

MARKALARA İLİŞKİN BAZI FRANSIZ MAHKEME KARARLARI (1)

Asist. Dr. Akar ÖÇAL

(Tescil edilmiş markanın mülkiyeti ilk kullanma gününden itibaren hüküm ifade eder. Bu mülkiyet bütün memleket topraklarına yayıldığı gibi, yalnız mallar üzerinde marka olarak kullanılmakta değil, ve fakat işletme adı, ilân veya ticari belgelerdeki gibi ticari mahiyetteki bütün istimler için himayeye lâyık bir hakkı ifade eder) (2).

(Karışıklık ihtimali ve benzerliklerin tayini, markaları aynı anda görebilen ve farklarını seçebilmek için kâfi zamana sahip olabilen bir müşteri bakımından değil ve fakat markaları aynı anda

(1) Markalara ilişkin yabancı mahkeme kararlarının takdiminde fransız mahkeme kararlarını seçmiş olmamız, hiç şüphesiz Türk hukuk literatüründeki fransız kararlarının kısırlığına dayanmaktadır. Gerçekten, muhtelif tarihlerde yayınlanan dergilede, bilhassa İsviçre Federal Mahkemesi kararlarının tercümesine raslamak hiç de zor değildir (**Ekrem EDGÜ**: Fabrika Markaları, Ankara Barosu Dergisi, sene 1954, sayı 1, s. 68 - 71; **Tayyar ÇULLU**: Fabrika Markaları, Gayri Kanunî Rekabet, İstanbul Barosu Dergisi, sene 1948, C. XXII, sayı 12, s. 782 - 790; **Ömer Celâl TANSI**: Ticaret Hukukunda Alâmet-i Farika İltibasları, İstanbul Barosu Dergisi, sene 1945, C. XIX, sayı 5, s. 297-309; **Salomon KANİTİ**: İsviçre Federal Mahkemesinin Markalar Arasında İltibasla İlgili Kararları, Banka ve Ticaret Hukuku Dergisi, sene 1961, C. I, sayı 2, s. 235-242. Ayrıca bak, **Leslie Ashcroft ELLWOOD**: Markalar Konusunda Beynelmîl Tatbikatın Bugünkü Eğilimleri «Çev. Muzaffer UYGUNER», İstanbul Barosu Dergisi, sene 1958, C. XXXII, sayı 11-12, s. 239-252). İşte bu kararların yanı sıra Fransız mahkeme kararlarından seçilmiş örnekleri istifadeye arz etmekle, mevcut boşluğu az dahi olsa kapatmağı düşündük.

(2) Annales de la Propriété Industrielle, Artistique et Littéraire, sene 1937, s. 66.

göz önünde bulunduramayan fakat aradığı markanın aşağı yukarı net anısının tesirinde olan müstehlik bakımından yapılmalıdır) (3).

(Mısır unlarını piyasaya arz etmek için kullanılan «MAISEN-TİNE» markası, aynı cins mamuller için kullanılan «MAİZENA» ve «MAIZALINE» markalarının ye tağyiridir ve ne de taklidi.

Her üç markada da bulunan «mais» kökünün bahismevzuu malı işaret edici bir karakteri vardır ve mısırdan mamul maddeleri istihsal eden endüstrileri işaret eder. Bu sebeble, bu endüstrilerden her biri bu kökü kullanmakta hakkıdır ve bu kullanma karışıklık yaratabilecek mahiyette bir benzerlik teşkil etmez.

Esasen bu ismi teşkil eden elemanlardan kökü ayırır ve önek ve sonraki ifadeler ayrı bir şekilde tetkik edilirse, mevcut olan isimlerin farklı mahiyette oldukları ve vasatı bir dikkat karşısında herhangi bir karışıklık yaratmadıkları görülür) (4).

(«SAPSOL» markası «SOL» markasının asli elemanını kopye etmek suretiyle taklidini teşkil eder. Filhakika «sol» hecesi yeri ve sözü ile kendisinden önce gelen heceden çok daha fazla dikkati çekmektedir.

Fonetik bakımdan karışıklık mümkün olduğundan, malların ambalajlarının ve «sol» kelimesinin yazı karakterinin net bir şekilde farklı olmasının önemi yoktur) (5).

