

Консультативный комитет по защите прав

Четырнадцатая сессия
Женева, 2–4 сентября 2019 г.

ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ КАМПАНИИ И СТРАТЕГИИ КАК СПОСОБ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УВАЖЕНИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

Доклады подготовлены Индией, Норвегией, Оманом, Перу и Республикой Молдова

1. На тринадцатой сессии Консультативного комитета по защите прав (ККЗП), состоявшейся 3–5 сентября 2018 г., Комитет постановил рассмотреть на своей четырнадцатой сессии, в частности, тему «обмен информацией о национальном опыте осуществления информационно-просветительских кампаний и стратегий как способа обеспечения уважения ИС широкой общественностью, в особенности молодежью, в соответствии с приоритетами государств-членов в области образования и в других областях». В рамках этой темы в настоящем документе представлены доклады пяти государств-членов (Индии, Норвегии, Омана, Перу и Республики Молдова).
2. В целях изменения поведения потребителей Республика Молдова и Индия внедрили комплексные многоступенчатые стратегии. В докладе Республики Молдова изложена ее амбициозная Программа культурной трансформации, которая представляет собой обширную целевую информационную программу, включающую информационные, образовательные и просветительские мероприятия, предназначенные для должностных лиц, преподавателей, взрослых потребителей и молодежи. В период с июня 2017 г. по ноябрь 2018 г. наряду с информационно-просветительскими кампаниями, публикациями и мероприятиями с участием средств массовой информации было организовано проведение большого числа конференций, семинаров и учебных курсов.
3. Аналогичным образом Индия в своем докладе подчеркивает необходимость использования стратегии, которая предусматривает работу одновременно по нескольким направлениям, сочетающую внесение изменений в законодательство, меры принудительного характера и информационно-разъяснительную деятельность. В ее докладе основное внимание уделяется информационно-разъяснительному направлению национальной стратегии и дается подробное описание деятельности, осуществляемой

Отделом по популяризации и управлению ПИС (CIPAM) в составе Управления развития промышленности и внутренней торговли (DPIIT), который благодаря сотрудничеству с индийской киноиндустрией использует в целях содействия соблюдению авторских прав различные виды аудиовизуального контента.

4. Оман и Перу уделяют особое внимание информационно-просветительской работе среди молодежи и используют при этом самые разнообразные подходы. В Омане Департамент олимпиад по науке и инновациям (ISOD) Министерства образования составил подробный план проведения конкурса в школах. Проведенный при поддержке ВОИС конкурс охватил учащихся государственных и частных школ по всей стране. Учащимся было предложено нарисовать постеры на тему обеспечения уважения прав ИС. Было получено более 100 постеров. Постеры-победители были представлены в ходе мероприятий, организованных Министерством торговли и промышленности при содействии патентного ведомства Совета сотрудничества стран Залива (ССЗ) в честь празднования Международного дня ИС «В борьбе за золото: ИС и спорт». По случаю празднования этого события в период с 28 по 30 апреля 2019 г. министерство образования организовало проведение дополнительных информационно-просветительских мероприятий для детей.

5. Такое же особое внимание учебным заведениям уделено в пилотном образовательном проекте «Я решаю, я уважаю: уважение прав интеллектуальной собственности и отказ от контрафактной продукции», информация о котором представлена в докладе Национального института по защите конкуренции и охране интеллектуальной собственности (INDECOP) Перу. В 2018 г. Комиссия по борьбе с правонарушениями на таможне и пиратством, в работе которой участвует INDECOP, разработала для преподавателей г. Москвы и провинции Кальяо учебную программу по тематике уважения прав ИС и подготовила курсы для студентов высших учебных заведений. Был подготовлен комплект из пяти брошюр, по одной для каждого года обучения, и два руководства для преподавателей. В рамках этого пилотного проекта удалось привлечь большое число преподавателей и обучить на курсах 9 801 школьника. В 2019 г. продолжается работа по осуществлению данного проекта, направленного на обеспечение охвата программой всех регионов страны к 2021 г.

6. Норвежское ведомство промышленной собственности (NIPO) приводит пример того, насколько высоко эффективными могут быть кампании по повышению информированности при относительно низких затратах и делится своим ценным опытом работы со средствами массовой информации. NIPO сосредоточило свои усилия на сегменте отпускников и клиентов интернет-магазинов. Благодаря использованию оригинальной тактики доведения ключевой информации до сведения потребителей и нахождению способов оказания помощи журналистам в сборе полезного материала для печати NIPO удалось повысить интерес средств массовой информации к вопросу уважения прав ИС и поддерживать его на неснижаемом уровне.

7. Доклады представлены в следующем порядке:

Обуздать пиратов: кампания по борьбе с пиратством в Индии.....	4
Норвежские информационно-просветительские проекты по проблеме контрафакции: не покупайте контрафактные товары в интернете, а также во время отпуска	14
Школьный конкурс на тему соблюдения авторских прав, проведенный в 2018/2019 учебном году в Омане	22
«Я решаю, я уважаю: уважение прав интеллектуальной собственности и отказ от контрафактной продукции» – Новая образовательная программа для старшеклассников в Перу.....	30

Программа культурной трансформации в Республике Молдова 38

[Доклады следуют]

ОБУЗДАТЬ ПИРАТОВ: КАМПАНИЯ ПО БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ В ИНДИИ

*Доклад подготовил г-н Раджив Аггарвал, сосекретарь Отдела интеллектуальной собственности Управления развития промышленности и внутренней торговли (DPIIT) Министерства торговли и промышленности, Нью-Дели, Индия**

АННОТАЦИЯ

Прилагая усилия к борьбе с серьезной проблемой пиратства, от которой страдает динамично развивающаяся индустрия СМИ и развлечений, Отдел по популяризации и управлению ПИС (CIPAM) в составе Управления развития промышленности и внутренней торговли (DPIIT) реализует программы подготовки сотрудников правоохранительных и таможенных органов в области защиты интеллектуальной собственности (ИС) и способствует разработке и принятию административного характера. Одним из главных направлений деятельности является информационно-разъяснительная работа, особенно среди молодежи, для повышения осведомленности людей относительно рисков, связанных с пиратством. По телевидению и в кинотеатрах демонстрируются короткие видеоматериалы с участием звезд Болливуда и персонажей мультфильмов. Неизменным героем видеоматериалов и презентаций, демонстрируемых в школах, где учащиеся могут принимать участие в конкурсах на тему ИС, является ИС-Нани, специальный талисман или символ информационно-разъяснительных программ в области ИС.

I. ИСТОРИЯ ВОПРОСА

1. Более 600 телевизионных каналов, 100 миллионов семей, являющихся абонентами платных телеканалов, 70 000 газет и фильмы, которых выпускается по 1 000 в год, — все это динамично развивающаяся новостная и развлекательная индустрия Индии, бурный рост которой представляет особый интерес для международных корпораций¹. В 2017/2018 финансовом году совокупные темпы годового роста этой отрасли составили 10,9 процента, и ожидается, что к 2022/2023 финансовому году этот показатель достигнет 13,1 процента, а общий оборот составит порядка 2 660 млрд рупий (приблизительно 38 млрд долл. США). В новостной и развлекательной индустрии как прямым, так и косвенным образом занято от 3.5 до 4 млн человек².

2. Для того чтобы это поступательное движение продолжалось и чтобы его темпы не замедлялись, несмотря на такие умопомрачительные цифры, необходимо поддерживать благоприятные условия, способствующие дальнейшему росту новостной и развлекательной индустрии Индии, и эффективно бороться с проблемами, которые могут поставить под угрозу достигнутый прогресс. Пиратство, как в интернете, так и в других сферах, является одной из проблем, угрожающих этому сектору экономики, причем не только в Индии, но и во всем мире.

3. Пиратство, которое на первый взгляд может показаться довольно безобидной проблемой, может иметь весьма пагубные и даже катастрофические последствия.

* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат авторам и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

¹ Ernst & Young and LA India Film Council (2012), *Film Industry in India: New Horizons*, available at: <http://producersguildindia.com/Pdf/Film%20Industry%20In%20India%20New%20Horizons.pdf>.

² India Brand Equity Foundation (March 2019), *Media and Entertainment Industry*, available at: <https://www.ibef.org/industry/media-entertainment-india.aspx>.

Противоправные действия нарушителей лишают многих производителей, изготовителей, художников, маркетологов и других субъектов рынка возможности пользоваться плодами своего творчества, в то же время препятствуя укреплению финансового положения отрасли и ее развитию и лишая государство законно причитающихся ему налоговых поступлений. Более того, средства, получаемые нарушителями незаконным путем, используются для финансирования темных сил терроризма.

4. Для того чтобы бороться с проблемой пиратства, необходим подход, предусматривающий работу одновременно по нескольким направлениям, в том числе активное сотрудничество между различными государственными ведомствами и частными заинтересованными сторонами. Кроме того, необходимы не только меры принудительного характера, но также информационно-разъяснительная работа, особенно среди молодежи, и работа с населением.

II. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

5. Национальная политика Индии в отношении прав интеллектуальной собственности, принятая в 2016 г., признает и усиливает значение прав интеллектуальной собственности (ПИС) для создания социально-экономических благ. Для принятия целенаправленных мер, предусмотренных Национальной политикой в отношении прав интеллектуальной собственности, в составе Министерства развития промышленности и внутренней торговли был создан Отдел по популяризации и укреплению ПИС (CIPAM).

6. CIPAM постоянно прилагает усилия к повышению осведомленности о ПИС, содействует коммерциализации ПИС и повышению эффективности защиты ПИС в стране. Благодаря этим усилиям все более широкие слои населения узнают о значении защиты прав интеллектуальной собственности, укрепляется потенциал правоохранительных структур (полиции и таможни) путем регулярного обучения, получившего высокую оценку. Благодаря организуемым Отделом семинарам создается положительная динамика процесса повышения осведомленности и пополнения знаний о ПИС, имеющих огромное значение.

7. Правительство не прекращает борьбу с пиратством, как на законодательном уровне, так и административными методами. Недавно на рассмотрение парламента Индии был представлен законопроект, содержащий положения, предусматривающие уголовную ответственность за незаконную видеосъемку фильмов, демонстрируемых в кинотеатрах. В административном плане CIPAM успешно сотрудничает с Национальной интернет-биржей Индии и Управлением по борьбе с преступностью в киберпространстве и цифровой среде штата Махараштра, в результате чего совместными усилиями были временно заблокированы 300 нарушающих авторские права веб-сайтов с доменным именем «.in». Поскольку количество попаданий на такие веб-сайты, по некоторым оценкам, превышает 186 миллионов в месяц, скоординированные усилия, направленные на аналогичное сотрудничество с другими интернет-регистраторами по всему миру, могут нанести серьезный удар по пиратству.

