

WIPO/ACE/10/15  
الأصل: بالإنكليزية  
التاريخ: 2 سبتمبر 2015

## اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

### الدورة العاشرة

جنيف، من 23 إلى 25 نوفمبر 2015

### إذكاء الوعي من خلال الأدوات والتدابير التعليمية للشباب: حالة اليابان

من إعداد: ماي يغوشي، نائبة مدير شعبة استراتيجيات التعاون، في قسم التعاون الدولي، في مكتب اليابان للبراءات، وتاكا هوريو، نائب مدير قسم الشؤون الدولية، في وكالة الشؤون الثقافية

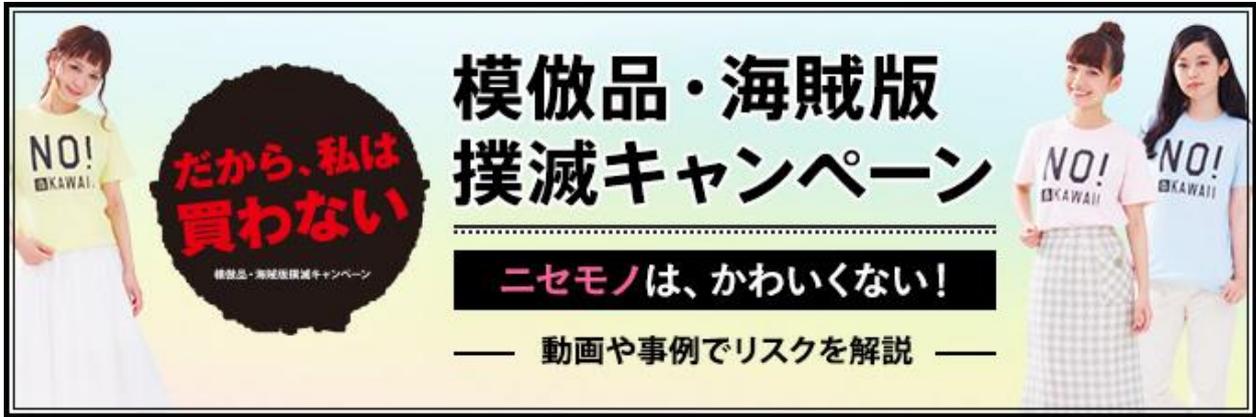
#### ملخص

سعيًا إلى وضع إطار تحمي فيه حقوق الملكية الفكرية حماية ملائمة، فمن المهم تحسين نظام الملكية الفكرية والعمليات التجارية في مكاتب الملكية الفكرية فضلًا عن زرع قيم احترام الاختراعات والإبداعات وحمايتها في أذهان عامة الجماهير. وتعمل الحكومة اليابانية من خلال مكتب اليابان للبراءات ووكالة الشؤون الثقافية وغيرهما من المنظمات المعنية، على الحد من أسواق السلع المقلدة و/أو المقرصنة عن طريق حملة مبادرات ترمي إلى إذكاء الوعي لدى عامة الجماهير بشأن الملكية الفكرية ولا سيما الشباب منهم. وتشمل هذه المبادرات حملات سنوية ويوم زيارة الأطفال وتنظيم منتديات وندوات.

أولاً. أنشطة إدكاء الوعي بالملكية الفكرية التي تركز على حماية حقوق الملكية الصناعية بشكل رئيسي، ويشترك فيها مكتب اليابان للبراءات

