

# PRAWNA OCHRONA FORMATÓW TELEWIZYJNYCH

Zbigniew Pinkalski

MONOGRAFIE LEX



LEX

a Wolters Kluwer business

# PRAWNA OCHRONA FORMATÓW TELEWIZYJNYCH

Zbigniew Pinkalski

Zamów książkę w księgarni internetowej

**proinfo**.pl  
księgarnia internetowa



**LEX**

a Wolters Kluwer business

Warszawa 2015

*Stan prawny na 1 stycznia 2015 r.*

Redakcja serii  
*Janusz Barta*  
*Ryszard Markiewicz*  
*Alicja Pollesch*

Wydawca  
*Monika Pawłowska*

Redaktor prowadzący  
*Kinga Puton*

Opracowanie redakcyjne  
*Anna Krzesz*

Łamanie  
*Wolters Kluwer*

Układ typograficzny  
*Marta Baranowska*

Ta książka jest wspólnym dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, byś przestrzegał przysługujących im praw. Książkę możesz udostępnić osobom bliskim lub osobiście znanym, ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A jeśli musisz skopiować część, rób to jedynie na użytek osobisty.

prawolubni

**SZANUJMY PRAWO I WŁASNOŚĆ**  
Więcej na [www.legalnakultura.pl](http://www.legalnakultura.pl)  
**POLSKA IZBA KSIĄŻKI**

© Copyright by  
Wolters Kluwer SA, 2015

ISBN 978-83-264-1058-1

ISSN 1897-4392

Wydane przez:  
Wolters Kluwer SA

Dział Praw Autorskich  
01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33  
tel. 22 535 82 00, fax 22 535 81 35  
e-mail: [ksiazki@wolterskluwer.pl](mailto:ksiazki@wolterskluwer.pl)

[www.wolterskluwer.pl](http://www.wolterskluwer.pl)  
księgarnia internetowa [www.profinfo.pl](http://www.profinfo.pl)

# Spis treści

---

Wykaz najważniejszych skrótów / 9

Wstęp / 13

## Rozdział I

### **Analiza pojęcia „format telewizyjny” / 19**

1. Format telewizyjny – charakterystyka ogólna, płaszczyzny definicji / 19
2. Szkic formatu / 23
3. *Format paper* – Projekt formatu / 24
4. *Format bible* – Almanach formatu / 26
5. Realizacja audiowizualna formatu / 30
6. Zróżnicowanie formatów telewizyjnych / 30
  - 6.1. Dystynkcja formatów telewizyjnych z uwagi na gatunek projektowanej audycji / 31
  - 6.2. Dystynkcja formatów telewizyjnych z uwagi na ich podatność na modyfikacje w ramach regionalnych wersji programów / 33

## Rozdział II

### **Ochrona formatów telewizyjnych na gruncie prawa autorskiego / 37**

1. Zasady ochrony prawnoautorskiej – przedmiot ochrony / 37
  - 1.1. Konstrukcja pojęcia „utwór” / 42
  - 1.2. Przesłanki ochrony prawnoautorskiej – oryginalność / 45
  - 1.3. Przesłanki ochrony prawnoautorskiej – indywidualność / 48
  - 1.4. Przesłanki konstytuujące utwór a orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości UE / 56
  - 1.5. Popularność dzieła a jego ochrona prawnoautorska / 60

- 1.6. Minimalny próg twórczości – postulaty dla praktyki orzeczniczej / **62**
  - 1.6.1. Minimalny próg twórczości – krytyka praktyki orzeczniczej / **63**
  - 1.6.2. Zastosowanie metod ekonomicznej analizy prawa jako kryterium pomocnicze dla oceny minimalnego progu twórczości / **67**
- 1.7. Przedmiot ochrony prawnoautorskiej a art. 1 ust. 2<sup>1</sup> pr. aut. / **72**
  - 1.7.1. Procedura w rozumieniu art. 1 ust. 2<sup>1</sup> pr. aut. / **77**
  - 1.7.2. Idea w rozumieniu art. 1 ust. 2<sup>1</sup> pr. aut. / **79**
  - 1.7.3. Czy istnieją granice idei? / **82**
  - 1.7.4. Granica idei a ekonomiczna analiza prawa / **86**
- 1.8. Zbiór (baza danych) jako przedmiot ochrony prawnoautorskiej – art. 3 pr. aut. / **89**
- 1.9. Przedmiot ochrony prawnoautorskiej – podsumowanie / **95**
2. Zakres ochrony prawnoautorskiej – granica naruszenia / **98**
3. Formaty telewizyjne (formy zjawiskowe formatów) jako przedmiot ochrony prawnoautorskiej / **101**
  - 3.1. Prawnoautorska ochrona poszczególnych form zjawiskowych formatu telewizyjnego jako dopracowanych idei / **102**
  - 3.2. Opracowanie formatu telewizyjnego i dzieło z zapożyczeniami z formatu / **126**
  - 3.3. Ochrona koncepcji audycji objętych formami zjawiskowymi formatu telewizyjnego jako zbioru elementów koncepcji / **127**
  - 3.4. Studium przypadków naruszeń majątkowych praw autorskich do koncepcji audycji objętych formatem / **143**
    - 3.4.1. Studium przypadku: *Big Brother v. Dwa Światy* / **145**
    - 3.4.2. Studium przypadku: *Big Brother v. The Glass House* / **149**
    - 3.4.3. Studium przypadku: *Who Wants to Be a Millionaire? v. Kvit eller Dobbelt [Podwajamy albo kończę]* / **151**

