

Juridisk Institut  
Aalborg Universitet

# Ophavsretten i inter-partes forholdet mellem fysiske brugere og Sociale Medier.

af Marcus Prener og Mads Karlsen.

Vejleder: Torsten Bjørn Larsen.

Afleveringsdato: 17 maj.

## Titelblad.

<b>Uddannelse:</b>	Jura, Aalborg Universitet.
<b>Dansk Titel:</b>	Ophavsretten i inter-partes forholdet mellem fysiske brugere og sociale medier.
<b>Engelsk Titel:</b>	Copyright in the inter-partes relationship between the physical users' and social media platforms.
<b>Retsområde:</b>	Immaterielret, Ophavsret.
<b>Vejleder:</b>	Torsten Bjørn Larsen.
<b>Projektaflevering:</b>	17. Maj 2018
<b>Anslag:</b>	167.495
<b>Forfattere:</b>	Mads Karlsen (20136161) og Marcus Prener (20136168)

# Abstract

The purpose of this master thesis is to investigate users' of social media copyright issues when uploading copyrighted works onto social media, and what use the social media obtains of this. Furthermore, this thesis will examine the user agreement between the users and social media, to uncover the legal status for the contractual agreement, and attempt to conclude how far the user agreements stretches in accordance with the Danish copyright law.

In the first section of this thesis, the research topic and methodology will be introduced. For this thesis the Danish methodology known as the legal dogmatic method will be utilized, since this method is used to describe applicable law.

In the second section of this thesis, four different social media platforms have been chosen; Facebook, Twitter, Instagram and Youtube. An introduction to each of these services will be made, included in this the terms of use for copyright material will also be introduced.

The third section of this thesis, the Danish applicable law will be established. This will be done through the Danish copyright act. This part of the thesis will focus on the parts of the danish copyright act relating to the types of protected content users might post on social media platforms.

In the fourth section of this thesis, an analysis of the terms of use for the different social media platforms will attempt to find the different agreements relating to copyright, and compare them to the rules and principles in Danish copyright law.

In the fifth section of this thesis, the social media platforms will be analyzed individually, with focus on their terms of use relating to copyright protected content, hence illustrating what the user has accepted through the terms of use.

The final section of this thesis will conclude how the user is protected through Danish law. It is concluded a lot of the content users posts on social media is protected by the Danish copyright act, and thereby social media platforms must respect the users' rights. It is also concluded that the terms of use accepted by the user, is a copyright license, which means it is not possible to transfer this license to third parties according to danish law. This thesis also concludes that there are several parts of the Danish copyright act, which protects the authors right to be named, and the authors right to be respected if someone wishes to use the author's work. The Danish copyright act also protects the author against unclear agreements, meaning that with the terms of use from social media using wide terms, and not specifying exactly what content, and what use, hence the agreement will be strictly construed. The user of social media platforms must on the other hand, accept that he won't be paid for his content uploaded onto social media. The user will also have to accept that

other users can see his content, comment, like, share it and more. It is finally concluded that the authors rights to his content is not consumed upon uploading to social media.

# Indholdsfortegnelse

Abstract	2
Del 1. Indledning	7
1.1 Indledning	7
1.2 Problemformulering	8
1.3 Metode	8
1.4 Afgrænsning	10
1.5 Struktur	11
Del 2. Beskrivelse af Sociale Medier og gennemgang af Brugervilkår	12
2.1 Hvad er Sociale Medier?	12
2.1.1 Nærmere definition af Brugergeneret Indhold	13
2.1.2 IP-Indhold	13
2.2 Oversigt over Sociale Medier	14
2.2.1 Facebook	14
2.2.3 Twitter	15
2.2.3 Instagram	16
2.2.4 YouTube	16
2.2.5 Privatindstillinger, åbne eller lukket profiler	17
2.3 Brugervilkår for at benytte diverse Sociale Medier	18
2.3.1 Facebooks Brugervilkår	18
2.3.2 Twitters Brugervilkår	20
2.3.3 Instagrams Brugervilkår	22
2.3.4 YouTubes Brugervilkår	23
2.4. Sammenfatning af Brugervilkår	24
2.4.1 Ophavsretlige rettigheder som overdrages i Brugervilkårene	25
Del 3. Ophavsretten	27
3.1 Ophavsretten	27
3.2 Beskyttelsen objekt	27
3.2.1 Værkshøjde / Originalitetskravet §1	27
3.2.2 Værker der er omfattet af Ophavsretsloven kapitel 1	28
3.2.2.1 Naboretlig beskyttelse	29
3.3 Værker på Sociale Medier	31
3.3.1 Billeder	32
3.3.1.1 Fotografier	33
3.3.2 Videoklip	33

3.3.3	Tekst	33
3.3.4	Memes (Parodier)	34
3.4	Beskyttelsens subjekt	34
3.4.1	Ejerskab	34
3.4.2	Overdragelse	34
3.4.2.1	Delvis overdragelse	35
3.4.2.2	Videreoverdragelse af rettigheder	35
3.4.2.3	Specialitetsgrundsætningen	36
3.4.2.4	Uoverdragelighed	37
3.5	Beskyttelsens indhold	37
3.5.1	Eneretten	37
3.5.1.1	Økonomiske rettigheder	38
3.5.1.1.1	Eksemplarfremsstilling	38
3.5.1.1.2	Undtagelser til eneretten	38
3.5.1.1.2.1	Linking	39
3.5.1.1.2.2	Embedding	40
3.5.1.2	Tilgængeliggørelse for almenheden	41
3.5.1.3	Ikke økonomiske rettigheder	42
3.5.1.3.1	Faderskabsretten §3, stk. 1.	42
3.5.1.3.2	Respektretten §3, stk. 2.	43
3.5.1.3.3	Evigtvarende droit moral	43
3.5.2	Konsumtion ved Upload på Sociale Medier	43
Del 4.	Hvad er den ophavsretlige retsstilling på Sociale Medier	45
4.1	Introduktion til afsnit, afgrænsning fra nogle Brugervilkår	45
4.1.1	IP-licens	45
4.1.1.1	Sammenfatning	48
4.1.2	Intet ejerskab over Delt indhold, samt tilbagetrækning af overdragelse	48
4.1.3	Eksklusiv / Ikke eksklusive overdragelser	50
4.1.3.1	Eksklusiv	50
4.1.3.2	Ikke-Eksklusiv	51
4.1.4	Overdragelig	52
4.1.4.1	Overdragelighed til tredjemand gennem Brugervilkår	54
4.1.4.2	Er der så overdraget en overdragelig ret	54
4.1.4.3	Sammenfatning	55
4.1.5	Viderelicensere	56
4.1.6	Royaltyfri	57

4.1.7 Verdensomspændende samt Global	58
4.1.8 Underlicenser	60
4.1.9 Brugsretten til licens	61
Del 5. Hvad må Brugeren tåle ophavsretligt?	63
5.1 Introduktion til afsnit	63
5.2 Facebook	63
5.3 Twitter	65
5.4 Instagram	66
5.5 YouTube	67
5.6 Sammenfatning	68
Del 6 Konklusion	70
Litteraturliste	72
Litteratur	72
Artikler	72
Internetkilder	73
Lovgivning	74
Retspraksis	74

# Del 1. Indledning

## 1.1 Indledning

Dette speciale har til formål at undersøge den ophavsretlige retsstilling for den fysiske bruger, som benytter sig af sociale mediers hovedfunktioner. Brugere accepterer forskellige brugervilkår for at kunne benytte sig af det sociale medie, og dermed overdrager nogle rettigheder. Det er specialets formål at redegøre for de rettigheder og vurdere, hvilke beskyttelseshensyn, som vil kunne finde anvendelse. Derfor vil der i det indledende afsnit af specialet udvælges forskellige sociale medier, som benyttes gennem specialet til at redegøre for, hvordan disse sociale medier tillader sig at benytte sig af brugernes indhold. Det er derfor af særlig interesse at se på hvilke beskyttelseshensyn, der er af betydning for brugerne. Herunder om det eksempelvis er muligt at respektere brugernes ideelle rettigheder fra ophavsretsloven §3, og om det er muligt at respektere retten til at blive glemt, når man begår sig online på sociale medier. Specialet vil se på de forskellige rettigheder og forsøge at vurdere denne overdragelse i forhold til den danske ophavsret. Derfor vil der ses bort fra aftaleretten og udelukkende fokuseres på den ophavsretlige retsstilling.

Det er særligt interessant at se på hvilken måde ophavsretsloven finder anvendelse for indhold delt online på denne måde, da ophavsretsloven stammer fra en tid, hvor sociale medier ikke havde den samme store rolle, som det har i samfundet i dag.

Der vil forsøges at gøre rede for, hvilken type ophavsretligt indhold, der typisk forekommer af det indhold, som brugerne uploader på sociale medier. Herefter vil specialet forsøge at finde de ophavsretlige regler for denne type indhold og vurdere, om det sociale medies brugervilkår for de immaterielle rettigheder overskrider, hvad den danske ophavsret tillader.

Der vil forsøges at blive vurderet, om de accepterede brugervilkår kan anerkendes som et ophavsretlig licens i den traditionelle forstand, eller hvordan det ellers skal kategoriseres. Specialet vil forsøge at vurdere om de sociale medier, som er behandlet, handler i overensstemmelse med gældende dansk ophavsret, samt hvilke steder der er krænkelse herpå.

Endeligt vil specialet forsøge at skabe et billede af, hvilken type brug det sociale medie tilegner sig til ens ophavsretlige indhold. Samt hvor bred en udstrækning af de brugervilkår, som må tåles i henhold til ophavsretten.



## 1.2 Problemformulering

Hvilke ophavsretlige problemstillinger kan den fysiske bruger møde ved at uploade sit værk på sociale medier? Hvilke ophavsretlige beskyttelseshensyn skal der tages højde for i henhold til brugervilkårene? Hvad må den fysiske bruger tåle af udnyttelsesformer? Hvordan vil retsstillingen så være ophavsretligt i inter-partes forholdet, mellem den fysiske bruger og det sociale medie.

## 1.3 Metode

Specialet har til formål at finde gældende dansk ret for fysiske brugere af sociale medier ved at systematisere, beskrive og analysere gældende ret.<sup>1</sup> Fremgangsmåden er således funderet i den retsdogmatiske metode, som har til formål at beskrive gældende ret (*de lege lata*).

Formålet med dette speciale er at udlede de ophavsretlige problemstillinger den fysiske bruger kan møde ved at uploade værker på sociale medier. For at besvare dette, vil der blive benyttet danske retskilder, såsom den danske ophavsretslov, litteratur indenfor dansk, nordisk og amerikansk ophavsret sammen med europæiske retskilder ved områder, hvor dansk ret ikke er udtømmende. Af lovgivning benyttes den danske ophavsretslov, samt Infosoc Direktivet. Derudover vil fremstillingen indeholde juridisk litteratur som kilde, på trods af, at litteratur ikke udgør en retskilde.<sup>2</sup> Den anvendte juridiske litteratur omfatter kilder fra danske, nordiske og amerikanske forfattere. Den juridiske litteratur indgår dog som et nyttigt fortolkningsbidrag. Indenfor fremstillingens ophavsretlige område, vil der indgå danske og EU-retlige domme. Derudover vil der i fremstillingen også fremkomme en amerikansk dom. Der skal tages forbehold for, at amerikansk ret er udenlandsk ret, som ikke har en direkte betydning for dansk ret. Derfor skal den amerikanske dom nærmere forstås som en slags inspirationskilde til dansk ret.<sup>3</sup> Den amerikanske dom vil være underlagt en ekstensiv fortolkning, da amerikansk ret ikke er en del af dansk ret.

---

<sup>1</sup> Munk-Hansen, Carsten: Retsvidenskabsteori. Side 86. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2014. (Bog)

<sup>2</sup> Munk-Hansen, Carsten: Retsvidenskabsteori. Side 346. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2014. (Bog)

<sup>3</sup> Munk-Hansen, Carsten: Retsvidenskabsteori. Side 256. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2014. (Bog)

Retskilderne, som indgår i fremstillingen, er underlagt et retligt hierarki.<sup>4</sup> Af de retskilder som indgår i fremstillingen vil Infosoc Direktivet være den øverste retskilde. Herefter kommer den danske ophavsretslov. Endeligt vil retspraksis være den laveste retskilde hertil. Dernæst benyttes litteraturen som inspirationskilde. Det vil blive påpeget undervejs i specialet, hvis der anvendes en retskilde, som har en lav retskildemæssig værdi.

