említést se tegyen. Ugyanakkor szövegében helyet kapott egy olyan szabály, – az áruk szabad mozgását annyiban korlátozó lehetőség, amennyiben az a „művészi, történelmi vagy régészeti értéket

⁶ Digital Sovereignty for Europe, July 2020, European Parliament, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651992/EPRS_BRI\(2020\)651992_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651992/EPRS_BRI(2020)651992_EN.pdf) [2021.12.12.]

⁷ Első bővítés 1973, második bővítés 1981, harmadik bővítés 1986, (újraegyesülő Németország 1990), negyedik bővítés 1995, ötödik bővítés első része 2004, majd ötödik bővítés második és harmadik köre 2007 és 2013

képviselő nemzeti kincsek védelme”⁸ érdekében szükséges, – amelynek talaján később az ún. kulturális kivétel klauzula kifejlődhetett. Ez a kulturális aspektusokat is magában foglaló érvelés, értékelés az évek folyamán egyre markánsabbá érlelődött elsősorban az Európai Unió nemzetközi gazdasági partnerekkel folytatott tárgyalásai során, idővel pedig kivételeket kiharcoló érvként jogilag megkerülhetetlenné vált.⁹

1977-ben és 1982-ben¹⁰ az Európai Bizottság két olyan bizottsági kommunikációt adott közre, amelyek a kultúrának már akkor a gazdasági áru jellegét hangsúlyozták. Ebben kiemelték, hogy az olyan gazdasági áruk, amelyek kulturális jellegűek a jog rendszerében, azaz a Szerződés szerint, az áruk szabad mozgása keretében, valamint általános gazdasági hatásaik vonatkozásában ítélték meg. Ilyen általános gazdasági hatásnak tekinthető például a kultúrának, mint szektornak a foglalkoztatási mutatója, vagy a bevétel generáló kapacitása, vagy akár a turizmus fellendítését célzó aspektusa, továbbá a kutatás fejlesztés területén kifejtett hatása. A pénzben kifejezhető értékkel bíró kulturális termékek adnak a gazdaság számára jól értelmezhető keretet, hiszen a kultúra esztétikai értéke, *per se*, számszerűen mérhetetlen.

DELORS,¹¹ az Európai Bizottság elnökeként tartott első beszédében a kultúrának már ezt az ipari jellegét, gazdasági erejét kiemelve azt hangsúlyozta:

“A Szerződés cikkei alapján nincs eszközünk a kultúrpolitika végrehajtására; de megkíséreljük azt a gazdaság felől megközelíteni... Erős európai kulturális ipart kell építenünk, amely lehetővé teszi, hogy irányítsuk csakúgy a médiumot, mint annak tartalmát...”¹²

⁸ EUMSZ 36. cikk “protection of national treasures possessing artistic, historical and archaeological value”

⁹ A GATT tárgyalások során az EU sikerrel hivatkoznak a kulturális árucikkek különleges jellegére. A nemzetközi vonatkozásokat lásd a tanulmány 2.4 pontja alatt.

¹⁰ Community Action in the Cultural Sector COM (77) 560, and Stronger Community Action in the Cultural Sector COM (82) 590

¹¹ Az Európai bizottság elnöke 1985-1995 között

¹² “Under the terms of the Treaty we do not have the resources to implement a cultural policy; but we are going to try to tackle it along economic lines... We have to build a powerful European culture industry that will enable us to be in control of both the medium and its content...”; In: SHORE, Chris: *“In uno plures” (?) EU Cultural Policy and the Governance of Europe*. In: Cultural Analysis, vol. 5. (2006), University of California, 12. o. vö. FIELD, HEATHER: *EU Cultural Policy and the Creation of a Common European Identity*. In: (ed.) BIANCHINI, A. – DOLBY, J. – HOLLAND, M.: *Proceedings of the Joint Conference of the Australasian Political Science Association and the European Studies Association of New Zealand*. 1998., pp. 245-255.

Ezzel a beszéddel DELORS kifejezett programot hirdetett: olyan erős kulturális iparfejlesztést vizionált, amely felett mind annak közvetítő közege, mind (részben) tartalma vonatkozásában érvényesülhet az Európai Bizottság kontrollja. Az ehhez szükséges szabályozási eszközök kialakítása tehát kezdetét vehette.

Az egységes audiovizuális politika kialakítására az 1980-as években az Európai Bizottság mellett az Európai Parlament is tett kezdeti lépéseket. Az Európai Parlament az európai informatikai helyzetet és az audiovizuális ipart is érintő tanulmányt rendelt.¹³ Ennek tárgyalását olyan parlamenti jelentés követte, amely az egységes európai szabványok jelentőségét, valamint az európai médiapiac egyes aspektusai harmonizációjának szükségességét hangsúlyozta. Jogi értelemben azonban a döntő lépést az Európai Bizottság hozta meg „*A műsorszolgáltatási közös piac létrehozásáról, különös tekintettel a kábeles és műholdas műsorszolgáltatásra*” című zöld könyve¹⁴ megjelentetésével.

Ezt követően a technológiai fejlődéssel lépést tartani igyekvő szabályozás fokozatosan egységesítette az audiovizuális szolgáltatásokra és a szellemi tulajdonjogokra vonatkozó közös európai szabályozási kereteket. A szabályozásban megjelenő célokat szolgálják ugyanakkor más intézkedések is, mint például a közösségi verseny- és állami támogatási szabályok következetes érvényesítését célzó bizottsági intézkedések.

Az audiovizuális piac európai dimenzióját jól érzékeltetheti az a 2018 végi adat,¹⁵ amely szerint Európa szerte¹⁶ 11 123 televíziós csatorna állt rendelkezésre, amelyek mintegy 28% HD

¹³ KERTÉSZ KRISZTINA: *A média szabályozása az Európai Unióban és Magyarországon*. Médiakutató 2001 tavasz, https://mediakutato.hu/cikk/2001_01_tavasz/07_a_media_szabalyozasa_az_euban_es_magyarorszagon [2021.12.12.]

¹⁴ Green Paper on the Establishment of a common market in broadcasting, COM(84)300 final.

¹⁵ SCHNEEBERGER, AGNES: *Audiovisual media services in Europe market insights*. European Audiovisual Observatory, October 2019. <https://rm.coe.int/audiovisual-media-services-in-europe-market-insights/16809816d1> Executive summary [2021.12.12.]

¹⁶ A statisztika összesítve utal Európára, így az Európai Unió tagállamai (köztük még az Egyesült Királyság is) mellett ide tartozik Albánia, Bosznia Hercegovina, Észak-Macedónia, Grúzia, Izland, Liechtenstein, Marokkó, Montenegró, Norvégia, az Oroszországi Föderáció, Örményország, Svájc, és Törökország.

formátumban is elérhető volt a polgárok számára. Ezt kiegészítette még további 2 917¹⁷ lekérhető szolgáltatás Európában, beleértve azokat is, amelyek európai piacokat céloztak, de Európán kívül hozták őket létre.

A strasbourgi Európa Tanácshoz tartozó Európai Audiovizuális Megfigyelőközpont jelentése¹⁸ több szempontból nyújt áttekintést az európai audiovizuális médiaterről. A MAVISE adatbázis 2018-as adatainak elemzése alapján egyértelmű a fizetős üzleti modellek dominanciája az ágazatban. Az elemzés arra is rámutatott, hogy az Egyesült Királyság a 28 tagú EU teljes audiovizuális szolgáltatáskínálatának legnagyobb hozzájárulója volt a Brexitet megelőzően. Az összes TV-csatorna (28%) és a fizetős szolgáltatások (24%) mintegy negyede is ott telepedett le. Az Európában létrehozott 968 lekérhető fizetős szolgáltatás közül 853 az EU28-ban működött ekkor; ezeknek mindössze 2 százaléka volt közszolgálati műsorszolgáltató szervezetek tulajdonában, 1 százalék pedig vegyes tulajdonban. Az összes televíziós csatorna több mint egyötöde (21%; n=917) és az EU28-ban székhellyel rendelkező fizetős lekérhető szolgáltatások több mint egyharmada (36%; n=306) kifejezetten az EU28 más piacait célozta meg. Európában a televíziós csatornák 19 százaléka (n=1136) és a lekérhető fizetős szolgáltatások 43 százaléka (n=413) nem a belföldi piacokat célozta. Az adatokból az is egyértelmű, hogy ezen vállalatok túlnyomórészt nagy műsorszolgáltató és szórakoztatóipari vállalatok tulajdonában álltak, amelyek többsége amerikai eredetű.

Az Európai Audiovizuális Megfigyelőközpont külön kiadványban foglalkozott az európai hírcsatornákkal. Jelentésében LAURA ENE¹⁹ megállapítja, hogy Európában mintegy 140 "csak híreket sugárzó" televíziós csatorna érhető el, és ötből kettő egy adott európai területet céloz. A térségben létrehozott összes hírcsatorna 67%-át olyan csoportok irányítják,

¹⁷ Az ingyenes és fizetős szolgáltatásokat együttvéve értendő szám.

¹⁸ A bekezdésben szereplő adatok forrása: SCHNEEBERGER, AGNES i.m.

¹⁹ *TV News Channels in Europe: Offer, establishment and ownership*. European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg, 2018.

amelyeknek csak egy hírsatorna van a tulajdonában. Végző konkluzióként pedig azt vonja le, hogy a televíziós hírsatornák tulajdonosi háttere meglehetősen plurálisnak és változatosnak tűnik.

A fenti adatok mellett további adatok bizonyítják az európai filmgyártás volumenében észlelhető leheletnyi emelkedést. Az európai filmek piaci részesedése 2018-ban közel 2 százalékponttal nőtt, bár még így sem haladta meg a 29,4%-ot szemben az amerikai filmek 62,3%-os arányával²⁰. 2018-ban is az amerikai filmek könyvelhették el a legnagyobb kasszasikereket, a 20 leglukratívabb filmből 18 volt amerikai gyártású.²¹

Világviszonylatban az amerikai film- és televíziós ipar 17,2 milliárd dollár értékű exportot generált, és 10,3 milliárd dollár kereskedelmi többlettel büszkélkedhetett ugyanebben az évben, ami a teljes amerikai szolgáltatás-kereskedelmi többlet négy százalékát tette ki. Az Amerikai Mozgóképi Szövetség 2019-ben közzétett adatai alapján az amerikai film- és televíziós ipar mind az 50 amerikai államban támogatott munkahelyeket és vállalkozásokat. Globális versenyképességét nemcsak exportjának értéke illusztrálhatja, hanem a tény, hogy kereskedelmi mérlege a világ minden jelentős piacán pozitív volt. Mindezen túl az amerikai film- és televíziós ipar mintegy 2,6 millió munkahelyet tartott fenn, összesen 177 milliárd dollárnyi bért fizetett ki, és több mint 93 000 vállalkozást foglalt magában.²²

2 A kutatás célja

²⁰ Igaz, hogy az amerikai filmet 62,3%-os aránya összehasonlításban mégiscsak a 2012 óta mért legalacsonyabb érték az európai piacon.

²¹ *Yearbook 2019/2020 Key trends*. European Audiovisual Observatory, 2020, 44. o.

²² MPAA: New Data: The American Film and Television Industry Continues to Drive Economic Growth in All 50 States. <https://www.motionpictures.org/press/new-data-the-american-film-and-television-industry-continues-to-drive-economic-growth-in-all-50-states/> [2021.12.12.]

A fenti kontextusban, a folyamatosan alakuló digitális lehetőségek indukálta kihívásokra válaszokat kereső közegben európai szinten az Európai Bizottság jogalakítási tevékenysége érdemel figyelmet.

*Az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv*re, mint az uniós audiovizuális politika első pillérére tekinthetünk, amely az audiovizuális szolgáltatások tartalmát érintő jogharmonizáció legnagyobb vívmánya. Emellett, mintegy második pillérként ott vannak azok a közvetlen támogatási programok, amelyek az audiovizuális ágazat uniós támogatását (például a MEDIA, majd később Kreatív Európa programok) biztosítják.²³ Az audiovizuális ágazat kulturális és társadalmi beágyazottsága azonban egy sor más kezdeményezésnek is utat enged, mint például az Európai Parlament és a Tanács ajánlása a mozgóképörökségről,²⁴ de ugyancsak ide tartozik az uniós állampolgárok körében a média műveltség támogatására irányuló kezdeményezés.

Jelen kutatásnak azonban nem célja sem az Európai Unió közvetlen támogatási programjainak részletes ismertetése, sem a finanszírozási programoknak és támogatási kezdeményezéseknek az áttekintése.²⁵

Kutatásom középpontjában az európai audiovizuális ágazat globális versenyképességét elősegítő szabályok állnak. Így egyfelől a filmekhez és más audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatásokról szóló bizottsági közlemény értékelése, amelynek felülvizsgálata éppen a kutatás kezdetével esett egybe. Másfelől az uniós szerzői jogi keretek modernizációjára irányuló azon törekvés megítélése, amelynek célja, hogy a globális platformszolgáltatókat

²³ Az európai audiovizuális és média uniós szabályozási keretét kiválóan összefoglaló munkák születtek az elmúlt években. TOSICS NÓRA különösen jól érzékelteti az uniós audiovizuális szabályozás csomópontjait az 1980-as évektől kezdődően. TOSICS NÓRA: Audiovizuális politika. In: KENDE TAMÁS (szerk.): *Bevezetés az Európai Unió politikáiba*. Wolters Kluwer Kft., 2015. Lásd továbbá KOLTAY ANDRÁS (szerk.): *Magyar és európai médiajog*. Wolters Kluwer Kft., 2019.

²⁴ Az Európai Parlament és a Tanács ajánlása (2005. november 16.) a mozgóképörökségről és a kapcsolódó ágazati tevékenységek versenyképességéről (2005/865/EK) HL L 323/2005, 57. o.

²⁵ Az Európai Unió kulturális politikájáról, az akcióprogramokról és egyéb forrásokról lásd például KIRÁLY MIKLÓS: *Egység és sokféleség, az Európai Unió jogának hatása a kultúrára*. című könyvét (Új ember kiadó, Budapest, 2007)

rakényszerítse az európai tartalomelőállítás finanszírozásában való részvételre a sajtókiadók számára alapított szerzői jogi igény megalapításával.

Míg az első eszköz a tartalomelőállítás európai megőrzését szolgálja az állami források tőkeáttételi hatásának megsokszorozásával (*leverage effect*), addig a második esetben egy újonnan alapított joggal, mint szabályozási eszközzel kívánnak nemzetközi forrást bevonni az európai sajtótartalmak előállításának finanszírozásába. Leegyszerűsítve tehát mindkét esetben azt a kérdést járrom körbe, hogyan jut pénzéhez az európai tartalomelőállítás, hogy az egyre erősödő globális versenyben (fenn)maradhasson.

Tekintettel arra, hogy az audiovizuális politika folyamatos versenyben áll a technikai fejlődés indukálta újabb és újabb kihívásokkal, ezért a kutatást *időben határolni* kellett. Jelen kutatás a filmekhez és más audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatásokról szóló bizottsági közlemény felülvizsgálatához vezető folyamatot (2011-től) magában foglaló időszak áttekintésével kezdődik, és a – végül 2019 áprilisában elfogadott – a digitális egységes piacon a szerzői jogról szóló irányelv, valamint az azt követő év tapasztalatait összegző időszakkal zárul. A kézirat lezárására 2021 végén került sor.

A két említett téma mellett, logikailag adná magát a közszolgálati médiumok állami támogatására vonatkozó joggyakorlatának vizsgálata is, hiszen – ahogyan fentebb utaltunk rá – az európai audiovizuális politika nem kis részét képezik a televíziós szolgáltatások. A fentebb már említett *Audiovizuális médiaszolgáltatásokról* szóló irányelv felülvizsgálatára ugyancsak 2016-ban tett javaslatot az Európai Bizottság, vagyis az szintén az általunk tárgyalt időszakra esik.²⁶ Az irányelv részét képezik azok a nemzetközileg vitatott kvótarendelkezések, amelyek értelmében a műsorszolgáltatók adásidejük meghatározott részében európai műveket kötelesek

²⁶ A módosított irányelvet a Parlament és a Tanács 2018. november 14-én fogadta el. Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1808 irányelve (2018. november 14.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról PE/33/2018/REV/1; OJ L 303, 28.11.2018, p. 69–92.

sugározni piacot és teret teremtve ezzel az európai tartalmak számára.²⁷ Emellett az irányelv az európai műsorkészítőket is előnyben kívánta részesíteni. Előírta például, hogy a műsorszolgáltatók adásidejük, vagy műsorkészítési költségvetésük legalább 10%-át a független producerek által előállított európai művek számára tartalékolják. A 2016-os felülvizsgálat eredményeként került sor az európai alkotásokra vonatkozó rendelkezések kiterjesztésére is, azaz ettől fogva már a lekérhető szolgáltatások szolgáltatóinak is gondoskodniuk kell arról, hogy katalógusaikban az európai művek aránya elérje legalább a műsoridő 30%-át.

Ráadásul az Európai Bizottság 2009-ben a közszolgálati műsorszolgáltatókat az általuk kapott több mint évi 22 milliárd euró direkt állami támogatás, illetve az előfizetésekből befolyó díjtételek összege alapján a harmadik legnagyobb állami támogatást élvező szektorként tartotta számon közvetlenül a mezőgazdaság- és a közlekedéspolitikát követően.²⁸ E hangsúlyos szereppel összhangban *Az állami támogatások szabályainak a közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásáról* szóló európai bizottsági közlemény²⁹ célja, hogy egy koherens és átlátható eljárásrendet határozzon meg az állami támogatások közös piaccal való összeegyeztethetőségének megítélése vonatkozásában.

Am a technika fejlődésével a közszolgálati műsorszolgáltatók állami támogatási ügyeit vizsgálva az Európai Bizottság hamar új típusú támogatási ügyek megítélésével szembesült. A digitalizációból eredő lehetőségekkel és kihívásokkal a közszolgálati médiaszolgáltatók egy része ugyanis úgy kívánt megbirkózni, hogy tevékenységüket az új médiakörnyezetre is kiterjesztették, természetesen erre is igényelve az állami támogatást. A magánszolgáltatók és a

²⁷ Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv), 16. cikk 15.4.2010, L95/1; A kvótaszabályozás gazdasági és kulturális aspektusairól lásd Nyakas Levente: A Kvótaszabályozás az európai audiovizuális médiaszabályozásban – gazdasági és kulturális megfontolások határán című írását, In: Koltay András – Török Bernát (szerk.): *Sajtószabadság és médiajog a 21. század elején*. Wolters kluwer Kft., 2014., 497-520.

²⁸ SOLTÉSZ, ULRICH: *Tighter State Aid Rules for Public TV Channels*. Journal of European Competition Law and Practice, 2010. Vol.1. No. 1., 32-36.

²⁹ Az állami támogatások szabályainak a közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásáról szóló bizottsági közlemény. HL C 257., 2009.10.27., 1-14. o.

közszolgálati médiaszolgáltatók közötti verseny fokozatos kiéleződésével szükségessé vált tehát *az állami támogatások szabályainak a közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásáról* szóló európai bizottsági közlemény újragondolása is, amelyre 2009-ben került sor. Az Európai Bizottság feladata a közszolgálati médiaszolgáltatók által tervezett új médiaszolgáltatások általános piaci hatásának átlátható értékelése elsősorban annak ellenőrzésével, hogy az elszámoltathatóság és a hatékony ellenőrzés nemzeti szinten megvalósuljon, a nettó költség alapján történő elszámoltatás szabályainak pontosítása révén.

Jól látszik, hogy a film, a sajtó és a közszolgálati televíziózás mindegyike tartalomelőállítással és tartalomszolgáltatással kapcsolatos tevékenység. Sőt, mindhárom esetben a közjó érdekében alkalmaznak valamilyen, a piaci folyamatokat befolyásoló, azt ellensúlyozni kívánó intézkedéseket. Ha úgy tetszik, a magas kultúra, a minőségi tájékoztatás olyan értékek, vezérlőelvek, amelyek megőrzése, támogatása éppen a gazdasági vetülete és a piaci hatások miatt a szabályozásnak uniós szintű vetületet ad.

A közszolgálati műsorszolgáltatók állami támogatása azonban elsősorban az egységes piac működésére van befolyással. Hatása a globális versenyben összehasonlításban nem értékelhető. Elsősorban ez az érv döntött amellett, hogy a közszolgálati médiaszolgáltatók állami támogatásának értékelése szintén kimaradjon a jelen dolgozatból.

Összefoglalva tehát a kutatás célja, hogy értékelje az európai tartalomelőállítás megőrzésére tett európai bizottsági eszközöket az európai filmipar állami támogatásának, valamint a sajtótermékek szellemi jogi védelmének elemzésén keresztül. Minkettől túlmutat ugyanis az európai egységes piac működésén. A technológiai fejlődés, elsősorban a digitalizáció által indukált folyamatok ugyanis az Európai Unió teljes piacára gyakorolnak – és nem is csak gazdasági – hatást.

3 A kutatás módszertana és hipotézisei

A vizsgált, jogi vetülettel is bíró, a gazdasági szempontokat a kulturális értékekkel kiegyensúlyozni kívánó eszközök célja tehát az európai tartalomelőállítás megőrzésének elősegítése a globális piacon. Míg az állami támogatások jogszerűségének megítélése az Európai Bizottság határhőre, addig a jogi szabályozás megváltoztatása az Európai Bizottság kezdeményezésére, az Európai Parlament és a Tanács együttműködésével született.

Az Európai Bizottság elmúlt években felgyőlemlett tapasztalata a digitalizáció indukálta kihívások kezelésében – vélhetően a hatáshőri szabályok egyértelműsége miatt is – a versenyjogi eszköz hatékonyságát igazolta vissza. Következésképpen azt feltételezzük, hogy egy olyan jogintézmény, mint a szerzői jog, illetve annak kiterjesztése is versenyjogi színezetet kapott. A versenyjogi aspektus uniós szinten azonban csak diszkriminációmentesen érvényesőülhet, így a globális versenyben nagyon megdrágíthatja minden digitális online szolgáltató szolgáltatását (lásd pl. a GDPR bevezetésének mindenkire kötelező szabályai és azok költségvonzata, vagy a DSM irányelv 17. cikkének várhatóan széles körben jelentkező implementációs költségei), ugyanakkor egyelőre nem látszik az, hogy az igazán célkeresztben lévő online forgalomirányító szolgáltatásokat gazdaságilag megszorítaná. Ugyancsak a versenyjogi szemlélet erősödését jelzi a kultúra kvantifikáló szemléletének felerősődése; a hasznosság pénzügyi sikerrel való mérése is.

Az értekezés emellett feltételezi, hogy sem a filmalkotások állami támogatása, sem a szerzői jog kiterjesztése nem tudja feloldani az elsősorban nyelvi fragmentáltságból fakadó különbségeket, ezért ezen eszközök a) a nemzetközi, filmek esetében elsősorban amerikai, filmipar kiszolgálását támogathatják; és/vagy b) növelik a kis- és közepes európai hírpiacon versenyhátrányát a nagyobbakkal szemben.

Módszertanát tekintve az értekezés a történeti-leíró jellege mellett, komparatív módszert alkalmaz, minden téma esetében az európai szabályozás tendenciáit az amerikai szabályozás jellegzetességeivel veti össze. Az interdiszciplináris megközelítés a téma sajátos jellegéből adódik. A fejezetek módszertani alapja elsősorban európai uniós jogforrások, esetek, valamint az azok elfogadásához vezető diskurzus és a körük kapcsolódó tudományos referenciák kritikai elemzése. Minden fejezet ugyanakkor áttekinti a vonatkozó joggyakorlatot, valamint az adott kérdéskört tárgyaló releváns hazai és külföldi szakirodalmat.

A témaválasztás a dolgozatot alapvetően két nagy szerkezeti egységre osztja. Míg az egyik fejezet a filmtámogatási rendszerek tendenciáit veszi górcső alá, a tagállamok közpolitikai támogatási rendszereit tekinti át kvalitatív esettanulmányokon keresztül, addig a másik fejezetben egy meglévő, ismert szabályozási megoldást, a szerzői szomszédos jogot vetíti ki az európai jogalkotó a sajtóipar szereplőire. A fejezetek tárgyalása során egyrészt rendszerező és leíró-kritikai, másrészt, az új szabályozási megközelítés kapcsán, kritikai-elemző módszert alkalmazok.

Az elsődleges és másodlagos források elemzése során olyan kérdésekre keresek választ, hogy milyen egyensúlyra törekszik a Bizottság az érdekek (piaci szereplők, tagállamok, európai közös érdek) globális versenyének hálójában? Hogyan igyekszik a kultúra kvalitatív és kvantitatív aspektusainak összehangolására, illetve, hogy céljukat tekintve hatékonyak tűnnek-e az alkalmazott eszközök?

A digitalizáció, valamint az ebből fakadó kulturális, alapjogi, gazdasági vetületű problémák feltárása, kezelése végső soron a minőségről és a demokratikus értékekről folytatott európai társadalmi diskurzus része, amelyben a digitális piacok és szolgáltatások szabályozása mellett elkötelezett Európai Bizottság a közös európai értékek újrafogalmazását, tudatosítását, és ezen keresztül, egy újfajta egyensúly megteremtését tűzte ki célul, hogy Európa globális versenyben elfoglalt helyét megőrizhesse.

II. JUTALOM A NYOMRAVEZETŐNEK! A SZÖKEVÉNY PRODUKCIÓK NYOMÁBAN FILMES ADÓKEDVEZMÉNYEK VERSENGÉSE EURÓPÁBAN³⁰

1. A filmtámogatási rendszerek eredete, filmes adókedvezmények

Amerikában és Európában

A filmgyártás kettős, kulturális és gazdasági természetéből adódóan a filmtámogatási rendszerek létrehozásában is szerepet játszhatnak kulturális és gazdasági indokok egyaránt. Az Amerikai Egyesült Államokkal szemben, ahol a filmgyártás elsődlegesen piaci alapon nyugszik, Európában – mindenekelőtt Franciaországban – nagy hagyománya van a nemzeti filmgyártás kulturális célú állami támogatásának. Olyannyira, hogy mára az európai filmgyártás jelentős mértékben elszakadt a piaci folyamatoktól. Az amerikai filmgyártástól való eltérést jól példázza, hogy az évezredfordulón egy Európában készült film átlagos költsége 500 000 euró volt, melyet 70-80%-ban állami finanszírozásból teremtettek elő, mintegy 800 000 euró bevételt hozott és 150 000 fős nézőközönséget vonzott. Ezzel szemben egy átlagos amerikai film költsége 15 millió euró volt, majdnem 100%-ban befektetői finanszírozással jött létre, 58 millió eurós bevételt hozott és világszerte 10,5 millióan látták.³¹ Bár a nemzeti és európai szintű

³⁰ A PhD értekezés jelen fejezete nagymértékben támaszkodik az alábbi munkára: SZALAY KLÁRA – TOSICS NÓRA: *Jutalom a nyomravezetőnek! A szökevény produkciónak nyomában – Filmes adókedvezmények versengése Európában*. In: Infokommunikáció és Jog 49. szám, April 2012., 43-57. o., valamint SZALAY KLÁRA: *Támogatni vagy nem támogatni? Filmtámogatási rendszerek kritikai megközelítése: az amerikai és az európai modell*. Pro Futuro – A jövő nemzedékek joga 2016: 1, 42-61.o.

³¹ A bruttó nyereséget tekintve az európai 60% áll szemben az amerikai 287%-os nyereséggel. Az egy nézőre vetített költség tekintetében 3,33 áll az 1,43 euróval szemben, az egy nézőre vetített árbevétel 5,30 szemben a 5,52

támogatási rendszerek hatására az európai filmek száma évről évre nő (2005 és 2009 között 28%-os volt a növekedés),³² az amerikai filmgyártás gazdasági fölénye nem csökken (2010-re elérte a 68%-os piaci részesedést Európában).³³

Az amerikai filmgyártás fölényével szembeni védekezés igénye az európai filmpolitikát kezdettől fogva meghatározta. Már az 1920-as években megjelentek olyan protekcionista eszközök (pl. vetítési kvóták, extra adók a bemutatott amerikai filmek után), amelyekkel az egyes országok saját filmiparukat próbálták védeni az amerikai filmekkel szemben. Ebből a nézőpontból úttörőnek számított Németország (1921), az Egyesült Királyság (1927), Olaszország (1927) és Magyarország (1925 és 1929) is.³⁴ A valódi értelemben vett filmtámogatási rendszerek azonban a II. világháború után bontakoztak ki, változatos formában.³⁵ Az első támogatási formák közé tartoztak a kedvezményes hitelek (Franciaország, 1941), a hitelgaranciák (Németország, 1952), és a jegybevételekre épülő, járulék alapú automatikus támogatási rendszerek (Franciaország, 1948;³⁶ Anglia, "Eady Levy", 1950; Belgium, 1952).³⁷ A járulékokat a jegybevételek arányában felosztó, automatikus támogatási rendszer kritikájaként jelent meg első ízben Franciaországban, 1953-ban a minőség kritériuma a rövidfilmek támogatása során, amelyet hamarosan (1955-ben) a nagyjátékfilmekre is kiterjesztettek. Ezzel vette kezdetét a kulturális alapú, szelektív támogatások európai

euróval. BAKKER, GERBEN: *The Economic History of the International Film Industry*. University of Essex, 2010., <http://eh.net/encyclopedia/article/bakker.film> [2012. március 12.]

³² GUBBINS, MICHAEL: *MCG Film&Media: Digital Revolution – Engaging Audiences, A Cine-Regio report in collaboration with Filmby Aarhus*. February 2011

³³ European Audiovisual Observatory: 3D drives European box office to record high in 2010 as market share for European film drops, Press Release, Strasbourg, 9 May 2011
http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mif2011_cinema.html [2012. március 12.]

³⁴ EPERJESI JÁNOS: *Filmipar Európában. Európai filmtámogatási rendszerek – 3. rész.* <http://www.filmtett.ro/cikk/2643/filmipar-europaban-europai-filmtamogatasi-rendszerek-3-resz> [2012. március 12.]

³⁵ Vannak olyan szerzők, akik szerint a filmfinanszírozás megjelenése a totalitárius törekvésekhez köthető, amelyek a filmet, mint a propaganda eszközt támogatták, lsd. AMIEL, OLIVIER, Chargé d'enseignement à l'Université de Perpignan: Financement public du cinéma et diversité culturelle, intervention au colloque du 29 septembre 2008, Paradoxes du cinéma français, Fondation Res Publica

³⁶ Le Crédit National: Archives pour une histoire de la production cinématographique française (1941-1966), http://www.cinematheque.fr/sites-documentaires/credit_national/rubrique/historique-de-l-institution-le-service-des-prets-et-le-cinema.php [2012. március 12.]

³⁷ EPERJESI JÁNOS i. m.

hagyománya, amely eleinte az újító törekvéseket (pl. az Új Hullám, a "Nouvelle Vague" mozgalmát) támogatta, és csak az 1980-as évek közepétől, a tömegfogyasztás kibontakozásának hatására fordult az ún. művészfilmek felé.³⁸

Az európaiótól eltérő utat járt be az Egyesült Államok filmtámogatási politikája. Az ösztönző erőt egy új filmtámogatási modell megjelenéséhez az 1960-as évek recessziója jelentette. 1963-ban 50 éves mélyponton volt az amerikai filmek száma (mindössze 121 nagyjátékfilmet mutattak be), majd 1964-ben minden idők legnagyobb arányát érték el a külföldi filmek (361 külföldi filmbemutató állt szemben 141 amerikai filmmel). A pénzügyi nehézségek fokozódásával és a stúdió-kapacitások csökkenésével egyre több amerikai filmet készítettek más országokban, elsősorban Angliában.³⁹ Ekkor vette kezdetét az ún. szökevény produkciók (runaway productions) jelensége, amely az először Amerikában bemutatni kívánt, de egy másik ország területén forgatott filmekre utal, és azóta is meghatározó mozgatórugója az amerikai filmtámogatási politikának.

Ennek a folyamatnak a visszafordítására vezette be az Amerikai Egyesült Államok az adókedvezmények rendszerét, mint a filmfinanszírozás új technikáját.⁴⁰ Szemben az ún. közvetlen támogatásokkal, amelyeket az egyes államok a központi költségvetés által is finanszírozott szervezeteken keresztül, pályázatok útján juttatnak el a filmipari szereplők, területek és tevékenységek részére, ezeknek az ún. közvetett támogatásoknak az alapvető célja, hogy az állam külső forrásokat vonjon be az ágazatba, lehetőleg úgy, hogy az adókedvezményekből eredő adókiesést a bevont tőke felhasználásából eredő adó- és járulékbefizetésekkel ellensúlyozza. Az intézkedések rendkívül vonzóak a vállalkozások szempontjából, mert csökkentik (vagy bizonyos esetekben megszüntetik) a beruházás

³⁸ GIMELLO-MESPLOMB, FRÉDÉRIC: *Le prix de la qualité. L'Etat et le cinéma français (1960-1965)*. In: Politix. Vol. 16. No. 61. Premier Trimestre 2003., 95-122. o.

³⁹ DIRKS, TIM: *The History of Film, The 1960s, The End of the Hollywood Studio System, The Era of Independent, Underground Cinema, Part 1*. <http://www.filmsite.org/60sintro.html> [2012. március 12.]

⁴⁰ BAKKER, GERBEN i. m.

kockázatát. A kedvezményeknek ugyanis éppen az a lényege, hogy a befektető a létrejött filmprodukciónak sikerétől függetlenül, a befektetett pénzeszköz okán és a film költségvetéséhez igazodva jut adókedvezményhez, azaz végső soron kockázatmentes befektetési lehetőséghez. Az adókedvezmény egy általános fogalom. A valóságban – ahogy ezt a későbbiekben látni fogjuk – többféle formában jelenhet meg; lehet például adókedvezmény (az adóalap, azaz az adóköteles jövedelem csökkentése), és/vagy adójóváírás (a fizetendő adóból való levonás lehetővé tétele), amely magában foglalhatja a forgalmi és használati adó alóli mentességet, készpénz-visszatérítést, kiadási adójóváírást, beruházási adójóváírást, helyi ingatlanadó-mentességet, szállásadó-mentességet, banki adójóváírást, kamatmentes kölcsönöket, támogatásokat és jövedelemadó-mentességet is. A jelen fejezetben tárgyalt filmes adókedvezmények többnyire adólevonás (az adóalap csökkentése) és/vagy adójóváírás (a fizetendő adó csökkentése) formáját öltik.

Az először 1971-ben a Hazai Film-előállítási törvénnyel (Domestic Film Production Act) bevezetett kedvezményrendszert egészen az 1980-as évek közepéig fenntartották, amíg Hollywood és a kaliforniai filmgyártás újra meg nem erősödött. Eközben, az 1980-as években indultak el az első európai filmes adókedvezmények is (Franciaország, 1985; Írország, 1987; Luxemburg, 1988), anélkül azonban, hogy éles verseny alakulhatott volna ki a kontinensek között. Ezt követően az újabb változást az Egyesült Államok számára az 1990-es évek második felétől a szomszédos Kanada számos államában megjelent adójóváírási rendszerek jelentették, amelyek a kedvező árfolyam, és a közel 70%-kal alacsonyabb munkabér-költségek mellett versenyképesnek bizonyultak, megindítva a "szökevény produkciók" újabb jelentős hullámát és elhódítva a nagy költségvetésű amerikai filmprodukciók jelentős részét az Egyesült Államokból.

Ennek hatására jött létre az Egyesült Államokban a filmgyártás terén nyújtott adókedvezmények és más pénzügyi támogatások második generációja. Tekintettel az

időközben bekövetkezett változásokra, a tömegfogyasztásra és a filmterjesztés globális alternatíváinak megsokszorozódására, ezek a kedvezmények egy világméretű verseny kiindulópontjává váltak.

Az adókedvezményben rejlő versenyelőny lehetőségét látva, Amerika egyes államai fokozatosan egymással versengő rendszereket alakítottak ki a filmprodukciók elhódítása érdekében. 2002-ben még csak öt államban volt érvényben filmgyártáshoz kapcsolódó kedvezmény, 2010-re azonban – a 2004-ben bevezetett szövetségi adókedvezmény mellett – már huszonnyolc állam adójóváírás formájában biztosított előnyt a területén forgatott filmes produkcióknak.⁴¹ 2015-re harminchét állam kínált adókedvezményt kifejezetten a filmgyártás számára.⁴² 2021-re az USA tizenhét⁴³ tagállamában nem működik helyi állami filmösztönző⁴⁴ rendszer.

Például szolgálhat a kedvezményekre Louisiana, Florida vagy akár New York állam. Louisiana volt az első amerikai állam, amely filmes adókedvezményt vezetett be, és 30%-os átruházható adójóváírást tett lehetővé az állam területén belül felmerült költségekből, amelyhez további 5% adójóváírás társulhatott a helyi munkaerő-költségek után.⁴⁵ Ez mára annyiban

⁴¹ LUTHER, WILLIAM: *Movie Production Incentives: Blockbuster Support for Lackluster Policy*. Tax Foundation Special Report. January 2010, No. 173

⁴² Részletesebb adatokat a fejezet végén található, a 2012-2021 közötti időszak összehasonlítását is lehetővé tevő táblázat kínál.

⁴³ 2021-ben a következő államokban nem működött filmösztönző rendszer: Alaska, Arizona, Delaware, Florida, Idaho, Indiana, Iowa, Kansas, Michigan, Missouri, New Hampshire, North Dakota, South Dakota, Vermont, West Virginia, Wisconsin, Wyoming.

⁴⁴ Filmösztönző eszközök lehetnek a következők:

- Visszatérítendő adójóváírás - Csak adójóváírásokra vonatkozik. Az állam kifizeti a gyártó cégnek a cég által fizetendő állami adó összegét meghaladó összeget.
- Átruházható visszatérítendő adójóváírás - Az adójóváírás egy helyi vállalatra átruházható, így az csökkentheti vagy megszüntetheti adókötelezettségét.
- Visszatérítés - Az állam által a gyártó cégnek nyújtott közvetlen kifizetés.
- Támogatás - Az állam által a gyártó vállalatnak nyújtott közvetlen kifizetés. A visszatérítésekkel ellentétben a támogatás után nem kell adót fizetni.
- Bónuszok - Egyes államok további juttatásokat kínálnak a filmkészítőknek, mint például bizonyos helyszínek, helyi vállalkozások használatáért járó adó elengedési lehetőség, vagy helyi személyzet alkalmazásáért járó adójóváírási lehetőség.

⁴⁵ KHARABI, JONA – KEMPER, SALLY: *Top 10: United States of Production*. <http://www.p3update.com/preproduction/locations/1199-top-10-united-states-of-production> [2012. március 12.]; HURT, AMELIA: Hollywood on the Bayou: an Optimal Tax Approach to Evaluating and Reforming the Louisiana Motion Picture Investor Tax Credit. In: 74 La L. Rev. 581 2013-2014, pp. 581-611.; példaként említhető még

változott, hogy 40%-os nem átruházható adójóváírás is elérhető az állam területén belül felmerült költségekből.⁴⁶ Többek között ezek a nagyvonalú kedvezmények készítették a Hollywoodnak otthont adó államot, Kaliforniát arra, hogy 2010-ben új kedvezményrendszert vezessen be, öt éven belül 242 millió dollárnyi átruházható adójóváírást irányozva elő. A kedvezmény alapját egy 20%-os átruházható adójóváírás képezte az államban felmerült költségek után, amely külön kedvezményekkel kombinálva akár a költségek 30%-áig is emelkedhetett, és amelyet bizonyos filmes felszerelések adómentes vásárlásának, illetve lízingelésének lehetősége egészített ki.⁴⁷ Mára tovább cizellálódott a kedvezményes lehetőségek tárháza. Független filmek esetében például, a 25%-os átruházható adójóváírás, további feltételek megléte esetén, 5-10%-os adójóváírásemelkedéssel kiegészíthető.⁴⁸ New York 2008-ban szintén 30%-ra emelte fel a helyi költségek után járó átruházható adójóváírást,⁴⁹ amelyet New York City további 5%-kal egészített ki, illetve – amennyiben legalább 75%-ban az állam területén zajlottak – a filmes utómunkák után is igénybe vehető 10% adójóváírás.⁵⁰ A támogatási program jelenleg 25-35% közötti átruházható adójóváírást tesz lehetővé.⁵¹

Szövetségi szinten a 2004. évi amerikai munkahelyteremtési törvény értelmében a Kongresszus módosította az adóügyi törvénykönyvet, és beiktatta az ún. 181. szakaszt, amely

EDWARDS, ASHLEY W.: *There is No Business Like the State Film Tax Incentives Business: An Analysis of Pennsylvania's Film Production Tax Credit Program*. In: 13 Pitt. J. Tech. Law & Policy 1 2012-2013., pp. 1-13.; KETTERING, JOHN W.: *Dr. Strangetax or: Why Pennsylvania should Learn to Stop Worrying and just End the Film Tax Credit*. In: 10 Pitt. Tax Rev. 69. 2012-2013., pp. 69-86.; PARENT, MARY PERGOLA – GOVERN, KEVIN HUGH: *Florida and the Film Industry: An Epic Tale of Talent, Landscape and the Law*. In: 38 Nova Law Review 43 2013-2014., pp. 43-80.; WELLS, STEVE – POSEY, CLYDE: *Big Sky on the Big Screen Act – State Tax Incentives for the Film Industry*. In: 27 Journal of State Taxation 29, 2008-2009, pp. 29-34.; WELLS, STEVE – POSEY, CLYDE: *Let's Go to the Movies – State Tax Incentives: Heroes or Villains*. In: Journal of State Taxation 29, July-August 2011, pp. 29-38.

⁴⁶ <https://www.louisianaentertainment.gov/film/motion-picture-production-program> [2021. június 2.]

⁴⁷ KHARABI, JONA – KEMPER, SALLY i. m. valamint HOMSI, ERIC: *Financing Films One State at a Time: A Survey of Successful Film Incentive Programs*. In: Seton Hall Journal of Sports and Entertainment Vol. 21.149; pp. 149-176.

⁴⁸ <https://film.ca.gov/tax-credit/the-basics-3-0/> [2012. március 12.]

⁴⁹ HAYES, DADE: *Variety: New York to triple film, TV tax credit*. <http://www.variety.com/article/VR1117983879?refCatId=13> [2012. március 12.]

⁵⁰ GENZ, JOHN: *Are You Taking Advantage of the New York State Post Production Tax Credit?* <http://www.eisneramper.com/new-york-state-film-production-credit-211.aspx> [2012. március 12.]

⁵¹ <https://esd.ny.gov/new-york-state-film-tax-credit-program-production> [2021. június 2.]

adókedvezményt kínál az Egyesült Államokban gyártott film- és televíziós produkciók számára.⁵² Lényegében azt teszi lehetővé, hogy a produkció létrehozására költött pénzt annak felmerülésekor költségként elszámolhassák, vagyis ennek a kiadásnak az elszámolása ellensúlyozhatja az egyéb befektetésekből származó nyereséget. Ez a beszámítási lehetőség valójában azonnali adókedvezményt jelent, mivel a vállalat adott évi adókötelezettségét csökkenti. A kongresszus e szakasz érvényességét, többszöri megújítást követően, hagyta lejárni. A 2019-es regresszió következtében azonban szükségesnek látszott a gazdaság élénkítését elősegítő szakasz megújítása, amelyre még az év decemberében sorkerült, az adókedvezményt televíziós, film- vagy színházi produkciót előállítók számára is lehetővé téve.⁵³

Az elszámolható gyártási költségek felső határát 15 millió dollárban korlátozták. Ez csak abban az esetben emelkedhet 20 millió dollárra, ha a forgatás nehézségekkel küzdő, vagy bajba jutott területen történik.⁵⁴ A mozgóképek 75%-át az Egyesült Államokban kell leforgatni ahhoz, hogy a 181. szakaszban foglalt adókedvezményt érvényesíteni lehessen, amelyek nagyvonalakban tehát a következő előnyöket tartalmazzák:

- A mozgóképek költségeinek 100%-a a beruházás évében levonható.
- Televíziós pilotok, televíziós epizódok (legfeljebb 44), rövidfilmek, zenei videók, színházi produkciók és játékfilmek esetén is igénybe vehető.
- A 181. szakasz aktív vagy passzív jövedelemre egyaránt alkalmazható.
- A befektetők lehetnek magánszemélyek vagy vállalkozások.

⁵²https://www.productionhub.com/blog/post/the-return-of-section-181-how-filmmakers-can-capitalize;http://www.rmofilm.com/section_181.aspx [2021. június 2.]

⁵³<https://www.mjcpa.com/the-return-of-section-181-deductions-for-the-entertainment-industry/https://www.congress.gov/bill/113th-congress/senate-bill/1859> [2021. június 2.]

⁵⁴ Az ezt meghaladó költségeket a bónusz értékesítési szabályok alapján, forgalomba hozatalt követően lehet elszámolni.

- A filmforgalmazásra vagy a filmek befejezésére vonatkozóan nincs olyan feltétel, amely a kedvezmény igénybevételét akadályozná.⁵⁵

Tekintettel azonban a filmgyártás mobilitására és a globális gazdasági versenyre, a filmes nagyprodukciókért folytatott verseny nem korlátozódhatott az amerikai kontinensre. Az elmúlt évtized során világszerte növekvő mértékben tudatosodott a filmgyártás foglalkoztatást és állami adójövedelmeket növelő hatása. Ennek eredményeként egyre keményebb küzdelem folyik az országok között ennek a rendkívül mobilis iparágnak adott helyre csábításáért, elsősorban adójóváírással és más kedvezményekkel, illetve ezzel párhuzamosan a filmgyártáshoz szükséges technikai infrastruktúra, stúdiók létesítésével.⁵⁶ A filmek forgatásának, illetve az utómunkálatoknak (például a hang- és vizuális effektek létrehozásának) a helyszínére vonatkozó, világméretű versenynek ugyanis csak egyik tényezőjét jelentik az ország adottságai: a munkaerő vagy a helyszín bérlésének ára, illetve a filmgyártásban közreműködők szakmai színvonala. Emellett a döntő tényező egyre inkább az adókedvezmények megléte.⁵⁷ A nagy költségvetésű filmes produkciók helyszínre vonzásáért folyó verseny földrajzilag kiszélesedik, az Egyesült Államok, Kanada és Európa országai

55

 [2021. szeptember 12.]
<https://besttaxbreak.net/>

⁵⁶ FREEMAN, GREGORY – KYSER, JACK – SIDHU, NANY – HUANG, GEORGE – MONTOYA, MICHAEL: *What is the cost of runaway production? Jobs, Wages, Economic Output and State Tax Revenue at Risk when Motion Picture Productions Leave California*. Los Angeles County Economic Development Corporation, August 2005, http://www.stop-runaway-production.com/wp-content/uploads/2009/07/California_Film_Commission_Study.pdf [2012. március 12.]

⁵⁷ Oxford Economics: *Economic Impact of the UK Film Industry*. Supported by the UK Film Council and Pinewood Shepperton plc, July 2007, <http://www.ukfilmcouncil.org.uk/media/pdf/5/8/FilmCouncilreport190707.pdf> [2012. március 12.]

mellett Ausztrália,⁵⁸ Új-Zéland,⁵⁹ vagy Dél-Afrika,⁶⁰ és Tajvan⁶¹ is bekapcsolódott a versenybe. Legutóbb például Dél-Korea piaci sikereiről szóltak hírek, olyannyira, hogy 2019-ben az ország filmiparának bevétele elérte a 2 milliárd 140 millió dollárnak megfelelő értéket, amellyel a globális ranglistán a hetedik helyet foglalja el. Sőt, a dél-koreai filmipar sikerében már amerikai finanszírozás is szerepet játszik, a Netflix például 2021-ban 500 millió dollárt, teljes költségvetésének mintegy 3%-át költi el az országban új filmek és sorozatok elkészítésére.⁶²

A filmfinanszírozás világában bekövetkezett változás az amerikai filmgyártásra is visszahatott. Míg a múltban egy film költségvetésének akár száz százalékát előértékesítéssel beszerezhették, ez az összeg a 2010-es évekre körülbelül 70 százalékra zsugorodott.⁶³

⁵⁸ Három-féle adókedvezmény érhető el (Australian Screen Production Incentive) az ausztrál film-, televíziós és egyéb filmgyártás számára.

- Az ún. Producer Offset, a jelentős ausztrál tartalommal rendelkező filmprodukciók esetében 40%-os adóvisszatérítésre jogosítja a produkciós cégeket a támogatható játékfilmek és 20%-os visszatérítésre az egyéb támogatható formátumok esetében.
- Az ún. Helyszíni vagyis Location Offset egy 16,5%-os kedvezmény, amely az Ausztráliában forgatott nagy költségvetésű film- és televíziós projektek gyártását támogatja.
- Míg az ún. PDV Offset, az utó- digitális és vizuális effektek (Post, Digital and Visual Effects) támogatása, egy 30%-os adóvisszatérítés formájában, ha ezeket Ausztráliában végzik el, függetlenül attól, hogy a filmet hol forgatták.

<https://www.arts.gov.au/what-we-do/screen/australian-screen-production-incentive> [2021. szeptember 12.]

A fenti támogatások szövetségi, azaz központi kormányzati szinten értelmezendők. Ezen túl, az egyes államokban további kedvezmények is igénybe vehetők (az Északi terület és Tasmanía kivételével), bár jóval szűkebb körben, mint az Egyesült Államok államaiban.

⁵⁹ Új Zélandon külön támogatási program vonatkozik a nemzetközi, valamint a helyi produkciók állami támogatására. Nemzetközi filmprodukciók esetében a helyben felmerült és elszámolható költségek 20%-a visszatéríthető, ha a helyben felmerülő és elszámolható költség mértéke eléri vagy meghaladja a 15 millió új-zélandi dollárt. További 5% abban az esetben pályázható, ha Új-Zéland számára jelentős gazdasági előnyökkel jár a film készítése. Új-Zélandi produkciók esetében a helyben felmerült és elszámolható költségek 40%-a visszatéríthető, amelynek felső határa produkciónként maximum 6 millió új-zélandi dollár (kivételek vannak), abban az esetben, ha az jelentős új-zélandi tartalommal rendelkezik, vagy hivatalos kiprodukcióban készül. Source: <https://www.nzfilm.co.nz/incentives-co-productions> [2021. szeptember 12.]

⁶⁰ Többféle filmösztönző csomag működik az országban, amelyek révén nagyjából 25-35%-os adókedvezményre nyílik lehetőség. http://www.thedtic.gov.za/wp-content/uploads/Foreign_Film-Guidelines.pdf [2021. szeptember 12.]

⁶¹ A filmipari fejlesztésnek itt is két iránya van. Egyfelől a belső, helyi filmipar fejlesztését célzó alapok működnek, például a forgatókönyvfejlesztési alap, belföldi filmalap és nemzetközi filmfesztiválokra való részvétel ösztönzését, vagy a filmipar beruházásaira, a berendezések beszerzésére, a személyzet képzésére és az új technika fejlesztésére irányuló tevékenységek ösztönzését célzó támogatások. Másfelől, nemzetközi filmprodukciók esetében a Tajvanon felmerült költségek legfeljebb 30%-a, de max. 1 millió USD támogatás igényelhető. <https://taiwancinema.bamid.gov.tw/EngAssistant/EngAssistantContent/?ContentUrl=5> [2021. október 12.]

⁶² FALUVÉGI BALÁZS: *Üzleti okai is vannak, hogy ilyen piszok jók a dél-koreai filmek és sorozatok*. 2021. október 03., Portfolio; <https://www.portfolio.hu/befektetes/20211003/uzleti-okai-is-vannak-hogy-ilyen-piszok-jok-a-del-koreai-filmek-es-sorozatok-502118#> [2021. október 12.]

⁶³ MALYSHEV, ALEXANDER: *Financing Film through Aggressive Tax Incentives – A Losing Proposition for the States*. 19 Media Law and Policy 229, 2010, 233. o.

Valójában mind a szövetségi és az állami adójóváírás lehetősége ezt a szakadékot igyekszik áthidalni. A végeredmény ugyanakkor egy folyamatosan éleződő, világméretű verseny és Európában egy új típusú támogatási forma térhódítása lett.

Az eredendő törekvés a nemzeti, illetve az összeurópai filmipar védelmére az amerikai filmgyártással szemben nem akadályozta meg az európai országokat abban, hogy megkíséreljék kihasználni a bér munkában rejlő gazdasági potenciált. Az elmúlt évtizedben az Európai Unió tagállamaiban is megsokasodtak azok a támogatási intézkedések, amelyeknek célja a nagy – elsősorban amerikai – filmprodukciók adott országba vonzása.

A filmipar rendkívül mobilis ágazat; a filmgyártás helyszínének kiválasztása olyan üzleti döntéseken alapul, amelyeket nagyban befolyásolnak a világ különböző országaiban rendelkezésre álló gazdasági ösztönzők. Az elmúlt évtizedben egyre nagyobb verseny alakult ki a nagy költségvetésű - főként amerikai - produkciók vonzásáért, hogy kihasználhassák az általuk jelentett befektetési és munkalehetőségeket. E verseny fő eszközei a filmiparnak nyújtott helyi adókedvezmények különböző formái: adókedvezmények, adójóváírások és kombinált adókedvezmények.

A jelen fejezet célja, hogy feltérképezze ezen ösztönzők történetét és nemzetközi kontextusát, bemutassa az Európai Unió tagállamaiban elérhető adókedvezmények különböző formáit, konkrét példákkal szemlélítve a tagállamok között kibontakozó versengést. Ezen túl, betekintést nyújt az egymással versengő ösztönzők hatékonyságával kapcsolatban megfogalmazott kritikákba és aggodalmakba, valamint áttekintést ad a filmes adókedvezményeknek az európai szabályozási háttéréről és perspektíváiról, az Európai Bizottság azon kezdeményezéséről, hogy az uniós állami támogatási szabályok korszerűsítése révén korlátokat szabjon a nemzetközi versenyen túl, a tagállamok között is tapasztalható versenynek.

Az Amerikai Egyesült Államokkal ellentétben ugyanis az Európai Unió tagállamai nem dönthetnek korlátozás nélkül állami támogatások bevezetéséről. Az európai uniós jogrend egyik sajátossága a tagállamok által nyújtott támogatások Európai Bizottság általi ellenőrzése, amelyet gazdaságpolitikai, integrációs és versenypolitikai célok egyaránt indokoltta tesznek.⁶⁴

2. Az Európai Unió állami támogatási szabályai a filmgyártás területén

Az Európai Unió Működéséről Szóló Szerződés (a továbbiakban "EUMSZ") 107. cikkének (1) bekezdése főszabályként tiltja az állami támogatások bevezetését, azaz bármely olyan állami forrásból nyújtott pénzügyi előnyt, *"amely bizonyos vállalkozásoknak vagy bizonyos áruk termelésének előnyben részesítése által torzítja a versenyt, vagy azzal fenyeget, amennyiben ez érinti a tagállamok közötti kereskedelmet."*

A következő két bekezdés, amelyek a megengedett,⁶⁵ illetve az Európai Bizottság által engedélyezhető⁶⁶ támogatásokat jelölik meg, ugyanakkor egyértelművé teszi, hogy a valóságban inkább a verseny vagy az egységes belső piac szempontjából káros és a megengedett támogatások közötti különbségtételről van szó.

Tekintettel a filmipar kulturális jelentőségére és a filmtámogatások eredendően kulturális célkitűzéseire, a filmgyártás támogatása az Európai Bizottság gyakorlatának megfelelően a 107. cikk (3) d) pontja, az 1992-es Maastrichti Szerződés által bevezetett ún. kulturális kivétel alapján kerül megítélésre, mint *"a kultúrát és a kulturális örökség megőrzését előmozdító"*

⁶⁴ Lsd. például SINNAEVE, ADINDA: How the EU manages subsidy competition, Speech prepared for presentation on February 27, 2004, at Reining in the Competition for Capital, a conference organised by Professor Ann Markusen at the Humphrey Institute at the University of Minnesota http://www.hhh.umn.edu/img/assets/6158/sinnaeve_paper.pdf [2012. március 12.]

⁶⁵ EUMSZ 107. cikk (2) bekezdés

⁶⁶ EUMSZ 107. cikk (3) bekezdés

támogatás", amely engedélyezhető, "ha az az Unión belüli kereskedelmi és versenyfeltételeket nem befolyásolja a közös érdekekkel ellentétes mértékben".

Azokat a feltételeket, amelyeket a támogatási intézkedésnek ennek érdekében teljesítenie kell, a *Filmművészeti és más audiovizuális művek egyes jogi vonatkozásairól* szóló, 2001-ben kiadott bizottsági közlemény (a továbbiakban Filmművészeti Közlemény)⁶⁷ ismerteti, amelyet az Európai Bizottság, annak felülvizsgálatát megelőzően, több ízben meghosszabbított.⁶⁸ A Filmművészeti Közlemény – az általános jogszerűség, azaz az egyéb Szerződéses rendelkezések tiszteletben tartásának alapkövetelményén kívül – az alábbi követelményeket határozza meg:

- Kulturális célkitűzés: a támogatást „kulturális termékhez” kell nyújtani, azaz a tagállamoknak biztosítaniuk kell, hogy a támogatott termék (a szubszidiaritás elvének alkalmazásával összhangban) ellenőrizhető tagállami kritériumok szerinti kulturális tartalommal rendelkezzen.
- Korlátozott területiség (territorializáció): a gyártónak lehetővé kell tenni, hogy a film költségvetésének legalább 20%-át más tagállamokban költhesse el. Ezáltal előírható a kedvezményezett számára, hogy a támogatásban részesülő film vagy TV-műsor gyártási költségvetésének maximum 80%-át a támogatást nyújtó tagállamban költse el.
- Kiegészítő jelleg: alapszabály szerint az állam által nyújtott támogatás nem haladhatja meg a költségvetés 50%-át, kivételt képeznek ez alól a nehezen megvalósítható és az alacsony költségvetésű filmek.

⁶⁷ Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of Regions on certain legal aspects relating to cinematographic and other audiovisual works, Brussels, 26.09.2001, COM(2001)534 final

⁶⁸ A Bizottság közleménye a filmművészeti és más audiovizuális alkotásokkal kapcsolatos bizonyos jogi szempontokról szóló, 2001. szeptember 26-i bizottsági közlemény (Filmművészeti Közlemény) állami támogatásokra vonatkozó értékelési szempontjairól, HL C 31/1, 2009.2.7.

- Speciális kiegészítő támogatások tilalma: különálló filmgyártási tevékenységekre, pl. utómunkálatokra nem lehet támogatás-kiegészítést nyújtani és ezáltal meghatározott munkafolyamatokat az adott tagállamba vonzani.⁶⁹

Ezt a követelményrendszert eredendően az Európában hagyománynak számító, nemzeti, kulturális filmipart támogató intézkedések alapján határozta meg az Európai Bizottság, mintájaként a francia filmtámogatási rendszer felülvizsgálata szolgált. Az évezredforduló után előtérbe kerülő, a nagyprodukciók adott ország területére vonzását célzó, az abban rejlő gazdasági potenciál kiaknázására irányuló állami támogatásokat azonban elsődlegesen inkább gazdasági, mint kulturális érdekek motiválják. Az elmúlt évek döntéseiből kitűnik, hogy a Bizottság ezekben az esetekben közelebbről vizsgálja, teljesítik-e ezek az intézkedések a kulturális kivételben foglalt feltételeket.⁷⁰

Ez mindenekelőtt a kulturális célkitűzés behatóbb vizsgálatában ölt testet. A nemzeti, kulturális motivációjú filmtámogatások során a kulturális célkitűzés többnyire magától értetődően adott volt. A nagyprodukciókra irányuló kedvezmények vizsgálata során ugyanakkor a kulturális követelménynek való megfelelés sarkalatos kérdéssé vált, szükségessé téve a támogatott filmek kulturális tartalmát biztosító tagállami kritériumok részletes elemzését. Ez azonban – tekintettel a kultúra nehezen megragadható fogalmára, valamint az Európai Unió és a tagállamok közötti hatáskörmegosztásra – korántsem egyszerű és ellentmondásokról mentes.

⁶⁹ TOSICS NÓRA: Audiovizuális politika. In: KENDE TAMÁS – SZÜCS TAMÁS: Bevezetés az Európai Unió politikáiba, Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest, 2011

⁷⁰ BROCHE, JÉRÔME – CHATTERJEE, OBHI – ORSSICH, IRINA – TOSICS, NÓRA: *State aid for films: a policy in motion?* Competition Policy Newsletter 2007/1

Bár a Maastrichti szerződés külön fejezetet szentelt a kultúrának, a kultúra fogalmát nem definiálta,⁷¹ valamint jelezte, hogy a kultúra elsődlegesen nemzeti hatáskörbe tartozik. Ennek megfelelően a tagállamok jogosultak a filmtámogatás kulturális célkitűzésének, a támogatandó filmek kulturális tartalmának meghatározására, az Európai Bizottság e tekintetben csak akkor léphet fel, ha a tagállamok nyilvánvaló hibát (manifest error) követnek el. A Bizottság jogköre és kötelezettsége döntően arra korlátozódik, hogy ellenőrizze, hogy a kulturális tartalom meghatározása ellenőrizhető tagállami szintű követelmények alapján történik-e.

Jellemző példaként szolgálhat a kulturális követelmények megfogalmazására, a Bizottság által alkalmazott mércére a magyar és az angol filmtámogatási adókedvezmény, amelyet a következőkben részletesen bemutatunk. Emellett röviden kitérünk az Európai Unió más országaiban érvényben lévő filmes adókedvezményekre is.

3. Adókedvezmények a filmgyártás szolgálatában az Európai Unió országai

Az első adókedvezmények a 80-as években jelentek meg Európában a filmgyártás szolgálatában. Az első adókedvezményt is tartalmazó támogatási modellt Franciaország vezette be 1985-ben a SOFICA (Société pour le Financement du Cinéma et de l'Audiovisuel) befektetési alapok megteremtésével. Az amerikai eredetű adókedvezményekkel ellentétben ezeknek a befektetési alapoknak a célja elsősorban a magán-megtakarítások hasznosítása volt a francia filmgyártás szolgálatában. A beérkezett tőke sorsáról a befektetési alapok döntöttek, a befektetők pedig a részvények után adókedvezményt – magánszemélyek esetén legfeljebb a

⁷¹ CASTENDYK, OLIVER – DOMMERING, EGBERT J. – SCHEUER, ALEXANDER: *European Media Law*. Kluwer Law International, The Netherlands, July 2008

jövedelem 25%-áig terjedő adólevonást, vállalatok esetében a befektetett összeg 50%-áig kedvezményes amortizációt – érvényesíthettek. Ebben a rendszerben tehát a befektető és a filmes produkció között nincsen közvetlen gazdasági kapcsolat, ennél fogva a járulékos gazdasági kérdések (pl. reklámlehetőség) nem jutnak szerephez. A befektetési alapok a kockázatmegosztás érdekében jellemzően kisebb összegekkel támogatják az egyes filmes produciókat, és esetükben a kulturális szempont nagyobb szerephez juthat.⁷²

Európában az első, a filmgyártási tevékenység átfogó ösztönzésére irányuló, az amerikai példákhoz hasonlítható modellt Írország vezette be 1987-ben, lehetővé téve, hogy a vállalkozások – illetve utóbb magánszemélyek – a filmgyártásba közvetlenül befektetett összeg után adólevonást vegyenek igénybe. Ennek a kedvezménynek lényegi eleme, a francia kedvezménnyel ellentétben, a befektető és a filmgyártó közötti közvetlen kapcsolat. A befektető gazdasági döntését a filmgyártóval kötött megállapodásban rögzített anyagi haszon (tipikusan a film nyereségéből való részesedés) és más járulékos előnyök mellett az állam az adó mérséklésével teszi előnyösebbé. Bár a két modell egymás mellett, egymást kiegészítve is létezhetne, a gyakorlatban a közvetlen kapcsolaton nyugvó adókedvezmények váltak általánosan elterjedtté. Luxemburg már 1988-ban, majd Anglia 1992-ben az írországihoz hasonló kedvezmény bevezetése mellett döntött, amely az ország területén felmerült gyártási költségek után adólevonásra adott lehetőséget.

Az adókedvezmények bevezetésének nagyobb hulláma Amerikához hasonlóan Európában is az ezredforduló után vette kezdetét. Ez a folyamat a kedvezmények fokozódásával járt Európa-szerte, amelynek során az adólevonás mellett megjelentek az adójóváírási lehetőségek, illetve a kétfajta kedvezményt ötvöző modellek is. Az adójóváírások keretei is fokozatosan váltak egyre kedvezőbbé, az előre meghatározott összeghatárok nőttek vagy megszűntek, ami

⁷² EPERJESI JÁNOS: *Filmipar Európában – 6. rész, Közvetett támogatások, az adókedvezmények szerepe és jelentősége.* <http://www.filmtett.ro/cikk/2697/filmipar-europaban-6-resz-kozvetett-tamogatások-az-adokedvezmények-szerepe-es-jelentosege> [2012. március 12.]

által a kedvezmény egyre jobban közeledett a közvetlen kifizetésekhez, járulékos gazdasági ösztönzőből önálló motiváló erővé lépve elő, bizonyos esetben a piaci alapú befektetési döntések helyére lépve.

2002-ben Belgiumban vezettek be adólevonási lehetőséget, 2004-ben Franciaország már új típusú adókedvezménnyel bővítette széleskörű filmtámogatási rendszerét. Ennek alapján a filmgyártó vállalatok számára megnyílt az adójóváírás, azaz a fizetendő adó csökkentésének lehetősége – igaz, ebben az esetben még előre meghatározott felső határ, legfeljebb 1 millió euró értékben. Ugyanebben az évben Magyarország is filmes adókedvezményt vezetett be, amelyben a filmszakmán kívüli befektetések ösztönzésére már az adólevonást és az adójóváírást egyszerre tette lehetővé. A magyar modell kifejezetten nem gazdasági alapú befektetési döntéseken, hanem a befektetők által ingyenesen nyújtott támogatásokon alapszik, azok után biztosít lehetőséget a kedvezmény igénybevételére.

Anglia 2006-ban szintén kombinált adólevonási és kifizethető adójóváírási lehetőséget vezetett be, azonban a magyar kedvezménytől eltérően kifejezetten filmgyártó cégek számára. Az Olaszországban 2008-ban bevezetett komplex adókedvezmény-rendszer pedig mind a filmgyártók tevékenységét, mind a filmszakmán kívüli befektetéseket új kedvezményekkel (adólevonással és adójóváírással) kívánja fellendíteni. A támogatási rendszerek növekvő célzatosságát mutatja, hogy mind Olaszország, mind a későbbiekben Franciaország külön adókedvezményt biztosított a külföldi filmek hazai gyártásának támogatására. Az új támogatási formák bevezetésével egyidejűleg természetesen a már meglévő kedvezmények növelésére is sor került – Írországban például az évek során 50 millió euróra emelték az adott film után adókedvezményre jogosító befektetések felső határát.

Európa országaiban háromféle filmtámogatást ösztönző struktúra létezik és keveredik. Míg az adókedvezmények célja, hogy a magas adófizetési kötelezettséggel rendelkező cégek, esetleg magánszemélyek beruházásaik értékét az adókötelezettségükből levonhassák, addig

adóvisszatérítésre a produciók tarthatnak igényt meghatározott költségvetési tételeik százalékos arányában közvetlenül az állami költségvetésből finanszírozva. Kifizetésükre a gyártás befejezését követően, auditált költségvetés benyújtása után kerülhet sor, amikor a produciók tevékenység következtében az állam is adójövedelmekhez jutott. Az adójóváírások hasonlítanak az adóvisszatérítésre, mert szintén a költségek egy bizonyos százalékának visszajuttatását eredményezik, de a gyártó adófizetési kötelezettségeivel szemben számolják el az éves adóbevallás benyújtásakor. Ha elszámolás után többlet keletkezik, azt készpénzben fizetik ki.