### ألف. "السلع المزيفة مقرفة" حملة ضد السلع المقلدة والمقرصنة

1. ينفذ مكتب اليابان للبراءات، منذ عام 2003، حملات توعية للجمهور بغية إدكاء وعي المستهلكين بأهمية حماية حقوق الملكية الفكرية، من أجل القضاء على توزيع السلع المقلدة والمقرصنة.
2. ويمكن أن يلاحظ في السنوات الأخيرة ازدياد تعقيد عمليات التقليد وارتفاع نسبة السلع المقلدة على الإنترنت. ونتيجة لذلك، فقد أصبحت حصيلة الأضرار التي تسببها السلع المقلدة والمقرصنة أكثر تعقيداً ومنتشرة. وفي استقصاء خاص للرأي العام حول الملكية الفكرية، أجراه مكتب مجلس الوزراء الياباني عام 2014، اعترف أكثر من 40 بالمائة من المشاركين بشراء سلع مقلدة، رغم أن النسبة آخذة في التناقص. وهذا يدل على أنه ما زالت هناك حاجة للعمل على تحسين وعي المستهلك من خلال العروض الترويجية والحملات.
3. ورفع مكتب اليابان للبراءات في حملته ضد السلع المقلدة والمقرصنة في السنة المالية 2014، مركزاً على الشباب العامل، شعار "السلع المزيفة مقرفة!" لتعزيز حملته الإعلانية.
4. وأجرى المكتب دراسة استقصائية عن هذه الحملة الإعلانية بين المستهلكين، الذين تعرفوا على الحملة، من أجل قياس أثرها. وكان ردة فعل حوالي 70 بالمائة من المشاركين سلبية بشأن شراء السلع المقلدة والمقرصنة. ووفقاً للاستقصاء، فقد ساهمت الحملة بالتأكد في إدكاء أخلاقيات المستهلكين بالنسبة للسلع المقلدة والمقرصنة. ويعتزم مكتب اليابان للبراءات تنفيذ أنشطة لتمكين المستهلكين من فهم بشكل أفضل أهمية الملكية الفكرية والضرر والآثار السلبية الناجمة عن التزوير.



صورة حملة عام 2014 "السلع المزيفة مقرفة!"

<http://www.jpo.go.jp/mohouhin/26fy/campaign/>



## باء. يوم زيارة الأطفال

5. ويقدم المكتب كل عام حدثاً يسمى "يوم زيارة الأطفال" لطلاب المرحلتين الإبتدائية والإعدادية، بهدف إعطاء الأطفال فرصة ليعرفوا أكثر عن الملكية الفكرية. ووضع المكتب برامج، لسنة 2015، تحمل شعار "مهمة عطلّة الصيف المنزلية! لتتعلم عن الاختراعات والتصاميم والعلامات التجارية التي تشكل أصولاً لليابان!!". وخلال الحدث، زار ما مجموعه 1172 شخصاً المكتب على مدار يومين، كان من بينهم 709 طفل (مقابل 430 في السنة المالية 2014)

6. وتضمنت البرامج، من بين أنشطة أخرى، مايلي:

- عرضاً علمياً للتمتع بالاختراعات والتقنيات العلمية: وهو عرض علمي قدمه المبتكر العلمي "زين شان".
- ورشة عمل: تجربة عملية لإنشاء "مشكال أصلي" و "بلبل فائق الجمال".
- لتتعلم عن علاقة الألعاب بالعلامات التجارية: تعريف الأطفال بالعلاقة بين الألعاب وعلاماتها التجارية (أساء المنتجات المسجلة) أثناء اللعب.
- أيهما "الحقيقي"؟: معرض يقارن بين الألعاب الحقيقية والمقلدة.
- لتتعلم عن الملكية الفكرية من خلال الرسوم المتحركة: عرض فيديو يروج توعية الجمهور حول الملكية الفكرية، ويضم عدداً من شخصيات مشهورة من أبطال الرسوم المتحركة اليابانية.
- مسابقات عن الاختراعات والتصاميم والعلامات التجارية: فلنجد عن أسئلة المسابقات للحصول على نسخة من مجلة المانغا "تاريخ الملكية الفكرية".



صور من المعرض العلمي

## جيم. مجموعة طوكيو عن الملكية الفكرية 2015

7. عقد المكتب منتدى بعنوان "مجموعة طوكيو عن الملكية الفكرية 2015" في قاعة طوكيو الدولية للمنتديات في 13 و14 يونيو 2015. وصمم هذا النوع من الأنشطة ليستهدف الشباب بشكل خاص الذين سيدعمون الاقتصاد الياباني في المستقبل، ليلمسوا كيف تساعد الملكية الفكرية المجتمعات.

