

# Međunardona zaštita intelektualnog prava vlasništva

---

**Džepina, 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:129:505620>

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

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-01-02**

*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 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.....	4
2.3.2 Dizajn .....	9
2.3.3 Patenti.....	11
2.3.4 Robni znakovi – žigovi .....	14
2.3.5 Ostali oblici intelektualnog vlasništva .....	17
2.4 ZAŠTITA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA U REPUBLICI HRVATSKOJ .	17
2.4.1 Državni zavod za intelektualno vlasništvo.....	17
2.4.2 Udruge za kolektivno ostvarivanje prava.....	18
2.4.3 Zastupnici intelektualnog vlasništva .....	19
2.4.4 Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj .....	20
2.5 SVJETSKA ORGANIZACIJA ZA INTELEKTUALNO VLASNIŠTVO.....	21
<b>3. ETIKA INTERNETA .....</b>	<b>22</b>
3.1 KRATKA POVIJEST INTERNETA .....	22
3.2 NETIKETA .....	23
3.2.1 Elektronička pošta .....	23
3.2.2 Diskusijske grupe .....	24
3.2.3 Forumi .....	24
3.2.4 Web stranice .....	24
3.3 INTERNET I SLOBODA GOVORA .....	26
3.3.1 Internet cenzura kod kuće.....	27
3.3.2 Internet cenzura u poduzećima.....	28
3.3.3 Internet cenzura na internacionalnoj razini .....	28
<b>4. PRAVNI ASPEKTI WEB I MULTIMEDIJSKIH SUSTAVA .....</b>	<b>32</b>

4.1	OSNOVE PRAVA U WEB I MULTIMEDIJSKIM SUSTAVIMA.....	32
4.2	POKRET OTVORENOG KODA .....	34
4.3	CREATIVE COMMONS.....	35
4.4	POŠTENA UPORABA .....	38
4.5	E-TRGOVINA.....	43
4.6	ZAŠTITA IZGLEDA .....	44
4.7	NOVE GRANICE INTERNETA.....	45
4.8	PRAVNE UPUTE ZA WEB DIZAJNERE.....	46
<b>5.</b>	<b>UPORABA ZAŠTIĆENIH MATERIJALA.....</b>	<b>48</b>
5.1	WEB SADRŽAJ.....	48
5.2	Fotografije .....	49
5.3	Tekst .....	50
5.4	Robni znakovi.....	50
5.5	Film, televizija i radio.....	51
5.6	Glazba.....	51
<b>6.</b>	<b>ZAKLJUČAK .....</b>	<b>52</b>
<b>7.</b>	<b>IZJAVA.....</b>	<b>54</b>
<b>8.</b>	<b>POPIS LITERATURE .....</b>	<b>55</b>
8.1	KNJIGE I RADOVI .....	55
8.2	INTERNETSKI IZVORI.....	55
<b>9.</b>	<b>POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA.....</b>	<b>58</b>
9.1	POPIS SLIKA.....	58
9.2	POPIS TABLICA.....	58
	<b>ŽIVOTOPIS.....</b>	<b>59</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

Svakim danom internet postaje sve važniji oblik komunikacije modernog društva. Kao medij koji sadrži veliku količinu informacija, rasprostranio se diljem Zemaljske kugle i tako većini stanovnika olakšao potragu za željenim podacima, a autorima pojednostavnio širenje vlastitih ideja i pronalaženje zainteresiranih osoba za vlastite radove i mišljenja. Međutim, jednostavan pristup resursima pomoću digitalne tehnologije doveo je i do druge krajnosti – velike zlouporabe dostupnih materijala. Vjerojatno većina ljudi nije niti svjesna činjenice da je gotovo svaka informacija koja se može pronaći na internetu zaštićena nekim oblikom prava. Ako to uzmemo u obzir tada je kršenje autorskih prava postala gotovo normalna stvar te dio ljudske svakodnevice. No povreda autorskih prava (bilo da se radi o povredi prilikom Web ili multimedijских sustava) može se smatrati kaznenim djelom ili prekršajem, a može dovesti i do građanske parnice za naknadu štete ako bi vlasnik autorskog prava pokrenuo tužbu, a i jednostavno gledano nije etičko jer je ipak svojevrstan oblik krađe.

Upravo stoga kako bi se osvijestila svijest građana sve se više u društvu spominje pojam intelektualnog vlasništva kao pokušaj smanjenja trgovanja i iskorištavanja ideja i izuma pojedinaca definiranjem prava koja prate te plodove ljudske kreativnosti.

Svrha ovog rada je prvenstveno podići svijest o vrijednosti ljudskih ideja, objasniti osnovne pojmove koji se tiču pravnih i etičkih aspekata te tako prikazati korisnicima kako se koristiti informacijama koje su im dostupne bez kršenja prava, vlasnicima pomoći shvatiti kakva sve oni prava imaju prilikom objavljivanja svojih radova te dizajnerima sustava pojasniti kako oblikovati sustav, a da je u potpunosti u skladu sa zakonom.



## 2. INTELKTUALNO 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 INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA

Iako vjerojatno većina ljudi nije svjesna te činjenice, ipak nas intelektualno vlasništvo sve okružuje. Svakog dana prosječni čovjek okružen je proizvodima punim intelektualnog vlasništva, od odjeće koju nosi, glazbe koju sluša, knjiga koje čita i filmova koje gleda. Možda se zato i pojam intelektualnog vlasništva i spominje sve češće i češće u društvu, no, 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 prvi put se spominje u presudi okružnog suda američke savezne države Massachussets iz 1845. godine. Radi se o slučaju Davoll i ostali protiv Browna, u slučaju patenta gdje 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>

Iako je prošlo je gotovo 160 godina od prvog spominjanja pojma, sam pojam intelektualnog vlasništva još uvijek nije najjasniji. No, polako pravni sustavi diljem svijeta usvajaju jedinstvene standarde sadržaja i primjene intelektualnog 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).

Dakle, moglo bi se jednostavno zaključiti kako je intelektualno vlasništvo pravo nad nematerijalnim dobrom, odnosno intelektualno vlasništvo se odnosi na informacije ili znanje. Neki definiraju intelektualno vlasništvo i kao kreaciju uma: invencije, literarne i umjetničke radove, simbole, nazive, imena i dizajne korištene u komercijalnoj uporabi. Te informacije i znanje i ostali elementi mogu biti uklopljeni u neke objekte u isto vrijeme u neograničenom broju kopija na različitim lokacijama u cijelom svijetu. „*Vlasništvo se ne odnosi na te kopije,*

---

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

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>

Prava intelektualnog vlasništva jednaka su pravima bilo kojeg drugog vlasništva. Ona omogućuju autoru ili vlasniku da stekne neko dobro od svoga rada ili investicije (bilo da zaradi, promovira se pomoću svoga rada, postane slavan, itd.).

## 2.2 ULOGA I SVRHA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA

Zašto uopće promicati i štiti intelektualno vlasništvo? Kao prvo, napredak ljudskog društva ovisi o kapacitetu novih kreacija u područjima tehnologije i kulture. Kada društvo ne bi štiti nove kreacije i inovacije autori i inovatori bi ubrzo izgubili interes za daljnjim radom. Drugo, zakonska zaštita ovih novih kreacija, ideja i izuma potiče proširenje dodatnih resursa što dugoročno gledano dovodi do daljnje inovacije. Zatim, promocija i zaštita intelektualnog vlasništva jača ekonomiju, kreira nove poslove i industrije i obogaćuje kvalitetu samoga života.

Dakle, interes šire zajednice ovdje je poistovjećen sa stalnim gospodarskim razvojem. Da bi to toga razvoja došlo nužan je tehnološki i tehnički napredak, pri čemu izumi imaju veoma značajnu ulogu. U interesu je društva da se razvije i zato društvo i jest zainteresirano da maksimalno potpomogne izumiteljstvo te štiti izumitelje. I samo društvo je očito svjesno činjenica da ne postoje izumi, i da oni nisu zaštićeni na pravilan način ne bi niti postojalo današnje društvo kao takvo kakvo postoji.<sup>3</sup>

No još uvijek intelektualno vlasništvo nije zaštićeno onako kako bi moglo biti, upravo suprotno – s razvojem digitalne tehnologije pravila i prava autora se sve više krše. Zato je vrijeme da se konačno autorima dodijeli zasluga za njihova kreativna dijela i da im se priznaju zasluge kao djelatnosti koje to zaslužuju, bilo da je riječ o djelima s komercijalnom ili kulturnom vrijednošću.

Kao što je već navedeno od zaštite intelektualnog vlasništva mogu profitirati društvo i sam autor (odnosno vlasnik djela), no od intelektualnog vlasništva koristi imaju i „obični“ (prosječni) ljudi.

Razmotrit ćemo ovo na nekoliko primjera<sup>4</sup>:

- Slavan film koji zarađuje milijune i milijune američkih dolara i kompanije koje su proizvele taj film ne bi postojale bez intelektualnog vlasništva, a ipak taj film donosi zadovoljstvo milijunima ljudi diljem svijeta.

<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.

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

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

- Kupci ne bi imali nikakav način sigurne i povjerljive kupnje da ne postoje oblici zaštite robnih imena koji štite od piratstva i prijevare.
- Bez nagrada koje omogućuje sustav patenata, istraživači ne bi imali motiva za proizvodnju boljih i efikasnijih proizvoda za korisnike dijelom svijeta.

## 2.3 OBLICI INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA

Četiri su osnovne vrste intelektualnog vlasništva<sup>5</sup>:

1. Autorsko pravo – štiti materijale poput literature, umjetnosti, glazbe, zvuka i filmova.
2. Dizajn – štiti vizualni izgled proizvoda.
3. Patenti – štite tehničke i funkcionalne aspekte proizvoda i procesa.
4. Robni znakovi (žigovi) – štite znakove i imena kojima se mogu razlikovati dobra i usluge jednog trgovca od drugog.

No, također intelektualno vlasništvo pokriva poslovne tajne, geografske indikacije, prava izvođača i tako dalje.

U sljedećim poglavljima biti će predstavljeni navedeni pojmovi te će ukratko biti izložena njihova regulacija i ostvarivanje u okviru zakonodavstva Republike Hrvatske.

### 2.3.1 AUTORSKO PRAVO

Autorsko pravo (lat. *auctor* – stvoritelj, začetnik, tvorac) je skup pravnih pravila, među kojima je za hrvatsku najznačajniji *Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima* (ZASP), koji određuju 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*

---

<sup>5</sup> *What intellectual property and your work*, (n.d). Dostupno na: <https://www.gov.uk/intellectual-property-an-overview>. (02.09.2021.)

*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>6</sup>*

Prema *Zakonu o autorskom pravu i srodnim pravima*, autorska djela su osobito, ali ne isključivo:

- jezična djela (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.

Nositelj autorskog prava autor je svoga djela te on ima pravo odlučivati o njegovoj upotrebi jednako kao što i vlasnik neke stvari odlučuje o uporabi te stvari. Jednako kao što vlasnik može stvar prodati, tako i autor može drugima ustupiti prava na korištenje svog autorskog djela. No, nositelj autorskog prava ne mora biti sam autor toga djela, ako bi autor radio primjerice rad po narudžbi i ako je tako dogovoreno tada autorsko pravo pripada vlasniku toga djela. „*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>7</sup>

Autor može biti i više osoba i tada se govori o koautorskom djelu. Razlikuju se dvije vrste koautorskog djela – je djelo nedjeljiva cjelina tada autorima pripada zajedničko autorsko

---

<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> 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.)

pravo, a ako se razlikuju dijelovi u autorskom djelu svaki autor ima autorsko pravo na svojem autorskom djelu.<sup>8</sup>

Za stjecanje autorskog prava ne traži se nikakav formalan postupak registracije autorskog djela već autor postaje nositeljem autorskog prava ostvarenjem djela. Autorsko pravo traje za života autora i sedamdeset godina nakon njegove smrti. Ako se radi o koautorskom djelu traje sedamdeset godina od smrti koautora koji je najdulje živio.

Razlikuju se dvije vrste ovlaštenja u okviru autorskog prava:

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

Autorsko moralno pravo odnosi se na to da autor bude priznat kao tvorac određenog djela. Ono mu daje pravo da 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>9</sup>

U moralna prava pripada i pravo na priznavanje autorstva, pravo na poštivanje autorskog djela i čast ili ugled autora te pravo pokajanja. „*Autor ima pravo opozvati pravo na iskorištavanje njegovoga autorskog djela, i njegovo daljnje korištenje, uz popravljavanje štete korisniku toga prava ako bi daljnje korištenje štetilo njegovoj časti ili ugledu.*“<sup>10</sup> Moralna prava su strogo osobna, a nakon smrti autora o njima se mogu brinuti nasljednici i zakonom određene organizacije.

Autorsko imovinsko pravo odnosi se isključivo na pravo korištenja autorskog djela. Autor može ugovorom ustupiti pravo na korištenje drugima s ili bez naknade. Ugovor mora biti sklopljen u pisanom obliku. Autorskopравни ugovor mora sadržavati barem djelo na koje se odnosi, način korištenja, te osobu ovlaštenu za korištenje autorskog djela (korisnik). Autorskopравни ugovor može biti sklopljen i u pogledu autorskog djela koje još nije stvoreno pod pretpostavkom da se njime odredi barem vrsta i način korištenja budućeg djela. I visinu naknade potrebno je odrediti ugovorom. Ako visina naknade nije određena ugovorom, ili je njena visina određena neprimjereno, autor ima pravo na primjerenu naknadu (Katulić, 2006; 71). „*Autor ima isključivo pravo sa svojim autorskim djelom i koristima od njega činiti što ga*

<sup>8</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.)

<sup>9</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>10</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.)

je volja, te svakoga drugoga od toga isključiti, ako zakonom nije drukčije određeno“. Navedeno pravo obuhvaća<sup>11</sup>:

- pravo reproduciranja (pravo umnožavanja),
- pravo distribucije (pravo stavljanja u promet),
- pravo priopćavanja autorskog djela javnosti,
- pravo prerade

Pod pravom reproduciranja smatra se isključivo pravo izrade autorskog djela u „jednom ili više primjeraka, izravno ili neizravno, privremeno ili trajno, bilo kojim sredstvima ili u bilo kojem obliku.“<sup>12</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>13</sup>

Autor ima isključivo pravo priopćavanja autorskog djela javnosti. To pravo obuhvaća<sup>14</sup>:

- pravo javnog izvođenja – ovdje pripadaju čitanje ili recitiranje književnog djela i javno glazbeno izvođenje nekog djela,
- pravo javnog prikazivanja scenskih djela – scensko izvođenje dramskog, dramsko glazbenog, koreografskog ili pantomimskog djela scenskim prikazivanjem,
- pravo javnog prenošenja – priopćavanje nekog 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,

<sup>11</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.)

<sup>12</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>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.)

<sup>14</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 emitiranja – pravo priopćavanja autorskog djela putem radijskih ili televizijskih programskih signala,
- 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.

Naposljetku tu je i pravo prerade – „*pravo na prevođenje, prilagođavanje, glazbenu obradu ili koju drugu preinaku autorskog djela.*“<sup>15</sup>

Osim osnovne podjele sadržaja autorskog prava na imovinska prava autora i moralna prava autora postoje i druga prava koja se ne mogu svrstati u niti jednu od ove dvije kategorije. To su prava na nakladu, pravo slijeđenja i ostala druga prava autora.

