

УДК: 347.771

CERIF: S 124, S 144

ТИП РАДА: ПРЕГЛЕДНИ НАУЧНИ РАД

DOI: 10.55836/PiP_24404A

др *Никола* МИЛОСАВЉЕВИЋ*

асистент Универзитета у Крагујевцу – Правног факултета, Србија

ПОТЕНЦИЈАЛНИ ЕЛЕМЕНТИ ИНДУСТРИЈСКОГ ДИЗАЈНА КОЈИ НИСУ ОБУХВАЋЕНИ ЗАКОНСКОМ ДЕФИНИЦИЈОМ**

Сажетак

Имајући у виду пошешкоће које су постојале са формирањем хармонизованог права индустријског дизајна и велике разлике између права држава чланица у овом домену, редактори европског решења су најпре у Директиви 98/71/ЕС о правој заштити индустријског дизајна, а затим и у Уредбу 6/2002 о комунијарном дизајну унели дефиницију индустријског дизајна. Наведена дефиниција у себе укључује и набрајање елемената индустријског дизајна. Међутим, наведено набрајање није ограничено, те је могуће да се и други елементи сматрају делом заштићеног дизајна. Аутор у раду, применом право-домајског метода, настоји да анализира који би се евентуално још елементи могли подвезати под појам индустријског дизајна из хармонизованог решења. Циљ је

* Електронска адреса аутора: nmilosavljevic@jura.kg.ac.rs.
ORCID: 0000-0003-0208-2807.

** Рад је резултат научно-истраживачког рада аутора у оквиру Програма истраживања Правног факултета Универзитета у Крагујевцу за 2024. годину, који се финансира из средстава Министарства науке, технолошког развоја и иновација Републике Србије.

да се на овај начин испитијају могућности које дефиниција индустријској дизајна пружа у погледу заштите индустријској дизајна и обима права на индустријски дизајн.

Кључне речи: *Индустријски дизајн. – Дефиниција индустријској дизајна. – Ајсифрактни и реални елементи индустријској дизајна. – Заштита звука правом на индустријски дизајн. – Заштита амбијента правом на индустријски дизајн.*

I Увод

Законском дефиницијом индустријски дизајн је дефинисан као тродимензионални или дводимензионални изглед целог производа, или његовог дела, који је одређен његовим визуелним карактеристикама, посебно линијама, контурама, бојама, обликом, текстуром и/или материјалима од којих је производ сачињен, или којима је украшен, као и њиховом комбинацијом.¹ Наведена дефиниција представља превод дефиниције која је дата Директивом 98/71/ЕС о правној заштити индустријског дизајна² и Уредбом 6/2002 о комунитарном дизајну,³ те представља израз хармонизације нашег права са правом Европске уније. Саставни део наведене дефиниције јесте и *exempli causa* набрајање елемената индустријског дизајна. Међутим, како је наведено набрајање само примера ради, поставља се питање који још елементи могу доћи у обзир као елементи индустријског дизајна. Стога је у наставку спроведена анализа потенцијалних елемената који би се евентуално могли сматрати делом индустријског дизајна, а који нису обухваћени законским набрајањем. У обзир су узети они елементи који се са становишта теорије дизајна иначе сматрају елементима индустријског дизајна и испитана је могућност њиховог подвођења под законску дефиницију. Елементи су класификовани у две групе – реалне и апстрактне, имајући у виду критеријум да ли се они могу појмити чулима, или је неопходно да их уочимо на основу закључивања.

1 Закон о правној заштити индустријског дизајна – ЗПЗИД, *Службени гласник РС*, бр. 104/2009, 45/2015 и 44/2018 – др. закон, чл. 2 ст. 1.

2 Директива 98/71/ЕЗ о правној заштити индустријског дизајна (*Directive 98/71/EC of the European Parliament and of the Council of 13 October 1998 on the legal protection of designs*, OJ L 289, 28. 10. 1998), чл. 1 ст. 1 тач. (а).

3 Уредба 6/2002 о комунитарном дизајну (*Council Regulation (EC) No 6/2002 of 12 December 2001 on Community designs*, OJ L 3, 5. 1. 2002), чл. 3 ст. 1 тач. (а).

II Елементи индустријског дизајна који нису обухваћени дефиницијом

1. Потенцијални реални елементи индустријског дизајна

Када говоримо о потенцијалним реалним елементима индустријског дизајна овде првенствено мислимо на елементе који се непосредно могу појмити чулима. Наиме, за разлику од апстрактних елемената индустријског дизајна, реални елементи индустријског дизајна су непосредно доступни чулима и није неопходно спровести процес закључивања како би се до спознаје елемента дошло. Законска дефиниција индустријског дизајна заправо под елементима дизајна искључиво подразумева реалне елементе, што се види и из набрајања. Видећемо, међутим, да теорија дизајна већи значај даје апстрактним елементима.