8. وتناولت بعض عروض المنتدى المواضيع التالية:

- تصورات شركة تويوتا عن مستقبل التنقل وعرض لسيارتها الجديدة "ميراي" العاملة بخلية الوقود؛
- النساء الرائدات الداعمت للملكية الفكرية في اليابان؛
- ما هي آخر التطورات في عالم الملكية الفكرية؟ ما الذي ينبغي فعله كمدراء أعمال لنصبح حقا دولة قائمة على الملكية الفكرية؛
- الملكية الفكرية في مجالي التصميم وتقنيات الاتصالات.

9. ونظمت عدة معارض وتناولت أهمها المواضيع التالية:

- الذكرى المئوية لزجاجة كوكا كولا (شركة كوكا كولا المحدودة (اليابان))؛
- عرض عن سيارة "ميراي" الجديدة العاملة بخلية الوقود (شركة تويوتا للسيارات)؛
- تاريخ الأجهزة الإلكترونية المنزلية التي غيرت أسلوب حياة اليابانيين (شركة توشيبا).



## دال. أنشطة تدريبية للطلاب

### (أ) أنشطة لتعزيز إبداع الملكية الفكرية وتنفيذها واستخدامها

10. يدعم مكتب اليابان للبراءات والمركز الوطني للمعلومات والتدريب في مجال الملكية الصناعية، المدارس المهنية (في مجالات الصناعة والتجارة والزراعة وصيد الأسماك) والكليات التقنية في جهودها الرامية إلى تطوير الإبداع الفكري للطلاب، من خلال تقديم دورات التدريب العملي في تصنيع المنتجات وتطويرها، وتحويل الأفكار إلى ملكية فكرية وملء وثائق طلبات البراءات. وتهدف أنشطة الدعم هذه إلى تعزيز "إبداع" الطلاب في التخطيط واقتراح الأفكار والأطر الجديدة؛ و"قدرتهم على تنفيذ" الخطط والمقترحات وفقا لقواعد المجتمع؛ و"قدرتهم على الاستفادة الفعالة" من الأفكار والأجهزة المبتكرة في الحياة العملية. وقد بدأت هذه المبادرة في السنة المالية 2000.

### (ب) مسابقتنا البراءات وبراءات التصميم

11. ينظم مكتب اليابان للبراءات، مسابقتي البراءات وبراءات التصميم بهدف منح جائزة عن الاختراعات والتصاميم المتميزة التي يبتكرها طلاب المدارس الثانوية والكليات التقنية والجامعات في جميع أنحاء البلاد. ويشارك في تنظيم هذه المسابقات وزارة التربية والتعليم والثقافة والرياضة والعلوم والتكنولوجيا، والجمعية اليابانية لوكلاء البراءات، والمركز الوطني للمعلومات والتدريب في مجال الملكية الصناعية، وتهدف المسابقات إلى رفع مستوى الوعي لدى طلبة المدارس بأهمية الملكية الفكرية وتعزيز فهمهم لنظام الملكية الفكرية. ويوفر مكتب اليابان للبراءات فرصة اكتساب الحقوق بالنسبة للاختراعات والتصاميم المتميزة. ويحصل طلاب المدارس، ممن أبدعوا اختراعات وتصاميم حازت على جوائز، على دعم من المنظمين بشأن الإجراءات الخاصة بالطلبات، من مرحلة إيداع الطلبات وصولاً إلى الحصول على حقوق البراءات والتصاميم؛ ويشمل هذا الدعم مشورة محامي البراءات ومنحة تغطي جميع التكاليف الضرورية، مثل رسوم إيداع البراءات والتصاميم، وطلب الفحص، ورسوم البراءات لمدة ثلاث سنوات، ورسوم تسجيل التصميم لمدة سنة واحدة.