A következőkben részletesen kitérünk az egyes európai országok által bevezetett, változatos támogatási rendszerekre, különös tekintettel Magyarországra és Angliára. E két ország ugyanis jól mutatja, hogy eltérő gazdasági helyzettel és filmgyártási kapacitással egyaránt alkalmazhatóak az adókedvezmények, amelyek – tekintettel a filmipar mobilitására – hamar átrendeződéseket és váratlan versenyhelyzetet eredményezhetnek.

4 Adókedvezmények az új és a régi filmgyártási célpontok szolgálatában:

Magyarország és Anglia

4.1 Magyarország

A közép-kelet-európai régióban először és sokáig egyedülként Magyarország vezetett be átfogó filmgyártást ösztönző pénzügyi rendszert, amely külföldi nagyprodukciók hazai gyártását ösztönző kedvezményt is magában foglalt.⁷³ Eredetileg 2004-ben fogadták el a

⁷³ Csehország 2010-ben vezetett be hasonló céllal új támogatási rendszert, erről bővebben szól a fejezet 7 pontja.

magyar filmszakmai adókedvezményt, amelyet az Európai Bizottság első ízben a csatlakozást megelőzően bevezetett állami támogatásokra vonatkozó ún. ideiglenes eljárás keretében 2007 végéig hagyott jóvá. A program meghosszabbításának jóváhagyására módosításokat – mindenekelőtt a filmes adókedvezmény igénybevételéhez szükséges kulturális teszt bevezetését – követően 2008 júliusában került sor.⁷⁴

A filmes adókedvezmény hazai modelljének célja a filmszektoron kívüli vállalatok ösztönzése a filmgyártás támogatására. Ennek érdekében adókedvezményben közvetlenül a valamely filmalkotás gyártásához egyoldalúan – ellentételezés nélkül – támogatást nyújtó társasági adóalany vállalkozások részesülhetnek. Az intézkedés lehetővé teszi számukra, hogy a filmgyártáshoz nyújtott támogatás összegét – amely legfeljebb az adott filmalkotás költségvetésének 20%-áig terjedhet – mind az adóköteles jövedelmükből, mind pedig az adókötelezettségükből levonják. Ez más szóval azt jelenti, hogy a támogatók számára az adókedvezmény egyrészt a társasági adóalapban (mint elszámolható költség), másrészt a fizetendő adóból levonva érvényesíthető. A kedvezményes 10%-os társasági adókulcs 500 millió HUF adóalap elérését követően 19%-ra emelkedik. Ezt figyelembe véve tehát az adókedvezménnyel a mindenkor társasági adókulccsal megegyező, jelenleg 19%-os nominális hozam érhető el (100 egység támogatásért cserébe 119 egység adókedvezmény). Az adólevonás egy adóévben legfeljebb a vállalat adókötelezettségének 70%-áig terjedhet, a különbözet azonban átvihető a következő hat adóévre.

Az adókedvezmény igénybe vehető mind a magyar filmelőállítók (koproducereket) által készített filmek, mind a külföldi filmelőállítók által Magyarországon (is), magyar vállalkozás bevonásával készített filmek (megrendelésre készült filmalkotások, más néven gyártási szolgáltatás vagy bér munka) támogatása esetén. Az adókedvezmény legfeljebb a közvetlen

⁷⁴ Európai Bizottság döntése, N202/2008. sz. állami támogatás – Magyarország, Filmszakmai támogatási program, Brüsszel, 2008.7.16, C(2008)3543 végleges

filmgyártási költségek⁷⁵ 20%-áig vehető igénybe, ha a közvetlen magyar filmgyártási költségek⁷⁶ elérik a filmgyártási költségek legalább 80%-át. Abban az esetben, ha a magyar filmgyártási költségek ennél alacsonyabbak, a kedvezmény a közvetlen magyar filmgyártási költségek 25%-áig terjed.⁷⁷ Ez a megoldás figyelembe veszi a Filmművészeti Közlemény korlátozott territorializációra vonatkozó szabályait és nem ösztönöz a filmgyártási költségek 80%-ánál nagyobb hányadának magyarországi elköltésére. Az adókedvezmény működését, a magyar filmgyártási költségek arányától függően, az alábbi példával szemléltethetjük:

Valamely filmgyártó vállalat olyan filmalkotást készít, amelynek az összes közvetlen gyártási költsége 1 millió euró, ennek A esetben 80%-a, B esetben 90%-a, C esetben 70%-a minősül közvetlen magyar filmgyártási költségnek.

	A	B	C
<i>Magyar költség</i>	<i>800 000 euró</i>	<i>900 000 euró</i>	<i>700 000 euró</i>
<i>Külföldi költség</i>	<i>200 000 euró</i>	<i>100 000 euró</i>	<i>300 000 euró</i>
<i>Adókedvezményre jogosító támogatás maximális összege</i>	<i>200 000 euró (összes költség 20%-a)</i>	<i>200 000 euró (összes költség 20%-a)</i>	<i>175 000 euró (magyar költség 25%-a)</i>
<i>Gyártó által más forrásból biztosítandó összeg</i>	<i>800 000 euró</i>	<i>800 000 euró</i>	<i>825 000 euró</i>

⁷⁵ A mozgóképről szóló 2004. évi II. törvény 2. § 25. pontja szerint közvetlen filmgyártási költség „az adott filmalkotás költségvetésében szereplő, a filmalkotás előállítója, vagy megrendelésre készülő filmalkotás esetében a gyártásában részt vevő magyar filmgyártó vállalkozás által pénzügyileg teljesített, bizonylattal igazolt kifizetés, amely megfelel az e törvényben meghatározott feltételeknek”

⁷⁶ A 2004. évi II. törvény 2. § 29. Pontja szerint közvetlen magyar filmgyártási költség „a közvetlen filmgyártási költségek azon csoportja, amely adó- vagy egyéb közteherfizetési kötelezettség formájában merül fel, vagy amelynek felmerülése Magyarországon adó- vagy járulékfizetési kötelezettséget keletkeztet és megfelel az e törvényben meghatározott követelményeknek”

⁷⁷ A mozgóképről szóló törvény konstrukciója szerint ebben az esetben a közvetlen magyar filmgyártási költségek 1,25-szöröse képezi azt az alapot, amelynek 20%-áig terjedhet a kedvezmény.

A filmalkotáshoz támogatást nyújtó adózó adóköteles eredménye 2,35 millió EUR, a társasági adókulcs 19%. Pénzügyi helyzete a filmalkotáshoz nyújtott támogatás függvényében, a kedvezményre jogosító maximális támogatás alapulvételével a következőképpen alakul:

	<i>Filmtámogatás nélkül</i>	<i>A, B</i>	<i>C</i>
<i>Adózó eredmény</i>	<i>2 350 000 euró</i>	<i>2 350 000 euró</i>	<i>2 350 000 euró</i>
<i>Adózó hozzájárulása a filmalkotáshoz</i>	<i>-</i>	<i>200 000 euró</i>	<i>175 000 euró</i>
<i>Adóalap</i>	<i>2 350 000 euró</i>	<i>2 150 000 euró</i>	<i>2 175 000 euró</i>
<i>Adókötelezettség (19%)</i>	<i>446 500 euró</i>	<i>408 500 euró</i>	<i>413 250 euró</i>
<i>Adójóváírás</i>	<i>-</i>	<i>200 000 euró</i>	<i>175 000 euró</i>
<i>Fizetendő adó</i>	<i>446 500 euró</i>	<i>208 500 euró</i>	<i>238 250 euró</i>

Az Európai Bizottság döntésében állami támogatási szempontból a filmalkotáshoz támogatást nyújtó vállalat és a filmgyártó helyzetét egyaránt vizsgálta. Az adókedvezmény igénybevételére jogosult, támogatást nyújtó vállalatok esetében azonban arra a következtetésre jutott, hogy mivel a kedvezményt elméletileg bármely vállalkozás igénybe veheti, esetükben hiányzik az állami támogatás egyik fogalmi eleme, az intézkedés szelektív jellege. Ez azonban nem zárta ki, hogy az adókedvezmény közvetett kedvezményezettjei, a támogatásban részesülő filmgyártók esetében teljesüljenek az állami támogatás kritériumai. Az adókedvezmény uniós joggal való összeegyeztethetőségéhez ezért a Filmművészeti Közlemény valamennyi feltételének teljesítése szükséges, beleértve a támogatás kulturális célkitűzésére irányuló elvárást.

A támogatási program meghosszabbításának engedélyezése során a legsarkalatosabb kérdést ennek a követelménynek a teljesítése jelentette. Ennek érdekében a legfontosabb változás 2008-ban az adókedvezmény igénybevételéhez szükséges kulturális teszt bevezetése volt. Ahhoz, hogy adott film támogatása után igénybe vehető legyen az adókedvezmény, a

filmalkotásnak a következő tartalmi feltételek közül legalább kettőt teljesítenie kell (magyar részvételű koprodukciók esetén az Európai Filmkoprodukciós Egyezményben meghatározott feltételeknek való megfelelés ezzel egyenértékű):

- a) a filmalkotás témája vagy az annak alapjául szolgáló mű olyan történeten (eseményen) alapul, amely része a magyar vagy európai kultúrának, illetve történelmi, mitológiai, vallási szempontból fontos történet (esemény) bemutatásával, illetve feldolgozásával kapcsolatos;
- b) a filmalkotás témájában vagy az annak alapjául szolgáló műben olyan személyek vagy karakterek szerepelnek, akik kapcsolatosak a magyar vagy az európai kultúrával, illetve a történelemmel, a társadalommal vagy a vallással való kapcsolódásuk miatt meghatározóak;
- c) a filmalkotás a magyar vagy az európai szokásokat és életmódot mutatja be vagy ezek egyes elemeit népszerűsíti;
- d) a filmalkotás magyar vagy más európai helyszínen, illetve ehhez köthető kulturális környezetben játszódik vagy képi megjelenítésében magyar vagy más európai települést (várost, tájat, tájegységet), illetve jellegzetes magyar vagy európai kulturális motívumot mutat be;
- e) A filmalkotás forgatókönyve vagy az annak alapjául szolgáló mű egy irodalmi mű feldolgozásán vagy valamely más kulturális értéket hordozó mű (képző- vagy iparművészeti alkotás, zenemű stb.) adaptációján alapul;
- f) a filmalkotás témájának vagy az annak alapjául szolgáló anyagnak a magyar vagy más európai ország társadalma számára kulturálisan, szociológiailag vagy politikai szempontból releváns kérdés áll a középpontjában;
- g) a filmalkotás valamely fontos magyar vagy európai értéket – különösen a kulturális sokszínűséget, a kulturális hagyományok vagy a család tiszteletét, a szolidaritást, az

egyenjogúságot, a kisebbségvédelmet, az emberi jogokat, a toleranciát, a környezetvédelmet – tükröz vagy jelenít meg;

h) a filmalkotás a magyar vagy az európai kultúra és identitás jobb megismerését szolgálja.

A fenti szempontokat, amelyek egyenként 1 pontot érnek, további hat, többségében gazdasági jellegű, így a magyar vagy európai munkaerő foglalkoztatásával, illetve a magyarországi forgatási és gyártási munkálatokkal kapcsolatos szempont egészíti ki:

i) A filmalkotás kulturális értéket műfaja alapján létrehozó filmalkotás (4 pont);

j) A filmalkotás alábbi közreműködői között magyar vagy más EGT állam polgára található, illetve olyan nem EGT állam polgára, aki nemzetközi filmfesztiválon díjat nyert mint: rendező, producer, operatőr, forgatókönyvíró, fő- és mellékszereplők, zeneszerző, látványtervező, jelmeztervező, vágó, maszkmester, főgyártásvezető/gyártásvezető, utómunka gyártásvezető (hangi/képi/digitális) (1 pont minden két teljesített kategória után, legfeljebb 6 pont);

k) a filmalkotás végső változata valamely EGT-állam nyelvén készül (4 pont);

l.) a filmalkotás egyéb közreműködői legalább 51%-ban valamely EGT állam polgárai, vagy olyan koprodukcióról van szó, amely nem minősül európai film-koprodukciónak (4 pont);

m) a forgatási helyszín Magyarországon van (3 pont);

n) a filmgyártás-előkészítés vagy az utómunka végzésének helye Magyarország (3 pont).

Az adókedvezményre való jogosultság érdekében a filmalkotásnak a kulturális teszt teljesítésén kívül az összes szempont közül legalább 4 kategóriában pontot kell szereznie, és

összesen legalább 16 pontot el kell érnie. Ennek a követelménynek a teljesítését jelentősen megkönnyíti az, hogy a nemzeti filmipari vonatkozások között két olyan általános kategória is helyet kapott, mint az i) vagy a k).

A hazai adókedvezmény hatását mind a magyar, mind a nemzetközi elemzések kiemelik. Angol elemzések szerint a siker kulcsát az adókedvezmény bevezetése mellett a magas színvonalú infrastruktúra kiépítése és az intenzív amerikai promóciós tevékenység jelentette. Magyarország 2008-ban a filmes infrastruktúra bővítésének ösztönzésére külön fejlesztési adókedvezményt vezetett be a legalább 100 millió forint értékű, film- és videógyártó létesítményekbe történő beruházások után.⁷⁸ A kedvezmény alapján a beruházók legfeljebb tíz évig adókötelezettségük 80%-áig terjedő adókedvezményben részesülhetnek. Ennek is köszönhetően a gyártókapacitás megsokszorozódott, mára a Mafilm mellett négy új stúdiókomplexum működik.⁷⁹

Ez az infrastruktúra elsődlegesen a bér munkákat szolgálja ki, amelyek száma évről évre nő, párhuzamosan az igénybe vett adókedvezmények összegével. 2004-ben még csak 7, 2010-ben azonban már 49 külföldi produkció készült Magyarországon.⁸⁰ Az adókedvezményre jogosító, Nemzeti Filmiroda által kiadott támogatási igazolásokban szereplő összeg 2004-től 2010-ig 0,63 milliárd forintról 7,29 milliárd forintra emelkedett⁸¹ (ehhez képest érdekesség, hogy a költségvetési zárszámadások szerint a bevételek alapján a filmes adókedvezmények összege 2010-ben 4,5 milliárd forintot tett ki).⁸² Ugyanebben az időszakban jelentősen megnőtt a magyarországi filmes kiadások összege. Egyes adatok szerint 2004-től 2010-ig az iparági

⁷⁸ Európai Bizottság döntése, N646/2007. sz. állami támogatás – Magyarország, Fejlesztési adókedvezmény a film- és videógyártó létesítményekbe történő beruházásokhoz – a fejlesztési adókedvezményről szóló N651/2006. sz. támogatási program módosítása, Brüsszel, 2008.4.30, C(2008)1622

⁷⁹ Raleigh, www.raleighstudios.com; Korda, www.kordafilmstudio.hu; Astra, www.astrafilmstudio.hu; Stern, www.sternfilm.com

⁸⁰ "A Time szerint Európa új Hollywoodja lehet Budapest". http://hvg.hu/kultura/20100719_time_budapest_film

⁸¹ <http://www.nemzetifilmiroda.hu/#> [2012. március 12.]

⁸² T/3927. sz. Törvényjavaslat a Magyar Köztársaság 2010. évi költségvetésének végrehajtásáról, Fejezeti Kötetek, XLII. A központi költségvetés fő bevételei, Mellékletek <http://www.parlament.hu/irom39/03927/adatok/fejezetek/42mell.pdf> [2012. március 12.]

költés megtízszereződött, 3 milliárdról 36 milliárd forintra emelkedett.⁸³ A Korda filmstúdió adatai szerint pedig 2010-ben a magyar filmipar 23 milliárd forint exportot termelt a külföldi produkciónak révén, amely „nagyjából 20 százalékos növekedést jelent az előző évekhez képest”.⁸⁴ A filmstúdió emellett a filmgyártás foglalkoztatásra gyakorolt hatását is hangsúlyozza, kiemelve, hogy „míg 3-4 évvel ezelőtt a nemzetközi produkciónak saját stábot hoztak, addig ma már a díszletkivitelező társaság 90%-a magyar.” Számításaik szerint „a magyar állam által a filmiparra adott minden egyes forint a kormányzat számára kettő és fél forintot biztosan hoz.” A növekedés a magyar filmek tekintetében azonban már korántsem ennyire látványos. A Nemzeti Filmiroda statisztikái szerint 2004-ben 26, 2010-ben 37 film szerepelt a bemutatott magyar filmek listáján, a látogatottság pedig ezzel egyidejűleg jelentősen, 1,3 millióról 578 millióra csökkent. További nehézséget okozott a COVID járvány. 2020-ban 85 egész estés magyar film készült, amely azonban a 2019-es számhoz képest 16%-kal kevesebb. A saját gyártású, filmszínházi bemutatásra szánt hazai mozifilmek száma 2019-ben 45, 2020-ban 28 volt.⁸⁵ Igaz, hogy Magyarország továbbra is forgatási helyszín és stábot jelentett nemzetközi produkciónak számára.

4.2 Egyesült Királyság

Angliában már az 1992-es Pénzügyi törvény (Finance Act 1992) óta lehetőség volt a filmgyártás során az ország területén felmerült költségeknek a társasági adó alá eső jövedelemből való levonására (rendszerint három év alatt, alacsony költségvetésű filmek esetén

⁸³ Abacus-Consult Kft. prezentációja

http://www.ahkungarn.hu/fileadmin/ahk_ungarn/Dokumente/Bereich_CC/Veranstaltungen/2011/2011-05/2011-05-11_Recht_und_Steuern_Aktuell_HLB/20110511_HLB_rendezveny_FINAL_2.pdf [2012. március 12.]

⁸⁴ Csapó: *Hollywood meghajol a magyar filmesek előtt.* <http://fn.hir24.hu/nagyinterju/2011/12/14/hollywood-meghajol-a-magyar-filmesek-elott/> [2012. március 12.]

⁸⁵ KSH adatok: https://www.ksh.hu/docs/hun/xftp/stattukor/mozil_filmek/index.html [2021. október 12.]

az 1998-as módosítás óta azonnal). Ezt egészítette ki a 2006-os Pénzügyi törvény (Finance Bill 2006), megnövelve az adókedvezményeket és így ösztönözve a filmgyártást Angliában.⁸⁶

A 2007. január 1-jén életbe lépett új filmes adókedvezmény egyrészt az eddigiekhez képest további adólevonási lehetőséget, másrészt kifizethető adójóváírást foglal magába. Az új adólevonási lehetőség alapján a film költségvetésétől függően az Anglia területén felmerült filmgyártási költségek meghatározott részét ismételten le lehet vonni az adózó nyereségből. Ez a levonás a legfeljebb 20 millió £ összköltségvetésű filmek esetén az angliai költségek 80%-a, az ezt meghaladó költségvetésű filmek esetén 64%-a. Ezt a további adólevonási lehetőséget egészíti ki a kifizethető adójóváírás lehetősége, amelynek segítségével az adólevonás után keletkező, negatív adóalap után – de legfeljebb az angliai költségek 80%-áig – igényelhető kifizetés. A kifizetés mértéke a legfeljebb 20 millió £ összköltségvetésű filmek esetén a negatív adóalap 25%-a, az ennél nagyobb költségvetésű filmek esetén a negatív adóalap 20%-a. A negatív adóalapot ezen túlmenően nem lehet további levonások vagy kedvezmények céljára felhasználni. Az Anglia területén felmerült költségek 80%-át meghaladó, illetve az Anglián kívül felmerült költségek a rendes adózás szabályai szerint alakulnak.

Az adókedvezmény működését az alábbi példa szemlélteti: egy filmproduktions cég előállít egy filmet, amelynek összköltségvetése az előgyártás, a forgatás és az utómunkálatok költségeivel együtt 10 millió £, amely teljes egészében Angliában felmerülő költség. A film egy terjesztő megbízásából készült, aki 11 millió £-t fizetett a kész filmért. Mivel a film költsége kevesebb, mint 20 millió £, jogosult az angliai költségek 80%-áig terjedő adólevonásra és a 25%-os kifizethető adójóváírásra.⁸⁷

⁸⁶ HM Revenue&Customs: Reform of Film Tax Relief, <http://www.hmrc.gov.uk/films/reforms.htm> [2012. március 12.]

⁸⁷ European Commission decision, State aid N 461/2005 – UK film tax incentive, Brussels, 22.11.2006, C(2006)3982 final

Bevétel (B)	11 millió £
Kiadás (K), ebből angliai költség: x%	10 millió £, ebből angliai költség 100%
Adózó nyereség (B-K)	1 millió £
További adólevonás (AL) (az angliai költségek 80%-a)	8 millió £
Negatív adóalap (B-K-AL)	7 millió £
Kifizethető adójóváírás	1,75 millió £

Az adókedvezmények igénybevételével az állami támogatás intenzitása (az államilag finanszírozott hányad a támogatott filmek teljes költségvetéséhez viszonyítva) a legfeljebb 20 millió £ összköltségvetésű filmek esetén maximum 24%, az ennél nagyobb költségvetésű filmek esetén maximum 19,2% lehet. A támogatásban olyan filmproduktions cégek részesülhetnek, amelyek az angol társasági adó alanyai, és amelyek – a koproduktions kivételével – egy adott mozifilm teljes forgatását, utómunkálatait és elkészültét ellenőrzésük alatt tartják, ezért felelősséggel tartoznak. Koproduktions esetén is követelmény, hogy a filmproduktions cégnek valódi és aktív részvételt kell tanúsítania a film gyártásában. Az adókedvezményben való részesedés feltétele továbbá, hogy a film teljes költségvetésének legalább 25%-át Angliában realizálják. Emellett követelmény az is, hogy a film kulturális értelemben angol filmnek minősüljön az angol kulturális teszt alapján.⁸⁸

Az angol kulturális teszt hivatott biztosítani, hogy a támogatási intézkedés megfeleljen a 2001-es Filmművészeti Közleményben foglalt, a támogatás kulturális célkitűzésére vonatkozó követelménynek. A teszt az állami támogatás engedélyezésére irányuló eljárás egyik legkritikusabb pontját jelentette, az Európai Bizottsággal folytatott egyeztetések során az angol

⁸⁸ Koproduktions esetén az Európai Filmkoproduktions Egyezményben foglalt feltételek teljesítése ezzel egyenértékűnek minősül.

hatóságok a követelményrendszer módosítása mellett döntöttek. Az eredetileg tervezett követelmények a következők voltak:⁸⁹

Követelmény	Maximális pontszám
A – Kulturális tartalom (maximum: 4 pont)	
• Teljesen/részben Angliában játszódik	1
• Főszereplők Angol állampolgárok vagy Angliában tartózkodnak	1
• Angol téma vagy forrás készült	1
• Angol nyelvű dialógus (beleértve a hivatalos angol regionális vagy kisebbségi nyelveket)	1
B – Angol kulturális csomópontok (hubs) használata (maximum: 15 pont)	
• Stúdió/helyszíni forgatás	6
• Vizuális effektek	4
• Speciális effektek	1
• Zene felvétel	2
• Hang utómunkálatok	1
• Laboratóriumi munkálatok	1
C – EGT állampolgár / az EGT-ben tartózkodó kulturális szakemberek használata (maximum: 13 pont)	
• Rendező	2
• Forgatókönyvíró	2
• Producer	1
• Zeneszerző	2
• Főszereplő színészek	2

⁸⁹ European Commission decision, State Aid N 461/2005, 5-7. o.

• Szereplők többsége	1
• Legfontosabb szakemberek	3
• Stáb többsége	1

Ennek az eredeti tesztnek a teljesítéséhez a filmnek az elérhető 32 pontból 16-ot kellett volna teljesítenie. Az Európai Bizottság álláspontja szerint azonban ez nem biztosította volna a támogatás kulturális célkitűzésének megvalósulását. A Bizottság döntése kiemeli, hogy a teszt legnagyobb része (B és C részek) nem az angol filmgyártás tisztán kulturális jellemzőire vonatkozik. Tekintettel az angol nyelv általános használatára, a Bizottság csak ez első három követelményt tekintette kulturális jellegűnek, amelyek mindössze három pontot érnek, és amelyek nem feltétlenül szükségesek a teszt teljesítéséhez. A Bizottsággal való egyeztetéseket követően a teszt a következőképpen módosult:

Követelmény	Maximális pontszám
A – Kulturális tartalom (maximum: 16 pont)	
A1 - A film Angliában játszódik	4
A2 - Főszereplők Angol állampolgárok vagy Angliában tartózkodnak	4
A3 - A film angol témán vagy forráson alapszik	4
A4 – Az eredeti párbeszédet nagyrészt angolul rögzítették	4
B – Kulturális hozzájárulás (maximum: 4 pont)	
• A film egyedi angol kultúrát/örökséget/kreativitást ábrázol vagy tükröz	4
C – Kulturális csomópontok használata (maximum: 3 pont)	

C1	
C2	
D- EGT állampolgár / az EGT-ben tartózkodó kulturális szakemberek használata (maximum: 8 pont)	
D1 Rendező	1
D2 Forgatókönyvíró	1
D3 Producer	1
D4 Zeneszerző	1
D5 Főszereplő színészek	1
D6 Szereplők többsége	1
D7 Legfontosabb szakemberek	1
D8 Stáb többsége	1

E szerint a felülvizsgált kulturális teszt szerint a filmeknek a 31 pontból 16-ot kell teljesíteniük az adókedvezményekben való részesüléshez és külön szabályok biztosítják, hogy a teszten ne lehessen kizárólag az angol nyelvi követelmény (A4), valamint a C és a D rész teljesítésével megfelelni.⁹⁰ Az eredeti és a végleges kulturális teszt követelményrendszerének összehasonlítása jól szemlélteti a változtatás irányát: a kulturális, nemzeti elemekre vonatkozó követelmények száma, szerepe jelentősen nőtt az eredeti elképzelésekhez képest, a jellemzően inkább nemzeti filmipari vonatkozások (stúdió és egyéb infrastruktúra, valamint munkaerő-használat) relatív hordereje csökkent. Ennek alapján a Bizottság úgy ítélte meg, hogy az angol hatóságok teljesítették a 2001-es Közlemény elvárásait és ellenőrizhető nemzeti követelményeket határoztak meg a filmek kulturális tartalmának biztosítására.

⁹⁰ Abban az esetben, ha egy film a szükséges pontokat kizárólag a C és a D rész, illetve az A4-es követelmény teljesítésével érné el, és az A1-es, illetve az A2-es kritériumok alatt kevesebb, mint a pontok felét szerzi meg, emellett az A3-as követelménynek is meg kell felelnie a kulturális teszt teljesítéséhez.

Az angol filmipar gazdasági hozzájárulásáról szóló, 2010-ben készült elemzés⁹¹ szerint a filmes adókedvezmény szükséges és hatékony eszköz az angol filmipar versenyképességének fenntartására, illetve fokozására a filmes nagyprodukciókért vívott nemzetközi versengésben. Az elemzés nagy hangsúlyt fektet a fokozódó nemzetközi nyomásra, és a világszerte szaporodó filmes adókedvezményekre. Ebben a tekintetben külön kiemeli Magyarország példáját⁹² annak érzékeltetésére, hogy alacsony munkaerő-költségű országok is filmes adókedvezmény-rendszerek bevezetése illetve államilag támogatott infrastruktúra létesítése mellett dönthetnek, és ezáltal eredetileg kevésbé ismert filmgyártási helyszínek válhatnak komoly vetélytársakká. Az elemzés arra is felhívja a figyelmet, hogy a közép-európai régió kivül nemcsak az amerikai államok illetve Kanada, de Ausztrália, Új-Zéland és Dél-Afrika, illetve az ázsiai országok közül Tajvan, Szingapúr és Dél-Korea is egyre több pénzügyi kedvezményt nyújt a területükön forgatott filmes produkcióknak.

Számításaik szerint a filmes adókedvezmény hatására – az angol font leértékelődését is figyelembe véve – 2010-re az angol filmgyártás költségei 40%-kal alacsonyabbak lettek, mint Amerikában. Sőt, a becslések szerint ebben az évben első alkalommal az angliai költségek még a csehországi költségeknél is alacsonyabbak voltak 7%-kal. Az elemzés 2015-ig hasonló értékekkel számol, amelynek segítségével az angol filmipar a globális filmgyártás 10-15%-át vonzaná 2015-ig, évente 750 millió £, vagy azt meghaladó belföldi befektetéssel. A filmes adókedvezmény megszüntetése esetére a tanulmány a globális filmgyártásból való részesedés 5-10 %-os csökkenésével és évi mintegy 600 millió £ kieséssel számol.⁹³ Ennek alapján várható volt, hogy az angol hatóságok az állami támogatás engedélyezéséről szóló döntésben meghatározott időtartam, azaz 2012 vége előtt a kedvezmény-rendszer meghosszabbításáért

⁹¹ Oxford Economics: *Economic Impact of the UK Film Industry*. Supported by the UK Film Council, Framestore Ltd, Cinesite Ltd, Double Negative Ltd, and Pinewood Shepperton plc, June 2010, http://www.ukfilmcouncil.org.uk/media/pdf/i/r/The_Economic_Impact_of_the_UK_Film_Industry_-_June_2010.pdf [2012. március 12.]

⁹² Oxford Economics (2010) i. m.

⁹³ Oxford Economics (2010) i. m.

folyamodnak a Bizottsághoz, amelyre valóban sorkerült.⁹⁴ Ezen túl az Egyesült Királyság 2015-ben, a Filmművészeti Közlemény felülvizsgálatát követően, egyszerűsítést javasolt, amely eltörölte a különböző költségvetésű filmek közötti eltérő számítási módszereket, a kifizethető adójóváírást egységesen 25%-ban határozta meg valamennyi számba vehető kiadás tekintetében. A Bizottság értékelésében azt hangsúlyozta, hogy a javasolt módosítások nem érintik az előzőekben már jóváhagyott támogatási programot, azaz nem befolyásolják a rendszer általános jogszerűségére, az intézkedés kulturális jellegére és a konkrét gyártási tevékenységekre nyújtott támogatásokra vonatkozó bizottsági értékelést.⁹⁵

5 A versengő kedvezmények jövője: kérdések Amerikában és Európában

5.1 A kedvezmények versengésének amerikai kritikája

Miközben a filmes adókedvezmények száma nemzetközi szinten folyamatosan nő, az utóbbi évtizedben – főleg az Egyesült Államokban – e kedvezmények gazdasági hatékonyságát megkérdőjelező tanulmányok is megjelentek.⁹⁶ Ezeknek a támogatási intézkedéseknek és az államok közötti fokozódó versengésnek egyik leghatározottabb, legkövetkezetesebb kritikusa a washingtoni székhelyű Tax Foundation, amelynek számításai szerint az államok az elmúlt évtizedben majdnem 6 milliárd dollárt költöttek adókedvezményekre. Álláspontjuk szerint azonban ezek a kedvezmények nem váltották be a hozzájuk fűzött reményeket: a filmgyártás által teremtett munkalehetőségek többnyire átmeneti jellegűek és a kieső állami jövedelem nem

⁹⁴ State aid No. SA.33234 (2011/N) – United Kingdom UK film tax incentive extension, 27.10.2011; C(2011)7768 final

⁹⁵ State aid SA.41396 (2015/N) - United Kingdom Film Tax Relief Modification, 14.07.2015; C (2015) 5020 final

⁹⁶ SCHONAUER, R. JOSHUA: *Star Billing? Recasting State Tax Incentives for the „Hollywood” Machine*. Ohio State Law Journal, 2010. Vol. 71:2; McDONALD, ADRIAN: *Down the Rabbit Hole: The Madness of State Film Incentives as a „Solution” to Runaway Production*. In: 14 University of Pennsylvania Journal of Business Law; 2011-2012, pp. 85-165.; NOTHDURFT, JOHN: *Film Tax Credits: Do They Work?* New England Public Policy Center at the Federal Reserve Bank of Boston, The Heartland Institute, Policy Documents, <http://heartland.org/policy-documents/film-tax-credits-do-they-work> [25.11.2012.]

térül meg.⁹⁷ Azt természetesen elismerik, hogy az adókedvezmények ösztönzik a filmes tevékenységet. Felhívják azonban a figyelmet arra, hogy a legtöbb támogatási program esetén rejtve marad, valójában mennyibe kerülnek a kedvezmények az adófizetők számára, és mennyi tiszta nyereséget hoznak. Véleményük szerint azok a tanulmányok, amelyek az adókedvezmények filmgyártást, foglalkoztatást és befektetést ösztönző hatását hangsúlyozzák, nincsenek figyelemmel arra a tevékenységre, amelyre adókedvezmény nélkül is sor került volna, és nem értékelik a lehetőségköltséget (opportunity cost), azokat az alternatívákat, amelyek finanszírozásáról az állam lemondani kényszerül.⁹⁸

Michigan állam szenátusának a helyi adójóváírásról készült 2010-es pénzügyi jelentése hasonló következtetésre jutott. „Az adójóváírás természetéből és az általa eredményezett tevékenység jellegéből következik, hogy a jelenlegi (és bármely reális) adókulcs mellett az állam soha nem lesz képes arra, hogy az adójóváírást „önellátóvá” tegye az állami jövedelem szempontjából; akkor sem, ha az adójóváírás következtében sor kerül olyan vállalati tevékenységekre, amelyek enélkül elmaradtak volna”.⁹⁹ Ugyanezeket a kétélyeket fogalmazta meg 2004-ben GREG ALBRECHT, Louisiana állam törvényhozása pénzügyi hivatalának vezető közigazdásza: „még akkor is, ha a megadott gyártási költségvetéseket 100%-ban louisianai áruk és szolgáltatók beszerzésére fordították, az ebből eredő gazdasági előny nem elegendő ahhoz, hogy olyan mértékű adóbevételt eredményezzen, amely megközelítené azt a szintet, amely az adójóváírás által okozott költségek kiegyenlítéséhez szükséges.”¹⁰⁰

⁹⁷ HENCHMAN, JOSEPH: *Poor Reviews Prompt States to Cry Cut! on Film Tax Incentives*. June 18, 2011, <http://news.heartland.org/newspaper-article/2011/06/18/poor-reviews-prompt-states-cry-%E2%80%98cut%E2%80%99-film-tax-incentives> [2012. március 12.]

⁹⁸ COBB, KATHY: *Roll the credits... and the tax incentives – Cities, states and even countries spar for film production business, but at what cost?* September 1, 2006, http://www.minneapolisfed.org/publications_papers/pub_display.cfm?id=1309 [2012. március 12.]

⁹⁹ ZIN, DAVID: *Film Incentives in Michigan, Issue Paper of the Michigan Senate Fiscal Agency*. September 2010, <http://www.senate.michigan.gov/sfa/Publications/Issues/FilmIncentives/FilmIncentives.pdf> [2012. március 12.]

¹⁰⁰ GREG ALBRECHT, chief economist for Louisiana's Legislative Fiscal Office, In: NOTHDURFT, JOHN, The Heartland Institute, Policy Documents: *Film Tax Credits: Do They Work?* <http://heartland.org/policy-documents/film-tax-credits-do-they-work> [2012. március 12.]

Az adókedvezmények kritikája szerint nem állja meg a helyét az átfogó gazdaságra gyakorolt ösztönző hatás sem: „ha be is válnak a filmes adókedvezmények és megnövelik a helyi filmgyártást, az ebből eredő általános gazdasági ösztönző hatás meglehetősen alacsony marad” – vélik egyes elemzők.¹⁰¹ A jelenlegi, versenyző adókedvezményekre épülő rendszert pedig egyenesen károsnak tartja a Tax Foundation: „Az egyetlen, amit ezek az intézkedések eredményeznek, az a további adókedvezmények és támogatások bevezetésének igénye”.¹⁰² Ez lefelé nivelláláshoz (race to the bottom) vezet, a tagállamok által bevezetett versengő kedvezményeknek az egyedüli nyeresége a filmipar, minden más résztvevő veszít.

A Tax Foundation az amerikai államok közötti versengésnek három megoldási lehetőségét vázolja fel.¹⁰³ Lehetségesnek tartja egyfelől, hogy egyes államok egyoldalúan felhagynak a versengéssel: úgy döntenek, hogy nem érti meg folytatni a versenyt egyes államok (pl. Louisiana és Michigan) bőkezű kedvezményeivel. Az olyan államok, amelyek nem rendelkeznek egyéb vonzerővel a filmgyártás számára, ezáltal minden bizonnyal elveszítik a kedvezmény által ösztönzött filmprodukciókat. Ezzel egyidejűleg azonban jövedelmek szabadulnak fel, amelyeket más, hosszabb távú célok érdekében használhatnak fel. Valóban, 2010-2011-ben több amerikai állam is a kedvezmények megszüntetése vagy felfüggesztése mellett döntött (Arizona, Arkansas, Idaho, Iowa, Kansas, Maine, New Jersey, Washington), és más államokban is történtek kezdeményezések a támogatások csökkentésére vagy megszüntetésére (Alaska, Connecticut, Georgia, Hawaii, Michigan, Missouri, Új-Mexikó, Rhode Island, Wisconsin). Vannak azonban olyan államok is, amelyek a kedvezmények

¹⁰¹ New England Public Policy Center at the Federal Reserve Bank of Boston, In: NOTHDURFT, JOHN i. m.

¹⁰² Cineuropa Industry Report: *Financing - Study: Film Tax Credits, Production Incentives Fail to Spur Economic Growth*. 8/2/2010, <http://cineuropa.org/2011/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1365&did=134997> [2012. március 12.]

¹⁰³ LUTHER, WILLIAM i. m.

fenntartása, illetve fokozása mellett döntöttek (Kalifornia, Utah, Virginia például további kedvezményeket vezettek be).¹⁰⁴

A második megoldási lehetőséget a Tax Foundation szerint az jelentené, ha valamennyi állam közös megegyezéssel megszüntetné a filmiparra vonatkozó adókedvezményeket. Ennek az önkéntes megállapodáson alapuló megoldásnak a gyakorlati korlátja, hogy a megállapodást megszegő állam nagy nyereségre tehetne szert a többi rovására. Ez pedig ismét csak az államok közötti versengéshez vezethetne.

A harmadik alternatívát a föderális megoldás jelenthetné. Egyes szerzők azt javasolták, hogy a Kongresszus a Kereskedelmi cikkely (Commerce Clause) segítségével vessen véget „az államok közötti gazdasági háborúnak” és akadályozza meg, hogy az államok „pénzügyi kedvezmények segítségével ösztönözzenek vállalatokat arra, hogy az adott államban telepedjenek le, ott maradjanak vagy ott bővítsék vállalkozásukat”.¹⁰⁵ Azt azonban maga a Tax Foundation is elismeri, hogy a Kereskedelmi cikkelyben foglalt hatáskörök ilyen célú használata új precedenst teremtené, amely egyéb, a filmiparon túlmenő problémák forrása lehetne.

Az előbbieken ismertetett álláspontok jól tükrözik azokat a hangokat, amelyek a filmes adókedvezmények között kialakult verseny káros hatásaira hívják fel a figyelmet. A Tax Foundation által megfogalmazott kritika mélyebb megértéséhez ugyanakkor érdemes megjegyezni azt, hogy a szervezet nemcsak a filmes adókedvezményeket tartja károsnak, hanem általában véve az ágazati adókedvezményeket. Véleményük szerint, míg az adórendszerek közötti általános verseny kedvező lehet mind a fogyasztók, mind a gazdasági növekedés szempontjából, az ágazati adókedvezmények csak „átcsoportosítják a jövedelmet a

¹⁰⁴ HENCHMAN, JOSEPH i. m.

¹⁰⁵ MELVIN BURSTEIN and ARTHUR ROLNICK of the Federal Reserve Bank of Minneapolis, In: HENCHMAN, JOSEPH i. m.

többségtől a kisebbséghez”.¹⁰⁶ További érdekesség, hogy bár a szervezet hangsúlyozza a beható elemzés hiányát és számos szempontot közgazdasági igényességgel tárgyal, elemzése során figyelmen kívül hagyja a filmgyártásért folytatott globális versenyt. Nem vizsgálja, milyen következményekkel járna a kedvezmények egységes megszüntetése Amerikában, tekintettel az európai és más nemzetközi vetélytársakra.

Az adókedvezmények rendszerének globális meghatározottsága ugyanakkor hangsúlyosan jelent meg abban a vitában, amely az Európai Bizottság Filmművészeti Közleményének átgondolást igénylő területeiről szóló vitaanyag nyomán bontakozott ki az érintett tagállamok és piaci szereplők körében.

5.2 Versengő kedvezmények Európában – mit mondanak a piaci szereplők?

5.2.1 A Filmművészeti Közlemény felülvizsgálata, a Bizottság 2011-es vitaanyaga

A Filmművészeti Közleményt eredetileg 2001 szeptemberében adta ki az Európai Bizottság. Bár a benne megfogalmazott értékelési szempontokat eredetileg három évre rögzítette, és már 2003-ban is történtek kezdeményezések a felülvizsgálatára,¹⁰⁷ a közleményt változtatlanul hosszabbították, a sikeres felülvizsgálatot megelőzően 2012 végéig.¹⁰⁸ A 2009-es meghosszabbítással egyidejűleg azonban a Bizottság felhívta a figyelmet azokra az új filmtámogatási tendenciákra, amelyek szükségessé tehetik a szempontrendszer felülvizsgálatát. Ilyen jelenséggént azonosította a filmgyártástól eltérő tevékenységhez nyújtott támogatások kérdését (pl.: filmterjesztés és digitális vetítés), illetve a regionális filmszakmai támogatási

¹⁰⁶ LUTHER, WILLIAM i. m.

¹⁰⁷ 2003-ban a Bizottság vitaanyagot tett közzé, elsősorban a területhez kötöttség szabályozásának felülvizsgálatát célozva. Ebben a témakörben 2008-ban a Bizottság felkérésére tanulmány készült "A filmtámogatási rendszerekben szereplő territorializációs követelmények gazdasági és kulturális hatásáról, különös tekintettel a koprodukciónak", http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/library/studies/territ/final_rep.pdf [2012. március 12.]

¹⁰⁸ A Bizottság közleménye a filmművészeti és más audiovizuális alkotásokkal kapcsolatos bizonyos jogi szempontokról szóló, 2001. szeptember 26-i bizottsági közlemény (filmművészeti közlemény) állami támogatásokra vonatkozó értékelési szempontjairól, HL C 31/1, 2009.2.7.

programok számának növekedésén túl a támogatási versenyt is, azaz, hogy „egyes tagállamok között verseny alakult ki annak érdekében, hogy állami támogatások felhasználásával vonzzák a főként egyesült államokbeli filmgyártó nagyvállalatok belföldi beruházásait”.¹⁰⁹

Ennek megfelelően 2011-ben a Bizottság vitaanyagot tett közzé,¹¹⁰ és nyilvános konzultációt kezdeményezett a szempontrendszer felülvizsgálatáról. A vitaanyagban többek között átgondolást igénylő területként szerepel a tagállamok közötti támogatási verseny. Ezen túlmenően olyan átfogó kérdéseket vet fel, mint a filmgyártáson kívüli filmes tevékenységek támogatása, a maximális támogatási intenzitások kérdése, a területi feltételek (ún. territorializációs szabályok) létjogosultsága, illetve a digitális forradalom (elsősorban a digitális gyártási és terjesztési technológiák) hatása.

„Hogyan kellene ellenőrizni a jelentős filmprodukciók adott helyszínre vonzásáért indított „támogatási versenyt”?” – a vitaanyag azon címszava, amely a jelenleg is felvázolt trendet bontja ki.¹¹¹ „Ha egy ország megfelelő, nagy filmstúdióval rendelkezik, arra fog törekedni, hogy odavonzza ezeket a produkciókat, és a lehető legnagyobb haszonra tegyen szert azáltal, hogy a produkció helyi filmszolgáltató vállalkozásokat, szereplőket, stábot foglalkoztat, illetve létesítményeket és kiegészítő szolgáltatások széles körét veszi igénybe. A kasszasikereket jellemzően adóösztonzőkkel és olyan intézkedésekkel vonzzák az országba, amelyek meghatározott területeken elősegítik az ilyen nemzetközi játékfilmek és TV-műsorok gyártását.” A vitaanyag rámutat az amerikai és az európai filmek átlagos költségvetése közötti lényeges eltérésre (a jelentős, amerikai finanszírozású filmek gyártási költségvetése átlagosan 65 millió dollár körüli, a legdrágább filmeké több mint 200 millió USD),¹¹² és aggályokat

¹⁰⁹ A Bizottság közleménye (2009), i. m. 1. o.

¹¹⁰ Európai Bizottság: Vitaanyag - A filmekhez és egyéb audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatás értékelése, http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011_state_aid_films/issues_paper_hu.pdf [2012. március 12.], lásd továbbá ORSSITCH, IRINA: *State Aid for Films and Other Audiovisual Works – Current Affairs and New Developments*. In: *European State Aid Quarterly*, 1/2012, pp. 49-55.

¹¹¹ Európai Bizottság: Vitaanyag (2011), i. m. (29)-(37) bekezdés

¹¹² The Numbers – Glossary of Movie Business Terms, <http://www.the-numbers.com/glossary.php> [2012. március 12.]

fogalmaz meg azzal kapcsolatban, hogy „miközben a támogatások biztosíthatják, hogy ezeket a nagyköltségvetésű filmeket inkább Európában, és nem máshol gyártják, az ilyen támogatások torzítják az európai filmgyártási helyszínek közötti versenyt.” Felhívja a figyelmet arra, hogy a Filmművészeti Közlemény által engedélyezett 50%-os általános támogatási intenzitás igen nagy támogatási összeget tesz lehetővé az ilyen produkciók esetében. Noha elismeri, hogy az ilyen produkciók támogatása közvetve támogathatja az európai filmszolgáltatásokat és egyéb járulékos előnyökkel bír, összességében negatívan ítéli meg a kialakult helyzetet. Úgy véli, hogy „mind az ágazatot, mind az európai adófizetőket hátrányosan érinti, hogy az állami támogatások ilyen felhasználása a tagállamok közötti támogatási verseny kialakulását eredményezi.” Hangsúlyozza, hogy „a támogatási versenyek elkerülése pontosan egyike a Szerződésben rögzített állami támogatási rendelkezések céljainak”. A nagyprodukciók támogatásával kapcsolatban két konkrét problémakört vázol fel. Egyrészt úgy véli, hogy „az ilyen produkciókhoz kapcsolódó profitok nagyrészt az EU-n kívül maradnak, és emiatt nem feltétlenül járulnak hozzá az ágazat hosszú távú fenntarthatóságához”. Másrészt kiemeli, hogy a jelentős amerikai nagyprodukciók számára – európai versenytársaikkal ellentétben – nem okoz gondot a magánfinanszírozáshoz való hozzájárulás („a kérdés nem az, hogy sor kerül-e a film gyártására, hanem hogy a film gyártására hol fog sor kerülni”), ezért a vitaanyag szerint az ilyen támogatás szükségessége „nem nyilvánvaló”.

A vitaanyag egyértelművé teszi azt is, hogy – ahogy arra korábban már utaltunk – a Filmművészeti Közlemény szempontrendszerének kidolgozásakor még nem voltak, nem lehettek tekintettel a jelenlegi támogatási versenyre. A támogatási verseny ellenőrzése, az eredeti célkitűzések megóvása érdekében „nagyobb hangsúly helyeződött arra a kritériumra, amely szerint a filmnek „kulturális terméknek” kell lennie. A Bizottság tapasztalatai szerint azonban a kulturális követelmények szisztematikus vizsgálata a gyakorlatban

problematicusnak bizonyult. Véleménye szerint a jelenlegi kritériumok „nem megfelelőek ahhoz, hogy elejét vegyék” a versengő kedvezményeknek Európában.

A Bizottság ugyanakkor elismeri, hogy „nehéz meghatározni azokat a standard szabályokat, amelyekkel kizárható, vagy legalábbis korlátozható a jelentős külföldi produkcióknak nyújtott támogatás okozta torzulás.” A vitaanyag két lehetséges megoldást vázol fel ezzel kapcsolatban. Egyrészt felveti annak lehetőségét, hogy az egy filmre adható támogatás maximális összegét előre meghatározzák, vélhetően a Filmművészeti Közlemény részeként („egy lehetséges megoldást az jelentene, ha a támogatás maximális értéke produkcióként egy meghatározott összegre korlátozódna, azt feltételezve, hogy a nagyon nagy költségvetésű filmek a szükséges előzetes finanszírozáshoz üzleti csatornákon keresztül is hozzájuthatnak.”). Emellett lehetségesnek tartja, hogy valamennyi vagy a meghatározott összeghatár feletti támogatás nyújtását ahhoz a feltételhez kössék, hogy a filmgyártó a támogatás összegét újból befekteti vagy visszafizeti, amennyiben a produkció nyereséges lesz.¹¹³

5.2.2 A nyilvános konzultáció eredménye

A megadott határidőre összesen 98 vélemény került beküldésre, melyeket a Bizottság honlapján közzétett.¹¹⁴ A hozzászólások jelentős része – elsősorban természetesen a nagyprodukciókra irányuló kedvezményeket fenntartó tagállamok többsége (pl. Belgium, Egyesült Királyság, Franciaország, Írország, Németország)¹¹⁵ és a piaci szereplők – vitatja a

¹¹³ Európai Bizottság: Vitaanyag (2011), i. m. (37) bekezdés

¹¹⁴ http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011_state_aid_films/index_en.html#contributions [2012. március 12.]. Jelen elemzés során azokat a véleményeket vettük figyelembe, amelyek angol, német, francia, olasz, spanyol vagy holland nyelven íródtak, így kilenc véleményt nem vizsgálhattunk. A teljesség kedvéért itt megemlítjük azokat a dohányzás káros egészségügyi hatásai ellen küzdő szervezeteket – Heart of Mersey, Imperial College, N Lincs SmokeFree Alliance, Tobacco free Norfolk Alliance, UK Faculty of Public Health – amelyek véleményt nyújtottak be. Egyöntetűen amellet foglaltak állást, hogy azon filmek, amelyekben megjelenik a dohányzás mint képi elem, támogatásra nem lennének jogosultak.

¹¹⁵ A magyar hatóságok nem nyújtottak be választ a nyilvános konzultációra.

támogatási versennyel kapcsolatban a vitaanyagban megfogalmazott aggályokat, és a filmipar, illetve a filmes támogatások globális meghatározottságát hangsúlyozza.

Ezek a nemzeti hatóságok hozzászólásaikban egyöntetűen felhívják a figyelmet a fokozódó globális versenyre, nemcsak az USA tagállamai, hanem Kanada, Ausztrália, Új-Zéland, valamint Ázsia részéről, és kiemelik, hogy a jelenlegi tagállami támogatási rendszerek leépítése az egész európai filmipart veszélyeztetné. Anglia – más brit közintézményekkel összehangoltan – magának a támogatási versenynek a meglétét is megkérdőjelezi. Az angol kormány, annak hivatalai és közintézményei által küldött vélemények hiányolják a bizottsági vitaanyagból a támogatási versenyre egyértelműen utaló bizonyítékokat, valamint annak kimutatását, hogy ez a belső piacra negatív hatást gyakorol, potenciális vagy valós veszélyt jelent.¹¹⁶ Ebbe az irányba hat Franciaország válasza is, amely e támogatások jelentőségét kívánja relativizálni: kiemeli, hogy a francia rendszerben a nemzetközi adókedvezmény éves szinten mintegy 6 millió eurót tesz ki, amely a 150 millió eurós filmtámogatási költségvetéshez képest csekély, mondhatni elhanyagolható mértékű.

Emellett több nemzeti hatóság hangsúlyozza válaszában a helyi filmgyártást ösztönző kedvezmények pozitív oldalait. A támogatások előnyös hatásaként többen is kiemelték a több európai koprodukció elkészültét; a jobb felkészültségű, gyakorlott audiovizuális stáb megerősödését; a technikai, művészeti know-how elsajátításának lehetőségét; a többnyire több tagállamot is érintő gazdasági és kulturális előnyöket.

A tagállami hatóságok hozzászólásainak többsége egyértelműen kiáll a Filmművészeti Közlemény szempontrendszerének fenntartása mellett. A kulturális követelmények kapcsán

¹¹⁶ Az Amerian Assembly válaszában ugyanakkor hivatkozik a korábban általunk is idézett Oxford Economics The Economic Impact of the UK Film Industry c. tanulmányára, hangsúlyozva, hogy az Egyesült Királyság által adott adókedvezmények nem titkolt célja éppen az volt, hogy a Harry Potter című filmet jegyző Warner Bros cég csehországi áttelepülési szándékát a kedvezőbb feltételekkel megakadályozza. A tanulmány 8. oldalán olvasható elemzés azt sugallja, hogy az Egyesült Királyság célja a versenyelőny megszerzése és fenntartása: „so that in 2010 UK film costs are around 40% lower than those in the US and 7% lower than those in the Czech Republic, after accounting for the incentives on offer in both countries.”

kiemelik a szubszidiaritás (ez esetben a tagállami kulturális hatáskörök) érvényesítését, utalnak továbbá arra, hogy vannak olyan elfogadott eszközök, melyek lehetővé teszik annak meghatározását, mi tekinthető európai alkotásnak. Véleményük szerint ilyen a MEDIA program „európai elemek” táblázata, illetve az Európa Tanács európai film koprodukciós egyezménye által meghatározott kritériumok.¹¹⁷ A vitaanyagban felvetett megoldási lehetőségeket többségében nem támogatják. A Bizottságnak a támogatás visszafizetésére irányuló javaslatát például többen nehezen végrehajthatónak, így mellőzendően tartják.¹¹⁸

Vannak ugyanakkor olyan nemzeti hatóságok is, amelyek osztják a Bizottság kételyeit a jelenlegi feltételekkel kapcsolatban. A bajor filmtámogatási alap (FFF Bayern) úgy véli, hogy a tagállamok által felállított ún. „kulturális tesztek” alkalmatlanok a feladat ellátására, a kulturális tartalom biztosítására.¹¹⁹ Egyes tagállamok a versengő kedvezmények negatív hatásait is érzékelik, és támogatják ennek korlátozását. A finn hatóságok konkrétan írnak a támogatási verseny számukra negatív hatásáról is, vagyis egyes filmprodukciók más, kedvezményeket biztosító tagállamokba történő áttelepüléséről, egyúttal jelezve, hogy az ún. kulturális teszt egyes tagállamokban nem alkalmas eszköze a valódi értékelésnek. A támogatások célkitűzéseinek változását, a gazdasági célok előtérbe kerülését a norvég hatóságok is megerősítették. A norvég hatóságok hozzászólásukban jelezték, hogy érzékelik az adókedvezmények rendszerének egyre erősödő használatát, valamint az olyan helyi támogatási kedvezmények meglétét, amelyeket gyakran inkább ipari, semmint kulturális célok motiválnak. Ezért tehát egyszerű, világos, átlátható szabályokat várnak arra nézve, mely támogatások nem tekinthetők a Filmművészeti Közlemény alapján elfogadhatónak. A válasz azt is hangsúlyozza, hogy Norvégiában nincs és nem is terveznek filmes adókedvezményt, bár egyre nagyobb a kormányra nehezedő nyomás ebben a kérdésben. Véleményük szerint mindenképpen szükséges

¹¹⁷ European Convention on Cinematographic Co-production, Council of Europe, 1992, October 2.

¹¹⁸ Belga Flamand Közösség, Franciaország, Németország

¹¹⁹ FilmFernsehFonds Bayern GmbH., 5. o.

felső korlátokat bevezetni a támogatási verseny megfékezése céljából, amely igazodhat pl. a teljes költségvetés bizonyos hányadához, vagy az országban elköltött összeg bizonyos hányadához is. Fontos szerintük továbbá az is, hogy legyen közmegegyezés abban a kérdésben, hogyan strukturálható egy ilyen adókedvezmény-csomag, ahhoz, hogy a Bizottság azt elfogadja. Javaslatot tesznek továbbá arra, hogy a megbeszélések kiindulópontjaként készüljön egy olyan tanulmány, amely áttekinti a jelenlegi rendszereket és az általuk kínált kedvezményeket. Az Európai Unió tagállamai által nyújtható kedvezmény felső határának meghatározását – a filmes produkció költségvetésének százalékában – Olaszország is támogatja, árnyalva ezzel az adókedvezményeket fenntartó államok általános álláspontját.¹²⁰

A piaci szereplők – nagyjából filmszakmai cégek és szervezetek – többsége szintén kiemeli a filmgyártási helyszínek versengésének nemzetközi meghatározottságát, és a filmes nagyprodukciók támogatásának előnyeit hangsúlyozza. A nemzeti hatóságok által felsoroltakon túlmenően kiemelik például, hogy a külföldi produkciók szükségesek a filmszakmai háttér fenntartásához. Egyes hozzászólók szerint a hazai produkciók, európai koprodukciók önmagukban nem nyújtanak elegendő munkalehetőséget, így a folyamatosságot, a jól képzett filmes szakembergárda megtartását, valamint a hatékony stúdió-kihasználtságot is szolgálja egy-egy nagyprodukció adott tagállamba vonzása. Véleményük szerint csak ez biztosítja azt a kritikus tömeget, amely a szakemberek folyamatos képzését, foglalkoztatását, országban tartását eredményezi. Többen kiemelik a támogatások járulékos pozitív hatásait, hogy a kedvezmények által valamelyik tagállamba csábított nagyprodukciónak multiplikátor hatása van, azaz megjelenik a helyi hotelszolgáltatásra, étkeztetésre, szállításra költött összegekben, áttételesen tehát testet ölt az ebből érkező adóbevételekben, valamint hatással van a turizmusra is.¹²¹ Más, elsősorban német vélemények között az a meggyőződés is helyet kap, hogy ezek

¹²⁰ Olaszország, 3. o.

¹²¹ Erre egyedül Litvánia szolgál konkrétumokkal, számokkal bemutatva ennek rövid távú hatását.

nélkül a kedvezmények nélkül az európai piacokat még inkább az amerikai filmipar termékei uralnák. Arra hívják fel a figyelmet, hogy megfordítva a kérdést, inkább úgy kellene szemlélni ezt a problémát, hogy vajon az európai filmgyártás megengedheti-e magának a nagyprodukciók elvesztését. Emellett a piaci szereplők közül többen hiányolják a Bizottság álláspontjának tényekkel való alátámasztását, azaz, hogy a tagállamok közötti versenyre valóban negatív hatással bírnának a tagállami támogatások közötti eltérések.¹²² Egyes vélemények azt is kiemelik, hogy a tagállamok közötti verseny e téren – tekintettel az országok között fennálló munkaerő-költségbeli és a munkavégzés szabályozásában fennálló eltérésekre – eleve nem egyenlő feltételeken nyugszik.¹²³

A piaci szereplők válaszai között ugyanakkor konstruktív kezdeményezések is helyt kapnak. Többen javasolják e körben összehasonlító tanulmányok készítését, valamint ún. legjobb gyakorlati alkalmazások (best practices) azonosítását.¹²⁴ Olyanok is vannak, akik – reflektálva a bizottság által a vitaanyagban felvázolt javaslatokra – szívesen látnák annak részleteit, vagy érdekesnek tartják e javaslat(ok) továbbgondolását.¹²⁵

A Filmművészeti Közlemény szabályainak újragondolásával kapcsolatban olyan javaslatok is születtek, amelyek az európai és nem-európai filmek támogatási szempontjainak elválasztását támogatnák.¹²⁶ Ezek szerint a hozzászólások szerint az első esetben egyértelműen a kulturális kritériumok meglétére hagyatkozva ítéltető meg a támogatás uniós szabályokkal való összeegyeztethetősége. A nem európai filmek tekintetében ugyanakkor elfogadják az eltérő szabályok létjogosultságát, hangsúlyozva, hogy ügyelni kell arra, hogy Európa a globális versenyben is megállhassa a helyét. Olyan vélemény is van, amely a tagállamok számára

¹²² BECTU (UK), Independent Film and Television Alliance (London), Finnish Film Distributors' Association, EuroFia (Bruxelles), FNDF (France), UK Film Distributors' Association

¹²³ 100 Autori

¹²⁴ EuroFia (Bruxelles), FERA (Brussels), Finnish Film Distributors' Association, FNDF (France), Independent Film and Television Alliance (London)

¹²⁵ Cine-Regio (Aarhus), FERA (Brussels), FISA (Austria)

¹²⁶ EURO CINEMA (Bruxelles), EuroFia (Bruxelles)

egységesen határozná meg a külföldi filmek támogatására fordítható összeget, és csak az Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv¹²⁷ alapján európai műnek minősülő filmek támogatását tenné lehetővé.¹²⁸ A globális verseny kontextusában javasol megoldást a filmgyártáshoz kapcsolódó technikai szolgáltatásokat nyújtó vállalatok német szövetsége (VTFF Deutchland). Javaslatuk, hogy a következő WTO tárgyalások keretében az Európai Bizottság vesse fel a nemzetközi korlátozás lehetőségét, ugyanis egy egyoldalú európai gesztus csak az európai filmipar térvésztesét jelentheti a globális versenyben.¹²⁹

A beérkezett vélemények többségének ismeretében elmondható, hogy a nyilvános konzultáció egyik legfontosabb tanulsága a filmtámogatások szabályozásának nemzetközi meghatározottsága. A hozzászólók jelentős része a támogatási intézkedések korlátozását sérelmesnek tartaná az európai filmipar versenyképességére nézve. Kevés olyan hozzászólás született ugyanakkor, amely az amerikai Tax Foundation által felvetett kérdéseket, az adókedvezmények valós költségeit és hozamát, illetve hosszú távú gazdasági hatását tárgyalná.

5.2.3 A Filmművészeti Közlemény első változata

A nyilvános konzultáció lezárulását, eredményeinek megismerését követően az Európai Bizottság 2012. március 14-én megjelentette a felülvizsgált Filmművészeti Közlemény első változatát¹³⁰ konzultációra. A tervezet elismeri a külföldi produkciók nemzeti filmiparra gyakorolt pozitív hatását, de – a vitaanyag eredeti álláspontjával összhangban – a tagállamok

¹²⁷ Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU (AVMS) irányelve

¹²⁸ Caviar Films (Belgium)

¹²⁹ VTFF Deutchland

¹³⁰ Európai Bizottság: Tervezet – A Bizottság közleménye a filmekhez és egyéb audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatásról, http://ec.europa.eu/competition/consultations/2012_state_aid_films/draft_communication_hu.pdf [2012. április 2.]

közötti támogatási versengést egyértelműen károsnak találja¹³¹ és kísérletet tesz annak korlátozására.

Ennek érdekében egyrészt – a filmgyártás költségeinek területéhez kötésével kapcsolatos szabályok szigorításával párhuzamosan – úgy rendelkezik, hogy a támogatás számítását nem lehet az adott ország területén felmerült költségekhez kötni. A tervezet szerint az adókedvezmény alapjának számításakor minden, az Európai Gazdasági Térség területén felmerült filmgyártási költséget figyelembe kellene venni. A tagállamok a jövőben csak az általuk nyújtott támogatás – adókedvezmények esetén az adókedvezmény által megtestesített összeg – adott országban való elköltését írhatnák elő, amely nem haladhatná meg a film költségvetésének 50%-át.

Emellett – a nyilvános konzultációra beérkezett egyes javaslatokkal összhangban, elsősorban a többségi gyártó székhelye és a filmalkotás legfontosabb közreműködői alapján – megkülönbözteti az európai és nem európai filmeket, és szigorúbb, a költségvetés növekedésével arányosan csökkenő támogatási intenzitási szabályokat javasol a nem európai filmekre nézve.¹³² Ennek megfelelően a 10 millió eurót meghaladó költségvetésű nem európai filmek esetén legfeljebb a költségvetés 30%-a, a 20 millió euró feletti filmek esetén legfeljebb 10%-a lehetne a támogatás mértéke.

A tervezet ezen kívül – más változások, különösen a Közlemény hatályának a filmkészítés valamennyi szakaszára való kiterjesztése és az európai művek támogatási intenzitására vonatkozó szabályok pontosítása mellett – a kulturális tartalomra vonatkozó követelmény tekintetében is tartalmaz új elemeket: a kulturális szempontrendszer előzetes meghatározásával egyenértékűnek ismeri el a zsűri általi kiválasztási rendszert. Ez azonban, tekintettel arra, hogy

¹³¹ Európai Bizottság: Tervezet, 6. o.

¹³² Európai Bizottság: Tervezet, 7. o., 10. o. és 12. o.

az adókedvezmények jellemzően nem szelektív, hanem automatikus elven működnek, várhatóan nem hozna lényeges változást ezekre a támogatási programokra nézve.

A tervezetnek a territorializáció és a támogatási intenzitás korlátozására vonatkozó része azonban valamennyi, tanulmányunkban bemutatott adókedvezményt érzékenyen érint. Míg a támogatási intenzitás csökkentése a nagyprodukciókért folytatott versengésnek – és ezáltal a globális versengésben való részvételnek – szabna határokat, az adókedvezmények alapjául szolgáló költségeknek a kiterjesztése a kedvezmények eredendő célját, a produkció költségeinek adott ország területére vonzását befolyásolná. Ezeknek a javaslatoknak várhatóan éles visszhangja lesz a második nyilvános konzultáció során, amely 2012 júniusáig tart, és amelyet a Közlemény végleges szabályainak elfogadása követ.

5.2.4 A filmművészeti közlemény tervezetéhez benyújtott észrevételek

Röviden összefoglalva a filmművészeti közlemény tervezetéhez érkezett, nyilvánosan elérhető 97 észrevétel tanulságait, a Bizottság álláspontja és a benyújtott észrevételek többsége az első fordulóval megegyezően megkérdőjelezi a támogatási verseny mibenlétét és ellenzi a rendszer megváltoztatását. Számos európai filmes szervezet leggyakrabban hangoztatott aggodalma arra figyelmeztet, hogy a rossz alapokon álló támogatáspolitikai miatt az európai film- és audiovizuális ágazat a globális versenyben kárt szenvedhet. Az Európai Producerek Klubja azt állítja, hogy az országok hasonló rendszereket hoztak létre a kiegyensúlyozott piac fenntartása érdekében. Hangsúlyozzák a filmtámogatások viszonylagos hasonlóságát (az adó-visszatérítés mintegy 20%-os mértékét), és rámutatnak arra, hogy a kulturális tesztek

fenntartása éppen annak igazolását célozza, hogy az ezekben az országokban támogatott filmek valóban kulturális célt szolgálnak.¹³³

5.3 Filmművészeti Közlemény 2013

A filmek állami támogatásának értékelésére vonatkozó aktualizált európai bizottsági szabályrendszer 2013. november 16-án lépett hatályba. Már első pillantásra úgy tűnik, hogy az a határozottság, amellyel a Bizottság meg kívánta állítani az Európai Unióban zajló támogatási versenyt, nagymértékben elpárolgott.¹³⁴ Ehelyett, – a tagállami akaratokat jól tükröző – a globális versenyben az európai filmágazat hosszú távú életképességével kapcsolatos aggodalmak kerekedtek felül.

Az európai filmipar támogatásának szükségessége vitán felül áll. Európában "az audiovizuális ágazat magas kockázatú, prototípus iparág, így az integrált jellegű, nagy amerikai stúdiók, a hatalmas hazai piac, valamint a sokkal magasabb gyártási és marketingköltségvetés olyan tényezők, amellyel az európai szereplők nehezen kelhetnek versenyre".¹³⁵ A magas színvonalú produkciók európai országokba vonzása azért is szükséges, hogy fenntartsák a kiépített, magas színvonalú audiovizuális infrastruktúrát, lehetővé tegyék a magas színvonalú stúdiólétesítmények, berendezések és személyzet foglalkoztatását, valamint a technológia, a know-how és a szakértelem átadását.¹³⁶ Elvileg tehát e jelentős nemzetközi produkciók támogatása is összeegyeztethető lehet a kulturális kivételi záradékkal. A Bizottság azonban figyelemmel fogja kísérni az ilyen típusú támogatások további fejlődését annak biztosítása

¹³³ <http://www.screendaily.com/news/europe/calls-for-clarification-of-ecs-draft-cinema-communication/5043482.article> [2012. március 12.]