4. Legitymacja czynna w zakresie roszczeń o naruszenie majątkowych praw autorskich do formatu telewizyjnego – autorstwo formatu telewizyjnego / **154**
5. Ochrona prawnoautorska poszczególnych elementów formatu telewizyjnego / **156**
  - 5.1. Postać fikcyjna / **157**
    - 5.1.1. Postać prowadzącego/jurora *show* / **161**
    - 5.1.2. Postać uczestnika *show* / **163**
  - 5.2. Tytuł formatu / **165**
  - 5.3. Slogan, *catchphrase* i inne / **170**

### Rozdział III

#### **Ochrona formatu telewizyjnego na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz prawa własności przemysłowej / 174**

1. Ochrona formatu telewizyjnego na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji – wprowadzenie / **174**
2. Zasady ochrony na podstawie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji / **178**
  - 2.1. Przedsiębiorca jako podmiot posiadający legitymację czynną / **179**
  - 2.2. Przedsiębiorca jako podmiot posiadający legitymację bierną / **182**
3. Ochrona formatów przed naśladownictwem na podstawie art. 13 u.z.n.k. / **184**
4. Ochrona formatów przed naśladownictwem na podstawie art. 3 ust. 1 u.z.n.k. / **187**
5. Prawa własności przemysłowej a formaty telewizyjne oraz ich elementy / **206**
  - 5.1. Czy format telewizyjny podlega patentowaniu? / **207**
  - 5.2. Wzory przemysłowe w formatach telewizyjnych / **211**
  - 5.3. Ochrona elementów formatu telewizyjnego jako oznaczeń odróżniających / **212**
    - 5.3.1. Elementy formatu podlegające ochronie jako znaki towarowe / **212**
    - 5.3.2. Ochrona oznaczeń odróżniających wywodzących się z formatu telewizyjnego / **217**

Rozdział IV

**Alternatywne formy ochrony formatów telewizyjnych / 220**

1. Ochrona formatu jako (zbioru) informacji / 220
  - 1.1. Ochrona tajemnicy negocjacji – format jako tajemnica negocjacji / 222
  - 1.2. Ochrona tajemnicy przedsiębiorstwa – format telewizyjny jako tajemnica przedsiębiorstwa / 228
  - 1.3. Zakres ochrony formatu jako tajemnicy przedsiębiorstwa / 235
2. Ochrona w ramach reżimu dóbr osobistych / 236
3. Alternatywne rozwiązywanie sporów (ADR) na kanwie formatów – działalność Format Recognition and Protection Association / 240
4. Umowy dotyczące formatów telewizyjnych / 245
  - 4.1. Ograniczenia swobody umów dotyczące licencji formatowych oraz innych umów związanych z formatami telewizyjnymi / 246
  - 4.2. Umowy dotyczące formatów a przepisy antymonopolowe / 250

Podsumowanie / 255

Bibliografia / 269

Wykaz najważniejszych orzeczeń / 281

# Wykaz najważniejszych skrótów

---

## Akty prawne

<b>dyrektywa 2001/29</b>	dyrektywa 2001/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 22 maja 2001 r. w sprawie harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym (Dz. Urz. WE L 167 z 22.06.2001, s. 10)
<b>k.c.</b>	ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (tekst jedn.: Dz. U. z 2014 r. poz. 121 z późn. zm.)
<b>konwencja berneńska</b>	akt paryski konwencji berneńskiej o ochronie dzieł literackich i artystycznych, sporządzony w Paryżu dnia 24 lipca 1971 r. (Dz. U. z 1990 r. Nr 82, poz. 474, załącznik)
<b>pr. aut.</b>	ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (tekst jedn.: Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631 z późn. zm.)
<b>pr. aut. z 1952 r.</b>	ustawa z dnia 10 lipca 1952 r. o prawie autorskim (Dz. U. Nr 34, poz. 234)
<b>p.w.p.</b>	ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej (tekst jedn.: Dz. U. z 2013 r. poz. 1410)
<b>Traktat WIPO</b>	WIPO Copyright Treaty – traktat WIPO o prawie autorskim z dnia 20 grudnia 1996 r. (Dz. U. z 2005 r. Nr 3, poz. 12)



- TRIPS** Porozumienie w sprawie handlowych aspektów praw własności intelektualnej (Dz. U. z 1996 r. Nr 32, poz. 143)
- u.o.k.k.** ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz. U. Nr 50, poz. 331 z późn. zm.)
- u.s.d.g.** ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (tekst jedn.: Dz. U. z 2013 r. poz. 672 z późn. zm.)
- u.z.n.k.** ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (tekst jedn.: Dz. U. z 2003 r. Nr 153, poz. 1503 z późn. zm.)