Autorsko pravo je jednostavno prepoznati jer se u međunarodnoj uporabi nalazi znak © (prikazan i na slici 1.) kao kratica za izraz *copyright*, uz koji obično ide ime nositelja autorskog prava i godina prvog izdanja djela. U engleskom jeziku riječ *copyright* se koristi za autorsko pravo. Izvorno značenje te riječi je tiskanje primjeraka, odnosno kopija knjiga. Početkom 20. stoljeća u Engleskoj je donesen zakon kojim je riječ *copyright* dobila šire značenje. Sada ta riječ obuhvaća sva prava autora u pogledu njihovih autorskih djela (Katulić, 2006; 71).



Slika 1. Međunarodni znak *copyrighta*

<sup>15</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.)

No autorsko pravo ne štiti sva djela. Recimo, njime se ne štite znanstvena otkrića jer ona otkrivaju postojeće, ali nepoznate prirodne zakone. Isto vrijedi i za matematičke koncepte, poslovne modele i pravila igre. Također se autorskim pravom ne mogu zaštititi zakoni, podzakonski akti i drugi propisi iz područja zakonodavstva, uprave i sudstva. Naposljetku ne mogu se zaštititi nikakve medijske informacije poput dnevnih novosti i drugih vijesti.

Katulić (2006; 26) navodi da uz razvitak tehnologije pojavila su se i autorskom pravu slična (srodna) prava a to su:

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

Iako se ova prava razlikuju od autorskog u nekoliko elemenata normiraju se u istom zakonu kao i autorsko pravo (*Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima*).

### 2.3.2 Dizajn

Dizajn, odnosno industrijski dizajn odnosi se na zaštitu vanjskog izgleda (pojavnosti) nekog proizvoda. Živimo u vremenu masovne proizvodnje gdje kvaliteta proizvoda više nije dovoljna već se traži i određenija estetska kvaliteta koja je plod intelektualnog stvaralaštva te kao takva mora posjedovati određenu zaštitu (Katulić, 2006; 38).

Industrijski dizajn je nastao kao ideja o povezivanju umjetnika i industrijske proizvodnje kako bi se uljepšali industrijski proizvodi, a uništila imitacija.

*„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).

Proizvođač koji štiti svoj industrijski dizajn može tako zaštititi vlastita ulaganja u razvoj i proizvodnju. Jednom kada je zaštićen, dizajn je vlasništvo autora ili određenog poslovnog subjekta te može uvelike utjecati na njegovu tržišnu vrijednost.

Da bi se neki dizajn mogao zaštititi moraju biti ispunjene neke pretpostavke:

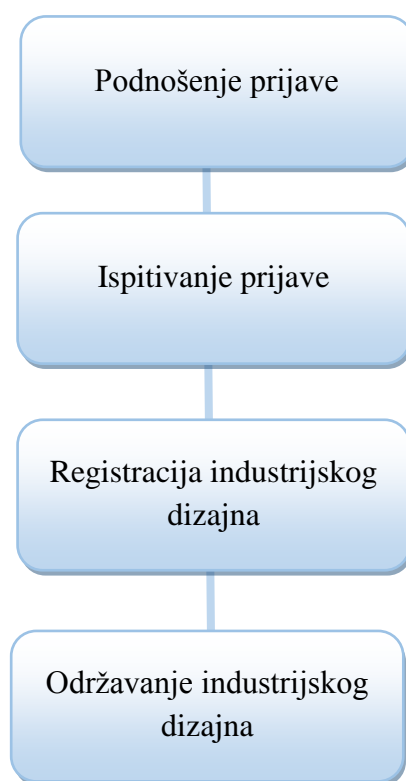
1. Objektivna novost – *„Dizajn se smatra novim ako nijedan istovjetni dizajn nije bio učinjen dostupnim javnosti prije datuma podnošenja prijave za registraciju*



*industrijskog dizajna ili, ako je zatraženo pravo prvenstva, prije datuma priznatog prvenstva.*<sup>16</sup>

2. Individualan karakter – „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>17</sup>
3. Da se dizajn ne protivi javnom interesu ili moralnim načelima.

Zaštita industrijskog dizajna kratko traje, odnosno od dana prijave traje pet godina nakon čega je moguće produžiti na period od još pet godina i ukupno može zaštita trajati dvadeset i pet godina.

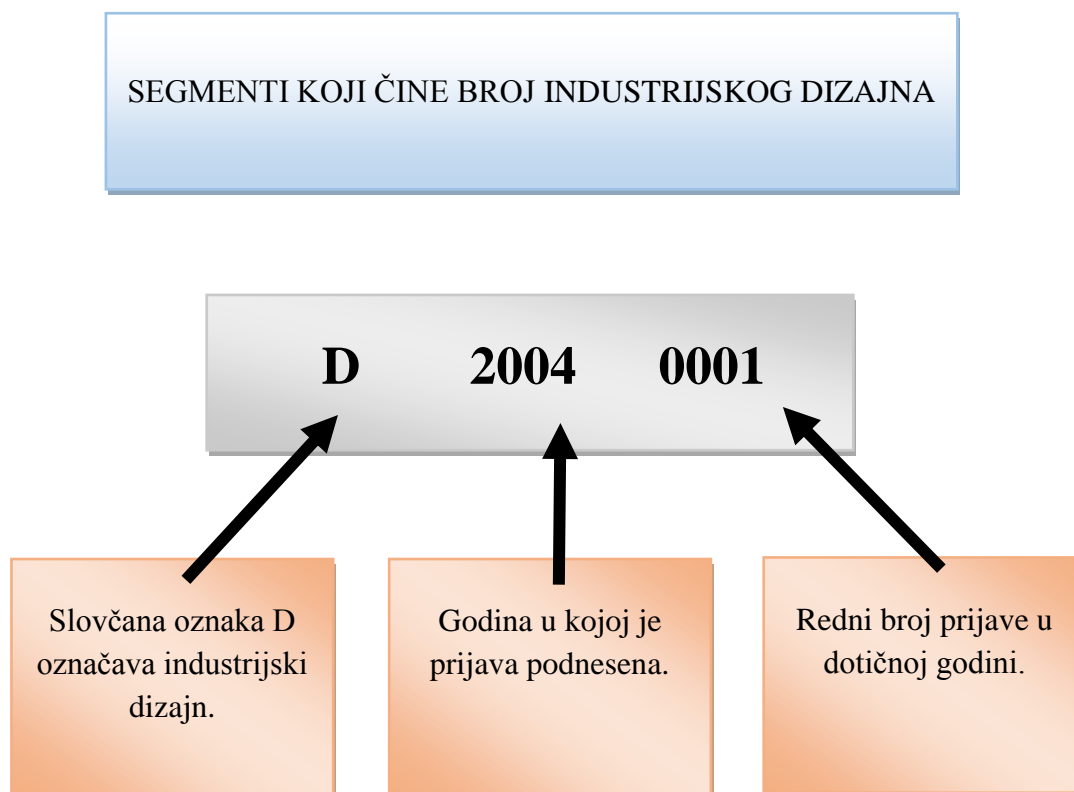


Slika 2. Prikaz postupka zaštite industrijskog dizajna  
Izvor: vlastita izrada prema Katulić, 2003, str. 41.

<sup>16</sup> Narodne novine (2017). *Pravilni 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>17</sup> Narodne novine (2017). *Pravilni 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.)

Sada će ukratko biti opisan postupak zaštite industrijskog dizajna u Republici Hrvatskoj, a pregled u obliku dijagrama prikazan je na slici gore (slika 2.). Postupak zaštite nadgleda Državni zavod za intelektualno vlasništvo, a dizajn se štiti na temelju *Zakona o industrijskom dizajnu* te *Pravilnika o industrijskom zavodu*. Prvi korak u postupku zaštite je podnošenje prijave Državnom zavodu. Tu prijavu će zatim Zavod ispitati s posebnim naglaskom na to da li dizajn sadrži elemente državnih simbola i obilježja ili ako se protivi javnom moralu. Ako je prijava uspješno ispitana slijedi registracija dizajna i objava u službenom glasilu Državnog zavoda – Hrvatskom glasniku intelektualnog vlasništva (Katulić, 2006; 41).



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

Na slici 3. prikazani su segmenti koji čine broj industrijskog dizajna koji ima svaki dizajn. Broj industrijskog dizajna sastoji se od tri dijela: slovenske oznake, godine u kojoj je prijava podnesena i redni broj prijave u dotičnoj godini.

### 2.3.3 Patenti

„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>18</sup>

Da bi neki izum mogao biti priznat kao patent mora uvesti neku novost s obzirom na postojeće stanje tehnike, mora imati inventivnu razinu (neočiglednost) i biti industrijski primjenjiv (praktična primjenjivost u industrijskom opsegu). Također, prijavitelj je dužan otkriti tehničke detalje svog izuma u opsegu koji omogućuje stručnjaku iz toga područja izradu ili uporabu izuma te taj opis nakon određenog perioda postaje javno dostupan.

Prva pretpostavka, novost izuma, zahtijeva da izum u trenutku traženja patentne zaštite nije poznat stručnoj javnosti (nije opisan u publikaciji ili izložen na izložbi) te je stoga pametno držati izum u strogoj tajnosti. Zatim, izum mora imati određenu inventivnu razinu dakle, ne smije očigledno proizlaziti iz stanja tehnike poznatog stručnjacima za to područje. Naposljetku, izum mora imati mogućnost industrijske primjene. Svrha patentne zaštite je i napredak industrije odnosno gospodarstva u cjelini te opskrbljivanje ljudskog društva novim proizvodima. Upravo stoga izum mora imati mogućnost industrijske primjene.<sup>19</sup>

Također, osim gore danih pretpostavki kako bi neki izum patentirali prema *Zakonu o patentu* on ne smije pripadati u neku od sljedećih skupina<sup>20</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 pojma patenta često se spominju i pojmovi dopunskog i zavisnog patenta.

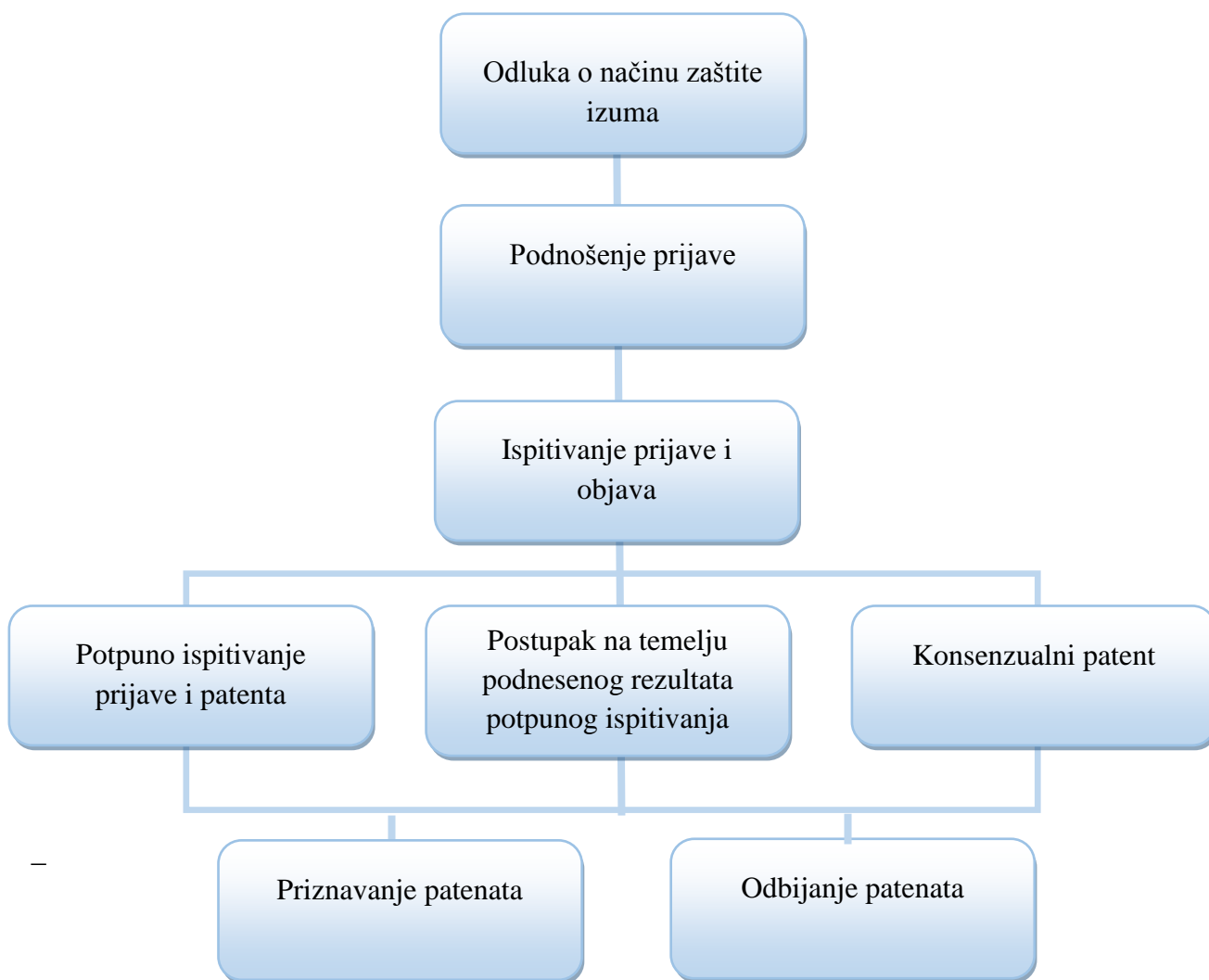
*„Dopunski patent daje se za izum kojim se dopunjava ili usavršava neki postojeći izum. Iako se za ovakvu dopunu ili usavršavanje traži da bude patentabilna, dopunski se patent izdaje samo nositelju osnovnog patenta. Zavisni patent, s druge strane, zaštićuje takav izum koji se ne može samostalno zaštititi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

<sup>18</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>19</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>20</sup> Narodne novine (2020). *Zakon o patentu*. Članak 5. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)

Kako bi prijavili patent potrebno je da Državni zavod za intelektualno vlasništvo provede upravni postupak za priznanje patenta i konsenzualnog patenta te obavi druge poslove u pogledu zaštite izuma. Konsenzualni patent je poseban oblik patenta u kojem prijava patenta ne mora proći kompletno ispitivanje, odnosno dovoljno je da se javnim dogovorom (konsenzusom) javnosti patent prihvati. Sam postupak priznavanja patenta pokreće se podnošenjem prijave patentu Zavodu. Ta prijava mora sadržavati zahtjev za priznavanje, opis izuma, zahtjeve za zaštitu izuma, crteže s opisima izuma i sažetak izuma.



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

Slika 4. prikazuje dijagram prikaza patentne prijave koja će sada biti i pobliže objašnjena. I u ovom slučaju nadležno tijelo za postupak zaštite i ostvarivanja prava patenta je Državni zavod za intelektualno vlasništvo koji postupak provodi na temelju *Zakona o patentu* i *Pravilnika o patentu*. Nakon što Zavod zaprimi prijavu on treba ispitati postoje li svi propisani formalni elementi. Jako je važan datum prijave zbog pravila prvenstva. Ako ne postoje neke prepreke prijava se unosi u Registar prijave patenta. Tada se detaljno ispituju prijava i patent te nakon

objave u službenom glasilu od podnositelja prijave očekuje se da podnese zahtjev za ispitivanje uvjeta za priznavanje patenta. Ovisno o zahtjevu patent će biti prihvaćen ili odbijen. Kada se izda rješenje o priznanju patenta, on će se upisati u Registar patenata (Katulić, 2006).

