

# Wira-wira butang telefon



Kita tentu tahu mengenai istilah *keyboard warriors*. *Keyboard* ialah papan kekunci. *Warriors* pula bermaksud, wira. Jadi, *keyboard warriors* bermaksud wira papan kekunci. Dari segi istilah, ia dianggap sebagai suatu gelaran penghormatan.

Namun sebenarnya, gelaran *keyboard warriors* mengikut *urban dictionary* bermaksud, seseorang yang tidak mampu menzahirkan kemarahannya dengan perbuatan. Mungkin kerana dia bacul atau sebenarnya tiada sesuatu prinsip dalam hidup di dunia realiti.

Kerana itu, dia memmanifestasikan emosi itu meralui gaya tulisan yang cabul, kasar dan celupar. Bagi dirinya, mengeluarkan pendapat dalam menyelesaikan masalah itu semestinya secara konfrontasi dan bukannya secara berhujah, apatah

lagi melalui perundingan.

Bagi dirinya juga, kematian adalah penyelesaian cepat kepada semua musuh virtualnya yang ditemui dalam internet. Istilah *please die* adalah kesimpulan mudah dalam mana-mana pertengkaran. 'Sila meninggal' pula adalah versi tempatan-nya. (Kerana itu ramai yang berkecil hati dengan saranan ini).

Betapa pun, pendekatan kasar yang tidak perlu di dalam dunia komunikasi ini dilihat sebagai tindakan mereka yang tewas atau *losers*. Saya cenderung untuk mengatakan bahawa istilah *keyboard warriors* itu tidak tepat. Mereka bukannya wira, sebaliknya mereka adalah *keyboard warrior* - orang yang bimbang.

Tatkala laman-laman sosial mula popular, kita dapati kemunculan ramai sekali golongan ini. Orang timur tidak ramai yang berani ke depan untuk menyuarakan pendapat, apatah lagi memperjuangkan kebenaran secara lantang. Oleh kerana golongan ini riuh bersuara di sebalik papan kekunci masing-masing, maka mereka yang lantang dan celupar ini menjadi golongan

yang disegani, kalau tidak pun digeruni kerana keberanian mereka bersuara di sebalik papan kekunci masing-masing.

Masa beranjak dan mana-mana kumpulan mula berhimpun dengan mereka yang seinspirasi. Penjajaran persahabatan mula berlaku. Yang minat agama, politik, pembacaan, aktiviti luar, aktiviti ekstrim, ekonomi dan kemasyarakatan mula berhimpun dalam kumpulan masing-masing. Sudah tiada kelihatan *keyboard warriors* di merata tempat kecuali seorang dua ataupun sekali sekala di dalam kumpulan-kumpulan popular dan umum.

Lagi pula, jika dahulu begitu ramai di antara kita yang membuka diri seluas-luasnya di laman sosial kerana kemaruk mendapat ribuan kawan, pada hari ini keadaan sudah berubah.

Ramai yang mengecilkan *setting* keterbukaan kerana sudah pandai menyaring permintaan seseorang untuk menjadi kawan. Biar tak ramai kawan, tapi biarlah mereka yang sekepala.

Bagaimana pun, laman-la-

man sosial di komputer pada hari ini mula berpindah pula ke telefon pintar masing-masing. Ia mengubah kembali penjajaran media sosial. Jika sebelum ini seseorang itu berkumpul di dalam grup yang sama minat, sama latar belakang, media sosial di telefon pintar telah melakar kembali penjajaran itu kepada kumpulan yang lebih intim.

Aplikasi seperti *WhatsApp*, *Telegram* dan *Line* seumpamanya menghimpun grup yang lebih kecil. Kumpulan rakan setadika, sekelas, sekoj, seasrama, sekerja, sepejabat, seideologi, seperjuangan dan seketurunan menjadi ikatan siber yang lebih kukuh kerana ia kecil. Dalam kebanyakan kumpulan ini, hampir semua orang kenal dengan semua ahli kumpulan.

Oleh kerana itu, perhubungan yang terjadi dilatari rasa kekitaan, persaudaraan dan saling menghormati. Dari segi idealnya ia amat baik. Namun mula menjadi masalah apabila di dalam jajaran ini muncul juga *keyboard warrior* yang cukup mengganggu.

Jika di laman sosial yang lebih

besar seperti *Facebook*, seseorang itu boleh *leave group* secara diam-diam, di dalam aplikasi bermesej telefon pintar yang kecil, semua orang akan nampak apabila kita menarik diri. Kerana itu, mahu tak mahu ramai yang telan liur sahaja dengan apa jua mesej, imej dan video mengarut yang dikirim oleh salah seorang anggota kumpulan yang kini menjadi *phone button warrior*.

Apa nak buat. Mereka itu mungkin saudara tua, rakan berpangkat yang dihormati atau seorang saudara yang terpelajar. Di khalayak, mereka menjaga perangai. Tetapi di dalam grup kecil di aplikasi telefon pintar, mereka tak jaga kelakuan menyebarkan sesuatu yang tak molek ataupun tak benar.

Hendak tegur takut tercalar persaudaraan. Tak tegur, takut membiarkan perbuatan yang lagha. Kita tiada jawapan penyelesaian. Yang boleh hanya mengeluh dan menggeleng kepala tanda terkilang.