¹³⁴ ZACHAR BALÁZS: *Filmtámogatás az Európai Bizottság szemüvegén keresztül*. Állami Támogatások Joga 20 (2013/4), 115-126. o. https://epa.oszk.hu/02400/02450/00020/pdf/EPA02450_ATJ_2013_4_115-126.pdf [2021. szeptember 12.]

¹³⁵ Issue 13 Commission Policy Brief, September 2014.;

¹³⁶ 2013 Filmművészeti Közlemény, 39.

érdekében, hogy a verseny elsősorban a minőség és az ár alapján, és ne az országonként felajánlott állami támogatás összege alapján folyjon.¹³⁷

A gyakorlatban nehéznek bizonyult az „európai” és a „nem európai művek” elkülönítése, és valójában a címke önmagában nem jelezne több vagy jobb kulturális minőséget sem, ezért az erre vonatkozó elképzelést is elvetették. Az aktualizált filmművészeti közlemény főbb vonalaiban inkább csak leköveti az audiovizuális ipar időközben lezajlott fejlődését. Következésképpen az értékelési szabályok változásai is ezt tükrözik; – a filmgyártáson túl – a tevékenységek szélesebb körét tartják támogatásra méltó területeknek, árnyalják a kulturális kritériumra vonatkozó szabályokat, lehetővé teszik a határokon átnyúló produciók esetében a támogatási intenzitás magasabb maximális szintjét, valamint a filmörökség védelmének nagyobb ösztönzését.

5.3.1 Támogatható tevékenységek köre¹³⁸

Míg a régi szabályok a gyártás támogatására összpontosítottak, az új szabályok a filmalkotás teljes spektrumát lefedik, azaz kiterjednek a forgatókönyvírástól, a fejlesztésen át a filmforgalmazásig, a promócióig illetve magukba foglalják a mozik támogatását is. A vidéki vagy művészmoziknak szánt kisebb összegek a *de minimis* rendelet hatálya alá tartoznak. Ugyanakkor a filmszínházak nagyobb mértékű támogatása is indokolt lehet, hiszen a mozik fő célja a filmnek, mint kulturális terméknek a bemutatása. Ebben az esetben a támogatásokat a 107. cikk (3) bekezdésének d) pontja¹³⁹ értelmében fogják tehát értékelni. Ezeken a célokon túl

¹³⁷ 2013 Filmművészeti Közlemény, 41.

¹³⁸ 2013 Filmművészeti Közlemény, 21-24.

¹³⁹ 2013 Filmművészeti Közlemény, 22., A kultúra támogatása, a kulturális örökség megőrzése a belső piaccal összeegyeztethető támogatás, ha a Közösségen belüli kereskedelmi és versenyfeltételeket nem befolyásolja a közös érdekekkel ellentétes mértékben

azonban a közlemény alapján támogatás nem nyújtható, így az nem terjed ki a videojátékoknak nyújtott támogatásokra.¹⁴⁰

5.3.2 Kulturális Kritériumok¹⁴¹

A támogatás célját tekintve egy kulturális termék létrehozására irányul. A kulturális teszt ezért nem más, mint egy ellenőrzési módszer annak felmérésére, hogy a támogatást valójában kulturális célra használják fel és nem másra. Az Európai Bizottság ellenőrzési tevékenységének megítélése igen ellentmondásossá vált az elmúlt évek tapasztalatai alapján, hiszen a Szerződés maga úgy rendelkezik, hogy a kulturális politika elsősorban a tagállamok hatásköre, ebbe pedig a kulturális kritérium megítélése is beletartozhat. Az átdolgozott Filmművészeti közlemény következképpen a Bizottság feladatát korlátozza. Vizsgálata arra irányul, hogy tisztázza a tagállam rendelkezik-e megfelelő, hatékony ellenőrzési mechanizmussal. Másként fogalmazva a Bizottság csupán azt ellenőrizheti, hogy a tagállam rendelkezik-e kulturális kiválasztási eljárással vagy profillal, amely képes elkerülni a nyilvánvaló hibákat,¹⁴² és biztosítja a támogatás odaítélésének átláthatóságát.¹⁴³

A kultúra előmozdításának eszközeként a közlemény hangsúlyt helyez a nyelvi sokszínűség támogatására is. A szolgáltatásnyújtás szabadságának korlátozását például indokoltta teheti valamely tagállam nyelvének vagy kultúrpolitikájának előmozdítása, következképpen a támogatás feltételeként előírható az is, hogy egy film meghatározott nyelven készüljön el.¹⁴⁴

¹⁴⁰ 2013 Filmművészeti Közlemény, 24.

¹⁴¹ 2013 Filmművészeti Közlemény, 25-26.

¹⁴² 2013 Filmművészeti Közlemény, 25.

¹⁴³ 2013 Filmművészeti Közlemény, 52. 7.

¹⁴⁴ 2013 Filmművészeti Közlemény, 26.

5.3.3 Territorializáció, kiadásra vonatkozó követelmények¹⁴⁵

A területi kiadási kötelezettségek előírásának célja, hogy a költségvetés egy bizonyos részének elköltését a támogatást nyújtó tagállam területére korlátozza. Ez a kötelezettség ugyanakkor az audiovizuális produkciók belső piacának korlátozását is megvalósítja. A Bizottság azon az állásponton van, hogy a területhez kötött kiadási, ráfordítási kötelezettségek összegének a tagállam tényleges pénzügyi támogatásával kell arányban állnia, szemben azzal a gyakorlattal, amely a teljes gyártási költségvetéshez köti azt.¹⁴⁶ Ezért az új szabályok a területhez kötött ráfordítási kötelezettség maximális szintjét a gyártási költségvetés 50%-ában korlátozzák. Vissza nem térítendő támogatás esetén a területi kiadási kötelezettség nem lehet magasabb a támogatási összeg 160%-ánál.¹⁴⁷ A Bizottság továbbra is elfogadja azt a fajta filmtámogatást, amelyet a támogatást nyújtó tagállamban a filmgyártási tevékenységre fordított kiadások százalékában ítélnék oda. Ez utóbbi esetben a területhez kötött ráfordítási kötelezettségek továbbra is a filmgyártási költségvetés 80%-ára korlátozódnak.¹⁴⁸

5.3.4 Támogatás intenzitása

A támogatási intenzitást a gyártási költségvetés 50 %-ára kell korlátozni. Az egynél több tagállam által finanszírozott, határokon átnyúló produkciók esetében, amelyekben egynél több tagállam filmgyártói vesznek részt, a támogatási intenzitás magasabb, a gyártási költségvetés 60%-áig terjedő támogatási intenzitásban részesülhet.

¹⁴⁵ 2013 Filmművészeti Közlemény, 27-38.

¹⁴⁶ 2013 Filmművészeti Közlemény, 32.

¹⁴⁷ 2013 Filmművészeti Közlemény, 35.

¹⁴⁸ Issue 13 Commission Policy Brief, September 2014.

A forgatókönyvírásra és fejlesztésre nyújtott támogatásnak elvileg nincs korlátja, amennyiben ezt az összeget később beleszámítják az így megvalósuló audiovizuális alkotás maximális támogatási intenzitásába.

Az audiovizuális alkotások terjesztése és promóciója ugyanolyan támogatási intenzitással támogatható, mint a gyártásuk. A forgatókönyvíráson, fejlesztésen, forgalmazáson és promóción kívüli más gyártási tevékenység támogatása azonban nem engedélyezett.¹⁴⁹

Az felülvizsgált Filmművészeti Közlemény alkalmazásának érvényességét időben nem korlátozták, ezzel vélhetően a kiszámítható környezetet, a szabályozás állandóságát kívánják erősíteni. Az azóta eltelt időszak, a pandémia által indukált gazdasági válság olyan újabb tényező, amely a kiszámítható támogatások megmaradását helyezi előtérbe.

6 Adókedvezmények az Európai Unió más országaiban

6.1 Írország

Írország Európában az elsők között ismerte fel az adókedvezmények ösztönző hatását a filmiparban. Eredetileg 1987-ben vezetett be adókedvezményt a filmes tevékenységekre, amelynek széles körű használata az 1993-as reformot követően vette kezdetét.¹⁵⁰ Az adókedvezmény a filmgyártásba befektető cégeknek és (1993 óta) magánszemélyeknek nyújt adólevonási lehetőséget. A film költségvetésének azt a hányadát, amely után a kedvezmény

¹⁴⁹ 2013 Filmművészeti Közlemény, 52. 5.

¹⁵⁰ BARRETT, PADDY: *Ireland's tax breaks for film & TV production.* http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en [2012. március 12.]

igénybe vehető, az egy filmbe befektethető összeg felső határát és az adólevonás mértékét fokozatosan bővítették az elmúlt évek során.¹⁵¹

A 2009-ben bevezetett szabályozás szerint a filmgyártásba befektető cégek és magánszemélyek a filmgyártásba befektetett teljes összeget levonhatják az adóalapból. Társaságok legfeljebb évente 10 160 000 eurót fektethetnek be ilyen módon (filmenként legfeljebb 3 810 000 eurót), magánszemélyeknél ez a határ évi 50 000 euró.¹⁵² Egy film költségvetésének legfeljebb 80%-át tehetik ki az adókedvezményre jogosító befektetések, amely nem haladhatja meg az 50 millió eurót. A film költségvetéséből Írországból elköltendő összegnek el kell érnie legalább azt az összeget, amely adókedvezményre jogosít; azaz amennyiben a producer a film teljes költségvetésének 80%-át olyan befektetőktől kapja, akik ezáltal adókedvezményben részesülnek, úgy ezt az összeget ír területen kell elköltenie. A kedvezmény igénybevételéhez a filmnek meghatározott kulturális követelményeket kell teljesítenie, amelyek többek között az ír filmgyártáshoz való hozzájárulást, a film ír, illetve európai vonatkozásait értékelik.¹⁵³

Az ír kedvezmény gazdasági hatását érzékeltetheti, hogy 2010-ben 57, adókedvezményre jogosító filmes projekt jóváhagyására került sor. Számítások szerint ez 165 millió eurós írországi költést eredményezett, 10 000 munkahely fenntartásához járult hozzá és 26-28%-os nettó nyereséget kínált a televízió- és filmgyártóknak.¹⁵⁴

A kedvezmények rendszerét az Filmművészeti Közlemény felülvizsgálatát, valamint az Európai Bizottsággal folytatott konzultációt követően 2015 január 1-ei kezdettel

¹⁵¹ Commission decisions State aid NN49/1997, N32/1997 – Ireland, "Section 35/481" tax based film investment incentive; State aid N237/2000 – Ireland, Extension of aid schemes to film and TV production, Brussels, 25.9.2000; State aid N387/2004 – Ireland, Tax relief for investment in film, Brussels, 1.12.2004; State aid N151/2006 – Ireland, Tax relief for investment in film - Modification of scheme N387/2004, Brussels, 16.5.2006; State aid NN10/2009 (formerly N487/2008) – Ireland, Irish film support scheme, Brussels, 10.3.2009

¹⁵² Irish Tax and Customs: Film Relief, <http://www.revenue.ie/en/tax/it/leaflets/it57.html> [2012. március 12.]

¹⁵³ Irish Film Board: Financing your film, Tax Incentives, Section 481 Cultural Test, http://www.irishfilmboard.ie/financing_your_film/Section_481_Cultural_Test/29 [2012. március 12.]

¹⁵⁴ Irish Film Portal: Tax break locked until the end of 2015, <http://irishfilmportal.blogspot.com/2011/01/tax-break-locked-on-until-end-of-2015.html> [2012. március 12.]

módosították.¹⁵⁵ A befektetői adókedvezmény, amelyet magánszemélyek is igénybe vehettek, adójóváírási kedvezménnyé alakult át. A társasági adójóváírás révén a produkciós vállalat a támogatható, elszámolható költségek 32%-át kitevő adókedvezményhez jut, amely azonban nem haladhatja meg a produkció teljes költségvetésének 80%-át. Az elszámolható költségek felső határa 50 millió euróban korlátozódik. Ezzel párhuzamosan az elszámolható kiadások értelmezése kiszélesedett. Magában foglal minden olyan kiadást, amely a film elkészítéséhez szükséges, a fejlesztéstől az utómunkálatokig, beleértve az archív kópia elkészítésének költségeit is. A fogalommeghatározás úgy bővült, hogy minden olyan személy foglalkoztatásához fűződő költség is elszámolhatóvá válik, amely személyt a minősített vállalkozás minősített film gyártása céljából foglalkoztat. Ez tehát az Írországbán dolgozó, nem uniós munkavállalóknak történő kifizetéseket is magában foglalhatja. Az eljárás maga is egyszerűsödik, azáltal, hogy az Ír Adó- és Vámhivatalnak nincs tevőleges kötelezettsége az eljárási folyamatban. A filmgyártó cégnek a film forgatásának megkezdése előtt "kulturális tanúsítványt" kell kérnie a Kulturális, Örökségvédelmi és Gaeltachti minisztertől. Ez azt a célt szolgálja, hogy megerősítse, az adókedvezményre való jogosultságot, azaz, hogy a film minősített filmnek tekinthető. Ez a kulturális tanúsítvány is¹⁵⁶ szükséges ahhoz, hogy a filmgyártó társaság az online benyújtott bevallásában érvényesíthesse az adókedvezményt.

6.2 Luxemburg

Luxemburgban 1988 óta létezik filmgyártást ösztönző adókedvezmény. A kedvezmény igénybevételéhez szükséges alapfeltételeket teljesítő (pl. legnagyobb részben Luxemburg területén gyártott, előreláthatóan nyereséges) filmek luxemburgi társasági adóalany gyártói

¹⁵⁵ State aid SA.38959 (2014/N) – Ireland Film tax relief support scheme modifications; 20.10.2014 C(2014) 7687final

¹⁵⁶ Vannak további követelmények is, például a költségvetés minimuma: €250,000 vagy a helyben történő költségek minimum szintje el kell, hogy érje a €125,000-t.

audiovizuális befektetési tanúsítványban részesülnek, amely igazolja a luxemburgi költségek mértékét. A tanúsítvány birtokosa az abban szereplő összeget – legfeljebb a vállalat adózó nyereségének 30%-áig – levonhatja az adóalapból. A tanúsítványt felhasználhatja a filmgyártó cég, de el is adhatja más luxemburgi adóalany cégnek, amely szintén felhasználhatja azt adóalapja csökkentésére. Tekintettel arra, hogy a filmgyártó cégek nem mindig rendelkeznek olyan nyereséggel, amely lehetővé teszi az adókedvezmény előnyeinek teljes kihasználását, a producerek gyakran a tanúsítvány értékesítése mellett döntenek, így szereztve befektetőt a filmhez.¹⁵⁷

Ebben a rendszerben 2014-ben változás állt be. Az audiovizuális befektetési jegyekre vonatkozó különleges adórendszert törvényi módosítással megszüntették, és helyébe közvetlen támogatási rendszer lépett.

6.3 Belgium

Belgium 2002-ben vezette be adókedvezmény-rendszerét, amely lehetővé teszi, hogy Belgiumban letelepedett és belga adóalany cégek¹⁵⁸ a belga audiovizuális produkciókba befektetett összeg 150%-át, de legfeljebb 750 000 eurót (azaz 500 000 euró befektetésnek megfelelő összeget) levonjanak adózó nyereségükből. A kedvezmény igénybevételének feltétele, hogy a támogatott film az Audiovizuális Médiaszolgáltatásokról szóló Irányelv¹⁵⁹ rendelkezései alapján európai filmnek minősüljön.¹⁶⁰ Elfogadása óta az adókedvezmény

¹⁵⁷ Cineuropa Industry Report: Financing, Tax shelter – Luxembourg, 28/6/2006, <http://cineuropa.org/2011/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1365&did=75778> [2012. március 12.]

¹⁵⁸ Az Európai Bizottság 2009-ben azzal a feltétellel engedélyezte a kedvezmény meghosszabbítását, hogy az adólevonás igénybevételét a belga hatóságok nem kötik belga jogalanyisághoz (pl. belgiumi bejegyzéshez), lsd. Décision de la Commission, Aide d'Etat No. N 516/2009 – Régime d'exonération fiscale (tax shelter) en faveur de la production audiovisuelle – Prolongation de l'aide No. N 121/2007

¹⁵⁹ Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások gyártására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv)

¹⁶⁰ Belgium Film Industry – Investor Corner: Tax Shelter, <http://www.belgiumfilm.be/tax-shelter/> [2012. március 12.]

jelentősen megnövelte a filmes befektetéseket Belgiumban és növelte a foglalkoztatottak számát. Míg a filmgyártáshoz adott beruházások mértéke 2003-ban 5 millió euró volt, ez az összeg 2008-ra 80 millió euróra nőtt, az új munkalehetőségek számát pedig egyes források 7600-ra teszik.¹⁶¹ A belga Pénzügyminisztérium adatai szerint az adókedvezmény 2003 és 2011 között több mint 600 millió euró finanszírozást biztosított audiovizuális alkotások számára.¹⁶²

Az adókedvezmény rendszer¹⁶³ egész Belgiumban érvényes. Ezen túl, regionális szinten az egyes közösségek további Gazdasági és Kulturális alapokon¹⁶⁴ keresztül egyéb támogatást biztosíthatnak egy-egy film elkészítéséhez.

6.4 Franciaország

Ahogy arra korábban utaltunk, Franciaországban az átfogó filmtámogatási rendszernek a közvetlen támogatások (elsősorban a mozijegyek, a TV és DVD-eladások után fizetendő járulékok újraelosztásán alapuló, széleskörű szelektív és automatikus támogatások) mellett már 1985-től részét képezik a SOFICA befektetési alapok, amelyek a részvények után bizonyos adókedvezményeket is biztosítanak.¹⁶⁵ Ezt a kisebb magán-megtakarítások filmiparban való hasznosítását célzó konstrukciót 2004-ben egészítették ki filmgyártáshoz kapcsolódó adókedvezménnyel, amelyet 2009-ben egy kifejezetten a külföldi produkciók franciaországi forgatásaira vonatkozó adókedvezmény követett.

¹⁶¹ uMedia: Impact of Tax Shelter – Economic Impact, <http://www.umedial.eu/en/tax-shelter/economic-impact-134> [2012. március 12.]

¹⁶² Location Flanders: The Belgian Tax Shelter System, <http://www.locationflanders.be/production-guide/financing-and-incentives/the-belgian-tax-shelter-system/> [2012. március 12.]

¹⁶³ Népszerűsítő video elérhető itt: <https://www.youtube.com/watch?v=j5XHCr5hvww> [2021. október 12.]

¹⁶⁴ <https://www.belgiumfilm.be/film-financing> [2021. október 12.]

¹⁶⁵ SANDOT, FREDERIQUE: Méthodes de Financement et Rentabilité dans la production cinématographique: Les Soficas, Mémoire de recherche de fin d'études, HEC Paris, http://www.vernimmen.net/ftp/Memoire_Methodes_financement_rentabilite_dans_production_cinematographique_ue_SOFICAS.pdf [2012. március 12.]

A 2004-ben életbe lépett kedvezményt azok után az automatikus támogatásban is részesülő játékfilmek, dokumentumfilmek vagy animációs filmek után lehet igénybe venni, amelyeket teljes egészében vagy legnagyobb részben francia nyelven vagy valamely Franciaországban használt regionális nyelven forgatnak, és amelyeket főként francia területen készítenek. A kedvezmény 20%-os adójóváírást tesz lehetővé a filmgyártáshoz kapcsolódó franciaországi költségek után, amely nem haladhatja meg az 1 millió eurót (emellett játékfilmek és dokumentumfilmek esetén a percenkénti 1150 eurót, animációs filmek esetén a percenkénti 1200 eurót). A kedvezményt 2005-től a televíziós játékfilmekre is kiterjesztették.¹⁶⁶

A 2009-ben bevezetett támogatás azokat a külföldi filmeket érinti, amelyeknek a készítése során legalább 1 millió eurót költenek francia területen, illetve játékfilmek esetén emellett legalább 5 forgatási napra Franciaországban kerül sor. A kedvezményben való részesedés feltétele a francia kultúrához, kulturális örökséghez, illetve Franciaország területéhez való kapcsolódás, amelyet a kulturális teszt teljesítése igazol. A szabályozás azt a francia társasági adóalany produkciós szolgáltató céget jogosítja fel adójóváírásra, amely egy külföldi producerrel szerződésben vállalta a film franciaországi gyártásának lebonyolítását. Az adójóváírás mértéke meghatározott franciaországi költségek (a francia, illetve európai szerzőknek, színészeknek, a stáb francia illetve európai tagjainak nyújtott díjazás, illetve fizetés és az ehhez kapcsolódó kötelező hozzájárulások, technikai infrastruktúrával kapcsolatos kiadások, közlekedés, étkezés, amortizáció) 20%-a, de legfeljebb 4 millió euró. Abban az esetben, ha ez az összeg a cég által fizetendő társasági adót meghaladja, a fennmaradó összeget a cég számára a francia állam folyósítja.¹⁶⁷

¹⁶⁶ Commission Nationale du Film France: Les crédits d'impôts, http://www.filmfrance.net/pdf/fr/Chapitre_03_2.pdf [2012. március 12.]

¹⁶⁷ Décision de la Commission Européenne, Aide d'Etat N 106/2009 – Crédit d'impôt pour les oeuvres cinématographiques étrangères, Bruxelles, le 2.7.2009, C(2009)5084; Commission Nationale du Film France: i. m.

A francia filmművészeti központ (CNC, Centre national du cinéma et de l'image animée) megrendelésére készült 2011-es tanulmány szerint azonban még ezek az adókedvezmények sem elegendőek ahhoz, hogy Franciaország felvegye a versenyt a szomszédos országokkal. A tanulmány szerint a kedvezmények viszonylag alacsony felső határa (1, illetve 4 millió euró a német 4, illetve 10, valamint az ír 50 milliós határhoz képest) és a szóba jöhető franciaországi költségek szűk meghatározása miatt számos más ország vonzóbb filmes célpont. Véleményük szerint ezt támasztja alá az is, hogy 2010-ben a francia adókedvezmény a támogatott filmek költségvetésének mintegy 8%-át fedezte, szemben a belga 18, a német 13 és az ír 12%-kal.¹⁶⁸

6.5 Málta

Málta 2005-ben vezetett be a filmgyártás ösztönzésére irányuló kedvezményeket. Egyfelől kedvezményes társasági adókulcsot alkalmaz a filmszektorban tevékenykedő vállalatokra (5% az általános 35% helyett), másfelől lehetővé teszi a 18%-os áfa visszatérítését a filmgyártáshoz kapcsolódó árukra és szolgáltatásokra, és a máltai gyártási költségek 22%-áig (nehéz vagy alacsony költségvetésű filmek esetén 32%-áig) terjedő közvetlen támogatással is segíti a filmes produciókat.¹⁶⁹ Emellett Magyarországhoz hasonlóan Málta is beruházási adókedvezménnyel (a vállalat nagyságától függően meghatározott máltai költségek 30-50%-áig terjedő adójóváírással) segíti a filmes infrastruktúrába való befektetéseket. Ezeknek az intézkedéseknek köszönhetően az elmúlt években folyamatosan nőtt a Máltán forgatott filmek

¹⁶⁸ GOODFELLOW, MELANIE: *Screen Daily: French film tax incentive less attractive than key EU counterparts, says CNC*.
<http://www.screendaily.com/news/europe/french-film-tax-incentives-less-attractive-than-key-eu-counterparts-says-cnc/5032329.article> [2012. március 12.]

¹⁶⁹ Malta Film Commission: Cash Rebate - Financial Incentives for the Audiovisual Industry, <http://www.mfc.com.mt/page.asp?p=14253&l=1> [2012. március 12.]; Tax Credits, <http://www.mfc.com.mt/page.asp?p=14254&l=1> [2012. március 12.]; Commission decisions State aid N 605/2007 and State aid N 613/2009 – Financial Incentives for the Audiovisual Industry Regulations, Brussels, 28.11.2007, C(2007)5639; Financial Incentives for the Audiovisual Industry Regulations (prolongation of State aid N 605/2007), Brussels, 8.12.2009, C(2009)10025

száma. 2007-ben fordult elő először Máltán, hogy az év minden napjára jutott filmes előkészítés vagy forgatás, 2010-re már 398 forgatási nap jutott, és a külföldi filmes produkciók növekvő trendje azóta is folytatódik.¹⁷⁰

A maximális támogatási intenzitás – összhangban a Filmművészeti Közlemény változásával – 50%-ra emelkedett.¹⁷¹ Ezen túl, a máltai kormány a közelmúltban növelte a filmkészítőknek nyújtott pénzvisszatérítéseket. Ennek egyik feltétele a kulturális teszt teljesítése. A máltai filmgyártási folyamat során felmerült támogatható kiadások 40%-áig terjedő visszatérítést kaphatnak a jogosult produkciók.¹⁷²

6.6 Olaszország

Olaszország 2008-ban vezetett be adókedvezmény-rendszert az olaszországi filmgyártás fellendítésére. A kedvezmények adójóváírást és adólevonást is tartalmaznak, külön szabályok szerint vonatkoznak a filmgyártó cégekre, illetve a külső befektetőkre és a filmgyártáson kívül más filmes tevékenységeket is támogatnak (filmterjesztés, filmszínházak digitalizációja).

A filmgyártás területén a külső befektetőket a filmgyártáshoz való hozzájárulás 40%-áig terjedő adójóváírás illeti meg, amely egy adóévben nem haladhatja meg az 1 millió eurót. Az "olasz" (döntően olasz vagy európai közreműködőkkel illetve helyszíneken készült) filmeket előállító filmgyártó cégek pedig az olaszországi költségek 15%-ának megfelelő adójóváírásban részesülhetnek, amely egy adóévben legfeljebb 3,5 millió euró lehet.

Emellett – a 2009-ben bevezetett francia adókedvezményhez hasonlóan – Olaszország is külön adójóváírást biztosít az Olaszországban készített külföldi filmek számára, amelyeknek az

¹⁷⁰ FinanceMalta: The Film Servicing Sector in Malta, <http://www.financemalta.org/content.aspx?id=255244&count=0> [2012. március 12.]

¹⁷¹ SA.53289 (2019/X), Malta Financial Incentives for the Audiovisual Industry

¹⁷² <https://maltafilmcommission.com/financial-incentives/> [2021. október 12.]

átfogó, kreatív irányítását egy Olaszországon kívüli cég végzi, olasz adóalany produkciós cég részvételével. Ebben az esetben az olasz produkciós cég jogosult az olaszországi gyártási költségek 25%-áig terjedő adójóváírás igénybevételére, amelynek felső határa a kezdeti 5 millió euróról, 2014-ben 10 millió euróra emelkedett.¹⁷³

Ezen túlmenően az újonnan bevezetett rendszer két további kedvezményt is tartalmaz. Egyfelől a filmgyártó cégek nyeresége, amelyet "olasz" filmek gyártására használnak fel, nem minősül az olasz társasági adó alá eső adózó nyereségnek. Másfelől a filmszektoron kívüli befektetőknek az a nyeresége, amelyet filmgyártás céljára használnak fel, szintén levonható az adóalapból, legfeljebb az adóalap 30%-áig.¹⁷⁴

Az Európai Bizottság állami támogatást engedélyező döntése a fenti kedvezmények közül a filmszektorok nyújtott adójóváírást és adólevonást tárgyalja mind az ún. olasz, mind a külföldi filmek esetében. A támogatás feltétele itt is minden esetben a vonatkozó kulturális teszt teljesítése.¹⁷⁵

7 További hasonló kezdeményezések Európában

Jelen fejezet középpontjában a filmes adókedvezmény-rendszerek állnak. Amint a fentiekben láthattuk, számos újabban bevezetett tagállami adókedvezmény kimondott célja, hogy a külföldi filmes nagyprodukciók számára vonzóvá tegyék az adott országot. A teljesség kedvéért azonban fontos megemlíteni azt is, hogy ez a törekvés nemcsak adókedvezmények formájában ölthet testet. Ilyen hatás más állami támogatási formák, például közvetlen

¹⁷³ State aid SA.37922 (2013/N) – Italy, Tax incentives for film production, investment and distribution - prolongation

¹⁷⁴ Italian Film Commission: Regulations introduced in Italy regarding tax benefits for the film industry

¹⁷⁵ European Commission decision, State aid N595/08 – Italy, Film production tax incentives: State aid approval, Brussels, 18.12.2008, C(2008)8819

támogatások útján is elérhető. *Hollandiában* például, szemben az általános európai trenddel, 2007-ben közvetlen támogatási rendszerrel váltották fel a filmes adókedvezményeket.¹⁷⁶ Abban az esetben pedig, ha az adójóváírás – ahogy ezt több európai példánál is láthattuk – nincs az adott cég által fizetendő adó százalékában maximalizálva, átvihető a következő adóévre és/vagy az állam az adókötelezettséget meghaladó összeget kifizeti, a kétfajta támogatási intézkedés gyakorlatilag megegyezik.¹⁷⁷ Az eltérő támogatási megoldások hasonló hatását jelzi az is, hogy az internetes szaksajtóban gyakran a külföldi filmek gyártását ösztönző közvetlen támogatásokat is adókedvezményként említik.¹⁷⁸

A közvetlen támogatás útját választotta például *Németország*, amely 2007-ben vezette be a Német Filmalapot (DFFF - Deutscher Filmförderfonds) mint új, föderális szintű támogatást. A Filmalap évi 60 millió euróval támogatja azokat a filmes produciókat, amelyeknek költségvetése meghaladja az 1 millió eurót (dokumentumfilmek esetén a 200 000, animációs filmek a 2 millió eurót), költségvetésük legalább 25%-át (20 millió eurót meghaladó német költség esetén legalább 20%-át) Németország területén realizálják és teljesítik a német, illetve európai tartalomra, a stáb tagjaira és a gyártás helyszínére vonatkozó tesztet.¹⁷⁹ A támogatás a németországi költségek 16 illetve 20%-áig terjed, összege elérheti a 10 millió eurót. A Filmalap adatai szerint 2010-ben a támogatás 340 millió euró befektetést generált a filmgyártás

¹⁷⁶ DAVIES, ADAM P. – WISTREICH, NICOL: *The Film Finance Handbook: How to Fund your Film*. 2007 Netribution Limited; Commission decision State aid N291/07 – The Netherlands Film Fund – Implementation Regulation for feature films and supplementary regulations for investments in film, Brussels, 10.7.2007, C(2007)3231; State aid N524/2009, Brussels, 22.12.2009 C(2009)10665; State aid N371/2010, Brussels, 15.11.2010, C(2010)7913 ; State aid SA.38099 (2014/N) – The Netherlands Film production incentive, Brussels, 13.05.2014, C(2014)3254

¹⁷⁷ LUTHER, WILLIAM i. m.

¹⁷⁸ Például a Német Filmalap esetében: The Hollywood reporter: German Film Fund brings nearly \$ 500 million in 2010, <http://www.hollywoodreporter.com/news/german-film-fund-brings-500-73922> [2012. március 12.]; vagy a cseh közvetlen támogatási rendszer esetében: Film New Europe: EU approves Czech film tax incentives, <http://www.filmneweurope.com/news/czech/eu-passes-czech-film-tax-incentives> [2012. március 12.]

¹⁷⁹ Entscheidung der Europäischen Kommission, Staatliche Beihilfe N695/2006 – Deutschland, Deutscher Filmförderfonds, Brüssel, 20.12.2006, K(2006)6682; A film kulturális jellegének garantálása érdekében a játékfilmek esetében a vonatkozó teszt "kulturális tartalom" kategóriájában a 15 kritériumból legalább négynek meg kell felelniük, míg a dokumentumfilmeknek és az animációs filmek esetében a vonatkozó kulturális teszt kilenc kritériumából legalább kettőt kell teljesíteni. State Aid SA.59636 (2020/N) – Germany German Film Promotion Fund – Strengthening Film Production, Brussels, 02.02.2021 C(2021) 321

területén¹⁸⁰, összesítésben pedig 420 millió eurót biztosított 757 film számára 2007. januári indulása óta, és további 2,5 milliárd eurós beruházást vonzott Németországba. Az alapból származó minden egyes euró tehát további hat euró németországi befektetést eredményezett.¹⁸¹ A Filmalap sikerét mutatja az is, hogy *Ausztria* 2010-ben egy ezzel gyakorlatilag megegyező támogatási modellt fogadott el, azzal a különbséggel, hogy a támogatás az osztrák költségek 25%-áig terjedhet és költségvetése - tekintettel a két ország eltérő nagyságára - évi 7,5 millió euró.¹⁸² Az osztrák példa azt is jól mutatja, hogy a támogatások versengése nem korlátozódik az adókedvezményekre.

További példa erre a magyar filmtámogatási adókedvezmény nyomására bevezetett cseh támogatási rendszer, amelyre a magyar támogatási rendszer bemutatásakor már utaltunk. A magyar filmes adókedvezmény bevezetése ugyanis mindenekelőtt *Csehországot* érintette érzékenyen: annak ellenére, hogy jelentős filmes múlttal és infrastruktúrával rendelkezett, pénzügyi kedvezmény híján filmgyártása visszaesett. 2005-re Magyarország behozta Csehországot a külföldi produkciókból származó bevételek terén, majd évről évre több filmes produkciót hódított el.¹⁸³ Döntően ennek tudható be, hogy – a cseh Film Bizottság adatai szerint – a cseh filmgyártás volumene a 2002-es 7,17 milliárd cseh koronáról 3,52 milliárd cseh koronára esett vissza 2008-ra. Az ebben szereplő, külföldi produkciók által generált összeg 4,54 milliárd cseh koronáról 705 millió cseh koronára csökkent. Annak ellenére, hogy ugyanezen időszak alatt a cseh filmgyártás volumene 390 millió cseh koronáról 880 millió cseh koronára nőtt, összességében a 2003 és 2008 közötti időszakban a filmipari foglalkoztatás 38%-os esést

¹⁸⁰ The Hollywood reporter: German Film Fund brings nearly \$ 500 million in 2010, <http://www.hollywoodreporter.com/news/german-film-fund-brings-500-73922> [2012. március 12.]

¹⁸¹ <https://dfff-ffa.de/index.php?grusswort-bkm-engl>

¹⁸² Entscheidung der Europäischen Kommission, Staatliche Beihilfe N 96/2010 – Österreich, Österreichische Filmförderungsregelung (Filmstandort Österreich), Brüssel, den 31.8.2010, K(2010)6041; State aid SA.37679 (2013/N) – Austria Prolongation of the Austrian film support scheme Filmstandort Österreich, Brussels, 13.01.2014, C(2014) 92

¹⁸³ <http://online.wsj.com/article/SB124838757272177229.html> [2012. március 12.];

ért meg.¹⁸⁴ Gazdasági pozíciói védelme érdekében a cseh filmipar hosszú évek óta kérte egy filmgyártást támogató program bevezetését, amely végül 2010. január 1-jén lépett életbe.

A támogatási programban való részvétel feltétele a magyar teszttel lényegében megegyező kulturális és gyártási követelmények teljesítése.¹⁸⁵ A két kedvezmény működési mechanizmusa azonban eltér: a cseh támogatás a filmgyártó cégeknek biztosított közvetlen állami támogatáson alapszik. A támogatás mértéke csehországi filmgyártási költségek 20%-áig terjedhet. A korlátozott territorializációra vonatkozó szabály érvényesítése érdekében a figyelembe vehető cseh filmgyártási költségek nem haladhatják meg a teljes költségvetés 80%-át. A számításba jövő költségek meghatározása a cseh támogatás esetén valamivel szigorúbb, a támogatási program rendelkezésére álló éves keret azonban jelentősen magasabb, mint a magyar hatóságok által az Európai Bizottsághoz benyújtott költségvetési prognózisok¹⁸⁶ (2010-ben 400 millió cseh korona, azaz kb. 16,2 millió euró, 2011-től pedig évente 1000 millió cseh korona, azaz kb. 40,6 millió euró).¹⁸⁷ A cseh és a magyar támogatási program közötti főbb hasonlóságokat és eltéréseket a következő táblázat szemlélteti.¹⁸⁸

	Magyarország	Cseh Köztársaság
Támogatás formája	Társasági adókedvezmény: adólevonás és adójóváírás	Közvetlen támogatás
Kedvezményezettek	magyar társasági adóalany vállalatok, amelyek hozzájárulnak a film költségvetéséhez (közvetlenül), filmgyártó cégek (közvetetten)	Csehországban letelepedett, cseh adóalany filmproducerek vagy koproducerek
Támogatott filmek	magyar filmek, koprodukciók, bér munka	Csehországban letelepedett filmgyártók és koproducerek által készített filmek

¹⁸⁴ <http://www.expats.cz/prague/article/prague-entertainment/film-production-in-prague/> [2012. március 12.]

¹⁸⁵ State aid N 98/2010 – Czech Republic Czech film support scheme, Brussels, 17.06.2010 C (2010)4193

¹⁸⁶ European Commission decision, State aid N 98/2010 – Czech film support scheme, Brussels, 17.6.2010, C(2010)4193

¹⁸⁷ 2012. március 26-i árfolyamok alapján

¹⁸⁸ European Commission decision, State aid N 98/2010; The new Czech film production rebate vs. The Hungarian one, OrienTaxPress, Budapest, 9 July 2010, http://www.orientax.hu/site_media/files/OrienTaxPress_Czech_film_rebate.pdf [2012. március 12.]

Territorializáció	A támogatás a költségvetés 80%-ának az országban való elköltésére ösztönöz	A támogatás a költségvetés 80%-ának az országban való elköltésére ösztönöz
Elszámolható költségek	A filmgyártáshoz közvetlenül kapcsolódó áruk és szolgáltatások magyarországi költségei, beleértve: amortizáció, szerzői jogdíjak a teljes költségvetés 4%-áig, pénzügyi költségek, igazgatási költségek arányos része, vissza nem igényelhető vám/áfa, produceri díjak a költségvetés 4%-áig ¹⁸⁹	A filmgyártáshoz közvetlenül kapcsolódó áruk és szolgáltatások csehországi költségei, cseh adóalany vagy forrásadó-köteles természetes személyeknek történő kifizetések; <i>nem</i> számolható el pl.: amortizáció, szerzői jogdíjak, pénzügyi költségek, igazgatási költségek, adó/vámjellegű kiadások marketing költségek, disztribúciós költségek, külföldi stáb napi díja, ÁFA költségek, film cselekmény kidolgozása, produceri díjak
Támogatás mértéke	A támogató cég legfeljebb a hozzájárulás 119%-át nyerheti vissza az adókedvezmény segítségével, a filmgyártó cég a film teljes költségvetésének legfeljebb 20%-áig (80% alatti magyar költségek esetén a magyar filmgyártási költségek 25%-áig) kaphat adókedvezményre jogosító támogatást	A cseh filmgyártási költségek (legfeljebb a költségvetés 80%-áig terjedően) 20%-a, vagy forrásadó-köteles külföldi személyeknek kifizetett összegek 10%-a
Éves költségvetés	2011-ben 4800 millió HUF ¹⁹⁰ (16,5 millió euró), 2012-ben 4600 millió HUF ¹⁹¹ (15,8 millió euró), 2013-ban 5000 millió HUF ¹⁹² (17,2 millió euró) ¹⁹³	(2011-től) évi 1000 millió cseh korona (40,6 millió euró) ¹⁹⁴
Támogatáshoz megszabott minimális költségvetési összeg	–	15 millió cseh korona (609 000 euró) csehországi költség nagyjátékfilmek és tévéfilmek esetén, 3 millió cseh korona (122 000 euró) dokumentumfilmek esetén, 10 millió cseh korona (406 000 euró) ¹⁹⁵ tévésorozatok esetén, részenként ¹⁹⁶
Támogatás feltételül szolgáló teszt	Kulturális teszt (lsd. a 3.1.1. pont alatt), gyártáshoz kapcsolódó feltételek	A magyarral lényegében megegyező kulturális és gyártáshoz kapcsolódó teszt ¹⁹⁷

¹⁸⁹ The new Czech film production rebate vs. The Hungarian one, OrienTaxPress (2010)

¹⁹⁰ T/1498. sz. törvényjavaslat a Magyar Köztársaság 2011. évi költségvetéséről, Fejezeti indokolások, XLII. A költségvetés közvetlen bevételei és kiadásai, <http://www.mkogy.hu/irom39/01498/adatok/fejezetek/42.pdf> [2012. március 12.]

¹⁹¹ Becsült összeg, forrás: Európai Bizottság döntése, N202/2008. sz. állami támogatás – Magyarország, Filmszakmai támogatási program, Brüsszel, 2008.7.16, C(2008)3543

¹⁹² Becsült összeg, forrás: Európai Bizottság döntése, N202/2008.

¹⁹³ 2012. március 26-i árfolyamok alapján

¹⁹⁴ 2012. március 26-i árfolyamok alapján

¹⁹⁵ 2012. március 26-i árfolyamok alapján

¹⁹⁶ Czech Film Commission: Czech Republic launches 20 % rebate, <http://www.filmcommission.cz/news/detail/id/149> [2012. március 12.]

¹⁹⁷ Az elbírálás alapjául szolgáló kritériumok gyakorlatilag megegyeznek, apró eltérésekkel pl. a cseh kulturális teszt összevonta a magyar c) és h) pontokat és egy újabb szempontot vezetett be a társadalmat érintő jelenkori vagy történelmi eseményekkel foglalkozó filmek értékelésére; a gyártási kritériumok között a nehezen értelmezhető i) pontot úgy módosította, hogy a filmalkotás hozzájárul műfaja továbbfejlesztéséhez; a gyártási

8 Összefoglalás és kitekintés

Jelen fejezet célja a tagállamok között kibontakozó filmtámogatási versengés bemutatása konkrét példákkal szemlélítve azt, valamint érzékeltetve a filmes adókedvezményeknek az európai szabályozási háttérét, nemzetközi kontextusát és perspektíváit. Bemutatta azokat az egyensúlyokat, amelyeket az Európai Unió jogharmonizáció, különösen a Filmművészeti Közlemény megtalálni vél a filmes támogatások új generációjának bevezetésekor és megítélésekor. Másként fogalmazva megvilágította azt, ahogyan Európa megtalálni véli az egyensúlyt kulturális támogatás és gazdasági ösztönzők, a belső piacot negatívan érintő támogatási harc és a világméretű versenyben való helytállás, a nemzeti filmgyártás rövid távú érdekei és az összeurópai filmipar stratégiai kérdései, a tagállami kulturális hatáskörök és közösségi gazdasági érdekek között.

Bár a világszerte fokozódó filmes adókedvezményeknek egyre több kritikusa akad, elsősorban az Egyesült Államokban, ahol a 2010-es években több tagállam egyoldalúan felülvizsgálta az ilyen típusú támogatási programokat,¹⁹⁸ vélhetően a 2020-as évek COVID járvány indukálta gazdasági válsága okán, új lendületet kaptak e támogatási programok Amerikában is. Jól érzékelteti ezt az a tény, hogy mára az adókedvezményekkel, befektetések népszerűsítésével, elérhetővé tételével, szolgáltatások nyújtásával foglalkozó cégek száma is

szempontok közé beiktatta, hogy a gyártás során cseh szolgáltatókat vesznek igénybe; a filmgyártás-előkészítés helyszínét nem értékeli, csak az utómunkálatok csehországi elvégzéséért ad pontot. Némiképp eltér ugyanakkor a két teszt pontrendszer. Csehország esetében minden kulturális követelmény két pontot ér és az a feltétel, hogy a kulturális követelményekért adható 16 pontból legalább 4-et elérjen a film. Ez azt jelenti, hogy a kulturális teszt nemcsak két követelménynek való teljes megfeleléssel, de akár négy részleges megfeleléssel (amelynek értelmezése nem könnyű, tekintettel a követelmények egységességére) is teljesíthető. Emellett szükséges, hogy az elérhető összpontszámnak legalább a felét, azaz 23 pontot teljesítsen a film. (European Commission decision, State aid N 98/2010).

¹⁹⁸ Ennek eredményeként néhány államban megszüntették az adókedvezmények rendszerét, pl.: Alaska, Florida, Michigan, West Virginia, Wyoming.

megemelkedett, számos cég foglalkozik átfogóbb jelleggel a különböző államok ajánlotta filmösztönző rendszerek összefoglalásával.

A fejezet végén található táblázat adatai jól szemléltetik, hogy az adójóváírást választó államok általában véve kevesebbet változtattak rendszereiken az elmúlt tíz évben. Bár egyes esetekben növelték a figyelembe vehető, elszámolható költségek százalékos arányát, tipikusan 20%-ról akár 30%-ra, ugyanakkor az is megfigyelhető, hogy a „harc a végsőig” elmélet gazdasági racionalitása mégsem engedi egy ponton túlbilleneni az adható kedvezmények rendszerét Amerikában. A 2010-es évek elején adóvisszatérítéssel működő filmtámogatási rendszerek egy része 2021-ben is hasonló programot tartott fenn, de közülük két állam is teljesen megszüntette filmtámogatási rendszerét (Michigan és Wyoming), további kettő inkább filmtámogatást ad, nem adóvisszatérítést (Tennessee és Texas). Megfigyelhető továbbá az is, hogy azok az államok, amelyek nem rendelkeznek filmtámogatási programmal földrajzilag az Egyesült Államok középső illetve északi részén helyezkednek el. A táblázat adatai jól szemléltetik azt a tényt, hogy az amerikai filmösztönző rendszerek inkább az adójóváírás felé látszanak elmozdulni szemben a közvetlen kifizetésekkel, illetve adó visszatérítésekkel. Ezzel párhuzamosan egyre szigorodnak az adott államhoz köthető költségekre vonatkozó előírások és az állam területén elköltött minimális összeg minden esetben feltétele a támogatásnak.

Ezzel szemben Európában még távolról sincs kibontakozóban ilyen felülvizsgálati tendencia¹⁹⁹ – sőt, a jelek inkább a verseny szélesedésére és fokozódására utalnak. Az Európai Audiovizuális Megfigyelőközpont 2014-ben közzétett jelentése szerint 17 európai országban működik adóösztönző rendszer, vannak olyan országok, pl. Franciaország, az Egyesült Királyság és Olaszország, ahol egyszerre több filmösztönző rendszer is működik.²⁰⁰

¹⁹⁹ Meg kell ugyanakkor azt is jegyezni, hogy az Egyesült Államokban szövetségi szinten is működik filmes adókedvezmény, amelyhez társulnak az egyes államok által adott adókedvezmények, szemben az Európai Unióval, ahol keretszabályozás teszi lehetővé a tagállamok számára a filmek állami támogatását.

²⁰⁰ OLSBERG, JONATHAN – BARNES, ANDREW: *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe*. European Audiovisual Observatory, December 2014

Az Európai Unió tagállamainak ez a versengése a nagyprodukciókért az Európai Bizottság szerint egyértelműen káros a belső piacra. Az Unió azonban – bár a pénzügyi válság az utóbbi években élesen rávilágított a hatáskörmegosztás korlátaira – jelenleg nem rendelkezik a tagállamok adórendszereinek összehangolására irányuló kompetenciával. Rendelkezik azonban egy olyan eszközzel, amely Amerika esetében hiányzik: az állami támogatási politikával. Valóban, a versengés visszaszorításának eszköze a tagállamok által nyújtott támogatások, kedvezmények korlátozása lehet, az Európai Bizottság által érvényesített állami támogatási szabályok alapján.

A jelenlegi bizottsági gyakorlat az EUMSZ 107. cikk (3) bekezdés d) pontja, az ún. kulturális kivételen és a filmművészet kulturális tevékenységként való, osztatlan szemléletén alapszik. A Filmművészeti Közlemény egységes szempontrendszer szerint ítéli meg a különböző támogatási programokat: a művészfilmek támogatását éppúgy, mint a nagyprodukciók megszerzésére irányuló adókedvezményeket. Ahogy a Bizottság vitaanyaga írja, a jelenlegi kritériumok nem megfelelőek ahhoz, hogy elejét vegyék a versengő kedvezményeknek Európában.

A gyakorlatban a nagyprodukciók ösztönzésére irányuló kedvezmények esetén a kulturális követelmények szisztematikus vizsgálata problematikusnak bizonyult. A kulturális célkitűzések a filmes adókedvezmények esetében rendszerint csak áttételesen vannak jelen. Az európai filmipar gazdasági bázisának fenntartása valódi kulturális tartalommal bíró filmek elkészültét is biztosíthatja, az adókedvezmények természetéből eredően azonban közvetlenül nem ezekre irányul ösztönző hatása. Ezen alapvetően a kulturális tartalom meglétét biztosítani hivatott kulturális tesztek, kulturális követelmények sem változtattak.

A kulturális követelmények ellenőrzésében rejlő ellentmondások teljes feloldása azonban változatlan jogalap mellett nem lehetséges. Kizárólag arra van mód, hogy a Bizottság szigorúbb ellenőrzés alá vonja azt a kitélt, miszerint az ilyen támogatás csak akkor engedélyezhető "ha

az az Unión belüli kereskedelmi és versenyfeltételeket nem befolyásolja a közös érdekekkel ellentétes mértékben".

Gyakorlatilag erre tesz kísérletet a Bizottság által, éppen az eredeti Filmművészeti Közlemény 10. évfordulójára időzített, 2011-ben indított felülvizsgálata, majd a közzétett Filmművészeti Közlemény-tervezet, és ezek nyilvános vitája. Két fő problémát azonosít a nagy külföldi produkciók támogatásával kapcsolatban. Egyrészt az ilyen produkciókhoz kapcsolódó nyereség nagyrészt az EU-n kívül marad, és ennek következtében nem feltétlenül járul hozzá az ágazat hosszú távú fenntarthatóságához. Másrészt az amerikai nagy produkcióknak – európai versenytársaikkal ellentétben – nem okoz nehézséget a magánfinanszírozás megszerzése, ezért megkérdőjelezhető a nagy költségvetésű produkciók támogatásának szükségessége. A Bizottság szolgálatainak véleménye szerint az ilyen produkciók vonzása biztosíthatja, hogy a nagyszabású filmek Európában készüljenek el, de az ilyen támogatások torzítják az európai gyártási helyszínek közötti versenyt. A kezdeti szakaszban az Európai Bizottság szolgálatai határozottan állást foglaltak a támogatási verseny korlátozásának szükségességéről. Ám a közzétételt követő nyilvános vita és tagállami egyeztetések által felvetett kérdés: megengedheti-e (egyáltalán) magának az európai filmipar, hogy nagy költségvetésű produkciókat veszítsen el?

A versenyfeltételek torzulásának mérséklése érdekében a javaslat egyrészt kiterjeszti a számításba vehető költségek körét az Európai Gazdasági Térség teljes területén felmerült költségekre, másrészt korlátozza a nem európai nagyprodukcióknak juttatható támogatás arányát. Ezzel egyidejűleg a kulturális követelmények meghatározásával egyenértékűnek ismeri el a szakmai testületek általi kiválasztást. Ez azonban, tekintettel arra, hogy az adókedvezmények nem szelektív támogatásként működnek, nem hoz feltétlenül változást esetükben: a kulturális célkitűzést a tervezet szerint továbbra is bizonyítani kellene.

Az elfogadott 2013. évi Filmművészeti Közlemény elsősorban a tagállamok és az érdekelt felek által, az európai audiovizuális ágazat életképességéhez és versenyképességéhez való hozzájárulásnak tekintett szabályokkal és pontosításokkal összhangban álló, az előző közlemény aktualizált változata lett. A jogbiztonság érdekében ezúttal a Közlemény alkalmazhatóságának időtartama sem korlátozott. Sőt, egy további adminisztratív könnyítés következtében az 50 millió EUR éves költségvetést el nem érő állami támogatási programokat nem kell többé bejelenteni az Európai Bizottságnak.

Jogi szempontból egy másik lehetőség az adókedvezmények kulturális céljának megkérdőjelezése, a kulturális kivétel helyett gazdasági ösztönzőként való megítélése lehetne, az EUMSZ 107. cikk (3) bekezdés c) pontja alapján ("az egyes gazdasági tevékenységek vagy gazdasági területek fejlődését előmozdító támogatás, amennyiben az ilyen támogatás nem befolyásolja hátrányosan a kereskedelmi feltételeket a közös érdekekkel ellentétes mértékben"). Ebben az esetben a kedvezményeket bevezető tagállamok mentesülnének a kulturális célkitűzés igazolásának kötelezettsége alól. Az Európai Bizottság ugyanakkor még a tervezetben foglaltnál is szigorúbban vizsgálná a támogatás szükségességét és arányosságát, a gazdasági előnyök és hátrányok mérlegelésével. Míg a tervezet, bár korlátok felállításával, de továbbra is elfogadja az ilyen támogatások létjogosultságát, a 107. cikk (3) bekezdés c) pontja alapján ez kérdésessé válhatna. Ehhez azonban alapvető paradigmaváltásra, a filmgyártás egységes, kulturális szemléletének megváltoztatására lenne szükség, amely egyelőre nem került napirendre.

A Filmművészeti Közlemény tervezetéről folytatott nyilvános konzultáció eredményei jól mutatják, hogy a tagállamok nem állnak készen egy, a nemzeti határokon túlnyúló megközelítés megvalósítására. Az alapvető kérdés ugyanis még mindig, akárcsak az európai támogatási politika kezdetekor, az egész európai filmipar versenyképessége, az európai film jövője. Lehet-e Hollywood és Bollywood mellett egy Jollywood-ot teremteni Európában? Hogyan és milyen

eszközökkel, gazdasági ösztönzőkkel javítható az európai film és filmipar helyzete nemzetközi szinten? Elgondolkodtató, hogy e kérdés aktualitásán az elmúlt fél évszázad támogatási politikája sem változtatott.

A nagyprodukciókért folytatott sikeres versengés segíthet abban, hogy megtartsa az európai filmipar gazdasági bázisát, fenntartsa és növelje a jelenlegi kapacitásokat – anélkül azonban, hogy ennek a fejlődésnek a mozgatórugója az európai filmipar egészének megerősödése volna. Kétségtelen, hogy ez a kérdés messzire vezet. Ehhez már az állami támogatásokon túlmenő, olyan lépésekre lenne szükség, amelyek segítenek áthidalni az európai filmipar széttöredezettségét és megindítják a fejlődést az európai szintű filmipar felé, fellendítik az európai filmek terjesztését,²⁰¹ javítják a kereskedelmi feltételrendszert, erősítik az európai koprodukciós filmgyártást, a kulturális célkitűzések érvényesítése mellett szükség szerint közelítik a filmalkotás és a közönség igényeit. Számos elemző szerint az európai audiovizuális szektor sikerének kulcsa, hogyan jut el és hogyan épít magának jelentős regionális és globális nézőközönséget.²⁰² Mindennek során pedig már nemcsak Amerikára kell tekintettel lennünk: egyes elemzők a „világmozi” (world cinema) fokozatos előtörésével számolnak Hollywood kárára. Egy biztos: a nagyprodukciókért folytatott versengésnek, bármilyen látványos és gyors eredményekkel is járhat egy sikeres támogatási rendszer, nem szabad a hosszú távú, stratégiai kérdéseket és az európai filmgyártás eredeti ambícióit háttérbe szorítania.

²⁰¹ A Filmművészeti Közlemény tervezete külön kitér az európai filmforgalmazás javítására, lsd. Európai Bizottság, Tervezet, 8. o.

²⁰² Lsd. pl. az American Assembly véleményét az első nyilvános konzultációra: http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011_state_aid_films/american_assembly_en.pdf [2012. március 12.]

Táblázat: Az Egyesült Államok államaiban és Puerto Rico-ban működő filmelőállítást segítő adókedvezmények típusát és mértékét összefoglaló táblázat 2012 és 2021-ben²⁰³

ÁLLAM	ADÓKEDVEZMÁNY TÍPUSA ÉS MÉRTÉKE 2012	ADÓKEDVEZMÁNY TÍPUSA ÉS MÉRTÉKE 2021
ALABAMA	• sales and use tax exemption • lodging tax exemption • 25% rebate of all state certified expenditures • 35% rebate of all payroll paid to residents of Alabama for the state certified production • product expenditure must equal to or exceed at least \$500,000 but must not exceed \$20 million Alabama Film Office http://www.alabamafilm.org/2010/filmmakersincentives2.shtml	Alabama Film Rebate Incentives include: • Income Tax Rebate – Equaling 25% of certain production expenditures on the project that are incurred in Alabama plus 35% of the payroll paid to Alabama residents. The rebate may be used to offset any Alabama income tax liability of the Qualified Production Company for the tax year during which such expenditures were paid or incurred. If the amount of the Rebate exceeds the Qualified Production Company's Alabama income tax liability, then the excess is refundable. • State Sales, Use, and Lodging Tax Exemption – A Qualified Production Company that intends to spend certain qualified expenditures in Alabama may be entitled to receive an exemption from the state portion of sales, use, and lodgings taxes. The exemption only applies to the state portion, however – not to the local portion of those taxes. An Alabama Department of Revenue exemption certificate must be presented to Alabama vendors to utilize the exemption. • Section 41-7A-43 authorizes the Alabama Film Office to award up to \$20 million each year in incentives to qualified production companies. Alabama Dept. of Revenue: https://revenue.alabama.gov/tax-incentives/major-tax-incentives/film-rebate/ ; http://www.alabamafilm.org/tax_incentives.html
ALASKA	• up to 58% in a transferable tax credit on qualified production expenditures in Alaska, including: • 30% transferable tax credit on ground spend expenditures in Alaska • additional 20% credit for a total of 50% on wages paid to Alaska residents • an added 6% credit for production expenditure incurred in a rural area • an additional 2% credit on expenditure incurred btw. 1 October and 30 March • additional 6% credit as episodic scripted television credit • no sales tax • no state personal income tax 2015 state tax credit system ended	NO STATE FILM INCENTIVE

²⁰³ A szerző saját gyűjtése

Alaska Film Office:

<http://commerce.state.ak.us/ded/dev/film/incentives/index.html>

ARIZONA	NO STATE FILM INCENTIVE	NO STATE FILM INCENTIVE
ARKANSAS	20% rebate on qualified film production costs (including resident and non-resident labour) - additional 10% rebate for below-the-line employees who are Arkansas residents - production must spend a min. of \$500,000, and annual cap is \$5 million Arkansas Film Office closed down in 2010 http://easeentertainment.com/production-incentives/arkansas/ or www.ncsl.org	Credit/ rebate combo 20% of qualified local spend in state, 10% for below the line resident labor New film tax credit effective July 2021: - Creates a transferable tax credit with a \$4 million annual fund allowance. - Adds an additional 10% incentive for veteran hires and veteran owned businesses. https://www.arkansascinemasociety.org/otr/new-film-tax-credit-incentive-sails-through-arkansas-legislature https://www.arkansasedc.com/film Arkansas Film Commission
CALIFORNIA	- qualified tax payers are allowed a credit against income and/or sales and use taxes, based on qualified expenditures - no state occupancy tax 20% non-transferable tax credit on qualified expenditures for feature films and TV series 25% tax credits issued to an “independent film” may be transferred 5% credit uplift with certain conditions California Film Commission http://www.film.ca.gov/Incentives.htm	Tax Credit 20-30% tax credit (non-transferable, non-refundable) 25% non-transferable tax credit for relocating TV series, 25% transferable tax credit for “independent” films, 20% non-transferable tax credit for feature films, new TV series, mini-series, pilots) 5-10% credit uplift with certain conditions https://film.ca.gov/ https://film.ca.gov/tax-credit/the-basics-3-0/
COLORADO	20% cash rebate for production costs in state - loan guarantee programme for film productions Colorado Film Commission www.coloradofilm.org	Rebate - up to 20% rebate on qualified expenses - To be eligible: have at least 50% local cast and crew - Colorado production companies need to have at least \$100,000 in qualified local expenses - Out-of-state production companies need to have at least \$1 million in qualified local expenses, except if they produce television commercials and video game productions. Those productions need to have at least \$250,000 in qualified local expenses. Office of Economic Dev. and Int. Trade https://oedit.colorado.gov/colorado-film-incentive

CONNECTICUT	• sales, property, infrastructure and hotel tax exemption • up to 30% transferable tax credit on qualified expenditures • TWO YEAR SUSPENSION OF FEATURE FILMS AS ELIGIBLE PRODUCTION TYPE AS OF 1 JULY 2013. Connecticut Film Division www.ctfilm.com	• Transferable, non-refundable tax credit • up to 30% transferable tax credit on qualifying production expenses Dept. of Revenue Services https://portal.ct.gov/DRS/Publications/Corporation-Credit-Guide/Film-Production-Credit-14FEB2018
DELAWARE	NO STATE FILM INCENTIVE	NO STATE FILM INCENTIVE
FLORIDA	• no state income tax • sales and use tax exemption on the purchase or lease of certain items used in the production activity in Florida • 20-30% transferable tax credit on qualified expenditures • additional 5% bonus credit available for certain types of production Florida Office of Film www.Filminflorida.com	NO STATE FILM INCENTIVE • entertainment industry sales tax exemption
GEORGIA	• flat, on-time transferrable tax credit of 20% base on min. investment of \$500,000 • additional 10% uplift on approved projects with promotional logo provided by the state • sales and use tax exemption • immediate point-of-purchase sales tax exemption Georgia Film Office www.georgia.org	Tax credit • 20% (transferable) tax credit to companies that spend \$500,000 or more in Georgia during production and post-production. • additional 10% tax credit for certain approved projects that include a five-second-long embedded Georgia logo https://www.georgia.org/industries/film-entertainment/georgia-film-tv-production/production-incentives
HAWAII	• 20% refundable tax credit of qualified production costs (including state and county location and facilities fees) on Oahu, and 25% on neighbouring islands • per production cap is \$15 million • Royalties tax exemption Hawaii Film Office www.hawaiifilmoffice.com	Non-transferable, refundable tax credit • \$200,000 minimum qualified spend; • 20% tax credit in any production cost incurred on the island of Oahu and 25% tax credit if production cost incurred on all other neighboring islands (big Island of Hawaii, Kauai, Lanai, Maui, and Molokai) Hawaii Film Office https://filmoffice.hawaii.gov/incentives-tax-credits/
IDAHO	PROGRAMME CURRENTLY NOT FUNDED • sales tax rebate • lodging tax exemption after 30 days Idaho Film Office, www.filmidaho.org	NO STATE FILM INCENTIVE

ILLINOIS	• transferrable tax credit of 30% of all qualified expenditure • 30% of qualified Illinois production spending • 30% credit on Illinois salaries up to \$100,000 per worker • tax credit can be carried forward for 5 years • additional 15% credit on salaries of individuals who live in an economically disadvantaged area Illinois Film Office www.illinoisfilm.biz	Tax Credit • 30% of the qualified Illinois Production Spending. • 30% credit on Illinois salaries up to \$100,000 per worker. • Tax credit can be carried forward 5 years from when originally issued by Illinois Film Office/Department of Commerce and Economic Opportunity. • The Illinois Film Tax Credit is currently scheduled for legislative renewal in 2026. • 15% additional credit- applicants will receive an additional 15% tax credit on salaries of individuals (making at least \$1,000 in total wages) who live in economically disadvantaged areas whose unemployment rate is at least 150% of the State's annual average. Illinois Dept. of Commerce https://www2.illinois.gov/dceo/whyillinois/Film/FilmTaxCredit/Pages/default.aspx
INDIANA	NO STATE FILM INCENTIVE • production sales credit • sales tax exemption in some cases	NO STATE FILM INCENTIVE • Accommodation stays of 30 consecutive days or more may be exempt from the County Innkeeper's Tax https://www.filmindiana.com/filming-in-indiana/incentives/
IOWA	NO STATE FILM INCENTIVE Re-established film office: http://www.produceiowa.com/	NO STATE FILM INCENTIVE
KANSAS	NO STATE FILM INCENTIVE • no hotel occupancy tax for stays in excess of 28 days Kansas Film Office www.filmkansas.com	NO STATE FILM INCENTIVE
KENTUCKY	• either refund of Kentucky (6%) sales and use tax paid • or refundable income tax credit of up to 20% of approved expenditures • spend at least \$500,000 to produce feature films or television shows in Kentucky (commercials, documentaries, Broadway productions have a lower spending limit) Kentucky Film Office www.Kyfilmoffice.com	Non-transferable, refundable tax credit (Kentucky Entertainment Incentive Program) • 30-35% of qualifying expenditures, qualifying payroll expenditures • 5% bonus on expenses incurred in an Enhanced Incentive County Cabinet for Economic Development https://cedky.com/cdn/1980_Ky_Entertainment_Incentive_Program_Guidelines_FINAL_Dec_2021.pdf

LOUISIANA	• 30% transferable tax credit on in-state production expenditure • additional 5% labour tax credit on residential labour • \$300,000 minimum in-state expenditure requirement • no limit on amount of tax credits that can be earned Louisiana Entertainment http://www.louisianaentertainment.gov/	Motion Picture Production Tax Credit, provides motion picture productions up to a 40% (non-transferable) tax credit on total qualified in-state production expenditures, including resident and non-resident labor. • Provides up to a 40% tax credit (25% base credit; 10% increase for Louisiana screenplay productions, 5% increase if outside of the New Orleans Metro Statistical Area). • \$50,000 minimum in-state expenditure requirement for Louisiana screenplay productions. • \$300,000 minimum in-state expenditure requirement on all other eligible productions. • The maximum amount of credits that can be issued is \$150 million per fiscal year. • The maximum amount of credits that can be claimed is \$180 million per fiscal year. • Tax credits may be used to offset personal or corporate income tax liability in Louisiana. • Tax credits may be transferred back to the State for 90% of face value (requires a 2% transfer fee which results in an 88% net). https://www.louisianaentertainment.gov/film/motion-picture-production-program
MAINE	• wage-tax rebate plan (10-12% reimbursement) • 5% non-transferable, non-refundable tax credit on non-wage production expenses • no state sales tax on most production items, most fuel and electricity for production • new income tax rebate for investors in media projects • lodging tax exemption for long-term stays Maine Film Office www.filminmaine.com	Rebate/ credit combo • 10-12% wage rebate • 5% production spend tax credit • accommodation tax exemption (over continuous 28 day- stay) Maine Film Office https://filminmaine.com/incentives/
MARYLAND	• refundable income tax credit of up to 25% of qualified direct costs of a film production activity (television series up to 27%) • at least \$500,000 in total direct costs in the State and at least 50% of the production's filming in State, plus nationwide distribution • Exemption from 6% state sales and use tax Maryland Film Office www.marylandfilm.org	Non-transferable, refundable tax-credit • refundable income tax credit of up to 25% of the total direct costs of a film production activity, or 27% of the total direct costs for a television series with a maximum tax credit amount per project of \$10,000,000. • A qualified Maryland Small Film may receive a refundable income tax credit of up to 25% of the total direct costs of a film production activity, with a maximum tax credit amount per project of \$125,000. • Exemption from 6% state sales and use tax Maryland Film Office http://marylandfilm.org/film-production-activity-tax-credit

MASSACHUSETTS	• payroll tax credit up to 25% (if spend is more than \$500,000) • 25% production expense credit • spending more than 50% of total budget or filming at least 50% of the principal photography days • no annual or product caps • no residency requirements • general sales tax exemption • up to 90% of unused credits eligible for refund Film Office www.mafilm.org	Transferable tax credit • 25% payroll credit • 25% production credit • Sales tax exemption • No project or annual caps • Credits are transferable • 90% cash-out option • Minimum qualified spend only \$50K • No residency requirements MA Film Office https://mafilm.org/fast-facts/
MICHIGAN	Rebate (launched in 2008 and ended in 2015) • partial reimbursement for qualifying costs • 32% incentive on eligible Michigan personnel expenditures until 31 December 2014, and 27% afterwards; crew personnel 15% (10% afterwards); other qualified personnel 27% (12% afterwards) • 27% incentive for direct production expenditures • additional 25% credit for certain infrastructures • no cap on annual credits Film Office http://www.michiganfilmoffice.org/	NO STATE FILM INCENTIVE at this time Talks of a new, transferable tax credit incentive State Senator hopes to bring film back to Michigan (July 2021) https://michiganchronicle.com/2021/07/15/state-senator-hopes-to-bring-film-back-to-michigan/
MINNESOTA	• 20-25% reimbursement on qualified production expenditures • TV commercials and post-production are exempt from state sales tax • lodging tax exemption for stays in excess of 30 days Minnesota Film and TV Board www.mnfilmtv.org	Credit/ rebate combo • Transferable tax credit (new, offered from 1 January 2022): 25% percent income tax credit to production companies that spend at least \$1,000,000 in a taxable year for eligible production costs. • TV commercials and post-production are exempt from state sales tax • lodging tax exemption for stays in excess of 30 days https://mn.gov/deed/business/financing-business/tax-credits/film-production/ https://mnfilmtv.org/incentives/

