



JURIDISKA FAKULTETEN
vid Lunds universitet

Josefin Leiman

”What’s worth copying is worth
protecting?”

En undersökning av det juridiska skyddet
för TV-format

Examensarbete
20 poäng

Handledare: Ulf Maunsbach

Immaterialrätt

Termin 9

Innehåll

SUMMARY	1
SAMMANFATTNING	3
FÖRORD	6
FÖRKORTNINGAR	7
1 INLEDNING	8
1.1 Syfte och frågeställningar	8
1.2 Metod, material och avgränsning	9
1.3 Disposition	10
2 DEFINITION AV BEGREPPET TV-FORMAT	11
2.1 Den juridiska definitionen	11
2.2 Definition inom TV-branschen	12
2.3 Formaträttighet	12
3 RÄTTSSKYDDET IDAG	13
3.1 Upphovsrättslagen	13
3.1.1 Rättsinnehavare	14
3.1.2 Skyddsobjektet	14
3.1.3 Skyddsomfång	15
3.1.3.1 Den ekonomiska rätten	15
3.1.3.2 Den ideella rätten	16
3.1.3.3 Undantag	16
3.1.4 Skyddstid	17
3.1.5 Möjlighet till skydd för TV-format enligt upphovsrättslagen ?	17
3.1.5.1 Definitionsproblematiken	17
3.1.5.2 En god idé	18
3.2 Marknadsföringslagen	19
3.2.1 Skyddsomfång	19
3.2.1.1 Vilseledande	20
3.2.1.2 Efterbildningar	20
3.2.2 Möjlighet till skydd för TV-format enligt marknadsföringslagen ?	21
3.2.2.1 "Who wants to be a millionaire" v. "Kvit eller Dobbelt"	21
3.2.2.2 SVT v. OLW SNACKS AB	23
3.3 Lag om skydd för företagshemligheter	23
3.3.1 Know how	24

3.3.2	Möjlighet till skydd för TV-format enligt Lag om skydd för företagshemligheter?	24
3.4	Skyddbara element	25
4	UR EN INTERNATIONELL SYNVINKEL	26
4.1	England – “Opportunity Knocks”	26
4.2	USA –”Survivor” v. ”I’m a celebrity get me out of here”	27
4.3	Holland –“Survivor” v. “Big Brother”	27
4.4	Brasilien –“Big Brother” v. “Casas dos artistas”	28
4.5	Klargörande kaos	29
5	BRANSCHENS EGNA SKYDDSREGLER	31
5.1	Det obligationsrättsliga skyddet	31
5.2	FRAPA	32
5.2.1	Mål och syfte	32
5.2.2	Skiljedoms- och medlingsinstitut	33
5.3	IFLA	33
6	DAGENS TV-BRANSCH	34
6.1	Den svenska mediamarknaden	34
6.1.1	Produktionsbolagen	34
6.1.1.1	Strix	34
6.1.1.2	Zodiak Television group	35
6.2	TV-kanalerna	35
6.2.1	SVT	36
6.2.2	Övriga kanaler	36
6.3	TV-format som handelsvara	37
6.3.1	TV-mässan i Cannes	37
6.3.2	Vem vill inte bli miljonär? Formatmarknadens omsättning	37
6.4	Branschens agerande vid intrång	38
6.4.1	Vad händer vid ett intrång?	38
6.4.2	Skyddet mot intrång	39
6.5	Gentlemannamässigt beteende?	39
6.5.1	Kriget om ”Top Dog”	40
6.5.1.1	Likheter med “Big Brother” vs “Casa dos artistas”	41
6.6	Copycats	41
6.7	TV-branschens syn på problematiken	42

7	SLUTSATS	44
7.1	Ur ett rättsekonomiskt perspektiv	45
7.2	Avslutande kommentar	46
	KÄLL- OCH LITTERATURFÖRTECKNING	48
	Litteratur	48
	Artiklar	48
	Rapporter	49
	Förarbeten	50
	Internetkällor	50
	Muntliga källor	54
	RÄTTSFALLSFÖRTECKNING	55
	Svenska	55
	Internationella	55

Summary

The TV-business is a dynamic and growing industry with great turnovers. The competition between the channels is increasing and it is all about televising the best TV-programmes and getting the most viewers. Many of the popular TV-shows, such as "Who wants to be a millionaire", "Big Brother" and "Dancing with the stars", are TV-formats which are bought from other countries, mainly USA, England and Holland. The medial development has made TV-formats a coveted commodity, and the trade with format-rights is a fast growing industry. The opinions part in how to define the word "TV-format". Some people will say that a format it is only the idea behind a TV-programme, while other will say that it is the programme concept with the frame of ideas and all its components such as the music, scenery etc.

The purpose of this essay is to investigate the legal protection of TV-format. This will be made from both a national as well as an international point of view, but with focus on national rights. The main focus will be on the Swedish copyright law which purpose is to protect the originator and his work. A copyright-protection requires that the work is a work in the terms of the copyright legislation. The definition of work in copyright legislation is extensive and should generally be understood in the broadest possible sense. The last couple of years there have been a discussion concerning whether or not TV-format can embrace protection under the copyright law. It is possible for the product of a TV-format, the TV-programme itself, to receive copyright protection as a work of film. The format itself is not protected though, not in Sweden or in the majority of other countries. There is international practice that indicates recognition of copyright protection for TV-formats, but a clear and pronounced protection does not exist. This is because the general opinion seems to be that a TV-format is only an idea, and since the copyright law expressly does not protect ideas it can't receive copyright protection. It is the definition of the word "TV-format" which makes it complicated to examine its legal protection since it doesn't seem to exist an established definition of the word. The definition part in different countries, in the doctrine and in the TV-business as well. It is hard to work out a protection if there is uncertainty about what the object that should be protected is.

Lately there has been shown that there are other possibilities, than only through the copyright law, to seek protection for a TV-format, for example in the Marketing Practices Act. International practice indicate that there are such a possibility and the Swedish Market Court has in the "Robinson-case" shown that it is possible to use the Marketing Practices Act to intervene against dilution of a TV-show. TV-formats are consequently not totally unprotected. Many originators protect their TV-formats by dividing the format into different intangible assets. These are protected separately in the absence of that the format can be protected as whole. The logotype can be

protected as a registered trademark, the music through copyright law, and know-how through the law of trade secret. Because the formats *are* coveted commodities indeed which are in need of protection, and that is something that the business is aware of. They have been adapting to the fact that it is not possible to protect the TV-format as whole, but get around by writing very detailed and good contracts. Through this the TV-format has got a very strong protection in law of contract, unfortunately this doesn't protect against a third party.

There is a hard competition in the TV-business today which puts a lot of pressure on both the creators and the production companies. There are harder times which in all probability tempt people into copying others already known formats. It is a very big cost not being able to carry through a production which you have already invested a lot of time and money in, and it is also a very big cost to create something else to televise instead of the production contemplated. By copying already known formats the risk for a fiasco is reduced to a minimum and the companies already know that it is a given success, and since there aren't any practices from the Swedish court, the risk of getting sued seems to be minimal. Despite of this the TV-business seems to work well and this is probably mainly because copying doesn't seem to be worth it in the long run. The most valuable thing in a format is the instructions and know how and this is something that you only will get if you pay for the format. What also keep people from copying seems to be the company's reputation, since the television business is built upon good relations. By copying others format you risk getting a bad reputation, and in a small country as Sweden it is hard for these companies to survive. The times are changing though and it seems as this gentlemanlike manner not always is to count on anymore.

The legal protection of TV-formats is a complicated question. We have got essentially no national practice, indistinct international practise, and opinions arguing both for and against a copyright protection for TV-formats. I understand this ambiguousness since it is a complicated question which forces to bring copyright legislation to a head. I can also understand both the arguments that are *for* a copyright protection for TV-formats as well as the one that are *against* since the arguments are depending on how you choose to define the word TV-format. My definition of TV-format is that it is the contents, the motive and the principles behind a TV-programme. I find it hard to see that a TV-format would be something as concrete so it could be protected under the copyright law. To adjudge TV-formats copyright protection would, in my opinion, therefore be contrary to fundamental copyright protection rules, since ideas expressly aren't protected. The situation in the TV-business, where the respect for others work begins to fade, shows that there is most likely a need for a *clear* regulation, not necessarily a *stronger* regulation. In the end it is up to the court to decide how to interpret this regulation, and hopefully the future will bring more cases that will make the court shed light on this matter.

Sammanfattning

Dagens TV-bransch är en dynamisk och växande industri som omsätter stora pengar. Konkurrensen mellan kanalerna ökar och det gäller att sända de bästa och mest populära programmen för att locka så många tittare som möjligt. Många av dagens populära program, ”Vem vill bli miljonär?”, ”Big Brother” och ”Let´s dance”, är så kallade TV-format som är inköpta från andra länder, främst USA, England och Holland. De senare årens mediala utveckling har lett till att dessa TV-format har utvecklats till en eftertraktad handelsvara och handeln med formaträttigheter är en snabbt växande företeelse inom internationell TV-produktion. Det vanliga förfarandet idag är att ett produktionsbolag eller en TV-kanal köper ett format på licens. Hur ordet ”TV-format” skall definieras råder det dock delade meningar om. Vissa vill begränsa det till enbart själva idén bakom ett TV-program, medan andra vill hävda att formatet är programkonceptet med den idémässiga ramen och dess samtliga komponenter såsom musik, dekor etc. Denna definieringsproblematik är en bidragande orsak till varför det idag råder en oklarhet kring det juridiska skyddet av TV-format.

Denna uppsats syftar till att utreda det juridiska skyddet av TV-format. Detta görs ur både ett nationellt och internationellt perspektiv, men med tyngdpunkt på det nationella. Fokus ligger framförallt på den svenska upphovsrättslagstiftningen som syftar till att skydda upphovsmannen och dennes verk. Ett upphovsrättsligt skydd förutsätter att verket är just ett verk i upphovsrättslig mening. Verksbegreppet inom upphovsrätten är omfattande och mycket faller in under denna definition. De senaste åren har en diskussion förts kring huruvida TV-format kan rymmas inom denna skyddssfär och därmed åtnjuta upphovsrättsligt skydd. Det är ostridigt att själva slutprodukten av ett TV-format, dvs. det utsända programmet, har möjlighet att åtnjuta upphovsrättsligt skydd såsom ett filmverk. Själva formatet skyddas dock inte enligt upphovsrätten idag, varken i Sverige eller i majoriteten av andra länder. Det finns emellertid praxis från utlandet som talar för ett visst erkännande av TV-formats upphovsrättsliga skydd, men något klart uttalat skydd existerar inte. Detta för att den vedertagna uppfattningen av ett format verkar vara att det blott är en idé och att den därmed inte kan skyddas då upphovsrätten uttryckligen inte ger något idéskydd. Det är just definitionen av begreppet ”TV-format” som försvårar möjligheten att undersöka dess juridiska skydd då det idag inte verkar finnas någon vedertagen definition. Definitionerna skiljer sig åt i olika länder och i såväl praxis, doktrin som i TV-branschen. Då det råder osäkerhet om *vad* som bör skyddas är det givetvis inte lätt att bestämma *hur* det skall skyddas.

På senare tid har det dock framkommit att det verkar finnas andra möjligheter än att bara genom upphovsrättslagen söka skydd för TV-format, bl. a. genom marknadsföringslagen. Internationell praxis tyder på detta och i Sverige har Marknadsdomstolen slagit fast att det är möjligt att genom marknadsföringslagen ingripa mot renommésnyltning av TV-program

genom det så kallade "Robinson-fallet". TV-format är således inte helt skyddslöst. I dag skyddar upphovsmännen ofta sina TV-format genom att dela upp formatet i olika immateriella produkter. Dessa skyddas sedan var för sig i brist på att formatet i sin helhet kan skyddas, exempelvis skyddas titeln enligt varumärkeslagen, musiken enligt upphovsrätten osv. För formaten *är* onekligen eftertraktade handelsvaror som kräver sitt skydd och detta är något som TV-branschen mycket väl är medveten om. De tycks ha anpassat sig efter det faktum att TV-format inte går att skydda i sin helhet, men klarar sig oftast bra genom att skriva väl utarbetade avtal parterna emellan. TV-formatet kan således säga ha ett starkt obligationsrättsligt skydd, dessvärre skyddar inte det gentemot tredje man.

Dagens mediala utveckling som bidrar till hård konkurrens sätter press på både idéskaparna och produktionsbolagen och det råder således ett hårt klimat inom branschen. Detta kan med största sannolikhet fresta till att kopiera redan kända format. Det är nämligen en väldigt stor kostnad att inte kunna göra en produktion som det redan har investerats stora pengar i och det är också en väldigt stor kostnad att ta fram något annat som skall sända istället för den produktionen. Genom att kopiera redan kända format minimeras risken för fiasko och istället vet bolagen på förhand att det är en given succé. Då Sverige saknar domstolspraxis i frågan upplevs också risken för att bli stämd som relativt liten. Trots detta verkar branschen fungera väl och troligtvis beror det på att det ofta kostar mer än det smakar att kopiera, även om det inte alltid kostar i pengar mätt. Det mest värdefulla i ett format är den viktiga informationen kring produktionen och all "know how" och detta får du endast tillgång till då du betalar för ett format. Bolagets renommé spelar också en stor roll. TV-branschen bygger på goda kontakter och relationer och genom att stjäla andras format riskerar bolaget att få ett negativt rykte och i ett litet land som Sverige blir det svårt för dessa att överleva. Mycket tyder dock på att det numer råder ett råare klimat och att den tidigare gentlemannamässiga stilen inte alltid är att räkna med.

Det juridiska skyddet av TV-format är en vansklig fråga. För handen har vi en i princip obefintlig nationell praxis, otydlig internationell praxis och åsikter som argumenterar både för och emot ett upphovsrättsligt skydd för TV-format. Denna tvetydighet är förståelig då detta är en komplicerad fråga som tvingar till att ställa upphovsrätten på sin spets. Jag kan ta till mig båda sidors argument i denna fråga då det hela bottnar i på vilket sätt man väljer att definiera TV-format. Min definition av TV-format är att det är innehållet, motiven och principerna som ligger bakom ett TV-program. Jag har därför svårt att se att TV-format skulle vara något sådant konkret att det skulle vara skyddbart enligt dagens upphovsrättsliga lagstiftning. Av den orsaken anser jag att det skulle stå i strid med grundläggande upphovsrättsliga regler, nämligen det faktum att idéer inte är skyddbara, att tillerkänna TV-format upphovsrättsligt skydd. Däremot anser jag att dagens rådande läge inom TV-branschen, där den tidigare respekten för mitt och ditt börjar suddas ut, är oroväckande och sannolikt är i behov en *tydlig* reglering, men inte nödvändigtvis en *ny* eller *starkare* reglering. Det är slutligen upp till domstolen att avgöra denna fråga och förhoppningsvis bringar framtiden fler

mål av den karaktär som ställer denna fråga på sin spets och på så sätt tvingar domstolen att bringa klarhet i denna gråzon.

Förord

Med denna uppsats avslutar jag mina studier vid Lunds universitet. Åren har gått fort, precis som de sägs göra när man har roligt. För trots vissa mindre dalar så har tiden på Juridicum till övervägande del bestått av glädjefulla toppar och därför är det med viss sorg i hjärtat jag nu lägger denna tid bakom mig.

Jag vill rikta ett stort tack till studiekamrater, vänner och familj som med kärlek, värme och uppmuntran har stöttat i både medgång och motgång. Tack kära Mamma och Pappa som har gett mig självförtroende att lyckas med det jag företar mig. Tack Morfar som lotsade in mig på juridikens spår och tack Farbror Erik som sedan såg till att så blev fallet. Tack underbara vänner för oförglömliga stunder både inom och utom Juridicums väggar och tack Victor för allt stöd och för att du alltid finns vid min sida.

Vidare vill jag framföra ett varmt tack till Setterwalls advokatbyrå i Malmö, främst Cecilia Tholse som inspirerade mig till ämnesvalet. Tack också till min handledare Ulf Maunsbach som genom snabbt arbete gjorde det möjligt för mig att påbörja min traineeanställning i tid.

Josefin Leiman
Lund 29 augusti 2007.

Förkortningar

IFLA	International Format Lawyers Association.
FHL	Lag om skydd för företagshemligheter.
FRAPA	Format Recognition and Protection Association.
MFL	Marknadsföringslagen.
URL	Lagen om upphovsrätt för litterära och konstnärliga verk.
WIPO	World Intellectual Property Organisation.