8. CIPAM неустанно проводит кампании повышения осведомленности населения о вреде пиратства. Следует отметить, что хотя против тех, кто получает коммерческую выгоду от такой незаконной деятельности, могут быть использованы положения, предусматривающие уголовную ответственность, убеждение может быть более эффективным способом заставить людей, особенно молодых, прекратить пользоваться пиратским контентом. Индустрия и юридические фирмы с огромной заинтересованностью и на добровольных началах участвуют в таких кампаниях.

9. В настоящем документе особо отмечена информационно-разъяснительная кампания СІРАМ, в рамках которой, в частности, демонстрировались короткие антипиратские видеоматериалы, снятые при участии индийских кинозвезд. Это может заинтересовать государства-члены в реализации аналогичных инициатив. Ссылки на эти антипиратские видеоматериалы перечислены в приложении 1.

III. АНТИПИРАТСКИЕ ВИДЕОМАТЕРИАЛЫ, СНЯТЫЕ ПРИ УЧАСТИИ АКТЕРОВ, ПРЕДСТАВЛЯЮЩИХ ИНДИЙСКУЮ КИНОИНДУСТРИЮ (БОЛЛИВУД)

10. Поскольку пиратство оказывает крайне негативное воздействие на доходы от кинопроката, киноиндустрия кровно заинтересована в борьбе с пиратством. Более того, пользуясь широкой известностью и огромной популярностью, болливудские знаменитости способны оказывать сильное воздействие и производить неизгладимое впечатление на население. Главное – это привлечь их к осмысленному участию в этих совместных усилиях СІРАМ и Гильдией продюсеров Индии.

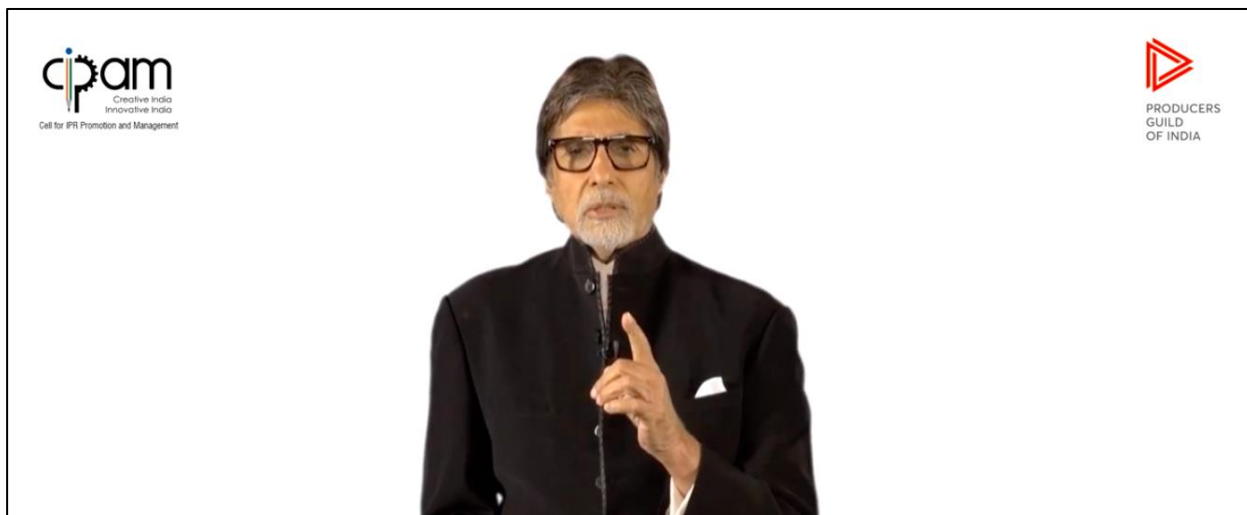
A. МЕТОДЫ РАБОТЫ

11. Снимая и демонстрируя короткие антипиратские видеоматериалы, СІРАМ сотрудничает с Гильдией продюсеров Индии, крупнейшей организацией, занимающейся кино-, телевизионным и цифровым контентом и представляющей интересы ведущих производителей аудиовизуального контента Индии. Гильдия наладила сотрудничество с кинозвездами, которые согласились бесплатно сняться в этих коротких рекламно-информационных роликах. Участие в этой работе приняли некоторые из наиболее известных и знаменитых кинозвезд, такие как Амитабх Баччан, Видья Балан, Алиа Бхат, Варун Даван, Джон Абрахам, Манодж Баджпайи, Жаклин Фернандес и Ранбир Капур.

12. Короткие видео снимались, как правило, на съемочных площадках, где в это время работали актеры, что позволило сэкономить средства, поскольку не нужно было оборудовать для этого специальные площадки. Продолжительность каждого видео – от 30 до 60 секунд. Видеоролики снимались на английском или на хинди, а иногда на обоих языках. Каждое из них заканчивается фразой: «Незаконное скачивание и просмотр фильмов – это воровство! Воровство – это нарушение закона!»

13. Сценарии писала Гильдия, которая также снимала и монтировала видеоматериалы с высоким разрешением. Одновременно с этим снимались видео с низким разрешением, которые легче распространять в социальных сетях там, где скорость интернета недостаточно высока.

14. После этого в верхнем левом и верхнем правом углу размещались логотипы СІРАМ и Гильдии продюсеров Индии, которые находились там на всем протяжении видеоматериала. Трансляцию этих видеороликов по телевидению организовала Вещательная организация Индии (IBF), чей логотип появляется в самом конце каждого видео.



В. РАСПРОСТРАНЕНИЕ

15. Распространение коротких антипиратских видео имело решающее значение для успешного проведения кампании. Для того чтобы обеспечить максимально широкий охват, видео распространялись самыми разными способами, в том числе через социальные сети, демонстрировались в кинотеатрах и по телевидению.

16. Затем был взят на вооружение еще один метод: короткие видео демонстрировались незадолго до даты выхода в прокат нового фильма, в котором одну из главных ролей играл тот же самый актер, который снялся в видеоролике, благодаря чему участие знаменитостей оказалось еще более эффективным.

17. Поскольку социальные сети становятся все более важным средством коммуникации для молодых людей, короткие видео размещались на страницах CIPAM во всех таких соцсетях, в том числе в Facebook, YouTube и, что самое важное, в Twitter. Более того, через свои аккаунты в Twitter их распространяли Министерство торговли и промышленности и руководитель этого министерства. Затем они распространялись в Twitter Гильдией продюсеров Индии через личные аккаунты голливудских знаменитостей, снявшихся в видеороликах. В частности, Амитабх Баччан лично распространял видео со своего аккаунта. Число пользователей Twitter, посмотревших видео на этой платформе, превысило 50 миллионов.

18. Кинотеатры являются еще одним важнейшим каналом распространения информации, поскольку в них можно показывать видеоролики и их посещает большое количество зрителей. В этой связи CIPAM обратился к Министерству информации и вещания (MIB) и попросил демонстрировать видеоролики в кинотеатрах перед началом фильмов. Одновременно с этим он обратился к ассоциациям владельцев кинотеатров с просьбой показывать видеоролики бесплатно и на добровольной основе. Поскольку для демонстрации любого фильма в кинотеатрах Индии необходимо получить соответствующее разрешение от Центрального совета по сертификации кинопродукции (CBFC), Гильдия продюсеров Индии подала соответствующую заявку и получила от CBFC необходимые свидетельства (приложение 2), после чего MIB разослало необходимые распоряжения (приложение 3) о демонстрации коротких видеороликов в кинотеатрах страны.

19. Поскольку телевидение является средством массовой информации, CIPAM наладил сотрудничество с IBF, объединяющей более 350 телеканалов и обратившейся к

этим телеканалам с просьбой периодически транслировать эти видеоматериалы на безвозмездной основе.

IV. АНТИПИРАТСКИЕ ВИДЕО С ПЕРСОНАЖАМИ ИЗ МУЛЬТФИЛЬМОВ

20. Дети тоже знакомы с цифровыми медиа, и столь же важно, чтобы ребенок начинал получать информацию о проблеме пиратства с раннего возраста, поскольку это во многом способствует созданию здоровой экосистемы, помогающей воспитывать уважение к интеллектуальной собственности (ИС). СІРАМ налаживает сотрудничество с отраслью, благодаря чему были бесплатно сняты и показаны серии антипиратских видео, в которых фигурировали герои мультфильмов, хорошо знакомые детям. Анимационные видеоклипы, главным девизом которых была фраза «Пиратству – нет!», показывали на популярном канале мультфильмов.



V. АНТИПИРАТСКИЕ ВИДЕО С ТАЛИСМАНОМ ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЙ В ОБЛАСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

21. ИС-талисман, ИС-Нани («нани» значит «бабушка» на хинди) – технологически подкованная бабушка, вместе со своим внуком по имени Чоту, известным также под именем Адитья, помогающая властям и правоохранительным органам бороться с преступностью в сфере ИС. Этот рекламный персонаж довольно увлекательным образом объясняет населению, прежде всего детям, насколько важны ПИС. Он был придуман как продолжение организованной Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) кампании по празднованию Всемирного дня ИС в 2018 г. В этот день отмечаются выдающиеся способности, изобретательность, любознательность и принципиальность женщин, которые являются движущей силой происходящих в мире изменений и от которых во многом зависит наше общее будущее. Кроме того, бабушки и дедушки занимают особое место в сердцах детей, которые уважают их за их знания и жизненный опыт.



22. Совместно с Ведомством интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИСЕС) CIPAM организовал производство серии детских мультфильмов о ПИС, главным персонажем которых была ИС-Нани. Эти мультфильмы распространялись по различным каналам в социальных сетях. Недавно в школах начали показывать обучающее видео на тему ПИС с ИС-Нани в главной роли, что довольно удобно, поскольку для этого не требуется участие учителей или экспертов, потому что дети и так понимают, о чем речь.

