

Консультативный комитет по защите прав

Девятая сессия

Женева, 3–5 марта 2014 г.

**ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ ПО ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ
ИНФОРМИРОВАННОСТИ ОБЩЕСТВЕННОСТИ В ОБЛАСТИ ИС И ЗАЩИТЫ
ПРАВ: КАМПАНИЯ «ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ — ПРОСВЕЩЕНИЕ —
ЗАЩИТА ПРАВ В ОБЛАСТИ ИС»**

*подготовлено г-ном Любошем Кнотом (ведомство по промышленной собственности
Словацкой Республики)**

I. ИСТОРИЯ ВОПРОСА

1. Принято считать, что спрос и предложение в условиях рынка взаимосвязаны, а ключевую роль в этом балансе играет покупатель, принимающий решение о покупке. Для развития и совершенствования комплекса эффективных правил и механизмов защиты прав ИС на всех уровнях проведен большой объем работы. Теперь пришло время сконцентрировать наши усилия на благо обычного покупателя, который часто затрудняется сделать выбор в условиях огромного выбора товаров разного качества и сомнительного происхождения. Дети, учащиеся, различные возрастные группы характеризуются разными потребностями, предпочтениями и ожиданиями в отношении системы ИС, но все они заинтересованы в том, чтобы пользоваться ИС в повседневной жизни.

2. Национальная комиссия по координации сотрудничества в целях борьбы с контрафакцией и пиратством была создана в том числе для того, чтобы улучшить

* Взгляды, изложенные в настоящем документе, принадлежат его автору и могут не совпадать с мнением Секретариата и государств-членов ВОИС.

восприятие и понимание населением проблематики ИС. Комиссия была учреждена постановлением правительства Словацкой Республики №198 от 16 марта 2011 г.

3. Национальная комиссия по координации сотрудничества в целях борьбы с контрафакцией и пиратством занимается согласованием усилий, направленных на противодействие нарушениям прав интеллектуальной собственности (ПИС), и участвует в разработке и реализации планов действий по борьбе с контрафакцией и пиратством. Одиннадцать членов Комиссии представляют компетентные государственные органы, работающие в сфере интеллектуальной собственности и ее охраны. Функции секретаря Комиссии выполняет ведомство по промышленной собственности Словацкой Республики (ВПС СР). Основная цель, стоящая перед Комиссией, заключается в повышении уровня информированности населения в вопросах ИС и противодействии нарушениям ПИС.

4. Самой первой задачей Комиссии была разработка и реализация национальной стратегии по борьбе с контрафакцией.

5. Национальная стратегия по борьбе с контрафакцией представляет собой комплекс согласованных мер, направленных на достижение следующих целей:

- a) повышение уровня информированности общественности относительно негативных последствий контрафакции и пиратства для общества и отдельных лиц;
- b) сокращение числа нарушений ПИС;
- c) сбор достоверной и точной информации о масштабе и структуре нарушений ПИС.

II. НАЦИОНАЛЬНАЯ КАМПАНИЯ «ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ — ПРОСВЕЩЕНИЕ — ЗАЩИТА ПРАВ В ОБЛАСТИ ИС, 2013–2015 ГГ.»

6. Одним из обязательных условий действенной защиты прав ИС является проведение эффективной кампании, направленной на повышение уровня информированности широкой публики и всех целевых групп. ВПС СР, будучи секретарем Национальной комиссии по координации сотрудничества в целях борьбы с контрафакцией и пиратством, в 2013 г. начало реализацию национальной кампании по борьбе с контрафакцией и пиратством. Стимулом послужил сохраняющийся низкий уровень информированности в отношении ПИС, распространение угрозы и опасности подделок для потребителей (медикаменты, запчасти, игрушки, продукты питания и т.п.), а также существующий в обществе запрос на решение соответствующих проблем. Эта инициатива получила поддержку Национального совета Словацкой Республики. Всемирная организация интеллектуальной собственности стала ценным партнером в осуществлении этого проекта, привнеся свои идеи и рекомендации.

7. По всей стране была проведена широкомасштабная кампания в СМИ с участием всех государственных заинтересованных сторон в области ПИС. Она была направлена на то, чтобы донести до отдельных целевых групп следующие **ключевые идеи**:

- ИС означает **«Знания и информация»**
Этот посыл ориентирован на тех, кто еще сам не зарабатывает, но уже делает покупки, с тем, чтобы у них возникло понимание таких категорий, как охрана и

защита, в частности, в таких вопросах, как ИС/авторское право, охрана личных данных в социальных сетях, при скачивании музыки/фильмов и т.д.