1 Inledning

Äganderätten till materiella ting är något som vi idag betraktar som en självklarhet. Vi skiljer på mitt och ditt och skyddar gärna det som är mitt. Så har det varit i alla tider och i samhället finns normer som drar upp gränser för ägandet och anvisar påföljder för den som stjälar. När det gäller immateriella tillgångar är dock äganderätten mer diffus. Det är svårare att urskilja vad som skall skyddas och vilka rättigheter dess ägare skall inneha. Dessa immateriella tillgångar skall kunna ägas och skyddas, vilket de också gör idag -genom upphovsrätten. Upphovsrätt kan något förenklat förklaras som en slags ensamrätt för den som har skapat något, och genom upphovsrättslagen uppbär upphovsmännen skydd för sina litterära och konstnärliga verk. Definitionen konstnärliga och litterära verk är vid och mycket faller idag in under upphovsrättslagens skyddssfär. Något som dock inte tycks ha en självklar plats inom denna skyddssfär är så kallade TV-format och en intensiv diskussion har under de senaste åren förts kring just frågan om ett eventuellt upphovsrättsligt skydd för dessa. I dag bygger de allra flesta underhållningsprogrammen i de svenska kanalerna på inköpta format, ”Vem vill bli miljonär”, ”Idol” och ”Expedition: Robinson” är exempel på välkända sådana. Det är ostridigt att det slutliga resultatet, dvs. det slutliga TV-programmet som sådant, kan åtnjuta upphovsrättsligt skydd såsom filmverk, men frågan är hur skyddet av själva *formatet* ser ut idag. Sedan TV-monopolet upphörde i Sverige 1988 har konkurrensen ökat bland TV-kanalerna som numera måste slåss om tittarna. TV-mediet har utvecklats till en sofistikerad industri där inget lämnas åt slumpen. Det gäller att sända programmen som skapar höga tittarsiffror och stora rubriker. På grund av denna mediala utveckling har en TV-formatindustri utvecklats där försäljning av TV-program bedrivs och omsätter stora summor pengar, såväl nationellt som internationellt. Då formaten i sin helhet inte skyddas upphovsrättsligt är den intensiva marknaden för TV-format till stor del oreglerad och präglad av branschens och aktörernas egna regler. Detta tillsammans med det faktum att TV-formaten är dyra och konkurrensen ökar kan bidra till en ökad risk för kopiering och illojalt beteende i övrigt.

1.1 Syfte och frågeställningar

Denna uppsats syftar till att utreda det juridiska skyddet av TV-format och följande frågeställningar kommer att vara de centrala:

Hur ser det juridiska skyddet av TV-format ut idag? Finns det behov av ett starkare skydd? Hur skulle detta eventuella skydd kunna gestalta sig?

1.2 Metod, material och avgränsning

Tillvägagångssättet vid författandet är sedvanlig juridisk metod. I vissa avseenden har jag även använt mig av rättsekonomisk analys.

Det finns ytterst lite svensk litteratur som berör skyddet för TV-format specifikt. Den mest framträdande personen inom svensk doktrin är professor Gunnar Karnell som har bidragit med en bok, festskrift samt diverse kommentarer inom det berörda ämnet. Tyvärr är mycket av hans arbete något föråldrat, vilket har gjort det svårare, med tanke på TV-samhällets och formatmarknadens ständiga omvandling. Jag har ändå beaktat hans arbete och tagit del av hans kommentarer och mycket av detta har tjänat som underlag till denna uppsats. Professor Karnell intar en relativt tydlig inställning till TV-formatets upphovsrättsliga ställning varför hans arbete har lästs med stor objektivitet. Vidare har sekundärlitteratur, såsom läroböcker i immaterialrätt, upphovsrätt och marknadsrätt använts i stor utsträckning. Detta för att skapa en förståelse för immaterialrätten och främst upphovsrätten, som helhet och för att kunna redogöra för de delar där ett eventuellt skydd för TV-format skulle kunna placeras in.

Generellt sett är frågan om det juridiska skyddet för TV-format mer debatterad utomlands. Därav har internet varit en utgångspunkt för att hitta information såsom utländsk praxis och immateriella organisationers hemsidor. Övervägande del av den information som behandlar det utländska skyddet har således funnits via internet. En medvetenhet om Internetkällors bristande trovärdighet och objektivitet har funnits i bakhuvudet då jag har använt mig av dessa källor, varför jag i första hand har försökt att använda mig av erkända organisationers hemsidor.

I brist på svenska rättsfall har jag valt att referera till ett antal utländska avgöranden där formatfrågan ställs på sin spets. Dessa har främst valts ut på grund utav deras intressanta utfall samt geografiska spridning, men också på grund utav deras lättillgänglighet. Jag fått också fått mycket användbar information från diverse personer som jag har talat med. Dessa diskussioner har mer haft karaktären av ett samtal än intervjuer då jag inte har använt mig av något strukturerat frågeunderlag. Personerna har varit representanter från TV-branschen samt jurister inom immaterialrätt som arbetar med dessa frågor. Då jag ville få olika aspekter på frågan valde jag ut en jurist från advokatbyrå, en från en TV-kanal samt en person som inte var jurist utan arbetar med försäljning av TV-format och som också har en bakgrund som VD på ett av Sveriges större produktionsbolag. Samtalen med dessa har tjänat som underlag till den avslutande delen som handlar om just TV-branschen och handeln med TV-format.

1.3 Disposition

Jag har valt att disponera denna uppsats efter tre ”huvuddelar”. Analyser kommer löpande att vävas in i uppsatsen för att sedan sammanfattas i slutsatsen. Den första delen består i att definiera uppsatsens centrala ord nämligen ”TV-format”. Detta känns som en naturlig utgångspunkt då det är nödvändigt med en definition för att vidare kunna undersöka och analysera dess juridiska skydd.

Andra delen behandlar hur rättsskyddet för TV-formatet ser ut idag. Detta är uppsatsens mest omfattande avsnitt där jag har valt att beskriva hur immateriella rättigheter kan skyddas i Sverige för att sedan analysera huruvida TV-formatet kan plockas in under några av dessa skyddsmöjligheter. Vidare innehåller denna del ett internationellt avsnitt där jag ger en övergripande bild av hur formatskyddet ser ut i övriga världen. Detta görs genom att referera till några uppmärksammade rättsfall från olika länder, både inom och utom Europa. Ett avsnitt om hur branschens egna skyddsregler ser ut ingår också i denna del.

I den sista delen läggs fokus på TV-branschen. För att få förståelse för problematiken kring TV-format är det nödvändigt att förstå hur TV-branschen och dess aktörer fungerar. Det är de som står för och upprätthåller de föreställningar om TV-format som råder på mediemarknaden. Avsnittet ger en inblick i hur TV-branschen har utvecklats och var den befinner sig idag, samt hur de som verkligen handlar med format ser på dess rättsliga ställning. Här beskrivs också TV-formaten mer ingående och hur dessa omsätts i verkligheten. Även i detta avsnitt förekommer vissa internationella inslag, men störst fokus ligger på den svenska marknaden. Uppsatsen avslutas sedan med en sammanfattande slutsats där mina inledande frågeställningar besvaras.

2 Definition av begreppet TV-format

TV-format saknar en enhetlig och exakt definition vilket försvårar bedömningen av skyddsaspekterna. Format-begreppet härstammar ursprungligen från USA men används ofta på olika sätt i olika länder och med olika innebörd i såväl internationell rättspraxis som i det vardagliga språket och inom TV-branschen.

2.1 Den juridiska definitionen

Det kan konstateras att det internationellt sett råder en tämligen oenig uppfattning om vilken status man skall ge TV-format. ”*The common, unifying features appearing in each programme of a television or radio series*”¹ är definitionen av TV-format som ges på ett internationellt plan, medan begreppet ges följande definition i dansk doktrin: ”*den samlede viden om de redaktionelle scenografiske, tekniske, økonomiske og andre forudsætninger, der skal vaere opfordt for at kunne producere en sådan udsendelseække*”.²

I Sverige återfinns olika definitioner i såväl doktrin som inom TV-branschen. I en av statens offentliga utredningar från 1999 finns ett avsnitt rörande mediestrukturen i Sverige och däri definieras TV-format såsom ”*en originalidé för program med dess samtliga komponenter*”.³ Professor Gunnar Karnell som är den mest framträdande författaren inom detta ämne väljer dock att frångå uttrycket format och föredrar istället att kalla det programkoncept, vilket han definierar som ”*totaliteten av det som inom en serie TV-program utgör anspråksunderlaget –såsom återkommande, programgestaltande egenskaper eller moment –för någon gentemot annan på grund av likhet mellan det som i en serie förenar upphovsrättsanspråk till de enskilda programmen såsom originalföreteelser vid inträngspåståenden gentemot vad som eljest åstadkommit*”.⁴

Lagstiftaren har utelämnat TV-formatet från reglering och på så sätt existerar inte begreppet TV-format enligt dennes perspektiv. Vidare har de svenska domstolarna ännu inte tagit ställning till TV-formatets status varför

¹ Denna benämning har givits i en av Corporate Directorate, The Patent Office, Lobdon, under reference 44049 utsänd handling, på remiss till slutet av Juni 1996, med titeln ”Programme formats: a further consultative document”.

² Wallberg Knud, *Beskyttelse af forretningskoncepter*, UfR 1999, B. s. 55.

³ SOU 1999:30 s. 74.

⁴ Karnell Gunnar, *TV-spel och upphovsrätt –om skyddet i Sverige för ett slags ”formats”*, Festskrift till Stig Strömholm del II, Iustus Förlag AB, 1997, s. 491.

rättsläget för TV-format i Sverige ännu måste betraktas som okänt. För närvarande pågår dock en tvist i Stockholm tingsrätt som förhoppningsvis kan bringa något så när klarhet i denna ovisshet kring definitionen av TV-format.⁵

2.2 Definition inom TV-branschen

I dag bygger de allra flesta underhållningsprogrammen i de svenska kanalerna på inköpta format. Inom TV-branschen förekommer dock inte heller någon klar definition på vad dessa format egentligen består av. Alla är överens om att det är svårdefinierat och vissa vill till och med säga att det är omöjligt att definiera. Ett format bör, enligt TV-branschens aktörer, alltid innehålla tydliga, distinkta och återkommande moment. Det är viktigt att betraktaren lätt skall kunna identifiera programmet som ett visst sådant. Just denna distinkthet verkar vara något som branschen anser är kännetecknande för ett format. Ett exempel på ett välkänt format är ”Who wants to be a millionaire?” som är en så kallad ”quiz and game show”. Detta format bygger på att en tävlande skall försöka vinna så mycket pengar som möjligt genom att svara på frågor och till sin hjälp har denne fyra stycken så kallade ”livlinor”. Vissa anser att formatet till detta program enbart består av programupplägget och spelreglerna, medan andra också vill hävda att den karaktäristiska scenografin, kulisserna, musiken, samt programledarrollen ingår. Varianterna är många, men alla är överens om att det mest eftertraktade som ingår i formatet är all värdefull information såsom know-how och expertrådgivning.⁶

2.3 Formaträttighet

I en av statens offentliga utredningar från 1999 förklaras vad rättigheten till ett TV-format innebär. Det sägs att till formatet knyts rättigheten till det och den tillkommer det produktionsbolag som offentliggör originalidén genom produktion av originalprogrammet. Att ett produktionsbolag innehar rättigheten till ett format innebär vidare att detta t.ex. äger rätten att sälja formatet på licens. I regel produceras programmen av den sändande kanalen eller av svenska produktionsbolag under överinseende av formaträttsinnehavaren. Det konstateras att ett format enligt svensk lag inte har ett heltäckande immaterialrättsligt skydd på det sätt som ett verk som skyddas av upphovsrättslagstiftningen. Vidare sägs det att det inom den internationella TV-industrin emellertid har skapats praxis för skydd för format genom en betydande handel med formaträttigheter mellan produktionsbolag och TV-kanaler.⁷

⁵ Mål nr T 1164-06, Nina Zandnia v. MTV –Mastiff Produktion AB. Denna tvist behandlas mer ingående i slutet på uppsatsen under avsnitt 4.4.2.

⁶ Informationen är baserad på samtal med jurister från TV-branschen samt advokatbyrå. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

⁷ SOU 1999:30 s. 74.

3 Rättsskyddet idag

Det juridiska skyddet för TV-format är en snårig djungel med diffusa gråzoner. Inget tydligt svar ges på huruvida det är skyddat eller ej och internationell rättspraxis pekar åt olika håll. I juridiska kretsar över hela världen har det under de senare åren förts en diskussion kring detta ämne och den centrala frågan är huruvida TV-format kan åtnjuta upphovsrättsligt skydd eller inte. I detta avsnitt redogör jag för några av de immaterialrättsliga lagar som finns i Sverige och analyserar huruvida ett TV-format skulle kunna skyddas enligt dessa.

3.1 Upphovsrättslagen

Upphovsrättslagen⁸ ger konstnärer, författare, kompositörer och andra skapande människor rätt att bestämma över hur deras verka ska användas. Historiskt sett är upphovsrätt en relativt sen del av rättsordningen. Det var först under 1600-talets senare del, i samband med boktryckarkonstens spridning, som det uppstod ett verkligt behov av skydd. De första svenska lagbestämmelserna om upphovsrätt finns i 1810-års Tryckfrihetsförordning. Upphovsrätten utvecklades under senare delen av 1800-talet genom ett flertal nya lagar, vilka så småningom mynnade ut i 1919 års upphovsrättslag.⁹

Idag regleras den svenska upphovsrätten i 1960 års lag om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk, som i dagligt tal går under benämningen upphovsrättslagen. I takt med samhällets snabba teknikutveckling, samt för att anpassas till EG-rätten har den dock genomgått många viktiga ändringar sedan dess tillkomst. Dagens upphovsrättsliga lagstiftning uppstod efter ett långvarigt, samnordiskt förarbete. Den svenska och för den delen också nordiska, upphovsrätten präglas av både den angloamerikanska rätten som lägger tyngdpunkten på copyrightmodellen samt den franska och tyska *droit d'auteur*-modellen som fokuserar på uphovsmannens intressen. Generellt sett är upphovsrätten mycket internationell med likartade lagar i flertalet länder. Grundprincipen för svensk upphovsrätt är, som för all annan svensk rätt, att den slutar vid den svenska gränsen. Om någon gör intrång i min upphovsrätt utanför det svenska territoriet, t.ex. i Tyskland, så skall den eventuella kränkningen bedömas enligt tysk rätt. Detta stämmer dock dåligt överens med hur det förhåller sig i verkligheten. Inom EU finns det internationella avtal som bl.a. Sverige har anslutit sig till.¹⁰ Undertecknandet av dessa avtal innebär att Sverige är skyldig att följa dess regler och bl. a. är huvudregeln i den internationella upphovsrätten att utlänningar och deras verk skall ha samma skydd som inlänningar och deras

⁸ Härefter URL.

⁹ Kocktvedgaard Mogens, Levin Marianne, *Lärobok i immaterialrätt*, 8:e upplagan, Nordstedts Juridik AB, 2004. s. 24-32.

¹⁰ Bl. a. Bernkonventionen, TRIPs och Romkonventionen.

verk enligt principen om nationell behandling. Sverige ger således samma skydd åt utländska upphovsmän som åt svenska och i gengäld har svenska upphovsmän fullt skydd i andra konventionsländer.¹¹

3.1.1 Rättsinnehavare

Innehavare av upphovsrätten är den som har skapat verket.¹² Vanligt förekommande är att flera personer har varit med och skapat och då innehar de gemensam upphovsrätt. Innehavaren kan sedan i sin tur överlåta sina rättigheter vidare, helt eller delvis. Utgångspunkten är att upphovsrätt är en förmögenhetsrätt som fritt kan disponeras genom avtal. I praktiken görs främst partiella överlåtelser i form av förlagsavtal, exempelvis då en författare låter ett bokförlag trycka hennes böcker i en viss upplaga.¹³

3.1.2 Skyddsobjektet

Utgångspunkten i upphovsrätten är att den skyddar litterära och konstnärliga verk, vilka är upphovsrättens klassiska kärnområden. Den moderna upphovsrättsliga sfären är dock synnerligen omfattande och dess avgränsning har därmed blivit komplicerad och försvåras i övrigt av lagreglernas något oprecisa innehåll. I lagens 1 § räknas de så kallade verkstyper upp som skyddas av upphovsrätten och dess sjunde punkt, ”*verk som har kommit till uttryck på annat sätt*”, visar klart på att de uppräknade verkstyperna endast har karaktären av exemplifiering.¹⁴ Mycket torde därför falla in under upphovsrätten, men det upphovsrättsliga skyddet omfattar endast den individuella utformningen, inte idéer och fakta. Om jag exempelvis målar av ett äpple så får jag inte upphovsrätt till äpplet i sig, det står fritt för andra personer att måla av samma äpple. Upphovsrätten skyddar mitt sätt att måla äpplet på, dvs. min individuella utformning av äpplet. Att upphovsrättsligt skydd endast ges till verk i konkret form och inte för idéer är även fastställt i artikel 2 i Intellectual Property Organization’s Copyright Treaty från 1996: ”*Copyright protection extends to expressions and not to ideas, procedures, methods of operation or mathematical concepts as such*”.