VI. КОНКУРСЫ НА ЛУЧШЕЕ АНТИПИРАТСКОЕ ВИДЕО

23. В 2018 году, стараясь привлечь студентов вузов к участию в антипиратской кампании, CIPAM совместно с киноиндустрией организовали конкурс на тему ИС, IPPrism. Студенты выставили на этот конкурс свои фильмы о пиратстве и контрафакции в двух категориях: 30-секундные и 60-секундные фильмы. Победившие на конкурсе группы получили денежные призы в размере 400 000 рупий (5 700 долл. США), а также памятные подарки и свидетельства, а имена победителей были опубликованы на веб-сайте CIPAM. Цель конкурса заключалась в том, чтобы воспитать в молодом поколении культуру инноваций и творчества, и молодые авторы получили уникальную возможность заявить о себе на всю страну. Первый конкурс IPPrism оказался настолько успешным, что CIPAM организовал второе такое мероприятие, и пригласил принять в нем участие учащихся школ, колледжей и университетов, соревновавшихся в двух номинациях: фильмы и комиксы на тему ИС в повседневной жизни.

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

VII. ЗАКЛЮЧЕНИЕ И ДАЛЬНЕЙШИЕ ДЕЙСТВИЯ

24. Известная пословица гласит: «путь в тысячу миль начинается с одного единственного шага». Точно так же, борьба с пиратством начинается с распространения информации о том, какой вред оно причиняет. Поэтому очень важно, чтобы люди понимали, насколько важно с уважением относиться к результатам труда и произведениям других, осознавая значение своего собственного труда и защищая то, что они создают. Однако эта борьба носит глобальный характер, а значит требует глобальных решений. Если говорить о будущем, в Индии будут продолжаться кампании по борьбе с пиратством, однако в дополнение к мерам законодательного и административного характера следует также рассмотреть возможность вовлечения в этот процесс других заинтересованных сторон, таких как рекламные агентства, интернет-провайдеры, платежные системы, поисковые системы и регистраторы доменных имен, которые могли бы действовать на добровольно основе и по собственной инициативе, внося свой вклад в решение этой проблемы.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1: ССЫЛКИ НА АНТИПИРАТСКИЕ ВИДЕО

A. Антипиратские видеоролики, снятые при участии известных индийских актеров (звезд Болливуда)

- Амиабх Баччан: <https://www.youtube.com/watch?v=KcqnmXCNRXE>
- Видья Балан: <https://www.youtube.com/watch?v=GeYzx5EtyUI>
- Ранбир Капур: <https://www.youtube.com/watch?v=8f-430eENxA>
- Алия Бхатт: <https://www.youtube.com/watch?v=j8Yb3JhWXRk>
- Варун Дхаван: https://www.youtube.com/watch?v=_WnwCep-PyA
- Варун Дхаван: https://www.youtube.com/watch?v=7eydDLT_dsQ
- Сонакши Синха: <https://www.youtube.com/watch?v=eJd633QeGtE>
- Джон Абрахам: <https://www.youtube.com/watch?v=17roZ52Ma3I>
- Манодж Баджпайи: <https://www.youtube.com/watch?v=ncEQ3To-cFQ>

B. Антипиратские видео с персонажами из мультфильмов

- Моту-Патлу, видео 1: <https://www.youtube.com/watch?v=hR4EO9ZG2gM>
- Моту-Патлу, видео 2: <https://www.youtube.com/watch?v=XjwBej3pKMU>
- Шива: https://www.youtube.com/watch?v=_IBPnZweibU

C. Антипиратские видео с талисманом ИС-Нани

- <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>

D. IPrism

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

ПРИЛОЖЕНИЕ 2: КОПИЯ СВИДЕТЕЛЬСТВА, ВЫДАННОГО ЦЕНТРАЛЬНЫМ
СОВЕТОМ ПО СЕРТИФИКАЦИИ КИНОПРОДУКЦИИ

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

1A012206201800025 Advertisement भाग-I / Part-I

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

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

अनिर्बन्धित
UNIVERSAL

Duration 000.43 min:sec


निम्नलिखित परीक्षण समिति के सदस्यों द्वारा परीक्षण के पश्चात तथा उक्त परीक्षण समिति की सिफारिशों पर बोर्ड एतद्वारा यह प्रमाणित करता है कि पीछे संलग्न भाग -२ में उपदर्शित काट-छांट और उपान्तरो के अधीन फिल्म अनिर्बन्धित 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 काट-छांट 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



**ПРИЛОЖЕНИЕ 3: ИНСТРУКЦИИ МИНИСТЕРСТВА ИНФОРМАЦИИ И ВЕЩАНИЯ
ОТНОСИТЕЛЬНО ДЕМОНСТРАЦИИ ВИДЕОРОЛИКОВ В КИНОТЕАТРАХ**

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.

Dated: 30.07.2018

To,
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

[Конец доклада]

НОРВЕЖСКИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ ПРОЕКТЫ ПО ПРОБЛЕМЕ КОНТРАФАКЦИИ: НЕ ПОКУПАЙТЕ КОНТРАФАКТНЫЕ ТОВАРЫ В ИНТЕРНЕТЕ, А ТАКЖЕ ВО ВРЕМЯ ОТПУСКА

*Доклад подготовила г-жа Хедвиг Бенгстон, Старший юрисконсульт Норвежского ведомства промышленной собственности (NIPO), Осло, Норвегия**

АННОТАЦИЯ

С 2014 г. Норвежское ведомство промышленной собственности (NIPO) реализовало несколько проектов, направленных на повышение осведомленности о последствиях и опасности приобретения контрафактной продукции. Целевая аудитория этих проектов – норвежцы, покупающие контрафактные товары онлайн или на отдыхе за границей. На реализацию каждого проекта был выделен сравнительно небольшой бюджет. Однако благодаря активной работе по привлечению внимания средств массовой информации NIPO удалось охватить большой круг населения. Многие проекты осуществлялись в сотрудничестве с другими заинтересованными сторонами, такими как представители частного сектора, таможенная служба и Норвежское ведомство по защите прав потребителей.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. В Норвегии борьба с пиратством и контрафакцией начинается с правительственной сети, состоящей из десяти различных учреждений, и веб-сайта buugreal.no. Норвежское ведомство промышленной собственности (NIPO) отвечает за координацию этой сети и работу веб-сайта по борьбе с пиратством и контрафакцией.
2. NIPO также занимается координацией информационно-просветительских проектов, за реализацию которых отвечают, в зависимости от типа проекта, различные заинтересованные стороны и учреждения правительственной сети.
3. Все проекты, направленные против нарушений прав интеллектуальной собственности (ИС), отличаются информативной направленностью и позитивным характером. Цель проектов заключается в поощрении покупателей выбирать оригинальную продукцию и избегать контрафактных товаров.
4. Проведенное Норвежской таможенной службой и NIPO исследование отношения норвежцев к контрафактной продукции показало, что 24 процента населения покупали поддельные товары. Из них 39 процентов делали это намеренно. В ответ на вопрос, где они приобрели контрафактные товары, 70 процентов респондентов ответили, что сделали это на отдыхе за границей, и 22 процента – в интернете. Таким образом, представляется целесообразным адресовать информационно-просветительские кампании отпускникам и клиентам интернет-магазинов.

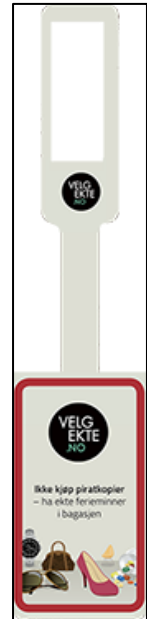
* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

II. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ КАМПАНИЯ В АЭРОПОРТУ ГАРДЕРМУЭН, ОСЛО

5. Совместно с таможенной службой и представителями частного сектора NIPO реализовало кампанию в аэропорту. Целью кампании стало информирование жителей Норвегии, выезжающих в отпуск за границу, с тем чтобы они избегали контрафактной продукции и не ввозили ее в страну и знали о рисках, связанных с контрафакцией. В зоне регистрации в аэропорту пассажирам выдавали багажные бирки с текстом: «Не покупайте контрафакт; привезите с отпуска неподдельные впечатления».

6. На выходе из зоны досмотра службой безопасности (когда пассажиры менее напряжены, чем в зоне регистрации), была организована раздача брошюр кампании. Представители NIPO активно общались с пассажирами, демонстрировали им примеры поддельных и оригинальных товаров. Кампания заинтересовала людей и способствовала диалогу по вопросам контрафакции.

7. Перед началом реализации кампании был распространен пресс-релиз. Проект получил широкое освещение в средствах массовой информации, в том числе в новостной передаче, выходящей в пиковое время на самом популярном телевизионном канале в Норвегии.



III. КАМПАНИЯ ПО НАНЕСЕНИЮ СТИКЕРОВ НА НЕБОЛЬШИЕ ПОЧТОВЫЕ ОТПРАВЛЕНИЯ

8. Норвежской таможене постоянно приходится иметь дело с потоком небольших почтовых отправок с контрафактными товарами, купленными через интернет. Многие такие товары, например поддельная косметика, игрушки и электронные приборы, могут быть потенциально опасны для пользования.

9. В целях повышения осведомленности о контрафактных товарах в интернете и увеличения количества посещений информационного веб-сайта по борьбе с нарушениями прав ИС, сотрудники таможенной службы по всей стране в течение трех дней наносили специальные стикеры на небольшие посылки. Стикеры содержали следующий текст: «Вы приобрели оригинальный товар? Ознакомьтесь с информацией о контрафакции на сайте www.buyclear.no».



Фото: Tolletaten



IV. СТАТЬИ В ЖУРНАЛАХ АВИАКОМПАНИИ NORWEGIAN

10. В сезон летних отпусков в журнале авиакомпании Norwegian путешественники могли прочесть две статьи о контрафактных товарах.

11. В статьях описывается растущая проблема контрафакции, которая затрагивает все виды товаров, в том числе продукцию, которая может угрожать здоровью и безопасности. В статьях также объясняется взаимосвязь контрафакции с организованной преступностью и ее опасность для законного предпринимательства. Также поясняется, почему не стоит покупать контрафактные товары и привозить их домой из зарубежных поездок.

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, 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, medicines, toys, cosmetics and electrical appliances."

While fake handbags might not pose a physical risk – although it does cause 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. Raising awareness for this growing problem is a main focus for the Norwegian Industrial Property Office. "In collaboration with Customs and the Ministry of Culture, we have recently launched a website veigete.no where we draw people's attention to the risk they take in buying counterfeited products and to the well-documented connection between counterfeiting and organized crime," says Bengtson. The organization has some helpful tips on avoiding fake products: "Look at the price. If it seems too good to be true, it usually is. 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."