### **Czasopisma i publikatory**

- Biul. SN** Biuletyn Sądu Najwyższego
- EIPR** European Intellectual Property Review
- Ent. L.R.** Entertainment Law Review
- EPS** Europejski Przegląd Sądowy
- Eur. Law.** European Lawyer
- GRUR** Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht
- GRUR Int.** Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht, Internationaler Teil
- IPQ** Intellectual Property Quarterly
- Mon. Prawn.** Monitor Prawniczy
- OSA** Orzecznictwo Sądów Apelacyjnych
- OSN** Orzecznictwo Sądu Najwyższego
- OSNC** Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Cywilna, Pracy i Ubezpieczeń Społecznych
- OSNP** Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Pracy, Ubezpieczeń Społecznych i Spraw Publicznych
- OSP** Orzecznictwo Sądów Polskich
- PiP** Państwo i Prawo

<b>PPH</b>	Przegląd Prawa Handlowego
<b>PS</b>	Przegląd Sądowy
<b>PUG</b>	Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego
<b>RPEiS</b>	Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny
<b>TPP</b>	Transformacje Prawa Prywatnego
<b>ZNUJ PWiOWI</b>	Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej/Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej

### Inne

<b>FRAPA</b>	Format Recognition and Protection Association
<b>WIPO</b>	World Intellectual Property Organisation (Światowa Organizacja Własności Intelektualnej)



# Wstęp

---

Zarówno w literaturze polskiej, jak i zagranicznej kwestia możliwości objęcia formatów telewizyjnych ochroną prawną była już przedmiotem rozważań. Niemniej zagadnienie to nieustannie ewoluuje, przez co upływ czasu umożliwił szersze spojrzenie i jednocześnie bardziej kompleksową analizę możliwości określenia generalnych reguł ewentualnej ochrony. Istotniejsze jednak jest to, że wraz z postępującą ewolucją formatów zmienia się ich kształt oraz poziom dopracowania. Z tej przyczyny niektóre wyrażane w przeszłości przez doktrynę lub orzecznictwo poglądy dotyczące formatów telewizyjnych utraciły aktualność i wymagają rewizji. Nadto należy wskazać, że dotychczas opublikowane w polskiej literaturze prawniczej opracowania dotyczące przedmiotowego zagadnienia pomijają wiele istotnych aspektów dotyczących formatów telewizyjnych, które wpływają na możliwość ich ochrony. Mając to na względzie, niniejsza rozprawa poświęcona jest kompleksowej analizie formatów telewizyjnych jako przedmiotu twórczości oraz możliwości ich prawnej ochrony na gruncie przepisów o prawie autorskim, prawie własności przemysłowej, a także przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, które w opinii wielu przedstawicieli doktryny są pokrewne prawom własności intelektualnej. Mimo iż rozprawa będzie się koncentrować na wyżej wymienionych regulacjach, w rozważaniach nad ochroną formatów telewizyjnych nie można całkowicie pominąć przepisów kodeksu cywilnego.

Scharakteryzowanie możliwości i zakresu ochrony formatów telewizyjnych jest niezwykle istotnym zagadnieniem z uwagi na znaczenie tego typu wytworów w obrocie. Rynek medialnych programów rozrywkowych został bowiem współcześnie zdominowany przez audycje realizowane na podstawie istniejącego formatu. Wynika to z faktu, iż dla nadawcy telewizyjnego mniej ryzykowne wydaje się dokonanie zakupu „sprawdzonej” formuły programowej niż próba wyprodukowania au-

dycji oryginalnej we własnym zakresie. Drugim czynnikiem zachęcającym do nabycia tzw. pakietu formatowego są natomiast dotychczasowe sukcesy osiągane przez produkcje oparte na formatach<sup>1</sup>.

Generalnie przedmiotem transakcji zakupu pakietu formatowego jest konstrukt złożony z założeń oraz szeregu elementów leżących u podstaw ostatecznego kształtu audycji i decydujących o jej atrakcyjności. Niemniej jednak rynek obrotu formatami telewizyjnymi obecnie jest jeszcze bardziej złożony i oferowane są na nim produkty w postaci drobiazgowych przepisów na stworzenie i realizację audycji. Przepis taki zawiera m.in. szczegółowe instrukcje realizatorskie, gotowe dialogi, zobowiązania do konsultacji ze strony licencjodawcy oraz wiele innych składników tworzących kompleksowe *know-how* audycji. W związku z ekonomicznym znaczeniem tego produktu rodzi się nieodzowne pytanie o możliwości jego ochrony prawnej. Nakłady finansowe oraz wysiłek intelektualny twórców leżące u podstaw formatu telewizyjnego mają bowiem w założeniu jego autorów i producentów prowadzić do uzyskania wyłączności na wytworzony produkt. Kwestia wyłączności i ekskluzywności odgrywa bowiem w środowisku medialnym podstawową rolę i często staje się fundamentem sukcesu. Z drugiej zaś strony przedstawiciele potencjalnych nabywców formatów, a zatem przede wszystkim stacji i sieci telewizyjnych nie są – co do zasady – entuzjastycznie nastawieni do nabywania formatów telewizyjnych. Fakt ten oraz leżące u jego podstaw powody (a zatem nie tylko konieczność ponoszenia opłat licencyjnych, ale również m.in. ograniczenie możliwości czerpania profitów z audycji oraz konieczność dopuszczenia osób z zewnątrz do współpracy przy produkcji) stały się nawet kilka lat temu

