

WIPO/ACE/14/4 REV.

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 7 أغسطس 2019

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة الرابعة عشرة

جنيف، من 2 إلى 4 سبتمبر 2019

أنشطة التوعية والحملات الاستراتيجية بوصفها وسيلة لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية

مساهمات من إندونيسيا والهند والنرويج وعمان وبيرو وجمهورية مولدوفا

1. اتفقت اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ، خلال دورتها الثالثة عشرة التي عُقدت في الفترة من 3 إلى 5 سبتمبر 2018، على أن تنظر اللجنة، خلال دورتها الرابعة عشرة، في عدة موضوعات منها "تبادل المعلومات حول التجارب الوطنية الخاصة بأنشطة التوعية والحملات الاستراتيجية بوصفها وسيلة لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية بين الجمهور عموماً والشباب خصوصاً، طبقاً لأولويات الدول الأعضاء التعليمية وغيرها من الأولويات". وتعرض هذه الوثيقة مساهمات عن هذا الموضوع أعدتها خمس دول أعضاء (الهند والنرويج وعمان وبيرو وجمهورية مولدوفا).
2. ووضعت جمهورية مولدوفا والهند استراتيجيات معقدة ومتعددة المراحل لتغيير سلوك المستهلكين. وتعرض المساهمة التي أعدتها جمهورية مولدوفا وصفاً لبرنامجها الطموح للتغيير الثقافي، وهو برنامج يستهدف جمهوراً واسعاً ويشمل أنشطة إعلامية وتثقيفية وتوعوية لفائدة المسؤولين والمعلمين والمستهلكين البالغين والشباب. وتُنظّم عدد كبير من المؤتمرات والندوات والدورات التدريبية في الفترة من يونيو 2017 إلى نوفمبر 2018، إضافة إلى حملات التوعية والمنشورات والأحداث الإعلامية.
3. وبالمثل، أبرزت الهند في مساهمتها ضرورة وضع استراتيجية متعددة الجوانب، تجمع بين التغييرات التشريعية وأنشطة الإنفاذ وإذكاء الوعي. وتركز مساهمتها على عنصر إذكاء الوعي في الاستراتيجية الوطنية، كما تقدم قائمة بالأنشطة التي تضطلع

بها خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها (CIPAM)، وهي تابعة لوزارة النهوض بالصناعة والتجارة الداخلية (DPIIT)، باستخدام أشكال مختلفة من المحتوى السمعي البصري، بالتعاون مع صناعة السينما الهندية، من أجل تعزيز احترام حق المؤلف.

4. وينصب تركيز عمان وبيرو على إذكاء الوعي لدى الشباب، من خلال اتباع مناهج مختلفة. ففي عمان وضعت إدارة الابتكار والأولمبياد العلمي التابعة لوزارة التربية والتعليم خطة مفصلة لتنظيم مسابقة للمدارس. واقترحت المسابقة التي نُظمت بدعم من الويبو في مدارس حكومية وخاصة في جميع أنحاء البلاد. وطلب من التلاميذ تصميم ملصقات حول موضوع إذكاء الاحترام للملكية الفكرية. وشارك ما يزيد عن 100 شخص في المسابقة. وعُرضت إبداعات الفائزين خلال الفعاليات التي نظمتها مكتب البراءات التابع لوزارة التجارة والصناعة بالتعاون مع مجلس التعاون الخليجي، احتفالاً باليوم العالمي للملكية الفكرية الذي حمل عنوان "أكسب الذهبية: حق المؤلف والرياضة". ونظمت وزارة التربية والتعليم أنشطة توعية جديدة للأطفال خلال هذا الحدث الذي عُقد من 28 إلى 30 أبريل 2019.

5. وينصب التركيز أيضاً على المدارس في إطار مساهمة المعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية (INDECOPI) في بيرو، من خلال مشروع تعليمي رائد بعنوان "القرار لي والاحترام مني - أحترم الملكية الفكرية وأرفض التهريب". وفي عام 2018، وضعت لجنة مكافحة الجرائم المحركية والقرصنة، التي ينتمي إليها المعهد الوطني (INDECOPI)، برنامجاً لتدريب المعلمين في مديني ليا وكايو حول موضوع احترام الملكية الفكرية، يليه تنظيم دورات لطلاب المدارس الثانوية. وأنتجت مجموعة تشمل خمست كتيبات، كتيب لكل صف، ودليلين للمعلمين. ونجح المشروع التجريبي في تحقيق مستوى عال فيما يتعلق بمشاركة المعلمين، وبلغ عدد المشاركين في الدورات 9801 طالباً من المدارس الثانوية. ولا يزال المشروع قائماً في عام 2019، بهدف توسيعه ليشمل البلد بأكمله بحلول عام 2021.

6. ويبيّن المكتب الترويجي للملكية الصناعية (NIPO) مدى فعالية حملات توعية المستهلك بتكلفة منخفضة نسبياً، ويتبادل تجربته القيمة في العمل مع وسائل الإعلام. وقد ركز المكتب موارده على المسافرين والمتسوقين عبر الإنترنت. ومن خلال ابتكار تكتيكات عبقرية لتوصيل الرسائل الأساسية للمستهلكين ومعرفة كيفية مساعدة الصحفيين على جمع مواد إخبارية لتدوين مقالات، تمكن المكتب من توليد اهتمام إعلامي بقضية احترام الملكية الفكرية والحفاظ عليه على نحو مستدام.

7. وترد المساهمات بالترتيب التالي:

- 3.....إبقاء القرصنة بعيداً - حملة مكافحة القرصنة في الهند
- 13.....مبادرات التوعية الترويجية بشأن التقليد - تجنب شراء السلع المقلدة عبر الإنترنت وخلال العطل
- 20.....المسابقة المدرسية لعام 2019/2018 الخاصة باحترام حق المؤلف في عمان
- القرار لي والاحترام مني - أحترم الملكية الفكرية وأرفض التهريب -
- 29.....برنامج تربوي جديد لطلاب المدارس الثانوية في بيرو
- 36.....برنامج التغيير الثقافي في جمهورية مولوفا

[تلي ذلك المساهمات]

إبقاء القرصنة بعيداً – حملة مكافحة القرصنة في الهند

مساهمة من إعداد السيد راجيف آغاروال، الأمين المشترك، شعبة الملكية الفكرية، إدارة النهوض بالصناعة والتجارة الداخلية، وزارة التجارة والصناعة، نيودلهي، الهند*

ملخص

نقّدت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها التابعة لوزارة النهوض بالصناعة والتجارة الداخلية، في تصديها للتحدي الرئيسي المتمثل في القرصنة التي يواجهها قطاع وسائط الإعلام الحيوي وصناعة الترفيه في الهند، برامج تدريب على إنفاذ قوانين الملكية الفكرية لفائدة مسؤولي الشرطة والمجارك، كما ساهمت في وضع العديد من التدابير التشريعية والإدارية. وتمثل أحد الأنشطة الرئيسية التي تضطلع بها في إذكاء الوعي بمخاطر القرصنة لا سيما في أوساط الشباب. وقد أنتجت مقاطع فيديو قصيرة بمشاركة نجوم بوليوود ومقاطع فيديو لرسم متحركة تُظهر قصص مُصورة يجري عرضها في دور السينما وعلى شاشات التلفزيون. وظهرت الشخصية الهزلية للملكية الفكرية وشخصية "آي بي ناني"، التي تعتبر تيمة حقوق الملكية الفكرية في الهند في مقاطع الفيديو والعروض الموجهة لطلاب المدارس، بينما يشارك طلاب الجامعات في مسابقات الملكية الفكرية.

أولاً. معلومات أساسية

1. يتمتع قطاع وسائط الإعلام الحيوي وصناعة الترفيه في الهند، في ظل وجود أكثر من 600 قناة تلفزيونية و100 مليون قناة تلفزيون مدفوعة الثمن و70,000 صحيفة و1,000 فيلم يُنتج سنويًا، بفرص نمو لافئة للشركات العالمية¹. وسجل قطاع وسائط الإعلام الحيوي وصناعة الترفيه في الهند معدلًا سنويًا مضاعفًا للنمو بلغ 10.9 في المائة في السنة المالية 2018/2017، ومن المتوقع أن يسجل معدلًا سنويًا مضاعفًا للنمو نسبته 13.1 في المائة أي إلى نحو 2,660 مليار روبية هندية (حوالي 38 مليار دولار أمريكي) بحلول السنة المالية 2023/2022. ويوظف قطاع وسائط الإعلام الحيوي وصناعة الترفيه في الهند زهاء 3.5 إلى 4 ملايين شخص، سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر².
2. ولمواصلة مسيرته بهذه الوثيرة إلى الأمام، رغم الأرقام المذهلة المحققة، يجب أن يتمتع قطاع وسائط الإعلام الحيوي وصناعة الترفيه في الهند بنظام إيكولوجي تمكيني كما يتعين عليه مجابهة التحديات التي من شأنها أن تعرقل تقدمه مجابهة

* الآراء الواردة في هذه الوثيقة هي آراء المؤلفين وحدهم، ولا تعكس آراء الأمانة أو أي من الدول الأعضاء في الويبو.

¹ Ernst & Young and LA India Film Council (2012) WIPO FOR OFFICIAL USE ONLY: صناعة الأفلام في الهند: آفاق جديدة، متاح على:

<http://producersguildindia.com/Pdf/Film%20Industry%20In%20India%20New%20Horizons.pdf>

² Equity India Equity Foundation (مارس 2019)، قطاع وسائط الإعلام وصناعة الترفيه، متاح على:

<https://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx>

فعالة. وتعد القرصنة، سواء الإلكترونية أو غيرها، إحدى العقبات التي تهدد قطاع الصناعة بأكملها، ليس فقط في الهند، ولكن أيضًا في جميع أنحاء العالم.

3. وقد تكون للقرصنة، التي تبدو مسألة عادية للوهلة الأولى، نتائج ضارة بل كارثية للغاية. فقد أدت الأنشطة الشائنة للمتعددين على حق المؤلف من حرمان العديد من المنتجين والمصنعين والفنانين والموسيقين وأصحاب المصلحة من عوائد إبداعهم، فضلًا عن إعاقة النمو المالي لهذه الصناعة وتطويرها والحيلولة دون حصول الحكومات على إيرادات الضرائب المشروعة. علاوة على ذلك، تُوظف المكاسب غير المشروعة للمتعددين في تمويل شبكة الإرهاب المظلمة.
4. وتتطلب معالجة مسألة القرصنة اتباع نهج متعدد الجوانب، بما في ذلك التعاون النشط بين مختلف الإدارات الحكومية وأصحاب المصلحة من القطاع الخاص. كما أنه لا يتطلب تدابير إنفاذ فحسب، بل يتطلب أيضًا إذكاء الوعي والتواصل، لا سيما في أوساط الشباب.

ثانياً. لمحة عامة

5. تدرك السياسة الوطنية لحقوق الملكية الفكرية في الهند، المعتمدة في عام 2016، نقاط قوة حقوق الملكية الفكرية وتعززها لدورها في تحقيق المنافع الاقتصادية والاجتماعية على حد سواء. وأنشئت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها تحت رعاية إدارة النهوض بالصناعة والتجارة الداخلية لكفالة تركيز العمل على الأهداف المنصوص عليها في السياسة الوطنية لحقوق الملكية الفكرية.
6. وعملت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها باستمرار على إذكاء الوعي بحقوق الملكية الفكرية، وتعزيز تسويقها ودعم إنفاذها بشكل فعال في البلد. وقد جرى تقدير الجهود التي بذلتها خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها في إذكاء مستوى الوعي بين الجماهير وبناء كفاءات وكالات الإنفاذ (مسؤولي الشرطة والمحاركة) من خلال التدريب المنتظم. وقد أعطت حلقات العمل التي نظمتها الخلية زخماً، بالنظر إلى مدى الحاجة إلى حقوق الملكية الفكرية وأهميتها.
7. وسعت الحكومة باستمرار لمواجهة القرصنة من الناحية التشريعية والإدارية على حد سواء. فقد قُدم مشروع قانون في البرلمان الهندي مؤخرًا لوضع أحكام جزائية محددة ضد التصوير غير القانوني في دور السينما (أحكام مكافحة التصوير بكاميرا الفيديو). وعلى الصعيد الإداري، تعاونت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها بنجاح مع مكتب "التبادل الوطني للإنترنت" و"وحدة ماهاراشترا لمكافحة الجرائم الإلكترونية والرقمية" في وقف أكثر من 300 موقع ويب يحمل نطاق ".in". ونظرًا لأن هذه المواقع تجذب ما يقدر بأكثر من 186 مليون مشاهدة شهريًا، فإن الجهود المتضافرة لبدء ترتيبات مماثلة مع مكاتب تسجيل الأخرى في جميع أنحاء العالم يمكن أن تشكل ضربة قاسية للقرصنة.
8. ونظمت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها حملات مكثفة لإذكاء وعي الناس بأضرار القرصنة. ولعل ما يلاحظ هو أنه إذا كانت الأحكام الجزائية وسيلة يُحتج بها ضد أولئك الذين يجنون مكاسب تجارية من وراء هذه الأنشطة غير القانونية، فإن الإقناع يمكن أن يكون وسيلة أفضل لإبعاد الناس، وخاصة الشباب، عن المواد المقرصنة. وقد جرى جذب الشركات الصناعية ومكاتب المحاماة بصدق وإيجابية إلى الانخراط في الحملة.

