

## اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة الحادية عشرة

جنيف، من 5 إلى 7 سبتمبر 2016

أنشطة التوعية والحملات الاستراتيجية بوصفها وسيلة لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية

مساهمات من إعداد الجزائر وأنتيغوا وبربودا والصين واليونان وهنغاريا ولافتيا وباراغواي والفلبين وجمهورية كوريا ورابطة سينغال (بولندا) وجمعية الموسيقين السويسرية

1. اتفقت اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ (اللجنة) في دورتها العاشرة التي عقدت من 23 إلى 25 نوفمبر 2015 على النظر في دورتها الحادية عشرة في موضوع "تبادل المعلومات حول التجارب الوطنية الخاصة بأنشطة التوعية والحملات الاستراتيجية بوصفها وسيلة لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية بين الجمهور عموما والشباب خصوصا، طبقا لأولويات الدول الأعضاء التعليمية وغيرها من الأولويات". وتعرض هذه الوثيقة مساهمات أعدتها دول أعضاء وجمعيات وطنية.
2. ويتجلى اهتمام الدول الأعضاء بتوعية وتنقيف الجمهور بشأن الملكية الفكرية في تنوع الأنشطة المعروضة. وتنقسم هذه الأنشطة إلى نوعين، أولها أن جميع الدول الأعضاء يقر بقيمة تثقيف الشباب ليدركوا أهمية احترام الملكية الفكرية. وقد صمم بعضها برامج لمخاطبة المدارس ومنحها أدوات دراسية ومنشورات فكاهية وألعاب فيديو ونظم زيارات للمسؤولين وعروض ومسابقات. ويخاطب البعض الشباب بتحتين الفرص السانحة إبان المهرجانات وغيرها من التظاهرات العامة وبالتفاعل مع الجامعات. ويخاطب البعض الآخر جمهورا أوسع عن طريق التلفزيون والراديو ووسائل الإعلام الاجتماعية.
3. وفي المقام الثاني، تسعى الدول الأعضاء إلى تجهيز الموظفين الحكوميين ووكالات إنفاذ القانون والعاملين في القطاع الخاص لفهم دور الملكية الفكرية وأهميتها. وتعمل ذلك عادة من خلال الندوات التدريبية والمناقشات. وتحفز الوعي أيضا بفضل المبادرات الإعلانية كحفلات منح الجوائز.
4. وترد مساهمات الدول الأعضاء والجمعيات الوطنية بالترتيب التالي:

أنشطة التوعية والتكوين في الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة في الجزائر..... 3

- حملات تثقيفية ومسابقات للشباب من أجل إدكاء الاحترام للملكية الفكرية في أتيغوا وبرودا..... 8
- المبادرات المعنية بتدريس الملكية الفكرية للشباب التي أطلقتها جمهورية الصين الشعبية..... 12
- تعزيز الوعي بالملكية الفكرية من أجل تحسين الالتزام بقوانين الاستيراد والتصدير في الصين..... 16
- مدرسة حق المؤلف اليونانية - رفع مستوى الوعي بحماية حق المؤلف في مرحلتى التعليم الابتدائي والثانوي.... 19
- تجربة هنغاريا في توعية عامة الجمهور..... 22
- إدكاء الاحترام للملكية الفكرية وزيادة الوعي بها: تجربة مكتب براءات جمهورية لاتفيا..... 27
- برامج التوعية التي تطلقها المديرية الوطنية للملكية الفكرية في باراغواي..... 31
- حملات التثقيف والتوعية بالملكية الفكرية التي يقوم بها مكتب الملكية الفكرية في الفلبين..... 36
- أنشطة التوعية الرامية إلى إدكاء احترام الملكية الفكرية في جمهورية كوريا..... 43
- عمل رابطة موزعي البرامج التلفزيونية (سيغنال) في النهوض بالملكية الفكرية من خلال التثقيف  
وإدكاء الوعي في بولندا..... 49
- "نيكست بيغ ثينغ" (NEXT BIG THING) - حملة توعية بقيمة الموسيقى المسجلة بإشراف جمعية الموسيقيين  
السويسرية..... 52

[تلي ذلك المساهمات]

## أنشطة التوعية والتكوين في الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة في الجزائر

مساهمة من إعداد سامي بن شيخ حسين، المدير العام في الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، الجزائر العاصمة، الجزائر

### ملخص

تشمل أنشطة الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة (الديوان) للنهوض بالملكية الفكرية في الجزائر، توعية الجمهور بقضايا حقوق المؤلف وتدريب المهنيين. وتوجه أنشطة توعية الجمهور أولاً إلى الشباب والمؤلفين.

لذا تعباً لجميع وسائل الاتصال: أي الراديو والقصص المصورة والنشرات وشبكات التواصل الاجتماعي. وتُغتنم جميع الفرص للتعليم والاتصال ومنها الفعاليات الثقافية والصالونات والمعارض والحفلات التذكارية المرتبطة بالثقافة وغيرها. كما تنظم المحاضرات في المدارس. وتدعو هذه الحملات المؤلفين إلى حماية إبداعاتهم وتحفز الجهات المنتفعة على الوفاء بالتزاماتها وتبرز الآثار السلبية لمختلف صور التعدي على حقوق المؤلفين خاصة الانتحال والتنزيل غير القانوني للمصنفات. أما تدريب المهنيين فهو موجه أولاً إلى الأطراف العاملة والموظفين المسؤولين عن إنفاذ القوانين.

### أولاً. الحملات الإعلامية والتعليمية للتوعية

1. تركز أنشطة الديوان الوطني لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة (الديوان) للنهوض بحماية الملكية الفكرية ومكافحة مختلف أشكال التعدي على حقوق الملكية الفكرية على عدة محاور.

2. وتقدم دورات التوعية بشأن الملكية الفكرية بوجه عام وتقدم بشأن قضايا حق المؤلف بوجه خاص بمناسبة اليوم العالمي للملكية الفكرية في جميع المدارس الثانوية في الجزائر وفي المدارس الإعدادية والابتدائية في المدن الكبرى في الجزائر. ويوحد محتوى هذه الدروس ومدتها. كما تعد استمارات للإحاطة بالملكية الفكرية وأهميتها الاقتصادية والاجتماعية لفائدة هيئة التدريس. ومما لا شك فيه أن المحاضرات تشمل قضايا الانتحال.

3. وتقدم دروس تمهيدية عن حق المؤلف والإدارة الجماعية لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة إلى طلاب معاهد التكوين الفني. ويوحد كل من محتوى هذه المحاضرات ومدتها.

4. وتوزع قصتان مصورتان مجاناً بشأن قضايا احترام الملكية الفكرية خاصة حقوق المؤلف إلى الشباب في المدارس الثانوية في معرض الإبداع وفي اليوم المفتوح السنوي للتعريف بالديوان أو بوجه عام في الفعاليات والأحداث الثقافية. وتوجه أول قصة مصورة وعنوانها "في منأى عن الأخطبوط" (À l'abri du poulpe) إلى شباب المؤلفين وتحثهم على الانضمام إلى الديوان لحماية مصنفاتهم. أما القصة المصورة الثانية فتبرز الآثار السلبية للقرصنة.

5. ويرعى الديوان عدة برامج إذاعية للشباب منها برنامج سيربال تاغر الإذاعي اليومي (Serial TAGGER)، الذي يمنح الموهوبين الشباب فرصة لكي يعرفهم الجمهور، وحصل البرنامج على المساعدة المالية من الديوان لمدة سنة. وأذيعت رسالتان أساسيتان بانتظام في هذه البرامج. الأولى موجهة إلى الجمهور وتدعو إلى احترام الحقوق المشروعة للمؤلفين، والثانية تحث المؤلفين على الانضمام إلى الديوان للتمتع بحماية حقوقهم. وفي هذا الصدد، أذيعت عدة مقابلات مع مسؤولين من الديوان

بشأن الرهانات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المرتبطة بحماية حقوق المؤلفين والحقوق المجاورة. كما أذيعت برامج إذاعية أخرى محتواها أدبي و/أو اقتصادي على قنوات الإذاعة المحلية أو الجهوية بغية توعية الجمهور بأثر التعدي على حقوق الملكية الفكرية.

6. كما أذيعت مسابقة على موجات محطة راديو موجهة إلى الشباب بشأن موضوعات فنية تخص حق المؤلف بهدف توعية المزيد من الشباب بالآثار المدمرة للقرصنة والتنزيل غير القانوني للمصنفات على الإنترنت.

7. وتُنظم الأيام المفتوحة للديوان كل عام في منتصف شهر أبريل لمدة أسبوع. وتقام على مستوى الإدارة العامة وعلى مستوى الوكالات المحلية للمكتب. كما تُنظم زيارات دراسية للمدارس إلى الديوان بهذه المناسبة لفائدة الطلاب. وخلال هذه اللقاءات، تقدم عروض بشأن الإدارة الجماعية لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة.



8. وتنظم اللقاءات-النقاشات لصالح الجمهور على هامش بعض الفعاليات الثقافية (المعارض والعروض) بتيسير من مسؤولي الديوان. وتتناول قضايا حق المؤلف وعلاقته بموضوع الفعالية الثقافية التي يعقد اللقاء على هامشها.

9. وتطوف قافلة المدن الرئيسية في الجزائر للقاء المؤلفين والفنانين بهدف توعيتهم بقضايا الملكية الفكرية وتحفيزهم على الانضمام إلى الديوان وشرح سبل الالتحاق به.

10. والمعرض الوطني للإبداع من الأنشطة الرئيسية في الديوان، إذ يضم كل عام ناشري الموسيقى والكتب في مؤتمرات-مناقشات مع الجمهور.



11. وتوزع النشرات الداعية إلى احترام الملكية الفكرية في مختلف الفعاليات الثقافية التي ينظمها الديوان.



12. وتوزع بانتظام أفراس مدجة تحتوي على معلومات عامة بشأن أنشطة الديوان.





13. وتنظم عمليات إتلاف المصنفات المقرصنة المصادرة أثناء ضبطيات الديوان بحضور الشرطة الوطنية.



14. كما يتنظم الديوان بانتظام فعاليات لتكريم كبار الفنانين والمؤلفين علامة على التقدير ومكافأة على الجدارة.



15. وأخيرا، يمّول الديوان الإعلانات التلفزيونية والإذاعية لتوعية الجمهور. وعادة ما تنذع هذه الإعلانات بمناسبة اليوم العالمي للملكية الفكرية وكذلك بمناسبة احتفاليات إئتلاف التسجيلات الصوتية المتعدية.

### ثانيا. أنشطة التكوين لصالح الأطراف العاملة

16. وأخيرا ينظم الديوان حلقات دراسية بانتظام لشرح محتوى القانون بشأن حق المؤلف لفائدة المستخدمين والجهات المنتفعة بالمصنفات الفكرية، كما ينظم ورش العمل لصالح الموظفين المسؤولين عن وضع هياكل إنفاذ قوانين الملكية الفكرية، وأيام دراسية بشأن احترام حقوق الملكية الفكرية مع الجامعيين ومحاضرات بشأن الإدارة الجماعية لحقوق المؤلف والحقوق المجاورة في كليات الشرطة والدرك. وينظم منتدى سنويا في 23 أبريل من كل عام بالتنسيق مع الإدارة العامة للأمن الوطني.



حملات تثقيفية ومسابقات للشباب من أجل إدكاء الاحترام للملكية الفكرية في أنتيغوا وبربودا مساهمة من إعداد السيدة ريكى كاماتشو، أمينة التسجيل، مكتب أنتيغوا وبربودا للتجارة والملكية الفكرية، وزارة الشؤون القانونية\*

## الملخص

تعرض هذه الورقة تجربة أنتيغوا وبربودا في مجال إدكاء المعرفة والاحترام للملكية الفكرية من خلال تنظيم حملات تثقيفية محدّدة الأهداف، ومسابقات مصممة للشباب والقطاع الخاص ومسؤولي إنفاذ القانون. ولا يزال نقص الموارد المالية والبشرية تحدياً أمام تحقيق الفائدة القصوى من حملات إدكاء الوعي. ومع ذلك، استمر مكتب التجارة والملكية الفكرية في استخدام أساليب مبتكرة لتعزيز الوعي.

## أولاً. مقدمة

1. يتولى مكتب أنتيغوا وبربودا للتجارة والملكية الفكرية ("مكتب الملكية الفكرية") مسؤولية تسجيل حقوق الملكية الفكرية، وهو شعبة في وزارة الشؤون القانونية، تأسس في عام 2003 أو نحو ذلك.
2. وجزء مهم من ولاية مكتب الملكية الفكرية، ضمن أمور أخرى، تثقيف الجمهور، سواء من المستخدمين أم المبدعين في مجال الملكية الفكرية بشأن موضوع الملكية الفكرية عموماً والحقوق المرتبطة به، وتشجيع الامتثال للقوانين ذات الصلة به. وكان التحدي تصميم برنامج يصل إلى قطاع عريض من السكان يفترق تاريخياً إلى التقدير العميق لأهمية هذا المجال، وإنتاج تأثير إيجابي في الواقع. وفي هذا الصدد، قرر المكتب أن يركز قدراً كبيراً من جهوده وموارده المحدودة على أنشطة إدكاء الوعي والحملات الاستراتيجية التي تستهدف الشباب والقطاع الخاص ومسؤولي إنفاذ القانون. وذلك بهدف إشراك هذه القطاعات من المجتمع في المسائل المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، ومن ثمّ جذبهم للعمل كقنوات نشر في منازلهم ومجتمعاتهم ومدارسهم.

## ثانياً. حملة إدكاء الوعي

3. يسعى مكتب الملكية الفكرية إلى وضع استراتيجيات مبتكرة تحمل رسالته إلى الجمهور في إطار القيود التي تفرضها ميزانيته محدودة. وفي هذا الصدد، استُخدمت عدة أساليب في حملات إدكاء الوعي، وهي مسابقات مدرسية وزيارات سنوية وتثقيف مسؤولي إنفاذ القانون والقطاع الخاص ووسائل الإعلام الاجتماعية. وسنتطرق أدناه لكل أسلوب بإيجاز.
- ألف. مسابقات مدرسية

4. منذ عام 2011، يستضيف المكتب مسابقة في مجال الملكية الفكرية مفتوحة لجميع المدارس الابتدائية والثانوية في أنتيغوا وبربودا. وتمكن المكتب من تأمين رعاية أحد البنوك التجارية المحلية وشركة اتصالات للمسابقة. وتدعم وزارة التعليم والعلوم والتكنولوجيا المسابقة دعماً جيداً، وتحرص على أن تكون المعايير وموضوعات المقالات/موضوعات الفنون البصرية مفيدة ومناسبة للمدارس. وتدعم الويبو المسابقة من خلال تقديمها جوائز وشهادات، فضلاً عن مشاركة قاض زائر محلي مناسب يتقن حرفتهم من منظمة ABIPCO.

\* الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف، وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.



5. وقد أعدنا للمسابقة مواد مطبوعة وأحداث عامة.
6. وتوأم هذه المسابقة السنوية بين شعار اليوم العالمي للملكية الفكرية والسياق المحلي، وتتنوع أنشطتها من كتابة الأغاني وأفلام الهواتف الذكية إلى كتابة المقالات. ووجد مكتب الملكية الفكرية أن المسابقة تحظى بإقبال متزايد. ويحصل الفائزون في مختلف الفئات على جوائز. والفائزون ستة تتراوح مراكزهم من الأول إلى الثالث، ثلاثة في فئة المدارس الثانوية وثلاثة في فئة المدارس الابتدائية. ويعتزم المكتب وضع الإسهامات الفائزة على موقعه الإلكتروني الجاري تطويره.
7. وسيكون اليوم العالمي للملكية الفكرية 2016: "الإبداع الرقمي: الثقافة تتجدد" هو موضوع مسابقة هذا العام في مجال التصوير الفوتوغرافي/الفيديو. وسيكون موضوع المسابقة للمدارس الابتدائية: التقاط صورة باستخدام جهاز رقمي (مثل: الهاتف، الآي بود، الحاسب اللوحي، الكاميرا الرقمية) لإظهار الكيفية التي تتطور بها الثقافة في أنتيغوا وبربودا. أما موضوع المدارس الثانوية فهو: التقاط صورة/صور رقمية أو فيديو باستخدام جهاز رقمي لإظهار الكيفية التي تتطور بها ثقافة أنتيغوا في هذا العصر الرقمي.
8. ومع أن تحرير الصور رقميا ليس إلزاميا، لكن يُسمح به لإظهار القدرة الإبداعية للمصورين، وإبراز رؤيتهم للثقافة في أنتيغوا وبربودا. ويجب أن تكون جميع الصور أصلية، ويمكن للطلاب أيضا اختيار صورة من بين أربع صور رقمية غير مكتملة على الموقع الإلكتروني للمكتب، واستخدام قدراتهم الإبداعية لاستكمالها. الصور الأربع المختارة هي: أناناس أنتيغوا الأسود ووعاء من الصلب وطاحونة وأحد الطيور المحلية. جميع هذه الصور ذات مغزى تاريخي وتعليمي، والأهم من ذلك أنها ذات مرجعية ثقافية لأنتيغوا وبربودا. ويسعى المكتب، مستعينا بهذه الصور، إلى إثبات أن الموارد الوراثة والمعارف التقليدية والفولكلور تكتسي أهمية في حقوق الملكية الفكرية. واستعين ببعض القدرات الإبداعية ليكون تصميم المسابقة مناسبا من الناحية الثقافية، وتبين للمكتب أن هذا النهج له وقع كبير على دولة جزرية صغيرة مثل أنتيغوا وبربودا.
- باء. الزيارات المدرسية
9. بدأ مكتب الملكية الفكرية، منذ عام 2011، في تنظيم زيارات إلى المدارس الابتدائية والثانوية لتقديم عروض لشرح واسعة من الطلاب. وتتنوع الفئة العمرية للطلاب وعددهم وفقا لما يحدده مدير المدرسة والمعلمون في المدارس المعنية. ومرة أخرى، تتمحور العروض في كل عام حول موضوع اليوم العالمي للملكية الفكرية. على أية حال، تهدف الزيارات المدرسية والمسابقات عموما إلى رفع مستوى الوعي بين الشباب حول الملكية الفكرية.
10. وعادة ما يحدد مكتب الملكية الفكرية أربع مدارس ابتدائية وأربع مدارس ثانوية على الأقل للزيارة سنويا. ويُنذَل محمد لضان أن تشمل الزيارة مزيجا من المدارس القائمة في المدينة ومدارس الريف والمدارس التي ترعاها الحكومة ومدارس القطاع الخاص. ويحمل فريق المكتب الزائر معه مطبوعات عن الملكية الفكرية وأغراض نجدها عادة في المنزل ويجسد جميعها حقوق الملكية الفكرية بحيث يكون التمرين على صلة ملموسة بالواقع. وقد تلقت الطلاب خلال هذه الزيارات كتبنا مصورة وكلمات متقاطعة أعدتها الوي.و. كما يعمل المكتب مع معلمي المدارس.
11. ومن حين لآخر، يستعين مكتب الملكية الفكرية بخدمات سفير ضيف ليكون جزءا من فريق زيارة المدارس. فيقدم هؤلاء السفراء الضيوف خبراتهم تطوعا للمساعدة في حملة التوعية، وفي المقابل يقدم المكتب مزايا إعلانية للسفير الضيف. وقد شارك في الزيارات المدرسية الفنان دراستيك، وهو فنان محلي، واستمتع الطلاب كثيرا بموسيقاه وأغانيه على الغيتار عندما يكون ضمن فريق الزيارة.
12. وتبين للمكتب أن فكرة الزيارات المدرسية والسفير الضيف نجحت نجاحا متميزا في جذب الأطفال لمعرفة ما هي الملكية الفكرية وهيأت بيئة مشجعة.

## جيم. كشك المعرض الوطني للعلوم

13. كان مكتب الملكية الفكرية حاضرا في المعرض الوطني نصف السنوي للعلوم، وأقام كشكا ووزع مطبوعات لنشر المعرفة العامة بالملكية الفكرية. ويستهدف المعرض جميع المدارس في أنتيغوا وبربودا. وقد استعان المكتب، في آخر معرض للعلوم شارك فيه، بفنان محلي لوضع التصميم الداخلي لمنزل عُرضت فيه أدوات ذات صلة بالملكية الفكرية، مثل فرش الأسنان، والمصايح الكهربائية، وأنظمة تغذية الحيوانات والنباتات، والمجوهرات وغيرها من الأدوات المختلفة. وقد استمتع الشباب بهذا العرض الذي أظهر مدى استخدام الملكية الفكرية في حياتنا اليومية وفي بيئتنا. ويعد هذا العرض طريقة بسيطة وفعالة من حيث التكلفة لبدء مناقشات غنية بسبل تبادل المعلومات ذات الصلة بالملكية الفكرية في أوساط الشباب، وتوضيح مدى اتصال الملكية الفكرية بحياتنا وتأثيرها فيها.

## دال. تنفيذ مسؤولي إنفاذ القانون والقطاع الخاص

14. لا يقتصر برنامج التنفيذ على الشباب. فقد تم تصميم برامج سنوية لتنفيذ مسؤولي إنفاذ القانون في مجال الملكية الفكرية. وتبين لنا في حالات كثيرة جدا أن مسؤولي الإنفاذ يرون الملكية الفكرية مجال محصور في التعاملات بين المحامي وموكله، وأخفقوا في إدراك أن حماية الملكية الفكرية منصوص عليها في القانون نفسه الذي تعهدوا بالدفاع عنه. وقد أقمنا حلقات عمل للوصول إلى تقدير أشمل لأهمية الملكية الفكرية.

15. ويتعاون مكتب الملكية الفكرية أيضا مع القطاع الخاص، حيث يُجرى مناقشات وحلقات عمل مع المبدعين ومع الشركات الصغيرة لإقناعهم بأن قوانين حماية الملكية الفكرية إنما وُضعت لفائدة من لا يزالون يجهلون حقوقهم أو هم بحاجة إلى إدراك أن اختراعاتهم وتصاميمهم وإبداعاتهم محمية بموجب فئات مختلفة من الملكية الفكرية.

## هاء. وسائل التواصل الاجتماعي

16. يدرك مكتب الملكية الفكرية أهمية وسائل التواصل الاجتماعي ونجاحها في توفير سبل لتوزيع المعلومات على نطاق واسع. ولا يوجد لمكتب الملكية الفكرية، في الوقت الراهن، صفحة على الفيسبوك أو تويتر، لكن تمت الموافقة مؤخرا على عنوان لموقع إلكتروني. ويجري العمل حاليا على تطوير الموقع ليكون مركزا متكاملًا للمعلومات في مجال الملكية الفكرية، من المعتم الإعلاني في الموقع عن أسماء الفائزين في المسابقة السنوية.

17. ويستعين مكتب الملكية الفكرية أيضا بوسائل الإعلام المحلية، من خلال ظهور مسؤولي المكتب سنويا في محطة التلفزيون المحلية، تلفزيون ABS، في برنامج "صباح الخير أنتيغوا وبربودا"، والمشاركة في برامج محطات الإذاعة المحلية. وقد نُظِم في 26 أبريل 2016، في اليوم العالمي للملكية الفكرية، يوم مفتوح نأجح شمل وسائل الإعلام، وأطلقت فيه مسابقة هذا العام. علما بأننا نظمنا أياما مفتوحة فيما سبق، لكنها لم تحقق نجاحا كبيرا.

18. ويطلب مكتب الملكية الفكرية الدعم من وسائل الإعلام للإعلان عن المسابقة السنوية التي يقيمها. وتُعد الردود الواردة من الوسائل المطبوعة والإلكترونية في هذا الصدد حتى الآن إيجابية.

19. ويسعى المكتب إلى رفع مستوى وعي الجمهور بأن الملكية الفكرية تتمتع أيضا بقيمة تعادل أو تزيد عن قيمة العقارات أو الممتلكات الملموسة. وضرب مثلا الصلصة الحارة المنتجة محليا، وتُسمى "سوزي هوت صوص"، وحاول توضيح أن حماية علامة تجارية مثل "سوزي" تجعلها فريدة وأكثر قوة ورواجا، مثلما ساعدت حماية العلامة التجارية و/أو البراءات شركتي أبل وسامسونغ في تحقيق إيرادات ضخمة. أيضا حاول المكتب أن يبين كيف يمكن للملكية الفكرية أن تصبح مصدرا رئيسيا للدخل في أنتيغوا وبربودا من خلال حماية حق المؤلف والمؤشرات الجغرافية والعلامات التجارية.

### ثالثاً. الخاتمة

20. سنظل ملتزمين بالعمل مع القطاعين العام والخاص لمواصلة تعزيز الملكية الفكرية. وسنواصل المناقشات مع وزارة التعليم لإدراج الملكية الفكرية في المناهج الدراسية، وهو ما من شأنه أن يدعم عملنا مع الشباب بصفة خاصة، وأن يساعد السكان على إذكاء الاحترام للملكية الفكرية في سن مبكرة.
21. وسنواصل استكشاف طرق مبتكرة لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية رغم التحدي الذي تطرحه قلة التمويل والموارد البشرية لتنفيذ جميع الأفكار التي تم تحديدها لتوعية الجمهور والإنفاذ.
22. وسنستمر في استضافة مسابقات المدارس الابتدائية والثانوية، التي بدأت شعبيتها تتزايد، وسنواصل البناء على الزخم الذي تحقق.
23. وقد قدمنا توصية إلى الويبو لوضع بعض المحتويات التي تخاطب الشباب تحديداً على موقعها الإلكتروني، فهذا من شأن أن يساعد إلى حد كبير مكتب الملكية الفكرية في مبادرات التوعية في أنتيغوا وبربودا وغيرها.
- وهدفنا النهائي هو التأكد من اكتساب حكومة أنتيغوا وبربودا ومواطنيها المعرفة والفهم في مجال الملكية الفكرية، والحقوق وسبل الانتصاف المتاحة، ووضع التشريعات وسياسات الإنفاذ المناسبة لمحايتهم. وإننا نأمل في زيادة وتيرة الحوار الوطني والارتقاء بنوعيته، كما نأمل في رفع مستوى مشاركة المواطنين وشركاء الحكومة، ومن ثمّ تحسين اقتصاد أنتيغوا وبربودا وتنويعه وازدهاره.

المبادرات المعنية بتدريس الملكية الفكرية للشباب التي أطلقتها جمهورية الصين الشعبية

مساهمة من إعداد المكتب الحكومي للملكية الفكرية في جمهورية الصين الشعبية، بيجين، الصين<sup>\*</sup>

## الملخص

أطلق المكتب الحكومي للملكية الفكرية في جمهورية الصين الشعبية، بالاشتراك مع وزارة التربية والتعليم، البرنامج الرائد والنموذجي لتدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية الوطنية في عام 2015. ويرمي هذا البرنامج إلى إقامة مجموعة من المدارس الرائدة والنموذجية تحتذي بها المدارس الأخرى في الارتقاء بجودة تدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية في شتى أنحاء البلاد بغية زرع ثقافة احترام المعارف والابتكار وحماية الملكية الفكرية لدى المراهقين والشباب. وسيؤدي تسخير كامل إمكانات تلك المدارس الرائدة والنموذجية ودورها الريادي والمثالي إلى إزكاء الوعي بالملكية الفكرية في المجتمع بأكمله، إذ ستزرع تلك المدارس تلميذا ملما بأهمية الملكية الفكرية في كل أسرة.