---

<sup>1</sup> Jako przykład można powołać sytuację panującą w Argentynie, gdzie audycje oparte na formatach znajdują się w czołówkach rankingów najczęściej oglądanych programów telewizyjnych, a wysokie wskaźniki oglądalności tego typu audycji są praktycznie normą – zob. S. Waisbord, S. Jalfin, *Imagining the National: Gatekeepers and the Adaptation of Global Franchises in Argentina* (w:) A. Moran (red.), *TV Formats Worldwide: Localizing Global Programs*, Bristol–Chicago 2009, s. 61–62. Także Niemcy są przykładem rynku medialnego, gdzie audycje oparte na formatach telewizyjnych regularnie święcą triumfy – zob. M. Heinkelstein, Ch. Fey, *Der Schutz von Fernsehformaten im deutschen Urheberrecht – Zur Entscheidung des BGH: „Sendeformat”*, GRUR Int. 2004, nr 5, s. 378. Niemniej jednak w niektórych krajach – czego przykładem są Indie – audycje oparte na formatach nie gwarantują sukcesu ekonomicznego, co uwarunkowane jest przede wszystkim kwestiami kulturowymi. Zob. A.O. Thomas, *Cultural economics of TV programme cloning: Or why India produced Multi-„millionaires”*, International Journal of Emerging Markets 2006, nr 1, s. 39 i n. Por. również S. Degmair, *Die Schutzfähigkeit von Fernsehshow-Formaten nach dem spanischen Urheberrecht*, GRUR Int. 2003, nr 2, s. 205.

przedmiotem publicznej debaty mającej miejsce głównie w Stanach Zjednoczonych. Do debaty tej doszło w efekcie publikacji treści wewnętrznej notatki jednego z przedstawicieli wysokiego szczebla sieci ABC – Howarda Davine’a, która to notatka nakazywała pracownikom sieci traktować nabycie praw do formatu telewizyjnego jako niepożądaną ostateczność<sup>2</sup>. Mając to na względzie, można zauważyć, że zagadnienie ochrony prawnej formatów telewizyjnych jest istotne z perspektywy podmiotów o sprzecznych interesach.

W uzupełnieniu powyższych uwag należy również wskazać, że rynek formatów telewizyjnych stale się rozwija i trzeba przewidywać, że tendencja ta nie ulegnie zmianie z uwagi na postępującą globalizację. Przeprowadzone badania wykazały, iż wartość światowego rynku obrotu formatami telewizyjnymi w latach 2006–2008 wzrosła o blisko 50% w odniesieniu do wartości oszacowanej w poprzednim okresie badawczym (lata 2002–2004), co pozwala stwierdzić, że tempo rozwoju jest znaczące<sup>3</sup>. Znajduje to również potwierdzenie we wzroście liczby oryginalnych formatów telewizyjnych „przeszczepionych” do innych krajów w powyższych badanych okresach. Podczas gdy w latach 2002–2004 wyeksportowanych zostało 259 oryginalnych formatów, w kolejnym okresie badawczym, dwa lata później, ta liczba wzrosła do 445<sup>4</sup>. Rozwój przedmiotowej branży oraz towarzyszące mu coraz większe zróżnicowanie wytwarzanych w jej ramach dzieł jest zatem niebagatelne. Mimo iż polski rynek formatów telewizyjnych cechuje niewielki udział twórczości w porównaniu z rynkami bardziej rozwiniętymi i posiadającymi znacznie dłuższą historię (np. w Wielkiej Brytanii lub Szwecji<sup>5</sup>), znajduje się on w fazie stałego rozwoju, a tworzenie programów opartych na formatach telewizyjnych jest powszechne w ra-

<sup>2</sup> Zob. szerzej A. Schwartz, *Foreign formats – licensing optional?: Why ABC’s „Bombshell” memo regarding foreign formats isn’t scandalous at all*, New York University Intellectual Property and Entertainment Law Ledger 2009, nr 1, s. 29–30.

