

olarak yerini başka değerlere bırakmıştır. Ürünlerin maddi değerlerinin çok büyük bölümü, bilgi birikimi, barındırdığı teknoloji, yapılan araştırma-geliştirme çalışmaları, endüstriyel tasarım koruması, patent ve marka değeri gibi etkenlerden oluşmaktadır. Bu nedenle, sınai mülkiyet haklarının temellerini oluşturan endüstriyel tasarım, patent, lisanslı model ve marka gibi kavramlar, aynı zamanda, ticari bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sınai Mülkiyet kavramı genel tanımı ile sanayide ve tarımdaki buluşların, yeniliklerin, yeni tasarımların ve özgün çalışmaların ilk uygulayıcıları adına veya ticaret alanında üretilen ve satılan malların üzerlerindeki üreticisinin veya satıcısının ayırt edilmesini sağlayacak işaretlerin sahipleri adına kayıt edilmesini ve böylece ilk uygulayıcıların ürünü üretme ve satma hakkına belirli bir süre sahip olmalarını sağlayan gayri maddi bir hakkın tanımıdır.[3]

Ülkemizde Tasarım Koruması

Endüstri ürünleri, satışlarından kazanç sağlamak amacıyla üretilmiş ürünlerdir. Bu nedenle tasarıma yapılan yatırımları koruma altına almak gerekmektedir.

Türkiye’de endüstriyel tasarımların tescil yolu ile korunması, 27 Haziran 1995 tarihli ve 554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması ile ilgili Kanun Hükmünde Kararname ile gerçekleşmiştir.[4]

Bir tasarımın 27 Haziran 1995 tarihli ve 554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması ile ilgili Kanun Hükmünde Kararname ile korunması için tescil edilmesi gerekmektedir. “Korunabilmesi için tasarımın işlevsel olmasına ve estetik bir değer taşımasına gerek yoktur. Bu sebeple kumaş, halı, kilim, duvar kağıdı motifleri ve estetik bir kalite taşımayan tasarımlar da, kanuni şartlara uyuyorlarsa korunurlar. Ancak bir tasarımın işlevsel nitelik taşıması ve/veya estetik değer ve düzeye sahip olması korunmasına engel değildir” [5]

Bir ürünün 554 sayılı Endüstriyel Tasarımların Korunması ile ilgili Kanun Hükmünde Kararname ile korunması için, o ürünün endüstriyel yolla birden fazla üretilmiş olması gerekmektedir. Eğer ürün birden fazla sayıda üretilmiyor veya üretilmek istenmiyorsa, ürün sanat eseri kapsamına girer ve telif hakkı kapsamında korunur. [6]

Tasarımda Plagiarizm

Başarılı olanı taklit etmek ile takip etmek arasındaki fark tartışılmayacak derecede büyüktür. Takip etmek, yani örnek almak, başarıya ulaşmak için esas alınması gereken önemli davranışlardan biriyken, taklit etmek ise başkalarının emeklerini çalmak olarak tanımlanabilir.

Herhangi bir kişiyi,olguyu ya da ürünü örnek alarak geliştirmenin, üzerine kişilerin kendilerinden bir şeyler koyarak yeni bir ürün oluşturmalarının çok hatalı bir davranış olduğu söylenemez. Fakat örnek almak ile kopyalamayı karıştırmamak gerekmektedir.

Tasarımlı ürünlerin ticari başarısına olan katkısı sonucu taklit, günümüz ekonomisinde özgün tasarımlar yapan firma ve kişilerin önemiyle korunmaları gereken bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durum kimi zaman etkilene ve benzerlik olarak tanımlayabileceğimiz sınırların dışına çıkarak taklit etme ya da kopyalama olarak tanımlayabileceğimiz bir boyuta gelmektedir.

Taklit etmeyi, bir şeyin benzerini üretmek, benzer davranış sergilemek, imitasyon, belli bir örneğe benzermeye veya benzerletmeye çalışma, kopyalamayı ise bire bir, tıpkısını uygulamaya çalışmak, bir şeyin aslına benzerilerek yapılan, düzme, düzmece olarak tanımlayabiliriz. Ürünleri taklit etme ya da kopyalama eylemine marka değeri de katıldığı zaman ortaya çıkan ürüne sahte ürün denmektedir. Bir ürünü veya markayı, ismini taklit etmek haksız rekabet olacağı gibi tüketiciyi aldatmaya yönelik bilgilendirme de haksız rekabete girer.

Her iki durumda da ürünler üzerinde "iltibas" olarak tanımlanan, yani birbirine çok benzeyen iki şeyin karşıması, andırışma durumu oluşmaktadır.