I specialets del to vil aftalen mellem den fysiske bruger og det pågældende sociale medie blive behandlet. Derfor bliver der defineret hvad sociale medier er, samt udvalgt og defineret fire forskellige sociale medier til videre behandling. Der nævnes i denne del af fremstillingen hvilke vilkår de fire sociale medier angiver for den fysiske brugers immaterielle indhold. Disse aftaler indeholder en stor mængde vilkår, hvorfor det har været nødvendigt at udvælge de mest relevante vilkår i relation til problemformuleringen.

I specialets del tre vil der blive redegjort for ophavsrettens objekt, i forlængelse af dette, hvilke værker der kan fremkomme på sociale medier. Herefter vil ophavsrettens subjekt blive beskrevet ud fra en vurdering af hvilke elementer der er relevante i forhold til IP-licensen i brugervilkårene. Ved ophavsrettens subjekt redegøres videre for hvad beskyttelsens indhold omfatter, samt undtagelser til denne beskyttelse. Del tre beskriver hvad ophavsretten beskytter og hvordan den beskytter den fysiske bruger.

På baggrund af specialets del to og tre har del fire til formål at udlede gældende ret. I denne del vil den pågældende aftale med de valgte brugervilkår (del to) blive holdt op mod ophavsretten. Her vil hver enkelt led i brugervilkårene blive behandlet separat. Da mange af vilkårene indgår i samtlige sociale mediers brugervilkår, vil aftale leddene blive behandlet samlet. I del fire vil der under ledet gebyrfri/royaltyfri blive anvendt en retspolitisk metode<sup>5</sup>(*de lege ferenda*) med henblik på at argumentere for en eventuel udvikling af ophavsretten.

Specialets del fem vil der forsøges at opstille en grænse for, hvad den fysiske bruger ved hvert enkelt sociale medie må tåle. Hermed menes eksempelvis udstrækningen af hvad det sociale medie kan gøre med den fysiske brugers værk. Formålet med denne del er at skabe en mere pædagogisk tilgang til gældende ret som er udledt af del fire.

---

<sup>4</sup> Munk-Hansen, Carsten: Retsvidenskabsteori. Side 271. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2014. (Bog)

<sup>5</sup> Munk-Hansen, Carsten: Retsvidenskabsteori. Side 259. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2014. (Bog)

## 1.4 Afgrænsning

I dette speciale forstås sociale medier, som vi forfattere vurderer er de mest relevante. Dermed skal det forstås, når termen sociale medier beskrives, at der således kun er en henvisning til Facebook, Instagram, Twitter og Youtube (herefter Sociale Medier). De forskellige brugervilkår er behandlet ud fra de danske versioner så vidt de har været tilgængelige, ellers er der benyttet den engelske udgave.

Termen brugere (herefter Brugere) er en henvisning til, at vi med brugere afgrænser os til den fysiske bruger, altså privatpersoner, og derfor vil termen Brugere ikke omfatte erhvervsdrivende brugere.

I specialet bliver retsstillingen vurderet ud fra gældende dansk ophavsret. Der vil også blive benyttet begrænset europæisk og amerikansk ret.

Specialet vælger at behandle ophavsretligt beskyttet brugergeneret indhold (herefter Brugergeneret Indhold). Derfor vil materiale uploadet, som ikke er underlagt en ophavsretlig beskyttelse, ikke blive behandlet.

Brugervilkårene for at oprette en profil på de forskellige tjenester hører under forskellige overskrifter, hvor Facebook nævner det som "*Tjenestevilkår*", Twitter som "*Terms of Service*", Instagram som "*Anvendelsesvilkår*" og Youtube som "*Servicevilkår*". I det følgende vil disse blive behandlet under den overordnede beskrivelse (herefter Brugervilkår).

Grundet opgavens omfang vil specialet kun fokusere på inter-partes forholdet mellem Brugeren og det Sociale Medie, i lyset af en ophavsmæssig retsstilling. Dermed kan det siges, at for det første vil specialet ikke redegøre for de aftalemæssige regler, samt om der overhovedet er tale om et gyldigt kontraktforhold Brugere og Sociale Medier imellem. Vi har i opgaven lagt til grund, at der er indgået et gyldigt kontraktforhold, hvorved vi dermed kan arbejde ud fra dette i en ophavsmæssig kontekst. Grundet at der bliver fokuseret på inter-partes forholdet mellem Brugere og det Sociale Medie, vil tredjeparts forhold ikke blive behandlet dybdegående i specialet. Eftersom at Sociale Mediers hovedfunktioner omhandler sammenspil mellem Brugere, kan tredjemands forhold ikke fuldstændigt udelades.

Tredjeparter forstås, hvorledes retsstillingen vil være ophavsmæssigt mellem Brugere af Sociale Medier og tredjeparter, herunder andre Brugere af et Socialt Medie. I forlængelse af dette, har vi også antaget, at Brugeren har den ophavsmæssige eneret til at uploade et værk.

Specialet har ikke behandlet tilfældet, hvor en Brugere uploader et ophavsretlig beskyttet værk, som Brugeren ikke selv har ophavsretten til.

Samtidig har vi valgt at afgrænse os fra værnetingsreglerne. Desuden vil specialet ikke komme ind på det sanktionsmæssige spørgsmål ved en eventuel ophavsmæssig krænkelse.

Specialet tager ikke højde for persondataretten, og derfor vil Brugerens indhold i form af personlige oplysninger ikke blive behandlet, og fokus vil hermed ligge på ophavsretlig beskyttet indhold.

Personlighedsretten bliver kun benyttet kort i specialet for at redegøre for de Sociale Mediers overensstemmelse med retten til at blive glemt.

## 1.5 Struktur

Specialet er opbygget af seks dele med dertilhørende underafsnit.

I specialets første del, indledes der med problemformuleringen, og der bliver angivet, hvilken metode, der er benyttet til at svare på problemformuleringen.

I specialets anden del bliver der udvalgt Sociale Medier til behandling, og der bliver herunder citeret dele af IP-licensen, som Brugere og de Sociale Medier indgår. Denne aftale i form af Brugervilkår bliver benyttet undervejs i specialet.

I tredje del bliver lovgivningen introduceret, samt hvilke typer værker, der søges beskyttet herunder.

I specialets fjerde del bliver der taget udgangspunkt i de dele af Brugervilkårene mellem Bruger og de Sociale Medier, som vil være underlagt lovgivningen som udledt fra specialets tredje del.

I den femte del af specialet bliver den tredje og fjerde del af specialet sat sammen for hvert af de behandlede Sociale Medier, for at skabe et pædagogisk billede af, hvordan den udledte retsstilling er.

I specialets sjette del vil der blive fremlagt en konklusion på problemformuleringen.

# Del 2. Beskrivelse af Sociale Medier og gennemgang af Brugervilkår

## 2.1 Hvad er Sociale Medier?

Sociale Medier er internetbaserede brugerdefinerede medier, der gør det muligt at interagere med andre Brugere via internettet. Sociale Medier er noget, der er vokset sammen med internettets udbredelse, og er blevet en del af hverdagen for de fleste mennesker i Danmark<sup>6</sup>. Sociale Medier er bygget op omkring kontakt, samvær og samspil med Brugere<sup>7</sup>. Helt overordnet er Sociale Medier baseret på online interaktioner mennesker imellem.

En af hovedfunktionerne på de Sociale Medier er at dele indhold med ens netværk. Dette sker ved at den fysiske bruger kan kopiere filer til internettet (herefter Upload) noget muligt ophavsretligt beskyttet indhold, og derefter kan andre Brugere synes godt om indholdet (herefter Like), dele (herefter Dele) eller som Twitter definerer deling som "Retweets" (herefter Retweets). Samtidigt har de Sociale Medier tilegnet sig visse rettigheder til det Uploadede indhold igennem Brugervilkår.

Eftersom at de Sociale Medier giver Brugere mulighed for at sprede deres indhold blandt hinanden, kan vi udlede, at de Sociale Medier er bygget op omkring det Brugergenerede Indhold. Brugergeneret Indhold kommer til betydning ved skabelsen af et værk, som efterfølgende bliver lagt ud til ens netværk på Sociale Medier<sup>8</sup>.

Man kan som Bruger lægge billeder, videoklip, citater, med mere op, alt efter det Sociale Medie. Herefter kan dette blive Liket, Delt, Retweetet, altså spredt indenfor det Sociale Medie eller i nogle tilfælde ud over det medie, man oprindeligt Delte det på, og derefter fremstå embedded, så det ligner indholdet (herefter Embedding) på andre Sociale Medier. Dette giver altså indtrykket af, at selve udnyttelsen af hovedfunktionerne bag disse medier kan give en masse ophavsretlige problemstillinger i forhold til ophavsmandens rettigheder ved blot at benytte sig af det brede udvalg af funktioner som de Sociale Medier tilbyder. I toppen af dette sidder de Sociale Medier og formidler en stor mængde Brugergeneret Indhold, som Brugere Uploader og Deler dagligt.

---

<sup>6</sup> <http://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/GetPubFile.aspx?id=20738&sid=itbef2016> besøgt d. 23/2-2018

<sup>7</sup> <http://www.socialemedier.dk/hvad-er-sociale-medier/> besøgt d. 14/2-2018

<sup>8</sup> A. Miao, Tiffany: Access Denied: How Social Media Accounts Fall Outside the Scope of Intellectual Property Law and into the Realm of the Computer Fraud and Abuse Act. I: Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal, 8.5.2013, s. 1021 (Artikel)

### 2.1.1 Nærmere definition af Brugergeneret Indhold

Brugergeneret Indhold er en bred beskrivelse, som omfatter hver gang en Bruger af et Socialt Medie Uploader noget herpå. Hvorvidt det er et billede, en tekst, video eller blot en kommentar på en anden Brugers indhold, vil det anses som værende Brugergeneret Indhold.<sup>9</sup> Brugergeneret Indhold er ikke eksklusivt forbeholdt til værker, man selv har skabt, udtrykket gælder også for Deling af andres værker. Brugergeneret Indhold vil dermed være alt fra en opdatering af ens ferie billeder på Facebook til en video på YouTube, samt kommentarer på disse.

Meget af det Brugergenerede Indhold vil så have den fornødne værkshøjde og kunne nyde en ophavsretlig beskyttelse. Dette skal ikke forstås som at alt Brugergenerede Indhold nyder denne beskyttelse, eftersom udtrykket gælder meget bredt<sup>10</sup>.

Når Brugere accepterer Brugervilkårene på de Sociale Medier, vil alt som Brugere Uploader af Brugergeneret Indhold være omfattet. Når dette indhold også indeholder ophavsretlig beskyttet materiale, også omtalt som IP-indhold (herefter IP-Indhold), vil ophavsretsloven finde anvendelse for de overdragne rettigheder, som findes i Brugervilkårene, uanset hvilken type Brugergeneret Indhold der er tale om.

### 2.1.2 IP-Indhold

Udtrykket IP-Indhold stammer fra det engelske "*Intellectual Property*", som på dansk forstås som intellektuel ejendomsret. Denne betegnelse dækker over alt immaterialretlig indhold, som eksempelvis kunst, litteratur, opfindelser, billeder, blandt andet<sup>11</sup>. Når de Sociale Medier altså vil beskrive noget som værende IP-Indhold omfattet af Brugervilkårenes licens, forstås det som værende den del af det Brugergenerede Indhold, der er omfattet af "*Intellectual Property*" herunder ophavsretten. Dette er forudindtaget, da formålet med Sociale Medier typisk er spredning af billeder og videoklip, med mere.

