

OPUSCULA CIVILIA

Sándor Médea

Design mint üzleti érték: szellemi tulajdonvédelem a digitális divatipar korában



**NEMZETI
KÖZZSZOLGÁLATI
EGYETEM**
LUDOVICA

2026/6

ISSN: 2560-2039

I. Bevezetés

Az Ipar 4.0 korával a vállalatok sürgető módon alkalmazzák stratégiáikban a mesterséges intelligenciát (a továbbiakban: MI), amely nincs másképp a ruha- és textiliparban sem. A vállalatok versenyképességét a modern gazdasági környezetben egyre inkább az immaterális javak, a szellemi tulajdon határozza meg, amelyek alapjai a vállalatok és startupok által nyújtott technológiáknak és fejlesztéseknek. Az innovációk olyan stratégiai erőforrásokká váltak részükre, amelyek segítségével meghatározó szerepet tölthetnek be az adott piaci szegmensben, amely akár jelentős versenyelőnyt is jelenthet számukra. A ruha- és textiliparban külön nehézség, hogy a trendek gyorsan és ciklikusan változnak, illetve, hogy a fogyasztók is rendkívül gyorsan és érzékenyen reagálnak a legújabb divatipari trendekre a közösségi média végett.

Az MI-t a ruha- és textilipari vállalatok számos területen alkalmazzák a supply chain, azaz ellátásilánc-folyamataikban. A legfontosabb, hogy képesek előre jelezni az éppen aktuálisan népszerű mintákat és stílusokat, ezzel akár mesterségesen trendeket generálva a fogyasztók részére, hatalmas halmazokba gyűjtve a szövegeket, illetve adatokat. Emellett az MI segítségével generált tervek esetén a vállalatok nemcsak a tervezési folyamataikat képesek felgyorsítani, hanem a fenntartható fejlődés irányába is képesek lehetnek elmozdulni azzal, hogy kevesebb fizikai prototípust gyártanak egy adott termékből. Mindez azt jelenti, hogy igény szerint gyártanak, így kevesebb hulladék keletkezhet a gyártás során, amely hulladék a nyersanyagok túlfogyasztásának egyik oka is.²

Tehát az MI alkalmazása kulcsfontosságú ezen piaci szegmens részére, hiszen ezzel tudnak a vállalatok igazán jelentős versenyelőnyt kovácsolni a maguk számára. Megállapítható, hogy az MI a ruha- és textiliparban egyértelműen segíti az innováció ösztönzését, illetve támogatja az üzleti növekedést ezen vállalkozások részére, ugyanis aki MI-alapú rendszert alkalmaz, az nagyon könnyen versenyelőnyre tehet szert, úgy, mint az „ultra fast fashion” vállalatok (a Shein vagy a Temu) versenytársaikkal szemben (a H&M vagy a Zara).³ Ugyanakkor a gyakorlat azt mutatja, hogy ezen vállalatok felelőtlen és átláthatatlan szöveg- és adatbányászatukkal olyan termékeket is képesek az MI segítségével tervezni és generálni, amelyek szerzői jogi vagy iparjogvédelmi alkotást tartalmaznak, ezzel szellemi tulajdonjogi jogsértést okozva a jogosultak számára.⁴ Joggal tehetik fel az ugyanebben a szektorban működő vállalatok a kérdést, hogy a már-már gazdasági erőfölényben lévő versenytársaik ellen, mint az „ultra fast fashion” vállalatok, amelyek magas szintű fejlesztésekkel és dinamikusan képesek a szöveg- és

¹ Doktorandusz hallgató, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Doktori Iskola.

² ABADIE Maximilien (2026): The Impact Of AI On The Fashion Industry, *Forbes*. Online: <https://shorturl.at/iDbNr>

³ Az „ultra fast fashion” öltözködés lényege, hogy a fogyasztókat rövid ideig tartó, azaz mikrotrendekkel befolyásolják azért, hogy minél nagyobb mennyiségben, minél olcsóbb alternatívákhoz nyúljanak öltözködésben. A hagyományos divattal és a „fast fashion” márkákkal szemben fizikai bolt vagy divatbemutató nélkül, online platformokon és influenszermarketingen keresztül mutatják be a nyilvánosságnak termékeiket azzal a céllal, hogy a fogyasztókban azt a benyomást keltse, hogy az adott divatrend már szinte mindenütt jelen van, és a fogyasztóknak is vásárolniuk kell belőle, ha nem kívánnak lemaradni a legújabb trendekről. Ez jelentős problémákat vet fel, köztük környezetvédelmi szempontból, hiszen a fogyasztókat ezzel jelentős befolyásnak teszik ki a nagyvállalatok, amellyel ösztönzik és növelik a ruha- és textilipar globális szintű fenntarthatósági problémáját, a túlfogyasztást. Forrás: SHADEL JD (2025): What is Ultra Fast Fashion? Investigating Why It's Ultra Bad, *Good On You*. Online: <https://goodonyou.eco/ultra-fast-fashion/>

⁴ Számos, ehhez kapcsolódó per indult ezen vállalatokkal szemben a rendszerszintű digitális szellemi tulajdonjogsértések megelőzése érdekében, ld. például Alan Giana v. Shein Distribution Corp., Roadget Business Pte. Ltd., Shein Technology Llc., Shein US Services Llc., Case 1:24-cv-02599.

adatbányászatra - amely során szerzői jog által védett alkotások is megjelenhetnek és azokat jogszerűtlenül hasznosítják saját termékeikben -, képesek-e lépést tartani ezzel a fejlődési szinttel, vagy éppen ennek tekintetében képesek-e egy tudatos szellemi tulajdonjogi portfólió keretében saját szellemi javaikkal versenytársaik fölé helyezkedni, illetve ezen, szinte már gazdasági erőfölényt követelő vállalkozásokkal szemben megállhatják-e helyüket ebben a piaci szegmensben.

A tanulmány átfogóan és lényegre törően kívánja megvizsgálni, hogy a ruha-és textilipari vállalatok miképp alakíthatnak ki egy olyan szellemi tulajdonjogi stratégiát, amely figyelembe veszi az iparág sajátosságait és annak digitalizációra érzékeny szegmensét, vagyis az MI alkalmazásából eredő kihívásokat. A tanulmánynak nem célja az egyes szellemi tulajdonjogi eszközök, és azok felhasználásának módjának részletezése a vállalatok szellemi tulajdonjogi portfóliójában, viszont célja annak feltérképezése, hogy az óriásvállalatok hogyan alkalmazzák az MI rendszereket a ruha- és textiliparban, és emellett milyen szellemi tulajdonjogi problémák fakadhatnak az alkalmazásukból. Ehhez kapcsolódóan a tanulmány arra is fókuszál, hogy a startupok vagy a kis- és középvállalkozások miképp tudnak lépést tartani a gyorsuló tendenciával az MI-használatot illetően. A tanulmány fontosnak tartja kiemelni, hogy miképp egyeztethető össze a megfelelő szellemi tulajdonmenedzsment és az MI használat annak érdekében, hogy a vállalatok sikeresen működhessenek ebben az iparágban, miközben példát mutatva megfelelnek a hatályos jogszabályi követelményeknek.