MISSISSIPPI

- \$50,000 minimum local spend
- \$10 million per project rebate cap
- \$20 million annual rebate cap
- at least 20% production crew on payroll must be Mississippi resident
- 25% rebate on base investment (local spend)
- 25% cash rebate on payroll paid for non-resident cast and crew if subject to Mississippi income tax up to and including \$5 million
- 30% cash rebate on payroll paid for resident cast and crew if wage is subject to Mississippi income tax up to and including \$5 million
- reduced (1,5%) sales and use tax rate

Mississippi Film Office

www.visitmississippi.org/film

Rebate

- \$50,000 minimum local spend
- \$10 million per project rebate cap
- \$20 million annual rebate cap
- at least 20% production crew on payroll must be Mississippi resident
- 25% rebate on base investment (local spend)
- 30% cash rebate on payroll paid to resident cast and crew whose wages are subject to Mississippi Income Tax
- additional 5% cash rebate on payroll paid to any member of the cast or crew who is an honorably discharged veteran
- Production equipment and machinery used directly in the filming and/or editing of a project may be taxed at the reduced rate of 1.5%

<http://www.filmmississippi.org/incentive-rebate-program.php>

MISSOURI

NO STATE FILM INCENTIVE

<http://www.ded.mo.gov/BCS%20Programs/BCSProgramDetails.aspx?BCSProgramID=43> and Missouri Film Office
<http://mofilm.org/>

NO STATE FILM INCENTIVE

(Kansas City has local film rebate (10%) incentive)

MONTANA

- 14% refundable tax credit on Montana crew and talent hires
- 9% tax credit for production-related qualified expenditures
- Big Sky Grant Programme: offers 20% of all expenditures
- no sales tax
- no minimum spend
- lodging tax exemption (7%) for stays in excess of 30 days
- licensing exemption for 180 consecutive days
- free office furniture
- free location photos
- free traffic signage

Montana Film Office

www.montanafilm.com

Transferable, non-refundable tax credit

Montana Economic Development Industry Advancement (MEDIA), 1 July, 2019
20% transferable income tax credit on production expenditures in the state that can increase up to 35% of the production company's base investment in the tax year

These per production, additional incentives include:

- 25% of compensation for MT resident crew
- 15% of compensation for non-MT resident crew
- 20% of above-the-line compensation (actor, director, producer, writer)
- 30% of compensation paid to a student enrolled in a MT college/university who works on the production for college credit
- 10% of payments to MT colleges/universities for stage, equipment, rentals, or location fees for filming on campus
- 10% of all in-studio facility/equipment expenditures that rents a studio for 20 days or more
- 5% of expenditures in an underserved county
- 5% for using "Filmed in Montana" screen credit logo
- 25% of post-production wages

Montana Film Office

<https://www.montanafilm.com/tax-credit/>

NEBRASKA	• NO STATE FILM INCENTIVE • but some communities may have municipal incentives • no sales tax • lodging tax exemption for stays in excess of 30 days Nebraska Film Office http://www.neded.org/nebraska-film-office-home#incentives	Special grant program through the Film Fund • Film Office Grant is available to resident or non-resident production companies • Minimum Spend is \$1,000,000 in state • Project must utilize 50% of Nebraska based workforce for the duration of the Nebraska production Nebraska Film Office https://film.nebraska.gov/incentives/
NEVADA	• transferable tax credit of 15 to 19% on cumulative qualified production cost up to \$20 million • 12% on wages, salaries, fringe benefits to non-residents (reduced to 10% in 2016 and 8% in 2017) • eligibility includes at least 60% in-state shoot and spend btw. \$500,000 to \$40 million. • no personal income tax Nevada Film Office https://www.nevadafilm.com/tax-incentives/	Transferable tax credit • 15% of the cumulative qualified production costs • 15% on wages, salaries, and fringe benefits to all NV resident personnel • 12% on wages, salaries, and fringe benefits to non-resident above the line personnel • bonuses also available Nevada Film Office https://nevadafilm.com/tax-incentives/
NEW HAMPSHIRE	NO STATE FILM INCENTIVE New Hampshire Film and Television Office http://www.nh.gov/film/faq.htm	NO STATE FILM INCENTIVE https://www.visitnh.gov/film
NEW JERSEY	• 20% of qualified production expenses • eligibility includes at least 60% of the total expenses of a project, exclusive of post-production costs, will be incurred for services performed and goods used or consumed in New Jersey • sales tax exemption (7%) New Jersey Motion Picture Commission www.njfilm.org	Transferable tax credit • 30-35% of qualified production expenses • 2% diversity bonus • eligibility includes at least 60% of total film production expenses in-state exclusive of post-production costs • sales tax exemption New Jersey Motion Picture and Television Commission https://www.nj.gov/state/njfilm/incentives.shtml

NEW MEXICO	• 25% - 30% refundable tax credit on all direct production expenditures • 50% advanced wage reimbursement for New Mexico employees up to 1040 physical hours • no minimum spend, no minimum budget, no minimum shoot day, no minimum resident hire New Mexico Film Office www.nmfilm.com	Non-transferable, refundable tax credit • 25% - 35% refundable tax credit • 15% credit for the payment of wages for below-the-line crew non- residents • 50% advanced wage reimbursement for New Mexico employees up to 1040 physical hours New Mexico Film Office https://nmfilm.com/for-filmmakers/incentives/ https://www.tax.newmexico.gov/tax-professionals/tax-credits-overview-forms/film-production-tax-credit/
NEW YORK	• 30% fully refundable tax credit on qualified expenses while filming in state • 30-35% post-production tax credit on qualified production expenditures • sales and use tax exemption • up to 5% investment tax credit New York Film Office www.nylovesfilm.com	Non-transferable, refundable tax credit • Production companies may be eligible to receive a fully refundable credit of 25 % of qualified production costs and post-production costs incurred in New York State • bw. 2015-2026, productions with budgets over \$500,000 can receive an additional 10 percent credit on qualified labor expenses incurred in specific counties • maximum of \$5 million per year that can be allocated for the additional 10% credit on qualified labor expenses https://esd.ny.gov/new-york-state-film-tax-credit-program-production
NORTH CAROLINA	• \$10 million grant programme as a rebate of up to 25% on qualified expenses/purchases of productions at the start of 2015 • no charge for use of state-owned property • lodging tax exemption for stays in excess of 90 days North Carolina Film Office www.ncfilm.com	Rebate • 25% rebate on qualifying expenses and purchases made by productions while in-state • no charge for use of state-owned property • lodging tax exemption for stays in excess of 90 days North Carolina Film Office https://www.filmnc.com/25-rebate
NORTH DAKOTA	NO STATE FILM INCENTIVE North Dakota Film Production http://www.ndtourism.com/node/3039/node/3039#taxes	NO STATE FILM INCENTIVE

OHIO	• 25% refundable tax credit on in-state spend and non-resident wages • 35% refundable tax credit in Ohio resident wages for eligible productions • minimum in-state spend \$300,000 Ohio Film Office http://development.ohio.gov/FilmOffice/	Non-transferable tax credit • 30% of eligible productions
OKLAHOMA	• up to 37% rebate on Oklahoma qualified expenditures capped at \$5 million per year • 25% income tax credit for construction of Oklahoma film or music project • 25% income tax credit for construction of Oklahoma film/music facilities • sales tax exemption for property and services to be used in production • operates until 2027 to allow project claims in the program Oklahoma Film and Music Office www.oklahomafilm.org	Rebate • new \$30 million program designed to create a more robust entertainment industry for the state (starting August 2021) • \$30 million per fiscal year for 10 years • \$7.5 million is set aside for projects with total expenditures of less than \$7.5 million • Film and TV productions can qualify for a base 20% rebate on qualified Oklahoma expenditures and then gain additional incentive amounts for meeting certain qualifications https://eu.oklahoman.com/story/entertainment/2021/08/08/oklahomas-new-film-and-tv-production-incentive-begins-taking-applications/5478359001/
OREGON	• 20% rebate of Oregon based production expenses (including labour) • greenlight labour rebate provides cash payment of up to 16.2% of qualifying wages • no sales tax • fee-free state parks, cities and counties • no lodging tax after 30 days Oregon Office of Film & Television www.oregonfilm.org	Rebate • available to projects spending more than \$1M in the state • rebate 16.2% of payrolled labor working in the state and • 20% of goods and services bought or rented from Oregon registered companies Oregon Film https://oregonfilm.org/incentives/

PENNSYLVANIA	• transferable, assignable 25% tax credit to films that spend at least 60% of their total production budget in the state (including wages) • additional 5% if production is intended for national audience • hotel tax exemption for stay over 30 days • three-year carry forward provision, total annual state credit disbursement capped at \$12 million per fiscal year • free use of state property Pennsylvania Film Office www.filminpa.com	Transferable tax credit • 25% tax credit to productions that spend at least 60% of their total budget in the Commonwealth • additional 5% tax credit, for a total credit of 30%, is available for productions that meet the minimum state filming requirements • hotel tax exemption for stay over 30 days • free use of state property Pennsylvania Film Office https://filminpa.com/incentives/tax-credit/
PUERTO RICO	• transferable tax credit equivalent to 40% of budget items paid to Puerto Rico resident or entity • 20% tax credit on non-resident qualified spending http://www.investinpuertorico.net/#!/filmtax_incentives/ck7s	Transferable tax credit • 40% Production tax credit on all payments to Puerto Rico Resident companies and individuals • 20% Production tax credit on all payments to Qualified Nonresident individuals • preferential tax rates and exemptions • \$50,000 minimum spend requirement per project (\$25,000 for short films) • No principal photography requirements • annual funding cap exists https://puertoricofilm.pr.gov/incentives/
RHODE ISLAND	• 25% motion picture company transferable tax credit for all in-state spending (including salaries for people working on the ground) • film/TV commercial/video game production must be filmed primarily in-state (51% of shooting) and minimum spend is \$100,000 • annual programme cap is \$15 million, \$5 million cap per project Rhode Island Film Office www.film.ri.gov	Transferable tax credit • 30% • \$100,000 minimum in-state spend • at least 51% of principal photography or spend at least 51% of the production budget in-state • annual funding cap is \$20 million • sunset date: 2027 Rhode Island Film Office www.film.ri.gov/tax/TaxIncentiveBreakdown.pdf

SOUTH CAROLINA	• 25% cash rebate on employee wages • 20% cash rebate for out-of-state performing artists • up to 30% cash rebate on supplier expenditures if at least \$1 million is spent • all productions spending in-state over \$250,000 are exempt from sales and accommodation taxes • eligible to use state properties location fee-free	Rebate • 30%+ on in-state Supplies • 25% on out-of-state Supplies • 25% on in-state Wages • 20% on out-of-state Wages • short film grants available • Productions that spend a minimum of \$250,000 in state are exempt from state and local sales and use tax on supplies
	South Carolina Film Commission http://www.filmsc.com/	South Carolina https://www.filmsc.com/incentives/default.aspx
SOUTH DAKOTA	NO STATE FILM INCENTIVE South Dakota Film Office www.filmsd.com	NO STATE FILM INCENTIVE
TENNESSEE	• 25% cash rebate if spend is at least \$200,000 • rebate for hotel occupancy tax after 30 days • no state or local income tax • state-owned buildings and land available for free to filmmakers Tennessee Film Office www.state.tn.us/film	Grant • a cash rebate in the form of a 25% grant • minimum of \$200,000 on qualified Tennessee spend per project, \$500,000 per episode for TV series • 25% Labor + 5% promo on resident labor for scripted TV series Tennessee Film, Entertainment and Music Commission https://www.tnentertainment.com/film/incentives/
TEXAS	• Texas Moving Image Industry Incentive Programme • 5-20% rebate for qualified production expenses depending in in-state spend and other criteria • additional 2.5% if locating project in an underutilized or economically distressed area • hotel occupancy tax (6%) refund after 30 days • refund on fuel tax Texas Film Commission www.governor.state.tx.us/film	Grant • Texas Moving Image Industry Incentive Programme • 5-20% rebate for qualified production expenses depending in in-state spend and other criteria • additional 2.5% if locating project in an underutilized or economically distressed area • Slightly different rules for commercials, video game projects, reality television and visual effects https://gov.texas.gov/film/page/miiip

UTAH	• 20-25% tax credit post performance on every dollar spent in state; rebate dependent on script content and money spent in-state • minimum production spend \$200,000 • sales and use tax exemption for the purchase, lease or rental of machinery and equipment • transient room tax rebate after 30 days Utah Film Commission www.film.utah.gov	Credit/ Rebate combo • up to 25% tax credit or cash rebate on Utah spend • minimum of \$500,000 spend in Utah A 25% incentive may be awarded, if your production: • Spends at least \$1 million in Utah AND does one of the following: • Hires 75% Utah residents for cast & crew (excluding extras and five principal cast members) OR • Locates at least 75% of principal photography days in rural Utah Utah Film Commission https://film.utah.gov/incentives/
VERMONT	NO STATE FILM INCENTIVE • no lodging tax on hotel rooms for production companies after 31 days • sales and use tax exemption on goods and services purchased and used in the making of the film • income tax for performers is limited to the amount the performer would pay in their home state Vermont Film Commission http://accd.vermont.gov/business/innovation/creative_economy/film_media or www.vermontfilm.com	NO STATE FILM INCENTIVE
VIRGINIA	• 15% tax credit for all qualifying expenses (including wages) • additional 5% if filmed in an economically distressed area • 10-20% tax credit of aggregate payroll for Virginia residents depending on total production cost • minimum in-state spend at \$250,000 • sales and use tax exemptions for production costs • state and local lodging tax exemptions after 90 days • some state-owned locations provided free • The Governor's Motion Picture Opportunity Fund may provide a grant to support the film and video industry Virginia Film Office www.film.virginia.org	Non-transferable tax credit • 15% tax credit for all qualifying expenses (including wages) • additional 5% if filmed in an economically distressed area • 10-20% tax credit of aggregate payroll for Virginia residents depending on total production cost • minimum in-state spend at \$250,000 • sales and use tax exemptions for production costs • state and local lodging tax exemptions after 90 days Virginia Film Office https://www.film.virginia.org/incentives/tax-credit-guidelines/

WASHINGTON	• Washington Filmworks offers funding assistance of up to 30% of total in-state qualified expenditure • 15-25% return on qualified in-state spending • spend at least \$500,000 in-state • 6.5% sales and use tax exemption on rental equipment • local, state, and special use taxes off rental vehicles used in production • no lodging tax on hotel rooms for production companies after 30 days Washington State Film Commission www.washingtonfilmworks.org	Rebate • up to 30% of qualified in-state expenditures for motion pictures and episodic series with less than six episodes and up to 35% for episodic series with at least six episodes. • up to 15% for qualified in-state expenditures for commercials • sales exemption certificate • Hotel/motel tax exemption on consecutive 30-day stay Washington Filmworks https://www.washingtonfilmworks.org/
WEST VIRGINIA	• up to 31% transferable tax credit for qualified expenditures and labour • programme funded at \$5 million annually and there are project caps • production must spend a minimum of \$25,000 • lodging tax exemptions (6%) for stays in excess of 30 consecutive days • purchases and rentals in-state of tangible personal property directly used in an entertainment production project, as well as purchases in West Virginia of services directly used in entertainment production projects are exempt from 6% consumer sales and service tax • most state owned property is fee-free West Virginia Film Office www.wvfilm.com	NO STATE FILM INCENTIVE
WISCONSIN	NO STATE FILM INCENTIVE Film Wisconsin www.filmwisconsin.net	NO STATE FILM INCENTIVE
WYOMING	• 12-15% cash rebate on qualified expenditures • minimum spend \$200,000 • not renewed in 2018 Wyoming Film Office www.wyomingfilm.org	NO STATE FILM INCENTIVE https://industry.travelwyoming.com/film

III. HÍRÉRTÉK – HÍR, ÉRTÉK: A HÍRAGGREGÁCIÓ JOGI MEGÍTÉLÉSE A SZERZŐI JOG ÉS A HÍRPIACI VÁLTOZÁSOK TÜKRÉBEN, AZ EURÓPAI SZERZŐI JOGI HARMONIZÁCIÓ

1. Bevezetés

A sajtókiadványok kiadói évente milliárdokat fordítanak újságírássra. A jól ismert, hagyományos sajtókiadványokban megjelenő cikkek újra-hasznosítására, a világhálón megjelenő cikkek aggregálására, azaz összegyűjtésére, majd e tartalmak kereső felületre, közösségi média megjelenésre optimalizálására mára jól prosperáló üzleti modellek épültek. Sokszor, az ily módon, ezeken a másodlagos felületeken (pl. Google News, Yahoo News!, Facebook hírfolyam) megjelenő tartalmak vonzereje túlszárnyalja az eredeti tartalmat előállító és közzé tevő webfelület látogatottságát. A látogatottság pedig hirdetői bevételt tesz elérhetővé, amely különösen fontos a sajtókiadók számára, akik a nyomtatott sajtó eladásából kiesett jövedelmet így kívánják pótolni. Úgy tűnik azonban, hogy e fentebb említett másodlagos felületek lefölozlik a hirdetésben rejlő hasznot, ebből következően tehát a vagyoni előny nem az eredeti tartalmat előállítóknál csapódik le, gátolva így befektetésük megtérülését. Végző soron ezzel ásva alá a színvonalas, oknyomozó újságírói teljesítmények finanszírozását.

E jelenség nem egyedi, magyar probléma. Egyes források szerint²⁰⁴ egy 2009-ben a sajtókiadók egy csoportja által, az USA-ban végeztetett felmérés eredménye arra a következtetésre jutott, hogy a vizsgált harminc napos időszakban több mint 75,000 webfelület

²⁰⁴ WHITMORE, NANCY J.: *Extending Copyright Protection to Combat Free-Riding by Digital News Aggregators and Online Search Engines*. Cath. Uni. J. L. & Tech. 2015/24.

használt fel az amerikai újságipar által létrehozott tartalmat engedély nélkül. Egy másik, szintén gyakran idézett, 2010-ben a Pew Research Center²⁰⁵ által végzett felmérés eredménye kimutatta, hogy Baltimore-ban az új híreket tartalmazó történetek 95%-át a hagyományos sajtóipar, azaz elsősorban a nyomtatott sajtó állította elő. Igaz ugyanakkor az is, hogy az amerikai újságírás háromszor annyi újságíró foglalkoztatott ekkor még, mint bármely más médiaipari szereplő. Ugyancsak a Pew Research Center 2020-as adatfelvétele mutatta ki, hogy a megkérdezett felnőtt amerikai lakosság csaknem fele gyakran látogatja a közösségi média platformokat, hogy onnan tájékozódjon a hírekről. A Facebook vezeti a listát, a megkérdezett amerikaiak egyharmada rendszeresen ott olvas híreket, ezt, mint hírforrást a YouTube követi a látogatók csaknem negyedénél.²⁰⁶ A hagyományos nyomtatott sajtó, mint az újságírás motorja és a hírek terjesztésének elsődleges eszköze, még olyan hír-ökológiai környezetben is elsődlegesnek bizonyult, mint az Egyesült Királyság, amelyet a nem kereskedelmi célú híróriás, a BBC ural.²⁰⁷

Az újságírás hagyományos üzleti modellje a sajtótermékek diverzifikálásán, a sajtótermékek csomagolásán és elosztásán alapult, ahol a vevő válogatás nélkül, egy csomagban vásárolta meg a híreket a hirdetésekkel együtt, illetve a hirdető a sajtótermék típusától, a fogyasztói körtől függően vásárolták meg az emberek figyelmét az újságban közzétett hirdetési felületeken keresztül. Ebben az üzleti modellben a sajtókiadók bevételeinek átlagosan mintegy 65-80%-át²⁰⁸ tették ki a hirdetési bevételek az amerikai lappiacon,²⁰⁹ míg a bevételek másik,

²⁰⁵ DANBURY, RICHARD: *Is an EU publishers' right a good idea? - Final report on the AHRC project: Evaluating potential legal responses to threats to the production of news in a digital era*. Centre for Intellectual Property and Information Law, Faculty of Law University of Cambridge, 15 June 2016, 36. o.

²⁰⁶ <https://www.journalism.org/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>

²⁰⁷ DANBURY, RICHARD i. m. 36. o.

²⁰⁸ GÁLIK, MIHÁLY – URBÁN, ÁGNES: *Bevezetés a Média gazdaságban*. Aula, 2008., 96. o.

²⁰⁹ PICARD szerint az amerikai lappiacon az átlagos hirdetési bevételek a teljes bevétel 60-70%-át tették ki a 2007-es adatok alapján. In: MANDUCHI, AUGUSTINO – PICARD, G. ROBERT: *Circulations, Revenues and Profits in a Newspaper Market with Fixed Advertising Costs*. Journal of Media Economics 22:211-238, Routledge, vö. WHITMORE, NANCY i. m., p. 49. „...a hirdetésből származó bevételek az újságok teljes bevételeinek mintegy 85%-át tették ki. 2013-ra ez az érték még mindig több mint kétharmadot képviselt...”

kiseb hánada származott az előfizetésekből. A magyar regionális napilappiacon a hirdetési bevételek aránya kisebb, mintegy 52-55%²¹⁰ volt.

A digitalizáció, valamint az internet elterjedése ezt az egyensúlyt felborította. Míg a hírelőállítás költségei a színvonalas, körütekintően alátámasztott, minőségi és oknyomozó újsárírás esetében az eredeti tartalom előállításánál jelentkeznek, azaz az első példány létrehozásakor, a másolati költségek ehhez képest elhanyagolhatók. A hírek digitalizációja és az internet elterjedése megszüntetett többféle hiányállapotot is, többek között temérdek hozzáférési lehetőséget biztosít hírekhez, hírforrásokhoz, hirdetési felületekhez, valamint a fogyasztók direkt eléréséhez.

Mindehhez egy merőben átalakuló hírfogyasztási szokásrendszer is társul. Az olvasók a nyomtatott sajtó helyett az online hírfogyasztásra álltak át, sőt, az elmúlt években leginkább a mobil hírfogyasztás válik uralkodóvá²¹¹. Egy felmérés szerint a fogyasztók közel 40-50% százaléka mobiltelefonon követi a híreket²¹², míg egyes vizsgált országokban, elsősorban a fiatalok körében, a közösségi médiafelületek a teljes hírmegosztás 75%-át realizálták.²¹³ A Pew Research Center²¹⁴ által publikált adatok szerint az amerikai serdülők 95%-a rendelkezik okostelefonnal, és mintegy 45%-uk állandóan a „neten lóg”. Igaz ugyanakkor, hogy a megkérdezett tinédzsereknek csak mintegy 16% említi a közösségi médiafelületeket, mint olyan hely, ahol több hírhez és információhoz jut hozzá.²¹⁵

²¹⁰ GÁLIK, MIHÁLY – URBÁN, ÁGNES i. m. 96. o.

²¹¹ *Online News Aggregation and Neighbouring Rights for News publishers*. Ref. Ares(2017)6256585-20/12/2017 draft, 3. o.

<https://www.asktheeu.org/en/request/4776/response/15356/attach/6/Doc1.pdf> [2019.05.27.]

²¹² NEWMAN, NIC – FLETCHER, RICHARD – LEVY, DAVID A. L. – NIELSEN, RASMUS KLEIS: *Reuters Institute Digital News Report 2016*. 10-11. o., University of Oxford <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/11/Digital-News-Report-2016.pdf> [2021.05.27.]

²¹³ Ibid.

²¹⁴ PEW RESEARCH CENTER: *Teens, Social Media & Technology 2018*. 31 May, 2018., www.pewresearch.org [2019.05.27.]

²¹⁵ Ibid. 6. o.

Egyes szerzők, például SCHERB,²¹⁶ azt hangsúlyozzák, hogy minden hirdetés által támogatott tartalom legfőbb veszélye egyetlen fogalommal összefoglalható, ez pedig az „interaktivitás”. Az interaktivitás pedig nem más, mint a fogyasztó/ felhasználó és a fogyasztott/ felhasznált tartalom közötti viszony alakulása úgy, hogy a fogyasztó/ felhasználó irányítást nyer a tartalom felett. Ennek következménye például, hogy a tartalom manipulálható, a hirdetések elkerülhetők, felcserélhetők. A tartalom-előállítóknak azonban elemi érdeke a hirdetésből származó bevételek fenntartása, ezért más üzleti modellekkel már eddig is kísérleteztek a média világában. Ilyen többek között például a termékmegjelenítés egy programban, vagy a programfolyam hirdetésekkel való megszakítása, vagy bármilyen további tevékenység reklámfogyasztástól való függővé tétele.

Ám ezek egyike sem kompenzálja a kieső bevételeket a sajtókiadványok területén. Ugyanakkor, újabb problémára világít rá. A hagyományos, nyomtatott sajtó esetében a sajtótermék egy csomagban került a fogyasztó „asztalára” függetlenül attól, hogy azt elejétől a végéig valóban elolvasta-e. Biztos, hogy a teljes újságot átlapozva nagyobb valószínűséggel jutottak el a fogyasztóhoz a hirdetések, mintha ezt nem tette volna, hiszen „megakadhatott a szem” egy hirdetésen is. Ma azonban – SCHERB fogalmával élve – az interaktivitás lehetőséget biztosít a tartalom megválasztására, anélkül hogy egyéb tartalmakon is át kellene – hacsak felületesen is – „küzdeni” magunkat. Így olyan, a hagyományos újságírásból ismert szakmai szerepkörök is megkérdőjeleződni látszanak az online világban, mint a szerkesztő, vagy főszerkesztő feladatköre. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor, a marketing oldaláról egyre inkább a személyre szabott hirdetés kerülhetett a figyelem középpontjába, azaz minél nagyobb találati pontossággal érni el a fogyasztót.

²¹⁶ SCHERB, MATTHEW: *Free Content's Future: Advertising, Technology, and Copyright*. Northwest. Univ. L. Review 2004/98, 1787-1823. o.

E fenti komplex társadalmi, gazdasági környezetben zajló változások egyik hozadéka a sajtókiadványok kiadóinak profitsökkenése. Úgy tűnik tehát, hogy az internet, és elsősorban a virtuális tér olyan szereplői, mint az ún. hírregagátorok, melynek fogalmát a későbbiekben tisztázni igyekszünk, a sajtóipar számára jelenleg több anyagi kárt okoznak, mint hasznot. RUPERT MURDOCH, médiamágnás, a News Corporation elnök-vezérigazgatója, valamint WILLIAM DEAN SINGLETON, a negyedik legnagyobb amerikai lapkiadó szövetség, a MediaNews Group alapítója és elnöke, egyértelműen a sajtó-aggregátorokat teszi a pénzügyi hanyatlásért felelőssé. Azt állítják, hogy ezek a hírregagátorok, mint amilyen a Google News vagy a Huffington Post, ún. „potya-utasok”, akik abból profitálnak, hogy összegyűjtik és eladják azokat a tárgyszerű információkat is tartalmazó tartalmakat, amelyeket a hagyományos médiavállalatok költséget nem kímélve előállítanak. Ezzel egyidejűleg azonban náluk realizálódik az online reklámozásból származó bevételek jelentős hányada.

Azt, hogy ez mekkora üzletet is jelent valójában, a következő adat illusztrálhatja: már 2008-ban 23,4 milliárd dollárt tett ki az online reklámból származó bevételek értéke.²¹⁷ Egy másik, 2017-es tanulmány adatai szerint, a Google és Facebook vállalatcsoport összesen a világ teljes hirdetésből származó bevételének mintegy 20%-át birtokolja, azaz minden 5. hirdetési dollár ide vándorol. A digitális világban keletkező hirdetési bevételek 65%-a, és minden hirdetésre költött új amerikai dollár 85%-a a fenti vállalatcsoportoknál jelentkezik.²¹⁸ Az olyan domináns platform üzletcsoportok, mint amilyen az Alphabet (Google), Amazon, Apple, Facebook és Microsoft, összesített piaci tőkeértéke meghaladja a 3,5 milliárd dollárt.²¹⁹ Ehhez adódik még az a tény is, hogy az online hirdetésekre a cégek költségei egyre emelkedő tendenciát

²¹⁷ ISBELL, KIMBERLY: *The Rise of the News Aggregator: Legal Implications and Best Practices*. Berkman Center Research Publication No. 2010-10, University of Harvard

²¹⁸ COHEN, JULIA E.: *Law for the Platform Economy*. University of California Davis Law Review Vol. 51:133/2017., 142. o.

²¹⁹ Ibid.

mutatnak.²²⁰ 2019-ben a keresőreklámokra fordított kiadások világszerte 104,8 milliárd dollárt tettek ki. 2021-ben az Egyesült Államok több mint 186 milliárd amerikai dollárt költött digitális hirdetésekre, meghaladva ezzel Kína, az Egyesült Királyság, Japán és Németország együttes hirdetésre fordított költségét.²²¹ De az európai reklámpiacot is a digitális hirdetések vezetik, sőt, 2019 volt az első olyan év, amelyben a digitális hirdetésekre fordított költségek összege Európában meghaladta az egyéb médiahirdetésekre fordított összeget, azaz a teljes médiamegköltség 50%-át.²²²

A jelen fejezet célja, hogy e nemzetközi versenyben elhelyezve megmutassa az Európai Unió azon törekvését, hogy a hírtartalomszolgáltatásban rejlő bevételek egy részét a versenyjogi aspektusokon túlmutatva, a szerzői jog segítségével igyekezzen visszacsatornázni annak előállítói, finanszírozói felé. Bemutatjuk e folyamat lépéseit, az Európai Unió egyes tagállamaiban tett konkrét próbálkozásokat hozva fel példaként, majd betekintést nyújtunk az európai uniós jogalkotás teljes folyamatába az eredeti bizottsági javaslat megjelenésétől, a tárgyalások során megfogalmazott kritikákra, félelmekre, végül az elfogadott és kihirdetett szövegre kitérve. Ennek során áttekintést adunk az amerikai és az európai jogfejlődés eltérésére, valamint felhívjuk a figyelmet az ebből eredő jogi megoldások különbözőségeire.

A szerzői jog önmagában nem alkalmas és nem képes piaci gondok megoldására. Sokkal árnyaltabb a digitális tartalompiacok problémája annál, mint ami a felszínen, a jog e kis szeletével megfogható lenne.

²²⁰ HALL, JOHN: 3 Social Media Trends that will Affect Your Digital Ads. <https://www.inc.com/john-hall/3-social-media-trends-that-will-affect-your-digital-ads.html?cid=search> [2019.05.27.]

²²¹ <https://www.statista.com/statistics/276671/global-internet-advertising-expenditure-by-type/#statisticContainer> [2021.12.30.]

²²² https://iab-europe.eu/wp-content/uploads/2020/08/IAB-Europe_AdEx-Benchmark_2019-Report_FINAL.pdf [2021.12.30.]

2. Kulturális termék és gazdasági vita: a nemzetközi fórumok álláspontja

A kulturális áruk és szolgáltatások egyre növekvő gazdasági értéke, az „amerikai kultúrfölénnytől” való félelem, amelyet az előző fejezetben, a filmipar területén is szemléltettünk már, valamint a globális piaci liberalizációra tett törekvések egyre élesebben vetik fel a kulturális áruk és szolgáltatások megítélésében rejlő ellentmondást. Míg a filmek esetében azt láthattuk, hogy a kultúrára való hivatkozás egy olyan eszköz is egyben, amely kompetencia kérdéseket dönt el tagállamok és az Unió között,²²³ addig globális léptékben épp ennyire lényeges szempont az Európai Unió más partnerekkel folytatott gazdasági tárgyalásai során. A kérdés tehát globális szinten úgy fogalmazódik meg, hogy van-e létjogosultsága egy globális kulturális kivétel klauzulának, illetve van-e a szabad piaci kereskedelemnek kulturális határa, hatása?

E vita nem újkeletű, még az 1980-as évekre nyúlik vissza. Nemzetközi szintén a multilaterális kereskedelmi szervezet a WTO keretében folynak tárgyalások a kulturális javak nemzetközi gazdasági megítélését érintően. A WTO uruguay-i fordulójában alakult audiovizuális média munkacsoport azonban nem jutott előbbre e kérdések kompromisszumos megítélésében. Az Európai Közösség képviselői a kulturális sokszínűség védelme mellett szálltak síkra, míg az Amerikai Egyesült Államok az audiovizuális termékek termék jellegét, és multinacionális voltát hangsúlyozta. Az audiovizuális piac gazdasági méretének folyamatos növekedése erőteljesen kimerevítette az audiovizuális piac liberalizációját eltérően megítélő álláspontokat.

²²³ Lásd például CUNNINGHAM, B. COLLETTE: *In Defense of Member State Culture: The Unrealized Potential of Article 151(4) of the EC Treaty and the Consequences for EC Cultural Policy*. In: Cornell International Law Journal, vol. 34, (2001), 119-163.

A Kereskedelmi Világszervezet mandátuma szerint a gazdasági érvek dominanciáját látszik előnyben részesíteni szemben a kulturális érvekkel és kivételekkel. Jól szemlélteti ezt a nézetet az ún. *Kanadai időszakos kiadványok* ügye,²²⁴ amely egyben átvezet minket a fejezetben tárgyalt sajtókiadványok területére. Ebben az ügyben az amerikai kontinens két szomszédos állama volt érintett: népszerű amerikai magazinokat ugyanis olyan hirdetési tartalommal adtak el Kanadában, amelyeket kifejezetten a kanadai célpiacra szántak. 1995-ben, a Kanadában hozott ÁFA törvény módosítása azonban lehetővé tette, hogy az ilyen amerikai magazinok kanadai változatára többlet adót vessenek ki a belső, kanadai hirdetési piac védelmében.

Az Amerikai Egyesült Államok úgy döntött, nem hagyja az ügyet annyiban és megkérdőjelezi a törvény létjogosultságát, ezért tehát a WTO elé vitte az ügyet. Arra hivatkozott, hogy a módosított ÁFA-törvény sérti a nemzeti elbánás elvét (GATT III. cikk). A Fellebbviteli Tanács – az amerikai állásponttal egyetértve – arra a következtetésre jutott, hogy mint hasonló terméket, ezeket a magazinokat is a nemzeti elbánás elve alá esőnek kell tekinteni. Kanada kulturális érvelését pedig azzal utasították el, hogy a kulturális identitás megőrzésének szándékával hozott intézkedések nem tartoznak a gazdasági vitához.

Mivel a világkereskedelmi szabályozásban sem a GATT Egyezmény, sem a GATS nem biztosít védelmet a kultúrának, és nem értékeli a kulturális sokszínűség védelméért tett tagállami lépéseket sem, így nemzetközi szinten az ezzel kapcsolatos, számos országot érintő diskurzus egy másik fórumra, az UNESCO keretein belülre terelődött.

Az UNESCO-t az Egyesült Nemzetek Szervezetének (ENSZ) égisze alatt, 1945 novemberében azzal a céllal hozták létre, hogy elősegítse a béke és biztonság fenntartását a nevelésügyi, tudományos és kulturális együttműködés területein belüli kooperáción keresztül. Az UNESCO bármely erőfeszítés sikerét és tartósságát erős kulturális alapok kiépítésében

²²⁴ Canada – Certain measures concerning periodicals DS31
https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds31_e.htm [2016. szeptember 20.]

látja. Ennek folyamányaként az ezredforduló tájkán a kultúra területéhez kapcsolódóan három egyezmény és egy nyilatkozat közös elfogadását hozta tető alá. Többek között 2005-ben, 148 tagállam támogatásával, négy tartózkodással (Ausztrália, Nicaragua, Honduras és Libéria), valamint két ellenszavazattal (Amerikai Egyesült Államok és Izrael) fogadták el a kulturális kifejezések sokszínűségének védelméről és előmozdításáról szóló egyezményt (továbbiakban: Kulturális sokszínűség egyezmény),²²⁵ amely témánk szempontjából említést érdemel.

A kultúra fogalmát ugyan a Kulturális sokszínűség egyezmény sem tudta meghatározni, ám nemzetközi szinten rögzítette a kulturális kifejezések kettős természetét. Azaz, hogy egyszerre lehetnek a kereskedelem tárgyai és kulturális értéket képviselő leletek. A Kulturális sokszínűség egyezmény Preambuluma kiemeli, hogy a kulturális sokszínűség az emberiséget alkotó népek és társadalmak azonosságtudatának és kulturális kifejezőmódjainak egyediségében és sokféleségében testesül meg. Következésképpen a tagállamok szuverén joga, hogy olyan kultúrpolitikai intézkedéseket hozzanak és valósítsanak meg, amelyek célja a kulturális sokszínűség védelme és támogatása.

A Kulturális sokszínűség egyezményben lefektetett elvek ellentétben állnak a WTO kereskedelmi liberalizációt sürgető rendelkezéseivel,²²⁶ különösen a szubvenciókat és

²²⁵ Bővebben lásd BRUNER, M. CHRISTOPHER: *Culture, Sovereignty, and Hollywood: UNESCO and the Future of Trade in Cultural Products*. In: N.Y.U. Journal of International Law and Politics, vol. 40, issue 2, Winter 2008, pp. 351-436.; CHIANG, EDMUND H.: *The UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: a Look at the Convention and its Potential Impact on the American Movie Industry*. In: Washington University Global Studies Law Review, Vol. 6, issue 2, 2007, pp. 379-404.; valamint PENG, SHIN-YI: *International Trade in Cultural Products: UNESCO's Commitment to Promoting Cultural Diversity and Its Relations with the WTO*. In: International Trade and Business Law Review, 2008, volume 11 pp. 218-235.

²²⁶ Számos írás foglalkozik a szabadkereskedelem és a kultúra összeegyeztethetőségének kérdéseivel, ezek közül a teljesség igénye nélkül említek néhányat. GILBERT GAGNÉ: *Free Trade, Cultural Policies, and the Digital Revolution: Evidence from the U.S. FTAs with Australia and South Korea*. In: 9 Asian Journal WTO and International Health Law and Policy 257, 2014. pp. 257-286.; GRAB, HEATHER: *Free Trade and Cultural Industry: Finding a Way to Sleep in the Same Bed*. In: Alberta Law Review, Volume 45, issue 2, November 2007, pp. 421-442.; HANANIA, LILIAN RICHIERI: *Cultural diversity and Regional Trade Agreements – the European Union Experience with Cultural Cooperation Frameworks*. In: Asian Journal of WTO and International Health Law and Policy, Vol. 7, issue 2, September 2012, pp. 423-456.; SCULLY, KEVIN: *The Most Dangerous Game: U.S. Opposition to the Cultural Exception*. In: 36 Brook. Journal of International Law 1183, 2011, pp. 1183-1208.; SAKONA, SHALIA: *Frankly, My Dear America, We Don't Give a Damn: Comparing Chinese and European Trade Barriers to American Audiovisual Works and the American Response*. In: Boston College International and Comparative Law Review, Vol. 54, Issue 3 (2013); pp. 1385-1414.; SHAO, W. MING: *Is there No Business Like Show Business?: Free Trade and Cultural Protectionism*. In: Yale Journal of International Law Vol. 20. Issue 1.

piacvédelmi intézkedéseket eltörlő előírásaival. Azért lényegesek, mert az Amerikai Egyesült Államok álláspontjával szemben rögzítenek egy nemzetközi elfogadottsággal bíró ellentétes nézetet.

Egyes szerzők a Kulturális sokszínűség egyezmény szövegének komoly kritikájaként megemlítik azt a tényt, hogy a kulturális sokszínűség védelmének igényét ugyan rögzíti az egyezmény szövege, ám kísérletet sem tesz arra, hogy valamilyen eszközzel ellentozza a kultúrpolitikai intézkedések okozta kereskedelem-torzító hatást.²²⁷

Mégis, a Kulturális sokszínűség egyezmény leggyengébb pontja a felmerülő jogviták kezelésére vonatkozó szabályok relatív gyengesége. Az eredeti elképzelés szerint a vitában álló felek a Nemzetközi Bírósághoz fordulhattak volna jogvitájuk rendezése érdekében. A végleges szöveg azonban nem bírósági fórumra, hanem egy *ad hoc* Egyeztető Bizottságra bízta a viták rendezését. Ugyancsak rögzítette volna a tervezett szöveg a Kulturális sokszínűség egyezmény primátusát más nemzetközi eszközökkel szemben.²²⁸ A Kulturális sokszínűség egyezmény 20. cikk (2) bekezdésében végül azonban pusztán annyi került rögzítésre, hogy a Kulturális sokszínűség egyezmény egyetlen rendelkezése sem értelmezhető olyan módon, hogy az módosítaná a felek más olyan szerződés értelmében fennálló jogait és kötelezettségeit, amelynek részes felei. Ezzel tulajdonképpen a Kulturális sokszínűség egyezmény sem tesz mást, mint rögzíti a *status quo*-t, ugyanakkor nyitva hagyja az utat egy későbbi időpontban kötőerővel bíró, a kultúra kereskedelmét célzó, a WTO keretében meghozható megállapodás megszületése előtt.

1995., pp. 105-150.; VOON, TANIA: *UNESCO and the WTO: a Clash of Cultures*. In: International and Comparative Law Quarterly, Vol. 55 issue 3 (July 2006.), pp. 1-32.

²²⁷ BURRI-NENOVA, Mira: *Trade and Culture: Making the WTO Legal Framework Conducive to Cultural Considerations*. In: Manchester Journal of International Economic Law, Vol. 5. Issue 3: 2-38., 2008., 9-11.

²²⁸ VOON, Tania: *UNESCO and the WTO: a Clash of Cultures*, In: International and Comparative Law Quarterly, Vol. 55 issue 3 (July 2006.), 640-641.

A Kulturális sokszínűség egyezmény kidolgozásában a tagállamok mellett, az Európai Unió, mint entitás is képviselte magát. A kulturális és oktatásügyi miniszterek tanácsának 2004. november 15-16-i ülésén hozott határozatban foglalt mandátum²²⁹ alapján az Európai Bizottság képviselte az Európai Uniót az EKSZ 151. cikk (3) bekezdésében²³⁰ foglalt felhatalmazásra tekintettel.

E rövid nemzetközi kitérő a globális kontextus felvázolását szeretné teljesebbé tenni a sajtótermékek piacán egy olyan ügy kapcsán, amely még a print korszak terjesztési problémáját vehette csak figyelembe, de nem számolhatott a technológiai változások jelentette lehetőségekkel.

3. Aggregátor, közvetítőszolgáltató, platform

A hétköznapi szóhasználatban gyakran említjük az internetes aggregátor („aggregator”), platform („platform”) vagy közvetítőszolgáltató („intermediary”) fogalmakat szinonimaként. Újabban a digitális gazdaság fő jellemzőjeként utalnak a platform gazdaságra („platform economy”), és ezen belül is, egyre gyakrabban hallunk az ún. megosztáson alapuló, vagy közösségi használaton alapuló, gazdasági platformokról („sharing economy”). Érdekes egy kis kitérőt tenni azért, hogy e kifejezések tartalmát cizellálhassuk.

Platform alatt a számítástechnika jól behatárolt jellemzőkkel rendelkező hardver és/vagy szoftver környezetet ért, például egy operációs rendszert (Windows, Linux, Unix, Macintosh, Apple), vagy hardver környezetet (Alpha) az ehhez tartozó könyvtárakkal, bináris kódokkal, programozási nyelvvel együtt. A platformok lényege éppen abban rejlik, hogy egy-egy feladat

²²⁹ LÁNCOS Petra: *A kultúra fogalmának és védelmének alakulása az UNESCO és az Európai Közösség jogforrásainak fényében*, In: *Iustum Aequum Salutare*, III. 2007/4., 125-135.

²³⁰ EUMSZ 167. cikk (3) bekezdés

megoldására alkalmazások írhatók rájuk. Az ezekhez való hozzáférés önmagában nem, csak a megírt programon keresztül jut el a felhasználókhoz. Egy hasonlattal fogalmazva, úgy is mondhatjuk, hogy önmagában nem a „csupasz” színpad, hanem a rajta zajló cselekmény, az ott elhangzó párbeszéd, vizuális- és hangélmény fejt ki hatást a közönségre, ám magát a felületet mégiscsak a színpad biztosítja mindehhez.

Mára a platform egy szélesebb értelmezést kapott, és gyakorlatilag minden annak tekinthető, amelyre „építeni lehet”, vagyis, ami az eredeti céltól eltérő módon is használható. A platform tehát olyan technikai struktúrát hoz létre, amely számos, egymás mellett futó terméket képes egyidejűleg befogadni. Ebből következik, hogy mára platformnak tekinthető a Google, vagy a Facebook is.

Ezzel szemben az aggregáció szó idegen nyelvi jelentése szerint fölhalmozást, összegyűjtést, összesítést takar. A funkció felől közelítve meg az aggregáció fogalmát tehát, olyan webes felületek összessége, amelyek algoritmusok segítségével, több helyről, azaz weblapról összegyűjtött információt relevancia szerint, egyetlen felületen, koncentrálnak a felhasználónak. Az aggregáció, mint technika²³¹ megjelenését számos elemzés evidenciának tekinti, mondván, hogy a világhálón elérhető információk kritikus tömege hozta magával azt az igényt, hogy ebben a halmazban képesek legyünk az eligazodásra. Már az 1990-es években kulcsszavas kereséssel kísérleteztek a Google előfutárjaként ismert olyan keresőmotorok, mint az Excite, Lycos vagy az Altavista. A Google sikerét a híres „PageRank” rendszernek köszönheti. Ez egy olyan új, kereső algoritmus, amely hiperlinkekkel összekötött dokumentumokhoz, azok hálózatban betöltött szerepe alapján számokat rendel és ezzel a matematikai számítással nagyobb találati pontosságot eredményez. Ezzel párhuzamosan üzleti

²³¹ Az aggregáció egy programozásban használt nyelvi kifejezés. Az osztályok közötti kapcsolat kifejezésére használják, azaz azt mutatja meg, hogy egy objektum használ egy másik objektumot, vagy rész-egész viszonyban van egy másik objektummal.

modellje felépítése során a Google meglátta a hirdetésben rejlő lehetőséget is, és erre a kettőre együtt építette üzleti modelljét.²³²

A platform tehát olyan környezetet biztosít, amelyre harmadik felek, elsősorban fejlesztők egy-egy problémára megoldást kínáló applikációkat vagy szórakozást kínáló játékprogramokat fejleszthetnek. Ezzel szemben az aggregátorok maguk is termékek, az internet fejlődésének szükségszerű termékei. A felhasználókat a hasznosságuk folytán vonzzák, majd egy kritikus tömeget elérve nem hagynak választási lehetőséget a beszállítók oldalán, mint, hogy – elfogadva az aggregátor feltételeit – ők is csatlakozzanak, hiszen csak így válhatnak egy szélesebb felhasználói kör számára láthatóvá. Ebből következik az is, hogy a klasszikus, informatikai értelemben vett platform nem tartalmaz hirdetéseket, szemben az aggregátorral, ami tulajdonképpen egy olyan üzleti modellt hozott létre, amelynek lényege az információval történő kereskedés: a felhasználói oldalról nyert ingyenesség ára a felhasználóról gyűjtött adat feltétel nélküli átadása. Az így nyert adatok elemzése teszi lehetővé a célzott hirdetői piac értékesítését a hirdetők felé, amelyből a felhasználói oldal ingyenessége finanszírozható. Ezen funkció, azaz a felhasználói adatokból nyert profilok és a hirdetők között betöltött híd szerep okán hívják őket közvetítőszolgáltatónak („intermediary”) is.

A közvetítőszolgáltatóknak van egy speciális csoportja, amelyet a szakirodalom közösségi gazdaságnak, közösségi gazdasági platformnak nevez. Ezek az online felületen megjelenő közvetítőszolgáltatók DEBBIE WOSSKOW²³³ tág értelmezésében hozzáférést biztosítanak vagyontárgyakhoz, erőforrásokhoz, időhöz és szakértelemhez, azaz olyan gazdasági és szociális rendszert alkotnak, amely az árukhoz, a szolgáltatásokhoz, az adatokhoz és a tudáshoz egy másokkal megosztott, közösségi hozzáférést tesz lehetővé az információtechnológia

²³² LUCHETTA, GIACOMO: *Is the Google Platform a Two-sided Market?* Journal of Competition Law and Economics Vol.10/1, 2014.,186. o.

²³³ In: SCOTT, IRINA – BROWN, ELIZABETH: *Redifining and Regulating the New Sharing Economy*. University of Pennsylvania Journal of Business Law, Vol 19:3, 560. o.

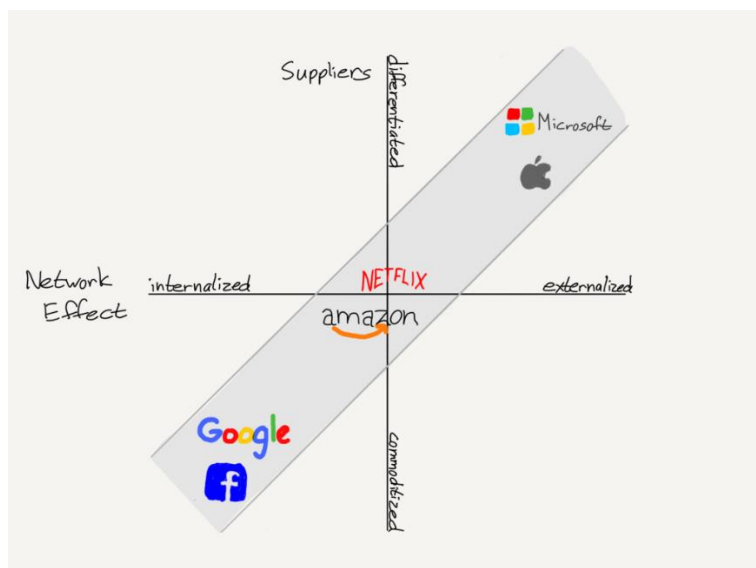
segítségével. Leginkább mégis az a tulajdonságuk kiemelendő, hogy használatuk következményeképpen valós tranzakció vagy erőforrásfelhasználás történik (például az Uber eredménye a valós személyszállítás, az Airbnb-n rendelt szobát a valóságban is elfoglalhatjuk, a Netflix-en előfizetett filmet megnézhetjük, az Amazon-on rendelt könyvet átvehetjük).

Ami ezen a csoporton belül megkülönbözteti a szolgáltatókat, az az induláskor szükséges tőkebefektetés mértéke és milyensége (például a Netflix-en lévő filmjogokat meg kell szerezni, majd a felhasználói élményen keresztül szerzett új felhasználóktól származó bevételeket komoly vásárlóerővé kell formálni, végül a megnövekedett tőke saját tartalomelőállítását is lehetővé teheti). Ha a kínálati oldalon lévő eszközöket nem birtokolják e vállalkozások (pl. Airbnb, Uber), akkor a kivitelezés során felmerülő jelentős határköltségekkel kell számolniuk. E szolgáltatások egy része fizetős szolgáltatás, hiszen például a Booking.com vagy az Airbnb az ott foglalt szállás költségének egy részét közvetítői díjként megtartja.

E fent leírt rendszerek (legyen az aggregáló vagy közösségi platform) közös tulajdonsága azok technikai magja: az ajánlórendszer. Minden esetben az algoritmusok által rangsorolt ajánlások válnak ugyanis láthatóvá a felhasználói felületen.

Bár mind a platformok, mind a közvetítőszolgáltatók ereje a felhasználói bázisuk méretében (kritikus tömeg) és vásárlóerejében rejlik, mégis BEN THOMPSON üzleti, technológiai és médiaelemző²³⁴ szerint különbségek vannak közöttük a beszállítókhoz való viszonyulásuk, illetve a felhasználóhoz kapcsolódó hálózati hatás alapján, amelyet két tengelyen ábrázolhatunk a következők szerint:

²³⁴ A <https://stratechery.com/> szerzőjeként is ismert. [2019.05.27.]



Ábra 1.: The Moat Map²³⁵

Az egyik végleten található a Facebook és a Google, amelyek teljes egészében árucikként kezelnek minden egyes információt, legyen az újságcikk, hirdetés vagy fénykép. A Google-nál picivel szofisztikáltabb a rangsorolás a relevancia, valamint a tartalom forrása szerint. A Microsoft a skála másik vége, hiszen sikerét a felépített ökoszisztémának („ecosystem”) köszönheti, amely megkülönböztetett figyelemmel bánik a rendszert használó beszállítókkal, akik ezen a rendszeren keresztül, illetve a rendszerre felépített alkalmazásokon keresztül érhetik el a végfelhasználókat.

A hálózati hatás definícióját KATZ ÉS SHAPIRO²³⁶ 1994-ben úgy fogalmazta meg, hogy az nem más, mint a hálózati tagság értéke egyetlen felhasználó számára, amely azáltal növekszik, hogy a hálózathoz újabb tag kapcsolódik. Ebből kiindulva BEN THOMPSON²³⁷ azt a plusz erőt érti hálózati hatás alatt, amellyel egyetlen felhasználó csatlakozása növeli a szolgáltatás, áru értékét. Az ő osztályozása alapján, az egyik véglet szerint ez a hatás lehet közvetlen, beolvasztó, például a Facebook esetében, hiszen teljesen egyértelmű, hogy a hálózat számomra, mint

²³⁵ THOMPSON, BEN: *The Moat Map* 15, May, 2018., <https://stratechery.com/2018/the-moat-map/> [2019.05.27.]

²³⁶ „the value of (a) membership to one user (which) is positively affected when another user joins and enlarges the network”, In: BECK, ROMAN: *The Network(ed) Economy*. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden 2006, 41. o.

²³⁷ THOMPSON, BEN: *The Moat Map* 15, May, 2018., <https://stratechery.com/2018/the-moat-map/> [2019.05.27.]

felhasználó számára azért válik értékessé, érdekessé, mert közvetlenül ott látom a családomat, barátaimat, ismerőseimet. Az ő személyük csatlakozása révén válik közvetlenül értékessé az egyén, azaz a magam számára a hálózat, mert a felhasználói élmény is közvetlen. A Netflix esetében ez már némi áttétellel érvényesül. Ott minden egyes felhasználó az általa befizetett összegben keresztül teszi lehetővé a kínálati tartalom további bővítését (mert a nagyobb tőke, jobb tárgyalási pozíciót biztosítva, nagyobb tartalom kínálatot eredményezhet). Végző soron pedig a nagyobb kínálat teszi még vonzóbbá a szolgáltatást a következő, új felhasználó számára.²³⁸

4. Híraggregátor

A fenti kitérő után visszatérve immár a híraggregátor fogalmának meghatározásához és azt a funkció felől közelítve tehát olyan webes felületről, olyan „hírösszesítő” vagy „hírajánló” oldalról van szó, amely algoritmusok segítségével, több helyről, hírforrásból, tipikusan weblapról összegyűjtött híreket szempontok szerint rendezve, egyetlen felületen, koncentrálván talál. Technológiai oldalról az aggregáció egy szoftver vagy webes applikáció, amely bármely web-oldalba, e-mail szolgáltatásba, vagy bármely mobil applikációba beépíthető.

A hírajánló legáltalánosabb típusa a „hírfolyam”, ahol a folyam szó a listás megjelenítésre vonatkozik. Ezen túl a használat szempontjából az aggregátorok további három típusa

²³⁸ A hálózati hatást az Európai Bizottság a Google Search (Shopping) döntésében (Case AT.39740) másként értelmezte. A 295 bekezdés szerint a közvetlen hálózati hatást az Európai Bizottság abban látta, hogy a felhasználók egy jelentős részének előnye származik a keresőfelületen megjelenő hirdetésekéből. A közvetett hálózati hatást a 296 bekezdés magyarázza. Ez pedig nem más, mint az általános keresőfelület online hirdetési felülete és a platform bevétele között fennálló kapcsolat. Másként szólva, minél több a hirdető az online keresőfelületen, annál több a platform bevétele, amely következőképpen visszaforgatható a keresési felület fenntartására és fejlesztésére, hogy ezzel még több felhasználó számára vonzóvá válhasson. Vö. CURRIER, JAMES: *The Network Effects Manual*. <https://medium.com/@nfx/the-network-effects-manual-13-different-network-effects-and-counting-a3e07b23017d> [2019.05.27.] különösen a 2-oldalú piac („2-sided market”) és a 2-oldalú platform („2-sided platform”) elkülönítésére vonatkozóan.

különbözthető²³⁹ meg: létezik ún. „specializált hírfolyam”, „felhasználó által válogatott hírfolyam” és „blog hírfolyam”.

A hírfolyam²⁴⁰ a legáltalánosabb és a legszélesebb körből merít információt. A számos forrásból származó híreket tipikusan téma, hír vagy forrás szerint rendezzi, és lista-szerűen jeleníti meg, mint például a Google News vagy a Yahoo! News. A listászerű megjelenés része a főcím, sokszor a cikk, vagy hír első néhány sora, felvezető szövege (angolul „lead”) illetve annak a linknek az elérhetősége, ahol a teljes tartalom megtalálható. Általában megjelenik a honlap neve is, ahol az eredeti tartalom megjelent.

A specializált hírfolyam (angolul „specialty aggregator”) a fenti, általános tartalomhoz képest téma szerint körülhatárolt, ebből következően az információkat is egy szűkebb forrásból meríti. Ilyennek tekinthető például a Techmeme vagy a Taegan Goddard’s Political wire, amely weblapok tipikusan csak néhány témára fókuszálva gyűjtik össze a különböző felületeken elérhető információkat. Itt is megjelenik a főcím, a cikk, vagy hír felvezető sora(i), a link, és annak a honlapnak a neve, ahol az eredeti tartalom megjelent.

A felhasználó által válogatott hírfolyam lényege, hogy a felhasználók töltenek fel tartalmakat, amelyeket a klasszikus híroldalakhoz képest szélesebb körből merítenek. Linkek mellett, részleteket is közölhetnek, de a linkek, vagy tartalmak mutathatnak egy blogbejegyzésre, vagy YouTube videóklipre is. Ilyen például a digg.com honlapja, amely magát közösségi hírforrásként nevezi meg.

Végül a blog hírfolyamot említhetjük, amely a legkevésbé tekinthető hírfolyamnak. Ezek olyan weblapok, amelyek blog-bejegyzéseket hoznak létre egy témában, a mások által készített

²³⁹ ISBELL, KIMBERLY: *The Rise of the News Aggregator: Legal Implications and Best Practices*. Berkman Center Research Publication No. 2010-10, University of Harvard, lásd még: <http://www.niemanlab.org/2010/09/whats-the-law-around-aggregating-news-online-a-harvard-law-report-on-the-risks-and-the-best-practices/> [2019.05.27.], és MARIMON, NICOLE: *Shutting Down the Turbine: How the News Industry and News Aggregators can Coexist in a post-Barclays v. Theflyonthewall.com World*. Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, Vol. 23/4., p. 1447.

²⁴⁰ news aggregator, feed aggregator, feed reader, news reader, RSS reader - szinoním fogalmakat takarnak.

tartalmakat is felhasználva, azokra hivatkozva. Ilyen volt például 2016-os lezárásáig²⁴¹ a Gawker.

Témánk szempontjából elsősorban a híraggregátorok legáltalánosabb típusa érdemel figyelmet, azaz az olyan általános hírfolyam, mint a Google News vagy a Yahoo! News szolgáltatása, amely tipikusan az általános keresőszolgáltatás mellett, mintegy azt kiegészítve jelenik meg, és magát sokszor specializált keresőszolgáltatásként aposztrofálja.

Az aggregátorok osztályozásának egy másik lehetősége²⁴² alapján beszélhetünk specializált, téma szerint aggregáló felületekről; a tartalom típusa szerint aggregáló felületekről (pl. A Youtube videók, Google news hírek); valamint különbséget tehetünk a tartalom feltöltésére való jogosultság alapján például felhasználó által töltött aggregáló felületek, vagy blog-író által szelektált aggregáló felületek között.

E dolgozat mégis QUINN²⁴³ osztályozásával ért egyet, aki szerint csak két típusú aggregátor van, a köztük lévő fő különbséget a hozzáadott tartalom jelenti. Míg az egyik esetben automatikus, gépi keresés eredményeként jelennek meg a hírek („automatikus”), addig a másik esetben az eredeti tartalmat hozzáadott tartalommal bővítve használják fel (mintegy „honlap-szerűen”), ennek részeként pedig egy „hús-vér” szerkesztő által felügyelve.

Másfelől ugyanakkor, hatásukat tekintve, a figyelemért vívott versenyben, illetve az eredeti tartalom oldaláról elterelt olvasók, így a kieső reklámbevételek szempontjából alapvetően nincs különbség a fent osztályozott híraggregátorok között.

²⁴¹ 2016-ban egy magánélet megsértése miatt indított per eredményeként került sor a Gawker lezárására. 2021-ben főszerkesztői irányítás mellett indult újra, mint médiavállalat.

²⁴² WEAVER, ALEXANDER: *Aggrevated with Aggregators: Can International Copyright Law Help Save the Newsroom?* Emory International Law Review, Vol. 26, No. 2., 2013., Emory Legal Studies Research Paper, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2061015 [2019.05.27.]

²⁴³ QUINN, DYLAN J.: *Associated Press v. Meltwater: Are Courts Being Fair to News Aggregators?* Minnesota Journal of Law, Science and Technology, Vol.15/2. (2014), 1193. o.

A következőkben azokat a jelentősebb jogeseteket²⁴⁴ kívánjuk górcső alá venni, amelyek a híraggregáció kapcsán kiéleződött piaci versenyben az európai uniós közös fellépést megelőzően hatályos szerzői jogi szabályozást segítségül hívva kerestek megoldásokat.

5. Szerzői jog és híraggregátorok csatája – Az AFP és a Copiepresse jogesetek

A Google 2002-ben indította el hírösszesítő szolgáltatását a Google News-t az egyre népszerűbbé váló keresőmotoros szolgáltatása mellett, amelyet a fokozatos reklámbevételcsökkenést elkönyvelő sajtóterméket kiadó vállalatok nem néztek jó szemmel.

A francia hírügynökség az *Agence France-Presse* (AFP) 2005 márciusában keresetet nyújtott be a Google Inc. ellen az Egyesült Államok Columbia kerületi bíróságánál, valamint Franciaországban, mert véleménye szerint a cég szerzői jogi jogsértést követett el kisméretű képek („thumbnails”), főcímek és felvezető szövegek, azaz szövegrészetek másolásával és közzétételével a Google News szolgáltatása kapcsán.

Az AFP általában nem biztosít ingyenes hozzáférést saját honlapján a hírekhez, hanem felhasználási szerződéseket köt más hírszolgáltatókkal, köztük például helyi újságokkal. Ennek értelmében tehát a tartalom, illetve annak elemei is jogdíjkötelesek, ezért az AFP a friss hírek jogellenes felhasználására („hot news misappropriation”) hivatkozott. A friss hír védelme a hírben megjelenő idő-értéket kívánja védelemben részesíteni a versenyben, anélkül, hogy a hírek igencsak ellentmondásos szerzői jogi megítéléséről állást kelljen foglalnia. Ugyanis a tények, napi hírek nem részesülhetnek szerzői jogi védelemben. Sőt, a tájékoztatási célú szabad

²⁴⁴ Versenyjogi szempontú elemzés tekintetében lásd még Bundeskartellamt Working Paper Market Power of Platforms and Networks, June 2016.
https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Berichte/Think-Tank-Bericht-Langfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=2 [2019.05.27.]

felhasználások körébe beletartoznak az időszerű tények, amelyek ezért többszörözhetők s a nyilvánosság felé közvetíthetők.

Az AFP hírügynökség számos bizonyítékot tárt a Bíróság elé arra vonatkozóan, hogy mely napokon, milyen tartalommal történt jogsértés a Google részéről, de – természetesen – az összes jogsértést kimerítően nem tudta felsorolni, hiszen az adatokat a Google birtokolta.

Ezzel szemben a Google két tényre hivatkozva kérte a kereset elutasítását. Egyfelől hivatkozott arra, hogy az AFP nem tudta teljes körűen bemutatni azokat a jogsértéseket, amelyeket állítólag a Google elkövetett, másfelől pedig azt állította, hogy a Google News tulajdonképpen egy linkgyűjtemény, amely hírekhez vezet el, méghozzá olyan hírekhez, amelyek az adott oldalon, korlátozás nélkül, bárki számára elérhetőek. Jelezte továbbá, hogy a hírek, mint tények, illetve azok főcímei nem állhatnak szerzői jogi védelem alatt. Hivatkozott továbbá arra is, hogy bármely sajtóorgánumnak lehetősége van kérni tartalmi eltávolítását a Google oldalairól az ún. „opt-out” rendszernek köszönhetően.

Közel két év elteltével 2007 áprilisában²⁴⁵ a felek végül megállapodásra jutottak, így az ügyben bírósági döntés nem született, következésképpen a jogi érvek sem kerültek bírósági értékelésre. Ugyancsak ebben az időszakban, azaz ezt nyolc hónappal megelőzően, 2006 augusztusában kötött felhasználási megállapodást a Google és az *Associated Press* (AP) hírügynökség is tartalmi felhasználására vonatkozóan.²⁴⁶ Természetesen, mind az AFP-el, mind az AP-el kötött megállapodások részletei üzleti titkot képeznek.

Belgiumban a Google News szolgáltatás 2006-ban vált elérhetővé a <http://news.google.be> webcímen. A belga (francia és német nyelvű lapokat tömörítő) sajtókiadók szövetsége, a

²⁴⁵ MCCARTHY, CAROLINE: *Agence France-Presse, Google settle copyright dispute*. 6 April, 2007. <https://www.cnet.com/news/agence-france-presse-google-settle-copyright-dispute/> [2019.05.27.]

²⁴⁶ AUCHARD, ERIC: *AFP Google News settle law suit over Google News*. 8 April 2007. <https://www.reuters.com/article/industry-google-afp-dc-idUSN0728115420070408> [2019.05.27.]

Copiepresse, előzetes bizonyítási eljárást kezdeményezett a brüsszeli Bíróságnál, amelynek eredményeként bírósági eljárás indult a Google News szolgáltatása ellen.²⁴⁷

Ennek során a Copipresse nem az eredeti tartalomhoz elvezető hiperhivatkozás ellen tiltakozott, hanem két dolgot kifogásolt. Egyrészt nehezményezte, hogy a weblap felületén tartalmilag megjelenítették a főcímeket és a felvezető szöveget; másrészt arra hívta fel a figyelmet, hogy a „cache” memóriában tárolt link vezet a hivatkozott cikkekhez, amely azonban nem a Google News felületén található, hanem az általános keresőfelület része.

A Google erre válaszolva megjegyezte, hogy a Google News inkább egy specializált keresőmotor, semmint hírgyűjtő vagy hírterjesztő oldal. Ugyanazok a tartalmak mindenképpen elérhetők lennének az általános keresőfelületen, azaz a Google News felületén kívül is.

Ezen túl számos jogi érvet²⁴⁸ hozott fel a vitában:

- 1) Hivatkozott a szólásszabadságra.
- 2) Nyilvánossághoz közvetítés kapcsán a Google kiemelte, hogy a hiperhivatkozáson keresztül szélesebb hozzáférést enged a cikkekhez, nem többszörözi azokat, és csak az amúgy nyilvánosan is hozzáférhető tartalmakhoz biztosít még szélesebb hozzáférést.
- 3) A főcím és a felvezető szöveg nem minősülnek eredeti tartalomnak, következésképpen nem állnak szerzői jogi védelem alatt, mert tényeket, napi híreket rögzítenek.