+47 22 58 75 00, veigete.no

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, it's originally 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, substandard 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, 563,000 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 veigete.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 58 75 00, veigete.no

Clothes

European countries lose 4230 billion and up to 345,000 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 2016 there were record volumes of counterfeit food and beverages. Leadford sprayed with chemicals to look fresh, since butter, olive oil, wine and coffee are just some of the foods that are copied. Organized crime is deeply involved.

Cosmetics

Skincare police revealed recently that counterfeit cosmetics and sunscreens contained mercury, formaldehyde, nail droppings and arsenic.

Cars

Counterfeit automobile parts are tested with alarming results, not even meeting minimum safety requirements. Counterfeit products do not follow safety and compliance standards. Containers with thousands of counterfeit rims are seized every year.

V. РЕКЛАМА НА КРУПНЕЙШИХ НОРВЕЖСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПЛОЩАДКАХ ПО ПРОДАЖЕ АВИАБИЛЕТОВ, АРЕНДЕ АВТОМОБИЛЕЙ И БРОНИРОВАНИЮ ГОСТИНИЧНЫХ НОМЕРОВ

12. В течение нескольких недель проходила рекламная кампания на крупнейших норвежских интернет-площадках по продаже авиабилетов, аренде автомобилей и бронированию гостиничных номеров. Цель кампании заключалась в том, чтобы убедить путешественников не покупать контрафактные товары в отпуске за границей, а также повысить посещаемость информационного веб-сайта по борьбе с контрафакцией и пиратством.

13. Немногие знают о связи контрафакции с организованной преступностью. Реклама была разработана специально для привлечения внимания посетителей интернет-площадок и содержала следующий текст: «И очки купил недорого, и организованной преступности помог! Пять причин избегать контрафакт – на buureal.no». При нажатии мышью на объявление посетители перенаправлялись на информационный веб-сайт.



VI. ИНФОРМАЦИОННЫЙ СТЕНД «ПОКУПАЙ НАСТОЯЩЕЕ» НА НОРВЕЖСКОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ЯРМАРКЕ

14. Два года у NIPO и Норвежской таможни был свой информационный стенд на крупнейшей в Норвегии туристической ярмарке. Ярмарку посетили 40 тыс. человек, интересующихся путешествиями.

15. На стенде были представлены примеры контрафактных и подлинных товаров (с согласия правообладателей), а посетителей предупреждали не покупать контрафакцию в заграничных поездках.

16. Стенды пользовались большим интересом и помогли начать диалог о контрафакции с посетителями.

17. NIPO подготовило пресс-релиз и пригласило представителей прессы на ярмарку. В оба года стенд привлекал большое внимание средств массовой информации, а в одной из самых читаемых норвежских газет была напечатана статья о контрафакции на двух страницах.

VII. РЕКЛАМА В ЭКСПРЕСС-ПОЕЗДАХ В АЭРОПОРТ

18. Во время осенних и пасхальных каникул на экранах экспресс-поездов в аэропорт Осло был размещен анимированный рекламный ролик. Целевая аудитория кампании – путешественники, выезжающие за границу; реклама направлена на то, чтобы убедить их не покупать контрафактную продукцию в отпуске. Также предлагалось посетить веб-сайт buyreal.no. Концепция рекламы проста: «Отправляетесь за покупками? Не покупайте подделки. Почему – узнаете на сайте www.buyreal.no».

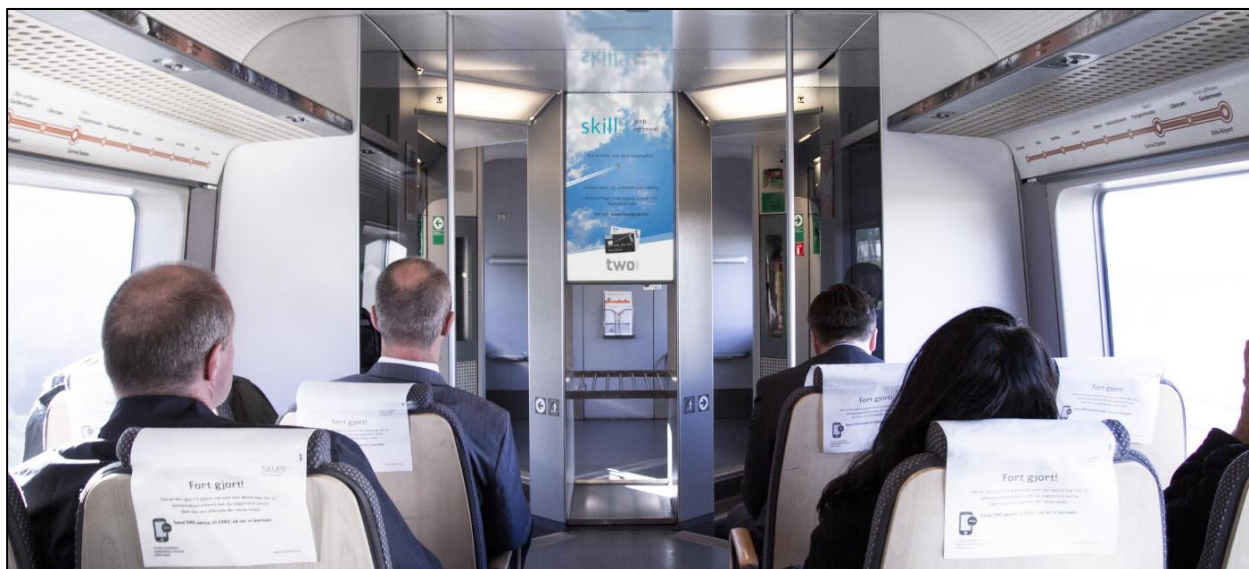


Фото: flytoget.no



Собираетесь за
покупками?



Не покупайте подделки!



Почему – узнаете на
сайте buyreal.no

VIII. РЕКЛАМА НА FACEBOOK В ПРЕДРОЖДЕСТВЕНСКИЙ ПЕРИОД

19. Многие покупают рождественские подарки в интернете. Покупателей интересует, как узнать, на каких сайтах предлагаются подлинные товары, а на каких – контрафакт. Многие до сих пор считают, что подделки можно встретить только на сомнительных веб-сайтах с сумками класса «люкс» и дизайнерскими очками. Они не знают, что любые товары в интернете, например игрушки, цепные пилы, спортивный инвентарь или косметика, могут быть контрафактными.

20. Чтобы предупредить онлайн-покупателей о рисках приобретения контрафактной продукции в интернете, в 2017 и 2018 гг. на Facebook в течение двух недель перед Рождеством было размещено три рекламных объявления. В реализации рождественской кампании на Facebook участвовали NIPO, Норвежское ведомство по защите прав потребителей и Норвежская таможня.

21. Анимированные рекламные объявления были направлены на то, чтобы привлечь внимание людей к рискам для здоровья и безопасности, которые несут контрафактные товары, а также к взаимосвязи контрафакции с организованной преступностью. На объявлениях также содержалась ссылка на веб-сайт buugreal.no для получения дополнительной информации по этому вопросу. Объявления просмотрели порядка 100 тыс. человек в каждый год реализации проекта. Из них около 15 тыс. 200 человек (за каждый год) запомнят посыл кампании.



IX. РОЖДЕСТВЕНСКИЕ СТИКЕРЫ – ПРИГЛАШЕНИЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ ПРЕССЫ ПОНАБЛЮДАТЬ ЗА РАБОТОЙ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ В ПРЕДРОЖДЕСТВЕНСКИЙ ПЕРИОД

22. Опыт показывает, что для привлечения внимания средств массовой информации к вопросу контрафакции необходимо приглашать представителей прессы на интересные с точки зрения наблюдателя и желательно необычные мероприятия, где они могли бы проводить фото- и видеосъемки и брать интервью у специалистов, вне офисных помещений.

23. В 2017 и 2018 гг. в предрождественский сезон была проведена рассылка пресс-релиза о контрафакции представителям СМИ вместе с приглашением посетить большой почтовый терминал в Осло. СМИ предлагалось понаблюдать за тем, как сотрудники таможни наносят рождественские стикеры на небольшие почтовые отправления и проверяют посылки на предмет контрафакта. Для кампании были использованы стикеры, аналогичные приведенным в части 3 настоящего документа, но с рождественским декором.



24. Благодаря пресс-релизу проблема контрафакции получила освещение в 53 материалах средств массовой информации, в том числе в передаче, выходящей в пиковое время на одном из главных норвежских телеканалов.

X. ВЫВОДЫ

25. Опыт NIPO по реализации различных инициатив, накопленный за период с 2015 г. по 2019 г., показал, что разного рода идеи, концепции и материалы могут использоваться несколько раз при внесении лишь самых незначительных изменений. Обычно люди не запоминают идеи и рекламу надолго. Поэтому имеет смысл воспроизводить одну и ту же

идею несколько раз, либо полностью ее повторяя, либо внося в нее лишь небольшие изменения.

26. Журналистов привлекают события и визуальный контент, на основе которых они могут создать историю. Даже скромный выставочный стенд на туристической ярмарке или рекламный буклет, размещенный в почтовом отделении, могут вызвать большой интерес со стороны СМИ и привести к появлению целого ряда статей на тему контрафактных товаров. Накопив достаточно большой опыт работы со СМИ, представители NIPO и норвежской таможенной службы научились более эффективно доносить свои идеи до зрителей во время интервью.

27. Важно иметь веб-страницу, которую можно рекомендовать людям, желающим получить дополнительную информацию по этой теме. NIPO стремится к тому, чтобы упоминание его информационного веб-сайта buugaeal.no или ссылка на него содержались во всех репортажах. Журналисты используют данный сайт в качестве источника информации, при этом наиболее востребованы краткие новостные сообщения NIPO, в которых представлена информация о последних международных и отечественных исследованиях и докладах.

28. Скромные инициативы NIPO оказались весьма результативными в отдаленной перспективе, ведь средства массовой информации теперь связываются с ведомством несколько раз в месяц с просьбами об интервью или в поисках историй о контрафактной продукции. Основная идея заключается в том, что такое повышенное внимание средств массовой информации к вопросам ИС должно способствовать повышению осведомленности потребителей о негативных последствиях покупки контрафактных товаров.

