

# Međunarodna zaštita intelektualnog prava vlasništva

---

Čevra, Suzana

Master's thesis / Specijalistički diplomski stručni

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:035621>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-30**

Repository / Repozitorij:

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Specijalistički diplomski stručni studij**  
**Projektni menadžment**

**SUZANA ČEVRA**

**MEĐUNARODNA ZAŠTITA INTELEKTUALNOG PRAVA**  
**VLASNIŠTVA**

**SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2021. godine**

**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Specijalistički diplomski stručni studij**  
**Projektni menadžment**

**SPECIJALISTIČKI ZAVRŠNI RAD**

**MEĐUNARODNA ZAŠTITA INTELEKTUALNOG PRAVA**  
**VLASNIŠTVA**

**Mentor:**  
**dr. sv. Milorad Ćupurdija**

**Naziv kolegija:**  
**Intelektualno vlasništvo i njegova zaštita**

**Studentica:**  
**Suzana Džepina Čevra**

**JMBAG studenta:**  
**0303059778**

## SADRŽAJ

<b>SAŽETAK</b> .....	<b>1</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>2</b>
<b>1. UVOD</b> .....	<b>1</b>
<b>2. INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO</b> .....	<b>2</b>
2.1 POJAM INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA.....	2
2.2 ULOGA I SVRHA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA .....	3
2.3 OBLICI INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA.....	4
2.3.1 Autorsko pravo .....	5
2.3.2 Dizajn .....	10
2.3.3 Patenti.....	13
2.3.4 Robni znakovi – žigovi .....	16
2.3.5 Ostali oblici intelektualnog vlasništva .....	19
2.4 ZAŠTITA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ .	20
2.4.1 Državni zavod za intelektualno vlasništvo.....	20
2.4.2 Udruge za kolektivno ostvarivanje prava.....	22
2.4.3 Zastupnici intelektualnog vlasništva .....	23
2.4.4 Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj .....	24
2.5 SVJETSKA ORGANIZACIJA ZA INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO.....	25
<b>3. ETIKA INTERNETA</b> .....	<b>26</b>
3.1 KRATKA POVIJEST INTERNETA .....	26
3.2 NETIKETA .....	27
3.2.1 Elektronička pošta .....	27
3.2.2 Diskusijske grupe .....	28
3.2.3 Forumi .....	28
3.2.4 Web stranice .....	29
3.3 INTERNET I SLOBODA GOVORA .....	30
3.3.1 Internet cenzura kod kuće.....	31
3.3.2 Internet cenzura u poduzećima.....	32
3.3.3 Internet cenzura na internacionalnoj razini .....	32

<b>4. PRAVNI ASPEKTI WEB I MULTIMEDIJSKIH SUSTAVA .....</b>	<b>36</b>
4.1 OSNOVE PRAVA U WEB I MULTIMEDIJSKIM SUSTAVIMA.....	36
4.2 POKRET OTVORENOG KODA .....	38
4.3 CREATIVE COMMONS.....	39
4.4 POŠTENA UPORABA .....	43
4.5 E-TRGOVINA.....	48
4.6 ZAŠTITA IZGLEDA .....	49
4.7 NOVE GRANICE INTERNETA.....	50
4.8 PRAVNE UPUTE ZA WEB DIZAJNERE.....	51
<b>5. UPORABA ZAŠTIĆENIH MATERIJALA.....</b>	<b>53</b>
5.1 WEB SADRŽAJ.....	53
5.2 Fotografije .....	54
5.3 Tekst .....	55
5.4 Robni znakovi.....	55
5.5 Film, televizija i radio.....	55
5.6 Glazba.....	56
<b>6. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>57</b>
<b>7. IZJAVA.....</b>	<b>58</b>
<b>8. POPIS LITERATURE .....</b>	<b>59</b>
8.1 KNJIGE I RADOVI .....	59
8.2 INTERNETSKI IZVORI.....	59
<b>9. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA.....</b>	<b>63</b>
9.1 POPIS SLIKA.....	63
9.2 POPIS TABLICA .....	64
<b>ŽIVOTOPIS.....</b>	<b>65</b>

## SAŽETAK

U današnje vrijeme kada je dostupnost informacija na internetu sve veća, potrebna je zaštita intelektualnog prava vlasništva. Intelektualna pravna zaštita ne odnosi se samo na knjige i radove, već se odnosi i na sva nematerijalna dobra koja se mogu umnožavati ili mijenjati pa prikazivati drugima. Zaštita nije dovoljna samo na razini države, već je potrebno zaštititi vlasništvo na međunarodnoj razini. Dakle, neovlaštena uporaba određenog predmeta intelektualnog vlasništva se promatra kao povreda prava vlasnika pri čemu vlasnik može podići određenu tužbu.

Intelektualno vlasništvo definira se kao pravo osobe koje autor ima na svoje djelo, odnosno pravo nema autor nego objekt nad kojim se izdaje zaštita. U radu će se definirati različiti oblici intelektualnog vlasništva te objasniti prava objekta. Oblici intelektualnog vlasništva mogu biti autorsko pravo, dizajn, patentni, robni znakovi, odnosno žigovi i ostali oblici. Kako je za zaštitu potrebno poznavati određene zakone i institucije, u nastavku rada osvrnut ćemo se na ustanove koje se bave zaštitom intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj.

Danas se sve više koristi internet, a time nastaje i sve veća zlouporaba djela na internetu, pa se kroz rad objašnjava etika interneta. Obično korisnici interneta imaju problem zaštite privatnosti i kopiranja tuđih djela. Kako bi se pravilno komercijaliziralo intelektualno vlasništvo potrebno je obratiti pažnju na etiku interneta.

Osim licenciranja i prodaje autorskih prava žigova, patenata i sličnog, postoje i pravni aspekti web i multimedijjskih sustava. Kroz rad će se prikazati osnovna prava i upute za web dizajnere koji rade određene web stranice.

Nadalje, kroz rad će se osvrnuti kako koristiti zaštićene materijale poput web sadržaja, fotografija, teksta, robnih znakova, filmova, televizije, radija i glazbe.

**Ključne riječi:** međunarodna zaštita intelektualnog prava vlasništva, autorsko pravo, dizajn, patentni

**Title in English: INTERNATIONAL PROTECTION OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS**

**ABSTRACT**

*Nowadays, when the availability of information on the Internet is increasing, the protection of intellectual property rights is needed. Intellectual legal protection does not only apply to books and works, but also to all intangible assets that can be reproduced or changed and then shown to others. Protection is not only sufficient at the state level, but it is necessary to protect property at the international level. Thus, the unauthorized use of a particular intellectual property object is viewed as a violation of the owner's rights whereby the owner can file a particular lawsuit.*

*Intellectual property is defined as the right of a person that the author has to his work, ie the right is not the author but the object over which protection is issued. The paper will define various forms of intellectual property and explain the rights of the object. Forms of intellectual property can be copyright, design, patents, trademarks, or trademarks and other forms. As it is necessary to know certain laws and institutions for protection, in the continuation of the paper we will refer to the institutions dealing with the protection of intellectual property in the Republic of Croatia.*

*Today, the Internet is being used more and more, and thus there is a growing abuse of the work on the Internet, so the work explains the ethics of the Internet. Usually Internet users have a problem protecting privacy and copying other people's works. In order to properly commercialize intellectual property, it is necessary to pay attention to the ethics of the Internet.*

*In addition to licensing and selling copyright trademarks, patents and the like, there are also legal aspects of web and multimedia systems. The paper will show the basic rights and instructions for web designers who work on certain websites.*

*Furthermore, the paper will look at how to use protected materials such as web content, photographs, text, trademarks, movies, television, radio and music.*

**Key words:** international protection of intellectual property rights, copyright, design, patents

## 1. UVOD

Danas, u moderno doba internet postaje sve češći i sve važniji oblik komunikacije. Internet sadrži veliku količinu informacija, te možemo primijetiti kako se internet rasprostranio diljem cijelog svijeta te tako omogućio dostupnost velikog broja informacija i podataka. No, dostupnost tih podataka i informacija doveo je do drugog problema – zlouporabe dostupnih materijala.

Mnogi ljudi nisu niti svjesni činjenice kako svaka informacija koja se nalazi na internetu je ujedno i zaštićena nekim oblikom prava. Iako je povreda autorskih prava kazneno djelo, kršenje istoga postalo je svakodnevnica. Ono se smatra prekršajem, a može dovesti i do građanske parnice ukoliko vlasnik prava odluči pokrenuti tužbu.

Kako bi se građanima ukazala svijest o kršenju autorskih prava, sve se više spominje i javlja pojam intelektualnog vlasništva kako bi se pokušalo smanjiti trgovanje i iskorištavanje ideja i izuma pojedinaca.

Potreba za zaštitom originalnih ideja je nastala razvojem pravnih okvira te institucije vlasništva. Zaštitom ideja se onemogućava stjecanje imovinske koristi onima koji ih žele iskoristiti. Upravo tako su nastali sami termini autorskih prava i intelektualnog vlasništva koji su i tema ovog rada.

Svrha ovog diplomskog rada je podići svijest o vrijednosti ljudskih ideja i izuma, definirati i objasniti pojmove vezane uz pravne i etičke aspekte intelektualnog vlasništva te na taj način korisnicima ukazati na koji način se mogu koristiti dostupnim informacijama bez da krše prava, a s druge strane vlasnicima prava ukazati na sva prava koja oni kao vlasnici imaju prilikom objavljivanja svojih radova.



## 2. INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO

U ovom odlomku definirat će se intelektualno vlasništvo te objasniti uloga i svrha intelektualnog vlasništva. Nadalje nabrojat će se i objasniti koji su oblici intelektualnog vlasništva te koje su institucije u Republici Hrvatskoj zadužene za provedbu prava intelektualnog vlasništva. Na kraju će se ukratko opisati Svjetska organizacija za intelektualno vlasništvo.

### 2.1 POJAM INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA

Intelektualno vlasništvo sve nas okružuje. Ono je dio naše svakodnevice i svakodnevno se susrećemo s nekim oblikom intelektualnog vlasništva. Bilo da se radi o odjeći, glazbi, knjigama, filmovima, sve ono na neki način čini intelektualno vlasništvo. Stoga dolazimo do pitanja što je to zapravo intelektualno vlasništvo?

*“Pravna znanost intelektualno vlasništvo definira kao pravo. Sam pojam intelektualnog vlasništva označava posebna, specifična, prava koja imaju autori, izumitelji i ostali nositelji intelektualnog vlasništva. Intelektualno vlasništvo, znači, nije vlasništvo nad materijalnim predmetom, već pravo nad nematerijalnom objektu zaštite koje pravni poredak zemlje priznaje nositelju intelektualnog vlasništva.”* (Katulić, 2006; 16).

Pojam intelektualnog vlasništva se prvi puta spominje na sudu američke savezne države. Dakle, 1845. godine u Massachusetts-u, okružni sud vodi slučaj Davoll i ostali protiv Browna. Radi se o slučaju patenta kada je sudac Charles L. Wooldbury napisao „*samo na ovakav način možemo zaštititi intelektualno vlasništvo, proizvode uma, proizvode i interese koje čovjek posjeduje, kao i plodove njegovog rada...*“<sup>1</sup>

Od 1845. godine, do danas prošlo je 176 godina kada se prvi put spomenuo pojam intelektualnog vlasništva. Nažalost, niti danas taj pojam nije najjasniji. Diljem zemlje se taj pojam polako usvaja, odnosno pravni sustav usvaja pojam intelektualnog vlasništva, jedinstvene standarde sadržaja i primjene samog vlasništva.

*“Sam pojam intelektualnog vlasništva označava posebna, specifična, prava koja imaju autori, izumitelji i ostali nositelji intelektualnog vlasništva. Intelektualno vlasništvo, znači nije neko konkretno, materijalno vlasništvo nad nekim predmetom, već pravo odnosno skup ovlaštenja koje pravni poredak zemlje priznaje nositelju intelektualnog vlasništva.”* (Katulić, 2006; 19).

U suvremenom životu značajnu ulogu ima intelektualno vlasništvo. Ono se smatra preduvjetom za bolju zaštitu izuma, planiranja, ali i pružanja usluga. Odnosi se na informacije ili znanje, a smatra se kao pravo nad nematerijalnim dobrom. Poneki autori intelektualno vlasništvo definiraju i kao kreaciju uma, a pod to pripadaju invencije, literarni i umjetnički radovi, određeni simboli, nazivi, imena, pa čak i dizajni koji su korišteni u komercijalnoj uporabi. Kada se spomene informacije i znanje, a i ostali elementi, oni mogu biti ukalupljeni u isto vrijeme i

---

<sup>1</sup> Davol et al v. Brown, str. 2.

u različite objekte, čime može dovesti do neograničenog broja kopija, a opet na različitim lokacijama u cijeloj zemlji. „Vlasništvo se ne odnosi na te kopije, već na informaciju ili znanje koje je reflektirano u njima. Prava intelektualnog vlasništva također mogu imati ograničenje trajanja u slučaju patenata i autorskih prava.“<sup>2</sup>

Kao što postoji pravo nad materijalnim vlasništvima, tako postoji i pravo nad nematerijalnim vlasništvima i ono se naziva prava intelektualnog vlasništva. Prema tome se može zaključiti da su jednaka pravima bilo kojeg drugog vlasništva. Intelektualna prava vlasništva autoru ili vlasniku omogućuju stjecanje određenog dobra od svog rada ili neke investicije. Pod određenim dobrom se smatra određena zarada, promoviranje i slično.

## 2.2 ULOGA I SVRHA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA

Postavlja se pitanje koja je zapravo svrha promovirati i štiti intelektualno vlasništvo? Kao prvo, možemo reći da napredak ljudskog društva uvelike ovisi o novim otkrićima u području tehnologije i kulture. Kada se kreacije i inovacije ne bi štitele, inovatori više ne bi imali interes i motivaciju za daljnjim kreacijama. Kao drugo, takva zakonska zaštita novih kreacija i izuma dovodi do proširenja dodatnih resursa, što naposljetku dovodi i do daljnje inovacije. Također, zaštita intelektualnog prava vlasništva u današnje vrijeme jača ekonomiju, ponekad kreira nove poslove, a i samim time obogaćuje kvalitetu života.

Interes zajednice poistovjećen je sa stalnim razvojem gospodarstva. Veliku ulogu za taj razvoj imaju tehnički i tehnološki napredak, pri čemu izumi imaju veoma značajnu ulogu. Današnjem je društvu u interesu da se sve razvija pa su stoga i maksimalno zainteresirani potpomognuti izumiteljstvo i štiti izumitelje. Društvo je danas napretkom tehnologije postalo svjesno da ne postoje izumi da ne bi niti postojalo današnje društvo kao takvo kakvo postoji, ali da istovremeno ti izumi nisu zaštićeni na način kako bi trebali biti.

Bez obzira na sve to, intelektualno vlasništvo i dalje nije zaštićeno onako kako bi moglo i trebalo biti. Zapravo je suprotno, jer s razvojem digitalne tehnologije, sve se više krše prava autora. Zato je vrlo važno da se autorima dodijeli zasluga za njihov rad i dijela te da se priznaju, bilo da se radi o djelima s komercijalnom ili kulturnom vrijednošću.

Kao što je već navedeno, zaštitom intelektualnog vlasništva profitirati može sam autor, odnosno vlasnik djela i društvo. S druge strane od intelektualnog vlasništva koristi imaju i „obični“, odnosno prosječni ljudi.

---

<sup>2</sup> *Understanding Copyright and Related Rights*, (2016). WIPO, Dostupno na: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_909\\_2016.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_909_2016.pdf). (02.09.2021.), str. 5-6.

Kako bi to pobliže pojasnili, navesti ćemo nekoliko primjera<sup>3</sup>:

- Poduzeća koja snimaju (proizvode) filmove ne bi postojale bez intelektualnog vlasništva. Na primjer, slavan film koji svojim reproduciranjem zarađuje ogromnu svotu američkih dolara, ujedno i ljudima diljem svijeta donosi zadovoljstvo.
- Da ne postoje različiti oblici zaštite robnih imena, putem kojih se štiti od piratstva i prijevare kupci ne bi imali mogućnost sigurne kupnje.
- Sustav patenata omogućuje nagrade, a time istraživači dobivaju motivaciju za proizvodnju boljih proizvoda.

## 2.3 OBLICI INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA

U prethodnom poglavlju je definiran pojam intelektualnog vlasništva, a sada će se objasniti oblici intelektualnog vlasništva. Na višoj razini intelektualno vlasništvo se dijeli na industrijsko vlasništvo, neformalno intelektualno vlasništvo te na autorska i srodna prava.

Prema Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo (2021) prema području djelatnosti intelektualno stvaralaštvo se može zaštititi prema sljedećoj podjeli:

- Zaštita najčešćih oblika industrijskog vlasništva:
  - Patent,
  - Robi znakovi (žigovi ili zaštitni znakovi),
  - Oznake zemljopisnog podrijetla i oznake izvornosti,
  - Zaštićene topografije poluvodičkih proizvoda,
  - Zaštićene biljne sorte.
- Zaštita najčešćih predmeta autorskog prava
  - Različita književna djela,
  - Glazbena djela,
  - Dramska i dramsko-glazbena djela,
  - Koreografska i pantomiska djela,
  - Djela likovnih umjetnosti s područja slikarstva, kiparstva i arhitekture,
  - Djela primijenjenih umjetnosti,
  - Fotografiska djela,
  - Kinematografska djela,
  - Prijevodi, prilagodbe, obrade i druge prerade djela,
  - Zbirke autorskih djela, podataka ili druge građe.
- Zaštita najčešćih predmeta srodnih prava
  - Različite izvedbe izvođača umjetnika,
  - Fonogrami,
  - Emitiranje radija i televizije.

---

<sup>3</sup> *What intellectual property and your work*, (n.d). Dostupno na: <https://www.gov.uk/intellectual-property-an-overview>. (02.09.2021.)

Od navedenih oblika u nastavku će detaljnije biti objašnjeno autorsko pravo koje štiti materijale poput literature, umjetnosti, glazbe, filma, zvuka i slično, zatim dizajn koji se odnosi na vizualni izgled proizvoda. Tehničke i funkcionalne aspekte proizvoda i procesa koje štite patenti, a znakove i imena štite robni znakovi, odnosno žigovi.<sup>4</sup>

### 2.3.1 Autorsko pravo

Autorsko pravo potječe od latinske riječi *auctor*, koja je u klasičnom latinskom jeziku imala značenje množitelj, stvoritelj, začetnik, dok je suvremeno značenje stvoritelj, začetnik ili tvorac duhovne tvorevine. Upravo iz toga proizlazi da je autorsko pravo „pravo autora (tvorca) intelektualne tvorevine“ (Henneberg, 2001; 1).

Katulić (2006) navodi kako je autorsko pravo skup pravnih pravila, među kojima je za Republiku Hrvatsku najznačajniji *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima* (ZASP). Navedeni Zakon određuje pravne odnose u pogledu autorskih djela. U pravnom smislu autorsko pravo se upotrebljava tako da obuhvaća samo pravo autora književnih, znanstvenih i umjetničkih djela. *“To je pravo najveća privatnopravna vlast apsolutnog djelovanja koja daje neposrednu vlast u pogledu intelektualne tvorevine – autorskog djela.”* (Katulić, 2006; 23).

*“Autorsko djelo je originalno, duhovno (intelektualno) ostvarenje iz književnog, umjetničkog i znanstvenog područja koje ima individualni karakter i koje je na neki način izraženo. Za pojam autorskog djela kao temeljnog pojma autorskog prava bitno je da se radi o originalnom intelektualnom (kreativnom) ostvarenju, odnosno ostvarenju ljudskog duhovnog stvaralaštva. Originalnost (izvornost) u smislu autorskog prava ne zahtijeva apsolutnu novost, već se traži tzv. subjektivna originalnost (izvornost), odnosno novost u subjektivnom smislu. Djelo se smatra originalnim ako autor ne oponaša drugo njemu poznato djelo. Dalje je potrebno da je djelo iz književnog, znanstvenog ili umjetničkog područja.”*<sup>5</sup>

Henneberg (2001) sistematizira tumačenje drugih autora o značenju pojma autorskog prava prema samom opsegu promatranja. Opseg promatranja ima tri značenja i u svima se može neovisno promatrati:

- Uže značenje obuhvaća samo pravo u pogledu intelektualnih tvorevina s književnog, znanstvenog i umjetničkog područja.
- Šire značenje obuhvaća pravo autora s područja književnog, glazbenog i drugog umjetničkog stvaralaštva i o autorskom pravu srodnih prava.
- Najšire značenje obuhvaća pravo autora tvorevine s područja književnog, glazbenog i drugog umjetničkog stvaralaštva i tvorevina s područja tehničkog stvaralaštva.

<sup>4</sup> *What intellectual property and your work*, (n.d). Dostupno na: <https://www.gov.uk/intellectual-property-an-overview>. (02.09.2021.)

<sup>5</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021). *Autorsko djelo*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/autorsko-djelo/>. (02.09.2021.)

*Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima* kaže kako autorska djela nisu isključivo :

- jezična djela – odnosno pisana djela, govorna djela, računalni programi,
- glazbena djela, s riječima ili bez riječi,
- dramska i dramsko-glazbena djela,
- djela likovne umjetnosti (s područja slikarstva, kiparstva i grafike), bez obzira na materijal od kojega su načinjena, te ostala djela likovnih umjetnosti,
- djela arhitekture,
- djela primijenjenih umjetnosti i industrijskog dizajna,
- fotografska djela i djela proizvedena postupkom sličnim fotografskom,
- audiovizualno djela (kinematografska djela i djela stvorena na način sličan kinematografskom stvaranju),
- kartografska djela,
- prikazi znanstvene ili tehničke prirode kao što su crteži, planovi, skice, tablice i drugo.

