

WIPO/ACE/10/16

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 17 سبتمبر 2015

## اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاد

### الدورة العاشرة

جنيف، من 23 إلى 25 نوفمبر 2015

### إذكاء الوعي بالملكية الفكرية في ماليزيا

من إعداد السيدة جميلة قمر الدين، رئيسة قسم الاتصالات في مكتب المدير العام، مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية\*

#### ملخص

تقدم مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية (MyIPO) خدمات لتسجيل الملكية الفكرية كما تقدم معلومات الملكية الفكرية يسهل على الجمهور الحصول عليها، وتعمل المؤسسة من أجل إحياء وإذكاء الوعي بأهمية الملكية الفكرية.

وتؤمن المؤسسة بأنها تستطيع، بعد تنفيذ الأنشطة المصممة لإحياء وإذكاء وعي العامة بالملكية الفكرية، أن تصبح إحدى المنظمات الرائدة في مجال الملكية الفكرية وخير راعية لمصالح أصحاب الحق في الملكية الفكرية على اختلاف فئاتهم على الصعيد المحلي وأصحاب الحق الأجانب ولا سيما في منطقة رابطة أمم جنوب شرقي آسيا.

وتسعى المؤسسة إلى رفع الوعي بالملكية الفكرية إلى أعلى المستويات بحلول عام 2020. ومن شأن ذلك أن يساعد على الحد من القرصنة على الإنترنت ومكافحة المنتجات المقلدة والإسهام في النمو الاقتصادي في ماليزيا بما يواكب تطوّر فخامة رئيس الوزراء إلى جعل ماليزيا من بين الأمم مرتفعة الدخل.

\* تعبر هذه الوثيقة عن آراء الكاتب ولا تعبر بالضرورة عن آراء أمانة الويبو أو الدول الأعضاء فيها.

## أولاً. عن مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية

1. أنشئت مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية بهدف تطوير وإدارة نظام وطني شامل وفعال لحماية الملكية الفكرية؛ وإعداد المعلومات في مجال الملكية الفكرية ونشرها؛ وادكاء الوعي العام بالملكية الفكرية وأهميتها. كما أن المؤسسة مسؤولة عن رصد تنفيذ جميع المسائل المتعلقة بالملكية الفكرية وقوانينها؛ وتقديم الخدمات الاستشارية بشأن هذه المسائل للحكومة، وبشأن المسائل ذات الصلة على المستوى الدولي؛ وحماية مصالح ماليزيا باعتبارها عضواً في المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو). وتقدم المؤسسة، في نطاق اضطلاعها بمسؤولياتها، خدمات مثل تسجيل العلامات التجارية والبراءات والتصاميم الصناعية والمؤشرات الجغرافية.
2. وقامت المؤسسة، منذ تأسيسها، بسلسلة من برامج التوعية التي تستهدف مختلف فئات الجمهور، كالباحثين والأكاديميين والصناعيين ورواد الأعمال والصحفيين والمعلمين والطلاب وعامة الجمهور. ووضعت برامج على الصعيدين الوطني والدولي. ويتكون البرنامج السنوي للمؤسسة من ندوات وحلقات عمل ومناقشات ومعارض وعروض ومواد مطبوعة، مثل النشرات والكتيبات والملصقات، والتواصل عبر وسائل الإعلام ويوم الملكية الفكرية وجوائز الملكية الفكرية.
3. وتشارك المؤسسة بنشاط في البرامج الدولية، بالتعاون مع وزارة التجارة الداخلية والتعاونيات والنزعة الاستهلاكية، في إطار برنامج عقود الامتياز وأنشطة مشتركة مع وكالات أخرى في إطار استراتيجية "المحيط الأزرق" الوطنية بالنسبة لبرامج التوعية التي تنفذها.