Förutsättningen för att något skall anses vara skyddat av upphovsrätt är att verket är just ett verk i upphovsrättslig mening och att detta skall vara nytt och inte alltför banalt. Är det så enkelt att vem som helst skulle kunna ha gjort det föreligger risk för dubbelskapande och verket åtnjuter då inget skydd alls. Verket måste således nå upp till en viss kreativ nivå, så kallad verkshöjd. Detta innebär att verket ska visa upp originalitet och individuell särprägel som ett resultat av upphovsmannens personliga skapande.

¹¹ Levin Marianne, Lärobok i immaterialrätt, Upphovsrätt, supplement 2006, Nordstedts juridik AB, s. 14-15.

¹² 1 § URL

¹³ A.a s. 59-61.

¹⁴ A.a s. 17, se även prop. 1960:17 s. 48-49.

Verkshöjdsbegreppet är dock omdiskuterat i doktrin och många hävdar att det rent av står i strid med vissa redan genomförda EG-direktiv.¹⁵ EG-direktiven bygger på ett renodlat originalitetskrav och det får inte ställas andra krav än ”*originellt i den meningen att det är upphovsmannens egen intellektuella skapelse...*”¹⁶ Verkshöjdskravet är också något som frångås mer och mer då det i dagens värld inte längre handlar så mycket om någonting är kvalificerat för upphovsrätt; särprägel och individualiteten kan vara ganska låg hos de verk som skyddas.¹⁷

3.1.3 Skyddsomfång

Upphovsrättens skydd uppkommer formlöst, dvs. utan några slags formaliteter som registrering eller dylikt.¹⁸ Den copyrightsymbol © som ofta finns utsatt i böcker och på andra typer av verk har inte någon rättsverkan i Sverige utan tjänar mest som en påminnelse om att upphovsrättsskydd finns för verket i fråga.¹⁹ I ett första steg ger upphovsrätten upphovsmannen en utgivningsrätt, dvs. en rätt att själv bestämma om verket överhuvudtaget skall offentliggöras. Vidare innebär skyddet att skyddade verk oftast inte får användas utan upphovsmannens tillstånd. Upphovsrätten skyddar således verket mot intrång.

3.1.3.1 Den ekonomiska rätten

Upphovsrätten består av två huvuddelar: den ekonomiska rätten och den ideella rätten. Den ekonomiska rätten är upphovsmannens exklusiva rätt att förfoga över verket genom att framställa exemplar av verket samt att göra detta tillgängligt för allmänheten. Upphovsmannen kan göra ett verk tillgängligt på flera sätt. Filmer och pjäser tillgängliggörs genom att verket framförs offentligt, medan böcker och annat tryckt material görs tillgängliga genom spridning av verket till allmänheten. Idag är det också vanligt att verk tillgängliggörs genom överföring till allmänheten via internet. Allt material som läggs ut på webben räknas som en överföring. Det är således inte tillåtet att lägga ut andras material på webben utan tillstånd och inte heller kopiera sådant material som olagligt lagts ut.²⁰ När ett verk väl har överlåtit eller getts ut med upphovsmannens samtycke får exemplaren spridas vidare och visas offentligt.²¹

¹⁵ EG-direktiven 91/250/EEG om datorprogram, 93/98/EEG om skyddstiden och 96/9/EEG om databaser.

¹⁶ Levin, s. 29.

¹⁷ A.a, s. 11.

¹⁸ A.a, s. 15.

¹⁹ Carlén-Wendels Thomas, Upphovsrätt i reklam och media, 2:a upplagan, Studentlitteratur Lund, 2005, s. 14.

²⁰ A.a, s. 51-65.

²¹ URL 19-20 §§.

3.1.3.2 Den ideella rätten

Den ideella rätten, även kallad namngivningsrätt, innebär att upphovsmannen har rätt att bli angiven som upphovsman när verket används på något sätt.²² Den ideella rätten innehåller dessutom en slags respekträtt vilket innebär att upphovsmannen avgör om ändringar får göras i verket då exemplar framställs eller framförs offentligt.²³ Upphovsmannen bestämmer också om verket får översättas eller bearbetas samt om verket får återges i ett främmande sammanhang. Ett verk får aldrig användas på ett sätt som kränker upphovsmannen. Det är dock svårt att precist avgränsa respekträttens räckvidd, då en alltför vid tolkning riskerar att lägga starka band på den konstnärliga friheten och möjligheten att utnyttja äldre verk. Av lagförarbetena framgår att en objektiv måttstock skall användas för att avgöra huruvida utnyttjandet är kränkande eller ej.²⁴ En strävan efter att försöka finna en avvägning mellan användarens rimliga intresse och ett skäligt skydd för upphovsmannens anseende och samtidigt se till syftet med verket –hur det är avsett att användas.²⁵ Detta innebär alltså att upphovsmannen måste vara beredd på att acceptera obetydliga förändringar som inte påverkar helhetssynen på verket.

3.1.3.3 Undantag

Upphovsrättslagen ger således upphovsmannen relativt långtgående rättigheter, även efter att verket har tillgängliggjorts. Lagen innehåller emellertid undantag som inskränker upphovsmannens skydd. Undantagen varierar för skilda typer av verk, dvs. om det rör sig om film, musik eller text etc. De viktigaste undantagen i upphovsrättslagen gäller kopieringsrätt för skolor, bibliotek och liknande institutioner, samt kopiering för privat bruk. Likaså finns bestämmelsen om rätten till framställning av ett eller några få exemplar av ett offentliggjort verk för privat bruk.²⁶ Dessa inskränkningar ”mildrar” naturligtvis effekterna av upphovsrätten, men är trots allt nödvändiga för att den kommersiella branschen ska kunna fungera på ett smidigt sätt. Upphovsrättens dispositiva karaktär innebär vidare att det är tillåtet att avtala om att andra regler ska gälla. Detta märks inom branschen där det är mycket vanligt att avtalen grundar sig på generella branschregler.²⁷

²² URL 3 § 1 st.

²³ URL 3 § 2 st.

²⁴ Se SOU 1956:25 s. 123.

²⁵ Se NJA 1974 s. 94 beträffande kränkande ändring. HD fann att det var en kränkande ändring att beskära och dela upp affischer framställda av konstnären Gunilla Rudling, för att sätta upp den utanför en s.k. porrbio. Uppdelningen av affischerna och sammanhanget var enligt HD kränkande.

²⁶ Inskränkningarna regleras i 2 kap URL.

²⁷ Carlén-Wendels, s. 73.

3.1.4 Skyddstid

Upphovsrätten varar normalt sett, förutom under upphovsmannens livstid, även 70 år efter hans död.²⁸ Under upphovsmannens livstid är det naturligtvis han som bestämmer över rätten och när han är död övergår den till arvingar och testamentstagare enligt vanliga arvsregler. Dessa förfogar då över upphovsrätten i 70 år, därefter är verket fritt att användas av envar. Friheten är dock inte total utan det finns vissa begränsningar som skall förhindra missbruk och kränkning av verket.²⁹ Skyddet för ett litterärt eller konstnärligt verks titel är inte tidsbegränsat, inte heller det s.k. klassikerskyddet som innebär att vissa verk i all framtid åtnjuter en evig respekträtt.³⁰

3.1.5 Möjlighet till skydd för TV-format enligt upphovsrättslagen ?

Det finns starka argument som talar både för och emot ett upphovsrättsligt skydd för TV-format. Problematiken med att ge TV-format upphovsrättsligt skydd består enligt min mening främst av två faktum. För det första att det saknas en enhetlig och erkänd definition av format och för det andra att upphovsrätten uttryckligen inte ger något idéskydd.

3.1.5.1 Definitionsproblematiken

För att överhuvudtaget kunna föra en diskussion kring ett upphovsrättsligt skydd för TV-format måste det först och främst göras avstamp i en definition för att klargöra vad det är som skall skyddas. Det är följaktligen här som meningarna går isär beroende på hur man väljer att definiera ett TV-format. Min uppfattning av ett TV-format är att det består av tankar, idéer och uppslag kring ett TV-program och dess samtliga komponenter. Scenariot kan illustreras enligt följande: En upphovsman kommer på ett uppslag om ett TV-program där deltagarna tävlar i att sjunga och blir bedömda av en jury. Idén om ett TV-program där deltagarna tävlar i att sjunga går i sig inte att skydda. Inte heller sättet att göra någonting kan skyddas, t.ex. i programmet "Idol" hur tävlingsmomentet är utformat med en jury som bedömer deltagarnas insatser. En musiktävling där de tävlande bedöms av en jury är alltså inte skyddbart enligt upphovsrätten. Däremot kan själva utformningen och slutprodukten av en idé skyddas upphovsrättsligt. Detta om det färdiga verket anses vara en sådan betydande kreativ och intellektuell prestation att ett skydd för det färdiga resultatet enligt upphovsrättslagen kan komma i fråga. Ett TV-program skulle då kunna hävda skydd såsom ett filmverk.³¹

²⁸ 43 § URL

²⁹ 50-52 § § URL.

³⁰ Carlén-Wendels, s. 110.

³¹ Levin, s.50. "Film skyddas som filmverk enligt 1 § URL nr 4, om den har verkskaraktär (utgör en självständig skapande insats). Det krävs inte så mycket i sammanhanget och även vanliga reklamfilmer m.m. anses som filmverk." Se även prop. 1960:17 s. 48.

Professor Karnell anser dock att man i diskussionen kring ett eventuellt upphovsrättsligt skydd för TV-format allt för mycket hänger upp sig på ordet idé och att användningen av detta ord leder till förvirring. Karnell anser att ett format är *mer* än en idé och utgörs av företeelser, moment, eller egenskaper ("ingredienser") och enligt honom är frågan om dessa ingredienser, i så kallat lösgjort och sammantaget skick skall anses kunna tjäna till underlag för upphovsrättsanspråk. TV-format nämns inte uttryckligen bland alternativen i upphovsrättslagens 1 §, men Karnell anser att TV-format torde kunna falla in under punkten sju: "*verk som kommit till uttryck på något annat sätt*" då dessa verkskategorier endast är exemplifierande.³²

3.1.5.2 En god idé

Upphovsrättslagen ger inte skydd åt idéer. "*Teknik, stildrag och manér, ämne, motiv, tankar, erfarenhetsrön och uppgifter om faktiska förhållanden är också utan skydd enligt auktoritetskommittén, medan skydd ges resultat av individuell formgivning*" sägs det i förarbetena till upphovsrättslagen.³³ Såsom tidigare nämnts fastställs detta även i artikel 2 i WIPO Copyright Treaty från den 20 december 1996.³⁴ Gränsen mellan idé och dess konkretion utgörs av en gråzon och denna gräns har egentligen aldrig fastställts. Det är här juridiken stöter på svårigheter. Hur mycket av en idé kan man använda sig av innan det är tal om ren kopiering? Vid vilken tidpunkt övergår en idé till att bli något mer som är skyddbart enligt juridiken? Så länge idén finns inne i huvudet så är den inte skyddbar ens på ett teoretiskt plan. Detta kan jämföras med ett brott som inte kan vara en straffbelagd gärning bara genom att du tänker på det i ditt huvud, gärningen måste realiseras i en verklig handling av något slag. På samma sätt måste en idé ta något av en konkret form innan den kan åtnjuta något upphovsrättsligt skydd. Som författare kan denna gräns sägas passeras då han går från att ha haft handlingen till sin bok i huvudet till att börja skriva ner den. Då har det teoretiska momentet påbörjats och positionen förändras från inget juridiskt skydd till ett i alla fall teoretiskt juridiskt skydd.³⁵ Med detta sagt kan det te sig logiskt att ett juridiskt skydd för TV-format skulle kunna komma ifråga om idéerna om ett TV-program de facto skrevs ned i något som kan likna ett manus. En skriftlig framställning av hur ett TV-format är tänkt att utformas har, under vissa förutsättningar, hävdats kunna åtnjuta ett skydd såsom för litterära verk. I tex. Frankrike har upphovsmän till en nedteckning - "un document appelé la Bible" ansetts berättigade till andel i ersättning, hänförlig till vad som grundats på denna "Bible". I detta fall var dess uppgift att just tjäna till underlag för scenarier och dialoger, till

³² Karnell Gunnar, *TV-spel och upphovsrätt – om skyddet i Sverige för ett slags "formats"*, *Festskrift till Stig Strömholm del II*, Iustus Förlag AB, 1997, s. 513.

³³ SOU 1956:25 s. 68.

³⁴ Se tidigare avsnitt 3.1.2.

³⁵ Här beskrivs förloppet på ett något förenklat vis. Det finns naturligtvis ofta fler detaljer i form av olika rekvisit som måste vara uppfyllda för att ett juridiskt skydd ska komma ifråga.

sammanhållning av en serie genom att upphovsmännen hittat på och beskrivit dess persongalleri, dettas inramning i dekor samt historisk och social ram för seriens händelser.³⁶ Vidare avslogs kändens talan i ett engelskt rättsfall då domstolen ansåg att det inte rörde sig om mer än en idé då han inte kunde visa på någon skriftlig dokumentation.³⁷ Idag verkar den generella uppfattningen emellertid vara att det inte skall spela någon roll huruvida det finns något nedtecknat eller inte.³⁸ Idag är dock TV-formaten allt som oftast nedtecknade och har s.k. ”formatbiblar” där all värdefull information finns och trots att detta inte automatiskt medför något skydd torde det ändå ha en positiv verkan ur bevishänseende vid en eventuell tvist.

3.2 Marknadsföringslagen

Marknadsföringslagen påvisar hur näringsidkare får marknadsföra sina produkter.³⁹ Dess syfte är bl. a. att motverka marknadsföring som är otillbörlig mot konsumenter och näringsidkare. Den första marknadsföringslagen kom 1971 och byggde på den så kallade missbruksprincipen. Lagen var uppbyggd kring allmänt hållna generalklausuler som angav att otillbörlig marknadsföring respektive otillbörlig konkurrensbegränsning kunde förbjudas. Så småningom uppmärksammades dock diverse brister med lagen, bl.a. allt för milda sanktioner och begränsade möjligheter att ingripa mot otillåtna marknadsföringsåtgärder. Dagens gällande marknadsföringslag tillkom 1996 och kan sägas bygga på en kombination av förbuds- och missbruksprincip.⁴⁰

3.2.1 Skyddsomfång

MFL omfattar all marknadsföring av produkter. Både ordet marknadsföring och produkt skall här förstås i dess vidaste betydelse. I lagens 3 § sägs det att ordet marknadsföring avser reklam och andra åtgärder i näringsverksamhet som är ägnade att främja avsättningen och tillgången till produkter. Produkter definieras inte uttryckligen i lagen, men ordet produkt är enligt lagens mening inte bara varor och tjänster, utan även fast egendom, arbetstillfällen och andra nyttigheter. MFL:s portalparagraf är 4 § där det sägs att ”*marknadsföringen skall stämma överens med god marknadsföringssed och även i övrigt vara tillbörlig mot konsumenter och*

³⁶ TGI Paris, 3 Ch. 23.9.1992, RIDA 158, s. 257-279. Karnell Gunnar, *TV-spel och upphovsrätt – om skyddet i Sverige för ett slags ”formats”*, Festskrift till Stig Strömholm del II, Iustus Förlag AB, 1997, s. 503.

³⁷ Fallet med programmet ”Opportunity Knocks” (Green v Broadcasting Corporation of New Zealand). Se avsnitt 3.4.1.

³⁸ Se bl.a. Lambert Peter, *Ophavsretlig beskyttelse af TV-formater*, NIR 2001 s.387.

³⁹ Härefter MFL.