## أولا. وثائق السياسة العامة الصادرة عن الحكومة الصينية

1. لطالما أولت الصين أهمية بالغة لتدريس الملكية الفكرية للشباب. ففي عام 2008، أصدرت الصين ونفذت "خارطة طريق الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية"<sup>1</sup> التي نصت على "تدريس قانون الملكية الفكرية على نطاق واسع (...) ووضع خطة عامة لتدريس الملكية الفكرية وتنفيذ تلك الخطة، وإدراج الملكية الفكرية في المناهج الدراسية للمدارس الابتدائية والثانوية في شتى أنحاء الصين". وفي عام 2013، أصدر المكتب الحكومي للملكية الفكرية، بالاشتراك مع وزارة التربية والتعليم ووزارة الثقافة والإدارة الحكومية للصناعة والتجارة والإدارة الحكومية للصحافة والنشر والإذاعة والأفلام والتلفزيون والإدارة الوطنية لحق المؤلف في الصين، وثيقة بعنوان "آراء لتثمين ثقافة الملكية الفكرية" ورد فيها أن "تُدرج الملكية الفكرية في نظام التعليم الوطني وفي المناهج الإلزامية للمدارس الابتدائية والثانوية". وفي عام 2014، نشر المكتب العام لمجلس الدولة تعميماً بشأن "خطة العمل الخاصة بمواصلة تنفيذ استراتيجية الملكية الفكرية (2014-2020)" والتي أصدرها المكتب الحكومي للملكية الفكرية بالاشتراك مع بعض الوكالات الحكومية الأخرى، واقترح فيه "إنشاء عدد من المدارس الرائدة التي تتميز في مجالي تدريس الملكية الفكرية والتوعية بها". وأصدر مجلس الدولة في عام 2015 تعميماً بعنوان "آراء حول تسريع تكوين الكفاءات في مجال الملكية الفكرية في المستقبل"، وقد اقترح التعميم ضرورة تدريس القضايا العامة للملكية الفكرية على نطاق واسع.

## ثانيا. البحوث المتعلقة بتدريس الملكية الفكرية للشباب

2. ما انفك المكتب الحكومي للملكية الفكرية يولي أهمية بالغة للبحوث والدراسات المتعلقة بتدريس الملكية الفكرية للشباب، وقد توصل إلى عدد من النتائج ترشد متخذي القرارات في هذا المجال.
3. فقد كلف المكتب الحكومي للملكية الفكرية جامعة تسينغهاوا بإجراء دراستين استقصائيتين بشأن إلمام الشباب وغيرهم بثقافة الملكية الفكرية في عامي 2008 و2015 على التوالي.
4. وفي عامي 2011 و2014، كلف المكتب الحكومي للملكية الفكرية مركز بحوث الملكية الفكرية في جامعة تدرين المعلمين بوسط الصين بإعداد دراسة وتحليل عن مهارات الطلاب الصينيين في مجال الملكية الفكرية والوضع الراهن لتدريس

<sup>\*</sup> الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

<sup>1</sup> يمكن الاطلاع على "خارطة طريق الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية" على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=85>



الملكية الفكرية في المدارس. وأعدت هذه الجامعة دراسة استقصائية بعنوان "تدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية الصينية"، وخلصت إلى عدد من الاقتراحات.

5. وكلف المكتب الحكومي للملكية الفكرية، في الفترة الممتدة من 2012 إلى 2016، الجمعية الصينية لحماية البراءات والجمعية الصينية للعلامات التجارية والجمعية الصينية لحق المؤلف بإجراء دراسة استقصائية سنوية بشأن مستوى الرضا عن حماية الملكية الفكرية في المجتمع. واعتمدت تلك الدراسة على تدريس الملكية الفكرية والتوعية بها ك مؤشر أساسي.

### ثالثاً. البرنامج الرائد والنموذجي لتدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية الوطنية

6. وضع المكتب الحكومي للملكية الفكرية بالاشتراك مع وزارة التربية والتعليم، بفضل دراسة معمقة، برنامجاً رائداً ونموذجياً لتدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية الوطنية وأطلق المشروع الرائد في 2015. ويرمي البرنامج إلى إقامة مجموعة من المدارس الرائدة والنموذجية تحتذي بها المدارس الأخرى في الارتقاء بجودة تدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية في شتى أنحاء البلاد بغية زرع ثقافة احترام المعارف والابتكار وحماية الملكية الفكرية لدى المراهقين والشباب. وسيؤدي تسخير كامل إمكانات تلك المدارس الرائدة والنموذجية ودورها الريادي والمثالي إلى إزكاء الوعي بالملكية الفكرية في المجتمع بأكمله، إذ ستزرع تلك المدارس تلميذاً ملماً بأهمية الملكية الفكرية في كل أسرة.

7. واستند اختيار المدارس النموذجية إلى عدة معايير منها ما يلي: أن تدعم الحكومات المحلية تدريس الملكية الفكرية في المدارس، وأن ينهض مديرو المدارس بالتعليم الابتكاري الذي يركز في محتواه على الملكية الفكرية، وأن يكون تدريب المدرسين على تدريس الملكية الفكرية إما في مرحلة التنفيذ أو التخطيط، وأن تنظّم وتُدعم أنشطة استباقية لاكتساب المعارف المتعلقة بالملكية الفكرية من خلال التعليم التجريبي والممارسة. وستحدّد مواصفات المدارس النموذجية استناداً إلى نتائج المدارس الرائدة. وستكون المدارس النموذجية نسخة مطورة من المدارس الرائدة.

8. وأدت عمليتا قبول الترشيحات والاختيار إلى انتقاء 30 مدرسة من 23 مقاطعة صينية (بما فيها المناطق الذاتية الحكم والبلديات المستقلة) بوصفها أول مجموعة من المدارس الرائدة الوطنية لتدريس الملكية الفكرية. ويُرْمَع انتقاء ما بين 30 و50 مدرسة رائدة وطنية لتدريس الملكية الفكرية كل سنة من 2015 إلى 2018 استناداً إلى عملية تقييم منظمة. وفي الفترة الممتدة من 2017 إلى 2020، ستختار 25 مدرسة نموذجية وطنية لتدريس الملكية الفكرية بعد تقييم المدارس التي شاركت في المرحلة الرائدة لمدة سنتين. وبحلول عام 2020، سيبلغ عدد المدارس النموذجية الوطنية لتدريس الملكية الفكرية 100 مدرسة، وينتظر منها أن تقدم نظاماً تعليمياً شاملاً في مجال الملكية الفكرية، وأن تنطلق إلى تدريس الملكية الفكرية بطريقة منظمة ومنهجية، وأن تحقق إنجازات مميزة في تدريس الملكية الفكرية. وستُدعم مقاطعات مختلفة من خلال توجيهها في إنشاء 1 000 مدرسة نموذجية إقليمية لتدريس الملكية الفكرية.

9. وتشمل تدابير الدعم ما يلي: أن يقدم المكتب الحكومي للملكية الفكرية تمويلاً ملائماً للنشاط التوعوي؛ وأن يقدم المكتب الحكومي للملكية الفكرية إلى المدارس الرائدة عدداً مناسباً من الكتب المدرسية المجانية لتدريس الملكية الفكرية؛ وأن يدرّب مدرسو الملكية الفكرية في المدارس الرائدة والنموذجية على المعارف المتعلقة بالملكية الفكرية؛ وأن تشجّع الحكومات المحلية على مكافأة طلاب المدارس الرائدة والنموذجية الذين يقدمون طلبات براءات بحسب الحالة؛ وأن ينص القانون على استحداث "قناة خضراء" لفحص طلبات البراءات التي يودعها الطلاب والمدرسون من المدارس الرائدة والنموذجية؛ والانتفاع الكامل بإمكانات وسائل الإعلام الإخبارية في نشر الممارسات الجيدة والتجارب الناجحة للمدارس الرائدة والنموذجية وترويج تلك الممارسات والتجارب على أوسع نطاق.

10. وصفة النموذجية لا تسقط عن المدارس مع الزمن. وإنما يقيم المكتب الحكومي للملكية الفكرية تلك المدارس كل سنتين. ويمنحها إحدى الدرجات التالية: غير مؤهلة، مؤهلة، جيدة، ممتازة. وتفقد المدارس التي تحصل على درجة "غير مؤهلة" صفة المدرسة النموذجية.

#### رابعاً. تدريس الملكية الفكرية للشباب في المقاطعات المختلفة

11. حرصت العديد من المقاطعات الصينية، ومنها غواندونغ وشنغهاي وفوجيان في الشرق وشنشي ويونان وشينجيانغ في الغرب، على أن تقوم مدراسها بتدريس الملكية الفكرية حتى قبل إطلاق البرنامج الرائد والنموذجي لتدريس الملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية الوطنية. وتتميز كل مقاطعة بخصائص محلية. فتوفر غواندونغ وشنشي، مثلاً، تدريس الملكية الفكرية في مدارسها الإقليمية والثانوية بهدف الحصول على صفة المدارس الرائدة والنموذجية؛ أما غواندونغ وبيجين وتيانجين، فقد وضعت كتباً مدرسية لتدريس الملكية الفكرية تُستخدم على نطاق واسع في المدارس الابتدائية والثانوية، سواء بوصفها مناهج متخصصة في الملكية الفكرية أو جزءاً من دروس الأخلاقيات أو العمل أو الدروس التقنية؛ وأما شنغهاي، فقد أنشأت صندوق تدريس الملكية الفكرية للشباب بهدف تمويل الأنشطة الرامية إلى تعليم المعارف المتعلقة بالملكية ونشرها والنهوض بها في صفوف الشباب.

#### خامساً. أنشطة التوعية والأنشطة التعليمية والتدريبية الأخرى التي أنجزها المكتب الحكومي للملكية الفكرية

12. أنجز المكتب الحكومي للملكية الفكرية عدداً من الأنشطة الأخرى يلي بيانها:

- إعداد كتب مدرسية ونشرها، مثل كتاب المقرر التمهيدي للملكية الفكرية في المدارس الابتدائية والثانوية، وكتاب أمجديات الملكية الفكرية، وكتاب ابتكار الاختراعات وحقوق الملكية الفكرية للتلاميذ والتي وزعها المكتب مجاناً في عدد من المقاطعات؛
- وتنظيم تظاهرات سنوية تحت شعار "الملكية الفكرية في حرم المدرسة"، بهدف نشر المعارف المتعلقة بالملكية الفكرية على الشباب من خلال محاضرات ومعارض وأنشطة أخرى؛
- وتنظيم أنشطة متنوعة أخرى موجهة للشباب، ومنها مسابقة تصميم ملصقات عن الملكية الفكرية، ومسابقة إعداد إعلانات عن المصلحة العامة، ومسابقة تأليف؛
- وتنظيم أنشطة طويلة الأمد ضمن تظاهرات الأيام المفتوحة. ويدعى الطلاب أثناء تلك الأيام إلى زيارة قاعة قبول البراءات، وأقسام فحص البراءات وقاعة عرض البراءات، بالإضافة إلى حضور محاضرات عامة؛
- ودعم المسابقات الوطنية مثل المسابقة الوطنية للابتكارات الشبابية العلمية والتكنولوجية والمسابقة الإلكترونية الوطنية للشباب بشأن المعارف الأساسية المتعلقة بالملكية الفكرية؛
- وتقديم خدمات الاستشارات والإرشاد في مجال الملكية الفكرية.

13. وقد بلغ عدد قواعد التدريب في مجال الملكية الفكرية التي اعتمدها المكتب الحكومي للملكية الفكرية وأسسها منذ عام 2009 بالتعاون مع بعض الجامعات ومعاهد البحوث 24 قاعدة موزعة على 19 مقاطعة (منها المناطق الذاتية الحكم والبلديات المستقلة)، ومنها ثلاثة قواعد موجهة للشركات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر. ونظمت قواعد التدريب الوطنية في مجال الملكية الفكرية 258 دورة تدريبية انتفع بها أكثر من 20 000 مشارك. وتوجّه المكاتب الإقليمية للملكية الفكرية من أجل إنشاء ما يقارب 50 قاعدة تدريب إقليمية. ونشأت بفضل ذلك منظومة قواعد تدريب ذات توزيع جغرافي ملائم وبعلامة مميزة وتأثير على الصعيد الوطني. وأنشأ المكتب الحكومي للملكية الفكرية أيضاً منصتين، هما المنصة الإلكترونية للمعلومات عن المواهب الوطنية في مجال الملكية الفكرية ومنصة التعلّم عن بعد عبر الإنترنت. وتضم المنصة الثانية مواقع إلكترونية فرعية موجهة للجامعات المحلية والشركات الصناعية والتجارية والجامعات. وتؤدي تلك المنصات والمواقع الإلكترونية الفرعية دوراً مهماً في احتضان مواهب الملكية الفكرية في الصين وفي نشر المعارف المتعلقة بالملكية الفكرية في المجتمع بأسره.

تعزيز الوعي بالملكية الفكرية من أجل تحسين الالتزام بقوانين الاستيراد والتصدير في الصين

مساهمة من إعداد السيد ليو يانغ، المدير المساعد لشعبة الشؤون القانونية في الإدارة الفرعية بغواندونغ، للإدارة العامة للجمارك في جمهورية الصين الشعبية

## الملخص

تقدم هذه الوثيقة المقاربات الرئيسية التي اعتمدها الإدارة العامة للجمارك في الصين (الجمارك الصينية) عند القيام بحملات التوعية بالملكية الفكرية قصد تحسين الالتزام بقوانين الاستيراد والتصدير.

والجمارك الصينية وكالة حكومية مكلفة بالإشراف على البضائع الواردة والمغادرة لمنطقة الجمارك في الجزء القاري من جمهورية الصين الشعبية، وتتكفل بموجب القانون بواجبات حماية حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير. وقد بذلت الجمارك الصينية جهوداً كبيرة خلال السنوات الأخيرة كي تشمل حملات التوعية التي تقوم بها كل الفئات المستهدفة، عبر قنوات ووسائل متنوعة. وأدت الحملات المذكورة إلى نتائج ملحوظة حسنت فعالية أنشطة إذكاء الوعي الجمهور بقضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير، وقلصت حالات التعديات والانتهاكات المتعلقة بالاستيراد والتصدير، وشجعت على إرساء المناخ المناسب لوضع حد للتعديات.

## أولاً. المقدمة

1. اكتسبت الإدارة العامة للجمارك في الصين (الجمارك الصينية) خبرة طويلة في إنفاذ الملكية الفكرية، مكنتها من إدراك أن حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير تمر بالضرورة عبر إذكاء الوعي الجمهور بقضايا الملكية الفكرية وتوجيهه إلى الالتزام الواعي بالقوانين. وقد اعتمدت الجمارك الصينية عدداً من المقاربات المحددة وهي كما يلي:

## ثانياً: الاستفادة من المناسبات الهامة للقيام بحملات توعية مكثفة

2. يصادف يوم 26 أبريل من كل سنة "اليوم العالمي للملكية الفكرية"، وتحتفل الصين بالأسبوع الممتد من 20 إلى 26 أبريل من كل سنة تحت عنوان "أسبوع الإشهار للملكية الفكرية في الصين". وتتركز الجمارك الصينية جهودها خلال تلك الفترة على القيام بحملات توعية على الصعيد الوطني، تهدف جميعاً، على اختلاف أشكالها، إلى نشر المعلومات المتعلقة بحماية الملكية الفكرية لدى الشركات والأشخاص العاملين في قطاع الاستيراد والتصدير، من أجل تعزيز التوعية بقضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير وتكوين كفاءات الشركات والأشخاص المذكورين للحيلولة دون التعدي على الملكية الفكرية. وتصدر الجمارك الصينية سنوياً "الوثيقة المرجعية للجمارك الصينية بشأن حماية الملكية الفكرية" عبر وسائل الإعلام المختلفة بهدف الإشهار لعملها في مجال حماية الملكية الفكرية خلال السنة المنقضية. وتُنشر الجمارك الصينية عدداً من تقارير عن أنشطتها المتعلقة بحماية الملكية الفكرية، من أجل تأكيد إصرارها على محاربة التعديات المتعلقة بالاستيراد والتصدير. وتستغل وكالات الجمارك المحلية أسبوع الإشهار لإصدار بعض الأخبار والمعلومات عبر وسائل الإعلام المتنوعة، وتوزيع بعض المنشورات على مستوى منافذ وصول ومغادرة البضائع والمسافرين، بهدف نشر المعلومات الوجيهة المتعلقة بقضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالجمارك، ومن أجل تعزيز فهمه لتلك المعلومات. وتقوم الجمارك الصينية خلال المناسبات الهامة الأخرى بحملات توعية بشأن قضايا الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير، ومن تلك المناسبات يوم 8 أغسطس (عيد الإشهار القانوني في الصين) و4 ديسمبر (عيد الدستور)، مما يضيف على جهود التوعية أثراً دائماً وطويلاً الأمد.

\* الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف، وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.



### ثالثا. استخدام وسائل الإعلام والتكنولوجيات الحديثة من أجل الزيادة الفعالية في قطاع الجمهور المستهدف

3. شهدت السنوات الأخيرة زيادة مطردة في الوسائل المتنوعة التي تتيح للجمهور النفاذ إلى قنوات المعلومات، واكتسبت وسائل الإعلام الحديثة قاعدة جمهور أوسع. وواصلت الجمارك الصينية الاستفادة من وسائل الإعلام التقليدية، من سبيل الإذاعة والتلفزيون والصحف من أجل القيام بأنشطة التوعية، بيد أنها أولت اهتماما كبيرا لتطور وسائل الإعلام الحديثة، وصارت تستخدم منصات وسائل الإعلام الحديثة دون قيود، واعتمدت على التكنولوجيات الحديثة لزيادة عدد المستخدمين من حملات التوعية ومن أجل زيادة أثر تلك الحملات. وكان برنامج WeChat أحد برامج التخاطب الفوري التي اكتسبت شعبية واسعة في الصين. وفاق عدد المستخدمين النشطين للبرنامج شهريا 500 مليون مستخدم، يتوزعون على 200 بلدا، باستخدام أكثر من 20 لغة. وأطلقت الجمارك الصينية الخط الساخن للجمارك رقم 12360، وأنشأت حسابا رسميا قصد إصدار المعلومات حول المواضيع المتنوعة، من سبيل قضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالجمارك. ويمكن لمستخدمي برنامج التخاطب الفوري تلقي المعلومات مجانا. ومن ناحية الأرقام راسلت الجمارك الصينية مستخدمي البرنامج بشأن أكثر من 500 خبر منشور. وأنتجت حلقات فيديو وكرتون قصد لفت انتباه الجمهور إلى قضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالجمارك. وتروي حلقات الفيديو والكرتون المذكورة قصصا قصيرة ورائجة وتقدم شخصيات كرتونية ظريفة، تستخدمها الجمارك الصينية من أجل تحويل المعلومات التعليمية المملة المتعلقة بحماية الملكية الفكرية إلى توجيهات مرحة تتسم بالحيوية. ولا يجد الجمهور صعوبة في تقبل تلك المحتويات، مما يعزز آثار حملة التوعية.

### رابعا. حملات التوعية الموجهة لشركات الاستيراد والتصدير والهادفة إلى إذكاء وعيها وتعزيز كفاءتها

4. إن الشركات العاملة في مجال الاستيراد والتصدير هي الفاعل الرئيسي في التجارة الخارجية في الصين، وبالتالي تعنى الجمارك الصينية بإذكاء الوعي لدى تلك الشركات بقضايا الملكية الفكرية وتكوين كفاءتها للحيلولة دون التعدي على الملكية الفكرية. وتقدم الجمارك الصينية لجميع وكالات الجمارك المحلية على اختلاف مستوياتها، توجيهات استباقية بخصوص أنشطة التوعية الموجهة لشركات الاستيراد والتصدير، وهي: المهات الحدودية الرامية إلى الإشهار للقوانين، والأيام المفتوحة للجمارك، والإشهار للقوانين المطبقة على الشركات المذكورة، وإنجاز أنشطة دعم هادفة، بالإضافة إلى الندوات الصحفية واللقاءات الصحفية على الإنترنت. وتنشط العديد من وكالات الجمارك على اختلاف مستوياتها في تنظيم الدورات التدريبية المتخصصة المعنية بقضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالجمارك، لفائدة الشركات المحلية العاملة في مجال الاستيراد والتصدير، بهدف نشر المعلومات المرتبطة بقضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير، والإجابة على أسئلة تلك الشركات. وتؤدي الجمارك الصينية دورا زياريا مراقبة لشركات الاستيراد والتصدير الرئيسية، بهدف الإحاطة بقضايا الملكية الفكرية والصعوبات العملية التي واجهتها تلك الشركات خلال عملية التخليص الجمركي، وتذكيرها بضرورة الانتباه إلى مخاطر التعدي على الملكية الفكرية، وتشجيعها على الابتكار.

5. والصين من أهم البلدان الناشطة في قطاع التحويل والتصنيع في العالم. وقد تتعدى الشركات الصينية دون قصد على الملكية الفكرية عند قبولها بعض طلبات التزويد من الخارج، نظرا لنقص المعلومات المتعلقة بوضع حقوق الملكية الفكرية المرتبطة بطلبات التزويد المذكورة. ولذا، تقدم الجمارك الصينية لتلك الشركات العاملة في التحويل والتصنيع خدمة البحث بهدف التوصل إلى وضع حقوق الملكية الفكرية المتعلقة بطلبات التزويد وتحصر على تذكير تلك الشركات باحتالات التعدي على حقوق الملكية الفكرية المسجلة لدى الجمارك الصينية. وتقوم الجمارك الصينية بشرح قواعد وتراتب حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير، وتوضيحها ونشرها لفائدة الشركات المذكورة. وترتبط جهود التوعية التي تبذلها الجمارك الصينية ارتباطا وثيقا بالأنشطة المتعلقة بالاستيراد والتصدير التي تقوم بها الشركات، وتحويل بشكل فعال دون التعدي على الملكية الفكرية في مجال التحويل والتصنيع المتعلق بالتصدير.

## خامسا. إنجاز أنشطة التوعية الشاملة من أجل تسهيل التواصل وتعزيز العلاقات الطيبة

6. لم يحل حجم الموارد التي خصصتها الجمارك الصينية لأنشطة التوعية دون مشاركتها بفعالية في حملات التواصل في منطقة آسيا والمحيط الهادئ، وفي تنظيم بعض الأنشطة الوجيهة مع العديد من هيئات إدارة الملكية الفكرية، على اختلاف مستوياتها، بشكل يمزج تلك الجهود ويخلق مناخا ملائما للالتزام والابتكار. وتولي الجمارك الصينية أيضا أهمية كبرى لأوجه التبادل والتعاون على الصعيد الدولي مع سلطات الجمارك في البلدان والمناطق الأخرى. وتحت عمليات التعلم المتبادل وأوجه التبادل على تعزيز الفهم المشترك وتحسين الكفاءات. وقد نظمت الإدارة العامة للجمارك الصينية في 25 أبريل 2016 ببيجين "الدورة التدريبية بشأن قضايا حماية الملكية الفكرية المتعلقة بالجمارك" لفائدة موظفي الجمارك من ستة بلدان أفريقية، ومنها غانا ومصر وأثيوبيا. وهدفت الدورة إلى عرض التجارب التي اكتسبتها الجمارك الصينية والمقاربات الرئيسية التي اعتمدها في مجال حماية الملكية الفكرية. ودعي عدد من أصحاب العلامات التجارية للتفاعل مع موظفي الجمارك من البلدان الستة المذكورة لتبادل وجهات النظر بشأن الطرق الكفيلة بحماية حقوق الملكية الفكرية. وقد نالت الدورة التدريبية إعجاب المشاركين، بفضل النتائج الممتازة التي حققتها في مجالي التوعية والتدريب.

7. وقد ساهمت سلسلة حملات التوعية في إدكاء الوعي بقضايا الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير وفي الحد من التعديات على الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير. وتدرك الجمارك الصينية رغم كل شيء أن إدكاء الوعي بقضايا الملكية الفكرية سيحتاج لفترة طويلة وسيطلب جهودا متواصلة. وتعترم الجمارك الصينية خلال المرحلة القادمة استعراض التجارب السابقة، والتعلم من الممارسات الناجحة لسلطات الجمارك الأخرى حول العالم، والتكيف بشكل نشط مع النزعات الاجتماعية والاقتصادية في الصين، بالإضافة إلى مواصلة الابتكار في الطرق والمقاربات التي تعتمدها الجمارك الصينية خلال حملات التوعية، بهدف إدكاء وعي الجمهور بقضايا الملكية الفكرية المتعلقة بالاستيراد والتصدير، والمساهمة بنحو أكبر في استراتيجية التنمية القائمة على الابتكار، في الصين.

## مدرسة حق المؤلف اليونانية - رفع مستوى الوعي بحماية حق المؤلف في مرحلتي التعليم الابتدائي والثانوي

مساهمة من إعداد منظمة حق المؤلف اليونانية، ووزارة الثقافة والرياضة اليونانية\*

### ملخص

منظمة حق المؤلف اليونانية (HCO) هي السلطة المختصة بالأمر المتعلقة بحق المؤلف والحقوق المجاورة في اليونان. وفي 2014، قامت المنظمة بالتعاون مع فريق من المعلمين، بوضع برنامج تعليمي بشأن حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة بعنوان "حق المؤلف". ويهدف البرنامج إلى رفع مستوى الوعي بين التلاميذ بأهمية حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع اليوم، وبمغزاها بوصفها عنصراً أساسياً في تشجيع الإبداع والثقافة. وفي العام الدراسي 2015-2016، قررت المنظمة توسيع نطاق البرنامج وإثراء أعماله. وفي هذا السياق، أعدت المنظمة مشروعاً أطلق عليه: "مدرسة حق المؤلف اليونانية". وحصل هذا المشروع على منحة من مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية (EUIPO)، مما أتاح للمنظمة فرصة مواصلة تعزيز البرنامج التعليمي، وإطلاع المعلمين في جميع أنحاء اليونان على المسائل المتعلقة بحق المؤلف. وهذه هي المرة الأولى التي يُنفذ فيها برنامج تعليمي من هذا النوع في اليونان بدعم من وزارة التعليم والاتحاد الأوروبي.

### أولاً. منظمة حق المؤلف اليونانية

1. منظمة حق المؤلف اليونانية هي كيان قانوني أنشئ بموجب القانون الخاص، يخضع لإشراف وزارة الثقافة والرياضة. وهي السلطة المختصة في اليونان بالمسائل ذات الصلة بحق المؤلف والحقوق المجاورة. وتقوم المنظمة بعدة أنشطة من بينها:

- الإشراف على جمعيات الإدارة الجماعية وجمعيات حماية الحقوق الجماعية، وعلى مشاريع القوانين المتعلقة بقضايا حق المؤلف والحقوق المجاورة.
- تمثيل اليونان في الاتحاد الأوروبي وفي المحافل الدولية (مثل: المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو)، ومنظمة التجارة العالمية، ومنظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة (اليونسكو))؛
- تنظيم ندوات وفعاليات ومؤتمرات لتدريب القضاة والمحامين وأصحاب الحقوق، وغيرهم؛
- توفير معلومات عامة للجمهور.

### ثانياً. معلومات أساسية: البرنامج التثقيفي خلال العام الدراسي 2014-2015

2. في عام 2014، قامت المنظمة، بالتعاون مع فريق من المدرسين والخبراء في مجال التعليم، بإعداد برنامج تعليمي رائد بشأن حماية حق المؤلف والحقوق المجاورة بعنوان "حق المؤلف والحقوق المجاورة". ويستهدف البرنامج تلاميذ الصفين الخامس والسادس في المدارس الابتدائية (هما الصفان الأخيران في المرحلة الابتدائية).