## ثانياً. إنجازات مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية

4. كانت كلمة "الملكية الفكرية"، منذ خمسة عشر عاماً مضت، غريبة جداً وغير مفهومة للماليزيين، سواء كانوا من عامة الجمهور أو من الأكاديميين والصناعيين ورواد الأعمال والمعلمين والطلاب. وكان معظمهم، إذا ذكرت كلمة الملكية الفكرية أمامه، يحاول ربطها بالأصول المادية كالأراضي والمنازل. ولم يسمع معظمهم بالمؤسسة ولا بالخدمات التي تقدمها لهم من أجل حماية حقوقهم بموجب قوانين الملكية الفكرية.
5. ومن أحد أهداف المؤسسة ومهامها الأساسية، منذ أن تأسست عام 2003، تعزيز الوعي العام بأهمية الملكية الفكرية. ونظمت المؤسسة أنشطة مختلفة لكل فئات الجمهور الهدف في جميع أنحاء البلاد. وأطلقت "حملة التوعية بالملكية الفكرية"، التي حددت فيها فئات الجمهور الهدف، ونظمت أنشطة وبرامج مخصصة وفقاً لاحتياجاتهم.
6. وبدأت المؤسسة، عام 2005، بتنظيم محاضرات في جميع الجامعات ومعاهد البحث المحلية للحدوث معها حول الملكية الفكرية وأهمية حمايتها. ووقعت المؤسسة رسائل تفاهم للمشاركة في تنظيم الأنشطة التي تهدف إلى تعزيز الوعي بالملكية الفكرية. ونظمت محادثات وعمليات عمل وحلقات عمل ومعارض وندوات حول الملكية الفكرية، وشاركت في معظم البرامج والأنشطة ذات الصلة. كما أعدت المؤسسة دورات متخصصة، مثل دورات صياغة البراءات والتدريب للمبدعين والباحثين والكثير غيرها. وتساهم الجامعات ومعاهد البحث في لجنة المؤسسة بشأن المسائل المتصلة بالملكية الفكرية، وخصوصاً عندما يتعلق الأمر بالسياسات العامة وتعديل تشريعات الملكية الفكرية.
7. وقدمت المؤسسة جوائز الملكية الفكرية للمرة الأولى، خلال اليوم الوطني الثاني للملكية الفكرية عام 2006. وشاركت الجامعات بكثرة في هذا الحدث. ومنذ ذلك الحين، أصبح اليوم الوطني للملكية الفكرية، النشاط السنوي للمؤسسة في مكافأة المبتكرين والمبدعين المحليين. ولا تزال المؤسسة تقدم العديد من الجوائز لرواد الأعمال والطلاب، بغية تشجيعهم على الإبداع والابتكار أكثر فأكثر، كمساهمة في بناء البلاد تماشياً مع ما يصبو إليه معالي رئيس وزراء ماليزيا.
8. وطوّرت المؤسسة، عام 2007، حملة التوعية بالملكية الفكرية لتشمل الفئة الثانية للجمهور الهدف، أي رواد الأعمال. وتعاونت المؤسسة مع الوزارات والوكالات والقطاعات المعنية والجمعيات المرتبطة برواد الأعمال. وشاركت في معظم معارضهم،

مقدمة جلسات استشارية مجانية عن تميز العلامات التجارية المعنية. وقدمت أيضا خدمات استشارية بشأن البراءات والتصاميم الصناعية وحق المؤلف والمؤشرات الجغرافية. وعقدت حلقات عمل حول كيفية إيداع طلبات الملكية الفكرية وتأمين حقوقها. ونظمت ندوات عن الملكية الفكرية لتمكين الشركات الصغيرة والمتوسطة على الصعيد الوطني.

9. وأطلقت وحدة الملكية الفكرية المتنقلة في 23 أبريل 2009، بالتزامن مع اليوم الوطني للملكية الفكرية لعام 2009، في مركز كوالالمبور للمؤتمرات. وصممت السيارة من نسخة معدلة من المكتبة المتنقلة والعيادة المتنقلة المصممة في الستينات. وتمثل مهمتها في نشر المعلومات للجمهور بشكل عام، ولأطفال المدارس بوجه خاص. وهي بمثابة مكتب معلومات متنقل، يوفر جميع المعلومات المتعلقة بالملكية الفكرية. وتوفر الوحدة المتنقلة خدمات مثل تقديم المشورة بشأن تسجيل البراءات والعلامات التجارية والتصاميم الصناعية، وخدمات عبر الإنترنت مثل البحث والتحقيق في حالة الطلب على الإنترنت.