Законским набрајањем је обухваћена већина реалних елемената од којих се дизајн може заправо састојати: линије, контуре, боје, облици, материјали и орнаменти, премда је за овај последњи елемент то мало дискутабилно ако се има у виду само дефиниција нашег закона, не и дефиниција из европских прописа где је ово сасвим јасно. Изван набрајања су остали звук, мирис, укус и амбијент. Када је реч о мирису и укусу, могућност њихове правне заштите у праву интелектуалне својине је ограничена реалним факторима. Наиме, како је то појашњено у пресудама *Sieckmann*⁴, у односу на заштиту мириса жигом, и *Levola Hengelo*⁵, у односу на заштиту укуса ауторским правом, мирис и укус представљају карактеристике производа које је тешко представити у било ком регистру, а чак и када регистра нема, оне зависе од фактора који стоје ван производа, као што су температура, окружење, субјективни осећај појединца и слично. Пролазност, променљивост и нестабилност ових карактеристика представљају главне разлоге због којих је, бар на овом нивоу развоја, тешко признати правну заштиту у оквиру било ког права индустријске својине. Стога даље разматрање ограничавамо на звук и амбијент.

а) Звук

Звук, као и његово одсуство код одређених производа може имати веома велики значај. Тако, на пример, када је реч о музичким кутијама,

4 Court of Justice of European Union, *Ralf Sieckmann v Deutsches Patent- und Markenamt*, C-273/00 од 12. 12. 2002. године.

5 Court of Justice of European Union, *Levola Hengelo BV v Smilde Foods BV*, C-310/17 од 13. 11. 2018. године.

специфични звук, односно музика коју музичка кутија свира, може бити од значаја за одлуку потрошача да купи производ. Такође, изглед кутије, односно производа мора бити усклађен са звуком који испушта. Осим тога, у сектору играчака, бројне су и одавно познате играчке које испуштају звукове. И у овом случају изглед играчке мора бити у складу са звуком који она испушта и обрнуто. Затим, у аутомобилском спорту је познато да звук мотора може изазвати адреналин код возача и остварити посебан угођај у вожњи. Посебни инжењери раде на развијању звука који мотор испушта, као и звука који настаје приликом затварања врата. Услед увођења електричних аутомобила, многи возачи се жале да без звука мотора утисак у вожњи спортског аутомобила није исти, без обзира на чињеницу да електрични аутомобили за краће време развијају веће брзине. Отуда су поједине компаније почеле из ових, али и безбедносних разлога да уграђују вештачке звукове у електричне аутомобиле, што такође показује њихов значај.⁶

Поставља се питање може ли се звук правно заштити. Известно, заштита звука могућа је у ауторском праву као и у праву жига. Међутим, када је реч о праву на индустријски дизајн, ова могућност делује неубедљиво. Основна препрека је услов видљивости. Наиме, услов видљивости елемента није прописан непосредно, али се до њега долази анализом дефиниције индустријског дизајна, што је за наше право несумњиво. Дефиницијом је одређено да је дизајн спољашњи изглед одређен визуелним карактеристикама, а додатно је интерпретативном одредбом појашњено да се под спољашњим изгледом разуме „укупан визуелни утисак“, што не оставља простор за другачије тумачење.⁷ Примена овог услова није толико јасна када је реч о праву Европске уније, али већи део теорије, као и традиција у области заштите дизајна, говори у прилог томе да се штите само оне карактеристике које су видљиве. Према ставу у теорији појам „*appearance*“ из дефиниције индустријског дизајна је латинског порекла и означава нешто што човек перципира нарочито визуелно. Док за тактилни опажај има више основа и разлога да се прихвати у прописима, ширење на звук и музику не делује као нешто што би било утемељено.⁸ Смерницама ЕУИРО-а се предвиђа да се звук као такав не може сматрати делом изгледа индустријског дизајна, те самим тим не ужива заштиту. Ипак, остављена је могућност да визуелно приказани звукови у виду нотних записа буду део индустријског

6 Kiri Nowak, Should Electric Vehicles Have Manufactured Noise?, доступно на адреси: <https://www.rivervaleleasing.co.uk/blog/posts/should-electric-vehicles-have-manufactured-noise>, 12. 4. 2024.

7 ЗПЗИД, чл. 1 ст. 2.

8 David Musker, *Design directive*, London, 2001, 12.

дизајна и самим тим да уживају заштиту.⁹ У теорији постоји сагласност да према садашњем стању прописа звукове и музичке композиције није могуће заштити правом на индустријски дизајн.¹⁰ Осим наведеног, чињеница је и да постоји проблем у погледу могућности представљања звука у пријави. Одређени проблеми могли би постојати и због питања постојања ранијег ауторског права. Такође, могло би се поставити питање функционалности у случајевима када би нпр. звук представљао знак упозорења.

Међутим, поставља се питање шта у ситуацији када би инвеститор уложио средства да познати глумац/глумица сниме свој глас за њихову играчку или фигуру. Тада би носилац права био оштећен за вредност свог улагања, а заштита по основу права произвођача фонограма у оваквом случају би могла бити недовољна. Такође, у данашње време дигитални дизајн све више добија на значају. Дизајн видео игара или корисничког интерфејса скоро неизоставно укључује и звукове. Отуда се може поставити као значајно питање заштите звука у оквирима дигиталног дизајна. Ограничавање само на визуелне карактеристике је више ствар традиције него реалне потребе. Индустријски дизајн је увек био прихваћен као једна од дисциплина ликовне уметности. Међутим, према хармонизованом решењу он се све више посматра као средство маркетинга. Стога постоје мишљења у теорији да аналогно томе што је у праву жига отворена могућност заштите најразличитијим формама, не постоји довољно оправдања због чега се тако нешто не би дозволило и у праву индустријског дизајна.¹¹

9 EUIPO, Guidelines for examination of registered community designs, доступно на адреси: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/designs_practice_manual/Draft_Guidelines_2018/examination_of_design_invalid_applications_en.pdf, 12. 4. 2024, 26.