3. ويهدف البرنامج إلى رفع مستوى الوعي بين التلاميذ بأهمية حق المؤلف والحقوق المجاورة في مجتمع اليوم، وأهميتها بوصفها عاملاً أساسياً في تشجيع الإبداع والثقافة. وتضم المجموعة المستهدفة المعلمين، الذين تُنشر الرسالة من خلالها بين التلاميذ. وقد سُرع في تطبيق البرنامج التعليمي بموافقة من وزارة التعليم في العام الدراسي 2014-2015، في العديد من المدارس في جميع أنحاء البلاد. ونظمت المنظمة سلسلة من الحلقات الدراسية في جميع أنحاء اليونان من أجل الترويج له. وشارك العديد من الكتاب والفنانين في الفعاليات، وأسهموا بتجارهم الشخصية عن أثر حق المؤلف في حياتهم وقدرتهم على

\* الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف، وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

كسب العيش ومواصلة الإبداع والأداء بفضل الحماية التي يكفلها هذا الحق. ويتمثل هدف البرنامج في فتح قناة اتصال بين المنظمة والمعلمين وتوعيتهم بأهمية حق المؤلف. لذلك، تم التركيز على الاتصالات الشخصية وإقامة علاقات قائمة على الثقة. ويتم تشجيع المعلمين على استخدام هذه المعلومات الجديدة، ليس لتدريس برنامج "حق المؤلف والحقوق المجاورة" فقط وإنما لإدراج مبادئ حماية حق المؤلف ضمن مجموعة متنوعة من المواضيع التعليمية أيضا. علاوة على ذلك، صممت المنظمة علامة تجارية للشعار المصاحب للبرنامج التعليمي (أورفيوس أوكتوبوس بولي تالينيسس "الأخطبوط المتعدد المواهب").



### ثالثا. مدرسة حق المؤلف اليونانية في العام الدراسي 2015-2016

4. في العام الدراسي 2015-2016، جددت وزارة التعليم موافقتها على البرنامج التعليمي "حق المؤلف". ومع ذلك، قررت المنظمة هذا العام، آخذة في الاعتبار نجاح الحلقات الدراسية للعام الدراسي السابق، التوسع في نشر البرنامج وإثراء أعماله.

5. وحصل المشروع على منحة من (مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية)، مما أتاح للمنظمة فرصة مواصلة تعزيز البرنامج التعليمي، وإطلاع المعلمين في جميع أنحاء اليونان على قضايا حق المؤلف. وتصف الفقرات التالية المجالات الرئيسية لأنشطة لمشروع "مدرسة حق المؤلف اليونانية".

#### ألف. الندوات

6. تم هذا العام تنظيم 10 حلقات دراسية في 10 مدن مختلفة للترويج للبرنامج. وحضر الحلقات ما يزيد على 400 معلم. واستهدفت الحلقات دراسية معلمي المدارس الابتدائية والثانوية. وفي معرض الاستفادة من خبرة العام السابق، تم إدخال تعديل على الحلقات لكي تستوعب احتياجات المعلمين بصورة أفضل، وتتناول موضوعات وثيقة الصلة بعملهم في الصف. وإضافة إلى ذلك، أدى تنوع الكتاب والفنانين الذين شاركوا في الأحداث والتجارب الشخصية التي تقاسموها إلى إجراء مناقشات حية ومثمرة. ولا يقتصر النهج العام على تشجيع المعلمين على تنفيذ البرنامج التعليمي فحسب، وإنما جعلهم أيضا على



دراية بأهمية الحماية التي يكفلها حق المؤلف، من خلال تسليط الضوء على مدى تغلغل حق المؤلف في عدد من أنشطة حياتنا اليومية، وكيفية الاستفادة من جوانب المرونة التي يتيحها (مثل الاستثناءات والتقييدات). ويُذكر في هذا السياق أن الأطفال بحاجة إلى إدراك أن هناك سلسلة إبداعية كاملة وراء الأفلام والموسيقى وألعاب الفيديو والصور والكتب المفضلة لديهم، وغيرها، وعليهم احترام هذا كله إذا كانوا يريدون الحفاظ عليه.

باء. مواد تثقيفية

7. تم توزيع مجلد يتضمن مواد تثقيفية على الذين حضروا الفعاليات، وعلى المدارس في جميع أنحاء البلاد. وتم هذا العام تحديث المواد الموزعة وإثرائها.

جيم. الموقع الإلكتروني/copyrightschool.gr

8. تم إطلاق موقع إلكتروني copyrightschool.gr لدعم مشروع "مدرسة حق المؤلف اليونانية" مع محتوى إلكتروني يخاطب جميع أصحاب المصلحة. ويتضمن الموقع محتوى حول حق المؤلف والتعليم موجه إلى طلاب المرحلتين الابتدائية والثانوية (أسئلة متكررة، ألعاب إلكترونية، أشرطة فيديو، كتيبات، كتاب للرسوم الهزلية، ملصقات، الخ)، وإلى المعلمين (برنامج تعليمي مع تعليمات، أسئلة متكررة، كتيبات، عروض باور بوينت، ملصقات، ألغاز، اختبارات، وغير ذلك)، إلى الآباء والأمهات (أسئلة متكررة). ويتسم الموقع بالديناميكية، ويجرى تحديث محتواه باستمرار.

دال. ألعاب إلكترونية

9. نُظمت ثلاث مباريات إلكترونية عن حق المؤلف، وهي متاحة على الموقع الإلكتروني للمشروع. والغرض منها هو مساعدة التلاميذ على معرفة حق المؤلف بينما يقضون أوقاتا مريحة ويتمتعون بالألعاب. ويجدر بالذكر أن الشخصية الرئيسية في كل من الموقع والألعاب الإلكترونية هو أورفيوس الأخطبوط الذي يُستخدم أيضا كشعار للمشروع.

هاء. فيديو رسوم المتحركة قصير عن حق المؤلف

10. أخيرا وليس آخرا، تم عمل فيلم رسوم متحركة قصير حول حماية حق المؤلف في إطار مشروع "مدرسة حق المؤلف اليونانية". وصانع الفيديو هو فنان عالمي حصد العديد من الجوائز ولديه ملف تعريف مؤثر في مجال الدعاية والإعلان. السيد باناجيوتيس راباس هو من أبدع أورفيوس الأخطبوط المتعدد المواهب، الذي يمنح فنه لجميع المخلوقات في البحر. ومع ذلك، عندما اعتُبر عمل الأخطبوط الفنان أمرا مسلما به دون أن يكلف أحد نفسه عناء مكافأته، اضطر الأخطبوط إلى البحث عن وسائل بديلة لكسب عيشه، وترك المحيط دون فنون. وهكذا، تحول المحيط إلى مكان رمادي، عندئذ أدركت جميع المخلوقات مدى أهمية أن يتمكن أورفيوس من كسب عيشه من فنه.

11. ومن الجدير بالذكر أن هذه هي المرة الأولى التي يتم فيها تشغيل برنامج تعليمي من هذا النوع في اليونان، بدعم من وزارة التعليم. وقد قوبل البرنامج حتى الآن بحماس ودعم من جميع الأطراف المعنية، وساعد على تطوير علاقات وإقامة تعاون أوثق بين حق المؤلف والتعليم.

## تجربة هنغاريا في توعية عامة الجمهور

مساهمة من إعداد السيدة روبرتا بال، نائبة أمينة المجلس الوطني لمكافحة التقليد، هنغاريا

### الملخص

إن المجلس الوطني لمكافحة التقليد (NBAC) مجلس تشاوري واستشاري إفتائي. وأنشأت حكومة هنغاريا هذا المجلس عام 2008 بناء على مبادرة من المكتب الهنغاري للملكية الفكرية. وتركز خطة عمل المجلس على إذكاء الوعي بين الشباب ورواد الأعمال (ولا سيما الشركات الصغيرة والمتوسطة). واشتملت أنشطة إذكاء الوعي التي اضطلع بها المجلس لفائدة الشركات الصغيرة والمتوسطة على توفير المعلومات وإسداء المشورة لأعضاء رابطة شباب رواد الأعمال في هنغاريا (FIVOSZ) وتنظيم الندوات بالتعاون مع غرف التجارة الإقليمية. وتضمن العمل مع الشباب إقامة خيام إعلامية في مهرجانات الموسيقى، وتنظيم حملات مخاطبة جمهور الأطفال من خلال إقامة معرض تفاعلي وزيارات للمدارس، وإجراء مسابقة خاصة بالأدوية المغشوشة. واشتملت حملات مخاطبة الجمهور الموجهة إلى عامة الجمهور على عقد ندوات أثناء المعرض الدولي للفن في بودابست وإجراء مسابقة خاصة بالمعلمين لإعداد مواد تعليمية متعلقة بالملكية الفكرية. وللمجلس موقعان على الإنترنت: (<http://www.hamisitasellen.hu> و <http://www.hamisitasellen.hu>)، وللمجلس كذلك صفحة على الفيسبوك ومدونة عن الملكية الفكرية والتقليد، وهو يتميز بحضور نشط في وسائل الإعلام.

### أولا. مقدمة عن المجلس الوطني لمكافحة التقليد

1. المجلس الوطني لمكافحة التقليد NBAC مجلس تشاوري واستشاري إفتائي قائم على شراكة بين القطاعين العام والخاص. وأنشئ المجلس عام 2008 بموجب قرار حكومي ويعمل في الوقت الحاضر بموجب المرسوم الحكومي رقم 2010/287 (XII.16) بشأن المجلس الوطني لمكافحة التقليد (المرسوم الحكومي). ويرأس المجلس وزير العدل، أما نائب الرئيس فهو رئيس مكتب الملكية الفكرية الهنغاري. ويتكفل ميزانيته مكتب الملكية الفكرية وتعمل أمانته داخل المكتب. وللمجلس 21 عضوا من الوزارات والهيئات العامة فضلا عن الجمعيات المهنية والجماعات ذات المصالح الخاصة من القطاع الخاص.

2. ومن مهام المجلس المحددة في المرسوم الحكومي صياغة استراتيجية وطنية وخطط عمل لمكافحة التقليد وإنفاذها ودعم الأنشطة الحكومية المتعلقة بالمبادرات والبرامج الدولية والأوروبية لمكافحة التقليد؛ وتحليل البيانات الإحصائية الخاصة بالتقليد وترتيبها ترتيبا منهجيا؛ وتنظيم حملات توعية ونشر معلومات وتنسيقها، ومتابعة تنفيذ هذه الحملات؛ وتدريب المسؤولين في هيئات إنفاذ القانون؛ والمشاركة في صياغة التعديلات التشريعية المتعلقة بالإنفاذ في مجال الملكية الفكرية.

3. ووضع المجلس خطة عمل لمكافحة التقليد للفترة 2011-2015، وقد أصبحت جزءاً من خطة "يدليك" المعنية بالاستراتيجية الوطنية لحماية الملكية الفكرية 2013-2016.

4. وتدمج خطة العمل مهام المجلس المحددة في المرسوم الحكومي وتُعرف ثلاثة أهداف رئيسية، مرتبة وفقاً لثلاثة أركان: الركن الأول معني بإنفاذ فعال؛ والركن الثاني معني بمستهلك ومستخدم للإنترنت مستنير؛ أما الركن الثالث فيهدف إلى إثبات الأهمية الاقتصادية لمكافحة التقليد ومساعدة الشركات في أنشطتها الخاصة بالإنفاذ. وللحد من العرض والطلب على المنتجات المقلدة من الضروري تحقيق إنفاذ أكثر كفاءة وأن يكون المستهلك ومستخدم الإنترنت مستنيرا.

\* الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء مؤلفتها وليست بالضرورة عن آراء أمانة الويبو أو الدول الأعضاء فيها.

5. وتقسم خطة العمل الركن الثاني (مستهلك ومستخدم للإنترنت مستنير) إلى مجالين استراتيجيين وهما: إدكاء وعي الجمهور عامة وإدكاء وعي الشباب. أما الركن الثالث من خطة العمل المرتبط بالجوانب الاقتصادية فيشتمل كذلك على إدكاء الوعي بين رواد الأعمال (مع التركيز على الشركات الصغيرة والمتوسطة).

6. ويشرف المجلس الوطني على أنشطة إدكاء الوعي وفقا للمرسوم الحكومي وخطة العمل. وبناء على هذين الصكين يعتمد المجلس أيضا خطة عمل خاصة به لكل سنة. ووقع الاختيار للسنتين 2015 و2016 على الشباب والشركات الصغيرة والمتوسطة بوصفها فئتين مستهدفتين لها الأولوية.

## ثانيا. أنشطة إدكاء الوعي الخاصة بالمجلس

ألف. رواد الأعمال

7. دعا المجلس في عام 2015 رابطة شباب رواد الأعمال في هنغاريا إلى المشاركة النشطة في الفريق العامل المعني بالمعلومات والاتصالات المنشأ حديثا بغرض كفالة حماية أفضل للمستهلكين ولكي يكون المستهلك مستنيرا بغية الحد من الانتهاكات الإلكترونية. وعُقدت حلقتنا عمل لأعضاء الرابطة بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية والإنفاذ والتوسيم.

8. وزار المجلس على مدار الأشهر الستة الماضية غرفتين من غرف التجارة والصناعة، حيث استمعت الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى عروض عن المبادئ الأساسية للملكية الفكرية والتوسيم والإنفاذ والتقليد بشكل عام، وأتيحت لها الفرصة لتوجيه أسئلة إلى خبراء المجلس وطلب المشورة منهم.

9. وتعاونت جمعية شركات برامج الحاسوب (BSA) والمجلس لسنوات عديدة على إرسال رسائل إعلامية نصف سنوية إلى الشركات الصغيرة والمتوسطة بغية لفت أنظارها إلى أخطار استخدام برمجيات تجارية مخالفة للقانون والترويج لمزايا استخدام البرمجيات القانونية.

باء. الشباب

أ) المهرجانات الصيفية

10. لا غنى عن إدكاء وعي الشباب لتغيير المواقف تجاه حماية الملكية الفكرية، وكلما بدأ التثقيف مبكراً زادت فعاليته. فالشباب مبدع وفضول ومنفتح وهو معتاد على الآنية التي تفرضها التكنولوجيا الرقمية، والشباب هم المستهلكون أيضا.

11. وقد شارك المجلس في بعض أكبر المهرجانات الصيفية في هنغاريا (مثل مهرجان زاينيت Sziget ومهرجان فولت VOLT ووادي الفنون Valley of Arts)، ووفرت هذه المشاركة البيئة المواتية للتواصل مع الجمهور المستهدف. وتمكن المجلس من المشاركة بإقامة خيمة بالمهرجانات يرى زائروها المنتجات المقلدة ويلمسونها ويشاهدونها ويحصلون من العاملين بالمجلس على معلومات بشأن كيفية تمييز هذه المنتجات عن المنتجات الأصلية في حياتهم اليومية. ويحضر الكثيرون هذه المهرجانات لفترة وجيزة. ويتحلى الزائرون بقدر أكبر من الانفتاح والتفاعل مع الرسائل التي يوجهها المجلس في إطار المهرجان مقارنة بالسياقات الأخرى.

12. والرسالة الأساسية التي يرغب المجلس في تقديمها إلى زوار المهرجان هي أهمية الوعي بأن قرارات المستهلك ترتب عليها آثار اقتصادية، وأنهم إن اشتروا منتجات مقلدة فإنهم لا يغشون أنفسهم فقط ولكنهم يخاطرون بصحتهم وسلامتهم الشخصية أيضا، إذ تتسم معظم المنتجات المقلدة بقلة الجودة وقصر العمر ولا تضمن للمستهلك شيئا، وهم بشرء هذه

المنتجات يدعمون السوق السوداء والجريمة المنظمة. ومن الضروري أن يكون المستهلك على وعي بأنه عندما يشتري ولو منتجاً مقلداً واحداً فإنه بذلك قد يبدأ سلسلة من الآثار السلبية التي لا تقتصر على حياته فقط بل تطال حياة آخرين أيضاً.

13. وحصل المجلس على الكثير من التعقيبات من زوار المهرجان وكلها تشير إلى إعجابهم الشديد برسالة المجلس. بل كانت خيمة المجلس هي الخيمة الأكثر شعبية في قسم Civil Sziget أي القسم المخصص للسلطات والجمعيات والمؤسسات الأخرى في المهرجان التي لا تعمل أساساً في مجال الخدمات الثقافية. وكتب العديد من الزوار رسائل في دفتر الزوار. وتبرهن هذه الرسائل على أن المعارض مفيدة وأن العديد من الناس يعتبرون المعركة لمواجهة التقليد شأن خاص.

14. ومن التحديات المستمرة التي تواجه فريق عمل المجلس تجديد المعارض وعرض الجديد من الألعاب التفاعلية والبرامج المسلية كل سنة.

#### (ب) المعرض والفصل الدراسي المتنقل

15. بدأت مبادرة المعرض والفصل الدراسي المتنقل بعد أن أتيحت لأحد مدرسي المرحلة الثانوية فرصة الاطلاع المتعمق على عمل المجلس في الخيمة التي أقامها في مهرجان وادي الفنون، وخرج المعلم بفكرة لدرس تفاعلي من شأنه أن يثير اهتمام الطلاب.

16. إذ يهتم طلاب المدارس الثانوية بالملابس وصيحات الأزياء ولكنهم ليسوا بالضرورة على دراية بمخاطر شراء المنتجات المقلدة بما في ذلك المخاطر المحتملة التي تهدد صحتهم. وركز المجلس على هذه الفئة العمرية المحددة في عام 2015، حيث أقام معرضاً مدته شهرين في مقر مكتب الملكية الفكرية ونظّم عدداً من الحصص الخاصة في المدارس باستخدام فصل دراسي متنقل يشتمل على عناصر من المعرض. وأتاح المعرض والفصل الدراسي المتنقل للطلاب فرصة فحص السلع المقلدة وزود الطلاب أيضاً بمعلومات مفصلة تحيي ضمير المستهلك فيهم وتنبههم إلى أخطار المنتجات المقلدة وتعلمهم كيف يقولون "لا" للمنتجات المقلدة.

17. واستضاف مكتب الملكية الفكرية بمساعدة الوكالة الهنغارية للملكية الفكرية HIPAvilon 900 طالب من ثماني مدارس على مدار المشروع. وتضمنت كل واحدة من الفعاليات المنعقدة لساعتين عروضاً من خبراء في مجال الملكية الصناعية وحق المؤلف، فضلاً عن العروض المقدمة من موظفي المصلحة الوطنية للضرائب والجمارك (NTCA). وصيغت العروض بما يتوافق مع اهتمامات الطلاب وجاءت مدعومة بتمارين تفاعلية مقسمة على خمس محطات، بما في ذلك مكتب "التنقيب" حيث تمكن الطلاب من أن يجربوا بأنفسهم كيف يقوم موظفو الضرائب والجمارك بتفتيش الشاحنات التي تصل هنغارياً باستخدام مسابر التفتيش، وطاولة "اللمس" حيث تسنى للطلاب تعلم كيفية التعرف على المنتجات المقلدة. وُضد الطلاب عندما عرفوا أن هواتفهم النقالة تحمل العديد من البراءات والعلامات التجارية والتصاميم ناهيك عن البرمجيات. ونالت خيمة "مكعب روبيك" شعبية فوق العادة حتى عند أكثر الطلاب نخلاً، حيث تمكن الطلاب المهتمون بمعرفة مدى ما تعلموه بشأن الملكية الفكرية من اختبار معارفهم عند محطة الاختبار التفاعلي.

18. ولاقى المشروع نجاحاً بين الطلاب الذين سعدوا بالمشاركة في الألعاب التفاعلية وبالاستماع إلى العروض. وقرر المجلس مواصلة المحاضرات التفاعلية عن الملكية الفكرية في عام 2016 بناءً على نجاح هذا المشروع الذي امتد لشهرين وعلى الاهتمام الذي أبدته المدارس. وحتى نهاية شهر مايو 2016 أقيمت زيارة في ثماني مدارس سبع منها تقع خارج العاصمة بودابست.

#### (ج) المسابقة الخاصة بالأدوية المغشوشة

19. أعلن المجلس الوطني لمكافحة التقليد في عام 2015 عن مسابقة خاصة بالأدوية المغشوشة لطلاب المرحلة الثانوية. وحصل المجلس على عدد من المساهمات من الأطفال منها رسوم هزلية وعروض وحملات باستخدام الفيديو وملصقات الخ.

وسلمت الأمانة وقادة الفريق العامل التابع للمجلس الجوائز للفائزين. وسوف يسعى المجلس إلى استخدام المصنفات المقدمة كجزء من حملاته المقبلة لإذكاء الوعي.

20. وفي عام 2016 سيرسل المجلس ملصقات إلى الصيدليات لتكون وسيلة للفت انتباه المستهلكين إلى مخاطر شراء الأدوية والمكملات الغذائية من مصادر غير معلومة.

جيم. إذكاء وعي الجمهور

21. شارك المجلس الوطني لمكافحة التقليد في عامي 2013 و 2015 في نقاش مائدة مستديرة في المعرض الدولي للفن في بودابست. ونظم رئيس الفريق العامل المعني بمكافحة تقليد المصنفات الفنية وبعض أعضاء الفريق في حدث دام نصف يوم واشتمل على عروض قدمها هنغاريون وشخصيات دولية أخرى، بالإضافة إلى نقاش مائدة مستديرة بخصوص موضوع التقليد. وفي عام 2015 انصب التركيز على قضية بيلتراتشي (Beltracchi) لتزوير اللوحات الفنية في ألمانيا التي كانت محط اهتمام العديد من الزوار.

22. وفي عام 2013 أجرى المجلس مسابقة للمعلمين لإعداد مواد تدريسية عن الملكية الفكرية. وأتيحت جميع المواد التعليمية التي تم تلقيها أثناء المسابقة بالجمان على موقع مكتب الملكية الفكرية الهنغاري. ولاقت المسابقة نجاحاً كبيراً، حيث تم تقديم العديد من المشروعات عالية الجودة والمهمة عن موضوع الملكية الفكرية وعلاقتها بالأدب وتكنولوجيا المعلومات وموضوعات أخرى مثل التاريخ.

23. وأقام المجلس علاقات عمل قوية مع وكالة إعلامية مسؤولة عن صياغة البلاغات الصحفية والمقابلات الصحفية وإدارتها. من بين جملة أمور. ويترجم المجلس وينشر البلاغات الصحفية الصادرة عن مرصد الأوربي للتعديات على حقوق الملكية الفكرية في العديد من المجالات والتي تشمل العديد من القطاعات. ويولي إصدار البلاغات الصحفية مقابلات إذاعية أو تلفزيونية كما يترتب عليها العديد من التقارير الإخبارية الإلكترونية وفي الصحافة المطبوعة. ويهدف هذا المشروع إلى استهداف الصحافة الاقتصادية والتنوعية حسب نوع الرسالة الموجهة.

24. ويوفر موقع المجلس الرئيسي على الإنترنت (<http://www.hamisitasellen.hu>) أخبار محلية وأوروبية ودولية عن أشكال التزييف والقرصنة والملكية الفكرية وينشر تقارير واستقصاءات تتعلق بهذا المجال ويُطلع الجمهور على مبادرات الإنفاذ. ويكرس أهمية خاصة لاستهداف فئات بعينها مثل رواد الأعمال والمستهلكين والطلاب والمعلمين والقائمين على إنفاذ القانون بغية تعريفهم بأخر الأخبار عن أنشطة المجلس وأخبار عن موضوعات تتصل بالتعدي على الملكية الفكرية. ويوفر موقع آخر للمجلس مكرس لغش المنتجات الدوائية (<http://www.hamisitasellen.hu/hamisgyogyszer>) معلومات وتسجيلات فيديو قصيرة ومبادئ توجيهية موجهة إلى المستهلك العادي لمساعدته على تجنب المنتجات المزيفة أو الإبلاغ عنها. وللمجلس أيضا صفحة على الفيسبوك (لها حاليا 3794 متابع) وله مدونة عن الملكية الفكرية والتقليد مصممة لمخاطبة الشباب.

25. وفي سياق أسبوع بودابست للتصميم وبشارك المجلس الوكالة الهنغارية للملكية الفكرية كل سنة بتخصيص يوم لتقديم المشورة المجانية بخصوص حقوق الملكية الفكرية. وتنعقد الفعاليات في مقهى يتسنى للجميع دخوله وطرح سؤال على أحد خبراء المجلس بشأن المسائل ذات صلة بالملكية الفكرية مع الاستمتاع باحتساء القهوة وتناول الكعك. ويختتم اليوم بمناسبة ثقافية (مثل إقامة حفل موسيقي حي).

26. وعقد المجلس الوطني لمكافحة التقليد عدة اتفاقات تعاون في عام 2015 والنصف الأول من عام 2016، بغية توحيد الجهود في مجالات الاتصال وتنظيم المناسبات والمؤتمرات والحملات. وأبر المجلس مؤخرا اتفاقات مع المكتب الوطني لسلامة سلسلة الغذاء والرابطة المهنية لصناعة السيارات في هنغاريا وصندوق دعم الخدمات الإعلامية ورابطة العلامات الهنغارية ودائرة الخدمات الإعلامية العامة (MTVA).

إذكاء الاحترام للملكية الفكرية وزيادة الوعي بها: تجربة مكتب براءات جمهورية لاتفيا

من إعداد السيد أرفيس غرينبيرغس، مدير مشروعات، مكتب براءات جمهورية لاتفيا

## ملخص

يقدم مكتب براءات جمهورية لاتفيا (الذي يُشار إليه فيما يلي باسم "مكتب البراءات") خدمات تسجيل حقوق الملكية الصناعية، وهو مسؤول عن زيادة الوعي بشأن الملكية الصناعية في جمهورية لاتفيا. وتصف هذه الوثيقة أحدث أنشطة مكتب البراءات وشتى مبادراته التي تهدف إلى إذكاء الاحترام للملكية الفكرية وإلى تعريف المجتمع في لاتفيا بمزايا استخدام نظام الملكية الفكرية.

## أولاً. مقدمة

1. إن تطوير نظام متوازن وفعال للملكية الفكرية يطرح تحديات كبيرة لكثير من البلدان. فلا بد أن يكون نظام الملكية الفكرية حديثاً، ليتناسب مع احتياجات المستخدمين، وليكفل حدوث تعاون فعال بين الجهات الحكومية المختصة. وتصف هذه الوثيقة مبادرات مكتب براءات جمهورية لاتفيا (مكتب البراءات) وأنشطته في مجال إذكاء الاحترام للملكية الفكرية.

## ثانياً. نبذة عن مكتب براءات جمهورية لاتفيا

2. مكتب البراءات هو مؤسسة حكومية مسؤولة عن منح حقوق الملكية الصناعية – بما في ذلك البراءات والعلامات التجارية والتصاميم الصناعية والتصاميم الطبوغرافية لمنتجات أشباه الموصلات – ونشر معلومات عن الملكية الفكرية، وزيادة الوعي بحقوق الملكية الفكرية فيما بين المستخدمين، بما في ذلك الشركات الصغيرة والمتوسطة الحجم، وأصحاب الأعمال الحرة، والطلاب والشباب، والأوساط الأكاديمية، ومحامو البراءات، والقضاة. ويؤدي مكتب البراءات المهام الآتية، وفقاً للوائح:

- تسجيل مواد الملكية الصناعية،
- زيادة الوعي بحماية الملكية الصناعية وقيمتها،
- الوفاء بالتزامات الاتفاقات الدولية الملزمة لجمهورية لاتفيا،
- تقديم الخدمات الإعلامية والاحتفاظ بمخزون من المعلومات المتخصصة في مجال حماية حقوق الملكية الصناعية.