# Cap dagangan dan nilai komersial

MUHAMMAD AKRAM ABDUL AZIZ

Hari ini mati meninggalkan belang, manusia mati meninggalkan nama. Pepatah Melayu ini memberi maksud bahawa sumbangan dan jasa baik seseorang itu akan tetap dikenang meskipun telah meninggal dunia.

Pada pandangan penulis, pepatah ini juga sebenarnya boleh digunakan dalam konteks perniagaan, secara spesifiknya berkenaan cap dagangan.

Cap dagangan adalah peris nama seseorang manusia; baik buruk bagi sesebuah cap dagangan mempunyai hubungan dengan produk atau perkhidmatan yang menggunakan cap dagangan tersebut.

Konsep inilah yang umumnya dirujuk sebagai suatu jenama (*brand*). Apa yang boleh dikategorikan sebagai cap dagangan? Mereka yang berminat untuk mengetahui dengan lebih terperinci boleh merujuk kepada Akta Cap Dagangan 1976, iaitu akta berkaitan undang-undang cap dagangan di Malaysia.

Buat masa kini, takrifan cap dagangan di Malaysia adalah terhad berbanding yang digunakan di luar negara di mana bunyi, bau, bentuk, dan rasa sesuatu produk juga boleh dianggap sebagai suatu cap dagangan. Namun, undang-undang harta intelek di Malaysia semakin berkembang dari hari ke hari, dan tidak mustahil takrifan cap dagangan sebegini juga akan digunakan di Malaysia suatu hari nanti.

Selanjutnya, mungkin ramai beranggapan bahawa cap dagangan wajib didaftarkan untuk ia dianggap sebagai cap dagangan yang sah di sisi undang-undang? Hakikatnya, tiada kewajipan untuk pemilik cap dagangan mendaftarkan cap dagangannya, dan pemilik cap dagangan yang tidak berdaftar masih boleh mengambil tindakan undang-undang di mahkamah terhadap pihak ketiga bagi kuasa tindakan seperti peniruan, ciplak atau penyalahgunaan cap dagangan tanpa kebenaran. Tetapi, beban pembuktian bagi pemilik cap dagangan yang tidak berdaftar adalah lebih sukar, di mana beliau perlu mengumpulkan segala bukti yang

ada (yang akan memakan kos yang tinggi, masa dan tenaga).

Ini berbeza dengan cap dagangan yang didaftarkan di pejabat Perbadanan Harta Intelek Malaysia (MyIPO). Cap dagangan yang didaftarkan di MyIPO akan diberikan sijil pendaftaran rasmi yang boleh digunakan sebagai bukti *prima facie* di mahkamah (sekiranya tindakan undang-undang difailkan berkaitan cap dagangan tersebut). Pembaharuan pendaftaran cap dagangan pula hanya perlu dibuat setiap sepuluh (10) tahun dari tarikh luputnya dengan kos yang agak rendah.

Jadi mengapa perlunya pemilik cap dagangan mendaftarkan cap dagangannya di MyIPO? Pada hemat penulis, selain dapat membantu pemilik cap dagangan berdepan sebarang isu undang-undang berkaitannya di mahkamah, ia juga adalah suatu bentuk inisiatif untuk pemilik mula mengkomersilkan cap dagangannya.

Cap dagangan yang popular seperti Adidas, Nike dan Puma (contoh-contoh bagi pakaian sukan) mempunyai nilai komersil yang

tinggi. Ini kerana para pelanggan mengaitkan cap dagangan tersebut sebagai jenama bagi pakaian sukan yang berkualiti berbanding jenama-jenama yang lain.

Apabila suatu cap dagangan menjadi terkenal, ia juga boleh didagangkan seolah-olah ia adalah suatu produk. Cap dagangan tersebut boleh dilesenkan kepada pihak ketiga untuk kegunaan mereka, di mana kebiasaannya pemilik/pemberi lesen tersebut akan mendapat sejumlah bayaran atau komisen untuk memberikan lesen tersebut.

Selain itu, cap dagangan juga boleh diserahkan hak (*assigned*) kepada pihak ketiga, di mana penerima serahan hak akan menjadi pemilik baharu cap dagangan yang diserahkan hak tersebut. Walau bagaimanapun, pemilik cap dagangan adalah dinasihatkan untuk memeriksa sama ada transaksi yang dimasuki mereka adalah perlesenan atau serahan hak, untuk mengelakkan berlakunya isu undang-undang.

Seterusnya, cap dagangan yang mempunyai nama baik dan nilai komersil yang tinggi juga boleh diperluaskan penggunaannya ke-

pada produk-produk yang lain dan menggalakkan kerjasama di antara peniaga.

Contohnya, selain daripada pakaian sukan, kita dapat melihat cap dagangan Nike digunakan sebagai jenama bagi jam tangan pintar (*smart watch*) meski pun hakikatnya jam tangan itu dikeluarkan oleh syarikat Apple Inc. Kolaborasi sebegini secara tidak langsung dapat meluaskan pasaran kedua-dua cap dagangan Nike dan Apple Inc.

Dengan merujuk kepada contoh-contoh tersebut, cap dagangan wajar dilihat sebagai sebahagian aspek penting dalam perniagaan, yang mampu menjana keuntungan komersil dan seharusnya dilindungi sebaik mungkin oleh pemilik cap dagangan.

Pendaftaran cap dagangan di MyIPO adalah langkah terbaik untuk melindungi cap dagangan di Malaysia, dan merealisasikan potensi komersialnya.

\* Muhammad Akram Datuk Dr Abdul Aziz - Peguambela dan peguamcara