⁴⁰ Nordell Per Jonas, *Marknadsrätten – en introduktion*, Nordstedts juridik AB, Stockholm 2002, s. 14.

näringsidkare”. Vidare består lagen av tre stycken generalklausuler som utgör lagens yttre område. Den första generalklausulen är 14 § där det möjliggörs förbud mot otillbörlig marknadsföring. Den andra generalklausulen är 15 § och liknar den första, men gäller inte förbud utan åläggande. Medan den första generalklausulen syftar till att få näringsidkaren till att *inte* företa en viss åtgärd, *påbjuder* den andra generalklausulen att lämna viss information. Den tredje generalklausulen är 17 § och stadgar att en näringsidkare kan förbjudas att fortsätta med att marknadsföra produkter som är uppenbart otjänliga. MFL:s inre återfinns i lagens 2 kap, i den så kallade förbudskatalogen som består av ett antal mer preciserade förbudsbestämmelser som tar sikte på specifika typer av otillbörlig marknadsföring. Dessa är direktsanktionerade och den som uppsåtligt eller av oaktsamhet bryter mot någon av dessa förbud riskerar att få betala en särskild sanktionsavgift –marknadsstörningsavgift.⁴¹ Överträdelse av någon av katalogbestämmelserna är också direkt skadeståndsgrundade.⁴²

3.2.1.1 Vilseledande

De allra flesta otillbörliga marknadsåtgärder innebär ett vilseledande av något slag. Att vilseleda innebär att man på något vis luras och detta kan göras på många olika sätt. Bestämmelsen om förbud mot vilseledande marknadsföring återfinns i 6 § MFL. Här anges att en näringsidkare i sin marknadsföring ”*inte får använda påståenden eller andra framställningar som är vilseledande i fråga om näringsidkarens egen eller någon annans näringsidkares näringsverksamhet*”. Det kanske vanligaste sättet att vilseleda är att påstå att en produkt har egenskaper som den inte har eller att den är bättre än vad den i själva verket är.⁴³

3.2.1.2 Efterbildningar

En marknadsföringsåtgärd kan inte bara vara otillbörlig mot en konsument utan också mot en konkurrent. Detta kan t.ex. vara fallet då en näringsidkare på ett eller annat sätt drar nytta av någon annan näringsidkares investeringar genom att utnyttja dennes renommé eller goodwill. Om en välrenommerad näringsidkare har tagit fram en ny produkt och lagt ner stora investeringar i utveckling och marknadsföring, kan man säga att produkten har fått ett uppmärksamhetsvärde. Att en annan näringsidkare utnyttjar dennes produkt kan förbjudas enligt 8 § MFL, men endast under förutsättning att tre kriterier är uppfyllda. Det första kriteriet är att originalprodukten måste vara *särpräglad*. Att något är särpräglat innebär att den skiljer sig från andra produkter av liknande slag på marknaden. För det andra måste produkten ha uppnått ett visst anseende. Produkten skall vara *känd på marknaden* och konsumenterna måste kunna förknippa den med ett visst kommersiellt ursprung. För det tredje måste det föreligga en *risk för förväxling* mellan

⁴¹ Marknadsstörningsavgiften skall fastställas till lägst fem tusen kronor och högst fem miljoner kronor och får inte överstiga 10% av näringsidkarens årsomsättning, se 24 § MFL.

⁴² Nordell, s. 47-51.

⁴³ A.a, s. 53.

originalprodukten och den som efterbildats. Om de är tillräckligt lika kan konsumenterna ta fel och tro att det finns något kommersiellt samband mellan produkterna.⁴⁴

3.2.2 Möjlighet till skydd för TV-format enligt marknadsföringslagen ?

Det finns två intressanta rättsfall som pekar på att format kan skyddas indirekt via marknadsföringslagen. TV-format kan sålunda inte sägas åtnjuta något heltäckande skydd genom marknadsföringslagen, men väl ett kompletterande skydd. Detta på grund utav det faktum att efterbildningar kan vara otillbörliga enligt MFL och att en kopiering av ett TV-format, under vissa förutsättningar, skulle kunna falla in under denna skyddssfär. Varje enskilt format eller element som utgör en del av ett format och som anses efterbildat måste då ha en sådan särprägel som krävs.⁴⁵ I det danska fallet som refereras nedan, var det just elementet med livlinor som ansågs vara såpass särpräglad och av en sådan speciell egenart att det uppnådde marknadsmässigt skydd. Vidare är det viktigt att verket har erhållit så stor publicitet att det anses som inarbetat.

3.2.2.1 "Who wants to be a millionaire" v. "Kvit eller Dobbelt"

1999 avgjordes ett intressant rättsfall i Danmark.⁴⁶ Här fastslogs det att TV-format inte kan uppnå upphovsrättsligt skydd men väl ett visst skydd med tillämpning av den danska marknadsföringslagen.

Parterna i målet var Danmarks Radio (DR) och det brittiska produktionsbolaget Celador Productions Limited (Celador). DR hade "fräschat upp" det gamla frågeprogrammet "Kvit eller Dobbelt" och sände för första gången den uppfräschade versionen i den danska TV-kanalen DR 1 den 7 maj 1999. Denna uppfräschade version ogillades av Celador som var producent till TV-formatet "Who wants to be a millionaire".⁴⁷ Celador ansåg att DR hade kopierat och efterliknat "Who wants to be a millionaire" och yrkade att rätten skulle förbjuda DR att producera och offentligt visa programserien "Kvit eller dobbelt" med det uppfräschade upplägget och innehållet.

I första hand påstod Celador att DR hade gjort intrång i upphovsrätten till deras format. Som grund för sitt yrkande anförde Celador att deras TV-format var skyddat som ett upphovsrättsligt verk genom deras skriftliga exemplar av "Production Information". Detta kunde jämföras med ett manuskript som hade utvecklats under två år som var mycket unikt och

⁴⁴A.a, s. 58-59.

⁴⁵ Se avsnitt ovan 3.2.1.2. för diskussion kring särprägel.

⁴⁶ UfR 1999.1762 ÖLGla desaxe Fogderet, efter överklagande fastställd genom Östre landsretsdom 2 juli 1999.

⁴⁷ "Who wants to be a millionaire?" är ett framgångsrikt frågesportsprogram där deltagaren kan vinna stora summor pengar genom att svara på diverse frågor med fyra svarsalternativ.

detaljerat. Vidare var formatet känt i branschen och den allmänna uppfattningen inom branschen är att ett sådant format är upphovsrättsligt skyddat både nationellt och internationellt. Celador grundar detta påståande på det faktum att var gång någon annan än skaparen till dessa format disponerar över verken, betalas det ett belopp utöver det engångsbelopp som en gång betalats. Detta talar för att verket är skyddat. Celador hävdade också att en helhetsbedömning av programmet måste göras, men pekade även på de enskilda element i formatet som i princip var identiska. I andra hand påstod Celador att programmet gjorde intrång enligt marknadsföringsrättsliga regler. Som stöd för sitt yrkande anförde Celador att programmet var särpräglat, hade en särskild marknadsposition och uppfyllde rekvisiten på en skyddsvärd kreativ nyhet.

DR bestred på alla punkter och anförde bl.a. till grund för sitt bestridande att ett upphovsrättsligt skydd endast kan komma i fråga för ett verk i dess konkreta form (det färdiga TV-programmet). Inte för dess innehåll, motiv eller principer som ligger bakom (TV-formatet). En ytterligare viktig invändning var att den omständigheten att TV-format faktiskt görs till handelsvara, i sig inte bör utgöra tillräckligt bevis på att det faktiskt är upphovsrättsligt skyddat. Grunden till att TV-format tycks ha ett handelsvärde är ofta att förvärvaren vill spara in på eget utvecklingsarbete och därmed egen personal.

Rätten gav medhåll till DR: s bestridande och anförde att ett TV-format är en samling idéer och principer och att formatets *"idéinhold, dets motiv eller de mer almene principer, der måtte ligge bag det (TV-format)"* inte kan åtnjuta upphovsrättsligt skydd. Omständigheten att det faktiskt säljs TV-format medför inte heller att dessa är upphovsrättsligt skyddade. Den konkreta utformningen av ett TV-program kan emellertid ha ett upphovsrättsligt skydd. För att kvalificeras som intrång enligt upphovsrättslagen krävs då att programmen skall vara så lika att de kan anses utgöra samma verk. I det här fallet fann dock domstolen så väsentliga skillnader i namn, musik och underhållningsmoment att de båda verken inte kunde anses utgöra samma verk. Däremot ansåg rätten att DR hade gjort intrång i Celadors rättigheter enligt marknadsföringsmässiga regler. Domstolen menade att programmet "Who wants to be a millionaire" hade vissa särpräglade element som var möjliga att identifiera, exempelvis programledarens placering, den visuella framtoningen och detaljen med livlinor etc. Domstolen ansåg att alla dessa likheter inte kunde vara en ren tillfällighet utan en medveten avsikt att efterlikna "Who wants to be a millionaire". Generellt menade domstolen att programmet "Kvit eller dobbelt" för en utomstående kunde uppfattas som en dansk version av "Who wants to be a millionaire". Därigenom uppkom ett otillbörligt utnyttjande av Celadors insats och marknadsposition, vilket resulterade i att domstolen fällde DR och förbjöd dem att sända ytterligare avsnitt av "Kvit eller Dobbelt" samt förpliktigade dem att ställa 5 miljoner danska kronor som säkerhet.

3.2.2.2 SVT v. OLW SNACKS AB

Som tidigare nämnts finns det i dagsläget ingen tydlig praxis för TV-format i Sverige. Det finns emellertid ett svenskt rättsfall som i likhet med det danska rättsfallet berör utnyttjande av goodwill och inarbetning av TV-program.⁴⁸

”Expedition: Robnsson” är ett välkänt TV-program som är populärt bland de svenska TV-tittarna. Programmet väckte mycket stor uppmärksamhet och orsakade en av de största debatterna om TV-underhållning någonsin i Sverige. Under våren 1998 fördes diskussioner mellan SVT och OLW om rätt för OLW att utnyttja ”Expedition: Robnsson” värde och goda anseende vid marknadsföring av chips. Förhandlingarna ledde emellertid inte till att någon uppgörelse kunde träffas, men OLW valde ändå att utarbeta särskilda Robnssonchips. Detta gjordes i nära tidsmässig anslutning till SVT: s programserie av ”Expedition: Robnsson” och chipsen benämndes som ”Robnssonchips” som var paketerade i påsar med bild av en söderhavsmiljö. Domarna menade att OLW genom sitt handlande hade utnyttjat ett kommersiellt uppmärksamhetsvärde som SVT och TV-programmen hade skapat hos konsumenterna. Begreppet TV-format används inte uttryckligen i domen, men det sägs bl.a. att: *”TV-program har en speciell karaktär och kan inte saluhållas på samma sätt som andra produkter. Programmen blir kända för konsumenten genom visning i TV och kan erhålla stor uppmärksamhet på kort tid och bli kända hos ett stort antal konsumenter...”* *”...Även om flertalet program inte erhåller ett sådant uppmärksamhetsvärde kan det finnas produktioner, främst i seriekaraktär, som helt uppenbart är av detta slag.”*

Domstolen gick på SVT: s linje och förbjöd OLW att marknadsföra chipsen under namnet Robnsson i nära anknytning till TV-serien. Genom denna dom har Marknadsdomstolen således slagit fast att det är möjligt att genom marknadsföringslagen ingripa mot renommésnyltning av TV-program.

3.3 Lag om skydd för företagshemligheter

En del information som finns i företag utgör företagshemligheter och dessa skyddas genom Lag (1990:409) om skydd för företagshemligheter.⁴⁹ Informationen som hålls hemlig är detta på grund av något skäl som grundar sig i affärsmässiga bedömningar. Med företagshemlighet avses sådan information om affärs- eller driftförhållanden i en näringsidkares rörelse som näringsidkaren håller hemlig och vars röjande kan medföra skada i konkurrenshänseende. Med information menas både sådana uppgifter som har dokumenterats i någon form, inbegripet ritningar, modeller och andra liknande tekniska förebilder och enskilda personers kännedom om ett visst förhållande, även om det inte har dokumenterats på något särskilt sätt. Det

⁴⁸ MD 1999:21 SVT/OLW-SNACKS AB.

⁴⁹ Härefter FHL.

är näringsidkaren själv som avgör vilken information som skall hållas hemlig och det är också näringsidkaren själv som avgör vilka åtgärder som skall vidtas för att hålla informationen hemlig. Det är viktigt att det tydligt framhålls att informationen skall hemlighållas och detta kan t.ex. göras genom att sekretessavtal skrivs eller genom konfidentiell-stämpling. Eftersom det är näringsidkaren själv som avgör vilken information det är som är av sådan betydelse för verksamheten att den skall utgöra företagshemlighet varierar det mycket från företag till företag. I vissa fall handlar det om högteknologisk information och i vissa fall enklare kundlistor. I 2 § FHL återfinns en viktig princip som säger att regler om skydd för information i form av företagshemligheter hela tiden måste vägas mot informationsfriheten. FHL får således inte sträckas så långt att den inkräktar på informationsfriheten.

3.3.1 Know how

Begreppet ”know how” förekommer ofta i samband med företagshemligheter. Begreppen skall dock inte blandas ihop utan det föreligger en viktig skillnad nämligen att det endast är företagshemlighet som uttryckligen har legal status. Med detta menas att begreppet företagshemlighet förekommer i skilda länders lagstiftning såsom föremål för skydd mot vissa typer av angrepp, medan know how inte gör det. Vissa vill gå så långt att identifiera begreppen med varandra, men den vanliga uppfattningen tycks vara att de skiljer sig åt genom att know how inte alltid behöver vara hemlig.⁵⁰

3.3.2 Möjlighet till skydd för TV-format enligt Lag om skydd för företagshemligheter?

Inom TV-branschen fungerar det ofta så att upphovsmannen bakom ett TV-format försöker lansera sitt format gentemot produktionsbolag eller TV-kanaler. För att sälja in formatet presenterar denne detta för den potentiella köparen. Denna information som presenteras torde kunna klassas såsom företagshemlighet så länge det uppfyller de kriterier som stipuleras i lagen.⁵¹ Det finns ett rättsfall där en person ägnade sig åt verksamhet syftande till en effektivare och ökad användning av datorer som pedagogiskt hjälpmedel i skolan. I detta syfte bildade han två aktiebolag, ett kallat JAHAB och tog kontakt med Lärarförbundet och Apple Computer AB och framlade ett förslag till dessa om viss kommersiell samverkan i syfte att befrämja användningen av datorer inom skolan. Under dessa kontakter fick Lärarförbundet och Apple del av planerna för denna samverkan. Innebörden av denna var bl. a. att ett nytt bolag kallat Lärarnas Skolutveckling AB skulle bildas med personen, en läraranknuten organisation samt en

⁵⁰ Ståhlros Leif, *Företagshemligheter - Know how*, Juristförlaget vid Stockholms universitet, 1986, s. 17, 25-29, 311.

⁵¹ Se 1 § FHL.

dataleverantör som intressenter. Efter att ha fått idén presenterad för sig valde dock Lärarförbundet att utan JAHAB:s medverkan bilda ett bolag som kom att heta Lärarnas Informationsutveckling AB. Fallet gick ända upp till Högsta Domstolen där rekvisiten för företagshemlighet stämdes av, nämligen om verket kunde anses utgöra information om affärs- eller driftsförhållanden i JAHAB:s rörelse, om informationen som verket innehöll hade hållits hemlig, samt om den information som verket innehåller var av sådan art att dess röjande var ägnat att medföra skada i konkurrenshänseende för JAHAB? Rekvisiten var i detta fall uppfyllda och Högsta Domstolen ansåg att JAHAB:s ”verk” skulle tolkas in under ”företagshemlighet” och att Lärarförbundet därmed hade utnyttjat JAHAB:s företagshemlighet.⁵²

Att detta scenario, under vissa förutsättningar, torde kunna appliceras på liknande situationer inom TV-branschen känns inte helt främmande då ett format ofta består just av värdefull know how.

3.4 Skyddbara element

Det finns idag inte något uttryckligt skydd för TV-formatet som helhet inom dagens svenska upphovsrätt, men med det sagt är det inte helt skyddslöst. Som visat ovan finns det möjlighet till skydd genom annan lagstiftning. Det är vanligt förekommande att ett TV-formats olika element skyddas var för sig. Exempelvis genom att varumärkesskydda titeln på programmet enligt varumärkeslagen⁵³, musiken enligt upphovsrätten⁵⁴, samt know-how enligt lagen om företagshemligheter.⁵⁵ I brist på att formatet i sin helhet kan skyddas används således ett förfarande där formatet delas upp i olika immateriella produkter där dessa skyddas var för sig.

⁵² NJA 1998 s. 633.

⁵³ Varumärkeslag (1960:644), 1 §.

⁵⁴ Lag (1960:729) om upphovsrätt till litterära och konstnärliga verk, 1 § p.3.

⁵⁵ Lag (1990:409) om skydd för företagshemligheter, 1 §.

4 Ur en internationell synvinkel

Inte någonstans i världen tycks det finnas ett uttryckligt skydd för TV-format, majoriteten av utländska rättsfall går på linjen av ett icke-erkännande av TV-format genom upphovsrätten. Frågan om vad som är skyddat och vad som inte är skyddat har prövats i åtskilliga jurisdiktioner men domsluten har knappast lett till något generellt klagörande. WIPO (The World Intellectual Property Organisation) har uttalat att sändningsinnehåll kan skyddas av upphovsrätt och dess närstående rättigheter, beroende på den nationella lagstiftningen, men de har inte diskuterat just TV-format som sådant.⁵⁶ Ett engelskt avgörande från 1989, där domstolen slog fast att något upphovsrättsligt skydd ej kan ges till en idé och därav inte heller till ett TV-format, har länge varit vägledande.⁵⁷ De senare åren har dock andra avgöranden dykt upp i världen som pekar på att TV-format ändå *kan* åtnjuta upphovsrättsligt skydd. Trots att dessa avgöranden endast är bindande i det egna landet kan de vara vägledande och ge indikationer på under vilka förutsättningar ett TV-format skulle kunna skyddas.

