

استخدام الذكاء الاصطناعي للحماية التقنية للعلامة في مصر

احمد عبد الغنى صلاح الدين الجمل

استخدام الذكاء الاصطناعي للحماية التقنية للعلامة في مصر

احمد عبد الغنى صلاح الدين الجمل

مقدمة

شهد العالم تطوراً ملحوظاً في مجال الترويج للعلامات التجارية مما جعلها أكثر عرضه للاعتداء ، وان ما لتقنيات الذكاء الاصطناعي ومايملكه من قدرات فائقة على ربط البيانات في وقت قليل وأصبح معه استمرار التقدم السريع بدخول الانسان عصر الذكاء الاصطناعي واندماجه واعتماد الاجهزه الوطنيه عليه من اجل حمايه العلامات التجاريه من الاعتداء مما يوضح على الأهميه الاقتصاديه والقانونيه لانشاء تلك الاجهزه الوطنيه مثل الجهاز المصرى للملكيه الفكرية.

لقد جاء بالماده ٦٩ من الدستور المصرى لسنة ٢٠١٤ مطالبه بإنشاء جهاز مختص لرعايه وحمايه حقوق الملكيه الفكرية ، الامر الذى يكون معه لهذا الجهاز حين انشائه دوراً جوهرياً فى حمايه العلامات التجاريه باعتبارها حق من حقوق المليكه الفكرية الشموله بالحمايه وذلك من خلال استخدام الطرق والاساليب الحديثه لحمايه العلامات التجاريه ومن ضمن تلك الاساليب استخدام الذكاء الاصطناعى. ولم تكن جمهوريه مصر العربيه بمعزل عن دخول

مجال الذكاء الاصطناعي والاعتماد عليه ، فلقد تم انشاء مجلس وطنى للذكاء الاصطناعي يتبع رئاسة مجلس الوزراء ويسمى "المجلس الوطنى للذكاء الاصطناعي" ويرأسه وزير الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات (١)

إن التقدم التكنولوجي في مجال الذكاء الاصطناعي أصبح مدفوعا بكم متزايد بصورة سريعة من البيانات والاتصال الرقمي وكان التطور الهائل في عالمنا يؤدي إلي تعديل وإضافة بعض القوانين و الاساليب الحديثه لحماية العلامات التجارية» ولقد أصبح التطور السريع والتقدم في مجال المعلومات والذكاء الاصطناعي مع التطور المتسارع في وسائل ومنصات التواصل في المعاملات اليومية لا يمكن الاستغناء عنها ومنذ أن اخترق الذكاء الاصطناعي كافه وسائل التعامل الحديثه كان لابد أن يتم الاستفادة من الذكاء الاصطناعي كأداة تقنية لحماية العلامات التجارية من أية اعتداء عليها .

(١) (جريدة الوقائع المصريه (٢٠١٩) قرار رئيس مجلس الوزراء بإنشاء المجلس الوطنى للذكاء الاصطناعي رقم ٢٨٩٩ لسنة ٢٠١٩ ، العدد ٤٧ مكرر)

مشكلة البحث

تعتبر العلامات التجارية من أهم حقوق الملكية الفكرية فهي اليوم تشكل سمعة وعنوان للقوة الصناعية أو التجارية أو الخدمية للشركات أو المقاولات لاكتساب قدره تنافسية ليس فقط على المستوى المحلى بل على المستوى الدولى ويشكل الاعتداء على العلامات التجارية سواء بتقليدها وتزييفها بضرر بكل من المنتج والمستهلك أو الدولة التى تم التصنيع بها فهو من ناحية يضر بالمنتج بخسارته فى تسويق منتجاته كما انه يشكك فى جودة المنتج ومن ناحية ثانية يضر بالمستهلك لانه يقلل من جودة المنتج الاصلى مما يهز ثقة المستهلك فى ذلك المنتج ويؤثر على دولة المنشأ وخاصة الاستثمارات الاجنبية فى الدولة وبالتالي فان العلامات التجارية تعد اهم وسائل الضمان سواء للمنتج او المستهلك فإستخدام العلامة التجارية يؤدى الى منع اختلاط منتج يحمل علامة معينة بمنتج مماثل يحمل علامة اخرى وبالتالي تحمى كل من المنتج والمستهلك ويؤدى الى توافر الثقة بينهما ، كما ان استخدام العلامة التجارية يعمل على تكوين الثقة فى منتجات بعينها حمايتها من منافسة سلع مشابهة وقد اتجه المنتجون الى استخدام علامات تجارية للتعريف بمنتجاتهم وحمايتها من الغش والحفاظ على العملاء ومع التطور الهائل ووجود مواقع ومنصات التواصل