Autor djela je nositelj autorskog prava te kao i vlasnik ima pravo odlučivati o uporabi tog djela. Prema tome, autor i vlasnik imaju jednaka prava. Na primjer, vlasnik može prodati djelo, a autor može drugima omogućiti, odnosno dodijeliti prava na korištenje svoga djela. Iz toga je vidljivo, kako autor djela ne treba biti i sam nositelj autorskog prava, već autor može na primjer raditi rad po narudžbi te tada autorsko pravo pripada vlasniku djela. Prema Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021) „*Autor djela je fizička osoba koja je djelo stvorila. Autorom se smatra osoba čije je ime, pseudonim ili znak na uobičajen način označen na primjercima djela dok se ne dokaže suprotno.*“<sup>6</sup>

Kada djelo ima jednu ili više osoba navedeno kao autor, tada se govori o koautorskom djelu. Postoje dvije različite vrste koautorskog djela. Prva vrsta je kada je djelo nedjeljiva cjelina te tada zajedničko autorsko pravo pripada autorima, a druga vrsta je kada se razlikuju dijelovi u djelu te svaki autor ima autorsko pravo na svojem autorskom djelu.<sup>7</sup>

Nositeljem autorskog prava autora postaje ostvarenjem dijela, dok za stjecanje autorskog prava nije potreban formalan postupak registracije. Kao i sve ostalo, autorsko djelo ima svoj vijek trajanja, što znači da autorsko pravo vrijedi za života autora te sedamdeset godina od dana

---

<sup>6</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021). *Autorsko djelo*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/autorsko-djelo/>. (02.09.2021.)

<sup>7</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 10. i 11., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

njegove smrti. Kada je u pitanju koautorsko djelo, onda je vijek trajanja sedamdeset godina od smrti autora koji je najduže živio.

Prema *Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima*, možemo razlikovati dvije vrste ovlaštenja u okviru autorskog prava:

- autorska moralna (osobna) prava,
- autorska imovinska prava,
- i dodatna treća vrsta: druga prava autora.

Autorska moralna, odnosno osobna prava se odnose na to da autor djela bude priznat kao tvorac djela. Spomenuta prava mu daju pravo da on sam odluči kada će svoje djelo predstaviti javnosti, odnosno pravo prve objave. „*Autor ima pravo odrediti hoće li, kada, gdje, kako i pod kojim uvjetima njegovo autorsko djelo biti prvi put objavljeno. Do objave autorskog djela autor ima pravo na otkrivanje javnosti sadržaja ili opisa svojeg autorskog djela.*“<sup>8</sup>

Prema *Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima* (2018) pod moralna prava se podrazumijeva pravo priznavanja autorstva, zatim pravo poštivanja autorskog djela i časti te ugled autora i pravo pokajanja. „*Autor ima pravo opozvati pravo na iskorištavanje njegovoga autorskog djela, i njegovo daljnje korištenje, uz popravljivanje štete korisniku toga prava ako bi daljnje korištenje štetilo njegovoj časti ili ugledu.*“<sup>9</sup> Prema navedenom, moralna prava su prava koja su strogo osobna, Nakon smrti autora o moralnim pravima mogu brinuti nasljednici ili zakonom određene organizacije.

Autorsko imovinsko pravo je pravo koje je isključivo pravo korištenja autorskog djela. Kod imovinskog prava ugovor autor dodjeljuje pravo na korištenje drugima, s time da ta prava mogu biti uz određenu naknadu ili bez naknade. Kod ustupljanja ugovora, on mora biti napisan i sklopljen u pisanom obliku. Ugovor se sastoji od djela na koje se odnosi, način korištenja djela i obavezno navedena osoba koja je ovlaštena za korištenje autorskog djela. Osim na već postojeće djelo, autorsko pravni ugovor se može sklopiti i za djelo koje još ne postoji, ali pod uvjetima da se u ugovoru unaprijed definira vrsta i način korištenja budućeg djela. Visina naknade se također definira ugovorom. U slučaju da visina naknade nije određena ili da je neprimjerena, autor ima pravo na promjenu naknade (Katulić, 2006; 71). „*Autor ima isključivo pravo sa svojim autorskim djelom i koristima od njega činiti što ga je volja, te svakoga drugoga od toga isključiti, ako zakonom nije drukčije određeno*“. Prema *Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima*, pravo obuhvaća<sup>10</sup>:

- pravo reproduciranja, odnosno pravo umnožavanja,

---

<sup>8</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 14., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

<sup>9</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 17., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

<sup>10</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 18., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

- pravo distribucije ili pravo stavljanja u promet,
- pravo priopćavanja autorskog djela javnosti,
- pravo prerade

Pravo reproduciranja ili pravo umnožavanja je pravo izrade autorskog djela u „jednom ili više primjeraka, izravno ili neizravno, privremeno ili trajno, bilo kojim sredstvima ili u bilo kojem obliku.“<sup>11</sup>

„Pravo distribucije je isključivo pravo stavljanja u promet izvornika ili primjeraka autorskog djela prodajom ili na bilo koji drugi način te njihova nuđenja javnosti u tu svrhu... Iznajmljivanje označava davanje na korištenje izvornika ili primjeraka djela u ograničenom razdoblju, radi ostvarivanja izravne ili neizravne imovinske ili komercijalne koristi.... Autor koji svoje pravo iznajmljivanja prepusti proizvođaču fonograma ili filmskom producentu, ili bilo kojoj drugoj osobi, zadržava pravo na primjerenu naknadu za iznajmljivanje svojega autorskog djela. Autor se ne može odreći prava na tu primjerenu naknadu. Naknadu za iznajmljivanje dužna je plaćati osoba koja iznajmljuje autorsko djelo.“<sup>12</sup>

Autor ima pravo na priopćavanje autorskog djela, a ono obuhvaća<sup>13</sup>:

- pravo javnog izvođenja – odnosi se na čitanje ili recitiranje književnog djela te javno glazbeno izvođenje djela,
- pravo javnog prikazivanja scenskih djela – scensko izvođenje dramskog, dramsko glazbenog, koreografskog ili pantomimskog djela scenskim prikazivanjem,
- pravo javnog prenošenja – priopćavanje djela javnosti koja se nalazi izvan mjesta gdje se to djelo izvodi (putem ekrana, zvučnika, itd.),
- pravo javnog priopćavanja fiksiranog djela – javno priopćavanje zvučno ili vizualno snimljenog autorskog djela,
- pravo javnog prikazivanja – priopćavanje javnosti likovna djela, djela arhitekture, industrijskog dizajna i ostalog pomoću tehničkih uređaja,
- pravo radiodifuzijskog emitiranja – pravo priopćavanja autorskog djela putem radijskih ili televizijskih programskih signala,

---

<sup>11</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 19., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

<sup>12</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 21-30., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

<sup>13</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 21-30., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)

- pravo radiodifuzijskog reemitiranja – prikazivanje djela javnosti putem radiodifuzije u neizmijenjenom obliku, ali na primjer kada to priopćavanje obavlja neka organizacija koja ga nije izvorno emitirala,
- pravo javnog priopćavanja radiodifuzijskog emitiranja – priopćavanje javnosti autorskog djela koje se emitira radiodifuzijom, pomoću zvučnika, ekrana, ili nekog sličnog tehničkog uređaja,
- pravo stavljanja na raspolaganje javnosti – stavljanje autorskog djela na raspolaganje javnosti s mjesta i u vrijeme koje mu odgovara.

Na kraju, postoji i pravo prerade – „*pravo na prevođenje, prilagođavanje, glazbenu obradu ili koju drugu preinaku autorskog djela.*“<sup>14</sup>

Osim navedenih podjela, postoje i druga prava, ali ona se ne mogu svrstati niti u imovinska, niti u moralna prava autora. Pod drugim pravima smatraju se prava na nakladu, pravo slijeđenja i ostala druga prava autora.

U međunarodnoj uporabi autorsko pravo se označava sa znakom ©, koji je prikazan na slici 1. Znak © je kratica za *copyright*, i uz njega se obavezno piše nositelj autorskog prava i godina prvog izdanja djela. *Copyright* se u engleskom jeziku koristi za autorsko pravo, a znači tiskanje primjeraka, to jest kopija knjiga. U Engleskoj je početkom 20. stoljeća donesen zakon u kojem je *copyright* dobio puno šire značenje. Od tada riječ *copyright* obuhvaća sva prava autora u pogledu njihovih autorskih djela (Katulić, 2006; 71).



Slika 1. Međunarodni znak *copyrighta*

Potrebno je napomenuti kako sva djela nisu zaštićena autorskim pravom. Ako uzmemo za primjer znanstvena otkrića, matematički koncept, poslovne modele i pravila igre, koji otkrivaju postojeće nepoznate prirodne zakone, onda možemo primijetiti kako ona nisu zaštićena autorskim pravom. Osim navedenog, postoje i zakoni, podzakonski akti te mnogi drugi propisi

<sup>14</sup> Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*. Zagreb: Narodne novine d.d., Članak 31., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)



koji su iz područja zakonodavstva, uprave i sudstva te oni također nisu zaštićeni autorskom pravom.

Danas postoji mnogo medijskih informacija, poput dnevnih novosti ili nekih drugih vijesti. Ako pogledamo kako mediji prenose jedni od drugih informacije, tada isto možemo vidjeti kako nisu zaštićene autorskim pravom.

Uz razvitak tehnologije pojavljuju se i srodna prava autorskima. Prema Katulić (2006; 26) ta prava su:

- Pravo umjetnika izvođača,
- Pravo proizvođača fonograma,
- Pravo filmskih producenata,
- Pravo organizacija za radiofuziju,
- Pravo nakladnika na njihovim izdanjima,
- Pravo proizvođača baza podataka.

Navedena prava se razlikuju od autorskog prava, ali se definiraju u istom zakonu kao i autorsko pravo, odnosno u *Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima*.

### 2.3.2 Dizajn

Za industrijski dizajn podrazumijeva se zaštita vanjskog izgleda i pojavnosti nekog proizvoda. Često se dogodi da kvaliteta proizvoda nije dovoljna, već postoji potražnja za estetskom kvalitetom. Kvaliteta proizvoda se smatra kao dio intelektualnog stvaranja, stoga posjeduje i odgovarajuću zaštitu. Prema tome industrijski dizajn se može definirati kao estetski aspekt proizvoda. On se može sastojati od trodimenzionalnih i dvodimenzionalnih osobina. Industrijski dizajn se primjenjuje na proizvode koji su strojno proizvedeni, ali se isto tako može primijeniti i na proizvode koji su ručno proizvedeni. Izražaj industrijskog dizajna najviše se može vidjeti kod određenih luksuznih proizvoda, poput odjeće, obuće, nakita i satova. (Katulić, 2006).

Industrijski dizajn ima za cilj zaštititi vlastita ulaganja u razvoj proizvoda i njegovu proizvodnju. Za zaštitu dizajna postoji *Zakon o industrijskom dizajnu*, koji govori o tome da se dizajn treba smatrati novim samo u slučaju da nijedan istovjetni dizajn nije bio dostupan javnosti prije podnošenje prijave. Industrijski dizajn ima velik broj prednosti kao što su (Katulić, 2006; 38):

- Privlačnost proizvoda,
- Povećanje prodaje,
- Povećanje vrijednosti proizvoda.

Ideja o povezivanju umjetnika i same industrijske proizvodnje je stvorila industrijski dizajn. Time dolazi do uljepšavanja industrijskog proizvoda uz uništavanje imitacija proizvoda.

„Industrijski dizajn je ornamentalni ili estetski aspekt određenog proizvoda. Industrijski dizajn se može sastojati od trodimenzionalnih osobina, odnosno obila ili reljefa, kao i dvodimenzionalnih osobina poput uzoraka, linija crteža i boja.“ (Katulić, 2006; 38).

Zaštitom industrijskog dizajna proizvođač automatski štiti i vlastita ulaganja u razvoj i proizvodnju. Jednom kada proizvođač zaštiti dizajn, ono postaje vlasništvo autora ili određenog poslovnog subjekta, čime utječe i na njegovu vrijednost na tržištu.

Prema *Pravilniku o industrijskom dizajnu*, za zaštitu dizajna potrebno je ispuniti sljedeće pretpostavke: objektivnu novost, individualni karakter te da se dizajn ne protivi javnom interesu ili moralnim načelima.

Objektivna novost se u *Pravilniku* definira: „Dizajn se smatra novim ako nijedan istovjetni dizajn nije bio učinjen dostupnim javnosti prije datuma podnošenja prijave za registraciju industrijskog dizajna ili, ako je zatraženo pravo prvenstva, prije datuma priznatog prvenstva.“<sup>15</sup>

Prema *Pravilniku*, individualnim karakterom „Smatra se da dizajn ima individualan karakter ako se ukupni dojam koji ostavlja na upućenog korisnika razlikuje od ukupnog dojma koji na takva korisnika ostavlja bilo koji dizajn koji je bio učinjen dostupnim javnosti prije datuma podnošenja prijave industrijskog dizajna ili, ako je zatraženo pravo prvenstva, prije datuma priznatog prvenstva.“<sup>16</sup>

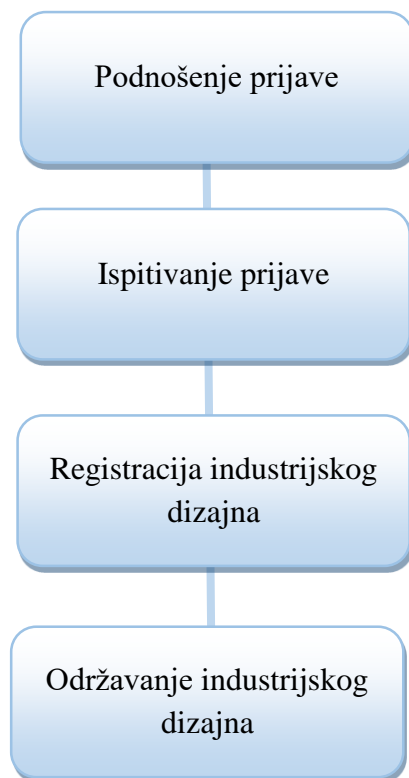
Za razliku od autorskih prava, zaštita industrijskog dizajna traje puno kraće. Trajanje industrijskog dizajna je od dana prijave, pa sljedećih pet godina. Naravno, zaštitu industrijskog dizajna po isteku od pet godina je moguće produžiti na još pet godina, a ukupno do dvadeset i pet godina.

Na slici 2. prikazan je postupak zaštite industrijskog dizajna u Republici Hrvatskoj. Sam postupak zaštite industrijskog dizajna nadgleda Državni zavod za intelektualno vlasništvo. Zaštita dizajna se vrši na temelju *Zakona o industrijskom dizajnu* i *Pravilniku o industrijskom dizajnu*.

---

<sup>15</sup> Narodne novine (2017). *Pravilnik o industrijskom dizajnu*. Članak 4. Preuzeto s: [https://www.dziv.hr/files/File/zastita/pravilnik\\_dizajn\\_HR.pdf](https://www.dziv.hr/files/File/zastita/pravilnik_dizajn_HR.pdf). (02.09.2021.)

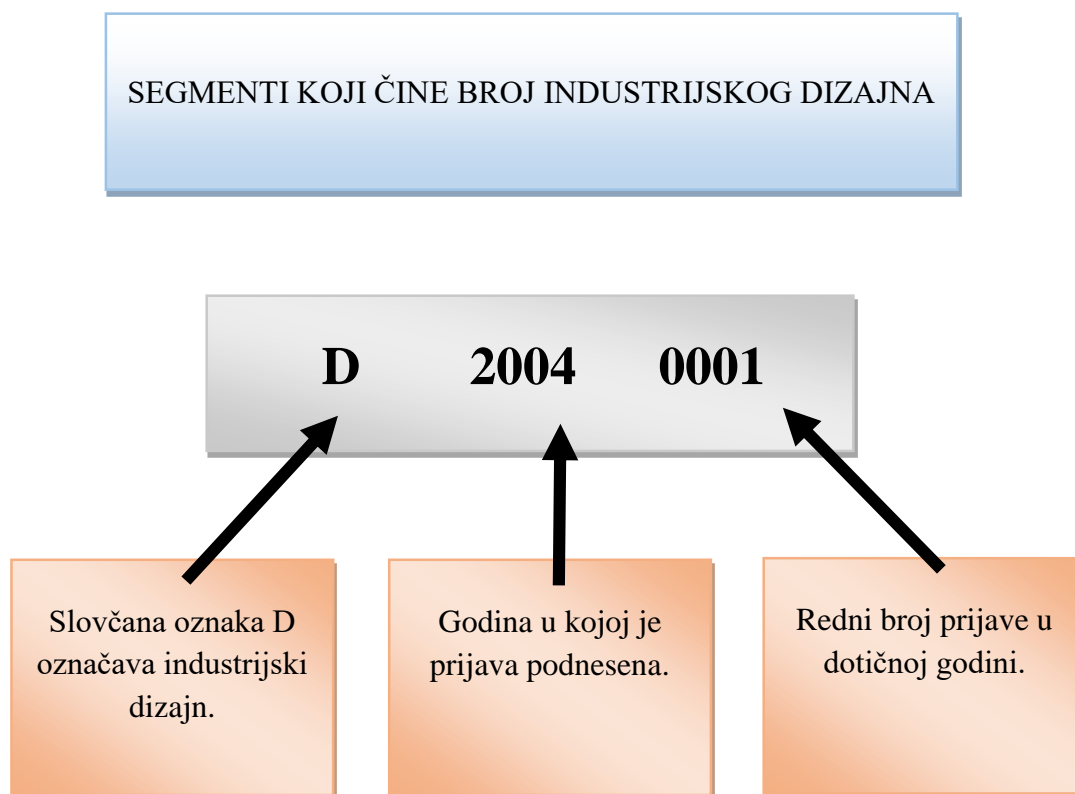
<sup>16</sup> Narodne novine (2017). *Pravilnik o industrijskom dizajnu*. Članak 5. Preuzeto s: [https://www.dziv.hr/files/File/zastita/pravilnik\\_dizajn\\_HR.pdf](https://www.dziv.hr/files/File/zastita/pravilnik_dizajn_HR.pdf). (02.09.2021.)



Slika 2. Prikaz postupka zaštite industrijskog dizajna  
Izvor: vlastita izrada prema Katulić, 2003, str. 41.

Kao što je i prikazano na slici 2. prvi korak kod zaštite industrijskog dizajna je podnošenje prijave. Prijava se podnosi Državnom zavodu, koji navedenu prijavu ispituje prema određenim elementima. Kod ispitivanje prijave posebni naglasak se stavlja na to, da li sadrži elemente državnih simbola i simbola i obilježja te da li se protivi javnom moralu. Kada je prijava uspješno ispitana tada slijedi registracija dizajna, a potom i objava u službenom glasilu Državnog zavoda, odnosno Hrvatskom glasniku intelektualnog vlasništva (Katulić, 2006; 41).

Osim navedenog postupka zaštite industrijskog dizajna, postoje i određeni segmenti koji čine broj industrijskog dizajna, a prikazani su na Slici 3.



Slika 3. Prikaz segmenata koji čine broj industrijskog dizajna  
Izvor: vlastita izrada prema Hrvatski glasnik intelektualnog vlasništva, 2008, str. 3.

Segmenti koji čine broj industrijskog dizajna su: slovočana oznaka, godina i redni broj prijave. Slovočana oznaka D označava industrijski dizajn, godina označava godinu u kojoj je podnesena prijava, a redni broj prijave je broj u godini kada je prijava podnesena.

### 2.3.3 Patenti

Kad su u pitanju patenti, možemo si postaviti pitanje što je patent? Patent je pravo na izum koji nudi neko novo rješenje tehničkog problema. Patent se priznaje samo u slučaju ako se odnosi na proizvod, postupak ili primjenu. On vlasniku osigurava pravo na izradu, korištenje i prodaju izuma koji je zaštićen patentom u ograničenom vremenskom razdoblju koje u pravilu ne može trajati više od 20 godina od datuma prijave patenta. Uvjeti koje neki izum mora zadovoljavati za priznanje patenta su:

- Novost u odnosu na prethodno stanje tehnike,
- Inventivna razina,
- Industrijska primjenjivost.

*„Patent je isključivo pravo priznato za izum koji nudi novo rješenje nekog tehničkog problema. Patent se priznaje za izume koji se odnose na proizvod, postupak ili primjenu. Patent osigurava vlasniku isključivo pravo na izradu, korištenje, stavljanje u promet ili prodaju izuma zaštićenog*

---

*patentom. Patent predstavlja vlasništvo čiju uporabu vlasnik može dopustiti drugim osobama na određeno vrijeme davanjem licencije, ili ga u potpunosti prenijeti na druge osobe.*<sup>17</sup>

Kao što je i već navedeno, za priznavanje patenta kao izuma potrebno je uvesti novost s obzirom na postojeće stanje. Odnosno patent mora imati inventivnu razinu i biti industrijski primjenjiv. S time da, osoba koja je prijavila patent je dužna otkriti sve tehničke detalje svog novog izuma. Opis mora biti u opsegu koji omogućuje stručnjaku iz toga područja izradu ili uporabu izuma. Također, taj opis nakon određenog perioda je javno dostupan svima.

S obzirom na to da je patent izum koji nudi neko novo rješenje tehničkog problema, pretpostavlja se da u trenutku traženja patentne zaštite patent nije poznat stručnoj javnosti, odnosno nije opisan u publikaciji ili izložen na izložbi. Upravo iz navedenih razloga izum se obično drži u strogoj tajnosti. Nadalje, izum obično mora imati određenu inventivnu razinu, a to znači da ne smije proizlaziti iz stanja tehnike poznatog stručnjacima za to područje. Također, mora imati mogućnost industrijske primjene. Sama svrha patentne zaštite je napredak industrije te opskrbljivanje ljudskog društva novim proizvodima. Upravo zbog svrhe patentne zaštite, izum mora biti primjenjiv u industriji.<sup>18</sup>

Osim svih navedenih pretpostavki, da bi neki izum postao patent, prema *Zakonu o patentu* ne smije pripadati u neku od sljedećih skupina<sup>19</sup>:

- Otkrića, znanstvene teorije i matematičke metode,
- Estetske tvorevine,
- Pravila, upute i metode za izvođenje umnih aktivnosti, igara ili za obavljanje poslova,
- Prikazivanje informacija,
- Računalni programi.

Osim izuma, odnosno patenta, postoji dopunski patent i zavisni patent. Oba patenta su definirana u nastavku.

*„Dopunski patent daje se za izum kojim se dopunjava ili usavršava neki postojeći izum. Iako se za ovakvu dopunu ili usavršavanje traži da bude patentabilna, dopunski se patent izdaje samo nositelju osnovnog patenta. Zavisni patent, s druge strane, zaštićuje takav izum koji se ne može samostalno zaštititi da se istodobno ne upotrijebi drugi, ranije zaštićeni izum. Ovakva se*

---

<sup>17</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2015). *Što je patent?* Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/patenti/sto-je-patent/>. (02.09.2021.)

