

HÖGSTA DOMSTOLENS DOM

meddelad i Stockholm den 18 mars 2008

Mål nr

T 2117-06

KLAGANDE

TV4 Aktiebolag, 556242-7152
115 79 Stockholm

Ombud: Advokat P.D

MOTPARTER

1. Dödsboet efter VS

2. CE

Ombud för båda: Advokat HS

SAKEN

Upphovsrättsintrång

ÖVERKLAGADE AVGÖRANDET

Svea hovrätts dom den 12 april 2006 i mål T 451-05

DOMSLUT

Högsta domstolen fastställer hovrättens domslut.

TV4 Aktiebolag skall ersätta CE för rättegångskostnad i Högsta domstolen med etthundrafemtio två tusen fyrahundrasextio (152 460) kr, varav 137 400 kr i ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för Högsta domstolens dom till dess betalning sker.

TV4 Aktiebolag skall ersätta dödsboet efter VS för rättegångskostnad i Högsta domstolen med etthundrafemtioett tusen fyrahundrasextio (151 460) kr, varav 137 400 kr i ombudsarvode, jämte ränta enligt 6 § räntelagen från dagen för Högsta domstolens dom till dess betalning sker.

YRKANDEN I HÖGSTA DOMSTOLEN

TV4 Aktiebolag har yrkat att Högsta domstolen ogillar CEs och VSs vid tingsrätten förda talan. Vidare har TV4 yrkat att Högsta domstolen ålägger CE och dödsboet efter VS att ersätta bolagets rättegångskostnader i tingsrätt och hovrätt med där yrkade belopp.

CE och dödsboet efter VS har bestritt yrkandena.

Parterna har yrkat ersättning för rättegångskostnader i Högsta domstolen.

DOMSKÄL

Parterna har inför Högsta domstolen åberopat samma omständigheter som i hovrätten. Högsta domstolen har hållit huvudförhandling. Förhören i hovrätten med CE, VS och MÖ samt förhören vid tingsrätten med K-ÅA, KG och ASW har förebragts genom uppspelning av bandupptagningarna. Högsta domstolen har företagit syn på de i frågavarande spelfilmerna – CEs ”Hajen som visste för mycket” och VSs ”Alfred” – genom uppspelning av videoupptagningar inkluderande reklamavbrotten.

I 3 § andra stycket lagen (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk (upphovsrättslagen) föreskrivs att ett verk inte får ändras så, att upphovsmannens litterära eller konstnärliga anseende eller egenart kränks. Verket får inte heller göras tillgängligt för allmänheten i sådan form eller i sådant sammanhang som är på angivet sätt kränkande för upphovsmannen. Enligt lagrummets tredje stycke kan upphovsmannen efterge sin rätt med bindande verkan endast såvitt angår en till art och omfattning begränsad användning av verket. Av 54 § tredje stycket upphovsrättslagen följer att den som uppsåtligen eller av oaktsamhet vidtar åtgärd, som innebär intrång i upphovsrätten, skall ersätta upphovsmannen eller hans rättsinnehavare förlust, lidande eller annat förfång av åtgärden.

Twisten gäller de avbrott för annonser som skett vid utsändning i TV4 av de båda filmerna. Det som är tvistigt mellan parterna är om avbrotten utgör en kränkning av upphovsmännens ideella rätt, om det har skett någon eftergift av denna rätt samt om TV4 har agerat oaktsamt.

TV4 har gjort gällande att reklamavbrotten vid utsändningarna har skett i enlighet med den lagstiftning och praxis som grundas på det s.k. TV-direktivet, rådets direktiv 89/552/EEG av den 3 oktober 1989 om samordning av vissa bestämmelser som fastställts i medlemsstaternas lagar och andra författningar om utförandet av sändningsverksamhet för television, ändrat genom Europaparlamentets och rådets direktiv 97/36/EG. I Sverige regleras frågan om annonsavbrott i radio- och TV-lagen (1996:844), såvitt nu är i fråga ändrad år 2002 på grundval av TV-direktivet i dess ändrade lydelse. Enligt 7 kap. 7 § denna lag skall annonser i TV-sändning sändas mellan programmen, men enligt 7 a § får de på vissa villkor sändas också i bl.a. spelfilmer men endast på sådant sätt, enligt 7 §, att – med hänsyn till naturliga pauser samt programmets sändningslängd och karaktär – varken programmets integritet och värde eller rättighetshavarnas rättigheter kränks. Av förarbetena till lagändringen framgår att den hade konkurrens- och konsumentpolitiska syften, nämligen att komma till rätta med de konkurrensnackdelar för svenska programföretag i förhållande till utländska som den dåvarande regleringen ledde till och ändå minska de störningar som reklamavbrott i kommersiell TV innebär för publiken (prop. 2001/02:82 s. 11). I förarbetena betonas att lagändringen inte inverkar på de upphovsrättsliga reglerna och att en kränkande ändring eller ett avbrott i ett filmverk, i den mån det följer av avtal eller gällande rätt, även i framtiden kommer att kräva rättighetshavarens tillstånd (a. prop. s. 13). Före ändringen gällde att program inte fick avbrytas med sändning av annonser; sådana fick dock sändas i längre pauser i sportprogram, i pauser i program som avsåg föreställningar och evenemang där pauser förekom även för publiken samt mellan delar av program som bestod av avslutade delar; i spelfilmer fick annonsavbrott inte förekomma (prop. 1995/96:160 s. 122 f. jämförd med prop. 1990/91:149 s. 102 ff.).