الاجتماعى متعددة فلا بد من مواكبة ذلك التطور الهائل باستخدام الذكاء الاصطناعى وانشاء قاعدة بيانات ضخمة للعلامات التجارية المحمية قانونا وذلك بالقيام بدوره بتحديد ثمة اعتداء قد وقع على تلك العلامات وبهذا فان الذكاء الاصطناعى يفرض نفسه من خلال جعله وسيلة تقنية لحماية العلامات التجارية من أية اعتداء وذلك للاستفادة به كتقنية لتحديد المعتدين على العلامات التجارية وبيان اوجه ذلك الاعتداء لحماية صاحب العلامة من خطر تقليدها والتعدى عليها ومن هنا تتحدد مشكلة البحث الحالى فى رصد اهمية تقنية الذكاء الاصطناعى على حماية العلامات التجارية وذلك من خلال تبنى الجهاز المصرى لحماية الملكية الفكرية لتلك التقنية بناءا على ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث فى سؤال جوهرى هو هل يؤثر استخدام الذكاء الاصطناعى كأداة تقنية فى حمايه العلامة التجارية فى مصر؟

الدراسات السابقة

كشفت دراسته اجراها باحثون من جامعتى (اوكسفورد البريطانىة - وييل الامريكىة) ان هناك احتمالىة بنسبة (٥٠%) بان يتفوق الذكاء الاصطناعى على الذكاء البشرى فى جميع المجالات فى غضون (٤٥) عاما ، كما من المتوقع ان يكون قادر على تولى كافته الوظائف البشرىة فى غضون (١٢٠) عاما ولا تستبعد الدراسة ان يحدث ذلك قبل هذا التاريخ ، ووفقا لتلك الدراسة فان الالات ستفوق على البشر فى ترجمه اللغات بحلول عام ٢٠٢٤ ، وكتابه المقالات المدرسىة بحلول عام ٢٠٢٦ ، وقياده الشاحنات بحلول عام ٢٠٢٧ ، وكتابه افضل الكتب بحلول عام ٢٠٤٩ ، واجراء الجراحات المعقده عام ٢٠٥٣ . (١)

لقد اصبح الذكاء الاصطناعى من اكثر الموضوعىة التى تستقطب اكثر تغطىة فى جميع المجالات الاكادىمىة نظرا لاسباب التكنولوجىا المتسارعة من جهة واسباب اقتصادىة بحتة من طرف الشركات من جهة اخرى التى تم تعزيزها بالظهور البىانات الضخمة ولعل مستقبل الذكاء الاصطناعى وتطبيقاته اخذ منحى جدىا عالمىا بعد انعقاد مؤتمر بالبيت الابيض بالولايات المتحدة الامريكىة عام ٢٠١٦ حيث تناول مساله هامه تخص مستقبل تطبيقات الذكاء الاصطناعى واخلاقيتها . (٢)

(١) هانى زايد ، دراسه الذكاء الاصطناعى يتفوق على البشر فى غضون (٤٥) عاما ، مصر ، مجله للعلم scientific American ، ٢٠١٧ ، ص ١ .

(٢) ساميه شهىى قموره ، دراسه الذكاء الاصطناعى بين الواقع والمأمول ، دراسه تقنيه وميدانيه ، الجزائر ، research gate ، ٢٠١٨ ، ص ٤)

دراسة مذکور ٢٠٢١ : هدفت هذه الدراسة الى التعرف على كيفية الاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعى فى تطوير التعليم عن بعد فى ضوء التطورات المتسارعة للذكاء الاصطناعى وما هى القيمة المضافة التى يمكن ان يوفرها للتعليم عن بعد خاصة بعد تطور النظم الخبيرة التى حلت كمستشار بشرى فى كثير من المجالات الار الذى يطرح امكانية ان يكون التعليم فى المستقبل افتراضيا وبالخصوص اذا وضعنا فى الحسبان معطيات فلاسفة المستقبل الذين يتوقعون ان تكون المرحلة المقبلة هى مرحلة اللقاء والاندماج بين البيولوجى والتكنولوجى .(١)