4.1 England – “Opportunity Knocks”

Ett av de första rättsfallen rörande TV-format handlar om den engelska programledaren Hughie Green som ville skydda sin TV-show ”Opportunity Knocks” som han hade sänt i England sedan början av 1960-talet till 1978. Green ansåg att ett TV-program som sändes på Nya Zeeland var en kopia av hans show varför han stämde den nya zeeländska TV-stationen för att ha gjort intrång i hans upphovsrätt. Förutom att det nya zeeländska programmet hette just ”Opportunity Knocks” innehöll det också en mängd liknande inslag såsom specifika ordfraser och den signifikanta ”klappometern”. Trots åtskilliga likheter lyckades inte Green bedyra sin rätt. Green kunde inte visa på någon skriftlig dokumentation, liknande manus, varför domstolen ansåg att det inte rörde sig om mer än en idé. Den nya zeeländska domstolen kom visserligen fram till att vissa inslag i programmet hade blivit kopierade från den brittiska showen, men det gick inte att visa på att denne hade något skyddsvärt goodwillvärde eller särskild marknadsposition i Nya Zeeland. Green lyckades inte heller övertyga rätten om att showen var ett konstnärligt dramatiskt verk, då domstolen hävdade att så inte kunde vara fallet eftersom showen saknade beständighet då varje show var beroende av publiken, tittarna och programledaren själv.⁵⁸ Detta fall har kommit att bli vägledande för hur man inom brittisk rättstradition skall hantera TV-format. Avgörandet

⁵⁶ Challis Ben & Coad Jonathan, *Format Fortunes – Is there now a copyright for the television format?*, 2004.

⁵⁷ Green v Broadcasting Corporation of New Zealand [1988] 2 NZLR 490, 504 per Casey J (CA)

⁵⁸ Wong Alison, *Are Intellectual Property Laws the “Weakest Link” in Protecting Television Formats?*

speglar den generella principen i brittisk lag om att idéer inte kan skyddas enligt upphovsrätten och att ett TV-format därmed inte heller kan ha upphovsrättsligt skydd.

4.2 USA – ”Survivor” v. ”I’m a celebrity get me out of here”

Även i USA intas en återhållsam ställning till ett upphovsrättsligt skydd för TV-format. 2003 stämde det amerikanska produktionsbolaget, CBS, ett annat amerikanskt produktionsbolag, ABC, för att ha kopierat deras format ”Survivor”.⁵⁹ Programmet som CBS ansåg vara en kopia av deras ”Survivor”-format hette ”I’m a celebrity get me out of here”. CBS nådde dock ingen framgång med sin talan som ogillades av rätten. Domaren i målet gjorde följande uttalande: *“Television is a continual evolutionary process, frequently involving borrowing from what has gone before”*.⁶⁰ Uttalandet riskerar att ge produktionsbolagen i USA en indikation på att det är fritt fram att kopiera andras TV-format. Vidare skapar det en diskussion kring var gränsen mellan att bli inspirerad och att kopiera går.

4.3 Holland – ”Survivor” v. ”Big Brother”

Programmet ”Survivor” var även inblandat i en holländsk rättstvist 2004, där den holländska domstolens högsta instans slog fast att TV-formatet ”Survivor” faktiskt var ett upphovsrättsligt skyddat verk.⁶¹ Parterna i målet var produktionsbolagen Castaway Television Productions Ltd & Planet 24 Productions Ltd (Castaway) och Endemol. Castaway var produktionsbolaget bakom det framgångsrika TV-formatet ”Survivor” och de hävdade att Endemols program ”Big Brother” var en kopia som gjorde intrång i deras format. För att påvisa att ”Survivor” var ett upphovsrättsligt skyddat verk lyfte man fram dess unika kombination av tolv element. Endemol hävdade att ”Survivor” inte var ett upphovsrättsligt skyddat verk och bestred att deras ”Big Brother” skulle vara en inkräktande kopia. Domstolen slog dock fast att ”Survivor” var ett upphovsrättsligt skyddat verk, men att ”Big brother”-formatet inte var en inkräktande kopia. Domstolen förde i detta rättsfall en intressant diskussion kring TV-format. Inledningsvis försökte de att definiera begreppet TV-format och sedan framhöll de att det under vissa förutsättningar kunde ges skydd. Vidare fortsatte den tänkvärda diskussionen kring hur mycket man kan efterbilda något utan att det skall anses som ett intrång: *“A format consists of a combination of unprotected elements... An infringement can only be involved if a similar selection of several of these elements have been copied in an identifiable way. If all the*

⁵⁹ I Sverige känt som Expedition: Robinson.

⁶⁰ “CBS loses lawsuit; ABC’s “I’m a Celebrity, Get me Out of Here!” to air in February.”

⁶¹ Castaway Television Productions Ltd & Planet 24 Productions Limited v Endemol (2004).

elements have been copied, there is no doubt. In that case copyright infringement is involved. If only one (unprotected) element has been copied, the situation is also clear: in that case no infringement is involved. A general answer to the question of how many elements must have been copied for infringement to be involved cannot be given; this depends on the circumstances of the case." Den holländska domstolen fastställde alltså att ett format består av en kombination av oskyddade element och att det endast föreligger intrång om åtskilliga av dessa element har kopierats. Om bara ett av de oskyddade elementen kopieras föreligger således inte något intrång, men hur många element som krävs går generellt inte att svara på utan måste avgöras i varje enskilt fall. Just påvisandet av dessa tolv unika element för formatet "Survivor" verkar således vara bakgrunden till Castaways framgångsrika talan och orsaken till att domstolen ville sträcka sig så långt och tillerkänna "Survivor:s" TV-format upphovsrättsligt skydd.

4.4 Brasilien – "Big Brother" v. "Casas dos artistas"

Endemols "Big Brother" var också föremål för prövning i ett brasilianskt mål där Endemol stämde brasilianska TV SBT för kopiering av deras "Big Brother"-format. Endemol hade ingått förhandlingar med TV SBT som var intresserade av att köpa licens för formatet. I samband med förhandlingarna tog TV SBT del av omfattande information om programmet från Endemol, bl.a. i form av "formatbibeln" som är en manual där programmats metoder och procedurer beskrivs. TV SBT valde emellertid att inte köpa någon licens utan producerade istället programmet "Casa dos Artistas" som var extremt likt "Big Brother". Endemol samt deras brasilianska licenstagare för formatet stämde därefter TV SBT för att ha kopierat "Big Brother"-formatet. TV SBT försvarade sig genom att hävda att en reality show inte kan vara något annat än blott en idé, samt att själva idén med att låsa in folk på platser och observera dem inte är något nytt.⁶²

Domstolen gick dock på en annan linje och slog fast att TV-format är så mycket mer än bara en idé: *"Television programme format, in the sense employed by the television business media, is a much wider concept that does not only include the central idea of the programme but also encompasses an extensive group of technical, artistic, economical, business... information. The format of television programmes is not just the idea of the programme, it is the idea and much more."* Vidare förde domstolen en diskussion kring formatets unika särprägel: *"The format is not limited to spying [on] people locked up in a house for a certain period of time; it contemplates a programme with a beginning, middle and end, with meticulous description, not only of the atmosphere in which the people will live for a certain period of time but also the places where cameras are*

⁶² De hänvisade här till boken "1984" av George Orwell som berörde just detta ämne.

positioned. The format consists of details such as the use of microphones tied to the participants' bodies, linked 24 hours a day, music styles, the form through which the participants will have contact with the external world, activities, among others. The images and audio situations captured for hundreds of thousands of people through the daily inserts in the programming of the television services and through the Internet with the consequent commercial exploitation is also a unique characteristic of the format." Domstolen fastställde att "Big Brother"-formatet hade ett upphovsrättsligt skydd genom den brasilianska lagstiftningen och att den oerhörda likheten mellan de båda programmen inte kunde vara en slump utan att "Casa dos artistas" var en dåligt förklädd kopia av "Big Brother"-formatet. Brasilien är med i Bernkonventionen (som ger ett verk från en annan stat samma skydd som de inhemska) och Endemol fick således ett skadestånd på ca 400 000 pund och den brasilianske licenstagaren fick skadestånd på över 1 miljon pund. TV SBT tvingades dessutom att avbryta sin produktion och planerade sändning av "Casa dos artistas".⁶³

4.5 Klargörande kaos

För handen har vi olika rättsfall från olika länder med olika utfall, dock med den gemensamma nämnaren att de behandlar det juridiska skyddet av TV-format. De olika utfallen bidrar inte till något klargörande i frågan huruvida ett TV-format kan skyddas upphovsrättsligt eller ej och de korresponderar inte heller särskilt väl med varandra. Exempelvis lägger den brasilianska domstolen, i fallet med "Big Brother" och "Casa dos artistas", vikt vid hur TV-branschen behandlat formaten som handelsvara och därför ansett det åtnjuta upphovsrättsligt skydd och därmed fällt för intrång. Detta går stick i stäv med hur den danska domstolen resonerar i fallet mellan "Kvit eller dubbelt" och "Who wants to be a millionaire", som menar att det faktum att TV-format är föremål för handel är betydelselöst ur ett upphovsrättsligt perspektiv. Trots de olika utfallen så visar de i alla fall på att det *kan* finnas möjlighet till ett upphovsrättsligt skydd för TV-format under vissa omständigheter. I de fall där domstolen har tillerkänt TV-formatet upphovsrättsligt skydd verkar grunden vara att det har gått att påvisa tydliga och unika element.

Jag anser återigen att det faktum att det inte finns någon enhetlig och erkänd definition av begreppet "TV-format" vållar stora problem. Av domarna framgår det tydligt att olika länders domstolar definierar "TV-format" på olika vis. I vissa fall får jag intrycket av att domstolen nästintill ger begreppet TV-format en såpass vid definition att det snuddar vid vad som är själva slutprodukten av formatet, dvs. själva TV-programmet. Att ett slutgiltigt resultat av ett format, ett TV-program som sådant, kan åtnjuta upphovsrättsligt skydd är redan konstaterat och således inte frågan.

⁶³ Challis Ben & Coad Jonathan, *Format Fortunes –Is there now a copyright for the television format?*

En upphovsrättslig dom är endast nationellt bindande, men utländska avgöranden skall inte underskattas då dessa ändock kan fungera som vägledande i andra länder. Speciellt i en sådan här fråga där läget är såpass oklart märks det tydligt att domstolen söker avgöranden utanför landets gränser. Upphovsrätten är trots allt en relativt harmoniserad lagstiftning internationellt sett. Domar som erkänner ett upphovsrättsligt skydd för TV-format, vilket nu har skett i både Brasilien och Holland, kan innebära att praxis för TV-format kommer att ändras även i andra länder. Det är viktigt att det även på ett internationellt plan, slås fast en klar definition av begreppet TV-format. För att nå dit behövs fler avgöranden i denna fråga, klara avgöranden som sätter upp gränserna för skyddet av ett TV-format och ger svar på frågan huruvida *Green v Broadcasting Corporation of New Zealand* fortfarande är en dom att luta sig mot eller inte.

5 Branschens egna skyddsregler

I dagsläget åtnjuter TV-format än så länge det starkaste skyddet genom avtalsskrivning och det gentlemannamässiga uppförandet som präglar branschen. TV-branschen består av starka nätverk som tycks ha skapat sina egna regler vilka främst efterlevs på grund utav de goda relationerna mellan parterna inom branschen. Många anser att situationen är bra som den är, medan vissa efterfrågar ett starkare skydd för TV-formaten. Det är främst utomlands som det märks en större efterfrågan på ett starkare skydd och under de senaste åren har ett flertal organisationer bildats för att uppmärksamma problematiken kring TV-formatets upphovsrättsliga ställning.

5.1 Det obligationsrättsliga skyddet

Branschen är mycket väl medveten om hur viktigt det är att skydda sina TV-format och de gör det genom att skriva väl avvägda avtal där rättigheterna regleras. Det vanligaste förfarandet idag verkar vara att TV-format köps på licens och att kreatören till formatet genom detta behåller rättigheterna i den utsträckning som denne önskar. För kreatören till formatet är det viktigt att inledningsvis träffa ett "letter of intent" med den part som förhandlingar inleds. Härigenom fastställs vem som är upphovsmannen och äger rättigheterna samt parternas avsikt med förhandlingarna. Kreatören är i detta stadium oftast mån om att avslöja så lite som möjligt. Så småningom kan det bli aktuellt med ett produktionskontrakt som ofta ingås för att lägga grunden för ett mer långsiktigt samarbete och häri regleras det mesta. Programmets sändningstid och utformning regleras genom att bl.a. säga vilken personal som skall knytas till programmet och hur finansieringen skall ske. En viktig del i lanseringen av ett TV-program är varumärkesexponering och marknadsföring och detta brukar tas in i avtalet genom att t.ex. reglera hur trailers för programmet skall placeras i TV-kanalen, samt hur exponering av varumärket i övrigt skall äga rum. En annan viktig punkt som regleras i produktionskontraktet är den så kallade exklusivitetspunkten där parterna lovar att inte medverka i, producera, sända eller på annat sätt vara verksamma i liknande program. Punkten där rättigheterna regleras är själva kärnan i kontraktet och är naturligtvis också av stor relevans. Parterna brukar här klargöra vem som äger programmet, exempelvis att produktionsbolaget äger och förvaltar programmet medan TV-bolaget erhåller en sändningsrätt. Är det fråga om större format är det inte ovanligt att utgivning av andra produkter såsom CD-skivor, böcker DVD etc. är förenat med programmet och då regleras även rättigheten till dessa under denna punkt. Detta är endast exempel på några punkter som brukar återfinnas i ett produktionsavtal. Beroende på parterna kan de ta sig väldigt olika form och sträcka sig från att vara relativt standardiserade till att

vara oerhört detaljerade. Är det fråga om ett stort erkänt format från t.ex. USA är de ofta detaljerade och kan mycket väl innehålla krav från formatägarnas sida att dessa skall vara med vid själva produktionen i Sverige och se till att allt utformas på rätt sätt. Det råder inga tvivel om att TV-format idag åtnjuter ett mycket starkt obligationsrättsligt skydd. Då det råder avtalsfrihet kan parterna således utforma avtalet fritt och reglera i stort sett vad de vill. Dessa avtal ger således ett fullgott skydd parterna emellan, dessvärre ger det inget utomobligatoriskt skydd, dvs. gentemot tredje man.⁶⁴

5.2 FRAPA

År 2000 grundades organisationen FRAPA –the Format Recognition and Protection Association. Idén till organisationen föddes under en sammankomst i Cannes där det debatterades kring hur man skall bekämpa kopieringen av TV-format och initiativet togs sedan av det engelska produktionsbolaget Pearson Television.

5.2.1 Mål och syfte

Organisationens syfte är att uppmärksamma problematiken kring det juridiska skyddet av TV-format samt att främja samarbetet inom TV-industrin. FRAPA:s mål är att ”ensure that television formats are respected by the industry and protected by law as intellectual property”.⁶⁵ Tanken är att producenter och TV-bolag över hela världen skall ansluta sig till organisationen, men i dagsläget finns endast dryga 100 medlemmar. Det är dock många stora bolag såsom BBC worldwide och Fremantle Media som är anslutna. Bland de svenska medlemmarna märks bl. a. Zodiak Television Group som idag är ett av de största och mest framgångsrika produktionsbolagen i norra Europa.⁶⁶

FRAPA har utarbetat en guide för hur man ska kunna få bättre skydd för sitt format. Enligt denna bör formatet utvecklas så mycket som möjligt innan det lämnas över till någon annan då det ger bättre möjligheter till skydd enligt upphovsrättslagarna ju mer detaljerat formatet är. De uppmanar vidare att tillämpa sekretess- och formatlicensavtal samt registrera det som registreras kan, exempelvis titlar som varumärke. FRAPA har också inrättat ett registreringsystem, “International Paper Format Registry”, som registrerar och arkiverar TV-format. En registrering ger visserligen ingen rättsverkan gentemot tredje man, men det kan underlätta bevisningen vid en eventuell tvist. Registreringen ger också en undersökningsmöjlighet att hitta redan existerande TV-format, vilket innebär att oavsiktliga plagieringar kan undvikas.⁶⁷

⁶⁴ Informationen kommer från samtal med jurister från advokatbyrå samt TV-kanaler. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

⁶⁵ Direkt citat.

⁶⁶ FRAPA:s hemsida, se bakgrundsfakta samt organisationens mål.

⁶⁷ FRAPA:s hemsida, se fakta om formatregistret.