9. وتسلط هذه الورقة الضوء على حملة خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها لإذكاء الوعي، والتي وُظفت فيها مقاطع فيديو قصيرة لمكافحة القرصنة، أُنتجت بالتعاون مع نجوم السينما الهنديين من بين آخرين. وقد يشكل هذا النهج مثالاً يحتذى به بالنسبة للدول الأعضاء التي ترغب في اتخاذ مبادرات مماثلة. وترد روابط مقاطع الفيديو لمكافحة القرصنة في المرفق 1.

ثالثاً. إنتاج مقاطع فيديو لمكافحة القرصنة بالتعاون مع ممثلين من قطاع صناعة الأفلام الهندية (بوليوود)

10. نظرًا للأثر السلبي الكبير للقرصنة على عائدات الأفلام، فإن مصلحة قطاع الصناعة الكبيرة تقتضي مكافحة القرصنة. علاوة على ذلك، نظرًا للجاذبية الشعبية التي يتمتع بها، فقد كان لمشاهيروليوود تأثير أعمق ودائم على الجمهور. وكان المفتاح هو التأكد من مشاركتهم مشاركة هادفة من خلال مسعى مشترك بين خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها ونقابة المنتجين في الهند المحدودة.

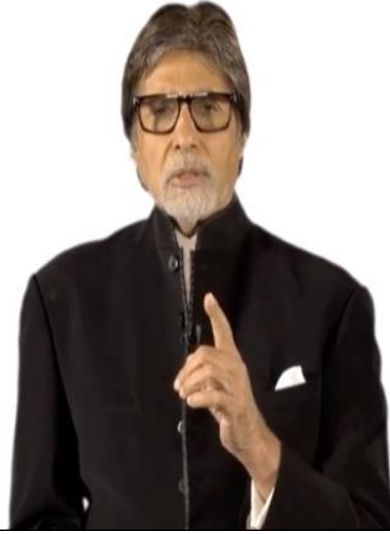
ألف. مقارنة

11. لإنتاج مقاطع الفيديو القصيرة لمكافحة القرصنة، تعاونت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها مع نقابة المنتجين في الهند المحدودة وهي منظمة رائدة في مجال الأفلام والتلفزيون والمحتوى الرقمي، وينصوي تحت لواء النقابة أبرز منتجي المحتوى السمي البصري في الهند. وتعاملت النقابة مع نجوم السينما الذين وافقوا على المشاركة التطوعية في هذه الأفلام القصيرة. وقد انخرط في هذا المسعى بعض النجوم الرائدة في قطاع صناعة السينما الهندية، مثل السيد أميتاب باتشان والسيدة فيديا بالان والسيدة عليا بهات والسيد فارون دوان والسيد جون أبراهام والسيد مانوج باجباي والسيدة جاكلين فرنانديز والسيد شارك رانير كابور.

12. وُصّرت مقاطع الفيديو القصيرة عمومًا في استوديوهات كان يستخدمها الممثلون في ذلك الوقت، وكان ذلك بمثابة توفير في التكلفة نظرًا لعدم الحاجة إلى استوديوهات خاصة. وتتراوح مدة كل شريط فيديو 30 إلى 60 ثانية. واستخدمت هذه المقاطع إما اللغة الإنجليزية أو الهندية، وفي بعض الأحيان، كلاهما. وينتهي كل مقطع فيديو برسالة "التنزيل غير القانوني للأفلام أو بثها على الإنترنت هو سرقة! والسرقه مخالفة للقانون".

13. وتكلفت النقابة بكتابة السيناريو وتصوير مقاطع فيديو عالية الدقة وتحريرها. كما أنتجت مقاطع فيديو منخفضة الدقة أيضًا لتحسين نشرها على وسائل التواصل الاجتماعي، نظرًا لانخفاض سرعة الإنترنت.

14. وأدرج شعار (logos) خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها ونقابة المنتجين في الهند المحدودة لاحقًا في الزاويتين العلويتين اليمنى واليسرى على التوالي في الفيديو. وشاركت مؤسسة الإذاعة الهندية من خلال بث مقاطع الفيديو على شاشة التلفزيون وعرض شعارها في نهاية الفيديو.



باء. النشر

15. وشكل نشر مقاطع الفيديو القصيرة لمكافحة القرصنة مسألة حاسمة في نجاح الحملة. ومن أجل تعميم وصولها، نُشرت بشتى الوسائل من قبيل وسائل التواصل الاجتماعي ودور السينما وشاشات التلفزيون.

16. واتخذت استراتيجية وفي وقت لاحق تمثلت في إطلاق مقاطع الفيديو القصيرة قبيل تاريخ عرض أحدث فيلم للممثل المعني، وبالتالي إشراك المشاهير بشكل أكثر فعالية.

17. ونظرًا لأن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت وسيلة رئيسية للتواصل مع الشباب، فقد عرضت مقاطع الفيديو القصيرة على جميع مواقع وسائل التواصل الاجتماعي التابعة لخلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها، بما في ذلك الفيسبوك واليوتيوب والأهم من ذلك تويتر. علاوة على ذلك، فقد نشرت المقاطع مجددًا على حسابي تويتر كل من وزارة التجارة والصناعة ووزير التجارة. ثم قامت نقابة المنتجين في الهند بعد ذلك بنشرها وإعادة نشرها على حسابها على تويتر وعلى حسابات تويتر الشخصية لمشاهير بوليوود الذين ظهروا في الفيديو. وقام السيد أميتاب باتشان بنشر الفيديو من حسابه. وقد تجاوز المتابعون لهذه الحسابات مجتمعة 50 مليون متابع.

18. وشكلت دور السينما وسيلة رئيسية أخرى من الوسائل المعتمدة لنشر مقاطع الفيديو القصيرة والتواصل مع الجمهور. ووفقًا لذلك، اتصلت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها بوزارة الإعلام والإذاعة وطلبت عرض مقاطع الفيديو في دور السينما قبيل عرض الفيلم الرئيسي. واتصلت بشكل متزامن برابطات دور السينما وطلبت منها عرض الفيديوهات على أساس تطوعي. ونظرًا لأنه يجب الحصول على تصديق المجلس المركزي للتصديق على الأفلام قبل عرض أي فيلم في السينما في الهند، فإن نقابة المنتجين في الهند المحدودة حصلت، بشأن الطلب، على تصديق المجلس المركزي للتصديق على الأفلام اللازم (المرفق 1)، وبعدها أعطت وزارة الإعلام والإذاعة التوجيهات الضرورية (المرفق 3) بشأن عرض مقاطع الفيديو القصيرة في دور السينما.

19. ونظرًا لأن التلفزيون وسيلة اتصال تصل إلى أقصى أركان الهند، فقد تعاونت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها مع مؤسسة الإذاعة الهندية التي تضم أكثر من 350 قناة تلفزيونية وطلبت من شركائها بث مقاطع الفيديو بشكل دوري وتطوعي.

رابعاً. مقاطع الفيديو لمكافحة القرصنة تستخدم الرسوم المتحركة

20. يتمتع الأطفال، أيضًا، بمهارة رقمية، ومن المهم البدء في إذكاء وعيهم في سن مبكرة بالقدر بنفسه، مما يسهم بشكل كبير في بناء نظام بيئي صحي يعزز احترام الملكية الفكرية. وتعاونت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها مع قطاع الصناعة في إنتاج سلسلة من مقاطع الفيديو لمكافحة القرصنة وبثها، وتعرض هذه المقاطع شخصيات الرسوم المتحركة المعروفة في أوساط الأطفال. وكانت الرسالة التي توجهها مقاطع الرسوم المتحركة هي "قل لا للقرصنة"، وقد بثت على قناة الرسوم المتحركة الشعبية.



خامساً. ظهور الشخصية الهزلية للملكية الفكرية في الهند في فيديوهات مكافحة القرصنة

21. "آي بي مسكوت" الشخصية الهزلية للملكية الفكرية و"آي بي ناني" التي تعتبر تيمة حقوق الملكية الفكرية في الهند (وتعني Nani باللغة الهندية الجدة من جانب الأم)، وهي جدة خبيرة بالتكنولوجيا تساعد الحكومة ووكالات إنفاذ القانون على مكافحة جرائم الملكية الفكرية بمساعدة حفيدها شوتو المعروف أيضًا باسم أديتيا. وتساهم الشخصية الهزلية للملكية الفكرية بإذكاء الوعي بأهمية حقوق الملكية الفكرية بين الجمهور، وخاصة الأطفال. وضمّ مقطع الفيديو للحفاظ على زخم حملة المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) في إطار اليوم العالمي للملكية الفكرية 2018، الذي احتفل بذكاء المرأة التي تقود التغيير في العالم ويأبدعها وحب استطلاعها وشجاعتها. علاوة على ذلك، فإن الأجداد يحتلون مكانة خاصة في قلوب الأطفال ويحظون بالاحترام كبنوك المعرفة وموطننا للشفاء أيضًا.



22. وتعاونت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها مع مكتب الاتحاد الأوروبي للملكية الفكرية في إنتاج سلسلة من مقاطع فيديو الرسوم المتحركة الخاصة بالأطفال حول حقوق الملكية الفكرية، من بطولة "آي بي ناني" التي تعتبر تمجدة حقوق الملكية الفكرية. ونشرت جميع مقاطع الفيديو هذه عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة. وأطلق شريط فيديو تعليمي مؤخرًا حول حقوق الملكية الفكرية ضمت شخصية "آي بي ناني" لعرضه في المدارس، ولا يتطلب الأمر أي تدخل خارجي سواء من قبل المعلمين أو الخبراء لتمرير الرسالة إلى الأطفال.

سادساً. المسابقات لإنتاج مقاطع فيديو لمكافحة القرصنة

23. ومن أجل إشراك طلاب الجامعات والكليات في حملة مكافحة القرصنة، أطلقت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها في عام 2018، "آي بي رايزم"، وهي مسابقة للملكية الفكرية نظمت بالتعاون مع قطاع الصناعة. وقدم الطلاب المشاركون أفلامًا عن القرصنة والتزوير لمدة 30 ثانية أو 60 ثانية. ومُنحت عقب ذلك جوائز نقدية بقيمة 400,000 روبية هندية (5,700 دولار أمريكي) للفرق الفائزة، بالإضافة إلى تذكارات وشهادات وتقدير على الموقع الرسمي لخلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها. وتهدف المسابقة إلى تعزيز ثقافة الابتكار والإبداع بين جيل الشباب، وشكلت المناسبة فرصة فريدة لإظهار العمل الإبداعي للمبدعين الشباب ليتوجوا على منصة وطنية. وحققت مسابقة "آي بي رايزم" في نسختها الأولى نجاحًا كبيرًا، حيث أطلقت خلية ترويج حقوق الملكية الفكرية وإدارتها مسابقة "آي بي رايزم" في نسختها الثانية ووجهت الدعوة لطلاب المدارس والكليات والجامعات للمشاركة في مسابقة من فئتين، وهما الأفلام والكتب المصورة عن الملكية الفكرية في الحياة اليومية.

**Intellectual Property (IP)
Game & Film Competition 2018**

Deadline for submission:
31st March, 2018

IPRISM
Imagine. Invent. Inspire.

Details available at
www.iprism.co.in

CIPAM Creative India Innovative India
ASSOCHAM INDIA
ERICSSON

سابعاً. استنتاج والطريق إلى الأمام

24. على حد تعبير المقولة المشهورة، "رحلة الألف ميل تبدأ بخطوة". وعلى هذا الدرب، تبدأ المعركة مع القرصنة بإذكاء الوعي بمخاطرها. لذلك من الأهمية بمكان توعية الناس بوجوب احترام أعمال الآخرين مع الاعتراف بأعمالهم وحمايتهم. ومع ذلك، فإن المعركة معركة عالمية، وبالتالي فهي تتطلب حلولاً شاملة. واستشرافاً للمستقبل، بينما ستواصل الهند حملة مكافحة القرصنة، يجب عليها أيضاً أن تنظر في التدابير الطوعية التي يمكن أن يتخذها الوسطاء وأصحاب المصلحة الرئيسيين الآخرين مثل وكالات الإعلان ومقدمي خدمات الإنترنت وبوابات الدفع ومحركات البحث ومسجلي أسماء النطاقات لمواجهة هذا المشكلة فضلا عن الإجراءات التشريعية والإدارية.