²⁴⁷ LAURENT, PHILIPPE: *Google News Banned by Brussels High Court - Copiepresse SCRL v. Google Inc. – Prohibitory injunction of the President of the High Court of Brussels*, 5 September 2006. In: *Computer Law and Security Report* 2007/23, 82-85. o.

²⁴⁸ A belga Bíróság előtt folyó eljárás egy későbbi szakaszában a Google – bár sikertelenül – az amerikai jog alkalmazása mellett is érvelni próbált. Lásd még LAURENT, PHILIPPE: *Copiepresse SCRL & alii v. Google Inc., – in its decision of 5 May 2011, the Brussels Court of Appeal confirms the prohibitory injunction order banning Google News and Google’s „in cache” function*. In: *Computer Law and Security Review* 2001/27, 542-545.

- 4) De, még ha szerzői jogi védelem alatt állnának, a tartalom fentebb említett része a belga szerzői jogi törvény rendelkezései értelmében akkor is idézhető lenne. Ráadásul, a hírek szabadon terjeszthetők.
- 5) Végül a Google hivatkozott a hallgatólágos beleegyezés vélelmére („implied licence”). Ennek értelmében a Google szerint e tartalmak szabadon indexálhatók, hiszen vélelmezhető a kiadók beleegyezése az ilyen típusú felhasználásba, azáltal, hogy a technika adta lehetőségekkel nem élve, tartalmaikhoz a hozzáférést nem korlátozták, holott erre lehetőségük lett volna.

A szólásszabadságra hivatkozott először a Google. Ezt az érvet azonban a Legfelsőbb Bíróság egy korábbi ítéletére hivatkozva elutasította. Eszerint a szólásszabadság nem gátolhatja a szerző kifejezőmódjában rejlő eredetiség védelmét.²⁴⁹ Sőt mi több, maga a szerzői jogi törvény sem más, mint annak az egyensúlyi állapotnak a létrehozása, amely egyfelől a szerző jogos érdekei, másfelől a közérdek és a társadalmi érdek között teremődik meg. Éppen ennek az egyensúlynak a részeként alakított ki a szerzői jogi szabályozás törvényi kivételeket, amelyek mintegy korlátot állítanak a szerző jogos érdekei elé.

A Bíróság megállapította, hogy a sajtókiadók szövetsége nem a hiperhivatkozás elhelyezése ellen tiltakozott, hanem a címek és részletek másolása ellen, így tehát a hiperhivatkozás célja irreleváns az ügyben. Az, hogy a tartalmi elemek (főcímek és részletek) ténylegesen megjelennek a Google News oldalon, a weblap látogatásával egyszerűen bizonyítható, vagyis a másolás ténye egyértelműen megállapítható. A Bíróság kiemelte azt is, hogy a Google cache-memóriájában tárolt link révén a felhasználó nem az eredeti tartalomhoz

²⁴⁹ LAURENT, PHILIPPE: *Brussels High Court Confirms Google News Ban – Copiepresse SCRL v. Google Inc. – Prohibitory injunction/ stop order of the President of the High Court of Brussels*. 17 February, 2007. In: *Computer Law and Security Report* 2007/23, 292. o.

jut el, hanem a Google szerveren az eredetiről készült és tárolt másolathoz, ezért tehát megvalósul a másolás és nyilvánossághoz közvetítés ezekben az esetekben.

A harmadik pontban felmerülő kérdésre nincs egyszerű válasz, mert bizonyos esetekben a főcím is lehet kellően eredeti ahhoz, hogy önmagában szerzői jogi védelem illethesse meg, míg más esetekben valóban nem áll szerzői jogi védelem alatt. Ezzel szemben azonban, a cikkek a maguk egészében szerzői jogi védelem alatt állnak. Az ezekből való részletek közlése, azaz a felvezető sor(ok) másolása akkor jogsértő, ha a mű eredeti, egyéni jellegét magában foglalja, annak mintegy „lelke”. Ez pedig különösen igaz lehet egy-egy cikk felvezető szövegére. Az ott megjelenített részletek éppen azért bírnak különös jelentőséggel, mert figyelemfelkeltő, probléma feltáró jellegűek, hiszen az a céljuk, hogy bevonják az olvasót a diszkusszióba.

Az idézésre alapított kifogást a Bíróság elutasította, azzal az indokolással, hogy a teljesen automatizált, pusztán technológiára épülő szelekció eleve kizárja ezt a védekezési lehetőséget. Az idézés, mint minden kivétel, szűken értelmezendő és bizonyos céllal történik. A 2001/29 EK irányelv²⁵⁰ az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról 5. cikke említ ilyen célokat, például a kritikai vagy ismertetési cél, oktatási vagy tudományos cél. Ezen kivételeket 2005-ben a belga szerzői jogi törvény is átvette. Az automatizált listázás során ugyanakkor a Google nem végez semmilyen elemző, összehasonlító tevékenységet vagy kritikai értékelést, aminek illusztrálásához idéznie kellene az eredeti újságcikkekből. Következésképpen az idézésre alapított kivétel nem állhat meg abban az esetben, ha a többszörözés maga az elsődleges cél, nem pusztán másodlagos eszköze az időszéri hírek szolgáltatásának.

A hallgatólágos beleegyezésre alapított vélelemre hivatkozást a Bíróság azzal az érveléssel utasította el, hogy a szerzői jog nem kifogásoláson alapuló jog, hanem előzetes

²⁵⁰ Az Európai Parlament és a Tanács 2001/29/EK irányelve (2001. május 22.) az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról. OJ L 167, 22.6.2001, 10–19. o.

engedélyeztetésen alapuló jog, amiből az is következik, hogy e jogot a felhasználást megelőzően, meghatározott formában kell megszerezni. A tartalmat védő, technikai biztonsági elemek hiányából önmagában egy korlátok nélküli, mindenre kiterjedő felhatalmazás éppen ezért nem vezethető le.

A Copiepresse megnyerte az ügyet a belga Fellebbezési Bíróság előtt, de néhány nappal később megállapodásra jutottak a felek, így minden további jogvita lezárult.²⁵¹ Így többek között nem született bírói állásfoglalás abban a kérdésben sem, hogy ha és amennyiben a Google szerzői jogi jogsértést követett el, akkor milyen mértékű kártérítésre lenne jogosult a lapkiadó vállalat.²⁵²

6. Híraggregátorok megítélése az amerikai bírósági gyakorlatban

A fentebb hivatkozott Copiepresse jogesethez fűzött kommentárjában GRAHAM SMITH²⁵³ felhívja a figyelmet arra, milyen különbségek vannak az amerikai és az európai jogértelmezésben. Hangsúlyozza, hogy az európai államok szerzői joga szűken értelmezett, tételesen felsorolt kivételek rendszerére épít, szemben a jóval nagyobb mozgásteret engedő „méltányos felhasználás” („fair use”) doktrínával operáló amerikai szerzői joggal.

²⁵¹ Időközben az eset megoldására törekedve, a Google megegyezésre jutott a Copiepresse érdekében közreműködő Sofam és Scam szervezetekkel is még a Copipresse-el kötött megállapodás előtt. Az előbbi szervezet mintegy négyezer fotográfust, míg az utóbbi újságírókat tömörítő szervezet. <https://www.nytimes.com/2006/11/25/technology/25google.html?ex=1322110800&en=d35ff1ef67c0437a&ei=5088&partner=rssnyt&emc=rss> [2019.05.27.]

²⁵² BESSEN, BART VAN: *Copiepresse versus Google: a legal analysis of news aggregation and copyright infringement under Belgian law*. 17/09/2013. <https://www.newmedia-law.com/news/copiepresse-versus-google-a-legal-analysis-of-news-aggregation-and-copyright-infringement-under-belgian-law/> [2019.05.27.]

²⁵³ SMITH, GRAHAM: *Copiepress v. Google – the Belgian judgement dissected*. <https://www.twobirds.com/en/news/articles/2007/copiepresse-v-google> [2019.05.27.]

A hallgatólagos beleegyezés vélelemre alapított hivatkozást például a belga Bíróság teljességében elutasította, holott ennek értékelését a nevadai Bíróság a *Field v. Google Inc.*²⁵⁴ esetben éppen ellenkezőleg ítélte meg.

BLAKE FIELD ügyvéd, szabadidejében amatőr író, beperelte a Google-t mondván, hogy 51 szerzői jogi védelemmel bíró írását tárolta a keresőmotorszolgáltatás, megsértve ezzel a szerző kizárólagos jogát művei többszörözésére és nyilvánossághoz közvetítésére.

A Google keresőmotor cache-memóriában tárolt tartalom az eredeti tartalomról, adott pillanatban készült felvétel, így nem feltétlenül azonos az eredeti helyen elérhető (vagy éppen onnan már törölt) állapottal. A Bíróság az esetben a cache-technológiát a cél felől közelítette meg (pl. annak archiváló vagy lapösszehasonlító funkciója). Megállapította azt is, hogy a felperes nem alkalmazott a honlapján ún. „no archive” metateget, azaz technikai kizáró paramétert, sőt olyan robots.txt fájlt csatolt a honlapjához, ahol – habár ennek ellenkezőjére is lehetőség nyílt volna – kifejezett hozzáférést adott botoknak a honlapjához.

A Google saját honlapján tájékoztatást nyújt arról hogyan kerülhető el a Google felületen történő indexálás, illetve a cache-memóriában való tárolás általában az egyes honlapokra vonatkozóan. Ezen túl a cég ún. „opt-out” politikát alkalmaz, azaz lehetővé teszi például sajtókiadványok számára, hogy kérésükre tartalmaikat eltávolítsák a Google-felületekről. Amikor pedig hírt vett FIELD panaszának, azonnal eltávolította a tartalmakat a cache-memóriából.

A Bíróság kimondta, hogy szerzői jogi jogsértésért való közvetlen felelősség abban az esetben állhat fenn, ha a jogsértés kapcsán akarati elem is érvényesül az alperes részéről, azaz, ha a technikai automatizmuson túl, a szándék kiterjed a „többszörözésre” vagy „terjesztésre”.

²⁵⁴ *Field v. Google, Inc.*, 412 F. Supp. 2d 1106 (D. Nev. 2006), U.S.D.C. Nevada, 19 January 2006.

A másolati példány valójában azáltal jön létre, hogy a felhasználó, rákattintva a linkre, saját gépére tölti a kérdéses tartalmat.

A szerzői jog jogosultja kifejezetten hozzájárulást adhat műve felhasználására, vagy ezen hozzájárulása hallgatólagosan vélelmezhető a magatartása révén. Tekintettel arra, hogy a felperes nem élt a technika adta lehetőségekkel, azaz nem csatolt metateget a honlapjához, mintegy hallgatólagos hozzájárulását adta a Google-nak a cache hozzáféréshez.

A Bíróság a Google cache-gyakorlatát a „méltányos felhasználás” tesztje felől is elemezte, vagyis azt mérlegelte, hogyha a Google mégiscsak saját maga többszörözné vagy terjesztené a szóban forgó tartalmat, azt vajon méltányos felhasználás jogcímén megtehetné-e.

Az amerikai bírósági gyakorlatban a méltányos felhasználás megítélésakor négy, nem kizárólagos tényező vizsgálatát veszik sorra:

1. A felhasználás célja és természete (ideértve annak vizsgálatát, hogy a felhasználás gazdasági célzatú vagy non-profit, oktatási természetű);
2. A szerzői joggal védett tartalom jellege, a mű természete;
3. A felhasznált tartalom mennyisége és lényegét megragadó volta az eredeti mű egészéhez viszonyítva;
4. A felhasználás hatása, befolyása az eredeti mű lehetséges piacára vagy annak gazdasági értékére.

Az első kérdés vizsgálata során a Bíróság az újonnan létrejött mű újdonság hatását vizsgálta, azt nézte, mennyire átformáló jellegű („transformative”) a felhasználás. Itt elemezte a fent már említett új funkciókat (archiválás, lap összehasonlítást lehetővé téve különböző idő-állapotokhoz való hozzáférés). Értékelte továbbá azt a tény is, hogy a felhasználó számára megfelelően jelölve van-e az, hogy tárolt tartalomhoz fér hozzá. Tekintettel a megállapított

újdonosság-hatásra, a gazdasági felhasználás, mint olyan, az összhatás megítélése szempontjából kisebb jelentőséggel bírhat.

A második szempont értékelésénél figyelembe vették azt a tényt, hogy a mű nyilvánosságra hozataláról maga a szerző döntött, méghozzá úgy, hogy azt korlátozástól mentesen, bárki számára hozzáférhetővé tette a világhálón.

A harmadik kérdés vizsgálatát az első pont fényében lehetett csak mérlegelni. Másként szólva, akár a teljes tartalom is másolható, ha az így létrejött új alkotás kellően átforgató, újdonosság jellegű, más a funkciója, és az eredeti mű a maga teljességében ingyenesen is megtekinthető.

A negyedik pont vizsgálatakor FIELD elismerte, hogy munkájáért nem kapott soha tiszteletdíjat és felhasználási szerződése sincs ezekre nézve. A Bíróság a honlapok ezrei által adott felhatalmazást is akként értékelte, hogy ezek a honlapok kifejezetten láthatóságot engednek a Google kereső javára.

Összességében tehát a Bíróság bizonyítva látta a méltányos felhasználás doktrínát. Úgy érvelt, hogy az alkalmazott cache-gyakorlat egyéni, eredeti jellegű, nincs bizonyíték arra nézve, hogy a cache-gyakorlat profitszerzési célzatú, ezért a fenti feltételeket mérlegelve, a gyakorlat megfelel a méltányos felhasználás feltételeinek.

Az Egyesült Államokban, 2008 januárjában a legnagyobb és legrégebbi hírszolgálat az *Associated Press* (AP) nyújtott be keresetet az *All Headlines News* (AHN) hírösszegező ellen kifogásolva tartalmi másolását, újra írását és viszonteladását.²⁵⁵ New York déli kerületi Bírósága befogadta az ügyet, mint a friss hírek jogellenes felhasználására benyújtott keresetet, de mielőtt a tárgyalást megnyitották volna, a felek megegyezésre jutottak.

²⁵⁵ PARK, DANIEL S.: *The Associated Press v. All Headlines News: How Hot News Misappropriation Will Shape the Unsettled Customary Practices of Online Journalism*. Berkely Technology Law Journal, Vol. 25/1, January 2010., 369-394. o.

Egy ugyancsak megállapodással végződő jogeset szintén 2008-ban indult. Két hagyományos médiavállalat a *GateHouse Media* és a *New York Times Co.* között fennálló vita során a GateHouse Media azt nehezményezte, hogy a New York Times a GateHouse Media Wicked Local honlapjának főcímeit és felvezető szövegeit másolja és jeleníti meg saját, Boston.com honlapon aggregált helyi tartalom részeként. A felek közötti megállapodás rövid szövegét közzétették.²⁵⁶ Ennek legfontosabb része az a technikai megoldás, amelynek értelmében a felek egymás honlapjai vonatkozásában az ún. RSS²⁵⁷-t eltávolítják.

Végül egy frissebb, 2012-es jogeset szintén az AP hírügynökség kezdeményezésére indult a *Meltwater U.S. Holding*gal szemben, amely ugyancsak egy híraggregációs szolgáltatás.²⁵⁸ A per tárgya a Meltwater által, az AP hírügynökség tartalmaiból átvett ún. hírmorzsa („snippet”) ügyfelek számára történő továbbítása. A New York-i Déli Kerületi Bíróság nem fogadta el a méltányos felhasználásra történő hivatkozást és a hallgatólagos beleegyezésre alapított vélelem fennállását sem.

Ez volt az első alkalom, hogy egy híraggregátor méltányos felhasználásra vonatkozó védekezését a Bíróság elutasította Amerikában. A fellebbezést követően a felek megállapodásra jutottak a további együttműködésüket illetően.

Meltwater azzal védekezett, hogy a nem nyilvánosan hozzáférhető tartalmak vonatkozásában felhasználási megállapodásokat kötöttek, azon túl pedig, csak nyilvánosan hozzáférhető tartalmakat használtak fel, igaz, sok esetben ezek a tartalmak az AP-vel szerződésben álló hír előállítóktól származtak. Azzal is védekeztek, hogy ők tulajdonképpen egy keresőmotorhoz hasonló szolgáltatást, nem hírválogatási szolgáltatást nyújtanak.

²⁵⁶ <http://www.dmlp.org/sites/citmedialaw.org/files/2009-01-25-Letter%20Agreement.pdf> [2019.05.27.]

²⁵⁷ <https://hu.wikipedia.org/wiki/RSS> [2019.05.27.]

²⁵⁸ QUINN, DYLAN J.: *Associated Press v. Meltwater: Are Courts Being Fair to News Aggregators?* Minnesota Journal of Law, Science and Technology, Vol.15/2. (2014), 1189-1220. o.

A méltányos felhasználás szempontjainak vizsgálata során a Bíróság arra a következtetésre jutott, hogy a Meltwater szolgáltatása az eredeti tartalmat helyettesítő szolgáltatás volt. Másként szólva nem találtak bizonyítékot arra nézve, hogy a Meltwater szolgáltatását használók ezen keresztül jutottak volna el az eredeti tartalmakat hordozó felületekhez. Mind minőségi, mind mennyiségi szempontokat figyelembe véve a Bíróság azt is megállapította, hogy a másodlagos felhasználás jellegét és célját tekintve is túl sok eredeti tartalmat használt fel. Tekintettel arra, hogy mindkét cég ugyanazon a piacon érdekelt és tevékenykedik, valamint, hogy a Meltwater szolgáltatás az AP szolgáltatás helyettesítésére alkalmas lehetett, ezáltal tehát tisztességtelen versenyelőnyt élvezhetett, így összességében a Meltwater szolgáltatás méltányos felhasználásra alapított védekezése nem volt elfogadható a Bíróság számára.

A vélelmezett hozzájáruláson alapuló védekezést is elutasította a Bíróság. Kimondta, hogy ennek elfogadása esetében a szerzői joggal rendelkezőre hárulna minden bizonyítási teher, azaz, hogy tevőlegesen is biztosítsa a szerzői joggal való visszaélés kizárását, amely így végső soron ellentétes volna a szerzői jog alapvető elvével. Ezen túl, számos gyakorlati indokot is értékelt, mint például azt a tényt, hogy technikailag nem lenne mód arra, hogy a tartalmat méltányos felhasználásra szánó, valamint az ezzel ellentétes célú webjáró botokat megkülönböztessék.

Minden jogeset megítélése csak az eset összes körülményére tekintettel lehetséges, következésképpen túl sok általános következtetés a fentebb ismertetett jogesetekből nem vonható le. Szembeötlő tény ugyanakkor, hogy – még részsikerek esetén is – a jogesetek többsége végül megegyezéssel végződött. Ennek vélhetően több oka van. Az egyik talán az, hogy a sajtóhírek előállítóinak is érdeke fűződik a híraggregátorok által generált forgalom fenntartásához, illetve az ezen keresztül elérhető szélesebb nyilvánossághoz. A másik ok vélhetően egy végleges ítélet erős jogi kötő erejének elkerülésében rejlik. Hiszen egyik félnek sem érdeke egy számára kedvezőtlen ítélet e gyorsan változó, még kiforratlan digitális környezetben, amely esetleg a technikai innovációnak, valamint lehetséges későbbi felhasználásoknak is gátat szabhat.

Még egy dolog megállapítható. A technika, a technológia alkalmazása, az ezek közötti verseny, a technológia következtében előállt új felhasználások jogi megítélése az egyik mögöttes témája e fent említett jogeseteknek.

7. Európai Bíróság – Svensson ügy²⁵⁹ és annak folyamánya

A technikai megoldások jogi értékelése nem kis nehézségbe ütközhet a különböző államok jogában. A hiperhivatkozás²⁶⁰ egy technikai megoldás, navigációs kód, amely megmutatva az utat, a célhelyre irányítja a felhasználót. Az amerikai bírósági gyakorlatban a hiperhivatkozás, mint technikai megoldás önmagában nem vezet szerzői jogi jogsértéshez és másolást sem valósít meg ahogyan ezt a fentebb ismertetett jogesetkből láhattuk. A felelősség megállapításának alapját nem az elhelyezett link adja, hanem a linkelt tartalom jogsértő voltáról való tudomás, a jogsértő tartalomhoz való hozzáférés bátorítása.²⁶¹

Az Európai Bíróság a SVENSSON-ügyben hozott döntésében foglalkozott a hiperhivatkozás megítélésével. Az alapeljárást az ügyben újságírók kezdeményezték, mert a Retriever Sverige AB saját honlapján, linkeken keresztül elérhetővé tette újságcikkeiket, amelyek ugyanakkor korlátozásmentesen voltak elérhetőek a Göteborgs Posten honlapján. Álláspontjuk szerint ez az engedély nélküli nyilvánosságra hozatal sértette az újságírók saját cikkeiken fennálló kizárólagos jogát azok felhasználására.

²⁵⁹ C-466/12 Nils Svensson, Sten Sjörgen, Madelaine Sahlman, Pia Gadd v. Retriever Sverige AB., ECLI:EU:C:2014:76; <http://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?num=C-466/12&language=HU> [2019.05.27.]

²⁶⁰ A linkelés fajtáiról és jogi megítéléséről lásd bővebben: TÓTH, ANDREA: *A Linkelés jelene és jövője az Egyesült Államok és az Európai Unió joggyakorlata alapján*. Iparjogvédelmi és Szerzői jogi Szemle 11. (121.) 1. szám 2016. február, p. 64-84.; MEZEI, PÉTER: *A linkelés szerzői jogi vonatkozásai – négyzetes dugó a hatszögletű lyukba?* Infokommunikáció és Jog 61. 1. szám 2015. március, 31-41. o.

²⁶¹ lásd részletesen TÓTH, ANDREA i. m.

Az Európai Bíróságtól előzetes döntéshozatali eljárás keretében négy kérdés megválaszolását kérték:

1. Ha egy adott műre vonatkozó szerzői jog jogosultján kívül más személy olyan, a műre mutató linket szolgáltat weboldalán, amelyre rá lehet kattintani, ez az [...] [2001/29]²⁶² [...] irányelv 3. cikkének (1) bekezdése szerinti nyilvánossághoz közvetítést valósít-e meg?

2. Érinti az első kérdés értékelését az, ha a mű, amelyre a link mutat, olyan, az interneten található weboldalon van, amelyhez bárki korlátozás nélkül hozzáférhet, vagy az, ha – épp ellenkezőleg – a hozzáférés valamilyen módon korlátozott?

3. Az első kérdés értékelése során különbséget kell tenni az olyan eset között, amelyben a mű, azt követően, hogy a felhasználó rákattintott a linkre, egy másik weboldalon jelenik meg, és azon eset között, amelyben a mű, azt követően, hogy a felhasználó rákattintott a linkre, oly módon jelenik meg, hogy azt a benyomást kelti, hogy ugyanazon az [internet]oldalon jelenik meg?

4. A tagállam biztosíthat szélesebb körű védelmet a szerző kizárólagos joga számára azáltal, hogy a „nyilvánossághoz közvetítést” úgy határozza meg, hogy az szélesebb cselekményi kört fedjen le, mint amely az [...] [2001/29] [...] irányelv 3. cikkének (1) bekezdésében szerepel?

Az Európai Bíróság az első három kérdéssel együtt foglalkozott, mert mindhárom kérdés homlokterében a nyilvánossághoz közvetítés fogalmának értelmezését látta. Következésképpen arra keresett választ, hogy az Infosoc irányelv 3. cikk (1) bekezdésének értelmében

²⁶² Az Európai Parlament és a Tanács 2001/29/EK irányelve (2001. május 22.) az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról, OJ L 167, 22.6.2001, p. 10–19.

nyilvánossághoz közvetítésnek minősül-e egy internetes oldalon az olyan védett művekre mutató kattintható linkek szolgáltatása, amely művek korlátozástól mentesen, szabadon hozzáférhetők más internetes oldalon.²⁶³

Az ítélet érvelése szerint a nyilvánossághoz közvetítés fogalma két elemet ötvöz a „közvetítés cselekményét” és a mű „nyilvánossághoz” közvetítését. A közvetítés cselekményének fennállásához elegendő, hogy a műhöz a közönség hozzáférjen (függetlenül attól, hogy ezzel a lehetőséggel éltek-e vagy sem). A közvetítés, *per se*, az internet közegében minden esetben érvényesül, függetlenül attól, hogy azt az eredeti szerzői jog jogosultja önmaga tette fel, vagy a művekre mutató, kattintható linkek szolgáltatása révén válik hozzáférhetővé, és függetlenül attól is, hogy a linkre harmadik személy végül rákattint-e vagy sem.

A fogalom másik elemét kell tehát megvizsgálni. A nyilvánosság jelentős számú, meghatározatlan címzettet jelent. Az internet kontextusában ez valamennyi, lehetséges felhasználót célozza általában, azaz egy internetes oldal üzemeltetője a kattintható linkek szolgáltatása révén nyilvánossághoz közvetítést végez.

A nyilvánosság azonban az eredeti tartalom szerzői jogi jogosultjának szándéka szerint lehet korlátozottan nyilvános is. Például, közzé tehető fizetős szolgáltatás révén, ún. fizető fallal védve, vagy más metateget alkalmazva, vagy egyéb módon jelezve a másodlagos felhasználó felé, hogy a tartalom nem felhasználható. Ezért tehát az Európai Bíróság azt vizsgálta, hogy az alapügyben szóban forgóhoz hasonló közvetítés az eredeti közvetítéshez hasonlóan interneten, ugyanazokra a művekre irányulva olyan új közönséghez juthat-e el, amelyet a szerzői jog jogosultjai nem vettek figyelembe, amikor az eredeti nyilvánossághoz közvetítést engedélyeztek.²⁶⁴ Ebben az ügyben tehát új közönségnek azok a felhasználók tekinthetők, akik a tartalomért nem fizettek; azaz egy fizetőfallal védett tartalom közönsége azok köréből áll,

²⁶³ C-466/12 Nils Svensson ítélet, 14. bekezdés

²⁶⁴ C-466/12 Nils Svensson ítélet, 24. bekezdés

akik anyagi forrást biztosítottak a tartalomhoz történő hozzáférésükhöz, így egy adásvétellel vegyes hozzáférést eredményezve a felhasználói oldalon.

Tekintettel azonban arra, hogy az eredeti tartalom korlátozásmentesen volt elérhető az interneten, végső következtetésében az Európai Bíróság úgy foglalt állást, hogy a nyilvánossághoz közvetítés új nyilvánosság hiányában nem engedélyköteles, hiszen a szerzői jog jogosultjai az eredeti közzététel formájával valamennyi lehetséges internet felhasználót céloztak.

A negyedik kérdés vonatkozásában leszögezte a Bíróság, hogy ellentétes a 2001/29 irányelv 3. cikkének értelmezésével az olyan tagállami szabályozás, amely szélesebb körű védelmet biztosítana a nyilvánossághoz közvetítés fogalmának olyan meghatározásával, amely szélesebb cselekményi kört fedne le.

A bírósági ítéletet számos kritikai megjegyzés érte. Egyes szerzők²⁶⁵ kiemelték például azt a jogi érvelésben rejlő következtetést, hogy amennyiben a jogosult egy tartalmat az interneten, korlátozástól mentesen tesz közzé, ezzel gyakorlatilag kimeríti a nyilvános közvetítésben fennálló kizárólagos jogát, amely értelmezés eddig csak a tulajdonátruházásban megvalósuló felhasználási cselekmények esetében jelent meg.²⁶⁶ Felhívja ugyancsak arra az értelmezésre is a figyelmet, amelyet a Berni Uniók Egyezménye kínál az új nyilvánossághoz közvetítés esetében, azaz, hogy erről csak akkor beszélhetünk, ha azt az eredetihez képest más szervezet eszközli.²⁶⁷ Egy másik tanulmány²⁶⁸ – a jogkimerülés kritikája, valamint a Berni Uniók Egyezménye

²⁶⁵ TÓTH ANDREA i. m.

²⁶⁶ A digitális jogkimerülés alapos elemzésére lásd MEZEI PÉTER: *Digital First Sale Doctrine Ante Portas*. JIPITEC, Vol. 6. Issue 1. (May 2015), p. 23-72. illetve MEZEI PÉTER: *Jogkimerülés a szerzői jogban*. NMHH Média tudományi Könyvtár 20., 2016.

²⁶⁷ FICSOR J. MIHÁLY: *Svensson: honest attempt at establishing due balance concerning the use of hyperlinks – spoiled by the erroneous “new public” theory*. <http://www.copyrightseesaw.net/en/archive?page=3> [2019.05.27.]

²⁶⁸ HUGENHOLTZ, BERNT P. – VELZE, SAM C. VAN: *Communication to a New Public? Three reasons why EU copyright law can do without a ‘new public’*. <https://ssrn.com/abstract=2811777> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2811777> [2019.05.27.]

Egy kiváló tanulmány RICKETSON és GINSBURG tollából azt elemzi, hogyan jelenik meg a hírvédelem és a nemzetközi normák kérdése a hálózatos környezetben. RICKETSON, SAM – GINSBURG, JANE: *Intellectual Property*

félreértelmezése mellett – egyértelműen annak vizsgálatát tekinti célravezetőnek az ilyen esetekben, ha az eredeti tartalmat használó új szolgáltatást gazdasági szempontból tekintjük, azaz azt vizsgáljuk, hogy az úgy használja-e a művet, hogy abból jelentős gazdasági előnyt kovácsol magának.

Az Európai Bíróság SVENSSON döntését követően további három esetben foglalkozott még a hiperlinkek szerzői jogi jelentőségével.²⁶⁹ A *BestWater International GmbH*²⁷⁰ egy víztisztítással foglalkozó vállalat, amely termékei promóciáját egy rövid, két perces, vízről szóló filmmel kívánta népszerűsíteni, amelyet mindenki számára elérhetően, a YouTube-on közzétett. Az ugyancsak hasonló termékeket forgalmazó MICHAEL MEBES ÉS STEFAN POTSCHEK ehhez a kisfilmhez linkeltek úgy, hogy a linkre kattintva azt a benyomást keltették, hogy a kisfilm valójában az ő honlapjukon jelenik meg („in-line linking”). A Német Szövetségi Legfelsőbb Bíróság előzetes döntéshozatalra kérte az Európai Bíróságot, hogy értelmezze 2001/29 irányelv 3. cikk (1) bekezdését abból a szempontból, hogy történik-e nyilvánossághoz közvetítés akkor, ha nincs olyan új nyilvánosság, amelyet a szerzői jog jogosultjai nem vettek figyelembe, amikor az eredeti nyilvánossághoz közvetítést engedélyezték, és nem új technikával történik a közvetítés sem. Az Európai Bíróság megerősítette a SVENSSON döntésében mondottakat, azaz ez esetben a kérdésre adott válasz az, hogy nem történik új nyilvánossághoz közvetítés az irányelv értelmében, ugyanakkor figyelmen kívül hagyta azt a tényt, hogy a BestWater ügyben a szerzői jog jogosultjának engedélye nélkül került sor a videó feltöltésére.²⁷¹

in news? Why not? In: Richardson, Megan – Ricketson, Sam (ed.): *Research Handbook on Intellectual Property in Media and Entertainment*. Edward Elgar Publishing Ltd., 2017, 10-46.

²⁶⁹ Lásd még BURRI, MIRA: *Permission to Link: Making Available via Hyperlinks in the European Union after Svensson*. JIPITEC 5-3-2014. <https://www.jipitec.eu/issues/jipitec-5-3-2014/4098/burri.pdf> [2019.05.27.]

²⁷⁰ C-348/13 Bestwater International GmbH v. Michael Mebes és Stefan Potsch, ECLI:EU:C:2014:2315

²⁷¹ Ennek értékelését végül a tagállami bíróság végezte el és arra a következtetésre jutott, hogy a jogellenesen hozzáférhetővé tett tartalmakra történő linkelés esetében, a tartalmakhoz így hozzájutó felhasználókról a szerzői jog jogosultja eredetileg nem dönthetett.

*A C More Entertainment AB v. Linus Sandberg*²⁷² ügyben hozott ítéletének 19. pontjában a Bíróság ismét megerősítette, hogy „sem a 2001/29 irányelv szövegéből, sem a Bíróság ítélkezési gyakorlatából nem következik, hogy egy hiperlinknek valamely internetes oldalon való elhelyezése nyilvánossághoz való közvetítésnek minősül.”

*A GS Media*²⁷³ ügyben ugyancsak a nyilvánossághoz közvetítés kérdése merült fel abban a kontextusban, hogy annak tekinthető-e a közzététel akkor, ha az a szerzői jog jogosultjának engedélye nélkül történt. Az Európai Bíróság az előzőekben már elmondott következtetéseit fenntartva hangsúlyozta, hogy egy adott ügy megítélése szempontjából a nyilvánossághoz közvetítés haszonszerzési jellege is releváns.²⁷⁴

Ennél azonban tovább is ment, azzal, hogy a felhasználó szerepét és beavatkozásának szándékos jellegét hangsúlyozta. Míg a *SVENSSON* ügyben az eredeti szerzői jog jogosultjának a szándékát hangsúlyozta a nyilvánosság körének megállapítására, addig a jelen ügyben a felhasználói tudatállapot vizsgálata is teret nyert.²⁷⁵ Ezek alapján az Európai Bíróság ítéletében kimondta,²⁷⁶ hogy nyilvánossághoz közvetítésnek minősül az olyan hiperhivatkozás elhelyezése, ahol megállapítást nyer, hogy az azt elhelyező személy tudott, vagy tudnia kellett arról, hogy a link jogellenesen közzétett műhöz nyújt hozzáférést, például mert a szerzői jog jogosultjai erre őt figyelmeztették.²⁷⁷ Vélelmezni kell a hiperlink elhelyezésének tudatosságát azokban az esetekben, amikor az haszonszerzési cézzal történt,²⁷⁸ valamint amikor az műszaki intézkedések megkerülésével biztosít hozzáférést védett tartalomhoz.²⁷⁹

²⁷² C-279/13 *C More Entertainment AB v. Linus Sandberg*, ECLI:EU:C:2015:199

²⁷³ C-160/15 *GS Media BV v. Sanoma Media Netherlands BV, Playboy Enterprises International INC., Britt Geertruida Dekker*, ECLI:EU:C:2016:644, 21. pont

²⁷⁴ *Ibid.* 38. pont

²⁷⁵ *Ibid.* 35. pont

²⁷⁶ Az ítélet kritikájára vonatkozóan lásd még GRAD-GYENGE ANIKÓ: *A jogsértésért való felelősség vagy a nyilvánossághoz közvetítési jog új határai*. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle (122.) évfolyam, 5. szám, 2017. október, 7-14. o.

²⁷⁷ *Ibid.* 49. pont

²⁷⁸ *Ibid.* 51. pont

²⁷⁹ *Ibid.* 50. pont

8. Válaszok az európai tagállamok részéről – a német és a spanyol törvény a közös európai fellépést megelőzően

Az újságírássra fordított költségek megtérülésének igénye – a sajtóipar lobbijereje révén – egyéni tagállami lépések alapjául szolgált már a 2010-es években. Míg a szerzői jog magát a szerzőt, vagyis a szellemi alkotást megalkotó személyt illeti meg, a jog kidolgozott egy további formát, amely a szerzői joghoz hasonló védelmet ad bizonyos csoportoknak. Ide tartoznak azok, akik, bár maguk szerzőnek nem minősülhetnek, mégis célszerűnek látszik számukra jogi oltalmat biztosítani a művek közönséghez való eljuttatásában játszott szerepük okán. A szerzői jog szomszédos jogi szabályozásának sajtókiadók számára történő kiterjesztése a 2010-es években éppen ilyen vitát kiváltó kérdés volt Európában.

A Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger e.V. (BDZV) által kifejtett lobbitevékenység eredményeként²⁸⁰ 2012 júliusára elkészült törvénytervezetet 2013-ban fogadták el Németországban. Ez a szerzői jogi törvénybe illesztett 7. fejezet a sajtótermék előállítóját kizárólagos joggal ruházta fel a sajtótermék vagy annak részletei tekintetében azok gazdasági céllal történő közzétételére.²⁸¹ E jog alól kivételt képezett, ha csak néhány szavas vagy rendkívül rövid részlet felhasználásáról volt szó. Ennél konkrétabb megfogalmazást vagy definíciót azonban a törvényi rendelkezés nem tartalmazott. A jog a publikációtól számított egy évig élt.²⁸²

²⁸⁰ NEMESSÁNYI ZOLTÁN – UJHELYI DÁVID: *Breaking the news? A kiegészítő (szerzői) jog szerepe és megítélése.* Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2016. 11. (121.) évfolyam 6. sz. 30. o.

²⁸¹ Urheberrechtsgesetz, UrhG, 7. fejezet, 87f cikk (1) bekezdés, angolul elérhető itt: https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_urhg/englisch_urhg.html [2019.01.01.]

²⁸² Urheberrechtsgesetz, UrhG, 7. fejezet, 87g cikk (2).

A felhasználással várhatóan bejövő díjak összegyűjtésére és kezelésére a VG Media, közös jogkezelő szervezet kapott törvényi felhatalmazást. A VG Media kezdetben minden hírrel kapcsolatosan keletkező hirdetési bevételre egységes, 11%-os tarifát jelentett be 2014 júniusában, majd ugyanazon év októberében ezt 6% körülire csökkentette.²⁸³ A Google-adó néven is hírhedtté vált törvényi rendelkezés hatálybalépését követően azonban a Google megtagadta a jogdíjfizetést arra hivatkozással, hogy a Google News felületén nincsenek reklámok következésképpen tehát, reklámbevételek sem keletkeznek. Sőt, a Google, illetve a Google News többletforgalmat irányít a hírportálok felé, ezzel szélesebb körben biztosítva a hírekhez való hozzáférést. Ráadásul, az „opt-out” rendszeren keresztül a sajtókiadóknak biztosított az a lehetőség, hogy tartalmaik eltávolítását kérjék a Google rendszeréből. Ezzel egyidejűleg a Google a keresési találatai közül törölte a német oldalakra mutató, linkekhez kapcsolódó cikkekből vett rövid részleteket, azaz a snippet-eket is.

Válaszként a VG Media versenyfelügyeleti eljárást²⁸⁴ kezdeményezett erőfölénnyel való visszaélés indokával a Google ellen. A versenyhatóság a VG Media reményeivel ellentétben azonban végül nem folytatott le eljárást a Google-lal szemben. Döntésében arra hivatkozott, hogy a törvény által bevezetett szerzői szomszédos jog típusa szerint tulajdon jellegű jog, amely tehát a kiadók befektetéseit hivatott védeni azok megtérülését biztosítandó. Következésképpen egy alapvetően tiltó típusú jog, amely lehetőséget ad a kiadók számára, hogy – befektetéseik védelmében – megtilthassák a szerzői joggal védett tartalmaik felhasználását. Másként fogalmazva, a Google az „opt-out” rendszer alkalmazásával, amelyben kérhetik az egyes sajtókiadók, hogy a Google rendszerében ne jelenjenek meg, eleget tesz a követelményeknek. A versenyjogból semmilyen olyan további kötelezettség nem vezethető le, amelyből arra

²⁸³ Online News Aggregation and Neighbouring Rights for News Publishers. Ref. Ares(2017)6256585 - 20/12/2017, 18. o. <https://www.asktheeu.org/en/request/4776/response/15356/attach/6/Doc1.pdf> [2019.01.01.]

²⁸⁴ Bundeskartellamt B-126/14, https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Entscheidung/EN/Fallberichte/Kartellverbot/2016/B6-126-14.html;jsessionid=4F3C74DB789A513A6BBB4D0836305409.1_cid371 [2019.01.01.]

lehetne következtetni, hogy a Google csak visszerhesen szerezheti meg a szomszédos szerzői jogokat, illetve arra sem, hogy a keresés eredményét a törvényben biztosított kivételeken túl a szerzői szomszédos jog által védett mértékben jelenítse meg.²⁸⁵ Gazdasági szempontból a piacon kialakult ár, azaz jelen esetben a nulla értékű licenc is elfogadható.

A VG Media a szerzői jogok megsértésére hivatkozással bírósághoz fordult.²⁸⁶ A berlini bíróság azonban az ügyet felfüggesztve az Európai Unió Bíróságához fordult, hogy ítélje meg, jogszerűen alkalmazható-e a német szerzői jogi törvény módosítása akkor, ha e módosítást megelőzően az Európai Bizottságot nem notifikálták.²⁸⁷

A gyakorlatban a Google azon érvelése, hogy a keresőmotorok többletforgalmat irányítanak a hírportálok felé annyiban igaznak bizonyult, hogy végül a legnagyobb európai kiadóvállalat, az Axel Springer is kérte visszahelyezését a Google keresőfelületre. Számítása szerint ugyanis a Google felől a honlapjára irányított forgalom 40%-kal, míg a Google News felőli forgalma 80%-kal csökkent azáltal, hogy a snippetek, vagyis a rövid, felvezető részletek, nem jelentek meg a keresőfelület találatai között.²⁸⁸ Így összességében a német tagállami szabályozás szándékolt célját nem érte el, a kiadók ingyenesen engedték át tartalmaikat a keresőfelületek számára.

²⁸⁵ Bővebben lásd KERSTING, CHRISTIAN – DWORSCHAK, SEBASTIAN: *Leistungsschutzrecht für Presseverlage: Müsste Google wirklich zahlen? – eine kartellrechtliche Analyse.* <https://ssrn.com/abstract=2811777> [2019.01.01.], vagy <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2811777> [2019.01.01.] és még NEMESSÁNYI ZOLTÁN – UJHELYI DÁVID: *Breaking the News? A kiegészítő (szerzői) jog szerepe és megítélése.* Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle, (2016) 11. (121.) 6. sz. 29-54. o.

²⁸⁶ SAYER, PETER: *Google case raises doubts about German news copyright law.* 9 May, 2017. <https://www.pcworld.com/article/3195443/internet/google-case-raises-doubts-about-german-news-copyright-law.html> [2019.01.01.]

²⁸⁷ DWYER, COLIN: *German Publishers' Lawsuit Against Google Threatens to Backfire.* 10 May, 2017. <https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2017/05/10/527800498/german-publishers-lawsuit-against-google-threatens-to-backfire?t=1530013754704> [2019.01.01.]

²⁸⁸ STUPP, CATHERINE: *The fight to get Google to pay for news continues in Europe.* 2 December 2014. <http://www.niemanlab.org/2014/12/the-fight-to-get-google-to-pay-for-news-continues-in-europe/> [2019.01.01.]

A másik állam, amely kísérletet tett a szerzői jog ilyen szomszédos jogi jellegű kiterjesztésére és annak kodifikálására, Spanyolország volt. A spanyol szabályozás a szellemi alkotásokról szóló törvény részeként, 2015. január 1-jén lépett hatályba.

Az akkori spanyol törvényi szabályozás jelentősen támaszkodott a német szabályozásra, bár számos ponton meghaladta azt. Így például nem kizárólag sajtótermékek kiadóinak jogosultságáról szólt, hanem általában az aggregátor típusú, kereskedelmi jellegű felhasználásokat kívánta hatálya alá vonni.²⁸⁹ Kimondta továbbá, hogy a törvényben biztosított jogról lemondani nem lehet. A törvényben ugyancsak rögzített megfelelő kompenzációra való utalás egyben kizárta az ingyenes átengedés lehetőségét. Ennek a jelentősége éppen azt kívánta kivédeni, hogy a sajtókiadók, Németországhoz hasonlóan, ingyenesen engedjék át tartalmaikat a keresőóriásnak.²⁹⁰ A törvényi szabályozás be nem tartására igen magas, 600.000 euróig terjedő büntetést helyezett kilátásba a jogalkotó.

Tiltakozásképpen a Google 2014 decemberében elérhetetlenné tette a Google News szolgáltatását Spanyolországban.²⁹¹ A Google News kivonulása erőteljesen érintette mind a nagyobb hírportálok látogatottságát, amely 6%-kal, mind a kisebb híroldalak megtekintését, amely így 14%-kal csökkent.²⁹² Bevételek itt sem láttak a sajtóterméket kiadó vállalatok.

A CNMC, a spanyol versenyhatóság 2014-ben kiadott véleménye ugyanakkor megkérdőjelezte a hozott törvényi rendelkezés gazdasági alapját.²⁹³ Egyfelől arra hívta fel a figyelmet, hogy léteznek technikai megoldások, amelyek egyértelmű üzenetet hordoznak arra

²⁸⁹ Texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las Disposiciones Legales Vigentes sobre la Materia (aprobado por el Real Decreto legislativo N° 1/1996 de 12 de abril de 1996, y modificado hasta el Real Decreto-ley N° 2/2018, de 13 de abril de 2018) 32.2 cikk. http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=469890 [2019.01.01.]

²⁹⁰ Ibid.

²⁹¹ SAVOV, VLAD: *Google News Quits Spain in Response to New Law*. 11 December 2014. <https://www.theverge.com/2014/12/11/7375733/google-news-spain-shutdown> [2019.01.01.]

²⁹² TÓTH ANDREA: *Szerzői jogi reform az Európai Unióban: a 2016. szeptemberi javaslatcsomag*. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle (2017) 12. (122.) évfolyam 4. sz. 7-30. o.

²⁹³ ROSATI, ELEONORA: *Link and threat? Why the story with hyperlinks and copyright is not over yet*. <http://ipkitten.blogspot.com/2014/10/link-and-threat-why-story-with.html> [2019.01.01.]

nézve, ha egy hírportál nem kívánja ingyenesen elérhetővé tenni a tartalmait. Amennyiben azonban ilyen technikai jellegű megoldások alkalmazására nem kerül sor, lényegében a Németországban alkalmazott „opt-in – opt-out” módszer megfelelő lehetőség a sajtókiadók szándékainak kifejezésére. Másfelől, hívta fel a CNMC a figyelmet, előre meghatározott árat rögzíteni a hírpiacon azt jelenti, hogy a piaci körülmények működésének lényegében nem marad semmilyen tere. Valójában a sajtókiadók sincsenek egyöntetűen a híraggregátorok ellen, az elfogadott spanyol törvényi kötelezés viszont jelentős piacralépési akadályt gördített azon új vállalatok elé, akik tervezik vagy tervezték piacra lépésüket.²⁹⁴

E két tagállami jogszabály valójában kudarcot jelentett az elérni kívánt cél, azaz a sajtóipar által remélt bevételgeneráló hatás vonatkozásában. Ugyanakkor beindított egy piaci alapú megoldáskeresést, például a német Axel Springer időközben stratégiai partnerségi kapcsolatot létesített a Samsung Electronics-szal és létrehozta az UPDAY alkalmazást, a Galaxy mobiltelefonokra. Ez kétféle tartalom-típust ajánl: a „tudnia szükséges (need to know)” részben helyi, szerkesztőség által válogatott tartalmat jelenít meg, míg a „tudni akarom (want to know)” rész algoritmus-vezérelt, az egyéni igényeket figyelő, kiszolgáló híreket javasol a felhasználónak.²⁹⁵

9 Az Európai Unió közös fellépése

A digitális környezet kínálta lehetőségek megsokszorozták a művek illetve védett tartalmak előállításának, létrehozásának, terjesztésének, hasznosításának módjait. A hagyományos egyensúly a szerzők és más jogosultak valamint a felhasználók jogai és érdekei

²⁹⁴ <https://blog.cnmc.es/2014/05/28/propiedad-intelectual-editores-y-la-tasa-google/> [2019.01.01.]

²⁹⁵ Strengthening the Position of Press Publishers and Authors and Performers in the Copyright Directive. Study for the JURI committee PE.596.810 – September 2017. 33. o.b

között megbillent. A fenti példákból is jól látható, hogy a digitális környezet olyan határokon átnyúló kérdéseket vetett fel, amelyeket pusztán nemzeti szabályokkal hatékonyan kezelni képtelenség.

Az Európai Bizottság már régóta figyelemmel kíséri a nagy technológiai óriások piacra gyakorolt hatását. Az EB elnöki tisztségére pályázva JUNCKER 2014-ben tíz stratégiai célkitűzést határozott meg a 2015-19 közötti időszakra, ezek egyike az összekapcsolt digitális egységes piac létrehozása („connected digital single market”) volt.²⁹⁶ Az Európai Bizottság megalakulását követően, 2015. május 6-án fogadta el az európai digitális egységes piacra vonatkozó stratégiáját²⁹⁷, amely három pillérre építi fel a későbbiekben meghozni tervezett közösségi intézkedéseket:

1) *A fogyasztók és vállalatok könnyebb hozzáférése a digitális termékekhez és szolgáltatásokhoz Európa-szerte*, amelynek feltételét a tagállamközi internetes tevékenység útjában álló akadályok lebontásában látja. Ennek keretében kerül sor a szerzői jog reformjára is.

2) *A megfelelő és egyenlő feltételek kialakítása a digitális hálózatok és innovatív szolgáltatások fellendüléséhez*, amelynek alapját a nagy sebességű, biztonságos és megbízható infrastruktúra és tartalomszolgáltatás adhatja, de szükséges ennek megvalósításához az innovációt, a beruházást, a tisztességes versenyt és az egyenlő versenyfeltételeket biztosító szabályozási környezet.

3) *A digitális gazdaság növekedési lehetőségeinek maximalizálása*, amely az IKT-infrastruktúrába, a felhőalapú szolgáltatás és a big data technológiákba, valamint a kutatás-fejlesztésbe való beruházást igényel.

²⁹⁶ https://ec.europa.eu/commission/sites/beta-political/files/political-guidelines-short_en.pdf [2019.08.12.]

²⁹⁷ A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának Európai digitális egységes piaci stratégia. COM(2015)192

Az európai digitális egységes piacra vonatkozó stratégia 2.4-es pontja foglalkozik a digitális tartalomhoz való hozzáférés javítására tervezett lépések felvázolásával. Elsőként a szerzői jogi védelem alatt álló tartalommal kapcsolatos szolgáltatásokhoz más tagállamból való hozzáférést és e szolgáltatások hordozhatóságát emelte ki a stratégia, mint fontos megoldandó feladatot.

A szöveg- és adatbányászat alapú kutatási innováció a másik olyan területe a szerzői jogi reformnak, amelynek megoldását célul tűzték. Egy olyan polgári jogi rendszer, amely a szerzői jog üzleti mértékű megsértését hatékonyan szankcionálja, szintén központi szerepet kapott az elképzelések között.

Az uniós stratégia előrevetítette az internetes közvetítői tevékenységre vonatkozó szabályok rendszerszintű áttekintését, különösen arra tekintettel, hogy valamilyen módon biztosítható legyen az alkotók tisztességes díjazása a jövőbeni tartalomteremtés elősegítése, valamint az európai digitális gazdaság globális kiszolgáltatottságának csökkentése érdekében.

2015 decemberében az Európai Bizottság közleményt adott ki *A korszerű, európaibb szerzői jogi keret felé*²⁹⁸ címmel. E közlemény körvonalazta azokat az intézkedéseket, amelyeket a fenti cél, azaz a korszerűbb, európaibb szerzői jogi keretrendszer elérése érdekében a Bizottság megtenni kíván.

Végül, e felvázolt stratégia mentén 2016 szeptemberében az Európai Bizottság két jogszabálytervezetet jelentetett meg: a műsorszolgáltató szervezetek egyes online közvetítéseire, valamint televíziós és rádiós műsorok továbbközvetítésére alkalmazandó szerzői jogok és szerzői joggal szomszédos jogok gyakorlására vonatkozó szabályok megállapításáról

²⁹⁸ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a korszerű, európaibb szerzői jogi keret felé COM(2015)626, 2015.12.9. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0626&from=HU> [2019.08.12.]

szóló rendeletet-tervezetet²⁹⁹, és a digitális egységes piacon a szerzői jogról szóló irányelv tervezetet³⁰⁰. Ugyancsak e csomag részét képezte a Marrakeshi szerződésből³⁰¹ fakadó nemzetközi kötelezettséget teljesítendő rendelet³⁰² és irányelv³⁰³ tervezetek elfogadtatása is.

10 Az Európai Bizottság irányelvjavaslata a szerzői jogról a digitális egységes piacon – különös tekintettel a sajtókiadók szomszédos jogaira³⁰⁴

A digitális egységes piacon a szerzői jogról címet viselő irányelvjavaslat négy címbe rendezve kívánta elősegíteni a harmonizációt a digitális egységes piac megteremtése érdekében. Az első cím tartalmazta a fogalommeghatározásokat; a második cím szándéka szerint a kivételek és korlátozások egységességét teremtené meg alapvetően három kötelező kivétel bevezetésével. A harmadik cím az engedélyezési gyakorlatok fejlesztésére és a tartalmak szélesebb körben való hozzáférhetővé tételére irányuló intézkedéseket tartalmazta. A jogok megszerzésének egyszerűsítését a közös jogkezelők szerepének kiszélesítésében látva. Végül az utolsó anyagi jogi rendelkezéseket tartalmazó fejezet, a negyedik cím, a szerzői jogok szempontjából egy jól működő piacot kívánt megteremteni az ott tett javaslatokkal. A jól

²⁹⁹ Az Európai Parlament és a Tanács rendelete a műsorszolgáltató szervezetek egyes online közvetítéseire, valamint televíziós és rádiós műsorok továbbközvetítésére alkalmazandó szerzői jogok és szerzői joggal szomszédos jogok gyakorlására vonatkozó szabályok megállapításáról COM(2016)594, 2016.9.14.; (COD) 2016/0284

³⁰⁰ Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a digitális egységes piacon a szerzői jogról COM(2016)593, 2019.9.14.; (COD) 2016/0280

³⁰¹ A szellemi alkotásokhoz való hozzáférés javítását tűzték célul a vakok, látássérültek és olvasási készségükben korlátozott személyek számára.

³⁰² Az Európai Parlament és a Tanács rendelete egyes, szerzői jog és szomszédos jogok védelme alá tartozó művek és más tartalmak hozzáférhető formátumú példányainak az Unió és harmadik országok közötti, a vakok, látássérültek és nyomtatott szöveget használni képtelen személyek érdekét szolgáló nemzetközi cseréjéről COM(2016)595, 2016.9.14.

³⁰³ Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a szerzői jog és szomszédos jogok védelme alá tartozó műveknek és más tartalmaknak a vakok, látássérültek és nyomtatott szöveget használni képtelen személyek érdekét szolgáló egyes megengedett felhasználási módjairól, valamint az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló 2001/29/EK irányelv módosításáról COM(2016)596, 2016.9.14.

³⁰⁴ Az eredeti javaslat 11. cikkére

működő piacot három területen bevezetett intézkedésekkel látta elérhetőnek: egyrésztől javaslatot tett szomszédos jog alapítására a sajtókiadványok digitális felhasználások vonatkozásában történő védelme érdekében, másrésztől a tartalomfelismerési technológiák használatával a védett tartalmak online felhasználásának kívánt gátat szabni, végül a szerzők és előadóművészek szerződésen alapuló méltányos javadalmazását biztosította az irányelvtervezet e címe alatt javasolt intézkedéseivel.

Az európai és nemzetközi diskurzusban is, ez utóbbi, negyedik címben vázolt intézkedések váltottak ki heves vitát és reakciókat. A híraggregáció tárgyalása szempontjából különösen az eredeti irányelvjavaslat 11. cikke érdemel részletesebb figyelmet.

Az irányelvjavaslat 31. preambulumbekzdésének kiindulópontja a szabad és sokszínű sajtó demokratikus rendszerekben betöltött szerepe, amely biztosítani hivatott a polgárok információhoz való hozzáférését. A sajtókiadványok kiadói számára a digitális térben az online felhasználások engedélyezése, az ezekből befolyó pénzüsszegek biztosíthatnák beruházásaik megtérülését. A szerzői joggal szomszédos jog uniós jogrendszerbe való bevezetése az az eszköz, amely kompenzálhatja a digitalizáció, az ingyenes tartalmak újrahaznosítása révén kieső hirdetési bevételeket, végső soron garantálva a minőségi újságírás további fennmaradását. A sajtókiadványok kiadóinak kizárólagos jogot biztosítana tehát sajtókiadványaik tartalma felett azok *többszörözésére és lehívásra hozzáférhetővé tételére*. Ez a védelem a nyilvánossághoz közvetítésnek nem minősülő hiperhivatkozásokra – a preambulum tanúsága szerint – nem terjedne ki.³⁰⁵ Ehhez kapcsolódva továbbá a jogi fellépésre biztosítana jogalapot a kiadó számára, vagyis arra, hogy a digitális felhasználásokért járó ellenszolgáltatásból részesedést követelhessen, amennyiben egy szerző valamely jogát a kiadóra átruházta, vagy azt számára engedélyezte.

³⁰⁵ Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a digitális egységes piacon a szerzői jogról COM(2016)593, 2019.9.14.; (COD) 2016/0280, preambulum (33) bekezdés

Az első címben található fogalommeghatározás szerint a sajtókiadványt elsősorban célja felől határozná meg, kiemelve, hogy a sajtókiadvány a tájékoztatást célozza és egy szolgáltató kezdeményezésére, szerkesztői felelőssége és ellenőrzése alatt jelenik meg. Formája szerint olyan kiadvány, amely újságírói művek gyűjteményének rögzített verziója, amelyet időszakosan vagy rendszeresen aktualizálnak.

A javaslatban tehát visszaköszönni látszik a Németországban és Spanyolországban korábban bevezetett sajtókiadói szomszédos jog jogintézménye, amely, ha tagállami szinten nem is, az összeurópai fellépés következtében kíván megfelelő súlyú nyomást gyakorolni a híraggregációval is foglalkozó olyan óriás szolgáltatókra, mint például a Google.³⁰⁶

11 A sajtókiadói szomszédos jogok kritikai fogadtatása

Az irányelvjavaslat fogadtatása azonban – elsősorban, de nem kizárólag tudományos körökben – nem volt kedvezőnek tekinthető. A szakirodalom az irányelvjavaslat nyilvánosságra hozatalát követő időben számos szempontból³⁰⁷ vette górcső alá a sajtókiadóknak szánt szomszédos jogot. A Művészeti és Humán Tudományok Kutatási Tanácsa (AHRC) által támogatott, a cambridge-i Egyetem gondozásában megjelent tanulmány³⁰⁸ az egyike azon írásoknak, amely átfogóan igyekszik számba venni a kiadói szerzői szomszédos jogok mellett

³⁰⁶ Vö. Varga Mihály pénzügyminiszter 2018. október 5.-ei sajtóhírekben úgy nyilatkozott az EU-s költségvetési javaslatok tárgyalása kapcsán, hogy a „digitális vállalatok igazságos adóztatásának kérdése kizárólag uniós szinten nem rendezhető, hanem a legfőbb kereskedelmi partnerekkel való globális együttműködésben valósítható meg.” Varga: három fontos EU-s költségvetési javaslatot is ellenzünk. <https://www.portfolio.hu/unios-forrasok/gazdasagfejlesztes/varga-harom-fontos-eu-s-koltsegvetesi-javaslatot-is-ellenzunk.300358.html> [2019.01.01.]

³⁰⁷ Lásd például a Pihlajarinne, Taina – Vesala, Juha – Honkkila, Olli (szerk.) kötetét, amelyben PIHLAJARINNE, TAINA – VESALA, JUHA – HONKKILA, OLLI (szerk.): *Online Distribution of Content in the EU*. Edward Elgar Publishing Ltd., 2019., vagy a SAVIN által megfogalmazott kritikát SAVIN, ANDREJ: *EU Internet Law*. Edward Elgar Publishing 2017., 222-226.

³⁰⁸ DANBURY, RICHARD – HARGREAVES, IAN – BENTLY, LIONEL: *Is an EU publisher's right a good idea?*. Centre for International Property and Information Law, University of Cambridge. 15 June, 2016. 2-82. o.

és ellen felsorakoztatott érveket.³⁰⁹ Az így készült elemzés az érveket és ellenérveket végső soron négy nagyobb egységbe kategorizálva tárgyalta, amelyhez mi az alábbi tárgyalás során egy ötödiket is hozzávettünk: 1. az ösztönzőerőt hangsúlyozó érvelés, 2. az egyenlőségre hivatkozó érvelés, 3. a „potyautasságra” fókuszáló érv, 4. a természetjogi érv, végül pedig 5. a bevett gyakorlat mellett szóló érvek.

11.1 Az ösztönzőerőt hangsúlyozó érv

Az első csoportba tartozó gondolatok az ún. *ösztönzőerőt hangsúlyozó érvek*, vagyis, amelyek a szerzői jog célját annak ösztönző erejében látják, és ebből a szempontból vizsgálják meg, hogy a tervezett szabályozási javaslat ezt elősegíti-e vagy sem.

Ennek kiindulópontja az az általánosan elfogadott érv, hogy egy demokratikus társadalom működéséhez a szabad és független sajtó elengedhetetlen, ezért egy demokratikus államban nagy értéket képvisel a kereskedelmi jellegű tartalomelőállítás. Így tehát a javaslat vizsgálatakor valójában nem pusztán az ágazat gazdasági megfontolásai érdemelnek figyelmet, hanem tekintettel kell lennünk a demokratikus társadalom alapjait érintő megfontolásokra is. A kereskedelmi sajtókiadás veszteségei jól dokumentáltak, amelyből következhet a tartalomelőállításba forgatott összegek csökkenése, mint a racionális gazdasági megfontolás következménye, ami egy olyan spirált indíthat be, amely végső soron elvezethet a társadalmat alkotó, alapvető demokratikus struktúrák erodálásához. Másként fogalmazva, amennyiben a szabályozói környezet nem biztosítja a kereskedelmi sajtókiadás költségeinek megtérülését, ez elvezethet a tartalomelőállításhoz szükséges anyagi ösztönző erő hiányához, és ennek következtében a kereskedelmi sajtóipar kisebb valószínűséggel állít majd elő olyan minőségű

³⁰⁹ Tette ezt még a konkrét jogszabályszöveg tervezetét megelőzően, annak szövegszerű ismerete nélkül.

és mennyiségű hírt, elemzést, amely egy demokratikus állam működéséhez alapvetően szükséges.

A hír ebben a felfogásban olyan közjó, amelynek a társadalmi értéke jóval meghaladja azt az árat, amelyet az emberek hajlandóak fizetni érte. Következésképpen, ha kizárólag a piaci működést engedjük érvényesülni, akkor az optimálisnál kisebb mennyiségű hír előállítása várható. Éppen ezért különböző technikákkal, a szubvenció eltérő típusaival igyekeztek már eddig is támogatni a sajtóipart. Ilyen például az USA-ban működő postai szubvenció, azaz a folyóiratok postázási költségeinek részleges állami támogatása³¹⁰ vagy az adókedvezmények rendszere, de ugyancsak ilyennek tekinthető a sajtó által használt, a veszteségek fedezetét biztosító keresztfinanszírozási rendszer.

Ám a legfontosabb és a legnagyobb bevételt a reklámértékesítés adta.³¹¹ Azáltal, hogy a fogyasztó a fizikai lapszámot nem veszi meg, és a sajtókiadó portálját sem közvetlenül látogatja, – ezzel kerülve el a reklámokat – a lapkiadó vállalat jelentős bevételkiesést realizál. Nyilvánvaló ugyanakkor az a trend is, hogy általában a vállalatok reklámozásra fordított kiadásai nemhogy nem csökkentek, sőt, az elmúlt években fokozatosan emelkednek a digitális hirdetésre költött összegek, vagyis az ebből származó bevételek nem a sajtókiadóknál, hanem máshol realizálódnak. Ezzel párhuzamosan a fogyasztók hírfogyasztási szokásai is megváltoztak, azaz egyre nagyobb hangsúlyt kap az online hírfogyasztás, elsősorban az általános keresőmotorokon, valamint a specializált hírközvetítő portálokon (pl. Google News), és az ismerősök ajánlásait hírfolyamként közvetítő közösségi felületeken (pl. Facebook) keresztül.³¹² A felhasználókról a hírfogyasztási szokásaikra vonatkozóan e felületeken gyűjtött ismeretek értékelése még szofisztikáltabb profilalkotást tesz lehetővé e digitális nagyvállalatok

³¹⁰ Ennek a történetéről és arányairól lásd bővebben <https://about.usps.com/who-we-are/postal-history/periodicals-postage-history.htm>

³¹¹ SZALAY KLÁRA – POLYÁK GÁBOR: Hírérték – hír, érték: A híraggregáció jogi megítélése a szerzői jog és a hírpiazi változások tükrében. Magyar Jog, 2018/12., 679-689. o.

³¹² SZALAY KLÁRA – POLYÁK GÁBOR (2018) i. m.

számára³¹³, amely azután a hirdetőik felé jól értékesíthető, sőt, azok egyedi tartalma miatt gazdaságilag még értékesebb is lehet. Ennek csupán egyik eszköze a hírek vonzerejének felhasználása.

Ezzel szemben – érvelnek a sajtókiadó vállalatok – az általuk drágán előállított tartalom, mint szellemi termék felhasználása kompenzáció nélkül marad. A szomszédos jogi jogosultság bevezetése annak elismerését jelentené, hogy a sajtókiadók a felhasználásokért kompenzációra jogosultak. A jogi háttér nyilvánvalóvá tétele jobb tárgyalási pozíciót eredményezne számukra a tartalmaik felhasználásának engedélyezéséről szóló tárgyalásokban, és – nem jogszerű felhasználás esetén – a jogérvényesítés során is kedvezőbb helyzetbe hozhatja a sajtókiadókat.

Az egyes tagállami szabályozási próbálkozások elszigeteltségük miatt nem értek el eredményt, az egyes szerzői jogra alapozó bírósági esetek³¹⁴ pedig megegyezések kikényszerítésére ugyan alkalmasak voltak,³¹⁵ de éppen azért végződtek egyezséggel, mert a jogi szabályozás hiányosságai, valamint a technikai fejlődés potenciálja miatt alapvetően egyik félnek sem állt érdekében egy jogi kötőerővel bíró ítélet megszületése.³¹⁶

³¹³ PATAKI GÁBOR – SZŐKE GERGELY LÁSZLÓ: Az online személyiségprofilok jelentősége – régi és új kihívások, Infokommunikáció és Jog. 14. évf. 69. sz. 63-70. o.

³¹⁴ SZALAY KLÁRA – POLYÁK GÁBOR (2018) i. m.

³¹⁵ 2013-ban például a francia kormány és a Google között született megállapodás, amelynek keretében a Google 60 millió euró ellenében továbbra is megjeleníthette keresőjében a francia sajtó tartalmait. STUPP, CATHERINE i. m.

<http://www.niemanlab.org/2014/12/the-fight-to-get-google-to-pay-for-news-continues-in-europe/> [2019.01.01.]

³¹⁶ Különösen érdekes a tanulmány végén található, jelentősebb jogesetek táblázatba foglalása, amelyből kitűnik, hogy Európa számos országában, így Belgiumban, Dániában, Németországban, Spanyolországban és az Egyesült Királyságban, valamint az Európai Unió Bírósága előtt is voltak a szerzői jogot érintő perek. Európán kívül pedig Ausztráliában és az Egyesült Államokban történt jogesetekre utalás.

A két éves kutatás³¹⁷ során ugyanakkor számos ellenérv is megfogalmazódott az ösztönzőerő cáfolataként.³¹⁸ Legelsőként a kereskedelmi sajtó demokratikus diskurzusban betöltött szerepe lehet mérlegelés tárgya. Másként fogalmazva a kérdést az úgy is feltehető, hogy elképzelhető-e minőségi, tényszerűen megalapozott újságírás – egy olyan funkció, amely a demokrácia működése szempontjából nélkülözhetetlen – más formában, mint a jelenleg ismert kereskedelmi sajtóipar, amely ezt pillanatnyilag finanszírozza. A közérdek valójában a demokratikus diskurzushoz szükséges magas színvonalú, körültekintően ellenőrzött tartalom előállításához fűződik, azaz ennek ösztönzése a célja. Ez azonban nem keverendő össze a jelen helyzetben ilyen tartalmat is előállító kereskedelmi sajtó saját rendszerének megőrzésére tett törekvésével.³¹⁹

A DANBURY – HARGREAVES – BENTLY vezette kutatás ugyancsak megkérdőjelezte azokat az érveket, amelyek a híripar hanyatlásáról szólnak. Nem csupán arról van-e szó, teszik fel a kérdést, hogy a sajtóipar olyan túlzó mértékű profittól esik el, amely más iparágára nem volt jellemző? Önmagában a nyomtatott sajtóra vonatkozó adatokból vonhatók-e le következtetések a teljes kereskedelmi újságírás szélesebb spektrumára vonatkozóan?