5.2.2 Skiljedoms- och medlingsinstitut

Då det både är en kostsam och långdragen process att strida om rättigheterna till ett format har FRAPA bildat ett skiljedoms- och medlingsinstitut inom organisationen dit medlemmarna kan vända sig om en tvist skulle uppstå. Tanken är att medieindustrin härigenom skall få ett forum där lösningar kan nås. Skiljedomstolen består endast av två personer, en advokat med inriktning på immaterialrätt och en TV- eller produktions exekutiv. Enligt FRAPA:s stadgar är det inte tillåtet för de stridande parterna att låta sig representeras av ett externt ombud vid skiljeförhandlingarna. Den bakomliggande tanken är att förfarandet ska ske snabbt och till låga kostnader. Ett avgörande av skiljedomstolen är bindande för parterna och kan inte överklagas. Medlingsinstitutet har blivit väldigt populärt och efterfrågan från FRAPA:s medlemmar är stort. Under 2004 lyckades FRAPA framgångsrikt medla i 24 stycken format-tvister, men på grund av den starka diskretionen och sekretessen är FRAPA´s framgång med medlingsinstitutet mindre känt.⁶⁸

5.3 IFLA

En annan organisation som dessutom samarbetar med FRAPA är IFLA - International Format Lawyers Association. IFLA bildades 2004 av de två advokaterna Dr Mark Hankelein och Jonathan Coad. Precis som FRAPA jobbar IFLA för ett starkare juridiskt skydd för TV-format. IFLA har skapat ett internationellt nätverk av advokater med särskild inriktning på TV och immaterialrätt som ska kunna stå till tjänst med praktiska råd till TV-industrin om hur de kan skydda sina format. IFLA utarbetar t.ex. standardkontrakt för licensiering av TV-format samt förser medlemmar med övrig juridisk information såsom rättsfall och andra användbara källor rörande TV-format. Till organisationen hör ett antal juridiska experter samt experter från TV-branschen. Advokaterna är fem stycken till antalet och kommer ifrån Australien, Tyskland, England, Italien och Schweiz. Det finns ingen svensk medlem, däremot finns en dansk, Jacob Houliind från Nordisk Film, representerad bland experterna.⁶⁹

⁶⁸ FRAPA:s hemsida, fakta om organisationens roll som medlingsinstitut.

⁶⁹ IFLA:s hemsida: Information om organisationen samt möjligheterna att skydda ett format

6 Dagens TV-bransch

I takt med den tekniska utvecklingen får allt fler människor tillgång till ett massmedieutbud på nya tekniska plattformar. Dagens digital-TV med stora kanalutbud innebär att de företag som äger rättigheterna till format innehar en central roll på TV-marknaden. Nya tekniska möjligheter innebär också att entreprenörer på mediemarknaden kan pröva nya affärsidéer. TV-mediet spelar en stor roll i dagens samhälle och inget talar för att denna utveckling skulle avta i framtiden –snarare tvärtom.

6.1 Den svenska mediamarknaden

De flesta av underhållningsprogrammen i de svenska kanalerna bygger på inköpta format. De svenska TV-kanalerna och produktionsbolagen försöker visserligen att utveckla egna program, men har sannolikt inte de resurser som krävs för att på allvar ta upp konkurrensen med de stora utländska mediekoncernerna. Den svenska TV-strukturen domineras i stort sett av fem maktsfärer som tillsammans kontrollerar större delen av TV-utbudet i Sverige. Bland de tolv största medieaktörerna i Sverige återfinns sju koncerner: Bonnier, Schibsted, Stenbecksfären, SBS, Egmont, Telenor och Aller, som alla har starka positioner i flera nordiska länder.⁷⁰

6.1.1 Produktionsbolagen

Produktionsbolagen är de som producerar TV- program samt annat material till TV och det är ofta produktionsbolagen som äger och förvaltar TV-formaten. I Sverige domineras produktionsbolagen främst av Stenbecksfären och Schibstedt.

6.1.1.1 Strix

Strix television grundades 1988 och är idag ett av nordens största TV-produktionsbolag och det ägs av MTG som är en del av Stenbecksfären. Strix är ett välkänt namn på den internationella marknaden och står bakom många populära TV-format som har sålts till över 75 länder. Några av de mest framgångsrika formaten som Strix har producerat är ”Baren” och ”Farmen”, som har sålts till 63 respektive 40 länder. Strix var också det första bolaget i världen som producerade engelskmannen Charlie Parsons format ”Survivor” som ”Expedition: Robinson” i Sverige, vilket kom att bli en verklig succé i både Skandinavien och ute i världen. Strix starkaste produkt är inom gengren ”reality entertainment”, men de har också en del drama och utbildningsproduktioner bakom sig. Det stora projektet just nu är att Strix ska producera ett nytt humorprogram för SVT. Strix format

⁷⁰ Mediakolls hemsida.

”Grotesco Royale” gick segrande ur konkurrensen med sex andra produktionsbolag och serien produceras nu under sommaren 2007.⁷¹

6.1.1.2 Zodiak Television group

Zodiak Television group är ytterligare ett av de större produktionsbolagen i Sverige som räknas som ett av norra Europas största. Zodiak Television AB bedriver utveckling, produktion och försäljning av TV-program under varumärkena MTV Mastiff, Mastiff Media, Jarowskij, T & T Broadcasters, Diverse Productions, Social Club Productions och 5th Element i Sverige, Danmark, Norge, Finland, England, USA, Polen och Ryssland. Dotterbolaget Zodiak Television World säljer koncernens och andra produktionsbolags program och rättigheter på den internationella marknaden med kunder i knappt 60 länder. I början av nittiotalet, då kommersiell TV utvecklades i Skandinavien, växte tre koncerner upp med delvis olika inriktning. MTV Produktion blev starka på internationella underhållningsformat och så kallade ”sitcoms”, Mastiff blev starka på studiounderhållning och Jarowskij blev starka på alla former av drama/komedi och reality-TV. Dessa koncerner slogs samman till en under åren 2003 – 2005. I slutet av nittiotalet började man bygga upp ett rättighetsbolag där format, rättigheter och färdiga TV-program samlades för en internationell lansering. Resultatet blev Zodiak Television World som etablerades som en av de främsta format- och rättighetsleverantörerna i världen med distribution i knappt 60 länder. MTV Mastiff, som är del av Zodiak-koncernen, står bakom många framgångsrika TV-format. Dels genom att adaptera utländska format och anpassa dessa till den skandinaviska marknaden och dels genom deras originalformat. Bland annat producerar MTV Mastiff ”Så ska det låta” för SVT och ”Let’s dance” för TV 4. Deras originalformat ”Riket” har blivit mycket framgångsrikt då det har sålts till sex av de största TV-marknaderna i världen med flera olika versioner.⁷²

6.2 TV-kanalerna

Den svenska mediemarknaden har genomgått omvälvande förändringar sedan slutet av 1980-talet. Från endast två kanaler 1987 till mer än ett femtiotal kanaler tjugo år senare. Fram till början av 1990-talet var Sveriges Television helt dominerande inom TV-området i Sverige, men i takt med kanalutbudets drastiska ökning har detta förändrats. År 1994 ägnades 54 % av tittartiden åt SVT 1 och SVT 2, år 2006 var motsvarande andel 36 %.⁷³ Sveriges Television har dock fortfarande störst andel tittare. Andra kanaler såsom TV 3, TV 4 och kanal 5 har dock skapat en allt större konkurrens då dessa under de senaste åren har köpt in många populära TV-format som har gjort stor succé bland de svenska TV-tittarna. Vissa av kanalerna producerar

⁷¹ Strix hemsida.

⁷² Zodiak:s hemsida

⁷³ Dir 2007:71 s.2-3.

egna format, medan vissa inte producerar själva utan endast köper in format från produktionsbolag.⁷⁴

6.2.1 SVT

Sedan 1994 ägs public servicebolaget SVT av Förvaltningsstiftelsen för SVT AB. Stiftelsens syfte är att främja SVT:s oberoende och består av en styrelse med elva ledamöter. SVT är ett oberoende företag där ägarstiftelsen inte har någon roll i tilldelningen av medel till SVT eller i beslut om företagets organisation eller verksamhetens inriktning. SVT:s styrelse fattar beslut om verksamhetens allmänna inriktning dock ej om programmens innehåll. Den här konstruktionen ger SVT en mycket självständig ställning. SVT ägs varken av staten eller kommersiella intressen och blir på så vis helt oberoende och skyddat från påtryckningar.⁷⁵ SVT lyder under ett sändningsavtal med staten och häri stipuleras bl.a. att bolaget inte bara skall göra egna program utan också se till att andra svenska produktionsbolag ges möjlighet till detta.⁷⁶

6.2.2 Övriga kanaler

TV 4 är den näst största kanalen i Sverige efter SVT. Själva företaget grundades 1984 som Nordisk television AB och dess sändningar startade via satellit 1990. 1991 bestämde regeringen att Nordisk television skulle bli det första företaget som fick sända Sveriges första marksända TV-kanal och sändning av TV 4 i marknätet startade 1992. Sedan 2006 ägs företaget till dryga 97 % av företaget Nordic Broadcasting Oy som kontrolleras av Bonnier AB. TV 4 har under åren köpt in många framgångsrika TV-format bl.a. ”Vem vill bli miljonär”, ”Idol” och ”Let’s dance”.

TV3 ingår i mediekoncernen MTG, Modern Times Group AB. Kanalen grundades 1987 av Jan Stenbeck och kan idag ses av 17 miljoner människor i hela Skandinavien, av dessa finns 5 miljoner i Sverige. TV 3 ingår i samma koncern som produktionsbolaget Strix och har sänt många framgångsrika format som t.ex. ”Baren” och ”Fame Factory”.

Kanal 5 startades 1989 av Matts Carlgren, men ägs idag till 100 % av SBS Broadcasting som är en internationell mediekoncern med radio och TV-kanaler runt om i hela Europa. Kanal 5: s huvudkontor ligger i London och det är också därifrån de sköter sina sändningar. Under åren har kanalen gjort många namnbyten. Från ursprungsnamnet Nordic Channel till TV 5, som man emellertid var tvungen att ändra till ”TV 5 Nordic” efter påtryckningar från franska TV 5. Fyra år senare tvingades kanalen att släppa namnet helt då den långdragna juridiska processen med den franska kanalen avgjordes.

⁷⁴ Informationen är baserad på samtal med jurister från TV-branschen samt advokatbyrå. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

⁷⁵ SVT:s hemsida.

⁷⁶ Regeringsbeslut 27, KU2001/1543/Me.

Efter detta lanserades kanalen under namnet "Femman" istället och 1996 fick kanalen det namn som gäller idag, nämligen "Kanal 5". Efter en seg start har Kanal 5 vuxit till att bli en av de större kanalerna i Sverige. Sveriges första talangjaktssåpa "Popstars" fick stor genomslagskraft 2001 och två år senare köpte man in det populära formatet "Big Brother" som blev en tittarsuccé även i Sverige.⁷⁷

6.3 TV-format som handelsvara

När ett produktionsbolag satsar pengar på en ny programidé innebär det alltid en stor risk. Det är svårt att på förhand bedöma hur ett program tas emot av TV-publiken och skulle publiken svika så innebär det att stora summor pengar går förlorade. Ett inköpt format är däremot redan testat och klart med ett förutsägbart gensvar. Detta är troligtvis den huvudsakliga anledningen till varför folk är beredda att betala pengar för formaten och att de har blivit en så pass eftertraktad handelsvara som den är idag.

6.3.1 TV-mässan i Cannes

Varje vår samlas stora delen av den internationella TV-branschen i franska Cannes för att göra upp de affärer som sedan ligger till grund för kommande TV-tablåer. TV-mässan i Cannes växer alltmer och det är här som branschfolket träffas och nätverkar. TV-format lanseras och indikationer på kommande trender inom TV-branschen ges och kanaler samt produktionsbolag träffas och köper in allt från såpor till tunga dokumentärer. Detta är en oerhört viktig plattform för TV-branschen och svenska produktionsbolag och kanaler har numer skaffat sig en intressant position efter framgångsrika format som t.ex. "Farmen" och "Baren".

6.3.2 Vem vill inte bli miljonär? Formatmarknadens omsättning

Handel med formaträttigheter är en snabbt växande företeelse inom internationell TV-produktion och det är en marknad som omsätter stora summor pengar. I en rapport från 2005 visade det sig att formatindustrin omsatte 2,4 biljoner Euro under år 2004.⁷⁸ I samma rapport anges att England står för den största delen av export av TV-format, tätt följt av USA och Holland. Tillsammans står dessa tre länder för 72 % av den totala exporten av TV-format.⁷⁹

⁷⁷ Kanal 5:s hemsida

⁷⁸ The Global Trade in Television Formats Report.

⁷⁹ Discotops hemsida.

6.4 Branschens agerande vid intrång

En upphovsman vill skydda sitt verk ifrån intrång och genom upphovsrätten tillförsäkras denna rätt genom att den som gör intrång straffas.⁸⁰ Det kan i praktiken vara väldigt svårt att avgöra vad som är intrång och inte i upphovsrättslig mening och det måste alltid göras en bedömning i det enskilda fallet. Utslagsgivande blir hur lika det ursprungliga verket och den påstådda efterbildningen uppfattas. Bedömningen måste nödvändigtvis bli en blandning av juridisk och estetisk uppfattning. Vidare förutsätter ett upphovsrättsintrång alltid att intrångsgöraren på ett eller annat sätt haft kännedom om det ursprungliga verket.⁸¹ Inom TV-branschen är det vanligt att ett bolag eller en person som har skapat ett TV-program känner att någon har gjort intrång i deras upphovsrätt. Svårigheten ligger ofta i att visa vem som var först med idén. Likaså är det ofta mycket svårt att bevisa att intrångsgöraren haft kännedom om det ursprungliga verket. Förr har det oftast fungerat så att den som är först med att presentera idén för ett TV-bolag och sedan sända ett pilotavsnitt anses ha rätten till det programmet och dess format. Tyvärr verkar detta inte längre vara en självklarhet.⁸²

6.4.1 Vad händer vid ett intrång?

Det finns givetvis många olika sätt inom TV-branschen att behandla intrångsfrågor på. Vissa kanaler producerar inte själva format utan köper bara in från andra. I de fallen så påtalar man ett eventuellt intrång för den som formatet är köpt ifrån, inte för den påstådde intrångsgöraren. Det vanligaste scenariot vid ett befarat intrång verkar vara att bolaget som anser sig ha rätten till formatet eller programmet skickar ut en anklagelse där den påstådde intrångsmakaren uppmärksammas på situationen. I bästa fall är likheten inte avsiktlig och denne erkänner att så är fallet och erbjuder också en kompensation, exempelvis en viss summa pengar per program som en slags formattersättning. Det är dock inte alltid som en sådan ersättning godtas utan bolaget som innehar rätten vill ibland inte att produktionen skall få sändas överhuvudtaget. Det är just vid en sådan situation som det föreligger en risk för att det utvecklas till en riktigt segdragen tvist. Oftast sköter bolagens jurister dessa tvister och de görs i regel upp utan domstolsinblandning. Detta beror främst på att det tar alltför lång tid innan ett mål är löst i domstol och få är beredda att lägga ner den tid, kostnad och energi som krävs. Den generella uppfattningen är också att det känns svårt att nå framgång med en talan rörande rätten till ett TV-format i domstol. Det tycks vidare spela roll på vilken marknad som det påstådda intrånget har

⁸⁰ URL 2 § 1 st.

⁸¹ Levin Marianne, s. 116-117.

⁸² Informationen är baserad på samtal med jurister från TV-branschen samt advokatbyrå. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

skett, sker det på små marknader långt utanför Sverige ses det som mindre allvarligt än om det sker på en stor marknad eller i den egna närmiljön.⁸³

6.4.2 Skyddet mot intrång

För att skydda sina TV-program och format skrivs det avtal.⁸⁴ Det är oerhört viktigt att redan på ett tidigt stadium skydda så mycket som möjligt. Inledningskedet är en mycket känslig fas som vanligtvis innebär att kreatören presenterar sitt format för potentiella köpare. Som redan har konstaterats är det inte möjligt att skydda en idé, vilket innebär att det inte går att hindra att någon blir inspirerad av en idé och skapar ett eget ”verk” utifrån detta. Genom att på ett tidigt stadium dokumentera sitt format i en detaljerad ”formatbibel”, registrera och skydda allt som går; titeln, musik etc. så minskas åtminstone risken för att bli kopierad rakt av. Även om detta förfarande inte automatiskt innebär ett fullgott skydd så ger det i alla fall en fördel i bevishänseende. Tyvärr missar många kreatörer att skydda sitt format på ett tidigt stadium, vilket resulterat i att produktionsbolag eller TV-kanaler ibland stjälar ett format och gör en egen produktion efter att ha fått ett format presenterat för sig. Görs det något otillåtet är dock risken stor att bli påkommen relativt omgående. Den sociala kontrollen inom branschen hjälper således till att skydda genom att nätverken inom branschen bidrar till att upptäcktsrisken är hög i Sverige.

