

KAPITOLA 1

Design – pojem, druhy, funkční a estetická stránka

1.1 Pojem designu

V běžné řeči se setkáváme s následujícími větami: „*Ten výrobek se povedl, má hezký design*“, „*Designově to moc povedené není*“, „*Ten prvek dává výrobku zvláštní design*“, „*Ještě že jste tam dali nahoru modrý pruh, protože jinak by to bylo designově nezajímavé*“.

Slovo „design“ je používáno jak při popisování vnějšího vzhledu předmětů, které jsou vyráběny průmyslově (nábytek, textilní výrobky, automobily, šperky, hodiny atd.), tak vzhledu produktů, které slouží k propagaci výrobků, služeb či samotných subjektů provozujících hospodářskou činnost (letáky, loga, webové stránky, piktogram, obaly, etikety atd.).

Slovo „design“ má původ v latinském slově „*signum*“, což znamená „znak“, „stopa“. Sloveso „*designare*“ bylo v latině používáno jako „vyznačení“ či „ohraničení“. Anglické slovo „*design*“ potom jako podstatné jméno znamená „tvar“, jako sloveso znamená „plánovat“. V obou významech hraji roli skutečnost, že určitému ideálnímu znaku (představě, námětu) je dáвана konkrétní forma (vzhled, tvar, obrys).²

Při analýze toho, v jakých souvislostech používáme pojem „design“ či „designový“, dojdeme k závěru, že slovo „design“ je používáno při hodnocení té

² Srov. *What is Design?* [on-line]. Změněno 19. 10. 2011 [citováno 15. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.design-training.com/what-is-design.html>>; heslo *Design* [on-line]. Změněno 21. 10. 2011 [citováno 15.11.2011]. Dostupné z: <<http://de.wikipedia.org/wiki/Design>>; Ward, M. *What is Design?* [on-line]. Změněno 25. 5. 2011 [citováno 15. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://blog.echoenduring.com/2010/05/25/what-is-design/>>; *An Interview with Charles Eames* [on-line]. Změněno 14. 6. 2009 [citováno 15. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.scielo.cl/pdf/arq/n49/art11.pdf>>

stránky předmětů, kterou jsme schopni vnímat zrakem.³ Nikdo by nepoužil například větu: „*Ta symfonie je designově zajímavá*“. Design je tak charakteristický tím, že působí na náš zrak (pozn. vnímatelnost zrakem při běžném užití hraje roli např. u tzv. zápisné způsobilosti průmyslových vzorů, které tvoří součástku složeného výrobku – § 3 odst. 2 zák. o prům. vz.).

Současně lze říci, že termín design je používán při hodnocení **estetické stránky (vyjádření) užitných předmětů**. Jde tedy o to, že daný předmět má určitý, člověkem vytvořený, tvar, který působí na lidský krasocit, schopnost vnímat krásu či obecněji estetické vnímání.⁴

Dalším znakem designu je jeho **zachycení na nějakém hmotném předmětu**. Nemusí jít pouze o zachycení hmotné v tom smyslu, že by vnější vzhled výrobku musel být nutně vnímatelný i jiným smyslem, například hmatem. Designem tak může být i vzhled webových stránek nebo propagační leták. Obojí je z hlediska hmatového vjemu (například pro zrakově postiženou osobu) nezajímavé, neboť jak leták, tak obrazovka počítače představují rovnou plochu. Díky zvolené technologii (vytištění, zobrazení elektronickými prostředky) však dochází k zachycení designu na určitém předmětu (papír, obrazovka počítače či displej mobilního telefonu). Na příkladu webových stránek vidíme, že zachycení nemusí být ani trvalé, neboť obrazovka počítače se při zadání jiné webové adresy změní.

Při analýze pojmu design je zajímavé položit oblíbenou dětskou otázku: „Proč?“ Tedy proč vůbec dochází k vytváření designu?

Odpověď je jednoduchá. Design je úzce spojen s hospodářskou činností člověka. Designér vytváří ozvláštňený produkt, který bude plnit užitnou funkci.⁵ Půjde buď o nějaký výrobek, anebo se bude jednat o výtvar sloužící k propagaci činnosti hospodářských subjektů (webové stránky, *corporate identity*,⁶ *billboard* atd.) Nemusí jít pouze o produkt související s podnikatelskou činností,

³ Srov. William, L. et. al. *Universal Principles of Design*. Gloucester, MA (USA): Rockport Publishers, Inc., 2003, s. 14.