12. وحتى الآن، حصل 206 من الفائزين في هذه المسابقات، من أصل 3275 طلباً مقمداً، على دعم لإيداع طلبات البراءات، ومنح 121 من هذه الطلبات حقوق براءات (لغاية 11 مايو 2015). وفي مسابقات براءات التصميم التي ينظمها المكتب منذ بداية السنة المالية 2008، بلغ عدد الفائزين، الذين منحوا أهلية الحصول على دعم لإيداع طلبات التصميم، 194 فائزاً من مجموع 1319 طلباً، وسجل 156 طلباً منها كصاميم (لغاية 11 مايو 2015).

## ثانياً. النشاطات التي نفذتها وكالات معنية أخرى

13. مكتب الويبو في اليابان: استضاف مكتب الويبو في اليابان، في صيف 2010، مسابقة مانغا حول موضوع السلع المقلدة. وأقيمت المسابقة برعاية مشتركة من وزارة خارجية اليابان ومكتب اليابان للبراءات، وبدعم من مجموعة كادوكاوا للنشر. ودعت المسابقة فناني المانجا اليابانية لتسليط الضوء على مخاطر الصحة والسلامة المرتبطة بشراء السلع المقلدة. وطلب من المتسابقين، كشرط لدخول المسابقة، تقديم عمل أصلي أو قصة أو شخصيات جديدة. وبعد عملية اختيار صارمة ضمت خبراء في الصناعة، اختيرت قصة السيدة إيميكو إيواساكي "هونونو-السر الذي يغير حياتك". وتحكي قصة شاب يخدع بسهولة في شراء سلع مقلدة تؤدي إلى أضرار جسيمة. وفي هذا السياق، ينقل النص رسالة عن كيفية مواجهة المواقف الخطرة التي تنطوي على سلع مقلدة والتعامل معها.

14. الجمعية اليابانية لوكلاء البراءات: يرسل فرع الجمعية في إقليم كانتو، وكلاء البراءات وخبراء الملكية الفكرية إلى المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية، لإلقاء محاضرات تساعد الطلاب على فهم ماهية الملكية الفكرية. وتهدف هذه المحاضرات إلى تطوير التفكير المبدع بحرية واستقلالية، وتعلم كيفية حل المعضلات بشكل فعال ومبدع.

15. المعهد الياباني للاختراعات والابتكارات: يجري المعهد نشاطا بعنوان نادي الفتية والفتيات للابتكار. ويوفر هذا النشاط بيئة لقادة الجيل القادم للاستمتاع (بصنع الأشياء) من أجل تطوير الموارد البشرية التي من شأنها أن تسمح لليابان بتبني مستدامة كدولة قائمة على العلم والتكنولوجيا. وينخرط الأطفال، ضمن هذا النشاط، في مجموعة واسعة من أنشطة "صناعة الأشياء" المبنية على أفكارهم، مثل تجميع جهاز لاسلكي، وصنع زينة أعياد الميلاد وهلم جرا، من أجل تحفيز قدراتهم الإبداعية. وبدأ النادي في عام 1974 كجزء من مشروع للاحتفال بالذكرى السبعين لتأسيس المعهد. ويوجد حاليا 217 ناديا في 47 مقاطعة في جميع أنحاء البلاد، ويشارك حوالي 8500 طفل و2800 مدربا في الأنشطة.

16. وينظم المعهد، منذ عام 1941، نشاطا آخر يهدف إلى تحسين الإبداع لدى الأطفال من خلال "صناعة الأشياء"، وهو مسابقة الاختراع لأطفال المدارس. وتعرض نتائج المسابقة في معرض، وينال مؤلفوا الأعمال الإبداعية المميّزة جائزة من الويبو.