10. وتهدف الوحدة المتنقلة أيضا إلى توسيع نطاق برنامج التوعية ليشمل المهنيين وأطفال المدارس في المناطق الريفية. وتضم معرضا مصغرا يبين خطوات الملكية الفكرية من مرحلة تصميم المنتج إلى مرحلة تسويقه أو استخدامه. وإضافة إلى ذلك، توفر الوحدة المتنقلة خدمات مثل تحميل استمارات التسجيل وعرض المنتجات.

11. وتسلمت المؤسسة كثيرا من الدعوات للمشاركة في البرامج التي تنظمها الوزارات والوكالات والجمعيات والقطاع الخاص. ونظرا لضيق الوقت وقلة الموارد في المقر الرئيسي، افتتحت المؤسسة مكاتب في أربعة مناطق في شبه جزيرة ماليزيا، وهي فروع المناطق الشمالية والوسطى والجنوبية والشرقية، عام 2010، وذلك لتسهيل حملة التوعية بالملكية الفكرية وتوفير الخدمات الاستشارية. إضافة إلى فرعين آخرين في منطقتي صباح وساراواك.

12. وشهدت المؤسسة، خلال الاثنتي عشرة سنة الماضية والتي نظمت باستمرار في هذه الفترة حملات التوعية بالملكية الفكرية، ارتفاع عدد الطلبات المودعة من قبل السكان المحليين. ونظرت المؤسسة إلى هذا الارتفاع كإنجاز حيث تمكنت من تحفيز المزيد من أصحاب حقوق الملكية الفكرية المحليين إلى تسجيل حقوقهم. وتواصلت حملات التوعية للمؤسسة طردا، مع ازدياد عدد الطلبات المحلية المودعة. وتطمح المؤسسة لمزيد من التوسع من أجل حماية الملكية الفكرية وتحقيق احترام الملكية

الفكرية أيضا. وتعتقد المؤسسة أن عددا أكبر من أصحاب الحقوق المحليين سيسجلون حقوقهم، إذا ما استطاعت المؤسسة وقف التعدي على الملكية الفكرية والحد منه.



13. وانفتحت المؤسسة أن يكون الشباب جمهورها المستهدف التالي. لأنه الجيل الذي سيساعد المؤسسة على حماية الملكية الفكرية وتحقيق احترامها، ومنع الآخرين من التعدي على حقوق الملكية الفكرية لشخص آخر، وسيساعد هذا الجيل على تعزيز النمو الاقتصادي للبلاد أيضا. وترى المؤسسة أن هناك حاجة إلى غرس ثقافة احترام الملكية الفكرية، وتعليم هذا الجيل أن الاستيلاء على حق الملكية الفكرية لشخص آخر هو أمر خاطيء. وابتكرت المؤسسة وسائل جديدة، منها شخصية هزلية للملكية الفكرية وقصص مصورة عن الملكية الفكرية في عام 2011. وكان الهدف من هذه الوسائل، اجتذاب الأطفال إلى حملات التوعية، حيث توزع الشخصية الهزلية القصص المصورة على الأطفال. وتأمل المؤسسة، من خلال نشر المعلومات بهذه الطريقة، أن تجتذب عددا أكبر من الأطفال ليظلوا مطلعين على برامجها وأنشطتها.

14. وتحتفل المؤسسة باليوم الوطني للملكية الفكرية في ماليزيا بالتزامن مع اليوم العالمي للملكية الفكرية. وتنظم احتفالات هذا العيد للإحتفاء بالمتحريين والمبتكرين والأطراف الرئيسية الأخرى الفاعلة في مجتمع الملكية الفكرية في ماليزيا. وتساعد الاحتفالات أيضا في تعزيز ثقافة الإبداع وتشجيع المواطنين الماليزيين على إبداع المزيد من المنتجات القائمة على الملكية الفكرية في ماليزيا.

15. ويساهم الاحتفال باليوم الوطني للملكية الفكرية في زيادة الوعي لدى الجمهور بأهمية الملكية الفكرية، وبالتالي يساعد في جذب المزيد من رواد الأعمال ليشركوا بأعداد غفيرة في هذا المجال المربح، من أجل بناء مستقبل مشرق لأنفسهم ولتعزيز حياة ثرية في البلاد.

