

ACE/9/14

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 20 ديسمبر 2013

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة التاسعة

جنيف، من 3 إلى 5 مارس 2014

مشروع رائد بشأن إذكاء الوعي العام بالملكية الفكرية والإنفاذ - حملة "إذكاء الوعي بالملكية الفكرية - تعليم الملكية الفكرية - إنفاذ الملكية الفكرية"

من إعداد السيد لوبوس كنوث، رئيس مكتب الملكية الصناعية في الجمهورية السلوفاكية*

أولاً. معلومات أساسية

1. من المعروف أن العرض والطلب في السوق أمران لا ينفصلان، ويلعب المستهلك من خلال قرار الشراء دوراً محورياً في هذه اللعبة. وقد بُذلت جهود كثيرة لوضع مجموعة فعالة من قواعد إنفاذ الملكية الفكرية وآلياتها وتحسينها على جميع الأصعدة. ، ولكن حان الوقت الآن لكي نركز جهودنا على المستهلك العادي الذي كثيراً ما يكون في حيرة من أمره بسبب الكمية الهائلة للبضائع المعروضة والمختلفة الجودة والتي يشك في منشئها. فللأطفال والطلاب والمستهلكين من مختلف الفئات العمرية احتياجات مختلفة وتفضيلات مختلفة وتوقعات مختلفة بشأن نظام الملكية الفكرية ولكن يجمعهم الاهتمام بالانتفاع من الملكية الفكرية في حياتهم اليومية.

2. و النظرة القاصرة للملكية الفكرية والقصور في فهمها من الأسباب التي أدت إلى تشكيل اللجنة الوطنية لتنسيق التعاون على مكافحة التقليد والقرصنة. وقد اعتمدت حكومة الجمهورية السلوفاكية تشكيل اللجنة بموجب قرارها رقم 198 المؤرخ 16 مارس 2011.

3. وتعد اللجنة الوطنية لتنسيق التعاون على مكافحة التقليد والقرصنة هيئة مركزية تعاونية تتعامل مع المسائل المتعلقة بمكافحة انتهاكات حقوق الملكية الفكرية، وتشارك في إعداد خطط العمل الخاصة بمكافحة التقليد والقرصنة وتنفيذها. ويمثل أعضاء اللجنة (11) المؤسسات الحكومية المختصة التي تعمل في مجال الملكية الفكرية وحمايتها. ويتولى مكتب الملكية الصناعية

* إن الآراء المعرب عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف وحده وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

في الجمهورية السلوفاكية ("المكتب") إدارة أمانة اللجنة. والهدف الأساسي للجنة هو الإسهام في تعزيز الوعي بحقوق الملكية الفكرية والحد من انتهاكات تلك الحقوق.

4. وكانت المهمة الأولى للجنة وضع الاستراتيجية الوطنية لمكافحة التقليد وتنفيذها.

5. وتتألف الاستراتيجية الوطنية لمكافحة التقليد من مجموعة معقدة ومنسقة من التدابير الرامية إلى تحقيق الأهداف التالية:

أ) زيادة الوعي العام بالآثار السلبية للتقليد والقرصنة على المجتمع والأفراد؛

ب) والحد من مستوى انتهاكات حقوق الملكية الفكرية؛

ج) وجمع البيانات الموثوقة والدقيقة بشأن مستوى انتهاكات حقوق الملكية الفكرية وهيكلها.

ثانياً. الحملة الوطنية بشأن "إذكاء الوعي بالملكية الفكرية - تعليم الملكية الفكرية - إنفاذ الملكية الفكرية 2013-2015"

6. من شروط الإنفاذ الفعال لحقوق الملكية الفكرية إطلاق حملة توعية عامة فعالة تشمل جميع المجموعات المستهدفة. وكان المكتب - بوصفه أمين اللجنة الوطنية لتنسيق التعاون على مكافحة التقليد والقرصنة - أول من يطلق حملة وطنية متعلقة بالتقليد والقرصنة في عام 2013 انطلاقاً من استمرار غياب الوعي العام بحقوق الملكية الفكرية وتزايد مخاطر المنتجات المقلدة على المستهلكين (الأدوية والمكونات ولعب الأطفال والمواد الغذائية وغيرها) فضلاً عن ضغط الرأي العام على الحكومة لكي تحل المشاكل الحالية. وقد أيد المجلس الوطني السلوفاكي فكرة المبادرة. وكانت المنظمة العالمية للملكية الفكرية شريكاً مفيداً للغاية في هذا المشروع من خلال أفكارها وتوصياتها وتوجيهاتها.