### ثالثا. أنشطة التوعية بالملكية الفكرية التي تركز على حماية حق المؤلف، وتنفيذها وكالة الشؤون الثقافية

17. إننا نستخدم المصنفات المحمية بحق المؤلف في كثير من جوانب حياتنا اليومية. وقد أحدث التقدم التكنولوجي والتغيرات المجتمعية ثورة في طريقة استخدامنا للمصنفات المحمية بحق المؤلف. ففي الماضي، كان توزيع المصنفات المحمية بحق المؤلف (مثل المنشورات والموسيقى والأفلام والبرامج التلفزيونية، وغيرها) محدودا على بعض المهنيين، مثل هيئات الإذاعة، وشركات التسجيل ودار النشر. ولكن، مع تطور التكنولوجيا الرقمية والشبكات، أصبح من السهل نسخ المصنفات المحمية بحق المؤلف على الحاسوب الشخصي. وإضافة إلى ذلك، يتيح الإنترنت التوزيع عبر الحدود دونما جهد، مما يسبب حالات خطيرة من التعديات على حق المؤلف على الإنترنت بالإضافة إلى النسخ المقرصنة من الأقراص المدججة وأقراص الفيديو الرقمية.

18. وسعيا إلى وقف التعدي على حق المؤلف وتعزيز حمايته بالشكل المناسب، ليس من الضروري تعديل القوانين فحسب، بل أيضا القيام بأنشطة إعلامية تهدف إلى إذكاء الوعي بأهمية حق المؤلف. ومن المهم أن يكون الجميع، ليس فقط مهني الصناعة بل المستخدمين الفرديين أيضا، على اقتناع بعدم التعدي على المصنفات المحمية بحق المؤلف بشكل مناسب.

19. وفي هذا الصدد، تنظم وكالة اليابان للشؤون الثقافية أنشطة توعية في مجال حق المؤلف للمستخدمين وعامة الجمهور منذ عام 1952. وفي البداية، عقدت الوكالة ندوات للأطراف المعنية والمنظمات ومسؤولي الحكومات المحلية المتعاملين مع قضايا حق المؤلف. كما أرسلت الوكالة خبراء وطورت مواد تعليمية عن حق المؤلف.

20. وفي عام 1996، ومع تزايد أهمية إذكاء الوعي العام بحق المؤلف من خلال المناهج المدرسية، عقدت الوكالة حلقات دراسية للمعلمين، ووضعت مواد تعليمية مصممة لكل المراحل الدراسية، الابتدائية والإعدادية والثانوية. وإضافة إلى ذلك، عيّنت بعض المدارس "مدراس خاصة لأبحاث حق المؤلف" للبحث عن أساليب محددة للتثقيف بحق المؤلف. ومع ازدياد تطور التكنولوجيا الرقمية والشبكات، وسّعت الوكالة، عام 2004، نطاق أنشطتها من خلال عقد ندوات حول حق المؤلف، من أجل تحسين فهم الجمهور لهذا الحق. كما وضعت مواد مرجعية للجمهور، ومواد سمعية وبصرية لقطاع الأعمال والجامعات، ودليلا بشأن اتفاق حق المؤلف. وهكذا، تنفذ الوكالة أنشطة توعية بحق المؤلف للجهات المعنية، وفقا للتغيرات المجتمعية.

21. وقد وضعت الوكالة، كجزء من أنشطتها الحالية للتوعية في مجال حق المؤلف، موادا تربوية وتعليمية موجهة للطلبة. وصممت هذه المواد خصيصا للطلبة من كل المراحل، أي طلاب المدارس الابتدائية والإعدادية والثانوية والجامعات، وذلك باستخدام أمثلة مألوفة من الحياة اليومية لتسهيل فهم الطلاب لحق المؤلف. وإضافة إلى ذلك، جمعت الوكالة أمثلة جيدة للتثقيف حول حق المؤلف، يمكن للمعلمين استخدامها في صفوفهم. كما وضعت مواد مرجعية لعامة الجمهور، توضح اتفاقيات حق المؤلف. وتتاح هذه المواد على الموقع الإلكتروني للوكالة.