<sup>3</sup> Za: The FRAPA Report 2009: *TV Formats to the World*, s. 8, [http://www.frapa.org/wp-content/uploads/2010/12/extract\\_frapa\\_report\\_2009.pdf](http://www.frapa.org/wp-content/uploads/2010/12/extract_frapa_report_2009.pdf) [data dostępu: 1 lutego 2013 r.]. Por. również L. Logan, *The emperor’s new clothes? The way forward: TV format protection under unfair competition law in US, UK and France: Part 1*, Ent. L.R. 2009, nr 2, s. 37 oraz A.J. Schoen, *Poszukiwanie prawnej formy ochrony tzw. formatów telewizyjnych na gruncie prawa autorskiego oraz prawa zwalczania nieuczciwej konkurencji*, ZNUJ PWiOWI, z. 98, s. 74.

<sup>4</sup> Za: The FRAPA Report 2009: *TV Formats to the World*, s. 8, [http://www.frapa.org/wp-content/uploads/2010/12/extract\\_frapa\\_report\\_2009.pdf](http://www.frapa.org/wp-content/uploads/2010/12/extract_frapa_report_2009.pdf) [data dostępu: 1 lutego 2013 r.].

<sup>5</sup> A. Moran, *New flows in global TV*, Bristol–Chicago 2009, s. 94.

mach rozrywkowej sfery telewizji. Co więcej, można wskazać, że Polska odgrywa w tym zakresie wiodącą rolę w całym regionie Europy Wschodniej, o czym świadczy np. fakt, iż to w Polsce otwierane są główne regionalne przedstawicielstwa potentatów branży produkcji i dystrybucji formatów<sup>6</sup>.

Formaty programowe mogą występować również w zakresie programów radiowych, niemniej zdecydowanie większą rolę ta forma produkcji odgrywa na gruncie audycji telewizyjnych. Dlatego też przedmiotem niniejszej rozprawy jest zagadnienie formatów *stricto* telewizyjnych. Wywody i poglądy przedstawione w dalszej części rozprawy mogą być jednak *per analogiam* zastosowane do formatów radiowych. W tym miejscu należy również odnotować, iż 2013 rok można uznać za datę wkroczenia formatów programowych na kolejną platformę medialną. W tym roku debiutuje bowiem pierwszy globalny format programowy rozpowszechniany wyłącznie za pośrednictwem internetu (a konkretnie portalu YouTube) pt. *The You Generation*<sup>7</sup>. Przedstawione niżej rozważania znajdują również odpowiednie zastosowanie do formatów tego typu. Szybki rozwój rynku formatów „internetowych”, którego należy się spodziewać, może jednak doprowadzić do powstania wielu nowych specyficznych problemów wynikających z właściwości tej właśnie platformy komunikacji.

Jak zostało zasygnalizowane, podstawowym celem niniejszej pracy jest kompleksowe opisanie możliwości objęcia formatów telewizyjnych ochroną płynącą z przepisów polskiego prawa oraz zakresu tej ochrony na gruncie poszczególnych analizowanych przepisów. Celem pośrednim, prowadzącym do celu podstawowego, jest zaś zdefiniowanie pojęcia „format telewizyjny” i charakterystyka tego przedmiotu twórczości intelektualnej. Zdefiniowanie przedmiotu badań, a zatem pojęcia „format telewizyjny” należy jednak do zadań skomplikowanych i nastrożca wiele problemów. Formaty telewizyjne mają bowiem bardzo złożoną strukturę, a jej właściwe zrozumienie jest kluczem do analizy możliwości i zakresu ochrony prawnej. Należy bowiem mieć na uwadze, że forma-

---

<sup>6</sup> Por. tamże, s. 100.

<sup>7</sup> Audycja dostępna na kanale *The You Generation* portalu YouTube, <http://www.youtube.com/user/yougenerationtv> [data dostępu: 1 lutego 2013 r.]. Zob. również A. Barnes, *The You Generation: Simon Cowell launches year-long global talent hunt via YouTube*, <http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/tv/news/the-you-generation-simon-cowell-launches-yearlong-global-talent-hunt-via-youtube-8515525.html> [data dostępu: 1 lutego 2013 r.].

tem telewizyjnym określa się zarówno pierwotny szkic programu zawierający wyłącznie podstawowe elementy planowanej audycji, jak i jego rozbudowany opis obejmujący szereg informacji dotyczących nie tylko samej produkcji, ale także innych zagadnień pokrewnych (przede wszystkim form promocji programu), a w końcu audycję powstałą na bazie formatu telewizyjnego. Każda poszczególna postać formatu telewizyjnego – co do zasady – musi być oceniana odrębnie, dlatego też założeniem leżącym u podstaw rozprawy jest wyróżnienie w ramach terminu „format telewizyjny” jego poszczególnych form rozwoju (form zjawiskowych) i określenie możliwości ochrony prawnej każdej z nich. Przed samą analizą niezbędne jest również rozróżnienie formatów telewizyjnych pod kątem rodzaju audycji, która jest w nim opisana. Inna będzie bowiem specyfika formatów telewizyjnych dotyczących teleturniej, inna zaś formatu serialu fabularnego. Specyfika poszczególnych rodzajów audycji będzie się zaś przekładała na charakterystykę ochrony prawnej oraz jej zakresu.