(«YOO» ve «İOCO» markaları ne fonetik ve ne de görünüş bakımından birbirine karıştırılamazlar. Diğer taraftan «Yoo» markası ambutissaj yağları için kullanıldığından, «İoco» markasının otomobil yağları için kullanılmasına mani olamaz. Zira bu iki çeşit istihsalin birbirlerinden kâfi miktarda tefriki mümkündür.

«YACCO» markası «İOCO» markasının taklidi veya her halükârda tağyiridir) (6).

(Bir markanın karakterini takdir etmek için, onu teşkil eden çeşitli elemanları ayrı ayrı değil ve fakat bu markanın bütünlüğünü nazarı itibare almak lâzımdır.

(3) Ann. 1937 - 30.

(4) Ann. 1939 - 244.

(5) Ann. 1939 - 62.

(6) Ann. 1939 - 52.

Bir marka diğer bir markanın bazı elemanlarını almış olsa bile, bu markanın tağyiri olarak kabul edilemez. Zira bu gibi hallerde yeni marka bütünlüğü itibariyle diğerinden ayırdedilebilir ve bu sebeble hiçbir karışıklık mümkün olmaz) (7).

(Bir marka, bir isim ve bilhassa ufak süs ve işaretler gibi diğer elemanlardan müteşekkil olduğu zaman, böylece bir araya gelmiş ayrıncı işaretlerden herbiri kendine has olma vasfını muhafaza eder ve bilhassa isim gibi markanın bütün asli elemanları bizzat himaye görür.

Bir markanın karakteristik ve asli elemanlarından birinin aynen alınması, gâsıp, bahiskonusu markanın diğer elemanlarını değiştirmiş olsa bile, bu marka mülkiyetine bir zarar meydana getirir.

İmal yeri ismine aile adlarının kullanılmasına ilişkin kaidelerin tatbiki uygun olur. Bir isim bir markanın asli elemanını teşkil ettiği zaman, bu isim, o ismi taşıyan bir başka şahıs tarafından dağı olsa, iki müessesenin malları arasında bir karışıklık yaratmak durumu bakımından, aynı sıfatla kullanılamaz. Bu kaideler yer ismine, yer isminin kullanılmasının bir malı şahsileştirmekteki birçok ihtimallerden biri olması sebebiyle daha da sert bir şekilde uygulanmalıdır. Şöyle ki, bir yer isminin bir markanın asli elemanı olarak kullanılması, üçüncü şahıslar tarafından bu isme mukaddem bir kıymet hükmünün yokluğuna bağlı olmalıdır.

Bir marka sahibinin müsamahası, bu marka üzerinde ona ait koruyucu haklara zarar getirmez, malikin faaliyetsizliği ancak tazminat miktarını azaltmak bakımından nazarı itibare alınır) (8).

(Markaya sağlanmış olan himaye ancak markanın ayırdetmek için konulduğu malları içine alır.

Aynı şekilde, ticari isimlere sağlanmış olan himaye de ticari isimlerin kullanıldığı maddeleri kapsar.

Eskiliği ve şöreti belli bir ticarete yayılmış olan bir markanın veya ismin daha geniş bir himayeye haklı olduğu, prensip olarak müdafaa edilebilir: Filhakika, bir üçüncü şahıs tarafından yapılan

(7) Ann. 1939 - 57.

(8) Ann. 1955 - 23.

bir bildiri, isim veya markanın bahiskonusu olduğu imalata yabancı bir faaliyet içinde dahi olsa, kamunun zihninde marka veya isim sahibi tarafından yeni bir imalat teşebbüsüne geçilmiş olduğu fikrinin doğmasına sebep olabilir. Fakat böyle bir karışıklığın bahis konusu olabilmesi için, markanın veya ismin tamamen kopye edilmiş olması icap eder. Hesap makinesi büro malzemeleri ile karıştırılmamalıdır...

Binnetice, Kalemleri ve 'umumiyetle bütün büro malzemelerini işaretlemek için «CONTE» markasının ve marka sicilinde sayılmış maddelerin satımı ve imali için «CONTE» ticari isminin maliki olan bir şirket, hesap makinelerini işaretlemek için seçilmiş olan «CONTEX» markasının kullanılmasını önleyemez. Filhakika, «CONTEX» ve «CONTE» markalarının aralarında bir karışıklık yaratmak durumunda olmaları, adı geçen markaların benzer maddeler üzerine konulmuş olmaları şartına bağlıdır. Hadisede, hesap makinelerini ayırdetmek için kullanılan «CONTEX» markası, büro malzemeleri ticaretinde kullanılan «CONTE» isim ve markasına zarar iras etmez) (9).