المرفق 1: روابط إلكترونية لمقاطع فيديو مكافحة القرصنة

ألف. مقاطع فيديو لمكافحة القرصنة بالتعاون مع ممثلين من قطاع صناعة السينما الهندية (بوليوود)

- السيد أميتاب باتشان: <https://www.youtube.com/watch?v=KcqnmXCNRXE>
- السيدة فيديا بالان: <https://www.youtube.com/watch?v=GeYzx5EtyUI>
- السيد رانبير كابور: <https://www.youtube.com/watch?v=8f-430eENxA>
- السيدة علياء بهات: <https://www.youtube.com/watch?v=j8Yb3JhWXRk>
- السيد فارون ضوان: https://www.youtube.com/watch?v=_WnwCep-PyA
- السيد فارون ضوان: https://www.youtube.com/watch?v=7eydDLT_dsQ
- السيدة سوناكشي سينها: <https://www.youtube.com/watch?v=eJd633QeGtE>
- السيد جون أبراهام: <https://www.youtube.com/watch?v=17roZ52Ma3I>
- السيد مانوج باجباي: <https://www.youtube.com/watch?v=ncEQ3To-cFQ>

باء. مقاطع فيديو لمكافحة القرصنة باستخدام شخصيات الرسوم المتحركة

- Motu-Patlu Video 1: <https://www.youtube.com/watch?v=hR4EO9ZG2gM>
- Motu-Patlu Video 2: <https://www.youtube.com/watch?v=XjwBej3pKMU>
- Shiva Video: https://www.youtube.com/watch?v=_lBPnZweibU

جيم. مقاطع فيديو لمكافحة القرصنة باستخدام شخصية هزلية للملكية الفكرية في الهند.

- <https://www.youtube.com/watch?v=ap-UejP8oYc&t=71s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=ap-UejP8oYc&t=71s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=e22mTmznSA8&t=4s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=zRpmiMkcRk0&t=25s>
- <https://www.youtube.com/watch?v=5rEpNpO0iqU&t=71s>

دال. "آي بي رايزم"

- <https://www.youtube.com/watch?v=pM5kPHXuYu0>
- <https://www.youtube.com/watch?v=joSvzuEMdUM&t=2s>

المرفق 2: نسخة من وثيقة التصديق على الفيلم الصادرة عن المجلس المركزي

प्रारूप IV / FORM IV नियम 35 (1) देखिए / Sec. Rule 35 (1)

भारत सरकार / GOVERNMENT OF INDIA
केन्द्रीय फिल्म प्रमाणन बोर्ड / CENTRAL BOARD OF FILM CERTIFICATION

यह प्रमाणपत्र केवल थिएटर में प्रदर्शित करने वाबत विधिमान्य है
THIS CERTIFICATE IS VALID FOR THEATRICAL RELEASE ONLY

39502

No. 1A012206201800025 Advertisement भाग-I / Part-I

प्रमाणपत्र सं. Certificate DIS/1/2960/2018-MUM तारीख Dated 22/06/2018 श्रेणी Category अनिबन्धित UNIVERSAL

फिल्म Film : SAY NO TO PIRACY - AMITABH BACHCHAN (HINGLISH) (Color) (2-D) Duration 000.43 min:sec


निम्नलिखित परीक्षण समिति के सदस्यों द्वारा परीक्षण के पश्चात तथा उक्त परीक्षण समिति की सिफारिशों पर बोर्ड एतद्द्वारा यह प्रमाणित करता है कि पीछे संलग्न भाग -२ में उपदर्शित कट-छाट और उपान्तरो के अधीन फिल्म अनिबन्धित सार्वजनिक प्रदर्शन के लिए उपयुक्त है।
After examination of the film by the members of the **Examining Committee** mentioned below and on the recommendations of the said **Examining Committee**, the Board hereby certifies that the film is fit for **unrestricted public exhibition** subject to excisions and modification listed in part II on the reverse:

- 1 KAVITA RAJVANSH
- 2 TUSHAR KARMAKAR (E.O.)

यह और प्रमाणित किया जाता है कि उपरोक्त बोर्ड द्वारा अधिरोपित कट-छाट और उपान्तरो को वास्तव में कार्यान्वित किया गया है।
Further certified that the excisions and modifications imposed by the Board have actually been carried out.

आवेदक का नाम Name of Applicant KULMEET MAKKAR - MUMBAI अध्यक्ष (ANURAG SRIVASTAVA) Chief Executive Officer CBFC, MUMBAI

निर्माता का नाम Name of Producer KULMEET MAKKAR - MUMBAI For Chairman



المرفق 3: توجيهات وزارة الإعلام والإذاعة بشأن عرض مقاطع الفيديو

संख्या/No. M-14012/5/2014-DO(FA) Part I
भारत सरकार
GOVERNMENT OF INDIA
सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय
MINISTRY OF INFORMATION & BROADCASTING
'ए' विंग शास्त्री भवन, नई दिल्ली - ११०००१.
'A' Wing Shastri Bhawan, New Delhi-110001.

To, Dated: 30.07.2018
The Director General,
Films Division,
24-Dr. G. Deshmukh Marg,
Mumbai-400026.

SUBJECT: Screening of anti-piracy films in cinema theatres -reg.

Sir,


I am directed to enclose herewith a copy of an-email dated 19.07.2018 received from Shri Kulmeet Makkar regarding screening of 5 anti-piracy films to promote on social media, cinema halls, television channels and other digital mediums.

2. Shri Makkar has requested to issue an advisory for these messages to played across all the platforms mentioned above. He has also sent a download link of these videos along with censor certificates (copy enclosed). The download links of these videos are as under:

1. Shri Amitabh Bachchan	https://youtu.be/watch?v=MdtvGPftDRk	(43sec)
2. Ranbir Kapoor	https://youtu.be/watch?v=BjOK7UbsbqU	(38sec)
3. Alia Bhatt	https://youtu.be/watch?v=Cwbty97XQ6s	(30sec)
4. Varun Dhawan	https://youtu.be/_WnwCep-PyA	(42sec)
5. Vidya Balan	https://youtu.be/watch?v=GeYzx5EtyUI	(55sec)

3. Films Division is requested to provide above anti-piracy films to all the Digital Service Providers / Cinema Theatres for screening as a PSA films across the country. Further, an action taken report may be sent to this Ministry.

Encl: As above

Yours faithfully,

(S. B. Pandey)
Under Secretary to the Govt. of India

[نهاية المساهمة]

مبادرات التوعية الترويجية بشأن التقليد – تجنب شراء السلع المقلدة عبر الإنترنت وخلال العطل
مساهمة من إعداد السيدة هيدفيغ بينغستون، كبيرة المستشارين القانونيين، المكتب الترويجي للملكية الصناعية، أوسلو،
النرويج*

ملخص

نفذ المكتب الترويجي للملكية الصناعية منذ عام 2014 مبادرات عديدة للتوعية بشأن عواقب شراء المنتجات المقلدة ومخاطرها. واستهدفت الترويجيين الذين يشترون السلع المقلدة عبر الإنترنت والترويجيين الذين يشترون السلع المقلدة خلال عطلهم بالخارج. وتُفذت كل هذه المبادرات بميزانية منخفضة نسبياً. ومع ذلك، تواصل المكتب الترويجي للملكية الصناعية مع العديد من الناس من خلال نهج استباقي لزيادة اهتمام وسائل الإعلام. وقد نُفذ العديد من هذه المبادرات بالاشتراك مع أصحاب المصلحة الآخرين، كمثلتي القطاع الخاص والمشارك وهيئة حماية المستهلك الترويجية.

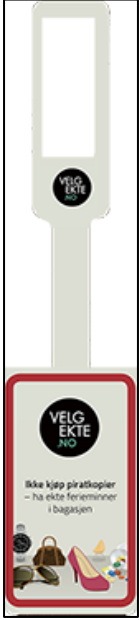
أولاً. مقدمة

1. إن نقطة انطلاق جهود مكافحة القرصنة والتقليد في الترويج هي شبكة حكومية مؤلفة من عشر هيئات مختلفة، وموقع إعلاني على شبكة الإنترنت بعنوان buyreal.no. وينسق المكتب الترويجي للملكية الصناعية هذه الشبكة ويدير الموقع الإلكتروني المخصص لمكافحة القرصنة والتقليد.
2. وينسق المكتب الترويجي للملكية الصناعية مبادرات التوعية ويضطلع بها مختلف أصحاب المصلحة وأعضاء الشبكة الحكومية، تبعاً لطبيعة الحملة.
3. ومنذ بداية هذه الجهود، كانت لجميع مبادرات مكافحة انتهاكات حقوق الملكية الفكرية نبرة إعلامية وإيجابية. وهدفنا هو تشجيع الناس على اختيار منتجات حقيقية وتجنب المنتجات المقلدة.
4. وتظهر دراسة عن تصورات الترويجيين للمنتجات المقلدة أجرتها دائرة الجمارك الترويجية والمكتب الترويجي للملكية الصناعية أن ما يصل إلى 24 في المائة من الناس سبق لهم شراء منتجات مقلدة، وأن 39 في المائة من الأشخاص الذين اشتروا منتجات مقلدة تعمدوا القيام بذلك. وعند سؤالهم عن المكان الذي اشتروا فيه المنتجات المقلدة، أجاب 70 في المائة منهم بأنهم قاموا بذلك خلال عطلتهم بالخارج، بينما أجاب 22 في المائة منهم بأنهم قاموا بذلك عبر الإنترنت. لذلك، من المنطقي أن تستهدف مبادرات التوعية المسافرين لقضاء العطلات ومتسوقي الإنترنت.

* تعبر الآراء الواردة في هذه الوثيقة عن آراء كاتبها، ولا تعبر بالضرورة عن آراء الأمانة ولا الدول الأعضاء في الويبو.

ثانياً. حملة التوعية في مطار أوسلو غاردنموين

5. نظم المكتب النرويجي للملكية الصناعية حملة في هذا المطار بالاشتراك مع ممثلي الجمارك والقطاع الخاص. وكان الهدف منها التواصل مع النرويجيين الذين يسافرون في عطلة، وتشجيعهم على تجنب جلب المنتجات المقلدة إلى البلاد، وتوعيتهم بالمخاطر المرتبطة بالسلع المقلدة. كما وُزعت عند مكاتب التسجيل في المطار بطائق كتب عليها "لا تشتروا المنتجات المقلدة؛ اجلبوا تذكارات حقيقية إلى بلدكم" لوضعها على الأمتعة.



6. وبعد انتهاء المسافرين من إجراءات المراقبة الأمنية (وهو الوقت الذي يشعر فيه الناس براحة أكبر مما يكون عليه الحال في مكاتب التسجيل)، قمنا بتوزيع كتيبات. وتحدثنا إلى الناس عن كتب وعرضنا عليهم نماذج من السلع المقلدة مقابل نماذج السلع الأصلية. وقد شعرنا بأن هذا الأمر أثار اهتمام الناس وأتاح فرصة للحوار حول موضوع التقليد.

7. وكنا قد أصدرنا بلاغاً صحفياً قبل الحملة. فخطبت هذه المبادرة بتغطية إعلامية قوية، بما في ذلك تقرير مطول في نشرة الأخبار الرئيسية على أكبر قناة تلفزيونية في النرويج.

ثالثاً. حملة الملصقات على الطرود البريدية الصغيرة

8. تواجه دائرة الجمارك النرويجية تدفقاً مستمراً لطرود البريدية الصغيرة المحتوية على السلع المقلدة التي يشتريها الناس عبر الإنترنت. ويُحتمل أن ينطوي العديد من هذه المنتجات، كمستحضرات التجميل ولعب الأطفال والأجهزة الإلكترونية المقلدة، على خطورة عند استخدامها.

9. وللتوعية بشأن السلع المقلدة عبر الإنترنت وزيادة عدد زوار موقعنا الإلكتروني الإعلامي المخصص لمكافحة انتهاكات الملكية الفكرية، وضع موظفو الجمارك في جميع أنحاء البلاد ملصقات على الطرود البريدية الصغيرة على مدار ثلاثة أيام. وتضمنت الملصقات النص التالي: "هل اشتريت سلعاً أصلية؟ اقرأ عن المنتجات المقلدة على الموقع www.buyreal.no".



الصورة: دائرة الجمارك النرويجية

رابعاً. مقالات في المجلات التي توزعها شركة الطيران النرويجية خلال رحلاتها

10. أتاحت للمسافرين خلال العطلة الصيفية فرصة مطالعة مقالين عن السلع المقلدة في المجلة التي توزعها شركة الطيران النرويجية خلال رحلاتها.

11. وأوضح المقالان أن التقليد مشكلة متنامية أثرت على جميع أنواع السلع، بما في ذلك المنتجات التي يمكن أن تشكل تهديداً للصحة والسلامة. وأوضح أيضاً أن الاتجار في السلع المقلدة يرتبط بالجريمة المنظمة ويضر بالأعمال التجارية المشروعة. ثم أوضح الأسباب التي تستوجب على الناس تجنب شراء السلع المقلدة وجلبها إلى البلاد عند عودتهم من عطلم بالخارج.

Promotion

The real deal?