II. A szellemi tulajdon szerepe és fontossága a vállalat működésében, szellemi tulajdon menedzsment a ruha-és textiliparban

A szellemi tulajdon védelme napjainkban gyakorlatilag az innovációhasznosítás alapja, hiszen minden vállalat számára fontos erőforrás a jövedelemtermelő- és versenyképesség fenntartása, illetve szükséges a vállalat üzleti stratégiájának kidolgozásához. Ennek érdekében szükséges a szellemi tulajdon menedzselése, mivel értékének ismerete is segítheti a vállalatot a költséghatékony felhasználási és fejlesztési döntések meghozatalához, illetve segítséget nyújthat annak eldöntésében, hogy milyen típusú oltalmat érdemes bejelenteni és fenntartani a vállalat üzleti tevékenységének megfelelően.⁵

2.1. Vállalatok és startupok szellemi tulajdon menedzsmentje

A szellemi tulajdonjogi portfólió egy vállalkozás oltalmazható eszközeinek, immateriális javainak összessége, amely strukturált menedzsmenttel növeli a cég értékét és versenyelőnyét az adott piaci szegmensben. A portfólió kezelése magában foglalja az eszközök azonosítását és fejlesztését, jogi oltalmazását, illetve stratégiai használatát és hasznosítását. Ebben szerepelhet szabadalom, védjegyoltalom, formatervezésiminta-oltalom, vagy akár üzleti titok és know-how, illetve ezeknek az összessége vagy kombinációja is. Egy portfólió meglehetősen előnyösebb lehet egy vállalat vagy startup részére, mintsem adott termékeket vagy fejlesztéseket levédetni egy-egy szellemi tulajdonjogi eszközzel, ugyanis ahelyett, hogy ezen eszközök védelmét egyesével biztosítják, majd kényszerítik ki jogérvényesítés útján, egy portfólió esetén átfogó megközelítéssel, lényegében az üzleti célokkal összehangoltan tudják mindezeket menedzselni. Egy erős szellemi tulajdonjogi portfóliónak érdemes lehet minden, a vállalat profiljába és üzleti tevékenységébe beilleszthető szellemi tulajdonjogi eszközt tartalmaznia, hiszen ezzel biztosítható leginkább az adott innováció védelme. Külön kiemelendő, hogy álláspontom szerint egy erős szellemi tulajdonjogi portfólióval rendelkező vállalat könnyen fellelhető a jogosulatlan használattal vagy hasznosítással szemben, magasabb befektető értéket és

⁵ KÁLDOS Péter (2006): A szellemivagyom-értékelés elméleti és gyakorlati módszerei. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 111(4). 6-7. Online: <https://shorturl.at/D1j6p>

megtérülést adva az adott vállalat részére.⁶ A ruha- és textiliparban ez különösen releváns, hiszen a trendek gyors és ciklikus változása, az innováció gyors terjedése, illetve a piaci pozíció megtartása végett a versenytársak jobban hajlanak más üzleti szereplők termékeinek és fejlesztéseinek átvételére és jogosulatlan felhasználására.

Egy erős szellemi tulajdonjogi portfólió kialakítása egy összetett, több szakaszból álló folyamat, amely egyes szerzők szerint elsősorban a tudományos kutatások és fejlesztések megvalósíthatóságának vizsgálatára, a szellemi tulajdon és az ahhoz kapcsolódó termékek létrehozásának lehetőségeire, valamint a külső szellemi tulajdon és az ahhoz kapcsolódó termékek bevonásának lehetőségeire épül. Egy vállalat vagy startup szellemi tulajdonjogi portfóliója kialakításának fő célja a vállalati stratégia megvalósítása, figyelembe véve a legújabb technológiákat és az innovációt, amellyel lehetővé teszik a kulcsfontosságú fejlesztések és termékek védelmét a piaci szegmensben elérhető versenytársakkal szemben. Emellett csökkenti a befektetési kockázatokat, lehetőséget teremt további befektetési források bevonására az innováció támogatása érdekében, valamint a szellemi tulajdon védelme biztosítja a magas megtérülést a szellemi tulajdonjogok megsértése esetén.⁷

Álláspontom szerint az innováció és a technológia transzfer az erős szellemi tulajdonjogi portfólió kiépítése és megtartása szempontjából fontos lépés, hiszen mindez egy adott vállalat versenyképességének növelését, piaci pozíciója erősítését célozza. Napjainkban a ruha- és textilipar nemcsak kreatív, hanem rendkívül technológia-intenzív iparág is, így minden megoldás hasznosítása közvetlenül vagy közvetve hathat a sikerükre, különösen az „ultra fast fashion” vállalatok esetében, amelyek szinte a legerősebb piaci pozíciót élvezik az iparágon belül.

2.2. Innováció és szellemi tulajdon a ruha-és textiliparban

A ruha- és textilipari vállalatok számára álláspontom szerint döntő fontosságú a kutatás és fejlesztés (K+F), illetve az innováció ösztönzése, mivel egyrészt folyamatosan alkalmazkodniuk kell a gyorsan változó trendekhez, másrészt egyre fontosabb kérdéssé válik a fenntarthatóság elérése, amely magában foglalja új, „zöld” technológiák fejlesztését, mint pl. a fenntarthatóbb anyagok vagy gyártási folyamatok, amelyek megléte segítheti a vállalatokat versenyképességük fenntartásában.

A vállalatok innovációi és fejlesztései tekintetében több típust különböztet meg a szakirodalom. A termék innováció esetében egy új vagy továbbfejlesztett termékről vagy szolgáltatásról van szó, amely jelentősen különbözik a vállalkozás olyan termékeitől vagy szolgáltatásaitól, amelyet már bevezetett a piacra.⁸ Ez a típusú innováció elég gyakori a ruha- és textiliparban, különösen a sportszergyártóknál. Jó példa a Nike, mint a világ vezető sportruházati- és sportszergyártója, amely megalapozta hírnevét a termék innovációban, mivel termékfejlesztéseik szempontjából jelentős beruházásokat tett, amellyel a céljuk az volt, hogy segítsék a sportolókat teljesítményük növelésében, miközben minimalizálják a sérülések kockázatát.⁹ Legfrissebb termék innovációjuk a Nike Mind 001 papucs, illetve a Nike Mind

⁶ LOMBARDI Rosa I. et al (2016): *Modern Trends for the Strategic Use of Intellectual Property Rights: Dynamic IP Portfolio Management, Open Innovation and Collaborative Organizations*. In: VRONTIS Demetris et al.: *Managing Globalization: New Business Models, Strategies and Innovation*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing. 114-115.