10 Тако: Lionel Bently, Brad Sherman, Dev Gangjee, Phillip Johnson, *Intellectual property law*, Oxford, 2018, 742; Alexander Bulling, Angelika Langöhrig, Tillmann Hellwig, *Geschmacksmuster, Designschutz in Deutschland und Europa*, Köln – Berlin – München, 2006, 11; Божин Влашковић, „Обим заштите жига и права на индустријски дизајн и њихова колизија“, *XXI век – век услуга и услужној њрава* (ур. Миодраг Мићовић), Крагујевац, 2011, 225; Charles Gielen, Verona von Bombhard, *Concise European Trade Mark and Design Law*, Alphen aan den Rijn, 2017, 635; Oliver Ruhl, Jan Tolkmitt, *Gemeinschaftsgeschmacksmuster*, Köln, 2019, 70; David Stone, *European Union design law*, Oxford, 2016, 49; Uma Suthersanen, *Design law in Europe*, London, 2000, 29; Gordian Hasselblatt, *Community Design Regulation (EC) No 6/2002*, München – Oxford – Baden-Baden, 2018, 38; и Teresa Christof, *Der Schutzzumfang von eingetragenen Design und Gemeinschaftsgeschmacksmuster*, München, 2016, 49.

11 T. Christof, 50.

б) Амбијент

Амбијент, односно изглед или утисак одређене просторије или спољног простора, такође потенцијално може бити елемент дизајна. Под дизајном ентеријера се подразумева потпуно естетско и функционално уређивање унутрашњег простора, а не само избор и распоред намештаја, већ потпуна хармонизација и оптимизација простора.¹² Поред тога, може се односити и на уређење пословног простора, простора за јавне објекте и сајмове.¹³ Дизајн ентеријера представља засебну грану уметности у односу на индустријски дизајн, јер према теорији дизајна индустријски дизајн подразумева само дизајн производа који се могу масовно производити. Међутим, у праву је овај услов масовне производње занемарен, што отвара могућност заштите и амбијента правом на индустријски дизајн.

Амбијент може представљати део услуге или један од аспеката маркетинга производа. Амбијент просторије, или пак екстеријера могу бити сматрани делом маркетинга робе и услуге, а у ширем смислу и саме робе или услуге. Јасно је да уређење радње или пословног простора може бити од значаја за одлуку потрошача да купи одређени производ. Такође, пријатан амбијент може утицати и на то да се потрошач дуже задржи и притом потроши и више новца него што је намеравао.

Раније енглеско право није дозвољавало заштиту дизајном за зграде, водећи рачуна о дихотомији која је постојала између индустријског дизајна и ауторског права.¹⁴ Међутим, приликом усвајања Директиве 95/46/ЕС изражен је став да начелно не би требало да постоји препрека у заштити дизајна простора и места, попут дизајна телевизијског сета, дизајна ентеријера, дизајна окружења или архитектуре пејзажа, који у себе укључују мноштво елемената који граде атмосферу. Комисија је била мишљења да се и ове креације могу штитити правом на индустријски дизајн, иако примарно припадају области ауторског права.¹⁵ У теорији је ово помало спорно. Према једном мишљењу, грађење без обзира на то да ли је реч о ниско- или високоградњи не представља индустријски процес, и саме зграде, сем монтажних, нису индустријски производ. Насупрот томе, има и схватања да се дизајн околине, ентеријера и екстеријера могу штитити, за шта се као аргумент наводи да је у Локарнској класификацији уведена класа 25 која

12 Лозица Ивановић, Синиша Кузмановић, Мирослав Вереш, Милан Рацков, Биљана Марковић, *Индустријски дизајн*, Крагујевац, 2015, 4.

13 Мирослав Фрухт, *Индустријски дизајн*, Београд, 1981, 31.

14 U. Suthersanen, 281.

15 European Commission, *Green paper on legal protection of industrial design*, Brussels, 1991, доступно на адреси: https://aei.pitt.edu/1785/1/design_gp_1.pdf, 16. 4. 2024, 66.

укључује зграде и грађевинске елементе.¹⁶ На тој линији се налази и пракса EUIPO-а у којој је као *get-up* заштићен дизајн фоајеа банке, кафеа и хотелске собе за састанке.¹⁷ Смерницама EUIPO-а је дозвољена могућност да се правом на индустријски дизајн заштите зграде, затим скице, цртежи и планови зграда, као и други архитектонски планови и планови за дизајн ентеријера и екстеријера. Прецизирано је, међутим, да ће планови и скице бити прихваћени само као производи уколико су у пријави подведени под класу 19–08 Локарнске класификације – остале штампане ствари. С друге стране, куће и друге зграде из класе 25–03 Локарнске класификације, не могу бити представљене путем планова и скица, будући да планови не представљају изглед завршеног производа, као што је кућа.¹⁸ Отуда се у теорији заправо сматра да је потребно код ових производа фотографијом или другим приказом представити изглед изграђеног производа. Ипак, код производа као што су ентеријер радње, воза, ресторана или екстеријер забавног парка или парка природе, граница између приказа којим се може представити изглед готовог производа и планова и скица је прилично танка, те ће могућност регистрације зависити од тога како је наведени дизајн приказан.¹⁹