Sonuç

Dünya üzerinde yapılan ticaretin %10 gibi önemli bir oranı sahte ürünlerden oluşmaktadır. Bu durum her sene dünyada 200 ile 300 milyar avro kayba ve yaklaşık 200.000 kişinin işsiz kalmasına sebep olmaktadır. [7] Yapılan araştırmalar bu durumun gün geçtikçe arttığını bildirmekte ve özgün tasarımların uluslar arası kanunlar ile korunması gerekliliğini önemle ortaya koymaktadır.

1977 yılında Prof. Rüdiger Busse öncülüğünde, taklit ürünler ve bu ürünlerin ekonomiye yaptığı olumsuz etkilere dikkat çekmek amacı ile negatif ödül olarak tanımlanabilecek plagiarizm ödülleri dağıtmaya başlamıştır. Ödül, her sene jüri tarafından seçili bulunarak en göze batan tasarım kopyalarına verilmekte ve bu ürünleri Almanya'nın Solingen kentinde bulunan Plagiarism Müzesinde sergileyerek toplumu bilinçlendirmeye ve dikkatleri bu konunun üzerine çekmeyi amaçlamaktadır.

Aşağıda her yıl verilen plagiarizm ödüllerinden örnekler verilerek durumun ciddiyetinin üzerinde durulmak istenmiştir.



Resim 1: 2010 yılı birinci

Original: Tupperware Deutschland GmbH, Frankfurt, Almanya

Taklit: Shanghai Yuteo Household Appliance Manufacturing Co., Ltd., Shanghai Çin Halk Cumhuriyeti



Resim 2: 2009 yılı birinci

Original: Seibel Euron GmbH & Co. KG, Hülsminden, Almanya

Taklit: Distribution: Jamax GmbH, Hess. Oldendorf, Almanya



Resim 3. 2006 yılı birincisi

Orjinal: WMF AG, Gerstungen/Steige, Almanya

Taklit: Shantou Lian Plastic Products Co. Ltd., Guangdong, Çin



Resim 4. 2007 yılı birincisi

Orjinal: aili GmbH, Wertheim, Almanya

Taklit: He Shon Ya Hui Vacuum Flask & Water Co. Ltd., Guangdong, Çin Halkı Cumhuriyeti



Resim 5. 2006 yılı birincisi

Orjinal: Alois F. Dominiem GmbH & Co. KG, Isenlohn, Almanya

Taklit: SRODINX S.p.A., Verona, İtalya

Kaynaklar

1. Random House Compact Unabridged Dictionary, 1995.
2. Eryılmaz E., Arısoy S., "Tasarım Hukukunda Ürün Tasarımı Açısından Benzerlik Kavramının İncelenmesi", Yayıncıların Sanatta Yeterlik Testi, MUGSİE, İstanbul, 2018.
3. www.tpe.gov.tr (ET: 06.11.2009)
4. Resmi Gazete Tarih: No: 27/06/1995 - 22326
5. Tekinaka, U., Fikir Mülkiyet Hukuku, Ankara Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti, İstanbul 2005, s:634
6. TPE, Endüstriyel Tasarım Kanunu, İbrahim Altınbaşak, Ankara
7. www.plagiarism.com (ET: 10.04.2010)



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ

PLAGIARISM IN DESIGN

ERKUT ERYAYAR

Marmara University
Faculty of Fine Arts
Department of Industrial Design
İSTANBUL

erkut.eryayar@marmara.edu.tr

Keywords: Design, Design Protection, Plagiarism

Abstract

Today products that are well designed can find their place in the market quite easily and thus bring production companies important advantages which can give them the upper hand in such a competitive market. Consumers often prefer products with relatively better designs to those with the same price and similar features. Therefore certain firms that observe the increasing value of successful designs in the market resort to unfair competitive methods by copying or imitating their design, thus "stealing" the handwork, time and money spent in the development, design and production. Steps have been taken in the whole world to prevent this phenomenon known as plagiarism through laws and raising consumer awareness.

Introduction

As a term, plagiarism etymologically comes from the Latin "plagiare" and refers to the kidnapping of someone by way of deceit. Today, however, plagiarism is defined as "use or close imitation of the language and thoughts of another author and the representation of them as one's own original work" [1]

From the perspective of design, we observe that plagiarism has become a method often resorted to by those who are after improper financial benefits by exploiting original and successful designs.

In practice, products are either copied with utmost care and attention, or reproduced with minute changes so that the users will be fooled into thinking that they are actually buying the original product.

Why Design Must Be Protected

Firms are making use of their experience and accumulated know-hows to gain the upperhand against their rivals in terms of quality and marketing.