⁷ HUSAKOVSKA Tetiana I et al. (2020): Forming a Portfolio of Intellectual Property of an Enterprise. *TEM Journal - Technology, Education, Management, Informatics*, 9(1), 271-272. Online: DOI:10.18421/TEM91-37

⁸ Prof. Dr. LEVENDOVSKY János I et al (2025): *Szellemi tulajdon az akadémiai szférában*. Budapest: Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala. ISBN 978-963-9157-99-6. 19.

⁹ JIN Byounggho – CHILDS Michelle (2018): *Nike: An Innovation Journey*. In: Jin Byounggho – Cedrola Elena: *Palgrave Studies In Practice: Global Fashion Brand Management*. London:Palgrave Macmillan. 96. Online: https://doi.org/10.1057/978-1-137-52349-5_4

002 cipő, amelyeket tudatformáló lábbeliként reklámoznak: felerősíti az érzékelést, emellett pedig a talpon található sok ezer mechanikus receptor ingerlésével aktiválja az agy érzékelési területét, segítve ezzel sportolás közben a koncentrációt.¹⁰ Ez jelentős versenyelőnnyel szolgált a piacon lévő versenytársakkal szemben, amelyet szabadalmi oltalom alá is helyeztek.¹¹

A termék innovációval szemben az üzleti folyamat innováció a vállalat egy vagy több üzleti tevékenységéhez kapcsolódó új vagy továbbfejlesztett üzleti folyamata, amely jelentősen különbözik a vállalkozás korábbi üzleti folyamataitól, és amelyeket a vállalkozás használatba vett. Ilyen üzleti tevékenység a termelés, a disztribúció és logisztika, vagy a marketing és értékesítés.¹² Ez a fajta innováció a digitalizáció és az MI térnyerésével alapvetően a ruha- és textilipar minden szegmensére jellemző, különösen az „ultra fast fashion” típusú vállalatok tekintetében. A ruházati termékek a hagyományos divat esetén a klasszikus, szezonális tervezési folyamat során kerülnek megtervezésre, majd bemutatásra: egy kollekció a tavaszi/nyári ruházatnak, illetve egy kollekció az őszi/téli ruházatnak. Ezzel szemben az „ultra fast fashion” vállalatok termékei a tervezéstől számítva dinamikus folyamattal kerülnek kereskedelmi forgalomba, így ezen vállalatok üzleti modellje a gyors és ciklikus trendváltozásokra, a divatos dizájnokra és az olcsó árakra állt át. Ezért is kiemelkedő ezen vállalatok modellje üzleti tevékenység innováció szempontjából: említésre méltó a termékek tervezésétől kereskedelmi forgalomba bocsátásáig terjedő idő lerövidítése, a gyorsan változó trendekre történő reagálás vagy ezen trendek általuk történő mesterséges generálása, illetve a termékek prototípusának digitális módon történő tervezése és gyártása.¹³

A termék és az üzleti modell innováció mellett a szakirodalom megkülönbözteti a nyílt és zárt innovációt is. Zárt innováció esetén az innovációhoz szükséges minden lépést, beleértve a nyersanyagbeszerzést, a termékfejlesztést, illetve akár az értékesítést is, a vállalaton belül tesznek meg. A zárt innovációs rendszer zárt tudásrendszeren alapul, a vállalatok saját innovációs, illetve kutatásfejlesztési részleget működtetnek, saját szakemberekkel dolgoznak, és jellemzően hosszú távú, forrásigényes projekteket folytatnak. Fontos, hogy ehhez a rendszerhez erős szellemi tulajdon-védelmi stratégia is párosul, a külső együttműködések száma minimális, és inkább elzárnak másokat a saját maguk által fejlesztett technológiák alkalmazásától. Ezzel szemben a nyílt innováció esetében nem korlátozódik a tudás belső erőforrásokra, a technológiai forrás bárholonnan érkezhethet, és bármikor bekapcsolódhat az innovációs folyamatokba. A nyílt innováció piacot teremt a szellemi tulajdon-jogok számára is, ugyanis ebben a modellben ezen jogok szabadon hasznosíthatók, illetve cserélhetők a vállalati szereplők között keresleti és kínálati viszonyok alapján. Ez teszi hatékonyabbá az innovációs és fejlesztési folyamatokat, éppen ezért a külső és belső tudás egymással egyenértékű.¹⁴ Álláspontom szerint a ruha- és textiliparban a két innováció ötvözete figyelhető meg inkább, ugyanis a vállalkozások nagy része zártan kezeli a saját maguk által fejlesztett innovációikat, viszont vannak olyan üzleti gyakorlatok, amelyek szem előtt tartásával és azok elérésével kívánnak a vállalkozások olyan technológiákat létrehozni, illetve fejleszteni, amelyek nyilvános technológia transzferrel megoszthatók a piac szereplői között. Az egyik ilyen lehetséges üzleti gyakorlat a körforgásos gazdaság és a fenntartható fejlődési célok elérése, így különös figyelmet próbálnak fordítani a fenntarthatóbb anyagfejlesztéssel, termelés-csökkentéssel, széndioxid kibocsátás-csökkentéssel járó technológiák fejlesztésére.¹⁵ A divatiparban viszonylag

¹⁰ [Sz. n.] [É. n.]: *Nike Mind 001*. Online: <https://www.nike.com/hu/mind>

¹¹ Szabadalom forrása: [Sz. n.] [É. n.]: *United States Design Patent*, No. US D1,110,009. Online: <https://ppubs.uspto.gov/pubwebapp/>

¹² LEVENDOVSKY 1 et al. 19.

¹³ WISNIEWSKI Adam (2025): Fast Fashion Business Model: A Review of Innovation Potential and Environmental Risks. *Economics and Environment*. 2(93). 3-4. Online: DOI: 10.34659/eis.2025.93.2.944

¹⁴ LEVENDOVSKY 1 et al. 19-20.

¹⁵ OSTERMANN Christina M. 1 et al. (2019): Business Model Innovation for Circular Economy: A Fashion Industry Perspective. *XXI ENGEMA Conference, So Paulo, Brazil*. ISSN: 2359-1048. 12.

kevés az olyan vállalat, amely kimondottan fenntarthatónak „születik”, vagy eredetileg úgy indították, hogy üzleti modelljük középpontjában a fenntarthatóság és a körforgásos gazdaság álljon. A fenntarthatóság irányába az egyik legfontosabb lépés a termékfejlesztés tervezési szakaszának átgondolása, hiszen ebben a szakaszban születnek azok a döntések, amelyek kihatnak a termék minőségére, a megjelenésére, az anyagokra, illetve a gyártási folyamatokra. Ennek értelmében az újrahasznosított anyagok, vagy a zéró hulladékot eredményező gyártási folyamatok alkalmazása jelentős üzleti előnyökkel járhat egy vállalat számára.¹⁶ Ehhez viszont az is szükséges, hogy a vállalat megfontoltan, előre gondolkodva felépítse szellemi tulajdonjogi portfólióját a fenntarthatóságra alapozva, illetve technológiáinak oltalom alá helyezése mellett átgondolja azt, hogy fejlesztéseit milyen arányban, vagy egyáltalán szükséges-e open-source innovációként más piaci résztvevők számára rendelkezésre bocsájtania.¹⁷ A vállalatok működésében mind a korai, mind a későbbi fázisokban kiemelt szerepet tölt be a szellemi tulajdon és annak védelme, éppen ezért fontos a tudatos szellemi tulajdonjogi portfólió kiépítése, akkor is, ha zárt vagy nyílt innovációs rendszerben működő vállalatról vagy startupról van szó.