[Конец доклада]

ШКОЛЬНЫЙ КОНКУРС НА ТЕМУ СОБЛЮДЕНИЯ АВТОРСКИХ ПРАВ, ПРОВЕДЕННЫЙ В 2018/19 УЧЕБНОМ ГОДУ В ОМАНЕ

*Доклад подготовила д-р Майя аль-Азри, эксперт в области педагогики и руководитель олимпиады по науке и инновациям, Министерство образования, Маскат, Оман**

АННОТАЦИЯ

В свете растущей необходимости использования школьниками целого ряда информационных ресурсов в поисках идей при проведении самостоятельных исследований и извлечения таким образом пользы из инноваций на уровне учреждений среднего образования в последние три года Министерство образования Омана уделяет особое внимание повышению осведомленности и обучению в области интеллектуальной собственности (ИС) в школах. Поскольку школьники с легкостью применяют доступные технологии для копирования или скачивания информации, которую потом выдают за результат своего труда без упоминания оригинальной работы, в 2018/19 учебном году был проведен конкурс, призванный повысить их осведомленность об авторском праве, углубить понимание ими незаконности его нарушения и показать, что существует возможность законного доступа к нужным им материалам. Школьники узнали о своем праве получать выгоду от копирования их работ и осознали, какую ценность такие работы могут представлять для их собственного будущего и будущего общества.

I. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ВОИС

1. Первым делом Министерство образования (Минобразования) скоординировало организацию конкурса для оманских школьников с Отделом обеспечения уважения интеллектуальной собственности (ИС) ВОИС для проведения конкурса среди учащихся Омана. ВОИС согласилась оказать необходимую поддержку для достижения целей конкурса. Главной задачей конкурса было повышение осведомленности молодежи об авторском праве.

2. Рекламные материалы, такие как комиксы, футболки, сумки и блокноты, а также медали для награждения победителей были предоставлены ВОИС. Департамент олимпиады по науке и инновациям (ISOD) Минобразования объявил конкурс для учащихся государственных и частных школ, отвечал за его организацию и проведение, а также осуществил следующие действия:

- выявление принимающих участие школ;
- составление плана проведения конкурса;
- установление при экспертном участии критериев и условий для использования осуществляющими отбор судьями;
- оказание помощи в проведении конкурса принимающим участие школам;
- оценка постеров и определение победителей;
- освещение конкурса в СМИ; и

* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств – членов ВОИС.

- организация церемонии награждения в сотрудничестве с другими учреждениями.

II. ПРОВЕДЕНИЕ КОНКУРСА

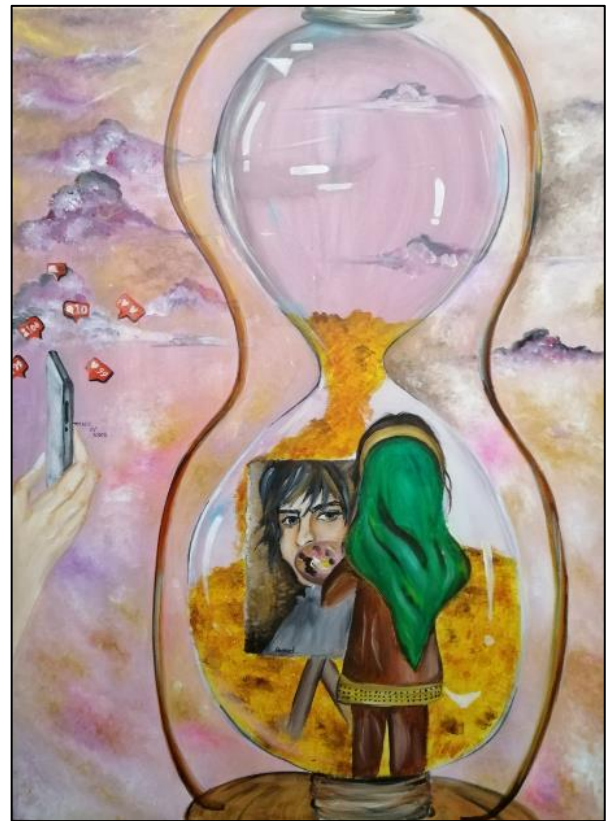
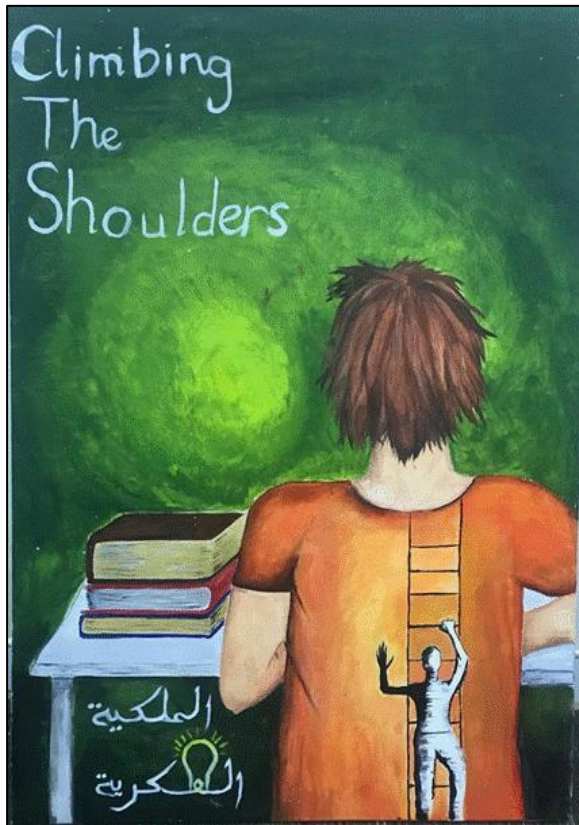
3. Объявление о конкурсе, его полное описание, а также вся информация о критериях для постеров были направлены во все школы Омана Генеральным директоратом по вопросам образования в каждой провинции. Условия конкурса предусматривали:

- участие учащихся с седьмого по двенадцатый классы;
- участие государственных и частных школ;
- географический охват всех провинций Омана; и
- индивидуальное или парное участие учащихся.

4. Конкурс был положительно принят многими школами Омана, представители которых связались с ISOD для уточнения деталей относительно постеров и объяснили учащимся идею конкурса, его задачи и критерии для победы. Кроме того, в социальных сетях была запущена кампания по стимулированию взаимодействия с организационным комитетом, а также была размещена информация об основных приуроченных к конкурсу мероприятиях в школах. ISOD составил дополнительный пояснительный документ по авторскому праву в целях предотвращения нарушений и разослал его по электронной почте во все провинции для использования учителями в классе. Другие дополнительные документы включали в себя листовку (АВТОРСКОЕ ПРАВО), подготовленную Департаментом ИС Министерства торговли и промышленности, и книгу комиксов, подготовленную ВОИС. Помимо этого, в некоторых провинциях специалисты ISOD провели мастер-классы, в рамках которых рассказали о важности ИС и способах повышения осведомленности школьников в этой области.

III. ОЦЕНКА ПОСТЕРОВ

5. За короткое время ISOD получил от принимающих участие школ более 100 постеров. В судейский комитет вошли специалисты ISOD и Департамента ИС Министерства торговли и промышленности. Они оценивали постеры по заранее определенным критериям. Первым делом предстояло отсеять работы, не отвечающие задачам конкурса. Затем комитет по итоговому отбору, состоящий из представителей различных учреждений, оценил выбранные образцы в соответствии с критериями конкурса, качеством дизайна и умением донести свою идею до других. На последнем этапе было выбрано пять победителей из разных регионов страны.





IV. НАГРАДЫ

6. Министерство торговли и промышленности, при содействии Совета сотрудничества стран Залива (ССЗ) в лице патентного ведомства ССЗ, организовало мероприятия в честь празднования Международного дня ИС 28 –30 апреля, объединенные темой «В борьбе за золото: ИС и спорт». Мероприятия включали в себя симпозиум и выставку изобретений авторства жителей всех государств – членом ССЗ, что подтверждает заинтересованность ССЗ в развитии ИС. Министерство образования внесло свой вклад в мероприятие, осуществив следующие три инициативы:

- Доклад о поощрении инноваций в Министерстве образования, который состоялся во второй день и в котором освещались инновационные программы и инициативы министерства. В рамках доклада были также представлены проводимые в школах программы по ИС, такие как программы повышения осведомленности для учителей и учеников, а также программы обучения для специалистов и сотрудников надзора в разных провинциях Омана. Основной обучающий мастер-класс был посвящен поиску по патентным базам данных.
- Показ пяти постеров-победителей на выставке изобретений, что повысило посещаемость выставки.



- Многие учащиеся из разных школ приняли участие в «соревновании роботов» в таких видах спорта, как футбол и сумо, а команды-победители получили призы от организационного комитета.



- При поддержке ряда компаний из частного сектора были проведены мастер-классы по обучению участников созданию и программированию спортивных игр. Ссылку на регистрацию для участия в мастер-классе разработал ISOD. В мастер-классах приняло участие более 100 учащихся.



- Чтобы посетители, в особенности учащиеся начальных классов, могли проверить свои знания основных понятий в области ИС, для них была организована викторина по этой теме.
- Школьникам раздавали наборы, состоящие из футболки и сумки с блокнотом, ручкой и комиксами.



- Медали ВОИС победителям Конкурса по авторскому праву вручил советник Министерства торговли Омана Мохсен бин Хамис бин Гулам аль-Балуши. Кроме того, ISOD в сотрудничестве с частным сектором подготовил призы для финалистов, занявших первые пять мест.



7. Касательно дальнейшего использования победивших постеров были выдвинуты следующие предложения:

- авторское право на каждый постер;
- печать постеров для выставления в школах и в фойе министерства;
- печать календаря с изображениями постеров;
- создание видеоролика о конкурсе для показа на церемонии и на экранах в Министерстве образования; и
- выставка в ВОИС.

[Конец доклада]

НОВАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ В ПЕРУ «Я РЕШАЮ, Я УВАЖАЮ: УВАЖЕНИЕ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И ОТКАЗ ОТ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ»

*Доклад подготовил г-н Рей Аугусто Мелони Гарсиа, директор Управления по отличительным знакам Национального института по защите конкуренции и охране интеллектуальной собственности (INDECOP), Лима, Перу**

АННОТАЦИЯ

В настоящем докладе представлена информация о деятельности в рамках пилотного образовательного проекта «Я решаю, я уважаю: уважение прав интеллектуальной собственности и отказ от контрафактной продукции». Цель данного проекта состояла в том, чтобы включить вопросы, касающиеся пиратства, оборота контрафактных и контрабандных товаров, в учебные программы, составляемые для средних школ на 2018 г. Данный проект осуществлялся Комиссией по борьбе с правонарушениями на таможне и пиратством при поддержке Министерства образования и проходил в два этапа. На первом этапе был организован курс повышения квалификации преподавателей с использованием очных практикумов, виртуальных форумов и вспомогательных материалов. На втором этапе были успешно проведены курсы подготовки старшекласников. К 2018 г. возможностями в рамках данного проекта воспользовался 9 801 учащийся из г. Лимы и провинции Кальяо. Планируется, что в 2019 г. данная инициатива будет предпринята и в других административных регионах Перу.

I. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

1. Комиссия по борьбе с правонарушениями на таможне и пиратством (CLCDAP) была учреждена в соответствии с Законом № 27595 от 13 декабря 2001 г. с изменениями, внесенными в него в соответствии с Законом № 29013 от 4 мая 2007 г. В состав CLCDAP входят шестнадцать организаций из государственного и частного секторов, в том числе Министерство промышленности (представитель которого выполняет председательские функции), Национальный институт по защите конкуренции и охране интеллектуальной собственности (INDECOP), Министерство внешней торговли и туризма и Национальное таможенное и налоговое управление (SUNAT).

2. CLCDAP – это многоотраслевой и постоянно действующий орган. Его главная задача – разработка национальной стратегии, эффективно способствующей сокращению любых видов доходов, получаемых в результате сбыта пиратской и/или контрафактной продукции и нарушений таможенного кодекса. В целях выполнения этой задачи CLCDAP наделена функциями планирования, координации и организации деятельности по борьбе с нарушениями таможенных правил и правонарушениями в сфере интеллектуальной собственности (ИС), а также функциями по подготовке соответствующих рекомендаций. Эти функции исполняют организации, отвечающие за профилактику и пресечение таких правонарушений.

3. С учетом полномочий, предоставленных CLCDAP, 27 апреля 2016 г. Министерство промышленности и Министерство образования подписали рамочное соглашение о

* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат авторам и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

межведомственном сотрудничестве. Стороны согласовали общие принципы сотрудничества в деле повышения культуры уважения прав ИС и пресечения нарушений таможенных правил посредством реализации образовательных инициатив среди преподавателей и учащихся государственных школ страны.

4. Цели данного рамочного соглашения заключаются в том, чтобы:

- информировать учащихся государственных школ о роли граждан и тем самым поощрять их к принятию ценностей и проявлению уважения, позволяющих в итоге признать важное значение предпринимательской и творческой деятельности, уплаты налогов и отказа от участия в обороте контрабандных, пиратских и контрафактных товаров, и
- содействовать проведению внешкольных мероприятий, направленных на обеспечение уважения прав ИС и пресечение нарушений таможенного кодекса и преступлений в сфере ИС.

5. Пилотный проект «Я решаю, я уважаю: уважение прав интеллектуальной собственности и отказ от контрафактной продукции» был разработан в соответствии с данным рамочным соглашением, а его первый этап был реализован в 2018 г.



II. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ КАМПАНИЯ «Я РЕШАЮ, Я УВАЖАЮ: УВАЖЕНИЕ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И ОТКАЗ ОТ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ»

6. Цель пилотного проекта состоит в том, чтобы включить вопросы, касающиеся оборота пиратских, контрафактных и контрабандных товаров, в школьную программу старших классов.

7. Первый этап проекта был реализован в 2018 г. и охватил школы департамента Лимы и самостоятельной провинции Кальяо.

8. Пилотный проект проходил в два этапа, заключавшихся в:

- повышении квалификации преподавателей и
- успешном проведении курсов обучения старшеклассников.



A. ПЕРВЫЙ ЭТАП: ПОВЫШЕНИЕ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ

9. Подготовку преподавателей по вопросам оборота пиратских, контрафактных и контрабандных товаров проводили сотрудники INDECOPI и SUNAT, являющихся компетентными органами в этой области. С этой целью были подготовлены учебные материалы, в том числе:

- пять брошюр для старшеклассников, по одной для каждого класса, из которых школьники должны были получить информацию о важном значении предпринимательства и творческой деятельности в контексте личной и семейной жизни и в итоге занять принципиальную и ответственную позицию по этим вопросам.



- два методических руководства для преподавателей, одно – для седьмого и восьмого классов, и второе – для девятого, десятого и одиннадцатого классов. Оба руководства теоретически обосновывают важное значение соблюдения налогового и таможенного режимов, а также борьбы с контрабандой, пиратством и подделкой товарных знаков. В этих руководствах представлены учебные программы и дидактические материалы для каждого класса. Вместе с тем в них только приводятся примеры и предлагаются возможные варианты,

поскольку преподаватели должны сами подготовить свои собственные учебные модули и планы занятий с учетом существующих условий и реалий.

10. Обучение проводилось в рамках очных занятий, организованных для местных отделов образования, расположенных в г. Лиме (UGEL 3, UGEL 7 и UGEL VENTANILLA), и регионального управления образования провинции Кальяо (DRE-Callao), на которых основное внимание было уделено трем основным вопросам: авторскому праву, товарными знакам и контрабандным товарам.



11. Кроме того, в целях распространения материалов, упомянутых в пункте 9 выше, а также облегчения проведения онлайн-обсуждений между преподавателями, участвовавшими в работе трех форумов, посвященных контрабандным товарам, контрафакции и авторскому праву соответственно, была создана виртуальная платформа PeruEduca. Более того, эта виртуальная платформа позволила CLCDAP контролировать всю осуществляемую с ее помощью деятельность.

12. Таким образом, появилась возможность для постоянного контроля за процессом подготовки преподавателями учебных модулей и занятий на основе материала,

изложенного в выданных школьникам брошюрах. Цель такого мониторинга заключается в предоставлении преподавателям ответной информации, которая позволила бы им подготовить свои собственные методические разработки, помогающие учащимся понять и усвоить учебный материал.

В. ВТОРОЙ ЭТАП: УСПЕШНОЕ ПРОВЕДЕНИЕ КУРСОВ ДЛЯ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

13. Преподаватели применяли полученные на этапе повышения квалификации знания по вопросам оборота контрафактных, пиратских и контрабандных товаров в рамках курсов, организованных в их образовательных центрах. Курсы состояли из отдельных занятий, в ходе которых преподаватели использовали соответствующий учебный материал (брошюры).



14. Цель второго этапа заключалась в том, чтобы школьники получили ясное и принципиально четкое представление о том, к чему ведут оборот контрабандных товаров, пиратство и подделка товарных знаков и каковы связанные с ними негативные последствия для всего общества. Таким образом, соответствующие брошюры предлагались в качестве важного педагогического и теоретического инструментария с целью повысить потенциал и уровень подготовки учащихся и при этом помочь им детально разобраться в данных вопросах и приобрести навыки критического мышления.

15. Брошюры для каждого класса были посвящены следующим темам:

- Первая брошюра (для седьмого класса средней школы)
Брошюра состоит из трех разделов: (i) «Мы – активные граждане», раздел, посвященный вопросам гражданства, налоговой и таможенной системе и обороту контрабандных товаров; (ii) «Мы – люди, и поэтому мы – творцы», раздел, посвященный вопросам творчества и пиратства; и (iii) «Мы защищаем наш рынок от контрафактной продукции», раздел, посвященный вопросам взаимосвязи между товарами и потребителями, а также проблемам оборота контрафактной продукции.
- Вторая брошюра (для восьмого класса средней школы)
Брошюра состоит из трех разделов: (i) «Мы уважаем авторское право», раздел, в котором дается определение пиратства и его характерных признаков и определение авторского права, а также проводится различие между личными неимущественными и имущественными правами; (ii) «Мы защищаем наш рынок от контрафактной продукции», раздел, в котором рассматриваются вопросы подделки товарных знаков и наиболее общие случаи таких правонарушений в Перу, а также дается определение товарных знаков и их отличительных свойств; и (iii) «Мы защищаемся с помощью таможенного контроля», раздел, в котором разъясняется суть нарушений таможенного кодекса и незаконного ввоза запрещенных и ограниченных в обращении товаров.
- Третья брошюра (для девятого класса средней школы)
Брошюра состоит из трех разделов: (i) «Мы уважаем авторское право», раздел, в котором отмечается важное значение авторского права и его роли в нашей жизни, а также дается определение права распоряжения имуществом и разъясняется роль государства в охране прав авторов; (ii) «Мы осознаем ценное значение товарных знаков», раздел, в котором обосновывается важное значение товарных знаков, разъясняются нормы, регулирующие охрану товарных знаков в Перу, определяются меры по охране владельцев товарных знаков и виды наказаний в случае нарушения законодательства о товарных знаках; и (iii) «Мы благодарны государству за его работу», раздел, посвященный вопросу о роли государства в осуществлении таможенного контроля и санкциях в случае нарушения таможенного кодекса.
- Четвертая брошюра (десятый класс средней школы)
Брошюра состоит из трех разделов: (i) «Мы соблюдаем авторское право», раздел, в котором авторское право определяется как одно из прав человека и дается представление о сфере охвата его охраны; (ii) «Товарные знаки подлежат правовой охране», раздел, в котором раскрывается понятие общеизвестных товарных знаков и разъясняются вопросы регистрации товарных знаков и ее преимуществ; и (iii) «Мы сталкиваемся с проблемой снижающих таможенные поступления мошеннических действий и ввоза контрабандных товаров», раздел, посвященный проблеме мошеннических действий, снижающих таможенные поступления, а также вопросу о последствиях поставок контрабандных товаров и незаконного ввоза запрещенных и ограниченных в обращении товаров.
- Пятая брошюра (для одиннадцатого класса средней школы)
Брошюра состоит из трех разделов: (i) «Авторское право способствует экономическому развитию», раздел, посвященный концепции авторского права, его характерным особенностям, экономическим последствиям его правовой охраны, связанным с обеспечением этого права отраслям и их вкладу в экономику Перу, а также последствиям пиратства; (ii) «Мы, будущие

предприниматели, выступаем против контрафактной продукции», раздел, посвященный товарным знакам как фактору, способствующему развитию предпринимательства и экономики, и вопросу о последствиях контрафакции и правонарушений; и (iii) «Мы выступаем против контрабандных товаров», раздел, посвященный вопросу о методах контрабанды, ее последствиях и роли граждан, занимающих активную гражданскую позицию.

III. РЕЗУЛЬТАТЫ

16. Проект оказал значительное и весьма позитивное влияние на работу образовательных учреждений. Во-первых, в нем приняли активное участие преподаватели: участвовал 191 преподаватель из 210, что составляет 91 процент от общего числа преподавателей.