Gore opisano je prijava patenta u Republici Hrvatskoj. Međunarodna prijava patenta može se izvršiti prijavom patenta Međunarodnom uredu u Ženevi ili prijavom patenta kod Europskog zavoda za patente. Od 1998. godine zaštita izuma u inozemstvu znatno je jednostavnija jer je od tada Republika Hrvatska postala članica Ugovora o suradnji na području patenata (eng. *Patent Cooperation Treaty*).<sup>21</sup>

### 2.3.4 Robni znakovi – žigovi

Marketing je važan u današnjem društvu, a veliku ulogu u marketingu i raspoznavanju tržišnog imena čine robni znakovi, odnosno žigovi. Bez dobro odabranog žiga i isplanirane strategije marketinga uspjeh na tržištu je teško postići. Proizvodi koji su izdani od strane opće poznatog tržišnog imena kojem vjerujemo u startu imaju prednost nad proizvodima nepoznatih proizvođača. Iako su takvi proizvodi najčešće nešto skuplji „zbog svoga imena“ oni ipak jamče određenu kvalitetu. Zbog toga znakovi imaju veliku ulogu u tržišnom gospodarstvu i konkurenciji proizvođača.

*„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 za razlikovanje proizvoda ili usluga jednog poduzetnika od proizvoda ili usluga drugoga poduzetnika.“<sup>22</sup>*

Naravno, jedna od pretpostavki registracije žiga jest da se oni razlikuju jedan od drugog. Žigovi uvelike pomažu u uspostavljanju odnosa između poslovnih subjekata, proizvođača, trgovca i potrošača te je bitno odabrati žig koji će asociirati potrošača na ono što traži i želi. Tako robni znakovi predstavljaju snažan instrument reklame i propagande, a razvoj tržišnog identiteta čiji je žig sastavni dio je dio tržišta u koji se možda i najviše ulaže.

Dokaz velike uloge žiga je i svjetski raširena pojava proizvodnje i trgovine krivotvorenim proizvodima tako zvanim „lažnjacima“. Prilike za zaradu i potencijalne kazne su u velikom nerazmjeru pa je upravo ovaj oblik povrede intelektualnog vlasništva postao osnovnim poslom brojnih skupina organiziranog kriminala. Na slikama 5. i 6. prikazan je primjer originalnog žiga i njegovog lažnjaka. Na slici 5. također je vidljiv simbol ® kao uobičajena oznaka zaštićenih znakova u poslovnoj praksi.

<sup>21</sup> Narodne novine (2020). *Zakon o patentu*. Članak 99. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)

<sup>22</sup> Narodne novine (2019). *Zakon o žigu*. Članak 2. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/120/Zakon-o-%C5%BEigu>. (02.09.2021.)



Slika 5. Originalni žig tvrtke Puma<sup>23</sup>



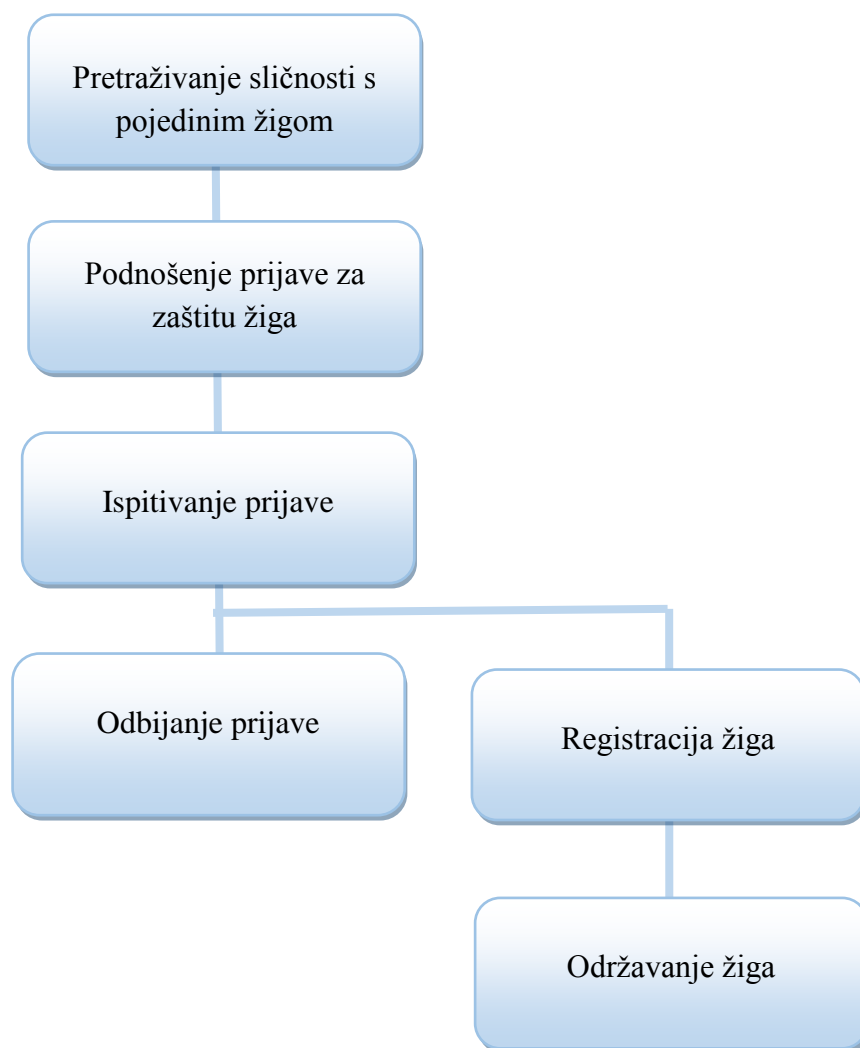
Slika 6. Primjer "lažnjaka"<sup>24</sup>

Pravno gledano, žigovi su isključivo pravno priznati za znak koji služi za razlikovanje proizvoda i usluga jednog gospodarskog subjekta od ostalih u gospodarskom prometu. Žig osigurava svom nositelju isključivo pravo na stavljanje u promet proizvoda i usluga koji su njime obilježeni.

Kako žig predstavlja privatno vlasništvo njegovog nositelja, odgovornost održavanja žiga je na samom nositelju. Zaštita žiga vrijedi 10 godina, a može se produžavati neograničeni broj puta. Sažet pregled prijave zaštite žiga prikazan je na slici 7.

<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.)

<sup>24</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.

O zaštiti žiga u Republici Hrvatskoj brinu *Zakon o žigu* i *Pravilnik o žigu*. Prijava za zaštitu vlastitog robnog znaka treba biti u skladu s odredbama Nicanskog sporazuma o međunarodnoj klasifikaciji roba i usluga za registraciju žigova. Nicanskim sporazumom o međunarodnoj klasifikaciji roba i usluga za registraciju žigova prihvaćena je jedinstvena klasifikacija proizvoda koja se sastoji od popisa razreda proizvoda i usluga s objašnjenjima te abecednog popisa pojedinačnih proizvoda i usluga s oznakama razreda u koje su svrstani. Također, prije podnošenja prijave treba provjeriti baze podataka već postojećih žigova. Ispitivanje prijave provodi Državni zavod za intelektualno vlasništvo koji može odbiti ili prihvatiti prijavu. Ako je prijava prihvaćena slijedi registracija žiga i održavanje žiga (Katulić, 2008)

### **2.3.5 Ostali oblici intelektualnog vlasništva**

Ovdje će biti samo kratko objašnjeni ostali oblici intelektualnog vlasništva – oznake izvornosti i oznake zemljopisnog podrijetla, zaštita topografije poluvodičkih proizvoda i poslovna tajna.

Oznaka zemljopisnog podrijetla je naziv zemljopisnog područja ili neki drugi znak koji ukazuje da neki proizvod ili usluga potječe iz određenog zemljopisnog područja, te da posjeduje određenu kvalitetu i svojstva toga podrijetla.

Oznaka izvornosti je specifičniji oblik zaštite, te obavezno podrazumijeva bitni ili isključivi utjecaj posebnih prirodnih i ljudskih čimbenika određene zemljopisne sredine i iz toga proizašlu osobitu kvalitetu i svojstva proizvoda ili usluga.

Topografijom poluvodičkih proizvoda naziva se raspored slojeva vodljivog, izolacijskog i poluvodičkog materijala. Takav raspored može se zaštititi kao intelektualno vlasništvo. Razvoj novih sklopova i elektroničkih uređaja je veoma skup, a kopiranje postojećih rješenja je izrazito jeftino naspram cijene ulaganja u izradu novih. Upravo se zato poluvodički proizvodi zaštićuju što daje nositelju prava, u ograničenom vremenskom razdoblju, isključivo pravo kontrole nad prometom zaštićene topografije. Odnosno, nositelj prava jedini odlučuje o svome proizvodu te je on ovlašten odobriti ili zabraniti umnožavanje topografije, njenu prodaju li drugo stavljanje u promet.

*„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 se štite drugačije od žigova ili primjerice 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, odnosno Državni zavod za intelektualno vlasništvo i Udruge za kolektivno ostvarivanje prava. Potom će se pojasniti tko su zastupnici intelektualnog vlasništva i prikazati statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj, odnosno prikazati tablicom broj žigova, patenata i industrijskog dizajna.

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

Današnji Državni zavod za intelektualno vlasništvo (DZIV) osnovan je 31. prosinca 1991. i sada je glavna institucija među tijelima državne uprave za pitanja zaštite intelektualnog vlasništva u Republici Hrvatskoj. Zavod se prvenstveno bavi provođenjem potrebnih



postupaka za priznanje patenata, žigova, industrijskog dizajna, oznaka zemljopisnog podrijetla i oznaka izvornosti te topografije poluvodičkih proizvoda.<sup>25</sup>

Također, Zavod se bavi informacijskom i servisnom djelatnošću koja uključuje klasificiranje, arhiviranje i nadzor nad patentnim i drugim prijavama. Tako 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>26</sup>

Zavod provodi i međunarodne postupke dodjele prava na osnovu međunarodnih ugovora kojih je Republika Hrvatska stranka, a surađuje i sa Svjetskom organizacijom za intelektualno vlasništvo (WIPO) na području primjene međunarodnih ugovora te edukacije.

#### 2.4.2 Udruge za kolektivno ostvarivanje prava

Uz Državni zavod, posebno mjesto u sustavu zaštite Republike Hrvatske čine i udruge za kolektivno ostvarivanje prava. Razvoj i širenje interneta i općenito digitalne tehnologije olakšali su distribuciju autorskih djela sa svim pozitivnim i negativnim posljedicama koje to donosi. Zbog medija i digitalne tehnologije koja nosi širok i brz pristup tržištu povećala se povreda autorskih prava (Katulić, 2006).

<sup>25</sup> Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2011). *O Zavodu*. Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/o-zavodu/>. (02.09.2021.)

<sup>26</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.)

Kako je inicijativa za zaštitu i gospodarsko iskorištavanje intelektualnog vlasništva gotovo isključivo na nositelju prava jasno je da takav sustav zaštite nije dovoljan za ovakve oblike povrede autorskih prava kakvi se sada javljaju. Na tu potrebu za efikasnijom zaštitom sami nositelji prava su se udružili u strukovne udruge kako bi efikasnije mogli kontrolirati naplatu svojih potraživanja. Tako postoje udruge (Katulić, 2006):

- Za zaštitu prava umjetnika izvođača (HUZIP) – je „*neprofitna udruga koja, temeljem odredaba Zakona o autorskom i srodnim pravima i na osnovi ovlasti Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo Republike Hrvatske, provodi u praksi kolektivnu zaštitu umjetnika-izvođača u Republici Hrvatskoj.*“<sup>27</sup>
- Redatelj (DHFR) – osnovano je 1995. godine od strane hrvatskih filmskih autora, članova nekadašnjeg društva filmskih radnika, s nakanom reforme te socijalističke cehovske udruge.<sup>28</sup>
- Diskografa (HDU) – Hrvatska diskografska udruga utemeljena je 1995. godine sa sjedištem u Zagrebu. HDU zastupa i promiče interese diskografa, unapređuje diskografiju i reguliranje međusobnih odnosa članova.<sup>29</sup>
- Skladatelja (HDS – ZAMP) - je stručna služba koja temeljem ovlaštenja Državnog zavoda za intelektualno vlasništvo i sukladno zakonu, obavlja djelatnost ostvarivanja i zaštite autorskih glazbenih prava.<sup>30</sup>
- Udruga za zaštitu proizvođača poslovnog softvera (BSA) - BSA ili *Business Software Alliane* je najistaknutija organizacija posvećena unapređenju sigurnog i zakonitog digitalnog svijeta.<sup>31</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

Ostvarivanje prava na području intelektualnog vlasništva, a pogotovo industrijskog vlasništva može biti dugotrajno i skupo te je pri Državnom zavodu za intelektualno vlasništvo ustrojen

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

<sup>29</sup> Hrvatska diskografska udruga (n.d.). *O nama*. Preuzeto s: <https://hdu.hr/o-nama/>. (02.09.2021.)

<sup>30</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>31</sup> Business Software Alliane (2021). *About BSA*. Preuzeto s: <https://www.bsa.org/about-bsa>. (02.09.2021.)

registar zastupnika na području industrijskog vlasništva koji su zakonom ovlašteni pružati usluge klijentima na području ostvarivanja prava vezanih uz intelektualno vlasništvo.

Postoji i propis koji regulira uvjete za registraciju zastupnika na području industrijskog vlasništva – *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 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>32</sup> ž*

#### 2.4.4 Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj

U tablici 1. prikazana je statistika industrijskog vlasništva, odnosno statistika broja žigova, patenata i industrijskog dizajna.

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>32</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 internacionalna organizacija posvećena kreativnosti i inovaciji te osiguranju prava autora i vlasnika diljem svijeta. Također, ona brine o tome da izumitelji i autori budu prepoznati i nagrađeni za vlastita djela.

Kao specijalna agencija Ujedinjenih naroda, WIPO postoji kako bi kreirao i usklađivao pravila i praksu za zaštitu prava intelektualnog vlasništva. S ubrzanom globalizacijom tržišta posljednjih godina WIPO igra veliku ulogu u pomoći tim novim sustavima kroz zakonitu i tehničku pomoć.

WIPO 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

Internet je nastao 1969. godine kao projekt vlade Sjedinjenih Američkih Država (SAD-a) poznat kao ARPAnet. Bio je dizajniran da omogući distribuiranu i fleksibilnu mrežu koja bi omogućavala vojsci SAD-a da nastavi s radom i kada bi Sovjetska vojska uništila određene geografske lokacije na mreži.

Prvobitno izrađen za američku vojsku, internet kako je prozvan, evoluirao je u mrežu za Američku akademsku komunikaciju, ispočetka prvenstveno za sveučilišta i tek tada se počeo dalje širiti. Dakle, prvobitno je internet bio relativno homogena grupa studenata i znanstvenika, a bilo kakvi nemiri bili su rješavani odmah unutar grupe.

1989. godine razvijen je World Wide Web (WWW), sada najpopularnija mogućnost interneta od britanskog znanstvenika Tima Berners-Leea.

U početku korištenja interneta postojalo je i deset zapovijedi za uporabu računala koja je donio Institut za računalnu etiku (eng. *Computer Ethics Institute*) 1991. godine. Te zapovijedi glase ovako<sup>33</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>33</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.