Dette betyder altså, at IP-Indhold som behandles i dette speciale, er alt hvad en fysisk bruger Uploader af intellektuelle frembringelser på Sociale Medier. Det skal nævnes, at det ikke kun er IP-Indhold, der kan Uploades på Sociale Medier, ikke- IP-Indhold kan sagtens Deles og spredes på lignende vilkår.

---

<sup>9</sup> [http://vbn.aau.dk/files/66664794/Navigation\\_i\\_brugergeneret\\_indhold\\_Vistisen.pdf](http://vbn.aau.dk/files/66664794/Navigation_i_brugergeneret_indhold_Vistisen.pdf) side 2. besøgt d. 23/2-2018

<sup>10</sup> [http://vbn.aau.dk/files/66664794/Navigation\\_i\\_brugergeneret\\_indhold\\_Vistisen.pdf](http://vbn.aau.dk/files/66664794/Navigation_i_brugergeneret_indhold_Vistisen.pdf) side 2. besøgt d. 1/5-2018 2018

<sup>11</sup> Eyben, Bo von: Juridisk Ordbog. Side 190-191. 13. udg. Thomson Reuters, 2008. (Bog)

## 2.2 Oversigt over Sociale Medier

### 2.2.1 Facebook<sup>12</sup>

Facebook er et Socialt Medie, som giver Brugere muligheden for at Dele deres Brugergenerede Indhold med deres netværk let og hurtigt. Hovedfunktionen bag Facebook fungerer ved at oprette en brugerprofil med ens personlige oplysninger og derfra tilføje venner til ens netværk.

Herefter kan man på Facebooks nyhedsside (herefter News Feed) følge med i, hvilke opslag ens netværk Uploader, Deler eller Liker. Samtidigt med, at de personer, man er forbundet med, har samme muligheder for at følge med i ens egne aktiviteter.

En opbygning som denne gør, at Facebook opfordrer Brugere til at Uploade og sprede indhold til offentligheden. Denne spredning er herefter så Delt til alle, kun begrænset alt efter Brugersens privatindstillinger og åbenheden af ens profil. Selv om Brugeren har valgt at afgrænse sin profil helt fra andre Brugere, vil Facebook stadig have adgang til alt det indhold, man Deler fra sin profil. Disse opslag, vil som ovenfor nævnt under Brugergeneret indhold, kunne omfatte alt fra tekster, billeder til videoer med mere<sup>13</sup>.

Indholdet som Uploades og Deles, vil efterfølgende kunne Deles fra Brugersens Sociale Medies profil side (herefter Væg) eller direkte fra andre Brugers Vægge. Denne type Deling af indhold omfatter også Delinger på virksomhedssider, samt åbne og lukkede grupper. Dette samtidigt med at Facebook har adgang til Brugernes indhold og tildeler sig selv en råderet gennem Brugervilkårene.

Meget at det Delt indhold på Facebook vil altså kunne være omfattet af en ophavsretlig beskyttelse, da elementer der Deles, sagtens ville kunne nyde værkshøjde. Denne vurdering af ophavsretlige værker, vil blive behandlet senere i specialet.

Det indhold, man slår op på Facebook, vil altså blive Delt med ens netværk fra øjeblikket man selv Uploader på det Sociale Medie, og derfra vil det hurtigt kunne spredes, når ens netværk benytter sig af funktionerne det Sociale Medie tilbyder, og begynder at Like, Dele og kommentere indholdet.

Der vil altså hurtigt forekomme en spredning. Hvis vi her går ud fra man Deler et billede man selv har skabt, vil folk under alle efterfølgende led herunder, have mulighed for at kunne sprede ens værk bredere end oprindeligt ønsket. Samtidigt vil det være muligt at hente det

---

<sup>12</sup> <https://www.facebook.com> besøgt d. 13/4-2018

<sup>13</sup> Se afsnit 2.1.1 Nærmere definition af Brugergeneret Indhold.

ned (herefter Downloade), og måske endda Uploade det fra egen profil uden at kreditere den oprindelige ophavsmand.

### 2.2.3 Twitter<sup>14</sup>

Twitter er et Socialt Medie, som giver Brugere muligheden for at Dele korte beskeder, kendt som tweets (herefter Tweets) til deres netværk. Opslag på Twitter er begrænset til en længde af 280 tegn.

Igennem Twitter har man dog stadig mulighed for at Dele billeder, links og videoklip med mere. Twitter giver personer mulighed for at oprette en profil, og derefter følge andre Brugere.

Når man følger andre Brugere gennem Twitter, får man mulighed for at se det indhold, de Deler gennem deres Tweets. Samtidig har man selv mulighed for at kunne Dele indhold, der allerede er blevet Delt af andre, til ens egne følgere igennem Retweets. Alle disse Delinger og Uploads vil fremgå på Brugers Twitter Feed (herefter under samme term som Facebooks News Feed), hvor man har mulighed for at følge med i ens netværks aktiviteter på tjenesten.

Selv om der er en begrænset størrelse på Tweets, vil de stadig let kunne indeholde ophavsretlig beskyttet materiale, som let bliver Delt på det Sociale Medie igennem hovedfunktionerne Twitter tilbyder Brugere. Twitters funktioner består af at kommentere, synes godt om andres Tweets eller Dele tidligere Tweets: Retweete til egne følgere. Twitter opfordrer derfor også aktivt til en spredning af Brugers Indhold på deres Sociale Medie.

Ligesom på Facebook, vil indhold Delt på Twitter altså blive Delt til alle ens følgere, hvor de derfra selv kan Dele det til deres følgere ved et enkelt klik. Dette betyder derfor, at man hurtigt mister kontrol over, hvem der kan se det indhold, man altså har valgt at Dele herunder.

Dog vil dette kunne blive begrænset ved ændring af ens privatindstillinger fra åben til privat profil. Men Twitter vil stadig have adgang til Brugers indhold, selvom det søges afgrænset igennem privatindstillingerne.

---

<sup>14</sup> <https://www.twitter.com> besøgt d. 13/4-2018



### 2.2.3 Instagram<sup>15</sup>

Instagram er et Socialt Medie, samt billedredigering og -delings værktøj, som giver personer muligheden for at oprette en profil og dermed tage billeder, redigere og Dele dem med deres netværk.

På Instagram skaber man også sig selv et netværk ved at følge andre, samt lade dem følge ens profil. Når Brugere så vælger at tage et billede eller en video og Uploade det, vil Brugers følgere have mulighed for at se indholdet, Like samt kommentere.

Ved Instagram har Brugeren også muligheden for at tilføje "hashtags" som eksempelvis #socialemedier. Derfra vil Brugere kunne tilgå indholdet gennem #socialemedier (herefter Hashtags) til sine billeder, hvilket gør, at andre Brugere uden for ens netværk så ville kunne have mulighed for at få adgang til det Delte indhold, alt efter privatindstillingerne. Gennem Hashtags vil der hurtigt forekomme Deling og spredning af ens billeder, som kan nå langt ud fra ens netværk.

Instagram opfordrer altså Brugere til at tage billeder, redigere dem og Uploade dem til ens følgere, som derfra kan kommentere samt Like dem.

Deling vil altså typisk forekomme igennem Hashtags ved Linking samt Embedding, hvis dette tillades igennem ens privatindstillinger på Instagram.

Selv med en lukket profil, vil Instagram som tjeneste kunne få adgang til ens billeder.

### 2.2.4 YouTube<sup>16</sup>

Ligesom de foregående definitioner af forskellige Sociale Medier er YouTube også et Socialt Medie. YouTube er et videodelings medie, hvorved Brugere samt virksomheder kan Uploade eksempelvis videoklip, tv klip, musikvideoer, dokumentarfilm, lydoptagelser, film trailere, live streams og små originale videoklip. Det er kun registrerede Brugere af YouTube, der kan Uploade filer til YouTube og kommentere på indhold. Ikke-registrerede Brugere kan kun se indholdet på YouTube og kan dermed ikke kommentere eller Uploade.

YouTube giver så Brugere mulighed for at abonnere på ens profil side, så de kan tilgå indholdet lettere og blive opdateret på, hvornår nyt indhold Uploades. YouTube kan så anbefale andre Brugere dine klip alt efter ens historik på siden, så de kan hjælpe med at sprede dit indhold til et bredere publikum.

---

<sup>15</sup> <https://www.instagram.com> besøgt d. 13/4-2018

<sup>16</sup> <https://www.youtube.com/> besøgt d. 13/4-2018

Formålet med YouTube som Socialt Medie er at få så mange afspilninger på sine Uploadede videoer, samt Likes og Delinger fra andre Brugere. Dermed fungerer YouTube på samme måde som de foregående beskrevne Sociale Medier, dog med undtagelse af Facebook og tildels Instagram. Facebook og Instagram er mere lukkede Sociale Medier, alt efter privatindstillinger og Brugersens formål. Hvorimod Twitter og YouTube er beregnet til masserne og til mest mulig online spredning, med undtagelse af visse privatindstillinger og måden man bruger henholdsvis Twitter og YouTube på. YouTube og Twitter har også muligheder for at afgrænse indhold i forhold til privatindstillinger, det er bare i selve hovedfunktionen ved tjenester, vi kan udlede forskellene.

YouTube giver blandt andet mulighed for at geografisk afgrænse Brugere fra indholdet, hvis man ikke har rettigheder til at vise det i nogle bestemte lande. De forskellige tjenester adskiller sig altså på, at YouTube er et mere åbent medie, hvor Facebook, Twitter og Instagram er et mere netværksbaseret medie.

### 2.2.5 Privatindstillinger, åbne eller lukket profiler

Ved alle de ovenstående Sociale Medier har man som Bruger af de beskrevne tjenester mulighed for at tilgå ens personlige privatindstillinger.

Under disse privatindstillinger har man mulighed for at bestemme åbenheden af ens Sociale Medie profil til et vist punkt. Typisk vil man heri kunne angive, at kun personer inden for ens eget netværk vil kunne få adgang til ens indhold. Det er en af de få måder, man som Bruger kan beskytte ens indhold fra at blive spredt for vidt, hvis man nu ønsker at Dele Brugergeneret Indhold, men stadig har en interesse i en begrænset spredning.

Som virksomhed med formål at sælge en vare eller en tjeneste vil interessen for en mere åben profil være at foretrække. Privatpersoner, altså den fysiske bruger, vil muligvis have en interesse i at holde deres private fotografier, videoklip, tekster private og kun Dele disse med familie og venner, når dette bliver Uploadet på en Sociale Medie profil.

Åbenheden af ens profil vil i mange tilfælde være med til at kunne skabe de ophavsretlige krænkelser, da spredningen på Sociale Medier kan ske hurtigt og komme utrolig langt, og dermed vil det herfra kunne fremprovokere mange ophavsretlige problemstillinger.

Dette må forstås som, at ens Brugergenerede indhold hurtigt vil kunne blive udnyttet på måder, man ikke ønsker det eller har givet tilladelse til i forskellige sammenhæng. Gennem internettet er det let og hurtigt at Downloade og Uplade indhold i forskellige sammenhæng, så privatindstillingerne er en af de få muligheder Brugere har for til dels at beskytte deres indhold imod uberettiget brug.

Uanset hvordan man afgrænser sit indhold igennem privatindstillingerne begrænser det ikke det Sociale Medies råden over ens indhold. Afgrænsningen ses kun i forhold til, hvordan

indholdet spredes på tjenesten, men det sikrer ikke at det Sociale Medie selv ville kunne tilgå indholdet. Det giver altså en falsk tryghed for Brugeren der forsøger af begrænse sit indhold til eget netværk, eftersom det Sociale Medie altid ville kunne tilgå indholdet.

## 2.3 Brugervilkår for at benytte diverse Sociale Medier

De ovenstående Sociale Medier, som benyttes i dette speciale, har hver især diverse Brugervilkår, som man accepterer for at oprette en profil, og kunne benytte sig af den service de tilbyder.

Heri er accept af Brugervilkår på de nærmere behandlede Sociale Medier igennem en clickwrap aftale (herefter Clickwrap), at Brugere accepterer vilkårene for de Sociale Mediers tjenester.