6.5 Gentlemannamässigt beteende?

TV-marknaden är en dynamisk miljö som kräver en koncentrerad balans mellan provokativ kreativitet, hög innovationsförmåga och proffsighet. Dagens mediala utveckling bidrar till hård konkurrens vilket också sätter press på både idéskaparna och produktionsbolagen. Det råder ett hårt klimat vilket med största sannolikhet frestar till att kopiera redan kända format. Det är en väldigt stor kostnad att inte kunna göra en produktion som man redan har investerat stora pengar i och det är också en väldigt stor kostnad att ta fram något annat som skall sändas istället för den produktionen. Ett eventuellt bötesstraff, som oftast blir repressalien, mäter sig knappast med kostnaden för att behöva planera om verksamheten och kanske tvingas skrota en mycket kostsam produktion. Genom att kopiera redan kända format minimeras risken för fiasko och istället vet bolaget på förhand att det är en given succé. Branschen verkar också vara medveten om att det saknas domstolspraxis i Sverige och risken att bli stämd upplevs därför som liten. Trots detta verkar branschen fungera väl och troligtvis beror det på att det ofta kostar mer än det smakar att kopiera, även om det inte alltid kostar i pengar mätt. Det mest värdefulla i ett format är den viktiga informationen kring produktionen och all know how och detta får du endast tillgång till då du betalar för ett format. Bolagets renommé spelar också en stor roll. TV-

⁸³ Informationen är baserad på samtal med jurister från TV-branschen samt advokatbyrå. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

⁸⁴ Se tidigare avsnitt 5.1 om det obligationsrättsliga skyddet.

branschen bygger nämligen på goda kontakter samt relationer och genom att stjäla andras format riskerar bolagen att få ett negativt rykte inom branschen vilket i ett litet land som Sverige innebär att dessa får det svårt att överleva. För ett par år sedan uppstod en dispyt mellan SVT och TV 4 där SVT ansåg att TV 4:s program ”Dårhuset” var en imitation av det egna originalproducerade ”Gäster med Gester”. TV 4 uppmärksammade då att ”Dårhuset” antagligen hade lite för mycket likheter med ”Gäster med Gester” och valde att lägga ner produktionen. Hade TV 4 fortsatt att sända ”Dårhuset” hade relationen mellan de två kanalerna med största sannolikhet skadats. Det verkar således finnas en sorts branschpolicy med någon slags inofficiell överenskommelse att inte plagiera varandras idéer. Just denna gentlemannamässiga respekt för mitt och ditt inom TV-branschen kan vara en av anledningarna till att det saknas domstolstvister rörande TV-format i Sverige.⁸⁵

Mycket pekar dock på att de tidigare oskrivna reglerna mellan produktionsbolagen om respekt för varandras TV-format börjar avta. I en tidningsartikel från 2006 bekräftar både branschföreträdare och professor Karnell att kopieringen ökar.⁸⁶ Det ökande ekonomiska intresset skapar större anspråk vilket har lett till att man inte längre kan lita på att man inte trampar varandra på fötterna. Gentlemannastilen verkar således inte alltid vara att räkna med längre och i stället råder det ett rårare klimat. Något som visar på detta är den tvist som för närvarande pågår i svensk domstol. Detta är mig veterligen det första rättsfallet i Sverige rörande TV-formatets juridiska ställning.

6.5.1 Kriget om ”Top Dog”

Ett av de första rättsfallen rörande TV-format i Sverige handlar om ett hundprogram.⁸⁷ Nina Zandnia hävdar att produktionsbolaget MTV Mastiff har stulit hennes idé till TV-formatet ”Top Dog” när hon valde att sälja idén till konkurrenten Strix. Efter att ha utvecklat formatet ”Top Dog” under ett års tid började Nina att föra diskussioner med produktionsbolaget MTV Mastiff, som är dotterbolag till Zodiak Television Group. Då Nina inte var nöjd med Mastiffs avtalsförslag, som enligt henne innebar att hon skulle överge alla sina rättigheter till programmet, tackade hon nej. Istället tackade hon ja till ett betydligt mer lockande avtal med Strix. Hon skrev kontrakt med Strix och började att göra ett pilotavsnitt.⁸⁸ Innan Strix hann komma igång med produktionen så lanserade TV 3 en ny dokusåpa ”Top Dog” med just hundar och dess ägare i huvudrollen –precis som Ninas idé. ”Top Dog”

⁸⁵Informationen är baserad på samtal med jurister från TV-branschen samt advokatbyrå. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

⁸⁶ Westholm Emilie, ”TV-bolagen råare: fritt fram att sno”.

⁸⁷ Mål T 1164-06.

⁸⁸ Ett pilotavsnitt är vad man kallar det första eller ett antal avsnitt i början av en TV-serie, som provas för fortsatt inspelning av serien. Vanligtvis så är det TV-bolaget som förhandsgranskar det inspelade materialet innan de bestämmer ifall det skall sändas i etern. I vissa fall sänds pilotavsnitt ut i etern direkt så att TV-bolagen kan se på tittarsiffrorna ifall serien är något att investera i eller inte. I sådana fall brukar det vara mer än ett avsnitt.

har sålts in till TV 3 av MTV Mastiff och är enligt Nina ett program som bygger helt och hållet på hennes idé. Nina Zandina stämmer MTV Mastiff för upphovsrättsintrång och röjande av företagshemlighet och kräver 609.560 kronor plus ränta samt att rätten ska ålägga TV 3 att omedelbart stoppa produktionen av "Top Dog". I januari 2006 avslog tingsrätten Nina Zandnias begäran att MTV Mastiffs inspelningar av TV 3:s "Top Dog" ska avbrytas, ett beslut som de valde att överklaga till Hovrätten.⁸⁹ Tvisten har pågått sedan 2005 och dom i målet har dessvärre inte meddelats ännu. Tingsrätten avvaktar nu ett yttrande från MTV den 31 augusti 2007.⁹⁰

6.5.1.1 Likheter med "Big Brother" vs "Casa dos artistas"

Det aktuella fallet med "Top Dog" anser jag ha vissa likheter med det brasilianska fallet "Big Brother" v. "Casa dos artistas" som jag har redogjort för i ett tidigare avsnitt.⁹¹ I båda fallen har förhandlingar inletts med produktionsbolag som sedan inte har resulterat i något samarbete, men där bolaget ändå "stulit" idén och gjort sin egen produktion. Tyvärr har jag inte fått tillgång till det rättsliga underlaget i fallet och saknar således detaljer kring omständigheter och bevisföring för att dra några närmre slutsatser. Det skall bli intressant att följa fallet och jag ser med stor förväntan fram emot dess utfall. Vidare blir det intressant att se hur den svenska domstolen väljer att se på saken och vilket resonemang de kommer att föra kring TV-formatets juridiska skydd. Kanske kan fallet med "Top Dog" vara startskottet i en ny utveckling som leder till att fler av TV-branschens aktörer vågar dra tvister inför rätta och på så sätt bidra till att domstolen tvingas att ta tag i dessa frågor och bringa klarhet i TV-formatets juridiska skyddsomfång?

6.6 Copycats

Att det förekommer kopiering inom TV-branschen kan således slås fast och inte minst märks detta på kanalernas utbud där många program liknar varandra på ett eller annat sätt. Att det idag är väldigt lätt att blanda olika format kan vara en av anledningarna till den ökande kopieringen. Det har helt enkelt blivit svårare att särskilja ett format från ett annat. Idéer till TV-program är dessvärre inte ofta särskilt unika och det är här juridiken stöter på problem. Rent juridiskt är det svårt att säga att något är unikt när man t.ex. har tre tjejer istället för fem i ett dejtingprogram. Därav är det inte

⁸⁹ Informationen är hämtad från diverse artiklar från Realtid.se samt Dagensmedia.se. Westholm Emelie, "Nina, såpan, hunden och stölden.", "Nina tror på seger mot MTV", Svedjetun Fredrik, "Paradise Hotel-Nina stämmer Zodiak i storbråk om TV3's Top Dog", "Nina Zandnia stämmer Zodiak på 609.000 –vill stoppa TV 3-program", "Produktionen av TV 3s Top Dog kan stoppas redan i veckan", "Beslut om Top Dog dröjer", "Zodiak krävs på mångmiljonbelopp och anklagas för trakasserier",

⁹⁰ Uppgift från Anette Skalmark på Stockholms tingsrätt.

⁹¹ Se avsnitt 3.4.4.

konstigt om det kommer fram två eller tre liknande idéer på marknaden samtidigt utan att det för den delen rör sig om avsiktlig plagiering. I de fall som det däremot handlar om ren och skär plagiering av ett program används benämningen "Copycats". Konflikten med TV 4:s "Dårhuset" som nämnts tidigare i uppsatsen är ett svenskt exempel på detta fenomen. Ytterligare en konflikt i Sverige är den mellan Strix och Kanal 5 angående det amerikanska TV-programmet "The Apprentice". Kanal 5 köpte in formatet "The Apprentice" från världens största produktionsbolag Fremantle, samtidigt som Strix producerade och sålde TV-programmet "Rivalerna" till TV 3. "Rivalerna" är utan tvekan en svensk version av "The Apprentice". Konflikten hamnade dock aldrig i domstol, precis som i så många andra fall. Det vanliga scenariot i dessa fall är att man når förlikning vilket är en orsak till att svensk praxis tyvärr är så knapphändig som den är. Många produktionsbolag har ofta på ett eller annat sätt kopierat något program och få produktionsbolag har därför rent mjöl i påsen och drar sig därför för att gå till domstol. I just detta fall tog Fremantle kontakt med Strix och lät dem veta att de hade upptäckt deras formatimitation. Strix svarade då med att anklaga Fremantle för att ha gjort en version av deras originalformat "Baren" i Grekland två år tidigare.⁹²

6.7 TV-branschens syn på problematiken

TV-branschens aktörer är medvetna om att TV-format i sin helhet inte åtnjuter något upphovsrättsligt skydd enligt dagens lagstiftning. Däremot upplever inte majoriteten av dem som jag har varit i kontakt med avsaknaden av ett upphovsrättsligt skydd som något större problem. Branschen har anpassat sig efter situationen och i de flesta fall så uppstår inga problem. Det starka obligationsrättsliga skyddet verkar här vara räddningen genom det faktum att rättigheter idag regleras genom starka och välformulerade avtal. Många anser till och med att ett upphovsrättsligt skydd skulle kunna bringa mer oreda än ordning, framförallt på grund utav det skälet att branschen själv har skapat sin egen "rättsordning". Ett upphovsrättsligt skydd för TV-format skulle skapa svåra gränsdragningsproblem om vad som är att betrakta som inspiration och vad som är att betrakta som kopiering och de flesta har svårt att se hur det skulle fungera i praktiken. Det förekommer dock kopiering och visst uppstår det tvister om TV-formatets rättigheter emellanåt. Få är dock villiga att lägga ner den tid och kostnad som det innebär att gå till domstol. TV-branschen är intensiv och föränderlig och ett TV-format har inte någon vidare lång livslängd. Därav hinner ett TV-format med största sannolikhet att bli inaktuellt innan en dom faller. De flesta är överens om att det av den anledningen skulle kosta mer än det smakar att dra en tvist till domstol.

⁹² Informationen är baserad på samtal med jurister från TV-branschen samt advokatbyrå. (Se muntliga källor i källförteckningen.)

Att det idag finns en omfattande och lönsam handel med TV-format beror på att det finns en vilja att betala för dessa. Detta på grund utav att man vill ha "hela paketet" när man skall producera eller sända ett TV-program. Det är otroligt värdefullt att t.ex. kunna ta reda på vilken kamerautrustning som är bäst lämpad för en viss miljö, hur många mikrofoner som går åt under en sändning eller vilken typ av lekar som fungerade med barnen i ett visst lekprogram. Denna kunskap och know how som ingår i ett format är enormt viktig och gör att det gladeligen betalas pengar för detta. Handeln med TV-format verkar trots allt vara en väl fungerande marknad utan en allt för stark inblandning av rättsväsendet och majoriteten verkar också vilja att det så skall förbli.

7 Slutsats

TV-formatets upphovsrättsliga ställning har gett upphov till en intensiv diskussion -en diskussion med många olika åsikter, både i doktrin, praxis och bland TV-branschens aktörer. Det är mot bakgrund av detta som jag nu har bildat mig min egen uppfattning. För handen har vi en i princip obefintlig nationell praxis, otydlig internationell praxis och åsikter som argumenterar både för och emot ett upphovsrättsligt skydd för TV-format. Jag har full förståelse för denna tvetydighet då detta är en komplicerad fråga som tvingar till att ställa upphovsrätten på sin spets.

Den inledande frågeställningen i denna uppsats var hur det juridiska skyddet för TV-format ser ut idag. Det kan konstateras att det inte någonstans i världen finns ett klart uttalat skydd för TV-format. Efterföljande frågeställning, om det finns ett behov av ett starkare skydd, kan dock inte besvaras lika kortfattat. Lagstiftaren har utelämnat TV-formatet från reglering och på så sätt existerar inte begreppet TV-format enligt dennes perspektiv. Inte heller i förarbetena tyder något på att så skulle vara fallet. Enligt min mening torde inte något som enligt lagstiftarens perspektiv inte existerar inte heller åtnjuta något lagstadgat skydd. Detta resonemang förstärker emellertid bara vad som verkar vara den vedertagna åsikten både i Sverige och utomlands; att TV-format inte åtnjuter något upphovsrättsligt skydd. Frågeställningarna i denna uppsats kräver att ta ställning till något ytterligare, nämligen om det finns ett behov av ett starkare skydd och hur detta då skulle kunna gestalta sig. Vi har idag en medial utveckling som går i ett rasande tempo och en marknad där TV-format är en viktig och eftertraktad handelsvara. Det råder ett hårt klimat med tuff konkurrens där den gentlemannamässiga stilen inte alltid är att räkna med längre. Jag ser ingenting som tyder på att denna utveckling skulle stanna upp utan snarare tvärtom. Media och TV har en stor roll i det svenska samhället idag och jag tror att den kommer att växa än mer i framtiden. Med detta för handen anser jag att det kan finnas ett behov av ett *tydligare* skydd för TV-format, men inte nödvändigtvis ett *starkare*. Uppenbarligen anser TV-branschens aktörer att TV-formaten har en väl fungerande marknad och efterfrågar inte något starkare skydd. Detta anser jag vara en uppfattning som i högsta grad bör tas hänsyn till. TV-formaten åtnjuter idag ett starkt obligationsrättsligt skydd och skyddas i övrigt av branschens egna regler. Dessa upprätthålls genom att synden så att säga straffar sig själv då det helt enkelt inte lönar sig att kopiera eftersom man då snabbt utesluts från marknaden. Med detta för handen anser jag att det inte finns något påtagligt behov av en lagändring som skulle innebära att TV-format tillerkänns upphovsrättsligt skydd.

Den sista frågeställningen handlade om hur ett eventuellt skydd skulle kunna gestalta sig. Detta har besvarats genom att i uppsatsens inledande del redogöra för några immaterialrättsliga lagar och hur ett skydd för TV-format eventuellt skulle kunna gestalta sig enligt dessa. TV-format är inte helt skyddslösa utan det är trots allt så att det endast är TV-formatet som helhet

som inte är möjligt att skydda genom upphovsrätten idag. Jag anser att det finns goda möjligheter till ett relativt fullgott skydd genom andra vägar, såsom svensk praxis t.ex. har visat på att det går att söka skydd via marknadsföringsrätten, eller kanske också genom lag om skydd för företagshemligheter? Coca-Cola har ju uppenbarligen bevisat att det trots allt går att behålla något värdefullt hemligt genom väl fungerande licenssystem och kontraktsskrivning. Med detta resonemang vill jag inte på något sätt förneka att situationen som den är idag är problematisk och likaså orättvis. Bakom varje TV-format står en person som har gett upphov till idén kring vilken formatet har byggts upp. Att dessa TV-format riskerar att plagieras världen över och att upphovsmännen går miste om att skörda frukten från sitt eget arbete är såklart fel. En lagstiftning kan sannolikt hjälpa och förstärka uppfattningen om att TV-format faktiskt innehar rättigheter som borde respekteras, men jag anser som sagt inte att detta är ett nödvändigt ingripande. En lagändring är en omfattande åtgärd och det är viktigt att ta hänsyn till vad det skulle innebära rent praktiskt och vad det skulle få för konsekvenser. Ett utökat skydd torde i slutändan innebära ett utökat skydd för alla upphovsrättsliga idéer. Skall då alla grundidéer till allt intellektuellt skapande kunna monopoliseras? Vem skall avgöra vad som är inspiration och vad som är kopiering? Jag har svårt att se hur detta skulle fungera i praktiken.