Co więcej, formaty telewizyjne obejmują również pewne elementy, które mogą być objęte ochroną płynącą z praw własności intelektualnej odrębnie, niezależnie od ochrony samego formatu telewizyjnego jako całości. Wśród takich elementów można wymienić np. tytuł audycji, jej logotyp, wykorzystane motywy muzyczne czy też w końcu postaci bohaterów występujących w programie. Samoistna ochrona takich elementów w sposób oczywisty będzie rozszerzała zakres ochrony formatu telewizyjnego, a zatem zakres praw przysługujący podmiotowi uprawnionemu (twórcy formatu, producentowi).

Niezależnie od rozważań dotyczących bezpośrednio formatu telewizyjnego w niniejszej rozprawie podjęta zostanie próba rozważenia zagadnień ogólnych, często fundamentalnych dla całego systemu praw własności intelektualnej, jak np. zagadnienia przedmiotu prawa autorskiego oraz zakresu ochrony tajemnicy przedsiębiorstwa. Nadto rozważone zostaną zagadnienia dotychczas pomijane w literaturze prawniczej, jak np. wpływ popularności dzieła na objęcie go ochroną prawnoautorską czy też definicja terminu „procedura” jako przedmiotu wyłączenia spod ochrony prawa autorskiego. Wreszcie przeanalizowana zostanie możliwość i przydatność wykorzystania metod ekonomicznej analizy prawa dla określenia w konkretnych warunkach zakresu ochrony przewidzianej w przepisach ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Rozważenie i przedstawienie propozycji interpretacyjnych w ramach tych zagadnień jest warunkiem koniecznym dla określenia



zakresu ochrony samych formatów telewizyjnych, niemniej ich doniosłość wykracza daleko poza zakres przedmiotu badań niniejszej rozprawy i ma charakter uniwersalny. Należy również podkreślić, że w ramach analizy ochrony prawnoautorskiej formatów telewizyjnych rozważania będą uwzględniały orzeczenia Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej dotyczące prawa autorskiego, które od 2008 r. są coraz liczniejsze, natomiast nie były dotychczas przedmiotem szerokiej analizy w polskiej doktrynie.

Ponieważ formaty telewizyjne są ze swej natury przedmiotem „transgranicznym”, w rozważaniach uwzględnione zostały przepisy umów międzynarodowych dotyczących przedmiotu rozprawy, a także dorobek literatury i orzecznictwa zagranicznego. Ponieważ jednak w żadnym z krajów zagadnienie ochrony formatów telewizyjnych nie zostało rozstrzygnięte na poziomie normatywnym, wypowiedzi orzecznictwa i doktryny zagranicznej będą przywoływane w kontekście omawiania konkretnych problemów i poddawane „bieżącej” analizie prawnoporównawczej. Podstawowym zakresem, na którym skupione zostaną rozważania, jest bowiem opis ochrony prawnej formatów telewizyjnych na gruncie polskiego systemu prawnego.

Z uwagi na wyżej zasygnalizowany, relatywnie nowy charakter zjawiska tworzenia formatów telewizyjnych oraz ograniczony zakres wypowiedzi orzecznictwa odnoszący się do tej tematyki (szczególnie w Polsce, gdzie tego typu wypowiedzi są na tyle nieliczne, iż nie rozstrzygają praktycznie żadnego z podstawowych zagadnień dla ochrony formatów telewizyjnych) rozważania muszą w dużej mierze uwzględniać praktykę obrotu, która wykształciła się w środowisku producentów formatów telewizyjnych. Dlatego też analiza prawna przedstawiona w rozprawie została poprzedzona badaniami własnymi polegającymi na wywiadach z przedstawicielami środowiska producentów formatów telewizyjnych oraz osób odpowiedzialnych za realizację audycji opartych na zakupionym formacie telewizyjnym. Ponadto w pracy uwzględnione zostaną badania nad obrotem formatami telewizyjnymi przeprowadzone w ramach projektu pt. *Eksploatacja formatów telewizyjnych* [*Exploitation of television formats*] przeprowadzonego przez naukowców z Uniwersytetu w Bournemouth w Wielkiej Brytanii<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> <http://tvformats.bournemouth.ac.uk> [data dostępu: 1 lutego 2013 r.]

## Rozdział I

---

### **Analiza pojęcia „format telewizyjny”**

#### **1. Format telewizyjny – charakterystyka ogólna, płaszczyzny definicji**

Termin „format telewizyjny” jest pojęciem wykreowanym przez branżę producentów medialnych, dlatego też prosta transpozycja jego definicji na grunt analiz prawnych rodzi trudności. W obowiązującym w Polsce ustawodawstwie (zarówno krajowym, jak i międzynarodowym) brak jest definicji przedmiotowego terminu, stąd lukę tę zapełnić muszą rozważania przedstawione przez judykaturę oraz doktrynę prawniczą. W trakcie analizy nie można jednakże zapominać o – zasygnalizowanej na wstępie – złożoności i wielopłaszczyznowej strukturze badanego pojęcia. Ewentualna definicja musi bowiem objąć wszystkie postacie formatu telewizyjnego, aby w dalszej kolejności możliwy był kompletny i całościowy opis zagadnienia.