Међутим, оно што донекле може бити спорно јесте питање шта сачињава дизајн у овом случају, што није дефинисано ни праксом, а ни прописима, будући да је само предвиђено да и дизајн ових производа може бити заштићен. Ово је од великог значаја будући да ће од тога зависити обим права на индустријски дизајн. Дизајн је у овом случају заправо збирни утисак свих елемената простора укључујући ту и облик и боје намештаја, украса, биљака, цветних аранжмана, играчака и слично. Очекивано би било, имајући у виду наведену примену услова видљивости, да се дизајн протегне само на визуелне елементе, иако звучни, мирисни, елементи укуса и други, значајно утичу на атмосферу, а самим тим и амбијент одређеног простора. Ипак, атмосфера може зависити и од временских прилика, попуњености капацитета, субјективног осећаја и других категорија које не зависе од дизајнера. Отуда атмосфера, као нестална категорија, највероватније да не би могла бити заштићена правом на индустријски дизајн, те сматрамо да би према садашњем стању најправилније амбијент одређеног простора ограничити на утиске који су визуелно доступни.

16 L. Bentley, B. Sherman, D. Gangjee, P. Johnson, 745; Annette Kur, „Die Auswirkungen des neue Geschmacksmusterrechts auf die Praxis“, *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht*, Nr. 8/2002, 661.

17 D. Stone, 62.

18 EUIPO, Guidelines for examination of registered community designs, 25–26.

19 A. Bulling, A. Langöhrig, T. Hellwig, 11.

2. Апстрактни елементи индустријског дизајна

Када говоримо о апстрактним елементима индустријског дизајна, мислимо на оне елементе од којих је дизајн као интелектуална творевина заправо састављен. Дизајн представља сложену творевину која се састоји од више апстрактних елемената од којих је централна форма. Поред форме, ту су и хармонија, ритам, акценат, симетрија, итд., које све заједно граде укупни утисак. Линијом, контуром, бојом и другим изражајним средствима се заправо изражавају сви ови апстрактни елементи индустријског дизајна. Разлог због чега законодавац није навео ове елементе, већ је инсистирао на реалним елементима, може бити чињеница да информисани корисник, који је по својој суштини потрошач, по правилу не зна да препозна ове елементе. Наведено је у складу са меркантилним приступом у дефинисању индустријског дизајна који је примењен у хармонизованом решењу. Други могући закључак јесте да је законодавац пошао од имовинског концепта интелектуалне својине, те је предметним набрајањем само желео да укаже на физичке границе монопола које пружа право на индустријски дизајн.

Сматрамо да без обзира на чињеницу што информисани корисник највероватније не може да препозна наведене апстрактне категорије дизајна, то не значи да оне нужно не постоје и не делују на укупан утисак који се код информисаног корисника ствара. Другим речима, сматрамо да је могуће да разлике између два дизајна постоје у погледу апстрактних елемената, самим тим и у индивидуалном карактеру, јер их информисани корисник може осетити, иако можда не и образложити. Немогућност информисаног корисника да образложи овакве апстрактне категорије, не значи одсуство њиховог дејства, нити да њих не треба узети у обзир приликом поређења два индустријска дизајна. Разлог за ово јесте чињеница да теорија дизајна управо овим елементима даје предност, те је преко њих на бољи начин могуће објаснити конкретни дизајн. Стога је потребно да се упознамо с неким од најважнијих апстрактних елемената индустријског дизајна и да утврдимо да ли се они могу сматрати елементима индустријског дизајна сходно законској дефиницији.

а) Структура

Структура представља компоненте које сачињавају одређени производ. Након дефиниције свих основних и помоћних функција, које производ треба да задовољи, дефинишу се компоненте које ће остваривати функције. Такође, након дефинисања структуре потребно је извршити варирање структуре, како би се утврдио најповољнији положај

појединих компоненти са становишта производа.²⁰ Успостављањем различитих односа употребом неколико основних елемената може да се постигне велика разноврсност структуре производа. Варирање структуре производа је условљено његовом функцијом, али коначни изглед производа зависи од међусобног распореда елемената.²¹

Као што видимо структура производа је преобладајуће функционално условљена. Отуда начелно не може бити штитена правом на индустријски дизајн, већ евентуално малим патентом. Сврставање структуре производа у елементе индустријског дизајна је последица ширег схватања делатности дизајнера која постоји у теорији дизајна, према којој он опредељује и функционалне елементе производа. Ово није било прихваћено раније, нити је прихваћено након усвајања прописа Европске уније у овој области, будући да би на тај начин дошло до стварања нејасне границе између права на индустријски дизајн и патента. Стога структура производа не може бити сматрана делом дефиниције индустријског дизајна која постоји у праву.

б) Композиција

Композиција представља распоред елемената структуре у оквиру производа. Положај појединих елемената, поред њихове функције, у великој мери зависи и од ергономских и безбедносних захтева. Међутим, композиција је првенствено условљена жељеним изгледом производа, те се при пројектовању поједини елементи морају померити да би се побољшао естетски изглед производа. Притом се мора водити рачуна о томе да се формира организована структура, јер распоред елемената формира активне хоризонтале, вертикале, дијагонале или кругове чиме се утиче на леп изглед производа. Само складан распоред може одати утисак лепоте, што у крајњем води опредељивању купца за куповину одређеног производа. Уколико би се ово занемарило, били би поништени сви напори осталих учесника у производном ланцу и компанији нанета директна штета.²² У поступку организовања структуре веома је важан избор места на које се постављају поједини елементи композиције. За креирање складног облика производа потребно је да се остваре међузависности и јединство не само функционалних, већ и естетских компоненти. Естетски квалитет производа одређен је успешним распоредом и међусобним односима, елемената композиције.²³

20 Сениша Кузмановић, *Индустријски дизајн*, Нови Сад, 2010, 35.