(Tağyir failinin hüsnüniyeti, hukuki mes'uliyetten onu kurtaramaz.

Bir kimsenin talebi üzerine taklit markaları taşıyan malları imal eden fabrikatör, bu kimse ile beraberce mes'ul olmalıdır) (10).

(Taklit markanın mallar veya ambalajlar üzerine maddeten konulmamış olmasının önemi yoktur. Bir markanın ilân vasıtalarında veya faturalarda kullanılması gasbı meydana getirmeğe kifayet eder: Markanın taklidinin ilân mahiyetinde olan kâğıtlarda kullanılması halinde keyfiyet böyledir) (11).

(«LUC» adı, sonuna c harfinin ilâvesi sebebiyle, «LU» markasının harfi harfine kopyası olmamasına rağmen, iki ifade arasında aynı zamanda göze ve kulağa hitap eden hususlarda bir karışıklık mümkündür ve bu karışıklık alıcıyı, malın menşei hakkında yanlış-tacak mahiyettedir.

Üçüncü şahısların, sıkı surette anlaşılmış markaların özelliği

(9) Ann. 1956 - 128.

(10) Ann. 1956 - 140.

(11) Ann. 1958 - 22.

prensibine dayanarak, aşağı yukarı benzer mahiyette olan kendi mallarını, imalatın menşei hakkında yanlış alıcılara satmak için, büyük hüsnükabul görmüş bir markanın şöhretinden, ticari doğruluğundan, ilân masraflarından yararlanmasına ve böylece çok çeşitli ve devamlı bir kullanma ile markanın kıymetini düşürmelerine ve hatta, şayet satılmış olan mallar aynı kalitede değilse, ona daha fazla zarar vermelerine müsaade edilmemelidir.

Şu halde, tanınmış bir markanın himayesini tescil edilmiş olan malların benzeri olan mallara da teşmili zaruridir. Alıcılar arz edilmiş olan maddeleri, bu marka altında mutaden kendilerine satılmış olan maddelerden farklı olsa bile, aynı müesseseden geldiklerini zannediyorlarsa, tağyir vardır. «LU» markası, eskiliği, uzun zamandan beri takip edilmiş geniş reklâmı ve gıda ticaretinde çok yaygın bir dağıtım alanına sahip olması sebebiyle tanınmış bir markadır) (12).

(Şayet markayı himaye prensibinin bahismevzuu endüstriye has olduğu kabul edilirse, bu himaye tescilde belirtilmemiş mallara da teşmil edilmelidir. Fakat böyle bir himayenin bahiskonusu olabilmesi için, alıcıları, haklı olarak, bu malları tescilli marka sahibinin satışa arzettiği veya imal ettiği düşüncesine sevkedecek derecede malların mahiyetinden veya tahsisinden doğan bir yakınlığın bulunması gerekir.

Gofret ve çikolata, istihlâka tahsis edilmiş ve aynı kısımlarda satışa arz edilmiş bulunmaları ve müşteriye aynı menşei izafeye elverişli mallardan sayıldıkları için, benzer mallar olarak mütalâa edilmelidirler (13).

« (DACTYPHONE)» ve «DACTYLOPHONE» isimleri, «DİCTAPHONE» isminin aşağı yukarı harfiyyen ve aşıkâr bir şekilde tağyirini teşkil eder.

«DİCTONE» aynı zamanda «DİCTAPHONE» markasının aldatıcı bir tağyirini teşkil eder. Filhakika, «DİCTONE», «DİCTAPHONE»'un sadece aph harflerinin kaldırılarak aynen alınmasından meydana gelmiştir. Şöyleki her ikisinin başında dict hecesi ve sonunda da aynı şekilde one ifadesi bulunmaktadır. «DİCTONE»,

(12) Ann. 1959 - 24.

(13) Ann. 1960 - 163.

«DICTAPHONE»'un bir başka ifadesini teşkil ettiği gibi, her iki kelimenin kulaktaki ve gözdeki tezahürleri de aynıdır.

Tağyir keyfiyeti bahismevzuu markaların bütünlüğü nazara alınarak takdir edilmelidir.