Counterfeiting is a growing problem and the Norwegian Industrial Property Office wants companies to safeguard their products

The European economy depends on innovation, and yet the counterfeiting of products is happening in a growing number of sectors. Hedvig Bengtson, a senior advisor for the Norwegian Industrial Property Office, says, "Counterfeiting is not just bags, clothes and watches - today everything is counterfeited, including spare parts for cars, pharmaceuticals, alcohol, toys, cosmetics and electrical appliances." With so many products being copied, is originality becoming a thing of the past? Counterfeiting destroys well-known brands, and leads to a loss of income for those creating new products. Respected brands put products through rigorous tests to ensure they are safe, effective and well-designed. Counterfeit products, on the other hand, are cheap copies with no product development. As a result, substantial counterfeits sully the reputation of the manufacturer making the original products and have a negative impact on business. In the clothing, footwear and accessories sector, for example, 363,000 jobs in the EU disappear every year due to illegal copying. To prevent these issues, it's important for companies to take steps to safeguard against counterfeiting. The Norwegian Industrial Property Office advises there are several measures a company can take to do so, which you can read about on veigste.no, the website it launched in collaboration with Customs and the Ministry of Culture. These include tactical packaging, registration of rights and anti-counterfeiting technology. Companies can also enter into a partnership with Customs authorities, both in Norway and in other European countries, so they can keep an extra eye out for counterfeit copies of their products.

+47 22 59 73 00, veigste.no

Clothes
European countries lose 4200 billion and up to 343,000 jobs annually due to counterfeiting of clothes, shoes and accessories. Society loses enormous sums in the form of lost taxes as well.

Food
So far in 2010 there were several seizures of counterfeit food and beverages. Saffron, spread with ricotta, look fresh, soup, butter, olive oil, wine and coffee are just some of the foods that are copied. Organized crime is deeply involved.

Cosmetics
British police revealed recently that counterfeit cosmetics and sunscreen contained mercury. Nurses advise, not drugshops and errands.

Cars
Counterfeit automobile parts are tested with alarming results, and even meeting minimum safety requirements. Counterfeit producers do not follow costly and complicated safety standards. Consumers with thousands of counterfeit tires are seized every year.

Promotion

Can you tell a real product from a fake?

Counterfeit products are a growing problem and the Norwegian Industrial Property Office wants to stop you from buying them

At one time, counterfeit products meant little more than a handbag or watch at a budget price. But lately, a legal drain for the companies who hold the intellectual property rights (IPR) - counterfeiting products such as car parts can cause serious problems. "Counterfeit wheel rims can cause car accidents if faulty," says Bengtson. The organisation has some helpful tips on avoiding fake products: "Look at the price. If it seems too good to be true, it's usually a trap. Look for reviews of the seller - have others had bad experiences? Always check for contact information - if they're legitimate you should be able to contact them. And finally, check the dealer against the original producer's supplier list."

There's a growing trend for counterfeiting products that can threaten people's health and safety, especially online. Hedvig Bengtson, a senior advisor for the Norwegian Industrial Property Office, says, "Counterfeiting is not just bags, clothes and watches - today everything is counterfeited, including spare parts for cars, foods, medicines, toys, cosmetics and electrical appliances." While fake handbags might not pose a physical risk - although it does cause

There's a growing trend for counterfeiting products that can threaten people's health and safety, especially online. Hedvig Bengtson, a senior advisor for the Norwegian Industrial Property Office, says, "Counterfeiting is not just bags, clothes and watches - today everything is counterfeited, including spare parts for cars, foods, medicines, toys, cosmetics and electrical appliances." While fake handbags might not pose a physical risk - although it does cause

+47 22 59 73 00, veigste.no

خامساً. الإعلان في أكبر سوق إنترنت في النرويج لتذاكر الطيران وتأجير السيارات والفنادق

12. نُشر إعلان لعدة أسابيع في أكبر سوق إنترنت في النرويج لتذاكر الطيران وتأجير السيارات والفنادق. وكان الهدف من ذلك هو حث المسافرين على عدم شراء المنتجات المقلدة خلال عطلم بالخارج وزيادة عدد الزيارات إلى الموقع الإلكتروني الإعلامي المخصص لمكافحة التقليد والقرصنة.

13. ولا يدرك الكثير من الناس الصلة الموجودة بين الاتجار في المنتجات المقلدة والجريمة المنظمة. وقد صُمم الإعلان لجذب انتباه الناس من خلال النص التالي: "اشترى هذه النظارات الشمسية بسعر رخيص للغاية، وموّل الجريمة المنظمة

في نفس الوقت! خمسة أسباب لتجنب المنتجات المقلدة على الموقع buyreal.no. وعندما نقر الناس على الإعلان، أعيد توجيههم إلى الموقع الإلكتروني الإعلاني.



سادساً. جناح buyreal في معرض السفر النرويجي

14. أقيم جناح للمكتب النرويجي للملكية الصناعية ودائرة الجمارك النرويجية على مدى سنتين في أكبر معرض للسفر في النرويج. وقد جمع المعرض 40,000 شخص مهتم بالسفر.
15. وعرض الجناح نماذج من المنتجات المقلدة مقابل نماذج للمنتجات الأصلية (بإذن من أصحاب الحقوق) وحث الناس على عدم شراء المنتجات المقلدة عند السفر إلى الخارج لقضاء عطلة.
16. وحظي الجناح باهتمام كبير وكان من السهل بدء حوار مع الناس حول موضوع التقليد.
17. وأصدر المكتب النرويجي للملكية الصناعية بلاغاً صحفياً ودعا الصحافة للحضور إلى الجناح. وقد لقي الجناح اهتماماً إعلامياً جيداً في كلتا السنتين، بما في ذلك مقال عن التقليد نُشر في صفحتين في إحدى أكبر الصحف في النرويج.

سابعاً. الإعلان في قطار المطار السريع

18. خلال عطلة الخريف وعيد الفصح، ظهر إعلان متحرك على شاشات قطار مطار أوسلو السريع. واستهدف هذا الإعلان الأشخاص الذين يسافرون إلى الخارج وكان الهدف من ذلك حثهم على تجنب شراء المنتجات المقلدة خلال عطلة. وفي الوقت نفسه، شجّع الناس على زيارة الموقع الإلكتروني buyreal.no. وكان الإعلان يحمل رسالة واضحة: "هل ستذهب للتسوق؟ لا تشتري المنتجات المقلدة. اعرف السبب على www.buyreal.no".



الصورة: flytoget.no



www.buyreal.no اعرف السبب على

لا تشتت المنتجات المقلدة!

هل ستذهب للتسوق؟

ثامناً. الإعلانات في فيسبوك قبل أعياد الميلاد

19. يشتري الكثير من الناس هدايا عيد الميلاد على الإنترنت. كما أنهم يتساءلون عن كيفية معرفة ما إذا كان موقع إلكتروني معين يقدم سلعاً أصلية أو مقلدة. ولا يزال كثير من الناس يعتقدون أن السلع الفاخرة، كحقائب اليد والنظارات الشمسية للمصممين المشهورين التي تباع على مواقع إلكترونية غريبة المظهر، هي وحدها التي يمكن أن تكون مقلدة. ولا يدركون أن جميع أنواع المنتجات التي تباع عبر الإنترنت، كلعب الأطفال والمناشير والمستلزمات الرياضية ومستحضرات التجميل، يمكن أن تكون مقلدة أيضاً.

20. ولتنبيه المتسوقين عبر الإنترنت إلى مخاطر شراء المنتجات المقلدة عبر الإنترنت، عُرضت ثلاثة إعلانات مختلفة على موقع فيسبوك قبل أسبوعين من حلول أعياد الميلاد في عامي 2017 و2018. ونُفذت هذه الحملة الخاصة بأعياد الميلاد

على موقع فيسبوك بشكل مشترك بين المكتب النرويجي للملكية الصناعية وهيئة حماية المستهلك النرويجية ودائرة الجمارك النرويجية.

21. وكانت الإعلانات متحركة حيث جذبت انتباه الناس إلى مخاطر الصحة والسلامة المرتبطة بالسلع المقلدة والصلة بين المنتجات المقلدة والجريمة المنظمة. وُضع أيضاً رابط إلى الموقع الإلكتروني buyreal.no للأشخاص الراغبين في الحصول على المزيد من المعلومات حول هذا الموضوع. وقد شاهد الإعلانات ما يقرب من 100,000 شخص في كل سنة. ومن المحتمل أن يستحضر حوالي 15,200 منهم (في كل عام) مضمون الرسالة التي تحملها هذه الإعلانات.



تاسعاً. ملصقات عيد الميلاد - دعوة الصحافة إلى المشاركة في مراقبة الجمارك للمنتجات المقلدة في طرود أعياد الميلاد



22. حسب تجربتنا، يستدعي جذب اهتمام وسائل الإعلام بموضوع التقليد دعوة الصحافة إلى الأحداث المرئية حيث يمكنها تصوير ومقابلة الخبراء خارج بيئة المكاتب، ويفضل أن يكون ذلك في الأماكن التي تجري فيها الأشياء غير الاعتيادية.

23. فقبل أعياد الميلاد في عامي 2017 و2018، أصدرنا بلاغاً صحفياً عن المنتجات المقلدة، ووجهنا دعوة إلى وسائل الإعلام لزيارة محطة البريد الكبيرة في مطار أوسلو. ودُعيت الصحافة لمشاهدة موظفي الجمارك وهم يضعون ملصقات عيد الميلاد على الطرود البريدية الصغيرة ويتفحصون الطرود بحثاً عن المنتجات المقلدة. وقد استخدمنا نفس الملصقات كما هي موضحة في القسم الثالث، مع تعديلها بشكل طفيف لإضفاء طابع أعياد الميلاد عليها.

24. وقد مكن البلاغ الصحفي من الترويج لهذا الحدث في 53 منفذاً إعلامياً، بما في ذلك تقرير مطول في وقت الذروة على إحدى أكبر القنوات التلفزيونية في الترويج.

عاشراً. الاستنتاجات

25. تعلمنا من المبادرات التي قام بها المكتب النرويجي في الفترة من 2015 إلى 2019، أنه يمكن إعادة استخدام الأفكار والرسائل والمواد عدة مرات مع تعديلات طفيفة فقط. فالناس لا يتذكرون بالضرورة الرسائل والإعلانات لفترة طويلة جداً. وغالباً ما يكون من الفعال "نكرهم" عدة مرات من خلال تكرار أو تعديل الرسالة قليلاً.
26. وينجذب الصحفيون إلى الأحداث والمحتوى المرئي الذي يمكنهم إنشاء قصة من خلاله. فحتى الوقوف المتواضع في معرض السفر أو دعوة إلى مكتب البريد يمكن أن تولد الكثير من الاهتمام من وسائل الإعلام وتديون مقالات حول قضية السلع المقلدة. ومع اكتساب خبرة أكبر في التعامل مع وسائل الإعلام، أصبح المتحدثون الرسميون من المكتب النرويجي للملكية الصناعية والجمارك النرويجية أكثر فاعلية في توصيل رسائلهم عند إجراء مقابلة ما.
27. ومن المفيد وجود صفحة إلكترونية يمكن للأشخاص النفاذ إليها الحصول على مزيد من المعلومات حول هذا الموضوع. ويجادل المكتب النرويجي للملكية الصناعية ضمان إدماج رابط أو إشارة إلى موقعه الإعلامي buyreal.no في أي ريبورتاج. كما يستخدم الصحفيون الموقع الإلكتروني كمصدر للمعلومات، وخاصة فيما يتعلق بآراء المكتب التي توجز آخر الدراسات والتقارير الدولية والمحلية.
28. وكان لمبادرات المكتب النرويجي المتواضعة تأثير طويل الأجل، بالنظر إلى أن وسائل الإعلام تتصل الآن بالمكتب عدة مرات في الشهر لطلب إجراء مقابلات وإيجاد قصص عن المنتجات المقلدة. والهدف هو أن يسهم تركيز وسائل الإعلام المتزايد على قضايا الملكية الفكرية في إذكاء وعي المستهلك بالآثار السلبية لشراء السلع المقلدة.

[نهاية المساهمة]

المسابقة المدرسية لعام 2019/2018 الخاصة باحترام حق المؤلف في عمان

أعدت هذه المشاركة الدكتورة مايا العزري خبيرة في مجال التعليم ومديرة الابتكار والأولمبياد العلمي بوزارة التعليم في مسقط، سلطنة عمان*

ملخص

أولت وزارة التعليم في عمان اهتماما خاصا بإذكاء الوعي بالملكية الفكرية والتثقيف المرتبط بها في المدارس على مدار السنوات الثلاث الماضية، نظرا لاحتياج الطلاب المتنامي لاستخدام طائفة متنوعة من موارد المعلومات بحثا عن أفكار خلال إجراء بحثهم، ما يؤدي إلى الانتفاع من الابتكار على المستوى المدرسي. وبما أنه من السهل على الطلاب استخدام أشكال التكنولوجيا المتاحة في نسخ المعلومات أو تحميلها ومن ثم استخدامها في أعمالهم دون الإشارة إلى العمل الأصلي، نُظمت مسابقة في السنة الأكاديمية 2019/2018 بغية إذكاء وعي الطلاب بحق المؤلف وتحسين فهمهم لعدم قانونية التعدي مع توجيههم إلى أشكال النفاذ القانوني إلى المادة التي يحتاجونها. وتُعرف المسابقة طلاب المدارس على حقهم في الاستفادة من نسخ أعمالهم وعلى إدراك قيمة ذلك لمستقبلهم ومستقبل مجتمعهم.