21 Л. Ивановић *et al.*, 82.

22 С. Кузмановић, 36.

23 Л. Ивановић *et al.*, 85.

Сходно наведеном, композиција је првенствено условљена естетским факторима, за разлику од структуре. Реч је о одређивању положаја које се спроводи на одређени начин из претежно естетских разлога, иако и други разлози попут безбедносних и ергономских играју улогу. Отуда композиција производа може представљати један од елемената индустријског дизајна сходно дефиницији која је одређена правом.

в) Равнотежа, симетрија и пропорционалности

Равнотежа се визуелно представља у мерним односима и значењем количине и величине.²⁴ Заједно са симетријом представља основни принцип форме и услов за постизање јединства форме у визуелном и пластичном смислу.²⁵ Најчешће се изражава у односу на замишљену симетралу и може бити формална и неформална. Формална равнотежа се успоставља када је симетричност успостављена у односу на једну или више оса по свим елементима масе, димензија и материјала. Оставља утисак стабилности и функционалности. Насупрот томе код неформалне равнотеже композиција форме треба да буде таква да симетрије нема. Равнотежа објекта условљена је расподелом масе у односу на средиште и поклапањем положаја тежишта и средишта. Међутим, визуелни доживљај производа није потпун ако је само његова маса структурално уравнотежена. Он мора да буде не само физички, већ и визуелно уравнотежен са јасно израженом стабилношћу.²⁶ Посебну врсту равнотеже представља композициона равнотежа. Њоме се подразумева да положај елемената структуре, мора бити тако организован да се њиме спречи концентрација компонената структуре. Уколико су они груписани, производ делује нескладно. Карактеристика композиционо неуравнотежених форми јесте да оне делују нестабилно, односно одају утисак да ће се производ сваког часа преврнути, иако је он савршено стабилан.²⁷

Као и равнотежа, и симетрија своје порекло вуче из природе, односно човек се уверио у њихову вредност посматрајући органске облике. Симетрију треба разумети тако да су у једном облику заступљени такви односи површина који ће према замишљеном средишту или осовини имати једнаке површине и волумене на свакој страни и представљати једнаке масе.²⁸ Симетрија, односно симетрично постављање компонената структуре и уопште детаља на производу, повољно утиче на

24 *Ibid.*

25 М. Фрухт, 131.

26 Л. Ивановић и др, 85–86.

27 С. Кузмановић, 37.

28 М. Фрухт, 131.

равнотежу и леп изглед производа. Отуда постоји тежња да се производи израђују као симетричне форме. Ипак, симетрични облици нису динамични, односно асиметричне форме су те које дају утисак кретања. Отуда код одређених производа, као што су аутомобили, асиметрија представља неопходно средство.²⁹ Разликују се рефлексивна симетрија, где су елементи еквивалентни, као „у огледалу“, ротациона симетрија, где се сви елементи ротирају око исте осе, и транслациона симетрија, где је локација еквивалентних елемената на различитим местима у простору.³⁰

Пропорција највише доприноси естетском изразу једног предмета и представља повезаност основних и главних димензија једне форме или димензионалну хармоничност и повезаност једне форме са другом, уколико су у питању сложене форме.³¹ Нешто једноставније, пропорција представља везу која постоји између величине једног дела у поређењу са другим.³² Пропорционалност има изузетно снажан утицај на леп изглед производа. Свака линија, детаљ и положај за који се не може наћи објашњење зашто је постављен баш тако и на том месту, сувишан је и нарушава естетику производа.³³

Равнотежом се постижу извесни ефекти на укупан утисак који потрошач има о производу. Пропусти у области равнотеже, водили би ка непријатном осећају купца, што у крајњем води одлуци да се производ не купи. Симетрија представља елемент који значајно утиче на утисак потрошача, било својим одсуством или присуством. Коначно, пропорција директно утиче на леп изглед производа. Стога је јасно да сва три наведена елемента могу представљати део индустријског дизајна у правном смислу.

и) Хармонија, ритам и акценат

Хармонија подразумева усклађеност облика – јединство форме, усклађеност боје и облика, као и усклађеност производа са околином. Хармонија боје и облика највише утиче на допадљивост производа, те

29 С. Кузмановић, 38–39.

30 William Lindwell, Kritina Holden, Jill Butler, *Universal Principles of Design*, Beverly, 2003, 234.

31 М. Фрухт, 132.

32 Slađana Matović, Svetislav Marković, Danijela Babanić, Dobrila Vesković, „Shaping and Design of Graphic Products“, *Proceedings: The 6th International symposium about forming and design in mechanical engineering „KOD 2010“*, Palić, Serbia, 29–30. September 2010, Novi Sad, 2010, 229.

33 С. Кузмановић, 40; Laura Slack, *What is Product Design*, Mies, 2006, 114.

јој се посвећује велика пажња.³⁴ Хармоничан облик се добија синтезом различитих квалитета композиције, као директна последица конструкционих односа. Складан облик не подразумева само логично решење у механичком смислу, већ и усклађивање свих елемената према принципима композиционе равнотеже.³⁵ Будући да је хармонија веома значајна за допадљивост производа, потпуно је оправдано укључити и хармонију у правни појам индустријског дизајна.

