



**IKONY POPKULTURY
A PRAWO WŁASNOŚCI
INTELEKTUALNEJ.
JAK ZNANI I SŁAWNI
CHRONIĄ SWOJE PRAWA**

© KATARZYNA GRZYBCZYK



IKONY POPKULTURY A PRAWO WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ. JAK ZNANI I SŁAWNI CHRONIĄ SWOJE PRAWA

KATARZYNA GRZYBCZYK

Zamów książkę w księgarni internetowej

profinfo.pl
księgarnia internetowa

Spis treści

Wykaz skrótów 9

Wstęp 11

Rozdział I **Uniwersum Tolkiena** 15

1. Wprowadzenie 17
2. Oddziaływanie Tolkiena 18
3. Inspiracje Tolkienowskie 21
4. Prawa autorskie do twórczości Tolkiena 23
5. Naruszenia praw autorskich 26
6. Naruszenie praw do znaku towarowego 35
7. Domeny internetowe 38
8. Absurdy prawa własności intelektualnej 39

Rozdział II **Gwiezdne Wojny** 45

1. Wprowadzenie 47
2. Uniwersum *Star Wars* 48
3. *Fanfiction* 51
4. Naruszenia praw do znaków towarowych 57
5. Prawo autorskie 66
6. Absurdy własności intelektualnej 69

Rozdział III **Walt Disney Company** 75

1. Wprowadzenie 77
2. Merchandising 80
3. Mickey Mouse Copyright Act 82
4. Naruszenia – pozwy Disneya 87
5. Pozwy przeciwko Disneyowi 90

- Rozdział IV Detektyw Sherlock Holmes 103**
1. Wprowadzenie 105
 2. Prawa autorskie do postaci fikcyjnej 111
 3. Domena publiczna 113
 4. Model biznesowy 116
 5. Kontynuacje 119
 6. Zaginione utwory 122
 7. Konkurencja 124
- Rozdział V Ikony architektury 129**
1. Wprowadzenie 131
 2. Utwory architektoniczne 132
 3. Projektowanie jako proces twórczy 133
 4. Etapy projektowania utworu architektonicznego 137
 5. Plagiat w architekturze 142
 6. Prawo (wolność) panoramy 147
 7. Znaki towarowe 151
- Rozdział VI Banksy, graffiti i street art 157**
1. Wprowadzenie 159
 2. Street art w świetle prawa autorskiego 165
 3. Graniczne wytwory intelektu 169
 4. Okoliczności irrelevantne 170
 5. Prawa autorskie do utworów street artu 171
 6. Artysta o pseudonimie Banksy 183
- Rozdział VII Prawo mody, Christian Louboutin i czerwona podeszwa 187**
1. Wprowadzenie 189
 2. *Haute couture* 192
 3. Christian Louboutin i jego szpilki 198
 4. Spór o czerwoną podeszwę 199
 5. Konwergencja twórczości 205
 6. Inspiracje, pomysły czy naruszenia prawa? 211
 7. Degeneracja znaku towarowego 213

Rozdział VIII Lalki Barbie i Ken 217

1. Wprowadzenie 219
2. Historia lalki Barbie 219
3. Wzorzec amerykańskiej kobiecości 222
4. Sprawa Barbie Girl 227
5. Barbie i sztuki piękne 229
6. Mattel v. Bratz 233
7. Mattel v. Walking Mountain Productions 237
8. Prawo do prywatności 242
9. Barbie Frida Kahlo 243

Rozdział IX Andy Warhol 245

1. Wprowadzenie 247
2. Andy Warhol 250
3. Naruszenia praw autorskich 255
4. *Appropriation art* (sztuka zawłaszczania) 269

Rozdział X The Beatles 273

1. Wprowadzenie 275
2. Apple Corps v. Apple Computers 286
3. Inne procesy 294
4. Okładka *Abbey Road* 297
5. Polski wątek 299

Rozdział XI Apple Inc. 301

1. Wprowadzenie 303
2. Historia Apple 304
3. Naruszenia praw do znaków towarowych 309
4. Spory patentowe 320
5. Trolling patentowy 323
6. Zakończenie 326

Rozdział XII Studia filmowe Hollywood 329

1. Wprowadzenie 331
2. Historia 333
3. System studyjny 342
4. Lokowanie produktu 344

5. Prawo de Havilland 347
6. *Ben Hur* (remake) 348
7. Naruszenie patentu 350
8. Walka z piractwem 353

Rozdział XIII **Hello Kitty** 357

1. Wprowadzenie 359
2. Kultura *kawaii* 363
3. Hello Kitty a prawo autorskie 367
4. Hello Kitty i Tom Sachs 370
5. Prawa do znaków towarowych Hello Kitty 373
6. Cosplay 377
7. Ciekawostka 382