أولاً. التنسيق مع الويبو

1. كخطوة أولى، نسقت وزارة التعليم هذه المسابقة فيما بين الطلاب العائنين بالتعاون مع شعبة إذكاء احترام الملكية الفكرية بغية إجراء المسابقة ومشاركة الطلاب العائنين فيها. ووافقت الويبو على توفير الدعم اللازم لتحقيق أهداف المسابقة. وكان الهدف الأساسي من المسابقة هو إذكاء وعي النشء بحق المؤلف.
2. واشتملت المواد الترويجية التي قدمتها الويبو على كتب الرسوم الفكاهية وقمصان التي-شيرت (قميص الفانلة) والحقائب والدفاتر، فضلا عن توزيع الأوسمة على الفائزين. وأعلنت إدارة الابتكار والأولمبياد العلمي التابعة لوزارة التعليم عن المسابقة لطلاب المدارس الحكومية والخاصة، ونظمت المسابقة وأشرفت عليها ونفذت المهام الآتية:

- تحديد المدارس المشاركة؛
- وضع خطة تنفيذية؛
- تحديد معايير وشروط بالتشاور مع الخبراء ليستخدما حكام المسابقة؛
- تقديم الدعم للمدارس المشاركة في إجراء المسابقة؛
- تقييم الملصقات واختيار الفائزين؛
- الإعلان عن المسابقة في وسائل الإعلام؛
- الترتيب لاحتفال توزيع الجوائز بالتنسيق مع الجهات الأخرى.

* الآراء التي تعبر عنها هذه الوثيقة هي آراء مؤلفتها ولا تعبر بالضرورة عن آراء الأمانة أو الدول الأعضاء بالمنظمة العالمية للملكية الفكرية.

ثانياً. تنفيذ المسابقة

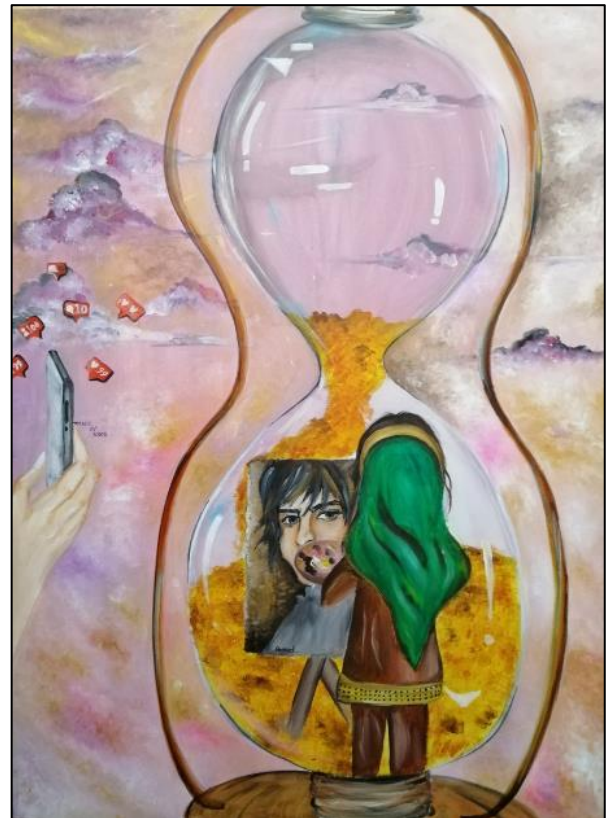
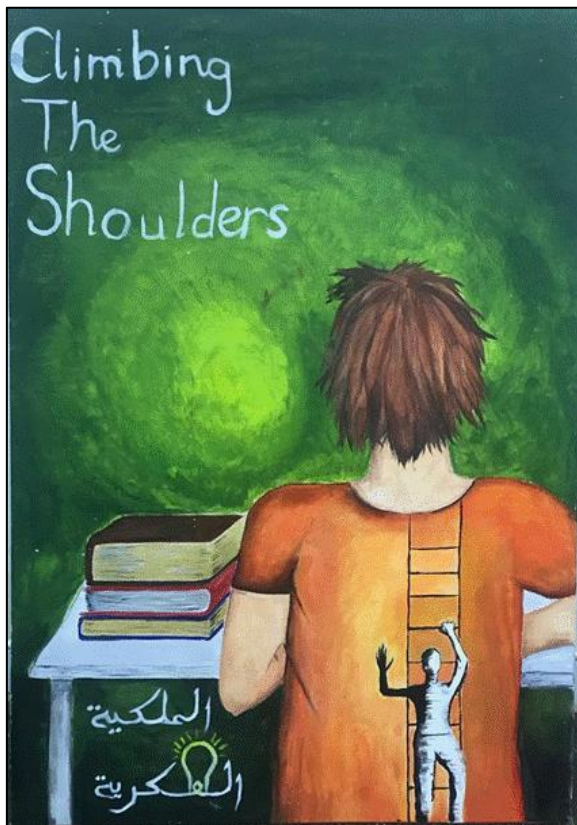
3. أعلنت المسابقة وُشّرت تفاصيلها وأُرسلت جميع المعلومات الخاصة بالمعايير المتعلقة بالملصقات إلى جميع المدارس في سلطنة عمان من خلال مديريةية التعليم المعنية في كل ولاية. واشتملت آلية التنفيذ على ما يلي:

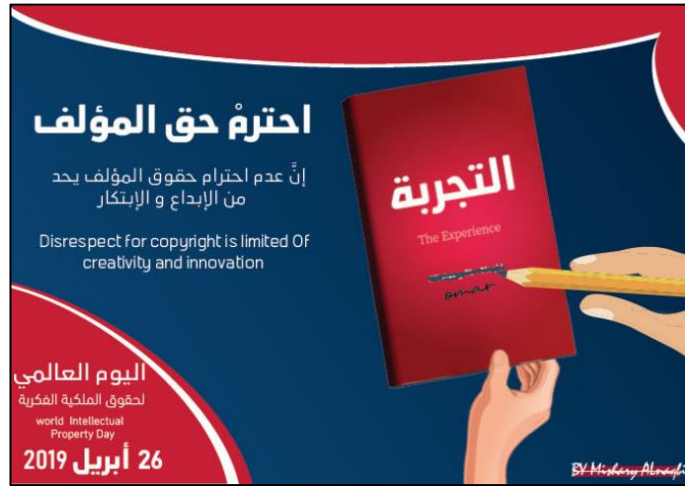
- مشاركة الطلاب من الصف السابع وحتى الصف الثاني عشر؛
- مشاركة المدارس الحكومية والمدارس الخاصة؛
- شملت التغطية الجغرافية جميع ولايات سلطنة عمان؛
- مشاركة طلاب المدارس فرادى أو في فرق من اثنين.

4. رحبت العديد من المدارس في سلطنة عمان بالمسابقة واتصلت المدارس بإدارة الابتكار والأولمبياد العلمي لاستيضاح بعض الأمور بشأن الملصقات وشرحت للطلاب المنطق وراء عقد هذه المسابقة وأهدافها ومعايير الفوز فيها. وبالإضافة إلى ذلك أطلقت حملة على وسائل التواصل الاجتماعي لتشجيع التفاعل مع اللجنة المنظمة، مع إبراز المناسبات التي تُعقد في المدارس بالتوازي مع المسابقة. وجمعت إدارة الابتكار والأولمبياد العلمي وثيقة شارحة تكميلية عن حق المؤلف بغية منع التعدي عليه وأرسلتها إلكترونياً إلى جميع الولايات ليستخدمها المدرسون في الفصول. واشتملت وثائق تكميلية أخرى على كتيب (عن حق المؤلف) أعدته إدارة الملكية الفكرية في وزارة التجارة والصناعة وعلى كتاب رسوم فكاھية من إعداد الويبو. وبالإضافة إلى ذلك أجرى متخصصون من إدارة الابتكار والأولمبياد العلمي حلقات عمل في بعض الولايات، فأبرزوا أهمية الملكية الفكرية وسبل إدكاء وعي طلاب المدارس بها.

ثالثاً. تقييم الملصقات

5. تلقت إدارة الابتكار والأولمبياد العلمي أكثر من 100 ملصقا من المدارس المشاركة في غضون فترة قصيرة. وتألّفت لجنة التقييم من متخصصين تابعين لإدارة الابتكار والأولمبياد العلمي ومن إدارة الملكية الفكرية التابعة لوزارة التجارة والصناعة. وقبمت الخبراء الملصقات وفقا لمعايير محددة. وكانت الخطوة الأولى استبعاد الأعمال التي لم تستوف أهداف المسابقة. وتلى ذلك تقييم التصميمات المقبولة من لجنة الفحص النهائي التي تألفت من ممثلي مختلف المؤسسات، بناء على معايير المسابقة وجودة التصميم وقدرته على نقل الرسالة إلى المتلقين. وفي المرحلة الأخيرة وقع الاختيار على خمسة مشاركين على المستوى الوطني.





رابعاً. الجوائز

6. رتبت وزارة التجارة والصناعة بالتعاون مع مجلس التعاون الخليجي الذي مثله مكتب براءات الاختراع لمجلس التعاون لدول الخليج العربية المناسبات للاحتفال باليوم العالمي للملكية الفكرية في الفترة ما بين 28 إلى 30 إبريل تحت موضوع "أكسب الذهبية: حق المؤلف والرياضة." واشتملت المناسبات على عقد ندوة ومعرض يعرض أعمال المبتكرين من جميع أنحاء بلدان مجلس التعاون لدول الخليج، تأكيداً على اهتمام دول المجلس بالنهوض بالملكية الفكرية. وشاركت وزارة التعليم في المناسبة من خلال المساهمات الثلاثة المذكورة فيما يلي.

- إلقاء كلمة عن النهوض بالابتكار في وزارة التعليم، وُظمت هذه الكلمة في اليوم الثاني وأبرزت من خلالها برامج الابتكار ومبادراته في الوزارة. وشُطط الضوء على برامج الملكية الفكرية في المدارس مثل برامج إدكاء الوعي للمعلمين والطلاب فضلا عن برامج التدريب المقدمة للمتخصصين والمشرفين من مختلف الولايات في عمان. وكان موضوع الحلقة التدريبية الأساسية كيفية البحث في قواعد بيانات البراءات.
- وعرض الملتصقات الفائزة بأول خمسة مراكز في معرض الابتكار ما اجتذب الزائرين إلى المعرض.



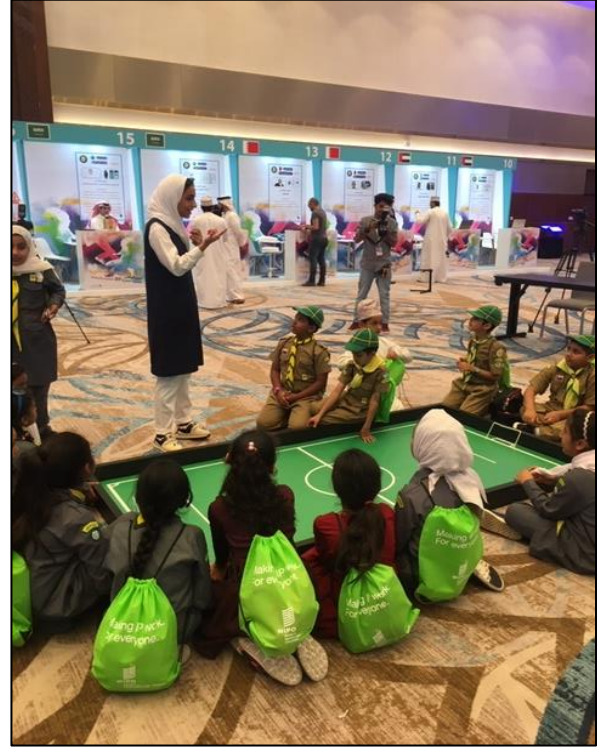
- ومشاركة العديد من طلاب المدارس في مسابقة أجهزة الروبوت في مجال الرياضة مثل رياضة كرة القدم والسومو، وحصلت الفرق الفائزة على جوائز من اللجنة المنظمة.



- وعقد حلقات العمل بالتعاون مع شركات القطاع الخاص لتدريب المشاركين على تصميم وبرمجة الألعاب الرياضية. وصممت إدارة الابتكار والأولمبياد العلمي رابطا إلكترونيا للتسجيل لحلقة العمل. وشارك أكثر من 100 طالب من المدارس في حلقات العمل.



- وعقد مسابقة للأسئلة والأجوبة المتعلقة بالملكية الفكرية للزوار ولا سيما لطلاب المدارس الإعدادية لاختبار مدى معرفتهم بالمفاهيم الأساسية للملكية الفكرية.
- وتوزيع حقائب تحتوي على دفاتر وأقلام وكتب رسوم فكاھية على طلاب المدارس بالإضافة إلى قمصان (التي - شيرت).



وتوزيع ميداليات الويبو على الفائزين بمسابقة حق المؤلف سمو الشيخ محسن بن خميس بن غلام البلوشي، مستشار وزارة التجارة العمانية. وبالإضافة إلى ذلك وزعت إدارة الابتكار والأولبياد العلمي بالتعاون مع القطاع الخاص جوائز على أول خمسة فائزين.