У дизајну се под ритмом подразумева елемент који даје одређене визуелне ефекте и доприноси естетском квалитету предмета, који настају сталним понављањем, периодичним понављањем, или редовним изменама једног облика, мотива, линије или боје или више облика и више линија.³⁶ Да би се избегла монотоност композиције практикује се примена различитих детаља по облику, величини и боји. У зависности од сложености тих детаља и начина њиховог понављања, разликује се сложеност ритма. Ритам код потрошача изазива посебан чулни доживљај, стога се често користи. Ритмичким понављањем малог, као ни великог броја детаља, не стиче се утисак о ритму, већ начином и завршетком ритмичког понављања.³⁷ Купци су у складу са принципом когнитивне дисонанце усмерени ка стварима које су устаљене, које се понављају.³⁸ Отуда несумњиво и он може представљати један од елемената индустријског дизајна. Потврду за наведени став чак налазимо и у пракси, те је тако у пресуди X5 Виши окружни суд у Минхену (*Oberlandesgericht München*) истакао да је дизајн наведеног модела аутомобила ритмичан, што представља једну од карактеристика дизајна.³⁹

Акцентат се изражава наглашавањем појединих битних делова производа или његових елемената.⁴⁰ Потреба за истицањем појединих детаља на производу захтева спровођење акцентирања, које се врши обликом, бојом и осветљеношћу.⁴¹ Акцентом се обично истичу поједини детаљи на производу, како би се олакшало руковање или растављање или да би се побољшао изглед производа.⁴² Може се десити да се

34 С. Кузмановић, 42.

35 Л. Ивановић *et al.*, 103.

36 М. Фрухт, 133.

37 С. Кузмановић, 42–43

38 W. Lindwell, K. Holden, J. Butler, 46 и 56.

39 *Oberlandesgericht München*, X5, 29U 4518/08 од 14. 5. 2009. године, тач. 46, нав. Према: Henning Hartwig, *Designschutz in Europa, Entscheidungen europäischer und nationaler Gerichte*, Band 4, Köln, 2012, 203.

40 С. Кузмановић, 42–43.

41 М. Фрухт, 133.

42 С. Кузмановић, 44.

акцентовање врши из крајње практичних разлога, како би се рецимо на машини нагласило где је главни прекидач. Ипак, акцентовање се углавном врши из естетских разлога.⁴³ Отуда је логично признати правну заштиту за акценат као елемент дизајна, осим у случају када се акцентује из техничких разлога.

g) *Контраст*

Под контрастом се подразумева стварање одређене супротности на производу, најчешће у циљу наглашавања одређених детаља. Контраст се ствара величином, бојом, обликом и осветљеношћу.⁴⁴ Контраст величине подразумева да се у стварању дизајна на различитим елементима одређују различите димензије. Контраст облика има улогу да се избегне монотонија визуелног решења и подразумева да различити елементи имају различит облик. Контраст бојом обухвата примену различитих нијанси боје, чиме се постиже бољи ефекат. Уобичајено је да укупан визуелни изглед и распоред елемената имају суптилни контраст боје и могу да нагласе ефекат, привуку пажњу и повећају интересовање. Контраст се често примењује у циљу јачег истицања појединих особина производа или код исписивања текста ради акцентирања појединих речи. Реч је о једном од главних инструмената композиције којим се може побољшати експресивност производа, употребом различитих материјала или различитог начина обраде материјала и текстуре. Контраст може употребити ради стварања оптималних радних услова за раднике. Контрастима се може спречити појава превременог умора, разбити се монотонија и спречити смањење пажње радника.⁴⁵ Чињеница да одабир контраста зависи од одлуке аутора дизајна, као и да се њиме остварују одређени ефекти на потрошача оправдава да се контраст уброји у елементе законске дефиниције индустријског дизајна.

ђ) *Стил*

Под стилем подразумевамо специфичне одлике појединих елемената дизајна који су карактеристични за поједине временске периоде, технолошке могућности и уметничке правце. Стил представља једну од могућности измене производа. У периоду занатско-ручне производње стилови су били јако изражени, али је то напуштено услед механизације производње. Карактеристика стилова је цикличност

43 Л. Ивановић *et al.*, 106.

44 С. Кузмановић, 44.

45 С. Матовић *et al.*, 229.

и дуготрајност.⁴⁶ С једне стране, стил може бити знак распознавања за одређеног произвођача или дизајнера. Отуда он помаже распознавању и разликовању производа на тржишту и може представљати препознатљиви елемент одређене компаније.⁴⁷ С друге стране, променом стила се утиче на потрошаче да се поново одлуче за куповину производа, иако му је потреба већ задовољена. Ипак, честе промене у стилу могу изазвати и потпуно супротне ефекте, будући да се може десити да купци одустану од куповине, јер нису увек спремни да прате трендове инвестирањем нове количине новца. Такође, брза промена стила доводи до пораста фиксних трошкова по јединици који су изазвани развојем нових варијанти и преласком предузећа на њихову производњу. Осим тога, промена стила води и отежаној продаји производа који су настали пре промене, будући да потрошачи воле да купују нове ствари. Међутим, варијације у стилу представљају нужност, како за артикле модне индустрије, тако и за робу широке потрошње (телевизоре, рачунаре, намештај и сл.). Конкуренција путем стила, иако са собом носи бројне проблеме, представља неопходност уколико привредно друштво не жели да изгуби тржишну утакмицу. Отуда треба тражити баланс између претераних промена у стилу и промена које нису тако честе.⁴⁸