▪ ИС означает **«качество»**

Создание у тех, кто зарабатывает деньги и делает покупки, уверенности в том, что тот или иной товар не является подделкой, имеет высокое качество, не принесет вреда здоровью и т.д.

▪ ИС означает **«Имидж и прибыль»**

Помочь тем, кто производит и лицензирует/продает товары, вселить в потребителей уверенность в том, что предлагаемый товар не подделка, безупречен с юридической точки зрения и обладает высоким качеством.

8. Для повышения эффективности и разработки адресных решений были определены разные целевые группы (по возрасту и экономической активности).

Год	Целевая группа — критерий 1	Целевая группа — критерий 2	Конкретные результаты	
2013 г.	Кампания А «nefejkuj.sk» Начальные школы Дети 10-15 лет	Без дохода	Образовательная веб-страница 1 Опросы 1 и 2 Промо-материалы Дискуссионные группы	
2014 г.	Кампания В Потребители: до 35 лет Потребители: 36-60 лет Потребители: старше 60 лет	Имеют доход, покупают	Образовательная веб-страница 2 Опросы 1 и 2 Промо-материалы (ТВ, интернет, радио), выставки, семинары	На рассмотрении
2015 г.	Кампания С Производители Продавцы	Имеют доход, продают	Образовательная веб-страница 3 Опросы 1 и 2, промо-материалы (ТВ, интернет, радио) Семинары	На рассмотрении

ПАРТНЕРЫ ПО ОСУЩЕСТВЛЕНИЮ ПРОЕКТОВ

9. Деятельность ведется в рамках тесного сотрудничества со всеми национальными правительственными учреждениями. Партнеры привлекались к подготовке и доведению основных идей до отобранных целевых групп.

Кампания/год	Партнер по сотрудничеству
Кампания А «nefejkuj.sk» (2013 г.)	Министерство образования Словацкой Республики Министерство культуры Словацкой Республики Автономный регион Банска-Быстрица Муниципалитет Банска-Быстрицы
Кампания В (2014 г.)	Министерство экономики Словацкой Республики Министерство сельского хозяйства Словацкой Республики Министерство здравоохранения Словацкой Республики Министерство внутренних дел Словацкой Республики Финансовый директорат Словацкой Республики Ассоциация торговли и туризма Ассоциация потребителей
Кампания С (2015 г.)	Торгово-промышленная палата Словакии Финансовый директорат Словацкой Республики Ассоциации производителей и розничной торговли Министерство экономики Словацкой Республики















СРЕДСТВА КОММУНИКАЦИИ

10. Для повышения уровня осведомленности населения в отношении охраны интеллектуальной собственности ВПС СР проводит информационно-пропагандистские кампании с использованием различных средств массовой информации, таких как социальная реклама по телевидению, телепередачи, материалы в газетах, на порталах, в блогах и социальных сетях (например, Facebook). В частности, социальная реклама и телепередачи нацелены на информирование общественности о вреде контрафактной продукции и формирование культуры потребления подлинных товаров.

11. Кроме того, ВПС СР разработало развлекательный веб-контент на тему вреда контрафактной продукции для учащихся младших и средних классов. При сотрудничестве с частным сектором была разработана программа онлайн-обучения, позволяющая молодежи сравнивать подлинные и поддельные медицинские препараты.

СРОКИ

12. Вся кампания разделена на три части, при этом в последний год деятельность будет активизирована: для полного охвата всех целевых групп и вывода информированности населения в вопросах ИС на качественно новый уровень мероприятия по всем трем направлениям начнутся одновременно. Кампанию можно проводить повторно (после модернизации).

Мероприятие	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2016 г.	
	1-2 кв.	3-4 кв.	1-2 кв.	1-2 кв.	3-4 кв.	3-4 кв.	1-2 кв.	3-4 кв.
Начало кампании А								
Сведение материалов/информации								
Демо-версия веб-страницы nefejkuj.sk								
Привязка окончательной версии веб-страницы к FB и телефонам на Android								
Кампания А, реализация								
Опрос перед началом/оценка								
Элементы «зоны творчества» сайта								
Дискуссионные группы: начальные школы Словацкой Республики								
Опрос после кампании/оценка								
Кампания В, начало								
Сведение материалов/информации								
Веб-страница: ориентация на потребителей								
Кампания В, реализация								
Опрос перед началом/оценка								
«Выставка» подделок								
Специализированные семинары в Словацкой Республике								
Опрос после кампании/оценка								
Кампания С, начало								
Сведение материалов/информации								
Веб-страница: ориентация на производителей								
Кампания С, реализация								
Опрос перед началом/оценка								
Специализированные семинары в Словацкой Республике								
Опрос после кампании/оценка								

13. Комплексная реализация частей А, В и С для интенсивной работы со **всеми целевыми группами** начнется в 2016 г.