دراسة الحجىلى والفيرانى ٢٠٢٠ : هدفت هذه الدراسة الى القاء الضوء على الذكاء الاصطناعى فى التعليم فى المملكة العربية

السعودية حيث تطرقت الى ماذا يمكن ان يقدم الذكاء الاصطناعي للتعليم فى المملكة وتطبيقات الذكاء الاصطناعي فى التعليم فى المملكة والمعلمون وانظمة الذكاء الاصطناعي ، وتوصلت الى اهمية اتقان وانتاج واستخدام وتوظيف الذكاء الاصطناعي فى التعليم بالمملكة وان نحقق التوازن عند استخدامها فى ممارسات التعليم تطبيق الحوكمة عند استخدامها.(٢)

أهميه الدراسة

مع التطور الهائل والانتشار السريع للعلامات التجارية وما يتبعه من تعدى على تلك العلامات ، لذا تعد دراسته اثر استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لحماية العلامات التجارية من الاعتداء وتبنى تلك التقنيه لجهاز قومى يتبع الدوله والمتمثل فى الجهاز المصرى لحماية الملكيه الفكرية من الموضوعات الهامه المستجده على الساحة العلميه وفى أروقه المنظمات العلميه والتشريعيه ، والتي مازالت قضاياها واشكالياتها قيد النقاش للحفاظ على العلامات التجاريه من الاعتداء مما يجعل لذلك الجهاز اهميه اقتصاديه وقانونيه وفقا للدور الذى سينشا من اجله ذلك الجهاز .

(١) مذكور ومليكة ، ٢٠٢١ ، الذكاء

الاصطناعي ومستقبل التعليم عن بعد . دراسات فى التنمية والمجتمع .

(٢) الحجلى سمر والفيرانى لينا ٢٠٢٠ ، الذكاء الاصطناعى فى التعليم فى المملكة العربية السعودية . المجلة العربية للتربية النوعية . المجلد الرابع . العدد ١ . ص ٧١ - ٨٤ .

منهجية البحث

يعتمد البحث الحالى على المنهج الوصفى التحليلى وذلك من خلال تسليط الضوء على الذكاء الاصطناعى فى تحقيق حماية العلامات فى مصر من خلال وصف ظاهرة البحث وتحليلها وتعتمد اساليب الدراسة على الدراسة النظرية وفيها يعتمد البحث على اثراء الجانب المعرفى لمتغيرات البحث وهى الذكاء الاصطناعى وحماية العلامات التجارية والعلاقة بينهم من خلال تجميع العديد من المراجع المماثلة فى رسائل الماجستير وكذلك المجالات العلمية المختصة فى الملكية الفكرية وايضا الابحاث العملية المنشورة والمراجع العربية والاجنبية المرتبطة بموضوع البحث .

اهداف الدراسة

- ١- تهدف الدراسة تحليل دور الذكاء الاصطناعى ومدى تحقيق أقصى استفادة منها بصون العلامات التجارىه
- ٢- تقنين استخدام الذكاء الاصطناعى لصالح تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها من علامات تجاريه معتمده رسميا

بمعرفة الجهاز المصرى للملكية الفكرية عبر نظام الحاسوب والذكاء الاصطناعي، وذلك فى ضوء مجموعة من العملية والتقنيات المسندة إلى أجهزة متخصصة وبصورة تفاعلية .

المبحث الاول الذكاء الاصطناعي والعلامات التجارية

المطلب الاول : الذكاء الاصطناعي

ترجع جذور الذكاء الاصطناعي إلى الأربعينيات مع انتشار الحاسبات وعلى الرغم من غياب تعريف شامل للذكاء الاصطناعي بأنه استجابة المكنان أو الحاسبات بعد برمجتها من قبل الإنسان بصورة يعتقد البعض بأنها ذكية، وقد عرفه Dan.W.Patterson على أنه نوع من فروع علم الحاسبات الذي يهتم بدراسة وتكوين منظومات حاسوبية تظهر بعض صيغ الذكاء وهذه المنظومات لها القابلية على استنتاجات مفيدة جدا حول المشكلة الموضوعية كما تستطيع هذه المنظومات فهم اللغات الطبيعية أو فهم الإدراك الحي وغيرها من الإمكانيات التي تحتاج إلى ذكاء متى ما نفذت من قبل الإنسان.(١)