За разлику од осталих апстрактних елемената које смо овде навели, стил стоји изван правног појма индустријског дизајна.⁴⁹ Наиме, стил представља спољни фактор којим се утиче на индустријски дизајн и који, бар у ужем смислу, не представља елемент индустријског дизајна. Стил је категорија која је условљена друштвеном прихватљивошћу, такођећи конвенција или обичај који постоји у друштву. Иако је од несумњивог значаја за индустријски дизајн, он не представља његов елемент. Они делови индустријског дизајна који су диктирани стилем не улазе у укупан утисак који се дизајном ствара, јер нису диктирани одлуком аутора дизајна. Међутим, треба рећи да има и схватања у англосаксонском праву да стил представља део дизајна и у појединим одлукама му је пружана правна заштита.⁵⁰

е) *Мода*

Мода представља доминацију одређеног изгледа производа на одређеном сегменту тржишта у одређеном временском тренутку. Она

46 Л. Ивановић *et al.*, 12.

47 Barbara Pasa, *Industrial design and artistic expression*, Leiden – Boston, 2020, 60–61.

48 Радослав Сенић, *Маркетинг менаџмент*, Крагујевац, 2000, 488–489.

49 В. Pasa, 59.

50 Margaret Briffa, Lee Gage, *Design Law Protecting and exploring right*, London, 2004, 2.

истовремено представља и укус, али и обичај и начин.⁵¹ Мода је по својим карактеристикама краткотрајна у односу на стил, који по правилу траје дуже. Модни циклус може зависити од врсте производа и код одређених производа може трајати изузетно кратко, као што је то случај са текстилном индустријом. Такође, особина моде је и њено циклично кретање, што значи да одређени производ може бити поново модеран након протекла одређеног времена.⁵² Ипак, мода као културолошки и социолошки феномен има директан утицај на продају производа. Према једном истраживању спроведеном 2006. године утврђено је да за женску популацију одевање има огроман значај. У том смислу значај моде за испитанике је био велики уз квалитет и целокупан изглед.⁵³ Такође, путем моде је могуће указати на одређене разлике које постоје у друштвеном статусу.⁵⁴ Мода има и огроман значај за побољшање пласмана и одржавање континуитета у производњи. Наиме, постоје бројне тактике тзв. вештачког застаревања производа које доводи до стварања вештачке потребе појединца за новим производом. Потрошач потенцијално може бити задовољан и са старим већ купљеним производом, који задовољава његове потребе. Међутим, изbacивањем новог производа који има другачије „модерне“ карактеристике код потрошача се побуђује жеља за новим и он се одлучује за поновну куповину. Ово обезбеђује континуирани раст и производњу, што је од великог значаја за целокупан привредни и друштвени развој.⁵⁵

Као културолошка појава, мода, слично стилу, утиче на индустријски дизајн и прожима га, али начелно стоји изван њега и не представља његов део. Захтеви моде су заправо једни од захтева које дизајнер мора испунити и у областима који су под великим утицајем моде, степен слободе аутора је веома сужен. Ово с друге стране доводи до тога да се елементи који су строго диктирани модним захтевима не могу сврстати у индустријски дизајн, а самим тим не потпадају под обим права на индустријски дизајн.

51 Л. Ивановић *et al.*, 12.

52 Р. Сенић, 488.

53 Данијела Пауновић, Милутин Ђуричић, Горан Савановић, „Утицај моде и дизајна на савремене производне системе у одевној индустрији“, *Пројектни менаџер – професија будућности* (ур. Петар Јовановић), Златибор, 2007, 293.

54 М. Фрухт, 187.

55 Л. Ивановић *et al.*, 123–124.

III Закључак

На основу изведених ставова било је могуће извући неколико закључака. Првенствено правна заштита индустријског дизајна је ограничена на чуло вида имајући у виду услов видљивости који се овде примењује. Ово искључује могућност заштите оним елементима који се не могу појмити визуелно попут звука, мириса и укуса премда се ова последња два, на овом нивоу развоја, не могу штитити правима интелектуалне својине због проблема објективне репрезентације. С друге стране, заштита звука производа била би оправдана због извршених улагања у развој звука за производ и његовог уклапања у дизајн производа. Заштита амбијента у праву индустријског дизајна је начелно могућа, али само у оном домену где се штити уређење простора, односно ентеријера или екстеријера. У осталим деловима, који се тичу звука, мириса или атмосфере уопште, ово начелно не би било могуће. Поред реалних елемената, постоји могућност заштите и одређених апстрактних елемената индустријског дизајна, као што су композиција, хармонија, равнотежа, ритам, акценат, симетрија, пропорционалност и контраст, за шта чак и постоји одређено упориште у судској пракси. Изван заштите би у сваком случају остали структура производа, јер је технички условљена и стил, мода и елементи диктирани њима, будући да они стоје изван индустријског дизајна и нису условљени одлуком аутора дизајна.

Свеукупно гледано, дефиниција индустријског дизајна је широко постављена и даје могућност да велики број карактеристика дизајна који се помиње у теорији индустријског дизајна буде подведен под правну заштиту. Ипак, сматрамо да би у будућности требало размотрити постојање услова видљивости у праву индустријског дизајна, имајући у виду пре свега велика средства и напоре који се улажу у развој звука производа, а посебно развој дигиталних дизајна, који такође у себе укључују звучне елементе.