3. وقد قام مكتب البراءات منذ إنشائه بأنشطة وبرامج متنوعة تهدف إلى نشر معلومات عن الملكية الفكرية وزيادة الوعي بين شتى فئات الجمهور المُستهدف. وقد نُفذ العديد من هذه الأنشطة بالتعاون مع، أو بدعم من، المكتب الأوروبي للبراءات (EPO)، ومكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية (EUIPO)، ومنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو). وتنفذ جميع هذه الأنشطة بما يتماشى مع خطة العمل، التي يجري إعدادها سنوياً ويصدق عليها مدير مكتب البراءات. وتسرد خطة العمل الفعاليات التي سوف ينظمها مكتب البراءات أو يشارك في تنظيمها خلال العام.

\* الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.



4. وبالإضافة إلى الشركاء الدوليين، يتعاون مكتب البراءات بنشاط مع العديد من الشركاء الوطنيين، منهم الغرفة اللاتفية للتجارة والصناعة، والوكالة اللاتفية للاستثمار والتنمية، ووزارة العدل، ووزارة الثقافة، ومنظمة إنجازات الشباب، والجامعات في جميع أنحاء لاتفيا، وغيرها.

5. وفيما يتعلق بالأنشطة المرتبطة ارتباطاً مباشراً بأمور الإنفاذ، من الضروري أن نذكر أن مكتب البراءات، بوصفه سلطة تمنح الملكية الفكرية، لا يشارك مباشرة في إجراءات الإنفاذ. بيد أنه، في السنوات القليلة الماضية، سهّل وساعد على تنظيم العديد من الأنشطة التدريبية لصالح الهيئات الحكومية المسؤولة عن أمور الإنفاذ، مثل الشرطة والجمارك والمحاكم، وبالتعاون مع هذه الهيئات.

### ثالثاً. زيادة الوعي: أبرز الأنشطة والتجارب السابقة

6. من أجل التشديد على قيمة الملكية الفكرية وتكريم اللاتفيين الذين يتقدمون بطلبات لحماية علامات تجارية وطنية أو دولية، ينظم مكتب البراءات، منذ عام 2013، الحدث السنوي المسمى "العلامة التجارية لهذا العام"، حيث تُمنح جوائز خاصة للفائزين في هذه المسابقة في فئتي "العلامة التجارية لهذا العام - لاتفيا" و"العلامة التجارية لهذا العام - العالم". ويُقام حفل توزيع الجوائز في اليوم العالمي للملكية الفكرية. ويُحدّد الفائزون من خلال تصويت الجمهور (50 في المائة) وتقييم من قبل مجلس خاص (50 في المائة) يتألف من ممثلين عن مكتب البراءات، والغرفة اللاتفية للتجارة والصناعة، وجمعية المصممين اللاتفيين، والبنك المركزي في لاتفيا، وجمعية ريفا اللاتفية. ويمكن لمُدعي الطلبات أن يتقدموا للمشاركة في هذه المسابقة إذا كانت علامتهم التجارية قد سُجّلت خلال السنة التقويمية السابقة وكان مُودع الطلب يقوم بأنشطة اقتصادية في جمهورية لاتفيا. وينظم مكتب البراءات حلقة دراسية بشأن العلامات التجارية قبل بدء حفل توزيع الجوائز، من أجل إطلاع الأطراف المعنية على أحدث التطورات في هذا المجال.

7. وقد وقع مكتب البراءات خلال عامي 2015 و2016 على اتفاقات تعاون مع ست جامعات، منها جامعات من أقاليم لاتفيا. وتهدف هذه المبادرة إلى زيادة المستوى العام للمعرفة بالملكية الفكرية في هذه المؤسسات التعليمية وفي الأقاليم. ويتعاون مكتب البراءات مع هذه الجامعات من خلال تنظيم فعاليات، وتوفير مواد إعلامية تتعلق بالملكية الفكرية، وتقديم استشارات للأطراف المعنية، مثل أصحاب الأعمال الحرة، والشركات الصغيرة والمتوسطة، والطلاب وغيرهم. وكل الفعاليات التي تُنظّم في هذه الجامعات لا تجذب الطلاب وهيئة التدريس فحسب، بل تجذب أيضاً العلماء والشركات الصغيرة والمتوسطة، وأصحاب الأعمال الحرة، وموظفي البلديات، والفئات المستهدفة الأخرى، مما يسفر عن نسبة مشاركة كبيرة ويؤدي إلى نشر المعلومات لشتى الفئات المستهدفة.

8. وفي عام 2015، نَقَدَ مكتب البراءات، بالتعاون مع مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية، "مشروع قانون السوابق القضائية" الذي جُمعت خلاله أهم القضايا في مجال الملكية الفكرية. وهي متاحة الآن على الصفحة الرئيسية لموقع مكتب البراءات وفي قاعدة بيانات "eSearch Case Law" الخاصة بمكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية.

9. وفي الفترة من عام 2013 حتى عام 2015، نظّم مكتب البراءات أكثر من 30 حلقة دراسية مختلفة، وشارك في أكثر من 20 معرضاً دولياً، وألقى محاضرات في عدة جامعات لاتفية، وقَدّم الدعم لمُدعي الطلبات اللاتفيين بشأن كيفية استخدام نظام حماية الملكية الفكرية في لاتفيا وخارجها.

10. ويشارك كل عام ما يقرب من 1500 شخص في الفعاليات التي ينظمها مكتب البراءات، مما يدل على اهتمام المجتمع في لاتفيا بالملكية الفكرية وحمايتها.

## رابعاً. خطة زيادة الوعي في عام 2016

11. يعترّم مكتب البراءات أن يُنظّم ويشارك فيما مجموعه 42 فعاليةً في عام 2016، بما في ذلك المسابقة السنوية "العلامة التجارية لهذا العام"، وحلقة دراسية لموظفي الجمارك المحليين، وحلقة دراسية سنوية للقضاة، وفعاليات يُنظّمها بالتعاون مع شركاء دوليين. وسوف يُنظّم مكتب البراءات العديد من الحلقات الدراسية وحلقات العمل لفئات الجمهور المستهدف الأخرى، مثل الشركات الصغيرة والمتوسطة والأوساط الأكاديمية والشباب، وسوف يشارك في العديد من المعارض الدولية بعروض تقديمية مُصمّمة لتناسب خصوصيات كل معرض.

12. ويتعاون مكتب البراءات بنشاط مع المركز اللاتفي للتدريب القضائي، وهو المؤسسة الوحيدة في جمهورية لاتفيا التي توفر التعليم المستمر للقضاة وموظفي المحاكم. وبدأ مكتب البراءات في عام 2015 تنظيم فعالية سنوية لتدريب القضاة وموظفي المحاكم، لكي يُطلعهم على آخر التطورات في مجال الملكية الفكرية وليوفر لهم إمكانية المشاركة في مناقشات عملية مع خبراء، بغية زيادة الجودة الشاملة لأحكام الملكية الفكرية.

13. وقد توصل أيضاً مكتب البراءات إلى اتفاق مع الجمارك اللاتفية لتنظيم فعالية خاصة لموظفي الجمارك في كل عام، من أجل إطلاع المشاركين على أحدث التطورات في هذا المجال، وتثقيفهم بشأن الملكية الفكرية وأدوات الإنفاذ المتاحة، وتقديم معلومات عملية من الخبراء بشأن كيفية التعرف على السلع المقلدة، ولإطلاعهم أيضاً على أفضل الممارسات.

14. ويُسلّم مكتب البراءات بأن استهداف الشباب أمرٌ مهمٌّ جداً في مكافحة التقليد والقرصنة. ولذلك يعترّم مكتب البراءات أن يضع، خلال عام 2016، خطة لحملة توعية بالملكية الفكرية تستهدف الشباب على وجه التحديد، لتعريفهم بالعواقب السلبية المترتبة على القرصنة وشراء السلع المقلدة وانتهاكات الملكية الفكرية. ومن المقرر أن تبدأ هذه الحملة في عام 2017.

15. ومن أجل زيادة مستوى الاستغلال التجاري للاختراعات واستحداث مجمع لمخترفي الملكية الفكرية في مجال نقل المعرفة من المؤسسات الأكاديمية، سوف يشارك مكتب البراءات، مع إستونيا وليتوانيا، في أحد مشروعات الويبو التجريبية بهدف إيجاد نموذج لتطوير قاعدة خبراء محددة بشأن نقل المعرفة والإدارة الاستراتيجية للملكية الفكرية في منطقة البلطيق. ومن المتوقع أن يُستنسخ هذا النموذج وأن تُكرّر العملية من قبل المستفيدين من المشروع، أي أن المشاركين سوف يكونون قادرين على العمل كمدرّبين في هذا المجال، مما يضاعف تأثير العملية في مجالات ابتكارية أخرى.

16. كما يتعاون مكتب البراءات بنشاط مع جمعية المصممين اللاتفين، وهي منظمة إبداعية مهنية تجمع بين متخصصين من شتى مجالات التصميم. ومن المقرر أن يكون التعاون، خلال عام 2016، بشأن ثلاث مبادرات: (1) يعترّم مكتب البراءات إنشاء نماذج اتفاقات موحدة (للترخيص، وإنتاج التصاميم، وتغيير الملكية، والسرية) وجعلها متاحة على صفحته مجاناً، وذلك بهدف دعم المصممين اللاتفين الذين يسجلون تصاميمهم، مع مراعاة محدودية مواردهم وأهمية هذه الاتفاقات في أنشطتهم التجارية؛ (2) ومكتب البراءات هو أحد أعضاء لجنة التحكيم في جائزة التصميم السنوية؛ (3) وجمعية المصممين اللاتفين هي أحد أعضاء لجنة التحكيم في مسابقة "العلامة التجارية لهذا العام".

## خامساً. مبادرات طويلة المدى

17. يعترّم مكتب البراءات أن يواصل، خلال السنوات المقبلة، فعالياته السنوية، التي أثبتت نجاحها في الماضي.

18. وفي عام 2017، سوف يُولى اهتمام خاص بتقوية أواصر التعاون مع وزارة التعليم والعلوم، من أجل رفع مستوى الوعي في المدارس من خلال التأكد من أن الملكية الفكرية أصبحت جزءاً من المناهج الدراسية في البرنامج التعليمي بجمهورية لاتفيا، وليس هذا هو الحال في الوقت الحاضر. ومن المقرر أن تشمل هذه المبادرة على عدة فعاليات تدريبية للمدرسين في

ريغا وأقاليم لاتفيا فضلاً عن إعداد مجموعة أدوات تدريسية مخصصة للمدرسين ومواد تعليمية للأطفال الذين يدرسون في المدارس الابتدائية والثانوية.

19. ويعمل مكتب البراءات حالياً على وضع اللمسات الأخيرة في إعداد مجموعة الأدوات التدريسية. وسوف تكون هذه الأدوات بمثابة دليل يُسترشد به في مجال الملكية الفكرية ويساعد المدرسين على اكتساب فهم أفضل لكيفية تعليم الأطفال هذه الأمور. وسوف تكون المواد متوفرة مجاناً وسوف تُوزع في المنشآت التعليمية بجمهورية لاتفيا.

20. ومن أجل تشجيع الأطفال على الاهتمام بأمور الملكية الفكرية وللنهوض بالابتكار والإبداع في المدارس، يعتزم مكتب البراءات تنظيم مسابقة بشأن الملكية الفكرية. وسوف يكون بإمكان المدارس المهمة أن تُقدّم مشروعات، وسوف تُقيّم هذه المشروعات بناءً على معايير مُحكّمة ومُعتمدة. وسوف يحصل الفائزون في هذه المسابقة على جائزة خاصة من مكتب البراءات.

21. ونظراً لأن الشركات الصغيرة والمتوسطة تمثل نحو 99 في المائة من إجمالي الشركات داخل جمهورية لاتفيا، يعتزم مكتب البراءات إعداد برنامج مخصص وتنظيم فعاليات تلي الاحتياجات الخاصة للشركات الصغيرة والمتوسطة عن طريق اطلاعها على فوائد استخدام نظام الملكية الفكرية وتقديم التوجيه بشأن الاستغلال التجاري للابتكارات، والاستخدام الفعال للملكية الفكرية، فضلاً عن إنفاذ الملكية الفكرية.

## سادساً. خاتمة

22. ما سبق هو وصف لأنشطة مكتب البراءات ومبادراته الرئيسية من أجل إدكاء الاحترام للملكية الفكرية في جمهورية لاتفيا. وفي الختام، يرى مكتب البراءات أن مكاتب الملكية الفكرية الوطنية تؤدي دوراً حاسماً في توفير بيئة يكون فيها الأفراد على علم تام بدور الملكية الفكرية، وبكيفية استخدامها لصالحهم، وبكيفية إنفاذها بكفاءة.

## برامج التوعية التي تضطلع بها المديرية الوطنية للملكية الفكرية في باراغواي

مساهمة من إعداد السيد هكتور بالماسيدا غودوي، المدير العام للإدارة العامة للإنفاذ، التابعة للمديرية الوطنية للملكية الفكرية، في أسونسيون (باراغواي)

### موجز

من العوامل الرئيسية في مكافحة الفقر إذكاء الوعي بالملكية الفكرية بين سكان باراغواي وتمكينهم من الاستفادة منها. ولهذا السبب، وضعت المديرية الوطنية للملكية الفكرية في باراغواي استراتيجية تنفذها في هذا الصدد، وهدفها الرئيسي هو توفير التدريب والتوعية بشأن المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية في جميع أنحاء باراغواي. وتستهدف هذه الأنشطة الطلاب والمدرسين في المدارس الثانوية، إلى جانب، موظفي الخدمة المدنية، والباحثين، ومستخدمي نظام الملكية الفكرية. ونظراً لنجاح تلك الجهود، أعدت المديرية الوطنية للملكية الفكرية واستحدثت، من خلال الإدارة العامة للإنفاذ، مشاريع جديدة تركز على حق المؤلف والبراءات وغيرها حتى يتسنى للقطاعات المعنية بتلك المجالات الاستفادة من نظام الملكية الفكرية.

### أولاً. مقدمة

1. إن الأولوية الرئيسية لحكومة باراغواي هي مكافحة الفقر بشكل حاسم، وقد قررت الحكومة استخدام الملكية الفكرية كسلاح استراتيجي في هذا المسعى. ومن أجل ذلك، أنشأت في عام 2013 المديرية الوطنية للملكية الفكرية، لتكون مسؤولة عن الملكية الصناعية، وحق المؤلف، والإنفاذ. ولضمان الامتثال الفعال لحقوق الملكية الفكرية المكرسة في التشريع الوطني، أنشئت الإدارة العامة للإنفاذ داخل المديرية الوطنية للملكية الفكرية. وعملاً بالمادة 13 من القانون رقم 12/4798<sup>1</sup>، تهدف تلك الإدارة إلى الدفاع عن حقوق الملكية الفكرية بكافة أشكالها.
2. وينشئ المرسوم رقم 13/460<sup>2</sup> ثلاث إدارات تابعة للإدارة العامة للإنفاذ، منها إدارة الإرشاد والوقاية، التي تهدف إلى توفير التدريب والتوعية بشأن المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية في جميع أنحاء باراغواي. والإدارتان الأخريان هما الإدارة المعنية بمكافحة القرصنة والتقليد، والإدارة المعنية بالوساطة والتحكيم.
3. وفي إطار تلك الجهود، تنظم حلقات دراسية وحلقات عمل عن المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية لقطاعات مختلفة في مجتمع باراغواي.

### ثانياً. استراتيجية المديرية الوطنية للملكية الفكرية

4. بمجرد بدء تشغيل المديرية الوطنية للملكية الفكرية في عام 2013، أنشأت المديرية برامج تدريب وتوعية بشأن المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية بين سكان باراغواي، باعتبار ذلك من الأولويات. وأعدت أنشطة متنوعة لموظفي الخدمة المدنية، والباحثين، ومستخدمي نظام الملكية الفكرية.

<sup>1</sup> الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف وليست بالضرورة وجهات نظر الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

<sup>2</sup> يمكن الاطلاع على القانون رقم 4798 المنشئ للمديرية الوطنية للملكية الفكرية، على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=13784>

<sup>3</sup> يمكن الاطلاع على المرسوم رقم 13/460 الذي ينظم القانون رقم 12/4798 المنشئ للمديرية الوطنية للملكية الفكرية، على الموقع التالي:

<http://www.wipo.int/wipolex/en/details.jsp?id=13796>

5. كذلك، من أولويات المديرية الوطنية للملكية الفكرية نشر المفاهيم الرئيسية للملكية الفكرية، والقواعد الوطنية والدولية الحالية للملكية الفكرية، في القطاعات غير المرتبطة مباشرة بالملكوة الفكرية. وعليه، فقد صمم برنامج عام للتوعية بالملكوة الفكرية حيث يجري تنفيذه على النحو المبين أدناه.

6. وعلى المدى القصير (منذ عام 2013)، نُظمت أنشطة للتدريب والتوعية بشأن المفاهيم الرئيسية للملكية الفكرية لمدرسي المدارس الثانوية وطلابهم الذين تتراوح أعمارهم بين 13 و18 عاماً. والهدف الرئيسي من ذلك هو ضمان حصول الشباب الذين سيلتحقون قريباً بالجامعة، أو بسوق العمل على مستوى أساسي للمعرفة بالملكوة الفكرية. وتدريب المدرسين هو هدف رئيسي آخر، نظراً للأثر المضاعف لتدريب هؤلاء المهنيين في مجال الملكوة الفكرية. ونظراً لاستمرار المدرسين عادة في وظائفهم لسنوات عدة، فإن البرنامج سيعود بالفائدة على عدد كبير من الطلاب في مختلف الفصول.

7. وفي الأجلين من المتوسط إلى الطويل (منذ عام 2018)، سيواصل البرنامج التعاون مع المؤسسات التي نُظمت فيها من قبل أنشطة، سعياً إلى توطيد الفصول الأساسية ذات الأنشطة المتخصصة والمواضيعية.

8. وفي نفس السياق، أُجريت مناقشات مع وزارة التعليم والثقافة بهدف إدماج الملكوة الفكرية في المناهج والدورات الدراسية الحالية في المدارس الثانوية، حيث إن الموضوع اختياري في الوقت الحالي.

9. ويلخص الجزء المتبقي من هذا المقال بعض برامج التوعية.

### ثالثاً. مشروع "إنقاذ الملكوة الفكرية"، الذي تنظمه المديرية الوطنية للملكوة الفكرية، ووزارة التعليم والثقافة.

10. عقب اتفاق بين المديرية الوطنية للملكوة الفكرية ووزارة التعليم والثقافة، يجري تنفيذ مشروع "إنقاذ الملكوة الفكرية" سنوياً لمدرسي المدارس الثانوية في جميع أنحاء البلاد.

11. حلقات عمل مع المدرسين: تنظم الفرق التقنية التابعة للمديرية الوطنية للملكوة الفكرية، ووزارة التعليم والثقافة حلقات عمل لتوزيع مواد في أنساق رقمية بعنوان "التثقيف من أجل إنشاء الملكوة الفكرية"، على المدرسين والمدرسين الرئيسيين في المدارس الثانوية. وتسهل الفرق التقنية تحليل المواد من خلال تنظيم عمل جماعي أثناء التدريب، لتشجيع مشاركة المدرسين والمدرسين الرئيسيين وإثارة اهتمامهم بالملكوة الفكرية بهدف رفع درجة الالتزام المدني للدوائر التعليمية، وإرساء احترام الملكوة الفكرية بين طلاب المدارس الثانوية.

12. أيام مع الطلاب الشباب: كذلك، تعقد اجتماعات مع طلاب المدارس الثانوية لرفع درجة وعيهم بالملكوة الفكرية، وتعزيز دورهم الأساسي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للبشرية. وتستخدم استراتيجيات منهجية مختلفة في هذا الصدد، حيث تُقدم عروض بمشاركة خبراء الملكوة الفكرية، وتُعد محادثات مع الأيقونات الثقافية الوطنية والمحلية التي يمكن أن تعرض خبراتها الشخصية الناجحة، وتستخدم نماذج يقتدي بها الطلاب في مجال إنقاذ الملكوة الفكرية.

### 13. المواضيع

- وضع الملكوة الفكرية وفروعها في سياقها،
- وقوانين ومعاهدات الملكوة الفكرية التي جرى الانضمام إليها،
- والمديرية الوطنية للملكوة الفكرية: إنشاءها وتنظيمها،
- وحق المؤلف والحقوق المجاورة؛
- والملكية الصناعية،

- والعلامات التجارية، والبراءات، والتصاميم الصناعية، والمؤشرات الجغرافية،
- والإنفاذ.

14. وعقب نجاح المشروع، أضيفت دورات تدريبية منفصلة في مجال الملكية الفكرية لطلاب المدارس الثانوية، مع التركيز على عدم مشروعية التقليد والقرصنة.

15. وتظهر إحصاءات محدثة (من نوفمبر 2013 إلى الآن) أن التدريبات شملت 2040 مدرساً من مدرسي المدارس الثانوية في 15 إقليماً من أقاليم البلد الريفية والحضرية على حد سواء من أصل 17 إقليماً.

علاوة على ذلك، شارك 3400 طالب من طلاب المدارس العامة والخاصة في أنشطة التوعية التي نُظمت في جميع أنحاء باراغواي.

### رابعاً. مشروع "مستجدات الملكية الفكرية"

16. نُظمت في قاعة مؤتمرات المديرية الوطنية للملكية الفكرية وحدة بعنوان "مستجدات الملكية الفكرية" لأساتذة الجامعات. وخلال ثماني دورات، امتدت كل منها لساعتين، أُجريت مناقشات عن موضوعات منها العلامات التجارية، والبراءات، والرسوم والنماذج الصناعية، وإنفاذ حق الملكية الفكرية، والصناعات الإبداعية، وجمعيات الإدارة الجماعية، والسياسة الوطنية المتعلقة بالملكية الفكرية.

17. وفي نفس السياق، توجهت أيضاً وحدة "مستجدات الملكية الفكرية" إلى موظفي الخدمة المدنية العاملين في المؤسسات المرتبطة بالمديرية الوطنية للملكية الفكرية، ومن بينها مكتب المدعي العام، وإدارة الجمارك الوطنية، والشرطة الوطنية، والإدارة الوطنية للرصد الصحي. وبالإضافة إلى النظر بشكل أكثر تعمقاً في المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية، أتاحت تلك الدورات لموظفي الخدمة المدنية المعنيين بالملكية الفكرية، الفرصة لإقامة علاقات وتوطيد الروابط المهنية، من أجل تحسين الخدمات التي تقدمها مؤسساتهم.

18. كما أُجريت محادثات للتوعية، بمشاركة وزارة الصناعة والتجارة من خلال الوكالات الإقليمية حول العالم، وبالتعاون مع نيابة وزارة الشركات الصغيرة والمتوسطة. ونُظمت أربع محادثات في عام 2015.

19. كما نُظمت إدارة الإرشاد والوقاية محادثات لدى الخدمة الوطنية المعنية بجودة النباتات والبذور وصحتها، والجمعيات التعاونية، والكونغرس الوطني (البرلمان).

### خامساً. مشروع "سلامة الأغذية وأفضل الممارسات في التصنيع والملكية الفكرية".

20. نُظمت خلال الفترة من يناير إلى مايو 2016، أربع حلقات عمل في مختلف الجمعيات التعاونية في باراغواي عن "سلامة الأغذية وأفضل الممارسات في التصنيع والملكية الفكرية". وقد شهدت حلقات العمل مشاركة العديد من العاملين التقنيين في الجمعيات التعاونية والحكومة، ممن يكفلون سلامة الأغذية لمنع المنتجات من الإضرار بالمستهلكين.

21. وقد وضعت هذه المبادرة بالتعاون مع إدارة التدريب لدى نيابة وزارة الشركات الصغيرة والمتوسطة، والمعهد الوطني للغذاء والتغذية. وفي إطار البرنامج التشغيلي السنوي الذي يجري تنسيقه مع هذه المؤسسات، تقرر تنظيم أنشطة مماثلة حتى أكتوبر 2016 في مختلف المقار الإقليمية، ليصل العدد الإجمالي لحلقات العمل إلى 11 حلقة عمل.

## سادساً. التعاون مع مؤسسات عامة أخرى

22. تسعى أيضاً المديرية الوطنية للملكية الفكرية إلى توفير التدريب والتوعية بشأن الجوانب الأكثر تحديداً للملكية الفكرية بالنسبة لقطاع الإنتاج من خلال التعاون مع المؤسسات العامة والخاصة.

23. وفي عامي 2015/2014، نظمت المديرية الوطنية للملكية الفكرية أياماً للتدريب في مجال الملكية الفكرية (البراءات) لموظفي الإدارة الوطنية للرصد الصحي التابعة لوزارة الصحة والرفاه الاجتماعي. وتحتفظ الإدارة الوطنية للرصد الصحي بالسجل الصحي للمنتجات الصيدلانية؛ وموظفوها التقنيون متخصصون في مجالي الفحص والتفتيش الصحي.

24. وفي عام 2015، قدم أيضاً موظفون تقنيون متخصصون لدى المديرية الوطنية للملكية الفكرية سلسلة من حلقات التدريب (لمدة ثمانية أيام) لمديرية المناهج العامة التابعة لوزارة التعليم والثقافة، بغية إثراء المعارف النظرية بالملكية الفكرية للمشاركين بحيث يتسنى لهم تحديث مواد التدريس ذات الصلة واستحداث مواد جديدة.

## سابعاً. حلقة دراسية عن صياغة البراءات (بدعم من الويبو)

25. استضافت المديرية الوطنية للملكية الفكرية في مقارها، بمشاركة الويبو، حلقة دراسية عن صياغة البراءات للباحثين الجامعيين وفي مجال الصناعة، وكذلك لوكلاء البراءات وذلك في الفترة من 18 إلى 20 أبريل 2016.

26. ومن المقرر تنظيم هذه الحلقة سنوياً خلال السنوات المقبلة. كما يجري الإعداد لتنظيم "دورة تدريبية للمدربين في مجال الملكية الفكرية". وستبذل تلك الجهود بالتعاون مع جامعة أسونسيون الوطنية ومركز ايتايو للتكنولوجيا.

## ثامناً. مشروع "نارنجيات"

27. كلمة "نارنجيات" التي تطلق على هذا المشروع هي مصطلح باراغواي غاراني بمعنى "شديد البرتقالية"، والمشروع عبارة عن سلسلة من المبادرات الرامية إلى تعزيز القدرة التنافسية للأفراد والنهوض بها في الصناعات الإبداعية وهي الصناعات التي تقود التنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ومن ثم تكافح الفقر من خلال الأصول الرئيسية غير الملموسة للملكية الفكرية التي تقوم عليها تلك الصناعات.

## ألف. موسيقى "نارنجيات"

28. أعد مشروع "موسيقى نارنجيات" لجمع كافة الجهات المعنية بصناعة موسيقى باراغواي، من أجل تحديد وتحليل العوائق، بالإضافة إلى تنسيق القطاع وتعزيز قدرته، مع التركيز بوجه خاص على أفضل السبل للانتفاع بالملكية الفكرية في مجال الموسيقى.

29. ولمدة ثلاثة أيام (من 28 إلى 30 أبريل 2015)، جمعت هذه المناسبة مؤلفين، وملحنين، وتقنيين.

30. وأهم المواضيع التي ناقشها المدربون الستة هي:

- ترخيص المحتوى المحمي بموجب حق المؤلف في البيئة الرقمية (سانتياغو شستر من شيلي)؛
- وإدارة الإنتاج (ماريو بروير، من الأرجنتين)؛
- والموسيقى والتلفزيون (نيكولاس ريبينو، من الأرجنتين).