ПРЕПОДАВАТЕЛИ	UGEL 3	UGEL 7	UGEL VENTANILLA	DRE – CALLAO	ВСЕГО
ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЕ	67	69	31	24	191
НЕЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЕ	4	10	4	1	19
ИТОГО	71	79	35	25	210

17. Преподаватели, успешно участвовавшие в различных мероприятиях, таких как практикумы, виртуальные форумы и подготовка учебных материалов и мероприятий (модулей, занятий, проектов), получили соответствующие сертификаты.

18. Благодаря высокой доле участия преподавателей 9 801 учащийся с седьмого по одиннадцатый класс средней школы получил возможность приобрести знания в рамках проекта, см. таблицу ниже:

КЛАСС	СЕДЬМОЙ	ВОСЬМОЙ	ДЕВЯТЫЙ	ДЕСЯТЫЙ	ОДИННАДЦАТЫЙ
ЧИСЛО УЧАСТВОВАВШИХ ШКОЛЬНИКОВ	1 966	1 982	1 943	1 864	2 046
ИТОГО	9 801				

19. Важным достижением стало изменение взглядов учащихся на проблему оборота контрафактных, пиратских и контрабандных товаров: в результате обдумывания, обработки информации и анализа реальных фактов они пришли к пониманию того, что такая деятельность носит преступный характер и наносит ущерб общественному благу.

IV. ДАЛЬНЕЙШАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

20. Реализация второй очереди проекта запланирована на 2019 г. Помимо г. Лимы и провинции Кальяо проект будет осуществляться в других департаментах Перу (Либертад, Пьюра, Мокегуа и Арекипа). На момент подготовки доклада проведение очных занятий было запланировано на май 2019 г.

21. Планируется, что к 2021 г. программа охватит все регионы страны.

[Конец доклада]

ПРОГРАММА КУЛЬТУРНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

*Доклад подготовила г-жа Лилана Виеру, начальник отдела коммуникации и международных отношений Государственного агентства по интеллектуальной собственности (AGEPI), Кишинев, Республика Молдова**

АННОТАЦИЯ

Интеллектуальная собственность (ИС) играет все более важную роль в современном мире, содействуя экономическому росту, культурному развитию и общественному благосостоянию. Программа культурной трансформации представляет собой обширную целевую информационную программу, включающую информационные, образовательные и просветительские мероприятия, направленные на повышение осведомленности о правах ИС и их охрану и в конечном счете на достижение культурной трансформации в сфере ИС в Республике Молдова. Разработка и реализация программы осуществлялись в период с января 2017 г. по декабрь 2018 г. Данный доклад содержит обзор программы, ее целей и задач, инструментов и методов реализации, основных выводов и достижений.

I. ГОСУДАРСТВЕННОЕ АГЕНТСТВО ПО ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА КАК ЦЕНТР НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

1. Республика Молдова располагает современной комплексной системой интеллектуальной собственности (ИС), которая постоянно обновляется и дополняется, с тем чтобы отвечать новейшим технологическим и политическим требованиям, в соответствии с национальной стратегией в области развития и Национальной стратегией в области интеллектуальной собственности на период до 2020 г. Молдавское законодательство в области ИС совместимо с международными и европейскими стандартами, в том числе с Соглашением по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС) Всемирной торговой организации (ВТО) и соглашениями ВОИС в области ИС. В настоящий момент ведется работа по приведению системы ИС Республики Молдова в соответствие с системой Европейского союза (ИС) и по внедрению в нее эффективных механизмов защиты прав ИС (ПИС).

2. Государственное агентство по интеллектуальной собственности (AGEPI)³ – подведомственное правительству учреждение, ответственное за обеспечение ПИС в Республике Молдова, разработку политики в области ИС, законотворчество и развитие законодательства в области ИС, гарантию исполнения национальных законов и международных соглашений в области ИС, представительство Республики Молдова в специализированных международных организациях, обучение и образование в сфере ИС, а также содействие инновациям.

3. В целях обеспечения лучшего понимания ИС на политическом уровне правительством была учреждена Национальная комиссия по интеллектуальной собственности⁴ – консультативное учреждение, в котором представлены все

* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

³ <http://agepi.gov.md/en>.

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

соответствующие государственные ведомства. Для лучшей координации защиты ПИС на исполнительном уровне под эгидой AGEPI был создан Наблюдательный совет по защите ПИС, в котором заседают представители частного и государственного сектора. Работа Наблюдательного совета направлена на повышение эффективности защиты ПИС и развитие культуры ИС в стране⁵. Совет также отвечает за подготовку и публикацию Ежегодного отчета о защите ПИС в Республике Молдова⁶.

II. ПРОГРАММА КУЛЬТУРНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

4. В 2017–2018 гг. в рамках финансируемого ЕС проекта «Поддержка в целях обеспечения соблюдения прав интеллектуальной собственности» AGEPI разработало и начало реализацию Программы культурной трансформации (ПКТ). ПКТ направлена на создание и реализацию обширной целевой информационно-просветительской программы, включающей информационные, образовательные и просветительские мероприятия для соответствующих заинтересованных сторон, направленные на повышение осведомленности о правах ИС и их охрану и в конечном счете на достижение культурной трансформации в сфере ИС в Молдове.

5. Конечной целью программы является изменение поведения целевой аудитории. Кампании по борьбе с пиратством и контрафакцией возымеют эффект лишь тогда, когда потребители перестанут приобретать пиратскую и контрафактную продукцию. Для достижения этой цели требуется долгое время, однако ПКТ стремится внести свой вклад.

6. Для целей обеспечения инклюзивного подхода при составлении программы была создана специальная рабочая группа, участвующая на всех этапах разработки и реализации ПКТ. Рабочая группа, в состав которой вошли представители всех заинтересованных сторон, отвечала за координирование мероприятий ПКТ и обмен информацией.

7. Реализация программы проходила в три этапа:

- первый этап: анализ ситуации с ИС в Республике Молдова;
- второй этап: разработка плана действий;
- третий этап: осуществление ПКТ в соответствии с планом действий.

8. С тем чтобы обеспечить соответствующее эффективное и последовательное осуществление ПКТ, был создан и внедрен механизм контроля и оценки. Механизм контроля состоял в систематическом сборе информации по проводимым коммуникационным мероприятиям.

III. АНАЛИЗ СИТУАЦИИ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ В МОЛДОВЕ

9. В феврале 2017 г. был проведен анализ ситуации с охраной и защитой ПИС в Республике Молдова, с тем чтобы зафиксировать текущее положение дел, представить информацию об основных заинтересованных сторонах в сфере ИС и целевой аудитории программ, а также определить потребности, коммуникационные механизмы и стратегические цели.

⁵ <http://observatorpi.md/>.

⁶ Ежегодный отчет о защите ПИС в Республике Молдова доступен по адресу: http://observatorpi.md/assets/files/raport/raport_national_2018.pdf.

10. Отчет о проведенном анализе также ценен тем, что в нем содержится стратегическое обследование институциональной архитектуры и взаимоотношений между различными заинтересованными сторонами. Кроме того, в документе отмечены поведенческие модели, которые необходимо изменить в ходе реализации ПКТ для оптимизации защиты и популяризации ПИС в Молдове.

IV. РАЗРАБОТКА ПЛАНА ДЕЙСТВИЙ

11. На основе результатов анализа ситуации с ИС был разработан план действий по реализации ПКТ, в котором были поставлены цели и задачи, а также определена целевая аудитория программных мероприятий. Кроме того, в план реализации были включены основные идеи, коммуникационная стратегия, мероприятия и инструментарий.

12. Для анализа индикаторов, инструментария и методики был согласован механизм отчетности по контролю и оценке. На основании результатов контроля в план действий постоянно вносились изменения и дополнения.

13. Целевой аудиторией плана действий ПКТ стали следующие группы:

- правоохранительные учреждения и судебные органы;
- организации коллективного управления (ОКУ);
- научно-образовательные учреждения (исследовательские институты, университеты);
- предприятия (МСП и другие заинтересованные стороны, такие как стартапы, бизнес-инкубаторы, организации по содействию предпринимательству);
- обладатели прав ИС и их представители (патентные поверенные, ОКУ и т.д.);
- молодежь; и
- широкая общественность.



V. РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОГРАММЫ: ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ И ДОСТИЖЕНИЯ

14. В период с июня 2017 г. по ноябрь 2018 г. в рамках ПКТ было организовано 130 конференций, семинаров, практикумов, круглых столов и учебных курсов, их посетили 10 тыс. человек из разных групп заинтересованных сторон. Для целей содействия процедурам защиты прав и обеспечения уважения ПИС были проведены четыре просветительские программы, опубликовано более 30 исследований, пособий и обзоров, а также было разработано три новых информационно-технологических инструмента. Широкое внимание к программным мероприятиям гарантировали 11 встреч с представителями СМИ, 68 пресс-релизов, 364 выступления в средствах массовой информации и прямые трансляции, набравшие 255 тыс. 448 просмотров.



A. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ЗАЩИТЕ ПИС

15. Было организовано порядка 20 семинаров по защите прав, их посетило около 500 сотрудников правоохранительных органов и судей. Было опубликовано множество исследований, пособий и обзоров по защите ПИС, в том числе:

- настольная книга и карманное пособие по ПИС для сотрудников таможенной службы;
- настольная книга и карманное пособие по ПИС для сотрудников полиции и прокуратуры;
- пособие по ПИС для сотрудников Агентства по защите прав потребителей и надзору за рынком;
- журнал о судебной практике в сфере ПИС (оценка правовой и институциональной архитектуры судебной системы с точки зрения защиты ПИС);
- справочник по ПИС для судей;
- отчет Наблюдательного совета AGEPI о защите ПИС; и
- руководство для правообладателей.



16. Для оценки текущей ситуации с контрафакцией и пиратством в Молдове был проведен анализ таких преступлений против ПИС. Целью анализа стало повышение информированности и осведомленности путем оценки главных тенденций производства, распространения и продажи контрафактной или пиратской продукции, а также потенциальной угрозы этих преступлений для общества.