Generalnie przez format telewizyjny rozumie się określony szkielet programu telewizyjnego, w oparciu o który możliwe jest tworzenie serii audycji<sup>9</sup>, a w dłuższej perspektywie regionalnych wersji programu. Format stanowi więc zbiór głównych, powtarzalnych cech i elementów audycji telewizyjnej. W zależności od rodzaju audycji, której format dotyczy, zbiór elementów będzie – co oczywiste – odmienny. I tak,

---

<sup>9</sup> Za art. 1 ust. 1 pkt b dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady nr 2010/13/UE o audiowizualnych usługach medialnych (Dz. Urz. UE L 95 z 15.04.2010, s. 1) audycja na gruncie niniejszego opracowania winna być rozumiana jako „ciąg ruchomych obrazów z dźwiękiem lub bez niego, stanowiący odrębną całość w układzie lub katalogu audycji przygotowanym przez dostawcę usług medialnych i mający formę i treść porównywalną z formą i treścią rozpowszechniania telewizyjnego. Przykładami audycji są: filmy pełnometrażowe, transmisje wydarzeń sportowych, seriale komediowe, filmy dokumentalne, audycje dla dzieci oraz filmy i seriale telewizyjne”.

w przypadku serialu telewizyjnego typowymi elementami będą sylwetki i rys charakterologiczny bohaterów, konstrukcja pojedynczego epizodu oraz miejsce akcji, natomiast w przypadku np. *reality show* format będzie określał m.in. liczbę uczestników, zasady ich wyboru oraz eliminacji, rolę prowadzącego, możliwości interakcji z publicznością (telewidzami) itp. Nie zagłębiając się w tym miejscu w tworzenie dystynkcji pomiędzy różnymi rodzajami formatów (co zostanie szerzej opisane w kolejnym rozdziale niniejszej rozprawy), zasadniczo można uznać, że formaty telewizyjne mają za cel określenie i opisanie formuły programu poprzez stworzenie ram dla kolejnych odcinków serii, które na etapie realizacji cyklu audycji opartych na formacie są wypełniane treścią. Nie wszystkie z opisanych w formacie cech będą miały takie samo znaczenie dla całości programu czy też w ten sam sposób będą wpływały na jego wyjątkowość. Oryginalność i jakość każdego poszczególnego elementu może być zmienna, jednakże oczekiwania producentów formatów telewizyjnych w minimalnym stopniu sprowadzają się do woli ochrony pojedynczych cech programu. Znacznie istotniejsza dla tych podmiotów jest bowiem ochrona formatu jako całości, a więc konglomeratu wyżej wskazanych elementów. Mając to na względzie, poszczególne elementy muszą ze sobą korespondować i wzajemnie się łączyć oraz dopełniać. Zasadniczo to format jako całość ma bowiem wymierną wartość w obrocie gospodarczym i realiach rynku medialnego. Nie zmienia to jednak faktu, iż ochrona formatu jako całości może być realizowana poprzez dochodzenie ochrony w zakresie poszczególnych jego fragmentów. Kwestionowanie naruszeń praw do jednostkowych elementów formatu będzie bowiem – co do zasady – mogło stanowić formę pośredniej ochrony całości formatu, a zatem będzie poszerzało sferę ochrony prawnej.

Z uwagi na brak legalnej charakterystyki pojęcia w literaturze oraz orzecznictwie formułuje się definicje formatu telewizyjnego, które próbują w skondensowanej formie ująć wyżej wskazaną istotę tego zagadnienia. Podnosi się zatem m.in., że:

- formaty telewizyjne to „ogólne koncepcje serii programów o różnym charakterze: teleturniejów, quizów, widowisk typu Big Brother itd.”<sup>10</sup>;
- zgodnie z inną definicją: „Format jest zbiorem niezmiennych cech i elementów danego programu, w ramach których każdorazowo

---

<sup>10</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Prawo autorskie*, Warszawa 2010, s. 43.

produkowane są inne elementy dopasowywane do każdego pojedynczego epizodu”<sup>11</sup>;

- analogiczne definicje zostały przedstawione w doktrynie niemieckiej – przykładowo R. Litten przyjął, że „format może być zdefiniowany jako podstawowa struktura obejmująca rozpoznawalne cechy serialu lub *show* telewizyjnego, która może być odmiennie uzupełniona w każdym poszczególnym odcinku serialu lub *show*”<sup>12</sup>;
- z kolei zagraniczna judykatura określiła format telewizyjny jako: „charakterystyczne cechy powtarzane w każdej audycji”<sup>13</sup> czy też „zbiór charakterystycznych cech tworzących formę kształtującą ogólny charakter każdego odcinka audycji, który jest łatwo rozpoznawalny dla widowni, niezależnie od różnic w szczegółowej treści poszczególnych odcinków”<sup>14</sup>.