7. وقد انطلقت حملة إعلامية قومية مكثفة بمشاركة جميع أصحاب المصالح من الهيئات الحكومية المعنية بحقوق الملكية الفكرية بغية توجيه الرسائل الأساسية التالية إلى المجموعات المستهدفة المختارة:

▪ الملكية الفكرية تعني "المعرفة والذكاء"

تستهدف من لا يكسبون دخلاً ولكن يشترون المنتجات - وذلك لخلق مفهوم الحماية لدى هذه المجموعة، أي أمن المجموعة، فيما يتعلق تحديداً بمسائل الملكية الفكرية/حق المؤلف وحماية البيانات الشخصية في الشبكات الاجتماعية، وتنزيل الموسيقى/الأفلام، وغير ذلك.

▪ الملكية الفكرية تعني "الجودة"

تستهدف من يكسبون دخلاً ويشتررون المنتجات - وذلك لخلق مفهوم الأمان من ناحية كون المنتجات أصلية وذات جودة عالية، وتجنب مخاطر الأضرار الصحية أو فقدان الحياة، وغير ذلك.

▪ الملكية الفكرية تعني "الصورة والريح"

تستهدف من ينتجون المنتجات أو يبيعونها/يرخصونها - وذلك لخلق مفهوم اليقين من أن المنتج أصلي وقانوني ويستوفي معايير الجودة، وغير ذلك.

8. وُحددت مجموعات مستهدفة مختلفة (من حيث الأعمار والأنشطة الاقتصادية) لتحقيق أكبر قدر من الفعالية ووضع حلول مخصصة.

السنة	المجموعة المستهدفة - المعيار 1	المجموعة المستهدفة - المعيار 2	التدابير
2013	الحملة أَلَف "nefejkuj.sk" المدارس الابتدائية الأطفال من 10 إلى 15 سنة	لا يكسبون دخلا	الصفحة الإلكترونية التعليمية 1 الاستقصاء 1 و 2 مواد ترويجية ندوات نقاش
2014	الحملة بَاء المستهلكون - حتى 35 سنة المستهلكون - من 36 حتى 60 سنة المستهلكون - أكثر من 60 سنة	يكسبون دخلا - يشترون	على سبيل المثال الصفحة الإلكترونية التعليمية 2 الاستقصاء 1 و 2 مواد ترويجية (التلفاز، الإنترنت، الراديو) معرض، حلقات عمل
2015	الحملة جيم الموزعون - المنتجون الموزعون - التجار	يكسبون دخلا - يوزعون	على سبيل المثال الصفحة الإلكترونية التعليمية 3 الاستقصاء 1 و 2، مواد ترويجية (التلفاز، الإنترنت، الراديو) حلقات عمل

شركاء المشروع

9. تُنفذ جميع الأنشطة بالتعاون الوثيق مع جميع المؤسسات الحكومية الوطنية. وقد انخرط الشركاء في إعداد الرسائل الأساسية وتوجيهها إلى المجموعات المستهدفة المختارة.

الشريك المتعاون	الحملة/السنة
وزارة التعليم للجمهورية السلوفاكية وزارة الثقافة للجمهورية السلوفاكية إقليم بانسكا بيستريتسا المتمتع بالحكم الذاتي مكتب البلدية، بانسكا بيستريتسا	الحملة ألف (2013) "nefejkuj.sk"
وزارة الاقتصاد للجمهورية السلوفاكية وزارة الزراعة للجمهورية السلوفاكية وزارة الصحة للجمهورية السلوفاكية وزارة الداخلية للجمهورية السلوفاكية مديرية المالية للجمهورية السلوفاكية رابطة التجارة والسياحة رابطة المستهلكين	الحملة باء (2014)
غرفة التجارة والصناعة السلوفاكية مديرية المالية للجمهورية السلوفاكية رابطات المنتجين والتجار وزارة الاقتصاد للجمهورية السلوفاكية	الحملة جيم (2015)

وسائل الاتصال

10. يجري المكتب حملات عامة من خلال عدد من القنوات الإعلامية التي تشمل إعلانات الخدمة العامة المتلفزة وعمليات البث عبر قنوات التلفزيون وإعلانات الصحف ومواقع البوابات والمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك، وذلك لتوعية المستهلكين بأهمية حماية الملكية الفكرية. وترمي إعلانات الخدمة العامة وعمليات البث عبر قنوات التلفزيون، تحديداً، إلى التوعية بالآثار الضارة للسلع المقلدة وتشكيل إجماع عام على ثقافة استهلاك السلع الأصلية.