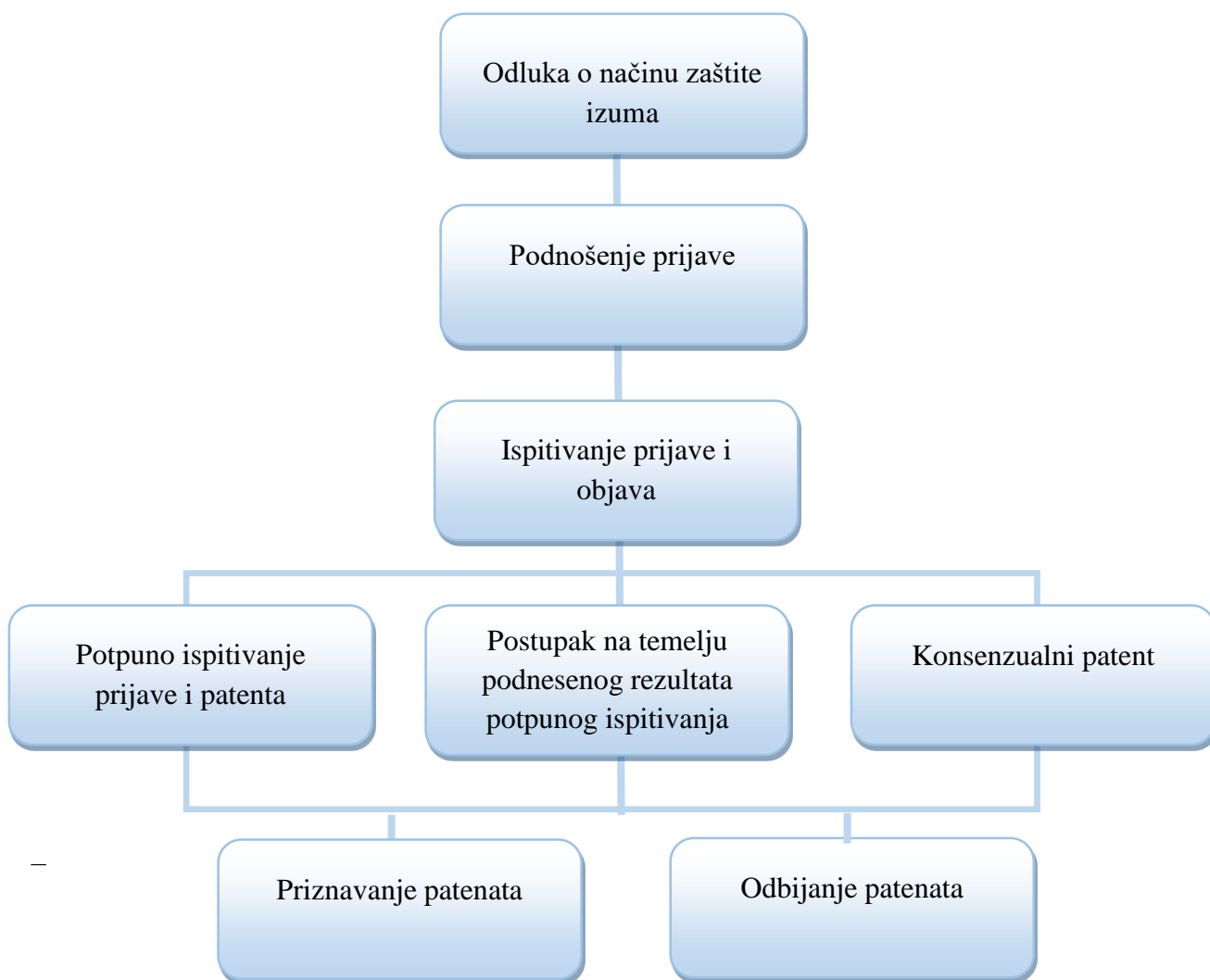
<sup>18</sup> Narodne novine (2020). *Zakon o patentu*. Članak 8 i 10. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)

<sup>19</sup> Narodne novine (2020). *Zakon o patentu*. Članak 5. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)

*situacija događa kad druga osoba, a ne nositelj osnovnog patenta svojim izumom dopunjuje ili usavršava raniji izum ili kad na njemu gradi neki novi samostalni izum.*“ (Katulić, 2006; 31).

Da bi se ostvarila zaštita izuma patentom, vlasnik tog izuma u postupku za priznanje patenta je dužan otkriti tehničke detalje svog izuma. Državni zavod za intelektualno vlasništvo mora provesti upravni postupak priznavanja patenta i konsenzualnog patenta. Također, potrebno je obaviti i druge poslove koji su potrebni da bi se izum zaštitio. Konsenzualni patent se definira kao poseban oblik patenta u kojem prijava patenta ne prolazi kompletno ispitivanje kao kod samog patenta. Dovoljno je da se konsenzusom patent prihvati, što znači da javnim dogovorom javnost mora prihvatiti patent.

U nastavku je prikazan postupak prijave patenta koji se pokreće podnošenjem prijave Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo. Prijava se sastoji od zahtjeva za priznavanje i zaštitu izuma, opisa izuma, crteža sa detaljnim opisima izuma i sažetkom izuma.



Slika 4. Prikaz postupka patentne prijave  
Izvor: vlastita izrada prema Katulić, 2006, str. 36.

Slika 4. prikazuje dijagram prikaza patentne prijave nadležnom tijelu. U Republici Hrvatskoj za postupak zaštite i ostvarivanja prava patenta potrebno je obratiti se Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo koje provodi postupak patentiranja na temelju *Zakona o patentu* i *Pravilnika o patentu*. Nakon podnošenja prijave Zavod ispituje da li patent sadrži sve elemente koji su formalno propisani. Zbog pravila prvenstva, veoma je važan datum prijave. Kada se patent provjeri te ako ne postoje prepreke, tada se prijava unosi u Registar prijave patenta. Po završetku unosa prijave počinje se detaljno ispitivati patent kroz informacije koje su navedene u prijavi. Nakon ispitivanja i objave patenta u službenom glasilu potrebno je da prijavitelj patenta podnese zahtjev za ispitivanje uvjeta za priznavanje patenta. Tek nakon ispitivanja uvjeta, patent postaje prihvaćen ili odbijen, a potom slijedi izdavanje rješenja o priznanju patenta s kojim se može upisati u Registar patenta. (Katulić, 2006).

Od 1998. godine prijava patenta i njegova zaštita u inozemstvu je postala puno jednostavnija, a razlog tome je što je Republika Hrvatska postala članica Ugovora o suradnji na području patenata (eng. *Patent Cooperation Treaty*). Međunarodna prijava patenta prijavljuje se prijavom u Međunarodnom uredu koji se nalazi u Ženevi ili prijavom patenta kod Europskog zavoda za patente.<sup>20</sup>

#### 2.3.4 Robni znakovi – žigovi

Tržišna promocija spada u životni ciklus svakog proizvoda. Proizvodi koji su izdani od poznatog tržišnog imena već u samom startu imaju veliku prednost pred novim proizvodima na tržištu nepoznatih proizvođača. Sukladno tome, znakovi imaju vrlo važnu ulogu na tržišnom gospodarstvu u smislu prepoznavanja robe, odnosno proizvoda. Kako bi potrošači mogli odabrati proizvod koji zadovoljava njihove potrebe i želje, a asociiraju ga uz nekog određenog proizvođača, tada u smislu prava intelektualnog vlasništva govorimo o žigovima, odnosno robnim znakovima. Oni se razlikuju te uspostavljaju određeni odnos između poslovnih subjekata, proizvođača, trgovca i potrošača (Katulić 2006).

Trenutno se veoma mnogo polaže u izgradnju tržišnog identiteta odnosno brandova, a žig predstavlja dio tog sustava. Žigovi predstavljaju isključivo pravo priznato na znak koji ima ulogu za razlikovanje proizvoda i usluga gospodarskog subjekta od ostalih proizvoda ili usluga koji se nalaze na tržištu. Žig osigurava pravo stavljanja proizvoda i usluga u promet. Zaštita žigom vrijedi deset godina, a započinje od datuma prijave no može se neograničen broj puta produžavati (Katulić 2006).

*„Kao žig može se zaštititi svaki znak koji se može grafički prikazati, osobito riječi, uključujući osobna imena, crteže, slova, brojke, oblike proizvoda ili njihova parkiranja, trodimenzionalne oblike, boje, kao i kombinacije svih naprijed navedenih znakova, pod uvjetom da su prikladni*

<sup>20</sup> Narodne novine (2020). *Zakon o patentu*. Članak 99. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)

za razlikovanje proizvoda ili usluga jednog poduzetnika od proizvoda ili usluga drugoga poduzetnika.“<sup>21</sup>

Kod postupka registracije žiga, pretpostavlja se da se žigovi razlikuju jedan od drugoga. Kako bi se uspostavio odnos između poslovnih partnera, trgovca, potrošača i proizvođača, potrebno je odabrati žig tako da asocira na točno ono što potrošač želi. S obzirom na to da žigovi zaštićuju, oni se definiraju i kao instrumenti reklame i propagande. Također, tržišta čiji je sastavni dio žig su tržišta u koja se najviše ulaže.

U svijetu postoji velika pojava proizvodnje krivotvorenih proizvoda. Time se može vidjeti koja je velika uloga žiga, kako se i lažni proizvodi ne bi prodavali pod krivim nazivom. Na slikama 5. i 6. prikazan je primjer originalnog Puminog žiga i krivotvorenog Puminog žiga. Krivotvorenjem žigova dolazi do prilika za zaradu, a kazne se u velikom nerazmjeru. Zbog navedenih razloga povreda intelektualnog vlasništva je postala osnovni posao brojnim skupinama organiziranog kriminala. Na slici 5. je vidljiv i simbol ®, koji je uobičajena oznaka zaštićenih znakova u poslovnoj praksi.



Slika 5. Originalni žig tvrtke Puma<sup>22</sup>

<sup>21</sup> Narodne novine (2019). *Zakon o žigu*. Članak 2. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/120/Zakon-o-%C5%BEigu>. (02.09.2021.)

<sup>22</sup> *Who Buys Fake Goods? Plus How to Spot Counterfeit Products* (2007). Preuzeto s: <http://www.thedigeratilife.com/blog/index.php/2007/06/26/who-buys-fake-goods-plus-how-to-spot-counterfeit-products/>. (02.09.2021.)





Slika 6. Primjer "lažnjaka"<sup>23</sup>

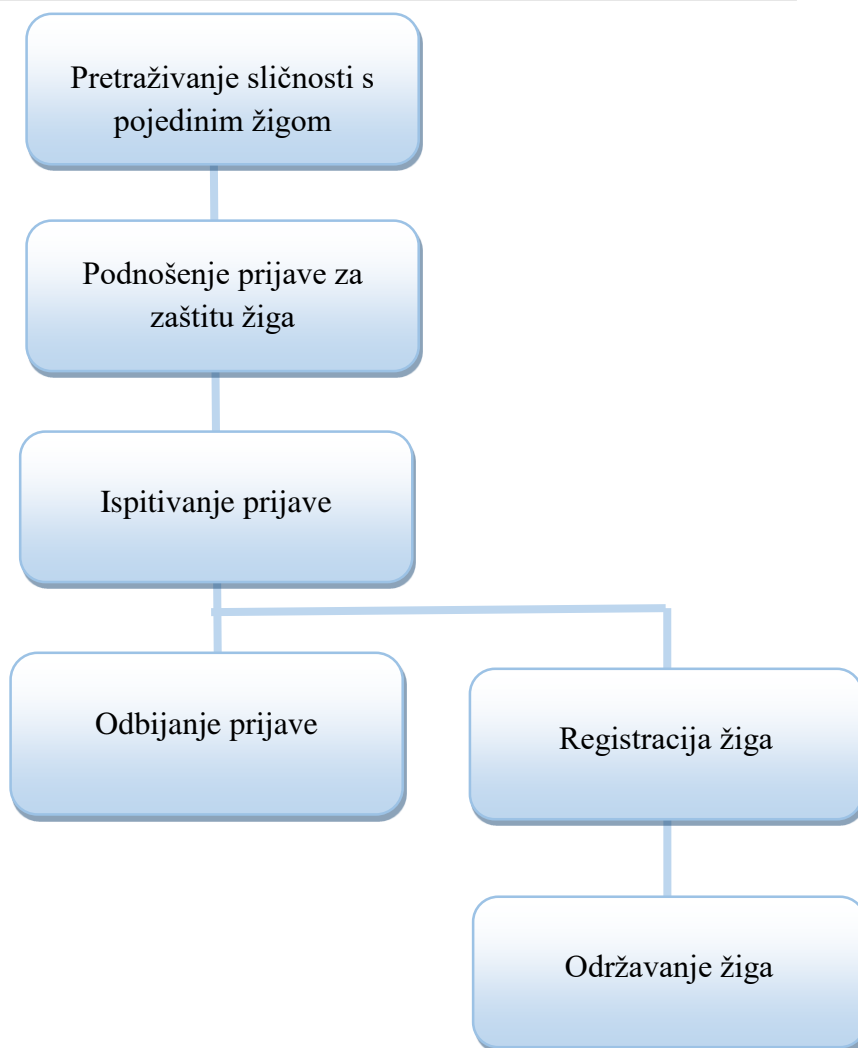
Gledano s pravne strane, žigovi su pravno priznati znak. Oni služe za to da se razlikuju proizvodi i usluge gospodarskog subjekta od ostalih. Osiguravaju svojim nositeljima pravo na stavljanje proizvoda u promet.

Žig je privatno vlasništvo nositelja, a odgovornost održavanja je na nositelju. Kao što je i već navedeno zaštita vrijedi deset godina, nakon čega se može produžiti neograničeni broj puta. Na slici 7. je prikazan postupak prijave zaštite žiga. Kao i za dizajn i patent u Republici Hrvatskoj žigovi se prijavljuju Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo. Postupak zaštite žiga se provodi na temelju *Zakona o žigu* i *Pravilnika o žigu*.

U Nicanskom sporazumu o međunarodnoj klasifikaciji roba i usluga definirane su odredbe za prijavu zaštite vlastitog robnog znaka. Sporazumom je prihvaćena klasifikacija proizvoda koji se sastoji od popisa razreda proizvoda i usluga s objašnjenjima te abecednog popisa pojedinačnih proizvoda i usluga s oznakama razreda u koje su svrstani (Katulić, 2008).

---

<sup>23</sup> *Who Buys Fake Goods? Plus How to Spot Counterfeit Products* (2007). Preuzeto s: <http://www.thedigeratilife.com/blog/index.php/2007/06/26/who-buys-fake-goods-plus-how-to-spot-counterfeit-products/>. (02.09.2021.)



Slika 7. Dijagram zaštite žiga  
Izvor: vlastita izrada prema Katulić, 2006, str. 32.

Kao što je prikazano na slici 7. može se vidjeti kako je za prijavu zaštite žiga prvo potrebno pretražiti sličnosti s ostalim žigovima. Tek kada se provjeri sličnost se može podnijeti prijava za zaštitu žiga. Nakon podnesene prijave slijedi ispitivanje prijave, koja može imati dva ishoda. Prvi je odbijanje prijave, a druga prihvatanje, nakon čega slijedi registracija žiga te održavanje žiga (Katulić, 2008).

### 2.3.5 Ostali oblici intelektualnog vlasništva

U ovom odlomku kratko će se objasniti ostali oblici vlasništva. Pod ostale oblike pripadaju oznake izvornosti, oznake zemljopisnog podrijetla, zaštita topografije poluvodičkih proizvoda i poslovna tajna.

Oznaka izvornosti definira se prema Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo (2011) kao specifični oblik zaštite koji podrazumijeva bitan ili isključiv utjecaj posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine, a iz toga proizlazi posebna kvaliteta i svojstva proizvoda ili usluge.

Oznaka zemljopisnog podrijetla definirana je kao naziv zemljopisnog područja ili neki drugi znak koji prikazuje da proizvod ili usluga potječu iz određenog područja i da posjeduje određenu kvalitetu i svojstva.

Zaštita topografije poluvodičkih proizvoda je zaštita koja se odnosi na elektroničke uređaje i sklopove. S obzirom na to da je skup razvoj sklopova i elektroničkih uređaja, a kopiranje rješenja je jako jeftino, sklopovi i uređaji se mogu zaštititi kao intelektualno vlasništvo. Time se nositelju daju prava u ograničenom vremenskom razdoblju, ali samo pravo kontrole nad prometom zaštićene topografije. Nositelj prava je jedini koji odlučuje o svom proizvodu, a i jedini je koji je ovlašten da odobri ili zabrani umnožavanje, prodaju ili nešto treće.

*„Poslovna tajna je način postupanja, poslovna praksa, „know-how“ ili neka druga informacija koja pomaže poslovnim subjektima da se natječu s konkurencijom. Poslovna tajna je onaj element poslovanja koji utječe na uspjeh nekog poslovnog poduhvata kada su svi ostali resursi ekvivalentni, to je ono specijalno znanje koje omogućava jednom poslovnom subjektu da se nametne drugima.“* (Katulić, 2006; 50).

Poslovne tajne su određeno znanje i one se štite drugačije od žigova i patenata. Poslovna tajna se štiti tako da se niti u jednom trenutku ne odaje.

## **2.4 ZAŠTITA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ**

U ovom poglavlju će se detaljnije objasniti institucije za zaštitu intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj. Intelektualno vlasništvo zapravo predstavlja postignuće dobiveno materijalnim i nematerijalnim ulaganjem.

Zaštitom intelektualnog vlasništva dobivamo:

- Bolji položaj na tržištu,
- Zaštitu od konkurencije,
- Pravnu osnovu za provedbu prava intelektualnog vlasništva,
- Povrat ulaganja,
- Profit.

U Hrvatskoj postoje pravni mehanizmi koji se bore protiv piratstva, odnosno krivotvorenja, a provode ih:

- Izvršna tijela,
- Sudovi.

### **2.4.1 Državni zavod za intelektualno vlasništvo**

Državni zavod za intelektualno vlasništvo u Republici Hrvatskoj je osnovan 31. prosinca 1991. godine. Na samom početku zavod je djelovao pod imenom Republički zavod za industrijsko vlasništvo, nakon toga kao Državni zavod za patente, a 1996. godine u nadležnost Zavoda ulaze i autorsko i srodna prava (Katulić, 2006).

Državni zavod za intelektualno vlasništvo prije svega se bavi provođenjem potrebnih postupaka za priznanje patenta, žigova, industrijskog dizajna i svega ostalog. Također aktivno djeluje u izradi zakona i drugih propisa te organizira stručne seminare odnosno predavanja u svrhu da se popularizira zaštita (Katulić, 2006).

Također, svrha Zavoda je klasificiranje, arhiviranje i nadzor nad patentnim i drugim prijavama. Na samim stranicama Zavoda moguće je pronaći sve potrebne obrasce za pokretanje postupka zaštite intelektualnog vlasništva. Zavod Republike Hrvatske surađuje i sa Svjetskom organizacijom za intelektualno vlasništvo (eng. *World Intellectual Property Organization – WIPO*). (Katulić 2006)

Državni zavod za intelektualno vlasništvo osim zakonodavne i stručne djelatnosti te priznavanje prava, važan dio zapravo predstavlja i informacijska i servisna djelatnost, te suradnja s ostalim institucijama za provedbu prava i potporu inovacijskoj djelatnosti, kao i suradnja s gospodarskim i znanstveno istraživačkim entitetima. Državni zavod uključuje i područje autorskog i srodnih prava. Vizija Zavoda je postati vodeći iz područja intelektualnog vlasništva u regiji, prepoznatljivi po inovativnim, razvijenim i kvalitetnim uslugama. Također žele uspješno privlačiti, razvijati i zadržavati najbolje stručnjake.<sup>24</sup>

Kao što je i navedeno, Zavod pruža uslugu pretraživanja informacija s područja intelektualnog vlasništva kroz pristup domaćim i stranim bazama podataka. Usluga pretraživanja prikazana je na slici 8.

Slika 8. Prikaz usluge pretrage baze podataka koju pruža Državni zavod za intelektualno vlasništvo<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2011). *O Zavodu*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/o-zavodu/>. (02.09.2021.)

<sup>25</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2011). *Žigovi (temeljem nacionalnog sustava zaštite)*. Preuzeto s: <http://www.dziv.hr/hr/e-usluge/e-registri/zig/>. (02.09.2021.)

Osim ranije navedenih postupaka, Zavod provodi i međunarodne postupke dodjele prava na osnovu međunarodnih ugovora kojih je Republika Hrvatska stranka.

## 2.4.2 Udruge za kolektivno ostvarivanje prava

Kada se koristi veliki broj autorskih djela i predmeta zaštite srodnih prava, a koja nisu unaprijed određena i ne postoji mogućnost stupanja u kontakt s autorima te sklapanje pojedinačnih autorskih ugovora, posebno mjesto čine udruge za kolektivno ostvarivanje prava. Razvojem i globalizacijom te razvojem digitalne tehnologije Udruge za kolektivno ostvarivanje prava su olakšale distribuciju autorskih djela. Naravno, uz spomenutu distribuciju dolaze pozitivne i negativne posljedice koje uključuju povredu autorskih prava, a koje su se povećale zbog medija i digitalne tehnologije (Katulić, 2006).

Zbog zaštite iskorištavanja intelektualnog vlasništva, kolektivno ostvarivanje autorskog i srodnih prava, a uz odobrenje Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo, udruge koje štite autorska prava i djeluju na području Republike Hrvatske su (Katulić, 2006):

- Hrvatsko društvo skladatelja (HDS – ZAMP) – je stručna služba koja se bavi zaštitom i promocijom hrvatskog glazbenog repertoara i kolektivnim ostvarivanjem prava autora glazbenih djela.<sup>26</sup>
- Hrvatska udruga za zaštitu izvođačkih prava (HUZIP) – je „*neprofitna udruga koja od 1994. godine ostvaruje kolektivnu zaštitu umjetnika izvođača u Republici Hrvatskoj. HUZIP trenutno okuplja više od 11.000 domaćih i inozemnih članova, pjevača i glazbenika, koji su putem posebne punomoći ovlastili HUZIP da štiti njihova prava.*“<sup>27</sup>
- Udruga za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu naknada fonogramskih prava (ZAPRAF) – to je udruga za zaštitu i prikupljanje naknada od iskorištavanja prava proizvođača fonograma. Ona je dobrovoljna, neprofitna, nevladina udruga koja sukladno zakonu promiče interese proizvođača fonograma te interese diskografa i glazbene industrije.<sup>28</sup>
- Društvo hrvatskih filmskih redatelja (DHFR) – društvo su osnovali hrvatski filmski autori i članovi nekadašnjeg društva filmskih radnika 1995. godine. Osnovano je s ciljem reforme i socijalističke cehovske udruge.<sup>29</sup>

<sup>26</sup> Stručna služba zaštite autorskih muzičkih prava (2012). *Tko smo mi? HDS ZAMP*. Preuzeto s: <https://www.zamp.hr/o-nama/ovo-je-hds-zamp/pregled/439/tko-smo-mi>. (02.09.2021.)