العصر الرقمى يعرف بعصر الاتصالات والترابط حيث وجد في هذا العصر ال (www) - world wide web علي يد الباحث Tim Berners-Lee كما أنه يمثل "الحدود الرقمية الجديدة، الذي

من شأنه أن يؤثر تأثيرا بالغا في العالم، في تغيير الطريقة التي نعمل بها ونعيش بها وهو صرح "فرانسيس غري" مدير عام الويبو (المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو). ٢٠١٩. الاتجاهات التكنولوجية للويبو ٢٠١٩ الذكاء الاصطناعية . الويبو) ، فضلا عن ما سيؤدي إليه من تغيير في أدوات وطرق إنتاج السلع والخدمات وتوزيعها.

تعريف الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي عرفة جون كارثى ١٩٧٢ بأنه علم هندسة وصناعة الآلات الذكية التي تقوم بمحاكاة العمليات العقلية الأساسية للسلوكيات البشرية الذكية ، وبناء أنظمة اصطناعية تمكن الكمبيوتر من القيام بأعمال لا يمكن تحقيقها الا عن طريق الذكاء البشرى وقد اقترح فى ندوة دارت موث اطلاق مصطلح الذكاء الاصطناعي على هذه الابحاث ولهذا اصبح يعرف باسم ابو الذكاء الاصطناعي (٢)

- (١) (شيخ هجيره - الأكاديمية للدراسات الاجتماعية و الإنسانية - قسم العلوم الاقتصادية و القانونية . العدد ٢٨ - جوان ٢٠١٨ - ص ٨٢)
- (٢) مذکور ومليكة ، ٢٠٢١ ، الذكاء الاصطناعي ومستقبل التعليم عن بعد . دراسات فى التنمية والمجتمع . ص ١٣٨ .

المطلب الثانى: ماهية العلامة التجارية

تعريف العلامة التجارية

عرف القانون ٨٢ لسنة ٢٠٠٢ بالمادة ٦٣ العلامة التجارية على أنها " كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره وتشمل على وجه الخصوص الأسماء المتخذة شكلاً مميزاً. الإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات ، والكلمات والتصاویر والنقوش البارزة مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً ومميزاً وكذلك أي خليط من هذه العناصر إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم إما في تمييز منتجات عمل صناعي أو استغلال زراعي، أو استغلال للغابات أو المستخرجات

الأرض أو أية بضاعة، وإما للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو نوعها أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وإما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وفي جميع الأحوال يتعين أن تكون العلامة التجارية مما تدرك بالبصر، ويكون هذا التعريف جامع شامل فقد تناول في أوله وظيفة التي تقوم بها العلامة التجارية وذكر أنها كل ما يميز منتجاً سلعة كان أو خدمة عن غيره ، وهي الوظيفة الأولى والمهمة للعلامة أنها تميز السلع والخدمات عن بعضها البعض ويهدف بها صاحبها في تمييز منتجاته أو خدماته لجذب العملاء المستهلكين إلى سلعته دون السلع الأخرى المماثلة ولقياس توزيع سلعته بالمقارنة بمثيلاتها في الأسواق وأيضاً يستخدم صاحب العلامة علامته في الدعاية والإعلان عن سلعته أو الخدمة التي يقدمها للمستخدمين.

كما أن العلامة هي الوسيلة التي يتعرف بها المستهلك على سلعته المفضلة من بين السلع المشابهة لها وهي بيان عن مصدر تلك السلعة التي يثق في أنها تقدم له من الجودة والضمان ما يرجوه منها مما يؤدي الي تكرار شرائها . ثم عرف لنا القانون في هذه المادة مكونات العلامة التجارية من أنها السماء المتخذة شكلاً مميزاً ، الإمضاءات، الكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعناوين المحال والدمغات والتصاویر والنقوش البارزة. مجموعة الألوان التي تتخذ شكلاً خاصاً وكذلك أي خليط من هذه العناصر.

ومفاد ذلك أن العلامة التجارية ممكن أن تكون كلمة أو رسم أو أحرف أو أرقام أو رمز ويمكن أن تكون خليطاً من ذلك كأن تكون كلمة ورسماً أو أحرفاً ورسماً أو أرقام في شكل مبتكر مميز.