Za razvoj Weba ključna je 1993. godina kada se broj korisnika duplicirao i internet je postao medij svakodnevne komunikacije. Moglo bi se reći – kada je stigao „ostatak svijeta“ online sva pravila su prestala vrijediti.

Internet je internacionalna mreža računalnih mreža preko kojih računalo može prenositi poruke u bilo kojem obliku digitalnih podataka (uključujući tekst, numeričke podatke, sadržaj baza podataka, grafiku, zvuk i video i računalni softver) 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*) je nešto poput mrežnog bontona, pravila što se smije, a što ne smije činiti u virtualnoj komunikaciji. Ona pokriva kulturu virtualne komunikacije i neformalna pravila.

Smjernice i pravila ponašanja su podijeljeni u sljedeće kategorije<sup>34</sup>

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

Pravila netikete ima mnogo te će biti navedena samo najvažnija po već 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 šaljite „lance sreće“ elektroničkom poštom. „Lanci sreće“ su zabranjeni na internetu.
- Budite oprezni prilikom slanja, uvijek znajte kome šaljete elektroničku poštu.
- Primatelj je ljudsko biće, čija se kultura jezik i smisao za humor mogu razlikovati od vaših. Budite osobito oprezni sa sarkazmom.

---

<sup>34</sup> Netiquette (2021). *Netiquette pravila*. Preuzeto s: <http://www.hr-netiquette.org/pravila/>. (03.09.2021.)

- 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

Ovdje vrijede sva pravila kao i za elektroničku poštu te još neka dodatna:

- 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

Bitno je i da Web dizajneri vode brigu prilikom kreiranja svojih stranica o netiketi, a kako bi osigurali da stranica bude korektna svaki dizajner bi trebao<sup>35</sup>:

---

<sup>35</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.)

- 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>36</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,
- 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,

---

<sup>36</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).



- 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.

Izgled Web stranica, informacije koje ona nudi, čitljivost i preglednost tih informacija te 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**

Sloboda govora općenito govoreći je sloboda da kažemo sve što mislimo bez cenzure<sup>37</sup> i ograničenja. Ona pripada u jedno od osnovnih prava svakog ljudskog bića. Otkriće interneta pružilo je nove mogućnosti u slobodi govora prvenstveno zbog anonimnosti koju pruža korisnicima, a i zbog same arhitekture interneta koja ne može ništa izbrisati (ne dopušta cenzuriranje).

Elektronička pošta nudi uslugu komunikacije diljem svijeta bilo da se radi o komunikaciji grupa koje se sastoje od nekolicine prijatelja, stotina zainteresiranih za istu stvar ili velikih, nacionalnih organizacija. Blogovi, kao još jedna usluga interneta, transformiraju novinarstvo, a web stranice poput Wikipedije su poput Aleksandrijske knjižnice<sup>38</sup>, samo online.

Svi ovi servisi koje nam internet nudi ubrzano mijenjaju pristup informacijama i ohrabruju ljude da dijele svoje ideje s cijelim svijetom.

---

<sup>37</sup> Cenzura je postupak nadziranja slobode izražavanja.

<sup>38</sup> Veliku Aleksandrijsku knjižnicu dao je podići Ptolomej I u namjeri da stvori znanstveno i kulturno središte koje bi se suprotstavilo atenskom utjecaju. Tako je izgrađena Biblioteka sa znanstvenom ustanovom Muzejom i tako je stvorena golema zbirka znanja antičkog svijeta s oko 200.000 rukopisa.

Očuvanje otvorene arhitekture interneta je kritično za ostvarivanje slobode govora. Ali to znači jako malo, ako nema nikakvu pravnu zaštitu. Ako zakon ima pravo cenzure ili ograničavanja pristupa određenim informacijama tada potencijal interneta neće biti ostvaren.

Mnogo puta su vlasti pokušale baš to, cenzurirati i ograničiti pristup te zato i postoje brojne organizacije kako bi branile internet kao platformu slobodnog govora.

U pokušajima obrane slobode govora na internetu objavljena je i Deklaracija nezavisnosti kiberprostora (eng. *A Declaration of the Independence of Cyberspace*) 1996. godine. Dio te deklaracije slijedi u daljnjem tekstu.

*„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>39</sup>*

Pri pomisli na internet svatko pomisli kako je to najslobodniji medij, mjesto gdje svatko može pokrenuti svoju vlastitu web stranicu i tamo objaviti svijetu što on misli. Tako je i jedan od prvih nadimaka interneta bio „autocesta informacija“ (eng. *information superhighway*) jer je trebao omogućiti prosječnoj osobi brz pristup do informacija koje inače ne bi mogao pronaći. No, je li uistinu tako kako se čini? Za većinu korisnika interneta jest, ali za ostale je internet vjerojatno poput autoceste s preprekama u obliku cenzure. Međutim, nije sva cenzura motivirana lošom namjerom, na primjer u cenzuri pripada i roditeljska zaštita djeteta od neprikladnog sadržaja. Ali postoje i mnogobrojni primjeri ograničavanja slobode govora kao kontrole vlasti nad informacijama – jedan kineski novinar Shi Tao osuđen je na 10 godina zatvora zbog navodnog odavanja državnih tajni strancima. Optužen je zato što je elektronskom poštom kontaktirao jednu prodemokratsku stranicu u SAD-u. Ovaj primjer demonstrira da je počelo doba cenzure u virtualnom prostoru.

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

Prvo će biti nešto malo riječi o sadržaju koji mnogi roditelji ne bi željeli da njihova djeca vide. To mogu biti pornografski sadržaji, govori mržnje, sobe za dopisivanje, kockarske stranice i bilo koji druge stranice koje sadrže negativne ili opasne sadržaje. Iako neki protivnici internet cenzure smatraju da je najjednostavnije zaštititi tako da kontroliraju njegov pristup internetu, to i nije uvijek najlakše. Zato su osmišljena softverska i hardverska rješenja ovog problema poput programa za filtriranje Weba (npr. *Net Nanny*). Većina Web filtera koristi dvije tehnike da blokira sadržaj: crne liste (popis Web stranica koje su nepoželjne, taj

<sup>39</sup> Switzerland, D. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Preuzeto s: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. (03.09.2021.)

popis se mijenja s vremenom) i blokiranje ključnih riječi (ako program odluči da Web stranica nije prikladna zbog nekih riječi onemogućit će joj pristup).

No, ovakva internet cenzura iako uglavnom služi na dobrobit i roditelja i djece nameće i neka pitanja. Mnogi programi za filtriranje Weba šifriraju svoje crne liste s ciljem smanjenja zlouporabe. Protivnici internet cenzure tvrde da bi te crne liste mogle sadržavati i Web stranice koje nisu neprikladne za sve, primjerice stranice koje kritiziraju autore Web filtera. Također, lako se može programu potkrasti i pogreška jer on ako radi na principu ključnih riječi traži samo riječi, ne i sadržaj te tako može doći i do onemogućavanja neke primjerene stranice (primjerice program ne bi shvatio da su recepti o pilećim prsima prikladni na Web stranici i onemogućio bi pristup toj stranici).

Osim uporabe ovakvih programa roditelji bi mogli i koristiti sigurnosnu stijenu koja štiti od opasnog i nepoželjnog sadržaja no ona zahtijeva malo više znanja od Web administratora (u ovom slučaju roditelja) nego programi za Web filtriranje.

### **3.3.2 Internet cenzura u poduzećima**

Poduzeća koje onemogućavaju neke stranice svojim zaposlenicima najčešće to rade iz razloga da povećaju produktivnost i onemoguće ljenčarenje tijekom radnog vremena. Blokiranjem pojedinih Web stranica zaposlenici će moći posjećivati samo one stranice koje će im pomoći u istraživanju, i poslu, a bit će im zabranjene sve stranice koje bi ih mogle ometati u onome što rade. Osim spomenutog, očitog razloga neka poduzeća blokiraju Web stranice kako bi izbjegle moguće sudske tužbe. Do sudskih tužbi bi mogli doći ako bi neki zaposlenik gledao neke neprimjerene sadržaje te ih tada pokazivao drugome zaposleniku, ili bi ih taj slučajno vidio. Tada bi se zaposlenik mogao na neki način osjećati oštećeno i pokrenuti tužbu.

Mnoga poduzeća se oslanjaju na softver koji filtrira Web stranice i sličan je softveru koji koriste i roditelji da zaštite svoju djecu, a mnogi se oslanjaju i na sigurnosne stijene. Sa sigurnosnom stijenom, poduzeće može odabrati koju Web stranicu želi zabraniti, ili čak može blokirati čitave domene.

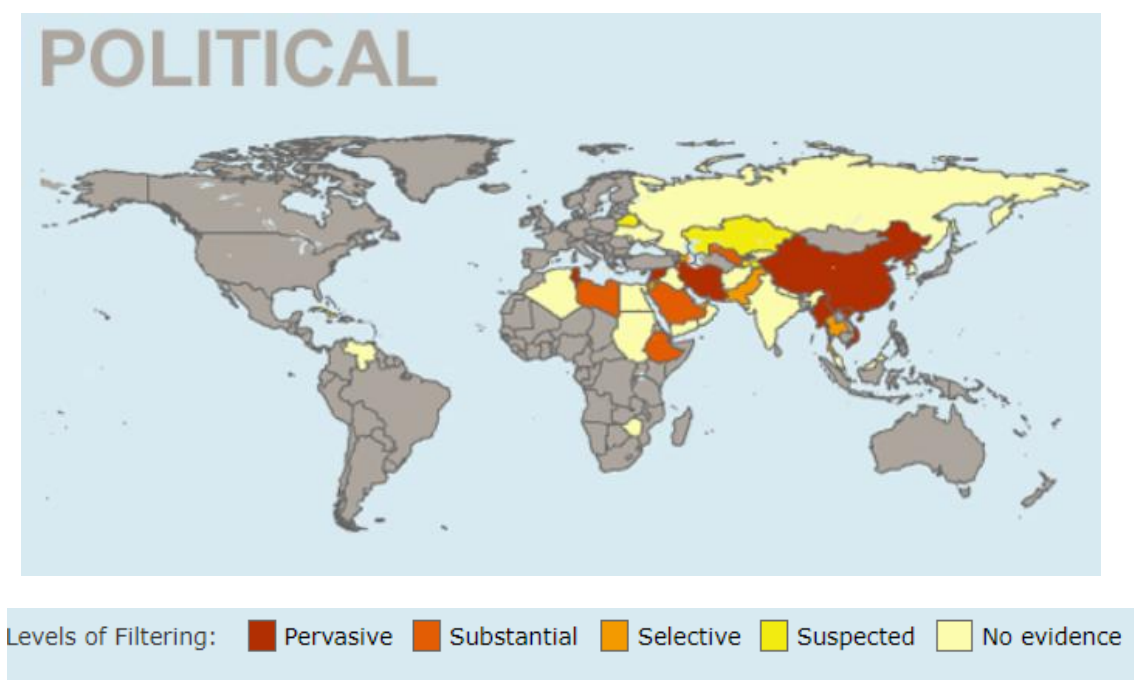
Tako u mnogim poduzećima kada zaposlenik pokuša pristupiti određenoj Web stranici, ako mu je pristup onemogućen, dobiti će poruku da je mrežni administrator identificirao ovu stranicu kao neprikladnu. Uobičajeno je da korisnik može dojaviti administratoru ako smatra da je pogrešna stranica blokirana.

### **3.3.3 Internet cenzura na internacionalnoj razini**

Mnoge države ograničavaju pristup internetu na nekoj razini. Čak i Sjedinjene Američke Države imaju zakone koji utječu na tip informacija kojima se može pristupiti u školama i javnim knjižnicama. No, mnoge države idu puno dalje od toga, a u nekim državama je čak i zabranjen pristup internetu.

Organizacija posvećena obavještanju javnosti o filtriranju Weba, *OpenNet Initiative* (ONI), klasificira Web filtriranje u četiri kategorije<sup>40</sup>:

- **Političko:** Sadržaj koji sadrži poglede suprotne vladajućoj politici zemlje. Ova kategorija uključuje i religijske poglede i pokrete, sadržaje vezane uz ljudska prava i druge socijalne uzroke. Na slici 9. prikazana je karta svijeta s prikazom političkog filtriranja po državama svijeta. Sivi dijelovi označavaju države bez podataka, no to ne mora značiti da ovdje nema političkog filtriranja. Ostale boje prikazuju razine filtriranja, od najtamnije do najsvjetlije boje tj. od država gdje se najviše filtrira (sveprisutno filtriranje) do država gdje nema dokaza o filtriranju.

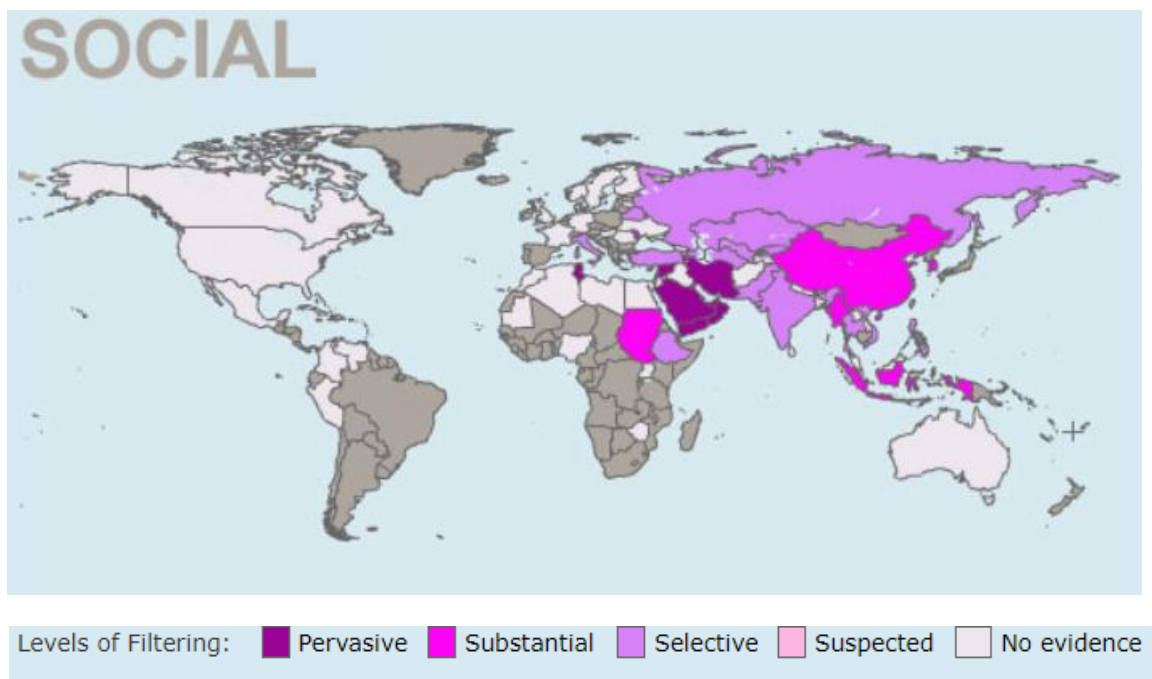


Slika 9. Prikaz rasprostranjenosti političkog filtriranja po državama svijeta

Izvor: ONI Internet Filtering Map (n.d)

- **Socijalno:** Web stranice koje imaju seksualne sadržaje, kockarske, o drogama i drugim temama koje bi nacija mogla smatrati uvredljivima. Na Slici 10. prikazana je karta svijeta koja prikazuje razine socijalnog filtriranja po državama. Legenda filtriranja je slična kao i na prethodnoj slici (Slika 9.) te neće biti dalje navođena.