<sup>27</sup> Hrvatska udruga za zaštitu izvođačkih prava (2018). *O HUZIP-U*. Preuzeto s: <https://www.huzip.hr/index.php?opt=item&act=blog&id=2&lang=hr>. (02.09.2021.)

<sup>28</sup> Udruga za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu naknada fonogramskih prava (n.d.). *Povijest*. Preuzeto s: <https://zapraf.hr/hr/povijest/>. (20.09.2021.)

<sup>29</sup> Društvo hrvatskih filmskih redatelja (n.d.). *O nama*. Preuzeto s: <https://dhfr.hr/o-nama/>. (02.09.2021.)

- Udruga za zaštitu prava nakladnika (ZANA) – je udruga koja kolektivno ostvaruje prava nakladnika na naknadu za reproduciranje pisanih izdanja za privatno ili vlastito korištenje.<sup>30</sup>
- Društvo hrvatskih književnika (DHK) – je udruga koja je osnovana s ciljem da se književnici udruže i podupru te zaštićuju svoja književna stvaralaštva.
- Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava (DZNAP) – osnovano je 2007. godine s ciljem kolektivne zaštite novinarskih autorskih prava.
- Hrvatska diskografska udruga (HDU) – Hrvatska diskografska udruga osnovana je 1995. godine sa sjedištem u Zagrebu. Udruga zastupa i promiče interese diskografa, unapređuje diskografiju i reguliranje međusobnih odnosa članova.<sup>31</sup>
- Udruga za zaštitu proizvođača poslovnog softvera (BSA) - BSA ili *Business Software Alliane* je najistaknutija organizacija posvećena unapređenju sigurnog i zakonitog digitalnog svijeta.<sup>32</sup>

*„Strukovne udruge nositelja autorskog i srodnih prava bave se različitim oblicima zaštite intelektualnog vlasništva svojih članova, uključujući pomoć u vođenju sudskih postupaka radi naplate, aktivizmom na području relevantnog zakonodavstva kako bi novi propisi osigurali čvrste zakonske temelje za kolektivno ostvarivanje prava te lobiranjem u javnom i privatnom sektoru kako bi se što prije otklonile postojeće nepravilnosti.“* (Katulić, 2006; 60).

### 2.4.3 Zastupnici intelektualnog vlasništva

Državni zavod za intelektualno vlasništvo radi ostvarivanja prava na području intelektualnog vlasništva, posebice industrijskog vlasništva, koje je veoma skupo i dugotrajno, ima registar zastupnika. Zastupnici intelektualnog vlasništva na području industrijskog vlasništva zakonom pružaju usluge klijentima na području ostvarivanja prava koja su vezana uz intelektualno vlasništvo.

Osim registra postoje i propisi. Propisi reguliraju uvjete registracije zastupnika na području industrijskog vlasništva, a naziva se *Zakon o zastupanju na području prava industrijskog zastupnika*.

*„Ovim se Zakonom propisuju uvjeti za obavljanje poslova zastupanja u području prava industrijskog vlasništva pred Državnim zavodom za intelektualno vlasništvo Republike*

---

<sup>30</sup> Udruga za zaštitu prava nakladnika (n.d.). *Zana*. Preuzeto s: <https://udrugazana.hr/sample-page/o-zana-i/>. (20.09.2021.)

<sup>31</sup> Hrvatska diskografska udruga (n.d.). *O nama*. Preuzeto s: <https://hdu.hr/o-nama/>. (02.09.2021.)

<sup>32</sup> Business Software Alliane (2021). *About BSA*. Preuzeto s: <https://www.bsa.org/about-bsa>. (02.09.2021.)

*Hrvatske, postupak upisa u Registar ovlaštenih zastupnika, uvjeti za upis u Registar, brisanje iz Registra i osnivanje Komore zastupnika u području prava industrijskog vlasništva.*<sup>33</sup> ž

#### 2.4.4 Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj

U nastavku će biti prikazana tablica statistike industrijskog društva u Republici Hrvatskoj. U tablici 1. prikazana je statistika broja žigova, patenata i industrijskog dizajna od 1992. godine, pa sve do 31.08.2021. godine.

Tablica 1. Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj

	01.01.1992.- 31.12.2020.	01.01.2021.- 31.08.2021.	01.01.1992.- 31.08.2021.
<b>ŽIGOVI</b>			
Domaći	33.159	899	34.058
Strani	25.556	179	25.735
<b>Ukupno:</b>	<b>58.715</b>	<b>1.078</b>	<b>59.793</b>
<b>PATENTI</b>			
Domaći	8.315	48	8.363
Strani	8.887	10	8.897
<b>Ukupno:</b>	<b>17.202</b>	<b>58</b>	<b>17.260</b>
<b>INDUSTRIJSKI DIZAJN</b>			
Domaći	5.591	56	5.647
Strani	1.073	0	1.073
<b>Ukupno:</b>	<b>6.664</b>	<b>56</b>	<b>6.720</b>
<b>UKUPNO</b>	<b>82.581</b>	<b>1.192</b>	<b>83.815</b>

Izvor: vlastita izrada prema Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2021)

<sup>33</sup> Narodne novine (2006). *Zakon o zastupanju u području prava industrijskog vlasništva*. Članak 1. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/463/Zakon-o-zastupanju-u-podru%C4%8Dju-prava-industrijskog-vlasni%C5%A1tva>. (02.09.2021.)

## 2.5 SVJETSKA ORGANIZACIJA ZA INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO

Svjetska organizacija za intelektualno vlasništvo (eng. *World Intellectual Property Organization*, skraćeno WIPO) je osnovana 1967. godine i predstavlja globalni forum za intelektualno vlasništvo usluga, politike, informacija i suradnje. To je agencija u kojoj je sjedište u Ženevi (u Švicarskoj) te sadrže 188 zemalja članica i predvodi je direktor Francis Gurry (World Intellectual Property Organization, 2004).

Njihova misija je voditi uravnotežen i učinkovit razvoj intelektualnog vlasništva. Drugim riječima, sustav koji omogućuje inovaciju i kreativnost za dobrobit svih. Svake godine izvješćuju zemlje članice o rezultatima rada programa te dostavljaju dva godišnja izvješća financijskog poslovanja i godišnjih financijskih izvještaja, koji su pripremljeni u skladu s Međunarodnim računovodstvenim standardima javnog sektora (eng. *International Public Sector Accounting Standards – IPSAS*) (World Intellectual Property Organization, 2004).

Organizacija administrira sljedeće internacionalne sporazume o autorskom pravu i srodnim pravima (World Intellectual Property Organization, 2004; 22):

- Bernska konvencija za zaštitu književnih i umjetničkih djela.
- Briselska konvencija o distribuciji programsko-prenosivog transmisijskog signala emitiranog satelitom.
- WIPO Ugovor o pravima izvođača i proizvođača fonograma (Ženeva).
- Rimska konvencija o zaštiti umjetnika izvođača, proizvođača fonograma i radiodifuznih organizacija.
- WIPO sporazum o autorskom pravu (WCT).
- WIPO sporazum o performansama i fonogramima (WPPT).



### 3. ETIKA INTERNETA

U današnje vrijeme i vrijeme današnjeg društva svjedoci smo različitih problema koji nas upućuje na nedostatak etike u ponašanju ljudi, ali i u ponašanju na internetu te poslovanju. U ovom poglavlju osvrnut ćemo se na etiku interneta te kako ograničiti moralna prava.

#### 3.1 KRATKA POVIJEST INTERNETA

1969. godine internet je nastao kao projekt vlade Sjedinjenih Američkih Država (SAD-a) poznat kao ARPAnet. Na početku je bio dizajniran tako da vojsci Sjedinjenih Američkih Država omogućiti distribuiranu i fleksibilnu mrežu, kako bi mogli nastaviti s radom te kako bi Sovjetska vojska uništila određene geografske lokacije na mreži.

Na početku dizajniran za američku vojsku, internet je napredovao u Američku akademsku komunikaciju. Prvo je služio za sveučilišta, a tek kasnije se počeo širiti dalje.

Britanski znanstvenik Tim Berners-Lee je 1989. godine razvio World Wide Web (www) koji je danas najpopularniji na internetu.

Institut za računalnu etiku (eng. *Computer Ethics Institute*) 1991. godine je donio deset zapovijedi za uporabu računala. S obzirom da se internet tek počeo koristiti pravila su bila sljedeća<sup>34</sup>:

1. Nećeš koristiti računalo da naštetiš drugim ljudima.
2. Nećeš se miješati u rad drugih ljudi na računalu.
3. Nećeš njuškati po datotekama u tuđim računalima.
4. Nećeš koristiti računalo za krađu.
5. Nećeš koristiti računalo za lažna svjedočenja.
6. Nećeš kopirati ili koristiti softver koji nisi platio.
7. Nećeš koristiti resurse drugih ljudi bez njihovog pristanka ili prikladne naknade.
8. Nećeš prisvojiti tuđe intelektualno vlasništvo.
9. Mislit ćeš o socijalnim posljedicama programa koji pišeš ili sustava koji razvijaš.

---

<sup>34</sup> George, T. (2013). *Computer Ethics*. Preuzeto s: <https://ualr.edu/computerscience-5dove/files/2014/01/IFSC-2200-Computer-Ethics-Student-Paper-1.pdf>. (02.09.2021.), str. 1.

10. Uvijek ćeš koristiti računalo na način koji osigurava poštovanje za sve druge ljude.

Godina 1993. je postala ključna za razvoj weba. Kako se broj korisnika konstantno povećavao, Internet je sve više postajao medij svakodnevnice komunikacije. Odnosno, kako je stizao sve veći broj korisnika na internet, pravila su prestala vrijediti.

Danas je svima nama život bez interneta nezamisliv. Njime se koristimo i privatno i poslovno. Preko interneta komuniciramo i dobivamo sve potrebne informacije. Tako internet možemo definirati kao svjetsku mrežu preko koje računalo može prenositi poruke u bilo kojem obliku digitalnih podataka na računala bilo gdje u cijelom svijetu.

„*World Wide Web je podskup internet stranica i udruga koje koriste određene protokole za transmisiju grafičkih i drugih sadržaja i podupiru jednostavno, prijateljsko, grafičko korisničko sučelje*“ (Zimmerman, 1997).

## 3.2 NETIKETA

Netiketa (eng. *netiquette*) se definira kao mrežni bontona. Odnosno, pravila što se smije, a što ne smije raditi u virtualnoj komunikaciji. Netiketa pokriva kulturu i neformalna pravila u virtualnoj komunikaciji.

Smjernice i pravila ponašanja netikete su podijeljeni na sljedeći način<sup>35</sup>:

- Elektronička pošta (eng. *e-mail*),
- Diskusijske grupe (eng. *newsgroups*),
- Forumi.

S obzirom na to da postoje mnoga pravila netikete u nastavku će biti navedena samo najvažnija po navedenim kategorijama.

### 3.2.1 Elektronička pošta

- Poštujte vlasnička prava nad materijalima koje reproducirate.
- Ako prosljeđujete poruku koju ste primili, ne mijenjajte joj sadržaj. Ako se radi o osobnoj poruci pitajte autora za dopuštenje.
- Ne šalžite „lance sreće“ elektroničkom poštom. „Lanci sreće“ su zabranjeni na internetu.
- Budite oprezni prilikom slanja, uvijek znajte kome šalžete elektroničku poštu.

---

<sup>35</sup> Netiquette (2021). *Netiquette pravila*. Preuzeto s: <http://www.hr-netiquette.org/pravila/>. (03.09.2021.)

- Primatelj je ljudsko biće, čija se kultura jezik i smisao za humor mogu razlikovati od vaših. Budite osobito oprezni sa sarkazmom.
- Ne koristite velika slova, ona izgledaju kao da vičete.
- Smajlice koristite u umjerenj mjeri.
- Ne šalžite velike količine podataka ljudima koji to nisu tražili.

### **3.2.2 Diskusijske grupe**

Kod diskusijske grupe vrijede sva pravila kao i za elektroničku poštu te još:

- Poruke i članci trebaju biti kratki i u vezi s onim o čemu se raspravlja. Ne skrećite s teme, suvislo se izražavajte i ne šalžite poruke samo zato da bi ukazali na tuđe greške u tipkanju i pravopisu.
- Krivo predstavljanje nije dopušteno.
- Pošaljite odgovor elektroničkom poštom ako je osobne prirode i namijenjen samo jednoj osobi.
- Pokušajte koristiti priručnik, knjigu, datoteku za pomoć i slično prije nego što postavite pitanje.
- Ne oglašavajte poruke koje se ne tiču same rasprave.

### **3.2.3 Forumi**

- Pročitajte pravila foruma ako postoje.
- Budite sigurni da započinjete raspravu u pravom dijelu foruma.
- Provjerite da li već postoji rasprava poput one koju želite započeti.
- Naslov teme mora biti kratak, jasan i deskriptivan.
- Poruka mora biti smisljena, jasna, jednoznačna i u prijateljskom tonu.
- Uvijek nastojite poštivati temu.
- Nastojite da vaši potpisi budu što kraći i neupadljiviji.

### 3.2.4 Web stranice

Za web dizajnere je jako bitno da vode brigu kod kreiranja web stranica o netiketi. Na taj način osiguravaju da stranica bude izrađena po bontontu, a time bi svaki web dizajner trebao<sup>36</sup>:

- poštovati korisnike sa starijim sustavima tako da im ponudi tekstualnu verziju svojih stranica,
- omogućiti korisnicima brz i jednostavan pristup do informacija i sadržaja,
- osigurati na svakoj stranici vezu prema naslovnoj stranici,
- ako stranice imaju glazbenu pozadinu, omogućiti da se ta glazba može jednostavno isključiti,
- ne koristiti pop-up prozore,
- ne koristiti premala slova ili slova koja se kontrastom dovoljno ne ističu na podlozi,
- izbjegavati otvaranje veza u novom prozoru, a ako je to neizbježno prethodno obavijestiti korisnika o tome,
- omogućiti slikovne veze s tekstualnim alt tagom<sup>37</sup> što će omogućiti onima koji imaju isključenu grafiku, sporu internet vezu ili ljudima s potrebnim potrebama da se pravilno i bez poteškoća kreću stranicama,
- ne prisiljavati korisnika da koriste određen preglednik ili rezoluciju ekrana za pregled stranica,
- ne dozvoliti da stranica mijenja veličinu ili poziciju prozora preglednika,
- ne koristiti e-mail aplikaciju korisnika za slanje ispunjenih elektronskih obrazaca,
- ne koristiti žargone bilo kakve vrste,
- izbjegavati velike grafičke, video i audio programe,
- uključiti veze na stranice softvera potrebnog za ispravan prikaz stranica,
- dodati tražilicu na stranicu ako ona sadrži puno informacija,
- koristiti logične i čitljive internet adrese,

---

<sup>36</sup> Mihelač Vračar, S. (2005). *Ponašate li se na netu? Poslovni netiquette 1.dio*, Preuzeto s: <http://www.ernet-net.biz/hr/con-tent/pona%C5%A1ate-li-se-na-netu-poslovni-netiquette-1dio>. (01.09.2021.)

<sup>37</sup> *Alt tag* je tekst koji pobliže opisuje sliku na web stranici. Ako sliku u nekom trenutku nije moguće prikazati ispisat će nam se taj tekst. Također, ako korisnik prođe mišom preko slike prikazat će mu se opisni tekst (samo u pregledniku Internet Exploreru).

- pobrinuti se da svaka veza vodi na ciljanu adresu (pogotovo paziti da ne bude „mrtvih veza“),
- uvrstiti na stranice bitne informacije o poduzeću, kontaktnu osobu i ostale kontakt podatke,
- ponuditi kontakt i elektronične adrese svugdje gdje za to postoji potreba,
- uvrstiti na stranice listu često postavljanih pitanja (eng. *Frequently Asked Questions* – FAQ),
- izbjegavati registriranje stranice na izvore koji nemaju veze sa sadržajima stranice,
- razmišljati kao korisnik,
- dodavati interaktivnost u stranicu poput anketa, kvizova, nagradnih igara, foruma i slično, nagraditi korisnike za vjernost,
- nagraditi korisnike za vjernost,
- predvidjeti automatizirane odgovore na upite elektroničke pošte,
- ako je ciljano tržište stranica drugog govornog područja ponuditi sadržaj i na tom jeziku i s dobrim prijevodom,
- educirati osoblje i suradnike kako bi bili upoznati s funkcionalnošću i dizajnom stranica.

Sam dizajn web stranice, njene informacije, čitljivost, preglednost, responzivni dizajn i dostupnost informacija svima zainteresiranima čine osnove „dobrog ponašanja web dizajnera“. Web stranica mora biti takva da služi korisniku, i da je korisniku ugodno boraviti na njoj. To ima za posljedicu da će se na takvu stranicu čitatelji često vraćati.

### **3.3 INTERNET I SLOBODA GOVORA**

Osnovno pravo svakog čovjeka je sloboda govora. Kada se spomene sloboda govora, pri tome se misli na slobodu izražavanja, odnosno da se kaže sve što se misli bez cenzure i ikakvog ograničenja. Sa razvojem interneta pružene su nove mogućnosti vezane uz slobodu govora. Na internetu je moguće anonimno komentirati, čime se povećava sloboda govora.

Komunikaciju diljem svijeta nudi elektronička pošta, odnosno e-mail. Elektroničkom poštom mogu komunicirati dvije osobe, grupa ljudi ili stotine koji su zainteresirani za istu stvar. Osim elektroničke pošte, internet nudi i blogove. Blogovi na internetu zamjenjuju novinarstvo, a Wikipedija zamjenjuje Alkesandrijsku knjižnicu, samo što je online.

Navedeni servisi na internetu brzo mijenjaju pristup informacijama. Također, ti servisi danas ohrabruju ljude da svoje ideje podjele s cijelim svijetom. Samo očuvanje arhitekture interneta koja je otvorena je jako teško, pogotovo u situaciji za ostvarivanje slobode govora. U slučaju

da zakon ima pravo ograničavanja pristupa određenim informacijama na internetu, tada sav njegov potencijal neće biti ostvaren.

Mnoge vlasti su pokušale ograničiti pristup internetu i cenzurirati ga. Upravo iz tog razloga postoje mnoge organizacije koje brane internet kao platformu slobodnog govora. 1996. godine u pokušajima obrane slobode govora na internetu objavljena je i Deklaracija nezavisnosti kiberprostora (eng. *A Declaration of the Independence of Cyberspace*).

*„Vlade Industrijskog svijeta, bili ste velikani mesa i čelika, ja dolazim iz virtualnog prostora, novog doma Uma. Na dobrobit budućnosti, molim vas da nas pustite na miru. Niste dobrodošli kod nas. Mi nemamo izabranu vladu, niti ju nećemo imati, zato vas ne oslovljavam sa većim autoritetom od onoga kakvim sloboda uvijek govori. Objavljujem globalan socijalan prostor koji gradimo da bude prirodno neovisan od tiranstva koje nam želite nametnuti. Nemate nikakvo moralno pravo kontrolirati nas i ne posjedujete nikakve metode sile kojih se stvarno moramo bojati. Kreirati ćemo civilizaciju Uma u virtualnom prostoru. Neka bude humanija i poštenija od svijeta kakvog su vaše vlasti napravile prije.“<sup>38</sup>*

Internet se smatra najslobodnijim medijem, odnosno mjestom na kojem svatko može kreirati neku svoju stranicu i objavljivati sve što želi i reći svijetu što misli. Prvi nadimak interneta je bio „autocesta informacija“ ili eng. *information superhighway*. Prva ideja interneta je bila da se ljudima omogući brz pristup do informacija do kojih inače ne može. I dalje je internet za većinu korisnika autocesta informacija, a za neke je autocesta s preprekama. Kao primjer autoceste s preprekama, odnosno cenzure se može navesti roditeljska zaštita djeteta od neprikladnog sadržaja ili primjer kineskog novinara koji je osuđen na 10 godina zatvora. Novinar Shi Tao je osuđen zbog odavanja državnih tajni strancima. Tajne je odavao putem elektronske pošte.

### **3.3.1 Internet cenzura kod kuće**

Većina roditelja smatra da nije u redu da djeca gledaju sadržaje poput govora mržnje i pornografskih sadržaja. Također, neki roditelji ne žele da njihova djeca koriste sobe za dopisivanje ili bilo koju drugu stranicu koja sadrži negativan sadržaj. Nadalje, roditelji obično ne žele niti da djeca koriste kockarske stranice, pa upravo iz tog razloga koriste cenzuru. Odnosno, roditelji softverskim i hardverskim rješenjima filtriraju web stranice. Web filter obično koristi dvije tehnike blokiranja sadržaja. Prva tehnika je popis nepoželjnih web stranica, odnosno crna lista, a druga tehnika je blokiranje nepoželjnih riječi.

Internet cenzura kod kuće obično služi za dobrobit djece i roditelja. Najveći problem je što protivnici cenzure navode da crne liste mogu sadržavati web stranice koje nisu neprikladne i da se programima može potkrasti greška. Programi koji rade na temelju ključnih riječi, a ne sadržaja, može se dogoditi onemogućavanje neke primjerene web stranice.

---

<sup>38</sup> Switzerland, D. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Preuzeto s: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. (03.09.2021.)

Uz uporabu softverskih i hardverskih programa, roditelji mogu koristiti i sigurnosnu stijenu. Stijena štiti od opasnog i nepoželjnog sadržaja, ali je problem što zahtjeva više znanja. Programi za razliku od stijene su puno jednostavniji za korištenje, stoga ih roditelji više i koriste.

### 3.3.2 Internet cenzura u poduzećima

U današnje vrijeme sve više poduzeća zabranjuje određene stranice na internetu. Razlog tome je povećavanje produktivnosti i onemogućavanje ljenčarenja i nepotrebnog surfanja za vrijeme radnog vremena. Poduzeća blokiraju web stranice koje nisu potrebne za posao i koje ih ometaju. Odnosno, blokiraju web stranice poput facebook-a, neprimjerenih sadržaja i slično. Blokiranjem web stranica poduzeća se ograđuju i od sudskih tužbi.