³¹⁷ A két éves projekt során kérdőíves, elsődleges jogforrásokra támaszkodó kutatás zajlott. Ennek keretében legalább 35 fő megkérdezése 8 különböző jogrendszert érintően megtörtént. A kérdőíves kutatás félig strukturált keretű volt, teret engedve a kutatók személyes véleményének is a kereskedelmi sajtóipar nehézségeiről, annak mélységeiről, valamint bármely, szerzői jogot érintő intervenció érdemi értékelésének. A másodlagos kutatás érintette a szociológiai, gazdasági, történeti és egyéb vonatkozások témát érintő áttekintését, amelyet számos workshop és egy nyilvánosan megrendezett konferencia egészített ki 2015 és 2016-ban.

Vö. KRANENBURG, HANS VAN (ed.): *Innovation Policies in the European News Media Industry, A Comparative Study*. Springer, Nijmegen, Hollandia, 2017. A könyv 16 ország esettanulmányait közli, amelyben minden egyes fejezet áttekintést nyújt a hír- és médiapiacok szerkezetének alakulásáról, a szabályozásról, valamint a megfogalmazott és végrehajtott innovációs politikákról és programokról, amelyek a médiaipar innovációs tevékenységét hivatottak ösztönözni. A tárgyalt országok között egy közép-, kelet-európai ország sem szerepel. Az összegzés szabályozási szempontból három lényeges trendet emel ki: 1. a kereszttulajdonlásra, az összefonódásra és a versenyre vonatkozó külön jogszabályok fokozatosan eltűntek, és a legtöbb országban már nem léteznek; 2. nemzetközileg diverzifikált médiavállalatok jöttek létre, jellemzően e multinacionális médiavállalatok különböző országokban rendelkeznek leányvállalatokkal; 3. az elmúlt évtizedekben különböző beavatkozási politikák léteztek az egyes tagállamokban, és támogatást nyújtottak a hírmédiának a pluralizmus és a sokszínűség védelme érdekében. Végül a szerző megjegyzi, hogy nagy a valószínűsége annak, hogy további is szükséges az iparág jogszabályozással történő ellenőrzésére, ám lényeges szempont fenntartani az egyensúlyt a verseny- és jogi szabályozás között.

³¹⁸ DANBURY, RICHARD – HARGREAVES, IAN – BENTLY, LIONEL i. m. 19-44. o.

³¹⁹ DANBURY, RICHARD – HARGREAVES, IAN – BENTLY, LIONEL i. m. 20. o.

Felhívják továbbá arra is a figyelmet, hogy az egyes tagállamok között jelentős különbségek vannak a kereskedelmi híriparban használt jövedelemképzési modellek vonatkozásában. Dániában például a bevételek 60%-át teszi ki az értékesítés, ugyanez az érték Németországban 50%, míg az USA-ban a bevételek csak mintegy 10%-a származik értékesítésből.³²⁰

2012-ben Szlovákiában egyedülálló megoldásként a kiadók egyetlen fizetőfalas rendszert alakítottak ki, azaz a sajtótermékek elérhetőségét díjazáshoz kötötték az egész országra kiterjedően. A felhasználó egyetlen havidíj megfizetésével jogosulttá vált a szlovák kiadók összes tartalmának elérésére. Ám, ez is ún. „soft paywall” rendszert jelent, bizonyos számú vagy közérdekű információt tartalmazó tartalom továbbra is ingyenesen elérhető. A Piano Media által üzemeltetett szoftver sikerének egyik kulcsát egyrészt nyelvi adottságban látják, határon túl ugyanis nem sok versennyel kell számolni a szlovák hírek világában. Másfelől a kiadók egysége hozta meg a rendszer sikerét, hiszen egyetlen fizetéssel az összes kiadói tartalom elérhető. Igaz, mára e fizetőfal üzemeltetése mellett a kiadók egyéb prémium szolgáltatásokkal igyekeznek további bevételekhez jutni. Érdekes, hogy a közeli Szlovéniában ugyanez a Piano Media által üzemeltetett országos rendszer nem generált elég felhasználót, így bevételt sem, ezért a legnagyobb kiadóvállalat, a Delo kilépésével megszűnt létezni. Hasonló fizetőfalas kísérletet folytatott e vállalkozás Lengyelországban is.³²¹

Következésképpen a fenti eltérő rendszerek okán minden EU szinten harmonizált megoldás tehát piactorzító hatású lehet egy adott tagállam viszonylatában, vagy éppen szükségtelen, ám költséges jogi, elosztó rendszerek kötelező kiépítéséhez vezethet.³²² Ehhez

³²⁰ DANBURY, RICHARD – HARGREAVES, IAN – BENTLY, LIONEL i. m. 24. o.

³²¹ <https://digiday.com/uk/countrywide-paywall-faltered/>, <https://www.journalism.co.uk/news/piano-media-to-launch-national-part-paywall-in-poland/s2/a549878/> [2019.01.01.]

³²² Strengthening the Position of Press Publishers and Authors and Performers in the Copyright Directive. European Parliament, Study for the JURI committee, PE 596.810 – September, 2017., 18. o. [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/596810/IPOL_STU\(2017\)596810_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/596810/IPOL_STU(2017)596810_EN.pdf) [2019.01.01.]

ugyanakkor azt is hozzátehetjük, hogyha viszont nem egységes a tagállamok szabályozása és annak végrehajtása, akkor éppen az a tömegben rejlő erő vesz el, amely ellensúlyt képezhet a vállalatóriásokkal szemben. Az is igaz ugyanakkor, hogy egy kiadói szomszédos jog hátrányosan érintheti a kisebb, vagy éppen a piacra lépő kezdő vállalatokat, akiknek újabb költséggel kell számolnia ráadásul jobban ki vannak téve a jogérvényesítést célzó jogi fellépéseknek is, gátolva versenyképességüket, vagy éppen gyorsítva ellehetetlenülésüket a globális versenyben.

11.2 Az egyenlőségre hivatkozó érvek

A DANBURY – HARGREAVES – BENTLY vezette kutatás második érvcsoportját az *egyenlőségre hivatkozó érvek* összefoglaló címmel illették.³²³ Ennek alapja, hogy a sajtóipar szereplői nem élvezik ugyanazokat a kiváltságokat, mint a zeneipar vagy a filmipar szereplői, holott hasonló típusú a tevékenységük. A kiadók szerint a kereskedelmi újságírásban ugyanúgy jelen van a kreativitás és a befektetések megtérülésének igénye, mint a fentebb említett iparágakban, amelyet a kiterjesztés révén a jog ily módon elismerhetne.

A sajtókiadók mellett megilletné e szomszédos jog a hírügynökségeket is, mint pl. a Reuters, Associated Press, Agence France Presse, MTI. Félő ugyanakkor, hogy egy ilyen szomszédos jogi jogosultság törvénybe iktatása további lobbitevékenységet generálhat más iparágak felől, sőt, hosszabb távon a digitális versenyben az innováció ellen hathat.

További aktualitást ad a kérdésnek a legutóbbi, *Hewlett-Pacard v. Reprobel*³²⁴ ügyben hozott Európai Bírósági ítélet, amely a kiadókat általában érinti. Az ügyben a többszörözési jog alóli kivételek címén járó méltányos díjazás, azaz a reprográfiai jogdíj megfizetése volt

³²³ DANBURY, RICHARD – HARGREAVES, IAN – BENTLY, LIONEL i. m. 45-56. o.

³²⁴ Hewlett-Packard Belgium SPRL v Reprobel SCRL. C-572/13; ECLI:EU:C:2015:750

terítéken, a 2001/29/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv 5. cikke (2) bekezdése a) és b) pontjának fényében. A Reprobel jogkezelő társaság feladata, hogy a reprográfiai kivétel alapján járó méltányos díjazást beszedje és felosztását intézze. A Bíróság megállapította, hogy a kiadók nem szerepelnek az említett irányelv 2. cikkében, mint a többszörözési jog jogosultjai.³²⁵ Ebből következően tehát nem részesülhetnek reprográfiai kivétel címén díjazásban sem,³²⁶ hiszen maga a díjazás a jogosultakat illeti a műveik engedélyük nélküli többszörözése miatt keletkezett hátrány kiegyenlítéseként. A kiadókat egyébiránt semmilyen kötelezettség nem terheli arra nézve, hogy biztosítsák, akár közvetve is, hogy a szerzők a díjazás tőlük elvont részét megkapják.³²⁷ E jogeset különlegessége, hogy nem tesz különbséget a kiadók között, hanem általában véve, valamennyi kiadóra – így többek között a sajtókiadókra is – vonatkozik.

11.3 A „potyautasságra” fókuszáló érv

A következő, harmadik érv, amelyet a kutatás során számba vettek az ún. „*potyautasság*” kérdése. A problémát másként fogalmazva, annak gyökerét a sajtókiadók abban látják, hogy az általuk előállított termék indirekt hasznát, azaz a reklámpiac bevételeit a nagy, digitális szolgáltatók fölőzik le pusztán azért, hogy a sajtókiadók termékeihez szélesebb hozzáférést biztosítsanak. Ami azonban az eredeti tartalmat előállító sajtókiadók oldaláról szélesebb hozzáférést jelenthetne, az a felhasználói oldalon az adott sajtótermék helyett egy másik, leginkább ingyenes, helyettesítő termék választhatóságát jelenti, amely nemcsak kiválthatja az eredeti sajtóterméket,³²⁸ de hosszabb távon még alacsonyabb látogatottsághoz is vezethet.

³²⁵ Hewlett-Packard Belgium SPRL v Reprobel SCRL. ítélet 47. pont

³²⁶ Hewlett-Packard Belgium SPRL v Reprobel SCRL. ítélet 48. pont

³²⁷ Hewlett-Packard Belgium SPRL v Reprobel SCRL. ítélet 49. pont

³²⁸ A hírekért való fizetési hajlandóság alacsony Európa szerte, a legjobbnak mondható északi ország Norvégia esetében 30% körül van a digitális hírelőfizetés aránya a Reuters Intézet 2018-as tanulmánya szerint. NEWMAN –

Bár ezt az érvet a szerzők külön kiemelik, valójában ez is tárgyalható lenne az első csoportban tárgyalt ösztönző érv részeként. Ha ugyanis bizonyos bevételektől a nyomtatott sajtó elesik, kérdésként merül fel, hogy milyen más gazdasági ösztönzőkkel segíthető az iparág a társadalmilag releváns funkció betöltésének motiválása érdekében.

Méltánytalanul kevés szó esik ugyanakkor arról a problémáról, amelyet a „potyautas” jelenség takar, vagyis arról a tendenciáról, ahogyan a digitális vállalkozások ténylegesen részt vesznek a hír- és információterjesztő ökoszisztémában. Úgy tűnik, a hagyományos média által készített tartalmak fogyasztása a platformok felhasználási jellemzője lett, azaz például a közösségi platformokon az elmúlt években fokozatos erősödés volt tapasztalható akár például a hírtartalom fogyasztásában. E platformok szolgáltatói ugyanakkor, mint technológiai vállalkozások mentesek az olyan tartalmi kööttségek érvényesítésétől, amelyek egy médiavállalkozásban kötelezően érvényesítendőek.³²⁹

A platform-szolgáltatók érvelésének középpontjában az áll, hogy a felületek olyan újszerű termékek, amelyeket az aggregáló technika alkalmazásával hoztak létre³³⁰ és adnak a felhasználók kezébe. PHILIP M. NAPOLI tanulmányában arra a következtetésre jut, hogy „...mire ezek a cégek eljutnak annak beismeréséig, hogy tulajdonképpen mégiscsak valamiféle médiavállalkozásnak tekinthetők, addigra már számtalan előnyét kihasználták annak, hogy nem tekintették vagy kezelték őket médiavállalkozásként”.³³¹ Erre a jelenségre ugyancsak nem reflektál a szomszédos jogi jogosultság megalapítása. A probléma megoldása többféle szabályozási megoldás újragondolását is szükségessé teheti.

FLETCHER – KALOGEROPOULOS – LEVY – NIELSEN: *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford University. 94.

³²⁹ POLYÁK GÁBOR – NAGY KRISZTINA: *A médiatörvények kontextusa, rendelkezései és gyakorlata*. Jura. 20. évf./ 2. sz. 127-149. o.

³³⁰ SZALAY KLÁRA – POLYÁK GÁBOR (2018) i. m.

³³¹ PHILIP M. NAPOLI – ROBYN CAPLAN: *Miért ragaszkodnak a médiavállalkozások ahhoz, hogy valójában nem is médiavállalkozások, miért nincs igazuk, és miért fontos kérdés ez?* In *Medias Res*. 2018/1. 60-80. o.

11.4 A természetjogi érv

Végezetül a DANBURY – HARGREAVES – BENTLY vezette kutatás utolsóként a *természetjogi* érvet tárgyalja arra alapozva, hogy egy-egy sajtótermék előállítása mennyi energiát, időt, készséget (írás, szelekció, döntés) feltételez, így e befektetésnek meg kell térülnie. Ez azonban több szempontból is aggályokat vet fel, ahogyan ezt a szerzők is jelzik. A sajtótermék alapjául vett hír, információ ugyanis az európai államok jogában nem áll szerzői jogi védelem alatt.³³² A magyar szerzői jogi törvény is kifejezetten kizárja a szerzői jogi védelem tárgyai közül a sajtótermékek közleményeinek alapjául szolgáló tényeket vagy napi híreket.³³³ Sőt, a tájékoztatási célú szabad felhasználások körébe beletartoznak az időszerű tények, amelyek ezért többszörözhetők és a nyilvánosság felé kifejezetten közvetíthetők.

A befektetett pénz, idő, energia és a versenyelőny védelmében az amerikai Legfelsőbb Bíróság az *International News Service v. Associated Press* ügyben kidolgozta az ún. *hot news misappropriation* elvet, azaz a friss hírek jogellenes felhasználásának elvét.³³⁴ A friss hír ilyen jellegű védelme a hírben megjelenő idő-értéket, azaz a hírt elsődlegesként közlőt, vélhetően abba a legtöbbet befektető vállalatot kívánta védelemben részesíteni a versenyben.³³⁵ A híradás, hírtörténet eredményeként tulajdonjogszerű jog keletkezik, ezért annak más forrásban való felhasználása ezt a tulajdonszerű jogot sérti. Ugyanakkor az Amerikai Legfelsőbb Bíróság azt is rögzítette, hogy a hír, mint olyan nem lehet szerzői jogvédelem tárgya.³³⁶

Összefoglalva tehát megállapítható, hogy egy természetjogi, tulajdonjogra alapozott érvelés a hírek vonatkozásában még akkor is problémás lehet, ha a sajtókiadók részére

³³² Berni Uniói Egyezmény az irodalmi és a művészeti művek védelméről, 2. cikk (8)

³³³ 1999. évi LXXVI. törvény a szerzői jogról, 1. § (5) bek.

³³⁴ *International News Service v. Associated Press*. 248 U.S. 215 (1918)

³³⁵ RABICOFF, G. LINDSAY: *Hot News Misappropriation Doctrine: Confusion in the Internet Age and the Call for Legislative Action*. *Jurimetrics* 2012/53., 71-95. o.
https://www.americanbar.org/content/dam/aba/publications/Jurimetrics/_/rabicoff.pdf [2019.05.27.]

³³⁶ Az 1976-os amerikai Szerzői Jogi törvény érvénytelenítette e jogcímen való fellépés lehetőségét. A Fair use doktrína alapján azonban a felhasználás jogossága vizsgálható.

szomszédos jogot alapítanak, hiszen jogi védelem tárgya nem lehet napi hír, tény, vagy közérdekű információ.

11.5 A bevett gyakorlat, mint érv

Hírek egymástól történő átvétele, kisebb „kozmetikázással” való közzététele egyébiránt bevett gyakorlat a sajtóorgánukok között is. Igaz, napjainkban a figyelemért folytatott küzdelem lett adázabb. Egy francia kutatás során JULIA CAGÉ és munkatársai³³⁷ egy teljes éven át – 2013 – figyelték az egész francia digitális hírpiac működését.³³⁸ A hírt legelőször megjelentető felületet, azaz a „news breaker” honlapot követően átlagosan 172 percet vett igénybe, míg valamennyi felületen megjelent ugyanaz a hír. Ám az esetek mintegy 25%-ában erre kevesebb, mint 224 másodperc, azaz kevesebb, mint 4 perc is elegendőnek bizonyult. Megfigyelték azt is, hogy a disszeminációs idő akkor a legrövidebb, ha a friss hír hírügynökségtől származik, – vélhetően a szükséges verifikáció rövidege miatt – szemben a pusztán online médiafelületről származó hír továbbadása esetében, ahol ez több időbe telik.³³⁹

CAGÉ és munkatársai egy plagizálást figyelő algoritmus segítségével azt is megállapították, hogy a tartalom mindössze 32,6 % tekinthető eredeti tartalomnak (100%-nak vették az eredeti tartalmat, azaz a témát először feldolgozó tartalmat, és ahhoz képest a szavak egyezőségét nézték a többi, később megjelenő tartalom és az eredeti tartalom vonatkozásában). Mérésekkel

³³⁷ CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE: *The Production of Information in an Online World: Is Copy Right?* December 2017. NET Institute Working Paper. <https://ssrn.com/abstract=2672050> [2019.01.01.] vagy <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2672050> [2019.01.01.]

³³⁸ Ez tehát 86 általános információkat adó francia média felületet jelent, nevezetesen: 1 hírügynökség (Agence France Presse (AFP), amely a világ 3. legnagyobb hírügynöksége az Associated Press és a Reuters után), 59 újság (35 helyi napilap, 7 nemzeti napilap, 12 nemzeti hetilap, 2 nemzeti havilap, és 3 ingyenes újság), 10 kizárólag online média felület (pl. csak online hírügynökségek), 9 televízió csatorna, valamint 7 rádióadó. Ezek minden egyes online tartalmát figyelték a 2013-as, teljes év folyamán. Így mintegy 2,5 millió dokumentumos adatbázist építettek. Egy tartalomfigyelő algoritmus segítségével figyelték a tartalom kialakulását. Figyelték az információ áramlásának sebességét is.

³³⁹ CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE: *The commercial value of news in the internet era*. 19 June, 2017. <https://voxeu.org/article/commercial-value-news-internet-era> [2019.01.01.]

igazolták, hogy az eredeti tartalmat előállító média csak a közönség mintegy 33%-át ragadja meg, és ezzel párhuzamosan az eredeti tartalom előállításának gazdasági megtérülését is hasonló arányúra becsülték.

A tartalom eredetisége és a megosztások növekedése közötti korrelációt is sikerült kimutatniuk. E korreláció arra utal, hogy a felhasználók értékelik az eredeti tartalmat. Minél magasabb az új tartalom aránya, azaz minél kevésbé beszélhetünk másolt tartalomról egy hír, vagy cikk esetében, annál inkább növekszik annak az esélye, hogy ezt az új tartalmat fogják megosztani a felhasználók például a közösségi médiafelületeken. Ha a tartalom az eredeti tartalomhoz képest legalább 50%-ban újnak tekinthető az a vizsgált időszakban mintegy 39%-kal növelte a Facebook-on történő megosztások számát.³⁴⁰ Összességében azt állapították meg, hogy az eredeti tartalom az online hírfogyasztás mintegy 54-62%-át teszi ki, azaz jóval többet, mint a relatív előállítása.³⁴¹

Vizsgálták azt is, hogy vajon a közönség mennyiben jutalmazza az eredeti tartalom előállítóit, vagyis a reputációnak milyen szerepe lehet a tartalomelőállítás eredetiségének megítélését tekintve. Kutatásaikból úgy tűnik, hogy a hírnévben, márkában rejlő erőnek a tartalom megítélésére nagy ráhatása van. A megosztásokra vonatkozó adatokat és a tartalomra való tényleges rákattintási adatokat összevetve, úgy találták, hogy a szerzői jogsértések mintegy 30-40%-a megoldódni látszik. Hangsúlyozták ugyanakkor, hogy további kutatások szükségesek a felépített márkában rejlő hatások vizsgálatára, valamint arra nézve, hogyan reagál a közönség a médiafelületek hírgyűjtő szokásaira, a hírgyűjtésbe fektetett stratégiai döntésekre.³⁴²

³⁴⁰ CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE (Dec. 2017) i. m. 23. o.

³⁴¹ CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE (Dec. 2017) i. m. 3. o.

³⁴² CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE (Dec. 2017) i. m. 29. o.

Mindebből ugyanakkor jól látszik, hogy a híraggregációt nagyon széles körben alkalmazzák nemcsak a szabályozással célba vett vállalatcsoportok, hanem maguk a sajtóorgánumok is. Ha azonban egy konkurens sajtótermék, híroldal vesz át tartalmat, azt lényegében saját tartalommal teszi, így nagyobb annak a valószínűsége, hogy az eredeti tartalom előállítójától közönséget vonz el, következésképpen nem növeli annak látogatottságát. Ezzel szemben, a platformon megjelenő cím illetve snippet érdeklődést keltve, valóban forgalmat irányíthat a tartalom előállítójához, igaz, ez nem feltétlenül az eredeti hírt közlő oldal lesz.

CAGÉ és munkatársai által elvégzett kutatást érdemes lenne más európai országokban is véghezvinni, ám hasonló jellegű, egy ország teljes hírpiacát átfogó, algoritmikus kutatásról jelenleg nincs tudomásunk. Egy ilyen, országos hírpiaci kutatás eredményei többet elárulhatnak a hírek nyelvi kötöttségéről is.

12 Gazdaság és szellemi tulajdon kapcsolata: a kontinentális- és az angolszász jog felfogásában

A gondolat, hogy az internet komoly változásokat hoz az újságírói szakmában és ebből következően akár a szabályozás szintjén is tenni lehetne, tenni kellene valamit, már az Amerikai Egyesült Államokban is felmerült. A 2009-es és 2010-es években³⁴³ az FTC (Szövetségi Kereskedelmi Bizottság) kerekasztal-beszélgetés sorozatot kezdeményezett e témában, és

³⁴³ A nyitó beszédet Jon Leibowitz mondta 2009 decemberében. Hangsúlyozta, hogy a változás középpontjában az Internet által előidézett verseny áll. Opening Remarks of Chairman JON LEIBOWITZ: „Creative Destruction” or just „Destruction” How will journalism Survive the Internet Age?, https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/creative-destruction-or-just-destruction-how-will-journalism-survive-internet-age/091201newsmedia.pdf [2019.01.01.]

ugyancsak nyilvánosságra hozott egy politikai lehetőségeket mérlegelő munka-dokumentumot.³⁴⁴

Az FTC jogérvényesítő tevékenysége elsősorban a verseny- és fogyasztóvédelem területén ismert, így magának a témának a pozicionálása is jól illusztrálja az európai és az angolszász jogrendszer eltérő kiindulópontját. Az európai civilisztika a szerző és a kiadó kizárólagos jogát („droit d’auteur”) hangsúlyozza a művek sokszorosítása és a nyilvánossághoz közvetítés, valamint az ezzel párhuzamosan a felhasználásokért kapott díjazás vonatkozásában. Következésképpen minden nyilvánosan elérhető digitális felhasználásért díjazást követelne a tételesen és szűken értelmezett kivételek fényében. Ezzel szemben az angol jogi felfogás egy gazdaságpolitikai eszközt lát a „copyright”, azaz a másolás jogának megadásában, amelynek végső célja a társadalmi jólét és a fogyasztók jobb kiszolgálása a több, versengő tartalom révén. A két jogrendszer metszéspontjában mindkét felfogásban az a nemleges érv áll, hogy valamely ösztönző nélkülözhetetlen a szerzők számára, hiszen ennek pozitív hatása az, amely őket újabb művek előállítására sarkallja.

A különbség egyrészt a kizárólagosság megítélésben van, amely az európai rendszerben kvázi-monopol helyzetbe hozza a szerzőt. Míg a kontinentális felfogásban a szerző elsőbbsége fejeződik ki mások rovására, addig az angolszász jogi felfogásban e gazdaságpolitikai eszköz folyamatos mérlegelési helyzetet szorgalmaz, egy egyensúly keresését a szerző joga és az össztársadalmi érdek, a társadalmi jólét közötti határmezsgyén.

Következésképpen tehát más a szerzői jog alóli kivételek megítélése is. Míg a kontinentális jog tételesen meghatározott, szűken értelmezett kivételek rendszerét doktrinálisan szabályozza,³⁴⁵ addig a másik esetben a „fair use” folyamatos bírói mérlegelést tesz lehetővé

³⁴⁴ Federal Trade Commission Staff Discussion Draft: *Potential Policy Recommendations to Support the Reinvention of Journalism*. 2010. https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/how-will-journalism-survive-internet-age/new-staff-discussion.pdf [2019.01.01.]

³⁴⁵ „Az irányelvvel kapcsolatban elmondható, hogy nem hoz paradigmaváltást a kivételek és korlátozások uniós szintű szabályozásába, ugyanakkor magasabb szintre emeli a belső piaci egységesítést.” Lásd GRAD-GYENGE

veszteségek és várható társadalmi nyereségek, az innováció előnyei és társadalmi elterjeszthetőségének fényében.³⁴⁶ Míg tehát az európai jogrendszer a szerzői jogok kiterjesztését kívánná minden digitális felhasználásra, addig a gazdaságpolitikai eszközök szempontjából vizsgálva inkább az a kérdés merül föl, hogy vajon az eredeti cél, azaz az alkotók ösztönzése továbbra is megvalósul-e. Igaz, az utóbbi évek történései egyre erőteljesebben kívánják annak értékelését, hogy vajon hogyan érvényesülhet az össztársadalmi érdek és valójában a tartalom vesztesége keletkeztethet-e mégis hosszabb távon társadalmi nyereséget.

JON LEIBOWITZ, az FTC elnöke 2009-es, a konzultációt megnyitó beszédében úgy fogalmazott, hogy az internet indukálta piaci változások elemzésére két okból is feltétlenül szükség van. Egyrészt, mert a hírek piaca tökéletlen piac, éppen ezért a versenyjog van abban a helyzetben, hogy ezeket a piaci tökéletlenségeket feltárja és értékeli. A fogyasztóvédelem³⁴⁷ a viselkedésen alapuló marketingtechnikákat a reklámbevételek növelése érdekében alkalmazó vállalatok adatgyűjtési gyakorlatának ellenőrzésében és az az adatok biztonságának garantálásában játszik szerepet. Másfelől nem hagyható figyelmen kívül, hogy a hírpiac nem olyan, mint bármely más piac éppen annak demokráciában betöltött társadalmi szerepe miatt.

Az FTC által hirdetett konzultáció végső soron nem hozott a felszínre olyan érveket, amelyek az amerikai „copyright” szemlélet, azaz a szerzői jog módosítását alátámaszthatták volna.

ANIKÓ: *Nincs új a nap alatt – avagy górcső alatt a bizottság szerzői jogi reformjának szabad felhasználásai.* Jogtudományi Közlöny. 2018./ 7-8. szám, 334-345. o.

³⁴⁶ Online News Aggregation and Neighbouring Rights for News Publishers. Ref. Ares(2017)6256585 - 20/12/2017; <https://www.asktheeu.org/en/request/4776/response/15356/attach/6/Doc1.pdf> [2019.01.01.]

³⁴⁷ Az Amerikai Egyesült Államokban az adatvédelem a fogyasztóvédelem részeként jelenik meg és az FTC hatáskörébe tartozik.

13 A szomszédos jog kiterjesztése az irányelvjavaslatban az európai parlamenti módosító javaslatokra is figyelemmel

Visszatérve immár az Európában zajló diskurzusra, az Európai Parlamentben a kijelölt Jogi ügyek bizottságán kívül további négy bizottság (ún. véleményadó bizottság) is megtárgyalta a tervezett irányelvjavaslatot.³⁴⁸ A kijelölt bizottság 2018. június 29-én fogadta el jelentését. A plenáris vitát követően az Európai Parlament módosító javaslatainak elfogadására 2018. szeptember 12-én, Strasbourgban került sor.

Az uniós intézmények közötti ún. „trialógus” tárgyalások – amelyek végső célja egy kompromisszumos szöveg megalkotása, – elérhetővé tettek egy olyan szövegverziót,³⁴⁹ amelyben az Európai Bizottság által javasolt módosításokkal párhuzamosan az Európai Parlament által javasolt és elfogadott módosító javaslatok voltak megtalálhatóak.³⁵⁰

Az európai parlamenti módosító javaslatok – elkerülendő a félreértéseket – például egyértelművé kívánták tenni azt a tényt, hogy a szerzői szomszédos jog a hírügynökségekre, mint sajtókiadókra is kiterjedne. Ennek megfelelően már a preambulum is tartalmaz ilyen jellegű kiegészítést, például a 31. bekezdésben. Összhangban ezzel az irányelvjavaslat 2. cikk 1. bekezdés 4. pontjában szereplő „sajtókiadvány” fogalmának meghatározásánál a meghatározásba is javasolták annak egyértelmű megfogalmazását, hogy a sajtókiadvány újságírói művek gyűjteményének *kiadók vagy hírügynökségek által rögzített* formája. További újdonságot jelentett, hogy az európai parlamenti módosító javaslat azt is szükségesnek tartotta rögzíteni mire nem vonatkozik a védelem. Így tehát kiemelte, hogy a tudományos vagy

³⁴⁸ Ezek a következők: ITRE: Ipar, kutatás és energiaügy; IMCO: Belső piac és fogyasztóvédelem; CULT: Kultúra és oktatás; LIBE: Állampolgári jogok, bel- és igazságügy. Az INTA: Nemzetközi kereskedelem bizottság úgy döntött, hogy nem ad véleményt.

³⁴⁹ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+TA+P8-TA-2018-0337+0+DOC+PDF+V0//EN> [2019.01.01.]

³⁵⁰ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P8-TA-2018-0337&language=HU> [2019.01.01.]

akadémiai célú időszakos kiadványok, például a tudományos folyóiratok nem állnának ilyen jellegű kiadói szomszédos jogi védelem alatt.

A parlamenti módosító javaslat szerint szükséges volna azt is rögzíteni, hogy a szerzői szomszédos jog hivatott biztosítani a digitális felhasználásokért járó méltányos és arányos javadalmazást, ám a keresőmotorban való megjelenítés önmagában nem tekinthető ilyen méltányos javadalmazásnak, még a nagyobb hozzáférés biztosítása mellett, vagy az általa generált nagyobb látogatottság fényében sem. Következésképpen a módosító javaslatok egyike ennek a megfelelő cikkben történő rögzítését is javasolta, tehát a tagállamok biztosítják azt, hogy a sajtókiadványok kiadói *méltányos és arányos javadalmazásban* részesülhessenek az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatóktól a többszörözés és a nyilvánossághoz közvetítés fejében digitális felhasználások esetében.³⁵¹ A méltányos és arányos javadalmazás kifejezés szövegbe iktatása azonban elég tágra szabhatta volna az értelmezés kereteit, a preambulum szövegével összeolvasva pedig azt is egyértelművé tette volna, hogy a méltányos és arányos javadalmazás értelmezésébe egy nulla végösszegű piaci ár – mint amilyen az elszigetelt tagállami törekvések révén kialakult – nem férhet bele.

A bizottsági javaslatban eredetileg szereplő, irreálisan hosszú, húsz éves védelmi időt a parlamenti javaslat öt évre csökkentené, és kizárná a visszamenőleges hatályú alkalmazást. Összhangban az Európai Bíróság *Reprobel*-ügyben hozott ítéletével, a tagállamok kötelezettségét rögzítenék arra vonatkozóan, hogy biztosítsák, a szerzők megfelelő mértékben részesüljenek azokból a bevételekből, amelyeket a sajtókiadványok kiadói egy kiadvány felhasználásáért az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatóktól kapnak.³⁵² Ez azonban azt is jelentheti, hogy a bevétel nem maradhat csak a sajtókiadóknál.

³⁵¹ (1) A tagállamok biztosítják a 2001/29/EK irányelv 2. cikkében és 3. cikke (2) bekezdésében meghatározott jogokat a sajtókiadványok kiadói számára, hogy méltányos és arányos javadalmazásban részesülhessenek az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatóktól a sajtókiadványaik digitális felhasználásához.

³⁵² Európai Parlamenti javaslat új (4a) bekezdés.

Mindenesetre a munkaszerződéssel létrehozott újságcikkek esetében is hozhat olyan jogi konstrukciókat, mint például az újságírók olvasottsággal arányos díjazása.

Újdonság volt továbbá, hogy a parlamenti módosító az egyik cikk kiegészítéseként létrehozta volna az uniós kötelezpéldány fogalmát és kötelezettségét, amely minden kiadvány kiadóira, nyomdáira és importőreire vonatkozott volna, amennyiben az Unióval kapcsolatos ügyekkel foglalkozó kiadványt jelentetnek meg. Az elektronikus kiadványok letéteményese az EP könyvtára lehetett volna.

A tagállami álláspontok a szerzői jog ilyen jellegű kiegészítését illetően igencsak eltérőek. Jól szemlélteti a különbségeket REDA akkori EP képviselő honlapján látható táblázat.³⁵³ A tervezet legnagyobb támogatói között, nem meglepő módon, ott található Németország, Spanyolország és Franciaország. Ezzel szemben a Közép Kelet Európai országok – Bulgária kivételével – talán a nyelvi fragmentáció, a relatíve kis, ám nyelvileg behatárolt érdeklődést vonzó hírpiacuk miatt is inkább elleneztek a tervezetet, vagy legalábbis szkeptikusaknak mutatkoztak egy ilyen szabályozás hatékonyságát illetően.

Szembetűnő, hogy a bizottsági szövegjavaslat uniós szinten harmonizált jogi védelemről beszél a sajtókiadványok vonatkozásában, ugyanakkor a végrehajtás tagállami szinten marad, amelynek álláspontom szerint éppen az érdekérvényesítő képesség egysége szempontjából lehet jelentősége. Ha ugyanis a végrehajtás során a tagállamok kiadói – a spanyol, illetve német minta alapján – közös jogkezelő szervezeten keresztül folytatnak ugyan tárgyalásokat olyan óriásvállalatokkal, mint amilyen a Google, mégsem a teljes uniós hírpiacot fogják reprezentálni.

A nyelvi fragmentációt és az eltérő piacok nagyságát semmilyen intézkedés nem kompenzálja a tervezetben. Másként fogalmazva, az intézkedések a tagállamokat kötik, de a Google, mint piaci szereplő dönthet úgy is, hogy akár szelektíven vonul ki egyes európai

³⁵³ <https://juliareda.eu/2018/01/copyright-bulgarian-presidency/> [2019.01.01.];
<https://felixreda.eu/2018/01/copyright-bulgarian-presidency/> [2021.12.01.];

országok hírpiacáról. Ennek elsősorban a kisebb nyelvi közösségek, nyelvileg determinált közép kelet európai digitális hírpiacok vannak kitéve. Hátramarad ugyanakkor az uniós irányelv miatt kötelezően érvényesítendő végrehajtási rendszer, például a közös jogkezelés kiépítése, annak adminisztratív és működési költségeivel együtt. Végso soron tehát még kevesebb pénzt hagyva magára a minőségi újságírássra.

A közösségi portálokon (pl. Facebook, Twitter) történő egyéni felhasználói megosztások kérdését, esetleg a kimásolt, hosszabb idézetek problémáját tekintve ugyanakkor nem kínál megoldást a tervezett kiadói szomszédos jog.

14 Sajtókiadók szomszédos joga: kompromisszum a digitális egységes piacon a szerzői jogról

A folyamat fentebb ismertetett áttekintése jól érzékelteti azt a tényt, hogy az irányelvtervezet tárgyalása során alapvetően éppen a sajtókiadók online felhasználásokból származó bevételeinek megteremtése szempontjából jelentőséggel bíró két ponton volt szükség kompromisszumok kidolgozására.

A szabad és sokszínű sajtó nélkülözhetetlen a minőségi újságíráshoz és az információhoz való hozzáférés biztosításához. Az online elérhető sajtókiadványoknak jelentős mértékű üzleti felhasználása történik meg a hírgyűjtő portálok vagy a médiafigyelő szolgáltatások által úgy, hogy eközben nincs biztosítva a sajtókiadványok előállításához szükséges szervezeti és pénzügyi befektetések megtérülése. Éppen ezért vált szükségessé, hogy jogi úton eredményes védelmet biztosítsanak Európában a sajtókiadóknak: a sajtókiadványok információs társadalommal összefüggő szolgáltatásban való felhasználásával összefüggésben a

többszörözésére és nyilvánosság számára hozzáférhetővé tételére vonatkozóan a sajtókiadványok kiadóit a jövőben szomszédos jogi védelem illeti meg.

A digitális egységes piacon a szerzői jogról szóló irányelv IV. címe a szerzői jogok szempontjából jól működő piac megteremtését célzó intézkedéseket öleli fel. Ide tartozik tehát a kiadói szomszédos jog alapítása, valamint a tartalmegosztó szolgáltatásokra vonatkozó szabályok összessége. A jól működő piac ismérve nem más, mint maga a verseny, így tehát a IV. cím maga is előre vetíti a téma egyfajta gazdasági, versenyjogias szemléletű megközelítését.

14.1 Amit az irányelv a sajtókiadványok védelméről tartalmaz (15. cikk)

A rendelkezés *célja*, hogy a kiadók sajtókiadványok előállítására tett erőfeszítését elismerve ösztönözze az ágazat fenntarthatóvá tételét, azaz itt is, mint általában a szomszédos jogok esetében, a jogosulti védelem indoka az a teljesítmény, amely a szerzői művek közönséghez juttatását segíti elő.

A Preambulum (55) pontja szerint a sajtókiadó *fogalmát* úgy kell értelmezni, hogy az kiterjed a sajtókiadványokat közzétevő szolgáltatókra is, így például a hírügynökségekre és hírszolgáltatókra. A védelem azonban nem vonatkozik a tudományos vagy akadémiai célú időszakos kiadványokra, tudományos folyóiratokra,³⁵⁴ továbbá olyan weboldalakra, blogokra sem, amelyeket nem egy nyereségérdekelt szolgáltató kezdeményezése, szerkesztői felelőssége és ellenőrzése mellett végeznek. Ennek megfelelően a jogszabály 2. cikk 4. pontja határozza meg a sajtókiadvány fogalmát, úgy, hogy az ott felsorolt három szempontnak egyszerre, egyben kell érvényesülnie ahhoz, hogy egy adott kiadvány sajtókiadványnak minősüljön. Így csak az a kiadvány minősül sajtókiadványnak, amely egy azonos cím alatt megjelenő időszakos kiadvány

³⁵⁴ 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 (EGT-vonatkozású szöveg); OJ L 130, 17.5.2019, 92–125; Preambulum (56)

vagy rendszeresen aktualizált kiadvány, amelynek célja a nyilvánosság tájékoztatása, valamint valamely szolgáltató kezdeményezésére, szerkesztői felelőssége és ellenőrzése mellett jelenik meg, és nem tudományos vagy akadémiai céllal kiadott időszakos kiadvány. Ebbe beletartoznak például a napilapok, a heti- vagy havilapok (általános vagy szakfolyóiratok).

Összefoglalva tehát megállapítható, hogy a szomszédos jogi teljesítmény, így a szomszédos jogi védelem szempontjából kiemelt jelentőségű a kiadványok esetében a szerkesztés ténye, az ahhoz kapcsolódó szerkesztői felelősség és ellenőrzés, a kiadás rendszeressége, valamint annak célja.

Az irányelv szerint a sajtókiadvány *tetszőleges tömegtájékoztatási eszköz* lehet, azaz a jogalkotó a sajtókiadvány fogalmába beleérti az internetes sajtótermékeket is, mint amilyenek az internetes híroldalak, feltéve, hogy megfelelnek a fenti együttes szempontoknak.

A jogi védelem csak a valamely tagállamban letelepedett sajtókiadókat illeti meg. Így elsősorban azokra a sajtókiadókra vonatkozik, amelyek létesítő okiratában rögzített székhelye, központi ügyvezetése vagy üzleti tevékenységének fő helye valamely uniós tagállamban van.

A harmonizált jogi védelem csak az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatók általi online felhasználási módokat illeti, ezeket kívánja uniós szinten védelemben részesíteni. Éppen ezért nem érinti a nem online felhasználásokat, illetve a sajtókiadványok egyéni felhasználók általi online felhasználásait, ha az magáncélú vagy nem kereskedelmi célú felhasználás.

A sajtókiadókat megillető jogok *terjedelmét* az irányelv egy utalással oldja meg. Az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatók általi online felhasználási módokat illetően a sajtókiadókat megillető jogok terjedelme olyan kell legyen, mint a 2001/29/EK (InfoSoc) irányelvben meghatározott többszörözéshez és nyilvánosság számára hozzáférhetővé tételhez fűződő jogok terjedelme. Másként fogalmazva az

engedélyezési jog jogosultjai a sajtókiadók lesznek a többszörözéshez és nyilvánosság számára hozzáférhetővé tételhez fűződő jogok vonatkozásában az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatók általi online felhasználási módokat illetően.

A kiadói szomszédos jog azonban *nem terjedhet ki* a hiperhivatkozások elhelyezésére. Különösen nem érintheti azt, ha az egyéni felhasználók – magáncélból vagy nem kereskedelmi célból – online linket osztanak meg egy sajtókiadványban megjelent szerzői alkotáshoz.

Ugyancsak nem terjedhet ki a védelem a közzétett pusztá tényekre. Másként megfogalmazva, maga a hír továbbra sem élvez szerzői jogi védelmet, de annak kifejezése, az ehhez kapcsolódó elemzés, a beletett munka alapján születő konkrét megfogalmazás már szerzői jogi védelem alatt áll.

A sajtókiadványok információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatók általi felhasználás annak *terjedelmét* illetően többféle lehet. Ennek értelmében beszélhetünk teljes (történhet az egész kiadvány felhasználása), részleges (egy-egy cikk felhasználása) vagy bizonyos részletek (például cikkből vett szavak, címek vagy bevezető sorok) felhasználásáról. Az irányelv úgy rendelkezik, hogy a sajtókiadókat megillető szomszédos jog nem vonatkozik a sajtókiadványok egyes szavainak vagy nagyon rövid részleteinek felhasználására.

Különösen érdekes kérdés, hogy ezt a tagállamok hogyan értelmezik: a szabályozás dönti el például, hogy a címet követő néhány sor, cikk töredék, az ún. snipett online felhasználása megengedett vagy sem, vagy továbbra is egyedi mérlegeléssel, leginkább a jogalkalmazó útján dől majd el, a szerzői szomszédos jog terjedelme.

A többszörözési jog hatálya alá tartozó online felhasználási módokat tágan értelmezve abba nemcsak a speciálisan a híreket összegyűjtő híraggregátorok, portálok (pl. Google News vagy Yahoo News) tartoznak bele, hanem az általános keresések eredményeként megjelenő találati

lista is. Ezen megjelenik a weblap címe, a cikk teljes címe, vagy annak egy részlete, alatta néhány szavas, vagy – mára már csak – egy mondatot tartalmazó idézet, vagy egy mondatkezdet, illetve egyre növekvő mértékben jelenik meg vizuális hírtartalom. A sajtókiadói szomszédos jog ezekre a megjelenésekre is érvényesíthető.

Külön izgalmas kérdés lehet, hogyan ítéli meg a joggyakorlat az aggregációt, mint technikát, amelyet a sajtókiadók egymással szemben alkalmaznak. A sajtókiadók egymástól átvett híreit, mint online felhasználást és az ezért járó díjazást kezelik-e, ha igen, hogyan kezelik majd a gyakorlatban.

A sajtókiadóknak nyújtott szomszédos jogi védelem elkülönül a szerzőket és egyéb jogosultakat egyébként megillető jogoktól. Másként fogalmazva ez azt jelenti, hogy nem érinti a szerzők és más jogosultak jogát a kiadványba foglalt műveik és más védelem alatt álló teljesítményük felett való rendelkezés vonatkozásában, kivéve, ha azt szerződéses megállapodás rögzíti.

A sajtókiadóknak nyújtott szomszédos jogi védelem fent leírt korlátja mellett, a 2001/29/EK irányelvben lefektetett kivételek, azaz például a szabad felhasználások, ugyancsak korlátját jelentik a szomszédos jog érvényesítésének.

Azon túl, hogy a szomszédos jog kiterjesztése a sajtókiadóknak a sajtókiadványok megjelentetésére fordított anyagi erőforrásait, illetve ezek megtérülését kívánja elősegíteni, biztosítani kell azt is, hogy a művek szerzőit megfelelő részesedés illesse abból a bevételből, amelyet a sajtókiadványok kiadói ellentételezésként kapnak az információs társadalommal összefüggő szolgáltatást nyújtó szolgáltatóktól. Ugyanakkor az irányelv csak a „megfelelő mértékű részesedés” kritériumát fogalmazza meg, ám a továbbiakban a tagállami szabályozásra bízva mind ennek mértékét, mind az elosztás mechanizmusának kialakítását. Sőt azon tagállamok, amelyek már rendelkeznek a díjazást a szerzők és a kiadók között megosztó

mechanizmussal megtarthatják azt, illetve, ha ilyen díjmegosztó rendszert nem hívtak életre, mert a díjazás kizárólag a szerzőket illeti meg, arra kötelezni őket a jövőben sem lehet.

Az irányelv *nem érinti* a jogok kezelésével és a díjazási jogokkal kapcsolatos nemzeti szabályokat. Szintén tagállami szabályozás kérdése, hogyan mentesítik a kiadókat az igényük alátámasztása tekintetében rájuk háruló terhek alól, amely például a jogérvényesítés során a bírósági ügymenetet könnyítheti meg.

A sajtókiadványok szomszédos joga a kiadástól számított *két évig él*, amely jelentős elmozdulás az eredetileg tervezett és számos kritikát kapott 20 évhez képest, és jobban megfelel az érintett – alapvetően az aktualitásuk miatt értékes – művek természetének. A kétéves időtartamot a sajtókiadvány kiadásának dátumát követő év január 1-jétől kell számítani.

Az irányelv a szabályozás egységességét megteremti azzal, hogy harmonizálja és kiterjeszti a szomszédos jogot a sajtókiadókra. Ugyanakkor a szabályozásra adott válasz a piac szereplői részéről korántsem biztos, hogy mindenben egységes növelve ezzel a kezdetben egységesnek hitt internet globális fragmentációját.

A szabad és sokszínű sajtó, a minőségi újságírói teljesítmények az állampolgárok tájékozódásának alapjául szolgálnak és hozzájárulhatnak a nyilvános vitákhoz, biztosíthatják a demokratikus működés elveit. Ez is szerepel, mint támogatni kívánt cél, a szabályozás indokolásaként.³⁵⁵ Csakhogy a szerzői szomszédos jog kiterjesztése minden sajtókiadóra vonatkozik. Következésképpen nemcsak a minőségi újságírói teljesítményeket támogathatja, ezért a szabályozás indoka és annak módja közötti ok-okozati viszony nem tűnik egyértelműnek.

Álláspontom szerint a fentebb tárgyalt német és spanyol szabályozás olyan tagállami megoldások, amelyek – bár az irányelvet megelőzően születtek – lényegében egy-egy

³⁵⁵ 2019/790 irányelv, Preambulum (54)

lehetséges módjai az irányelvben rögzített szabályok átvételének. Természetesen egyes részletkérdésekben, mint például a védelmi idő hossza, vagy az így keletkezett bevételekből, az újságírónak járó díjazás mikéntje és szabályai tekintetében szükséges az irányelvhez való igazítás.

Az anyagi kompenzáció szempontjából lényeges kiemelni azt a tény, hogy az elfogadott irányelv nem szól egyértelműen a visszerhes megszerzés kötelezettségéről.³⁵⁶ Következésképpen az egyes tagállamok döntésén múlhat, hogy a nulla értékű piaci árat is elfogadó szabályozást, vagy joggyakorlatot honosítanak meg.

14.2 Amit az irányelv az online tartalommegosztó szolgáltatásokra vonatkozóan

tartalmaz (17.cikk)

A közösségi portálokon (pl. Facebook, Twitter) történő egyéni felhasználói megosztások kérdését, a kimásolt, hosszabb idézetek problémáját a tervezett kiadói szomszédos jog nem oldja meg, éppen ennek fényében különösen érdekes az irányelv 17. cikke.

Míg a 15. cikk a sajtókiadványok versenyhelyzetének javítását célozza az olyan óriásvállalatokkal szemben, mint a Google, és az olyan híraggregáló szolgáltatásokkal szemben, mint a Google News vagy Yahoo News, a tömegeket megmozgató és – elsősorban Németországban – tiltakozásokat kiváltó cikkely végül az irányelv 17. cikke lett.

³⁵⁶ A német és spanyol szabályozásról bővebben: SZALAY KLÁRA – POLYÁK GÁBOR: *Az európai szerzői jogi harmonizáció jelenlegi állása: újabb kísérlet a szomszédos jogok kiterjesztésére a sajtókiadványok kiadói számára*. Jogtudományi Közlöny 6., 2019 június; p.277–288. A német és spanyol szabályozás elemzésére vonatkozóan lásd még DELLAROCAS, C. – SUTANTO, J. – CALIN, M. – PALME, E.: *Attention Allocation in Information-rich Environments: The Case of News Aggregators*. <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.2015.2237> [2019.08.12.]; továbbá CALZADA, JOAN – GIL, RICARD: *What do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2837553 [2019.08.12.]

Az online tartalompiacon működéséhez mára ugyanis szervesen hozzátartoznak a felhasználók által feltöltött, szerzői jogi védelem alatt álló tartalmakat is nagy mennyiségben hozzáférhetővé tevő online tartalmegosztó szolgáltatások, például a YouTube vagy Facebook. Éppen ezért az irányelv célja, hogy a szerzői jogi jogosultak és az online tartalmegosztó szolgáltatások közötti engedélyezési gyakorlat fejlődését előmozdítsa.

Ezek az online tartalmegosztó felületeken azonban rengeteg hír, sajtóhírré épülő tartalom, sajtókiadók által létrehozott hírtartalom is elérhető. A médiatartalom összefoglaló név tehát ezeket is magukban foglalja, és az új engedélyezési rendszerből a sajtókiadók, illetve az hírtartalom-előállítók is bevételre tehetnek szert.

A tartalmegosztó szolgáltatásokra vonatkozó szabályokat kifejezetten a verseny erősítése, a globális forgalomirányító vállalatok piaci súlyának ellensúlyozása érdekében alkotta meg az uniós jogalkotó. A Preambulum (62) bekezdése egyértelművé teszi, hogy az irányelv szabályainak célzottan azokra az online szolgáltatásokra kell csak kiterjedniük, amelyek jelentős szerepet játszanak az online tartalompiacon. E szolgáltatások egyik legfontosabb célja a szerzői jogi védelem alatt álló tartalmak nagy mennyiségű tárolása, illetve annak a lehetőségnek a megteremtése, hogy a felhasználók az ilyen tartalmakat feltölthessék és megoszthassák. Másfelől e szolgáltatók célja a közvetlen vagy közvetett haszonszerzés, ezért a szélesebb közönség kiszolgálása érdekében a tartalmakat összerendezik és promotálják, például kategorizálással vagy célzott promóció alkalmazásával. Ennek értelmében tehát azon online tartalmegosztó szolgáltatók tartoznak az irányelv hatálya alá, amelyek szerzői jogi védelem alatt álló tartalmak nyereségszerzési céllal történő összerendezésére és promotálására irányulnak³⁵⁷.

³⁵⁷ 2019/790 irányelv, 2. cikk 6. pont

Ugyancsak a fogalommeghatározásnál tér ki az irányelv azokra a szolgáltatókra, amelyek *nem minősülnek* online tartalommegosztó szolgáltatóknak. Ilyenek a nonprofit online enciklopédiák, a nonprofit oktatási és tudományos adatbázisok, a nyílt forráskódú számítógépi programokat fejlesztő, illetve azokat megosztó platformok, az online piacterek és a vállalkozások közötti felhőalapú szolgáltatások, azok a felhőalapú szolgáltatások, amelyekre felhasználók saját használatukra töltenek fel tartalmakat, valamint az elektronikus hírközlési szolgáltatások³⁵⁸ nyújtói.

Az irányelv egyértelművé teszi, hogy a tevékenység jellege, a haszonszerzési cél és az ezt elősegítő rendszerezés révén az online tartalommegosztó szolgáltatók a műveket és más védelem alatt álló teljesítményeket a nyilvánossághoz közvetítik, vagy a nyilvánosság számára hozzáférhetővé teszik. Következésképpen a jogosultaktól engedélyt kell beszerezniük műveik felhasználásáért, és nem érvényesülhet a 2000/31/EK irányelvben megnevezett³⁵⁹ tárhelyszolgáltatásra vonatkozó kivétel a felelősség alól. A jogosulti engedély például felhasználási szerződés megkötése révén szerezhető meg.

A versenyjog inspirálta, a versenyszabályok felől közelítő szabályozás a tartalommegosztó szolgáltatókra azok piaci helyzete alapján csak a jelentősebb piaci súlyú szolgáltatókra telepít kötelezettséget. E szolgáltatókat kötelezi, hogy a szolgáltatásuk felhasználásával megosztott, közzétett médiatartalmak szerzői jogi jogosultjaitól felhasználási engedélyt szerezzenek. Az online tartalommegosztó szolgáltató által megszerzett *felhasználási engedélyeknek ki kell terjedniük* a tartalommegosztó szolgáltatást igénybe vevők cselekményeire is, akkor is, ha ezek az igénybe vevők nem kereskedelmi célból járnak el, azaz például ha magánszemély nem

³⁵⁸ Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv (2018. december 11.) értelmében vett elektronikus hírközlési szolgáltatások

³⁵⁹ 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 (Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv), 14. cikk (1)

haszonszerzési céllal, bevételt nem termelve oszt meg tartalma(ka)t; vagy ha az igénybe vevő tevékenysége nem termel jelentős bevételt.

Ha ilyen *felhasználási engedélyt* az online tartalommegosztó szolgáltatások *nem szereztek be*, és egy igénybe vevő mégis szerzői védelem alatt álló tartalmat osztott meg, azért az online tartalommegosztó szolgáltató tartozik elsődleges felelősséggel. Csak akkor mentesülhet a felelősség alól, ha bizonyítja, hogy minden tőle telhetőt megtett az engedély megszerzése érdekében, és a szakmai gondosság magas szintű ágazati normáinak megfelelően elérhetetlenné tette azon műveket, amelyekről a jogosultak őt, mint szolgáltatót megfelelően informálták. Továbbá lényeges az is, hogy a jogosultak jelzését, azaz az indokolt értesítés kézhezvételét követően haladéktalanul intézkedik a szolgáltató a tartalom hozzáférhetetlenné tételéről, vagy annak eltávolításáról, illetve jövőbeni feltöltésének megakadályozásáról.

Több tényezőt figyelembe véve és az arányosságra is tekintettel kell lenni annak vizsgálata során, hogy engedély hiányában az online tartalommegosztó szolgáltatások eleget tettek-e a fent leírt kötelezettségeiknek. Ilyen tényezők a szolgáltatás típusa, közönsége és mérete, a szolgáltatást igénybe vevők által feltöltött művek típusa, a különböző tartalmak hozzáférhetőségét megakadályozó meglévő eszközök technikai állásának alakulása, valamint ezek költsége.

A jogsértések megelőzése és az irányelvben foglalt rendelkezés az online tartalommegosztó szolgáltatók felelősségének limitálása szempontjából ösztönzőleg hathat a minél szélesebb körben alkalmazott előzetes, automatikus szűrés eszközeinek fejlesztésére.³⁶⁰ A nagyobb online tartalommegosztó szolgáltatók, mint például a Facebook vagy a YouTube, az eddigiekben is alkalmaztak technikai alapon működő ún. tartalomszűrőket (*upload filter*),

³⁶⁰ További kutatási kérdéseket vet fel, hogy milyen hatásokkal kell számolnunk, ha a szabályozás iránya a technológiai irányítás felé megy el, mint ahogyan ez a példa is ezt illusztrálhatja. Lásd erről bővebben például BROWNSWORD, ROGER: *Law, Technology and Society- Re-imagining the Regulatory Environment*. Routledge, 2019.

amelyek célja, hogy bizonyos típusú tartalmakra (pl. kiskorúak számára káros, vagy fegyverkészítéssel kapcsolatos tartalmak) előzetesen szűrjön, azok feltöltését megakadályozza. Ezen tartalomszűrők további fejlesztése, hatékonyabbá tétele egy költséghatékonyság-elemzés eredményeképpen olcsóbbnak bizonyulhat az online tartalommegosztó szolgáltatók számára, és – vélhetően – jobban elkerülhető vele a jogszabálysértés, mint egy kevésbé ismert szerzői jogi jogosult felkutatásába, a megkötendő felhasználási szerződés megtárgyalásába fektetett idő és energia. A nagyvállalatok válasza ebben a vonatkozásban is lehet szelektív. Bizonyos, nagyobb erőt képviselő szerzői jogi jogosultakkal kénytelenek lesznek majd felhasználási szerződést kötni, míg mások esetében nem, végső soron így csökkentve a tartalomkínálatot, vagy így elbillentve a tartalomkínálatot a nagyobb tartalomszolgáltatók javára. Így a szabályozás összességében a verseny ellen hathat, hiszen potenciálisan csak olyan vállalat veheti majd fel a versenyt ezekkel a piacon jelenleg kvázi-monopolhelyzetben lévő szolgáltatókkal és szolgáltatásokkal, amely van olyan tőkeerős, hogy hasonló technológiát tudjon kifejleszteni vagy beszerezni, illetve képes a szerzői jogi jogosultakkal kötött felhasználói szerződésekért cserébe megfelelő árat fizetni.

Jelenleg tartalom túlkínálat van. Az ésszerű tartalomszűrés tehát önmagában, a jogsértő tartalmaknak, mint 'zajnak' a kiszűrésével, lehet akár stimuláló hatású a valóban eredeti tartalmat előállítók számára, akik így szélesebb közönséghez érhetnek el.

A versenyfeltételek javítása érdekében, a kis forgalommal és kis közönséggel induló, új vállalkozások helyzetének javítására, valamint új üzleti modellek kidolgozása céljából a fenti szigorú szabályok alóli kivételeket állapít meg az irányelv. A kevesebb, mint 3 éve szolgáltatást nyújtó új online tartalommegosztó szolgáltatóknak, amelyek éves forgalma³⁶¹ nem éri el a 10 millió eurót, és az egyedi látogatók átlagos havi száma az Unióban nem haladja meg az 5 millió főt, csak az engedély megszerzése érdekében kell minden tőlük telhetőt megtenniük. Ez

³⁶¹ A 2003/361/EK bizottsági ajánlással összhangban kiszámított éves forgalom értéke

azonban nem befolyásolja a jog szerint rendelkezésre álló jogorvoslati lehetőségeket, így például a nemzeti bíróságok vagy közigazgatási hatóságok jogsértéstől eltiltó határozatainak meghozatalát. Ha pedig e szolgáltatók egyedi látogatóinak havi átlagos száma az Unióban az előző naptári év alapján számítva meghaladja az 5 millió főt, akkor még azt is bizonyítaniuk kell az online tartalomszolgáltatóknak, hogy mindent megtettek a nem engedélyezett művek elérhetőségének megakadályozására. Három évvel az Unióban való első online elérhetővé válást követően azonban az új online tartalmegosztó szolgáltatóknak nyújtott kedvezményes elbírálást meg kell szüntetni. Ki kell zárni továbbá a kedvezményekből az újonnan létrehozott vagy új néven nyújtott olyan szolgáltatásokat is, amelyek már létező online tartalmegosztó szolgáltató tevékenységét folytatják.

Az online tartalmegosztó szolgáltatók különböző intézkedéseit a jogosultak számára átláthatóvá kell tenni, különösen azokat, amelyek a jogosultakkal kapcsolatos együttműködésre kihatnak, így tehát például azokat az intézkedéseket, mechanizmusokat, amelyeket az online tartalmegosztó szolgáltatók engedély hiányában alkalmaznak.³⁶² Ez nem jelentheti azt, hogy az online tartalmegosztó szolgáltatók részletes és egyedi tájékoztatást lennének kötelesek nyújtani a jogosult minden egyes azonosított művéről, illetve annak felhasználásáról, kivéve, ha ez a követelmény a felhasználói szerződés részét képezi. Az online tartalmegosztó szolgáltatók és a jogosultak között létrejövő felhasználói szerződések ugyanis konkrét rendelkezéseket tartalmazhatnak a jogosultnak nyújtandó tájékoztatásra vonatkozóan.

Az irányelv külön kiemeli, hogy az online tartalmegosztó szolgáltató és a szerzői jogi jogosult közötti együttműködésnek vannak *korlátai*.³⁶³ Ezeket a kivételeket és korlátokat az

³⁶² Például, hogyan kell a megfelelően indokolt értesítéseket eljuttatni, milyen ágazati normáknak megfelelő védelmet alkalmaznak a jogosulti tartalmakat illetően.

³⁶³ 2019/790 irányelv, 17. cikk (7)

irányelv felsorolja; ilyen az idézés, a kritika, az ismertetés, a karikatúra, a paródia vagy az utáncat készítésének céljára történő felhasználások.

A viták tisztázására hatékony és gyors panasztételi és jogorvoslati mechanizmust kell az online tartalommegosztó szolgáltatóknak életre hívniuk. Ezek felülvizsgálata csak emberi munkaerő bevonásával végezhető. Törekedni kell arra, hogy a felhasználók, azaz a szolgáltatást igénybe vevők számára elsősorban peren kívüli jogorvoslati mechanizmusok álljanak rendelkezésre, de lehetővé kell tenni, hogy a jogosultak a szerzői jogi és szomszédos jogi kivételek és korlátozások elbírálása céljából bírósághoz vagy más illetékes hatósághoz fordulhassanak.

Az Európai Bizottság segíteni kívánja e szabályok alkalmazását azzal is, hogy iránymutatást ad ki az online tartalommegosztó szolgáltatásokra vonatkozó 17. cikk végrehajtására.

14.3 A 17. cikk eddigi utóéletéről

Az Európai Bizottság 2019 őszétől több, érdekelt felek közötti párbeszédet szervezett Brüsszelben,³⁶⁴ szakmai, érdekképviselői szervezetek, valamint tagállami megfigyelők részvételével, azzal a céllal, hogy jó gyakorlatokat, megoldásokat oszthassanak meg a felek egymással, valamint az esetleges aggodalmaikat is felvethessék a 17. cikk végrehajtása kapcsán.³⁶⁵ Az első két meghallgatás során az egyes szektorok (először a zene, játék és

³⁶⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/organisation-stakeholder-dialogue-application-article-17-directive-copyright-digital-single> [2019.08.12.]; Összesen hat ilyen találkozóra, megbeszélésre került sor. <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/stakeholder-dialogue-copyright> [2021.12. 12.]

³⁶⁵ Az utolsó két konzultáció során az érdekelt felek olyan témakörökben fejtették ki álláspontjukat, kételyeiket mint például milyen konkrét elvárások támaszthatók a szolgáltatók felé az engedélyek megszerzése érdekében figyelemmel arra, hogy minden tőle telhetőt megtesz ennek érdekében? Milyen kört ölelhet fel a szükséges és releváns információk megosztása a szolgáltatóval, hogy ez utóbbi valóban minden tőle telhetőt megtehesse a jogsértő tartalmak megjelenésének megakadályozása érdekében? Milyen mélységű és típusú információkat kellene a tartalomszolgáltatóknak feltétlenül megosztania a jogtulajdonosokkal?

szoftveripar, majd 2019 novemberében az audiovizuális, sport, kép, print és a híragazat) képviselői kaptak felszólalási lehetőséget, de a felhasználók érdekeit képviselő csoportok is felszólalhattak.

A konzultációk videó- és hanganyagának áttekintése során gyorsan kirajzolódik az a tény, hogy az egyes jogtulajdonosokat képviselő szektorok érdekei erősen különböznek egymástól. Ami az üzleti érdekeiket illeti, a két ellentétes pólust egyfelől a zeneipar, másfelől a audiovizuális ágazat képviseli. Míg a zeneipart képviselők az engedélyezési piac fejlődését remélik és hangsúlyozzák (csakúgy, mint a híragazat képviselői), hogy minél szélesebb körben szeretnék termékeik felhasználását engedélyeztetni, addig az audiovizuális ágazat (és ide kapcsolódva a sport, és print ágazat is) üzleti modellje elsősorban a tartalmak exkluzív és szelektív engedélyezésére épül. Következésképpen abban érdekeltek, hogy a platformok a 17. cikk (4) bekezdésben szereplő kötelezettségüknek hatékonyan tegyenek eleget, azaz megtegyenek mindent a jövőbeli feltöltések megakadályozására.

A harmadik és negyedik konzultáció tematikáját a tartalom felismerő technológia témaköre uralta. Egyfelől olyan vállalatok képviseltették magukat, amelyek tartalomfelismerő technológiát fejlesztettek és alkalmaznak (pl.: YouTube, Facebook); másfelől olyan cégek szolgáltak fel, akik ilyen technológiával rendelkeznek és azt az online platformszolgáltatók számára rendelkezésre bocsáthatják (pl.: Audible Magic, PEX, Videntifier and Smart Protection). Az alkalmazások nem egyforma mértékben és biztonsággal képesek felismerni a különféle tartalmakat; például a képi és az írt tartalom felismerése igen eltérő pontosságú. Noha az audio- és videotartalomnak a jogtulajdonosok által biztosított referenciadokumentumokhoz való illesztése alapvetően megoldott, az automatizált tartalomfelismerő (ACR) rendszerek nem képesek meghatározni a tartalom adott felhasználásának jogszerűségét.

Álláspontom szerint kiemelt figyelmet érdemel a jogtulajdonos által biztosított referenciadokumentumok kérdésköre, mert a szerzői jogi jogfelfogásban alapvető szemléletváltozást látszik

megjeleníteni. A szerzői jog, ellentétben az iparjogvédelemmel, nem bejelentéssel, hanem az alkotás létrehozatalával, automatikusan keletkező jog. A jog érvényesíthetősége, különösen a digitális világ sajátosságaira is figyelemmel azonban előtérbe helyezhet valamilyen bejelentés, nyilvántartás alapú rendszert a jövőben.

Magyarországon a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala³⁶⁶ lehetőséget biztosít ún. önkéntes műnyilvántartásba vételre. Ez a díjköteles szolgáltatás – bár önmagában jogi védelmet nem keletkeztet – egy esetleges jogsértés kapcsán bizonyító erejű lehet arra nézve, hogy a nyilvántartásba vett mű az akkori tartalommal létezett és erről a Hivatal közokiratot állít ki.

Időközben, ugyan az eredetileg tervezetthez képest jelentős csúszással, de végül 2021 nyarán megjelent az Európai Bizottság közleménye,³⁶⁷ amely a 17. cikk végrehajtásával kapcsolatban tartalmaz útmutatást. Ennek egy, a fenti gondolatmenetet alátámasztó részletét emelném itt ki, a teljes útmutató ismertetését mellőzöm, mivel a 17. cikk jóval szélesebb körben ölel fel tartalmakat, és mert a 15. cikk érvényesülése esetén, a felhasználási szerződések során kell a sajtótartalmakat értékelni és a 17. cikkből fakadó szolgáltatói kötelezettségekre is kitérni.