Clickwrap er en måde for de Sociale Medier at få Brugere af deres tjenester til at acceptere de forskellige Brugervilkår med mindst mulig handling, så man ikke reelt er tvunget til at læse dem igennem for at acceptere dem. Igennem Clickwrap bliver der dermed ikke behov for at åbne og gennemlæse Brugervilkårene inden, man har mulighed for accept af disse vilkår<sup>17</sup>.

Der skal flere museklik til for at gennemlæse de forskellige Brugervilkår, altså en aktiv indsats for at finde frem til dem under oprettelse af sin profil.

I det følgende vil disse Brugervilkår gennemgås for at vise, hvad man egentlig accepterer som Brugere af Sociale Medier, samt hvilke rettigheder man altså har til det indhold, man Deler på de forskellige tjenester. For denne behandling er udvalgt den nyeste tilgængelige udgave af Brugervilkårene.

Eftersom specialet omhandler overdragelsen af de ophavsretlige rettigheder, er der i det følgende kun blevet behandlet de vilkår, som er relevante herfor. Som nævnt i afgrænsningen tager specialet ikke højde for aftalens gyldighed og er fokuseret primært på den ophavsretlige retsstilling.

### 2.3.1 Facebooks Brugervilkår

Facebooks Brugervilkår i henhold til ophavsretligt materiale angiver, at man selv ejer alt indhold, man Uploader på tjenesten og selv kan styre, hvordan ens indhold kan Deles igennem ens privatindstillinger på siden. Dette fremgår af Afsnit 3 i Brugervilkårene. Selve overdragelsen af rettigheder findes også under Afsnit 3, i punkt 3 i Brugervilkårene:

---

<sup>17</sup> Bryde Andersen, Mads: IT-Retten. Side 822-824. 2. udg. Gads Forlag, 2005. (Bog)

*“Tilladelse til at bruge indhold, som du opretter og deler: Du ejer det indhold, du opretter og deler på Facebook og de andre Facebook-produkter, du bruger, og intet i disse vilkår fjerner de rettigheder, du har til dit eget indhold. Du kan frit dele dit indhold med alle andre, når du vil. Leveringen af vores tjenester kræver dog, at du giver os nogle juridiske tilladelser til at bruge det pågældende indhold.”<sup>18</sup>*

Det udvalgte stykke af Brugervilkårene på Facebook, som specialet her ønsker at gå i dybden med og analysere i henhold til dansk ophavsret er:

*“...tildeler du os en ikke-eksklusiv verdensomspændende licens, der må overføres, gives i underlicens og er gebyrfri, til at serverlagre, bruge, distribuere, modificere, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte arbejder af dit indhold”<sup>19</sup>*

I forhold til Brugerens immaterielle rettigheder til Delt indhold på tjenesten accepterer man under vilkårene i afsnit 3, punkt 3. at Facebook opnår rettigheder til ens indhold, som er dækket af immaterielle rettigheder.

*“Specifikt gælder, at når du deler, slår op eller overfører indhold, der er dækket af immaterielle rettigheder (f.eks. billeder eller videoer)”<sup>20</sup>*

Ved indhold dækket af immaterielle rettigheder forstås en Brugers *“Intellectual Property”*, hvilket altså herunder ville omfatte det Brugergenerede Indhold, som er ophavsretligt materiale. Det kan argumenteres for, at billeder og materiale ikke omfattet af den ophavsretlige beskyttelse, kan være underlagt en persondataretlig beskyttelse, men det vil ikke behandles nærmere i specialet.

Som beskrevet ovenfor så giver man tilladelse til, at Facebook kan videregive uden kompensation så længe der er tale om beskyttede immaterielle rettigheder. Det vil sige, at de ikke immaterielle rettigheder er ikke muligt for Facebook at videreoverdrage eller udnytte uden særskilt tilladelse eller aftale. Heri kan der opstå problemer, når man som Bruger Uploader indhold, der ikke har værkshøjde samt indhold, man ikke har selv rettigheder til.

Disse vilkår under afsnit 3, punkt 3. i Brugervilkårene giver altså Facebook en mulighed for at benytte sig af ens Delt indhold på siden, indtil man selv vælger at fjerne det eller slette sin profil.

*“Du kan når som helst afslutte denne licens ved at slette dit indhold eller din konto. Du skal vide, at af tekniske grunde kan indhold, du sletter, fortsat eksistere i en begrænset periode i*

---

<sup>18</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

<sup>19</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

<sup>20</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

*sikkerhedskopier (selvom det ikke vil være synligt for andre brugere). Desuden kan indhold, du sletter, fortsat vises, hvis du har delt det med andre, og de ikke har slettet det.*<sup>21</sup>

Samtidigt tager de forbehold for det indhold, man har, som er Delt af andre Brugere på det Sociale Medie hvilket betyder, at så længe det stadig ligger på Facebook, vil det være omfattet af IP-licensen.

Dermed vil der samtidigt være nogle problematikker, når man som Bruger efterfølgende vælger at fjerne sit Uploadede IP-Indhold, der er Delt til andre Brugere, og dermed vil indholdet florere rundt uden, at ophavsmanden kan gøre noget for at modvirke denne spredning.

Facebook angiver, hvilken type udnyttelse af det indhold, som Deles på deres tjeneste som: *“til at serverlagre, bruge, distribuere, modificere, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte arbejder af dit indhold”*<sup>22</sup>

Her kan Brugeren se, hvilken type udnyttelse af hans værker, som han må tåle fra det Sociale Medie. Termerne brugt er dog meget brede, hvilket kan skabe forvirring omkring, hvor bred en udstrækning, det vil have. Denne udstrækning behandles senere i specialet under afsnit 4.1.9.

### 2.3.2 Twitters Brugervilkår

Twitters Brugervilkår i henhold til alt indhold Brugeren Deler, Uploader eller fremviser på tjenesten fremgår af afsnit 3, under afsnittet *“Your Rights and Grant of Rights in the Content”*.<sup>23</sup>

Ved accept af Twitters Brugervilkår giver man samtykke til nedenstående beskrivelse: *“You retain your rights to any Content you submit, post or display on or through the Services. What’s yours is yours — you own your Content (and your incorporated audio, photos and videos are considered part of the Content).”*<sup>24</sup>

Det ovenstående beskriver, at det indhold, som bliver Uploadet igennem Twitter, har man rettighederne til, lig samme ejerskabs vilkår som angivet under Facebooks Brugervilkår for Delt indhold på tjenesten.<sup>25</sup>

---

<sup>21</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

<sup>22</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

<sup>23</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>24</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>25</sup> Se afsnit 2.3.1 Facebooks Brugervilkår

I dette speciale har vi valgt at have fokus på den del af Brugervilkårene som omfatter:

*“By submitting, posting or displaying Content on or through the Services, you grant us a worldwide, non-exclusive, royalty-free license (with the right to sublicense)”<sup>26</sup>*

Ved accept af ovenstående giver Brugeren Twitter en global, ikke-eksklusiv ret, royalty-fri licens med retten til at tildele under-licens til indholdet.

Twitter angiver endvidere, hvilken type brug de har ret til at benytte sig af for det Brugergenerede Indhold, som Uploades til deres tjeneste igennem næste led af deres Brugervilkår:

*“to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute such Content”<sup>27</sup>*

Det betyder licensen indebærer, at Twitter kan benytte ens indhold til brug, kopiering, reproducere, bearbejde, tilegne, modificerer, udgive, transmittere, vise og distribuerer alt indhold, der allerede er kendt og i fremtiden vil blive en del af Twitters indhold.

Ved accept giver Brugeren også Twitter ret til at sit indhold kan blive tilgængeligt for hele verden.

“Content” som Twitter angiver indhold omfattet af aftalen, må forstås som en yderst bred beskrivelse, som altså ville omfatte ens ophavsretlige beskyttede indhold, samt ikke ophavsretlige. Det falder altså fuldstændigt ind under den bredere beskrivelse af Brugergeneret Indhold.

For den videre behandling fokuserer vi fortsat på det indhold, som overdrages til Twitter, der nyder en ophavsretlig beskyttelse.

På mange måder ligner de ovenstående Brugervilkår de samme, som der står beskrevet i Facebooks beskrevne Brugervilkår. Twitter vælger at uddybe nærmere omkring typen af brug, samt en uddybelse af deres “royalty-free” vilkår ved at skrive:

*“Such additional uses by Twitter, or other companies, organizations or individuals, may be made with no compensation paid to you with respect to the Content that you submit, post, transmit or otherwise make available through the Services.”<sup>28</sup>*

Hvilket vil sige, at Brugeren af Twitter ikke vil blive kompenseret økonomisk på nogen som helst måde ved det indhold, som Brugeren har Uploadet fra sin profil.

Twitter vælger i Brugervilkårene ikke at angive hvordan licensen ophører, eller at uddybe nærmere hvad der sker med Brugers indhold når profilen bliver slettet fra deres tjeneste.

---

<sup>26</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>27</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>28</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

Derfor kan vi ikke udlede hvorvidt de handler i overensstemmelse med retten til at blive glemt.

### 2.3.3 Instagrams Brugervilkår

Instagram angiver på samme måde som Facebook og Twitter, at de ikke tager ejerskab over det indhold, man Uploader på deres tjeneste.

Dette kan vi udlede under afsnittet *“Dine forpligtelser”*<sup>29</sup> i Instagrams Brugervilkår.

***“Vi påberåber os ikke ejerskab over dit indhold, men du giver os tilladelse til at bruge det.***

*Intet er ændret med hensyn til dine rettigheder til dit indhold. Vi påberåber os ikke ejerskab over dit indhold, som du slår op på eller gennem tjenesten.”*<sup>30</sup>

Det stykke af interesse for dette speciale i Instagrams Brugervilkår, der vil benyttes til videre analyse er:

*“Derimod, når du deler, slår indhold op eller overfører indhold, som går under immaterielle rettigheder (såsom billeder eller videoer) på eller i forbindelse med vores tjeneste, tildeler du os herved ikke-eksklusiv, royaltymfri, overførbart, underlicenserbar verdensomspændende tilladelse som værtsudbyder til at anvende, distribuere, ændre, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte værker af dit indhold”*<sup>31</sup>

Som det ellers fremgår, at Brugervilkårene her, så overgiver man Instagram en ikke-eksklusiv, royaltymfri, overdragelig, underlicenserbar og verdensomspændende licens til ens ophavsretlige indhold, som Deles på deres service, hvilket altså stiller en lig samme måde som Facebooks Brugervilkår.

Instagram forklarer hvilket indhold som hører under Brugervilkårene igennem:

*“Derimod, når du deler, slår indhold op eller overfører indhold, som går under immaterielle rettigheder (såsom billeder eller videoer)”*<sup>32</sup>

Instagram angiver på lignende vilkår som Facebook, hvordan Brugeren er stillet ved ophør af licensen:

*“Du kan når som helst afslutte denne licens ved at slette dit indhold eller din konto. Dog vil indholdet fortsat kunne ses, hvis du har delt det med andre, og de ikke har slettet det.”*<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup> [https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018

<sup>30</sup> [https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018

<sup>31</sup> [https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018

<sup>32</sup> [https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018

<sup>33</sup> [https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018

### 2.3.4 YouTubes Brugervilkår

YouTubes Brugervilkår specificerer også i afsnit 7.2, at du som Bruger selv er ejer af Uploadet materiale, og derfra overgiver en begrænset licens til YouTube, og deres Brugere.

*“7.2 Du beholder din ejendomsret til dit Indhold, men du skal give begrænset licens til YouTube og andre brugere af Tjenesten. Denne ret er beskrevet i afsnit 8 i nærværende Vilkår (Rettigheder, som du skal give licens til).”<sup>34</sup>*

I afsnit 8 af YouTubes Brugervilkår fremgår rettighederne som overdrages i licensen til YouTube, samt rettigheder som overdrages til andre Brugere af YouTube.