U navedenim slučajevima poduzeća se oslanjaju na softvere koji filtriraju web stranice. Softver za filtriranje web stranica sličan je spomenutom softveru za roditeljsku zaštitu. Osim softvera, neka poduzeća koriste i sigurnosne stijene. U slučaju korištenja sigurnosne stijene poduzeće odabire koje web stranice ili domene želi zabraniti određenim zaposlenicima.

U slučaju pristupa zabranjenim web stranicama, zaposlenik dobiva obavijest da je administrator navedene stranice označio kao neprikladne. Ako je slučajno administrator zabranio stranicu koja je zaposleniku ipak potrebna za obavljanje poslova, zaposlenik može javiti administratoru da ju odblokira.

### 3.3.3 Internet cenzura na internacionalnoj razini

Posljednjih se godina uvelike povećao broj država koje ograničavaju pristup nekim internetskim sadržajima. Oslanjajući se na argumente koji su često snažni i uvjerljivi, poput "osiguravanja prava intelektualnog vlasništva", "zaštite nacionalne sigurnosti", "očuvanja kulturnih normi i vjerskih vrijednosti" i "zaštite djece od pornografije i iskorištavanja", mnoge države primjenjuju opsežnu praksu filtriranja za suzbijanje uočenog bezakonja medija. Mnogi drugi raspravljaju o donošenju sličnih mjera i traže tehnološka rješenja za složena sociološka pitanja.

Inicijativa OpenNet zajedničko je partnerstvo tri institucije: *Citizen Lab* na *Munk School of Global Affairs*, Sveučilište u Torontu; Berkmanov centar za internet i društvo na Sveučilištu Harvard; i *SecDev Group* u Ottawi. Njihov je cilj istražiti, razotkriti i analizirati internetsko filtriranje i nadzor na vjerodostojan i nestranački način. Namjeravaju otkriti potencijalne zamke i neželjene posljedice navedenih praksi, te na taj način pomoći u boljem informiranju javnih politika i zagovaranja u navedenom području. Da bi postigao ove ciljeve, ONI koristi jedinstveni multidisciplinarni pristup koji uključuje:<sup>39</sup>

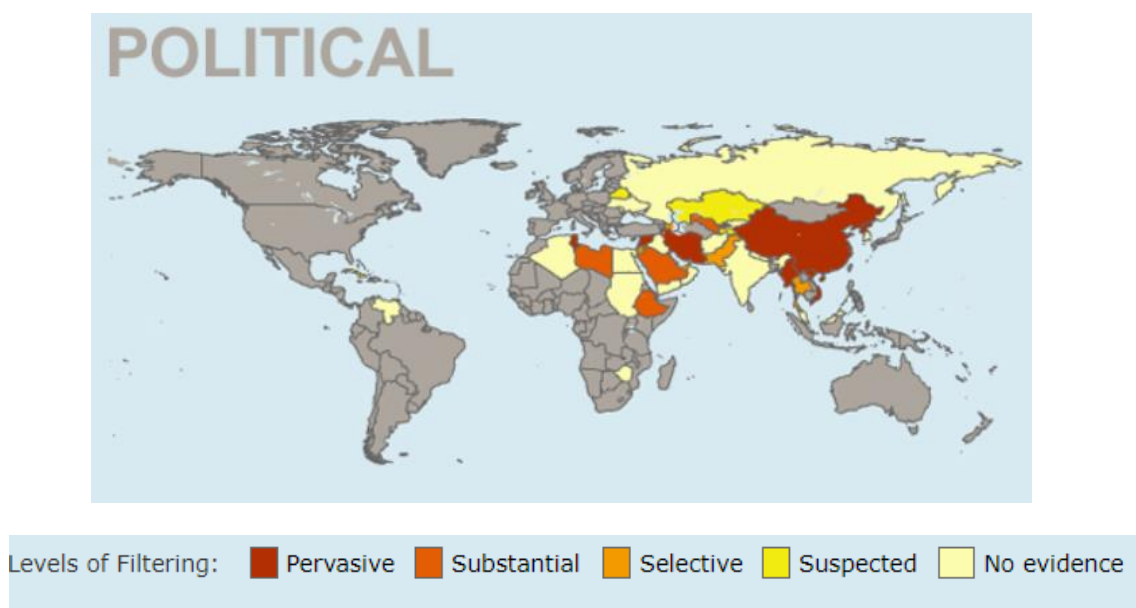
- Razvoj i implementacija paketa tehničkih alata za popisivanje i temeljnih metodologija za proučavanje internetskog filtriranja i nadzora;
- Jačanje kapaciteta među mrežama lokalnih zagovarača i istraživača;

<sup>39</sup> OpenNet Initiative (n.d.). *About ONI*. Preuzeto s: <https://opennet.net/about-oni>. (02.09.2021.)

- Napredne studije koje istražuju posljedice sadašnjih i budućih trendova i putanja u praksi filtriranja i nadzora, te njihove implikacije na domaće i međunarodno pravo i režime upravljanja.

Internet cenzura i ograničenja sadržaja mogu se donijeti kroz niz različitih strategija koje ćemo opisati u nastavku.<sup>40</sup>

- **Političko:** Sadržaj koji sadrži stavove suprotne stavovima sadašnje vlade ili su povezani s ljudskim pravima, slobodom izražavanja, manjinskim pravima i vjerskim pokretima. Na slici 9. prikazana je karta svijeta s prikazom političkog filtriranja po državama svijeta. Bijeli dijelovi označavaju države bez podataka, ali to ne znači da nema političkog filtriranja. Ostale boje prikazuju razine filtriranja, od najtamnije do najsvjetlije boje, a detaljnija legenda je ispod slike.

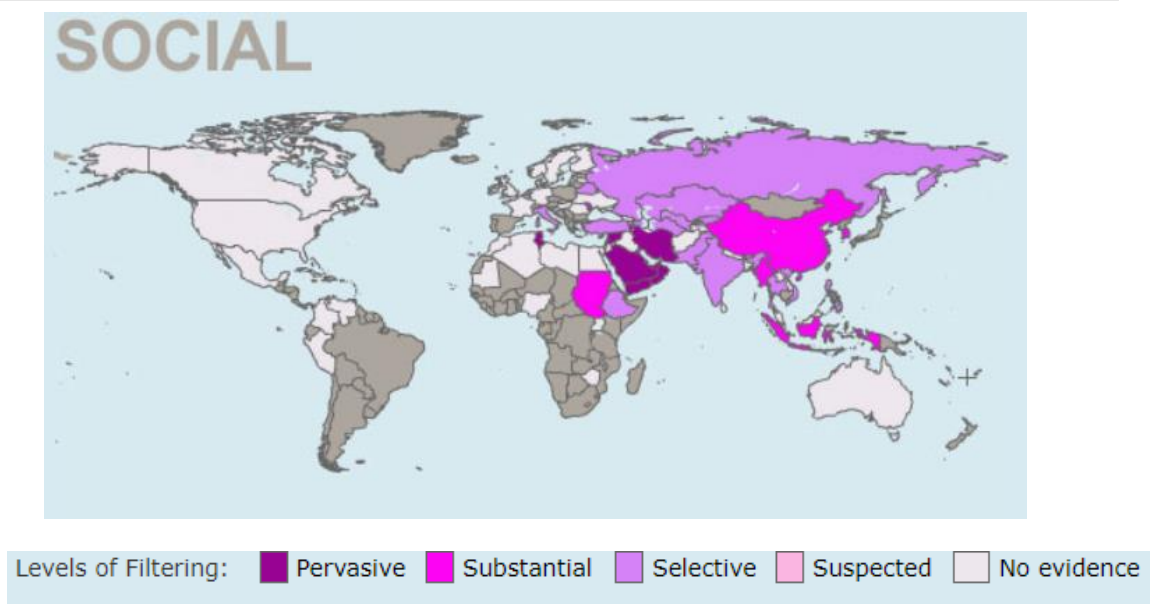


Slika 9. Prikaz rasprostranjenosti političkog filtriranja po državama svijeta  
Izvor: ONI Internet Filtering Map (n.d)

- **Socijalno:** Web stranice koje su povezane sa seksualnošću, kockanjem i ilegalnim drogama i alkoholom, kao i druge teme koje mogu biti društveno osjetljive ili se smatrati uvredljivima. Na Slici 10. prikazana je karta svijeta koja prikazuje razine socijalnog filtriranja po državama.

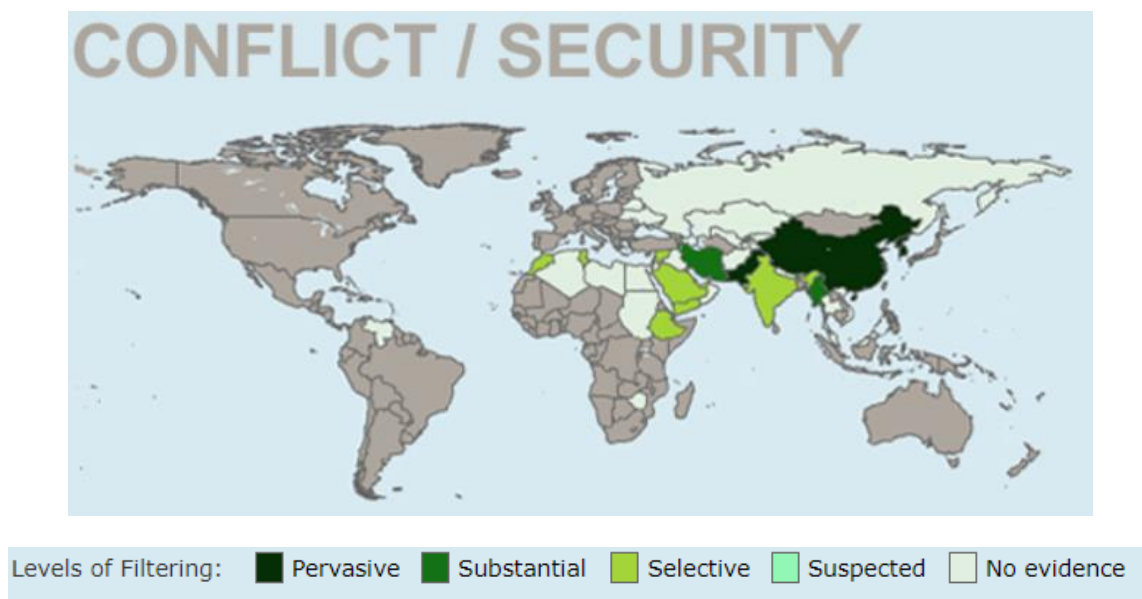
<sup>40</sup> OpenNet Initiative (n.d.). *About ONI*. Preuzeto s: <https://opennet.net/about-oni>. (02.09.2021.)





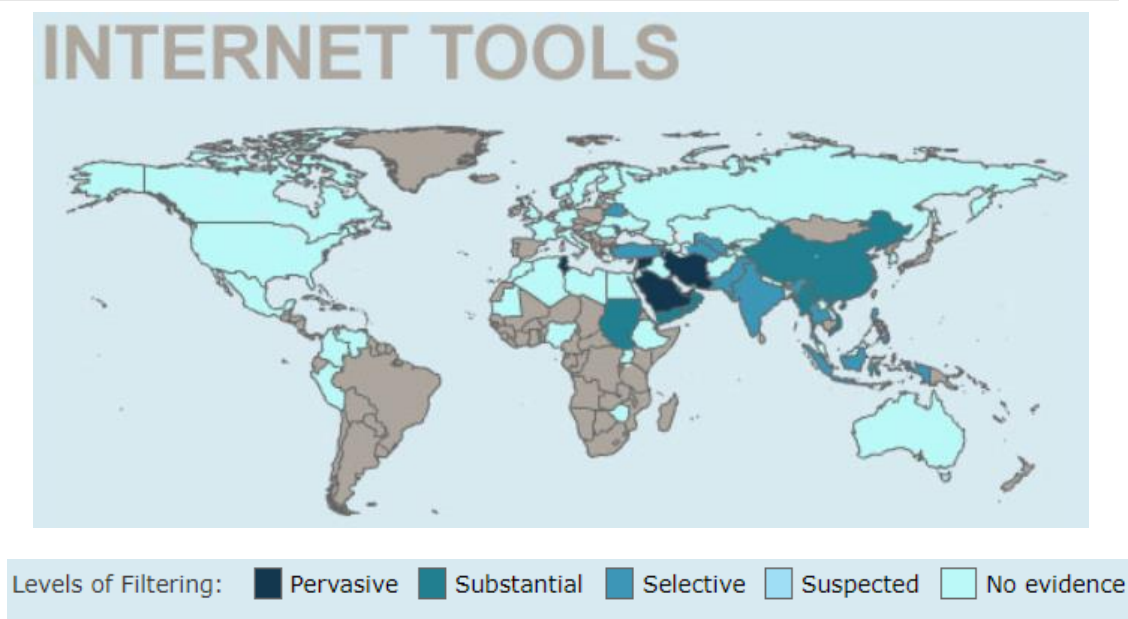
Slika 10. Prikaz rasprostranjenosti socijalnog filtriranja po državama svijeta  
Izvor: ONI Internet Filtering Map (n.d)

- **Konflikt/Sigurnost:** Stranice koje su povezane s oružanim sukobima, graničnim sporovima, separatističkim pokretima i militantnim skupinama. Na Slici 11. prikazana je karta svijeta na kojoj vidimo razine konfliktnog/sigurnosnog filtriranja po državama.



Slika 11. Prikaz rasprostranjenosti konfliktnog/sigurnosnog filtriranja po državama  
Izvor: ONI Internet Filtering Map (n.d)

- **Internet alati:** Web stranice koje nude alate poput elektroničke pošte, internetski hosting, pretraživanje, prevođenje, instant poruke i slično. Na Slici 12. prikazana je karta svijeta s razinama filtriranja internet alata po državama.



Slika 12. Prikaz rasprostranjenosti filtriranja internet alata po državama svijeta

Izvor: ONI Internet Filtering Map (n.d)

U filtriranju interneta alatom, Kina je ta koja je na prvom mjestu. Kineske vlasti navode četrnaest web portala kako bi pokrenule zajedničku akciju da s kineskog web prostora uklone sve sadržaje koje smatraju nezdravima. Zabranjeni su sadržaji stranicama CNN-a, Washington Posta i New York Timesa. Ali, isto tako Kina nije jedina država koja filtrira informacije na internetu, tu se nalaze još i Arapski Emirati i Bliski istok, te Kuba u kojoj pristup Internetu imaju samo odabrani<sup>41</sup>.

*Amnesty International* je udruga za očuvanje ljudskih prava koja je pokrenula akciju za očuvanje slobode govora na internetu. Sloboda govora na internetu je temeljno pravo koje bi se trebalo najbolje provoditi.

Kako neke zemlje ulaze, tako neke i izlaze izvan filtriranja, odnosno ograničavanja pristupa.

Ono što je veoma bitno je to da je uvijek potrebno imati na umu autorska prava nekog djela. Slobodom govora, koja može uključivati citiranje izvora na blogu, ili sličnim stranicama, te umetanje videa, ili korištenje određenog djela pjesme i slično može se narušiti autorsko pravo.

<sup>41</sup> Nekić, M. (n.d). *Kineksi zid u virtualnom prostoru*. Preuzeto s: <http://www.euro26.hr/hh/26/hha.php>. (03.09.2021.)

## 4. PRAVNI ASPEKTI WEB I MULTIMEDIJSKIH SUSTAVA

Kako u svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj, nameću se pitanja i problemi oko interneta. U ovom poglavlju riječ o rješenjima problema i pitanja u navedenom sustavu. U nastavku rada, opisat će se web prava i prava u multimedijским sustavima, a nakon toga će se pobliže objasniti koja su to prava i kako su zaštićena.

### 4.1 OSNOVE PRAVA U WEB I MULTIMEDIJSKIM SUSTAVIMA

Internet je mreža koja je sastavljena od drugih mreža, kako je već ranije objašnjeno, a World Wide Web je jedna u nizu mogućnosti koje nudi internet. Glavna sastavnica weba su mnoštvo stranica koje se mogu pretraživati, odnosno posjećivati. Pristup nekoj stranici nikako ne znači da korisnik u doslovnom smislu ode na tu stranicu. To jednostavno znači da je smještena negdje i da se je u digitalnom obliku prenesla na računalo korisnika i da se prikazala na ekranu. Mnogo stvari koje se pregledavaju zapravo su dobivene iz keša (eng. *cache*). Keširanje (eng. *caching*) ustvari znači da se materijali spremaju s originalne stranice za neku kasniju uporabu (što u prijevodu znači da pri ponovnom logiranju na tu stranicu, ne mora se odlaziti na originalnu lokaciju po podatke). Svrha svega toga je smanjenje zakrčenosti mreže i ubrzavanje procesa ponovnog pristupa. Sadržaj se u većini slučajeva spremi na snažnije računalo, odnosno ono koje ima manje zakrčen put do konačnog korisnika te na stranicu koja je geografski bliže korisniku (Zimmerman, 1997).

Ako na taj način proučavamo stvari, zaključujemo da svaki korisnik koji pristupi pojedinoj stranici, napravi nekoliko „kopija“ nečijeg zaštićenog materijala.

Svatko tko pristupa izradi stranice, treba imati na umu da zakoni u vezi naprednije tehnologije nisu usklađeni i nije najjasnije određeno što se može, a što ne zaštititi. Također, kao što se vidi iz odlomka prije, kopije zaštićenog materijala mogu se napraviti i sasvim slučajno, jednostavno zato jer na taj način funkcionira arhitektura interneta. Vlasnici web stranica moraju paziti što stavljaju na svoju stranicu i na probleme koji mogu nastati njezinim korištenjem. Neka od pitanja, ali i mogućnosti zaštite web i multimedijских sadržaja, navedeni su u daljnjem tijeku rada.

Web dizajneri moraju znati pod kojim okolnostima i kako smiju koristiti nečiji rad u vlastitom radu. Na primjer, poznata je činjenica da su vrlo često slike u javnim arhivima zaštićene te je stoga prvenstveno potrebno saznati kakvi su uvjeti licence. Postupak se ni po čemu ne razlikuje od situacije u stvarnom svijetu, kada autor piše knjigu, članak ili osniva web stranicu, uvijek je potrebno ishoditi dozvolu za korištenje tuđeg rada.

Zakon o autorskom pravu, kojeg imaju većina zemalja svijeta, a koji se temelji na Bernskoj konvenciji, govori kako je svaki rad zaštićen u samom trenutku kreacije, ali samo ako ima elemente originalnosti i neki oblik umjetničke ekspresije. To znači da nije potrebno dodavati slavni simbol © ili simbol poput „Copyright <autor>“ da bi se zaštitilo neko djelo. Ovi znakovi zapravo su samo indikatori ostalim korisnicima da je rad uistinu zaštićen, kako kasnije nitko ne bi mogao reći da to nije znao. Prikladna obavijest na web stranici bi bila nešto poput ovoga:

„Copyright © godina, autor. Sva prava pridržana.“ Godina u ovom slučaju predstavlja godinu kreacije, a ako je moguće nadoda se još i godina zadnje modifikacije. U autora spadaju ili kreatori rada, ili poduzeće ili institucije koji su vlasnici prava. U raznim čistim tekstualnim dokumentima, simbol © ne može biti korišten, te se umjesto njega koristi skup znakova „(c)“. No, međutim ovaj skup znakova nije priznat od strane struke kao indikator, iako je toliko čest da bi vjerojatno prošao u raspravi oko statusa autorskog prava.

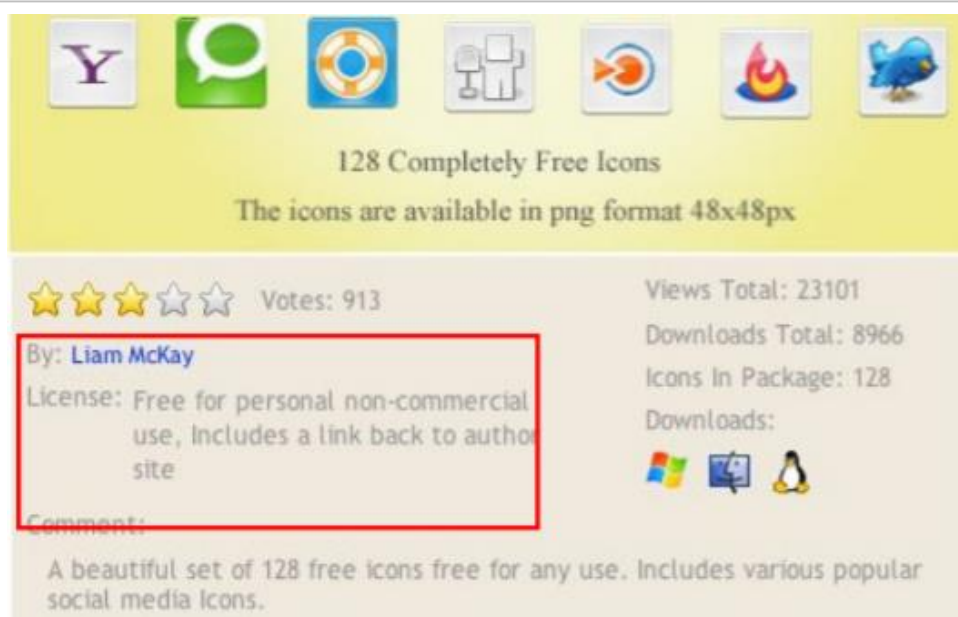
Od zemlje do zemlje razlikuju se prava vlasnika rada koja su zaštićena autorskim pravom, ali u globalu vlasnik ima pravo napraviti kopije rada i ponuditi ga široj javnosti. Ukoliko je kopija distribuirana od strane vlasnika, ta specifična kopija može se širiti dalje, odnosno drugim ljudima, bez potrebe za dozvolom. U SAD-u se to pravilo zove pravilo prve prodaje (eng. *first sale doctrine*), a u Europi „*exhaustion*“ što znači da je zakonito preprodati knjigu, ali nije dozvoljeno, odnosno zakonito, napraviti vlastitu kopiju knjige te ju prodati.

Vlasnik može dati ljudima određena prava na svoj rad. To se zove licenciranje. Licenca može biti veoma specifična („Novine A smiju objaviti fotografiju X u sutrašnjem izdanju.“) ili veoma općenite. Sa stavljanjem rada na web dizajneri implicitno daju svima u svijetu licencu da skidaju i gledaju rad na svojem kompjutoru. No, ta licenca ne pokriva stvari poput stavljanja skinutog djela na vlastitu stranicu ili objavljivanje ga u knjizi. Ako netko želi učiniti to, ipak će morati pitati vlasnika autorskog prava.