22. وتنظم الوكالة مجموعة متنوعة من الندوات حول حق المؤلف. وتتضمن ندوات لمعلمي المدارس وأمناء المكتبات، وندوات تشارك مجالس التعليم المحلية في تنظيمها، وتقام في طوكيو وفي جميع أنحاء اليابان أيضا.

23. وإضافة إلى الجهود التي تبذلها الوكالات الحكومية، تنشط المنظمات الخاصة المهتمة بحق المؤلف في مجال تطوير مواد تربوية وتعليمية بغية رفع مستوى الوعي العام بهذا الحق. وتشرح النقاط الهامة التي ينبغي على المستخدمين الإطلاع عليها، والمتطلبات الإجرائية لاستخدام الأعمال المحمية بحق المؤلف، والدعوة إلى القضاء على التعدي على حقوق الملكية الفكرية. وبهذه الطريقة، تعمل الوكالات الحكومية اليابانية ومنظمات القطاع الخاص ذات الصلة يدا بيد سعيا إلى نشر المعرفة بأهمية حق المؤلف.

## Copyright education materials (for teachers)

**Educational activities in school and copyright**

Examples and explanations of different kinds of textual content discussing the relationship of copyright to in-school activities.

Conditions for copying and distributing, by teachers or pupils, another person's work for use as class materials (Copyright Act Article 35-1).

著作権者の了解なしに利用できるための条件  
 ①複製を目的しない、教育機関であること  
 ②複製を目的とする教員やその指導を受ける児童・生徒がコピーすること  
 ③本人（教員又は児童・生徒）の授業で使用する  
 ④コピーは、複製や複製的な複製行為の複製であること  
 ⑤複製に公表された著作物であること  
 ⑥その著作物の種類や用途などから判断して、著作権者の利益を不当に害しないこと  
 の範囲として著作物の複製、著作権者またはその「指導の相手」によること

**具体例**

- 教科や授業で使用するために、印刷などコピーして授業・学習に使用する場合は
- 複製が、ソフトウエアと授業用・学習用使用する複製のパソコンコピーする場合は
- 複製や授業・学習が、複製用のCD-RやDVD-Rにコピーして使用する場合は

Collection of instructive case studies for different settings

**Copyright Education Five-minute practical explanations of copyright**

For each subject, the scene is set to illustrate points concerned with how copyright should be handled during lessons. (Designed to be usable even by teachers who have no firm grasp of copyright)

**In a social studies class (1)**

社会科の調べ学習で、地域の歴史問題について調べたことを発表するために必要なことになりました。  
 新聞、資料集、インターネットなどで調べたり、リサイクル施設の人に聞いてたりして子どもたちが主体的に取組むよう指導しようとしています。

仕事をしている人に聞いた話を聞きたいんですけど...

新聞や資料集のコーナーを聞いていいですか？

インターネットの記事や写真をプリントして授業用に貼ってもいいですか？

**授業の目的の解説**

子どもたちが自分の授業の過程で学ぶために、新聞、資料集、インターネット上の複製やコピー・ダウンロードの複製やプリントアウトすることによって、授業の目的を達成し、自分の理解を深めたいという目的があります。

複製の目的は、本人が学習するためにコピーする場合は著作権（著作権者）の了解を得る必要はありません。

ただし、これらの複製やコピーは、複製された複製品がそのままに複製して学校内に配布したり、学校ホームページに掲載したりする場合は、その時点で本人が承諾したため、あるいは授業の過程で使うためという目的に達するため、本人の了解を得ることが必要になります。

新聞記事などをコピーする場合は、本日は授業の理解が目的で、みんなの関心や授業のためならその目的を達成する必要はないので、ただ、インターネットを閲覧する時には見聞として勝手に目的を達成してはいけないね。  
 学校からコピーしたことを複製に載せるときには、調べた内容をグループでよく話し合ってから、自分たちの言葉でまとめてから、元の記事や複製と区別できるように載せよう。

http://www.bunka.go.jp/chosakuken/hakase/pdf/gakkou\_chosakuken.pdf

[نهاية الوثيقة]