

מיהו "מחבר" בפרסונה: זכות הפרסום של הפרסונה כאמצעי לחסימה תרבותית

התזה מתבוננת ב"פרסונה" ובתופעת הידוענות, על השלכותיהן התרבותיות; אישיות הידוען, כ"סחורה", הנצרכת על ידי קהלו, ותופעת הידוענות, שעברה מפרסום בשל הישג, לפרסום – כהישג. שלושה יצרו את הידוען; המגנטיזם שלו, המדיה והשיווק, והקהל, בלתו לא הייתה מתרחשת תופעה זו. גישות פוסט מודרניסטיות, שסירבו לתת ליוצר/פרסונה בלבד את ה"מחברות" ביצירתה, במנותק מ"נחלת הכלל", הושארו מחוץ לחוק. הסטגנציה המשפטית בהצדקת האיזון בין יוצרים למשתמשים מתבטאת בשלוש גישות תאורטיות, שמעמידות את היוצר במרכז, ומבטאות את ההנחות הגלויות של החוק: הגישה התועלתית/גישת התמריץ, גישת העמל וגישת האישיות. ה"מחברות" ניתנה לפרסונה במנותק מ"נחלת הכלל", במשמעות כפולה: הן כמאגר ממנו שואבת הפרסונה את חומרי הגלם שלה, והן כמשתתף ביצירתה. זכות הפרסום, כהגנת האינטרס הכלכלי של הפרסונה במאפייני אישיותה, מדגימה מתח זה; זו זכות קניין רוחני צעירה, אין היא מצריכה הוכחת הטעיה, משך חייה ארוך בהרבה מזכות היוצרים, ואין הגנה כלפיה, אם בווריאציות עליה, מעורב שימוש מסחרי. זכות זו "יובאה" לישראל מהמשפט האמריקאי, ועוגנה בחוק עשיית עושר ולא במשפט, כזכות קניין רוחני "שביושר".

ההנחות הסמויות של החוק, באשר למהותו של תהליך היצירה ומיהות היוצר, שהובילו להנחותיו הגלויות, נשענות על תפיסה רומנטית ומיושנת של המחבר, כ"גאון מיוסר", ומכאן, לתפיסה שגויה של מהי מקוריות, היורדת לשורש כל הפרדיגמות, שבבסיס ההנחות הסמויות של החוק, בין במישרין ובין בעקיפין. אין מדובר בדיון תיאורטי, אלא בדיון מהותי במהות החברה והתרבות בה אנו חיים, וליכולת הביטוי שלנו בתוכה, במיוחד בעידן הדיגיטלי. מכאן, הצורך להציע פתרון הוליסטי למצב, שתואר. הן במעגל הפנימי: מדיני עשיית עושר וחוק זכות יוצרים, והן, במעגל החיצוני של הזכויות החוקתיות, ה"מאזנות", כדי למתן את השליטה התרבותית המוגזמת, הניתנת לפרסונה, וליצור איזון ראוי עם "נחלת הכלל".