Svatko za sebe mora odlučiti kakva prava želi dati svojoj web stranici. Ukoliko je stranica izrađena iz hobija, vjerojatno dizajneru nije važno što će ljudi raditi s tom stranicom, već će mu vrlo vjerojatno laskati što ljudi žele koristiti materijale i negdje drugdje. No međutim, ako je u stranicu investirano mnogo vremena i truda za kreiranje slika i programa, moglo bi izgledati kao krađa uzimanje materijala bez dozvole. U tom slučaju važno je napraviti licencu jasnijom. To se jednostavno napravi tako da se kreira web stranica gdje je objašnjeno što se može, a što se ne može uraditi s autorskim radom. To naravno, ne mora biti dugačak pravni tekst, dovoljno je staviti izjavu poput „*Sve slike na stranici smiju biti korištene i kopirane bez ograničenja, toliko dugo dok su autoru dane zaslužene zasluge*“. Važno je napomenuti da postoje i gotove licence.

Korištenje tuđeg rada bez dozvole nije dopušteno. Ukoliko rad nema nikakve indikacije da je zaštićen, ne znači da nije zaštićen, već to znači da je potrebno kontaktirati vlasnika i pitati o licenci. Većina web stranica, pogotovo u današnje vrijeme, ima jasno naglašene licence koje u detalje prikazuju što je, a što nije dozvoljeno.

Posebnu pozornost potrebno je obratiti na stranice koje sadrže kolekcije slika poput ikona. Naime, svaka ikona zaštićena je od strane autora i ispod svake kolekcije ikona, potrebno je potražiti licencu koju je autor ustupio. Pravilno navođenje licence ispod kolekcije ikona prikazano je na slici 13.



Slika 13. Primjer dobro prikazane licence ispod ikona na web stranici koja služi kao kolekcija ikona

U daljnjem tijeku rada, pojašnjena će biti pravna pitanja koja se nameću u sklopu weba i multimedije.

## 4.2 POKRET OTVORENOG KODA

Načelo otvorenosti i suradnje je bitno načelo u pokretu otvorenog koda (eng. *open source*), odnosno kako se u slobodnom govoru naziva *copyleft*. Kod, kao takav, je dostupan svima i može se bez problema dalje modificirati, a jedina obveza koja se nameće korisniku koda je „širenje dalje“. To znači da sva unapređenja koja je korisnik sam napravio, treba ponovno staviti na internet kako bi bila dostupna svima (Uzelac, 2004).

„*Copyleft* je licenca koja štiti autorska prava, ali, za razliku od *copyrighta*, dopušta besplatnu upotrebu, distribuciji, ali i mijenjanje dijela na koje se odnosi pod uvjetom da izmijenjena verzija također bude *copyleft*. *Copyleft* je popularni naziv za licencu pod imenom *Opća javna licenca* (eng. *General Public Licence*) koja utvrđuje vlasništvo, identificira autora i dopušta upotrebu, (re)distribuciju originalnog digitalnog (softver, tekst, video u elektronskom obliku) ili fizičkog djela (štampani tekst).“<sup>42</sup>

Objava autorskog rada, bilo digitalno bilo fizički, pripada javnoj sferi (eng. *Public Domain*), dakle nije zaštićeno ni na koji način (niti *copyrightom* niti *copyleftom*), što potencijalno omogućava zloupotrebu, to jest novčanu korist od tuđeg djela. *Copyleft* samo zaštićuje djelo,

<sup>42</sup> Tatlić, Š. (2005). *Copyleft – alternativne mogućnosti zaštite autorskih prava*. Preuzeto s: <https://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnik-i-forme/copyleft-alternativne-mogucnosti-zastite>. (04.09.2021.)

te za razliku od copyrighta, dopušta slobodno korištenje, te se uz potrebno tehničko znanje, poboljšava/prerađuje.

Kada se radi o softveru koji ima otvoren kod, znak copylefta koji se koristi, prikazan je na slici 14.



Slika 14. Međunarodni znak *copylefta*

Činjenica da je slobodan za daljnje promjene i da se svi mogu služiti njime u svrhu daljnjeg nadograđivanja, ali i to što je besplatan čini pravu vrijednost „Open Source“ materijala. Pokret otvorenog koda je suprotan poslovnom modelu, čija je glavna značajka konkurentnost i tajnost podataka.

Primjena Copylefta je na način da se u digitalno ili fizičko djelo stavi obavijest vlasnika koja izgleda ovako: „*Ova je informacija slobodna, možete je redistribuirati i/ili mijenjati pod uvjetima koje donosi GNU GPL Opća javna licenca, a koju je izdala Free Software Foundation.*“<sup>43</sup>

### 4.3 CREATIVE COMMONS

Pomoću računala i njegovih alata mogu se stvarati slike, priče, videa ili neko drugo djelo. Najveći problem leži u tome, da kada računalom stvaramo djelo može se napraviti neograničen broj kopija, dok izrada djela rukom ne može. Kada crtamo sliku rukom tada postoji samo jedna kopija.

Kako je već spomenuto izrada različitih djela računalom može se napraviti neograničen broj kopija ili se može izmijeniti, dijeliti i slično. Upravo je to razlog postojanja zakona o autorskom pravu u kojem stoji da svatko s pristupom računalu može mijenjati ili dijeliti kreacije, no međutim nema pravo na to.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Tatlić, Š. (2005). Copyleft – alternativne mogućnosti zaštite autorskih prava. Preuzeto s: <https://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnik-i-forme/copyleft-alternativne-mogucnosti-zastite>. (04.09.2021.)

<sup>44</sup> Osim u SAD-u gdje se to zove „poštena uporaba“ o čemu će biti riječi kasnije.

Svako kreativno djelo koje je napravljeno, zakonom o autorskom pravu, automatski postaje zaštićeno te ga nitko nema pravo dijeliti i mijenjati. Unatoč zakonu, postoje autori koji žele svima u svijetu dopustiti da koriste njihova kreativna djela.

Sve spomenuto regulira se organizacijom *Creative Commons* (prijevod: zajedničko kreativno dobro). Creative Commons, skraćeno CC, je neprofitna organizacija koja je osnovana 2001. godine. Cilj organizacije je proširenje pojma autorskog prava, odnosno stvaranje skupa licenci koje bi autorima dozvoljavale da zaštite svoja djela na alternativan način, ne koristeći se pri tome originalnim pojmom autorskih prava.

Misija Creative Commons je „*razrada, potpora i upravljanje pravnom i tehničkom infrastrukturom koja maksimizira digitalnu kreativnost, razmjenu i inovacije.*“ (Creative Commons, 2021). Prema spomenutom, radi se o pravnom alatu koji se nudi autorima elektroničkih publikacija.

Creative Commons je razvio veći broj različitih licenci koje se nude autorima na odabir. Primjerice, autor može odabrati da li želi da se njegovo djelo samo distribuira ili koristi i mijenja.

Isto tako, može se odabrati u koje svrhe će se određeno djelo koristiti, bilo one komercijalne ili nekomercijalne. No, bez obzira što korisnik odabere, sve licence navode da se mora spomenuti autor originalnog djela. Slika 15. prikazuje znak Creative Commons-a.



Slika 15. Znak Creative Commons<sup>45</sup>

Kao što je i vidljivo na slici Creative Commons znak je dosta sličan znaku za autorsko pravo.

Poticanje digitalnog stvaralaštva i zalaganje za slobodu elektroničkog izdavaštva, postalo je važno i Republici Hrvatskoj koja se 2005. godine priključila organizaciji. Autorima je dana sloboda, da pri odabiru Creative Commons licence, odluče kako i u koje svrhe će se koristiti njihovo intelektualno vlasništvo. Autori nekomercijaliziranih djela također žele da se prizna trud njihova stvaralaštva, za što je Creative Commons idealno rješenje.

Najbolje priznanje za trud većini autora, koji se odlučuju na korištenje Creative Commons licenci, upravo je distribucija njihovih djela od strane velikog broja korisnika. Za one autore

---

<sup>45</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)

koji smatraju da kreativno stvaralaštvo ne smije biti ograničeno pravnim aktima, Creative Commons je idealno rješenje.

Postoji spektar različitih licenci, a sve su definirane Creative Commonsom. U nastavku će biti navedene licence koje omogućuju svima od pojedinačnih stvaratelja do velikih institucija standardiziran način davanja javne dozvole za korištenje, od najviše do najmanje dozvoljene.



Slika 16. Creative Commons licenca CC BY<sup>46</sup>

CC BY: Ova licenca omogućuje ponovnim korisnicima da distribuiraju, miješaju, prilagođavaju i nadograđuju materijal u bilo kojem mediju ili formatu, sve dok se autoru dodjeljuje atribucija. Prikaz licence je na slici 16.



Slika 17. Creative Commons licenca CC BY-SA<sup>47</sup>

CC BY-SA: Ova licenca omogućuje ponovnim korisnicima da distribuiraju, miješaju, prilagođavaju i nadograđuju materijal u bilo kojem mediju ili formatu, pod uvjetom da se autoru pripiše autorska prava. Licenca dopušta komercijalnu uporabu. Ako se ponovno mijenja, prilagođava ili nadograđuje materijal, potrebno je licencirati izmijenjeni materijal pod istim uvjetima. Prikaz licence je na slici 17.



Slika 18. Creative Commons licenca CC BY-NC<sup>48</sup>

<sup>46</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)

<sup>47</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)

<sup>48</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)



CC BY-NC: Ova licenca omogućuje ponovnim korisnicima da distribuiraju, mijenjaju, prilagođavaju i nadograđuju materijal u bilo kojem mediju ili formatu samo u nekomercijalne svrhe, i to samo dok se autoru dodjeljuje atribucija. Prikaz licence je na slici 18.



Slika 19. Creative Commons licenca CC BY-ND<sup>49</sup>

CC BY-NC-ND: Ova licenca omogućuje ponovnim korisnicima da kopiraju i distribuiraju materijal u bilo kojem mediju ili formatu samo u neprilagođenom obliku, samo u nekomercijalne svrhe i samo dok se autoru dodjeljuje atribucija. Prikaz licence je na slici 19.



Slika 20. Creative Commons licenca CC BY-NC-ND<sup>50</sup>

CC BY-NC-ND: Ova licenca omogućuje ponovnim korisnicima da kopiraju i distribuiraju materijal u bilo kojem mediju ili formatu samo u neprilagođenom obliku, samo u nekomercijalne svrhe i samo dok se autoru dodjeljuje atribucija. Prikaz licence je na slici 20.

Osim navedenih licenci postoji i Creative Commons licenca koja je posvećena javnoj domeni poznata kao *Creative Commons Public Domain Dedication*, odnosno CC0 (aka CC Zero). To je javni alat za posvećivanje koji omogućuje kreatorima da se odreknu svojih autorskih prava i svoja djela stave u svjetsku javnu domenu. CC0 omogućuje ponovnim korisnicima da distribuiraju, miješaju, prilagođavaju i nadograđuju materijal u bilo kojem mediju ili formatu, bez ikakvih uvjeta.

Kod odabira licenci potrebno je odlučiti koja vrsta licence najbolje odgovara za podjelu rada te načina korištenja od strane drugih.

Prije nego što se primjeni Creative Commons licenca ili CC0 za nečiji rad, potrebno je uzeti sljedeće važne stvari u obzir<sup>51</sup>:

- Licence i CC0 se ne mogu opozvati. To znači da nakon što se primijeni Creative Commons licenca na svoj materijal, svatko tko ga primi može se osloniti na tu

<sup>49</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)

<sup>50</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)

<sup>51</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)

licencu sve dok je materijal zaštićen autorskim pravima, čak i ako ga kasnije prestanete distribuirati.

- Mora se posjedovati ili kontrolirati autorska prava na djelo. Samo nositelj autorskih prava ili netko s izričitim dopuštenjem vlasnika autorskih prava mogu primijeniti Creative Commons licencu ili CC0 na djelo zaštićeno autorskim pravima. Ako je stvoreno djelo u okviru posla, postoji mogućnost da poduzeće nije nositelj autorskih prava.

#### 4.4 POŠTENA UPORABA

U zakonu o autorskim pravima u Sjedinjenim Američkim Državama, postoji pristup zvan Poštena uporaba (eng. *Fair Use*). Radi se o pristupu koji dopušta uporabu zaštićenih materijala bez dopuštenja, ali samo u posebne svrhe, kao što su recimo edukacijske i kulturne. Svoj temelj vuče iz prvog amandmana Ustava SAD-a, koji jamči slobodu govora. Termin „poštena uporaba“ specifičan je za SAD, dok Izrael i Velika Britanija imaju sličan pristup.

Bezbroj puta, većina pisaca citira ili parafrazira ono što je već netko drugi napisao. Ako pretpostavljamo da je sve što koriste zaštićeno autorskim pravima, naravno potrebno je zatražiti dozvolu za objavljivanje istih. No, što se tiče prava SAD-a, ne mora se uvijek pitati za dozvolu.

Poštena uporaba bazira se na vjerovanju da svi mogu koristiti dijelove zaštićenog materijale u svrhe komentiranja i kritiziranja. Najčešće poštene uporabe navedene su u nastavku:<sup>52</sup>

- Kritike i komentari – odnosi se na citiranje rada u pojedinoj kritici, odnosno korištenje u svojem radu, ali u svrhu ilustracija ili komentara.
- Izvještavanje vijesti – najčešće nalazimo u sažetku članka, s kratkim crtama u izvješću vijesti.
- Istraživanje i edukacija – služi za kratke citate u školskim, znanstvenim i tehničkim radovima za ilustriranje, odnosno opisivanje autorovih viđenja.
- Neprofitne obrazovne svrhe – koristi se u školstvu za kopiranje pojedinih dijelova pisanih radova
- Parodija – imitiranje i ismijavanje drugog djela u autorskom radu na smiješan način

Najučestalija komercijalna uporaba upravo je poštena uporaba. Nažalost, kao takva, poštena uporaba, izvrstan je primjer zlouporabe, jer netko može biti motiviran samo i jedino zaradom. Činjenica da je nešto objavljeno za osobnu komercijalnu dobit, zapravo se ne uklapa u načela poštene uporabe. Primjera radi, korištenje nekog stiha poznate pjesme u nekom književnom dnevniku bio bi primjer poštene uporabe, ali korištenje tog istog stiha u marketinške svrhe kao slogana, ne bi bio.

---

<sup>52</sup> Stim, R. (2021). *The Fair Use Rule: When Use of Copyrighted Material is Acceptable*. Preuzeto s: <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/fair-use-rule-copyright-material-30100.html>. (05.09.2021.)

Pet pravila omogućuje nam da odlučimo je li određena uporaba djela poštena uporaba ili ne<sup>53</sup>:

1. Kreira li se nešto novo ili se samo kopira? – Jedan od važnijih faktora u odlučivanju je svrha uporabe nekih materijala.
2. Natječe li se autor s izvor s kojeg kopira? – Uzeti nečiji rad i koristiti ga na način da novi rad „pobijedi“ kopirani rad na tržištu, naravno zabranjeno je bez dozvole.
3. Davanje zasluga autoru nikako ne rješava sve probleme. – Mišljenje da je s autorom dozvolom uporaba materijala dozvoljena je općeprihvaćeno. Međutim, to nije točno jer su potpuno različiti koncepti davanje zasluga autoru i poštena uporaba.
4. Korištenje više materijala zapravo daje sve manje šanse poštenoj uporabi – ne citirati više od nekoliko odlomaka iz knjige ili članka, uporaba više od jednog dijagrama, uključivanje ilustracija u knjigama ili novinama bez dopuštenja, ili citiranje više od dva retka pjesme zapravo je pravilo poštene uporabe. No međutim, nema limita koliko se riječi smije koristiti jer je zapravo sve pitanje okolnosti ( nikako nije isto koristiti 100 riječi iz teksta koji sadrži 150 riječi ili 100 riječi iz teksta koji sadrži 100000 riječi).
5. Kvaliteta je važna koliko i kvantiteta materijala koji se koriste – U prijevodu to znači da će biti manja vjerojatnost poštene uporabe što je materijal koji „se uzima“ korisniji. Ovdje je dobro spomenuti slučaj koji ilustrira ovo pravilo. Časopis *The Nation* koristio je kopiju memoara Geralda Forda prije objavljivanja samih memoara. Iako je u časopisu korišteno samo 300 riječi od sveukupno 200.000 riječi, sud je odlučio da to nije poštena uporaba jer je uzeto samo „srce“ memoara, to jest njihovi najzanimljiviji i najdirljiviji dijelove.

Za kraj dobro je spomenuti zlatno pravilo – „Uzmite od drugih samo ono što ne bi smetalo da oni uzmu od vas“.

Korištenje poštene uporabe na internetu razmotrit će se preko slučaja Kelly protiv *Arriba Soft Corporation*, gdje se vrlo dobro vidi veza između smanjenih slika (eng. *thumbnails*), poštene uporabe i ugrađenih veza. *Arriba Soft* je na prvom suđenju optužena da je prekršila autorska prava bez obrane uz pomoć poštene uporabe na dijelu koji se tiče uporabe smanjenih slika i ugrađenih veza s Kellyine web stranice u *Arribinom* pretraživaču slika. Na odluku suda podnesena je žalba, gdje je tada presuđeno u stranu optuženika. Sud je istraživao četiri faktora analize u istraživanju ove odluke. Prvo, svrha stvaranja smanjenih slika za pregled je sama po sebi transformirajuća, stavljajući naglasak na to da tako i tako nisu namijenjene da se gledaju u velikoj rezoluciji u kakvima su napravljene originalne slike. Druga činjenica je da su fotografi već sami objavili svoja djela, što je smanjilo njihov značaj kao kreativnih radova. Treće, „puna“ replikacija zaštićenog djela mogla bi kršiti autorska prava, što ovdje nije slučaj, jer je to bilo proglašeno razumnim i nužnim za ovu uporabu. Na kraju, sud je izveo zaključak da uporabom

---

<sup>53</sup> Stim, R. (2021). *The Fair Use Rule: When Use of Copyrighted Material is Acceptable*. Preuzeto s: <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/fair-use-rule-copyright-material-30100.html>. (05.09.2021.)

ovih smanjenih slika, tržište originalnih fotografija neće biti smanjeno. Sumirajući sve te faktore, odlučeno je da se radi o poštenoj uporabi.<sup>54</sup>

Sudac Jeremy Fogel (San Jose, California), u kolovozu 2008. godine, presudio je da vlasnici autorskog prava ne mogu utjecati, odnosno narediti, na brisanje online datoteka, prije negoli se odluči radi li se o poštenoj uporabi zaštićenog materijala ili ne. U slučaj je bila uključena spisateljica i urednica Stephanie Lenz, koja je snimila svojeg 13-godišnjeg sina kako pleše na pjesmu Princea „*Let's Go Crazy*“ te je objavila video u trajanju od 29 sekundi na YouTube.com. Četiri mjeseca kasnije, vlasnici autorskog prava na pjesmu, odnosno Universal Music, zahtijevali su od platforme YouTube da ukloni video prema aktu Digital Millennium Copyright. Nakon nekoliko tjedana, gospođa Lenz obavijestila je YouTube da video koji je objavila pripada poštenoj uporabi i da ga želi natrag. Naposlijetku je tužila Universal Music za troškove, navodeći kako su krivo postupili jer je video bila poštena uporaba pjesme<sup>55</sup>.

U nastavku su objašnjena neka zakonska pravila u uporabi određenih stvari na web stranicama<sup>56</sup>:

#### 1. Veze i okviri

- Povezivanje (eng. *linking*) dolazi u dvije inačice: ugrađena veza (eng. *inline link*) i vanjska veza (eng. *outline link*) te je opće prisutna funkcija interneta. Razlika između dviju veza je u tome da kada se klikne vanjska veza, prikaže se druga stranica, a kada se klikne ugrađena veza pretraživač povuče sadržaje s druge stranice (slika, tekst, audio ili video) na stranicu s koje se kliknulo. Vrlo slični ugrađenom povezivanju su takozvani okviri (eng. *framing*). Događaju se onda kada je materijal s linka prikazan unutar okvira, odnosno granice prozora stranice s koje vodi veza.
- Vanjska veza, kako je već spomenuto, povezuje korisnika sa stranicom koja sadrži dodatan materijal. No međutim, ako stranica koju korisnik dozove s linkom sadrži materijale koji krše zakon, link može dovesti u probleme i tu stranicu koja sadrži taj link. Na većinu vanjskih veza mogla bi se primijeniti politika poštene uporabe jer se pretpostavlja da većina vlasnika web stranica žele učiniti materijale dostupne svima, no kada bi se time mogla počinuti neka šteta tada to više nije poštena uporaba. Primjerice, mogao bi se srušiti sustav kada bi neautorizirane veze na stranicu povećale promet, što bi onda bilo na štetu vlasnika prava.
- Web stranice ima početnu stranicu na koju su povezane sve ostale stranice, te tako početna stranica (eng. *home page*) na neki način ima ulogu vrata koja krajnjem korisniku daju pristup sadržaju same stranice. Često su na toj stranici prikazane

<sup>54</sup> Leslie, A. K. (2003). *United states court of appeals for the ninth circuit*. Preuzeto s: [https://fairuse.stanford.edu/ariba\\_soft.pdf](https://fairuse.stanford.edu/ariba_soft.pdf). (05.09.2021.), str. 77.

<sup>55</sup> Fancescani, C. (2009). *The Home Video Prince Doesn't Want You to See*. Preuzeto s: <https://abcnews.go.com/TheLaw/Story?id=3777651&page=1>. (05.09.2021.)

<sup>56</sup> Jennings, C. A. (2002). *Fair Use on the Internet*. Preuzeto s: <https://irp.fas.org/crs/RL31423.pdf>. (05.09.2021.), str. 5.

reklame, odnosno komercijalne aplikacije. Koristeći takozvani duboki link može se preskočiti početna stranica, odnosno reklame, te tako odvesti korisnika na stranicu s određenim sadržajem ili uslugom. Tu se nameće pitanje a što je s dubokim linkom i tražilicama? U prije navedenom sudskom procesu Kelly protiv Arriba Soft korporacije, sud je odlučio da duboke veze koje nude tražilice koje su specijalizirane za indeksiranje i referiranje na internetu ne zlouporabi prava fotografa čije su fotografije dostupne tražilici. Veze na tražilici preskaču uvodnu stranicu i šalju pretraživača direktno na slike, no time se ne šteti tržištu, odnosno pravima vlasnika.