Az útmutató is elismeri, hogy a technika jelenlegi állása szerint nem elérhető egyetlen olyan technológia sem, amely a jogszabályban előírt szinten tudná értékelni, hogy a felhasználó által feltölteni kívánt tartalom jogsértő vagy jogszerű-e. A tartalomfelismerő technológia azonban arra alkalmas, hogy olyan szerzői jogi védelem alatt álló konkrét tartalmakat azonosítson, amelyekre vonatkozóan a jogosultak a szolgáltatók rendelkezésére bocsátották a lényeges és szükséges információkat. Példálózó jelleggel említi az útmutató például azt a lehetőséget, hogy ún. ujjnyomatvétel alkalmazása esetén a szolgáltató felkérje a jogosultakat arra, hogy bocsássák rendelkezésre az adott mű/teljesítmény ujjnyomatát, vagy legalább egy

³⁶⁶ <https://www.sztnh.gov.hu/hu/szakmai-oldalak/szerzoi-jog/hogyan-vedjem-meg-szerzoi-jogaimat/onkentes-munylvantartas> [2021.12. 12.]

³⁶⁷ A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak a digitális egységes piacon a szerzői jogról szóló (EU) 2019/790 irányelv 17. cikkével kapcsolatos iránymutatás; COM(2021)288, Brüsszel, 2021.06.04.

olyan fájl, amelyből maga a szolgáltató fog ujjnyomatot venni, a tulajdonjogra vonatkozó információkkal együtt. „Metaadatokon alapuló megoldások esetén a megadott információk közé tartozhat például a cím, a szerző/előállító, az időtartam, a dátum vagy más olyan információ, amely lényeges és szükséges ahhoz, hogy az online tartalmegosztó szolgáltatók el tudjanak járni. Ebben az összefüggésben fontos, hogy a jogosultak által megadott metaadatok a későbbiekben ne kerüljenek eltávolításra.”

Ezzel párhuzamosan, Lengyelország panaszt nyújtott be az Európai Parlament és az EU Tanácsa ellen a 17. cikk (4) bekezdés b) és c) pontjának megsemmisítése érdekében arra hivatkozva, hogy ezek a szűrési kötelezettségek cenzurához vezetnek és korlátozzák a véleménynyilvánítás szabadságát. 2021. július 15-én Saugmandsgaard ØE főtanácsnok indítványában a kereset elutasítását javasolta. Az Európai Unió Bíróságának végleges döntése még várat magára.

14.4 Az irányelv sajtókiadókra vonatkozó szabályainak átültetése: az első, a francia szabályozás

Az irányelv elfogadását követően az Európai Unió tagállamai között elsőként Franciaország ültette át nemzeti jogába az irányelv sajtókiadókra vonatkozó szomszédos jogi szabályait, amelyek 2019. október 24-ével hatályosak. A Google gyors és határozott reakciójában kijelentette, hogy nem fizet a francia sajtókiadóknak tartalmaik keresőmotorban való bemutatásáért, inkább változtat a keresési eredmény megjelenítésén. Másként fogalmazva, a sajtócikkre mutató linken kívül töröl minden tartalmi vonatkozású hivatkozást, például a címet, a kivonatot, valamint a fényképeket és videókat, hacsak a sajtókiadók a cikkeik metaadataikban nem helyeznek el olyan azonosítókat, amelyek a keresőmotorral kommunikálva jelzik, hogy a tartalom mely részei szabadon elérhetőek.

Az elfogadott francia szabályozás értelmében a szellemi tulajdonjogokról szóló törvénykönyv I részének második könyve egy új (VIII.) fejezettel bővül (L.218.), amely a sajtókiadók és sajtóügynökségek jogai címet viseli és a szerzői joggal szomszédos jogok fejezet részeként kerül bővítésre. A szerzői joggal szomszédos jogokra vonatkozó általános szabályokat az L.211-1.- L.211-7. cikkek tartalmazzák.

A francia törvény L.218-1. cikke, összhangban az irányelv 2. cikk 4. pontjában megadott definícióval a sajtókiadvány fogalmát iktatja törvénybe. Ennek második bekezdése pedig az irányelv Preambulum (55) pontjával összhangban kizárja azokat az időszakos kiadványokat, amelyek tudományos célú publikációk. E cikk II. és III. pontjai visszautaló jelleggel hivatkoznak azokra a már meglévő nemzeti jogszabályokban lefektetett fogalmakra, mint amilyen a 'hírügynökség' és a 'szerkesztő'. Ezeket az ott lefektetett definíció szerint kell értelmezni. Végül a IV. pont szerint a törvény hatálya kiterjed az Európai Unió valamely tagállamának területén letelepedett sajtókiadókra és hírügynökségekre.

A sajtókiadó vagy a hírügynökség engedélyére a sokszorosítást vagy nyilvánossághoz közvetítést megelőzően kell megszerezni részleges vagy teljes felhasználás esetén. A törvény felhatalmazza a sajtókiadókat illetve a hírügynökségeket, hogy jogaik érvényesítésére közös jogkezelő szervezetet bízzanak meg.

Az L.218-4. cikk kimondja, hogy a sajtókiadókat megillető díjazás alapja bármely, közvetett vagy közvetlen felhasználásból származó bevétel, vagy ennek hiányában, a felhasználások ellenértékét átalányalapon kell megállapítani. Ennek megállapításához irányadó szempontokat is felvázol a törvény, így például figyelembe kell venni a kiadók és a hírügynökségek emberi, anyagi és pénzügyi befektetéseinek mértékét, a sajtókiadványok hozzájárulását a politikai és általános tájékoztatáshoz, valamint a sajtókiadványok szerepét az online kommunikációs szolgáltatások számára.

Az átláthatóság, mint működési kritérium is megjelenik a szomszédos jogok vonatkozásában, a törvény L.218-4. utolsó bekezdése konkrét tájékoztatási kötelezettséget ír elő, azaz a nyilvánossághoz közvetítést végző szolgáltatók kötelesek a sajtókiadók és hírügynökségek rendelkezésére bocsátani a sajtókiadványok felhasználásával kapcsolatos valamennyi információt, valamint minden olyan információt, amely e cikk első bekezdésében említett díjazás átlátható értékeléséhez és annak elosztásához szükséges.

A fenti cikk alapján keletkezett bevétel megfelelő és méltányos része az újságírók illetve egyéb szerzők illeti, ennek részletes szabályairól a kollektív szerződésben, a munkaszerződésben vagy szakmai szervezetek megállapodása alapján kell rendelkezni, attól is függően, hogy az újságírói teljesítményt milyen jogviszonyban hozták létre. Amennyiben a feleknek erre nézve megállapodást hat hónapon belül nem sikerül kötniük, a törvény egy Bizottság felállítását helyezi kilátásba. E Bizottság működését rendelet szabályozza.

A Google egy jogdíjmentes engedélyezési programot kívánt bevezetni, amelyet az olvasóközönség elvesztésétől tartva a sajtókiadók kezdetben elfogadtak és tartalmaik online felhasználását ingyenesen lehetővé tették. A Google mellett hasonlóan reagáltak más nagy platformok is, mint például a Bing, a Qwant, a Lilo valamint a Facebook. Ezzel párhuzamosan ugyanakkor versenyhatósági eljárást kezdeményeztek a nagyvállalat ellen erőfölénnyel való visszaélés miatt. A francia versenyhatóság 500 millió euróra bírságolta az amerikai technológiai óriáscéget, amiért nem tartotta be a hozott ideiglenes intézkedéseket. Ennek értelmében a Google-nek „jóhiszeműen” tárgyalnia kellett volna a sajtóipar képviselőivel a felhasználási jogdíjakról.

14.5 Eredmények?

Keveset tudunk az eddig elért eredményekről. A globális fellépés azonban egyes országokban hozott sikereket. A Google News Showcase kezdeményezése egyfajta válaszlépés a szabályozói trendre, bár valójában sok részlete nem ismert. A Google szóvivője licencprogramként utal rá, amely testre-szabható, válogatott tartalmat biztosít a Google News és a Discover szolgáltatásban, azaz nem a linkekért, snippetekért, rövid kivonatokért vagy főcímek felhasználásáért adott kifizetés.

A Google stratégiája szerint tehát továbbra is egyénileg igyekszik az országokat, vállalatcsoportokat kezelni, erre szolgál most elsősorban a 'News Showcase' kezdeményezés. Ennek keretében sajtóhírek szerint mintegy 15 országban – köztük az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban, Ausztráliában, Franciaországban, Németországban, Olaszországban, Indiában, Argentínában, Brazíliában, Kanadában, Japánban, Csehországban, Kolumbiában, Ausztriában és Írországban – sikerült pénzügyi, ún. tartalmat készpénzért ('cash-for-content') típusú, több éves megállapodás kötni a Google és több száz kiadó között. Természetesen, az egyénileg, szigorú titoktartási kötelezettség mellett kötött szerződések magánjogi szerződések, ezért csak becslések állnak rendelkezésre egy-egy szerződés valódi anyagi értékéről és nem lehet azt sem megítélni, mely vállalatcsoportok milyen összeget érhetnek meg a vállalatóriás számára. Ugyanakkor minden megszületett megállapodás nyomás alá helyezi a többi kiadót, kiadócsoporthoz, hiszen a láthatóság legalább annyira fontos, mint a bevétel. Sajtóhírek szerint a Google új kezdeményezését elfogadó szerződéses partnerek közé tartozik a Telegraph és a Financial Times az Egyesült Királyságban, a Le Monde Franciaországban, a Der Spiegel Németországban, az indiai Express, a kanadai Globe and Mail, a Reuters több országban és a Clarin Argentínában.³⁶⁸

³⁶⁸ WILLIAM TURVILL: Google News Showcase: Publishers break silence over secret deals behind \$1bn scheme, 2010. szeptember 30. <https://pressgazette.co.uk/google-news-showcase/> [2021.12.12.]

Mindenesetre, az eddigi adatok arra utalhatnak, hogy a Google egyes nagy nyelvi csoportot képviselő, régóta a piacon lévő, márkát építő, többnyire országos vagy akár több országot lefedő sajtótermékekkel, vállalatcsoportokkal szorgalmaz szerződéses kapcsolatot. A hírnévhatás vizsgálatának a fontosságára már Cagé kutatása is figyelmet irányított. A Reuters Intézet digitális hírszolgáltatásról szóló 2018-as jelentése a hírekbe vetett általános bizalom mellett azt is vizsgálta kérdőíves felmérésében, hogy a hírfelhasználók milyen bizalmat tanúsítanak egyes márkák iránt. Az adatok országonként jelentős eltéréseket mutattak az egyes hír-előállítókkal szemben táplált bizalmat illetően.³⁶⁹ A márkába vetett bizalom alapján döntő hírfelhasználók száma erősödő tendenciát mutat és 2018-hoz képest csekély emelkedést regisztráltak a megbízható, jó hírnevű márkák előfizetőinek³⁷⁰ számában is.

Mindeközben az emberek figyelméért vívott harc, a hírek, tartalmak eljuttatásáért folyó verseny is újabb és újabb fordulatot vesz, visszahatva magukra a platformokra is, amelyeken keresztül a tartalmakhoz a fogyasztók hozzáférnek. A hagyományos újságírás mellett növekszik a vizuális médiatartalmak fogyasztása, illetve az ún. podcast adások látogatottsága. A Spotify, az Amazon és a Google már hosszabb ideje a podcastokba fektet, mert ezek iránt lát növekvő keresletet, és mert legnagyobb versenytársa, az Apple dominanciáját próbálja ellensúlyozni e téren. A Spotify is hatalmas összegeket fordít kizárólagos jogok megszerzésébe (így például állítólag 1 millió dollárt fizetett a Joe Rogan podcast kizárólagos jogaiért),³⁷¹ valamint videofunkciókat is bevezetett alkalmazásába. A videós podcasting újfajta terjesztési lehetőségek még szélesebb skáláját nyitja meg, és újabb definíciós kihívások elé állítja a kutatókat, jogalkotókat.

³⁶⁹ Reuters Institute Digital News Report (2018.) i. m. 42-44. o.

³⁷⁰ Reuters Institute Digital News Report (2018.), Reuters Institute Digital News Report (2019.); Reuters Institute Digital News Report (2020.); Reuters Institute Digital News Report (2021.)

³⁷¹ Reuters Institute Digital News Report (2021.) 28. o.

15 A szerzői jogi értéklánc az elektronikus modellben

A szerzői jogot a technikai eszközökkel megvalósított másolatkészítés hívta életre. ZÖDI ZSOLT könyvében³⁷² levezeti hogyan ékelődnek újabb és újabb szereplők ebbe az értékláncba, vagyis a szerző és a szerzői tartalom nyilvánossága közé a technika és technológia változásával, valamint azt is, hogy e változások hogyan hatnak a nyilvánosság fogalmára.

Míg kezdetben a szerző és a nyilvánosság közé csak a kiadó ékelődött, aki fokozatosan magához ragadta a szelektálás funkcióját és maga is hasznot hajtott a szerző, mint tartalom-előállító munkájából, addig az elektronikus modellben a kiadó mellett már a közös jogkezelő és az értékesítési csatorna is szereplője lesz az értékláncnak, akik szintén részt vesznek a mű értékesítésének folyamatában. Az értéklánc szereplőinek sora az idővel egyre csak bővül, és a jövedelmet kiegészítő hirdetői bevétel ezáltal egyre egyenlőtlenebbül oszlik meg az értéklánc egyes szereplői között. A megtermelt bevétel egyre nagyobb része a disztribútoroknál, azaz a forgalmazóknál csapódik le, akik közé ma már az internetes forgalomirányítók is besorolhatók.

Ezzel párhuzamosan a technológia fejlődése és elérhetősége tartalom- és információs túltermeléshez is vezet³⁷³, továbbá a nyilvánosság szerkezete is átalakulóban van. Sőt, megfigyelhető, hogy míg kezdetben a verseny a kiadók között a szerzőért, az előállított tartalomért folyt, mostanra a verseny tárgya a fogyasztó figyelme lett.

A digitalizáció, mint technika elhozta az eredeti műpéldány sérelme nélküli, korlátlan minőségi másolás és potenciálisan korlátlan virtuális hozzáférés lehetőségét. Az információ

³⁷² ZÖDI ZSOLT: *Platformok, robotok és a jog. Új szabályozási kihívások az információs társadalomban*. Gondolat Kiadó, Budapest, 2018. 146-153. o.

³⁷³ A pandémia és az ezzel összefüggő egészségügyi információk szókapcsolat összevonása kapcsán például meghonosodni látszik az ún. infodémia kifejezés is. Lásd például POLYÁK GÁBOR – NAGY KRISZTINA: *Regulating health communication in the post-truth era*. *Intersections: East European Journal of Society and Politics* 7:3, 120-138. (2021)

menyiségének növekedése és az abban való eligazodás igénye pedig kitermelte a platformokat és az azok szolgáltatásaira való igényt.

A felhasználók azonban nem szeretnek, és nem akarnak fizetni a tartalomért, hiszen tartalomból ma már rengeteg áll rendelkezésre, az egyes személy fogyasztása pedig nem károsítja a fennmaradó tartalmat sem minőségileg, sem mennyiségileg.³⁷⁴ Talán ez is oka annak, hogy a szerzői jogi jogsértések esetében egy átlagos felhasználónak elvont, nehezen megfogható fogalom lett az anyagi kár. Hiszen a tartalom az ő fogyasztása által nem tűnt el és minőségét tekintve sem látható benne károsodás.

Az újságírás mellett más gazdasági, kulturális szektorokat is érint és átalakít a technológia. Leginkább a zeneipar, a nagy zenekiadók, az online zenemegosztás jogi, gazdasági hatásairól olvasható számtalan cikk.³⁷⁵ Ám legalább ennyire érintett a könyvkiadás, vagy a filmipar is.³⁷⁶ Ezen szintén kulturális termékek terjesztésének problémáira azonban jelen dolgozatban nem térünk ki. Megemlíthjük ugyanakkor CAMERON ÉS BAZELON³⁷⁷ 2013-as tanulmányát, amelyben a szerzők összefoglalják az említett három, leginkább a szerzői jogtól függő iparágban az értéklánc addig tapasztalt változásait és az ezekre válaszként addig megjelenő gazdasági modelleket.³⁷⁸ Tanulmányukban az újságírás, a sajtó szerzői jogi kérdései még nem kapnak

³⁷⁴ Lásd még BODÓ BALÁZS: *Okok és tünetek hol van árazási probléma az online piacokon?*. Infokommunikáció és Jog 2010/6, 204-205. o.

³⁷⁵ MEZEI, PÉTER: *Mi a helyzet? - Új online üzleti modellek a zeneiparban.* (2011) <http://copy21.com/2011/07/mi-a-helyzet-uj-online-uzleti-modellek-a-zeneiparban/> [2019.08.12.]; MEZEI, PÉTER: *Sampling az Európai Bíróság előtt – szerzői jogok kontra művészeti szabadság.* In: Európai Jog 2019/3, 28-35. o.

³⁷⁶ CAMERON, LISA J.– BAZELON, COLEMAN D.: *The Impact of Digitization on Business Models in Copyright-Driven Industries: A Review of the Economic Issues.* In: MERRILL, STEPHEN A. – RADUCHEL, WILLIAM J. (Eds.): *The Impact of Copyright on Innovation in the Digital Age.* The National Academy of Sciences' Board on Science, Technology, and Economic Policy, February 2013.

³⁷⁷ CAMERON, LISA J.– BAZELON, COLEMAN D. (2013) i.m.

³⁷⁸ Például a zeneipar területén ilyenek a digitális áruházak; az előfizetési rendszerben működő zenei szolgáltatások; kiegészítő termék eladások kialakítása; kiegészítő, művészhez köthető termékek piaca; a tömegalapú finanszírozási rendszer; valamint a kötelező blanketta szerződésekből származó befizetések. Ezzel szemben a gazdasági modelleket Priest három kategóriába sorolja: (1) az előfizetési modell; (2) a hirdetés által támogatott modell; valamint a (3) általános engedélyezési rendszer. PRIEST, ERIC: *Why Emerging Business Models and not Copyright Law are the Key to Monetising Content Online.* In: FITZGERALD, BRIAN ET AL. (Eds.): *Copyright Law, Digital Content, and the Internet in the Asia-Pacific.* Sydney University Press, 2008. 119-141. o.

szerepet. Bár a téma, vagyis az, hogy hogyan menthető meg az újságírás, már ekkor napirenden szerepelt.

Amerikában az 1990-es évek közepétől kezdett megjelenni az az igény, hogy a jelentősebb sajtóorgánumok és hírcsatornák az interneten is megtalálhatóak legyenek.³⁷⁹ A webes megjelenést tartalmilag támogatandó, ebben az időben a fizikailag kiadott műpéldányokban megjelent és újrafogalmazott tartalom biztosította. A híreket ugyanakkor archiválták, amely adatok fokozatosan lehetőséget biztosítottak egy híradatbázis kiépítésére, amely a későbbiekben akár az online felhasználók rendelkezésére állhat.³⁸⁰ A web kezdeti népszerűsége növelő hatása következtében a sajtóipar stratégia és kockázatelemzés nélkül bővítette netes tartalmait és felületét.

Ezzel párhuzamosan, éppen a „dot-com” korszak következtében hatalmas információbővülés vette kezdetét. Mindeközben pedig megjelentek azok a felületek, ahol felhasználói tartalmak is feltölthetővé és elérhetővé váltak. Az elmúlt évtized vége óta pedig exponenciális a technika fejlődése, a digitalizáció hatására szinte elkerülhetetlen a fogyasztók kapcsolata a média tartalmakkal is telített internettel. Ezzel kell a sajtónak is lépést tartania. Csupán érdekesség, hogy míg 2000-ben világszerte 4400-ra volt tehető az online sajtókiadványok száma, addig 2018-ban csak Spanyolországban 3000 aktív online sajtókiadványt tartottak számon.³⁸¹

Az első fizetőfallal védett internetes újság 1997-ben a Wall Street Journal volt. Mára a fizetőfalas rendszer több változatát igyekeznek meghonosítani az online sajtótermékek: van, ahol például havi díjas előfizetéssel korlátlan az elérhető tartalmak száma; van, ahol meghatározott számú ingyenes tartalmat követően kell csak előfizetni; de lehetőség van egy-

³⁷⁹ SALAVERRIA, RAMÓN: *Digital Journalism: 25 years of research*. Review Article. *El profesional de la información*, v. 28, n.1, e280101

³⁸⁰ LESICKO, CHRISTINE KATHERINE: *The New News: Challenges of Monetization, Engagement, and Protection of News Organizations' Online Content*. 2 Reynolds Ct. & Media Law Journal (2012), 348-50. o.

³⁸¹ SALAVERRIA, RAMÓN i. m. 4. o.

egy cikkhez való hozzáférés megvásárlására is; illetve működnek önkéntes hozzájáruláson, adományon alapuló rendszerek. Ehhez társulhatnak még a tagsághoz kötött előnyöket kínáló egyéb fizetős programok, amelyek révén a sajtókiadók igyekeznek további kiszámítható bevételhez jutni. Mindamellett azonban a hirdetésből származó jövedelem továbbra is meghatározó része a sajtókiadók bevételeinek.

Amerikában arra is voltak törekvések, hogy egységes, nemzeti fizetőfalas rendszert hozzanak létre. Ennek alapját egy versenyjogi kivétel adta volna, amely tulajdonképpen kiveszi a média és a hírszolgáltatók ilyenfajta összejátszását a versenyjogi (trösztellenes) szabályozás hatálya alól, de erre végül nem került sor.³⁸²

Természetesen, ahogyan a korábbiakban már ismertettük, léteznek felhasználási szerződéseket eredményesen megkötő hírszolgáltató szervezetek is, mint például az Associated Press.³⁸³

A szabadon szerkesztett, bloggerek és civil újságírók által vezérelt média igézete 2005-2010 között újabb szint vitt a hagyományos újságírás válságáról szóló vitákba.³⁸⁴ YOCHAI BENKLER, a Harvard Egyetem jogprofesszora például a sajtó demokráciában betöltött 'watchdog' szerepének ellátását elképzelhetőnek tartotta az állampolgár-riporterek hálózatán keresztül, azaz az egyének hálózatos kapcsolódása által. Ezt nevezte ő hálózatba kapcsolt közsférának („networked public sphere”).³⁸⁵

³⁸² SALAVERRIÁ, RAMÓN i. m. 352., 365 o.

³⁸³ 2006 augusztusában kötött felhasználási megállapodást a Google és az Associated Press (AP) hírügynökség tartalmi felhasználására vonatkozóan, amelynek részletei üzleti titkot képeznek. Auchard, Eric: AFP Google News settle law suit over Google News, 8 April 2007. <https://www.reuters.com/article/industry-google-afp-dc-idUSN0728115420070408> [2019.08.12.]

³⁸⁴ <https://index.hu/tech/net/citizenjour0/> [2019.08.12.]; Magyarországon a virtus.hu 2005 és 2012 között egy mindenki által szerkeszthető, általános témájú közösségi internetes lap volt.

³⁸⁵ YOCHAI BENKLER: *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press, New Haven, 2006.

BENKLER a szerzői jog fejlődésében a kereskedelmi termelés védelmének szisztematikus előtérbe helyezését látta, amelyet a tulajdoni jellegű szerzői jog erősödésében vélt felfedezni.³⁸⁶ Úgy gondolta, hogy van egy mélyen gyökerező tévhit, amely szerint több tulajdonszerű jog egyenes következménye lesz a nagyobb termelékenység, holott ez szerint egyáltalán nem szükségszerű vagy törvényszerű.³⁸⁷ De ha még úgy is volna, akkor sem törvényszerű, hogy a termelékenység növekedése egyenes arányban áll a növekvő fogyasztással.³⁸⁸

A fenti gondolatmenetet a hírek világára lefordítva tehát azt mondhatjuk, hogy a szomszédos jogi védelem lényegében egy ilyen tulajdonszerű jogot biztosít a sajtó képviselőinek. Ám ez egyáltalán nem vezet szükségszerűen jobb, vagy minőségibb újságcikkek megszületéséhez, és biztosan nem vezet e tartalmak növekvő fogyasztásához sem. Már csak azért sem, mert ezzel párhuzamosan tapasztalható egy másik jelenség is: a tömeges információ jelenléte miatt a komplexebb munkát kívánó olvasás helyett ugyanis megjelent a vizualizált, azaz a képileg segített, rövidebb, nyelvileg elmondott információkra való megnövekedett igény.³⁸⁹

16 Szabályozói alternatívák: válaszok keresése a múltban, lehetséges alternatív utak, további Európai Uniósi fellépés

Az Egyesült Államokban még az 1980-as években, a televíziós műsorszórás elterjedésével megerősödött a szerzői jog tulajdon-jellegű felfogása.³⁹⁰ A szerzői jog e tulajdonszerű

³⁸⁶ YOCHAI BENKLER i. m. 439. o.

³⁸⁷ YOCHAI BENKLER i. m. 451. o.

³⁸⁸ DANBURY, RICHARD – HARGREAVES, IAN – BENTLY, LIONEL: *Is an EU publisher's right a good idea?*. Centre for International Property and Information Law, University of Cambridge. 15 June, 2016. 2-82. p.33.

³⁸⁹ Ez pedig magával hozta a 'deepfake' tartalmak problémáját.

³⁹⁰ ZIMMERMANN, STEPHEN S.: *A Regulatory Theory of Copyright: Avoiding a First Amendment Conflict*. EMORY Law Journal, Vol. 35./ 1986., 163-211. o.

értelmezése idővel nem változott, ám a jogtulajdonosok attitűdjei alapján ZIMMERMAN négyféle stratégiát látott működni a szerzői művek online felhasználását illetően már a 2000-es évek elején.³⁹¹ Az első a „tagadók” stratégiája, akik mindent megtesznek azért, hogy tartalmaikat digitálisan ne forgalmazzák, ezzel próbálva kontroll alatt tartani tartalmaik felhasználását. A második csoportba ZIMMERMAN a „lakatosokat” sorolja, akik különböző technológiai eszközökkel (DRM) igyekeznek felügyelni azt, ahogyan a tartalmaikat felhasználhatják. A harmadik csoportba a „felforgatókat” sorolja, akik ugyan a szerzői jogból indulnak ki, de igyekeznek azt új értelmezési keretbe illeszteni, mint például a Creative Commons³⁹² engedélyezési rendszere, vagy a nyílt forráskódú szoftverek általános, nyilvános engedélyezési rendszere (General Public License). Végül ZIMMERMAN negyedik stratégiai csoportjába a „felfedezők” tartoznak, akik nem hagyatkoznak a szerzői jogra az online világban, és mintegy tudomásul veszik tartalmaik szabad felhasználását.³⁹³

A jogosultak szerzői jogi igényre alapozott jogérvényesítést bírósági úton többször is megkíséreltek.³⁹⁴ 2008 januárjában a legnagyobb és legrégebbi hírügynökség az *Associated Press* (AP) nyújtott be keresetet az *All Headlines News* (AHN) híraggregátor ellen az Egyesült Államokban, kifogásolva tartalmi másolását, újra írását és viszonteladását.³⁹⁵

Az eset kapcsán PARK³⁹⁶ feltérképezte azokat a lehetséges megközelítési módokat, amelyek az internetes újságírás kihívásaira válaszul szolgálhatnak:

³⁹¹ ZIMMERMANN, STEPHEN i. m.

³⁹² Ennek elindítója Lawrence Lessig

³⁹³ ZIMMERMAN, DIANE LEENHEER: *Finding New Paths through the Internet: Content and Copyright*. Tul. J. Tech. and Intell. Property, Vol. 12/2009. 145-160. o.

³⁹⁴ Lásd ezekről bővebben SZALAY KLÁRA – POLYÁK GÁBOR: *Hírérték – hír, érték: A híraggregáció jogi megítélése a szerzői jog és a híripiaci változások tükrében*. Magyar Jog, 2018/12. 679-689. o.

³⁹⁵ PARK, DANIEL S.: *The Associated Press v. All Headlines News: How Hot News Misappropriation Will Shape the Unsettled Customary Practices of Online Journalism*. Berkely Technology Law Journal, Vol. 25/1, January 2010. 369-394. o.

³⁹⁶ PARK, DANIEL i. m.

- (1) A tartalmat lehet *sui generis* szabályozással védeni. Erre már POSNER bíró is tett utalást. POSNER szerint, az amerikai szövetségi szerzői jogi törvényt ki lehetne egészíteni egy olyan szabállyal, amely megtiltja a szerzői jogilag védett tartalmakhoz való online hozzáférést a jogtulajdonos engedélye nélkül, illetve megtiltja ezen tartalmak felhasználását, például az ezekre mutató linkelést vagy a tartalom átfogalmazását a jogtulajdonos engedélye nélkül.³⁹⁷
- (2) Szabályozással kialakítható a non-profit státus. PARK a helyi, kisebb lapok számára tenné lehetővé az ún. non-profit státus kialakítását, amely együtt járna azzal, hogy a lap adómentességet kap mind az előfizetői díjak, mind a reklámokból származó bevételekre, abban az esetben ha politikai támogatástól mentesen, közmédia jelleggel működnének.
- (3) Megcélozható egy kis, szűk piaci szegmens. A Wall Street Journal mintájára, kisebb, szűk piaci szegmest megcélozva stabil előfizetői és ezáltal hirdetői kör működtethető a piacon. Vagy, ennek alternatívájaként, olyan, helyi hírekre specializálódott, non-profit helyi lap előfizetői körét lehetne kialakítani, amely lap lehet egy nagyobb hálózat része, úgy, hogy közben számíthat a helyi olvasók hűségére.
- (4) A bevétel megosztható a lap és a híraggregátorok között. Erre példa az AP és a Google megállapodása.³⁹⁸ Itt vannak olyan technológiai újdonságok³⁹⁹ is, amelyek reményt adhatnak arra, hogyan lehet jobban osztani a bevételeken. Ilyenek voltak

³⁹⁷ „Expanding copyright law to bar online access to copyrighted materials without the copyright holder's consent, or to bar linking to or paraphrasing copyrighted materials without the copyright holder's consent, might be necessary...” <http://www.becker-posner-blog.com/2009/06/the-future-of-newspapers--posner.html> [2019.08.12.] 06/23/2009 *The Future of Newspapers* – POSNER

³⁹⁸ CHIOU, LESLEY – TUCKER, CATHERINE: *Content Aggregation by Platforms: The Case of the News Media*. National Bureau of Economic Research, July 2015.

³⁹⁹ PARK, DANIEL, i. m. 378-379. o.

például a Google FastFlip,⁴⁰⁰ DoubleClick⁴⁰¹ valamint a mikrofizetési rendszerek⁴⁰².

RUPERT MURDOCH, a News Corp vezérigazgatója ezzel szemben a Bing-el folytatott tárgyalásokat arról, hogy tartalmaikat kizárólagosan ott jeleníthessék meg, ezzel mintegy versenyt teremtve a Google-nak. Hasonló megállapodást terveznek az Apple iPad-je és a hírszolgáltatók között.

- (5) Technikai védelem fejlesztése a jogellenes felhasználás ellenőrzésére. A digitális jogok kezelését szolgáló rendszerek (DRM) részeként digitális engedélyezési keretrendszereket dolgoztak ki. Ezt az AP hírügynökség kezdeményezte.
- (6) Új fizetési modellek létrehozása, a paywall különböző alternatívái. Az éves előfizetési rendszertől, a click-per-view, azaz, az egyedi tartalomért való fizetésen, valamint az egyéni adományok rendszerén keresztül, a szerkesztői tartalmakhoz és egyéb kapcsolt szolgáltatásokhoz való hozzáférésért való fizetésig terjednek az alternatívák.
- (7) Közfinszírozás biztosítása. Ezt PARK úgy képzelte el, hogy a jóváírt összegeket egy állami pénzalapon keresztül oszthatnák vissza, bevételeket pedig a rádió- és televíziós engedélyek, a frekvenciaengedélyek és az internetes szolgáltatókra kivetett pótdíjakból befolyó összegekből képezne az alap.⁴⁰³ Vita tárgya lehet azonban, hogy egy esetleges kormányzati támogatás mennyire fér össze a sajtó függetlenségével egyfelől. Másfelől mérlegelni szükséges, hogy a magas színvonalú

⁴⁰⁰ Ennek célja az volt 2009-ben, hogy növeljék a forgalmat és, ezáltal a hirdetői bevételeket is az újságkiadók webhelyein. Ennek keretében a Google olyan partnerekkel állapodott meg, mint az Associated Press, a BBC, a New York Times vagy a Washington Post.

⁴⁰¹ A DoubleClick reklámoptimalizáló rendszert a Google még 1996-ban fejlesztette. 2018-ban jelentették be, hogy a DoubleClick és a Google Analytics 360 Suite 2018 nyarától Google Marketing Platform név alatt egyesül. Cél, hogy az adatok alapján még hatékonyabb reklámokat lehessen összeállítani.

⁴⁰² A mikrofizetési rendszerek olyan technikai megoldások, amelyeken kis összegű vásárlások is egyszerűen, olcsón és gyorsan lebonyolíthatók (ilyen pl. a Paypal is).

⁴⁰³ Mac Slocum, Downie and Schudson's 6 Steps Toward "Reconstructing" Journalism, NIEMAN JOURNALISM LAB, Oct. 19, 2009, <http://www.niemanlab.org/2009/10/downie-and-schudsons-6-steps-toward-reconstructing-journalism/> [2019.08.12.] (summarizing the Leonard Downie & Michael Schudson's report, The Reconstruction of American journalism) és LEONARD DOWNIE, JR. & MIHAEL SCHUDSON: *The Reconstruction of American journalism*. Columbia Journalism Review; https://archives.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php [2019.08.12.]

és pluralisztikus hírtartalom előállítása során hagyatkozhatunk-e pusztán a piacra és annak működésére?⁴⁰⁴

A fenti alternatívák nagyobb része mára megvalósult kisebb-nagyobb mértékben és földrajzilag különböző helyeken, különböző kombinációkban.

Ezekén túl azonban érdemes további alternatívák újragondolása. Az *internetes előfizetésekbe épített átalánydíj*, mint megoldási lehetőség – mintegy az üreskazetta jogdíj mintájára – Magyarországon is felvetődött már, a 2010-es évek legelején. Az átalánydíj bevezetésére itthon a komoly ellenállás miatt⁴⁰⁵ azonban végül nem került sor.

TÓTH PÉTER⁴⁰⁶ négy ellenérvet sorakoztatott fel ennek tárgyalása kapcsán, jóllehet összességében nem zárta ki az internetes átalány megoldásának hasznosságát a felhasználások rövid távú monetizálására:

1. A nemzetközi szerzői jogi egyezmények és az arra épülő európai szabályok rendszere, amelyek szerint az átalánydíj ütközik a szerzői jog kizárólagosságával.
2. A kizárólagos jog elvesztése hosszú távon hátrányos helyzetbe hozhatja a szerzői és szomszédos jogi jogosultakat, hiszen így abból csupán egy díjigény maradna.
3. A fogyasztók nem szeretnek olyan szolgáltatásért fizetni, amelyet nem közvetlenül vesznek igénybe (lásd azokat az ellenérzéseket, amelyeket például az üres hordozó díj megoldásaival szemben tápláltak az emberek).
4. A díj igazságos és pontos elosztása nagyon nehéz lenne.

⁴⁰⁴ A hír-piac fejlődése és az Internet (OECD tanulmány). AKTI, Budapest, 2010. szeptember 8. <http://www.akti.hu/dok/dokumentum08.pdf> [2019.08.12.]

⁴⁰⁵ Hasonló ellenállás mutatkozott a közszolgálati média finanszírozására tervezett tévékészülékek után, háztartásonként fizetett televíziós adó kapcsán, amely a szomszédos Ausztriában ma is működő rendszer.

⁴⁰⁶ TÓTH PÉTER BENJÁMIN: *Okok és gyógymódok – az online tartalompiac*. Infokommunikáció és Jog 2011/1, 22-24. o.

2010 óta azonban sok változás történt az európai szabályozói és gazdasági szintén. Az IT vállalatok voltak 2017-ben a teljes piaci értéküket tekintve a világ legértékesebb gazdasági szereplői.⁴⁰⁷ Az Apple, Amazon, Microsoft, Alphabet, Facebook vállalatok értéke többszöröse (3-5-szöröse) a hagyományos médiavállalatokénak, mint pl. az AT&T, Walt Disney, Comcast, Twenty-First Century Fox, Thompson Reuters. A YouTube és a Facebook mára több médiatartalom fogyasztását teszi lehetővé, mint bármely más csoport.⁴⁰⁸

A gazdasági hatalom erősödése mellett olyan jelenségekre is fény derült, mint a személyes adatokkal való üzleti és politikai célú visszaélések, amelyekre legélesebben a 2016-os amerikai elnökválasztást befolyásoló Cambridge Analytica botrány mutatott rá.⁴⁰⁹ Az ehhez hasonló visszaélések új perspektívába helyezték e vállalatok erejét⁴¹⁰ és viszonyát a politikai szereplőkhöz.

Mára felerősödött a digitális világban az információ eljuttatásában és – az algoritmusok programozása által – azok kommunikációjában kulcsszerepet betöltő nagyvállalatok, másként online platform közvetítők⁴¹¹ vagy forgalomirányító keresőmotorok, szabályozását követelők (szabályozók, politikusok, versenytársak) hangja. Sőt, érzékelve ezt az egyre erősödő igényt, a leginkább a szabályozás célkeresztjében lévő nagyvállalatok maguk is igyekeznek előre menekülve meghatározni a szabályozás mikéntjét és irányát. MARK ZUCKERBERG, a Facebook

⁴⁰⁷ WHITTAKER, JASON: *Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism*. Routledge, 2019. Introduction

⁴⁰⁸ WHITTAKER, JASON i. m.

⁴⁰⁹ TÓTH CSABA: *Egy évvel a Cambridge Analytica botrány után a Facebook még mindig pont ugyanúgy működik, mint akkor*. https://merce.hu/2019/03/19/egy-evvel-a-cambridge-analytica-botrany-utan-a-facebook-meg-mindig-pont-ugyanugy-mukodik-mint-akkor/?gclid=CjwKCAjw36DpBRAyEiwAmVVDMikuTqqUnyRhKYYuP7j0T6pFWoaaC-o-rwqXOCU9j1wHoTglYOOyRxoC27EQAvD_BwE [2019.08.12.]

⁴¹⁰ COHEN, JULIA E.: *Law for the Platform Economy*. University of California Davis Law Review Vol. 51:133/2017. 133-204. o.

⁴¹¹ Az online platform közvetítők közé tartoznak az e-kereskedelemben az ún. háromoldalú piacok (pl. Amazon Marketplace, eBay, Fnac Marketplace stb.); az alkalmazásboltok (pl. Google Play, Apple App Store, Microsoft Store stb.); a közösségi média felületek (pl. Facebook, Instagram); valamint az ár-összehasonlító eszközök (pl. Skyscanner, Google Shopping stb.). Az általános online keresőmotorok az internetes keresést segítik elő, a keresésnek megfelelő találatok, azaz linkek megjelenítésével (pl. Google Search, Seznam.cz, Yahoo !, DuckDuckGo, Bing stb.). https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/MEMO_18_3373

alapítója és vezérigazgatója maga kezdeményezett aktívabb kormányzati és szabályozói szerepvállalást 2019 márciusában a Washington Post hasábjain megjelent cikkben⁴¹². Igaz, ezt csak bizonyos területekre korlátozva tartaná célszerűnek.

ZUCKERBERG mindössze négy szabályozást kívánó területet jelölt meg. Ezek közé tartozik a káros tartalmakhoz való hozzáférés problémája, a politikai választások integritásának védelme, a magánélet (privacy) védelme és az adathordozhatóság témaköre. A Facebook saját bevallása szerint például a biztonság és védelem érdekében világszerte 30.000 embert foglalkoztat. 2018 októbere és decembere között mintegy 5,4 millió erőszakos tartalmat távolítottak el a felületről,⁴¹³ jöllehet ezek jelentős részét az automatikus felderítő technológia érzékelte és törölte. Azóta azonban egyre több hír foglalkozik az ún. 'takarítást' végző alkalmazottak munkajogi helyzetével, a rájuk zúduló tartalom hosszabb távú, egészségkárosító hatásával is.⁴¹⁴

Az Európai Unió a világon eddig egyedülálló módon, több irányból – bár elsősorban versenyjogi megközelítéssel, – igyekszik e digitális nagyvállalatok tevékenységét mederbe terelni és az európai digitális vállalatok versenyhelyzetét javítani a globális gazdaságban.

A verseny egy másik aspektusa az egyenlő feltételekkel történő adózás megteremtése minden vállalat számára, amely Európában gazdasági tevékenységet folytatva profitra tesz szert. Ennek egyik további lehetséges eszköze, hogy felszámolják e nagyvállalatok

⁴¹² ZUCKERBERG, M. (2019). *The Internet needs new rules. Let's start in these four areas*. The Washington Post, March 30. https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html?noredirect=on&utm_term=.a916cfd40a49 [2019.03.30.]

⁴¹³ Social media: How can governments regulate it? BBC News 8 April, 2019. <https://www.bbc.com/news/technology-47135058> [2019.08.12.]

⁴¹⁴ *The Silent Partner cleaning up Facebook for \$500 Million a year*. 2021.Aug. 31., <https://www.nytimes.com/2021/08/31/technology/facebook-accenture-content-moderation.html>; *'Without Our Work, Facebook Is Unusable': Content Moderators Demand Safer Offices*. 2020. Nov. 18., <https://text.npr.org/936282353>; *The Trauma Floor: the secret lives of Facebook moderators in America*. 2019.Feb. 25. <https://www.theverge.com/2019/2/25/18229714/cognizant-facebook-content-moderator-interviews-trauma-working-conditions-arizona>; *The Laborers Who Keep Dick Pics and Beheadings Out of Your Facebook Feed*. 2014. Okt. 23. <https://www.wired.com/2014/10/content-moderation/> [2021.12.12.]

adóelkerülését célzó magatartását, például a „*digitális jelenlét*” fogalmának európai bevezetésével. Az Európai Bizottság számításai szerint ugyanis a hagyományos vállalatokat súlytó 23,2%-os adókulcshoz képest, a digitális nagyvállalatok tényleges adókulcsa csak 9,5% körülire tehető.⁴¹⁵

A francia kormány folyamatosan kísérletezik olyan új adónem megfogalmazásával és bevezetésével,⁴¹⁶ amely a digitális vállalatok jövedelmeire vetne ki adót, megelőzve ezzel az uniós egységes döntéshozatalt is, amelyet egyébként jelentősen nehezít az a tény, hogy adóügyekben az Európai Tanács egyhangú döntésére van szükség. Az egyes európai tagállamok érdekei azonban korántsem egységesek ezekben a kérdésekben.⁴¹⁷

Jelenleg az asztalon van egy olyan tanácsi irányelv is, amely a jelentős digitális jelenlétre kivetendő társasági adóra vonatkozó szabályokat állapítana meg.⁴¹⁸ Az irányelv tervezett szabályai kiterjesztenék az állandó telephelynek a társasági adó tekintetében alkalmazandó fogalmát, azért, hogy a digitális vállalatok adókötelezettsége azokban az országokban keletkezzen, ahol a profitjuk is. A tárgyalások során a tervezett szabályozás iránya módosult és a digitális hirdetési szolgáltatások körére szűkült,⁴¹⁹ ám egyetértés egyelőre ebben sincs.

Az utolsó témakör, amelyet a fejezet lezárásaként említeni kívánok az *automatizált újságírás* és annak egyre növekvő terjedése, amely újabb fordulatot hozhat a szerzői jogi kérdések mérlegelésében. Itt olyan a szerzői jog szempontjából kulcsfontosságú kérdések kerülhetnek elő, mint a szerzőség, illetve az így létrejött tartalom felett gyakorolt jogok kérdése.

⁴¹⁵ <https://www.thenewfederalist.eu/digital-tax-what-are-we-waiting-for> [2019.08.12.]

⁴¹⁶ Hasonló adónem kivetését tervezi az Egyesült Királyság is. <https://www.theguardian.com/world/2019/jul/11/france-us-tax-big-digital-companies-donald-trump-amazon-facebook> [2019.08.12.]

⁴¹⁷ Lásd például Írország állami támogatását az Apple cégnek, amelynek Európai bizottsági vizsgálata során 13 milliárd euró összegű jogellenes adókedvezményt állapítottak meg. SA.38373 Aid to Apple.

⁴¹⁸ Javaslat a Tanács irányelve a jelentős digitális jelenlétre kivetendő társasági adóra vonatkozó szabályok megállapításáról, COM(2018) 147; 2018/0072(CNS)

⁴¹⁹ Itt egy 3%-os forgalmi adó bevezetését tartaná indokoltnak a francia-német javaslat. <https://www.consilium.europa.eu/media/37276/fr-de-joint-declaration-on-the-taxation-of-digital-companies-final.pdf> [2019.08.12.]

Elsősorban az adatokban gazdag tartalmat folyószövegre átfordító programok terjedtek el jelenleg. Ilyen szoftvert használ például a Bloomberg, a Forbes, a BTN (Big Ten Network),⁴²⁰ de 2014-ben az AP is bejelentette, hogy hamarosan hasonló segítséget vesz igénybe.⁴²¹

Miért is érdekes mindez?

A perspektíva szempontjából. KERR⁴²² ezt a dilemmát úgy fogalmazza meg, hogy az internet kreálta virtuális valóság és a fizikai realitás világa a jog szempontjából a perspektíva meghatározását is megkívánja. Másként fogalmazva, akárhányszor alkalmazzuk a jogi szabályokat az internetre, először azt kell eldöntenünk, hogy a tényeket mely nézőpontból, a fizikai világ vagy a virtuális valóság szemszögéből elemezzük. Jelen esetben a kérdés az értékek és érdekek mentén úgy is megfogalmazható: kinek áll érdekében a sokszínű, kiegyensúlyozott, hiteles és megbízható tájékoztatás? Az állampolgárnak.

Alternatív megoldásként felmerülhet még egy európai finanszírozású Google és Facebook ötlete, amely például a digitális nagyvállalatok versenyjogi ügyeiből befolyt összegekből elindítható lenne.⁴²³ Míg a helyi hírek finanszírozásának megoldására a közpénzek bevonása továbbra is elengedhetetlennek látszik.⁴²⁴

A szerzői jog kapcsán is érzékelhető a szabályozás versenyjogi szemlélete, amely azonban nincs feltétlenül összhangban az eredetileg védeni tervezett értékekkel. Másként fogalmazva a digitális médiában jelenleg tapasztalható verseny sehogy sem tükrözi a médiajog által képviselt olyan értékeket, mint sokszínűség, kiegyensúlyozott, hiteles és megbízható tájékoztatás. Olyan

⁴²⁰ A Big Ten Network egy chicagói székhelyű amerikai sporthálózat mintegy 60 millióra becsült amerikai előfizetői létszámmal.

⁴²¹ WEEKS, LIN: *Media Law and Copyright Implications of Automated Journalism*. 4 NYU J. Intellectual Property & Ent. Law Vol. 4:1, 2014, 67-94. o.

⁴²² KERR, ORIN S.: *The Problem of Perspective in Internet Law*. The George Washington University, Public Law and Theory Working Paper No. 38. 2002. Georgetown Law Journal Vol. 91. February 2003. http://ssrn.com/abstract_id=310020 [2019.08.12.]

⁴²³ MINOW, MARTHA: *The Changing Ecosystem of News and Challenges for Freedom of the Press*. Loyola Law Review, Vol. 64/2018, 449-555. o.

Habár éppen nekünk magyaroknak nem sikerült a hungarikumnak számító iwiw network fenntartása.

⁴²⁴ MINOW, MARTHA i. m.

értékek ezek, amelyek az európai demokrácia és kormányzás szempontjából továbbra is mértékadók maradnak.

Bár a digitális gazdaság bővülése új gazdasági lehetőségeket teremt, az UNCTAD⁴²⁵ jelentéséből egyértelműen kiderül, hogy a 70 legnagyobb digitális platform piaci tőkeértékének 90%-át két ország – az Egyesült Államok és Kína – adja, míg Európa részesedése csupán 4% körüli. Még szembetűnőbb az a tény, hogy a teljes piaci érték kétharmada hét 'szuperplatformra' koncentrálódik, nevezetesen a következőkre: Microsoft, Apple, Amazon, Google, Facebook, Tencent és az Alibaba. Ezek egyike sem európai.

A közös európai fellépés kétségkívül szükséges.

Az Európai Bizottság éberrel figyeli a digitális környezet alakulását, és - szabályozási tevékenysége révén is - keresi a módját annak, hogyan hasson a nagy technológiai cégek működésére. A Bizottság először akkor vált nemzetközi trendteremtővé e tekintetben, amikor konszenzust alakított ki az általános adatvédelmi rendelet (GDPR) körül. Ez a rendelet – többek között – kodifikálja az úgynevezett piaci elhelyezkedés elvét (lex loci solutionis). A piaci elhelyezkedés elvének óriási hatása gyakorlatilag kiterjeszti az uniós adatvédelmi jogot az EU-n kívüli székhelyű, de az uniós piacon tevékenységet folytató vállalatokra, illetve minden olyan esetre, amikor uniós polgárok adatait dolgozzák fel, vagy digitális termékeket kínálnak az Európai Unió területén. A rendelet modellértékét jelzi az a tény, hogy mára mintegy 120 ország fogadott el átfogó adatvédelmi és magánéletvédelmi jogszabályokat a magán- és közintézmények által tárolt személyes adatokra vonatkozóan.⁴²⁶ Bár az Egyesült Államokban nincs szövetségi adatvédelmi szabályozás, azonban Kalifornia állam 2018-ban például

⁴²⁵ Digital Economy Report 2019: Value creation and capture: implications for developing countries. UNCTAD, 2019., p. 17.

⁴²⁶ SCHNEIDER, INGRID: *Democratic Governance of Digital Platforms and Artificial Intelligence? Exploring Governance Models of China, the US, the EU and Mexico*. JeDEM 12(1): 1-24, 2020, DOI: 10.29379/jedem.v12i1.604 p. 13.

elfogadta az úgynevezett kaliforniai fogyasztói adatvédelmi törvényt, amely 2020. január 1-jén lépett hatályba, és nagyon hasonló elveket fogalmaz meg.⁴²⁷

Az Európai Unió folyamatosan vizsgálja a szabályozás lehetséges beavatkozási területeit, hogy mindinkább rászorítsa a technológiai óriáscégeket arra, hogy ők is kivegyék a részüket az európai digitális ipar finanszírozásából. Az ilyen beavatkozások közé tartozhat például az digitális óriáscégek adóelkerülési stratégiái elleni fellépések megtervezése. A GAFAM⁴²⁸ digitális platformjai ugyanis alig fizetnek adót az Egyesült Államokon kívül: Az Apple 1%, a Google 3%, az Amazon 5% adót fizet külföldön.⁴²⁹ Itt szükséges megjegyeznünk, hogy az uniós folyamatnak is vannak egyéni, tagállami előzményei. Franciaország például komolyan foglalkozott a "digitális adó" bevezetésének gondolatával. 2019-ben nyilvánosságra is hozott⁴³⁰ egy ilyen kezdeményezést, de az amerikai kereskedelmi megtorló intézkedések hatására gyorsan visszavonta erre vonatkozó terveit.

Az OECD szintén koordinál nemzetközi kezdeményezéseket a digitális gazdaság adójogi kihívásairól.⁴³¹ Ezzel párhuzamosan az európai uniós döntéshozatal lassulni látszik e téren. A tervek eredetileg 2020-at jelölték meg fordulópontként. Ha addigra nem sikerül valamilyen megállapodásra jutni az OECD országainak, akkor tovább folytatódnak az európai uniós egyeztetések mind a digitális adókat, mind a digitális jelenlétet érintő kérdésekben.⁴³² Végül a fordulópontra 2021-ben érkezett el, amikor 136 ország megállapodásra jutott⁴³³ a digitális nagyvállalatokra vonatkozó "globális minimum adókulcs" bevezetését illetően. A

⁴²⁷ <https://oag.ca.gov/privacy/ccpa>

⁴²⁸ GAFAM: Google, Amazon, Facebook, Apple and Microsoft

⁴²⁹ SCHNEIDER, INGRID, 2020. Ibid.

⁴³⁰ France demands digital tax payments from US tech groups. [Aime Williams](#) in Washington, [Hannah Murphy](#) in San Francisco and [Victor Mallet](#) in Paris November 25 2020, Financial Times <https://www.ft.com/content/2cfe3d07-7e69-4f57-b634-8b6002f967cb>

⁴³¹ Public Consultation: The tax challenges of the Digital Economy. <https://www.oecd.org/tax/beps/public-consultation-action-1-tax-challenges-digital-economy.htm>

⁴³² <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9773-2019-INIT/en/pdf> [2019.08.12.]

⁴³³ <https://www.oecd.org/tax/international-community-strikes-a-ground-breaking-tax-deal-for-the-digital-age.htm> 2021. Okt. 8. A nyilatkozat itt található: <https://www.oecd.org/tax/beps/statement-on-a-two-pillar-solution-to-address-the-tax-challenges-arising-from-the-digitalisation-of-the-economy-july-2021.pdf>

megállapodást aláíró országok a multinacionális vállalatokra egységesen minimális 15%-os adókulcs kirovásáról határoztak, amelynek bevezetését 2023-tól tervezik.

17 Összefoglalás

Jelen fejezet célja, hogy globális kontextusba ágyazva mutassa be azt az Európai Unió törekvését, amelynek révén a szerzői jog eszközeivel igyekeznek megoldást találni egy másik kulturális iparág, a sajtóipar kiesett jövedelmének pótlására. Az újságírás azonban nemcsak kulturális szempontból, hanem a demokráciában betöltött szerepénél fogva is lényeges.

A fejezet áttekintést adott azokról az európai tagállami törekvésekről, amelyek megelőzték az Európai Unió közös fellépését. Ennek eredményeként kompromisszum született a sajtókiadók szomszédos jogi oltalmának jogszabályba iktatásáról,⁴³⁴ jogalapot teremtve ezzel a felhasználási cselekmények után járó jogdíjak beszedéséhez.

Míg az amerikai joggyakorlat a méltányos felhasználás doktrína felől rugalmasan igyekszik kezelni a felmerülő szerzői jogi kérdéseket, az európai joggyakorlat a definíciók korlátaiba ütközik. Az információs társadalom szerzői jogának egyik kulcskérdése egyértelműen a nyilvánossághoz közvetítés fogalmának értelmezésében áll az európai joggyakorlatban. Abban az esetben ugyanis, ha megállapítható a nyilvánossághoz közvetítés akár például egy elhelyezett hiperhivatkozás esetében, azzal megállapítható a felhasználás ténye is. Ezt követően kerülhet sor annak megítélésére, hogy a felhasználás szabad felhasználásnak minősülhet-e. Ez az európai értelmezési keretben egy szűken értelmezett, tételesen felsorolt kivételek rendszerének vizsgálatát vonja maga után.

⁴³⁴ Az irányelvtervezet 1 cikke az irányelvtervezet tárgyát és alkalmazási körét a következőképpen jelöli meg: (1) Az irányelv különösen a védett tartalmak digitális és határokon átnyúló felhasználásának figyelembevételével meghatározza a belső piac keretében a szerzői jogra és a szomszédos jogokra vonatkozó uniós jog további harmonizálását célzó szabályokat. Emellett további szabályokat ír elő a kivételekről és a korlátozásokról, valamint az engedélyezés megkönnyítéséről, és olyan szabályokat is tartalmaz, amelyek célja a jól működő piac megteremtése a művek és egyéb teljesítmények hasznosításához.

Ugyancsak másként közelít az amerikai jogfejlődés a link elhelyezőjéhez. Elsősorban azt mérlegeli, hogy vajon tudomással bírt-e a linkelt tartalom jogsértő jellegéről. Ezzel szemben az európai irányt az Európai Bíróság legutóbbi ítéletei az eredeti jogosult szándékának és a felhasználó tudatállapotának vizsgálata felé mozdíthatja, és ezzel erősen szubjektív elemeket vihet a bizonyítási eljárásba.

A szerzői jog önmagában nem alkalmas és nem képes piaci gondok megoldására. Sokkal árnyaltabb a digitális tartalompiacok problémája annál, mint ami a felszínen, a jog e kis szeletével megfogható lenne.

Az információ túltermelésnek köszönhetően a verseny mára elsősorban a figyelemért, illetve az ezen keresztül befolyó reklámbevételekért folyik. Kétségtől érdekes megfigyelés a sajtóhíreket illetően, hogy míg a közösségi oldalak között verseny alakult ki az új-zealandi Christchurch-ben elkövetett merénylet videójának törlésére, addig például a MailOnline, a Sun és a Mirror abból profitáltak, hogy szerkesztett részleteket tettek közzé a merényletről az újságjuk honlapján.⁴³⁵

Az értékek válságát e példa jól illusztrálhatja. A szabad és sokszínű sajtó nélkülözhetetlen a minőségi újságíráshoz és az információhoz való hozzáférés biztosításához, amely egyben a demokratikus működés nélkülözhetetlen eleme. De a verseny ennek önmagában nem biztos, hogy elegendő biztosítéka.

A digitális médiában jelenleg tapasztalható verseny sehogy sem tükrözi a médiajog által képviselt olyan értékeket, mint sokszínűség, kiegyensúlyozott, hiteles és megbízható tájékoztatás. Olyan értékek ezek, amelyek az európai demokrácia és kormányzás szempontjából továbbra is mértékadók kell, hogy maradjanak.

⁴³⁵ <https://www.theguardian.com/world/2019/mar/17/facebook-removed-15m-videos-new-zealand-terror-attack> [2019.08.12.] Az ugyancsak igaz, hogy elsőként a merénylet maga a YouTube csatornát választotta ahhoz, hogy a merényletét közvetlenül közvetítse, amelyet egy újság honlapján nagy valószínűséggel nem tehetett volna meg.

IV. KÖVETKEZTETÉSEK

A kutatásom célja az volt, hogy két kulturális iparág kiemelésével mutassam be hogyan változott az európai szabályozási diskurzus tartalma az elmúlt évtizedben a technológiai változások révén egyre erősödő globális versenyben. Az elemzések során feltárom az európai szabályozás fejlődését befolyásoló tényezőket, kitérek azok irányát és tendenciáit meghatározó elsősorban amerikai párhuzamokra.

E rövid összegzés számot ad azokról a szempontokról, érvekről, amelyek mentén az Európai Bizottság új egyensúly létrehozására tesz kísérletet a piaci szereplők, a tagállamok és az európai érdekek között mérlegelve, a globális verseny hálójában úgy, hogy eközben megteremthető legyen az európai gazdaság versenyelőnye és finanszírozáshoz jusson az európai tartalomelőállítás.

Az értekezés első nagyobb egysége az európai filmtámogatási rendszer változását veszi górcső alá. A filmgyártás kettős, kulturális és gazdasági természetéből adódóan a filmtámogatási rendszerek létrehozásában kulturális és gazdasági indokok egyaránt szerepet játszhatnak. Az Amerikai Egyesült Államokkal szemben, ahol a filmgyártás elsődlegesen piaci alapon nyugszik, Európában hagyománya van a nemzeti filmgyártás kulturális célú állami támogatásának.

Az amerikai filmgyártás fölényével szembeni védekezés igénye az európai filmpolitikát kezdettől fogva meghatározta. Már az 1920-as években megjelentek olyan protekcionista eszközök, amelyekkel az egyes országok saját filmiparukat próbálták védeni az amerikai filmekkel szemben. Fordulópontot azonban az időközben bekövetkezett változások, elsősorban a tömegfogyasztás és a filmterjesztés globális alternatíváinak megjelenése, sokszorozódása jelentett.

Az amerikai államok által nyújtott kedvezmények egy világméretű verseny kiindulópontjává váltak. A közvetett támogatások alapvető célja, hogy az állam külső forrásokat vonjon be a filmiparba, ráadásul úgy, hogy az adókedvezményekből eredő adókiesést a bevont tőke felhasználásából eredő adó- és járulékbefizetésekkel ellensúlyozza. Az intézkedések azért rendkívül vonzóak a vállalkozások szempontjából, mert csökkentik a beruházás kockázatát. A kedvezményeknek ugyanis éppen az a lényege, hogy a befektető a létrejött filmprodukció sikerétől függetlenül, a befektetett pénzeszköz okán és a film költségvetéséhez igazodva jut adókedvezményhez.

Az amerikai filmek állami támogatása azonban nem magát a filmalkotást dotálja, hanem az azt kiszolgáló infrastruktúrát támogatja egy-egy állam szintjén. A film megtérülési költsége és sikere továbbra is az előállított filmtermék és a közönségigény közötti kapcsolaton alapul, amely összességében növeli a termék forgalmazási lehetőségeit, ugyanakkor így válik tömegtermékké. Ez a logika élesen szemben áll az európai gondolkodásban jelenlévő 'elit' filmkultúra meglétével. Következésképpen az európai filmek esetében az előállított filmtermék és a közönségigény kapcsolata is jóval szerényebb. Olyannyira, hogy mára az európai filmgyártás jelentős mértékben elszakadt a piaci folyamatoktól.

Az Amerikai Egyesült Államokkal ellentétben azonban az Európai Unió tagállamai nem dönthetnek korlátozás nélkül állami támogatások bevezetéséről. Az európai uniós jogrend egyik sajátossága a tagállamok által nyújtott támogatások Európai Bizottság általi ellenőrzése. Az EUMSZ 107. cikkének (1) bekezdése ugyanis főszabályként tiltja az állami támogatások bevezetését.

Az engedélyezhető támogatásokra vonatkozó feltételeket a 2001-ben kiadott Filmművészeti Közlemény tartalmazza. Az ebben meghatározott követelmények egyike éppen a kulturális célkitűzés érvényesülését hivatott előmozdítani. A nemzeti, kulturális motivációjú filmtámogatások során a kulturális célkitűzés többnyire magától értetődően adott volt. A

nagyprodukciókra irányuló kedvezmények vizsgálata során ugyanakkor a kulturális követelménynek való megfelelés sarkalatos kérdéssé vált, szükségessé téve a támogatott filmek kulturális tartalmát biztosító tagállami kritériumok részletes elemzését. A Bizottság jogköre és kötelezettsége döntően arra korlátozódik, hogy ellenőrizze, hogy a kulturális tartalom meghatározása ellenőrizhető tagállami szintű követelmények alapján történik-e.

A magyar és az angol filmtámogatási adókedvezmény működése, az abban szereplő kulturális követelmények megfogalmazása, a tárgyalások során a Bizottság által alkalmazott mérce, mint két jellemző példa került részletes elemzésre.

Miközben a filmes adókedvezmények száma nemzetközi szinten folyamatosan nő, az utóbbi évtizedben – főleg az Egyesült Államokban – e kedvezmények gazdasági hatékonyságát megkérdőjelező hangok is megjelentek. Ám az adókedvezmények rendszerének globális meghatározottsága kiemelkedő hangsúlyt kapott abban a vitában, amely az Európai Bizottság Filmművészeti Közleményének átgondolást igénylő területeiről szóló vitaanyaga nyomán bontakozott ki az érintett tagállamok és piaci szereplők körében.

A vitaanyag két fő problémát azonosít a nagy külföldi produkciók támogatásával kapcsolatban. Egyrészt az ilyen produkciókhoz kapcsolódó nyereség nagyrészt az EU-n kívül marad, és ennek következtében nem feltétlenül járul hozzá az ágazat hosszú távú fenntarthatóságához. Másrészt az amerikai nagy produkcióknak – európai versenytársaikkal ellentétben – nem okoz nehézséget a magánfinanszírozás megszerzése, ezért megkérdőjelezhető a nagy költségvetésű produkciók támogatásának szükségessége. Igaz, hogy a nagyprodukciók európai helyszínre vonzása biztosíthatja azok Európában történő elkészítését, ám az ilyen támogatások torzítják az európai gyártási helyszínek közötti versenyt.

Erre megoldásként két alternatívát vázol a dokumentum: az egyik szerint az egy filmre adható támogatás maximális összegét előre meghatároznák, míg a másik elképzelés lehetségesnek tartja, hogy valamennyi vagy a meghatározott összeghatár feletti támogatás

nyújtását ahhoz a feltételhez kössék, hogy a filmgyártó a támogatás összegét újból befekteti vagy visszafizeti, amennyiben a produkció nyereséges lesz.

A lefolytatott nyilvános konzultáció egyik legfontosabb tanulsága azonban a filmtámogatások szabályozásának nemzetközi meghatározottsága. A hozzászólók jelentős többsége a támogatási intézkedések korlátozását sérelmesnek tartaná az európai filmipar versenyképességére nézve: megengedheti-e (egyáltalán) magának az európai filmipar, hogy nagy költségvetésű produciókat veszítsen el?

A filmek állami támogatásának értékelésére vonatkozó aktualizált európai bizottsági szabályrendszer végül 2013. november 16-án lépett hatályba. Az elfogadott 2013. évi Filmművészeti Közlemény elsősorban a tagállamok és az érdekelt felek által, az európai audiovizuális ágazat életképességéhez és versenyképességéhez való hozzájárulásnak tekintett szabályokkal és pontosításokkal összhangban álló, az előző közlemény aktualizált változata lett. A jogbiztonság érdekében ezúttal a Közlemény alkalmazhatóságának időtartama sem korlátozott.

Bár az Európai Bizottság szerint egyértelműen káros a belső piacra a tagállamok nagyproduciókért folytatott versengése, a hatáskörmegosztás korlátaira tekintettel az Európai Bizottság jelenleg nem rendelkezik a tagállamok adórendszereinek-, vagy kulturális politikáik összehangolására irányuló kompetenciával.

Rendelkezik azonban egy olyan eszközzel, amely Amerika esetében hiányzik: az állami támogatási politikával. A jelenlegi bizottsági gyakorlat az EUMSZ 107. cikk (3) bekezdés d) pontja, az ún. kulturális kivételen és a filmművészet kulturális tevékenységként való, osztatlan szemléletén alapszik. A Filmművészeti Közlemény egységes szempontrendszer szerint ítéli meg a különböző támogatási programokat: a művészfilmek támogatását éppúgy, mint a nagyproduciók megszerzésére irányuló adókedvezményeket. A jelenlegi kritériumok azonban nem elegendők ahhoz, hogy elejét vegyék a versengő kedvezményeknek Európában.

A gyakorlatban a nagyprodukciók ösztönzésére irányuló kedvezmények esetén a kulturális követelmények szisztematikus vizsgálata is problematikusnak bizonyult. A kulturális célkitűzések a filmes adókedvezmények esetében rendszerint csak áttételesen vannak jelen. Az európai filmipar gazdasági bázisának fenntartása valódi kulturális tartalommal bíró filmek elkészültét is biztosíthatja, az adókedvezmények természetéből eredően azonban közvetlenül nem ezekre irányul ösztönző hatása. Ezen alapvetően a kulturális tartalom meglétét biztosítani hivatott kulturális tesztek, kulturális követelmények sem változtattak.

A kulturális követelmények ellenőrzésében rejlő ellentmondások teljes feloldása azonban változatlan jogalap mellett nem lehetséges. A versenyfeltételek torzulásának mérséklése érdekében a javaslat egyrészt kiterjeszti a számításba vehető költségek körét az Európai Gazdasági Térség teljes területén felmerült költségekre, másrészt korlátozza a nem európai nagyprodukcióknak juttatható támogatás arányát. Ezzel egyidejűleg a kulturális követelmények meghatározásával egyenértékűnek ismeri el a szakmai testületek általi kiválasztást. Ez azonban, tekintettel arra, hogy az adókedvezmények nem szelektív támogatásként működnek, nem hoz feltétlenül változást.

Jogi szempontból egy másik lehetőség az adókedvezmények kulturális céljának megkérdőjelezése, a kulturális kivétel helyett gazdasági ösztönzőként való megítélése lehetne, az EUMSZ 107. cikk (3) bekezdés c) pontja alapján. Ebben az esetben a kedvezményeket bevezető tagállamok mentesülnének a kulturális célkitűzés igazolásának kötelezettsége alól. Az Európai Bizottság ugyanakkor még a tervezetben foglaltnál is szigorúbban vizsgálná a támogatás szükségességét és arányosságát, a gazdasági előnyök és hátrányok mérlegelésével. Ehhez azonban alapvető paradigmaváltásra, a filmgyártás egységes, kulturális szemléletének megváltoztatására lenne szükség, amely jelenleg nincs napirenden.