Tağyir fiili, tanınmış eski bir marka bahiskonusu olduğunda daha şiddetle takdir edilmelidir.

Taklit markanın hiçbir zaman kullanılmadığı hususu, talebin esastan mahrum olduğunu ifade ettirmeğe kifayet etmez: Filhakika bir markanın sadece tescil edilmiş olması keyfiyeti onun kullanılmasına benzetildiği ve tağyir fiilini yaratmağa kifayet ettiği bugün için tekrarrür etmiş bir prensiptir.

Tağyire ilişkin talep, markalanmış aletlerin aynı faaliyet şartlarına, aynı menşe ve fiata sahip olmadıkları gerekçesi ile reddedilemez: Filhakika, aletlerin değil ve fakat markaların mukayesesi bahiskonusudur, ve bu aletler marka sahibi tarafından imal edilme veya marka sahibi sadece bazı tipte imalatta bulunsa dahi, marka, sicilde zikredilmiş bütün maddeler için himaye edilir. Bu sebeble, «dikte makineleri» için tescil edilmiş olan «DICTAPHONE» markası, tipleri ne olursa olsun bu kategoriye dahil bütün makinelere himaye görür.

Markalar ve satışa çıkarılan maddeler arasındaki benzerlikler sebebiyle karışıklık ihtimalinin ortaya çıkması halinde, müşterilerin az veya çok malûmat sahibi olmalarının ehemmiyeti yoktur) (14).

(Tağyir fiilinden dolayı davacı tarafından maruz kalınmış zararı takdir etmek için, bir taraftan marka sahibinin bu markayı henüz kullanmağa başlamamış olduğunun, diğer taraftan failin markalarından birini bahismevzuu markanın tescilinin ilânından evvel sicile kaydettirmiş olduğunun, yani bu markayı öğrenmek imkânına sahip olmadığı bir tarihte markasını kaydettirmiş olduğunun, nazara alınması uygundur.

Böylece, götürü bir tazminat maruz kalınmış zararı gidermeğe kifayet eder) (15).

(14) Ann. 1960 - 174.

(15) Ann. 1961 - 304.

(Bir markanın taklitçisinin mahkûm edildiği tazminat, bütün zararı kapsamalıdır.

a) Taklitçi gerçekleştirmiş olduğu gayrikanuni kârları muhafazayı iddia edemez. Bu kârlar, ancak, taklit edilmiş markanın kullanılmasından neşet ettiği, yani taklit edilmiş marka sahibinin mahrum kaldığı satışlardan, taklit markanın kullanılması ve binnetice satışın artmış olmasından neşet etmiş olduğu hallerde, gayrikanuni telâkki edilir.

Filhakika, marka konusunda inhisar mala değil, ve fakat bir farklı işaretin kullanılmasına istinad eder.

Şu halde, taklit işaretin gayrimeşru olarak kullanılmasının, imaiden doğan meşru istifadeyi hangi ölçüde arttırabildiğinin araştırılması mahkemeye aittir.

Her iki tarafın müşterileri farklı ise, marka sahibinin satıştan mahrumiyetinden doğan zararı ve taklitçi için satışın kanunsuz olarak artmasından doğan istifade önemli değildir.

b) Aynı zamanda, markanın maruz olabileceği kıymet düşüklüğünü ve müdafaanın sebep olduğu mahkeme masraflarına mahkûmiyet ile giderilemeyen bütün masrafları da, manevî zararda olduğu gibi, telâfi etmek lâzımdır.

Marka münhasıran lüks maddeler için kullanılır da, cari kullanımı olan maddeleri ayırdetmek için gasbedilmiş olursa, bir kıymet düşmesinden bahsedilebilir) (16).

(«AXO» markasının sahibi, ister tek başına olsun ister başka bir kelime ilâvesi suretiyle olsun, «AXO» ve «AXOS» markalarının kullanılmasını men ettirmekte hukuken haklıdır.

O, aynı zamanda yalnız başına kullanılan «APPRO» markasının kullanılmasını men ettirmekte haklı olmasına rağmen, «APPRO-İNDUSTRIE» markasının kullanılmasını mende aynı hakka haiz değildir. Filhakika, «industrie» kelimesinin ilâvesi, markaya ilk nazarda göze hitabeden, ve «AXO» dan farklı mahiyette olan bir ses durumu kazandırır.