Rozdział XIV **Leo Messi. Sportowcy a dobra niematerialne** 383

1. Wprowadzenie 385
2. Leo Messi w świecie marketingu 389
3. Prawo do wizerunku sportowca 392
4. *Right of publicity* 395
5. Prawo do wizerunku na wyspie Guernsey 405
6. Ambush marketing 407
7. Znaki towarowe w sporcie 409

Zakończenie 411

Literatura 413

Wykaz skrótów

Akty prawne

- konwencja berneńska – Konwencja berneńska o ochronie dzieł literackich i artystycznych z 9.09.1886 r., przejrzana w Berlinie 13.11.1908 r. i w Rzymie 2.06.1928 r. (Dz.U. z 1935 r. poz. 515)
- k.c. – ustawa z 23.04.1964 r. – Kodeks cywilny (Dz.U. z 2018 r. poz. 1025 ze zm.)
- pr. aut. – ustawa z 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U. z 2018 r. poz. 1191 ze zm.)

Czasopisma i publikatory

- M. Praw. – Monitor Prawniczy
- NP – Nowe Prawo
- OSN(C) – Orzecznictwo Sądu Najwyższego (Izba Cywilna)
- OSN(K) – Orzecznictwo Sądu Najwyższego (Izba Karna)
- OSNC – Orzecznictwo Sądu Najwyższego. Izba Cywilna
- PiP – Państwo i Prawo
- PPH – Przegląd Prawa Handlowego
- RPEiS – Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny
- ZNUJ PWiOWI – Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej

Inne

- NSA – Naczelny Sąd Administracyjny
- SA – sąd apelacyjny
- SN – Sąd Najwyższy
- TS – Trybunał Sprawiedliwości
- WIPO – Światowa Organizacja Własności Intelektualnej

Wstęp

Kultura miała zawsze swoich idoli – często były to postacie kontrkulturowe, będące alternatywą dla tradycyjnych autorytetów, niepokorni myśliciele, tragiczni poeci, nieustraszeni podróżnicy. Jednak wraz z rozwojem przemysłu i zmianami, które w życiu społecznym zaszły na skutek wzbogacania się ludzi, wydłużania ludzkiego życia, poszukiwania rozrywek czy wreszcie względnie długiego okresu niezakłócanego wojnami, oczekiwania wobec idoli zaczęły się zmieniać. O ile jeszcze w XX w. oczekiwano od nich pewnej postawy moralnej czy wierności określonym ideałom, o tyle łatwość życia, którą zawdzięczamy w dużej mierze technologii, oraz wszechobecny konsumpcjonizm wykształciły postawy raczej roszczeniowe w społeczeństwie osób nieznoszących odmowy, nieumiejących czekać i oczekujących natychmiastowego, łatwego osiągnięcia celów. Trudno zatem, by ikony kultury propagowały trudne, wymagające wysiłku wzorce. Przykładem niech będą lalki Barbie i Ken.

Jednak o tym, co lub kto stanie się ikoną popkultury, nie decydują tylko upodobania czy oczekiwania odbiorców. Na straży niemal każdego symbolu stoi cały sztab osób odpowiedzialnych za ich promocję, komercjalizację i ciągłe podsycanie zainteresowania. Są wśród nich także prawnicy, których wiedza i umiejętności przyczyniły się niejednokrotnie do sukcesu ikony. I o tym właśnie jest niniejsze opracowanie, którego celem jest pokazanie, jak regulacje prawne (czasem sprytnie zinterpretowane) przyczyniły się do wykreowania koncernów, wytwórni, przedsiębiorstw, nazwisk, postaci czy symboli, które stały się ikonami XX w., a może nawet XXI w.

Opracowanie jest skierowane zarówno do prawników, jak i do osób, które się prawem nie zajmują. Mam nadzieję, że konstrukcje czy regulacje prawne, dzięki którym różne wytwory intelektu ludzkiego stały się ikonami, zоста-

ły objaśnione należycie, choć nie jest to podręcznik akademicki. Uważam jednak, że znajomość prawa może w wielu przypadkach pomóc w zrozumieniu, dlaczego np. Myszka Miki odniosła sukces i „zarabia” od niemal 100 lat, a Bolek i Lolek są znani tylko starszemu pokoleniu Polaków, choć mają potencjał. Oczywiście sukces komercyjny dobra niematerialnego nie zależy tylko od regulacji prawnych – czasem decydują o nim miejsce i czas (por. rozdział IX), a czasem dobry marketing (por. rozdz. III). Niemniej jednak w wielu przypadkach to przepisy lub orzecznictwo umożliwiają lub blokują pełne wykorzystanie własności intelektualnej.