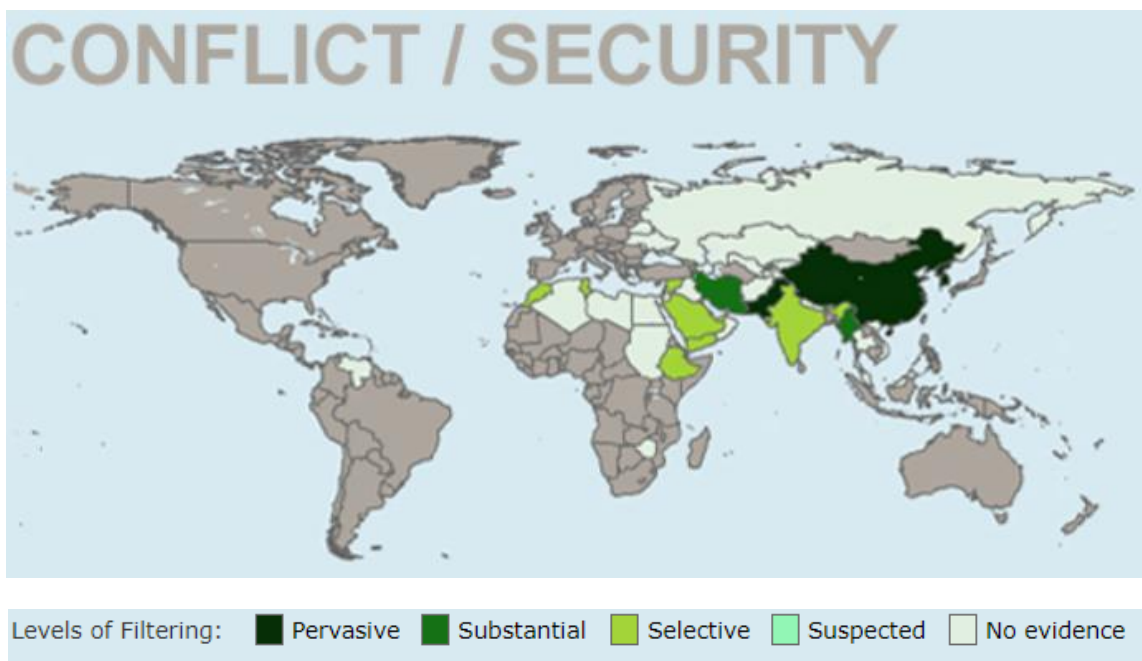
<sup>40</sup> OpenNet Initiative (n.d.). *About ONI*. Preuzeto s: <https://opennet.net/about-oni>. (02.09.2021.)



Slika 10. Prikaz rasprostranjenosti socijalnog filtriranja po državama svijeta

Izvor: ONI Internet Filtering Map (n.d)

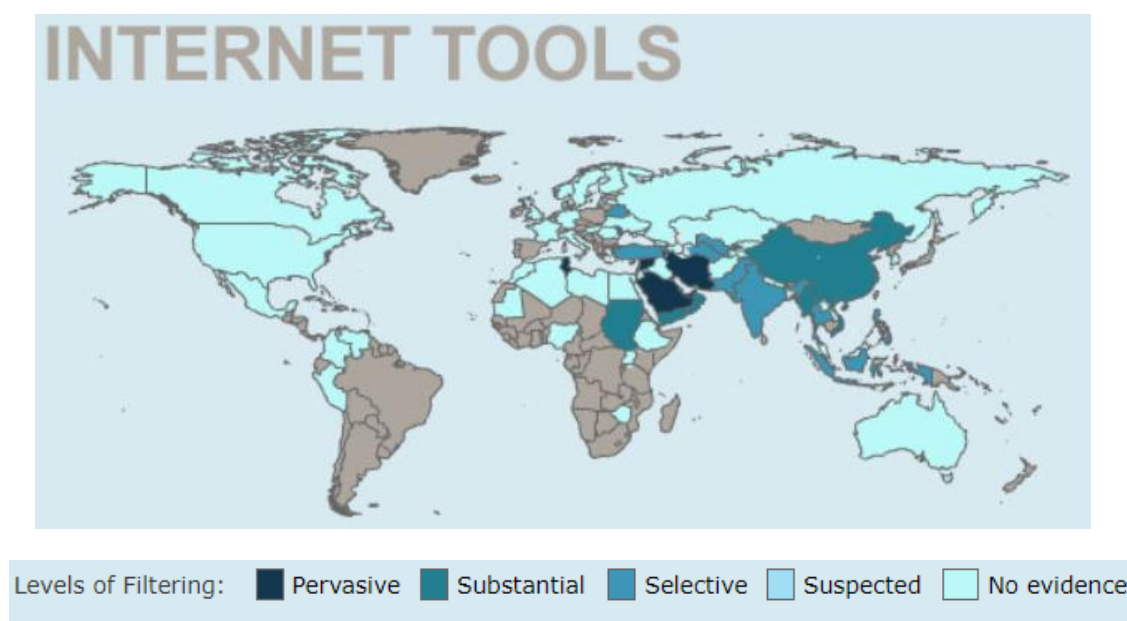
- **Konflikt/Sigurnost:** Stranice koje sadrže ratne teme, i druge konflikte. Na Slici 11. prikazana je karta svijeta na kojoj vidimo razine konfliktnog/sigurnosnog filtriranja po državama.



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, aplikacija za prevođenje, instant poruka, itd. 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 cenzuri prednjači Kina čije vlasti su navele četrnaest vodećih web portala da pokrenu zajedničku akciju kojom će s kineskog web prostora ukloniti sve nezdrave sadržaje. Tako je u Kini zabranjen pristup stranicama CNN-a, Washington Posta i New York Timesa. Također, pokušava li se na kineskom Google-u pronaći slika demonstracija na Tienanmenu rezultat pretrage bit će sretni kineski koji uživaju u svim čarima poznatog trga. Ista pretraga s hrvatskog Google-a rezultirat će slikama oklopnih vozila kojima su ugušene demonstracije.

No nije Kina jedina država koja cenzurira svoje stanovnike, u „čaroban krug“ pridružili su se i Arapski Emirati i Bliski istok, te Kuba u kojoj pristup Internetu imaju samo odabrani<sup>41</sup>.

Udruga za očuvanje ljudskih prava *Amnesty International* tako je pokrenula akciju za očuvanje slobode govora na internetu, jedno od temeljnih prava koje bi se upravo na internetu trebalo najbolje provoditi.

Neke zemlje odlaze i izvan ograničavanja pristupa. Tako Mirmarska vlada drži internet kafiće pod nadzorom gdje računala rade automatski slike ekrana (eng. *screenshots*) svakih nekoliko minuta.

Također, prilikom ostvarivanja ključnog pravila – slobode govora (koja može predstavljati i citiranje izvora primjerice na blogu, umetanje videa u vlastiti izvještaj, korištenje djela pjesme u glazbenoj parodiji) – treba uvijek na umu imati autorska prava nekog djela.

<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

U svijetu i u Republici Hrvatskoj postoje problemi i pitanja koji se nameću kod interneta. U ovom poglavlju riječ o rješenjima problema i pitanja u navedenom sustavu. U nastavku će se opisati prava u web i multimedijским sustavima, a potom će se pobliže objasniti koja su to prava i kako su zaštićena.

### 4.1 OSNOVE PRAVA U WEB I MULTIMEDIJSKIM SUSTAVIMA

Kako je već prije bilo navedeno internet je mreža sastavljena od drugih mreža, a World Wide Web je samo jedna od mogućnosti koje nudi internet. Web se sastoji od mnoštva stranica koje možemo pretraživati i posjećivati. Pristup stranici, naravno, ne znači doslovno da korisnik ode na tu stranicu. To jednostavno znači da je stranica smještena negdje i digitalno prenesena na računalo korisnika i prikazana na njegovom ekranu. Većina stvari koje korisnici zapravo pregledavaju dobivena je iz keša (eng. *cache*). Keširanje (eng. *caching*) znači spremanje materijala s originalne stranice za kasniju uporabu (tako da se pri sljedećoj uporabi ne mora opet odlaziti na originalnu lokaciju po podatke). Svrha toga je ubrzavanje ponovnog pristupa podacima i smanjenje zakrčenosti mreže. Taj sadržaj se obično spremi na stranicu koja je geografski bliže korisniku, ili na snažnije računalo ili ono koje ima manje zakrčen put do konačnog korisnika (Zimmerman, 1997).

Dakle, ako tako sagledamo stvar svaki korisnik koji pristupi stranici napravi barem nekoliko „kopija“ nečijeg zaštićenog materijala.

Prilikom izrade stranice trebao bi svatko imati na umu da još uvijek zakoni u vezi te naprednije tehnologije nisu usklađeni i nije najjasnije što se zapravo može, a što ne može zaštititi. Također, kao što se vidi kopije zaštićenih materijala mogu se napraviti i slučajno iz razloga jer tako funkcionira arhitektura interneta. Stoga bi vlasnici web stranica morali paziti na to što stavljaju na web i biti svjesni problema koji mogu nastati. Neka od pitanja te mogući načini zaštite web i multimedijских materijala navedeni su u daljnjem tekstu.

Za Web dizajnere bitno je znati pod kojim okolnostima smiju koristiti nečiji rad u vlastitom radu. Na primjer, slike u javnim arhivama su često zaštićene pa je potrebno prvo saznati kakvi su uvjeti licence. Taj postupak se ne razlikuje po ničemu od situacije u stvarnom svijetu, kada autor piše knjigu, članak ili Web stranicu uvijek treba dozvolu da koristi tuđi rad.

Većina zemalja svijeta ima zakone o autorskom pravu koji se temelje na Bernskoj konvenciji koja kaže da je svaki rad zaštićen u trenutku kreacije ako ima elemente originalnosti i neki oblik umjetničke ekspresije. Nije potrebno dodati slavni simbol © kraj ili simbol poput „Copyright <autor>“ da bi se zaštitilo neko djelo. Ovi znakovi služe samo kao indikatori drugima 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: „Copyrigt © godina autor. Sva prava pridržana.“ Godina bi u ovom slučaju trebala predstavljati godinu kreacije, ako je moguće nadodanu i godinu kada je zadnji puta modificirana. Autor može biti ili kreator rada, ili poduzeće ili institucija koja je vlasnik prava. U mnogim čistim tekstualnim dokumentima

simbol © ne može biti korišten pa se umjesto toga koristi sljedeći skup znakova „(c)“. Taj skup znakova nije službeno priznat indikator iako je tako čest da bi vjerojatno prošao u raspravi oko statusa autorskog prava.

Prava vlasnika rada zaštićenog autorskim pravom razlikuju se od zemlje do zemlje, ali općenito govoreno vlasnik ima pravo napraviti kopije rada i ponuditi ga javnosti. Kada on distribuira kopiju, ta specifična kopija može biti dalje distribuirana drugima bez potrebe za dozvolom. U SAD-u se to zove pravilo prve prodaje (eng. *first sale doctrine*), a u Europi „*exhaustion*“ što u biti znači da je zakonito preprodati knjigu, ali nije zakonito napraviti vlastitu kopiju knjige te to prodati.

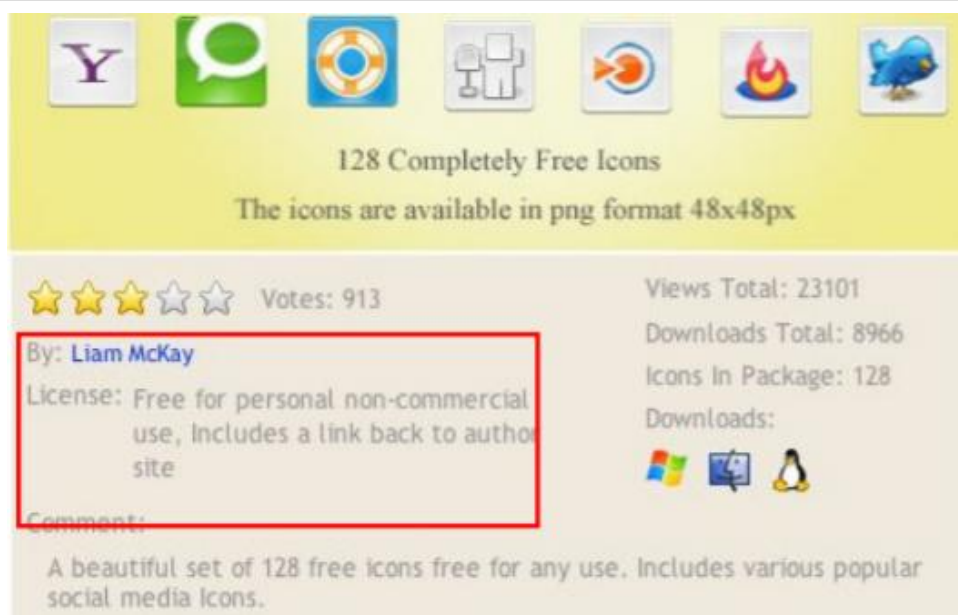
Vlasnik može dati ljudima određena prava na svoj rad. To se zove licenciranje. Licenca može biti veoma specifična („Novine A smiju objaviti fotografiju X u sutrašnjem izdanju.“) ili veoma općenite. Sa stavljanjem rada na Web dizajneri implicitno daju svima u svijetu licencu da skidaju i gledaju rad na 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.

Važno je da svatko za sebe odluči kakva prava želi dati svojoj Web stranici. Ako je stranica izrađena iz hobija vjerojatno dizajneru neće biti važno što ljudi rade s tom stranicom već će mu vjerojatno i laskati što ljudi žele koristiti njegove materijale negdje drugdje. No ako je u stranicu investirano mnogo vremena i truda za kreiranje slika i programa, uzimanje materijala bez dozvole moglo bi izgledati kao krađa. U tom slučaju važno je napraviti licencu jasnijom. To se jednostavno može napraviti tako da se kreira Web stranica gdje će biti objašnjeno što se može, a što ne može uraditi s vlastitim radom. Znači, ne mora to biti dugačak pravni tekst, dovoljna je i jednostavna izjava poput „*Sve slike na ovoj stranici smiju biti kopirane i korištene bez ograničenja, sve dok je autoru dana zaslužena zasluga*“. Također postoje i već gotove licence.

Jasno je da korištenje tuđeg rada bez dozvole nije dopušteno. Ako rad nema nikakve indikacije da je zaštićen to ne znači da i nije zaštićen, već to samo znači da treba kontaktirati vlasnika i pitati ga o njegovoj licenci. Većina Web stranica ovih dana ima jasne licence koje detaljno prikazuju što je, a što nije dozvoljeno.

Povećana pozornost bi se trebala posvetiti stranicama koje sadrže kolekcije slika poput ikona. Svaka ikona za sebe je zaštićena od autora, i ispod svake kolekcije ikona trebala bi biti navedena licenca koju je taj autor ustupio. Primjer pravilnog navođenja licence ispod kolekcije ikona prikazan je na slici 13.





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

Nadalje će biti pojašnjena pravna pitanja koja se nameću u sklopu Weba i multimedije.