Prövningen av om en åtgärd som vidtas i samband med att ett filmverk visas i TV kränker upphovsmannens ideella rätt skall sålunda ske oberoende av den offentligrättsliga regleringen i radio- och TV-lagen.

TV4 har anfört att annonsavbrotten inte innebär att den avbrutna filmen ändras, såsom 3 § andra stycket upphovsrättslagen förutsätter.

Vad som kännetecknar ett filmverk är att till de skapande elementen i verket hör det i en viss rytm fortgående förloppet, berättelsen, samt den atmosfär som skapas genom den för spelfilmen karakteristiska föreningen av bild och ljud. Reklaminslagen bryter in i det förlopp som spelfilmen omfattar och i dess atmosfär. En spelfilm som visas med reklamavbrott måste därför genom dessa anses ha ändrats i den mening som avses i 3 § andra stycket upphovsrättslagen. Det behöver då inte provas om reklaminslagen också innebär att verket återges i ett främmande sammanhang.

Frågan är här efter om ändringen är kränkande för upphovsmannens anseende eller egenart. I Auktoritetskommitténs betänkande SOU 1956:25 Upphovsmannarätt (återgivet i NJA II 1961 s. 63 ff.) uttalas om bestämmelsen i 3 § andra stycket upphovsrättslagen bl.a. följande. Vid bedömande huruvida företagna ändringar kan anses kränkande för upphovsmannen skall saken ses från dennes synpunkt, men i övrigt skall en objektiv måttstock anläggas. Upphovsmannen har anspråk på skydd också mot förfaranden som, även om de inte är menliga för hans anseende i andras ögon, innebär ett angrepp mot verkets integritet och kränker den känsla han som konstnär hyser för det verk han skapat. Bedömningen skall ske med utgångspunkt från förhållandena inom den konstart det är fråga om och med beaktande av omständigheterna i det särskilda fallet. Största hänsyn bör tas till verkets art

och dess betydelse i konstnärligt avseende. Också till det yttre obetydliga ändringar kan förvanska verket. Kraven är inte lika stränga vid återgivning av litterära eller musikaliska verk av lägre valör, men även här bör upphovsmannen vara skyddad mot allvarligare ingrepp. Även syftet med åtgärden är av betydelse. Vidare bör beaktas om återgivningen gör anspråk på att presentera verket i ursprunglig form eller om det klart framgår att verket inte återges i ursprungligt skick. – I propositionen anslöt sig departementschefen i huvudsak till kommitténs uttalanden. Om skyddet för upphovsmannens egenart angavs att därmed borde avses förfaranden som – även om de till äventyrs inte skadar upphovsmannens anseende – likväl kränker hans personlighet, sådan den kommit till uttryck i verket (NJA II 1961 s. 73). – Dessa uttalanden äger alltså giltighet.

Som anges i tingsrättens dom infogade TV4 vid visningen av de två spelfilmerna avbrott för annonser, vid två tillfällen i CEs ”Hajen som visste för mycket” och vid tre tillfällen i VSs ”Alfred”. Varje avbrott inleddes med en vinjett med en musiksignatur och bl.a. ordet ”Reklam” och en röst som omtalade att ”långfilmen fortsätter strax”, och avbrottet avslutades med en vinjett med musik och orden ”Nu fortsätter långfilmen”. Vid ett tillfälle förväxlades vinjetterna. Varje avbrott, omkring fem minuter långt, innehöll ett tiotal reklamslag för varor och tjänster riktade till konsumenter. Avbrotten skedde i samband med scenförändringar eller en förändring i filmens berättelse. Annonsavbrotten hade en något högre ljudnivå än spelfilmen.