*“A. YouTube en global, ikke-eksklusiv, royaltyfri, overdragelig licens (med tilladelse til at viderelicensere) til at bruge, gengive, distribuere, bearbejde værker, vise og fremføre det pågældende Indhold i forbindelse med udbud af Tjenesten samt på anden måde i forbindelse med udbud af Tjenesten og YouTubes virksomhed, herunder for eksempel til at promovere og redistribuere dele eller hele Tjenesten (og udgaver heraf) i et hvilket som helst medieformat [og via enhver mediekanal];”<sup>35</sup>*

*“B. hver bruger af Tjenesten en global, ikke-eksklusiv, royaltyfri licens til at få adgang til dit Indhold via Tjenesten, og til at bruge, gengive, distribuere, bearbejde værker, vise og fremføre det pågældende Indhold i den grad, det er tilladt via Tjenestens funktionalitet og i henhold til nærværende Vilkår.”<sup>36</sup>*

Specialets fokus ligger på inter-partes forholdet mellem den fysiske bruger og det Sociale Medie, derfor vil det udvalgte stykke af Brugervilkårene for YouTube være:

*“YouTube en global, ikke-eksklusiv, royaltyfri, overdragelig licens (med tilladelse til at viderelicensere)”<sup>37</sup>*

YouTube har altså lig de tidligere beskrevet Sociale Mediers Brugervilkår, en verdensomspændende, ikke-eksklusiv, royaltyfri licens, som de kan overdrage og viderelicensere uden at kompensere dig som Bruger, efter du har accepteret deres vilkår.

---

<sup>34</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

<sup>35</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

<sup>36</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

<sup>37</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018



YouTube har på samme måde som de andre Sociale Medier angivet hvilken type brug som de kan benytte sig af for Delt indhold på deres tjeneste, hvilket fremgår af:

*“til at bruge, gengive, distribuere, bearbejde værker, vise og fremføre det pågældende Indhold i forbindelse med udbud af Tjenesten samt på anden måde i forbindelse med udbud af Tjenesten og YouTube's virksomhed, herunder for eksempel til at promovere og redistribuere dele eller hele Tjenesten (og udgaver heraf) i et hvilket som helst medieformat [og via enhver mediekanal];”<sup>38</sup>*

YouTubes brug af indhold angives som værende inden for deres virke, hvor de tildeler sig retten til at bruge dit indhold i forbindelse med deres promovering og benyttelse af tjenesten. Det vil altså forstås som værende inden for deres video afspilnings værktøj og deres hjemmesides opbygning med Embedding af videoer.

YouTubes Brugervilkår strækker sig så længere og angiver, at en lignende licens tilfalder andre Brugere af tjenesten, som altså giver andre muligheden for at ændre i ens ophavsretlige materiale Uploadet. Dette er betydelig anderledes end de andre Sociale Medier og giver dermed en særrettighed til Brugere af YouTube tjenesten, som altså går ud over det inter-partes forhold, der ellers er fokuseret på i de andre Brugervilkår behandlet i dette speciale.

YouTube benytter sig også af den mere overordnede beskrivelse for hvilket indhold, der er omfattet af disse vilkår og vælger den bredere beskrivelse ”indhold”<sup>39</sup> frem for IP-Indhold.

YouTubes Brugervilkår for ophør af licensen angives i 8.2:

*”8.2 Den licens, du har givet ovenfor til Indholdet, ophører, når du fjerner eller sletter dit Indhold fra Websiden. De ovennævnte licenser, som du har givet til tekstmæssige kommentarer, som du har indgivet som Indhold, ophører ikke og er uigenkaldelige, men er derudover forbeholdt din ejendomsret, som du bevarer som anført i afsnit 7.2 ovenfor.”<sup>40</sup>*

Ophøret af licensen her er meget lig Facebook og Instagram, med afvigelsen af at Brugerens kommentarer på andres indhold ikke bliver fjernet når Brugeren bliver slettet.

## 2.4. Sammenfatning af Brugervilkår

Brugervilkårene for IP-rettigheeder på diverse Sociale medier og tjenester minder til dels meget om hinanden og benytter sig af samme sprog. I det følgende afsnit vil Brugervilkårene

---

<sup>38</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

<sup>39</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

<sup>40</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

for indholdet samt IP-Indholdet kort blive gennemgået for at opsummere, hvad man som Bruger acceptere under Brugervilkårene for de udvalgte tjenester. De opsummerede Brugervilkår vil senere blive brugt i en mere gennemgående analyse, hvor vi søger at finde frem til den ophavsretlige retsstilling til hvert enkelt punkt.

Fælles for de forskellige Sociale medier er en angivelse af, at man selv ejer det indhold, man Uploader på tjenesterne, men samtidig overgiver man forskellige rettigheder til sit indhold. Disse forskellige rettigheder er mere eller mindre byrdefulde og har forskellige betydninger for Brugere af de forskellige tjenester.

Der er lidt uoverensstemmelse i Brugervilkårene om, hvorvidt det er alt indhold, som er omfattet af det overdragne licens eller blot IP-Indhold. Det er af betydning, da ophavsretten kun beskytter indhold, som angivet i ophavsretsloven §1, samt naborettigheder som også nyder den ophavsretlige beskyttelse.

Varigheden af Brugervilkårene for Uploadet indhold er angivet typisk på samme måde, at de gælder indtil man enten fjerner indholdet fra tjenesten eller man vælger at slette ens profil på tjenesten, dog med forbehold for indhold, som er Delt af andre Brugere.

Twitter angiver dog ikke nogle oplysninger omkring hvordan Brugeren er stillet, og hvad der sker med Brugers indhold efter man sletter sin profil.

Dette kan skabe en tvist i forhold til retten til at blive glemt, hvis man ikke har mulighed for at kontrollere den videre spredning af ens IP-Indhold efter man har slettet sin profil, grundet de Sociale Medier- og andres Deling af ens materiale.

YouTube skiller sig ud herfra og angiver, at man ikke kan slette sine kommentarer på andres videoer på tjenesten, som altså er et problem i henhold til retten til at blive glemt.

Alle de Sociale Medier angiver nærmere specificeret præcis, hvilken type brug de tilegner sig til det overdragne indhold. Dette kan have betydning for, hvor bred en udstrækningen Brugere må tåle af brugen for deres indhold, når vi holder det op imod specialitetsgrundsætningen i ophavsretslovens §53, stk. 3.

#### 2.4.1 Ophavsretlige rettigheder som overdrages i Brugervilkårene

I det følgende vil opsummeres kort hvilken virkning nogle af de mere typiske overdragede rettigheder under Brugervilkårene har af betydning for Brugeren, der overdrager dem til de Sociale Medier.

Overdragelsen af ikke-eksklusiv betyder, at der ikke overgives enerettigheder som angivet i Ophavsretsloven §2. Dette betyder, at man stadig selv har rettigheder til at Dele sit indhold, men man altså må acceptere, at andre Brugere af tjenesten også kan Dele ens indhold på tjenesten.

Overdragelig, overførlig eller overførbar i Brugervilkårene forstås som værende det Sociale Medies ret til at kunne videreoverdrage rettighederne til indholdet, som Brugere Deler på deres tjeneste.

Viderelicensere i Brugervilkårene vil betyde, at man acceptere, at det Sociale Medie har fået en rettighed til at licensere Brugers IP-Indhold til anden part uden at kreditere Brugeren, som ophavsmand eller uden forudgående accept fra Brugeren andet end det, som her fremgår i Brugervilkårene. Viderelicensering, som det behandles i specialet, forstås som en videreoverdragelse af licensen.

Royaltyfri/gebyrfri ledet betyder, at Brugeren acceptere herunder, at ens IP-Indhold kan benyttes, sælges, og licenseres ud til tredjemand uden at Brugeren, som den originale ophavsretshaver har krav på at blive kompenseret økonomisk herfor, hvilket altså betyder, at man fuldstændig opgiver sine økonomiske rettigheder ved accept heraf.

Global/verdensomspændende tilladelse betyder, at Brugeren acceptere at ens Uploadede indhold er omfattet af Brugervilkårene verden over, hvilket muliggør det Sociale Medies virke til at fungere verdenen over. Brugeren overdrager altså sin ret til at kontrollere, hvor bred spredning, der vil forekomme af sit indhold.

Underlicensbar og *sublicenses* betyder, at det Sociale Medie opnår tilladelse til at lave mindre byrdefulde mindre licenser til det indhold, som Uploades af den fysiske bruger. Underlicenser vil være en mere begrænset og mindre byrdefuld overdragelse af indholdet end viderelicensering eller den egentlige overdragelse.

Grunden til, at alle Brugervilkår ikke er beskrevet lige så dybdegående er, at mange af Brugervilkårene minder om hinanden eller i nogle tilfælde er identiske. Dermed vil de første beskrivelser af Brugervilkår herunder Facebook være mere udførlige. Dog vil der være beskrevet forhold, der differentierer sig fra de andre ovenfor beskrevne Brugervilkår.

# Del 3. Ophavsretten

## 3.1 Ophavsretten

Ophavsretten er rettigheden, der opstår, når man skaber et kunstnerisk eller litterært værk. Rettigheden opstår ikke for alle værker af den type, der stilles også krav til at de skal have en vis værkshøjde og originalitet for at nyde denne beskyttelse.<sup>41</sup>

Ophavsretten er en eneret, som man tildeles som skaberen af et værk jf. Ophavsretslovens §2. Denne rettighed er som udgangspunkt medie uafhængig.<sup>42</sup> At rettigheden er medie uafhængig betyder altså, at værker skabt digitalt på Sociale Medier også ville kunne nyde ophavsretlig beskyttelse, såfremt de har tilstrækkelig originalitet, samt en vis værkshøjde for at nyde beskyttelsen.

Retserhvervelsen af ophavsret er formløs, hvilket altså betyder, at ophavsretten ikke skal registreres nogen steder. Den opnås ved udførelse af værket.<sup>43</sup> Den ophavsretlige beskyttelse omfatter dog kun værker, som er udført og ikke blot ideer inde i hovedet til et værk.<sup>44</sup>

De Sociale Mediers funktion består primært i at Dele tekster, billeder, videoer og andre opslag med sit netværk, herunder vil der let kunne Deles og spredes værker, som nyder en ophavsretlig beskyttelse. At Uplade et ophavsretlig beskyttet værk til Sociale Medier skaber altså en tilrådighedsstillelse, når andre pludselig kan tilgå værket, hvor og hvornår han/hun ønsker det.<sup>45</sup>

## 3.2 Beskyttelsen objekt

### 3.2.1 Værkshøjde / Originalitetskravet §1

For at opnå beskyttelsen, skal det altså have værkshøjde, så det ikke er alt, hvad der skabes, der automatisk nyder en ophavsretlig beskyttelse, men blot værker af en vis originalitet og værkshøjde, som angivet i ovenstående afsnit.

Som det fremgår af Ophavsretsloven §1, nyder kunstneriske og litterære værker en ophavsretlig beskyttelse, hvilket altså så også omfatter værker frembragt eller udført på

---

<sup>41</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 75. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>42</sup> Udsen, Henrik: *IT-RET*. Side 59. 3. udg. Ex Tuto, 2016. (Bog)

<sup>43</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 75. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>44</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 75. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>45</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 34

computeren. Dette så betyder, at værker skabt digital også nyder beskyttelsen, og de derfor blot skal opfylde to betingelser, kravet om originalitet, og at der er tale om et kunstnerisk eller litterært værk.

Originalitetskravet er ikke udpenslet i lovgivningen, og det forstås som værket skal være skabt ved *“ophavsmandens personlige, skabende indsats.”*<sup>46</sup>

Originalitetskravet indebærer også et krav til en vis kreativ indsats, hvor det altså må forstås, som at rutinemæssig skabte værker ikke ville leve op til et sådant krav, et eksempel herpå er amatør fotografier, som typisk florere på Sociale Medier. Hertil kan nævnes dobbeltskabelseskriterium<sup>47</sup>, der skal forstås som at et værk skal bedømmes ud fra et originalitetskrav ved hjælp af, om en anden uafhængig part vil have samme mulighed for at fremskabe samme værk som skaberen. Hvis dette ikke er sandsynligt vil værket være originalt.