III. Mesterséges intelligencia alkalmazás a ruha- és textiliparban, ezen rendszerek alkalmazásának jogi problémái

A ruha- és textiliparban üzleti és stratégiai szempontból előnyös a vállalatok és startupok számára, ha egyrészt a supply chain rendszer automatizálására és gyorsítására képes, MI-vel támogatott vagy azon alapuló rendszert fejlesztve, vagy a fenntarthatóságot ösztönözve tud valamilyen fajta technológiát fejleszteni. Ehhez szükséges a nyílt forráskódú, azaz open-source technológiák fejlesztése, illetve ezek átadása technológia transzferen keresztül.¹⁸

A generatív (általános célú) MI alapvetően képes mélytanulással feldolgozni a számára megadott adatokat, köztük képeket, szövegeket, videókat, valamint aktuális trendekhez kapcsolódó adatokat, és mindezek alapján képes új terveket is létrehozni. A gyakorlat azt mutatja, hogy az MI alapú rendszerek napjainkban hatalmas potenciállal rendelkeznek a ruha- és textiliparban: lehetővé teszi az igény szerinti ellátásilánc-menedzsmentet és a hatékony hulladékgazdálkodást, ezzel támogatva a fenntartható fejlődési célokat. Ismertebb divatmárkák már beépítették az MI-t termékeik és vásárlási preferenciák fejlesztésére, ezzel is segítve a vásárlói élmény javítását. A generatív MI-modellek fejlesztői emellett igyekeznek partnerként együttműködni más tervezők számára, melynek célja, hogy új nézőpontokat kínáljanak és segítsék a tervezőket a kreatív ötletek fejlesztésében. A különböző adathalmazok elemzésével pedig a vállalatok megfelelően igazodhatnak a piaci igényekhez, amelyre hatással van a közösségi média és a divathetek trendjei, illetve a fogyasztói viselkedés.¹⁹

A ruha- és textiliparban az MI használata egyes szerzők szerint nagyjából két kategóriába sorolható: MI-t alkalmaznak a tervezési folyamatokban, illetve a kiskereskedelmi

¹⁶ TODESCHINI Bruna Villa 1 et al. (2017): Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*. 60(6). 764-766. Online: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.07.003>

¹⁷ VIMALNATH Pratheeba 1 et al. (2022): Intellectual Property strategies for green innovations – An analysis of the European Inventor Awards. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 377. 10. Online: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134325>

¹⁸ HAIDER Muhammad Ali 1 et al. (2024): Global Intellectual Property Best Practices for Green Innovation: A Case Study of Pakistan. *Journal of Development and Social Sciences*. 5(1) 685-686. Online: [https://doi.org/10.47205/jdss.2024\(5-1\)61](https://doi.org/10.47205/jdss.2024(5-1)61)

¹⁹ AGARKAR Trupti (2025): The Role of Artificial Intelligence in the Fashion Industry: Navigating Intellectual Property Rights Through the Lens of Copyright Law. *LawFoyer International Journal of Doctrinal Legal Research*. 3(4). 1627-1628. Online: <https://doi.org/10.70183/lijdlr.2025.v03.192>

folyamatokban.²⁰ Emellett álláspontom szerint a gyártási folyamatokban történő alkalmazása is számos üzleti előnnyel, illetve fejlesztéssel járhat, így automatizálhatja a textilszabást, hogy pontos anyagkivágásokat tegyen. Továbbá az MI-alapú rendszerek optimalizálni tudják a textilszabás elrendezését is, illetve észlelik a varrásillesztés hibáit, amelyek korrigálására is képesek.²¹

Az MI supply chain folyamatokba történő integrálása fontos fejlődésen indította el a ruha- és textilipart, első körben a tervezési folyamat irányításával, és a jelenlegi, illetve jövőbeli trendek előrejelzésével. A trendelőrejelzés célja annak megállapítása, hogy milyen színek, stílusok, sziluettek és anyagok lesznek népszerűek a jövőben, amely elsősorban szöveg- és adatbányászattal működik. Különösen a közösségi média, mint az Instagram vagy a Tiktok biztosít mindenre kiterjedő és megfelelő adathalmazt a szöveg- és adatbányászathoz a trendelőrejelzés során, mivel feltáró alapot adnak arra, hogyan viszonyulnak a fogyasztók, vagyis ebben az esetben a közösségi média felhasználók a különböző termékekhez és trendekhez.²²

A szöveg- és adatbányászat fogalmát a CDSM irányelv²³ definiálja, mely szerint szöveg- és adatbányászat bármely olyan automatizált analitikai módszer, amely digitális formában lévő szövegeket és adatokat elemez információk, többek között, de nem kizárólagosan mintázatok, tendenciák és összefüggések feltárására.²⁴ A szöveg- és adatbányászat nagy mennyiségű információk feldolgozását teszi lehetővé új ismeretek megszerzése és új tendenciák felfedezése érdekében, ezáltal előfordulhat, hogy szerzői jogi védelem alatt álló cselekményeket, különösen művek többszörözését is magában foglalhatja, ami az adatok szöveg- és adatbányászat utáni strukturálása során történik. A CDSM irányelv alapján, amennyiben nem alkalmazható kivétel vagy korlátozás, akkor e cselekmények végrehajtásához a jogosultak engedélyére van szükség.²⁵

Fontos megjegyezni, hogy az MI-t nagyobb volumenű trendelőrejelzésekhez, illetve óriási méretű szöveg- és adatbányászathoz inkább az „ultra fast fashion” vállalatok alkalmazzák, hiszen ezen vállalatok elsődlegesen digitális és közvetlenül a fogyasztóknak irányuló modellt kívánnak működtetni azzal, hogy naponta több ezer terméket bocsátanak piacra a közösségi médiából, illetve a keresési trendekből származó adatbányászat alapján, amellyel álláspontom szerint akár ők maguk mesterségesen is képesek trendeket generálni a fogyasztók részére.²⁶ A gyakorlat azt mutatja, hogy a nagymértékű szöveg- és adatbányászat során gyakran szerzői jog által védett tartalmak is bekerülhetnek az adatstrukturálás után ezen vállalatok adathalmazába, amelyet egész egyszerűen felhasználnak a legújabb kollekcióikhoz a fogyasztók által a közösségi médiában is népszerűnek ítélt és legkeresettebb fazonok analizálásával, legyen az anyag, forma, stílus vagy szabás. Ezen vállalatok nyomon követik a felhasználók személyes adatait, hálózati és böngészési adataikat, illetve online tevékenységeiket azért, hogy a népszerű trendeket és termékeket azonosítsák, majd az MI segítségével - szerzői jogi jogsértést eredményezve – már létező mintákat generáljanak, ebből pedig készterméket gyártsanak, amely

²⁰ HARKÖNEN Heidi (2020): Fashion piracy and artificial intelligence: the new creative environment come with new copyright issues? *Journal of Intellectual Property Law & Practice*. 15(3). 164. Online: doi:10.1093/jiplp/jpaa021

²¹ GOSSEIN Léa (2025): *8 tips on how to use AI in the apparel industry*. Government of the Netherlands. Online: <https://shorturl.at/X2Wdd>

²² HARKÖNEN i. m. 165.