Marka, taklitçinin malları ile aynı olan mallar için kullanılmı-

yorsa, bu markanın sahibi maddi bir zarara değil ve fakat manevi bir zarara duçar olur) (17).

(«HY-LO» ile «DİLO» markaları arasında, bir taraftan, onlardan birinin iki kelimededen diğerinin tek bir kelimededen müteşekkil olması, diğer taraftan aralarındaki telâffuz farkı bulunmasından dolayı, hiçbir karışıklık mümkün değildir...) (18).

(Taklitçi durumundaki gofretin boyutlarının hafif bir şekilde farklı olmasının ve aralıklarının biraz dar olmasının ehemmiyeti yoktur. Filhakika taklit farklar değil ve fakat benzerlikler ile takdir edilir.

Karışıklık tehlikesi, üstelik, her iki malı aynı anda göz önünde bulunduramayan ve vasatı bir dikkate sahip alıcılar nazarında mutlakdır) (19).

(... Nihayet, şayet müşterilerin çevrilmesinden doğan zararın önemi isbat edilememişse, markanın maruz bulunduğu bu hareket, tanınmış bir markanın bahiskonusu olması halinde, tazmini gereken manevi bir zararın ortaya çıkması için kifayet eder) (20).

(Markanın taşıyıcı alıcının zihninde bir karışıklığa sebep olabilen benzerlikleri kapsar ve bu benzerliklerin mukayesesinde belirir.

Markanın kullanılmamış olması taşıyıcı hadisesini etkilemez.

İradî elemanlar veya onların ademi mevcudiyeti hukuki kaza mercilerince nazarı itibare alınmamalıdır.

Markanın geçerliğini tayin etmek için sadece tescil edilmiş ismin nazarı itibare alınmasının gerekeceği şeklindeki kaide, taşıyıcı mevzuunda münazaali istihsalin terkiğini ifade eden kısımlarda ve onların satışa arzlarındaki hususiyetlerde rol oynamaz.

Bu bakımdan «MALACİDE» markası «METACİD» in taşıyıcı olarak kabul edilemez.

Filhakika iki marka arasında mevcut olan benzerlikler taşıyıcı

(17) Ann. 1962 - 47.

(18) Ann. 1962 - 54.

(19) Ann. 1962 - 196.

(20) Ann. 1962 - 208.

teşkil etmekten uzaktır. Şöyleki, benzerlik iki harfe ve son heceye istinad eder. Bu sebeble muhtemel alıcıların baştaki «méta» ve «mala» heceleri ile bir hataya düşmeleri mümkün değildir.

Diğer taraftan, mer'î mevzuat haşaratı öldürücü mahiyette olan ilaçların satışında bunların mahiyetini, menşei ve imalcilerin isimlerini bildiren ilâvelerin yapılmasını mecbur tutmaktadır. Bu bakımdan alıcının bir karışıklık yaratması düşünülemez.

Nihayet tağyir, kimyevî ve ecza maddelerinin sayılarının çokluğu ve bu maddelerde mecburen benzerlikleri muhtevi kelimelerin kullanılması sebebiyle, bazı yazı ve fonetik benzerlikler bulunmasından veya beklenmedik ve hatta hakiki bir hata ihtimalinden neşet etmez) (21).

(Marka sahibinin bütün taklitçileri takip etmemesi mühim değildir. Dava açma şahıs için bir mecburiyet olmadığı gibi, faillerden biri hakkında takibe geçme, malikin diğerlerine karşı harekete geçmesine mani olmaz.

«CLARESKİ» ismi «SKİ» ve «NOVASKİ» teşgili markalarının bir tağyiridir. Filhakika «Ski» kelimesi markanın orijinalliğinin asli elemanını teşkil eder ve bir kelime içine kaynaştırılmış dahi olsa «SKİ» markasını hatırlatır. Aynı husus «NOVASKİ» markası için de söylenebilir ve bu hatırlatma zihinlerde karışıklığa sebep olur.

Bir markanın sebep olduğu zararı takdir etmek için taraflar arasında mevcut rekabeti nazarı itibare almak gerekir) (22).

(«NİCORİNE» adı, aşikâr olarak «TOCİCORİNE» markasının bir tağyirini teşkil eder: Şöyleki bu isim markayı son dört hecesini tamamen almak suretiyle aşağı yukarı aynen kopye etmiştir) (23).