- Ugrađene veze i okviri – na prvi pogled se čine problematičniji od vanjskih i dubokih veza. Tehnologija ugrađenih veza dopušta web stranici da uključi i zaštićene materijale na način da povuče sadržaj s jedne stranice na svoju, što dovodi do zlouporabe prava reprodukcije, prikaza i performansa.

## 2. Smanjene slike (eng. *Thumbnails*)

- Neprecizne kopije male rezolucije, odnosno smanjene slike, često se koriste na web stranicama. Te stranice koriste smanjene slike kao ugrađenu vezu u sliku, to jest referentnu napravu, koja korisnika šalje na slike velike rezolucije (originalnu sliku). Ukoliko se koristi u ovu svrhu, smanjena slika može zloupotrijebiti autorska prava slike. Do 2002. godine samo se jedan slučaj bavio ovim pitanjem (Kelly protiv Arriba). U tom sudskom procesu, sud je odlučio da uporaba smanjenih slika implicira prava reprodukcije fotografa, ali da je ipak riječ o poštenoj uporabi. Arriba tražilica nije koristila slike u izravnu promociju svoje web stranice, niti je pokušala zaraditi prodajom istih, iako ih je koristila u komercijalne svrhe. Na taj način tražilica nije stekla izravnu dobit od slika.

## 3. Strujanje medija (eng. *Streaming media*)

- Strujanjem se pruža širok pristup asortimanu vizualnih i glazbenih videa, na način da se omogućuje slušanje prijenosa radio programa, koncerta i drugih glazbenih događanja, ali i gledanje glazbenih videa, TV programa, crtića, filmova i drugih vizualnih sadržaja.
- Kršenja prava vlasnika autorskog prava može se dogoditi i samo kroz jedno strujanje glazbe ili videa i to se prvenstveno odnosi na prava reprodukcije, distribucije, javnog prijenosa, prava izvođenja, a samim time i prava prerade.
- Ovdje se može spomenuti slučaj Video Pipeline protiv Buena Vista Home Entertainmenta. Optuženik, odnosno Video Pipeline, kreirao je i prenosio trailere filmova klijentima, video trgovcima, te za izložbu svojim korisnicima. Sud je bio mišljenja da su se kršila prava tužitelja, odnosno prava reprodukcije, javnog djelovanja, distribucije te pravo prerade. Optuženik se nije mogao braniti

pravom poštene uporabe jer su upotrijebili materijale u komercijalne svrhe i time ostvarili izravnu financijsku dobit, jer je jedina uloga bila reklamirati i promovirati iznajmljivanje videa. Uporaba tih videa nije uključivala kreativnost za kreiranje pregleda filmova, osim što su izrezani ključni dijelovi. Iako je dužina videa bila manja od dvije minute, a samo trajanje filma bilo je oko sat i pol u prosjeku, to nije pomoglo da sud presudi kako se radi o poštenoj uporabi zbog perspektivne kvalitete (video isječci su sadržavali temu, radnju i cijeli pregled filma, to jest kopirane su esencije originalnih dijelova).

#### 4. Dijeljenje podataka putem ravnopravnog protokola (eng. *Peer-to-peer file sharing*)

- Kada krajnji korisnici svojim uređajima koje kontroliraju, među djeluju jedan s drugim na način da razmjenjuju datoteke između sebe, govorimo o dijeljenju podataka. Na taj način glazba, filmovi, literatura, fotografije i drugi primjeri zaštićenog materijala, razmjenjuju se putem dijeljenja podataka ili ravnopravne mreže (eng. *Peer-to-peer network*). To su mreže s različitim arhitekturama. Neke su dizajnirane na način da postoji središnji server koji ima javno dostupan indeks datoteka koje se mogu pretraživati. Postoje i drugi dizajni koji eliminiraju središnje servere i kada se pretraživač pridruži zajednici, on pretražuje samo unutar te zajednice.
- Ukoliko se neautorizirano trguje zaštićenim materijalima, vlasnik autorskog prava nedvojbene je oštećen.
- Slučaj A&M Records protiv Napstera poznat je u glazbenoj industriji gdje se je opet aktiviralo pitanje poštene uporabe. Mnoge glazbene kompanije digle su tužbu protiv Napstera, internetske usluge koja je nudila razmjenu digitalnih glazbenih sadržaja među svojim korisnicima. Datoteke nikada ustvari nisu prolazile kroz sustav Napstera, ali su ostajale na korisničkim sustavima. Napster je imao središnji server koji je indeksirao sadržaj mreže. To je omogućavalo da se mogu tražiti određene datoteke i započeti njihov prijenos.
- Iako je Napster naglašavao da su korisnici koristili poštenu uporabu zaštićenih materijala, sud je zaključio da to nije istina, jer je uporaba komercijalna zato što korisnici dobivaju besplatno ono što bi se trebalo naplatiti. Također, internet usluga nije kreativno mijenjala zaštićene materijale.

#### 5. Objavljivanje i skladišta podataka

- Kada se zaštićeni materijali stave na javno dostupne na internetu, dovode se u pitanje autorska prava. Najčešći način na koji se spremaju zaštićeni radovi je na javno dostupnim serverima ili uslugama koje nudi internet

poput foruma ili web stranica. Takva uporaba može biti poštena uporaba, ali i kršenje autorskih prava.

- Ovdje je važno spomenuti slučaj UMG Recordings protiv MP3.com, u kojem su mnoge glazbene kompanije tužile MP3.com, internetsku kompaniju, za spremanje osobnih MP3 glazbenih datoteka, koje su bile kreirane iz osobnih kopija diskova prodanih od strane tužitelja. Otvaranjem računa na MP3.com stranici, svatko je mogao spremati vlastitu glazbu na središnji server kako bi ju kasnije mogao slušati. MP3.com branio se time da je kopiranje spadalo pod fair use. Sud je odbio ovaj argument jer je odlučio da kopiranje pjesama krši njihov ponovni prijenos kroz druge medije.

Važno je napomenuti da se zakoni razvijaju na isti način kao i tehnologija, jer internet nije uzrokovao napuštanje tradicionalnih zakona, odnosno njihovo veliko mijenjanje.

#### 4.5 E-TRGOVINA

Kupnja i prodaja proizvoda, ali i usluga preko elektroničkih sustava (internet i druge mreže) naziva se elektronička trgovina ili e-trgovina. Broj prodaja koja se odvijaju na ovaj način rastao je, raste i razvija se kako je rastao i internet.

Pravna pitanja oko e-trgovine pokrivena su pravnim ugovorima, no „78 posto online korisnika u Irskoj je u blaženom neznanju svojih pravnih prava kada rade kupnju preko Interneta.“<sup>57</sup>

Kako bi se prodavala dobra i usluge preko interneta, digitalne televizije, narudžbe preko elektroničke pošte, telefona i faksa potrebno je znati sve o regulacijama zaštite kupaca<sup>58</sup>.

U nastavku slijedi nekoliko ključnih osobina ove regulacije<sup>59</sup>:

- Potencijalnim kupcima uvijek moraju biti dostupne jasne i čitljive informacije o uslugama ili dobrima koja se nude, dogovorima oko isporuke i plaćanje, te detaljima o dobavljaču kao i prava kupaca na otkazivanje.
- Potrebno je omogućiti potrošačima period od sedam dana od datuma isporuke za povrat robe ili potpuni povrat novca. (Studija je pokazala da je samo 10 posto potrošača svjesno toga pravila, a 40 posto ispitanika je mislilo kako proizvod mora biti neispravan kako bi mogli ostvariti povrat).

---

<sup>57</sup> Legal Issues in Multimedia. (2017). Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>. (06.09.2021.), str. 56.

<sup>58</sup> Consumer Protection Distance Selling Regulations. (2000). Preuzeto s: <https://www.compactlaw.co.uk/free-legal-articles/distance-selling-regs-2000.html>. (06.09.2021.)

<sup>59</sup> Legal Issues in Multimedia. (2017). Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>. (06.09.2021.), str. 58.



No postoji nekoliko stavak koje akt o regulaciji udaljene kupnje i prodaje ne pokriva<sup>60</sup>:

- Sva osiguranja, bankarstva i drugo, odnosno sve financijske usluge,
- Ugovore koji se odnose na automate,
- Ugovore s operaterima telekomunikacija koji se sklopljeni putem javnih govornica,
- Ugovore koji se odnose na prodaju zemlje
- Aukcije.

#### 4.6 ZAŠTITA IZGLEDA

Kako se razvijaju mediji, tako dolazi i do novih pitanja koja se tiču zaštite autorskog prava. Tu se javilo pitanje zaštite izgleda i „osjećaja“, odnosno koliko je funkcionalna pojedina aplikacija (eng. *Look and feel*). „Look“ programa odnosi se na njegove audiovizualne elemente – tu pripadaju sučelje ekrana, vidljivi dijelovi korisničkog sučelja i drugi vizualni dijelovi koji se vide. „Feel“ programa odnosi se na dinamiku, odnosno operacijski tok programa, ključne točke i stil operacija. U mnogo slučajeva dolazi do poklapanja ta dva pojma.

Pojedine multimedijske aplikacije, dio softvera te svako sučelje ima svoje opipljive i neopipljive dijelove. Potrebno je postaviti pitanje može li se zaštititi izgled sučelja?

Postoji nemali broj slučajeva kada su dizajneri i vlasnici web stranica ostali šokirani naišavši na stranicu koja je izgledom virtualna kopija njihovih web stranica ( tu se misli na kopirani kod, boje, način rada,...). Može li se nešto učiniti po tom pitanju?<sup>61</sup>

Kako bi se bolje razmotrila zaštita izgleda i „osjećaja“ navest će se dva slučaja iz povijesti<sup>62</sup>:

1. Apple protiv Microsofta – 1988. godine Apple je dao prvu pritužbu navodeći da korisničko sučelje Verzije 2.03 (i Verzije 3.0 koja je došla kasnije) Microsoftovog softvera Windows, ali i korisničko sučelje Hewlett Packardovog proizvoda „New Wave“ krše autorska prava Applea u korisničkim sučeljima njegovih operacijskih sustava „Lise“ i „Macintosh“. Sučelja su imala mnoge zajedničke elemente, tipa preklapajuće prozore, pokretne ikone, slične izbornike i druge elemente grafičkog sučelja. Sud je kasnio donio odluku da mnoge od tih sličnosti nisu originalno vlasništvo Applea ili su „nezaštitive“. Veliku odluku u presudi imao je ugovor iz 1985. godine između Applea i Microsofta u kojem Microsoft dobiva licencu za

<sup>60</sup> Legal Issues in Multimedia. (2017). Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>. (06.09.2021.), str. 59.

<sup>61</sup> Quinn, J. (2015). *Trade Dress: Another Way to Protect Websites*. Preuzeto s: [https://www.larkinhoffman.com/media/Trade\\_Dress\\_Protect\\_Websites](https://www.larkinhoffman.com/media/Trade_Dress_Protect_Websites). (06.09.2021.)

<sup>62</sup> Hayes, L. D. (1996). *A Comprehensive Current Analysis of Software „Look and Feel“ Protection - Part III - Recent 'look' cases plus commencement of analysis of the 'feel' cases*. Vol. 12(2). str. 66-79. Preuzeto s: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0267364900800965>. (06.09.2021.), str. 73.-75.



korištenje određenih vizualnih elemenata. Apple je naposljetku izgubio i to 1992. godine.

2. Lotus korporacija protiv Borland korporacije – njihov slučaj jedan je od najpoznatijih „feel“ slučajeva u kojem je bila riječ o naredbama izbornika. Izbornik je proglašen kao nešto što se ne može zaštititi, te je time Lotus izgubio 1995. godine.

Važno je kod zaštite sučelja i funkcionalnosti razlikovati doslovnu kopiju od ne-doslovne kopije.

#### 4.7 NOVE GRANICE INTERNETA

Tradicionalno internet je zamišljen kao mjesto<sup>63</sup>:

- bez granica,
- bez vrhovne vlasti,
- bez zakona i pravila.

Internet možemo gledati s pravnog aspekta jer se geografske granice i lokacije povećano nameću internetu.

Internet tehnologija je u početku bila jednostavna, no nove tehnologije nameću<sup>64</sup>:

- brzu dostavu,
- zaštitu mreža,
- ciljano oglašavanje.

U lokalnim ovlastima vlade imaju pravo kontrolirati internet. Uzet će se primjer Kine koja je dogovorila s tražilicom Google da dopusti Google.com-u da upravlja Kinom u dijelu zabrana koje se tiču tisuća pretraživačkih riječi. Na taj način Google se pridružio Microsoftu i Yahoou u korištenju servera koji su smješteni u Kini, te je dobio značajnu prednost brzine nad necenzuriranim pretraživačima. Bitno je spomenuti i tehnologiju vatrozida<sup>65</sup> koja je omogućila Kini da izolira svoje korisnike od ostatka mreže. Osim Kine, Singapur i Saudijska Arabija su filtrirale i cenzurirale sadržaj interneta. Koreja je na primjer onemogućila pristup kockarskim

---

<sup>63</sup> Legal Issues in Multimedia, (2017). *Web and Multimedia Legal issues*. Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>, (07.09.2021.), str. 85.

<sup>64</sup> Legal Issues in Multimedia, (2017). *Web and Multimedia Legal issues*. Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>, (07.09.2021.), str. 86.

<sup>65</sup> Vatrozid ili sigurnosna stijena (eng. *firewall*) je mrežni uređaj čija je namjena filtriranje mrežnog prometa tako da se stvori sigurnosna zona. Obično se kombiniraju usmjernici i sigurnosne stijene, kao jedan uređaj, ili se kaskadiraju, npr. unutarnja (osigurana) mreža – sigurnosna stijena – usmjernik – vanjski svijet.

stranicama. Iran je donio zakon u kojem je djeci zabranjeno koristiti internet, a nemoralni i antiiranski materijali moraju biti filtrirani od ISP-a<sup>66</sup>.

U studenom 2007. u Pakistanu predsjednik Gen Musharraf objavio je stanje hitnosti. Svi kablanski prijenosi visjeti (stranih i domaćih) su bili prekinuti. U zemlji gdje polovica populacija ne zna čitati i gleda večernje TV vijesti kao zajedničku aktivnost, nestanak TV vijesti je efikasan. No, stanovnici su se borili protiv toga, porasla je kupnja satelitskih antena – tada je vlada zatvorila prodavače satelitskih sustava. Sada su se vijesti premjestile na internet – na blogove<sup>67</sup>, internet kafiće, Facebook i elektroničku poštu.

Pratiti lokaciju određenog korisnika moguće je pomoću geolokacijskih programa. Naime, web stranica objavljena u nekoj zemlji može prekršiti prava u nekoj drugoj zemlji. Uskoro bi se od svih web stranica moglo zahtijevati filtriranje sadržaja kako bi se izbjeglo vrijeđanje specifičnih zakona pojedine zemlje. Kreiranje „zakonitih“ web stranica, odnosno njihova cijena mogla bi biti barijera.

#### **4.8 PRAVNE UPUTE ZA WEB DIZAJNERE**

Tradicionalne publikacije kao i web stranice suočavaju se s mnogobrojnim pravnim pitanjima.

U nastavku rada stavljena su upozorenja za web dizajnere:<sup>68</sup>

- Uključivanje materijala ili žigova koji su zaštićeni autorskim pravima strogo je zabranjeno. Tekst, grafika, kod, fotografije, glazba, video isječci i zvuk samo su neki od elemenata na pojedinoj web stranici koje štiti autorsko pravo. Isto tako, strogo je zabranjeno krasti sadržaj drugih stranica i skeniranje materijala koji su drugi napravili.
- Prije uporabe tuđih materijala potrebno je provjeriti licencu za provjeru autorizacije u slučaju da je uporaba ograničena ili nije nikako dopuštena.
- Web stranica mora osigurati i sadržavati popisana prikladna prava i oznake robnih marki. Nije dovoljno samo kopirati prava s neke druge stranice, već svaka stranica treba imati popisana prikladna prava.

---

<sup>66</sup> ISP (eng. *Internet Service Provider* – pružatelj usluga Interneta) je tvrtka koja primarnu nudi svojim korisnicima pristup internetu preko nekog oblika komunikacije podacima.

<sup>67</sup> Blog je Web stranica, najčešće održavana od pojedinca, s redovitim unosima komentara, opisa događaja ili drugih materijala poput grafike i videa. Unosi su često prezentirani u obrnuto-kronološkom redoslijedu (od najnovijeg do najstarijeg).

<sup>68</sup> Gathan, A. (1996). *Legal Caveats for Web Developers*. Preuzeto s: <http://www.gahtan.com/alan/articles/webdevca.htm>, (08.09.2021.)

- Pravne tvrtke bi trebale obratiti pažnju na to da na svojim web stranicama napomenu korisnicima da pravni materijali dostupni na njima nisu tu da pruže pravne savjete.
- Sva poduzeća koja nude fondove ili osiguranja trebala bi svoju ponudu ograničiti na geografske lokacije gdje je to pravno moguće ponuditi.
- Što se tiče stavljanja web stranice na novu domenu, prije negoli se stavi na željenu domenu, trebalo bi provjeriti poklapa li se ime domene s imenom koje je zaštićeno žigom ili je u posjedu nekog drugog. Ako se ipak odluči uzeti takvo ime, na umu treba imati da vlasnik ima veća prava na ime i može zahtijevati uklanjanje stranice.

## 5. UPORABA ZAŠTIĆENIH MATERIJALA

Kada se izrađuje multimedijски projekt, bilo prezentacija na CD-ROM ili nekom drugom prijenosnom mediju, na nekom obliku hibridnog CD-a koji ima vezu s internet dizajnerom ili producentom koji koristi materijale s drugih medija mora se pripaziti na autorska prava i prije korištenja tuđeg dijela pojasniti sve nejasnoće.

### 5.1 WEB SADRŽAJ

Pošto je sadržaj na internetu stavljen na raspolaganje svima i najjednostavnije je doći do njega, mnogi korisnici smatraju kako je internet besplatan. Iz tog razloga ljudi su skloni poslužiti se internetom i njegovim sadržajem kada i kako ga nađu. Važno je naglasiti da sadržaj na internetu nije besplatan.

Prilikom korištenja web sadržaja mora se voditi računa o autorskim pravima i politikom poštene uporabe. Bitno je spomenuti kako zakoni nisu jednaki u svim državama.

Prijenos informacija sa stranica i nadasve njihovo povezivanje dva su pitanja koja se nameću u vezi zaštite prava i web stranica.

Autorska prava se krše ako se prenosi materijal s web stranice ili na nju bez prethodnog pristanka vlasnika i to preko:

- Veza koje koristimo za skidanje,
- Kopiranja objekta,
- Skidanja objekta.

Ako veza nije zaštićeni žig, onda nije potrebna dozvola za vezu na stranici jer su veze na web stranicama uglavnom u redu. Jedino nije jasno je li potrebna dozvola za veze u okvirima i duboke veze.

Jednostavno je kopirati materijal s jedne na drugu stranicu upravo iz razloga jer je web besplatan i dostupan svima. Upravo zato su i prisutni mnogi mitovi koji se tiču uporabe zaštićenih materijala i žigova. U nastavku se donosi nekoliko osnovnih pravila za web stranice<sup>69</sup>:

1. Pretpostavka da je zaštićeno – uvijek prije uzimanja materijala sa stranica potrebno je pretpostaviti da su zaštićeni, bilo zakonom o autorskom pravu ili zakonom o žigu, osim u slučajevima da nam informacije na stranicama govore drugačije. Ako u radu nema obavijesti o tome da je rad zaštićen, to ne znači da se smije koristiti. Smije se koristiti samo tri tipa rada: svaki rad vlade, radovi objavljeni prije 1923. godine i svaki rad bez uputa o autorskim pravima, a koji je objavljen između 1923. i 1978. godine. Takvi radovi pripadaju javnoj sferi.

---

<sup>69</sup> Stim, R. (2019). *Copyright Overview (NOLO)*. Preuzeto s: <https://fairuse.stanford.edu/overview/>. (10.09.2021.)

2. Čitanje *Click-Wrap* ugovora<sup>70</sup> – nikako se ne treba i ne smije pretpostaviti da slike i materijali obilježeni kao „*royalty-free*“ ili „*copyright-free*“ mogu biti distribuirani ili kopirani bez dopuštenja. Važno je pročitati uvjete korištenja u ugovoru „klikni za prihvaćanje“ ili kako se često zove *click-wrap* ugovor ili „*Read me*“ datoteku jer oni često prate materijale čija uporaba je zabranjena. Jedno poduzeće koje nije izvršavalo uvjete dostupnog ugovora, optuženo je za ilegalnu distribuciju tri volumena softverskog *clip arta*.
3. Uklanjanje neželjenih materijala – sporni materijali trebali bi se ukloniti odmah po primitku žalbe o neautoriziranoj uporabi web stranice. Webmaster ima zadaću da onemogući pristup spornim materijalima ili linku ukoliko se neautorizirano skida, odnosno stavlja na stranicu ili ako je u pitanju link. Naravno da se ne treba reagirati na svaku žalbu, već istražiti koji materijal bi trebao biti uklonjen ili bi eventualno trebalo kontaktirati odvjetnički tim.
4. Detaljno istraživanje pritužbi – potrebno je brzo istražiti i potražiti dokaze o autorskom pravu ukoliko se netko žali na neautoriziranu uporabu.
5. Traženje dozvole – iako nije potrebno tražiti dozvolu, uvijek je dobro pitati za korištenje, a ako je moguće dobiti i pismenu dozvolu.

## 5.2 Fotografije

Važna napomena u ovom dijelu rada je da tu neće biti riječ o kreiranju originalnog sadržaja, već o postojećim materijalima koji se mogu koristiti u multimedijском projektu.

Prije korištenja fotografija u radu, potrebno je ishoditi dozvolu od vlasnika fotografije, a to je najčešće fotograf. Ukratko, to znači, da sve slike koje se mogu vidjeti u časopisima ili u novinama, nisu u vlasništvu dotičnih, već su u vlasništvu fotografa, a vrlo je lako moguće da časopis ima neku vrstu licencu na ograničenu uporabu ili neka druga prava koja su dogovorena s fotografom. Predlaže se traženje dozvole od fotografa ili njegovog agenta.