11. وبالإضافة إلى ذلك، استحدث المكتب مادة ترفيحية على الإنترنت تتناول الآثار الضارة للسلع المقلدة وتستهدف طلاب المدارس الابتدائية والإعدادية. وأطلق، بالتعاون مع القطاع الخاص، برنامج التعليم على الإنترنت لفائدة صغار البالغين لمساعدتهم على المقارنة بين الأدوية الأصلية والأدوية المقلدة.

التوقيت

12. قُسمت الحملة بأكملها إلى ثلاثة أجزاء وستمثاز السنة الأخيرة بحملة مكثفة تتضمن إطلاق جميع الأجزاء الثلاثة في آن واحد وذلك لمخاطبة جميع المجموعات المستهدفة بغرض خلق ظاهرة وعي بالملكية الفكرية على مستوى المجتمع. وقد تتكرر الحملة بأكملها بانتظام (بعد تحديثها).

2016		2015		2014		2013		النشاط
.4/3 Q	.2/1 Q	.4/3 Q	.4/3 Q	.2/1 Q	.2/1 Q	.4/3 Q	2/1. Q	بدء الحملة ألف
								ملخص المواد/المعلومات
								الصفحة الإلكترونية للإصدار التجريبي nefejkuj.sk
								الإصدار النهائي للصفحة الإلكترونية المرتبطة بالهواتف المحمولة المزودة بأنظمة أندرويد/فيسبوك
								الدورة التدريبية للحملة ألف
								استقصاء قبل الحملة/تقييم
								أدوات المنطقة الإبداعية
								ندوات نقاش - المدارس الابتدائية في الجمهورية السلوفاكية
								استقصاء بعد الحملة/تقييم

								بدء الحملة باء
								ملخص المواد/المعلومات
								صفحة إلكترونية - تركز على المستهلكين
								الدورة التدريبية للحملة باء
								استقصاء قبل الحملة/تقييم
								معارض حول البضائع المقادة
								حلقات عمل/ندوات متخصصة في الجمهورية السلوفاكية
								استقصاء بعد الحملة/تقييم
								بدء الحملة جيم
								ملخص المواد/المعلومات
								صفحة إلكترونية - تركز على المنتجين
								الدورة التدريبية للحملة جيم
								استقصاء قبل الحملة/تقييم
								حلقات عمل/ندوات متخصصة في الجمهورية السلوفاكية
								استقصاء بعد الحملة/تقييم

13. وسيُشرع في عام 2006، في تنفيذ الشرط النهائي من الحملة بأكملها، أي ألف وباء وجيم، لمخاطبة جميع الفئات المستهدفة.

ثالثًا. الحملة ألف (2013) "NEFEJKUJ.SK" (لا تقلد) بالتفصيل

14. تركز الحملة، تحديداً، على الأطفال من سن 10 إلى 15 سنة وذلك لتحقيق أكبر قدر من الفعالية. لماذا الأطفال؟ لأن الأطفال يمثلون بداية البحث عن المعارف والتجارب الجديدة ويسلكون طريقهم في الحياة بتؤدة. في هذه المرحلة (السن المبكرة) تتيح فرصة عظيمة لنبين لهم ما الذي يمكنهم فعله بأفكارهم الأصلية ونعلمهم المبادئ الأخلاقية وكيف يغيرون عاداتهم في العمل والتفكير بشكل إيجابي. فمن خلال جميع التجارب التي تُتاح لهم مرارًا وتكرارًا من خلال الأنماط المختلفة لحمولات التوعية أو التعليم المباشر أو التعلم بالتجربة يكسبون معرفة عالم الملكية الفكرية وكيف يعمل. ومن ثم، فإن هذه الفكرة كانت هي نقطة البداية لكامل الحملات العامة في جمهورية سلوفاكيا. وأساس تلك الفكرة هو: كيفية مرافقة فرد صغير السن خلال

عملية التعلم وتوفير معلومات إيجابية بشأن الانتفاع بالملكية الفكرية في عمل الفرد - وهي العملية التي يمكن أن تتحول جميع المعلومات المتعلقة بالملكية الفكرية المكتسبة من عملية التعلم إلى نشاط تجاري قائم على الملكية الفكرية. ومن ثم فإن الجزء الأول من الحملة يستهدف الفئة العمرية من 10 إلى 15 سنة، والتي يبدأ فيها ترسخ عادات التعلم والسلوك لدى الفرد. ويسهم في الحملة مشاهير الغناء والتمثيل والرياضة من خلال رسائل الفيديو.