31. وقد تضمن الملتقى معرضاً ضم 19 عارضاً للمنتجات والخدمات. كما ضم المعرض موسيقي البلد، ومنهم تسع فرق وطنية ذات أساليب موسيقية مختلفة، وبلغ عدد الحضور ما يقرب من 1500 شخص.

باء. "البرامج الحاسوبية والتطبيقات وألعاب الفيديو النانجات"

32. نُظِم ملتقى آخر وهو "البرامج الحاسوبية والتطبيقات وألعاب الفيديو النانجات" حيث ضم كافة الجهات المعنية في مجال صناعة البرامج الحاسوبية وذلك لمناقشة مشكلات القطاع، وتطوير قدراته، مع التركيز بوجه خاص على أفضل السبل للانتفاع بالملكية الفكرية في صناعة البرامج الحاسوبية.

33. وقد اجتذب الملتقى، الذي نُظِم بدعم من الويبو خلال يومي 16 و17 مارس 2016، 213 مشاركاً وأداره ستة مدربين (أربعة وطنيين، وخيبران من الويبو). وكانت أهم المواضيع المطروحة:

- حق المؤلف والحماية القضائية للبرامج الحاسوبية والتطبيقات (ويلسون ريوس من كولومبيا)؛
- والهيكل العالمي لصناعة ألعاب الفيديو (دافيد غرينسبان، من الولايات المتحدة الأمريكية)؛
- وكيف تسجل برنامجك الحاسوبي (باتريشيا ستانلي، من باراغواي).

34. واقترن الملتقى بمعرض عرضت من خلاله عشر شركات داعمة للملتقى منتجاتها وخدماتها، وبلغ عدد الحضور ما يقرب من 600 شخص.

حملات التثقيف والتوعية بالملكية الفكرية التي يقوم بها مكتب الملكية الفكرية في الفلبين مساهمة من إعداد السيدة جوزفين ربما سانتياغو، مدير عام مكتب الملكية الفكرية في الفلبين<sup>\*</sup>

## ملخص

ظل نظام الملكية الفكرية على الدوام تقريباً موضوعاً مُهماً حتى في نظر أفراد المجتمع الذين من المفترض أنهم هم المستفيدون من هذا النظام. ويضطلع مكتب الملكية الفكرية في الفلبين (المكتب) بالدعوة إلى إشراك الشباب والقطاعات ذات الصلة في عالم الملكية الفكرية لتحقيق هدفين، ألا وهما: غرس قيمة احترام الملكية الفكرية في النفوس، والحث على الإبداع والابتكار. وعلى مدى السنوات الثلاث الماضية، نظّم المكتب محيماً شبيهاً سنوياً عن الملكية الفكرية، وأنشطة أخرى للتوعية بالملكية الفكرية.

إن غرس بذرة الملكية الفكرية فيما بين الشباب وأسرهم والناس في بيئتهم سوف يؤدي ثماره المتمثلة في عالم على وعي بالملكية الفكرية في المستقبل. فما نُعلّمه لشبابنا اليوم بشأن أهمية احترام الملكية الفكرية سوف يكون له تأثير كبير في المواقف التي سيتخذونها والقيم التي سيعملونها طوال حياتهم.

## أولاً. مقدمة

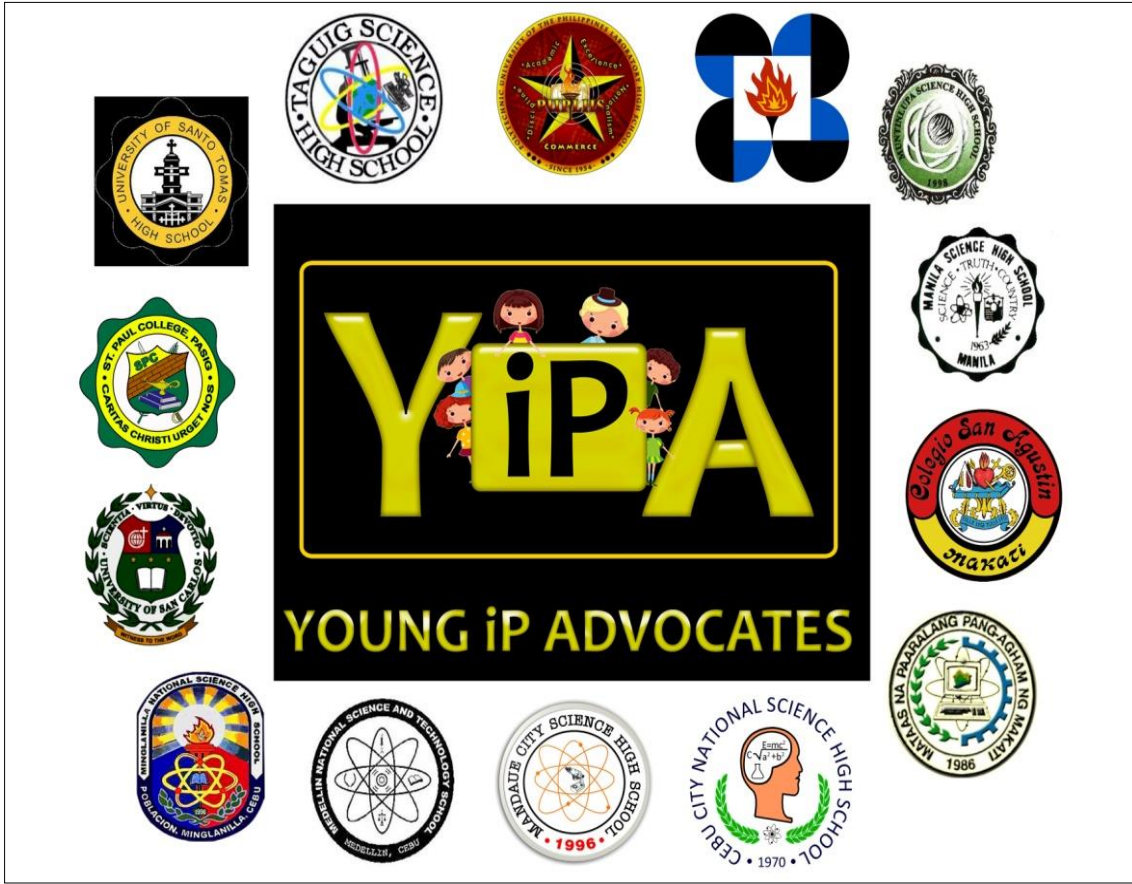
1. إن رفع مستوى الوعي بوظائف نظام الملكية الفكرية وأهميته في بناء الأمة كان، ولا يزال، صيحة حرب يهتف بها معظم مكاتب الملكية الفكرية في جميع أنحاء العالم. وغالباً ما ظلت أعمال نظام الملكية الفكرية موضوعاً مُهماً حتى في نظر أفراد المجتمع الذين من المفترض أنهم هم المستفيدون من نظام الملكية الفكرية. بل حتى أولئك الذين ينتفعون بالملكية الفكرية في حياتهم اليومية، على وجه الخصوص، يكون مستوى معرفتهم بدور الملكية الفكرية منخفضاً جداً عندما ينتفون بمنتجات جديدة أو يُنشئون خدمات جديدة. ويسهم هذا الوضع في انخفاض مستوى الاستفادة من نظام الملكية الفكرية، وزيادة انتهاكات الملكية الفكرية. وبوجه عام، لا يكون مستخدمو المنتجات أو الخدمات المحمية بموجب حقوق الملكية الفكرية مُدركين أو مُقدّرين لما يبذله الأفراد الموهوبون والمتفوقون من موهبة ووقت ومال في استحداث هذه المنتجات أو الخدمات من خلال عمليات إبداعية وابتكارية وخلاقة.

2. وبسبب وجود هذه الفجوة الشاسعة في الوعي بالملكية الفكرية في الفلبين، أصبح التثقيف والتوعية بالملكية الفكرية من العناصر الحاسمة فيما يقوم به مكتب الملكية الفكرية في الفلبين من برامج وأنشطة تنفيذاً لولايته المتمثلة في إدارة نظام ملكية فكرية يتسم بالفعالية والكفاءة في البلد. ولذلك شرع المكتب في تنفيذ برامج وأنشطة لتقديم الملكية الفكرية إلى الفلبينيين. وهذا المخطط، في الواقع، جزء لا يتجزأ من رؤية المكتب الثلاثية الأبعاد لما ستكون عليه الفلبين من وعي بالملكية الفكرية في نظام ملكية فكرية واضح وديمقراطي ومُوجهة نحو التنمية بحلول عام 2020.

3. وقد وسع المكتب محور أنشطة التثقيف والتوعية بالملكية الفكرية خارج حدود الفئات المستهدفة بوجه عام، وذلك من أجل إشراك وشمول جميع أصحاب المصالح المعنيين بالملكية الفكرية في حملته الإعلامية. ففي الماضي، كان معظم المستفيدين مما يقوم به المكتب من حملات التوعية بالملكية الفكرية هم مُنتجو الملكية الفكرية وأصحاب الشركات، لا سيما المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر. ورغم أن هذه القطاعات لا تزال ذات أهمية قصوى، فإن المكتب قد وسّع نطاق انتشار أنشطته ليشمل الشباب وغيرهم من الأطراف الفاعلة الرئيسية.

<sup>\*</sup> الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلفة وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

## ثانياً. الملكية الفكرية من أجل الشباب: برنامج الشباب المدافع عن الملكية الفكرية (YIPA)



4. في أوائل القرن الثامن عشر، شدّد الدكتور خوسيه ريزال – بطل الفلبين القومي – على أهمية دور الشباب في بناء الأمة حينما قال إن "الشباب أمل الوطن". وهذه حقيقة يُقر بها معظم البلدان، ومن ثمّ فإن الاستثمار في تثقيف الشباب وما يرتبط به من أنشطة يكون دائماً على جدول الأعمال الرئيسي للمسؤولين الحكوميين. فالشباب الفلبينيون اليوم هم علماء البلد وباحثوه ومخترعوه ومبدعوه ورجال أعماله في المستقبل، ويُعتبر هؤلاء الشباب من أكبر مستهلكي منتجات مثل الملابس أو اللوازم المدرسية أو الكتب أو الموسيقى أو الأفلام. ومع أخذ هذه الحقائق في الاعتبار، وضع مكتب الملكية الفكرية في الفلبين تصوراً لمشروع الشباب المدافع عن الملكية الفكرية (YIPA). ولذلك فإن دعوة المكتب إلى إشراك الشباب في عالم الملكية الفكرية لها هدفان، ألا وهما: غرس قيمة احترام الملكية الفكرية في نفوس الشباب، وحثهم على الإبداع والابتكار.

5. ولأنه لم يكن من الممكن تعميم موضوع رسمي من موضوعات الملكية الفكرية في المدارس الثانوية ومؤسسات التعليم العالي، بدأ المكتب، في أكتوبر 2013، مخبياً شبابياً سنوياً عن الملكية الفكرية لمدة يومين في إطار مشروع الشباب المدافع عن الملكية الفكرية. وفي البداية، كانت مدارس العلوم الثانوية مستهدفة للمشاركة في المشروع، لأن هذه المدارس هي المنتجة للأبحاث التي من المرجح أن تسفر عن ملكية فكرية. ويمثل الهدف الأساسي للمشروع في تشجيع الطلاب وتمكينهم ليكونوا قادة ليس في مجالاتهم الأكاديمية فحسب، بل أيضاً في الدعوة إلى فهم الملكية الفكرية واحترامها. وفيما يلي الأهداف المحددة:

- إتاحة الفرصة للطلاب المشاركين للإلمام بالملكية الفكرية،
- وغرس قيمتي الإبداع واحترام حقوق الملكية الفكرية في نفوسهم،
- وتكوين شبكة من الشباب المدافعين عن الملكية الفكرية من شتى المدارس،
- وإنشاء منظمة تضم الشباب المدافعين عن الملكية الفكرية،

- وحث الشباب على اختيار مهنة تُعنى بالملكية الفكرية عنايةً شديدةً.

6. والأنشطة المصطلح بها متنوعة، بدءاً من الإلمام بالملكية الفكرية، وصولاً إلى التعبير عن إبداع المشاركين وبراعتهم.
7. ويمثل إنتاج المخيم في خطة عمل واقعية بشأن الكيفية التي يمكن أن ينقل بها المشاركون إلى زملائهم في الفصل الدراسي والمدرسة ما اكتسبوه من معرفةٍ بالملكية الفكرية. ويقدم المشاركون خططاً للأعمال والأنشطة التي تدعم برنامج التوعية بالملكية الفكرية عموماً، بما في ذلك إذكاء الاحترام للملكية الفكرية. ويلتزم مكتب الملكية الفكرية في الفلبين من جانبه بدعم الأنشطة من خلال تقديم المساعدة التقنية والدعم المالي بالقدر اللازم.



8. ويؤدي المشاركون يمين الانضمام إلى "الشباب المدافع عن الملكية الفكرية"، ويُسمح لهم رسمياً بالانضمام إلى الشبكة خلال القمة السنوية الوطنية لإنفاذ الملكية الفكرية التي ينظمها مكتب الملكية الفكرية في الفلبين في شهر أكتوبر. وفي عام 2015، استضافت الفلبين اجتماعات منتدى التعاون الاقتصادي لدول آسيا والمحيط الهادئ (الأبيك)، وسمح بالدخول للشباب المدافع عن الملكية الفكرية (YIPA) من جزيرة سيبو قبل مندوبي فريق خبراء الأبيك المعني بحقوق الملكية الفكرية. وفي هذه المناسبة، شدّد خوسيه بابلو كاستيلو – وهو أحد ممثلي الشباب المدافع عن الملكية الفكرية – في كلمته على أن "تعريف الطلاب بالملكية الفكرية يجب أن يكون الخطوة الأولى في هذه العملية. فيجب أن يعرف كل طالب حقوق الملكية الفكرية وكيفية حمايتها للملكية الفكرية الخاصة بكل طالب. حقاً، الوعي هو الخطوة الأولى للتغيير والتحول".

9. وفي أثناء الاحتفال باليوم العالمي للكتاب وحقوق المؤلف هذا العام يوم 23 أبريل 2016، اطلع الشباب المدافع عن الملكية الفكرية على مزيد من أنشطة الملكية الفكرية عن طريق التفاعل مع غيرهم من المشاركين وزوار معرض وسوق عن الملكية الفكرية. هذا بالإضافة إلى مشاركتهم في شتى الفرص التدريبية لتعزيز معرفتهم بالملكية الفكرية وللحفاظ على الزخم الذي تحقق خلال المخيم الذي استمر لمدة يومين.

10. وفيما يلي بعض الأنشطة التي قام بها الشباب المدافع عن الملكية الفكرية في مدارسهم بين عامي 2013 و2015:

- حلقات دراسية للتوعية بالملكية الفكرية مع خبراء من مكتب الملكية الفكرية في الفلبين،
- وإنشاء نوادي الملكية الفكرية (توجد خمس مدارس لديها بالفعل نواد رسمية للملكية الفكرية)،
- والترويج للملكية الفكرية على شبكة الإنترنت من خلال فيسبوك ويوتيوب ومدونات إلكترونية،
- ومسابقات الملكية الفكرية مثل اختبارات الملكية الفكرية، وكتابة المقالات، وتصميم الملصقات،
- والعرض الفعال للملكية الفكرية الخاصة بالطلاب الزملاء في المعارض المدرسية،
- وإقامة جدران حرية الملكية الفكرية حيث يمكن للطلاب كتابة أفكارهم بشأن الملكية الفكرية،
- ونشر مواد إعلامية عن الملكية الفكرية أو ابتكار مواد سمعية بصرية عن أهمية الملكية الفكرية للطلاب أو كلا الأمرين.

11. وللتعرف بشكل صحيح على الجهود التي بذلتها شبكة الشباب المدافع عن الملكية الفكرية التابعة لمكتب الملكية الفكرية في الفلبين، أطلق المكتب، في عام 2015، مسابقة بشأن تسويق الملكية الفكرية والترويج لها للشباب المدافع عن الملكية الفكرية بجوائز نقدية للفائزين الثلاثة الأوائل تبلغ 50 ألف بيزو فلبيني للمركز الأول، و30 ألف بيزو فلبيني للمركز الثاني، و20 ألف بيزو فلبيني للمركز الثالث.

12. وفي الوقت الحالي، تشارك في شبكة الشباب المدافع عن الملكية الفكرية تسع مدارس ثانوية من منطقة العاصمة الوطنية وسبع من منطقة فيساياس.

### ثالثاً. الملكية الفكرية من أجل الأسرة

13. المنزل وحدة مجتمعية مهمة فيها تُشكّل قيم الأطفال وتتكون شخصياتهم وآدابهم وأخلاقهم في أثناء نموهم وتحولهم إلى أعضاء في المجتمع. ولذلك فإن قيمتي الصدق والاحترام تبدآن من المنزل، تماماً مثل أعمال البر. ورغم أن الملكية الفكرية قد تبدو للطفل وأسرته موضوعاً مجرداً ومقصوراً على فئة معينة، فمن الطبيعي تعليم الطفل عدم أخذ ما يملكه الآخرون من دون إذنتهم. ويجب أن يُغرس احترام ملكية الآخرين في ذهن الأطفال. ولأن الملكية الفكرية لا تحظى بالفهم والاحترام الكاملين، ولأن كل فرد في المجتمع هو بالضرورة أحد أفراد أسرة معينة، فلا بد من استهداف جذور المجتمع وتعريف الأسرة باحترام الملكية الفكرية. ويمكن تحقيق ذلك من خلال تبسيط الأنشطة والتأريين وجعلها مثيرة.

14. أولاً، سوف يُجري المكتب دراسةً تجريبيةً بشأن أنشطة إذكاء الوعي بالملكية الفكرية داخل نطاق أسر الشباب المدافع عن الملكية الفكرية، بُغية إنبات بذرة سوف ينساب تأثيرها على أسر أخرى. ويدرك المكتب أن أفضل وقت لتنفيذ هذا المشروع هو خلال العطلة المدرسية وحينما يكون الآباء موجودين. ويتمثل التحدي في وجود عدد كبير من أسر الشباب المدافع عن الملكية الفكرية للمشاركة في الوقت نفسه.

15. ثانياً، في أثناء الاحتفال باليوم العالمي للملكية الفكرية في 26 أبريل 2016، أقام المكتب شراكةً مع جمعية قطاع الأفلام السينمائية (MPA) لإطلاق مسابقة في صنع الفيديوهات للطلاب الدارسين للتصوير السينمائي. وكان الموضوع الرئيسي للفيديو الذي تبلغ مدته 60 ثانية هو "الثورة على قرصنة الأفلام". ويجب أن تكون للفيديو رسالة توضح لماذا يجب احترام حقوق الملكية الفكرية للأفلام.



16. وإدراكاً من المكتب لفرصة نقل الوعي إلى أفراد أسر المتسابقين، فإنه يقدم جائزةً خاصةً للفيديو الذي يصور على أفضل وجه رسالةً تدعو إلى احترام الملكية الفكرية مع أفراد الأسرة كهدف لتصميم الاتصالات. والفيديو الفائز بهذه الجائزة الخاصة سوف يُستخدم في حملة التوعية بالملكية الفكرية التي تستهدف الأسر. وسوف تنتهي المسابقة في سبتمبر 2016.

### رابعاً. الملكية الفكرية من أجل النساء: مجموعة "النساء في مجال الملكية الفكرية" (Win IP)

17. يهدف هذا المشروع إلى تكوين مجموعة من النساء اللواتي سوف يدعون إلى تعزيز حقوق الملكية الفكرية واحترامها من خلال مشروع "النساء في مجال الملكية الفكرية" (Win IP). وسوف يأتي أعضاء مشروع "النساء في مجال الملكية الفكرية" من الوكالات الأعضاء الاثني عشر للجنة الوطنية المعنية بحقوق الملكية الفكرية (NCIPR)، وسوف يظلمون بتعزيز الملكية الفكرية في وكالاتهم بدعم من مكتب الملكية الفكرية في الفلبين.

18. ومن المتوقع، على وجه التحديد، أن يصبح مشروع "النساء في مجال الملكية الفكرية" شريكاً للجنة الوطنية المعنية بحقوق الملكية الفكرية في برامجها وأنشطتها الخاصة بالتوعية والتثقيف والترويج في مجال الملكية الفكرية.

19. ويمثل الهدف الطويل الأجل للمشروع في توسيع نطاق مشروع "النساء في مجال الملكية الفكرية" ليشمل وكالات حكومية أخرى، وقطاع الأعمال، ومؤسسات أكاديمية وبخيرية، وغيرها من الوكالات غير الحكومية.

### خامساً. الملكية الفكرية من أجل عامة الناس

ألف. تعلم، وكن مُمكنًا، وتبنّ، واربح من الملكية الفكرية!

20. إن مشروع "تعلم، وكن مُمكنًا، وتبنّ، واربح من الملكية الفكرية!" (L.E.A.P IP) هو حلقة دراسية توجيهية أساسية لمدة ساعتين بشأن الملكية الفكرية وهي تُنظَّم بانتظام مرتين في الشهر في مكتب الملكية الفكرية في الفلبين. وتُرَكِّز كل حلقة على مجال مُحدّد من مجالات الملكية الفكرية، أي براءات الاختراع، والعلامات التجارية، وعلامات الخدمة، وحق المؤلف والحقوق المجاورة، ونموذج المنفعة، والتصاميم الصناعية. وتستهدف الحلقة الدراسية أولئك الذين لديهم فهم قليل للملكية الفكرية أو ليس لديهم فهم لها على الإطلاق، وتُقام الحلقة الدراسية بلغة دارجة يمكن فهمها بسهولة.



باء. حلقات دراسية خاصة بشأن الملكية الفكرية

21. يستفيد المكتب كذلك مما بينه وبين قطاعات صناعية محددة من ألفة نسبية لتنظيم حلقات دراسية وحلقات عمل مع هذه القطاعات ذات المصلحة الخاصة. وتشمل هذه القطاعات قطاع الرسوم المتحركة، والموسيقى والنشر، والممارسة الطبية، والأداء، وتصنيع السيارات، وإنتاج الأدوية، وغيرها. وفي هذا النشاط، سوف يكون توجه العرض التمهيدي مُركّزاً على مصالح مجموعة معينة وسوف يتمثل الهدف النهائي في تثقيفهم بشأن الملكية الفكرية، بل وبشأن حقوقهم أيضاً.



سادساً. الملكية الفكرية من أجل مؤسسات التعليم العالي: برنامج مكتب دعم الابتكار والتكنولوجيا (ITSO)

22. برنامج مكتب دعم الابتكار والتكنولوجيا (ITSO) هو برنامج آخر يدعم مباشرة محاولة مكتب الملكية الفكرية في الفلبين الوصول إلى الشباب الذين هم في النظام التعليمي. وفي حين أن البرنامج يهدف إلى مساعدة مؤسسات التعليم العالي على تحقيق مستوى معين من التطور في مجال البحوث من خلال تكوين الكفاءات في مجال البحث عن المعلومات المتعلقة بالبراءات والمقايضة والاستغلال التجاري، أصبح مكتب دعم الابتكار والتكنولوجيا كذلك قناة قوية يصل من خلالها مكتب الملكية الفكرية في الفلبين إلى طلاب مرحلة التعليم العالي. وبدعم من برنامج مركز دعم التكنولوجيا والابتكار الخاص بالويبو، انطلق مكتب دعم الابتكار والتكنولوجيا في الفلبين في الجزء الأخير من عام 2010، وأصبح الآن أحد البرامج المرموقة لمكتب الملكية الفكرية في الفلبين. ويوجد الآن 71 مؤسسة تعليمية مشاركة في هذا البرنامج، بعضها من أكبر المؤسسات في البلد. ومن بين المؤسسات الأكاديمية الموجودة في الشبكة البالغ عددها 71 مؤسسة، بدأت بالفعل 36 مؤسسة منها (50.7 في المائة) في تدريس كيفية القيام بعمليات البحث عن المعلومات المتعلقة بالبراءات ذات الصلة بالاهتمامات البحثية للطلاب في دورات العلوم والهندسة، وفي دورات الأعمال التجارية في بعض الحالات.





23. وفي إحدى هذه المؤسسات الأكاديمية - ألا وهي معهد مابوا للتكنولوجيا - أصبحت الملكية الفكرية الآن جزءاً لا يتجزأ من المنهج الدراسي المعتاد في المعهد. ويشتهر هذا المعهد بما يقدمه من دورات الهندسة والعلوم.

### سابعاً. خاتمة

24. لا يجب أن تقتصر الأنشطة الرامية إلى تعزيز ثقافة احترام الملكية الفكرية على الجهات الفاعلة التقليدية في دورة الملكية الفكرية في الوقت الحاضر. فإن زرع بذرة الملكية الفكرية بين الشباب وأسرهم وأولئك الذين يساهمون في نمو التجارة والصناعة سوف يؤدي ثماره المتمثلة في عالم على وعي بالملكية الفكرية في المستقبل. فما نُعلّمه لشبابنا وللناس الموجودين في بيئتهم بشأن أهمية احترام الملكية الفكرية سوف يكون له تأثير كبير في المواقف التي سيتخذونها والقيم التي سيحملونها طوال حياتهم. قال هنري آدمز، المؤرخ الأمريكي البارز: "تأثير المعلم يدود إلى الأبد. ولا يستطيع المعلم أن يحدد أين سينتهي تأثيره".

25. وعلاوة على ذلك، يؤمن مكتب الملكية الفكرية في الفلبين بأنه ما دامت توجد ثقافة قوية لاحترام الملكية الفكرية، فالأمل معقود على أن يكون الإنفاذ مصدر قلق أقل في المستقبل عمّا هو عليه اليوم.

## أنشطة التوعية الرامية إلى إذكاء احترام الملكية الفكرية في جمهورية كوريا

مساهمة من إعداد السيد يانغ داي غيونغ، المدير المساعد لشعبة الشؤون المتعددة الأطراف، المكتب الكوري للملكية الفكرية، مدينة دايجون، جمهورية كوريا

### ملخص

يعمل المكتب الكوري للملكية الفكرية على التصدي للأضرار المادية والمالية والاقتصادية الناجمة عن انتشار السلع المزيفة على نطاق واسع. ويبدل المكتب قصارى جهده بغية إيجاد نظام يشجّع الابتكار الأصيل ويجدّد من التزييف. ويكرّس المكتب أغلب مجهوده لإذكاء الوعي بالملكية الفكرية، والحدّ من انتشار السلع المزيفة على الإنترنت، من أجل توفير درجة أعلى من الحماية للملكية الفكرية.

### أولاً. معلومات أساسية

1. وفقاً لمؤشرات الملكية الفكرية العالمية - إصدار 2014، جاءت كوريا في المركز الرابع عالمياً بين أكثر البلدان تلقياً لطلبات تسجيل الملكية الفكرية في العالم، وهو ما يدلّ على النمو السريع الذي شهدته أهمية حقوق الملكية الفكرية، ويشدّد على الحاجة إلى حماية الملكية الفكرية بفعالية وكفاءة. ولهذا السبب، يعكف المكتب الكوري للملكية الفكرية (المكتب) على مضاعفة مجهوده الرامية إلى إقامة بنية أساسية اجتماعية تحظى فيها حقوق الملكية الفكرية بالاحترام الملائم، وتستخدم على نحو منصف وبكامل إمكاناتها.