Inden for EU er det angivet, at et værk bør beskyttes, hvis det er *“ophavsmandens egen intellektuelle frembringelse”*<sup>48</sup>, som det eneste krav til at opnå en ophavsretlig beskyttelse. Den ophavsretlige beskyttelses varighed er 70 år efter ophavsmandens død for værker, der opfylder originalitetskravet jf. ophavsretslovens §63. Hvilket er 20 år længere end den beskyttelse angivet fra Bernerkonventionen.<sup>49</sup>

### 3.2.2 Værker der er omfattet af Ophavsretsloven kapitel 1

Kapitel 1 i ophavsretsloven beskytter værker, der er originale jf. ophavsretslovens §1. Under §1, stk. 1 i ophavsretsloven står beskrevet, at den som frembringer et litterært eller kunstnerisk værk har ophavsret til værket. Dette uanset om det fremtræder under skrift eller tale jf. §1, stk. 1. For at der er tale om en beskyttelse af et litterært eller kunstnerisk værk, skal værket være originalt, som beskrevet ovenfor. Kunstneriske værker er beskrevet i ophavsretsloven §1 stk. 1, som en overordnet kategori, og dermed omfatter det også musikværker, sceneværker, så som filmværker eller som fotografiske værker samt værker i form af billedkunst, bygningskunst eller brugskunst.

Ophavsretsloven §4 omhandler den ophavsretlige beskyttelse af bearbejdelser.

Bearbejdelser af værker betyder blandt andet oversættelser af litterære værker, samt andre

---

<sup>46</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 77. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>47</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 80. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>48</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 78. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>49</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 219. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

melodier på musikalske værker ville kunne nyde denne beskyttelse. Det skal dog nævnes at bearbejdelser kræver den originale ophavsmands tilladelse<sup>50</sup>. Bearbejdelser af værker vil kunne forekomme på Sociale Medier, selv inden for inter-partes forholdet, da vi kan se at de Sociale Medier angiver at de har retten til at *“modify”* eller *“bearbejde”* indhold Uploadet på tjenesterne.<sup>51</sup> De Sociale Medier ville uanset ledet *“modify”* eller *“bearbejde”* i Brugervilkårene, have retten til bearbejdelser, grundet hjemlen i ophavsretslovens §4, stk. 4 såfremt der er tilladelse fra den originale ophavsmand.

Kompilationer eller samleværker kan enten have § 1 beskyttelse eller § 5 beskyttelse i ophavsretsloven. Kompilationer, der bliver sammensat af flere selvstændigt beskyttede værker, vil opnå §5 beskyttelse<sup>52</sup> i ophavsretsloven, også selvom hvert værk brugt til sammensætningen er selvstændigt beskyttet. Kompilationer kan også blive sammensat af ikke originale værker. Hermed vil det stadig kunne være beskyttet af ophavsretslovens § 5, hvis selve sammensætningen af værker er sket ved en original kreativ frembringelse<sup>53</sup>. Selve originaliteten skal være gået til udvælgelse, strukturering og selve sammensætningen af værker<sup>54</sup>. Kompilationer bliver defineret som ordbøger, leksika, databaser med mere.

Fællesværker beskyttes i ophavsretsloven §6 giver værker med flere ophavsmænd beskyttelse. Enhver ophavsmand kan i sådan et tilfælde påberåbe krænkelser, og har begge samme rettigheder til værket. Selve råden over værket kræver samtykke, hvilket betyder at såfremt det Uploades på Sociale Medier, skal alle ophavsmænd altså være enige om det. Hvis et værk kan udskilles som flere selvstændige værker, vil det være tale om et samleværk og dermed ikke som et fællesværk.<sup>55</sup>

### 3.2.2.1 Naboretlig beskyttelse

Man kan også opnå naboretlig beskyttelse, som ikke er omfattet af originalitetskravet jf. Ophavsretsloven kapitel 5. Denne beskyttelse er mere begrænset, og af kortere varighed end den beskyttelse, man ellers ville nyde af et værk man selv skaber. Den naboretlige beskyttelse nyder ikke den samme lange beskyttelse som originale værker, men blot 50 års beskyttelse jf. Ophavsretslovens §65, stk. 2, §66, stk. 1, §67, stk. 1, §69, stk. 2, §70, stk. 2.

---

<sup>50</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 42

<sup>51</sup> Se afsnit 2.3 Brugervilkår for at benytte diverse Sociale Medier.

<sup>52</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 101. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>53</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 102. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>54</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 102. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>55</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 46

Værkerne, som nyder den naboretlige beskyttelse, kan både være kunstneriske og litterære, og dette vil altså være eksempelvis billeder, man selv har haft frembragt, digte man selv har skabt og filmværk man selv har produceret.<sup>56</sup>

Der gives udover den ophavsretlige beskyttelse, også en naboretlig beskyttelse til ting, som ikke nødvendigvis kan kategoriseres som værker i ophavsretsloven.<sup>57</sup> Denne beskyttelse omfatter udøvende kunstners fremførelse af værker, lydoptagelser, billedoptagelser, radio og eller fjernsynsudsendelse samt fotografier.<sup>58</sup>

Et Socialt Medie som Facebook giver eksempelvis Brugere muligheden for at “Live Caste” en video, og det kunne være en musiker, som optræder med at synge og spille et instrument, og en sådan optræden vil nyde en naboretlig beskyttelse gennem ophavsretsloven §65. Denne naboretlige beskyttelse forstås som værende beskyttelse for udøvende kunstnere. En sådan naboretlig beskyttelse vil nyde eneretten fra ophavsretslovens §2, stk. 2-4 samt ophavsretsloven §3 for de ideelle rettigheder.

Lydoptagelser kan også nyde en naboretlig beskyttelse gennem ophavsretsloven §66, og som udgangspunkt beskytter den alle typer lydoptagelser. Det skal dog nævnes, hvis selve lyden man optager, er beskyttet andetsteds i ophavsretsloven, kræver det tilladelse til at optage fra ophavsmanden<sup>59</sup>. Lydoptagelser, der nyder den naboretlige beskyttelse kan eksempelvis være lydoptagelser af baggrundsstøj fra et bybillede som en Bruger vælger at Uploade på det Sociale Medie. Lydoptagelser nyder beskyttelsen fra ophavsretslovens §2, stk. 2-4, men der er ikke en beskyttelse for de ideelle rettigheder gennem ophavsretsloven §3. Den manglende droit moral beskyttelse skyldes, at §66 beskyttelsen er en beskyttelse af en teknisk og økonomisk indsats.<sup>60</sup>

Billedoptagelser, også forstået som filmoptagelser, nyder en naboretlig beskyttelse efter ophavsretsloven §67. Beskyttelsen her er meget lig den beskyttelse, man nyder fra §66, og betyder, at alt man filmer vil kunne nyde en beskyttelse, selv om det ikke nødvendigvis har nogen værkshøjde. Billedoptagelse nyder beskyttelsen fra ophavsretslovens §2, stk. 2-4.

---

<sup>56</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 105. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>57</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 105. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>58</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 105. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>59</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 634. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>60</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 638. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

Men ikke en droit moral beskyttelse fra ophavsretslovens §3 jf. Ophavsretslovens §67, stk. 2 modsætningsvis.

Ophavsretslovens §69 beskytter radio og fjernsynsudsendelser, hvorved Brugere af Sociale Medier ikke uden samtykke fra rettighedshaveren må Uploade ved live cast, radioprogrammer og fjernsynsudsendelser. Der vil her også være en beskyttelse af rettigheder fra ophavsretsloven §2, stk. 2-4, og ingen droit moral beskyttelse fra ophavsretslovens §3. Grunden til der ikke er en droit moral beskyttelse herfor er, at det forstås som værende en producent indsats.<sup>61</sup>

Fotografiske billeder nyder også en naboretlig beskyttelse efter ophavsretsloven §70, og der er her ingen krav til værkshøjde, dog vil et fotografi stadig kunne nyde §1 beskyttelse og §70 beskyttelse samtidigt.<sup>62</sup> Ved fotografier, der er beskyttet jf. ophavsretsloven § 70, vil den evigt varende droit moral beskyttelse efter ophavsretslovens § 75 ikke være gældende jf. ophavsretslovens 1995 lovmotiver<sup>63</sup>. På Sociale Medier bliver der typisk Delt mange fotografier, da det er en af hovedfunktionerne bag mange af disse. Alle disse billeder vil altså nyde en naboretlig beskyttelse, selv hvis de ikke har værkshøjde. Et godt eksempel herpå vil være de mange selfies, portrætter af en selv (herefter Selfies), og profilbilleder, som typisk Deles på Instagram, Facebook og Twitter, der typisk ikke vil opnå den krævede originalitet og værkshøjde for en §1 beskyttelse.

Fotografier nyder beskyttelsen fra ophavsretslovens §2, stk. 2-4 samtidigt med, at fotografier nyder droit moral beskyttelsen af ophavsretslovens §3.<sup>64</sup>

### 3.3 Værker på Sociale Medier

Det Brugergenerede Indhold Delt på Sociale Medier har altså ikke svært ved at leve op til kravene for værkshøjde, samt at opnå den fornødne originalitet, som skal til for at være anerkendt som ophavsretlig beskyttet materiale. Som tidligere angivet, er en stor del af indhold også omfattet af naboretlig beskyttelse i ophavsretslovens kapitel 5, hvilket altså betyder, at det måske ikke nyder den samme omfattende beskyttelse, men stadig en begrænset beskyttelse på 50 år.

---

<sup>61</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 666. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>62</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 107. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>63</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 672. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>64</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 672. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)



Når indholdet har opnået denne naboretlige beskyttelse, er der visse rettigheder, der tilfalder ophavsmanden, som eneretten angivet i ophavsretsloven § 2 og for nogle naboretlige elementer, de ideelle rettigheder i ophavsretslovens §3.

De Sociale Mediers funktioner og Brugervilkår åbner op for en Deling og spredning, af disse værker, og som Bruger accepterer man en omfattende overdragelse af de rettigheder, man ellers har opnået gennem skabelsen af sit værk.

Det er derfor de Sociale Medier gennem deres Brugervilkår angiver, at man overdrager rettigheder til sit indhold, så det er muligt for andre Brugere på Sociale Medier frit at Like, Dele, Retweete og ellers sprede indholdet over det Sociale Medies tjeneste uden at bryde den oprindelige ophavsmands rettigheder.

For Sociale Medier som Facebook, og Twitter, der primært gør sig i Deling af statusopdateringer og Tweets, bliver der dagligt Delt alt fra lange til korte tekster, hvoraf mange af disse frembringelser ville have værkshøjde.

Kortere tekster med helt generiske udtryk, nyder typisk ingen værkshøjde, der er stadig visse krav til at værket er af en vis skabende indsats.

I det følgende vil specialet forsøge at redegøre for de forskellige værktyper, som typisk bliver Uploadet på Sociale Medier.

### 3.3.1 Billeder

Billeder kan beskyttes som kunstneriske værker, og denne typer billeder omfatter alt fra tegninger, malerier, fotografier.

Som nævnt tidligere, er der krav til værkshøjde og originalitet for at man som ophavsmand opnår beskyttelsen igennem Ophavsretsloven §1. Fotografier vil altså altid kunne nyde en naboretlig beskyttelse efter §70.

Et af de Sociale Medier, der behandles i specialet, Instagram giver for eksempel sine Brugere muligheden for at behandle billeder, på en måde, som ville kunne give dem det originalitetskrav, som stilles i ophavsretslovens §1, og derfor vil de altså kunne nyde den udvidede beskyttelse. Så selvom det typisk kunne være fotografier og Selfies, som Deles på Instagram, har de meget lettere ved at opnå originalitetskravet.

På Sociale Medier, man tilgår fra sin computer, er det let at tage skærmbilleder af indhold for efterfølgende at Dele det med ens netværk uden om det Sociale Medies egne funktioner gennem Deling og Embedding. En sådan handling vil typisk være et brud på ophavsmandens ret, såfremt det indhold der tages skærmbilleder af nyder den ophavsretlige beskyttelse. Et eksempel på dette er ved Carsten Horns statusopdatering, som flere folk

valgte at tage screenshots af og Dele over forskellige Sociale Medier.<sup>65</sup> Selvom teksten måske ikke har nydt værkshøjde, har hans profilbillede kunnet nyde en naboretlig beskyttelse.