W opracowaniu przeważają opisy spraw sądowych, sporów czy zjawisk społecznych wraz z pokazaniem problemu związanego z oceną prawną. Rzadko jednak odnoszę się do polskich regulacji prawnych i nie analizuję tych kwestii pod tym kątem. Jest to zabieg świadomy, który ma umożliwić zainteresowanym samodzielne poszukiwanie rozwiązań, które w wielu przypadkach i tak rozpoczną się od stwierdzenia „to zależy”¹. Zarówno większość spraw, jak i większość ikon należy do innego kręgu kulturowego i prawnego. Nie oznacza to oczywiście, że my nie mamy wytworów intelektu zasługujących na miano ikon. Nie mają one jednak zasięgu ogólnosiwiatowego.

Jaką zatem korzyść poza, mam nadzieję, przyjemnością lektury może odnieść prawnik czy przedsiębiorca działający w szeroko pojętym kręgu kultury? Taką, że może się przekonać, że ścieżki, które my dopiero przecieramy, zostały już wytyczone przez innych. Przykładem tego niech będzie sprawa rejestracji znaku towarowego „Steve Jobs” przez włoskich producentów ubrań, która jest łudząco podobna do polskiej sprawy dotyczącej napoju John Lemon i sporu z Yoko Ono. Różnica jest taka, że Włosi sprawę wygrali.

Dobór ikon w książce jest całkowicie subiektywny i w zasadzie nieoparty na żadnych kryteriach. Ktoś inny dokonałby innego wyboru. Chciałam jednak przeanalizować różne obszary działalności ludzkiej mieszczące się w obszarze sztuki, kultury czy rozrywki. Okazuje się, że we wszystkich tych dziedzinach prawo może być wykorzystywane jako czynnik wzmacniająca-

¹ Można śmiało stwierdzić, że na tym polega specyfika spraw z zakresu własności intelektualnej.

cy lub osłabiający oddziaływanie dobra niematerialnego. Ci, którzy lepiej poruszają się w meandrach przepisów, odnoszą sukces².

Chciałabym także złożyć serdeczne podziękowania Panom Profesorom Januszowi Barcie i Ryszardowi Markiewiczowi z Uniwersytetu Jagiellońskiego – za wieloletnią życzliwość, wsparcie i pomoc, między innymi przy opublikowaniu tej książki.

Katarzyna Grzybczyk

² Jeśli nie wskazano inaczej, datą dostępu do podanych w publikacji stron internetowych jest 3.10.2018 r.



UNIWERSUM TOLKIENA

1. Wprowadzenie

Niewątpliwie jedną z niekwestionowanych ikon kultury jest J.R.R. Tolkien, brytyjski pisarz oraz profesor filologii klasycznej i literatury staroangielskiej na Uniwersytecie Oxfordzkim. Znany jest przede wszystkim jako autor powieści *Hobbit, czyli tam i z powrotem*, *Władca Pierścieni*, *Silmarillion*, których akcja rozgrywa się w mitycznym świecie Śródziemia. To on spopularyzował literaturę fantasy, zaś określenia takie, jak: „Śródziemie”, „hobbit” czy „Mordor”¹, weszły na stałe do języka powszechnego.

Specyfiką twórczości Tolkiena jest to, iż w całości jest ona poświęcona fikcyjnemu uniwersum (legendarium) – Śródziemiu. Choć nazwa ta jest używana przez Tolkiena na określenie tylko jednego kontynentu, to obejmuje się tym mianem całą Ziemię z jego mitologii². Pisarz stworzył języki, mitologię i losy Śródziemia, które stanowiły tło historyczne jego opowieści, wykorzystując swoją wiedzę o Anglosasach. Celem, który mu przyświecał, było stworzenie systemu opowieści, mitów, legend i baśni, od kosmogonii do baśni romantycznych, dedykowanego Anglii, ponieważ w rozumieniu Tolkiena Anglia nie miała „własnych opowieści, związanych z jej mową i głębią”³. Trudno powiedzieć, w jakim zakresie czytelnicy angielscy i inni

¹ Por. np. fanpage na Facebooku „Mordor na Domaniewskiej”, w której opisie czytamy: „Codzienna porcja humoru zrozumiałego głównie przez korposzczury różnego levelu o różnym stażu w korpo. Nieważne czy robisz w Warszawskim Mordorze na Domaniewskiej czy w jakimś innym zagłębiu biurowcowym – Pamiętaj – «mordor», «korposucz» czy «korposzczur» to stan umysłu a nie miejsce – nie daj się!!!”.