## 4.2 POKRET OTVORENOG KODA

Pokret otvorenog koda (eng. *open source*) ili kako ga neki nazivaju *copyleft* počiva na načelima otvorenosti i suradnje. Kod je dostupan svima i može se dalje modificirati, a jedina obveza svih koji se njime koriste je da sva unapređenja koja su sama napravili stave ponovo na internet da budu dostupna drugima (Uzelac, 2004)

„*Copyleft je licenca koja štiti autorska prava, ali, za razliku od copyrighta, dopušta besplatnu upotrebu, distribuciju, 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>

Kada se neko digitalno ili fizičko autorsko djelo objavi ono pripada javnoj sferi (eng. *Public Domain*), odnosno nije zaštićeno na bilo koji način (niti copyrightom ni copyleftom), što je situacija koja potencijalno omogućava zloupotrebu (novčanu korist od tuđeg djela). Copyleft zaštićuje djelo, ali za razliku od copyrighta dopušta slobodnu upotrebu, i uz potrebno tehničko znanje, poboljšanje/preradu djela.

<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.)

Znak copylefta koji se koristi da bi se znalo da se radi o softveru koji ima otvoren kod prikazan je na slici 14.



Slika 14. Međunarodni znak *copylefta*

Prava vrijednost „*Open Source*“ materijala nije u tome što je on besplatan nego u činjenici da je slobodan za daljnje promjene i da se korisnici mogu njime služiti u daljnjoj nadogradnji. Ovaj pokret je suprotnost poslovnom modelu koji počiva na konkurentnosti i tajnosti podataka.

Copyleft se primjenjuje tako što 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

Računala su snažni alati za kreiranje bilo slika, priča, videa ili bilo kakvih drugih djela. Kada nacrtamo sliku rukom postoji samo jedna kopija, koju možemo pokloniti, zadržati ili ju prodati. No ako bi tu istu sliku nacrtali na računalu tada možemo napraviti neograničen broj njenih kopija. Također, kada bi netko došao do kopije naše slike on bi mogao napraviti još kopija i dijeliti ih dalje ili mijenjati sadržaj. Tu sada dolazi zakon – iako svatko s računalom ima mogućnost dijeljenja ili mijenjanja kreacije, zbog zakona o autorskom pravu, on nema pravo na to.<sup>44</sup> Zakon automatski daje potpuno pravo na bilo koje kreativno djelo koje je napravljeno i ako autor ne kaže drukčije nitko nema pravo dijeliti i mijenjati ta djela. Ali postoje autori koji bi željeli zakonito i jasno dopustiti bilo kome u svijetu da dijele i uživaju plodove njihova rada. Iako bi se to moglo riješiti tako da svatko kaže svakoj osobi da se može koristiti s originalom postoji i jednostavniji način – i tu nastupa organizacija *Creative Commons* (približan prijevod bi bio: zajedničko kreativno dobro).

---

<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.

Creative Commons je neprofitna organizacija koja pruža besplatne alate koji dopuštaju autorima, znanstvenicima, umjetnicima i profesorima da jednostavno označe svoje kreativno dobro za pravima koje žele da nosi.

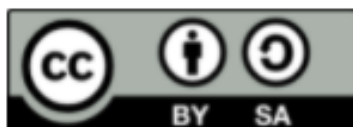
Opća javna licenca (o kojoj je bilo govora prije) uglavnom se koristi za licenciranje softverskih aplikacija, no sličan koncept promovira Creative Commons licenca.

Creative Commons definira spektar mogućnosti različitih licenci. 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 15. Creative Commons licenca CC BY<sup>45</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 15.



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



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

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

<sup>46</sup> Creative Commons (2021). *About CC licenses*. Preuzeto s: <https://creativecommons.org/about/cclicenses/>. (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 17.



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



Slika 19. Creative Commons licenca CC BY-NC-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.

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 CCO za nečiji rad, potrebno je uzeti sljedeće važne stvari u obzir<sup>50</sup>:

<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.)

<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.)

- 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 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

Poštena uporaba (eng. *Fair Use*) je pristup u zakonu o autorskim pravima Sjedinjenih Američkih Država koji dopušta ograničenu upotrebu zaštićenih materijala bez dopuštenja za neke posebne svrhe – edukacijske i kulturne. Temelji se na slobodi govora prvog amandmana Ustava SAD-a. Taj termin „poštena uporaba“ je jedinstven za SAD, a Izrael i Velika Britanija imaju sličan pristup.

Mnogo puta, skoro pa svi pisci su citirali ili jako blisko parafrazirali što su drugi napisali. Ako pretpostavimo da to što oni koriste je zaštićeno autorskim pravom oni bi naravno, morali pitati za dozvolu. No, ne moraju uvijek pitati za dozvolu – barem što se tiče prava SAD-a.

Poštena uporaba se bazira na vjerovanju da je javnost slobodna koristiti dijelove zaštićenog materijala u svrhe komentiranja i kritiziranja. Sljedeće uporabe su najčešće poštene uporabe<sup>51</sup>:

- Kritike i komentari – na primjer citiranje rada u nekoj kritici, ili svome radu u svrhu ilustracije ili komentara.
- Izvještavanje vijesti – na primjer, sažetak članka, s kratkim citatima u nekom izvješću vijesti.
- Istraživanja i edukacija – za kratke citate u školskim, znanstvenim i tehničkim radovima za ilustraciju ili opis autorovih viđenja.
- Neprofitne obrazovne svrhe – za kopiranje ograničenih dijelova pisanih radova za upotrebu u školstvu.
- Parodija – za djelo koje ismijava drugo djelo imitirajući ga na smiješan način.

Može se reći da je najčešće nekomercijalna uporaba poštena uporaba. Zloupotrebe najčešće nastaju kada je netko motiviran jedino zaradom. Činjenica da je neki rad objavljen za osobnu komercijalnu dobit ne uklapa se u načela poštene uporabe. Recimo korištenje nekog stiha

---

<sup>51</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.)

poznate pjesme u malenom književnog dnevniku bi vjerojatno bilo poštena uporaba, dok korištenje tog istog stiha za marketinšku kampanju kao slogan ne bi bilo.

Postoji pet pravila kojih se treba pridržavati prilikom odlučivanja da li je neka uporaba djela poštena uporaba ili ne<sup>52</sup>:

1. Da li se kreira nešto novo ili se samo kopira? – Svrha uporabe nekih materijala jedan je od važnijih faktora u odlučivanju da li je neka uporaba poštena ili ne.
2. Da li se autor natječe s izvorom od kuda kopira? – Bez dozvole, naravno ne smije se uzeti nečiji rad i koristiti ga tako da će novi rad „pobijediti“ kopirani na tržištu.
3. Davanja zasluga autoru ne rješava sve probleme. – Uvriježeno je mišljenje da je dopuštena uporaba materijala tako dugo dok daju zasluge autoru. To nije točno jer davanje zasluga i poštena uporaba su dva različita koncepta.
4. Što više materijala je uzeto, manje su šanse da će to biti poštena uporaba – pravilo je nikada ne citirati više od nekoliko odlomaka iz knjige ili članka, ne uzeti više od jednog dijagrama, ne uključiti ilustraciju u knjizi ili novinama bez dopuštenja, ili citirati više od dva retka pjesme. No nema nikakvog limita koliko se riječi smije koristiti jer sve ovisi o okolnostima (nije isto uzeti 100 riječi iz teksta koji sadrži 150 riječi, i 100 riječi iz teksta koji sadrži 100000 riječi).
5. Kvaliteta materijala koji se koristi je važna koliko i kvantiteta – Što je materijal koji „se uzima“ korisniji to je manja vjerojatnost da on neće biti poštena uporaba. Poznat je slučaj koji dobro ilustrira ovo pravilo. Časopis *The Nation* je uzeo kopiju memoara Geralda Forda prije objavljivanja memoara. U članku časopisa o memoarima citirano je samo 300 riječi iz sveukupno memoara koji ima 200000 riječi. No sud je odlučio da to nije poštena uporaba jer su koristili „srce knjige“, najzanimljivije i najdirljivije dijelove cijelih memoara.

Na kraju ostaje jedno zlatno pravilo – „Uzmite od drugih samo ono što ne bi smetalo da oni uzmu od vas“.

Poštena uporaba na internetu bit će razmotrena preko slučaja *Kelly protiv Arriba Soft Corporation* gdje vidimo vezu između smanjenih slika (eng. *thumbnails*), ugrađenih veza i poštene uporabe. Na prvom suđenju *Arriba Soft* je optužena da je prekršila autorska prava bez obrane uz pomoć poštene uporabe u uporabi smanjenih slika i ugrađenih veza s Kellyine Web stranice u *Arribinom* pretraživaču slika. Na tu odluku suda podnesena je žalba i tada je presuđeno u stranu optuženika. U istraživanju ove odluke, sud je istraživao četiri faktora analize. Prvo, svrha kreiranja smanjenih slika za pregled je dovoljno transformirajuća, napominjući da one nisu namijenjene da se gledaju u velikoj rezoluciji kakve su originalne slike. Drugo, činjenica da su fotografi već objavili svoja djela smanjila je njihov značaj kao kreativnih radova. Treće, iako normalno „puna“ replikacija zaštićenog djela bi mogla kršiti

<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.)

autorska prava, ovdje je to bilo proglašeno razumnim i nužnim za ovu uporabu. Naposljetku, sud je zaključio da tržište originalnih fotografija neće biti smanjeno zbog ovih smanjenih slika. Gledajući na sve te faktore sud je presudio da su smanjene slike poštena uporaba<sup>53</sup>

U kolovozu 2008. godine, sudac Jeremy Fogel (San Jose, California) je presudio da vlasnici autorskog prava ne mogu narediti brisanje online datoteka bez odlučivanja radi li se o poštenoj uporabi zaštićenog materijala. Slučaj je uključivao Stephanie Lenz, spisateljicu i urednicu koja je napravila kućni video 13-godišnjeg sina kako pleše na pjesmu Princea „Let's Go Crazy“ i objavila taj video u trajanju od 29 sekundi na YouTube.com. Četiri mjeseca kasnije, Universal Music, vlasnici autorskog prava na pjesmu, zahtijevali su od YouTubea da ukloni taj video prema *Digital Millenium Copyright* aktu. Nekoliko tjedana kasnije Lenz je obavijestila YouTube da njezin video pripada poštenoj uporabi i da ga želi natrag. Naposljetku je Lenz tužila Universal Music za njezine troškove tvrdeći da je glazbena kompanija krivo postupila jer je video bila poštena uporaba pjesme<sup>54</sup>.

Slijede neka zakonska pravila u uporabi određenih stvari na web stranicama<sup>55</sup>:

#### 1. Veze i okviri

- Povezivanje (eng. *linking*) je sve prisutna funkcija interneta koja dolazi u dvije varijante: ugrađena veza (eng. *inline link*) i vanjska veza (eng. *outline link*). Kada korisnik klikne na vanjsku vezu, pretraživač će mu prikazati drugu stranicu, a kada klikne na ugrađenu vezu pretraživač povuče sadržaj s druge stranice (najčešće slike, tekst, audio ili video) na ovu stranicu s koje se kliknulo. Okviri (eng. *framing*) su slični ugrađenom povezivanju i događaju se kada je materijal s linka prikazan unutar okvira ili granice prozora stranice s koje vodi veza.
- Vanjska veza koja povezuje korisnika na stranicu koja sadrži neke dodatne materijale. Ako stranica koju korisnik pozove linkom sadrži materijale koji krše zakon, link bi mogao dovesti u probleme i stranicu koja sadrži taj link. Politika poštene uporabe bi se mogla primijeniti na većinu vanjskih veza jer je za pretpostaviti da većina vlasnika. Web stranica želi proširiti svoje materijale koliko je to moguće. No, kada bi ta veza mogla proizvesti neku štetu tada to ne bi bila poštena uporaba. Na primjer, moguće je da neautorizirane veze na stranicu bi mogle toliko povećati promet stranice da sruše server stranice i to sigurno ne bi bilo na korist vlasnika.
- Većina Web stranica ima početnu stranicu na koju su sve ostale stranice povezane. Tako početna stranica (eng. *home page*) na neki način ima ulogu

<sup>53</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>54</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>55</sup> Jennings, C. A. (2002). *Fair Use on the Internet*. Preuzeto s: <https://irp.fas.org/crs/RL31423.pdf>. (05.09.2021.), str. 5.

vrata koja korisniku daju pristup sadržaju Web stranice. Često su na toj početnoj stranici prikazane neke komercijalne aplikacije, poput reklama. Duboki link može preskočiti tu uvodnu (početnu) stranicu i tako preskočiti i njene komercijalne stranice šaljući korisnika direktno na stranicu s nekim sadržajem ili određenom uslugom. A što je s tražilicama i dubokim vezama? U slučaju Kelly protiv Arriba Soft korporacije sud je zaključio da duboke veze koje nudi tražilica specijalizirana za traženje, indeksiranje i referirane korisnika na slike na internetu ne zlorabiti prava fotografa, čije su fotografije dostupne tražilici. Jasno je da veze na tražilici preskaču početnu stranicu i šalju korisnika direktno na traženu sliku, ali ipak to nije dovoljno da naštetiti tržištu ili pravima vlasnika.

- Ugrađene veze i okviri – Ugrađene veze i okviri odmah na prvi pogled se čine problematičniji od vanjskih veza i dubokih veza. Ova tehnologija ugrađenih veza dopušta web stranici da uključi zaštićene materijale tako da povuče sadržaj s jedne stranice na svoju i tako može doći do zlorabe prava reprodukcije, prikaza i performanse.

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

- Smanjene slike, odnosno neprecizne kopije male rezolucije su često korištene na Web stranicama. Općenito Web stranica koristi smanjene slike kao referentnu napravu, ugrađenu vezu u sliku koja će korisnika poslati na sliku velike rezolucije (originalnu sliku). Kada se koristi za ovu svrhu smanjena slika može zlorabiti prava slike. Do 2002. godine samo je bio jedan slučaj koji se bavio ovim pitanjem (Kelly protiv Arriba). U tom slučaju sud je odlučio da uporaba smanjenih slika implicira prava reprodukcije fotografa, ali je poštena uporaba. Iako je uporaba slika kod Arriba tražilice bila komercijalne svrhe, tražilica nije koristila slike da izravno promovira svoju Web stranicu niti je pokušala zaraditi prodajom tih slika. Tako tražilica nije izravno stekla dobit od slika.

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

- Strujanje pruža pristup širokom asortimanu vizualnih i glazbenih videa, dopuštajući korisnicima slušanje prijenosa radio programa, koncerata i drugih glazbenih događaja, kao i gledanje glazbenih videa, televizijskih programa, filmova, crtića i drugih prijenosa vizualnog sadržaja.
- Jedno strujanje glazbe ili videa može prekršiti prava vlasnika autorskog prava, i to prava reprodukcije, distribucije, javnog prijenosa i prava izvođenja te također prava prerade.
- U slučaju Video Pipeline protiv Buena Vista Home Entertainment, optuženik Video Pipeline je kreirao i prenosio trailere filmova svojim klijentima, video trgovcima, za izložbu njihovim korisnicima. Sud je držao



da ova praksa krši tužiteljeva prava reprodukcije, javnog djelovanja i prava distribucije, kao i njihovo pravo prerade. Optuženik se nije mogao braniti putem poštene uporabe jer je sud zaključio da je uporaba komercijalna jer je donosila izravnu financijsku dobit – jedina uloga je bila reklamirati i promovirati iznajmljivanje videa. Također, upotreba tih videa nije uključivala nikakvu kreativnost za kreiranje pregleda filma osim izrezivanja ključnih dijelova. Iako je dužina tih videa bila manja od dvije minute, dok je dužina filmova oko sat i pol u prosjeku to ipak nije pomoglo kako bi sud presudio da je to poštena uporaba zbog perspektive kvalitete (video isječci su sadržavali temu, radnju, cijeli pregled filma – kopirali su esenciju originalnog djela).