Ako se u svojem radu koriste originalne, odnosno vlastite fotografije, potrebno je tražiti, najbolje pismeno dopuštenje, osoba koje se nalaze na fotografiji da se njihov lik i ime (ako je potrebno) može koristiti u određene svrhe. Osobe na fotografiji imaju pravo tražiti naknadu od fotografa, posebno onda kada se fotografija koristi u komercijalne svrhe. Ako se radi o slavnim i javnim osobama, naknada može biti veća.

Arhitektonska djela koja su kreirana nakon 1. prosinca 1990. godine mogu se zaštititi, što znači da je potrebno tražiti dozvolu za njihovo fotografiranje jer mogu biti zaštićeni autorskim pravom.

„Klasične umjetnosti“ poput slike Mone Lise, ali i fotografije javnih djela umjetnosti mogu biti podložni zaštiti autorskih prava. Iako se navedena umjetnička djela koriste u slobodnoj uporabi,

---

<sup>70</sup> „*Click wrap*“ je kada klikom na opciju potvrđujemo da smo suglasni s uvjetima

fotografije tih istih djela mogu biti zasebice zaštićena pa je bitno pojasniti situaciju u vezi reprodukcije fotografija.

U takvom kontekstu javlja se slučaj koji je poznat pod nazivom „Dilema Mone Lise“. S obzirom da je autor ovog nadaleko poznatog djela odavno preminuo, slika više nije podložna autorskim pravima ili spada pod autorsko djelo. S obzirom na navedeno, dozvoljeno je staviti fotografiju slike u projekt, ali je drugo pitanje kako doći do te fotografije. Vlasnik slike ima pravo kontroliranja reprodukcija kao i samog pristupa.<sup>71</sup>

### **5.3 Tekst**

U ovu kategoriju spadaju sve vrste teksta, od knjiga, časopisa, preko novina do članaka na internet stranicama, publikacija i ostalih tekstova koji su i koji se mogu zaštititi autorskim pravom.

Željeno korištenje teksta mora se odobriti od vlasnika teksta, bio on autor, izdavač ili netko treći.

Ukoliko se u multimedijском projektu koristi glas koji interpretira tekst, tada je osim dodatnih prava vlasnika teksta, bitno tražiti i koristiti prava osobe koje će čitati tekst, to jest interpretirati.

Posebna prava vrijede kada se radi o prevođenju teksta.

### **5.4 Robni znakovi**

U dvojbi radi li se u registriranim ili neregistriranim radovima, postavlja se pitanje robnih imena. Ukoliko je pokraj robnog imena ® tada se zna da se radi o registriranoj zaštiti žiga, a ako se pokraj imena nalazi TM ili SM tada se zna da se radi o neregistriranom robnom imenu. No međutim, nije sve tako jednostavno. Može se dogoditi da pokraj znaka nema nikakvog imena ili znaka, ali da je svejedno zaštićeno. O kojem god slučaju da se radi, uvijek je dobro istražiti i provjeriti radi li se i o kakvoj zaštiti prije uporabe.

### **5.5 Film, televizija i radio**

Kada se radi o uporabi materijala iz filma, televizije i radija kao i kod svih ostalih korištenih materijala, nužno je provjeriti ima li i kakva je zaštita za traženi materijal i tko je vlasnik istog.

---

<sup>71</sup> UKEssays. (2018). *Social and Legal Issues associated with Multimedia Industry*. Preuzeto s: <https://www.ukessays.com/essays/computer-science/social-legal-issues-associated-multimedia-1985.php?vref=1>, (07.09.2021.)

Svako korištenje nečijih materijala mora korisniku dati do znanja da će vjerojatno morati platiti neku naknadu za korištenje. Isto tako, potrebno je dobiti dozvolu od svakog glumca koji se pojavljuje u filmu, čak i onih koji su preminuli.

YouTube.com vjerojatno je najpoznatija web stranica na kojoj se nude usluge pregledavanja i stavljanja vlastitih materijala. Zato je, vjerojatno i imala mnoštvo problema koji se odnose na pregledavanje i prikazivanjem zaštićenih materijala. Korisnici često stavljaju materijale koji nisu primjereni. Želi li se izbjeći kršenje autorskih prava, treba paziti da su svi dijelovi videa isključivo i samo originalno djelo i kreacija autora. Korisnici se ne moraju brinuti o autorskom pravom, ako je korisnik sam autor određenog videa. YouTube.com mora, po zakonu o autorskim pravima, ukloniti video ako je sadržaj koji se tamo prikazuje neregularan, odnosno nema potrebna dopuštenja.

## **5.6 Glazba**

Korištenje glazbe u multimedijским projektima za sobom povlači postojanje nekoliko prava – pravo glazbene kuće koja je izdala glazbu, ali i izvođača glazbe.

Naravno da reprodukcija glazbene kompozicije na kopiji također ima prava koja to dopuštaju. Svaka kopija materijalni je objekt pa je samim time i njezino stavljanje na web stranicu „kopija“, iako web stranica nije „materijalni objekt“. Kako bi mogli neku pjesmu, to jest glazbenu kompoziciju, staviti na stranicu, moramo napraviti njezinu materijalnu kopiju.

Prikazivanje djela u javnosti, iliti reprodukcija, odnosno njegova sinkronizacija (usklađivanje) glazbe sa slikama trebaju dobiti licencu za reprodukciju, to jest sinkronizaciju.

Hrvatska služba koja se bavi zaštitom autorskih prava glazbenika zove se Zaštita autorskih muzičkih prava (skraćeno ZAMP).

## 6. ZAKLJUČAK

Svakodnevno se pojavljuju nove tehnologije, nove društvene mreže i novi mediji, a time se i mijenja rad kulturnog sektora, a i dolaze novi problemi u poduzećima. Pojavom interneta promijenio se način dijeljenja informacija. Informacije su postale dostupne svima, a time se promijenio i način proizvodnje, distribucije i uporabe. Svrha interneta je dijeljenje informacija kako bi se olakšao pristup informacijama koje nisu uvijek u skladu s zakonom. Iz tog razloga je potrebno promijeniti zakone i osvrnuti se na intelektualno vlasništvo.

U današnje vrijeme intelektualno vlasništvo i njegova zaštita su sve važniji. Kao što je i navedeno u radu postoje različiti sustavi zaštite intelektualnog vlasništva, ali nisu svi dovoljni da bi se potaknuli novi izumi. Zbog usklađivanja s odredbama trgovinskih sporazuma, posljednjih nekoliko godina dogodile su se velike značajne promjene. U većini razvijenih država sustavi zaštite intelektualnog vlasništva su veoma slični. Najrazvijenije sustave zaštite imaju zemlje Europske unije, Sjedinjenih Američkih Država i Japan.

Najveći problemi kod zaštite intelektualnog vlasništva nastaju kod suradnje s zemljama koje inače ne poštuju zaštitu intelektualnog vlasništva. Upravo iz tog razloga postoji institucija Svjetske organizacije za intelektualno vlasništvo (eng. *World Intellectual Property Organization* – WIPO).

U Republici Hrvatskoj je Državni zavod za intelektualno vlasništvo institucija za zaštitu koja surađuje Svjetskom organizacijom za intelektualno vlasništvo. Uloga Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo je zaštita inovacije i sprječavanje krađe određenog djela ili izuma.

S obzirom na to da živimo u vrijeme napretka tehnologije i interneta, osim pisanih djela i patenata potrebno je zaštititi i djela koja se nalaze na internetu.

Prilikom izrade web i multimedijjskih sustava nameću se pravni aspekti na koje dizajneri moraju paziti. Pod time se podrazumijeva da moraju paziti imaju li pravo koristiti određene materijale i kako povezivati web stranice, a da ne krše određena prava.

Osim kršenja prava u stvarnom svijetu, tako postoje i osobe koje krše prava u virtualnom svijetu. Upravo iz tog razloga, i za virtualni svijet, kao i za stvarni postoje moralna i etička pravila.

S obzirom na današnji razvoj tehnologije, pretpostavlja se da će tehnologija i dalje sve više napredovati. Time se dovodi do sve više pravnih i etičkih pitanja koja će nastati u procesu korištenja navedenih tehnologija.

Za pretpostaviti je da će tehnologije svakim danom još više napredovati, što će dovesti do još više pravnih i etičkih pitanja koja će se pojavljivati u vezi s pravilnom uporabom tehnologija.



## 7. IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Suzana Džepina Čevra**

**Matični broj studenta: 0303059778**

**Naslov rada: Međunarodna zaštita intelektualnog prava vlasništva**

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristila sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirala niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam navela autora i izvor te ih jasno označila znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

13.09.2021.

Suzana Džepina Čevra

## 8. POPIS LITERATURE

### 8.1 KNJIGE I RADOVI

1. Hayes, L. D. (1996). *A Comprehensive Current Analysis of Software „Look and Feel“ Protection - Part III -Recent ‘look’ cases plus commencement of analysis of the ‘feel’ cases.* Vol. 12(2). str. 66-79. Preuzeto s: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0267364900800965>. (06.09.2021.)
2. Henneberg, I. (2001). *Autorsko pravo*, Drugo izdanje, Informator, Zagreb
3. Katulić, T. (2006). *Uvod u zaštitu intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj.* Carnet, Edupoint, Zagreb, Preuzeto s: <https://bib.irb.hr/datoteka/529364.udzbenik1.pdf>. (01.09.2021.)
4. Uzelac, A. (2004). *Digitalna kulturna dobra u informacijskom društvu između javne domene i privatnog vlasništva*, Medijska istraživanja, 10(1), str. 37-53. Preuzeto s: <https://hrcak.srce.hr/23010>. (05.09.2021.)
5. Zimmerman, M. (1997). *Guarding Rights in Cyberspace*. Fenwick & West LLP.

### 8.2 INTERNETSKI IZVORI

1. Business Software Alliane (2021). *About BSA*. Preuzeto s: <https://www.bsa.org/about-bsa>. (02.09.2021.)
2. Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/ccllicenses/>. (06.09.2021.)
3. Društvo hrvatskih filmskih redatelja (n.d.). *O nama*. Preuzeto s: <https://dhfr.hr/o-nama/>. (02.09.2021.)
4. Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021). *Autorsko djelo*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/autorsko-pravo/autorsko-djelo/>, (02.09.2021.)
5. Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021). *Što su oznake zemljopisnog podrijetla i oznake izvornosti*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/oznake/>, (02.09.2021.)
6. Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021). *Što je topografija poluvodičkih proizvoda*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/topografija-poluvodickih-proizvoda/sto-je/>, (02.09.2021.)
7. Državni zavod za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske (2021). *Hrvatski glasnik intelektualnog vlasništva*. Preuzeto s: [https://it-app.dziv.hr/Glasnici/pdfPrikaz.aspx?hgiv=18\\_2021](https://it-app.dziv.hr/Glasnici/pdfPrikaz.aspx?hgiv=18_2021), (04.09.2021.)

8. Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2015). *Što je patent?* Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/intelektualno-vlasnistvo/patenti/sto-je-patent/>. (02.09.2021.)
9. Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2011). *O Zavodu.* Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/o-zavodu/>. (02.09.2021.)
10. Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2011). *Žigovi (temeljem nacionalnog sustava zaštite).* Preuzeto s: <http://www.dziv.hr/hr/e-usluge/e-registri/zig/>. (02.09.2021.)
11. Fancescani, C. (2009). *The Home Video Prince Doesn't Want You to See.* Preuzeto s: <https://abcnews.go.com/TheLaw/Story?id=3777651&page=1>. (05.09.2021.)
12. George, T. (2013). *Computer Ethics.* Preuzeto s: <https://ualr.edu/computerscience-5dove/files/2014/01/IFSC-2200-Computer-Ethics-Student-Paper-1.pdf>. (02.09.2021.)
13. Hrvatska diskografska udruga (n.d.). *O nama.* Preuzeto s: <https://hdu.hr/o-nama/>. (02.09.2021.)
14. Hrvatska udruga za zaštitu izvođačkih prava (2018). *O HUZIP-U.* Preuzeto s: <https://www.huzip.hr/index.php?opt=item&act=blog&id=2&lang=hr>. (02.09.2021.)
15. Jennings, C. A. (2002). *Fair Use on the Internet.* Preuzeto s: <https://irp.fas.org/crs/RL31423.pdf>. (05.09.2021.)
16. Legal Issues in Multimedia. (2017). Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>. (06.09.2021.)
17. Legal Issues in Multimedia, (2017). *Web and Multimedia Legal issues.* Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>, (07.09.2021.)
18. Leslie, A. K. (2003). *United states court of appeals for the ninth circuit.* Preuzeto s: [https://fairuse.stanford.edu/ariba\\_soft.pdf](https://fairuse.stanford.edu/ariba_soft.pdf). (05.09.2021.)
19. Mihelač Vračar, S. (2005). *Ponašate li se na netu? Poslovni netiquette 1.dio,* Preuzeto s: <http://www.enter-net.biz/hr/con-tent/pona%C5%A1ate-li-se-na-netu-poslovni-netiquette-1dio>. (01.09.2021.)
20. Narodne novine (2006). *Zakon o zastupanju u području prava industrijskog vlasništva.* Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/463/Zakon-o-zastupanju-u-podru%C4%8Dju-prava-industrijskog-vlasni%C5%A1tva>. (02.09.2021.)
21. Narodne novine (2018). *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima.* Zagreb: Narodne novine d.d., Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/106/Zakon-o-autorskom-pravu-i-srodnim-pravima>. (02.09.2021.)
22. Narodne novine (2017). *Pravilni o industrijskom dizajnu.* Preuzeto s: [https://www.dziv.hr/files/File/zastita/pravilnik\\_dizajn\\_HR.pdf](https://www.dziv.hr/files/File/zastita/pravilnik_dizajn_HR.pdf). (02.09.2021.)
23. Narodne novine (2020). *Zakon o patentu.* Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)
24. Narodne novine (2019). *Zakon o žigu.* Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/120/Zakon-o-%C5%BEigu>. (02.09.2021.)

25. Nekić, M. (n.d.). *Kineksi zid u virtualnom prostoru*. Preuzeto s: <http://www.euro26.hr/hh/26/hha.php>. (03.09.2021.)
26. Netiquette (2021). *Netiquette pravila*. Preuzeto s: <http://www.hr-netiquette.org/pravila/>. (03.09.2021.)
27. ONI Internet Filtering Map (n.d.). Preuzeto s: <https://onimap.citizenlab.org/>. (03.09.2021.)
28. OpenNet Initiative (n.d.). *About ONI*. Preuzeto s: <https://opennet.net/about-oni>. (02.09.2021.)
29. Stim, R. (2021). *The Fair Use Rule: When Use of Copyrighted Material is Acceptable*. Preuzeto s: <https://www.nolo.com/legal-encyclopedia/fair-use-rule-copyright-material-30100.html>. (05.09.2021.)
30. Stim, R. (2019). *Copyright Overview (NOLO)*. Preuzeto s: <https://fairuse.stanford.edu/overview/>. (10.09.2021.)
31. Stručna služba zaštite autorskih muzičkih prava (2012). *Tko smo mi? HDS ZAMP*. Preuzeto s: <https://www.zamp.hr/o-nama/ovo-je-hds-zamp/pregled/439/tko-smo-mi>. (02.09.2021.)
32. Switzerland, D. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Preuzeto s: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. (03.09.2021.)
33. Tatlić, Š. (2005). *Copyleft – alternativne mogućnosti zaštite autorskih prava*. Preuzeto s: <https://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnik-i-forme/copyleft-alternativne-mogucnosti-zastite>. (04.09.2021.)
34. The World Intellectual Property Organization (2004), *The Concept of Intellectual Property*. Preuzeto s: [https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=r2uADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=World+Intellectual+Property+Organization,+2004&ots=-RDgYWG2mz&sig=nk4cSwj6jIWYMG9uVc7APJES-yE&redir\\_esc=y#v=onepage&q=World%20Intellectual%20Property%20Organization%2C%202004&f=false](https://books.google.hr/books?hl=hr&lr=&id=r2uADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=World+Intellectual+Property+Organization,+2004&ots=-RDgYWG2mz&sig=nk4cSwj6jIWYMG9uVc7APJES-yE&redir_esc=y#v=onepage&q=World%20Intellectual%20Property%20Organization%2C%202004&f=false). (02.09.2021.)
35. Udruga za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu naknada fonogramskih prava (n.d.). *Povijest*. Preuzeto s: <https://zapraf.hr/hr/povijest/>. (20.09.2021.)
36. Udruga za zaštitu prava nakladnika (n.d.). *Zana*. Preuzeto s: <https://udrugazana.hr/sample-page/o-zana-i/>. (20.09.2021.)
37. UKEssays. (2018). *Social and Legal Issues associated with Multimedia Industry*. Preuzeto s: <https://www.ukessays.com/essays/computer-science/social-legal-issues-associated-multimedia-1985.php?vref=1>. (07.09.2021.)
38. *Understanding Copyright and Related Rights*, (2016), WIPO, Dostupno na: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo\\_pub\\_909\\_2016.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_909_2016.pdf). (02.09.2021.)

39. Quinn, J. (2015). *Trade Dress: Another Way to Protect Websites*. Preuzeto s: [https://www.larkinhoffman.com/media/Trade\\_Dress\\_Protect\\_Websites](https://www.larkinhoffman.com/media/Trade_Dress_Protect_Websites). (06.09.2021.)
40. *What intellectual property and your work*, (n.d), Dostupno na: <https://www.gov.uk/intellectual-property-an-overview>, (02.09.2021.)
41. *Who Buys Fake Goods? Plus How to Spot Counterfeit Products* (2007). Preuzeto s: <http://www.thedigeratilife.com/blog/index.php/2007/06/26/who-buys-fake-goods-plus-how-to-spot-counterfeit-products/>. (02.09.2021.)

## 9. POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

### 9.1 POPIS SLIKA

Slika 1. Međunarodni znak <i>copyrighta</i> .....	9
Slika 2. Prikaz postupka zaštite industrijskog dizajna .....	12
Slika 3. Prikaz segmenata koji čine broj industrijskog dizajna.....	13
Slika 4. Prikaz postupka patentne prijave .....	15
Slika 5. Originalni žig tvrtke Puma.....	17
Slika 6. Primjer "lažnjaka" .....	18
Slika 7. Dijagram zaštite žiga.....	19
Slika 8. Prikaz usluge pretrage baze podataka koju pruža Državni zavod za intelektualno vlasništvo.....	21
Slika 9. Prikaz rasprostranjenosti političkog filtriranja po državama svijeta.....	33
Slika 10. Prikaz rasprostranjenosti socijalnog filtriranja po državama svijeta.....	34
Slika 11. Prikaz rasprostranjenosti konfliktnog/sigurnosnog filtriranja po državama .....	34
Slika 12. Prikaz rasprostranjenosti filtriranja internet alata po državama svijeta .....	35
Slika 13. Primjer dobro prikazane licence ispod ikona na web stranici koja služi kao kolekcija ikona .....	38
Slika 14. Međunarodni znak <i>copylefta</i> .....	39
Slika 15. Znak Creative Commons .....	40
Slika 16. Creative Commons licenca CC BY .....	41
Slika 17. Creative Commons licenca CC BY-SA .....	41
Slika 18. Creative Commons licenca CC BY-NC.....	41
Slika 19. Creative Commons licenca CC BY-ND .....	42
Slika 20. Creative Commons licenca CC BY-NC-ND .....	42

## **9.2 POPIS TABLICA**

Tablica 1. Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj .....	24
---	----

## ŽIVOTOPIS




**Suzana  
Čevra**

**DATUM ROĐENJA:**  
07. travnja 1996.

### KONTAKT

**Državljanstvo:** hrvatsko

**Spol:** Žensko

 Mesekov put 8,  
10000 Zagreb, Hrvatska

 [suzanadzepina96@gmail.com](mailto:suzanadzepina96@gmail.com)

 (+385) 916000304

### RADNO ISKUSTVO

**LIPNJA 2021. – TRENUTAČNO** – Zagreb, Hrvatska

#### Prodavačica

Plodine

Rad na blagajni, slaganje polica, savjetovanje kupaca, održavanje čistoće poslovnice

**SRPNJA 2020. – RUJNA 2021.** – Zagreb, Hrvatska

#### Prodavačica

Muller

Rad na blagajni, slaganje robe na policama, rad u skladištu, savjetovanje kupaca

**RUJNA 2019. – OŽUJKA 2020.** – Zagreb, Hrvatska

#### Prodavačica

Spar

Rad na blagajni, slaganje polica, savjetovanje kupaca

**LIPNJA 2018. – RUJNA 2018.** – Zagreb, Hrvatska

#### Konobarica

KafićGaj

Posluživanje i prodaja pića gostima, rad na blagajni, održavanje čistoće u kafiću

**2016 – 2018** – Pula, Hrvatska

#### Prodavačica

Sportina

Rad na blagajni, savjetovanje kupaca, inventure, slaganje odjeće na policama, održavanje poslovnice

**LISTOPADA 2017. – SIJEČNJA 2018.** – Zagreb, Hrvatska

#### Skladišna radnica

Orbico

Lijepljenje deklaracija, slaganje robe u skladištu

**SIJEČNJA 2016. – SVIBNJA 2016.** – Pula, Hrvatska

#### Prodavačica te priprema hrane u restoranu brze hrane

McDonald's

Rad na blagajni, priprema hrane, održavanje čistoće restorana

### OBRAZOVANJE I OSPOSOBLJAVANJE

**2019 – TRENUTAČNO** – Vladimira Novaka 23, Zaprešić, Hrvatska

#### Studentica Projektnog menadžmenta, struč.spec.oec

Veleučilište Baltazar

<https://www.bak.hr>

**2015 – 2019** – Zagrebačka 30, Pula, Hrvatska



● **Ekonomist, univ.bacc.oec.**  
Sveučilište Đurja Dobrile  
<https://www.unipu.hr>

## JEZIČNE VJEŠTINE

**MATERINSKI JEZIK/JEZICI:** hrvatski

**DRUGI JEZICI:**

**engleski**

**Slušanje**  
B1

**Čitanje**  
B1

**Govorna  
produkcija**  
B1

**Govorna  
interakcija**  
B1

**Pisanje**  
B1

## DIGITALNE VJEŠTINE

Internet / MS Office (Word Excel PowerPoint) / Rad na računalu /  
Društvene mreže / Komunikacijski programi (Skype Zoom TeamViewer)

### Komunikacijske i timske vještine

Timski rad / Marljiva / Prilagodljivost / Uporna / Komunikativna i  
pristupačna osoba spremna na timski rad / Sposobna raditi u timu / Spo  
sobnost prilagodavanja promjenama / Komunikativna

## VOZAČKA DOZVOLA

● **Vozačka dozvola:**B