Коришћена литература

Bently Lionel, Sherman Brad, Gangjee Dev, Johnson Phillip, *Intellectual property law*, Oxford, 2018.

Briffa Margaret, Gage Lee, *Design Law Protecting and exploring right*, London, 2004.

Bulling Alexander, Langöhrig Angelika, Hellwig Tillmann, *Geschmacksmuster, Designschutz in Deutschland und Europa*, Köln – Berlin – München, 2006.

- Влашковић Божин, „Обим заштите жига и права на индустријски дизајн и њихова колизија“, *XXI век – век услуга и услужној њрава* (ур. Миодраг Мићовић), Крагујевац, 2011. (Vlašковић Božin, „Obim zaštite žiga i prava na industrijski dizajn i njihova kolizija“, *XXI vek – vek usluga i uslužnog prava* (ur. Miodrag Mićović), Kragujevac, 2011)
- Gielen Charles, von Bombhard Verona, *Concise European Trade Mark and Design Law*, Alphen aan den Rijn, 2017.
- Ивановић Лозица, Кузмановић Синиша, Велеш Мирослав, Рацков Милан, Марковић Биљана, *Индустријски дизајн*, Крагујевац, 2015. (Ivanović Lozica, Kuzmanović Siniša, Veleš Miroslav, Rackov Milan, Marković Biljana, *Industrijski dizajn*, Kragujevac, 2015)
- Кузмановић Синиша, *Индустријски дизајн*, Нови Сад, 2010. (Kuzmanović Siniša, *Industrijski dizajn*, Novi Sad, 2010)
- Kur Annette, „Die Auswirkungen des neue Geschmacksmusterrechts auf die Praxis“, *Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht*, Nr. 8/2002.
- Lindwell William, Holden Kritina, Butler Jill, *Universal Principles of Design*, Beverly, 2003.
- Matović Slađana, Marković Svetislav, Babanić Danijela, Vesković Dobrila, „Shaping and Design of Graphic Products“, *Proceedings: The 6th International symposium about forming and design in mechanical engineering „KOD 2010“*, Palić, Serbia, 29–30. September 2010, Novi Sad, 2010.
- Musker David, *Design directive*, London, 2001.
- Nowak Kiri, Should Electric Vehicles Have Manufactured Noise?, доступно на адреси: <https://www.rivervaleleasing.co.uk/blog/posts/should-electric-vehicles-have-manufactured-noise>, 12. 4. 2024.
- Pasa Barbara, *Industrial design and artistic expression*, Leiden – Boston, 2020.
- Пауновић Данијела, Ђуричић Милутин, Савановић Горан, „Утицај моде и дизајна на савремене производне системе у одевној индустрији“, *Пројектни менаџер – професија будућности* (ур. Петар Јовановић), Златибор, 2007. (Paunović Danijela, Đuričić Milutin, Savanović Goran, „Uticaj mode i dizajna na savremene proizvodne sisteme u odevnoj industriji“, *Projektni menadžer – profesija budućnosti* (ur. Petar Jovanović), Zlatibor, 2007.)
- Ruhl Oliver, Tolkmith Jan, *Gemeinschaftsgeschmacksmuster*, Köln, 2019.
- Сенић Радослав, *Маркетинг менаџмент*, Крагујевац, 2000. (Senić Radoslav, *Marketing menadžment*, Kragujevac, 2000)
- Slack Laura, *What is Product Design*, Mies, 2006.
- Stone David, *European Union design law*, Oxford, 2016.
- Suthersanen Uma, *Design law in Europe*, London, 2000.

- Фрухт Мирослав, *Индустријски дизајн*, Београд, 1981. (Fruht Miroslav, *Industrijski dizajn*, Beograd, 1981)
- Hartwig Henning, *Designschutz in Europa, Entscheidungen europäischer und nationaler Gerichte*, Band 4, Köln, 2012.
- Hasselblatt Gordian, *Community Design Regulation (EC) No 6/2002*, München – Oxford – Baden-Baden, 2018.
- Christof Teresa, *Der Schutzzumfang von eingetragendem Design und Gemeinschaftsgeschmacksmuster*, München, 2016.

Nikola MILOSAVLJEVIC, PhD

Assistant Professor at the University of Kragujevac Faculty of Law, Serbia

THE POTENTIAL ELEMENTS OF INDUSTRIAL DESIGN THAT ARE NOT MENTIONED IN LEGAL DEFINITION

Summary

Considering the difficulties that existed with the formation of harmonized design law and the great differences between the laws of the member states in this domain, primarily in Directive 98/71/EC on the legal protection of designs, and then in Regulation 6/2002 on Community design, the definition of industrial design was introduced. It includes an enumeration of industrial design elements. However, this enumeration is not limited, and it is possible to consider that other elements are also part of the protected design. In his paper, the author, using the dogmatic and sociological method, analyzes which other elements could be considered part of industrial design under EU law. The aim is to examine the possibilities that the definition of industrial design provides in terms of the legal protection of industrial design and the scope of design right.

Key words: *Industrial Design. – The Definition of Industrial Design. – Elements of Industrial Design. – Protecting Sound with Design Right. – Protecting Ambient with Design Right.*

Датум пријема рада: 20. 4. 2024.

Датум исправке рада: 7. 11. 2024.

Датум прихватања рада: 20. 11. 2024.