CE har förklarat att han anser reklamavbrotten vara kränkande därför att främmande filmbilder och ljud utan hans tillstånd kommer in i hans film och rubbar dess noggrant övervägda längd och rytm samt att reklamens budskap

starkt kontrasterar mot filmens sensmoral och dess satiriska beskrivning av en hysterisk jakt på pengar. VS har framhållit att hans film har ett slags drömmande, dröjande rytm som står i strid med de högljudda och ryckiga reklaminslagen samt att filmen utspelas i en svensk och europeisk 1800-talsmiljö som han lagt ned mycket stor möda på att återskapa.

Bedömningen av om reklamavbrott i en spelfilm kränker upphovsmannens anseende eller egenart skall göras på grundval av de kriterier som nyss återgivits. Det medför att tv-tittarnas uppfattning om reklamavbrott i allmänhet som störande inte skall beaktas. Tittarintresset avses bli tillgodosett genom den offentlighetsrättsliga regleringen.

En utgångspunkt är förhållandena inom den konstart det är fråga om. Det framgår av den framlagda sakkunnigbevisningen, liksom av CEs och VSs uppgifter, att det är kännetecknande för filmverk att det skapande arbetet – inkluderande regi och klippning – syftar till en helhetsupplevelse som gör åskådaren delaktig i filmens berättelse i tid och rum. Den fiktiva tid under vilken filmen utspelar sig är komplex och unik för varje film. Avbrott i en spelfilm innebär att den avsedda helhetsupplevelsen bryts upp, och åskådaren riskerar att tappa tråden i berättelsen eller gå miste om hänvisningar framåt eller bakåt i berättelsen. Rumsligt innebär ett avbrott en förflyttning från filmens miljö till andra miljöer och stämningar som skapas av reklaminslagen. Även när reklamavbrotten sker i samband med att filmens scener eller miljö förändras, bryts det av regissören avsedda samspelet mellan filmens olika scener genom att helt andra miljöer och företeelser infogas. Avbrott för reklam innebär också att filmens faktiska längd för åskådaren förlängs; filmens längd är en inte oviktig del av verket.

Vid bedömningen skall vidare beaktas verkets art och betydelse i konstnärligt avseende. Hit hör även konstverkets genre och tilltänkta användning.

En spelfilm – i målet en komedi och ett drama – i form av långfilm måste anses vara känsligare för ingrepp än en film av novell- eller episodkaraktär uppbyggd av sinsemellan fristående, avslutade delar som inte är avsedda att nödvändigtvis ses i inbördes sammanhang, eller en film i en icke-berättande genre, exempelvis en instruktions- eller undervisningsfilm. Oavsett en spelfilms konstnärliga nivå, ambition och tendens innebär företeelsen reklamavbrott normalt att kontinuiteten och dramaturgin i filmen bryts och att främmande filmbilder infogas i verket på ett sätt som är ägnat att kränka upphovsmannens egenart.

Syftet med avbrottet skall också beaktas. Reklamavbrott sker i kommersiellt syfte och avsikten är att dra åskådarnas uppmärksamhet från filmen till reklaminslagen. De intressen som ligger bakom reklamavbrott är, som hovrätten funnit, inte sådana att de vid fastställande av vad som objektivt sett skall anses godtagbart väger över rättighetshavarens intresse av att hans verk inte återges på ett sätt som kränker hans ideella rätt.

På grund av det anförda måste, som domstolarna funnit, reklamavbrotten vid de i målet aktuella visningarna anses utgöra en kränkning av upphovsmännens egenart i strid med bestämmelsen i 3 § andra stycket upphovsrättslagen. Högsta domstolen anser däremot, liksom domstolarna, att avbrotten inte kränker CEs eller VSs litterära eller konstnärliga anseende.

Högsta domstolen ansluter sig till domstolarnas bedömning att CE och VS inte eftergivit sin ideella rätt i vad avser avbrotten i filmerna samt att intrången har skett av oaktsamhet.

Hovrättens domslut skall därför fastställas.

I avgörandet har deltagit: justitieråden Gertrud Lennander, Leif
Thorsson (referent), Ella Nyström, Anna Skarhed och Lena Moore
Föredragande revisionssekreterare: Håkan Lundquist