17. В августе 2018 г. началась реализация просветительской кампании по ГУ – «Аутентичный молдавский», – направленной на повышение осведомленности о ценности ГУ для развития предпринимательства, связанного с традиционной продукцией. В рамках кампании состоялись две сетевые встречи с участием порядка 180 человек. Популяризации молдавский товаров, охраняемых с помощью ГУ или как гарантированный традиционный продукт (ГТП), содействовали пять радио- и телевизионных передач, 38 пресс-релизов, 14 статей, 85 новостных заметок и 16 видеороликов. Кроме того, к кампании были привлечены три «лидера мнений» (блоггера), которые распространяли информацию о национальной кухне, традиционной продукции и местных винах.



V. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ В СФЕРЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

18. Было разработано три учебные программы специально для студентов естественнонаучных факультетов, студентов, изучающих право, и студентов факультетов экономики и управления. В октябре 2018 г. состоялся практикум по текущим проблемам образования в сфере ИС, на котором обсуждались образовательные программы и методы улучшения образования по ПИС в Молдове. Была составлена и записана подборка видео-лекций для студентов различных специальностей. Было опубликовано «Руководство по управлению интеллектуальной собственностью» для студентов высших учебных учреждений и научных сотрудников.

19. В период с сентября по ноябрь 2018 г. на базе более чем 60 учреждений среднего образования велась информационно-просветительская кампания для школьников «Остановим пиратство и контрафакцию», в рамках которой удалось охватить аудиторию в 6 тыс. учащихся 9-12 классов. Школьники прослушали лекцию о вреде контрафакции и пиратства; было распространено порядка 12 тыс. флаеров, брошюр, рюкзаков и прочих раздаточных материалов.



20. Третьего сентября 2018 г. во всех регионах Республики Молдова началась реализация образовательной кампании для учеников средних и старших классов «Изучаем ИС весело», целью которой стало привлечение внимания младшего поколения. В программу кампании входит интерактивный урок по ИС, а ученикам выдается набор из трех комиксов о патентах, товарных знаках и авторском праве, которые были разработаны ВОИС совместно с Перуанским национальным институтом защиты свободной конкуренции и охраны интеллектуальной собственности (ИНДЕКОПИ) и переведены на румынский язык усилиями Государственного ведомства Румынии по вопросам изобретений и товарных знаков (ОСИМ) и Румынского ведомства по авторскому праву (ORDA)⁷. Целевой аудиторией кампании, осуществление которой продлится вплоть до конца 2019 г., стали более 60 тыс. учеников порядка 400 школ.



⁷ С версиями комиксов на шести официальных языках ООН можно ознакомиться, перейдя по следующим ссылкам:

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

<https://www.wipo.int/publications/en/details.jsp?id=65&plang=EN> (товарные знаки); и

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

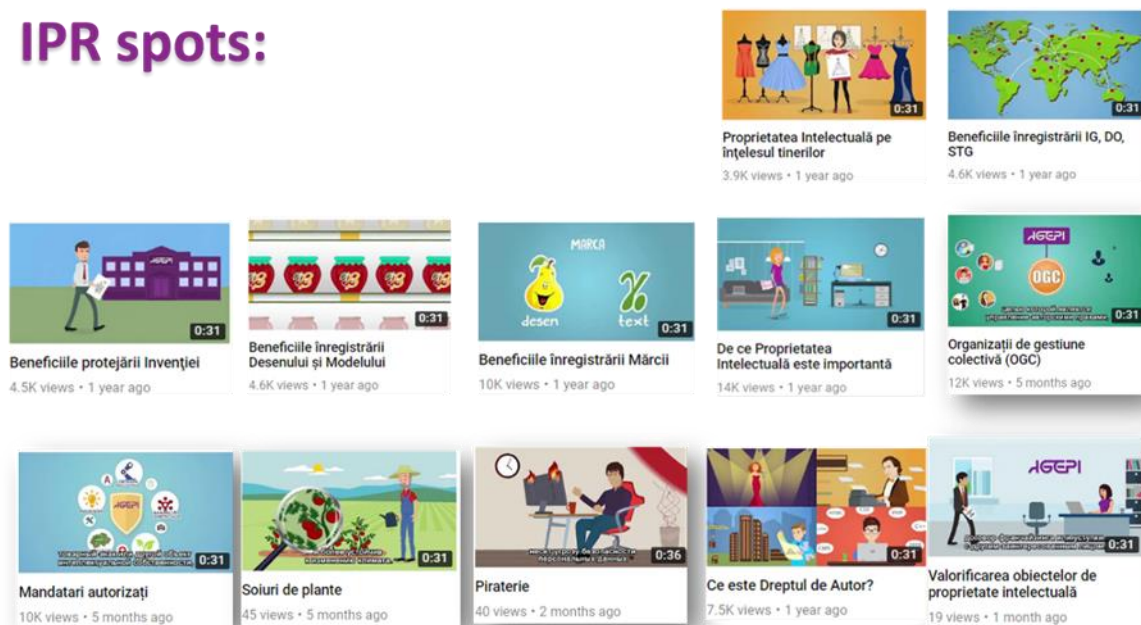
С. ПОДДЕРЖКА ОБЛАДАТЕЛЕЙ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И ДРУГИХ ЛИЦ

21. Были проведены семинары и практикумы для всех заинтересованных сторон: информационно-просветительская встреча для дипломатов, конференция, посвященная инновациям, семинары по оцифровке культурного наследия и коммерциализации ПИС, учебный курс для поверенных в сфере ИС, а также несколько круглых столов для организаций коллективного управления и их членов.

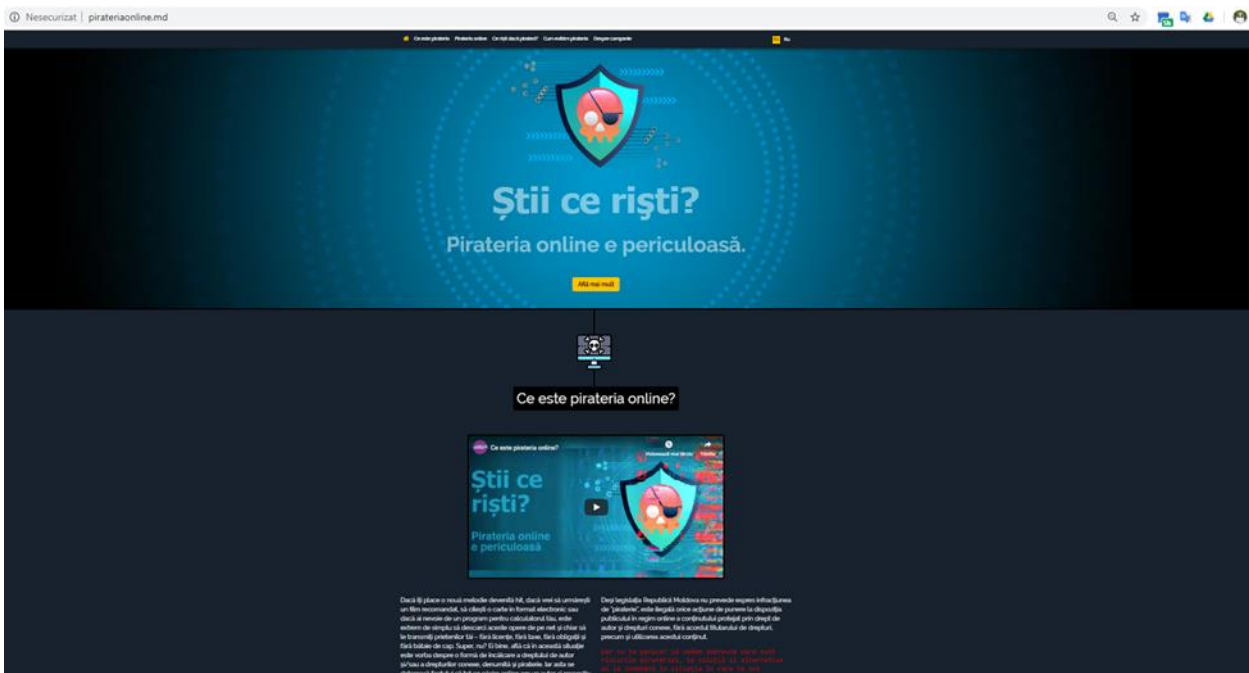
22. Восемнадцатого сентября 2018 г. началось проведение национальной просветительской кампании «Интернет-пиратство опасно». Кампания состоит из трех частей:

- Просветительская кампания – Интернет (направлена на ограничение доступа к нарушающему авторские права контенту);
- Просветительская кампания – Рынки (направлена на уменьшение количества товаров, нарушающих ПИС, на рынке); и
- Просветительская кампания – Правообладатели (направлена на помощь правообладателям в защите ПИС).

IPR spots:



23. Двадцать два журналиста приняли участие в оффлайновой встрече, посвященной социальному влиянию нарушений ПИС, целью которой стало привлечение представителей средств массовой информации для поддержки просветительских кампаний. Для кампании по интернет-пиратству был разработан веб-сайт <http://pirateriaonline.md/>.



VI. УСТОЙЧИВОСТЬ И ПЛАНЫ НА БУДУЩЕЕ

24. С тем чтобы закрепить институциональную эффективность АГЕПИ с точки зрения повышения осведомленности о ПИС, была разработана институциональная коммуникационная стратегия, в которой описываются потребности в области коммуникации, преимущества и недостатки АГЕПИ с точки зрения коммуникации с

заинтересованными сторонами, а также целевая аудитория. Ежегодно будет утверждаться план действий по реализации стратегии, в который будут включены мероприятия в основных сферах, результаты и показатели эффективности.

25. Для целей обеспечения непрерывного доступного образования по ПИС для широкой общественности была создана онлайн-образовательная платформа⁸. На платформе собраны основные курсы по ИС, а также представлена подборка образовательных материалов и других публикаций, связанных с ИС.

26. Первого марта 2019 г. открылась первая базовая программа дистанционного обучения по ИС; в будущем планируется разработать другие курсы, в частности адаптированные версии курсов дистанционного обучения ВОИС, а также специальные курсы для конкретных секторов по запросу заинтересованных сторон в Молдове.

VII. ВЫВОДЫ

27. ПКТ – крайне амбициозный проект. Нам еще предстоит оценить эффект его реализации, но уже можно наблюдать некоторые результаты, в частности – растущее число заявок на охрану ПИС за границей и задержанной контрафактной продукции на рынке. Однако необходимо проделать еще большую работу, чтобы изменить общественное восприятие важности ПИС и уважения к ним, пока ИС не станет частью нашей культуры. Этих целей можно достичь лишь путем непрерывного обучения на протяжении всей жизни человека.

[Конец документа]

⁸ <http://elearning.agepi.gov.md/>.