16. ومن المؤمل أن يغتنم أفراد من الجمهور هذه الفرص لزيادة معلوماتهم العامة عن مجال الملكية الفكرية. ولا ريب في أن تسهم هذه البرامج والحملات بالتأكيد في تعزيز مجد ماليزيا وخرها وشهرتها.

17. ويتضمن اليوم الوطني للملكية الفكرية أنشطة أخرى، من بينها: معلومات عن الملكية الفكرية تشرح بوضوح أهمية الحماية من خلال التسجيل ومعارض الاختراعات والمظهر الفريد والحصري، ودور العلامات التجارية في تحقيق إنجازات على مستوى التجارة الدولية، وألعابا تشحذ العقل ووصلات أداء للفنانين عن مكافحة القرصنة.

18. وتتعقد ندوات في مختلف ولايات ماليزيا من أبريل إلى ديسمبر من كل عام. وتركز هذه الندوات على إقامة مجتمع يدرك أهمية الملكية الفكرية. ويؤثر إذكاء الوعي بأهمية الملكية الفكرية بين الجمهور على مستوى طلبات حماية الملكية الفكرية. كما تهدف هذه الندوات إلى غرس ثقافة احترام الملكية الفكرية لدى الجمهور.

19. والملكية الفكرية، هي اليوم المولد الرائد للاقتصاد في كثير من البلدان المتقدمة، فقد أصبحت السلع القائمة على الملكية الفكرية بنودا رائدة في لأحة صادرات تلك البلدان. وفي هذا الصدد، تقدم الحكومة الماليزية كل التشجيع اللازم لتطوير هذا المجال الهام، عن طريق سنّ القوانين المناسبة وتأمين البنية التحتية. وإدراكا منها لحقيقة أن عصر العولمة وتحرير الأسواق جعلتا مجال الملكية الفكرية صعب للغاية، فتسعى الحكومة جاهدة لإنفاذ قوانين فعالة لحماية التكنولوجيات والابتكارات الجديدة ووقايتها واستخدامها من أجل تعزيز الملكية الفكرية الوطنية.

20. وعلى الرغم من وجود العديد من المخترعين المتمكنين والمؤهلين والباحثين القادرين على المنافسة على المستوى الدولي في ماليزيا، إلا أن مستوى الوعي بالملكية الفكرية في ماليزيا لا يزال، للأسف، منخفضاً. لذلك، تبذل المؤسسة جهوداً كثيفة لإذكاء الوعي بالملكية الفكرية عن طريق البرامج المذكورة أعلاه.

### ثالثاً. البرنامج الحالي لمؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية – مخيم الملكية الفكرية الصيفي

21. أضفت مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية برنامجاً جديداً، هو المخيم الصيفي، بالتعاون مع وزارة التربية والتعليم. وأقيم أول مخيم صيفي في عام 2013 في كوالالمبور، في المنطقة الوسطى من ماليزيا، وأقيم المخيم الثاني في عام 2014 في المنطقة الشمالية. وتخصّر المؤسسة هذا العام مخيم صيفي ثالث في المنطقة الجنوبية.

22. ولا يزال الهدف هو غرس ثقافة احترام الملكية الفكرية بين الأطفال. وتبذل المؤسسة أيضاً جهوداً لتعريف الأطفال بالملكية الفكرية ليكونوا عنها معرفة في سن مبكر. كما أوجدت المؤسسة أيضاً منصة جديدة لإدارة المدرسة، بحيث يمكنها مساعدة الطلاب في تقديم طلبات حماية الملكية الفكرية إن وجدت، ومنع التعدي على حقوقهم من قبل الغير. وتسعى المؤسسة إلى رفع مستوى الوعي إلى أعلى درجاته بحلول عام 2020. وبحلول ذلك الوقت، يمكن للمؤسسة أن تقلل من عمليات القرصنة على الإنترنت، وتكافح المنتجات المقرصنة كجزء من مساهمتها في النمو الاقتصادي للبلاد.