III. ПОДРОБНОЕ ОПИСАНИЕ КАМПАНИИ А (2013 Г.) «NEFEJKUJ.SK» (НЕ ПОДДЕЛЫВАЙ)

14. В интересах максимальной эффективности кампания ориентирована на детей 10-15 лет. Почему детей? Дети начинают поиск новых знаний, опыта и постепенно выбирают свой жизненный путь. Именно в раннем возрасте особенно полезно показать детям, какую пользу можно извлечь из их оригинальных идей, привить им основы морали, оказать положительное влияние на их формирующееся мышление. Благодаря разнообразным мероприятиям в рамках информационно-пропагандистских кампаний, обучению на практике и с участием преподавателей дети смогут познакомиться с миром ИС и узнать, как он функционирует. Именно из этого исходили создатели пропагандистских кампаний в Словакии. Основная мысль: помочь юноше или девушке воспринять позитивную информацию об использовании ИС и показать, как полученная за время обучения информация в области ИС может быть использована для открытия собственного успешного бизнеса на основе ИС. Соответственно, первая часть кампании ориентирована на детей и подростков от 10 до 15 лет: в этом возрасте укореняются привычки, связанные с учебой и поведением. В видеороликах для кампании снимаются известные певцы, актеры и спортсмены.

МОДЕЛЬ SK

15. Были определены три основные конкретные цели:

Цель 1

16. Создание тематической веб-страницы **www.nefejkuj.sk** с привязкой к Facebook. На микросайте будет размещена информация для детей о вреде подделок и незаконного копирования и о важности охраны оригинальных идей/творчества, а также основные данные об ИС. На странице nefejkuj.sk будут размещены доступные для загрузки бесплатные аудиозаписи, бесплатные автографы поп-звезд (певцов), фотографии и бесплатные игры. Мы попросили артистов и других людей, известных своей оригинальностью, рассказать, что они думают о подделках. Все наши гости поделились своим уникальным опытом и предоставили свои песни, автографы и фотографии. В кампании приняли участие девушки из популярной группы 5Angels, финалист чешско-словацкого конкурса «Суперзвезда» Денис Лако, известный поп-певец Робо Опатовски и комментатор мотогонок Марош Палеш. В видеороликах они отвечают на следующие вопросы:

- Не могли бы вы рассказать о себе?
- Вы когда-нибудь специально покупали подделку?
- Вы можете отличить оригинал от подделки?
- Почему вы поддерживаете кампанию nefejkuj.sk?
- Что бы вы сказали тем, кто любит копировать и красть чужие идеи?

Зона развлечений микросайта содержит бесплатные онлайн-игры для детей. Этот раздел создан для того, чтобы дети весело проводили время на сайте, играя в игры, которые не нарушают авторское право.

Зона творчества микросайта стимулирует творческие способности и способствует развитию оригинального мышления. Детям предлагается приложение для рисования, используя которое они могут создать собственный логотип кампании на основе имеющихся знаний об ИС. Кроме того, в зоне творчества дети могут читать комиксы с открытым финалом. Автор комиксов — ученик 9А класса средней школы в Братиславе. Сюжет построен таким образом, что дети могут придумывать собственные варианты развития событий.

Дискуссионные группы: собираются в средних школах. Цель таких групп — дать детям общее представление о правах ИС и рассказать о целях кампании. Каждая школа получила специальные промо-материалы по ИС, плакаты/брошюры о кампании «nefejkuj.sk».

Цели 2 и 3

17. **Опросы населения** (750 респондентов) были проведены в начале (сентябрь 2013 г.) и в конце кампании (декабрь 2013 г.) для оценки эффективности и результатов нашей работы. ВПС СР разработало и разместило на сайте nefejkuj.sk специальный опросник для детей 10-15 лет. Вопросы касались понимания аспектов ПИС и проблемы подделок (2000 респондентов).

ВЫВОДЫ И ПОСЛЕДУЮЩИЕ ДЕЙСТВИЯ

18. Словацкая Республика готова поделиться ценным опытом, который будет получен благодаря реализации данного проекта, и извлеченными уроками. Заинтересованным странам может быть предоставлена информация об адаптации различных элементов кампании. ВПС СР планирует в марте 2016 г. провести в Словацкой Республике **Международный форум по вопросам защиты прав в области ИС** и представить на нем кампании А, В и С, а также результаты нашей работы иностранным участникам, которые хотели бы провести у себя похожие кампании.

[Конец документа]