

قوانين وأخلاقيات الإعلام

ملف أنشطة تطبيقية

المحاضرة الرابعة

تشريعات حماية حقوق الملكية الفكرية

أولاً: مفاهيم مهمة:

المفهوم	المعنى العملي	مثال سريع
حق المؤلف	يحمي النصوص والصور والفيديوهات والموسيقى والرسوم والبرمجيات وغيرها من المصنفات الإبداعية.	استخدام صورة من الإنترنت في تصميم دون ترخيص
الحق الأدبي	يرتبط بنسبة العمل إلى صاحبه واحترام سلامة المصنف وعدم تشويهه.	حذف اسم المصور من الصورة أو تغييرها بصورة تسيء له
الحق المالي	يرتبط باستغلال المصنف: النسخ، النشر، البث، التوزيع، الترجمة، أو الاستخدام التجاري.	نشر مقال مترجم كامل دون إذن أو مقابل
العلامة التجارية	تحمي الاسم أو الشعار أو الهوية التي تميز منتجاً أو خدمة.	استخدام شعار قريب من شعار شركة منافسة لإرباك الجمهور
براءة الاختراع	تحمي حلاً تقنياً جديداً قابلاً للتطبيق الصناعي بعد تسجيله.	جهاز أو آلية مبتكرة لمعالجة مشكلة تقنية
المؤشر الجغرافي	يحمي اسم منتج ارتبط بمكان جغرافي وصفات معينة.	بيع منتج محلي باعتباره منتجاً مرتبطاً بمنطقة مشهورة
السر التجاري	معلومة غير معلنة تمنح صاحبها ميزة تنافسية ويجب الحفاظ على سريتها.	تسريب قاعدة بيانات عملاء أو وصفة إنتاج خاصة

قاعدة مهمة:

ليست كل فكرة متشابهة انتهاكاً للملكية الفكرية، غالباً لا تُحمى الفكرة العامة في ذاتها، ولكن يُحمى التعبير المحدد عنها: النص، التصميم، اللقطة، الموسيقى، الكود، الشعار، ترتيب المشاهد، أو طريقة التنفيذ. لذلك يجب تحليل درجة التشابه، وطبيعة العنصر المنسوخ، والأدلة المتاحة، وهل كان هناك ترخيص أو إذن أم لا.

ثانياً: الأنشطة:

حالات تطبيقية للتحليل (يكتفى بتحليل حالة واحدة فقط)

بطاقة تحليل الموقف:

يتم استخدام البطاقة التالية في كل حالة من الحالات محل التحليل:

محور التحليل	أسئلة إرشادية
نوع الحق المحتمل	هل الحق المنتهك حق مؤلف؟ حق أدبي؟ حق مالي؟ علامة تجارية؟ براءة؟ سر تجاري؟ مؤشر جغرافي؟
هل يوجد انتهاك؟	ما الدليل؟ هل هناك نسخ جوهري؟ هل وُجد إذن أو ترخيص؟ هل يكفي ذكر المصدر؟
الإثبات	ما الأدلة الممكنة؟ ملفات أصلية، تاريخ نشر، مراسلات، عقود. تسجيلات، بيانات وصفية، شهود، أرشيف الويب.
الحل والتجنب	كيف نصلح الموقف؟ وكيف نتجنب تكراره مستقبلاً؟

الحالة رقم 1:

الموقف: شركة "نقاء" أطلقت إعلاناً لمياه معدنية يظهر فيه طفل يركض نحو كوب ماء على أنغام موسيقى هادئة ورسالة: "الحياة تبدأ بقطرة".
بعد أسبوعين، ظهرت شركة "صفا" بإعلان مشابه: طفل، موسيقى قريبة، كوب ماء، ورسالة بصرية شديدة التشابه، مع اختلاف اسم الشركة.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعيناً ببطاقة التحليل المرفقة سابقاً.

الحالة رقم 2:

الموقف: طالبة أعدت فيلمًا قصيرًا بعنوان "ظل الذاكرة" ونشرت ه على اليوتيوب، وبعد عام واحد ظهر فيلم طلابي آخر من جامعة مختلفة بالحبكة نفسها، وبالمشاهد الأساسية نفسها تقريباً، لكنه يحمل عنواناً آخر وشخصيات بأسماء مختلفة.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعيناً ببطاقة التحليل المرفقة سابقاً.

الحالة رقم 3:

الموقف: طالب استخدم صورة من موقع بينترست لتصميم غلاف مشروع تخرجه، دون ذكر اسم المصور، ودون التأكد من وجود رخصة تسمح بالاستخدام.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعيناً ببطاقة التحليل المرفقة سابقاً.

الحالة رقم 4:

الموقف: صحفي مبتدئ أعاد نشر مقال من موقع أجنبي بعد ترجمته إلى العربية، مع تغيير العنوان وبعض الجمل، لكنه لم يذكر المصدر أو اسم الكاتب الأصلي.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.

الحالة رقم 5:

الموقف: طالبة أعدت بودكاست توعويًا وأدرجت في الخلفية مقطعًا من أغنية شهيرة لمدة دقيقة تقريبًا، ثم نشرت الحلقة على منصات التواصل دون ترخيص من صاحب الحقوق أو الشركة المنتجة.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.

الحالة رقم 6:

الموقف: طالب قدم فكرة تطبيق ذكي في مسابقة جامعية، وشرح الفكرة أمام لجنة تضم شركة راعية، بعد عام ظهر تطبيق مشابه أطلقته الشركة نفسها، لكن الطالب لم يكن قد سجل كودًا أو تصميمًا أو نموذجًا تفصيليًا، ولم يوقع اتفاقًا يحفظ سرية عرضه.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.

الحالة رقم 7:

الموقف: مشروع ناشئ أطلق متجرًا إلكترونيًا لبيع الملابس واستخدم شعارًا قريبًا جدًا من شعار علامة مشهورة، الحروف نفسها تقريبًا، ألوان متقاربة، وطريقة عرض توجي للجمهور بوجود علاقة بين المشروع والعلامة الأصلية.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.

الحالة رقم 8:

الموقف: صفحة طلابية أعادت نشر إنفوجراف توعوي من صفحة أخرى بعد حذف الشعار واسم المصمم، ثم أضافت ألوانًا جديدة ونشرته باعتباره تصميمًا خاصًا بها.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.

الحالة 9: منتج باسم جغرافي مضلل

الموقف: شركة محلية تباع عسلًا تحت اسم "عسل الجبال القوقازية" مع أن المنتج مصنوع محليًا ولا توجد علاقة فعلية بينه وبين تلك المنطقة الجغرافية، ويستخدم الإعلان صور جبال وعبارات توجي بالأصل الجغرافي للمنتج.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.

الحالة 10: تسريب خطة تسويقية

الموقف: ،متدرب في وكالة إعلانات احتفظ بنسخة من ملف داخلي يتضمن خطة حملة كاملة وأرسلها إلى صديق يعمل في وكالة منافسة، استخدمت الوكالة المنافسة بعض الأفكار والبيانات في عرضها لعميل مشابه.

المطلوب:

حلل الموقف السابق مستعينًا ببطاقة التحليل المرفقة سابقًا.