²³ (EU) 2019/790 irányelv a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról, HL L 130/92, 2019.05.17. (a továbbiakban: CDSM irányelv)

²⁴ CDSM irányelv 2. cikk 2. pont

²⁵ CDSM irányelv (8) preambulumbekzdés

²⁶ [Sz. n.] (2025): *SHEIN: How an Ultra-Fast Fashion Model Is Disrupting the Industry*. YAT Conseil. Online: <https://shorturl.at/IIB9i>

álláspontom szerint túlmutat az inspiráción.²⁷ Szerzői művek esetén az alkotó személyisége, döntéseinek kreatív szabadsága az, ami mérvadó lehet a szerzői jogi védelem szempontjából.²⁸ Ha ez jelentős mértékben hiányzik egy adott műből, akkor a szerzői jogi védelem tekintetében problémákba ütközhet.²⁹ Ezen kreatív döntések, illetve a szerző szellemi tevékenységének kifejeződése az ilyen vállalatok MI-alapú rendszerei által generált művekben nem feltétlenül jelennek meg, jellemzőbb rájuk inkább a szolgai másolás, mivel rövid időn belül nagyon sok terméket gyártanak naponta a fogyasztók részére, ezért a tervezési szakasz lerövidítéséhez kézzelfogható adatokra van szükség a gyors tervezés és előállítás érdekében.³⁰

Az Európai Parlament állásfoglalására irányuló legfrissebb, a szerzői jogról és a generatív mesterséges intelligenciáról szóló indítványban részletezik, hogy az Európai Unió jelenleg úgy tűnik, lemarad az MI területén bekövetkező nemzetközi fejlődésben, holott az elsődleges céljuk az lenne, hogy Európa globális vezető szereplővé váljon ezen a területen. Ennek ellenére, hiába alapvető fontosságú cél, hogy a közérdeket szolgáló, generatív MI-n alapuló technológiák és szolgáltatások Unión belüli fejlődését előmozdítsák azzal, hogy támogassa a fenntartható gazdasági növekedést, a versenyképességet és az innovációt, illetve Unió-szerte széles körű hozzáférést biztosítson az MI-alapú technológiákhoz, az indítványban a Bizottságot cselekvésre hívják fel. Kiemelendő, hogy a generatív MI a mesterséges intelligencia olyan típusa, amely elsősorban MI-vel előállított outputokat statisztikai modelleken alapuló előrejelzésekkel hoznak létre, és azok általában az emberi kreativitást utánozzák már meglévő tartalmakra támaszkodva, amelyek között előfordulhat szerzői jogi oltalom alatt álló anyag is. A szerzői jogi védelem alatt álló tartalmakkal kapcsolatos jogok fenntartására szolgáló jelenlegi rendszerek esetén előfordulhat, hogy nem terjednek ki az összes vonatkozó szöveg- és adatbányászati cselekmény vizsgálatára, és nem rendelkeznek a hatékony végrehajtáshoz és érvényesítéshez szükséges átláthatósággal, mivel az új technológiák, így az MI fejlesztése és a szellemi tulajdonjogok mint szerzett jogok fenntartása semmilyen esetben sem zárhatja ki egymást, hanem ezeket együtt kell előmozdítani. Az indítvány kijelenti, hogy bizonyíték van a generatív MI-szolgáltatók széles körű szerzői jogsértésére, beleértve a művek engedély nélküli gyűjtését az internetről, valamint az engedélykérések elmulasztását, ennek érdekében határozott intézkedésekre szólítja fel a Bizottságot, hogy az MI használatához kötődő ökoszisztéma tisztességes és etikus legyen. Az Európai Parlamentben tehát felismerték az MI-modellek szöveg- és adatbányászathoz kötődő szellemi tulajdonjogi jogsértésekhez kapcsolódó problémáit, és látják, hogy a CDSM irányelv által tett, 17. cikkben megfogalmazott szerzői jogi kivétel nem alkalmazható a gyakorlatban megfelelően, ugyanis az indítvány tartalmazza azt is, hogy a generatív MI azáltal, hogy tömegesen és olcsón állít elő az emberi kreativitás által létrehozott alkotásokat utánzó tartalmakat, közvetlenül versenyez az alkotók munkájával, különösen a kulturális és médiatartalmakkal, amely verseny az online tartalmak minőségének romlásához vezethet az alkotók kivonulása miatt, az emberi és kreatív termelés általános hanyatlását eredményezve. Ezért az indítvány felhívja a Bizottságot, hogy tegyen javaslatot egy olyan megdönthető vélelem létrehozására, amely szerint a modell vagy rendszer létrehozója vagy szolgáltatója viselje a jogérvényesítés során felmerülő költségeket és kiadásokat, amennyiben az uniós piacon forgalomba hozott generatív MI-modellek vagy -rendszerek részéről sor került szerzői jogi vagy szomszédos jogok által védett művek és egyéb teljesítmények gépi tanulás, illetve adatkérésre alapozott generálás céljából történő

²⁷ GOCHER Chloe (2025): Shein Lawsuit Alleges E-Commerce Giant Uses AI to Steal, Sell Copyrighted Designs. *ClassAction.org*. Online: <https://shorturl.at/LpYlv>

²⁸ a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény 1. § (3) bekezdés

²⁹ BRIOTE Sara de Freitas Pessoa (2023): *The Use of AI in the Fashion Industry: The Impacts on Intellectual Property Rights*. Master Thesis, Lisbon: Catolica Global School of Law. 20.