في الفقرة الأخيرة من هذه المادة أوضح لنا المشرع المجالات التي تستخدم فيها العلامة وذكر منها على سبيل المثال وليس الحصر في تمييز منتجات عمل صناعي ، أو استغلال زراعي ، أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة. وأما للدلالة على مصدر منتجات أو البضائع، أنواعها ، أو مرتبتها أو ضمانها أو طريقة تحضيرها وأما للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات.

وكانت قمة التمديد في آخر ماجاء بهذه المادة الذي حدد أن تكون العلامة التجارية مما يدرك بالبصر وهذا النوع من العلامات هو المناسب والملائم للدول النامية.

نظراً لأن أنواع العلامات ذو الرائحة والعلامة الصوتية هي من النوعيات التي يصعب فحصها في مصر وفي الدول النامية كما تصعب حمايتها ويشق على جمهور المستهلكين تمييزها عن بعضها البعض لذا فإن نظام حماية هذا النوع من العلامات غير معمول به في مصر والدول النامية ويتم العمل به في الولايات المتحدة والاتحاد الأوروبي.

وبعد التعريف الشامل الوارد في التشريع المصري ننقل إلى تعريف الوارد باتفاقيه التربس للعلامة التجارية.

تعريف العلامة التجارية وفقا لاتفاقيه التربس

تعتبر أي علامة أو مجموعة علامات تسمح بتمييز السلع والخدمات التي تنتجها منشأة ما عن تلك التي تنتجها المنشآت الأخرى صالحة لأن تكون علامة تجارية. وتكون هذه العلامات لاسيما الكلمات التي تشمل أسماء شخصية وحروفاً وأرقاماً وأشكالاً ومجموعات ألوان وأي مزيج من هذه العلامات مؤهلة للتسجيل كعلامات تجارية. وحين لا يكون في هذه العلامات ما يسمح بتمييز السلع والخدمات ذات الصلة يجوز للبلدان من الأعضاء أن تجعل الصلاحية للتسجيل مشروطة بالتمييز المكتسب من خلال الاستخدام كما يجوز لها اشتراط ان تكون العلامات المزمع تسجيلها قابلة للإدراك بالنظر كشرط تسجيلها.

ويتضح من قراءة هذا التعريف أن المشرع المصري تضمن كل ما جاء بهذه المادة في نصه للمادة ٦٣ من القانون رقم ٨٢ لسنة ٢٠٢٢

وقد تعرض الفقهاء لتعريف العلامة التجارية على أنها كل إشارة أو دلالة مميزة يضعها التاجر أو الصانع أو مقدم الخدمة على

المنتجات التي يقوم ببيعها أو صنعها أو الخدمات التي يقدمها لتمييز هذه المنتجات عن غيرها من السلع والخدمات المماثل (١)

وهناك تعريف آخر يقصد بالعلامة التجارية أو الصناعية كل اسم أو رمز أو إشارة مما يستخدم في تمييز المنتجات أو المصنوعات أو السلع أو الخدمات عن غيرها مما يماثلها ويشار إليها في بعض الأحيان على أنها (ماركة) (٢)

مما سبق يتضح التعريف المتكامل للعلامة التجارية وفقاً لما جاء بالتشريع المصري واتفاقية الجوانب المتصلة باتفاقية الجات (التربس).

المبحث الثاني : الجهاز المصرى للملكية الفكرية وأهمية إستخدامة للذكاء الاصطناعى لحماية العلامات التجارية من الاعتداء :-

المطلب الاول : الجهاز المصرى للملكية الفكرية :-

ان إنشاء الجهاز المصرى للملكية الفكرية يأتي تنفيذاً لما نصت عليه المادة ٦٩ من الدستور المصرى لسنة ٢٠١٤ بإنشاء جهاز مختص لرعايه وحمايه حقوق المليكه الفكرية ، الامر يكون معه لهذا الجهاز حين انشائه دور هام فى حمايه العلامات التجاربه وذلك من خلال استخدام الطرق والاساليب الحديث لحماية العلامات