7. واشتملت الاقتراحات المتعلقة بكيفية استغلال التصاميم الفائزة في المستقبل ما يلي:

- تسجيل حق المؤلف لكل تصميم؛
- طباعة التصميم الفائز لعرضه في المدارس وفي ردهة الوزارة؛
- وضع تقويم للتصاميم؛
- إنتاج فيديو عن المسابقة لعرضه أثناء الاحتفال وعلى شاشات وزارة التعليم؛
- عرض التصاميم في الويبو.

[نهاية المساهمة]

القرار لي والاحترام مني - أحترم الملكية الفكرية وأرفض التهريب - برنامج تربوي جديد لطلاب المدارس الثانوية في بيرو

مساهمة من إعداد السيد راي أغوستو ميلوني غارسيا، مدير مديرية الإشارات المميزة التابع للمعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية، ليما، بيرو*

ملخص

تصف هذه المساهمة الأنشطة المنقّدة في إطار المشروع التربوي الرائد الذي يحمل عنوان "القرار لي والاحترام مني - أحترم الملكية الفكرية وأرفض التهريب". وكان الهدف من المشروع هو تضمين ومراعاة القضايا المتعلقة بالقرصنة والتزوير والتهريب عند وضع المناهج الدراسية لطلاب الثانوية لعام 2018. ونقّدت المشروع لجنة مكافحة الجرائم الجمركية والقرصنة، بتدخل من وزارة التعليم. وقُسم المشروع إلى مرحلتين: فشملت المرحلة الأولى تدريب المعلمين من خلال تنظيم حلقات عمل مباشرة ومنتديات افتراضية ومواد تعليمية. أما المرحلة الثانية فشملت التنفيذ الفعال للدورات الموجهة لطلاب المدارس الثانوية. وبحلول عام 2018، كان قد استفاد 9,801 طالباً من ليما وكاياو من هذه المبادرة. ومن المخطط توسيع هذه المبادرة، خلال عام 2019، لتشمل المقاطعات الأخرى في بيرو.

أولاً. معلومات عامة

1. أنشئت لجنة مكافحة الجرائم الجمركية والقرصنة (CLCDAP) بموجب القانون رقم 27595 المؤرخ 13 ديسمبر 2001، بصيغته المعدلة بموجب القانون رقم 29013 المؤرخ 4 مايو 2007. وتتألف اللجنة من ستة عشر مؤسسة من القطاعين العام والخاص، بما في ذلك وزارة الإنتاج (منصب رئيس اللجنة)، والمعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية (INDECOPI)، ووزارة التجارة الخارجية والسياحة، والمكتب الوطني المشرف على الإدارة الضريبية (SUNAT).
2. ولجنة مكافحة الجرائم الجمركية والقرصنة هي لجنة دائمة ومتعددة القطاعات. وتهدف أساساً إلى وضع استراتيجية وطنية تساهم على نحو فعال في خفض الإيرادات المتأتية من البضائع المقرصنة و/ أو المقلدة والجرائم الجمركية بجميع أشكالها. وتحققاً لهذه الغاية، تشمل وظائف اللجنة تخطيط الإجراءات وتنسيقها وتنظيمها وتقديم توصيات تهدف إلى مكافحة جرائم الجمارك وانتهاكات الملكية الفكرية. وهذه المهام يجب أن تؤدبها المؤسسات المسؤولة عن منع هذه الجرائم وقمعها.
3. وبالنظر إلى المهام التي وُكّلت إلى لجنة مكافحة الجرائم الجمركية والقرصنة، وقعت وزارة الإنتاج ووزارة التعليم، في 27 أبريل 2016، اتفاقاً إطاري للتعاون فيما بين المؤسسات. ووافق الطرفان على وضع إطار عام للتعاون من أجل تعزيز ثقافة احترام الملكية الفكرية ومكافحة الجرائم الجمركية من خلال تنفيذ المبادرات التعليمية في أوساط المعلمين وطلاب المدارس الحكومية في البلاد.

* الآراء الواردة في هذه الوثيقة تعبر عن آراء المؤلفين ولا تعكس بالضرورة آراء أمانة الويبو أو دولها الأعضاء.

4. وتشمل أهداف الاتفاق الإطاري مايلي:

- التوعية بدور المواطنين وتشجيع التلاميذ في المدارس الحكومية على تبني قيم معيَّنة وتعلم الاحترام، والهدف من ذلك هو الاعتراف بأهمية روح المبادرة والإبداع ودفع الضرائب ورفض التهريب والقرصنة والتزوير؛

- تشجيع تطوير الأنشطة اللامنهجية، ذات الصلة بإذكاء الاحترام للملكية الفكرية ورفض الجرائم الجمركية وانتهاكات الملكية الفكرية.

5. ووضع المشروع الرائد "القرار لي والاحترام مني - أحترم الملكية الفكرية وأرفض التهريب" بموجب الاتفاق الإطاري وأطلق في نسخته الأولى في عام 2018.



ثانياً. حملة التوعية "القرار لي والاحترام مني - أحترم الملكية الفكرية وأرفض التهريب"

6. يمكن الهدف من المشروع الرائد في مراعاة المسائل ذات الصلة بالقرصنة والتزوير والتهريب في مناهج المدارس الثانوية.

7. ووضعت النسخة الأولى من المشروع في عام 2018 في مقاطعة ليا ومقاطعة كاياو الدستورية.

8. وينقسم المشروع الرائد إلى مرحلتين:

- تدريب المعلمين؛

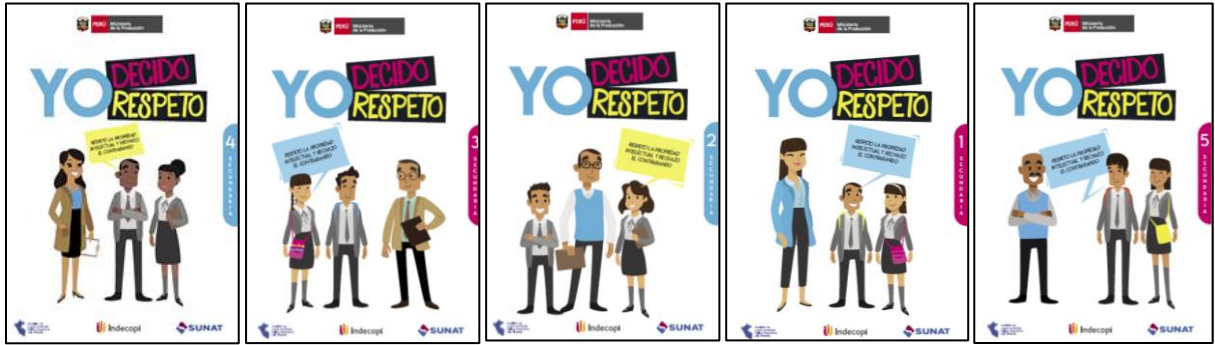
- والتنفيذ الفعال للدورات الموجهة لطلاب المدارس الثانوية.



ألف. المرحلة الأولى: تدريب المعلمين

9. تلقى المعلمون تدريباً حول مسائل القرصنة والتزوير والتهريب من مسؤولين لدى المعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية (INDECOPI) والمكتب الوطني المشرف على الإدارة الضريبية (SUNAT)، وهما الهيئتان المختصتان في هذه المسائل. ولهذا الغرض، استحدثت مواد تعليمية كالاتي:

خمسة كتيبات لطلاب المدارس الثانوية، كتيب لكل صف، لزيادة الوعي بقيمة روح المبادرة والنشاط الإبداعي في البيئة الشخصية والعائلية، واتخاذ موقف حاسم ومسؤول تجاه هذه القضايا.



- دليلان منهجيان لفائدة لمعلمين، أحدهما للسنتين الأولى والثانية من التعليم الثانوي، والآخر للسنوات الثالثة والرابعة والخامسة من التعليم الثانوي. ويوفر الدليلان أساساً نظرياً لأهمية الأنظمة الضريبية والجمركية، فضلاً عن مكافحة التهريب والقرصنة وتقليد العلامات التجارية. وتتكيف هذه الأدلة الأدوات المنهجية والتعليمية مع كل صف. ومع ذلك، فهي مجرد مثال واقترح، لأن المدرسين بحاجة إلى تطوير وحداتهم وجلساتهم، وفقاً لسياقهم وواقعهم.

10. وجرى التدريب في شكل جلسات مباشرة نظمت لفائدة وحدات إدارة التعليم المحلية في ليا (3 UGEL و 7 UGEL و UGEL VENTANILLA)، والمكتب الإقليمي للتعليم في كاياو (DRE-Callao)، مع التركيز حول ثلاثة موضوعات: حق المؤلف والعلامات التجارية والتهريب.



11. وعلاوة على ذلك، أنشئت منصة PeruEduca الافتراضية لتبادل المواد التعليمية المُشار إليها في الفقرة 9 أعلاه، وكذلك لتيسير المناقشات عبر الإنترنت بين المعلمين في ثلاثة منتديات مخصصة للتهريب والتزوير وحق المؤلف على التوالي. بالإضافة إلى ذلك، أتاحت المنصة للجنة مكافحة الجرائم الجمركية والقرصنة مراقبة تنفيذ الأنشطة المضطلع بها من خلال المنصة الافتراضية.

12. وقد يمكن ذلك من المراقبة المستمرة لتقدم المعلمين في إعدادهم للوحدات والدورات بناءً على الكتيبات التي ستقدم للتلاميذ. وكان الغرض من هذه المتابعة هو تشجيع تبادل المعلومات بحيث يمكن للمعلمين أن يصمموا أدواتهم التربوية الخاصة لدعم التلاميذ في فهم واستيعاب المواد التعليمية المقدمة لهم.

باء. المرحلة الثانية: التنفيذ الفعال للدورات الموجهة لطلاب المدارس الثانوية

13. قدم المعلمون في المراكز التعليمية الخاصة بهم، دورات دراسية بناءً على التدريب المقدم لهم حول التزوير والقرصنة والتهريب. وجرت الدورات على شكل جلسات بقيادة المعلمين واستخدمت خلالها المواد التعليمية (الكتيبات).



14. وكان الغرض من هذه المرحلة الثانية هو التأكد من أن الطلاب قد اكتسبوا معلومات واضحة ودقيقة بشأن ما تنطوي عليه مفاهيم التهريب والقرصنة وتقليد العلامات التجارية وحول تأثيرها السلبي على المجتمع. ووزعت الكتيبات لتكون بمثابة أدوات تربوية ونظرية أساسية لتعزيز قدرات التلاميذ وأدائهم، مع مساعدتهم على تصوّر هذه القضايا وتطوير مهارات التفكير النقدي.

15. وتتناول الكتيبات المخصصة لكل صف الموضوعات التالية:

- الكتيب الأول (لصف الأول ثانوي)

ينقسم الكتيب إلى ثلاثة أقسام: (1) "نحن مواطنون نشيطون": يتناول المواطنة ونظام الضرائب والجمارك والتهريب؛ (2) و"نحن بشر، نحن مبدعون": يلقي نظرة على الإبداع والقرصنة؛ (3) و"نحن نحمي أنفسنا من التزوير": يسلط الضوء على العلاقة بين السلع والمستهلك، وكذلك التزوير؛

- الكتيّب الثاني (الصف الثاني ثانوية)

وينقسم إلى ثلاثة أقسام: (1) "نحن نحترم حق المؤلف": يضع تعاريف للقرصنة وخصائصها، وكذلك حق المؤلف والتمييز بين الحقوق المعنوية والاقتصادية؛ (2) و"نحن نحبي أنفسنا من التزوير": بما في ذلك تزوير العلامات التجارية والحالات الأكثر شيوعاً في بيرو، ويحدد القسم أيضاً ماهية العلامات التجارية وخصائصها؛ و(3) "نحن نحبي أنفسنا بفضل الرقابة الجمركية": يفسر طبيعة الجرائم الجمركية والاتجار بالسلع المحظورة والمقيدة؛

- الكتيّب الثالث (الصف الثالث ثانوي)

وينقسم إلى ثلاثة أقسام: (1) "نحن نحترم حق المؤلف": يبرز أهمية حق المؤلف وتأثيره على الأفراد ويعرف بحق التعيين ويبرز العلاقة بين الدولة وحماية المؤلفين؛ (2) و"نحن نقدر العلامات التجارية": يفصل أهمية العلامات التجارية، والمبادئ التي تحكم حماية العلامات التجارية في بيرو، وتدابير الدولة لحماية أصحاب العلامات التجارية وعقوبات انتهاك قانون العلامات التجارية؛ (3) و"نحن نعترف بجهود الدولة": يركّز على الرقابة الجمركية باعتبارها مسؤولية الدولة، وكذلك العقوبات ضد الجرائم الجمركية؛

- الكتيّب الرابع (الصف الرابع ثانوي)

وينقسم إلى ثلاثة أقسام: (1) "احترام حق المؤلف": يقدم تعاريف لحق المؤلف كحق من حقوق الإنسان ويشرح نطاق حمايته؛ (2) و"وجوب حماية العلامات التجارية": يفصل مفهوم العلامات التجارية المشهورة ويفسر تسجيل العلامات التجارية وفوائدها؛ (3) و"تأثير عمليات الاحتيال التي تحرم الجمارك من الإيرادات والاتجار غير المشروع بالبضائع المحظورة والمقيدة؛ وعواقب التهريب والاتجار غير المشروع بالبضائع المحظورة والمقيدة؛

- الكتيّب الخامس (الصف الخامس ثانوي)

وينقسم إلى ثلاثة أقسام: (1) "حق المؤلف يسهم في الاقتصاد": يفصل مفهوم حق المؤلف وخصائصه وتأثير حمايته قانونياً على الاقتصاد والصناعات ذات الصلة ومساهمتها في اقتصاد بيرو إضافة إلى عواقب القرصنة، (2) و"نحن رواد أعمال ملتزمون بمكافحة التزوير": يسلط الضوء على العلامات التجارية كعناصر تعزز روح المبادرة والتنمية الاقتصادية وأيضاً تطور عواقب التزوير والتعدي؛ (3) و"نحن ندين التهريب": يسلط الضوء على أساليب التهريب وعواقبها ودور المواطن في نظام المواطنة النشط.