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

- Dijeljenje podataka se odnosi na proces u kojem uređaji koje kontroliraju krajnji korisnici izravno međudjeluju jedan s drugim tako da razmjenjuju datoteke između sebe. Glazba, literatura, filmovi, fotografije i drugi primjeri zaštićenog materijala mogu biti razmjenjivani putem dijeljenja podataka ili ravnopravne mreže (eng. *peer-to-peer network*). Te mreže imaju različite arhitekture. Neke su dizajnirane tako da postoji središnji server koji ima javno dostupan indeks datoteka koji se može pretraživati. Drugi dizajni eliminiraju središnje servere i tu kada se korisnik priključi zajednici on traži unutar te zajednice.
- Kada korisnici neautorizirano trguju zaštićenim materijalom, vlasnik autorskih prava je oštećen.
- U slučaju A&M Records protiv Napstera mnoge glazbene kompanije su digle tužbu protiv Napstera, internetske usluge koja je nudila razmjenu digitalnih glazbenih datoteka među korisnicima. Datoteke nikada nisu prolazile ustvari kroz sustav Napstera već su uvijek ostajale na korisničkim sustavima. No, Napster je imao središnji server koji je indeksirano sadržaj mreže. To je omogućavalo korisnicima da traže određene datoteke koje ih interesiraju i započnu prijenos tih datoteka.
- Odbijajući Napsterov argument da su korisnici radili poštenu uporabu zaštićenih materijala, sud je naglašavao da je uporaba komercijalna zato što korisnici dobivaju besplatno ono što bi inače morali kupiti. Također, usluga nije nikako kreativno mijenjala zaštićene materijale.

#### 5. Objavljivanje i skladišta podataka

- Stavljanje zaštićenih materijala javno dostupnima na internetu dovodi do jasnih pitanja autorskih prava. Najčešći način je spremanje zaštićenih radova na javno dostupnim serverima ili objavljivanje zaštićenog materijala na uslugama koje nudi internet (poput foruma i Web stranica). Takva uporaba

može prekršiti autorska prava, ali u nekim slučajevima može biti i poštena uporaba.

- U slučaju UMG Recordings protiv MP3.com, mnoge glazbene kompanije su tužile internet kompaniju, MP3.com, za spremanje osobnih glazbenih MP3 datoteka kreiranih iz osobnih kopija diskova prodanih od tužitelja. S otvaranjem računa na stranici MP3.com svatko je mogao spremiti svoju vlastitu glazbu na središnji server kako bi ju mogao kasnije slušati. MPR.com se branio time da je to kopiranje pripadalo pod fair use. Odbijanjem ovoga argumenta, sud je odlučio da kopiranje pjesama krši njihov ponovni prijenos kroz drugi medij.

Iako internet nije uzrokovao napuštanje tradicionalnih zakona ili njihovo veliko mijenjanje, zakoni se još uvijek razvijaju kako se razvija i tehnologija.

## 4.5 E-TRGOVINA

Elektronička trgovina ili e-trgovina sastoji se od kupnje i prodaje proizvoda i usluga preko elektroničkih sustava poput interneta i drugih računalnih mreža. Porastom interneta uvelike je porastao i broj ovakve prodaje.

Većina pravnih pitanja oko e-trgovine pokrivena je u pravnim ugovorima no „78 posto online korisnika u Irskoj je u blaženom neznanju svojih pravnih prava kada rade kupnju preko Interneta.“<sup>56</sup>

Za prodaju dobara ili usluga klijentima preko interneta, digitalne televizije, narudžbi preko elektroničke pošte, telefona i faksa treba prvo znati o regulacijama zaštite kupaca<sup>57</sup>.

Ključne osobine ove regulacije su<sup>58</sup>:

- Klijentima moraju biti dostupne jasne informacije o dobrima i uslugama koje se nude, dogovorima oko isporuke i plaćanje i detalji o dobavljaču i pravo kupca na otkazivanje.
- Trgovci moraju dopustiti korisnicima minimalni period od sedam dana od datuma isporuke za povratak robe i potpun povrat novca. (No studija je pokazala da samo 10 posto potrošača je svjesno ovoga pravila i 40 posto ispitanika je smatralo da dobro mora biti neispravno kako bi mogli dobiti povrat novca.)

---

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

<sup>57</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>58</sup> Legal Issues in Multimedia. (2017). Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>. (06.09.2021.), str. 58.

No akt o regulaciji udaljene kupnje i prodaje ne pokriva<sup>59</sup>:

- Financijske usluge poput osiguranja i bankarstva,
- Ugovore za automate,
- Ugovore s telekomunikacijskim operatorima preko uporabe javnih govornica,
- Ugovore za prodaju zemlje,
- Aukcije.

#### 4.6 ZAŠTITA IZGLEDA

S razvojem medija došlo je i do novih pitanja u vezi zaštite autorskog prava. Tako se javilo i pitanje zaštite izgleda i „osjećaja“, odnosno funkcionalnosti aplikacija (eng. *look and feel*). „*Look*“ programa uključuje njegove audiovizualne elemente – sučelje ekrana, vidljive dijelove korisničkog sučelja i druge vizualne dijelove koje vidimo. „*Feel*“ programa uključuje dinamički, operacijski tog programa, njegove ključne točke i stil operacija. U mnogo slučajeva ta dva pojma se preklapaju.

Svako sučelje ili dio softvera ili neke multimedijske aplikacije ima opipljive i neopipljive dijelove. Nameće se pitanje može li se zaštititi izgled sučelja.

Često dizajneri i vlasnici Web stranica su šokirani kada nađu da neka stranica izgleda kao virtualna kopija njihove Web stranice (kod je kopiran, boje su kopirane, način rada stranice je kopiran, ...). Što se zapravo može učiniti po tome pitanju?<sup>60</sup>

Kako bi razmotrili zaštitu izgleda i „osjećaja“ navesti ćemo dva slučaja iz povijesti<sup>61</sup>: [

1. Apple protiv Microsofta – Apple je dao svoju prvu pritužbu 1988. godine navodeći da korisničko sučelje Verzije 2.03 (i kasnije Verzije 3.0) Microsoftovog softvera Windows i korisničko sučelje Hewlett Packardovog proizvoda „*New Wave*“ krše autorska prava Applea u korisničkom sučelju njegovih operacijskih sustava „*Lise*“ i „*Macintosh*“. Sučelja tih proizvoda su imala mnoge zajedničke elemente – preklapajuće prozore, pokretne ikone, slične izbornike i druge elemente grafičkog sučelja. No mnoge od tih sličnosti nisu bile originalno u vlasništvu Applea ili su bile „nezaštitive“ kako je sud kasnije odlučio. Također veliku ulogu u presudi (Apple je naposljetku izgubio 1992. godine) imala je činjenica je su Apple i

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

<sup>60</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>61</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.

Microsoft 1985. godine potpisali dogovor kojim Microsoft dobiva licencu za korištenje određenih vizualnih elemenata.

2. Lotus korporacija protiv Borland korporacije – jedan od najpoznatijih „feel“ slučajeva u kojem je bilo riječi o naredbama izbornika. Lotus je izgubio 1995. godine jer je izbornik proglašen kao nešto što se ne može zaštititi.

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>62</sup>:

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

Sada geografske granice i lokacije povećano se nameću internetu i samim time internet možemo gledati s pravnog aspekta.

Početno internet tehnologija je bila jednostavna no sada nove tehnologije nameću<sup>63</sup>:

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

Vlade sada imaju pravo kontrolirati internet u lokalnim ovlastima. Na primjer, Kina je dogovorila s tražilicom Google da dopusti Google.com-u da upravlja Kinom sa zabranama koje se tiču tisuća pretraživačkih riječi. Google se pridružio Microsoftu i Yahoou u korištenju servera smještenih u Kinu. To mu daje značajnu prednost brzine nad necenzuriranim pretraživačima. Tehnologija vatrozida<sup>64</sup> omogućuje Kini da izolira korisnike od ostatka mreže. Također Singapur i Saudijska Arabija su filtrirali i cenzurirali sadržaj Interneta. Koreja

---

<sup>62</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>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. 86.

<sup>64</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.

je onemogućila pristup kockarskim stranicama. U Iranu je protuzakonito da djeca koriste internet i nemoralni i antiiranski materijali moraju biti filtrirani od ISP-a<sup>65</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>66</sup>, Internet kafiće, Facebook i elektroničku poštu.

Pomoću geoloških programa lako se može pratiti lokacija korisnika. Tako Web stranica objavljena u jednoj zemlji može prekršiti prava u nekoj drugoj zemlji. Od Web stranica bi se uskoro moglo zahtijevati da filtriraju sadržaj da izbjegnju vrijeđanje specifičnih zakona zemlje. Cijena kreiranja „zakonitih“ web stranica bi mogla biti barijera.

#### 4.8 PRAVNE UPUTE ZA WEB DIZAJNERE

Web stranice se suočavaju s mnogim pravnim pitanjima kao i tradicionalne publikacije. Slijede upozorenja za Web dizajnere:<sup>67</sup>

- Zabranjeno je uključivati materijale zaštićene autorskim pravom ili žigom bez dozvole. Autorsko pravo štiti većinu elemenata koja se mogu naći na tipičnoj Web stranici uključujući tekst, grafiku, kod, fotografije, video isječke, glazbu i zvuk. Zabranjena je krađa sadržaja s drugih stranica i korištenje skeniranih materijala koje su drugi napravili.
- Ograničena uporaba tuđih materijala možda je dopuštena zato je najbolje provjeriti licencu za provjeru autorizacije.
- Treba osigurati da Web stranica sadrži prikladna prava popisana i oznake robnih marki. Svaka stranica bi trebala imati popisana prava koja su prikladna (nije dovoljno samo kopirati ta prava s neke druge stranice).
- Pravne tvrtke bi trebale dati svojim posjetiteljima napomenu da materijali na njihovoj web stranici nisu tu da pruže pravni savjet.
- Poduzeća koja nude fondove ili osiguranja trebala bi ograničiti ponudu na geografske lokacije gdje mogu pravno nuditi to na prodaju.

<sup>65</sup> ISP (eng. *Internet Service Provider* – pružatelj usluga Interneta) je tvrtka koja primarnu nudi svojim korisnicima pristup internetu preko nekog oblika komunikacije podacima.

<sup>66</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>67</sup> Gathan, A. (1996). *Legal Caveats for Web Developers*. Preuzeto s: <http://www.gahtan.com/alan/articles/webdevca.htm>, (08.09.2021.)

- Ako je potrebno Web stranicu smjestiti na novu domenu poželjno je prije provjeriti da li se ime domene ne poklapa s nekim imenom koje je zaštićeno sa žigom i koje posjeduje netko drugi. U slučaju da je ipak uzeto takvo ime za domenu treba biti spreman na to da vlasnik ima veća prava na ime i može zahtijevati uklanjanje stranice.

## 5. UPORABA ZAŠTIĆENIH MATERIJALA

Prilikom izrade multimedijskog projekta, bilo da se radi o prezentaciji na CD-ROM-u ili nekom drugom prijenosnom mediju, Web stranici ili nekom obliku hibridnog CD-a koji sadrži veze na internet dizajner ili producent koji koristi materijale s drugih medija mora paziti na prava vlasnika i pojasniti sve nejasnoće prije korištenja tuđeg djela.

### 5.1 WEB SADRŽAJ

Vjerojatno većina ljudi pretpostavlja kako je sadržaj na internetu besplatan. Razlog takvom općem mišljenju je što je sadržaj stavljen svima na raspolaganje, i najjednostavnije je doći do sadržaja na internetu. Upravo stoga ljudi su skloni poslužiti se njime kako ga i nađu. Međutim, Web sadržaj nije besplatan!

Uporaba Web sadržaja mora biti vođena zakonom o autorskim pravima i politikom pravedne uporabe. Također bitno je naglasiti da nema svaka država jednake zakone.

Nameću se dva pitanja u vezi Web stranica i zaštite prava – a to su prijenos informacija sa stranica i povezivanje stranica.

Korisnik krši prava ako prenosi materijal s Web stranice ili na Web stranicu bez pristanka vlasnika preko:

- Kopiranje objekata,
- Skidanje objekata,
- Veze za skidanje.

Veze na Web stranicama su uglavnom u redu te dozvola nije potrebna za vezu na stranici osim ako veza nije zaštićeni žig. Nije sasvim jasno da li je potrebna dozvola za duboke veze i veze u okvirima.

Kako je Web besplatan i dostupan svima i vrlo je jednostavno kopirati materijal s jedne stranice na drugu, mnogi mitovi su proizašli iz uporabe zaštićenih materijala i žigova. Slijede osnovna pravila za Web stranice<sup>68</sup>:

1. Pretpostavka da je zaštićeno – kao općenito pravilo, mudro je raditi pod pretpostavkom da je sav rad zaštićen ili zakon o autorskom pravu ili zakonom o žigu ako informacije ne govore drugačije. Ako rad i nema obavijest o tome da je zaštićen autorskim pravom ne mora značiti da ga se smije koristiti – smiju se koristiti samo tri tipa rada: svaki rad vlade, svaki rad objavljen prije 1923. godine i svaki rad bez

---

<sup>68</sup> Stim, R. (2019). *Copyright Overview (NOLO)*. Preuzeto s: <https://fairuse.stanford.edu/overview/>. (10.09.2021.)

obavijesti o autorskom pravu objavljen između 1923. i 1978. godine. Ti radovi pripadaju javnoj sferi.

2. Čitanje *Click-Wrap* ugovora<sup>69</sup> – ne treba pretpostaviti da slike i materijali obilježeni kao „*royalty-free*“ ili „*copyright-free*“ mogu biti distribuirani ili kopirani bez dopuštenja. Najsigurnije je pročitati uvjete korištenja u ugovoru „klikni za prihvaćanje“ često zvan *click-wrap* ugovor ili „*Read me*“ datoteku koja obično prati materijale čija upotreba je zabranjena. Jedno poduzeće nije izvršavalo uvjete tog ugovora i optužena je za ilegalnu distribuciju tri volumena softverskog *clip arta*.
3. Uklanjanje neželjenih materijala – ako se netko žali o neautoriziranoj upotrebi Web stranice, sporni materijali bi trebali biti odmah uklonjeni. U slučaju neautoriziranog stavljanja na stranicu, skidanja ili linka, webmaster bi trebao onemogućiti pristup spornim materijalima ili linku. Ne treba reagirati na svaku žalbu, ali materijal bi trebao biti uklonjen prilikom istraživanja i ako je potrebno, konzultacije s odvjetnikom.
4. Detaljno istraživanje pritužbi – ako se netko žali na neautoriziranu uporabu, treba pritužbu brzo istražiti i potražiti dokaze autorskog prava.
5. Traženje dozvole –U vijek je najbolje tražiti dozvolu za korištenje nekih materijala, iako možda i nije potrebno tražiti dozvolu. Također uvijek je dobro tražiti pismenu dozvolu.