A kulturális kivétel azonban olyan érv, amely nemzetközi viszonylatban, gazdasági tárgyalásokban az Európai Unió által is használt eszköz.

Bár az amerikai kontinens két szomszédos állama az érintette a Kanadai időszakos kiadványok ügyének, – amelyben a WTO Fellebbviteli Tanácsának döntése elutasította Kanada kulturális érvelését azzal az indokkal, hogy a kulturális identitás megőrzésének szándékával hozott intézkedések nem tartoznak egy gazdasági vitához – figyelmet irányított a kulturális kivétel nemzetközi jelentőségére a globális gazdasági versenyben.

Ezzel áttértem az értekezés második nagy egységének összefoglaló ismertetésére. Ez a fejezet azt az utat mutatja be, amelyet az európai uniós döntéshozatal megtett annak érdekében, hogy a hírtartalomszolgáltatásban rejlő bevételek egy részét a versenyjogi aspektusokon túlmutatva, a szerzői jog segítségével igyekezzen visszacsatornázni annak előállítói, finanszírozói felé.

A sajtókiadványok kiadói ugyanis évente milliárdokat fordítanak újságírára. A hagyományos sajtókiadványokban megjelenő cikkek újra-hasznosítására, a világhálón megjelenő cikkek aggregálására, azaz összegyűjtésére, majd e tartalmak kereső felületre, közösségi média megjelenésre optimalizálására mára jól prosperáló üzleti modellek épülnek. Az ily módon, ezeken a másodlagos felületeken megjelenő tartalmak vonzereje azonban sokszor túlszárnyalja az eredeti tartalmat előállító és közzé tevő webfelület látogatottságát. A látogatottság pedig hirdetői bevételt tesz elérhetővé, amely különösen fontos a sajtókiadók számára, akik a nyomtatott sajtó eladásából kiesett jövedelmeik pótlására törekszenek. Úgy tűnik azonban, hogy e másodlagos felületek lefölozik a hirdetésben rejlő hasznot. Így tehát a vagyoni előny nem az eredeti tartalmat előállítóknál csapódik le, gátolva ezzel befektetésük megtérülését.

A digitalizáció, mint technika elhozta az eredeti műpéldány sérelme nélküli, korlátlan minőségi másolás és potenciálisan korlátlan virtuális hozzáférés lehetőségét. Az információ mennyiségének növekedése és az abban való eligazodás igénye pedig kitermelte a platformokat és az azok szolgáltatásaira való igényt. A hétköznapi szóhasználatban gyakran említjük az

internetes aggregátor, platform vagy közvetítőszolgáltató fogalmakat szinonimaként. Ezért áttekintést nyújtok e fogalmak tartalmi elemeiről. A gyorsan változó technikai adottságok mellett egyre jellemzőbb a pontos definiálhatóság hiánya, helyette gyakran kerül sor egy-egy fogalom környezeti használati jellemzőivel történő körülírására.

Ezt követően számba veszem azokat a jogeseteket, amelyek jellemzően valamely nagy internetes aggregátor és hírügynökség illetve sajtókiadó jogvitájával kapcsolatosak. Ezek egyik fontos jellemzője, hogy a felek a jogvita valamely pontján megegyezésre jutnak. Ennek vélhetően több oka van. Az egyik, hogy a sajtóhírek előállítóinak is érdeke fűződik a híraggregátorok által generált forgalom fenntartásához, illetve az ezen keresztül elérhető szélesebb nyilvánossághoz. A másik ok vélhetően egy végleges ítélet erős jogi kötő erejének elkerülésében rejlik. Hiszen egyik félnek sem érdeke egy számára kedvezőtlen ítélet e gyorsan változó, még kiforratlan digitális környezetben, amely esetleg a technikai innovációnak, valamint lehetséges későbbi felhasználásoknak is gátat szabhat. Ugyanakkor mára már az is világos, hogy egyes nagyvállalatok piaci pozícióit a megegyezések csak tovább erősítették.

Még egy dolog megállapítható. A technika, a technológia alkalmazása, az ezek közötti verseny, a technológia következtében előállt új felhasználások jogi megítélése az egyik mögöttes témája az összes említett jogesetnek. A technikai megoldások jogi értékelése azonban nem kis nehézségbe ütközhet a különböző államok jogában.

A hiperhivatkozás például egy olyan technikai megoldás, amely az utat megmutatva, a célhelyre irányítja a felhasználót. Az amerikai bírósági gyakorlatban a hiperhivatkozás, mint technikai megoldás önmagában nem vezet szerzői jogi jogsértéshez és másolást sem valósít meg. A felelősség megállapításának alapját nem az elhelyezett link adja, hanem a linkelt tartalom jogsértő voltáról való tudomás, a jogsértő tartalomhoz való hozzáférés bátorítása.

Az Európai Bíróság több, a szerzői jog felől közelítő jogesete folyamatosan alakítja a nyilvánossághoz közvetítés fogalmának értelmezését. Ezek kiindulópontja szerint a

nyilvánossághoz közvetítés fogalma ötvözi a „közvetítés cselekményét” és a mű „nyilvánossághoz” közvetítését. A közvetítés cselekményének fennállásához elegendő, hogy a műhöz a közönség hozzáférjen, ami az internet közegében minden esetben érvényesül. A fogalom másik elemét kell tehát további vizsgálatnak alávetni.

Míg a Svensson ügyben az Európai Bíróság az eredeti tartalom szerzői jogi jogosultjának szándéka felől közelíti meg a nyilvánosság fogalmát, addig későbbi döntésében azt is hangsúlyozta, hogy egy adott ügy megítélése szempontjából a nyilvánossághoz közvetítés haszonszerzési jellege is relevanciával bír. Ezek alapján az Európai Bíróság kimondta, hogy nyilvánossághoz közvetítésnek minősül az olyan hiperhivatkozás elhelyezése, ahol megállapítást nyer, hogy az azt elhelyező személy tudott, vagy tudnia kellett arról, hogy a link jogellenesen közzétett műhöz nyújt hozzáférést, például mert a szerzői jog jogosultjai erre őt figyelmeztették. Vélelmezni kell továbbá a hiperlink elhelyezésének tudatosságát azokban az esetekben is, amikor az haszonszerzési cézzal történik, valamint azokban az esetekben is, amikor az műszaki intézkedések megkerülésével biztosít hozzáférést védett tartalomhoz. Önmagában tehát továbbra sem a hiperlink elhelyezése valósít meg szerzői jogi jogsértést, ugyanakkor megnyílhat a lehetőség a felhasználó tudatállapotának vizsgálata előtt.

A jogesetek megszorodó száma jól szemlélteti azt a tényt, hogy a sajtóipar képviselői többféle jogi eszközzel igyekeznek beruházásaik védelmét megerősíteni, ugyanis az online elérhető sajtókiadványoknak jelentős mértékű üzleti felhasználása történik meg a hírgyűjtő portálok által úgy, hogy eközben nincs biztosítva a sajtókiadványok előállításához szükséges szervezeti és pénzügyi befektetések megtérülése. Míg a szerzői jog magát a szerzőt, vagyis a szellemi alkotást megalkotó személyt illeti meg, a jog kidolgozott egy további formát, amely a szerzői joghoz hasonló védelmet biztosít egyes csoportoknak, akiknek a művek közönséghez való eljuttatásában játszott szerepük illetve befektetéseik védelme okán ezt a jogi oltalmat célszerűnek látszik biztosítani.

A 2010-es években egyéni tagállami kezdeményezések révén Németországban és Spanyolországban törvényi szabályozás születik a szerzői szomszédos jog kiterjesztésére. E próbálkozások azonban a gyakorlatban nem váltották be a hozzájuk fűzött reményt, ám 2016-ra elvezettek a digitális egységes piacon a szerzői jogról szóló irányelvtervezet bizottsági előterjesztéséhez.

A irányelvtervezetben az Európai Bizottság javaslatot tesz szomszédos jog alapítására a sajtókiadványok digitális felhasználások vonatkozásában történő védelme érdekében, másrészt a tartalomfelismerési technológiák használatával a védett tartalmak online felhasználásának kíván gátat szabni a jól működő digitális piac létrehozásával. Miközben a Bizottság kizárólagos jogot biztosítana a sajtókiadványok kiadóinak sajtókiadványaik tartalma felett azok többszörözésére és lehívásra hozzáférhetővé tételére, összhangban az Európai Bíróság ítéletével, ezt a védelmet a nyilvánossághoz közvetítésnek nem minősülő hipervivatkozásokra nem terjeszti ki.

Az irányelvjavaslat fogadtatása nem volt egyöntetűen kedvezőnek tekinthető. A szakirodalom az irányelvjavaslat nyilvánosságra hozatalát követően számos szempontból vette górcső alá a sajtókiadóknak szánt szomszédos jogot, ezek áttekintését elvégeztem. A kiadói szerzői szomszédos jogok mellett és ellen felsorakoztatott érveket – összegezve a szakirodalomban leírtakat – nagyobb kategóriákba sorolva, példákkal illusztrálva tárgyalom.

A gondolat, hogy az internet komoly változásokat hoz az újságírói szakmában és ebből következően akár a szabályozás szintjén is tenni lehetne valamit, már az Amerikai Egyesült Államokban is felmerült. Az amerikai Szövetségi Kereskedelmi Bizottság jogérvényesítő tevékenysége elsősorban a verseny- és fogyasztóvédelem területén ismert, így magának a témának a pozicionálása is jól illusztrálja az európai és az angolszász jogrendszer eltérő kiindulópontját.

Míg a kontinentális felfogás a szerző kizárólagos jogára helyezi a hangsúlyt, addig az angolszász jogi felfogásban e gazdaságpolitikai eszköz folyamatos mérlegelési helyzetet szorgalmaz, egy egyensúly keresését a szerző joga és az össztársadalmi érdek, a társadalmi jólét közötti határmezsgyén. Következésképpen tehát más a szerzői jog alóli kivételek megítélése is. A kontinentális jog tételesen meghatározott, szűken értelmezett kivételek rendszerét doktrinálisan szabályozza, addig a másik esetben a „fair use” folyamatos bírói mérlegelést tesz lehetővé veszteségek és várható társadalmi nyereségek, az innováció előnyei és társadalmi elterjeszthetőségének fényében. Míg tehát az európai jogrendszer a szerzői jogok kiterjesztését kívánná minden digitális felhasználásra, addig a gazdaságpolitikai eszközök szempontjából vizsgálva inkább az a kérdés merül föl, hogy vajon az eredeti cél, azaz az alkotók ösztönzése továbbra is megvalósul-e.

Visszatérve az európai döntéshozatalhoz, megállapítom, hogy az irányelvtervezet tárgyalása során alapvetően éppen a sajtókiadók online felhasználásokból származó bevételeinek megteremtése szempontjából jelentőséggel bíró két ponton vált szükségessé a kompromisszum kidolgozása. A döntéshozatalba az Európai Parlament is aktívan bekapcsolódik, ezért néhány szövegszerű javaslatukat, valamint az erre reflektáló bizottsági javaslatot is ismertetem.

A több évig tartó tárgyalási folyamatot végezetül 2019 áprilisában az irányelv elfogadása zárja. Az így elfogadott kompromisszumos szöveg elemzését is elvégzem. Az azóta eltelt transzpozíciós időszak sem old meg azonban mindent. Különösen érdekes kérdés lehet például, hogyan értelmezik majd a tagállamok a szerzői szomszédos jog terjedelmét, pontosabban azt a rövid részletet, amelynek online felhasználása továbbra is megengedett. Ennek különösen felhasználási szerződések hiányában lehet jelentősége, és a joggyakorlat ad majd megoldásokat.

Ám az irányelv 17. cikkének értelmezése további bizonytalanságok forrása lehet a jövőben. Bár 2021 nyarán megjelent az Európai Bizottság közleménye, amely a 17. cikk végrehajtásával

kapcsolatban tartalmaz útmutatást, véleményem szerint különösen fontos lesz arra figyelni, hogyan alakul majd a jogtulajdonos által biztosított referenciafájl kérdésköre. A szerzői jogi jogfelfogásban ugyanis alapvető szemléletváltozást látszik megjeleníteni. A szerzői jog, ellentétben az iparjogvédelemmel, nem bejelentéssel, hanem az alkotás létrehozatalával, automatikusan keletkező jog. A jog érvényesíthetősége, különösen a digitális világ sajátosságaira is figyelemmel azonban előtérbe helyezhet valamilyen bejelentés, nyilvántartás alapú rendszert a jövőben.

Magyarországon a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala lehetőséget biztosít ún. önkéntes műnyilvántartásba vételre. Ez a díjköteles szolgáltatás – bár önmagában jogi védelmet nem keletkeztet – egy esetleges jogsértés kapcsán bizonyító erejű lehet arra nézve, hogy a nyilvántartásba vett mű az akkori tartalommal létezett és erről a Hivatal közokiratot állít ki.

Összegezve tehát az értekezés főbb következtetései ezek:

1. A 20. század erőteljes technikai fejlődése, az ennek következtében megindult globalizáció, az átalakuló társadalmi szokások a kultúra egészét üzleti alapokra helyezte, és mára nemcsak egész kulturális iparágak jövedelmezőségéről, gazdasági hatásairól beszélhetünk, hanem egyes államoknak a globális versenyben tapasztalható erőfölényéről is. Ezzel szemben az Európai Unió az európai piacot különböző eszközökkel igyekszik védeni, egyúttal igyekszik a tagállamok közötti versenyt saját kompetenciahatárain belül kiegyensúlyozni.
2. Ahogyan mindennek van gazdasága, úgy mindennek van kultúrája is, ám míg minden gazdaság racionális alapokon nyugszik, mégsem állíthatjuk, hogy minden kultúra gazdasági racionalitáson alapszik. Az ebben rejlő ellentmondást éppen ezért nem lehet pusztán gazdasági alapon megoldani sem.

3. A filmek állami támogatása versenyjogi eszköz az Európai Bizottság kezében, a jelenlegi kritériumok azonban nem elegendőek ahhoz, hogy elejét vegyék a versengő kedvezményeknek Európában. A kedvezmények összességében befolyásolhatják ugyan az Európában előállított termékek számát, de az európai tartalmaknak tükröznie kellene az európai közönségigényeket. Ha ennek semmilyen mértékben nincs „kiszolgáltatva”, végső soron egy olyan rendszert konzervál az európai kulturális sokszínűség megtartása érdekében, amely az állami támogatások nélkül nem lesz önfenntartó.
4. Az Európai Unió törekvése, hogy a digitális gazdaság terén meghozott szabályai modellértékűek legyenek. Csak ezáltal biztosítható, hogy az európai unió szabályainak hatása nemzetközi szinten is érvényesüljön.
5. A szerzői szomszédos jogok érvényesítése egy az ilyen törekvések sorában. Ha nem is a szabályozás terén, de annak hatásaiban igyekszik nemzetközi érvényesülést elérni.
6. Önmagában azonban a szerzői jog kiterjesztése nem oldja meg a minőségi újságírásra szükséges források előteremtésének problémáját, és a nyelvi fragmentáltságból fakadó piaci problémákat sem kezeli.
7. A gyorsan változó technikai adottságok mellett a szabályozás egyik jellemzője lehet a pontos definiálhatóság hiánya; helyette gyakran kerül sor egy-egy fogalom környezeti, használati jellemzőivel történő körülírására, amely idegen a jogdogmatikától.
8. Ugyancsak folyamatos nehézség a technikai sajátosságok jogba illesztésének lehetősége.
9. A szerzői jogi jogfelfogásban elindulni látszik egy alapvető szemléletváltás. A szerzői jog, ellentétben az iparjogvédelemmel, nem bejelentéssel, hanem az alkotás létrehozatalával, automatikusan keletkező jog. A jog érvényesíthetősége, különösen a

digitális világ sajátosságaira is figyelemmel, azonban előtérbe helyezhet akár egy bejelentésen, nyilvántartáson alapuló rendszert is a jövőben.

10. Az uniós normarendszert javaslataival befolyásoló Európai Bizottság a szerződéses keretek biztosította kompetenciaköröket maximálisan kihasználva a tagállami igények, piaci szereplők és a társadalmi érdekek kiegyensúlyozására törekszik a globális versenyben az európai tartalomelőállítás hosszú távú életképességének biztosítása érdekében. Nem szabad azonban elfelejtenünk, hogy az európai unió döntéshozatala végső soron nem más, mint a tagállami akaratok legkisebb közös többszöröse.

V. FELHASZNÁLT IRODALOM

KÖNYVEK ÉS SZAKCIKKEK

- ALBRECHT, GREG In: Nothdurft, John, The Heartland Institute, Policy Documents: *Film Tax Credits: Do They Work?*
<http://heartland.org/policy-documents/film-tax-credits-do-they-work>
[25.11.2012.]
- AMIEL, OLIVIER Financement public du cinéma et diversité culturelle, intervention au colloque du 29 septembre 2008, Paradoxes du cinéma français, Fondation Res Publica
- AUCHARD, ERIC *AFP Google News settle law suit over Google News*. 8 April 2007.
<https://www.reuters.com/article/industry-google-afp-dc-idUSN0728115420070408> [2019.05.27.]
- BAKKER, GERBEN The Economic History of the International Film Industry. University of Essex, 2010, <http://eh.net/encyclopedia/article/bakker.film>
[25.11.2012.]
- BARRETT, PADDY Ireland's tax breaks for film & TV production.
http://www.obs.coe.int/oea_publ/sequentia5.pdf.en [25.11.2012.]
- BECK, ROMAN *The Network(ed) Economy*. Deutscher Universitäts-Verlag, Wiesbaden 2006
- BESIEN, BART VAN *Copiepresse versus Google: a legal analysis of news aggregation and copyright infringement under Belgian law*. 17/09/2013.
<https://www.newmedia-law.com/news/copiepresse-versus-google-a-legal-analysis-of-news-aggregation-and-copyright-infringement-under-belgian-law/> [2019.05.27.]
- BODÓ BALÁZS *Okok és tünetek hol van árazási probléma az online piacokon?*. Infokommunikáció és Jog 2010/6, 204-205.
- BROCHE, JÉRÔME – State aid for films: a policy in motion? In: Competition Policy
CHATTERJEE, OBHI – Newsletter 2007/1
ORSSICH, IRINA –
TOSICS, NÓRA
- BROWNSWORD, ROGER Law, Technology and Society- Re-imagining the Regulatory Environment. Routledge, 2019.
- BRUNER, M. Culture, Sovereignty, and Hollywood: UNESCO and the Future of
CHRISTOPHER Trade in Cultural Products. In: N.Y.U. Journal of International Law and Politics, vol. 40, issue 2, Winter 2008, pp. 351-436.

- BUNDESKARTELLAMT Bundeskartellamt Working Paper Market Power of Platforms and Networks, June 2016.
https://www.bundeskartellamt.de/SharedDocs/Publikation/EN/Berichte/Think-Tank-Bericht-Langfassung.pdf?__blob=publicationFile&v=2
[2019.05.27.]
- BURRI, MIRA *Permission to Link: Making Available via Hyperlinks in the European Union after Svensson.* JIPITEC 5-3-2014.
<https://www.jipitec.eu/issues/jipitec-5-3-2014/4098/burri.pdf>
[2019.05.27.]
- BURRI-NENOVA, MIRA *Trade and Culture: Making the WTO Legal Framework Conducive to Cultural Considerations.* Manchester Journal of International Economic Law, Vol. 5. Issue 3: 2-38., 2008.
- CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE *The Production of Information in an Online World: Is Copy Right?* December 2017. NET Institute Working Paper.
<https://ssrn.com/abstract=2672050> [2019.01.01.]
- CAGÉ, JULIA – HERVÉ, NICOLAS – VIAUD, MARIE-LUCE *The commercial value of news in the internet era.* 19 June, 2017.
<https://voxeu.org/article/commercial-value-news-internet-era>
[2019.01.01.]
- CALZADA, JOAN – GIL, RICARD *What do News Aggregators Do? Evidence from Google News in Spain and Germany.*
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2837553
[2019.08.12.]
- CAMERON, LISA J.–BAZELON, COLEMAN D. *The Impact of Digitization on Business Models in Copyright-Driven Industries: A Review of the Economic Issues.* In: MERRILL, STEPHEN A. – RADUCHEL, WILLIAM J. (Eds.): *The Impact of Copyright on Innovation in the Digital Age.* The National Academy of Sciences' Board on Science, Technology, and Economic Policy, February 2013.
- CASTENDYK, OLIVER – DOMMERING, EGBERT J. – SCHEUER, ALEXANDER *European Media Law.* Kluwer Law International, The Netherlands, July 2008.
- CHIANG, EDMUND H. *The UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions: a Look at the Convention and its Potential Impact on the American Movie Industry.* In: Washington University Global Studies Law Review, Vol. 6, issue 2, 2007, 379-404.
- CHIOU, LESLEY – TUCKER, CATHERINE *Content Aggregation by Platforms: The Case of the News Media.* National Bureau of Economic Research, July 2015.
- CINEUROPA INDUSTRY REPORT *Financing - Study: Film Tax Credits, Production Incentives Fail to Spur Economic Growth.* 8/2/2010,

- <http://cineuropa.org/2011/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1365&did=134997> [25.11.2012.]
- CINEUROPA INDUSTRY REPORT Financing, Tax shelter – Luxembourg, 28/6/2006; <http://cineuropa.org/2011/dd.aspx?t=dossier&l=en&tid=1365&did=75778> [25.11.2012.]
- COBB, KATHY Roll the credits... and the tax incentives – Cities, states and even countries spar for film production business, but at what cost? September 1, 2006, http://www.minneapolisfed.org/publications_papers/pub_display.cfm?id=1309 [25.11.2012.]
- COHEN, JULIA E. *Law for the Platform Economy*. University of California Davis Law Review Vol. 51:133/2017. 133-204.
- CORNIA, ALESSIO – *Digital News Project 2016*. Reuters Institute, University of Oxford
SEHL, ANNIKA – (2016)
NIELSEN, RASSMUS
KLEIS
CUNNINGHAM, B. *In Defense of Member State Culture: The Unrealized Potential of Article 151(4) of the EC Treaty and the Consequences for EC Cultural Policy*. In: Cornell International Law Journal, vol. 34, (2001), 119-163.
COLLETTE
- CUNNINGHAM, STUART A Research Agenda for the Creative Industries. Edward Elgar
– FLEW, TERRY Publishing, 2019.
- CURRIER, JAMES *The Network Effects Manual*. <https://medium.com/@nfx/the-network-effects-manual-13-different-network-effects-and-counting-a3e07b23017d> [2019.05.27.]
- DANBURY, RICHARD– *Is an EU publishers' right a good idea? - Final report on the AHRC project: Evaluating potential legal responses to threats to the production of news in a digital era*. Centre for Intellectual Property and Information Law, Faculty of Law University of Cambridge, 15 June 2016
HARGREAVES, IAN –
BENTLY, LIONEL
- DAVIES, ADAM P. – *The Film Finance Handbook: How to Fund Your Film*. 2007 Netribution
WISTREICH, NICOL Limited
- DELLAROCAS, C. – *Attention Allocation in Information-rich Environments: The Case of News Aggregators*.
SUTANTO, J. – CALIN, <https://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.2015.2237>
M. – PALME, E. [2019.08.12.]
- DIRKS, TIM The History of Film, The 1960s, The End of the Hollywood Studio System, The Era of Independent, Underground Cinema, Part 1. <http://www.filmsite.org/60sintro.html> [25.11.2012.]

DWYER, COLIN	<i>German Publishers' Lawsuit Against Google Threatens to Backfire</i> . 10 May, 2017. https://www.npr.org/sections/thetwo-way/2017/05/10/527800498/german-publishers-lawsuit-against-google-threatens-to-backfire?t=1530013754704 [2019.01.01.]
EDWARDS, ASHLEY W.	There is No Business Like the State Film Tax Incentives Business: An Analysis of Pennsylvania's Film Production Tax Credit Program. In: 13 Pitt. J. Tech. Law & Policy 1 2012-2013., pp. 1-13.;
EPERJESI, JÁNOS	Filmipar Európában – 6. Rész, Közvetett támogatások, az adókedvezmények szerepe és jelentősége [Film industry in Europe – Part 6, Indirect support, the role and importance of tax incentives]. http://www.filmtett.ro/cikk/2697/filmipar-europaban-6-resz-kozvetett-tamogatasok-az-adokedvezmenyek-szerepe-es-jelentosege [25.11.2012.]
EPERJESI, JÁNOS	Filmipar Európában – Európai filmtámogatási rendszerek – 3. Rész [Film industry in Europe – European film support systems – Part 3]. http://www.filmtett.ro/cikk/2643/filmipar-europaban-europai-filmtamogatasi-rendszerek-3-resz [25.11.2012.]
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY	<i>TV News Channels in Europe: Offer, establishment and ownership</i> . European Audiovisual Observatory (Council of Europe), Strasbourg, 2018.
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY	<i>Yearbook 2019/2020 Key trends</i> . 2020.
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY	3D drives European box office to record high in 2010 as market share for European film drops, Press Release, Strasbourg, 9 May 2011 http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mif2011_cinema.html [2012. március 12.]
EUROSTAT	Cultural statistics 2019, Eurostat https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b?t=1571393532000 [2021.12.12.]
FALUVÉGI BALÁZS	<i>Üzleti okai is vannak, hogy ilyen pizok jók a dél-koreai filmek és sorozatok</i> . 2021. október 03., Portfolio; https://www.portfolio.hu/befektetes/20211003/uzleti-okai-is-vannak-hogy-ilyen-pizok-jok-a-del-koreai-filmek-es-sorozatok-502118# [2021. október 12.]
FEDERAL TRADE COMMISSION	Federal Trade Commission Staff Discussion Draft: <i>Potential Policy Recommendations to Support the Reinvention of Journalism</i> . 2010. https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/how-will-journalism-survive-internet-age/new-staff-discussion.pdf [2019.01.01.]

- FICSOR J. MIHÁLY *Svensson: honest attempt at establishing due balance concerning the use of hyperlinks – spoiled by the erroneous “new public” theory.* <http://www.copyrightseesaw.net/en/archive?page=3> [2019.05.27.]
- FIELD, HEATHER EU Cultural Policy and the Creation of a Common European Identity. In: (ed.) BIANCHINI, A. – DOLBY, J. – HOLLAND, M.: *Proceedings of the Joint Conference of the Australasian Political Science Association and the European Studies Association of New Zealand*. 1998, 245-255.
- FREEMAN, GREGORY – KYSER, JACK – SIDHU, NANY – HUANG, GEORGE – MONTOYA, MICHAEL What is the cost of runaway production? Jobs, Wages, Economic Output and State Tax Revenue at Risk when Motion Picture Productions Leave California. Los Angeles County Economic Development Corporation, August 2005, http://www.stop-runaway-production.com/wp-content/uploads/2009/07/California_Film_Commission_Study.pdf [25.11.2012.]
- GÁLIK, MIHÁLY – URBÁN, ÁGNES – GENZ, JOHN *Bevezetés a Médiagazdaságtanba*. Aula, 2008.
- Are You Taking Advantage of the New York State Post Production Tax Credit?* <http://www.eisneramper.com/new-york-state-film-production-credit-211.aspx> [25.11.2012.]
- GAGNÉ, GILBERT *Free Trade, Cultural Policies, and the Digital Revolution: Evidence from the U.S. FTAs with Australia and South Korea*. In: 9 Asian Journal WTO and International Health Law and Policy 257, 2014. 257-286.
- GIMELLO-MESPLOMB, FRÉDÉRIC Le prix de la qualité. L'Etat et le cinéma français (1960-1965). In: *Politix*. Vol. 16. No. 61. Premier Trimestre 2003. 95-122.
- GOODFELLOW, MELANIE Screen Daily: French film tax incentive less attractive than key EU counterparts, says CNC. <http://www.screendaily.com/news/europe/french-film-tax-incentives-less-attractive-than-key-eu-counterparts-says-cnc/5032329.article> [25.11.2012.]
- GRAB, HEATHER Free Trade and Cultural Industry: Finding a Way to Sleep in the Same Bed. In: *Alberta Law Review*, Volume 45, issue 2, November 2007, pp. 421-442.
- GRAD-GYENGE ANIKÓ *Nincs új a nap alatt – avagy górcső alatt a bizottság szerzői jogi reformjának szabad felhasználásai*. Jogtudományi Közlöny. 2018./ 7-8. szám, 334-345.
- GRAD-GYENGE ANIKÓ *A jogsértésért való felelősség vagy a nyilvánosságához közvetítési jog új határai*. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle (122.) évfolyam, 5. szám, 2017. október, 7-14.

- GUBBINS, MICHAEL Digital Revolution – The Active Audience. A Cine-Regio report in collaboration with Filmby Aarhus, MCG Film&Media, February 2011 <http://www.northseascreen.eu/production-news-details.cfm/nID/295> [25.02.2015.]
- HALL, JOHN *3 Social Media Trends that will Affect Your Digital Ads.* <https://www.inc.com/john-hall/3-social-media-trends-that-will-affect-your-digital-ads.html?cid=search> [2019.05.27.]
- HANANIA, LILIAN
RICHERI *Cultural diversity and Regional Trade Agreements – the European Union Experience with Cultural Cooperation Frameworks.* In: Asian Journal of WTO and International Health Law and Policy, Vol. 7, issue 2, September 2012, pp. 423-456.
- HAYES, DADE Variety: New York to triple film, TV tax credit. <http://www.variety.com/article/VR1117983879?refCatId=13> [25.11.2012.]
- HENCHMAN, JOSEPH Poor Reviews Prompt States to Cry Cut! on Film Tax Incentives. June 18, 2011, <http://news.heartland.org/newspaper-article/2011/06/18/poor-reviews-prompt-states-cry-%E2%80%99cut%E2%80%99-film-tax-incentives> [25.11.2012.]
- HOMSI, ERIC Financing Films One State at a Time: A Survey of Successful Film Incentive Programs. In: Seton Hall Journal of Sports and Entertainment Vol. 21.149; pp. 149-176.
- HUGENHOLTZ, BERNT
P. – VELZE, SAM C.
VAN *Communication to a New Public? Three reasons why EU copyright law can do without a 'new public'.* <https://ssrn.com/abstract=2811777> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2811777> [2019.05.27.]
- HURT, AMELIA Hollywood on the Bayou: an Optimal Tax Approach to Evaluating and Reforming the Louisiana Motion Picture Investor Tax Credit. In: 74 La L. Rev. 581 2013-2014, pp. 581-611.
- ISELL, KIMBERLY *The Rise of the News Aggregator: Legal Implications and Best Practices.* [Berkman Center Research Publication No. 2010-10](#), University of Harvard
- ISELL, KIMBERLY *The Rise of the News Aggregator: Legal Implications and Best Practices.* Berkman Center Research Publication No. 2010-10, University of Harvard
- JON LEIBOWITZ „Creative Destruction” or just „Destruction” How will journalism Survive the Internet Age?, https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_statements/creative-destruction-or-just-destruction-how-will-journalism-survive-internet-age/091201newsmedia.pdf [2019.01.01.]

- KERR, ORIN S. *The Problem of Perspective in Internet Law*. The George Washington University, Public Law and Theory Working Paper No. 38. 2002. Georgetown Law Journal Vol. 91. February 2003. http://ssrn.com/abstract_id=310020 [2019.08.12.]
- KERSTING, CHRISTIAN – DWORSCHAK, SEBASTIAN *Leistungsschutzrecht für Presseverlage: Müsste Google wirklich zahlen? – eine kartellrechtliche Analyse*. <https://ssrn.com/abstract=2811777> [2019.01.01.]
- KERTÉSZ, KRISZTINA *A média szabályozása az Európai Unióban és Magyarországon, Médiakutató 2001 tavasz* https://mediakutato.hu/cikk/2001_01_tavasz/07_a_media_szabalyozasa_az_euban_es_magyarorszagon [2021.12.12.]
- KETTERING, JOHN W. *Dr. Strangetax or: Why Pennsylvania should Learn to Stop Worrying and just End the Film Tax Credit*. In: 10 Pitt. Tax Rev. 69. 2012-2013., pp. 69-86.
- KHARABI, JONA – KEMPER, SALLY *Top 10: United States of Production*. <http://www.p3update.com/preproduction/locations/1199-top-10-united-states-of-production> [25.11.2012.]
- KIRÁLY, MIKLÓS *Egység a sokféleségben – az Európai Unió jogának hatása a kultúrára*. Új Ember Kiadó, Bp., 2007.
- KOLTAY, ANDRÁS *Magyar és európai médiajog*. Wolters Kluwer Kft., 2019.
- KRANENBURG, HANS VAN *Innovation Policies in the European News Media Industry, A Comparative Study*. Springer, Nijmegen, Hollandia, 2017.
- LÁNCOS Petra *A kultúra fogalmának és védelmének alakulása az UNESCO és az Európai Közösség jogforrásainak fényében*, In: Iustum Aequum Salutare, III. 2007/4., 125-135.
- LAURENT, PHILIPPE *Google News Banned by Brussels High Court - Copiepresse SCRL v. Google Inc. – Prohibitory injunction of the President of the High Court of Brussels*, 5 September 2006. In: Computer Law and Security Report 2007/23, 82-85. o.
- LAURENT, PHILIPPE *Copiepresse SCRL & alii v. Google Inc., – in its decision of 5 May 2011, the Brussels Court of Appeal confirms the prohibitory injunction order banning Google News and Google's „in cache” function*. In: Computer Law and Security Review 2001/27, 542-545.
- LAURENT, PHILIPPE *Brussels High Court Confirms Google News Ban – Copiepresse SCRL v. Google Inc. – Prohibitory injunction/ stop order of the President of the High Court of Brussels*. 17 February, 2007. In: Computer Law and Security Report 2007/23, 292. o.

- LE CREDIT NATIONAL *Archives pour une histoire de la production cinématographique française (1941-1966)*
http://www.cinematheque.fr/sites-documentaires/credit_national/rubrique/historique-de-l-institution-le-service-des-prets-et-le-cinema.php [2012. március 12.]
- LEONARD DOWNIE, JR. & MIHAEL SCHUDSON *The Reconstruction of American journalism.* Columbia Journalism Review;
https://archives.cjr.org/reconstruction/the_reconstruction_of_american.php [2019.08.12.]
- LESICKO, CHRISTINE KATHERINE *The New News: Challenges of Monetization, Engagement, and Protection of News Organizations' Online Content.* 2 Reynolds Ct. & Media Law Journal (2012)
- LUCHETTA, GIACOMO *Is the Google Platform a Two-sided Market?* Journal of Competition Law and Economics Vol.10/1, 2014.
- LUTHER, WILLIAM *Movie Production Incentives: Blockbuster support for Lackluster Policy.* In: Tax Foundation Special Report, January 2010, No. 173
- MALYSHEV, ALEXANDER *Financing Film through Aggressive Tax Incentives – A Losing Proposition for the States.* In: 19 Media Law and Policy 229, 2010, pp. 229-237.
- MANDUCHI, AUGUSTINO – PICARD, G. ROBERT MARIMON, NICOLE *Circulations, Revenues and Profits in a Newspaper Market with Fixed Advertising Costs.* Journal of Media Economics 22:211-238, Routledge
- Shutting Down the Turbine: How the News Industry and News Aggregators can Coexist in a post-Barclays v.Theflyonthewall.com World.* Fordham Intellectual Property, Media and Entertainment Law Journal, Vol. 23/4.
- MCCARTHY, CAROLINE *Agence France-Presse, Google settle copyright dispute.* 6 April, 2007.
<https://www.cnet.com/news/agence-france-presse-google-settle-copyright-dispute/> [2019.05.27.]
- MCDONALD, ADRIAN *Down the Rabbit Hole: The Madness of State Film Incentives as a „Solution” to Runaway Production.* In: 14 University of Pennsylvania Journal of Business Law; 2011-2012, pp. 85-165.
- MEZEI PÉTER *Mi a helyzet? - Új online üzleti modellek a zeneiparban.* (2011)
<http://copy21.com/2011/07/mi-a-helyzet-uj-online-uzleti-modellek-a-zeneiparban/> [2019.08.12.]
- MEZEI PÉTER *Sampling az Európai Bíróság előtt – szerzői jogok kontra művészeti szabadság.* In: Európai Jog 2019/3, 28-35. o.

- MEZEI PÉTER *Digital First Sale Doctrine Ante Portas*. JIPITEC, Vol. 6. Issue 1. (May 2015), p. 23-72. illetve MEZEI PÉTER: *Jogkimerülés a szerzői jogban*. NMHH Médiatudományi Könyvtár 20., 2016.
- MEZEI, PÉTER *A linkelés szerzői jogi vonatkozásai – négyszögletes dugó a hatszögletű lyukba?* Infokommunikáció és Jog 61. 1. szám 2015. március, 31-41.
- MINOW, MARTHA *The Changing Ecosystem of News and Challenges for Freedom of the Press*. Loyola Law Review, Vol. 64/2018, 449-555.
- MOSCON, VALENTINA Neighbouring rights: in search of a dogmatic foundation. The press publishers' case. In: PIHLAJARINNE, TAINA – VESALA, JUHA – HONKKILA, OLLI (szerk.): *Online Distribution of Content in the EU*. Edward Elgar Publishing Ltd., 2019., 40-61.
- MPAA New Data: The American Film and Television Industry Continues to Drive Economic Growth in All 50 States. <https://www.motionpictures.org/press/new-data-the-american-film-and-television-industry-continues-to-drive-economic-growth-in-all-50-states/> [2021.12.12.]
- NEMESSÁNYI ZOLTÁN – UJHELYI DÁVID *Breaking the news? A kiegészítő (szerzői) jog szerepe és megítélése*. Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle 2016. 11. (121.) évfolyam 6. sz. 30. o.
- NEWMAN – FLETCHER – KALOGEROPOULOS – LEVY – NIELSEN *Reuters Institute Digital News Report 2018*. Oxford University.
- NEWMAN, NIC – FLETCHER, RICHARD – KALOGEROPOULOS, ANTONIS – NIELSEN, RASMUS KLEIS *Reuters Institute Digital News Report (2019.)*
- NEWMAN, NIC – FLETCHER, RICHARD – LEVY, DAVID A. L. – NIELSEN, RASMUS KLEIS *Reuters Institute Digital News Report 2016*. 10-11. o., University of Oxford <https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/11/Digital-News-Report-2016.pdf> [2021.05.27.]
- NEWMAN, NIC – FLETCHER, RICHARD – SCHULZ, ANNE – ANDI, SIMGE – NIELSEN, RASMUS KLEIS *Reuters Institute Digital News Report (2020.)*
- NEWMAN, NIC – FLETCHER, RICHARD – SCHULZ, ANNE – ANDI, SIMGE – ROBERTSON, CRAIG T. – NIELSEN, RASMUS KLEIS *Reuters Institute Digital News Report (2021.)*

- NOTHDURFT, JOHN Film Tax Credits: Do They Work? New England Public Policy Center at the Federal Reserve Bank of Boston, The Heartland Institute, Policy Documents, <http://heartland.org/policy-documents/film-tax-credits-do-they-work> [25.11.2012.]
- NYAKAS LEVENTE A Kvótaszabályozás az európai audiovizuális médiaszabályozásban – gazdasági és kulturális megfontolások határán című írását, In: Koltay András – Török Bernát (szerk.): *Sajtószabadság és médiajog a 21. század elején*. Wolters kluwer Kft., 2014., 497-520.
- OECD A hír-piac fejlődése és az Internet (OECD tanulmány). AKTI, Budapest, 2010. szeptember 8. <http://www.akti.hu/dok/dokumentum08.pdf> [2019.08.12.]
- OLSBERG, JONATHAN – BARNES, ANDREW *Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe*. European Audiovisual Observatory, December 2014
- ORSSITCH, IRINA State Aid for Films and Other Audiovisual Works – Current Affairs and New Developments. In: *European State Aid Quarterly*, 1/2012, pp. 49-55.
- OXFORD ECONOMICS *Economic Impact of the UK Film Industry*. Supported by the UK Film Council, Framestore Ltd, Cinesite Ltd, Double Negative Ltd, and Pinewood Shepperton plc, June 2010, http://www.ukfilmcouncil.org.uk/media/pdf/i/r/The_Economic_Impact_of_the_UK_Film_Industry_-_June_2010.pdf [2012. március 12.]
- OXFORD ECONOMICS *Economic Impact of the UK Film Industry*. Supported by the UK Film Council and Pinewood Shepperton plc, July 2007, <http://www.ukfilmcouncil.org.uk/media/pdf/5/8/FilmCouncilreport190707.pdf> [25.11.2012.]
- PARENT, MARY PERGOLA – GOVERN, KEVIN HUGH *Florida and the Film Industry: An Epic Tale of Talent, Landscape and the Law*. In: 38 *Nova Law Review* 43 2013-2014., pp. 43-80.
- PARK, DANIEL S. *The Associated Press v. All Headlines News: How Hot News Misappropriation Will Shape the Unsettled Customary Practices of Online Journalism*. *Berkely Technology Law Journal*, Vol. 25/1, January 2010., 369-394.
- PATAKI GÁBOR – SZŐKE GERGELY LÁSZLÓ Az online személyiségprofilok jelentősége – régi és új kihívások, *Infokommunikáció és Jog*. 14. évf. 69. sz. 63-70.
- PENG, SHIN-YI *International Trade in Cultural Products: UNESCO's Commitment to Promoting Cultural Diversity and Its Relations with the WTO*. In: *International Trade and Business Law Review*, 2008, volume 11 pp. 218-235.

- PEW RESEARCH CENTER *Teens, Social Media & Technology 2018.* 31 May, 2018., www.pewresearch.org [2019.05.27.]
- PHILIP M. NAPOLI – ROBYN CAPLAN *Miért ragaszkodnak a médiavállalkozások ahhoz, hogy valójában nem is médiavállalkozások, miért nincs igazuk, és miért fontos kérdés ez?* In *Medias Res.* 2018/1. 60-80.
- PIHLAJARINNE, TAINA *Linking and Copyright – a problem solvable by functional-technical concepts?* In: PIHLAJARINNE, TAINA – VESALA, JUHA – HONKKILA, OLLI (szerk.): *Online Distribution of Content in the EU.* Edward Elgar Publishing Ltd., 2019., 25-39.
- PIHLAJARINNE, TAINA – VESALA, JUHA – HONKKILA, OLLI (szerk.) *Online Distribution of Content in the EU.* Edward Elgar Publishing Ltd., 2019.
- POLYÁK GÁBOR – NAGY KRISZTINA *Regulating health communication in the post-truth era.* *Intersections: East European Journal of Society and Politics* 7:3, 120-138. (2021)
- POLYÁK GÁBOR – NAGY KRISZTINA *A médiatörvények kontextusa, rendelkezései és gyakorlata.* *Jura.* 20. évf./ 2. sz. 127-149.
- PRIEST, ERIC *Why Emerging Business Models and not Copyright Law are the Key to Monetising Content Online.* In: FITZGERALD, BRIAN ET AL. (Eds.): *Copyright Law, Digital Content, and the Internet in the Asia-Pacific.* Sydney University Press, 2008. 119-141.
- QUINN, DYLAN J. *Associated Press v. Meltwater: Are Courts Being Fair to News Aggregators?* *Minnesota Journal of Law, Science and Technology*, Vol.15/2. (2014), 1189-1220.
- RABICOFF, G. LINDSAY *Hot News Misappropriation Doctrine: Confusion in the Internet Age and the Call for Legislative Action.* *Jurimetrics* 2012/53., 71-95.
- RICKETSON, SAM – GINSBURG, JANE *Intellectual Property in news? Why not?* In: Richardson, Megan – Ricketson, Sam (ed.): *Research Handbook on Intellectual Property in Media and Entertainment.* Edward Elgar Publishing Ltd., 2017, 10-46.
- ROSATI, ELEONORA *Link and threat? Why the story with hyperlinks and copyright is not over yet.* <http://ipkitten.blogspot.com/2014/10/link-and-threat-why-story-with.html> [2019.01.01.]
- SAKONA, SHALIA *Frankly, My Dear America, We Don't Give a Damn: Comparing Chinese and European Trade Barriers to American Audiovisual Works and the American Response.* In: *Boston College International and Comparative Law Review*, Vol. 54, Issue 3 (2013); pp. 1385-1414.

- SALAVERRÍA, RAMÓN *Digital Journalism: 25 years of research*. Review Article. *El profesional de la información*, v. 28, n.1, e280101
- SANDOT, FRÉDÉRIQUE *Méthodes de Financement et Rentabilité dans la production cinématographique: Les Soficas, Mémoire de recherche de fin d'études*. HEC Paris, http://www.vernimmen.net/ftp/Memoire_Methodes_financement_rentabilite_dans_production_cinematographique_SOFICAS.pdf [25.11.2012.]
- SAVIN, ANDREJ: *EU Internet Law*. Edward Elgar Publishing 2017.
- SAVOV, VLAD *Google News Quits Spain in Response to New Law*. 11 December 2014. <https://www.theverge.com/2014/12/11/7375733/google-news-spain-shutdown> [2019.01.01.]
- SAYER, PETER *Google case raises doubts about German news copyright law*. 9 May, 2017. <https://www.pcworld.com/article/3195443/internet/google-case-raises-doubts-about-german-news-copyright-law.html> [2019.01.01.]
- SCHERB, MATTHEW *Free Content's Future: Advertising, Technology, and Copyright*. Northwest. Univ. L. Review 2004/98, 1787-1823. o.
- SCHNEEBERGER, AGNES *Audiovisual media services in Europe market insights*. European Audiovisual Observatory, October 2016
- SCHNEIDER, INGRID *Democratic Governance of Digital Platforms and Artificial Intelligence? Exploring Governance Models of China, the US, the EU and Mexico*. JeDEM 12(1): 1-24, 2020, DOI: 10.29379/jedem.v12i1.604
- SCHONAUER, JOSHUA R. *Star Billing? Recasting State Tax Incentives for the „Hollywood” Machine*. In: *Ohio State Law Journal*, 2010. Vol. 71:2
- SCOTT, IRINA – BROWN, ELIZABETH *Redifining and Regulating the New Sharing Economy*. University of Pennsylvania Journal of Business Law, Vol 19:3.
- SCULLY, KEVIN *The Most Dangerous Game: U.S. Opposition to the Cultural Exception*. In: 36 Brook. Journal of International Law 1183, 2011, pp. 1183-1208.
- SHAO, W. MING *Is there No Business Like Show Business?: Free Trade and Cultural Protectionism*. In: *Yale Journal of International Law* Vol. 20. Issue 1. 1995, pp. 105-150.
- SHORE, CHRIS *“In uno plures” (?) EU Cultural Policy and the Governance of Europe*. In: *Cultural Analysis*, vol. 5. (2006), University of California
- SINNAEVE, ADINDA *How the EU manages subsidy competition*. Speech prepared for presentation on February 27, 2004 at Reining in the Competition for Capital, a conference organised by Professor Ann Markusen at the Humphrey Institute at the University of Minnesota.

- http://www.hhh.umn.edu/img/assets/6158/sinnaeve_paper.pdf
[25.11.2012.]
- SMITH, GRAHAM *Copiepress v. Google – the Belgian judgement dissected.*
<https://www.twobirds.com/en/news/articles/2007/copiepresse-v-google>
[2019.05.27.]
- SOLTÉSZ, ULRICH Tighter State Aid Rules for Public TV Channels. *Journal of European Competition Law and Practice*, 2010. Vol.1. No. 1., 32-36.
doi:10.1093/jeclap/lpp008
- STUPP, CATHERINE *The fight to get Google to pay for news continues in Europe.* 2 December 2014. <http://www.niemanlab.org/2014/12/the-fight-to-get-google-to-pay-for-news-continues-in-europe/> [2019.01.01.]
- SZALAY, KLÁRA [Támogatni vagy nem támogatni? Filmtámogatási rendszerek kritikai megközelítése: az amerikai és az európai modell](#)
PRO FUTURO - A JÖVŐ NEMZEDÉKEK JOGA 2016:1, 42-61.o. (2016)
- SZALAY, KLÁRA – Jutalom a nyomravezetőnek! A szökevény produkciók nyomában,
TOSICS, NÓRA Filmes adókedvezmények versengése Európában. *Infokommunikáció és Jog* 49. szám, 2012. április, pp. 43-57.
- THOMPSON, BEN *The Moat Map* 15, May, 2018., <https://stratechery.com/2018/the-moat-map/> [2019.05.27.]
- TOSICS, NÓRA Audiovizuális politika. In: Kende, Tamás – Szűcs, Tamás: *Bevezetés az Európai Unió politikáiba.* Complex Kiadó Jogi és Üzleti Tartalomszolgáltató Kft., Budapest, 2015.
- TÓTH ANDREA *Szerzői jogi reform az Európai Unióban: a 2016. szeptemberi javaslatcsomag.* Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle (2017) 12. (122.) évfolyam 4. sz. 7-30.
- TÓTH CSABA *Egy évvel a Cambridge Analytica botrány után a Facebook még mindig pont ugyanúgy működik, mint akkor.* https://merce.hu/2019/03/19/egy-evvel-a-cambridge-analytica-botrany-utan-a-facebook-meg-mindig-pont-ugyanugy-mukodik-mint-akkor/?gclid=CjwKCAjw36DpBRAYEiwAmVVDMIkuTqqUnyRhKYYuP7j0T6pFWoaaC-o-rwqXOCU9jlwHoTglYOOyRxoC27EQAvD_BwE [2019.08.12.]
- TÓTH PÉTER BENJÁMIN *Okok és gyógymódok – az online tartalompiac.* *Infokommunikáció és Jog* 2011/1, 22-24.
- TÓTH, ANDREA *A Linkelés jelene és jövője az Egyesült Államok és az Európai Unió joggyakorlata alapján.* Iparjogvédelmi és Szerzői jogi Szemle 11. (121.) 1. szám 2016. február, 64-84.

- UNCTAD *Digital Economy Report 2019: Value creation and capture: implications for developing countries.* UNCTAD, 2019.
- UNCTAD *Creative economy outlook, Trends in international trade in creative industries 2002-2015.* (2018.) United Nations
- VOON, TANIA UNESCO and the WTO: a Clash of Cultures. In: *International and Comparative Law Quarterly*, Vol. 55 issue 3 (July 2006.), pp. 1-32.
- WEAVER, ALEXANDER *Aggrevated with Aggregators: Can International Copyright Law Help Save the Newsroom?* *Emory International Law Review*, Vol. 26, No. 2., 2013., Emory Legal Studies Research Paper, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2061015 [2019.05.27.]
- WEEKS, LIN *Media Law and Copyright Implications of Automated Journalism.* 4 *NYU J. Intellectual Property & Ent. Law* Vol. 4:1, 2014, 67-94. o.
- WELLS, STEVE – POSEY, CLYDE – *Big Sky on the Big Screen Act – State Tax Incentives for the Film Industry.* In: *27 Journal of State Taxation* 29, 2008-2009, pp. 29-34.
- WELLS, STEVE – POSEY, CLYDE – *Let's Go to the Movies – State Tax Incentives: Heroes or Villains.* In: *Journal of State Taxation* 29, July-August 2011, pp. 29-38.
- WHITMORE, NANCY J. *Extending Copyright Protection to Combat Free-Riding by Digital News Aggregators and Online Search Engines.* *Cath. Uni. J. L. & Tech.* 2015/24.
- WHITTAKER, JASON *Tech Giants, Artificial Intelligence, and the Future of Journalism.* Routledge, 2019. Introduction
- WILLIAM TURVILL *Google News Shh-owcase: Publishers break silence over secret deals behind \$1bn scheme.* 2010. szeptember 30. <https://pressgazette.co.uk/google-news-showcase/> [2021.12.12.]
- YOCHAI BENKLER *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom.* Yale University Press, New Haven, 2006.
- ZACHAR BALÁZS *Filmtámogatás az Európai Bizottság szemüvegén keresztül.* *Állami Támogatások Joga* 20 (2013/4), 115-126. o. https://epa.oszk.hu/02400/02450/00020/pdf/EPA02450_ATJ_2013_4_115-126.pdf [2021. szeptember 12.]
- ZIMMERMAN, DIANE LEENHEER *Finding New Paths through the Internet: Content and Copyright.* *Tul. J. Tech. and Intell. Property*, Vol. 12/2009. 145-160.
- ZIMMERMANN, STEPHEN S. *A Regulatory Theory of Copyright: Avoiding a First Amendment Conflict.* *EMORY Law Journal*, Vol. 35./ 1986., 163-211.

- ZIN, DAVID Film Incentives in Michigan, Issue Paper of the Michigan Senate Fiscal Agency, September 2010.
<http://www.senate.michigan.gov/sfa/Publications/Issues/FilmIncentives/FilmIncentives.pdf> [25.11.2012.]
- ZÖDI ZSOLT *Platformok, robotok és a jog. Új szabályozási kihívások az információs társadalomban.* Gondolat Kiadó, Budapest, 2018.
- ZUCKERBERG, M. *The Internet needs new rules. Let's start in these four areas.* The Washington Post, March 30. (2019).
https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-the-internet-needs-new-rules-lets-start-in-these-four-areas/2019/03/29/9e6f0504-521a-11e9-a3f7-78b7525a8d5f_story.html?noredirect=on&utm_term=.a916cfd40a49
[2019.03.30.]
- Online News Aggregation and Neighbouring Rights for News publishers.* Ref. Ares(2017)6256585-20/12/2017 draft
<https://www.asktheeu.org/en/request/4776/response/15356/attach/6/Doc1.pdf> [2019.05.27.]

HIVATKOZOTT ÁLLAMI TÁMOGATÁSRA VONATKOZÓ EURÓPAI BIZOTTSÁGI DÖNTÉSEK, JOGESETEK, EGYÉB DÖNTÉSEK

- N291/07
- Commission decision State aid N291/07 – The Netherlands Film Fund – Implementation Regulation for feature films and supplementary regulations for investments in film, Brussels, 10.7.2007, C(2007)3231
- Commission decisions State aid N 605/2007 – Financial Incentives for the Audiovisual Industry Regulations, Brussels, 28.11.2007, C(2007)5639; N 605/2007
- Commission decisions State aid N 613/2009 – Financial Incentives for the Audiovisual Industry Regulations (prolongation of State aid N 605/2007), Brussels, 8.12.2009, C(2009)10025 N 613/2009
- Décision de la Commisison Européenne, Aide d'Etat N 106/2009 – Crédit d'impôt pour les oeuvres cinématographiques étrangères, Bruxelles, le 2.7.2009, C(2009)5084 N 106/2009
- Décision de la Commission, Aide d'Etat No. N 516/2009 – Régime d'exonération fiscale (tax shelter) en faveur de la production audiovisuelle – Prolongation de l'aide No. N 121/2007 N 516/2009
- Entscheidung der Europäischer Kommission, Staatliche Beihilfe N 96/2010 96/2010 – Österreich, Österreichische Filmförderungsregelung (Filmstandort Österreich), Brüssel, den 31.8.2010, K(2010)6041 N 96/2010

Entscheidung der Europäischen Kommission, Staatliche Beihilfe N695/2006 – Deutschland, Deutscher Filmförderfonds, Brüssel, 20.12.2006, K(2006)6682	N695/2006
Európai Bizottság döntése, N202/2008. sz. állami támogatás – Magyarország, Filmszakmai támogatási program, Brüsszel, 2008.7.16, C(2008)3543 végleges	N202/2008.
Európai Bizottság döntése, N202/2008. sz. állami támogatás – Magyarország, Filmszakmai támogatási program, Brüsszel, 2008.7.16, C(2008)3543	N202/2008
Európai Bizottság döntése, N646/2007. sz. állami támogatás – Magyarország, Fejlesztési adókedvezmény a film- és videógyártó létesítményekbe történő beruházásokhoz – a fejlesztési adókedvezményről szóló N651/2006. sz. támogatási program módosítása, Brüsszel, 2008.4.30, C(2008)1622	N646/2007.
European Commission decision, State aid N 461/2005 – UK film tax incentive, Brussels, 22.11.2006, C(2006)3982 final	N 461/2005.
Malta Financial Incentives for the Audiovisual Industry	SA.53289 (2019/X)
State aid N 98/2010 – Czech Republic Czech film support scheme, Brussels, 17.06.2010 C (2010)4193	N 98/2010
State aid N151/2006 – Ireland, Tax relief for investment in film - Modification of scheme N387/2004, Brussels, 16.5.2006	N151/2006
State aid N237/2000 – Ireland, Extension of aid schemes to film and TV production, Brussels, 25.9.2000	N237/2000
State aid N371/2010, Brussels, 15.11.2010, C(2010)7913	N371/2010
State aid N387/2004 – Ireland, Tax relief for investment in film, Brussels, 1.12.2004	N387/2004
State aid N524/2009, Brussels, 22.12.2009 C(2009)10665	N524/2009
State aid N595/08 – Italy, Film production tax incentives: State aid approval, Brussels, 18.12.2008, C(2008)8819	N595/08
State aid NN10/2009 (formerly N487/2008) – Ireland, Irish film support scheme, Brussels, 10.3.2009	NN10/2009
State aid No. SA.33234 (2011/N) – United Kingdom UK film tax incentive extension, 27.10.2011; C(2011)7768 final	SA.33234 (2011/N)

State aid SA.37679 (2013/N) – Austria Prolongation of the Austrian film support scheme Filmstandort Österreich, Brussels, 13.01.2014, C(2014) 92

State aid SA.37922 (2013/N) – Italy, Tax incentives for film production, investment and distribution - prolongation SA.37922 (2013/N)

State aid SA.38099 (2014/N) – The Netherlands Film production incentive, Brussels, 13.05.2014, C(2014)3254 SA.38099 (2014/N)

State aid SA.38959 (2014/N) – Ireland Film tax relief support scheme modifications; 20.10.2014 C(2014) 7687final SA.38959 (2014/N)

State aid SA.41396 (2015/N) - United Kingdom Film Tax Relief Modification, 14.07.2015; C (2015) 5020 final SA.41396 (2015/N)

State Aid SA.59636 (2020/N) – Germany German Film Promotion Fund – Strengthening Film Production, Brussels, 02.02.2021 C(2021) 321 SA.59636 (2020/N)

Bestwater International GmbH v. Michael Mebes és Stefan Potsch (C-348/13), ECLI:EU:C:2014:2315

C More Entertainment AB v. Linus Sandberg (C-279/13), ECLI:EU:C:2015:199

Field v. Google, Inc., 412 F. Supp. 2d 1106 (D. Nev. 2006), U.S.D.C. Nevada, 19 January 2006.

Google Search (Shopping) döntésében Case AT.39740

Google/ VG Media; Auseinandersetzung um das Leistungsschutzrecht des Presseverlegers, Bundeskartellamt B-126/14

GS Media BV v. Sanoma Media Netherlands BV, Playboy Enterprises International INC., Britt Geertruida Dekker (C-160/15), ECLI:EU:C:2016:644

Hewlett-Packard Belgium SPRL v Repobel SCRL. (C-572/13), ECLI:EU:C:2015:750

International News Service v. Associated Press. 248 U.S. 215 (1918)

Nils Svensson, Sten Sjörgen, Madelaine Sahlman, Pia Gadd v. Retriever Sverige AB. (C-466/12), ECLI:EU:C:2014:76

Hivatkozott Európai Unió Dokumentumok

A Bizottság közleménye a filmművészeti és más audiovizuális alkotásokkal kapcsolatos bizonyos jogi szempontokról szóló, 2001. szeptember 26-i bizottsági közlemény (Filmművészeti

Közlemény) állami támogatásokra vonatkozó értékelési szempontjairól, HL C 31/1, 2009.2.7.

A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és Szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának a korszerű, európaibb szerzői jogi keret felé COM(2015)626, 2015.12.9.

A Bizottság Közleménye az Európai Parlamentnek, a Tanácsnak, az Európai Gazdasági és szociális Bizottságnak és a Régiók Bizottságának Európai digitális egységes piaci stratégia COM(2015)192

Az állami támogatások szabályainak a közszolgálati műsorszolgáltatásra történő alkalmazásáról szóló bizottsági közlemény. HL C 257., 2009.10.27., 1–14.

Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1808 irányelve (2018. november 14.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról szóló 2010/13/EU irányelvnek (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) a változó piaci körülményekre tekintettel való módosításáról PE/33/2018/REV/1; OJ L 303, 28.11.2018, 69–92.

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 (EGT-vonatkozású szöveg); OJ L 130, 17.5.2019, 92–125.

Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2021/818 rendelete (2021. május 20.) a Kreatív Európa program (2021-2027) létrehozásáról és az 1295/2013/EU rendelet hatályon kívül helyezéséről. HL L 189., 2021.5.28., 34–60.

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 (Elektronikus kereskedelemről szóló irányelv)

Az Európai Parlament és a Tanács 2001/29/EK irányelve (2001. május 22.) az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról. OJ L 167, 22.6.2001, 10–19.

Az Európai Parlament és a Tanács 2010/13/EU irányelve (2010. március 10.) a tagállamok audiovizuális médiaszolgáltatások nyújtására vonatkozó egyes törvényi, rendeleti vagy közigazgatási rendelkezéseinek összehangolásáról (Audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv) (EGT-vonatkozású szöveg) OJ L 95, 15.4.2010, p. 1–24.

Az Európai Parlament és a Tanács ajánlása (2005. november 16.) a mozgóképörökségről és a kapcsolódó ágazati tevékenységek versenyképességéről (2005/865/EK) HL L 323/2005

Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a digitális egységes piacon a szerzői jogról COM(2016)593, 2019.9.14.; (COD) 2016/0280

Az Európai Parlament és a Tanács irányelve a szerzői jog és szomszédos jogok védelme alá tartozó műveknek és más tartalmaknak a vakok, látássérültek és nyomtatott szöveget használni képtelen személyek érdekét szolgáló egyes megengedett felhasználási

- módjairól, valamint az információs társadalomban a szerzői és szomszédos jogok egyes vonatkozásainak összehangolásáról szóló 2001/29/EK irányelv módosításáról COM(2016)596, 2016.9.14.
- Az Európai Parlament és a Tanács rendelete a műsorszolgáltató szervezetek egyes online közvetítéseire, valamint televíziós és rádiós műsorok továbbközvetítésére alkalmazandó szerzői jogok és szerzői joggal szomszédos jogok gyakorlására vonatkozó szabályok megállapításáról COM(2016)594, 2016.9.14.; (COD) 2016/0284
- Az Európai Parlament és a Tanács rendelete egyes, szerzői jog és szomszédos jogok védelme alá tartozó művek és más tartalmak hozzáférhető formátumú példányainak az Unió és harmadik országok közötti, a vakok, látássérültek és nyomtatott szöveget használni képtelen személyek érdekét szolgáló nemzetközi cseréjéről COM(2016)595, 2016.9.14.
- Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of Regions on certain legal aspects relating to cinematographic and other audiovisual works, Brussels, 26.09.2001, COM(2001)534
- Community Action in the Cultural Sector COM (77) 560, and Stronger Community Action in the Cultural Sector COM (82) 590
- Digital Sovereignty for Europe. July 2020, European Parliament, [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651992/EPRS_BRI\(2020\)651992_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/651992/EPRS_BRI(2020)651992_EN.pdf) [2021.12.12.]
- Európai Bizottság: Tervezet – A Bizottság közleménye a filmekhez és egyéb audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatásról, http://ec.europa.eu/competition/consultations/2012_state_aid_films/draft_communication_hu.pdf [2012. április 2.]
- Európai Bizottság: Vitaanyag - A filmekhez és egyéb audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatás értékelése. http://ec.europa.eu/competition/consultations/2011_state_aid_films/issues_paper_hu.pdf [2012. március 12.]
- Európai Elektronikus Hírközlési Kódex létrehozásáról szóló (EU) 2018/1972 európai parlamenti és tanácsi irányelv (2018. december 11.) értelmében vett elektronikus hírközlési szolgáltatások
- Green Paper on the Establishment of a common market in broadcasting. COM(84)300 final
- Javaslat a Tanács irányelve a jelentős digitális jelenlétre kivetendő társasági adóra vonatkozó szabályok megállapításáról, COM(2018) 147; 2018/0072(CNS)
- Strengthening the Position of Press Publishers and Authors and Performers in the Copyright Directive. Study for the JURI committee PE.596.810 – September 2017.

A SZERZŐ TÉMÁHOZ KAPCSOLÓDÓAN MEGJELENT ÍRÁSAI

- Szalay, Klára 3001/2018. (I. 10.) AB Határozat – történészek közti tudományos vita. In: Gárdos-Orosz Fruzsina – Zakariás Kinga (szerk.): *AB 100*, (2021.) 801-819.
- Szalay, Klára – [A híraggregáció fogalma és jogi megítélése](#). In: Polyák, Gábor (szerk.) *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog: A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC (2020) 214-233.
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára – [A sajtókiadványok kiadóinak biztosítandó szomszédos jogok és azok kritikái az európai szerzői jogi jogharmonizációt célzó irányelv tükrében](#). In: Polyák, Gábor (szerk.) *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog: A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC (2020) 193-213.
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára – [Sajtókiadók szomszédos joga – a tagállami átültetés kérdőjelei, jövőbeni szabályozási irányok](#). In: Polyák, Gábor (szerk.): *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog: A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC (2020) 234-254.
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára – *Neighbouring rights for press publishers: A compromise on copyright in the digital single market*.
ESSAYS OF FACULTY OF LAW UNIVERSITY OF PÉCS YEARBOOK OF 2019-2020:1, 107-124. (2021)
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára – [Az európai szerzői jogi harmonizáció jelenlegi állása: újabb kísérlet a szomszédos jogok kiterjesztésére a sajtókiadványok kiadói számára](#).
Jogtudományi Közlöny 74:6, 277-288. (2019)
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára – [Sajtókiadók szomszédos joga: a tagállami átültetés kérdőjelei](#).
PRO FUTURO - A jövő nemzedékek joga 9-25. (2019)
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára – *Hírérték – hír, érték: A híraggregáció jogi megítélése a szerzői jog és a hírpiaai változások tükrében*. Magyar Jog 2018/12., 679-689.
- Polyák Gábor
- Szalay, Klára [Támogatni vagy nem támogatni? Filmtámogatási rendszerek kritikai megközelítése: az amerikai és az európai modell](#).
PRO FUTURO - A JÖVŐ NEMZEDÉKEK JOGA 2016:1, 42-61. (2016)
- Szalay, Klára – Wanted! In search of runaway productions: Film tax incentives in Europe.
Tosics, Nóra Kwartalnik Naukowy Prawo Mediów Elektronicznych 2012:(3), 30-39. (2013.)
- Szalay, Klára – *Jutalom a nyomravezetőnek! A szökevény produkciók nyomában, Filmes adókedvezmények versengése Európában*. Infokommunikáció és Jog 49. szám, 2012. április, 43-57.
- Tosics, Nóra

- Szalay, Klára *The Cultural Dilemma: The EU and its Cultural Competence Viewed from an International Trade Perspective.* In: *Studia Iuridica* *Studia Iuridica Auctoritate Universitatis Pécs Publicata* 152., 2014., 187-216.
- Szalay, Klára The Development of the European Union's policy on State aid to public service broadcasting – from early cases to formulating policy –. In: *Studia Iuridica* *Studia Iuridica Auctoritate Universitatis Pécs Publicata* 150., 2012., 251-272.
- Szalay, Klára The Development of the European Union's policy on State aid to public service broadcasting – cases leading to policy revision –. PhD *Tanulmányok* 11., Pécs, 2012., 553-578.
- Szalay, Klára *Jegyzetek egy szöveggyűjtemény margójára; Médiapolitikai szöveggyűjtemény, – A médiapolitika fogalma és fejlődési irányai –*, szerk. Polyák Gábor. In: *Infokommunikáció és Jog* 2010:40. szám, 2010. augusztus, 176-177.
- Szalay, Klára *A jó médiaszabályozásról: Könyvkritika Mike Feintuck – Mike Varney Médiaszabályozás, közérdek, törvény című könyvéről.* In: *Infokommunikáció és Jog* 48. szám, 2012. február, 32-35.