⁴ Je zřejmé, že rozsah pojmu estetická stránka lidských výtvorů je dosti široký a zahrnuje celou řadu přístupů. Dále je zřejmé, že obsah tohoto pojmu se vyvíjí a zejména ve 20. století doznal značných změn. Srov. např. Holm, I. *Ideas and Beliefs in Architecture and Industrial Design*. Oslo: Oslo School of Architecture and Design, 2006, s. 221 a násl. Domnívám se nicméně, že bez ohledu na odlišné přístupy k autorské tvorbě a bez ohledu na pluralistní teoretické přístupy k posuzování estetické stránky lidských výtvorů, je skutečným základem každé lidské umělecké tvůrčí činnosti snaha o vyjádření a zachycení krásy. Srov. Guardini, R. *O podstatě uměleckého díla*. Praha: Triáda, 2009, s. 26. Ke vztahu mezi autorskými díly a krasocitem viz též pozn. č. 159.

⁵ Op. cit. sub 3, s. 18.

⁶ Srov. Suthersanen, U. *Design Law: European Union and United States of America*. 2nd edition. London: Sweet & Maxwell, 2010, s. 26.

ale může jít i o hospodářskou činnost provozovanou neziskovým sektorem či státem jakožto právníckou osobou.

Výjimku, kdy design nesouvisí s „hospodářskou činností“, potom představuje činnost orgánů veřejné moci (parlament, vláda, obce, kraje, policie, atd.), v jejímž rámci je také používán design, avšak tuto činnost nelze nazvat hospodářskou, ale spíše správní.

Design je tedy vytvářen proto, aby **působil na zrakové smysly třetích osob** (nejčastěji půjde o zákazníky či obchodní partnery), kteří právě z důvodu estetické zajímavosti určitého produktu projeví zájem si jej koupit.⁷ U designu, který slouží k propagaci hospodářských subjektů (typicky *corporate identity*) potom jde o snahu udělat obchodní společnost atraktivní pro zákazníky či obchodní partnery a odlišit ji od „ostatních hráčů na trhu“. U „*public identity designu*“ veřejnoprávních subjektů jde o snahu učinit činnost orgánů veřejné moci uživatelsky přívětivou pro občany.

To, že je design spojen s užitnými předměty, je poměrně důležité z hlediska právní ochrany designu (např. § 5 odst. 1, § 7 odst. 1 zák. o prům. vz.). Vzhledem k tomu, že se u designu výrazně prolíná složka estetická s užitnou funkcí určitého předmětu, je designér v procesu tvorby od počátku limitován tím, k jakému užitnému účelu je výrobek určen. Míra tvůrčí volnosti, kterou designér má, je tedy obvykle omezena. Tím se výrazně liší tvůrčí činnost designéra od jiných umělců (skladatelé, spisovatelé, grafici), kteří jsou ve své tvůrčí činnosti *de facto* neomezeni (například spisovatelé mohou stvořit světy, příběhy, postavy, které nikdy neexistovaly ani existovat nemohou). U designu existuje poměrně velká míra tvůrčí volnosti u logotypů, webových stránek či módního designu, výrazně menší míru volnosti potom nalzáme u průmyslového designu či produktového designu.

K výše uvedenému je třeba říci, že **právo u designu chrání pouze tvůrčí složku**, která vytváří vzhled určitého produktu. Není tedy chráněn takový vzhled, který vyplývá z technické povahy výrobku či užitného předmětu. Ke znakům „technického předurčení“ nebo znakům „nutného provedení“ se při právní ochraně designu nepřihlíží (§ 10 odst. 1 zák. o prům. vz.).

Posledním definičním znakem designu je určitá **kvalita tvůrčí činnosti**. Design je vytvářen **cilevědomě**,⁸ neboť designér při své práci propojuje „estetično“ s „užitností“. Design tedy v zásadě nemůže být vytvářen náhodně

⁷ Srov. *Industrial Designs and their Relation with Works of Applied Art and Three-Dimensional Marks*. [on-line]. Citováno 15. 11. 2011. Dostupné z: <http://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=2308>. S. 4–6.

⁸ Srov. Kolesár, Z. *Kapitoly z dějin designu*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola umělecko-průmyslová v Praze, 2004, s. 22 a 28.

či amatérsky. Jistě si i laik může vymyslet různé vzhledy výrobků, nicméně designér je obeznán s technickou a materiálovou stránkou předmětu, na němž bude design aplikován, má znalosti ohledně výrobního procesu, měl by mít představu o tom, co zákazník zajímá a co upoutá jejich pozornost atd. Cílevědomost nemusí nutně být spojena s racionalitou, neboť designér často získává inspiraci iracionální cestou (emoce, inspirace, improvizace). To však neznamená, že by vytváření designu v konečném důsledku nebylo spojeno s **cílevědomou tvorbou, jejímž výsledkem je ozvláštněný užitný předmět.**

Na základě uvedeného lze pojem designu vymezit následujícími znaky:

1. vnímatelnost zrakem,
2. zachycení ve hmotném předmětu,
3. snaha vyvolat vizuálně příznivý dojem,
4. propojení estetické a užité stránky vytvářeného předmětu, které je výsledkem cílevědomé tvůrčí činnosti.