2. ولا تقتصر آثار السلع المزيفة على تعريض المستهلكين للخطر وعرقلة استقرار التجارة، ولكنها أيضاً تلحق أضراراً جسيمة بالاقتصاد العالمي من خلال تفويض المنتجات الأصلية وتثبيط الاستثمار الأجنبي. وتعدّ المنتجات المزيفة من الأدوية وقطع غيار السيارات ضارة بوجه خاص بصحة المستهلكين وسلامتهم، في حين تنطوي الأشكال الأخرى من السلع المزيفة على تثبيط الاستثمارات والتطورات ذات الصلة بالأعمال التجارية، وهو ما يؤدي بدوره إلى ارتفاع معدلات البطالة. وفي سبيل مكافحة هذه الأنواع من التهديدات العالمية، يسعى المكتب باستمرار إلى القضاء على توزيع السلع المزيفة.

### ثانياً. توعية المستهلكين بأهمية القضاء على السلع المزيفة

3. يضطلع المكتب الكوري بأنشطة ترويجية متنوعة مع المستهلكين بهدف توعيتهم بأهمية القضاء على توزيع السلع المزيفة واستهلاكها.

4. ونظّم المكتب سلسلة من أنشطة التوعية العامة وتعاون مع الجماعات المدنية المعنية بمناصرة حقوق المستهلكين بهدف تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية وتوعية المستهلكين بعدم مشروعية السلع المزيفة.

5. كما نظّم المكتب حملات وطنية لحثّ المستهلكين على شراء السلع الأصلية. وعقدت دورات عديدة لتدريب المستهلكين، واستهدفت تلك الدورات ربّات البيوت والعاملين في الوظائف المكتنبية بغرض تثبيحهم عن شراء المنتجات المزيفة.

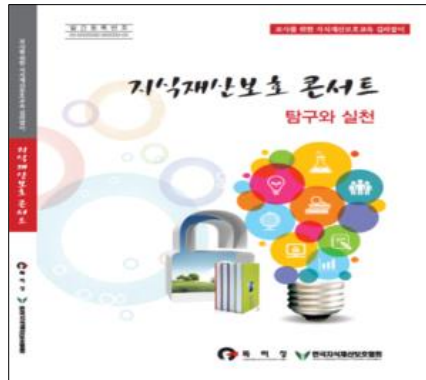
6. وفي سبيل ضمان سلامة المستهلكين وحمايتهم، شجّع المكتب ربات البيوت والعاملين في الوظائف المكتبية على شراء السلع الأصلية عن طريق توضيح الأضرار والمخاطر الاجتماعية التي تتسبب فيها السلع المزيفة، فضلاً عن تثقيفهم بشأن مفهوم حقوق الملكية الفكرية.



الفصول الدراسية لتثقيف ربات البيوت والعاملين في الوظائف المكتبية

7. وأنتج المكتب إعلانات تلفزيونية – مستعيناً بممثلة شهيرة كسفيرة إعلامية – بغية تشكيل توافق اجتماعي حول عدم مشروعية السلع المزيفة. كما عزّز المكتب الوعي العام عبر سُبل مختلفة باستخدام الإنترنت وغيرها من الوسائط، بما في ذلك المواد المطبوعة ووسائل الإعلام الاجتماعية.

8. وبالإضافة إلى نشر مواد مثل الرسوم الكاريكاتورية والكتيبات الإعلامية والكتب التعليمية التي تلخّص مخاطر السلع المزيفة، أتاح المكتب مواد من قبيل الأنشطة الإرشادية والترويجية المتعلقة بحماية الملكية الفكرية على مواقع وسائل الإعلام الاجتماعية مثل فيسبوك وعلى المدونات. وقد نجح ذلك في اجتذاب الاهتمام والمشاركة.



بارك شين-هاي، السفيرة الإعلامية للمكتب الكوري للملكية الفكرية، وبعض المواد الترويجية

9. كما أطلق المكتب برنامجاً للأصغار من طلاب الجامعات، وأنتج رسوماً كاريكاتورية بهدف تعزيز حماية الملكية الفكرية بين طلاب الجامعات والشباب. كما قدّم المكتب تثقيفاً عملياً عاماً بشأن كيفية التمييز بين السلع الأصلية والمزيفة. ولم يقتصر إسهام المشاركين على ابتكار حملات تهدف إلى حماية الملكية الفكرية، وإنما امتدّ أيضاً إلى إنتاج ونشر محتويات متعلقة بالملكية الفكرية، والمشاركة بنشاط في مناقشات بشأن حماية الملكية الفكرية. وعلاوة على ذلك، انخرط المشاركون أيضاً في عدد من الأنشطة، بما في ذلك فصول دراسية ومسابقات يتولى فيها أحد المتخصّصين إرشادهم للتمييز بين السلع الأصلية والمزيفة.

10. وقد أنتج المكتب وأذاع حملات تلفزيونية للتوعية العامة، بهدف تنبيه المستهلكين إلى المسائل المتعلقة بالسلامة فيما يتصل بالمنتجات المزيفة، بالإضافة إلى ترسيخ ثقافة وطنية تحترم الملكية الفكرية، بالتعاون مع مؤسسات منها وزارة الثقافة والرياضة والسياحة، ودائرة الجمارك الكورية، والحكومات الإقليمية، والمنظمات غير الحكومية.

11. ونجحت الحملات العامة، مثل حملة حماية الملكية الفكرية التي كان شعارها "لا للمزيف، نعم للأصلي"، ومسابقات المحتويات التي ينتجها المستخدمون أنفسهم، في المساعدة على التوعية بأهمية حماية الملكية الفكرية، والقضاء على السلع المزيفة، ولا سيما في أوساط المراهقين والفئات العمرية بين من هم في منتصف العمر وكبار السن. وشملت المسابقات المشار إليها مسابقة لإنتاج مقطع فيديو مدته 50 ثانية وحملة تسويقية في الشوارع بشأن حماية حق المؤلف.



كان الفائز في مسابقة إنتاج مقطع فيديو مدته 50 ثانية طالباً جامعياً

12. وأطلق المكتب حملة وطنية تستهدف المستهلكين بهدف الترويج لاستخدام السلع الأصلية وتسليط الضوء على أهمية الاستهلاك الرشيد. وإلى جانب حملات الشوارع التي اضطلع بها في الجامعات بشأن شيوع السلع المزيفة في المناطق الشعبية مثل العاصمة سيول، جرى تعزيز الوعي العام بأهمية حماية الملكية الفكرية من خلال الاحتفال باليوم العالمي لحماية الملكية الفكرية، والتوقيع على مذكرة تفاهم بين الوكالات الحكومية والشركات الخاصة، فضلاً عن أنشطة ترويجية مختلفة بشأن حماية الملكية الفكرية.

13. وعلى وجه التحديد، نُظّم الاحتفال باليوم العالمي للملكية الفكرية في 26 أبريل 2016 في إطار أسبوع حماية الملكية الفكرية. ومن خلال هذه المناسبات تمكّن المكتب من النهوض بطائفة متنوعة من الأنشطة الرامية إلى حماية الملكية الفكرية، مثل المسابقات الموضوعية بالاشتراك مع عموم جمهور، كما تمكّن من نشر ثقافة احترام الملكية الفكرية على نطاق واسع.





حملة "لا للمقلد، نعم للأصلي"

14. وعن طريق بذل جهود ترويجية إضافية عبر التلفزيون والإذاعة، فضلاً عن الإعلانات في وسائل النقل العام ودور السينما، دعم المكتب الوعي بالملكية الفكرية بين جميع فئات المجتمع.

15. ومن بين الفعاليات الرئيسية التي اضطلع بها المكتب في عام 2015 استضافته الاحتفال الخمسين بيوم الاختراع. وبدلاً عقد احتفال كهذا على ما تتمتع به حكومة جمهورية كوريا من إرادة قوية لدعم نمو الملكية الفكرية. وفي سبيل تعزيز الاحتفال بهذه المناسبة وإذكاء الوعي بالملكية الفكرية، نُظِّم أيضاً مهرجان للأفلام ومعرض للصور الفوتوغرافية والعديد من الفعاليات المثيرة الأخرى.

16. وعلى ذات المنوال، نُظِّم مؤتمر دولي عن الملكية الفكرية ضمن الاحتفال الخمسين بيوم الاختراع، وشهد المؤتمر استعراض الأهداف التي تتوخاها حماية الملكية الفكرية في المستقبل، عن طريق العروض والمناقشات بين العديد من خبراء الملكية الفكرية المحليين والدوليين.

17. وسيراً على النهج الذي اتبعه المكتب فيما مضى، فسوف يواصل، بالتعاون مع منظمات المستهلكين والجماعات المدنية الأخرى، تثقيف المستهلكين وتوعيتهم بالطابع الضار الذي تتسم به السلع المزيفة، عن طريق الجهود الترويجية من قبيل إذاعة الإعلانات التلفزيونية.

### ثالثاً. تعزيز حماية حقوق الملكية الفكرية في مواجهة التزيف

18. تزاول قوة الشرطة القضائية الخاصة المعنية بحماية حقوق العلامات التجارية نشاطها منذ سبتمبر 2010. وكان إنشاء هذه القوة الخاصة، إلى جانب المكاتب التابعة لها في مدن سيول وبوسان ودايجون، من التدابير الهامة في مجال مكافحة السلع المزيفة.

19. وبسبب ازدهار التجارة الإلكترونية، يشهد تداول السلع المزيفة عبر الإنترنت زيادة متسارعة. وفي سبيل التصدي لهذه المسألة بفعالية، أنشأ المكتب في نوفمبر 2011 فرقة عمل معنية بإنفاذ القانون على الإنترنت مزوّدة بمعدات التحليل الجنائي الرقمي بهدف تنظيم تداول المنتجات المزيفة عبر الإنترنت تنظيمًا صارماً. ونتيجة لذلك، ألقى المكتب القبض على بائعي السلع المزيفة عبر الإنترنت، وحجب المواقع الشبكية المخالفة أو أغلقها.

20. وفي سبتمبر 2013، جرى توسيع قوة الشرطة القضائية الخاصة وأنشئت وحدة تركزت حصرياً على إنفاذ حقوق الملكية الصناعية. وبهدف مواكبة الزيادة في توزيع السلع المزيفة عبر الإنترنت، جرى تعزيز قوات الشرطة بإنشاء وحدة متخصصة معنية بالإنترنت ومزوّدة بمعدات التحليل الجنائي.

21. ومنذ عام 2015، ونجحت قوة الشرطة القضائية الخاصة بالتهام إلى 1 522 فرداً تبين قيامهم بإنتاج السلع المقلدة أو بيعها أو كلا الأمرين معاً، وبلغ إجمالي المضبوطات 3 318 357 قطعة مقلدة.

الفئة	2010	2011	2012	2013	2014	2015	المجموع
عدد الأفراد	45	139	302	376	430	230	1,522
عدد القطع المضبوطة	28 629	28 589	131 599	822 360	1 114 192	1 192 988	3 318 357

النتائج التي أسفرت عنها تدابير إنفاذ القانون المتخذة لمكافحة السلع المزيفة في جمهورية كوريا

22. تألفت السلع المضبوطة في عام 2015 في معظمها من منتجات ذات صلة بالصحة ومستحضرات تجميل ومنظفات وإلكترونيات وقطع غيار سيارات، وبلغ إجمالي قيمتها السوقية 977 مليون دولار.

الفئة	منتجات للصحة	مستحضرات تجميل	منظفات	إلكترونيات	قطع غيار سيارات	أخرى	المجموع
الكمية	639 185	373 576	72 854	53 837	3 383	54 827	1 197 662

السلع المزيفة المضبوطة في عام 2015 بحسب الفئة



الإنفاذ في الموقع

#### رابعاً. أنشطة مجلس مكافحة التزييف

23. يعمل مجلس مكافحة التزييف، بالتعاون مع سائر وكالات إنفاذ القانون ذات الصلة، من أجل القضاء على توزيع السلع المزيفة من خلال مشاريع إنفاذ مشتركة داخل المناطق التي يشيع فيها بيع السلع المزيفة، وكذلك عن طريق إنشاء لجان فرعية تابعة للمجلس.

24. وانطلقت مشاريع الإنفاذ المشتركة التي أجريت في مايو ونوفمبر 2015 في المدن الكبيرة على عدد كبير من المشاركين، بما في ذلك أعضاء المجلس الرئيسيين مثل مكتب الملكية الفكرية وجمهاز الشرطة.

25. وتمكّن الأعضاء من الإسهام في تسيير أنشطة الإنفاذ المشتركة بسلاسة، حيث كان بوسعهم التمييز بدقة بين المنتجات الأصلية والمزيفة في الحال. كذلك، وبهدف وضع خطط العمليات المقبلة التي سيضطلع بها المجلس، كانت هناك لجنة فرعية تتجمع بصورة متواترة من أجل مناقشة الهدف المتمثل في القضاء على توزيع السلع المزيفة.

26. وفي أكتوبر 2015، عُقدت حلقة عمل حضرها جميع أعضاء المجلس ونوقشت فيها سُبل تعزيز الإنفاذ في مواجهة التزييف وفرض عقوبات على المواقع الشبكية التي تبيع السلع المزيفة، وذلك بغية القضاء على توزيع السلع المزيفة عبر الإنترنت.

27. وفي إطار الجهد المبذول على الصعيد الوطني من أجل حماية الملكية الفكرية، نظمت مؤسسات منها مجلس الملكية الفكرية ووزارة الثقافة والرياضة والسياحة ومكتب الملكية الفكرية ودائرة الجمارك مناسبة في مايو 2015، حضرتها شركات معروفة وحجّات أخرى من القطاع الخاص.

### خامساً. أنشطة الحكومة من أجل حماية الملكية الفكرية

28. منذ شهر أبريل من هذا العام، شرع المكتب، بالاشتراك مع المجلس ووزارة الثقافة والرياضة والسياحة ودائرة الجمارك وشركات من القطاع الخاص، في الاضطلاع بالجهود التالية على الصعيد الوطني: أولاً، تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص بهدف تشجيع إنشاء الملكية الفكرية وحمايتها ونشرها؛ وثانياً، وبغية القضاء على النسخ المزيفة من المصنّعات الأدبية والسلع، وضع أنشطة تهدف إلى إذكاء الوعي العام وزيادة معرفة الجمهور بالملكية الفكرية؛ وثالثاً، إطلاق أنشطة على الصعيد الوطني بهدف حماية الملكية الفكرية، مثل الإعلانات وحملات التواصل.

29. وعن طريق العمل معاً، تمكّن الشركاء من التغلّب على أوجه القصور التي تنطوي عليها تحقيقات الإنفاذ التي تُجرىها كل مؤسسة على حدة. وعلاوة على ذلك، ومن خلال تحقيق شامل قائم على التعاون بين الوكالات ذات الصلة، بُدلت جهود متنوعة من أجل تعزيز الإنفاذ. وعلى وجه التحديد، نفّذ المجلس خطة وطنية سنوية تهدف إلى القضاء على توزيع السلع المزيفة. وبما يتماشى مع هذا الغرض، تُطالب النيابة العامة بمعاينة المدانين بالجرائم التي تنطوي على سلع مزيفة بالسجن، وهو ما يحول بدوره دون معاودتهم الإجرام. ويضطلع جهاز الشرطة بإجراء تحقيقات دورية في المناطق المعروفة ببيع السلع المزيفة، كما عزّز من التعاون الدولي بهدف القبض على من يفرون إلى خارج البلاد أثناء التحقيقات.

30. وعلاوة على ذلك، عزّزت دائرة الجمارك ووزارة سلامة الأغذية والعقاقير، بالاشتراك مع القطاع الخاص، من الجهود الرامية إلى القضاء على بيع السلع المزيفة عبر الإنترنت على نحو غير مشروع، وكثّف المكتب تحقيقاته المعنية بعمليات التصنيع الواسعة النطاق، فضلاً عن مبيعات التجزئة على النطاق الأصغر.

### سادساً. الخطط المستقبلية

31. في سبيل تعزيز احترام الملكية الفكرية وحمايتها على الصعيد الوطني، سوف يواصل المكتب توسيع قوة الشرطة القضائية الخاصة التابعة له. ومن شأن ذلك أن يساعد على إرساء نظام فعّال لتعقب السُّبل المختلفة لتوزيع السلع المزيفة، والتحقيق في تلك السُّبل وإغلاقها.

32. وبالنظر إلى ما يتسم به وعي المستهلكين وتعاونهم من أهمية حاسمة في القضاء نهائياً على السلع المزيفة، يخطّط المكتب لمواصلة الاضطلاع بحملات ترويجية تستهدف فئات متنوعة من المستهلكين، مثل طلاب الجامعات وربّات البيوت والعاملين في الوظائف المكتبية، وهو ما من شأنه أيضاً أن يوجد ثقافة وطنية تحترم الملكية الفكرية.

33. وحتى يتسنى القضاء على توزيع السلع المزيفة إلى أقصى حد ممكن، فإنّ الأمر يقتضي التعاون بين المكتب والهيئات التنظيمية ذات الصلة. ولا يقتصر دور مجلس مكافحة التزييف على التركيز على منع توزيع السلع المزيفة، بل إنّ المجلس يكوّن بالاقتران مع الوكالات التنظيمية المعنية بمكافحة التزييف، نظاماً يعمل من أجل القضاء نهائياً على السلع المزيفة. ويخطّط المجلس لاستحداث طائفة متنوعة من الأنشطة في المستقبل بحيث تكون نموذجاً لمشاريع التعاون في مجال حماية الملكية الفكرية.



## عمل رابطة موزعي البرامج التلفزيونية (سيغنال) في النهوض بالملكية الفكرية من خلال التثقيف وإذكاء الوعي في بولندا

مساهمة من إيداد السيدة تيريزا فايرزبوسكا رئيسة رابطة موزعي البرامج التلفزيونية (سيغنال)<sup>\*</sup>

### ملخص

وحدت رابطة موزعي البرامج التلفزيونية "سيغنال" (Sygnal) جهود الأطراف الفاعلة في سوق الإنتاج السمعي البصري، ولا سيما هيئات البث المحلية والدولية، سعياً لتحقيق الحماية الفعالة للملكية الفكرية على الإنترنت. وتأتي بولندا في المراكز المتقدمة وفقاً لتصنيف العديد من التقارير المعنية بالقرصنة الإلكترونية المتفشية في أوروبا وفي مختلف بقاع العالم. ولا يمتلك أصحاب المصالح الرئيسيين بما فيهم سلطات الإنفاذ المعرفة الكافية بشأن خصوصية التعديلات الإلكترونية. وعلى ضوء ذلك، تحقق الرابطة أهدافها من خلال ما يلي من إجراءات (ضمن جملة أمور):

- برنامج تثقيفي لرجال الشرطة والمدعين العامين؛
- حملات تثقيفية موجهة إلى الأطراف الفاعلة المنخرطة بشكل مباشر أو غير مباشر في تمويل التوزيع غير القانوني للمحتوى السمعي البصري عبر الإنترنت؛
- توفير الدراية والأدوات الضرورية لكي يتمكن سوق الإعلانات الإلكترونية من تطبيق فكرة "تتبع النقود" عملياً؛
- بناء تحالف قوي في السوق لمكافحة القرصنة الإلكترونية مكافئة فعالة.

### أولاً. رابطة موزعي البرامج التلفزيونية (سيغنال)

1. تأسست رابطة "سيغنال" بموجب القانون البولندي ومقرها وارسو في بولندا. وفتحت الرابطة أبوابها في عام 2002. وتتألف من 22 شركة عضواً من قطاع الإعلام وقطاع الاتصالات، منها هيئات البث وموفري المحتوى ومشغلي المنصات الرقمية وشركات من قطاع تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ومن بينها ما يلي: شبكات أي بلاس إي (A+E)، بي بي سي وورلد وايد بولندا، سيفرووي بولسات (Cyfrowy Polsat)، قناة ديسكفري بولندا، قنوات فوكس الدولية بولندا، قناة إتش بي أو بولندا، إيرديتو (Irdeto)، أي تي أي نيوفيجن (ITI Neovision)، محطة كينو بولندا (Kino Polska TV)، إم تي جي وورلد ليميتد (MTG World Ltd)، ملتيديا بولندا (Multimedia Polska)، ناغرا (NAGRA)، ون نيت (Onet)، سوني بيكتشرز تيليفيجن (Sony Pictures Television)، التلفزيون البولندي بولسات (Telewizja Polska S.A)، التلفزيون البولندي إس أيه (Telewizja Polska S.A)، نظام تيرنر للبث بولندا (Turner Broadcasting System Poland)، شبكة تي في إن (TVN)، شبكات يونيفرسال الدولية (Universal Networks International)، شبكات فياكوم الدولية الإعلامية لأوروبا الشمالية (Viacom)، شركة والت ديزني (بولندا)، شبكة زد بي آر الإعلامية (ZPR Media).

2. وهدف الرابطة المشترك هو مكافحة التعديلات على حقوق الملكية الفكرية والضغط لوضع إطار مناسب بغية تحقيق هذا الهدف بكفاءة. وتركز الرابطة بالتحديد على مجموعة متنوعة من الأنشطة التثقيفية التي تشمل التدريب وعقد حلقات العمل لكل من أعضائها وللسلطات المعنية بإنفاذ القانون، وهدفها الأساسي هو إذكاء وعي الجمهور. وانخرطت الرابطة في إجراء الأبحاث والتحليل الذي يرمي إلى تحقيق فهم أفضل لظاهرة التعدي على حقوق الملكية الفكرية وحجمها. وتعمل أيضاً

<sup>\*</sup> الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء مؤلفها وليست بالضرورة عن آراء أمانة الويبو أو الدول الأعضاء فيها.

كمنصة لتبادل الدراية العملية بين أعضائها بشأن أكفأ الوسائل للوقاية من التعديات على حقوق الملكية الفكرية ومكافحتها. وركزت الرابطة على مدار السنوات القليلة الماضية على اتخاذ إجراءات ضد مخالفتي القانون في توزيع المحتوى السمعي البصري على الإنترنت. وهي تركز من خلال استراتيجيتها على الكيانات التي توزع مصنفاً أعضائها بما يخالف القانون على نطاق تجاري واسع. ولا تتخذ الرابطة أي إجراء ضد المستخدمين النهائيين للإنترنت.

### ثانياً. ظروف السوق البولندي

3. تأتي بولندا في المراكز المتقدمة وفقاً لتصنيف العديد من التقارير المعنية بالقرصنة الإلكترونية المتفشية في أوروبا والعالم. وقد أجرت الرابطة بالتعاون مع شركة برايس ووترهاوس كوبرز أبحاثاً وأعدت بالتعاون معها في عام 2014 تقريراً بعنوان "تحليل أثر قرصنة الفيديو على الاقتصاد في بولندا" في محاولة لتوفير بيانات متكاملة عن المسألة. وأظهرت النتائج الأساسية أن قرابة 7.5 مليون بولندي يستخدمون بانتظام مواقع تتيح النفاذ غير القانوني لمحتويات من نوع الفيديو، أي قرابة 30 بالمائة من إجمالي مستخدمي الإنترنت و94 بالمائة تقريباً من جميع الأشخاص الذين يبحثون عن تسجيلات فيديو على الإنترنت. وحسب نوع الفيديو موضع البحث، تتراوح نسبة مستخدمي المصادر القانونية وغير القانونية بين 50 بالمائة (للسلسلات التلفزيونية والرياضة) وحتى 73 بالمائة (للأفلام)، وتسود نسبة مستخدمي المصادر غير القانونية. ويقضي المستخدمون أغلب أوقاتهم في مشاهدة أفلام من مصادر غير قانونية (13 ساعة في الشهر)، وكان أدنى عدد من ساعات المشاهدة هو عدد ساعات الرياضة (3.5 في الشهر). وفي غضون سنة واحدة تراوح عدد مشاهدات الأفلام بين 400 و500 مليون مشاهدة، وتراوح عدد مشاهدات حلقات المسلسلات التلفزيونية بين 650 و750 مشاهدة، بينما تراوح عدد مشاهدات البث الرياضي ما بين 150 و180 مليون مشاهدة، كلها من مصادر غير قانونية. ووفقاً لأغلب الأبحاث التي أجريت توضح مقارنة هذه التقديرات مع المصادر الأخرى تشابه حجم قرصنة الفيديو في بولندا مع حجم قرصنة المصادر الأخرى، وأن هذا النوع ينطوي على 7-10 مليون مستخدم.

4. وقد تراوحت نسبة المستخدمين ممن دفعوا مرة واحدة على الأقل نظير النفاذ إلى المحتوى ما بين 28 و47 بالمائة من إجمالي المستخدمين. وأعلن ما بين 31 و37 بالمائة من المشاهدين الذين يستخدمون مواقع توفر نفاذاً غير قانوني للمحتوى أنهم كانوا ليستخدموا مصادر قانونية مدفوعة الأجر لو لم تكن المواقع التي تنتهك حق المؤلف متاحة. وخسر الاقتصاد البولندي في عام 2013، ما بين 500 و700 مليون زلوتي، من الناتج المحلي الإجمالي، من جراء القرصنة، كما قدرت الخسائر المباشرة للخرينة بين 170 و250 مليون زلوتي، وهي النتيجة التي تم التوصل إليها بحساب الطلب المتزايد المعدل حسب الآثار الضريبية المترتبة عليه، واتجاه صناعة الفيديو نحو استيراد المحتوى، والتدفقات فيما بين أفرع الصناعة. وبالإضافة إلى ذلك قد يسهم الحد من القرصنة في استحداث 6000 إلى 6500 وظيفة إضافية. وتبلغ مبالغ الخسارة المحسوبة عند قياسها بوصفها نسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي قيمة مماثلة للحسابات التي أجريت في بلدان أخرى. وقدرت سرعة نمو القرصنة ما بين 29 و54 بالمائة في السنة عند النظر إلى الاتجاهات التكنولوجية والاجتماعية واتجاهات السوق، بل الأهم من ذلك عند النظر إلى الحجم المتزايد للبيانات المحملة بدعامات الإنترنت الثابتة والمتنقلة ولا سيما تسجيلات الفيديو، والقيمة المتزايدة لسوق الفيديو على الإنترنت والقيمة المتزايدة لسوق الإعلانات على الإنترنت. وبناء على نموذج "تدفق القيمة" المقدم، وعقب تحليل التوازن بين المكسب والخسارة، يمكن التقدم بفرضية قوية مفادها أن للقرصنة أثراً سلبياً على الاقتصاد في بولندا يؤثر على المنتجين والمؤلفين والوسطاء التجاريين والعديد من الجهات الأخرى.

### ثالثاً. البرامج التقييمية

5. تغيب المعرفة الكافية بشأن خصوصية التعدي الشبكي على الملكية الفكرية عن أصحاب المصالح الرئيسيين في بولندا، ومن بينهم سلطات إنفاذ القانون والمدعون العامون والمشاركون في سلسلة التوريد الخاصة بتحويل قرصنة الإنترنت إلى أموال. وعلى ضوء ذلك، من خلال ما يلي من إجراءات (ضمن جملة أمور):

- برنامج تثقيفي لرجال الشرطة والمدعين العامين؛
- حملات تثقيفية موجهة إلى الأطراف الفاعلة المنخرطة بشكل مباشر أو غير مباشر في تمويل التوزيع غير القانوني للمحتوى السمعي البصري عبر الإنترنت؛
- توفير الدراية والأدوات الضرورية لكي يتمكن سوق الإعلانات الإلكترونية من تطبيق فكرة "تتبع النقود" عمليا؛
- بناء تحالف قوي في السوق لمكافحة القرصنة الإلكترونية مكافحة فعالة.

