

אוניברסיטת בר-אילן הפקולטה למשפטים

ועדת המשמעת מזהירה!
נבחן המעביר חומרי עזר לרעהו
או רמז מילולי ייענש בחומרה

מבחן בדיני קניין רוחני
מס' קורס: 99-307-01
המרצה: פרופ' גדעון פרחמובסקי
מועד א' - משך הבחינה שעתיים.

הוראות:

1. המבחן הוא בחומר פתוח.
2. המבחן מורכב משתי שאלות: ארועון שמשקלו 80% ושאלת מדיניות שמשקלה 20%.
3. נא לקרוא את השאלות בעיון רב לפני שאתם/אתן עונים/עונות עליהן.
4. אם לדעתכם/חסרים נתונים בשאלה, הניחו הנחות והמשיכו בניתוח בהתאם להנחות שהנחתם/ן.
5. בראשית כל שאלה מצוינת מגבלת מקום – חריגות לא תקראנה.
6. נא לכתוב בכתב ברור וקריא.

ארועון (80%) – התשובה לא תחרוג מ-8 עמודים

ד"ר מנחם ינאי הוא מרצה לדיני נזיקין בפקולטה למשפטים. עקב שביתת הסטודנטים מצא ד"ר ינאי כי זמנו הפנוי התרבה לאין שיעור. הוא החל לכלות את ערבי האביב בניסיונות לחבר אירועון יצירתי במיוחד לבחינה הצפויה בתום הסמסטר. לאחר מאמצים מרובים, הצליח ד"ר ינאי לחבר אירועון משעשע המבוסס בחלקו הגדול על סיפור אמיתי. האירועון עסק בזוג צעירים המבקשים להצטלם ביום חתונתם בחנות הסופר השכונתית ושם פוקדת אותם שורת ארועים מצערים (כגון החלקה על שלולית מים, כוויות קור ממקרר הקפואים, החנקות מטעימת קרקרים ועוד...) אשר כמעט מונעת את קיומו של האירוע המאושר בחייהם. הבחינה נערכה בתום הסמסטר כמתוכנן והפילה נכשלים רבים, לקורת רוחו של ד"ר ינאי.

יואב, אחד מן הנכשלים, החליט כי מאס בלימודי המשפטים ובחר לפתוח חנות צילום המתמחה בצילום חתונות. כעבור מספר שבועות, הופיעו בפתח חנות הצילום רננה ואמיר, אשר למדו עם יואב בפקולטה למשפטים. ההתרגשות הייתה רבה. השלושה החלו להחליף סיפורים אודות "מומי הנפוח" (כינויו של ד"ר ינאי בפי הסטודנטים). רננה ואמיר שמחו שיואב חברים יצלם את חתונתם וביקשוהו לגלות יצירתיות רבה, הואיל ואין הם מעוניינים בצילום "סטנדרטי". השניים אף ביקשו, בטון מכודח, שיואב יבסס את סרט החתונה על הארועון המפורסם שעמד בלב הבחינה בדיני נזיקין.

יואב התלהב מאד מן ההצעה והחל בהכנות הנדרשות. ביום חתונתם, צילם יואב את רננה ואמיר בחנות הסופר השכונתית, "מגה", כשהם מביימים החלקה בשלוליות מים, כוויות קור ממקרר הגבינות והימלטות מהירה מעגלת קניות הרודפת אחרי השניים (הסצנה האחרונה נבדטה ממוחה הקודח של רננה). בסיום הסרט נראו השניים כשהם מגיעים לאולם החתונות, ועל המרקע מופיעה הכתובת: "כל הזכויות שמורות למומי הנפוח". הסרט נחל הצלחה עצומה וההזמנות החלו לזרום למשרדו של יואב.

כשבוע לאחר מכן, החליט יואב לפרסם את עיסקו בטלוויזיה באמצעות סרט פרסומת קצר המכיל תקציר בן 30 שניות מסרט החתונה של רננה ואמיר. סרט הפרסומת הוקרן בכל ערוצי הטלוויזיה. כמו כן, החליט יואב, בעקבות המלצת קרוב משפחה, לשנות את שם חנות הצילום ל"מגה פוטו". השם נרשם לאחר שיואב הודיע לרשם שהוא מוותר על כל זכות שהיא בכל אחת מן המלים המרכיבות את שם העסק, ותובע זכויות רק בשילוב עצמו.

בסוף חודש יולי 2007, פונה אליך יואב לאחר שעבר כדבריו "את השבועיים הקשים ביותר בחייו". הוא מספר לך שבבקבות הקרנת סרט הפרסומת הוא קיבל מכתב מד"ר ינאי המאיים בפתיחת הליכים נגדו על הפרות של זכויות הקניין הרוחני שלו, אותן כינה בשפתו הציורית "ילדי רוחו". לא זו אף זו, בעקבות הקרנת הפרסומת פרץ סכסוך בין יואב לבין אמיר ורננה, ושני עורכי הדין הצעירים מאשימים אותו עתה בהפרת זכויותיהם ותובעים את הפסקת הקרנת הפרסומת. לבסוף, עורכי הדין של רשת המרכזים, "מגה", מאיימים אף הם לתבוע את יואב אם לא יחדל מיד מלהשתמש בשם "מגה פוטו". יואב מוסיף שמברור קצר שערך מסתבר שהשם "מגה" אינו רשום.

נתח/י את השאלות הבאות:

א. האם יכול דר' ינאי לתבוע את מי מן המעורבים ובאילו עילות? דון/י בכל טענות התביעה וההגנה האפשריות.

ב. האם יכולים אמיר ורננה לתבוע את יואב? דון/י בכל טענות התביעה וההגנה האפשריות.

ג. האם יכולה חברת מגה לתבוע את יואב? דון/י בכל טענות התביעה וההגנה האפשריות.

שאלת מדיניות (20%)—התשובה לא תחרוג מעמוד וחצי

במאמר שהתפרסם לאחרונה בכתב עת משפטי בארצות הברית, דיווחו הפרופסורים קאל רוסטיאלה וכריסטופר ספריגמן (להלן: הפרופסורים) שתעשיית האופנה מצליחה באופן קבוע לייצר עיצובים חדשניים ויצירתיים וכל זאת ללא הגנת זכות יוצרים כלשהי (אכן בארצות הברית דיני זכויות היוצרים אינם חלים על עיצוב אופנה). הטענה המרכזית במאמר היא שבאופן פרדוקסלי דווקא העדרה של הגנת זכות יוצרים והעובדה שהעתקות הן ענין שבשגרה תרמו לחדשנות והיצירתיות המאפיינות את ענף האופנה.

הנח/י שהממצאים המובאים במאמר (ומסוכמים לעיל) נכונים. מהו ההסבר האפשרי (או ההסברים האפשריים) למתרחש בתעשיית האופנה? כיצד מצליחה התעשייה לעודד מקוריות ויצירתיות ללא זכויות יוצרים?

בהצלחה!!!