### 3.3.1.1 Fotografier

Amatørfotografier, som nævnt i ovenstående, vil være omfattet af en naboretlig beskyttelse, så selvom de ikke ville nyde en ophavsretlig beskyttelse jf. ophavsretslovens §1, har de stadig en begrænset beskyttelse. Udstrækningen af fotografier er meget bred og det kan anses at den naboretlige beskyttelse omfatter:

*“Samtlige de fotografier, der er tilgængelige online på internettet, er således beskyttet, uanset om det er fotografiske kunstværker, dokumentarbilleder af tvivlsom teknisk kvalitet, private ferie billeder, portrætbilleder, situationsbilleder eller andre former for fotografier.”<sup>66</sup>*

Det mest typiske Delte indhold, som altså vil nyde den beskyttelse som man ofte vil støde på som Bruger af et Socialt Medie, vil være andre Brugeres profilbilleder, Selfies, og ferie billeder, og alt dette nyder faktisk altid en beskyttelse.

### 3.3.2 Videoklip

Videoklip er ikke nævnt direkte i ophavsretsloven, men kan udledes af “audiovisuelle” og “filmværker”, og disse vil altså også kunne beskyttes. Der er intet krav til, at de skal være filmet professionelt, så beskyttelsen vil også omfatte film lavet med et mobilkamera for eksempel.<sup>67</sup>

Beskyttelsen dækker over alt fra professionelle frembringelser, helt til hjemmevideoer, såfremt de lever op til kravene i ophavsretsloven §67. Videoklip kan på samme vilkår som billeder også nyde en naboretlig beskyttelse jf. Ophavsretsloven §67, som giver beskyttelse for filmoptagelser. Dette betyder, at alt fra videoovervågning til en optagelse af en selv derhjemme, som fortæller om ens dag, vil nyde beskyttelse når det bliver Uploadet på Sociale Medier.

### 3.3.3 Tekst

Ophavsretslovens §1 beskytter litterære værker, og når du som Bruger frembringer en tekst, som lever op til de krav, der er nævnt tidligere for værkshøjde og originalitet, vil din tekst altså kunne nyde en 70 årig beskyttelse, selvom det blot Deles som en statusopdatering på

---

<sup>65</sup> <https://journalisten.dk/delte-du-eks-dfers-facebook-status-nu-opkraever-han-penge> besøgt d. 24/4-2018

<sup>66</sup> Trzaskowski, Jan m.fl.: Internetretten. Side 50. 3. udg. Ex Tuto, 2017. (Bog)

<sup>67</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 107. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

Facebook, eller et Tweet på Twitter.

Selv om de Sociale Medier har begrænsede længde på opslag som eksempelvis Twitter på 280 tegn, så vil en Bruger sagtens kunne udføre et værk på dette, hvis det har den fornødne værkshøjde.

### 3.3.4 Memes (Parodier)

Retten til at skabe parodier af værker er en ophavsretlig grundregel, som er helt tilbage fra 1800 tallet<sup>68</sup>. Infosoc direktivets artikel 5, stk. 3, litra k, giver tilladelse til at lave parodier af værker. En sådan tilladelse ses benyttet ofte på Sociale Medier i fænomenet memes (herefter Memes). Memes er et bredt begreb, som dækker over flere ting, der spreder sig over alt fra en udvalgt joke, sætning, eller et billede eller video.<sup>69</sup> Memes, som ofte altså kan være i form af et billede, bliver hurtigt spredt langt over internettet, og kan hurtigt blive redigeret flere gange, og en sådan udnyttelse af et værk, kan anses som værende en parodi.

Der kræves intet samtykke fra den oprindelige ophavsmand for at skabe en parodi af et værk. Der er blot krav til, at parodien skal have en reel og væsentlig humoristisk effekt.<sup>70</sup>

## 3.4 Beskyttelsens subjekt

### 3.4.1 Ejerskab

Ved udarbejdelse af et værk omfattet af ophavsretten, herunder litterært værk eller et kunstværk, vil retten være opstået hos ophavsmanden. Ophavsretten tilfalder ophavsmanden, og ved det forstås den person, som har skabt værket. Det skal forstås som beskrevet under 3.2.1, at der skal være værkshøjde førhen der vil være ejerskab og ejendomsret til det udarbejdet værk. En juridisk person kan altså ikke være den skabende ophavsmand, dog kan der herunder være juridiske personer såsom forlag, arbejdsgivere med flere, der kan få overdraget en eksklusiv ophavsret ved aftale<sup>71</sup>.

### 3.4.2 Overdragelse

En ophavsmand til et værk kan helt eller delvist overdrage ophavsretten til et værk, som ophavsmanden har rettigheder til. En ophavsret er som beskrevet en formueret, som frit kan

---

<sup>68</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 292 4. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2015. (Bog)

<sup>69</sup> <http://www.iot.dk/hvad-er-et-meme-egentlig/> besøgt d. 27/4-2018

<sup>70</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 294 4. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2015. (Bog)

<sup>71</sup> Udsen, Henrik m.fl.: Lærebog i informationsret. Side 82. 1. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2016. (Bog)

overdrages til andre parter.<sup>72</sup> En overdragelse af en ophavsrettighed er et aftalespørgsmål, og som oftest vil det være en delvis overdragelse, når der indgås aftaler om ophavsrettigheder. Der kan også forekomme fuldstændige overdragelser af ophavsrettigheder. Hermed overgiver ophavsmanden hele sin ret til et værk<sup>73</sup>. Hjemlen til overdragelse både delvis og fuldstændig er beskrevet i ophavsretslovens §53, der sammenskriver, at alle rettigheder kan overdrages dog foruden de begrænsninger, der står beskrevet i ophavsretsloven §3, for ideelle rettigheder, og §38 for følgeretsvederlag.

#### 3.4.2.1 Delvis overdragelse

I henhold til Sociale Medier vil der ske en overdragelse af rettigheder ved accept af de diverse Brugervilkår på de Sociale Medier, som beskrevet ovenfor i afsnit 2.3. Ved delvis overdragelse, kan de forskellige rettigheder inden for ophavsretten kunne overdrages, alt efter hvilke dele af ophavsretten, koncipisten ønsker at erhverve gennem aftalen. De typiske rettigheder, som overdrages er blandt andet eneretten til eksemplar fremstilling, offentlige fremførelse, visning og spredning, også kaldet de kvalitative rettighedsoverdragelser.<sup>74</sup>

Samtidigt kan der ske en tidsmæssig delvis overdragelse<sup>75</sup>. Dette kunne som eksempel være som Facebook angiver, at de som Sociale Medie kun har ret til et Uploadet værk indtil værket slettes fra Brugerens profil eller at profilen slettes.<sup>76</sup>

Dernæst kan disse rettigheder opdeles geografisk<sup>77</sup>. Det vil sige en rettighed man som ophavsmand har til sit værk, kan eksempelvis overdrages som en visningsret til erhververen, hvorved værket kun må vises i eksempelvis inden for Europa.

#### 3.4.2.2 Videreoverdragelse af rettigheder

Erhververen af ophavsretten kan råde over de overdragne rettigheder, som fremgår af aftalen. En overdragelse af ophavsretten giver ikke den nye erhverver rettigheden til at videreoverdrage disse rettigheder frit jf. Ophavsretsloven §56 stk. 2.

Det fremgår heraf, at en sådan overdragelse kun er tilladt, hvis det er sædvanligt eller

---

<sup>72</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 524. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>73</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 611-612. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>74</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 528-529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>75</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>76</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

<sup>77</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

åbenbart forudsat at ophavsretten bliver videreoverdraget.

Dette forstås som eksempel i kommentarer til ophavsretsloven §56, stk. 2, der opstiller det således:

*“F.eks. er det oplagt, at en aftale om filmatisering af en roman nødvendigvis må medføre ret til at foretage visse ændringer, når romanen skal bearbejdes til film.”<sup>78</sup>*

Dette forbud mod frit at videreoverdrage rettigheder stammer fra, at ophavsmanden selv har en interesse i, at hans skabende indsats ikke bliver udnyttet på måder, han ikke ønsker i fremtiden, men at han selvfølgelig må tåle en vis videreoverdragelse, hvis det er åbenbart forudsat af overdragelsen.

### 3.4.2.3 Specialitetsgrundsætningen

Specialitetsgrundsætningen i ophavsretslovens §53, stk. 3. angiver:

*“Stk. 3. Har ophavsmanden overdraget en ret til at udnytte værket på en bestemt måde eller ved bestemte midler, giver overdragelsen ikke erhververen ret til at udnytte værket på andre måder eller ved andre midler.”<sup>79</sup>*

Specialitetsgrundsætningen har til formål at beskytte den oprindelige ophavsmand ved uklare aftaler, og er derfor relevant i forhold til, når vi behandler overdragelse af ophavsretten til Sociale Medier.<sup>80</sup> Dette er også beskrevet af Per Jonas Nordell i NIR 2008<sup>81</sup>, hvorved han udtrykker at princippet om specialitetsgrundsætningen skal tolkes i ophavsmanden favør. Per Jonas Nordell nævner, at ifølge *Wolk*, at *“specifikationsprincippet”<sup>82</sup>* skal bruges i de dele af ophavsretsoverdragelsen, som er uklare og skal vedblive med at være hos ophavsmanden. Ved uklare ophavs aftaler, vil en restriktiv tolkning være til ophavsmandens fordel<sup>83</sup>.

De Sociale Medier benytter sig af en meget bred beskrivelse af deres Brugervilkår, og søger at give sig selv en bred overdragelse af rettigheder til Uploadet indhold på det givne Sociale Medie. Den brede overdragelse af rettigheder gennem IP-licensen skal fortolkes indskrænkende. Det kan vi udlede af Per Jonas Nordells behandling af specialitetsgrundsætningen i nordisk ret, samt den danske rets indskrænkende fortolkning

---

<sup>78</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 348

<sup>79</sup> Ophavsretsloven §53, stk. 3.

<sup>80</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 615. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>81</sup> Nordell, Per Jonas: Tolkningsprinciper i upphovsrättsavtal. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2008, s. 314 (Artikel)

<sup>82</sup> Nordell, Per Jonas: Tolkningsprinciper i upphovsrättsavtal. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2008, s. 314 (Artikel)

<sup>83</sup> Nordell, Per Jonas: Tolkningsprinciper i upphovsrättsavtal. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2008, s. 314 (Artikel)

ved ophavsretlige overdragelser jf. specialitetsgrundsætningen i ophavsretslovens §53, stk. 3.<sup>84</sup>

#### 3.4.2.4 Uoverdragelighed

Det er ikke alle elementer af ophavsretten, som er overdragelig gennem aftaler, selv om udgangspunktet er, at ophavsretten anses som værende en formueret<sup>85</sup>, der ellers kan byttes, sælges og overdrages, som ophavsmanden ellers ønsker det. De uoverdragelige ophavsrettigheder består blandt andet af de ideelle rettigheder, også forstået som droit moral i Ophavsretslovens §3. Disse rettigheder udgør faderskabsretten og respektretten. Disse rettigheder er som udgangspunkt uoverdragelige, og er med til at sikre ophavsmanden jf. Ophavsretsloven § 3, stk. 3. Det skaber nogle udfordringer, når Brugeren igennem Brugervilkårene accepterer en bred overdragelse af rettigheder, når der er de ideelle rettigheder jf. Ophavsretsloven §3, som ikke kan overdrages til det Sociale Medie.

Følgeretsvederlaget fra Ophavsretsloven §38 er også en uoverdragelig rettighed, som er med til at beskytte den oprindelige ophavsmand. Følgeretsvederlaget er med til at sikre den oprindelige ophavsmands vederlag ved videresalg af værker. Det skal dog nævnes, at følgeretsvederlag kun kan gøres gældende af en organisation, som er godkendt af kulturministeren jf. ophavsretslovens §38, stk. 5.

Mere detaljeret behandling af de uoverdragelige rettigheder vil fremgå senere i specialet.

### 3.5 Beskyttelsens indhold

#### 3.5.1 Eneretten

Beskyttelsen indhold i ophavsretsloven består af eneretsprincippet som angivet i ophavsretsloven §2.