³⁰ ARJONA Ana (2025): Fast Fashion and Intellectual Property: When Is It Considered Copying or Inspiration? *Vogue*. Online: <https://shorturl.at/cfR93>

felhasználására, és ezzel együtt nem tartották be teljes mértékben az átláthatósági kötelezettségeket. Felhívja továbbá a bizottságot, hogy térképezze fel, milyen intézkedésekkel lehet fellépni ezen jogsértések ellen, illetve milyen intézkedésekkel lehetne védeni az egyéneket az MI által generált kép-, audio- vagy videótartalom terjesztésével szemben, beleértve azokat, amelyek hozzájárulás nélkül használnak szerzői jog által védett műveket.³¹

IV. Szellemi tulajdonjogi portfólió és az MI-alapú rendszerek összehangolása a ruha- és textilipari vállalkozások tevékenységében

A mesterséges intelligencia szinte uralma alá hajtja a ruha- és textilipar szereplőit, hiszen mindenki annak felhasználására, és az ezzel történő versenyelőny elérésére törekszik. Nem véletlen, hogy egyre több, az iparágban lévő startup működése lát napvilágot, amelyek az innovációval összhangban valósítják meg azon ötleteket, amelyek az iparágat érintő problémák megoldására törekednek, legyen szó akár technológiai, logisztikai, vagy éppen a már említett fenntarthatósági szempontokról. Sok vállalat ebben a szegmensben hajlandó nagyobb befektetéseket is tenni. Az új technológiáknak köszönhetően a ruha- és textilipar jövője egyre inkább a digitalizáció irányába hajlik, amelyre rásegít a közösségi média használata is.³²

A vállalatok számára tudatosítani kell azt, hogy a szellemi tulajdonjogok menedzselésének igenis van stratégiai értéke, amely értékes üzleti eszközként befolyásolja üzletpolitikájukat és tevékenységüket, akár tudástranszfer révén, növelve ezzel tudatosságukat a területen. A folyamatosan alkalmazkodó jogszabályi környezet a digitális technológia gyors és dinamikus fejlődését és a jelenleg hatályban lévő, hagyományos szellemi tulajdonjogi szabályozási környezet harmonizációját igyekszik segíteni.³³

Azoknak a vállalatoknak vagy startupoknak, amelyek MI-t alkalmazva, azzal fejlesztve egy adott termékkel vagy technológiával kívánnak belépni a ruha- és textilipar piacára, figyelemmel kell lennie az aktuális tendenciákra és trendekre. A luxus divatmárkáktól elkezdve az „ultra fast fashion” vállalatokig, minden egyes piaci szereplő számára jelenleg fontos üzleti lépés az MI valamilyen módon történő használata. Egyes szerzők kimondottan üdvözik az MI mint katalizátor használatát a ruha- és textiliparban, hiszen rengeteg pozitív és stratégiaileg jelentős előnnyel járhat, mint a trendelőrejelzések, a személyre szabott MI-alapú katalógusok generálása, illetve a supply chain folyamatok automatizálása és fenntarthatóbbá tétele.³⁴

A megfelelő, erős szellemi tulajdonjogi portfólió kialakítása nem egyszerű feladat egy vállalat életében, hiszen szükséges igazodni a gyorsan változó technológiai környezethez, amely mellett biztosítani kell, hogy ezek létrehozása során ne sérüljenek a szellemi tulajdonjogok és az üzleti titkok, illetve képesek legyenek a szellemi vagyont értékelni a licenszelés és a tranzakciók tekintetében.³⁵ Ehhez mindenképpen érdemes a vállalatok stratégiai és jogi szempontjainak összehangolása, és szükséges az is, hogy MI rendszereiket átláthatóan és felelősen kezeljék versenytársaikkal szemben. Amennyiben nem kezelnek ilyen típusú MI rendszert, figyelemmel kell lenni arra is, hogy ezen rendszerek ellen egy erős, stratégiai és üzleti szempontból jelentős szellemi tulajdonjogi portfólióval tudják kiaknázni lehetőségeiket, hiszen első körben az a cél,

³¹ Összefoglaló az Európai Parlament Jogi Bizottságának A10-0019/2026. sz. jelentéséről a szerzői jogról és a generatív mesterséges intelligenciáról. Online: <https://shorturl.at/dmHrV>

³² CHEN Cindy – DARA Julia [É. n.]: *6 Fashion Startups: The Future of the Fashion Industry*. Fashioninnovation. Online: <https://fashioninnovation.nyc/fashion-startups/>

³³ SUWARDI Imanudin – SULAIMAN Abdullah (2026): Problems of Intellectual Property Rights Protection for Digital Startups as An Effort to Ensure Business Continuity and Technological Innovation. *Jurnal Greenation Sosial dan Politik*. 3(4). 958. Online: <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i4>

³⁴ SOOD Tam (2025): *The Algorithm Wears Prada: How AI Is Redefining Taste in Fashion*. LinkedIn. Online: <https://shorturl.at/7233M>

³⁵ HARREIS Holger I et al. (2023): Generative AI: Unlocking the future of fashion. *McKinsey & Company*. Online: <https://shorturl.at/DS9MX>

hogy az innováció és a versenyképesség támogatva legyen, nem pedig az, hogy az MI veszélyeztesse a szellemi tulajdonjogok védelmét.³⁶

Természetesen a két rendszer összehangolásához az is elengedhetetlen, hogy a vállalatok belső szabályzataikban a fejlesztők által létrehozott alkotások tulajdonjogának, a külső MI-alapú rendszerek használatának feltételeit, illetve az üzleti titkokhoz kötődő titoktartási kötelezettségeket megfelelően szabályozzák. Mivel az AI Act is egyre nagyobb hangsúlyt helyez a működés átláthatóságára, illetve a kockázatkezelésre, így elengedhetetlen a jogszabályi megfelelés biztosítása a vállalatok részéről. Az AI Act 53. cikke előírja a generatív MI modellek szolgáltatói számára, hogy el kell készíteniük a modell tanítási és tesztelési folyamatát, illetve olyan dokumentációkat kell kidolgozniuk, naprakészen tartaniuk, és rendelkezésre kell bocsátaniuk azon MI rendszerek szolgáltatók részére, amelyek az általános célú modellt be kívánják építeni MI rendszereikbe, amelyet a szellemi tulajdonjogok és az üzleti titkok védelmének sérelme nélkül kell megtenniük.³⁷ Mindez azt jelenti, hogy a ruha- és textiliparban működő vállalatoknak erős szellemi tulajdonjogi portfólióval és lajstromozott, nyilvántartott jogokkal kell rendelkeznie ahhoz, hogy meg tudják akadályozni jogérvényesítés útján szellemi tulajdonuk más generatív MI modellek betanítására történő felhasználását. Az AI Act kockázatalapú rendszert vezetett be a MI szabályozása számára, amely alapján ugyan a ruha- és textiliparba tartozó MI rendszerek többsége az alacsony kockázatú rendszerek kategóriájába tartozik, ennek ellenére ugyanúgy vonatkoznak rájuk az átláthatósági követelmények, mivel általános célú MI rendszer forgalomba hozójáról, üzembe helyezőjéről, vagy szolgáltatójáról van szó.³⁸