6. وقد درّبت الرابطة إلى الآن أكثر من 20 ألف رجل شرطة ومدع عام في بولندا على خصوصيات مشاركة الملفات والبث التدفقي والجوانب التقنية لجرائم الملكية الفكرية الإلكترونية. وتجري الرابطة تدريبا واحدا كل شهر تقريبا في منطقة مختلفة في البلد. وقد نظمت على مدار السنوات الأربع الأخيرة مؤتمرات سنوية لرجال الشرطة من جميع أنحاء بولندا ممن يعملون في الوحدات الخاصة مثل إدارة مكافحة الجريمة الاقتصادية أو جرائم الإنترنت. ويستند البرنامج التدريبي إلى اتفاقات خاصة أبرمتها الرابطة مع جميع أكاديميات الشرطة في بولندا.

7. ويندرج عادة تدريب الرابطة للمدعين العامين ضمن التدريب المهني المنتظم الذي يحصلون عليه. ويأتي المتدربون من صفوف المدعين العامين المحليين العاملين في مكاتب وكلاء النيابة. ومدة الدورة التدريبية أربع ساعات وتتناول واحدا من الموضوعات الآتية:

- حجم القرصنة في بولندا وأثر قرصنة الفيديو على الاقتصاد البولندي؛
- تحليل أربعة نماذج تقنية وتجارية أساسية لمواقع قرصنة الفيديو؛
- تحليل النماذج المالية لمواقع قرصنة الفيديو بما في ذلك دور الوسطاء؛
- مشاركة الملفات والبث التدفقي - تحليل الاتجاهات الراهنة؛
- الأساليب التقنية لرصد التعديلات على الملكية الفكرية والوقاية منها؛
- الأساليب القانونية لاتخاذ إجراءات لمواجهة التعديلات على الملكية الفكرية - بعض الجوانب التطبيقية؛
- تحليل بعض الأحكام المختارة لمحكمة أوروبا المرتبطة بحقوق الملكية الفكرية.

8. ومن الضروري كذلك تبادل المعارف بشأن وسطاء الدفع أو الخدمة فيما يتعلق بدورهم في تمويل الأنشطة الإجرامية القائمة على توزيع المحتوى غير القانوني، وإعلام الإدارة العامة بهذه المسائل. وتشارك الرابطة في إنشاء آليات لتقليص إيرادات كبرى مواقع القرصنة. وترصد العلامات التجارية التي تستثمر ميزانيات إعلانية في مواقع القرصنة وتشجع أصحاب العلامات التجارية على إنفاق ميزانياتها الإعلانية على المواقع القانونية فقط. وتمتد الرابطة الأطراف الفاعلة في سوق الإعلانات الإلكترونية بقائمة بالمواقع التي تعتدي عن قصد وعلى نطاق واسع على حق المؤلف ولا تسمح بالتنبيه ولا تستجيب لإجراءات "الإخطار والحذف". وبهذه الطريقة تجهز الرابطة السوق بأدوات مفيدة تتيح للأطراف الفاعلة في السوق اتباع استراتيجية "تتبع النقود" بكفاءة.

9. وتؤدي الرابطة دورا مهما في تيسير التعاون بين الأطراف الفاعلة في السوق الذين على الرغم من تنافسهم يعملون سويا نحو هدف مشترك ألا وهو الحد من التعدي. وهي عبارة عن منصة لتبادل المعارف بشأن إجراءات الإنفاذ والتقدم المحرز على صعيد قضايا محددة تتناولها الشرطة والنيابة العامة، وهي منصة لمشاركة الخبرات في مجال الإجراءات السابقة على التقاضي.

## "نيكست بيغ ثينغ" (NEXT BIG THING) - حملة توعية بقيمة الموسيقى المسجلة بإشراف جمعية الموسيقيين السويسرية

مساهمة من إعداد السيد كريستوف ترامر، رئيس جمعية الموسيقيين السويسرية، زيورخ، سويسرا

### ملخص

ترعرع جيل من الشباب في البلدان الغربية في أجواء كانت فيها الموسيقى متاحة باستمرار، دون أن يضطروا إلى دفع المال مقابل الانتفاع بها. وقد شكلت سوق غير مشروعة عقلية المستهلكين وباتت الحاجة ملحة إلى تذكير الناس بأن كل أغنية يستمعون إليها لم تتطلب المهوبة والرؤية فحسب، بل تطلبت أيضاً استثمارات واتخاذ قرارات. وهذا هو الهدف من اللعبة الإلكترونية "نيكست بيغ ثينغ" (NEXT BIG THING) التي صممتها وأنتجتها جمعية الموسيقيين السويسرية، وهي الجمعية الرسمية الراعية لمشهد موسيقى البوب/الروك في سويسرا.

وتحمل "نيكست بيغ ثينغ" المشارك في هذه اللعبة مباشرة إلى قلب عملية إعداد التسجيل بحيث توأجه خلال الخطوات الضرورية لهذا الغرض بدءاً من اختيار اسم الفرقة الموسيقية إلى التقرير بشأن طريقة إصدار الألبوم، في حين يذكر مؤثر قياس المشارك بالمبلغ المنفق. وفي نهاية المطاف، لا يقدم هذا الاستثمار أي ضمانات إذ من الممكن أن تنجح العملية أو أن يكون مآلها الفشل.

### أولاً. مقدمة

1. ترعرع جيل من الشباب في البلدان الغربية في أجواء كانت فيها الموسيقى متاحة باستمرار، سواء كان ذلك من خلال مصادر مشروعة (في الغالب) مثل يوتيوب أو من خلال خدمات ومنصات غير مشروعة.
2. وتعتبر سوق الموسيقى هذا الجيل جيلاً ضائعاً لأنه اعتاد على توافر الموسيقى دون أن يضطر إلى دفع المال مقابل الانتفاع بها. فقد شكلت سوق غير مشروعة عقلية المستهلكين وباتت الحاجة ملحة إلى تذكير الناس بأن كل أغنية يستمعون إليها لم تتطلب المهوبة والرؤية فحسب، بل تطلبت أيضاً استثمارات واتخاذ قرارات. وهذا هو الهدف من اللعبة الإلكترونية "نيكست بيغ ثينغ" (NEXT BIG THING) التي صممتها وأنتجتها جمعية الموسيقيين السويسرية، وهي الجمعية الرسمية الراعية لمشهد موسيقى البوب/الروك في سويسرا.
3. وتنصب معركتنا الرئيسية بوصفنا جمعية على سد الثغرات في قانون حق المؤلف السويسري حتى تحظى أعمالنا وأعمال زملائنا من الأسواق الثقافية الأخرى بالحماية المناسبة.
4. وفي الوقت نفسه، ندرك أن التحول في العقلية يتخذ منحى واسعاً ولا يقتصر على إتاحة الموسيقى بالمجان. فحتى لو عاودنا توفير سوق قانونية في جزءها الأعم للموسيقى، سيحتاج المستهلكون وقتاً طويلاً قبل أن يدركوا الأسباب التي تجعل إتاحة الموسيقى بالمجان أمراً غير وحيه.
5. وصُممت لعبة "نيكست بيغ ثينغ" لـحمل الناس على إدراك الأسباب التي تجعل إتاحة الموسيقى بالمجان أمراً غير وحيه.

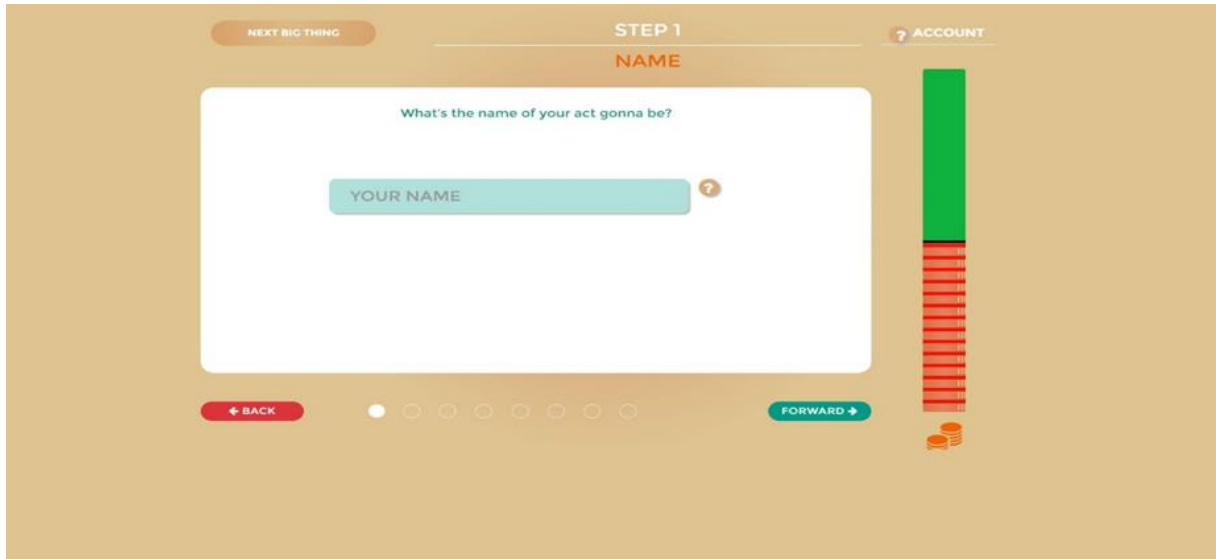
6. وتحمل هذه اللعبة الإلكترونية المشارك فيها مباشرة إلى قلب عملية إعداد التسجيل بحيث تواقبه خلال خطوات الإنتاج. فنحن نفترض بأن المشارك يرغب في إعداد تسجيل، وقررنا عدم تصنيف المشاركين وفق النمط الموسيقي الذي يتبعونه إذ كان من شأن خلاف ذلك أن يجبرنا على تنفيذ العديد من الخيارات التي كان من الممكن أن تصبح مربكة للغاية لجمهورنا المستهدف، أي الأشخاص الذين لا يعملون عادة في حقل الموسيقى والمعجبون والمستهلكون. كما أننا نستهدف في الغالب جيل الشباب.



## ثانياً. اللعبة

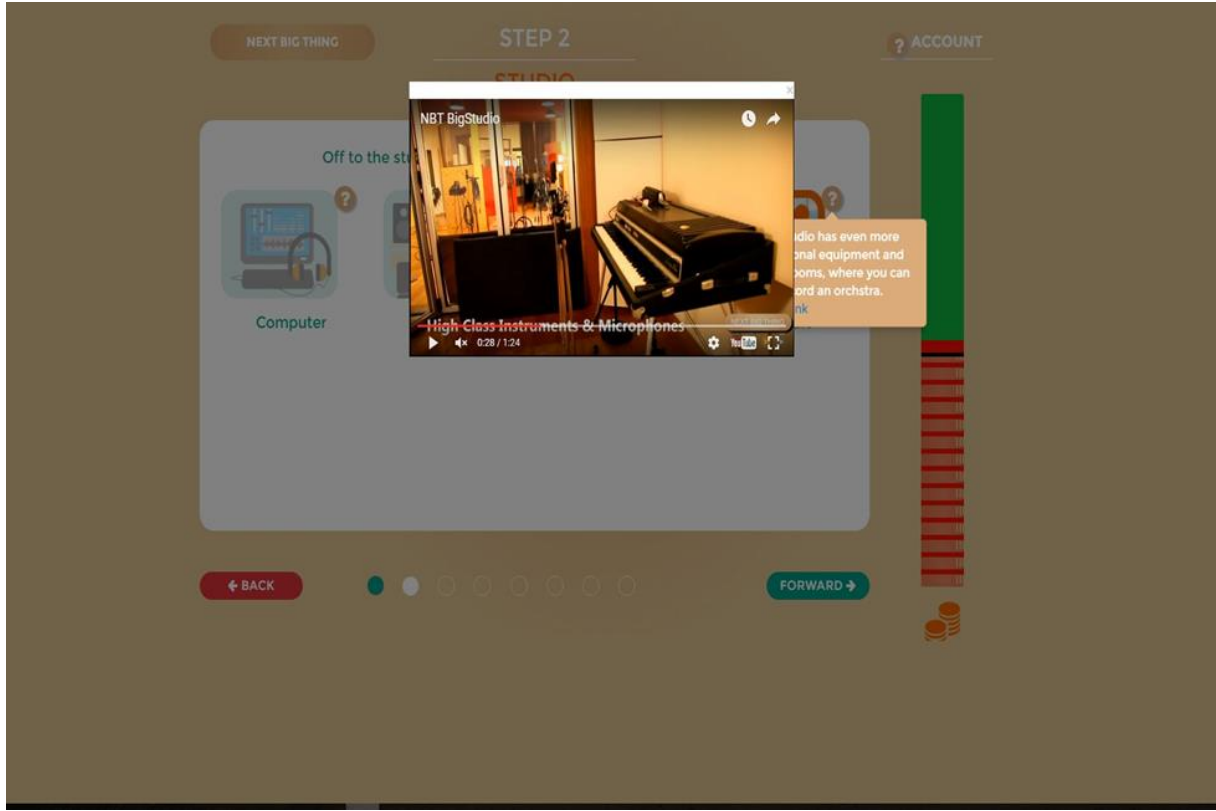
7. نبدأ باختبار اللغة. لعبة "نيكست بيغ ثينغ" تعرض في ثلاث لغات رسمية في سويسرا (الألمانية والفرنسية والإيطالية) بالإضافة إلى اللغة الإنجليزية.

8. ثم يتعين اختيار اسم. ومن البديهي أن الاختصار على تسمية عرض موسيقي باسم "كريستوف" سيكون على الأرجح فكرة غير مستحسنة إذ ينبغي أن يكون الاسم سهل الاستدكار ويتناسب مع المفهوم الفني العام للعرض. وهذه هي الخطوة الأولى والخيار المهم في مسار اللعبة.



9. ومع تقنيات التسجيل المنزلي المتاحة بتكلفة منخفضة، أصبح من الممكن إنجاز طرق تسجيل متعددة. فقول المعلومات تساعد المشاركين في اللعبة على فهم نوع القرار الذي يتخذونه وما يمكن أن ينطوي عليه. وفي معظم الحالات، لا يستوفي التسجيل المنزلي معايير الجودة التي يمكن الوصول إليها في الاستوديو المهني. ويظهر رابط فيديو بمزيد من التفصيل ما يعني "الاستوديو الكبير"، ويشرح أيضاً دواعي ارتفاع تكلفته، مع ما يتاح فيه من حيز وتجهيزات.

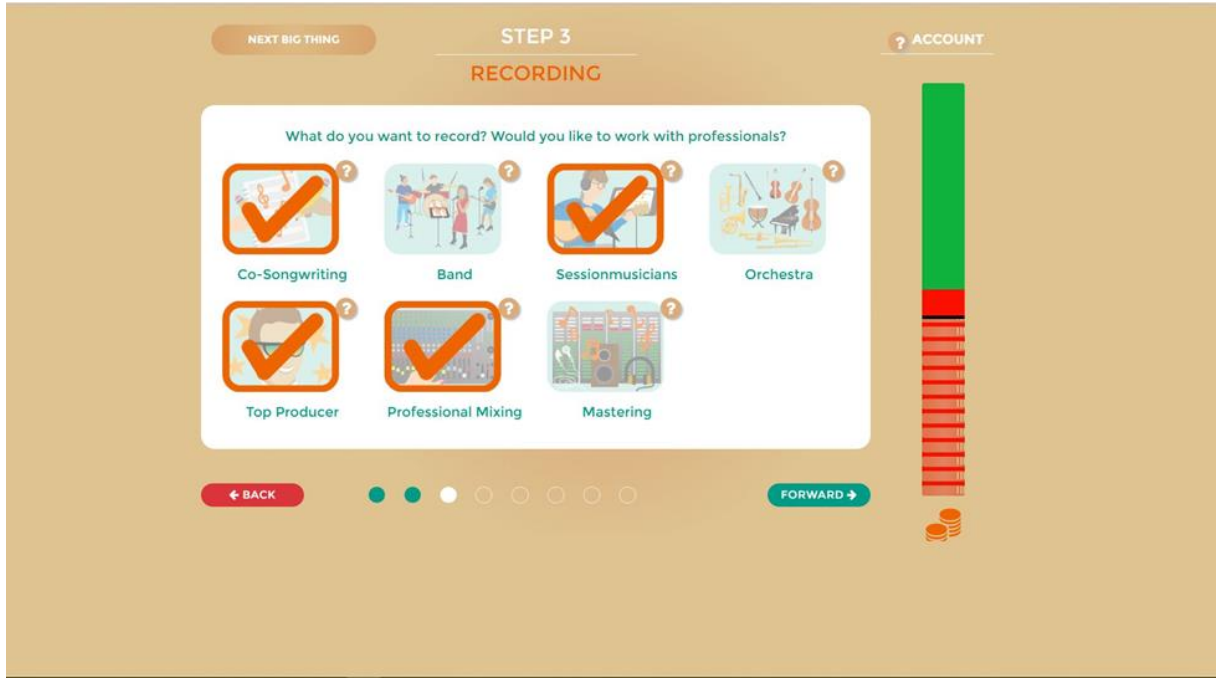




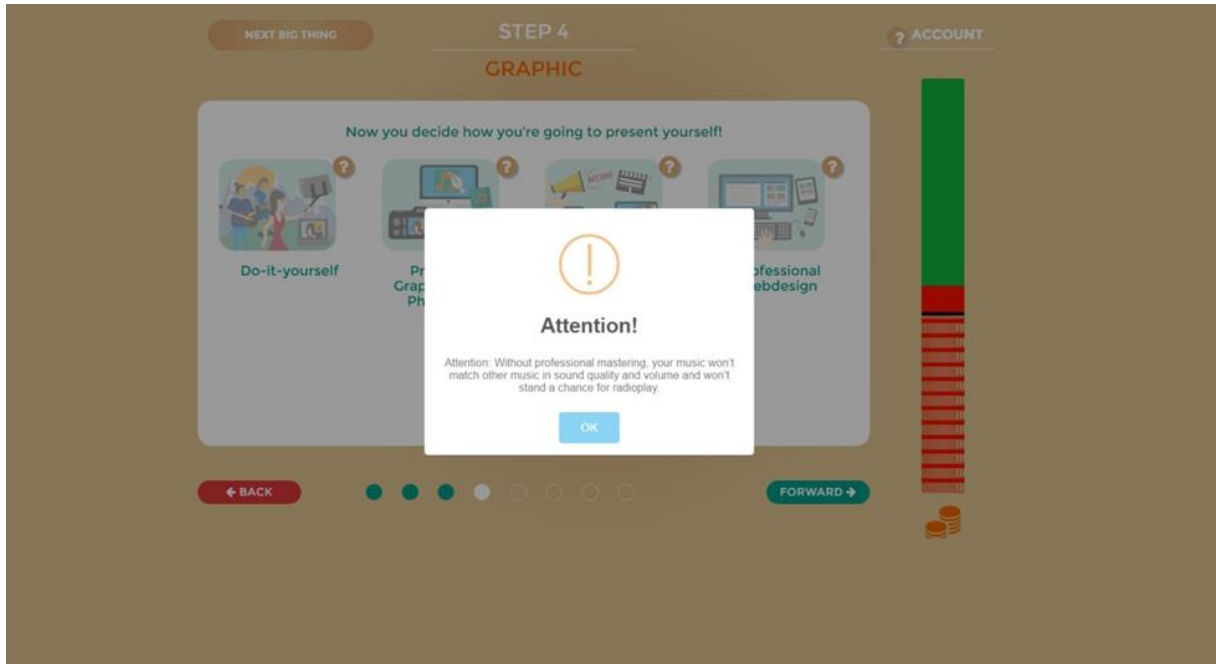
10. وفي الوقت الذي نحدد فيه خياراتنا، يُظهر المؤشر الموجود على الجانب التكلفة المتراكمة: فكل قرار متخذ يترتب عنه استثمار معين.

11. وقد قررنا عدم إدراج أرقام محددة لأن من شأن ذلك أن يفتح في كل مرة باباً جديداً للمناقشة ("أنا أعرف شخصاً بإمكانه أن يقوم بهذا الأمر بتكلفة منخفضة..."), لكننا ناقشنا هذه الأمور في مجلس جمعيتنا الذي يضم موسيقيين نشيطين ومنتجين فنيين من أنماط مختلفة وحققوا مستويات متفاوتة من النجاح، وتستند البرمجة على خبرتنا المشتركة.

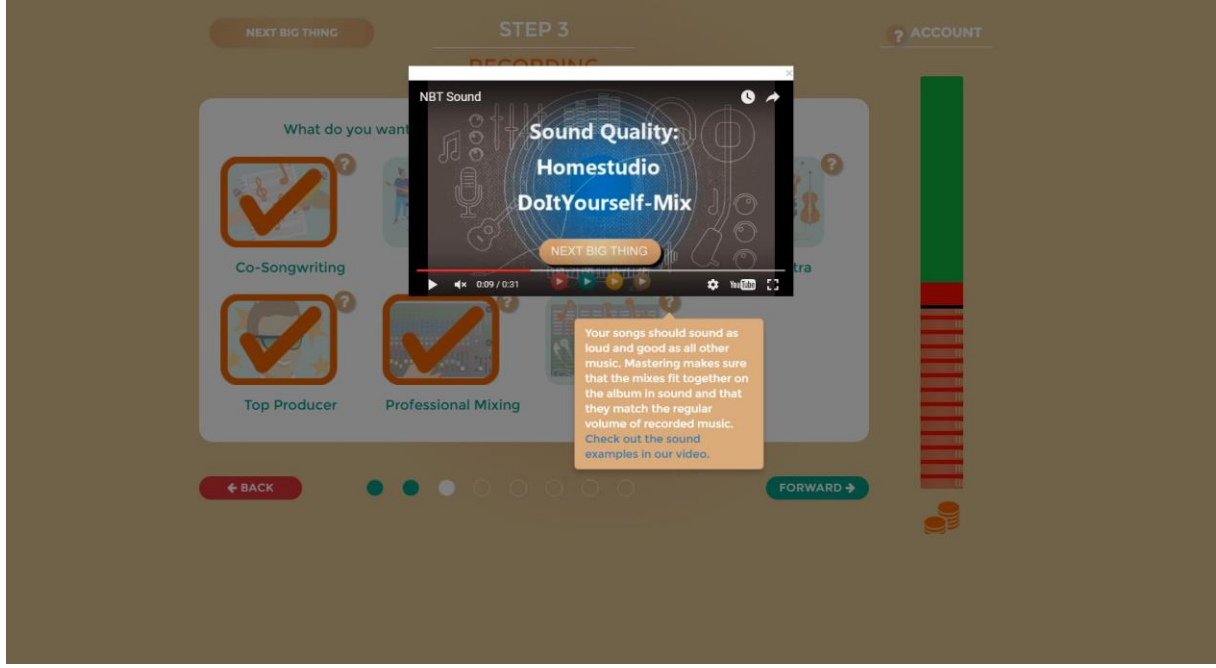
12. وتتطلب الخطوة التالية من المشارك اتخاذ قرار بشأن عملية التسجيل. فمن الممكن أن يبدو اختيار فرقة موسيقية أو موسيقي الاستوديو قراراً فنياً بحتاً، لكن يترتب عن ذلك مجموعة من النتائج إذ لا يمكن للمرء أن يسجل عمل فرقة موسيقية بالاقتران على استخدام حاسوب مثلاً، أو يتعين على المرء حجز "الاستوديو الكبير" إذا كان ينوي تسجيل عمل جوق موسيقي. كما يتعين على المرء تقرير ما إذا كان يرغب في توظيف منتج من ذوي الخبرة.



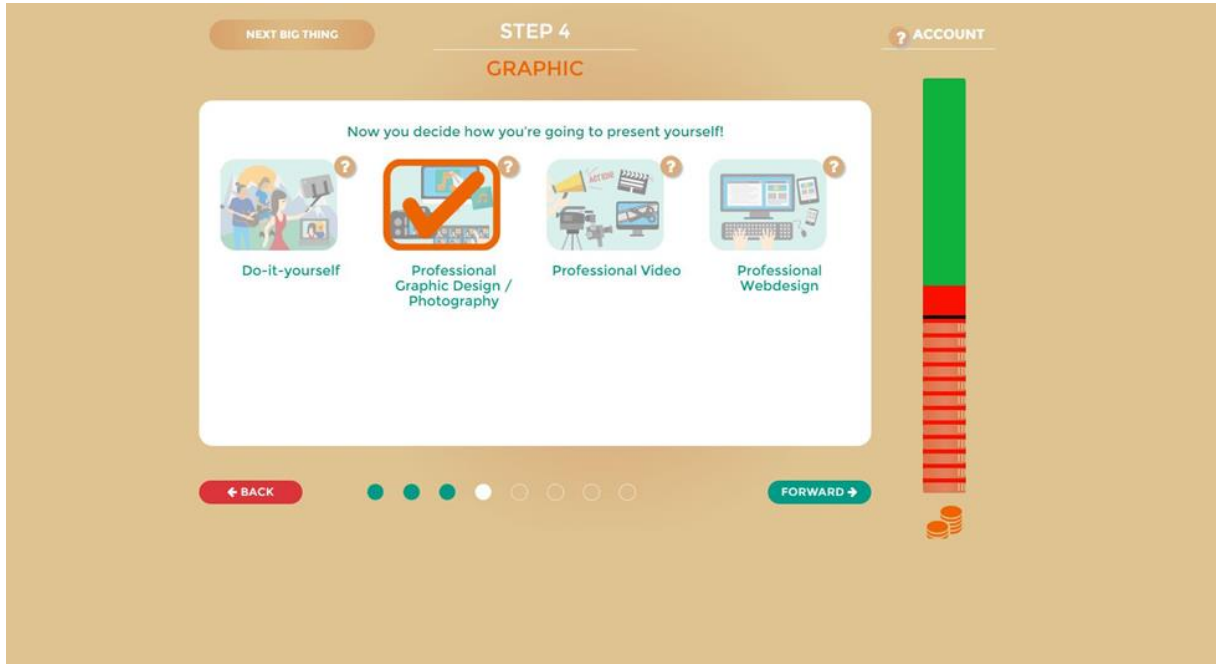
13. وإذا قررت عدم هندسة صوت تسجيلك، سثبته إلى أن جودة صوت عملك الموسيقي وقوته لن يكونا في نفس مستوى أعمال الفنانين المنافسين. ويبين رابط فيديو مع نماذج صوتية ما يمكن أن يضيفه التسجيل والتوليف والتصحيح التقني للصوت بطريقة مهنية على صوت الأغنية.







14. ويتعلق القرار التالي بتصميم التسجيل. فمظهر المنتج أمر مهم في عالمنا المرئي. وثمة مجموعة من خيارات التنفيذ الذاتي أقل كلفة من الخيارات المهنية، لكن المشاركين في اللعبة يحاطوا علماً بأن حتى خيارات التنفيذ الذاتي تتطلب دراية وتجهيزات متينة.