Therefore design has become the central factor affecting the sales of a range of products that have basically the same technical qualities. This situation leads to the obvious fact that industrial products must be protected against individuals who copy, thus exploit them for their own interests. [2]

In today's world, the prices we pay for the daily objects that surround us, the furniture we use, for the shoes and clothes we wear, and the cars we drive include increasingly less percentages for the materials used and production costs. Instead, today, in the total price of a single product, we pay more for know-how, the technology used, research and development, the protection of industrial design, and the value of patent and brand. In this respect, concepts like industrial design, patent, utility model and brand, which have all been so central to industrial property, emerge as a commercial factor.

The concept of industrial property is the definition of an immaterial right that enables the first implementers of industrial and agricultural inventions, innovations, new designs and original works to register them under their name. Likewise, commercial goods produced and sold are registered under the name of owners and trademark. [3]

The Production of Design in Turkey

Industrial products are there for their producers to make profit. Therefore it is necessary to protect investments made for design. In Turkey, the protection of industrial design through registration is ensured by the decree law number 554, dated June 27 [4]

For a design to be protected under the law, the only condition is it being registered. "In order to be protected, it is not required for the design to be functional and carry an aesthetic value. Therefore, products such as fabric, carpets, kilims, wall paper patterns and designs that do not necessarily have aesthetic quality will be protected by law as long as they conform to the conditions indicated by law. Nevertheless, that a design has a functional quality and/or aesthetic value is no impediment to its protection." [5]

For a product to be protected by the decree law number 554 on the Protection of Industrial Design, it needs to have been mass produced industrially. If a product cannot be massproduced or there is no such requirement, then it is considered a work of art and is protected by copy right law. [6]

Plagiarism in Design

There is a big difference between imitating a product and following it as an example. While the latter is a required behaviour on the way to success, imitation can be described as stealing someone else's hard work. There is nothing morally wrong about taking a product or a certain designer as an example, developing the product and creating another by adding to it. However, it is essential not to confuse following with imitating.

As a result following from the contribution made by design to the sales of a product, imitation emerges as a threat to individuals and firms that are producing original designs must be protected from. This phenomenon sometimes goes beyond what we can call influence or similarity, to what we can describe as imitating or copying.

We can describe imitating as producing an object similar to an example, and copying as the attempt to reproduce the original product, as counterfeit. When imitating or copying is joined by brand equity, the result is described as fake products. Both imitating a product or a brand name and misleading the consumers are methods of unfair competition. In both cases, the two products, which look very much like each other, are confused with each other.

Conclusion

Today, fake products make up 10% of global trade, which results in the loss of 200-300 billion euros and the unemployment of 200,000 people. [7] Research shows that this situation is increasingly getting worse and it is essential that original designs be protected by law on an international scale.

Professor Rido Busse created the Plagiarus award in 1977 to draw attention to counterfeit products and their negative effects on economy. Every year, the most prominent counterfeit product is given the award and these products are exhibited in the Museum Plagiarus in Solingen, Germany. You can see below some of the products that have been deemed worthy of the prize.



Picture 1. Winner of 2016

Original: Supersware Design/Brand GmbH, Frankfurt, Germany

Plagiarism: Shanghai Fuhua Household Appliance Manufacturing Co., Ltd, Shanghai, PRC/China



Picture 2. Winner of 2009

Original: Siebel/Essen GmbH & Co. AG, Holzminden, Germany

Plagiarism: Glombution/kenex GmbH, Hess. Oldendorf, Germany



Picture 3, Winner of 2006

Original: VMT AG, Geselegers/Stejus, Germany

Plagiarism: Shennu Lim Plastic Products Co. Ltd, Guangdong, PR China



Picture 4, Winner of 2007

Original: Jett GmbH, Wertheim, Germany

Plagiarism: He Shien Ju Ma Hsuehwan Flank & Vase Co. Ltd, Guangdong, PR China

MARMARA
ÜNİVERSİTESİ



Picture 5, Winner of 2006

Original: Aloys F. Dornbracht GmbH & Co. KG, Isenhardt, Germany

Plagiarism: URCOMF Srl snc, Warsaw, Poland

References

1. Random House Computer Unabridged Dictionary, 1995.
2. Erayman E., Ayarok S., "Ticarenin Akademiğinde Ürün Tasarımı Açısından Benzerlik Kavramının İncelenmesi", Yayımlanmamış Sağlıkta Yeterlik Tezi, MÜ.G.S.E., İstanbul, 2008
3. www.tpe.gov.tr (Accessed on 06.11.2009)
4. Resmi Gazete Tarih: No. 27/06/1993 - 22328
5. Tekinler, Ü., Fikir Mülkiyeti Hukuku, Ankara Basım Yayıncılık Ltd. Şti. İstanbul 2005, s.674
6. TÜE, Enülmeye Tasarım Anonim, Ruben Matbouçak, Ankara
7. www.plagiatku.com (Accessed on 02.11.2010)



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ



MARMARA
ÜNİVERSİTESİ