Tehát ahhoz, hogy a ruha- és textiliparban egy vállalat – legyen az startup vagy kis- és középvállalkozás – jövedelmezően működjön, álláspontom szerint mindenképpen érdemes a digitalizációval összhangban beépíteni és alkalmaznia valamilyen típusú MI modellt a tevékenységébe, amely jelentősen növelheti versenyképességét és üzleti értékét más versenytársakkal szemben. Ezt lehet alkalmazni a tervezési folyamatokban, amellyel pillanatok alatt, a trendelőrejelzés segítségével képesek ruhaterveket generálni, csökkentve a hulladéktermelést, vagy akár alkalmazható az ügyfélelégedettség növelésére virtuális stylist-ként vagy személyre szabott, MI által analizált ajánlásokat adhat.³⁹ A technológia mellett az általa elállított termék védelme is kulcsfontosságú kérdés, amennyiben a termék olyan folyamat eredményeként jött létre, amely megfelelt a szigorú átláthatósági és jogi követelményeknek, vagyis nem tartalmaz szerzői vagy iparjogvédelmi jog által védett terméket. Ezzel a ruha- és textilipari márkák számára lehetőséget kínálhatnak az etikus és átlátható MI gyakorlat alkalmazására, amelynek következményeképp akár nagyobb és erősebb fogyasztói bizalmat és hűséget építhetnek a márka irányába.⁴⁰ Ezért is fontos álláspontom szerint a tudatos és erős szellemi tulajdon menedzsment, ezzel az MI által felvetődő kockázatokat segíthet mérsékelni, megelőzheti a szellemi tulajdon-jogsértéseket, és a legfontosabb, hogy ösztönzi az innovációt a piaci szegmensen belül, emellett elősegíti a befektetések védelmét és a vállalat pozíciójának javítását.

³⁶ MANNO Elizabeth M. (2023): Five Ways AI Can Help with IP. *IP Watchdog*. Online: <https://shorturl.at/tyJV8>

³⁷ (EU) 2024/1689 rendelet a mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok megállapításáról, valamint a 300/2008/EK, a 167/2013/EU, a 168/2013/EU, az (EU) 2018/858, az (EU) 2018/1139 és az (EU) 2019/2144 rendelet, továbbá a 2014/90/EU, az (EU) 2016/797 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (a mesterséges intelligenciáról szóló rendelet), HL L 2024.07.12. (a továbbiakban: AI Act) 53. cikk (1) bekezdés a) és b) pont

³⁸ ZNATY Benjamin (2024): Fashion meets the AI Act – low risk systems with important transparency requirements. *TaylorWessing*. Online: <https://shorturl.at/siizb>

³⁹ BAK Sebastian – KALTHOF Roelant – SCHWARTZ Becca (2025): The AI-First Fashion Company. BCG. Online: <https://shorturl.at/CBIMO>

⁴⁰ ZNATY (2024) i. m. Online: <https://shorturl.at/siizb>

V. Záró gondolatok: alkalmazható-e a szellemi tulajdon menedzsment a digitális divat korában?

A ruha- és textilipar esetében a szellemi tulajdon védelme kiemelkedő szerepet kap, emellett összetett kérdéseket vet fel, ugyanis az iparágat jellemzik a gyorsan, dinamikusan és ciklikusan változó trendek, a rövid termékélekciklusok és az intenzív verseny az iparág szereplői között. Ezen sajátosságok végett fontos a vállalatok számára egy egységes és stratégiaileg erős szellemi tulajdonjogi portfólió megléte és alkalmazása, és a cél az, hogy a vállalatok megőrizzék piaci pozíciójukat és megvédjék fejlesztéseiket. Ezt jelentősen befolyásolta az MI megjelenése, amely lehetővé teszi a vállalatok számára a trendek pontos előrejelzését és annak mesterséges generálását, valamint a tervezési, illetve gyártási folyamatok gyorsítását és automatizálását, amely így fontos eszközzé válik az innováció ösztönzésében. Ugyanakkor az MI használata számos új kérdést is felvet annak tekintetében, hogy mennyire alkalmazható biztosan egy szellemi tulajdonjogi portfólió egy MI-t alkalmazó, óriásvállalattal szemben. Fontos megemlíteni a tanítóadatokat, illetve a szöveg- és adatbányászat módjának jogszerűségét, hiszen ebben az iparágban a jelenlegi jogi szabályozás, mint az AI Act vagy a CDSM irányelv igyekszik harmonizált és kézzelfogható megoldást adni, hogy megelőzzék a sorozatos, digitális szellemi tulajdonjogi jogsértéseket a generatív MI-t alkalmazó óriásvállalatok esetén, mint az „ultra fast fashion” vállalatok.

Megállapítható, hogy a ruha- és textilipari vállalatok hosszú távú sikerének egyik oka az innováció és a szellemi tulajdon menedzsment összehangolása. A jogszabályi környezet folyamatosan adaptálódik ugyan ezen problémákhoz, mint ahogy látható az Európai Parlament Bizottsághoz intézett indítványában is, amely várhatóan tovább alakítja majd a vállalatok részéről szigorúan veendő jogi megfelelést, viszont még nagyobb jelentőséggel bírhat számukra a jogszabályi keretek betartása, illetve az innováció összehangolása: azok a vállalati stratégiák biztosabb működőképességet és üzleti sikert eredményezhetnek, amelyek integráltan kezelik szellemi tulajdonuk védelmét, ezzel együtt pedig jogi szempontból megfelelően és átláthatóan működtetik MI-alapú rendszereiket.

A cím tehát lényegében tekinthető egy árnyaltabb paradoxonnak is: a design mellett a mögöttes lévő folyamatok is ugyanolyan kulcsfontosságúak a ruha- és textilipari vállalatok számára, hiszen ezek kombinációjával és szigorú kezelésével érhető el igazán hosszú távú és stabil működőképesség, illetve üzleti pozíció. Ugyanakkor álláspontom szerint a dizájn mint terméknek akkor van igazán üzleti értéke, ha a fogyasztókhöz az átláthatósági és jogbiztonsági követelmények figyelembevételével jut el, ezért is szükséges ennek biztosítása az elégedett ügyfélélmény érdekében.

VI. Irodalomjegyzék

6.1. Könyvek, folyóiratok, konferenciák:

AGARKAR Trupti (2025): The Role of Artificial Intelligence in the Fashion Industry: Navigating Intellectual Property Rights Through the Lens of Copyright Law. *LawFoyer International Journal of Doctrinal Legal Research*. 3(4). 1622-1642. Online: <https://doi.org/10.70183/lijdlr.2025.v03.192>

BRIOTE Sara de Freitas Pessoa (2023): *The Use of AI in the Fashion Industry: The Impacts on Intellectual Property Rights*. Master Thesis, Lisbon: Catolica Global School of Law.