التجاريه ومن ضمن تلك الاساليب استخدام الذكاء الاصطناعي ،
وسيقوم الجهاز المصرى للملكية الفكرية علي دمج المكاتب الخاصة
بحقوق الملكية الفكرية الموجودة حاليًا في ٥ وزارت، و٣مكاتب
ذات صلة بعمل الجهاز المصرى للملكية الفكرية ويبلغ عددها ٣،
موكدًا أن عدد تلك المكاتب يبلغ ٩ مكاتب للملكية الفكرية موزعة
علي الجهات المعنية أبرزها وزارة التعليم العالي والبحث العلمى
ووزارة التموين ووزارة الاتصالات ويتضح من هنا ان

(١) (الأستاذة الدكتورة / سميحة القليوبي ، الملكية الصناعية ، طبعة ٢٠٠٩ ،
ص ٤٤٨ .)

(٢) (خاطر لطفي ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية ، ص ١٧٧ .)

الهدف من الجهاز هو توحيد تسجيل الملكية الفكرية لكافة قطاعات
الدولة في مكان واحد وهو الجهاز المصرى للملكية الفكرية، مشيرًا
إلى أن الجهاز سيعمل علي دعم التحول الرقمي من خلال رابط
خدمات تسجيل الملكية الفكرية مع كافة قطاعات الدولة وبالوسائل
والأساليب التكنولوجية الحديثة ويأتى ذلك تنفيذًا للمحاور
الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية والتي يمكن من خلالها تحقيق

الاهداف الاممية للتنمية المستدامة ٢٠٣٠ ومحاور رؤية مصر ٢٠٣٠ والتي تتمثل فى اربعة اهداف هى: الهدف الاستراتيجى الاول حوكمة البنية المؤسسية للملكية الفكرية ، الهدف الاستراتيجى الثانى تهيئة البيئة التشريعية للملكية الفكرية ، الهدف الاستراتيجى الثالث تفعيل المردود الاقتصادى للملكية الفكرية فى سبيل تحقيق اهداف التنمية المستدامة ، الهدف الاستراتيجى الرابع توعية فئات المجتمع المصرى بالملكبة الفكرية. (١)

المطلب الثانى : اهمية استخدام الجهاز المصرى للملكية الفكرية للذكاء الاصطناعى لحماية العلامات التجارية من الاعتداء :-

مما لاشك فيه ان نشر تكنولوجيا الذكاء الاصطناعى واستخداماتها ستؤثر بشكل كبير على قوانين الملكبة الفكرية وسياساتها وعلى ادارة تلك الانظمة بصفة عامة وفى مجال الحماية القانونية لحقوق الملكبة الفكرية بصفة خاصة ومن هنا تتضح اهمية استخدام الجهاز المصرى للملكبة الفكرية لتقنية الذكاء الاصطناعى فى مجال حماية حقوق العلامات التجارية من الاعتداء عليها والتي تتمثل فى ان الاعتماد على الذكاء الاصطناعى كوسيلة تقنية لحماية العلامات التجارية من الاعتداء يعد استثمارا لفوائد التقنيات الحديثة لاغنى عنه لحماية العلامات التجارية وتوفير تطبيقات الذكاء

الإصطناعي سهولة وفاعلية فى حماية العلامات التجارية من
الاعتداء.

(١) (الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية ، سبتمبر ٢٠٢٢ ، القاهرة)

ويؤدى الاعتماد على الذكاء الاصطناعي فى مجال حماية
العلامات التجارية الى حماية الحقوق الاستثنائية للمالك المسجل
من اجل منع اطراف ثالثة من تسويق منتجات او خدمات مطابقة او
مشابهة تحمل علامة تجارية مطابقة او مشابهة على نحو يثير
اللبس، كما تؤدى الى سهولة انفاذ القوانين لان العلامة التجارية
صاحبه الحمايةه القانونيه تنطوى عادة على افتراض الملكية واطافة
الى ذلك وضعت بعض البلدان انظمة تمكن سلطات الجمارك من

فحص ومصادرة السلع المقلدة التي تتعدى على علامة تجارية مسجلة.

كما تؤدي منع حدوث اي لبس لدى المستهلك لكون العلامة التجارية تشير الى مصدر المنتجات والى مستوى ثابت من الجودة وتسويق المنتج بطريقة فعالة ، وزيادة قيمة العلامة التجارية كأصل من اصول الشركة وسهولة بيع او تأجير تلك العلامة ، كما انها تزيد من المصادقية فى العلامة التجارية لدى جمهور المستهلكين وبذلك يفعل الدور الاقتصادى والقانونى لجهاز الملكيه الفكرية.