(Fransız hukukunda marka mülkiyeti ilk defa bu markayı kullanan tarafından kazanılır ve markanın tescili, onu ilk defa kullanan tarafından tahakkuk ettirilmişse, ancak bildirici bir sonuç taşır. Şöyle ki, teşçilin neticeleri ilk kullanma tarihine kadar tesir

(21) Ann. 1962 - 36.

(22) Ann. 1963 - 219.

(23) Ann. 1963 - 175.

icra eder. Mahkeme içtihatlarının ifade ettiğine göre, iki tescil sahibinin bahiskonusu olması hallerinde, birinci tescilden evvel markayı kullandığını isbat eden ve fakat tescil tarihi bakımından ikinci durumda olan kimse kullanmada haklı çıkar.

Bir marka kullanmanın bir mülkiyet hakkının amili olabilmesi için, markayı teşkil eden işaretin, imal edilmiş veya daimi ve aleni bir şekilde satılmış bir istihsalî tefrik etmek için kullanılmış olması kifayet eder. Buna mukabil, bu kullanmanın muayyen bir toprak parçasına yayılmış olması zarurî değildir. Böyle bir talep, büyük ve küçük teşebbüsler arasında hiçbir zaman kanun metninin haklı kılmadığı bir ayırma müncer olacaktır. Esasen böyle bir ayırma, markanın malları tefrike yaraması ve bu malların her yerde tedavül edebilmesi sebebiyle imkânsız olacaktır.

Tescil edilmemiş bir marka sahibinin 1857 tarihli kanunun öngördüğü taklid davasını açamamasının ve ancak 1382. maddenin şumulü dairesinde ve haksız rekabet esası üzerinde hareket imkânına sahip olmasının önemi yoktur. Arazi bakımından farklı bir faaliyet sahasına sahip olup da aynı markayı kullanımı takip etmeğe mani olan husus, ona bir zarar getirmez: Filhakika müeyyide farklılığı hakkın muhtevasından müstakildir) (24).

(Tescil edilmiş bir markanın sahibi, markasını, bütün zararlarla karşı korumakta haklıdır. Bunun için şart, taklit markanın, kendi markasıyla işaretlenmiş mallar arasında, işaretlerden ve bahiskonusu malların benzerliğinden doğan bir karışıklığa sebebiyet vermeğe elverişli olmasıdır.

Marka sahibi, tenkit mevzuu olan işaretin bir karışıklık yaratmak niyetiyle benimsenmiş olduğunu isbat etmemiş bile olsa, markasının maruz bulunduğu zararın sebebi ne olursa olsun, bu himayeden istifadede haklıdır.

Bu zarar - ziyan davasının meşru olabilmesi için, bahismevzuu iki marka arasında bir karışıklık ihtimali kâfiyse de, bundan ayrı olarak bu ihtimalin müphem ve şüpheli değil, gerçekleşebilir olması lâzımdır.

Aşağıda yazılı düşünceler sebebiyle «DYNAVIA» tescilli markası «AVIA» ismi tarafından taklit edilmiş olarak kabul edilemez:

(24) Ann. 1963 - 179.

a) «DYNAVIA» markası her ne kadar yağ ve yakıtları işaret etmek için tescil edilmiş ise de, ancak uçak benzininin satışında kullanılmaktadır. Halbuki «AVIA» otomobil benzini satışında kullanılmaktadır. Şu halde markalanmış mallar aynı değildir, müşteriler ayırdır ve bugün için hiçbir karışıklık doğumuna sebep olmamaktadır.

b) «DYNAVIA», dyn sözü ile, malın tahsis cihetini ifade eden ve kısalma ile biraz değiştirilmiş genetik bir ifade olan Avia kelimelerinden müteşekkildir. Halbuki «AVIA» markasında bu söz hayalidir.

Üstelik, «DYNAVIA» ve «AVIA» arasında sese ve söze ilişkin bir benzerlik varsa da, bu iki kelime müşteri zihnindeki karışıklığı önlemeğe kifayet eden bir farklılığı ihtiva etmektedirler: Filhakkı, yunancadan alınmış ve herkes tarafından tanınmış olan «dyn» sözü, AVIA'da bulunmayan bir kuvvet fikrini hatırlatır) (25).