1.2 Druhy designu

Design je vždy aplikován na nějakém předmětu, jehož tvar určuje. Podle toho, v jakých předmětech je design ztělesněn (inkorporován), můžeme rozlišovat zejména následující druhy designu:⁹

1.2.1 Produktový design (product design)

Jedná se o design aplikovaný na průmyslově vyráběném výrobku (nábytek, osvětlení, elektronika, hračky), který obvykle slouží k běžnému, v podstatě **spotřebitelskému užívání**.¹⁰

Produktový design bude nejčastěji chráněn jako průmyslový vzor. Spíše výjimečně se lze u něj setkat s ochranou autorskoprávní (důvodem je nenaplnění definičních znaků autorského díla) či známkoprávní (důvodem je nesplnění podmínek pro zápisnou způsobilost).

⁹ Kategorizace designu se u jednotlivých autorů liší. Srov. např. Suthersanen, U., op. cit. sub 6, s. 24–27; *Design* [on-line]. Citováno 17. 11. 2011. Dostupné z: <<http://en.wikipedia.org/wiki/Design>>

¹⁰ Srov. *Product Design Hub* [on-line]. Citováno 15. 11. 2011. Dostupné z: <<http://productdesignhub.com/>>



Obrázek č. 2 (fotografie převzata z: <<http://www.linearchitecture.com/blog/category/product-design/page/6/>>)

1.2.2 Průmyslový design (industrial design)

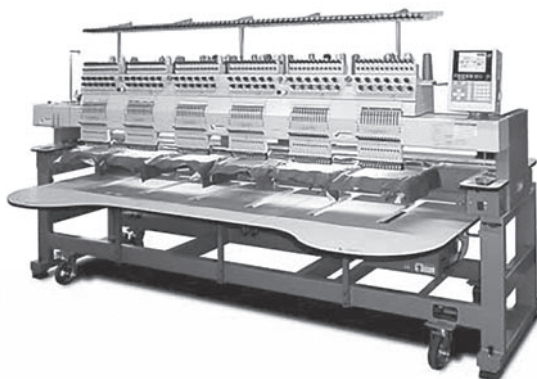
Design je aplikován na výrobci určených k průmyslové výrobě (obráběcí stroje, mechanická zařízení, pracovní nástroje). Zatímco u produktového designu je zákazníkem konečný spotřebitel, u průmyslového designu bývá zákazníkem obvykle výrobce¹¹ (výjimku tvoří automobilový design – *automotive design*).

Designér musí být dobře obeznámen s technickou stránkou předmětů, jejichž vzhled koncipuje, neboť **účelné propojení technické a estetické stránky** zde hraje klíčovou roli. Obvykle do kategorie průmyslového designu spadá i automobilový design (automobily, autobusy, motorky), u něhož je kladen velký důraz na ergonomii vozidel a na aerodynamiku.¹²

Průmyslový design bude obvykle chráněn pouze formou průmyslových vzorů. Za zmínku u automobilového designu stojí, že chráněny jsou pouze takové výrobky nebo jejich části, které zůstávají po začlenění do složeného výrobku viditelné při běžném užívání [§ 3 odst. 2 písm. b) zák. o prům. vz.]. Nejsou tak

¹¹ Srov. *What is Industrial Design* [on-line]. Změněno: 1. 1. 2010 [citováno 15. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.idsa.org/what-is-industrial-design/>>

¹² Srov. *Aerodynamics Considerations* [on-line]. Změněno: 12. 4. 2010 [citováno 15. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.carsdesignonline.com/design/aerodynamics/aerodynamics2.php>>



Obrázek č. 3 (fotografie převzata z: <<http://www.embroiderymachinesdetail-online.info/machine-embroidery-design.html>>)

chráněny ty náhradní díly automobilů, které zůstávají spotřebitelům při běžném užití skryty (viz též s. 51).

1.2.3 Grafický design (graphic design)¹³

Tento druh designu je specifický jednak tím, že zachycení určitého tvaru je v zásadě dvourozměrné (zachycení na papíře nebo obrazovce počítače), jednak tím, že užitná funkce vytvářeného předmětu obvykle spočívá ve vytváření **identifikačního znaku** (logo, známka, *corporate design*, obaly výrobků, titulní strany novin, typografie atd.) nebo **komunikačního prostředku** (webové stránky, propagační letáky).