ان معظم الميزات الرئيسية التي حددها الخبراء لاستخدام الذكاء الاصطناعى ايجابية ومعروفة بالفعل الى حد ما .

لكن بعض الخبراء اكدوا ايضا حقيقة ان التقدم فى الذكاء الاصطناعى يمكن اعتباره مثالا مناسباً لاستعارة السيف ذو الحدين ومع ذلك فان ما اذا كان تأثير معين للتكنولوجيا يعتبر ايجابيا ام سلبيا فسيكون غالبا ذاتيا ويعتمد على تصور الخبراء الذين يطورونه ومسامه التكنولوجيا وسيستغرق تطور تقنية الذكاء الاصطناعى بعض الوقت لذلك كان راي بعض الخبراء ان البشرية يجب ان تستعد للعواقب الايجابية والسلبية على حد سواء والتي تشمل نظرة فاحصة على المنظور الاخلاقى للذكاء الاصطناعى والمسؤولية الاجتماعية فى استخدام الذكاء الاصطناعى الاستخدام

الأكثر منطقية للذكاء الاصطناعي في أحدث التطورات وهو ما يسمى أنظمة دعم القرار والتوصية وطلب من الخبراء تحديد بعض حالات الاستخدام المحتملة في حماية الملكية الفكرية عن طريق التكنولوجيا والنظر بشكل خاص في هذه القضايا:

١- تطوير حقوق الملكية الفكرية الجديدة

٢- إجراءات التقديم و الفحص

٣- توثيق الملكية الفكرية

كان رأى بعض الخبراء ان هناك مسألتين ذات اهمية خاصة لحماية الملكية الفكرية اذ من المعقد التمييز بين الشئ الذى يعتبر اصليا او جديداً او الشئ الذى تم انشاؤه او صنعه بالفعل فوفقا لبعض الخبراء من الصعب تحديد معنى الاصاله او التحول فى سياق الذكاء الاصطناعى .

واستخدام الذكاء الاصطناعى فى فحص طلبات العلامات التجارية ويرى بعض الخبراء ان التطبيقات القائمة على الذكاء الاصطناعى يمكن ان تساعد فى عملية تقديم الطلبات وعملية الفحص بشكل كبير ، مما يقلل من الوقت الاجمالى لتسجيل العلامات التجارية ويؤدى الى تقليل الاعتراضات حيث توجد بالفعل ادوات تستخدم تقنية

البحث عن الصور تساعد المستخدمين على التأكد مما اذا كان شعارهم يتعارض مع العلامات التجارية الحالية ، كما يتم استخدام معالجة اللغة الطبيعية (nlp) للعثور على افضل تطابق لسلعهم وخدماتهم للعلامات التجارية مع تجنب اى قصور محتمل فى التصنيف ويؤدى الى تصنيف اكثر دقة للسلع والخدمات بإستخدام ادوات الذكاء الاصطناعى حيث سيتمكن المستخدمون معرفة ما اذا كان علاماتهم التجارية يمكن ان تتعارض مع العلامات التجارية الموجودة بالفعل مع مراعاة اوجه التشابه السمعية والمرئية والادراكيه ، كل هذا يمكن ان يساعد المستخدمين على ايداع علاماتهم التجارية بسرعة وبشكل صحيح وتجنب اوجه القصور فى عملية الفحص .

كما ستساعد ادوات الذكاء الاصطناعى ايضا الفاحصين على اتخاذ قرارات افضل واسرع بإستخدامها وبالتالي السماح لهم بالتركيز على المهام الاكثر تعقيدا واسقاط المهام البسيطة الروتينية هذا بالإضافة الى ذلك ستعمل الترجمة الالية على تقليل تكلفة الترجمة اليدوية لتفاصيل العلامات التجارية وكذلك الوقت الذى سيستغرقه الحصول على الترجمة .