ثالثاً. نتائج

16. كان لهذه الأنشطة تأثير إيجابي كبير وملحوظ على المؤسسات التعليمية. أولاً، كانت مشاركة المعلمين كبيرة: شارك 191 من أصل 210 مدرسين، أي ما يعادل 91 في المائة.

المعلمون	UGEL 3	UGEL 7	UGEL VENTANILLA	DRE – CALLAO	المجموع العام
المسجلون	67	69	31	24	191
غير المسجلين	4	10	4	1	19
الإجمالي	71	79	35	25	210

17. وحصل المعلمون الذين شاركوا بنجاح في مختلف الأنشطة المقدمة بما في ذلك حلقات العمل المباشرة والمنتديات الافتراضية وإعداد المواد الدراسية (الوحدات والدورات والمشاريع) على شهادات وفقاً لذلك.

18. ونظراً للارتفاع في نسبة مشاركة المعلمين، فقد استفاد من المشروع ما عدده 9,801 تلميذاً في الصفوف من الأول إلى الخامس من المدارس الثانوية، على النحو المفصل أدناه:

الصف	الأول	الثاني	الثالث	الرابع	الخامس
عدد التلاميذ المستفيدين	1,966	1,982	1,943	1,864	2,046
المجموع	9,801				

19. وكان أحد الإنجازات المهمة لهذا المشروع هو تغيير نظرة الطلاب إلى التزوير والقرصنة والتهريب: من خلال التفكير ومعالجة المعلومات وتحليل الواقع، فهم الآن واعون بأنها جرائم تؤثر على الصالح العام.

رابعاً. الإجراءات المستقبلية

20. من المقرر إطلاق النسخة الثانية من المشروع في عام 2019. وبالإضافة إلى ليا وكاياو، سيُنفذ المشروع في مناطق أخرى من بيرو (لا لبرتاد، وبيورا، وموكيجوا، وأريكويبا). وفي وقت تدوين هذا التقرير، كان من المقرر عقد جلسات مباشرة في مايو 2019.

21. والهدف هو ضمان أن يشمل البرنامج البلد بأكمله بحلول عام 2021.

[نهاية المساهمة]

برنامج التغيير الثقافي في جمهورية مولدوفا

مساهمة من إعداد ليليانا فييرو، رئيسة إدارة التواصل والعلاقات الدولية، الوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية، كيشينيواف، جمهورية مولدوفا*

ملخص

تؤدي الملكية الفكرية في عالم اليوم دوراً متزايد الأهمية داخل مجتمعاتنا حيث تساهم في النمو الاقتصادي والتنمية الثقافية والرفاه. وبرنامج التغيير الثقافي هو برنامج توعية واسع النطاق يشمل أنشطة الإعلام والتثقيف وإدكاء الوعي، وصُمم من أجل تعزيز حقوق الملكية الفكرية وحمايتها، ومن ثم تحقيق التغيير الثقافي في بيئة الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا. وقد أُعد وتُنفذ خلال الفترة ما بين يناير 2017 وديسمبر 2018، وتقدّم هذه المساهمة نبذة عامة عن البرنامج، وأهدافه وغاياته، وأدوات تنفيذه ومنهجيته، ومخرجاته الرئيسية والنتائج المحققة.

أولاً - الوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية بجمهورية مولدوفا في قلب النظام الوطني للملكية الفكرية

1. لجمهورية مولدوفا نظام معقد وحديث للملكية الفكرية حيث خضع للتحديث والتعديل على مر السنوات لتلبية الاحتياجات التكنولوجية والسياسية المستجدة بما يتلاءم مع استراتيجية التنمية في البلد والاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية لعام 2020. وقد تمت مواءمة تشريعات الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا مع المعايير الدولية والأوروبية، بما في ذلك اتفاق منظمة التجارة العالمية بشأن جوانب حقوق الملكية الفكرية المتصلة بالتجارة (اتفاق تريبس) ومعاهدات الويبو بشأن الملكية الفكرية. وتركز الجهود الحالية على ضمان تطابق نظام الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا مع نظام الملكية الفكرية في الاتحاد الأوروبي وتضمينه آليات فعالة لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية.

2. والوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية³ هي السلطة الخاضعة لإشراف الحكومة والمسؤولة عن منح حقوق الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا، وصياغة سياسات الملكية الفكرية، وإعداد تشريعات الملكية الفكرية وتطويرها، وضمان تنفيذ تشريعات الملكية الفكرية الوطنية والاتفاقات الدولية في هذا المجال، وتمثيل جمهورية مولدوفا في المنظمات الدولية المتخصصة، وتوفير التعليم والتدريب في مجال الملكية الفكرية، ودعم الابتكار.

3. ولتحسين فهم الملكية الفكرية على المستوى السياسي، أنشأت الحكومة لجنة وطنية للملكية الفكرية⁴، وهي هيئة استشارية تمثل فيها جميع مؤسسات الدولة ذات الصلة. ولتعزيز تنسيق إنفاذ حقوق الملكية الفكرية على المستوى التنفيذي، أحدث مرصد لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية تحت رعاية الوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية، ويتألف من ممثلين عن القطاعين العام والخاص. ويركز المرصد جهوده على تحسين كفاءة إنفاذ حقوق الملكية الفكرية وبناء ثقافة للملكية

* الآراء الواردة في هذه الوثيقة هي آراء الكاتبة ولا تعكس بالضرورة آراء أمانة الويبو ولا الدول الأعضاء فيها.

³ <http://agepi.gov.md/en>

⁴ <http://agepi.gov.md/en/services/national-ip-commission>

الفكرية في البلاد⁵. والمرصد مسؤول أيضاً عن إعداد التقرير السنوي عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا⁶ ونشره.

ثانياً - برنامج التغيير الثقافي

4. في 2017/2018، قامت الوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية، بدعم من مشروع "دعم إنفاذ حقوق الملكية الفكرية" الممول من الاتحاد الأوروبي، بإعداد برنامج التغيير الثقافي وتنفيذه. ويتضمن برنامج التغيير الثقافي إعداد وتنفيذ برنامج توعية واسع النطاق يشمل الإعلام والتثقيف وإذكاء الوعي لدى جميع أصحاب المصلحة المعنيين من أجل تعزيز حقوق الملكية الفكرية وحمايتها، ومن ثم تحقيق التغيير الثقافي في بيئة الملكية الفكرية في مولدوفا.

5. والهدف الأسمى للبرنامج هو تغيير سلوك الجمهور المستهدف. فحملات مكافحة القرصنة ومكافحة التقليد لا تنجح إلا إذا توقف المستهلكون عن شراء السلع المقرصنة والمقلدة. وإذا كان ذلك يمثل مسعى طموحاً على المدى الطويل، فإن برنامج التغيير الثقافي يسعى إلى المساهمة في تحقيق هذا الهدف النهائي.

6. ولضمان اعتماد نهج شامل أثناء وضع البرنامج، أنشئ فريق عامل وشارك بنشاط في جميع مراحل إعداد برنامج التغيير الثقافي وتنفيذه. وكان هذا الفريق العامل يتألف من ممثلين عن جميع أصحاب المصلحة المهمين وكان مسؤولاً عن التنسيق العملي وتبادل المعلومات بشأن أنشطة برنامج التغيير الثقافي.

7. ويُنفذ البرنامج على ثلاث مراحل:

- أولاً، تحليل بيئة الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا؛
- ثانياً، صياغة خطة العمل؛
- ثالثاً، تنفيذ برنامج التغيير الثقافي وفق خطة العمل.

8. ومن أجل تنفيذ برنامج التغيير الثقافي على الوجه المطلوب وضمان اتساقه وفعاليته، صُممت ونُفذت آلية للرصد والتقييم. وقد استدعى الرصد جمعاً منتظماً للمعلومات المتعلقة بأنشطة التواصل المنفذة.

ثالثاً - تحليل بيئة الملكية الفكرية في مولدوفا

9. أُجري تحليل بشأن حماية حقوق الملكية الفكرية وإنفاذها في جمهورية مولدوفا في فبراير 2017 من أجل توثيق الوضع، وتوفير المعلومات بشأن أصحاب المصلحة الرئيسيين في مجال الملكية الفكرية وفئات الجمهور المستهدفة من البرنامج، وتحديد الاحتياجات وأدوات التواصل والأهداف الاستراتيجية.

⁵ <http://observerpi.md/>

⁶ التقرير السنوي عن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في جمهورية مولدوفا لعام 2018 متاح على الموقع التالي:

http://observerpi.md/assets/files/raport/raport_national_2018.pdf

10. وكانت القيمة المضافة للوثيقة التحليلية هي دراستها الاستراتيجية للمشهد المؤسسي وللتفاعل بين مختلف أصحاب المصلحة. كما سلطت الضوء على أشكال السلوك التي يجب تغييرها أثناء تنفيذ برنامج التغيير الثقافي من أجل تحسين وتعزيز إنفاذ حقوق الملكية الفكرية في مولدوفا.

رابعاً - صياغة خطة العمل

11. بناءً على النتائج التحليلية بشأن بيئة الملكية الفكرية، أعدت خطة عمل لتنفيذ برنامج التغيير الثقافي حيث حددت الأهداف والغايات والجمهور المستهدف من أنشطة البرنامج. وعلاوة على ذلك، شملت ترتيبات التنفيذ لجميع الرسائل واستراتيجية التواصل والأنشطة والأدوات.

12. وتضمنت آلية إبلاغ متفق عليها للرصد والتقييم مؤشرات التقييم وأدواته ومنهجيته. وقد خضعت خطة العمل للتحديث والتحسين بشكل مستمر على أساس مخرجات الرصد.

13. وركزت خطة عمل برنامج التغيير الثقافي على الفئات المستهدفة الرئيسية التالية:

- مؤسسات الإنفاذ والقضاء؛
- منظمات الإدارة الجماعية؛
- الأوساط الأكاديمية (مؤسسات البحث والجامعات)؛
- الشركات (الشركات الصغيرة والمتوسطة وأصحاب المصلحة الآخرون، كالشركات الناشئة وحاضنات الأعمال التجارية ومؤسسات دعم الشركات)؛
- أصحاب حقوق الملكية الفكرية وممثلوهم (محامي البراءات، ومنظمات الإدارة الجماعية، إلخ)؛
- جيل الشباب؛
- الجمهور.



خامساً - تنفيذ البرنامج: أهم المخرجات والنتائج

14. خلال الفترة ما بين يونيو 2017 ونوفمبر 2018، حضر 10,000 شخص يمثلون مختلف أصحاب المصلحة حوالي 130 مؤتمراً وندوة وحلقة عمل ومائدة مستديرة ودورة تدريبية بشأن برنامج التغيير الثقافي. ونُظمت أربع حملات توعوية، وأنجز أكثر من 30 دراسة ومبدأ توجيهياً واستعراضاً، وأعدت ثلاث أدوات لتكنولوجيا المعلومات لدعم إجراءات الإنفاذ وإدكاء الاحترام لحقوق الملكية الفكرية. وجرى الترويج للأنشطة المتعلقة بالبرنامج على نطاق واسع من خلال 11 حدثاً إعلامياً، و 68 بلاغاً صحفياً، و 364 مقابلة إعلامية، و 255,448 مشاهدة على منصات البث المباشر.



ألف. أنشطة إنفاذ حقوق الملكية الفكرية

15. نُظمت حوالي 20 ندوة بشأن الإنفاذ لنحو 500 مسؤول وقاضٍ في مجال الإنفاذ. وأُنجزت دراسات ومبادئ توجيهية واستعراضات بشأن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية، بما في ذلك:
- أدلة مكتبية وأدلة جيب بشأن حقوق الملكية الفكرية لدائرة الجمارك؛
 - أدلة مكتبية وأدلة جيب بشأن حقوق الملكية الفكرية للشرطة والمدعين العامين؛
 - دليل بشأن حقوق الملكية الفكرية لوكالة حماية المستهلك ومراقبة السوق؛
 - مجلة قضائية بشأن حقوق الملكية الفكرية (تقييم الإطار القانوني والمؤسسي للنظام القضائي من منطلق إنفاذ حقوق الملكية الفكرية)؛
 - دليل بشأن حقوق الملكية الفكرية للقضاة؛
 - استعراض مرصد إنفاذ حقوق الملكية الفكرية التابع للوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية؛
 - دليل لأصحاب الحقوق.