U grafického designu má tvůrce poměrně velkou míru volnosti, a není tedy příliš omezen užitnou funkcí vytvářeného předmětu. Cílová skupina, pro niž je grafický design vytvářen, se obvykle dělí na **primární** a **sekundární adresáty**.¹⁴ Primární cílovou skupinou bývá obchodní společnost či podnikající fyzická osoba (objednatel), sekundární cílovou skupinou jsou zákazníci objednatele.

Grafický design obvykle bude chráněn neformálními způsoby ochrany, zejména cestou autorskoprávní (pokud jsou u konkrétního výtvaru splněny

¹³ Srov. Lupton, E., Cole, J. F. *Graphic Design, The New Basics*. New York: Princeton Architectural Press, 2008. s. 10–11; Lupton, E. *The Designers as Producer* [on-line]. Citováno 17. 11. 2011. Dostupné z: <<http://graphicdesigntheory.net/essaysLupton2.html>>

¹⁴ Srov. *What is Graphic Design* [on-line]. Změněno 13. 8. 2011 [citováno 17. 11. 2011]. Dostupné z: <<http://www.aiga.org/guide-whatisgraphicdesign/>>



Obrázek č. 4 (fotografie převzata z: <<http://www.graphicdesignlogo.net/graphic-design-logo/>>)

definiční znaky autorského díla – viz s. 95–97). Logotypy potom mohou být chráněny také jako ochranná známka či zapsaný/nezapsaný průmyslový vzor.

1.2.4 Módní návrhářství (fashion design)

Jde o design aplikovaný na nových modelech oděvů. Významnou roli zde hraje znalost materiálů, práce s barvami a schopnost **vystihnout módní trendy**.¹⁵ Specifické je i to, že předměty, na nichž je design zachycen, obvykle nebudou koneční zákazníci užívat příliš dlouho.

Z hlediska právní ochrany předmětů módního návrhářství (designu) lze upozornit na to, že Dohoda TRIPS požaduje po členských státech, aby u textilních designů zajistily „požadavky na zajištění ochrany textilních vzorů, zvláště pokud jde o náklady, zkoušky nebo zveřejnění, nezhoršily nepřiměřeně možnost požadovat a získat takovou ochranu. Členové mohou splnit tuto povinnost prostřednictvím právní úpravy o průmyslových vzorech nebo o autorských právech“ (čl. 25 odst. 2 Dohody TRIPS).

Předměty módního návrhářství (s ohledem na krátkodobost užívání a na časté změny módních trendů) tak bývají obvykle chráněny jako nezapsaný průmyslový vzor (viz s. 89 a násl.) nebo jako autorské dílo (viz s. 32, 94).

¹⁵ Srov. *Trendstop* [on-line]. Citováno 17. 11. 2011. Dostupné z: <http://www.trendstop.com/en/fashion_trend_analysis/womenswear/trend-forecasts-w-10.html>



Obrázek č. 5 (fotografie převzata z: <<http://fashiondesigncenter.blogspot.com/2010/10/brief-introduction-to-fashion-design.html>>)

1.3 Design jako nehmotný statek

Design je teorií práva duševního vlastnictví označován za tzv. **nehmotný statek**.¹⁶ Zjednodušeně lze nehmotný statek pojímat jako ideu (myšlenku), která je materializována v určitém předmětu.¹⁷

Nehmotné statky (ideje) se obecně dají rozdělit na **dvě základní skupiny**, a to na **ideje statické** (ideje, jejichž obrazem v hmotném světě je určitý **hmotný předmět**) a **ideje dynamické** (ideje, jejichž obrazem v hmotném světě je určitý **postup, proces, činnost, metoda**). Design patří mezi **ideje statické**, neboť je vždy zachycen v hmotném předmětu (nelze tedy hovořit o „designu určitého procesu“ či „designu lidské činnosti“).

Pojem nehmotných statků je u právnícké odborné veřejnosti obvykle ztožňován s pojmem **duševní vlastnictví**. Můžeme toto zjednodušení použít,

¹⁶ Srov. Hermann-Otavský, K. Reforma našeho práva autorského. *Právník*. VII–VIII/1921, s. 193; Telec, I. Duševní vlastnictví a jeho vliv na věc v právním smyslu. In *Európske a národné rozmery civilného práva, etický rozmer a zodpovednosť právnických profesií*. Pezinok: 2011, s. 103.

¹⁷ Srov. Janssens, M. C. The Notion of the Work and its Place in the Massive Flow of Information. In *ALAI Nordic Study Days: Copyright, Related Rights and Media Convergence in the Digital Context*. Stockholm: 2000, s. 104; Nordemann, W. Form und Idee im Urheberrecht: In *The Protection of Ideas – Proceedings of ALAI Workshop*. Sitges: 1992, s. 57.