وقد ذكر بعض الخبراء ان هناك بعض الفرص المتعلقة بالتحقيق والانفاذ فى الذكاء الاصطناعى فى الواقع اذ يعتبر التحقيق فى هذه التكنولوجيا وتنفيذها عملية مستمرة بالنسبة لبعض الشركات يتم

بالفعل تطبيق التكنولوجيا فيما يتعلق بالملكية الفكرية فى كلتا الحالتين ومع ذلك يجب تحسين تلك التقنيات من اجل الوصول الى انجازات رئيسية فى مجال كشف المخالفات المحتملة للعلامات التجارية المماثلة او المقلدة. (١)

توصل البحث الى عدد من النتائج والتوصيات اهمها ما يلى :

١- استخدام الذكاء الاصطناعى يساهم فى حماية العلامات التجارية بداية من تسجيلها حتى تداولها مما يجعل تلك التقنية لاغنى عنها بالنسبة للقائمين على تسجيل وحماية العلامات بل والمستخدمين لها .

٢- استخدام الذكاء الاصطناعى يفتح الافاق للاستفاده من سرعة وسهولة تلك التقنية مما يجعل تسجيل وحماية العلامة اكثر سهولة على العنصر البشرى المختص ويترك له المجال بالتركيز على المهام الاكثر تعقيدا واسقاط المهام البسيطة الروتينية .

٣- استخدام تقنية الذكاء الاصطناعى بمعرفة جهاز مختص وهو الجهاز المصرى لحماية المليكة الفكرية وذلك بهدف الوصول الى اقصى استفاده من تلك التقنية لحماية العلامات وذلك بتدريب المختصين من استخدام تلك التقنيه وعقد دورات مستمرة بواسطه خبراء فى الذكاء الاصطناعى

لمواكبة التطور المستمر فى تلك التقنية وتلافى مابها من
عيوَاب ستظهر اثناء استخدامها.

(١) Intellectual Property Infringement and
Enforcement Tech Watch Discussion Paper ٢٠٢٠

مراجع البحث

اولا المراجع العربي

- ١-جريده الوقائع المصريه (٢٠١٩) قرار رئيس مجلس الوزراء بانشاء المجلس الوطنى للذكاء الاصطناعى رقم ٢٨٩٩ لسنة ٢٠١٩ ، العدد ٤٧ مكرر.
- ٢-قانون حمايه الملكيه الفكرية المصرى رقم ٨٢ لسنة ٢٠٢٢ .
- ٣-هانى زايد ، دراسه الذكاء الاصطناعى يتفوق على البشر فى غضون (٤٥) عاما ، مصر ، مجله للعلم ،scientific American،٢٠١٧ ص ١ .
- ٤-ساميه شهى قموره ، دراسه الذكاء الاصطناعى بين الواقع والمأمول ،دراسه تقنيه وميدانيه ، الجزائر، research gate ،٢٠١٨ ص ٤ .
- ٥- شيخ هجيره - الأكاديمية للدارسات الاجتماعية و الإنسانية - قسم العلوم الاقتصادية و القانونية . العدد ٢٨ - جوان ٢٠١٨ - ص ٨٢.
- ٦- مذکور ومليكة ، ٢٠٢١ ، الذكاء الاصطناعى ومستقبل التعليم عن بعد . دراسات فى التنمية والمجتمع .
- ٧-شيخ هجيره - الأكاديمية للدارسات الاجتماعية و الإنسانية - قسم العلوم الاقتصادية و القانونية العدد ٢٨ - جوان ٢٠١٨ ص ٨٢ .
- ٨-الأستاذة الدكتورة / سميحة القليوبى ، الملكية الصناعية ، طبعة ٢٠٠٩ .
- ٩-خاطر لطفى ، موسوعة حقوق الملكية الفكرية .

١٠- الحجيلى سمر والفيرانى لينا ٢٠٢٠ ، الذكاء الاصطناعى فى التعليم فى المملكة العربية السعودية . المجلة العربية للتربية النوعية . المجلد الرابع . العدد ١ . ص ٧١ – ٨٤ .

١١-الاستراتيجية الوطنية للملكية الفكرية ، سبتمبر ٢٠٢٢ ، القاهرة.

التقارير العربية

المنظمه العالميه للملكيه الفكرية (الويبو) ٢٠١٩ الاتجاهات التكنولوجيه للويبو ٢٠١٩ الذكاء الاصطناعى ، سبل يمكن بها لحقوق العلامات التجارية أن تعود بالنفع على الشركات ، ٢٠٢٢ ،الويبو.

التقارير الاجنبيه

Intellectual Property Infringement and Enforcement Tech Watch Discussion Paper ٢٠٢٠ .