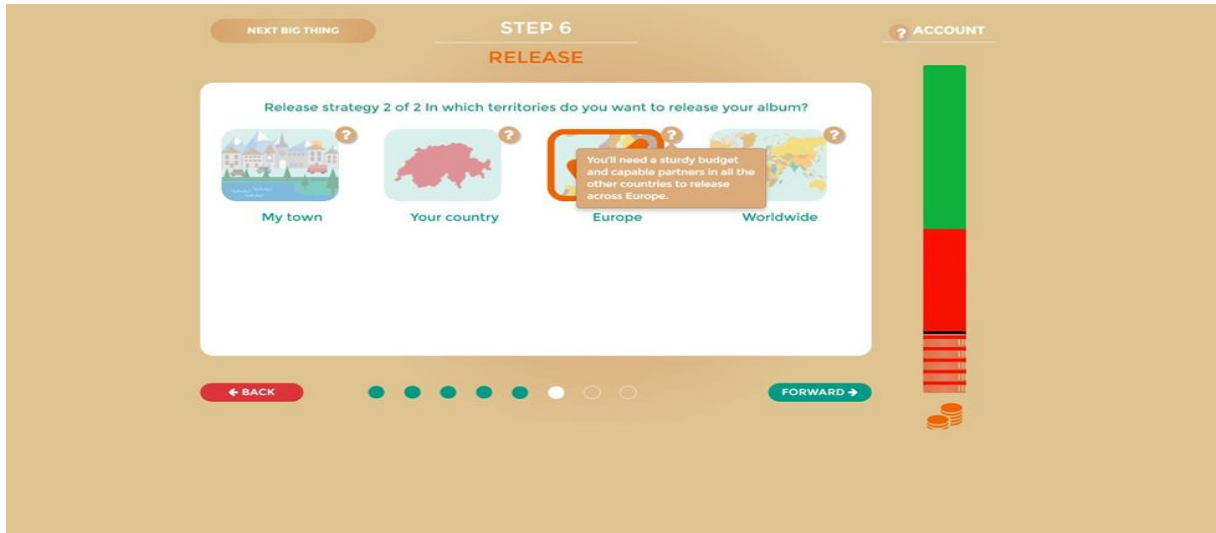


15. ثم يتعين التخطيط لطبيعة المنتج وتوزيعه. فهل ستختار استراتيجية رقمية؟ يُخبر المشاركون في اللعبة بأن المبيعات المادية لا تزال تشكل 50% من دخل هذه الصناعة، وبأن الدخل حسب كل مادة هو أفضل بكثير مقارنة مع عمليات البث المباشر والتحميل. لكن بطبيعة الحال، تحتاج السلع المادية إلى الإنتاج والتخزين والشحن، لذلك تكون التكاليف مرتفعة أيضاً.

16. ويحتاج الترويج للتخطيط أيضاً. فمن منا لا يرغب في أن يُرى ويُسمع في جميع القنوات؟ لكن يجب الاتصال بهذه القنوات وإقناعها. فمع حجم الموسيقى الذي يطلق في كل أسبوع، لا أحد في محطة التلفزيون سيبحث عن فرقة موسيقية لم يسبق له أن سمع عنها. وبإمكان وكلاء الترويج أن يقوموا بهذا الأمر لفائدة فرقة موسيقية، لكن كلما عملوا، سيحتاجون إلى الحصول على مقابل مادي.



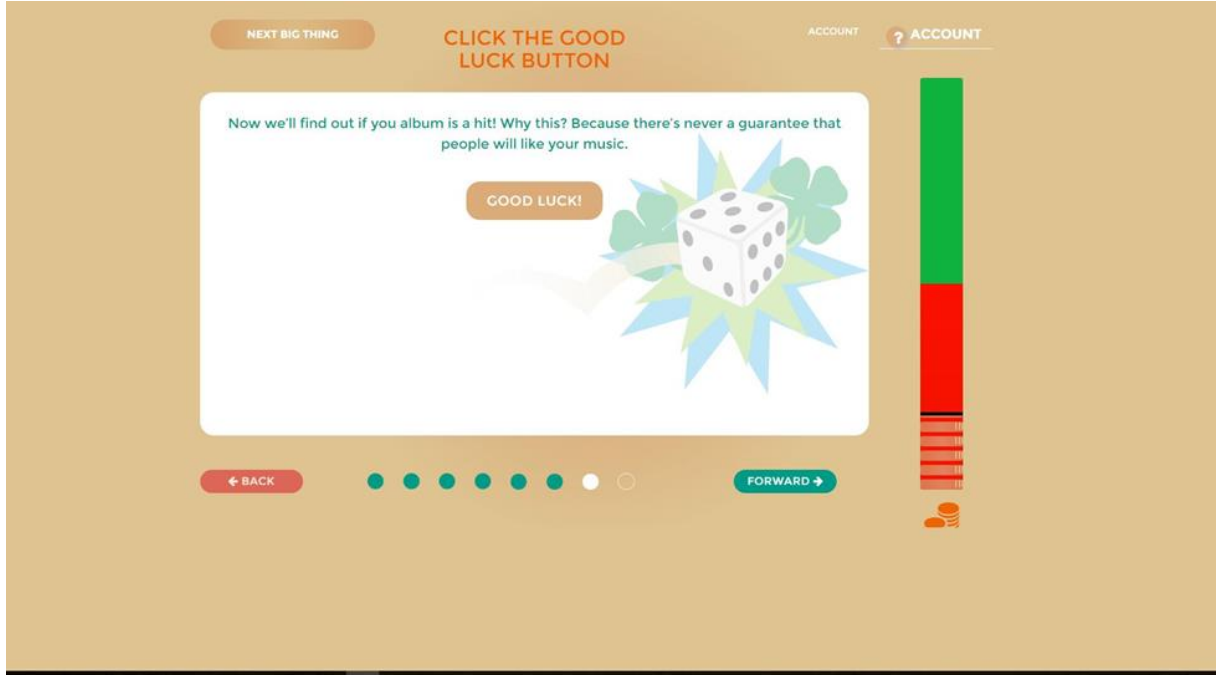
17. وأخيراً، يتعين تحديد الإقليم الذي سيُطرح فيه التسجيل. فمن البديهي أن تكاليف الترويج والإنتاج المادي تتزايد بشكل كبير بالنسبة لإقليم أكبر حجماً. وفي هذه الحالة بالذات تزداد كلفة العملية وينته المشاركون في اللعبة إلى أنهم يحتاجون إلى شركاء جيدين لتحقيق النجاح.



18. وبذلك نصل إلى الجزء الرئيسي حيث لا توجد أي ضمانات. فهما بلغ حجم استثمار المشاركين في اللعبة، فإن الأمر يظل مسألة حظ. وعندما يضغطوا على زر الإصدار، تظهر رسالة كتب عليها "حظ سعيد".

19. وعندما برمجنا اللعبة، فكرنا ملياً بشأن الصلات التي يمكن أن تجمع بين طريقة إنتاج ألبوم واحتمال نجاحه. وقد أدركنا بأنه على الرغم من الأخطاء التي يمكن أن ترتكب، فلا يمكن لأي قرار أن يضمن النجاح. ومن البديهي أن عدم تسجيل عمك الموسيقي وتوليئه بطريقة مهنية سيكون خياراً سيئاً. كما أن الركون دائماً إلى نفس خيارات التنفيذ الذاتي سيقص فرص

النجاح. لكننا نعرف جميعاً الإنتاجات باهظة التكاليف التي فشلت فشلاً ذريعاً في السوق. ويمكن أن يعزى ذلك إلى أن الموسيقى كانت ببساطة غير جيدة. ومن الأسباب الأخرى أن يصادف إصدار العمل إصدار عمل شخص آخر استأثر بالاهتمام كله.

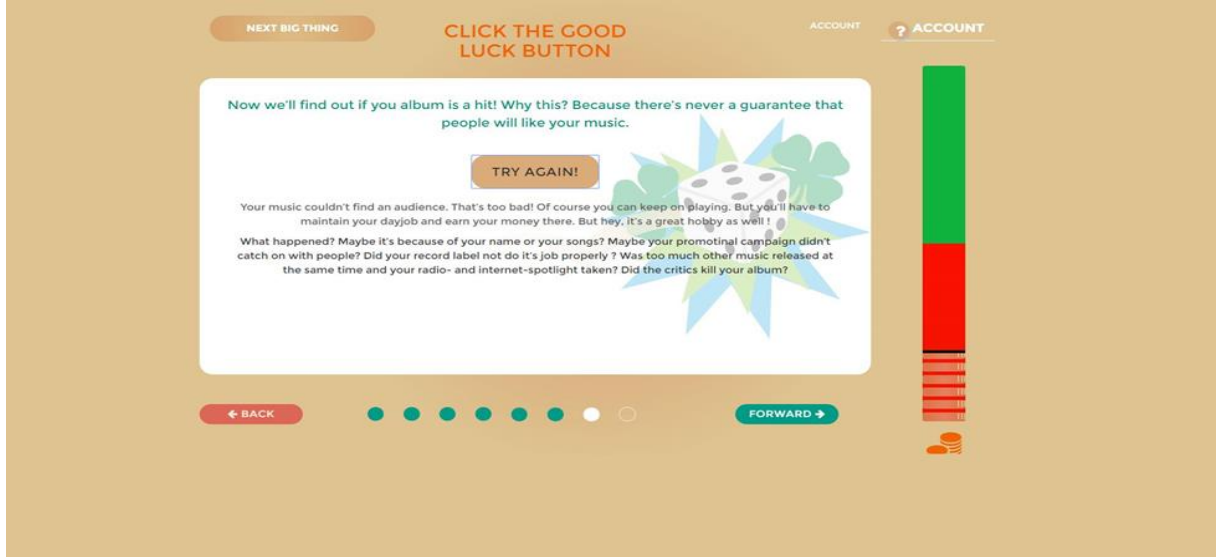


20. وعند هذه المرحلة، تتضمن البرمجة مجموعة من أربعة خيارات:

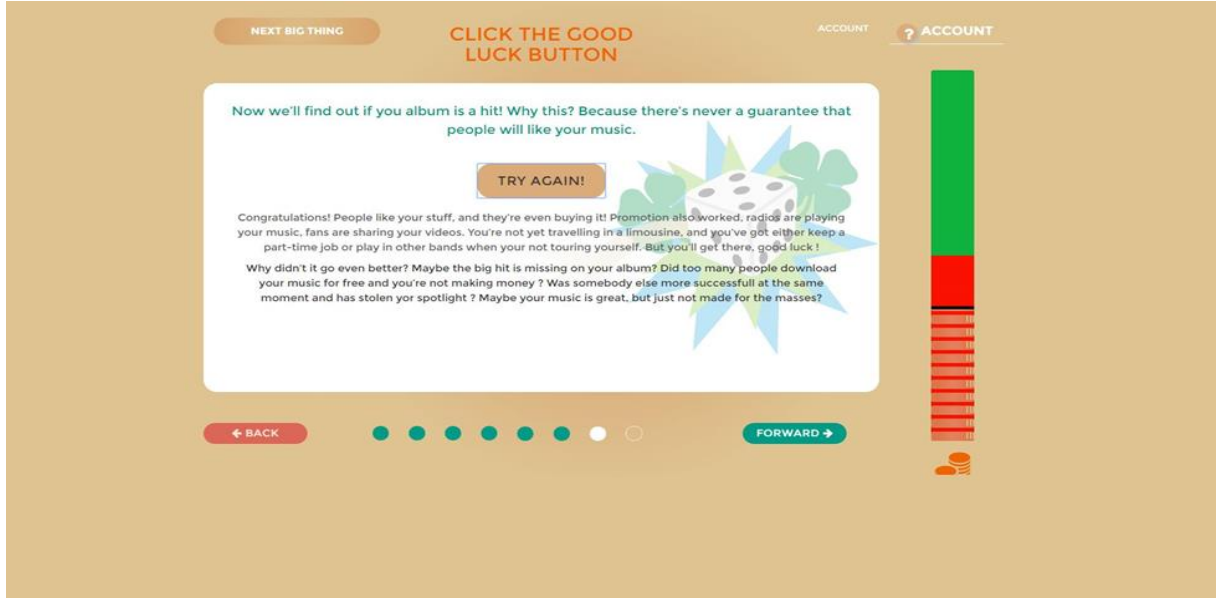
- فشل ذريع؛
- نجاح ضئيل يمكن أن يكون أساساً للاستمرار والبناء عليه؛
- نجاح على نطاق أوسع يشكل أساساً لمسار مهني دون أن يكون نجاحاً باهراً؛
- نجاح باهر.

21. وتعمل الخوارزمية بشكل يجعل احتمال وجود خيار معين مقترناً بالقرارات المتخذة طوال اللعبة، ولكنها تترك النتيجة المحددة للصدفة. فكل خيار يترافق مع قدر من الدخل الذي يحدد وفق نوع الإصدار وإقليمه.

22. وانظر الآن إلى ما يحدث.

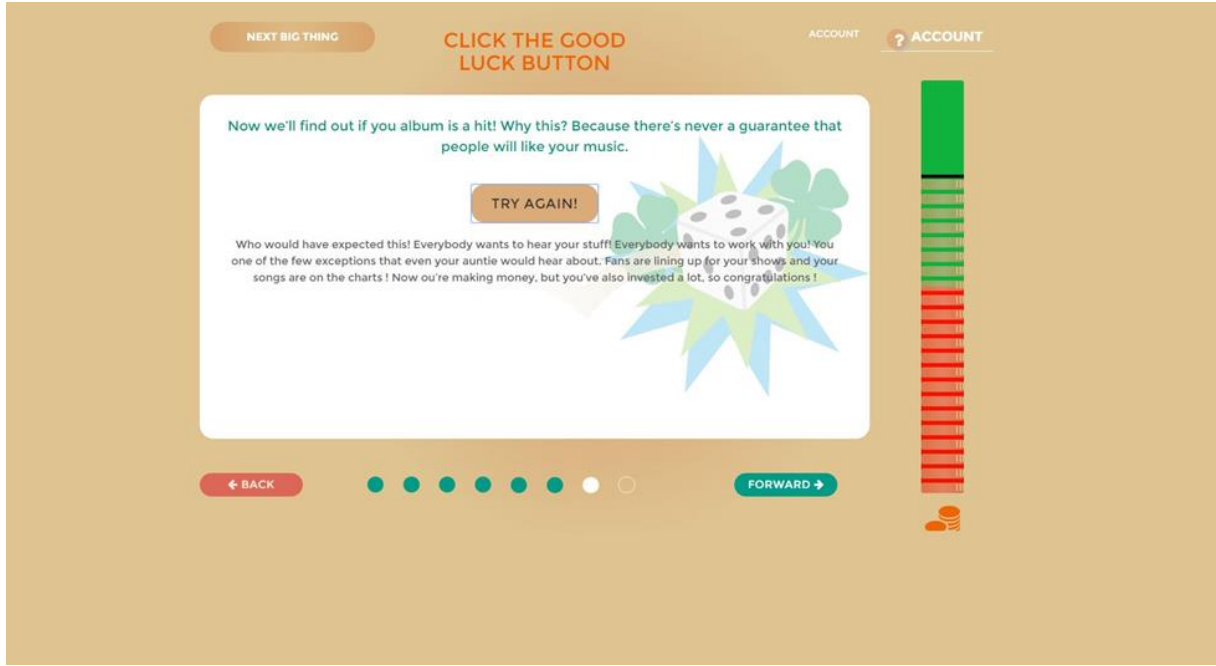


23. تجرب اللعبة المشارك بأن عمله الموسيقي قد فشل. فلنحاول مجدداً.



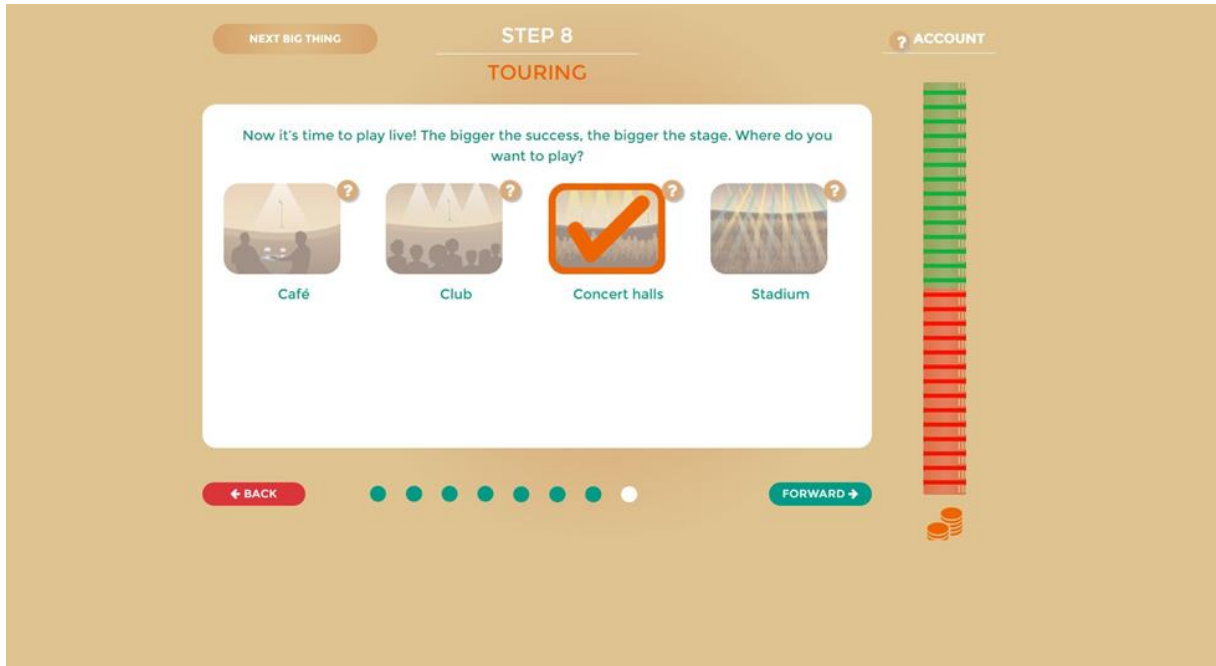
24. تحسن حجم المبيعات؛ وهو ما يعني أنه يمكن للمشاركين أن يواصلوا اللعبة. لكن المؤشر لا يزال عند المنطقة الحمراء. لذلك، يتبين أن بناء مسار مهني يتطلب استثماراً طويلاً الأجل، ولن يمؤ ذلك من خلال المبيعات لوحدها على الرغم من النجاح النسبي المحرز.

25. حاول مرة أخرى! تجرب اللعبة المشاركين في هذه المرة بأن عملهم الموسيقي حقق نجاحاً. ولتأكيد ماهية النجاح، نذكر بأن هذا هو نوع النجاح الذي سيعرفه حتى الشخص الذي لم يعرف الموسيقي إلا من خلال مشاهدة التلفزيون بانتظام. ويحصل المشاركون في اللعبة على بعض المال عند هذه المرحلة.



26. والخطوة التالية هي الجولة الدعائية إذ يختار المشاركون في اللعبة اعتماداً على قدر النجاح المحقق المكان الذي يرغبون في أن يقيموا فيه عروضهم. فالفشل لن يخول لهم سوى تقديم عروضهم في المقاهي، في حين يتيح لهم النجاح على المستوى الدولي اختيار الملاعب.

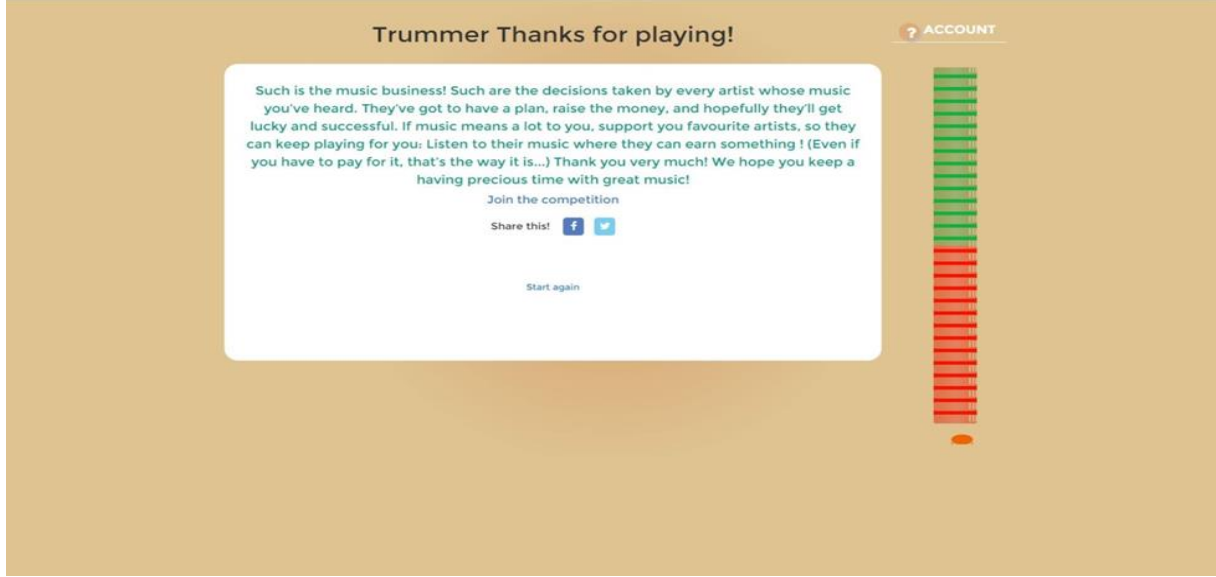
27. وإذا نجح هذا الأمر، فيمكن جني أموال طائلة. بل إن حتى خيار النجاح الضئيل يمكن أن يتيح لصاحبه إن هو أحسن الإنفاق طوال اللعبة فرصة التخلص من الديون والحصول على دخل متواضع. ويعكس ذلك واقع العديد من الموسيقيين الذين ينتجون أعمالاً موسيقية في الغالب ليكون لديهم داعي لاستئناف المسار.



28. وعند هذه الخطوة، تفترض البرمجة أن الجولة ستكون ناجحة وأن الناس سيحضرون الحفلات الموسيقية. لكن الواقع يظل أكثر تعقيداً بطبيعة الحال. فهناك المنافسة، والطقس، والجداول الزمنية وغير ذلك؛ وثمة العديد من العقبات المحتملة التي

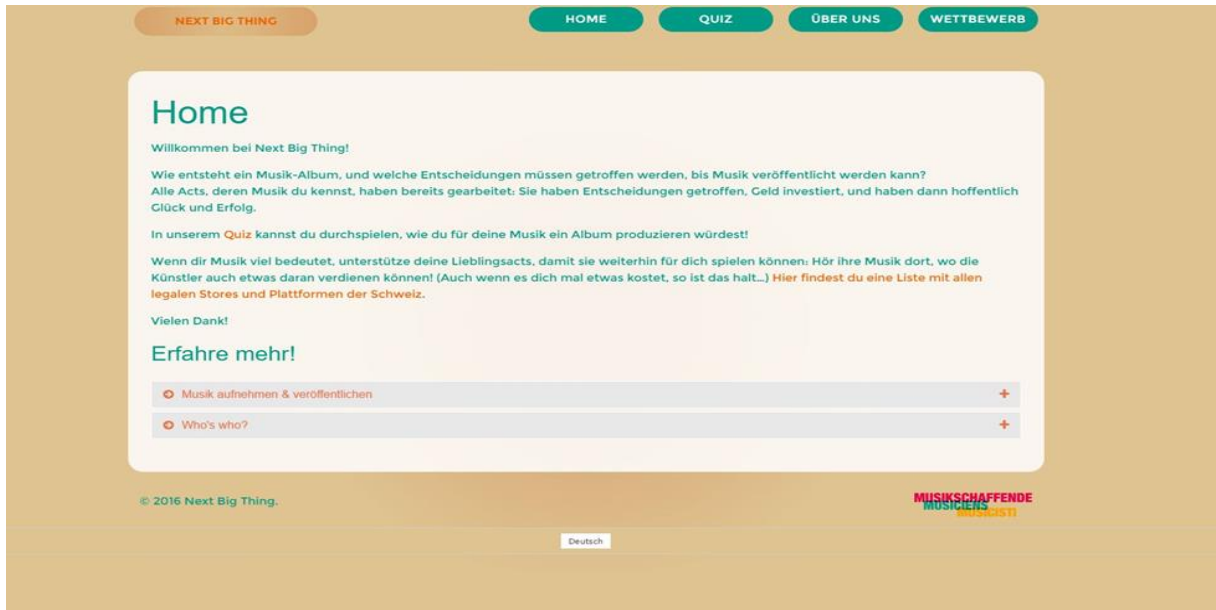
يتعين على الجولة التغلب عليها من أجل تحقيق النجاح. وقد قررنا عدم التعمق في هذا الجزء من صناعة الموسيقى لأن الهدف الرئيسي من اللعبة هو إذكاء الوعي بما ينطوي عليه إنجار التسجيلات الموسيقية.

29. وفي الخطوة الأخيرة، تظهر رسالة تثقيفية قصيرة لجميع المشاركين في اللعبة. وعلى الرغم من أن هذه هي المادة التثقيفية الواضحة والوحيدة المستخدمة في اللعبة، فمن المؤمل أن يكون المشاركون في اللعبة قد تعلموا الكثير طوال المراحل كلها. كما تسنح لهم بطبيعة الحال فرصة تقاسم تجربتهم. وسننظم أيضاً مسابقات دورية لتحفيز الناس على اللعب.



### ثالثاً. "نيكست بيغ ثينغ" - القسم التثقيفي

30. يحتوي الموقع الإلكتروني أيضاً على قسم إعلامي مع أجوبة عن الأسئلة المتكررة حول خلفية الإنتاج الموسيقي، بالإضافة إلى جزء أفرد لقائمة بأسماء الأعلام.





NEXT BIG THING HOME QUIZ ÜBER UNS WETTBEWERB

## Home

Willkommen bei Next Big Thing!

Wie entsteht ein Musik-Album, und welche Entscheidungen müssen getroffen werden, bis Musik veröffentlicht werden kann? Alle Acts, deren Musik du kennst, haben bereits gearbeitet: Sie haben Entscheidungen getroffen, Geld investiert, und haben dann hoffentlich Glück und Erfolg.

In unserem Quiz kannst du durchspielen, wie du für deine Musik ein Album produzieren würdest!

Wenn dir Musik viel bedeutet, unterstütze deine Lieblingsacts, damit sie weiterhin für dich spielen können: Hör ihre Musik dort, wo die Künstler auch etwas daran verdienen können! (Auch wenn es dich mal etwas kostet, so ist das halt...) Hier findest du eine Liste mit allen legalen Stores und Plattformen der Schweiz.

Vielen Dank!

### Erfahre mehr!

- Musik aufnehmen & veröffentlichen
- Who's who?

#### Wer macht was?

- Produzent
- Engineer (Mixing & Mastering)

## رابعاً. "نيكست بيغ ثينغ" - خطط أخرى

31. وعلى الرغم من أن لعبة "نيكست بيغ ثينغ" أصبحت متاحة على الإنترنت منذ 16 أبريل 2016، فلم تصدر بعد أي نسخة موجهة للعموم، في انتظار وضع اللمسات الأخيرة على الموقع الإلكتروني الشامل.
32. وتوجد نسخة إلكترونية تجريبية في متحف الجمارك السويسرية في غاندريا، في إطار معرض حول القرصنة. وهذه فرصة سانحة لإذكاء الوعي بين المراهقين وبث رسالة بناءة وإيجابية تبين أن كل أغنية تنطوي على قصة معينة: القلب، والموهبة، والدراية، واستثمار المال، والوقت، إلخ.
33. ويجري حالياً إعداد مواد للمعلمين (يشتركون في بعض الأحيان في العزف ضمن فرقة موسيقية)، مع دروس قصيرة (تقل مدتها عن 20 دقيقة). والهدف من ذلك هو الحصول على أكبر عدد ممكن من المعلمين الذين بإمكانهم قضاء ساعة مع طلابهم وهم يخوضون أطوار اللعبة ويستعرضون محتواها الإعلامي. وللتبسيط المتبع نطاق واسع حيث يشمل أيضاً مسائل الاقتصاد والأخلاقيات والتكنولوجيات المعنية في هذا السياق.
34. وسننظم أيضاً زيارات إلى مدارس لتدريب المعلمين.
35. وفي الختام، تهتم جمعية الموسيقيين السويسرية بإذكاء أكبر قدر ممكن من الوعي وتطلع إلى تكييف هذا النموذج لاستخدامه في بلدان أخرى.

[نهاية الوثيقة]