نموذج الجمهورية السلوفاكية

15. حُدثت ثلاثة تدابير أساسية:

التدبير 1

16. إنشاء الصفحة الإلكترونية الخاصة www.nefejkuj.sk وربطها بالفيسبوك. ويتضمن الموقع المصغر معلومات للأطفال لإعلامهم بمخاطر التقليد والنسخ غير القانونية وأهمية حماية الأفكار الأصلية/الإبداع فضلاً عن معلومات أساسية حول الملكية الفكرية. وتوفر الصفحة الإلكترونية nefejkuj.sk أغان يمكن تنزيلها مجاناً وبطاقات توقيع مجانية من مشاهير (الغناء) وصور وألعاب مجانية. وقد سألنا فنانين ومشاهير معروفين بإبداعهم الأصلي عن رأيهم بشأن النسخ المقلدة. ويقدم جميع ضيوفنا آراءهم وتجاربهم الفريدة وأيضاً أغانيهم وبطاقات توقيعاتهم وصورهم. وقد شاركت في حملتنا فتيات من فرقة الفتيات الشهيرة "5 إنجلز"، ودينيس لانتشو، الذي وصل إلى المرحلة النهائية في مسابقة سوبر ستار التشيكوسلوفاكية في عام 2012، ومغني البوب الشهير روبرو أوباتوفسكي، وماروس باليش، منظم سباقات السيارات الشهير. وهم يجيبون على الأسئلة التالية في رسائل فيديو:

● هل يمكنك أن تعرّف بنفسك؟

● هل سبق لك أن اشتريت منتجاً مقلداً عن عمد؟

● هل تعرف ما هو الأصلي وما هو غير الأصلي؟

● لماذا تدعم حملة nefejkuj.sk

● ماذا تقول لمن يودون نسخ أفكار الآخرين وسرقتها؟

ويوفر نطاق الترفيه في الموقع المصغر ألعاباً إلكترونية مجانية للأطفال. وضم هذا الجزء ليسر على الأطفال قضاء وقت ممتع في www.nefejkuj.sk واللعب بالألعاب التي لا تنتهك حق المؤلف!

ويحفز النطاق الإبداعي في الموقع المصغر إبداع الأطفال ويدعم أفكارهم الأصلية. ففي هذا النطاق يمكنهم استخدام تطبيق مجاني للرسم يتيح لهم إمكانية تسخير معارفهم حول الملكية الفكرية لتصميم شعاراتهم الخاصة بشأن الحملة. ومن الأنشطة الأخرى التي يوفرها النطاق الإبداعي في الموقع المصغر الرسوم الكاريكاتورية المفتوحة النهاية. ومؤلف الرسوم الكاريكاتورية هو تلميذ من تلاميذ الفصل 9 أ بالمدرسة الابتدائية في براتيسلافا. وتتاح الفرصة للأطفال لكي يكملوا القصة مستعينين بمعارفهم وخيالهم في مجال الملكية الفكرية.

وُنظمت ندوات نقاش لفائدة المدارس الابتدائية خلال الحملة. وكانت ترمي إلى تعليم الأطفال حقوق الملكية الفكرية العامة وعرض الهدف من الحملة. وحصلت كل مدرسة على مواد ترويجية خاصة بشأن الملكية الفكرية - ملصقات/منشورات تعرض حملة "nefejku.sk".

التدبيران 2 و3

17. أجري الاستبيان والاستقصاءات العامة (750 مجيباً) في بداية الحملة (سبتمبر 2013) وفي نهايتها (ديسمبر 2013) وذلك لتقييم فعالية أنشطتنا ونتائجها. وقد نُشر الاستبيان الخاص بالأطفال من سن 10 إلى 15 سنة، والذي وضعه المكتب لهذا الغرض، على الصفحة الإلكترونية nefejkuj.sk، حيث طرح أسئلة تتعلق بفهم مبادئ حقوق الملكية الفكرية وأسئلة تتعلق بالانطباعات حيال المنتجات المقلدة (2000 مجيب).

الاستنتاجات والمتابعة

18. إن الجمهورية السلوفاكية مستعدة لإطلاع غيرها من البلدان على التجربة الثمينة التي ستكتسبها من هذا المشروع والدروس التي ستستخلصها منه. ويمكن إطلاع البلدان الأخرى المهتمة بالمشروع على التعديلات المدخلة على مختلف أجزاء الحملة. ويعتزم المكتب تنظيم المنتدى الدولي بشأن إنفاذ الملكية الفكرية في مارس 2016 في الجمهورية السلوفاكية وعرض الحملات ألف وباء وجيم ونتائج أنشطتنا على المشاركين الدوليين المهتمين ممن يبدون استعداداً لإدارة حملات شبيهة في بلدانهم.

[نهاية الوثيقة]