² Jest tak dlatego, że Aman przestał być częścią Ardy, zaś Hyarmentor czy Ziemia Słońca, były praktycznie nieznanne, więc Śródziemie było jedyną znaną częścią świata, por. <https://pl.wikipedia.org/wiki/%C5%9Ar%C3%B3dziemie>.

³ J.R.R. Tolkien, *Listy*, Warszawa 2010, s. 238.

utożsamiają powieści Tolkiena z mitologią Anglii, w jakim zaś zakresie identyfikują się z nimi wszyscy miłośnicy fantasy, niemniej jednak świat i bohaterowie stworzeni przez pisarza weszli na stałe do kultury światowej.

Jak można się domyślić, wytwory (postaci, artefakty, nazwy, języki itp.) o tak dużej popularności i rozpoznawalności noszą w sobie ogromny potencjał, nie tylko intelektualny – pobudzają do rozwijania kolejnych wątków czy inspirują do tworzenia nowych utworów, lecz także rynkowy, marketingowy. Wykorzystywanie cudzych utworów, zwłaszcza do celów komercyjnych, wkracza w obszary objęte regulacjami prawnymi – czy to prawem autorskim, czy prawem do znaków towarowych, do nazwy czy firmy i dotyczącymi nieuczciwej konkurencji.

2. Oddziaływanie Tolkiena

Powieści Tolkiena największą popularność zyskały dzięki kręconym z ogromnym rozmachem filmom produkcji amerykańskiej, jednak nie jest to jedyny obszar, na który jego twórczość oddziałuje. Poza ekranizacjami i kolejnymi wznowieniami jego spuścizna jest także przedmiotem wielu badań naukowych, przede wszystkim z zakresu literaturoznawstwa⁴, ale także lingwistycznych – jako zbiór informacji o sztucznych językach opracowanych przez pisarza⁵.

Twórczość Tolkiena stanowi także źródło inspiracji dla innych artystów. I tak wśród zespołów muzycznych w pierwszej kolejności należy wymienić Marillion, zespół, który powstał w 1979 r. jako The Silmarillion, nazwa jednak została zmieniona z powodu obaw przed naruszeniem praw autorskich do tytułu książki⁶. Zafascynowani baśniami i fantastycznymi opowieściami byli także muzycy z zespołu Pink Floyd, którzy w piosence *The Gnome* śpie-

⁴ Tolkien's *Legendarium. Essays on The History of Middle-earth*, red. V. Flieger, C.F. Hostetter, Westport 2000; T.A. Shippey, *Droga do Śródziemia*, tłum. J. Kokot, Poznań 2001; P. Kuncewicz, *Tolkien czyli świat* [w:] P. Kuncewicz, *Samotni wobec historii*, Warszawa 1967.

⁵ C.F. Hostetter, *Elvish Linguistic Fellowship*, „Vinyar Tengwar”, 1.01.2011 r.; E. Solopova, *Languages, Myths and History. An Introduction to the Linguistic and Literary Background of J.R.R. Tolkien's Fiction*, Nowy Jork 2009.

⁶ B.L. Eden, *Middle-earth Minstrel: Essays on Music in Tolkien*, McFarland 2010, s. 154.

wają o przygodach niejakiego Bilba Bagginsa. Choć w utworze nosi on imię Grimble Grumble, powieściowa postać jest rozpoznawalna dzięki takim cechom jak zamiłowanie do spania, jedzenia i dobrego wina oraz domowych wygod i wyruszeniu pewnego dnia w wielką podróż.

Inny znany zespół czerpiący z tematyki tolkienowskiej to Led Zeppelin: w tekście utworu *Ramble On* z albumu *II* z 1969 r. w tekście pojawia się Mordor oraz postać Golluma, zaś utwory *The Battle of Evermore* i *Misty Mountain Hop* znalazły się w albumie zatytułowanym *IV* (1971). Poza tymi oczywistymi przykładami niektórzy doszukują się również tolkienowskich motywów w innych wielkich dziełach zespołu: *Stairway to Heaven*, *No Quarter* i *Bron-Y-Aur Stomp*⁷. Tematyka tolkienowska wyraźnie pobudza kreatywność twórców metalowych, gdyż kolejnym zespołem, który do niej nawiązuje, jest brazylijski zespół Altú Págánach, który w 2018 r. zamierza wydać swój nowy album z muzyką black heavy metal – *The Wizard*, będący hołdem dla Tolkiena (limitowana wersja 400 egzemplarzy oraz 50 egzemplarzy w Polsce)⁸.