23. ويضم برنامج 2N3D طلاباً من مختلف المدارس يبلغ عددهم 200 طالب، وجميعهم في السادسة عشرة من العمر. وتوصى وزارة التربية بهذه الفئة العمرية، على اعتبار أن لديهم امتحانات في نهاية السنة الدراسية فقط. وتلقت المؤسسة تعليقات إيجابية ودعماً من وزارة التربية، وأقامت مخيماً صيفياً آخر في المنطقة الشمالية من ماليزيا عام 2014. وعلى هذا النحو، أصبح المخيم حدثاً سنوياً في المدرسة. وتقدم المدرسة التي جهزتها وزارة التربية بمرافق استضافة، مكان إقامة لجميع الطلاب والمعلمين المرافقين لهم.

24. وتتمحور معظم أنشطة البرنامج حول إبداع منتج وتسميته وتسجيل الشركة واسم المنتج. ويمنح الطلبة مهمة عمل جماعي حول كيفية إدارة الملكية الفكرية وتسويقها وحمايتها. وتتبع هذه الأنشطة مبادئ التعليم المتمتع، مثل مسابقات الملكية الفكرية وألعابها، إضافة إلى حفل موسيقي عن الملكية الفكرية وأنشطة عديدة أخرى. ويمنح الفريق الفائز جائزة في نهاية البرنامج.

25. وتهدف المؤسسة إلى تعزيز نشر المعلومات، وتأمّل أن يُساعد الطلاب والمعلمون، من خلال برنامج مخيم الملكية الفكرية الصيفي، في تحقيق هذا الهدف على الصعيد الوطني من خلال تشاطر ما تعلموه مع أقرانهم عند عودتهم إلى مدارسهم. وتأمّل المؤسسة، من خلال هذا البرنامج الذي تزداد شعبيته مع مرور الوقت، أن تحقق رؤيتها ورسالتها في مكافحة البضائع المقرصنة والحد من القرصنة على الإنترنت. وتسعى المؤسسة إلى غرس ثقافة احترام الملكية الفكرية بين الماليزيين عموماً وجيل الشباب خصوصاً.

### رابعاً. المهام المستقبلية

26. ويمثل المشروع القادم للمؤسسة المتعلق بإذكاء الوعي بالملكية الفكرية في "برنامج تبني المدارس". إذ تتعاون المؤسسة في هذه الأنشطة مع وزارة التربية بهدف التركيز على المدارس، واقتراح مشروع يكون جزءاً من المناهج الدراسية في برنامج التعليم التي تضعها الوزارة. وقد اقترحت المؤسسة هذه الفكرة بعد الإنجازات التي حققتها برنامج جائزة الملكية الفكرية. فبعد حفل جائزة الملكية الفكرية، طرحت المؤسسة السؤال التالي: ماذا سيحدث للاختراعات والابتكارات الفائزة؟ ومن يملكها ولمن تعود ملكيتها الفكرية؟ وهل يسجل الفائزون اختراعاتهم وإبداعاتهم ويحمونها؟ لذا أجرت المؤسسة دراسة بشأن سياسة التعليم الوطنية، التي تشجع على الابتكار والإبداع لدى الطلاب.

27. وأعدت المؤسسة بالتعاون مع وزارة التربية ووزارة التجارة الداخلية والتعاونيات والزراعة الاستهلاكية، خطة على المدى القريب واقترحت أخرى على المدى البعيد. وتضم الخطة قصيرة الأجل مرحلتين، فيما تضم الخطة طويلة الأجل عدة مراحل. وستقدم المؤسسة التمويل اللازم للمرحلتين الأوليين من الخطة قصيرة الأجل.

28. وتشمل المرحلة الأولى من الخطة قصيرة الأجل، اتخاذ خطوات لوضع معايير اختيار المدارس، وإنشاء وحدات الإدارة والتمويل التي ستشغل البرنامج. وستوفر المؤسسة التدريب لمعلمين معينين في المدارس التي يقع الاختيار عليها. ليرشد المعلمون بدورهم الطلاب إلى طرق حماية الملكية الفكرية واحترامها. وفي إطار هذا البرنامج، ستنظم المؤسسة على مدار العام أنشطة تتعلق بألعاب الملكية الفكرية. وستخصص المدرسة مساحة لعرض جدارية عن الملكية الفكرية، يتعلم منها الطلاب عن الملكية الفكرية ويساهمون في أنشطتها وألعابها.