## 5.2 Fotografije

U tekstu koji slijedi bit će riječi samo o već postojećim materijalima koji se mogu koristiti u nekom multimedijском projektu, dakle ovdje neće biti riječi o kreiranju originalnog sadržaja.

Za korištenje fotografija potrebno je dobiti dozvolu od vlasnika fotografije. Vlasnik fotografije je najčešće fotograf. To znači da sve slike koje se mogu vidjeti u novinama ili časopisima uglavnom nisu u vlasništvu tih novina odnosno časopisa već su one u vlasništvu fotografa, a moguće je da časopis ima neku vrstu licence na ograničenu uporabu ili neka druga prava što ovisi o dogovoru s fotografom. Dakle, uvijek se predlaže traženje dozvole od samoga fotografa ili njegovog agenta.

Pri korištenju vlastitih, originalnih fotografija potrebno je tražiti dopuštenje (najbolje pismeno) od osoba koje se nalaze na toj fotografiji da se njihov lik (i eventualno ime) smije koristiti u određene svrhe. Osobe na toj fotografiji imaju pravo tražiti i određenu naknadu od fotografa, pogotovo ako bi se fotografija koristila u komercijalne svrhe. Naravno, za očekivati je da ako se radi o javnim i slavnim osobama, ta naknada će biti veća.

Pod nekim okolnostima, i zgrade mogu biti objekti autorskog prava te će biti potrebno tražiti dozvolu i za njihovo fotografiranje. Sva arhitektonska djela koja su kreirana nakon 1. prosinca 1990. godine mogu se zaštititi.

---

<sup>69</sup> „*Click wrap*“ je kada klikom na opciju potvrđujemo da smo suglasni s uvjetima



Također, fotografije nekih sada javnih djela umjetnosti, poput „klasične umjetnosti“ kao što je slika Mona Lise mogu biti pod zaštitom autorskog prava. Iako su navedena umjetnička djela slobodna za uporabu, pojedine fotografije tih slobodnih djela bi mogle biti zasebice zaštićene pa se preporučuje pojasniti situaciju u vezi reprodukcije tih fotografija.

U ovom kontekstu javlja se slučaj poznat kao „Dilema Mona Lise“. S obzirom na to da je autor ovog umjetničkog djela već odavno mrtav, slika više ne pripada pod autorsko djelo i tako ne može biti zaštićena autorskim pravom. Dakle, dozvoljeno je staviti fotografiju slike u svoj projekt, ali postavlja se pitanje kako doći do te fotografije. Vlasnik slike ima prava kontroliranja pristupa i tako na neki način i kontroliranja njenih reprodukcija.<sup>70</sup>

### **5.3 Tekst**

U kategoriju teksta pripadaju sve vrste teksta poput knjiga, časopisa, novina, članaka na internet stranicama, ostalih publikacija i sličnih tekstova tome koji se mogu zaštititi autorskim pravom.

Naravno, za korištenje željenog teksta treba dobiti dozvolu od vlasnika teksta, bio to autor ili izdavač ili netko treći.

Ako bi se u multimedijском projektu koristio glas koji čita tekst, tada treba tražiti dodatna prava od vlasnika teksta. Također, tada će možda biti potrebno koristiti prava osobe koja će čitati tekst.

U slučaju prevođenja teksta vrijede posebna prava.

### **5.4 Robni znakovi**

Pitanje robnih imena može biti upitno ako nije jasno radi li se o registriranom ili neregistriranom djelu. Ako je kraj robnog imena simbol ® tada se radi o registriranoj zaštiti žiga. No ako robno ime ima samo TM ili SM kraj svoga znaka tada nije registrirano. Također, može biti da i nema nikakav znak kraj nekog imena ili znaka, ali da je svejedno zaštićeno. Zato treba istražiti o kakvoj se zaštiti radi prije uporabe.

---

<sup>70</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.)

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

Prilikom uporabe materijala iz filma, televizije i radija, jednako kao i kod uporabe svih ostalih materijala treba provjeriti kakva zaštita vrijedi za traženi materijal te tko je vlasnik toga prava.

Za očekivati je da će biti potrebno platiti neku naknadu za dozvolu korištenja materijala. Potrebno je dobiti dozvolu od svakog glumca koji se pojavljuje u filmu, čak i onih koju su sada preminuli.

Vjerojatno najpoznatija Web stranica koja nudi uslugu pregledavanja i stavljanja vlastitih materijala je YouTube.com koja je imala mnoštvo problema s prikazivanjem zaštićenih materijala jer korisnici često stavljaju na stranicu neprimjerene materijale. Kako bi bili sigurni da video ne krši autorska prava potrebno je da su svi dijelovi videa originalni i isključivo djelo i kreacija autora. Ako je korisnik autor tog videa u potpunosti ne mora se brinuti o autorskom pravu jer ga on posjeduje. Po zakonu YouTube.com mora ukloniti video ako se sadržaj koji je na videu koristi bez dopuštenja.

## **5.6 Glazba**

Prilikom korištenja glazbe u vlastitim multimedijским projektima, autori moraju biti svjesni postojanja nekoliko prava – pravo izvođača i glazbene kuće koja je izdala tu glazbu.

Prilikom korištenja glazbe trebamo biti svjesno prava koje dopušta korisnicima reprodukciju glazbene kompozicije na kopiji. Kako su kopije materijalni objekti mogli bi pomisliti kako stavljanje glazbene kompozicije na Web stranicu nije „kopija“ jer Web stranica nije „materijalni objekt“. No, naravno, kako bi stavili neku pjesmu (glazbenu kompoziciju) na stranicu prvo moramo napraviti materijalnu kopiju toga djela.

Za prikazivanje glazbenog djela u javnosti (reprodukciju) ili sinkroniziranje odnosno usklađivanje glazbe sa slikama potrebno je dobiti licencu za reprodukciju odnosno sinkroniziranje.

U Republici Hrvatskoj zaštitom autorskih prava glazbenika bavi stručna služba Zaštita autorskih muzičkih prava (skraćeno ZAMP).

## 6. ZAKLJUČAK

Nova tehnologija, mreže i mediji kako se pojavljuju tako svakodnevno mijenjaju rad kulturnog sektora, a sfera virtualnog i digitalnog unosi nove probleme u organizaciji znanja. Internet, kao mrežna arhitektura u kojoj je dijeljenje informacija lako dostupno, promijenio je način proizvodnje, distribucije i uporabe kulturnih dobara. Glavna svrha interneta ponajprije je dijeljenje informacija te olakšan pristup informacijama koje i nije uvijek u skladu sa zakonima i uvriježenom praksom. Zbog toga je i potrebno mijenjanje zakona – kako se svakim danom sve više razvija tehnologija tako dolazi i do novih problema u vezi kršenja postojećih zakona te je potrebno pronaći odgovarajuća rješenja kako to zaustaviti. Oni izbori u zakonima koji se sada naprave imat će posljedicu određivanja nove arhitekture interneta što će utjecati i na kulturna dobra, načine proizvodnje, distribucije i potrošnje kao i na građanska prava, posebice slobodu govora.

Razumljivo je da je lak pristup informacija, koje nudi internet, korisnicima privlačan te je za očekivati da će u takvim uvjetima doći i do zlouporabe dobra i prava koja im se nude. No svaki korisnik bi trebao shvatiti važnost poštovanja zakonskih prava, i tuđih djela jer je to dugoročno gledano jedini način kako spriječiti kršenje istih. Nije dovoljno objaviti zakon u kojem se nešto i zabranjuje, potrebno je taj zakon nekako sprovesti i u djelo te usaditi ljudima svijest o pravima vlasnika. Moglo bi se to i sagledati s druge strane – ako bi postojeći zakoni više odgovarali samim korisnicima, možda bi ih se oni i više pridržavali. Upravo stoga i postoje različiti načini licenciranja vlastitoga djela, gdje autor odnosno vlasnik svoje ideje može po vlastitom nahođenju odlučiti kakva prava želi dati korisniku. I dok će neki vlasnici zabraniti apsolutno sve, drugi će opet dopustiti korisniku sva prava – i čitanja, i distribucije, mijenjanja i slično. I upravo je to ono što je dobro, jer tako korisnik ima na izbor više radova, i on bi se trebao odlučiti koristiti onim koje mu je i pravno i etički dostupno.

Osim pravnih aspekata koji se nameću prilikom izrade Web i multimedijjskih sustava gdje dizajneri moraju paziti na to koje materijale koriste, imaju li pravo (i pod kojim uvjetima) koristiti te materijale, kako smiju povezivati Web stranice da to ne krši određena prava, itd. važna su i etička pitanja u vezi s izradom novih sustava.

Prvobitno je internet bio slobodna mreža, sastavljena od rijetkih pojedinaca koji su imali privilegiju korištenja te mreže. No kako je internet postao mreža koja povezuje pojedince cijeloga svijeta počele su se i događati one stvari kojima nije ovdje mjesto. Jednostavnije rečeno, sva pravila su u trenu prekršena. Kako u stvarnome svijetu postoje pojedinci koji se ne drže moralnih i etičkih pravila, za očekivati je da će oni postojati i u virtualnom svijetu i možda i nema nekog konačnog rješenja za popravljjanje takve situacije. No ako pretpostavimo da je svakom dizajneru, odnosno autoru nekog projekta (bilo Web stranice ili multimedijjskog projekta) u interesu svojim radom privući što više korisnika (i tako možda i zaraditi ako je u pitanju komercijalno djelo) on bi se trebao pridržavati osnovnih etičkih pravila u izradi. Tako će stranice koje su dostupne svima, lako čitljive i jednostavne za pregledavanje uvijek biti „draže“ korisnicima.

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. No, iako ponekad i ne bili sigurni smije li se nešto koristiti i kako to koristiti svaki dizajner bi se trebao obrazovati, i proučiti trenutne službene zakone, ali i nepisana pravila koja postoje kako bi olakšao rad sebi, drugim autorima i krajnjim korisnicima.

## 7. IZJAVA

### Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

**Ime i prezime studenta: Suzana 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.

Čevra Suzana

## 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. 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.)
3. 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.)
4. 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). *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.)
6. 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.)
7. Državni zavod za intelektualno vlasništvo (2011). *O Zavodu.* Preuzeto s: <https://www.dziv.hr/hr/o-zavodu/>. (02.09.2021.)
8. 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.)

9. 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.)
10. 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.)
11. Hrvatska diskografska udruga (n.d.). *O nama*. Preuzeto s: <https://hdu.hr/o-nama/>. (02.09.2021.)
12. 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.)
13. Jennings, C. A. (2002). *Fair Use on the Internet*. Preuzeto s: <https://irp.fas.org/crs/RL31423.pdf>. (05.09.2021.)
14. Legal Issues in Multimedia. (2017). Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>. (06.09.2021.)
15. Legal Issues in Multimedia, (2017). *Web and Multimedia Legal issues*. Preuzeto s: <https://studydriver.com/legal-issues-in-multimedia/>, (07.09.2021.)
16. 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.)
17. Mihelač Vračar, S. (2005). *Ponašate li se na netu? Poslovni netiquette 1.dio*, Preuzeto s: <http://www.enter-net.biz/hr/content/pona%C5%A1ate-li-se-na-netu-poslovni-netiquette-1dio>. (01.09.2021.)
18. 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.)
19. 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.)
20. 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.)
21. Narodne novine (2020). *Zakon o patentu*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/121/Zakon-o-patentu>. (02.09.2021.)
22. Narodne novine (2019). *Zakon o žigu*. Preuzeto s: <https://www.zakon.hr/z/120/Zakon-o-%C5%BEigu>. (02.09.2021.)
23. Nekić, M. (n.d). *Kineksi zid u virtualnom prostoru*. Preuzeto s: <http://www.euro26.hr/hh/26/hha.php>. (03.09.2021.)
24. Netiquette (2021). *Netiquette pravila*. Preuzeto s: <http://www.hr-netiquette.org/pravila/>. (03.09.2021.)
25. ONI Internet Filtering Map (n.d.). Preuzeto s: <https://onimap.citizenlab.org/>. (03.09.2021.)

26. OpenNet Initiative (n.d.). *About ONI*. Preuzeto s: <https://opennet.net/about-oni>. (02.09.2021.)
27. 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.)
28. Stim, R. (2019). *Copyright Overview (NOLO)*. Preuzeto s: <https://fairuse.stanford.edu/overview/>. (10.09.2021.)
29. 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.)
30. Switzerland, D. (1996). *A Declaration of the Independence of Cyberspace*. Preuzeto s: <https://www.eff.org/cyberspace-independence>. (03.09.2021.)
31. Tatlić, Š. (2005). *Copyleft – alternativne mogućnosti zaštite autorskih prava*. Preuzeto s: <https://www.media.ba/bs/novinarstvo-tehnikiforme-novinarstvo-tehnikiforme/copyleft-alternativne-mogucnosti-zastite>. (04.09.2021.)
32. The World Intellectual Property Organization (2004), *The Concept of Intellectual Property*. Pruzeto 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.)
33. 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.)
34. *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.)
35. 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.)
36. *What intellectual property and your work*, (n.d), Dostupno na: <https://www.gov.uk/intellectual-property-an-overview>, (02.09.2021.)
37. *Who Buys Fake Goods? Plus How to Spot Counterfeit Products* (2007). Preuzeto s: <http://www.thedigeratlife.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> .....	8
Slika 2. Prikaz postupka zaštite industrijskog dizajna. ....	10
Slika 3. Prikaz segmenata koji čine broj industrijskog dizajna.....	11
Slika 4. Prikaz postupka patentne prijave. ....	13
Slika 5. Originalni žig tvrtke Puma.....	15
Slika 6. Primjer "lažnjaka" .....	15
Slika 7. Dijagram zaštite žiga.....	16
Slika 8. Prikaz usluge pretrage baze podataka koju pruža Državni zavod za intelektualno vlasništvo.....	18
Slika 9. Prikaz rasprostranjenosti političkog filtriranja po državama svijeta.....	29
Slika 10. Prikaz rasprostranjenosti socijalnog filtriranja po državama svijeta.....	30
Slika 11. Prikaz rasprostranjenosti konfliktnog/sigurnosnog filtriranja po državama .....	30
Slika 12. Prikaz rasprostranjenosti filtriranja internet alata po državama svijeta .....	31
Slika 13. Primjer dobro prikazane licence ispod ikona na web stranici koja služi kao kolekcija ikona .....	34
Slika 14. Međunarodni znak <i>copylefta</i> .....	35
Slika 15. Creative Commons licenca CC BY .....	36
Slika 16. Creative Commons licenca CC BY-SA .....	36
Slika 17. Creative Commons licenca CC BY-NC.....	36
Slika 18. Creative Commons licenca CC BY-ND .....	37
Slika 19. Creative Commons licenca CC BY-NC-ND .....	37

### 9.2 POPIS TABLICA

Tablica 1. Statistika industrijskog društva u Republici Hrvatskoj .....	20
---	----

## 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 Jürja Dobrile  
<https://www.unipu.hr>

## JEZIČNE VJEŠTINE

**MATERINSKI JEZIK/JEZICI:** hrvatski

**DRUGI JEZICI:**

**engleski**

<b>Slušanje</b> B1	<b>Čitanje</b> B1	<b>Govorna produkcija</b> B1	<b>Govorna interakcija</b> B1	<b>Pisanje</b> B1
-----------------------	----------------------	-------------------------------------	--------------------------------------	----------------------

## DIGITALNE VJEŠTINE

Internet / MSOffice (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