Przydatność wyżej wskazanych generalnych definicji pojęcia „format telewizyjny”<sup>15</sup> jest jednakże bardzo wątpliwa dla analizy prawnej. Z jednej strony nie zwracają one bowiem uwagi na wszystkie istotne cechy omawianego pojęcia, a jednocześnie nie obejmują one zasadniczo wszystkich jego desygnatów. Ogólnikowość przywołanych prób charakterystyki z natury rzeczy uniemożliwia również podkreślenie różnic pomiędzy różnymi formami zjawiskowymi formatów, co zostanie wypuklone niżej.

Należy zwrócić uwagę, że jeszcze kilkanaście lat temu tworzenie formatów telewizyjnych nie było usystematyzowaną procedurą, niemniej rozwój rynku i coraz większe zapotrzebowanie na formaty telewizyjne wymusiło istotne zmiany<sup>16</sup>. Mając to na względzie, należy z dużą

---

<sup>11</sup> A. Moran, *Copycat Television. Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*, Luton 1998, s. 13.

<sup>12</sup> R. Litten, *Der Schutz von Fernsehshow und Fernsehserienformaten*, München 1997, s. 4.

<sup>13</sup> Orzeczenie Brytyjskiej Królewskiej Rady Przybocznej (Privy Council) z dnia 18 lipca 1989 r. w sprawie *Green v. Broadcasting Corporation of New Zealand*, [1988] 2 N.Z.L.R. 490 (CA); [1989] R.P.C. 700 (PC).

<sup>14</sup> Wyrok Bundesgerichtshof z dnia 26 czerwca 2003 r. w sprawie *Sendeformat*, I ZR 176/01 [2003] ZUM 771.

<sup>15</sup> Dalsze definicje terminu „format telewizyjny” przedstawiają K. Lantzsch, K.D. Almeppen i A. Will, *Trading in TV Entertainment: An Analysis* (w:) A. Moran (red.), *TV Formats Worldwide...*, s. 80.

<sup>16</sup> Za: T. Steffensen, *Rights to TV formats – from copyright and marketing law perspective*, Ent. L.R. 2000, nr 5, s. 85. Por. również S. Degmair, *Die Schutzfähigkeit von Fernsehshow...*, s. 205.

**Zbigniew Pinkalski** – doktor nauk prawnych, radca prawny; laureat Nagrody Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego za pracę doktorską w konkursie na najlepszą pracę naukową na temat własności intelektualnej zorganizowanym przez Urząd Patentowy Rzeczypospolitej Polskiej w 2014 r. Specjalizuje się w prawie własności intelektualnej, nowych technologiach, prawie mediów i reklamy, a także w prawie sportowym i prawie konkurencji; jest autorem publikacji z tego zakresu zarówno w prasie branżowej, jak i w prestiżowych czasopismach naukowych.

■ Monografia stanowi kompleksową analizę problematyki formatów telewizyjnych oraz możliwości ich prawnej ochrony na gruncie polskiego prawa.

■ W publikacji przedstawiono m.in.:

- konkretne warunki dla uzyskania ochrony przez daną postać formatu telewizyjnego na podstawie ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz innych reżimów ochrony,
- w jaki sposób twórcy lub producenci formatów mogą dostosować dany format telewizyjny do ochrony na podstawie konkretnego reżimu prawnego oraz
- który reżim prawny jest najbardziej odpowiedni dla poszczególnych formatów telewizyjnych.

■ Zawarte w pracy rozważania i wskazówki mają wymiar praktyczny, gdyż zostały oparte na przeprowadzonych za granicą badaniach rynku formatów telewizyjnych, a także konsultacjach z producentami działającymi w branży na polskim rynku.

■ Książka przeznaczona jest dla producentów audycji telewizyjnych, menedżerów w firmach zajmujących się ich produkcją albo licencjonowaniem i autorów scenariuszy lub pomysłów na nie. Zainteresuje radców prawnych, adwokatów, sędziów oraz pracowników naukowych zajmujących się mediami, produkcją telewizyjną i prawem własności intelektualnej.



Uniwersytet Jagielloński

SERIA REKOMENDOWANA PRZEZ KATEDRĘ PRAWA WŁASNOŚCI  
INTELEKTUALNEJ WYDZIAŁU PRAWA I ADMINISTRACJI UJ

ISSN 1897-4392  
ISBN 978-83-264-1058-1



9 788326 410581

**Cena 99 zł**  
(w tym 5% VAT)

**Zamówienia:**

infolinia 801 04 45 45, fax 22 535 80 01  
zamowienia.ksiazki@wolterskluwer.pl  
www.wolterskluwer.pl  
księgarnia internetowa www.profinfo.pl