16. وأُجري تحليل بشأن التقليد والقرصنة لتقييم النطاق الحالي لهذين النوعين من جرائم الملكية الفكرية في مولدوفا. وكان الهدف من ذلك إذكاء الوعي وتحسين الفهم من خلال تقييم الاتجاهات الرئيسية في تصنيع المنتجات المقلدة أو المقرصنة وتوزيعها وبيعها والتهديدات المجتمعية التي يُحتمل أن تشكلها.

17. وفي أغسطس 2018، أُطلقت حملة "أوثنتيك مولدوفان" *Authentic Moldovan*، وهي حملة توعية بشأن مؤشر جغرافي، لتعزيز قيمة المؤشرات الجغرافية في تطوير الأعمال التي تشمل المنتجات التقليدية. وشملت حدثين للتواصل الاجتماعي حضرهما حوالي 180 مشاركاً. كما أُنجزت خمسة برامج إذاعية وتلفزيونية، و38 بلاغاً صحفياً، و14 مقالا، و85 خبراً، و16 مقطع فيديو للترويج للمنتجات المولدوفية المحمية باعتبارها مؤشرات جغرافية أو منتجات تقليدية

مضمونة. وبالإضافة إلى ذلك، شارك ثلاثة مؤثرين (مدونين) مولدوفيين في الحملة وروجوا للأطباق المولدوفية الخاصة ولاستهلاك المنتجات التقليدية والنبيد المحلي.



باء. تعزيز التعليم في مجال حقوق الملكية الفكرية

18. أعدت ثلاثة مناهج خاصة لطلبة العلوم التقنية والطبيعية وطلبة الحقوق وطلبة الاقتصاد والإدارة. وعُقدت حلقة عمل حول قضايا التعليم الحالية في مجال الملكية الفكرية في أكتوبر 2018 لمناقشة المناهج ووسائل أخرى لتحسين التعليم في مجال حقوق الملكية الفكرية في مولدوفا. كما جُمعت وُسُجِلت محاضرات مصورة بالفيديو لفئات مختلفة من الطلاب. ونُشر دليل لإدارة الملكية الفكرية لطلبة الجامعات وطلبة الدكتوراه.



19. ونُظمت حملة "أوقفوا القرصنة والتقليد"، وهي حملة توعية للتلاميذ، في الفترة ما بين سبتمبر ونوفمبر 2018 في أكثر من 60 مؤسسة من مؤسسات التعليم ما قبل الجامعي، وشملت حوالي 6,000 تلميذ في الصفوف من التاسع إلى الثاني عشر. وأُلقيت محاضرة حول التأثير السلبي للتقليد والقرصنة ووزع حوالي 12,000 نشرة إعلانية وكتيب وحقيبة ظهر ومواد تعليمية أخرى.

20. ومن أجل الوصول إلى الجيل الناشئ، أُطلقت حملة "تدريس الملكية الفكرية أمر ممتع"، وهي حملة تثقيفية موجهة لطلاب المدارس الثانوية في جميع مناطق جمهورية مولدوفا، في 3 سبتمبر 2018. وتتضمن درساً تفاعلياً حول الملكية الفكرية وتوزيع مجموعة من ثلاثة كتيبات فكاهية بشأن البراءات والعلامات التجارية وحق المؤلف، وأعدت بالتشارك ما بين الوييو والمعهد الوطني للدفاع عن المنافسة وحماية الملكية الفكرية. وتولى ترجمتها إلى اللغة الرومانية المكتب الروماني

الحكومي للاختراعات والعلامات التجارية (OSIM) والمكتب الروماني لحق المؤلف (ORDA)⁷. وتستهدف هذه الحملة ما لا يقل عن 60,000 تلميذ في حوالي 400 مدرسة، وستستمر حتى نهاية عام 2019.



جيم. دعم مالي حقوق الملكية الفكرية وغيرهم

21. اشتملت الندوات وحلقات العمل الموجهة لجميع أصحاب المصلحة على لقاء للتوعية للدبلوماسيين، ومؤتمر للابتكار، وندوات حول رقمنة التراث الثقافي وتسويق حقوق الملكية الفكرية، ودورة تدريبية لمحامي الملكية الفكرية وعدة مواعيد مستديرة موجهة لمنظمات الإدارة الجماعية وأعضائها.

22. وأطلقت حملة توعية وطنية بعنوان "القرصنة الإلكترونية أمر خطير" للجمهور في 18 سبتمبر 2018. وتضمنت الحملة ثلاثة مكونات:

- حملة توعية - الإنترنت (تهدف إلى الحد من النفاذ إلى المحتوى المتعدي)؛
- حملة توعية - الأسواق (تهدف إلى الحد من السلع المخالفة في السوق)؛
- حملة توعية - أصحاب الحقوق (تهدف إلى تشجيع أصحاب الحقوق على إنفاذ حقوق الملكية الفكرية الخاصة بهم).

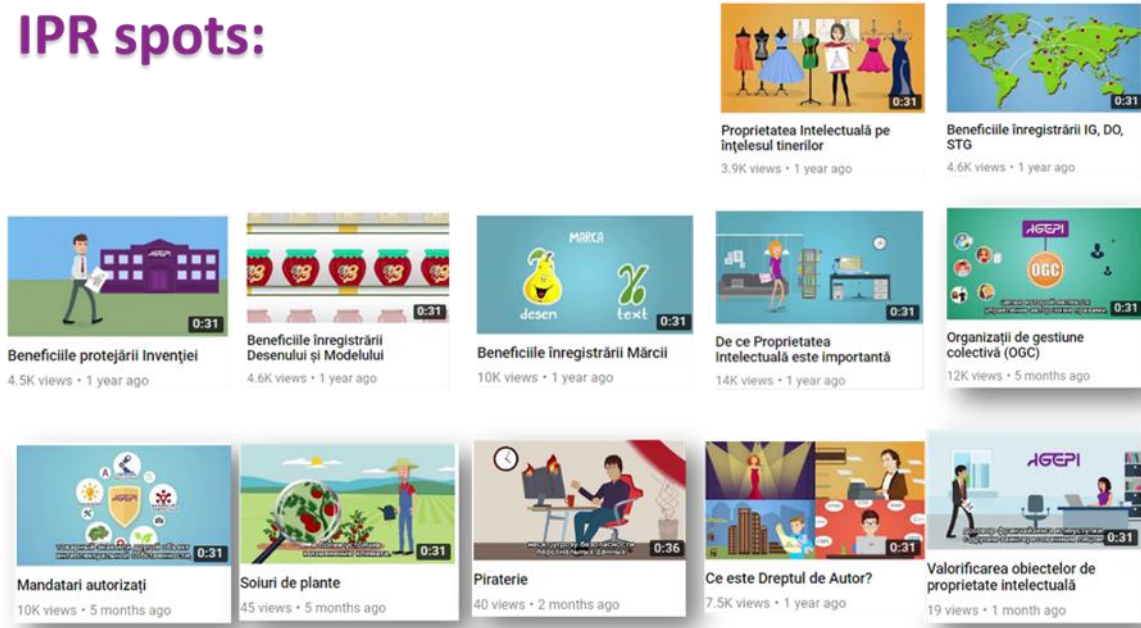
⁷ نتاح نسخ الكتيبات الفكاية بلغات الأمم المتحدة الست على المواقع التالية:

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=67&plang=EN> (البراءات)؛

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=65&plang=EN> (العلامات التجارية)؛

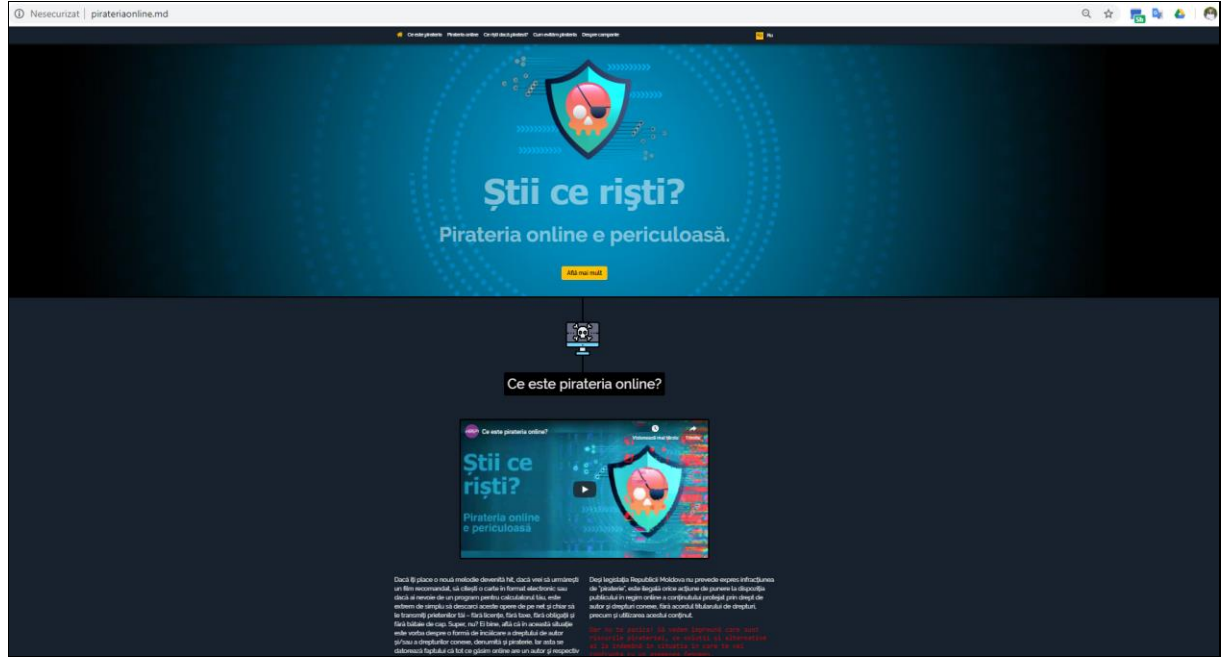
<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=66&plang=EN> (حق المؤلف)

IPR spots:



23. وشارك 22 صحفياً في اجتماع خارج فضاء الإنترنت بشأن التأثير المجتمعي لانتهاكات حقوق الملكية الفكرية من أجل تشجيع ممثلي وسائل الإعلام على دعم حملات التوعية. وأنشئ الموقع <http://pirateriaonline.md/> لمواكبة الحملة على شبكة الإنترنت.





سادساً - الاستدامة والخطط المستقبلية

24. لتعزيز القدرات المؤسسية لدى الوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية في مجال التوعية بحقوق الملكية الفكرية، وُضعت استراتيجية للتواصل المؤسسي حيث حددت احتياجات التواصل، وأبرزت مكان القوة لدى الوكالة الحكومية المعنية بالملكية الفكرية والقيود التي تواجهها في تواصلها مع أصحاب المصلحة، وحددت الفئات المستهدفة الرئيسية. وستُعد خطة عمل لتنفيذ هذه الاستراتيجية في كل سنة وستتضمن أنشطة تواصل في المجالات الرئيسية ونواتج ومؤشرات أداء.

25. ولتوفير تنفيذ ميسر ومستمر للجمهور في مجال حقوق الملكية الفكرية، أُحدثت منصة للتعليم الإلكتروني⁸. وتُستخدم لدمج دورات الملكية الفكرية الأساسية واستضافة مجموعة المنشورات التعليمية وغيرها من المنشورات المتعلقة بالملكية الفكرية.

26. وبدأت الدورة التدريبية الأساسية الأولى للتعليم عن بعد في مجال الملكية الفكرية في 1 مارس 2019، ويجري النظر في إعداد المزيد من الدورات التدريبية، بما في ذلك من خلال تطوير دورات الويبو للتعليم عن بعد وإعداد دورات محددة ومصممة حسب القطاع، تبعاً لطلب أصحاب المصلحة في مولدوفا.

سابعاً - استنتاجات

27. برنامج التغيير الثقافي هو مشروع طموح للغاية. ولا يزال تأثير تنفيذه في حاجة إلى التقييم، لكن بعض النتائج أصبحت واضحة للعيان، كالعدد المتزايد لطلبات الحماية الحدودية لحقوق الملكية الفكرية وللبيع المقلاة المحجوزة في السوق. ولكن، في انتظار أن تصبح الملكية الفكرية جزءاً من الثقافة السائدة، لا يزال ينبغي تكثيف الجهود من أجل تغيير تصور المجتمع عن أهمية احترام حقوق الملكية الفكرية. ولن يتحقق ذلك إلا من خلال تثقيف الجمهور على نحو مستمر ومدى الحياة.

[نهاية المساهمة]