Den svenska upphovsrätten är till för att skydda upphovsmannens intressen och hennes verk. Den tillerkänner upphovsmannen ensamrätt till sitt verk under en viss tid och påvisar repressalier till den som inte respekterar detta och gör intrång. Samtidigt är upphovsrätten restriktiv i den mening att den ställer krav och inte ger skydd till vad som helst, detta för att inte hämma och inkräkta på det fria skapandet. Just denna balans är enligt min mening själva kärnan i upphovsrätten och något som bör värnas om. Att tillerkänna TV-format upphovsrättsligt skydd anser jag därav vore att dra det hela för långt. Jag ser inte att TV-format skulle vara något sådant konkret att det skulle vara skyddbart enligt dagens upphovsrättsliga lagstiftning och jag är inte heller övertygad om att lagen borde ändras så att det skulle omfattas. Min definition av TV-format går i linje med den danska domstolen som dömde i fallet med "Who wants to be a millionaire" att ett TV-format är innehållet, motiven och principerna som ligger bakom ett TV-program. Att tillerkänna TV-format upphovsrättsligt skydd skulle därför stå i strid med grundläggande upphovsrättsliga regler, nämligen det faktum att idéer inte är skyddbara. En viktig orsak till att skyddet är oklart är att det råder stor osäkerhet om själva skyddsobjektet. Då det råder osäkerhet om *vad* som bör skyddas är det givetvis inte lätt att bestämma *hur* det skall skyddas. Därför anser jag det vara av största vikt att först och främst arbeta fram en enhetlig och erkänd juridisk definition av TV-format.

7.1 Ur ett rättsekonomiskt perspektiv

Formaten omsätter bevisligen stora summor pengar och bidrar liksom alla andra industrier till ett sorts främjande av utveckling och ekonomisk välfärd.

Professor Karnell har uttryckt att det är ”*ett allvarligt brott mot en rättsutveckling till skydd för betydande ekonomiska intressen*” att förneka TV-format som en rättighetsbaserad egendom.⁹³ Det faktum att det sker en omfattande handel med TV-format anser jag dock inte skall innebära att det automatiskt skall tillerkännas ett upphovsrättsligt skydd. Handeln med TV-format behöver inte nödvändigtvis innebära att köparen betraktar formatet såsom en upphovsrättsligt skyddad vara. Snarare verkar handeln ha utvecklats på grund utav att man helt enkelt betalar för att spara in på sina utvecklingsomkostnader genom att mottaga en manual för produktionen av programmet innehållande know-how och övriga instruktioner. Jag är emellertid beredd att hålla med professor Karnell till viss del. Såsom situationen ser ut idag är inte positivt ur ett rättsekonomiskt perspektiv och så länge ingen enhetlig praxis skapas som stävjar problemet med plagiering riskerar det att fortsätta. Om nu risken för repressalier är så liten, eller för den delen knappt kännbara, varför låta bli? Produktionsbranschen är en bransch med många aktörer och inte alltid så lönsam. Det är just ekonomiska incitament som ofta driver till kopiering eftersom det kan vara väldigt kostsamt att ta fram en ny produktion. Att istället ta den enkla vägen och kopiera någon annans idé och snabbt försöka sälja till någon annan kanal kan uppenbarligen verka lockande. Risken är att ingen tillslut är villig att betala för ett format som ändå inte har något skydd. Jag bedömer emellertid att risken för denna utveckling inte är så stor då jag tror att branschen själv kommer att stävja detta. Som jag tidigare har nämnt verkar det av allt att döma finnas en tydlig vilja att betala pengar för ett TV-format eftersom du får allt ”serverat och klart”. Den know how som ingår i ett format är enligt branschens aktörer oerhört värdefullt och i det långa loppet är det helt enkelt inte lönt att kopiera. Genom att upprätthålla denna uppfattning kan branschen undkomma en annars negativ utveckling.

7.2 Avslutande kommentar

Titeln på min uppsats är ett citat som jag har stött på i utländska källor under arbetets gång. Det är ursprungligen tänkt som ett påstående, men jag har valt att formulera det som en fråga. Är något som är värt att kopieras värt att skyddas? Ett jakande svar känns mest logiskt, men det är viktigt att också tänka på i vilken grad något skall anses vara *värt* att kopieras.

Det juridiska skyddet för TV-format är en vansklilig fråga och det är slutligen upp till domstolen att avgöra den. Att praxis för TV-formats juridiska ställning i Sverige är så knapphändig som den är idag beror på att tvister rörande detta ämne aldrig når domstol utan görs upp genom förlikning. Detta på grund av det faktum att en domstolsprocess tar allt för lång tid. Domstolen och TV-branschen anser jag därför ha ett stort ansvar för den kommande utvecklingen i denna fråga. Förhoppningsvis bringar framtiden trots allt fler mål av den karaktär som ställer denna fråga på sin

⁹³ Karnell Gunnar, *TV-spel och upphovsrätt – om skyddet i Sverige för ett slags ”formats”*, Festskrift till Stig Strömholm del II, Iustus Förlag AB, 1997, s. 516.

spets och därmed tvingar domstolen att reda upp denna snåriga djungel och dess diffusa gråzoner. För med tanke på den mediala utveckling som har skett och som vi för den delen också har framför oss, anser jag det vara av stor relevans att bringa klarhet i denna fråga.

Käll- och litteraturförteckning

Litteratur

Carlén-Wendels Thomas, *Upphovsrätt i reklam och media*, 2: a upplagan, Studentlitteratur Lund, 2005.

Dahlman Christian, Glader Marcus, Reidhav David, *Rättsekonomi -en introduktion*, 2: a upplagan, Studentlitteratur Lund, 2004.

Deichmann Kirk Hanne, *Programkoncepter – ophavsret till TV-formater*, Forlaget Thomson A/S, 2002.

Karnell Gunnar, *TV-spel och upphovsrätt – om skyddet i Sverige för ett slags "formats"*, Festskrift till Stig Strömholm del II, Iustus Förlag AB, 1997.

Karnell Gunnar, *Rätten till programinnehållet i TV*, Jurist och samhällsvetareförbundets Förlags AB, 1970.

Koktvedgaard Mogens, Levin Marianne, *Lärobok i immaterialrätt*, 8:e upplagan, Nordstedts Juridik AB, 2004.

Levin Marianne, *Lärobok i immaterialrätt, Upphovsrätt, supplement 2006*, Nordstedts juridik AB.

Martinger Sven, *Juridik ordbok, svensk-engelsk fackordbok*, tredje upplagan, Nordstedts Juridik AB, 2002.

Nordell Per Jonas, *Marknadsrätten – en introduktion*, Nordstedts juridik AB, 2002.

Rienecker Lotte, Jörgensen Stray Peter, *Att skriva en bra uppsats*, Liber, 2004.

Ståhlros Leif, *Företagshemligheter – know how*, Juristförlaget, 1986.

Artiklar

Buchan Robert, "X-factor for success?", The Journal, Februari 2005.

Bråkenhielm Anna, Avslöjat: "Mina bästa säljknep i Cannes", Ekonominyheter.se, 2007-05-02.

Challis Ben & Coad Jonathan, *Format Fortunes – Is there now a copyright for the television format?*, Consilio, 2004-08-26.

Dohnal John, "TV-formats –still the weakest link"?, Communications Law Bulletin, Vol 20 No 3 2001.

Lambert Peter, *Ophavsretlig beskyttelse af TV-formater*, NIR 2001 s. 387.

Paulsen Wade, "CBS loses lawsuit; ABC's "I'm A Celebrity, Get Me Out of Here!" to air in February", Reality TV World, 2003-01-14.

Svedjetun Fredrik, "Paradise Hotel-Nina stämmer Zodiak i storbråk om TV3's Top Dog", Dagens Media, 2005-12-07.

Svedjetun Fredrik, "Nina Zandnia stämmer Zodiak på 609.000 –vill stoppa TV 3-program", Dagens Media, 2006-01-16.

Svedjetun Fredrik, "Produktionen av TV 3s Top Dog kan stoppas redan i veckan", Dagens Media, 2006-01-17.

Svedjetun Fredrik, "Beslut om Top Dog dröjer", Dagens Media, 2006-01-23.

Svedjetun Fredrik, "Zodiak krävs på mångmiljonbelopp och anklagas för trakasserier", Dagens Media, 2006-06-09.

Wallberg, Knud: *Beskyttelse af forretningskoncepter*, UfR 1999 B, s. 55-59.

Westholm Emelie, "TV-bolagen råare: fritt fram att sno", Realtid.se, 2006-02-23.

Westholm Emelie, "Nina, såpan, hunden och stölden.", Realtid.se, 2006-02-23.

Westholm Emelie, "Paradise-Nina tror på seger mot MTV", Realtid.se, 2006-03-21.

Westholm Emelie, "Tunga vittnen stöttar Nina", Realtid.se, 2006-05-26.

Wong Alison, *Are Intellectual Property Laws the "Weakest Link" in Protecting Television Formats?*, Bird & Bird publications 2001-11-01.

Rapporter

MMS, Mediamätning I Skandinavien AB, årsrapport "TV-tittandet 2006".

The Global Trade in Television Formats Report, 2005.

Förarbeten

SOU 1956:25

Prop. 1960:17 Förslag till lag om upphovsrätt för litterära och konstnärliga verk.

SOU 1999:30 Yttrandefriheten och konkurrensen.

Dir 2007:71 Kommittédirektiv. Radio och TV i allmänhetens tjänst.

Internetkällor

Bird and Birds hemsida

www.twobirds.com/english/publications/articles/weakest_link.cfm#_ftn1

Artikeln "Are Intellectual Property Laws the "Weakest Link" in Protecting Television Formats?" (2007-07-02)

CAMLA:s hemsida (Communications and Media Law Association Incorporated). Artikeln "TV-formats –still the weakest link"?

<http://www.camla.org.au/clb/CLB%20-%20Volume%2020,%20Issue%203.pdf> (2007-06-15)

Consilio –The daily online law magazine.

<http://www.spr-consilio.com/artip19.htm>

Artikeln "Format Fortunes –Is there now a copyright for the television format?" (2007-07-02)

Dagens Medias hemsida

http://www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=61629

(2007-06-29) Artikeln "Paradise Hotel-Nina stämmer Zodiak i storbråk om TV3's Top Dog".

http://www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=63584

(2007-07-11) Artikeln "Nina Zandnia stämmer Zodiak på 609.000 –vill stoppa TV 3-program".

http://www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=63705

(2007-06-29) Artikeln "Produktionen av TV 3s Top Dog kan stoppas redan i veckan".

http://www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=64190

(2007-06-29) Artikeln "Beslut om Top Dog dröjer".

http://www.dagensmedia.se/mallar/dagensmedia_mall.asp?version=75096
(2007-08-03) Artikeln ”Zodiak krävs på mångmiljonbelopp och anklagas för trakasserier”.

Dilanchian lawyers and consultants hemsida. Notisen “Copyright traps for television formats”

<http://www.dilanchian.com.au/content/view/253/1/> (2007-06-18)

Disctops hemsida.

http://www.discop.com/news.php?news_id=3009

“Formats biz worth 2.4 bil Euros.”

Ekonominyheternas hemsida. Anna Bråkenhielms artikel “Avslöjat: Mina bästa säljknep i Cannes”.

<http://ekonominyheterna.se/kronikor/2007/05/02/antligenkanjagcannes/>
(2007-08-08)

FRAPA:s hemsida.

http://www.frapa.org/about_us/background/index.html

Bakgrundsfakta om organisationen. (2007-06-19)

http://www.frapa.org/about_us/our_aims/index.html

Organisationens mål. (2007-06-21)

http://www.frapa.org/dispute_resolution/mediation/index.html

Fakta om organisationens roll som medlingsinstitut. (2007-06-19)

http://www.frapa.org/register_formats/online_format_registry/index.html

Fakta om formatregistret. (2007-06-27)

http://www.frapa.org/register_formats/paper_format_registry/index.html

Fakta om formatregistret. (2007-06-19)

http://www.frapa.org/news/David_Lyle:_Formats_in_the_USA/index.html

Diskussion kring problematiken med TV-format i USA. (2007-06-19)

IFLA:s hemsida

<http://www.ifla.tv/about.html>

Information om organisationen. (2007-06-19)

<http://www.ifla.tv/protectyourformat.html>

Information kring möjligheterna att skydda ett format. (2007-06-28)

<http://www.ifla.tv/formatspaper.htm>

Caroline Gault, "To what extent are game shows and other forms of reality television protected against imitation" (2007-06-19)

<http://www.ifla.tv/tvformat.html>

"The international television format industry" (2007-06-19)

Kanal 5:s hemsida

<http://www.kanal5.se/templates/page.aspx?id=2619>

Fakta om kanalen. (2007-07-11)

Lawdit solicitors hemsida

http://www.lawdit.co.uk/reading_room/room/view_article.asp?name=../articles/Can%20the%20Format%20of%20a%20Television%20Programme%20Attract%20Copyright%20Protection.htm

"Can the Format of a Television Programme Attract Copyright Protection" (2007-06-13)

Law Gazettes hemsida

<http://www.lawgazette.co.uk/news/international/view=newsarticle.law?GAZETTENEWSID=237960>

"Top media lawyer channels expertise into television format association" (2007-06-26)

Mediakolls hemsida.

<http://mediakoll.blogspot.com/2005/03/vem-ger-medierna.html>

Reality TV Worlds hemsida.

<http://www.realitytvworld.com/news/cbs-loses-lawsuit%3B--abc-im-celebrity-get-me-out-of-here!--air-in-february-872.php>

Artikeln "CBS loses lawsuit; ABC's "I'm A Celebrity, Get Me Out of Here!" to air in February". (2007-07-17.)

Realtid.se

http://www.realtid.se/ArticlePages/200602/22/20060222163836_Realtid204/20060222163836_Realtid204.dbp.asp

Artikeln "TV-bolagen råare: fritt fram att sno." (2007-06-20)

http://www.realtid.se/ArticlePages/200602/22/20060222163959_Realtid879/20060222163959_Realtid879.dbp.asp

Artikeln "Nina, såpan, hunden och stölden." (2007-06-20)

http://www.realtid.se/ArticlePages/200603/21/20060321095313_Realtid883/20060321095313_Realtid883.dbp.asp

Artikeln "Paradise-Nina tror på seger mot MTV." (2007-06-20)

http://www.realtid.se/ArticlePages/200605/24/20060524140332_Realtid917/20060524140332_Realtid917.dbp.asp

Artikeln "Tunga vittnen stöttar Nina" (2007-06-20)

Resumé:s hemsida

<http://www.resume.se/nyheter/2004/09/29/svt--jarowskij-och-troja-vi/>

"SVT, Jarowskij och Troja vill sälja riket." (2007-08-08)

Strix hemsida

http://www.strix.se/?id_site=1&id_item=2

Information om bolaget. (2007-07-11)

SVT:s hemsida

<http://www.svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=60291&a=699465>

Företagsfakta. (2007-07-11)

<http://www.svt.se/svt/jsp/Crosslink.jsp?d=60291&a=808744>

SVT:s programproduktion. (2007-07-11)

WIPO:s hemsida

http://www.wipo.int/treaties/en/ip/wct/trtdocs_wo033.html (2007-07-03)

WIPO Copyright Treaty.

Zodiaks hemsida

<http://www.zodiaktelevision.se/page/default.asp?iPageID=4&iParentMenuID=2&iMenuID=0>

Om Zodiak. (2007-08-10)

<http://www.zodiaktelevision.se/page/default.asp?iPageID=30&iParentMenuID=2&iMenuID=11>

VDn:s ord om bolaget. (2007-08-10)

<http://www.zodiaktelevision.se/page/default.asp?iPageID=31&iParentMenuID=2&iMenuID=17>

Zodiaks historia. (2007-08-10)

Muntliga källor

Sohlberg Brita, f.d. VD på produktionsbolaget Mastiff, har numera företaget Pendang som arbetar på uppdrag av SVT med deras formatförsäljning.

Tholse Cecilia, biträdande jurist på Setterwalls Advokatbyrå i Malmö.

Tunnesson Johanna, jurist på Kanal 5.

Rättsfallsförteckning

Svenska

NJA 1974 s. 94

NJA 1998 s. 633

Mål nr T 1164-06

Internationella

U 1999/1762 ØL Celador Productions Limited-Danmarks Radio

MD 1999:21 SVT/OLW-SNACKS AB.

Green v Broadcasting Corporation of NewZealand [1988] 2 NZLR 490, 504 per Casey J (CA).

Castaway Television Productions Ltd & Planet 24 Productions Limited v Endemol (2004).