HAIDER Muhammad Ali 1 et al. (2024): Global Intellectual Property Best Practices for Green Innovation: A Case Study of Pakistan. *Journal of Development and Social Sciences*. 5(1) 682-695. Online: [https://doi.org/10.47205/jdss.2024\(5-1\)61](https://doi.org/10.47205/jdss.2024(5-1)61)

HARKÖNEN Heidi (2020): Fashion piracy and artificial intelligence: the new creative environment come with new copyright issues? *Journal of Intellectual Property Law & Practice*. 15(3). 163-172. Online: [doi:10.1093/jiplp/jpaa021](https://doi.org/10.1093/jiplp/jpaa021)

HUSAKOVSKA Tetiana 1 et al. (2020): Forming a Portfolio of Intellectual Property of an Enterprise. *TEM Journal - Technology, Education, Management, Informatics*, 9(1), 269-275. Online: DOI:10.18421/TEM91-37

JIN Byounggho – CHILDS Michelle (2018): *Nike: An Innovation Journey*. In: Jin Byounggho – Cedrola Elena: *Palgrave Studies In Practice: Global Fashion Brand Management*. London:Palgrave Macmillan. 79-111. Online: https://doi.org/10.1057/978-1-137-52349-5_4

KÁLDOS Péter (2006): A szellemivagyon-értékelés elméleti és gyakorlati módszerei. *Iparjogvédelmi és Szerzői Jogi Szemle*, 111(4). 5-26. Online: <https://shorturl.at/D1j6p>

LOMBARDI Rosa 1. et al (2016): *Modern Trends for the Strategic Use of Intellectual Property Rights: Dynamic IP Portfolio Management, Open Innovation and Collaborative Organizations*. In: VRONTIS Demetris et al.: *Managing Globalization: New Business Models, Strategies and Innovation*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing. 114-137. ISBN 978-1443888974

OSTERMANN Christina M. 1 et al. (2019): Business Model Innovation for Circular Economy: A Fashion Industry Perspective. *XXI ENGEMA Conference, So Paulo, Brazil*. ISSN: 2359-1048.

Prof. Dr. LEVENDOVSKY János 1 et al (2025): *Szellemi tulajdon az akadémiai szférában*. Budapest: Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala. ISBN 978-963-9157-99-6.

SUWARDI Imanudin – SULAIMAN Abdullah (2026): Problems of Intellectual Property Rights Protection for Digital Startups as An Effort to Ensure Business Continuity and Technological Innovation. *Jurnal Greenation Sosial dan Politik*. 3(4). 951-959. Online: <https://doi.org/10.38035/jgsp.v3i4>

TODESCHINI Bruna Villa 1 et al. (2017): Innovative and sustainable business models in the fashion industry: Entrepreneurial drivers, opportunities, and challenges. *Business Horizons*. 60(6). 759-770. Online: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.07.003>

VIMALNATH Pratheeba 1 et al. (2022): Intellectual Property strategies for green innovations – An analysis of the European Inventor Awards. *Journal of Cleaner Production*. Vol. 377. 1-14. Online: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.134325>

WISNIEWSKI Adam (2025): Fast Fashion Business Model: A Review of Innovation Potential and Environmental Risks. *Economics and Environment*. 2(93). 1-16. Online: DOI: 10.34659/eis.2025.93.2.944

6.2. Jogszabályok:

a szerzői jogról szóló 1999. évi LXXVI. törvény

(EU) 2019/790 irányelv a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról, HL L 130/92, 2019.05.17.

(EU) 2024/1689 rendelet a mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok megállapításáról, valamint a 300/2008/EK, a 167/2013/EU, a 168/2013/EU, az (EU) 2018/858, az (EU) 2018/1139 és az (EU) 2019/2144 rendelet, továbbá a 2014/90/EU, az (EU) 2016/797 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (a mesterséges intelligenciáról szóló rendelet), HL L 2024.07.12.

az Európai Parlament Jogi Bizottságának A10-0019/2026. sz. jelentéséről a szerzői jogról és a generatív mesterséges intelligenciáról. Online: <https://shorturl.at/dmHrV>

6.3. Internetes források:

[Sz. n.] (2025): *SHEIN: How an Ultra-Fast Fashion Model Is Disrupting the Industry*. YAT Conseil. Online: <https://shorturl.at/IIB9i>

[Sz. n.] [É. n.]: *Nike Mind 001*. Online: <https://www.nike.com/hu/mind>

[Sz. n.] [É. n.]: *United States Design Patent*, No. US D1,110,009. Online: <https://ppubs.uspto.gov/pubwebapp/>

ABADIE Maximilien (2026): The Impact Of AI On The Fashion Industry, *Forbes*. Online: <https://shorturl.at/iDbNr>

ARJONA Ana (2025): Fast Fashion and Intellectual Property: When Is It Considered Copying or Inspiration? *Vogue*. Online: <https://shorturl.at/cfR93>

BAK Sebastian – KALTHOF Roelant – SCHWARTZ Becca (2025): The AI-First Fashion Company. BCG. Online: <https://shorturl.at/CBIMO>

CHEN Cindy – DARA Julia [É. n.]: *6 Fashion Startups: The Future of the Fashion Industry*. Fashinnovation. Online: <https://fashinnovation.nyc/fashion-startups/>

GOCHER Chloe (2025): Shein Lawsuit Alleges E-Commerce Giant Uses AI to Steal, Sell Copyrighted Designs. *ClassAction.org*. Online: <https://shorturl.at/LpYlv>

GOSSEIN Léa (2025): *8 tips on how to use AI in the apparel industry*. Government of the Netherlands. Online: <https://shorturl.at/X2Wdd>

HARREIS Holger 1 et al. (2023): *Generative AI: Unlocking the future of fashion*. *McKinsey & Company*. Online: <https://shorturl.at/DS9MX>

MANNO Elizabeth M. (2023): *Five Ways AI Can Help with IP*. *IP Watchdog*. Online: <https://shorturl.at/tyJV8>

SHADEL JD (2025): *What is Ultra Fast Fashion? Investigating Why It's Ultra Bad, Good On You*. Online: <https://goodonyou.eco/ultra-fast-fashion/>

SOOD Tam (2025): *The Algorithm Wears Prada: How AI Is Redefining Taste in Fashion*. LinkedIn. Online: <https://shorturl.at/7233M>

ZNATY Benjamin (2024): *Fashion meets the AI Act – low risk systems with important transparency requirements*. *TaylorWessing*. Online: <https://shorturl.at/siizb>

Impresszum

Kiadó: Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Nemzetközi Tanulmányok Kar
Civilisztikai Tanszék

A kiadásért felel: Dr. Deli Gergely rektor

Cím: 1083 Budapest, Ludovika tér 2.

Postacím: 1441 Budapest, Pf. 60.

E-mail: asztalos.zsofia.agnes@uni-nke.hu

Weboldal: <https://antk.uni-nke.hu/tanszekek/civilisztikai-tanszek/opuscula-civilia/az-opuscula-civilia>
ISSN: 2560-2039 (online)

A szerkesztőbizottság elnöke: Vékás Lajos akadémikus

A szerkesztőbizottság tagjai: Auer Ádám egyetemi docens, Fézer Tamás egyetemi tanár,
Fuglinszky Ádám egyetemi tanár, Leszkoven László egyetemi docens, Papp Tekla egyetemi tanár
Szerkesztőbizottság titkára: Muzsalyi Róbert, egyetemi adjunktus