29. وأما المرحلة الثانية من الخطة قصيرة الأجل، فهي مسابقة الملكية الفكرية. وسيعطى الطلاب مشروعاً للتوصل إلى أي ابتكار أو إبداع في غضون فترة معينة. وستساعد المؤسسة المدرسة الفائزة في إبداع طلب الملكية الفكرية. ومن شأن هذا أن يحفز المزيد من الإبداع بين الأطفال.

30. وفي حالة نجاح الخطة قصيرة الأجل، ستبحث المؤسسة عن مزيد من التمويل الحكومي للخطة طويلة الأجل، وسينفذ "برنامج تبني المدارس" على نطاق واسع جداً بغية اختيار عدد أكبر من المدارس.

31. وستحدد المراحل اللاحقة ما ستؤول إليه حال المدارس والمعلمين والطلاب المختارين. أي، ما إذا كان ينبغي الاستمرار في العمل مع هذه المجموعات المحددة من الطلاب في الجامعات أو الكليات، والنظر في انتدابهم كسفراء للملكية الفكرية من قبل المؤسسة. وهذا هو ما تخطط له المؤسسة وتصبو إلى تحقيقه في المستقبل.

### خامساً. ما هي الأنشطة الأخرى لمؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية؟

32. تشارك المؤسسة في معظم الأحداث التي تضم الشباب. وتناولت المؤسسة في حدث عقد مؤخراً، تحت عنوان BAHTERA أو كونوا رواد أعمال الغد، فجوة المعلومات محفزة رواد الأعمال الشباب على تحويل مشاريعهم باستخدام معلومات الأعمال والتسويق وتقديم الخدمات من خلال تسخير التكنولوجيا ونماذج الأعمال الجديدة في خدمة مشاريعهم. وبلغت نسبة الشباب حوالي 80 بالمائة من المشاركين، لذا اعتمدت المؤسسة الفرصة للتحديث معهم حول حماية الملكية الفكرية وحول الأهمية الشديدة لاحترام الملكية الفكرية وغرس ثقافة الملكية الفكرية في أوساط الشباب.

33. وقدّمت المؤسسة في أحدث برامجها، وهو المؤتمر الدولي الثاني لتقييم الملكية الفكرية الذي عقد في الفترة من 8 إلى 10 يونيو 2015 تحت عنوان "اللا- مؤتمر للشباب" منصة للشباب. وترأس هذا النشاط 10 من قادة المجتمعات المحلية من بلدان مجموعة آسيان، وتحدثوا فيه عن الملكية الفكرية باعتبارها منطلقاً لنجاح الشباب في الأعمال التجارية. وأطلقوا الموقع: [www.aseanstartupip.com](http://www.aseanstartupip.com)

### سادساً. طموحات مؤسسة ماليزيا للملكية الفكرية

34. تؤمن ماليزيا بأن تعليم التصرف بأدب في الصغر كالنقش على الحجر. وعلى هذا الأساس باشرت المؤسسة بعدة خطوات نحو حماية الملكية الفكرية من خلال إذكاء الوعي في صفوف الأجيال الصغيرة بصورة خاصة، على غرار ما قامت به بلدان أخرى.

35. وإن المؤسسة على اقتناع تام بأن تنفيذ الأنشطة المذكورة أعلاه، سيجعلها واحدة من المنظمات الرائدة في مجال الملكية الفكرية، تسهر على حماية مصالح أصحاب حقوق الملكية الفكرية، سواء كانوا من المحليين أو من الأجانب، وخاصة من بلدان مجموعة الآسيان.

36. وتهدف المؤسسة إلى تحقيق كل ما سبق بحلول عام 2020. وتتعهد بغرس احترام الملكية الفكرية وترسيخه بين الأجيال الشابة. وتأمل أن تكون ماليزيا، بحلول عام 2020، خالية من القرصنة على الإنترنت والسلع المقرصنة.

[نهاية الوثيقة]