Można wskazać także polskie zespoły, których twórczość była inspirowana powieściami Tolkiena. Metalowy zespół Behemoth z wokalistą Nergalem debiutował w 1995 r. albumem *Sventevith (Storming Near the Baltic)*, którego tematyka oscylowała wokół pogańskich bóstw i pradawnych, tajemniczych krain. Wśród wielu innych pojawiają się tu nazwy znane z *Silmarillionu*, jak Delduwath (późniejsza nazwa Dorthonionu – Lasu Okrytego Nocą) i Helvorn (jezioro zwane też Czarnym Szkłem) – w utworach *Forgotten Cult of Aldaron* i *Entering the Faustian Soul*. Natomiast ewidentnie „tolkienowski” zespół Drużyna Trzeźwych Hobbitów powstał w 2004 r. na fanowskiej imprezie Tolk Folk odbywającej się w Bielawie, nagrał płytę *Księga zaginionych pieśni* (z takimi tytułami utworów jak *Boromir Blues* czy *Stopy Hobbita*), ale ślad po nich zaginął⁹.

Nie tylko muzycy inspirowali się twórczością Tolkiena. Także malarze i ilustratorzy czerpią natchnienie z jego opowieści. Do najbardziej znanych

⁷ Więcej na stronie <http://www.geekozaur.pl/muzyka/muzyczne-interpretacje-tolkiena>.

⁸ A. Stein, *Altú Págánach: homenagem Folk Black Metal a J.R.R. Tolkien*, https://whiplash.net/materias/news_767/282635-altupaganach.html.

⁹ Wszystkie przykłady i więcej zob. P. 'Pi' Gołębiewski, *30 muzycznych inspiracji prozą Tolkiena*, <http://esensja.pl/muzyka/publicystyka/tekst.html?id=13250&strona=1#strony>.

*Publikacja dofinansowana
przez Uniwersytet Śląski w Katowicach*

Recenzent
Prof. dr hab. Janusz Barta

Wydawca
Monika Pawłowska

Redaktor prowadzący
Małgorzata Jarecka

Opracowanie redakcyjne
Anna Łubińska-Bujak – JustLuk

Projekt okładki i stron tytułowych
Wojtek Kwiecień-Janikowski

Układ typograficzny
Grafos

Skład
Krystyna Szych – JustLuk

© Copyright by
Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2018

ISBN 978-83-8160-155-9

Dział Praw Autorskich
ul. Przyokopowa 33
01-208 Warszawa

tel. 22 535 82 19
ksiazki@wolterskluwer.pl

www.wolterskluwer.pl

księgarnia internetowa
www.profinfo.pl

Myszka Miki, Star Wars, Christian Louboutin, Andy Warhol to tylko niektóre z ikon popkultury wybrane przez autorkę w celu pokazania, jak regulacje prawne – czasem sprytnie zinterpretowane – przyczyniły się do wykreowania koncernów, wytwórni, przedsiębiorstw, nazwisk, postaci czy symboli.

Książka zawiera bogato ilustrowane opisy najciekawszych spraw sądowych, sporów oraz zjawisk społecznych związanych z ochroną dóbr niematerialnych w obszarze kultury popularnej. Z lektury czytelnik dowie się m.in., dlaczego **Myszka Miki** może być chroniona wiecznie.

Publikacja pokazuje też kwestie wykorzystywania ikon popkultury poza pierwotnym obszarem ich istnienia, gdzie stają się pożądanym atrybutem działalności rynkowej przedsiębiorców i producentów, umożliwiają rozpoznawalność marek lub nadają im prestiż.

Opracowanie przeznaczone jest dla prawników oraz przedsiębiorców działających w szeroko pojętym kręgu kultury, a przede wszystkim dla fanów, wyznawców i wielbicieli ikon popkultury.

KATARZYNA GRZYBCZYK – doktor habilitowany nauk prawnych, profesor Uniwersytetu Śląskiego; zajmuje się problematyką prawa cywilnego, autorskiego i reklamy; autorka i współautorka wielu publikacji z tego zakresu.

59 zł (w tym 5% VAT)
ISBN 978-83-8160-155-9



9 788381 601559

Zamówienia:
infolinia 801 04 45 45
fax 22 535 80 01
zamowienia@wolterskluwer.pl
www.profinfo.pl



9788381601559 W01P01

 Wolters Kluwer