

טעויות נפוצות בתביעות זכויות יוצרים

ממהרים להגיש תביעת זכות יוצרים? עו"ד דור ליאונד, שותף במשרד זאב ליאונד ושות' המתמחה בדיני קנין רוחני, סוקר מספר טעויות משפטיות שכדאי להימנע מהן מראש.

עו"ד דור ליאונד 15.02.18



דור ליאונד
שותף



לאחר כניסתו לתוקף של חוק זכות יוצרים החדש בשנת 2008, חלה עלייה דרסטית במספר התביעות המוגשות לבתי המשפט בעילה של הפרת זכות יוצרים. שתי סיבות בולטות לכך, הראשונה היא העלאת "תקרת" הפיצוי שבית המשפט מוסמך לפסוק בגין כל הפרה לתובע שלא הוכיח את היקף הנזק שנגרם לו בפועל, מ-20,000 ₪ בחוק הישן ל-100,000 ₪ בחוק החדש. הסיבה השנייה, טמונה בהגדלת היקף וסוגי הפרסומים ברשת, זאת לצד האפשרות הנוחה לאתר פרסומים אלה בקלות ובלחיצת כפתור. אם בעבר היה קושי לאתר פיזית ראיות להפרות כפי שבוצעו בזמן אמת, הרי שבעידן האינטרנט, ניתן להתחקות ללא מאמץ מיוחד אחר פרסומים והעתקות שנעשו גם לפני מספר שנים, אפילו באתרי אינטרנט נידחים.

ככל שמתרבות התביעות, באופן טבעי גם ניתן לאתר בחלק לא מבוטל מהן, שגיאות חוזרות מצד תובעים, אשר לעתים נחפזים לתבוע סכומי עתק, מבלי לבחון באופן יסודי דיו את העובדות והמצב המשפטי עליו הם מתבססים.

הנה מספר טעויות שכיחות שראוי כי כל תובע יתן עליהם את הדעת בטרם יפנה לערכאות:

למי שייכות הזכויות?

בטרם ימהר התובע להצהיר על עצמו כבעל זכות היוצרים, עליו לוודא שאכן זה מצב הדברים. לגבי יוצרים, חשוב להבין כי אלו אינם תמיד מחזיקים בזכות היוצרים ביצירה שהיא פרי עמלם. כך למשל, במקרה שבו נוצרה היצירה לצורך ובמהלך עבודתו של היוצר, כעובד שכיר, אצל מעסיקו. במצב כזה זכות היוצרים שייכת למעסיק, אלא אם נקבע אחרת בהסכם בין השניים, ולכן צלם שתובע בגין פרסום תמונה שצילם במסגרת עבודתו בעיתון מסוים, לא יוכל לבסס את התביעה בעילה של הפרת זכות יוצרים. כך גם במצב שבו מדובר ביצירת דיוקן של אדם, שהרי אז זכות היוצרים בדיוקן שייכת למזמין ולא ליוצר, אלא אם נקבע אחרת ביניהם.

לא רק יוצרים עלולים לשגות בענין יסודי זה, אלא גם חברות מסחריות. למשל, סוכנות צילומים שקיבלה אך ורק זכויות שיווק והפצה של צילומי פפראצי מסוימים, תתקשה לגבש עילת תביעה אפילו כנגד מי שהפר זכות יוצרים בצילומים, אם לא תוכל להוכיח כי רכשה, טרם ההפצה, את זכות היוצרים בצילומים אלו, או לכל הפחות, רישיון שימוש בלעדי בהן.

האם הוענקה זכות שימוש ביצירה?

תובעים המחזיקים בזכות היוצרים ביצירה כלשהי, סבורים, בטעות, כי אם לא הועברה זכות היוצרים במלואה לנתבע, אזי לא תעמוד לו הגנה. אין זה נכון כמובן, בין היתר, משום שמספיק לנתבע להראות כי הועברה לו זכות שימוש ביצירה, וכי השימוש נעשה בהתאם להרשאה שקיבל. למשל, כאשר משרד יחסי ציבור מעביר לגוף תקשורת צילום של לקוח שלו, לפרסום, וזאת לאחר שקיבל הרשאה לכך מבעל הזכויות בצילום. במצב כזה זכות היוצרים לא מועברת לכלי התקשורת, אך ניתנת לו הרשאה כדין לפרסם את הצילום. על כל פנים, על תובע לקחת בחשבון שהגשת תביעה בגין הפרת זכות יוצרים, בנסיבות כאלה, צפויה גם לגרור הגשת הודעת צד ג' על ידי הנתבע, כלפי הגורם שמסר לו את היצירה לפרסום.

למי נתונה זכות מוסרית?

במקרים מסוימים תאגידיים הטוענים להפרת זכויות יוצרים, על מנת להגדיל את היקף הפיצוי שהם דורשים, טוענים גם להפרת הזכות המוסרית שלהם ביצירה. כך למשל, כאשר בפרסום היצירה, לא צוין קרדיט המייחס את היצירה לאותו תאגיד שמחזיק בזכות היוצרים בה. מדובר בטעות גסה, מאחר וזכות מוסרית ביצירה, נתונה אך ורק ליוצר בשר ודם, ובכל מקרה לא לתאגיד או כל ישות משפטית אחרת. פניה לעילות מכוח חוקים אחרים יתכן ואפשרית, אך יש לזכור כי רובן אינן מקנות סעד של פיצוי כספי ללא הוכחת נזק בפועל.

מי המפרסם?

בעידן הרשתות החברתיות, כאשר אדם פרטי יכול, בכל רגע נתון, לפרסם על דעת עצמו תכנים או יצירות באתר השייך לגורם אחר, נשאלת השאלה מי אחראי לפרסום מפר? התשובה שמספקת הפסיקה בענין זה היא, כי האדם שהעלה את הפרסום לרשת הוא האחראי, בעוד שאחריותו של בעל הפלטפורמה תתגבש רק במידה וקיבל התראה על תוכן מפר ולא הסיר את הפרסום. לכן, ניסיון של תובע להגיש מלכתחילה תביעה כנגד בעלי האתר, שלא ידעו ולא היתה להם יכולת לדעת בזמן אמת על הפרסום המפר שבוצע על ידי גולש באתר, לא יצלח. תקוותו של התובע כי בעלי האתר עשויים להיות בעלי "כיס עמוק" יותר מהגולש הפרטי שביצע את ההפצה, לא תסייע בידו, אם לא הקדים וטרח להמציא להם התראה בדבר התוכן המפר.

ענין אחר הוא, כאשר בעלי הפלטפורמה המקוונת, למשל פורום גולשים, מנכסים לעצמם זכויות בתכנים המועלים לפורום על ידי גולשים, או אפילו מפרסמים תכנים אלו מיוזמתם בפלטפורמות אחרות וב"אריזה מחודשת". במקרה כזה, יש לראות בהם מפרסמים לכל דבר וענין, על כל הנובע מכך.

צילום: ג'ואי כהן