Princippet giver ophavsmanden eneret til at fremstille eksemplarer af værket, samt at gøre det tilgængeligt for almenheden, gennem spredning, visning og offentlig fremførelse.<sup>86</sup>

De nævnte rettigheder her, forstås som værende de økonomiske rettigheder.<sup>87</sup>

Ophavsmanden har som tidligere nævnt nogle ikke økonomiske rettigheder. De ikke

---

<sup>84</sup> Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2016, s. 158 (Artikel)

<sup>85</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 524. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>86</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 116. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>87</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 18

økonomiske rettigheder forstås som værende de ideelle rettigheder, som består af faderskabsretten og respektretten jf. ophavsretsloven §3.

### 3.5.1.1 Økonomiske rettigheder

De økonomiske rettigheder består af retten til eksemplar fremstilling, samt retten til at gøre værket tilgængeligt for almenheden. De økonomiske rettigheder findes i ophavsretsloven §2, og de omfatter eksemplar fremstilling, tilgængeliggørelse for almenheden og visningsretten. Disse rettigheder omhandler også Embedding, hvor et værk fra et andet Socialt Medie Deles på en måde, hvor det fremgår som værende en del af ens egen side, selvom det findes andet sted. Som behandlet tidligere anses de økonomiske rettigheder som værende en formueret og er derfor frit overdragelige igennem aftale.<sup>88</sup>

#### 3.5.1.1.1 Eksemplar fremstilling

Eksemplar fremstillingen fremgår af ophavsretsloven §2, stk. 2. Denne ret er en eneret til eksemplar fremstilling på alle typer medier, selv de Sociale Medier.

Eksemplar fremstillingen er retten til at skabe flere eksemplarer af værket, at kopiere det, printe det, brænde det ned på en disk. Ønsker andre parter at få mulighed for nogle af disse handlinger, kræver det samtykke fra ophavsmanden.

Principielt er midlertidig online-lagring også anset som værende eksemplar fremstilling, men ikke en fremstilling, som kræver tilladelse fra ophavsmanden.<sup>89</sup>

#### 3.5.1.1.2 Undtagelser til eneretten

Ophavsretsloven Kapitel 2 omfatter indskrænkninger i ophavsretten samt forvaltning af rettigheder ved aftalelicens. Nogle af disse rettigheder kan perspektiveres til de Sociale Mediers forvaltning af indhold. Den givne IP-licens her er ikke en aftalelicens som den licens vi typisk ser ved kollektive forvaltningsmyndigheder, hertil er der stadig ligheder der kan give os en ide om, hvor langt eksemplar fremstilling af Brugergeneret Indhold på Sociale Medie ville kunne udstrækkes til.

Ophavsretsloven giver tilladelse til eksemplar fremstilling af ophavsretlig beskyttet materiale omfattet af et aftalelicens til den private sfære, undervisningsbrug, erhvervsvirksomheder og mere. Sådant en eksemplar fremstilling er lovgivet i henhold til bøger, artikler, sange og kunstværker forvaltet af de kollektive forvaltningsorganisationer. jf. Ophavsretslovens kapitel 2.

---

<sup>88</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 69. 1. udg. Jurist- og Økonomiforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>89</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 127-128. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

Selve handlingen af at se et videoklip på internettet vil være en midlertidig eksemplar fremstilling jf. ophavsretsloven §11a. Dette er grundet, at selve handlingen at se videoklippene vil indebære, at ens computer vil downloade klippet ned løbende, imens det afspilles på computeren og altså være en midlertidig eksemplar fremstilling.<sup>90</sup> De Sociale Medier behandlet her formidler alle videoklip, enten gennem Embedding eller som en funktion for mediet. Når der så løbende bliver downloadet dele af klippet ned for at kunne afspille det, forekommer der en eksemplar fremstilling.

Som tidligere nævnt er det også acceptabelt at hente ophavsretlig materiale ned til brug indenfor den private sfære jf. ophavsretsloven §12. Tilladelsen til dette er baseret på at eneretten i ophavsretslovens §2, er baseret på eneretten til offentlig fremførelse, så det er altså acceptabelt at downloade Delt indhold ned på sin computer, såfremt det er til privat brug og ikke i erhvervsøjemed. En sådan eksemplar fremstilling til privat brug kan selvfølgelig kun ske af offentliggjort indhold, så det er altså ikke tilladt at hente piratkopieret materiale ned, til brug i privatsfæren.<sup>91</sup> Det må også her kunne forstås som en lignende tilladelse til at hente andre Brugeres indhold ned til brug i privatsfæren. Det skal dog nævnes for digital kopiering må det kun ske til personlig brug, og ikke til andre end den der foretager kopieringen eller personens familie jf. Ophavsretsloven §12, stk. 2 nr. 5.

Hvis et Uploadet værk ønskes at blive brugt til undervisning er der undtagelsen i ophavsretslovens §21, stk. 1. nr. 2., som giver undervisere tilladelse til at bruge værker som er offentlig fremført i undervisningsbrug. Det kræver altså ingen forudgående aftale med Brugeren, at benytte værkerne til undervisning. Som udgangspunkt kan udnyttelsen af et værk i undervisningsbrug være kategoriseret som værende ikke offentlig fremførelse, grundet den personlige tilknytning imellem elever og læreren.<sup>92</sup>

Eksemplar fremstilling til erhvervsvirksomheder jf. ophavsretslovens §14 kræver en godkendt aftalelicens for at kunne forekomme. Eftersom de behandlede Sociale Medier ikke er anerkendte som kollektive forvaltningsorganisationer, så må vi her komme frem til at der må kræves en særskilt aftale, såfremt man ønsker at kopiere noget fra Sociale Medier og bruge til internt brug i erhvervsvirksomheder.

#### 3.5.1.1.2.1 Linking

Linking på Sociale Medier har særlig betydning, da det vil indebære en overførelse til almenheden, dette fremgår af C-466/12 Svensson-sagen. Sagen her kommer frem til, at linking som udgangspunkt kræver, at det materiale man linker til allerede er offentligt

---

<sup>90</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 180-181. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>91</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 185-186. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>92</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 170



tilgængeligt, ellers er der krav til samtykke fra ophavsmanden.<sup>93</sup>

Der findes mange forskellige typer Linking, og de ses ofte brugt på Sociale Medier. Typisk vil Linking fra et åbent Socialt Medie, ikke anses som værende ulovlig Linking, da det må forstås som allerede at være tilgængeligt for almenheden.

En anden form for Linking på Sociale Medier er Embedding, hvor Brugere indlejrer eksempelvis videoer eller billeder fra andre på deres Social Medie profil, så det kunne fremgå som at det oprindeligt stammer herfra.<sup>94</sup>

#### 3.5.1.1.2.2 Embedding

For de behandlede Sociale Medier, er Deling en typisk hovedfunktion. Derfor er Embedding af Brugergeneret Indhold noget som ofte ses på Sociale Medier, når Brugere Deler deres og andres Indhold med deres netværk.

Det forekommer ofte, at Brugere Deler andre Brugeres videooptagelser fra YouTube, på eksempelvis Facebook på en måde, hvor det kunne fremgå som at videooptagelsen er ens eget Uploadede Indhold. Denne type Deling forstås som værende Embedding eller indlejring, hvor indholdet ikke forlader sin egen side, men blot afspilles eksempelvis gennem YouTubes afspilnings værktøj (herefter YouTube Player) forstået som dets afspilnings vindue.<sup>95</sup>

Embedding funktionen fra diverse Sociale Medier ses ofte brugt i forbindelse med blandt andet citater på nyhedssider, hvor man kan Embedde Tweets, opslag og mere, hvor at Brugers profil billede og navn fremgår.<sup>96</sup>

Som Bruger kan man let forveksle en sådan Embedding med, at Indholdet fremgår fra mediet i sig selv, men her er der ikke tale om en ulovlig spredning af værket, da det ikke har forladt sin oprindelige kilde.

Embedding er altså fuldt tilladt, og den eneste måde man som Bruger kan beskytte sig fra en sådan spredning af ens indhold, er gennem ens privatindstillinger, og så vidt muligt Dele sit indhold med en begrænset gruppe mennesker frem for spredning til almenheden.<sup>97</sup>

---

<sup>93</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 147. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>94</sup> Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2016, s. 151 (Artikel)

<sup>95</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 146-147. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>96</sup> <https://dev.twitter.com/web/embedded-tweets> besøgt d. 4/5-2018

<sup>97</sup> Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2016, s. 152 (Artikel)

### 3.5.1.2 Tilgængeliggørelse for almenheden

Tilgængeliggørelse for almenheden er den økonomiske eneret, som ophavsmanden har for at offentliggøre sit værk. Denne ret består af eksempelvis spredning, offentlig visning og offentlig fremførelse.<sup>98</sup>

Spredningsretten er uddybet i ophavsretsloven §2, stk. 3. og vil sige at *“overføre rettigheder til bestemte eksemplarer til andre”*<sup>99</sup>, hvilket forstås som §2, stk. 3, del 1. *“eksemplarer af værket udbydes til salg, udlejning eller udlån eller på anden måde spredes til almenheden,”* Gennem Uploading på Sociale Medier, vil det altså ikke fortolkes som eksemplar spredning, da eksemplar spredning omhandler genstande af *“(fysisk/rørlig) form”*<sup>100</sup>.

Visningsretten er ophavsmandens eneret til at vise sine eksemplarer frem, hvilket vil sige, at man fysisk fremviser til værk, hvor almenheden kan se det.<sup>101</sup> Derfor kan det altså udledes, at visningsretten skal omhandle fysiske værker<sup>102</sup>, og derfor vil det ikke omfatte værker på Sociale Medier. Før i tiden forstod man i ophavsretten det som at være visning af eksemplar, at værket blev vist på en skærm, men nu er det i ophavsretten anset som værende offentlig fremførelse.<sup>103</sup>

Eneretten til offentlig fremførelse er i ophavsretslovens §2, stk. 3, nr. 3.

Mere uddybende siger ophavsretslovens §2, stk. 4, nr. 1. om overføring til almenheden at *“trådbunden eller trådløs overføring af værker til almenheden, herunder udsendelse i radio eller fjernsyn og tilrådighedsstillelse af værker på en sådan måde, at almenheden får adgang til dem på et individuelt valgt sted og tidspunkt”*

Når en Bruger Uploader et værk på et Socialt Medie, som er en internetbaseret tjeneste, så betyder det, at andre kan få adgang til værket på hvilket som helst tidspunkt, de har lyst til, og derfor vil en sådan tilgængeliggørelse høre ind under offentlig fremførelse.<sup>104</sup> Det skal

---

<sup>98</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 128. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>99</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 128. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>100</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 171. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>101</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 130. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>102</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 130. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>103</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 130. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>104</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 171. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

nævnes at når en Bruger vælger at Downloade Brugergeneret Indhold fra et Socialt Medie, er der her tale om en eksemplar fremstilling.<sup>105</sup>

### 3.5.1.3 Ikke økonomiske rettigheder

De ikke økonomiske rettigheder til ophavsretlig indhold er de ideelle rettigheder, som består af faderskabsretten, også kendt som paternitets retten, samt respektretten. De ideelle rettigheder findes i ophavsretsloven §3.

Disse rettigheder er også kendt som *droit moral*, som er ufravigelige rettigheder i ophavsretsloven §3. Hvilket betyder, de ikke kan fraviges blot ved aftale, og skal altså respekteres af andre parter, både indenfor og udenfor aftale. De ideelle rettigheder finder anvendelse også indenfor den private sfære, ulig resten af ophavsretsloven. Det betyder, at man stadig skal respektere ophavsmandens *droit moral*, selvom det er brug inden for ens eget hjem.<sup>106</sup> De ideelle rettigheders udstrækning er yderst omfattende for at sikre, at ophavsmanden bliver anerkendt for sit værk. De er kun i enkelte tilfælde fravigelige, men yderst sjældent, da ophavsretten går langt for at sikre ophavsmandens skabende indsats jf. ophavsretslovens §3, stk. 3.

#### 3.5.1.3.1 Faderskabsretten §3, stk. 1.

Faderskabsretten giver skaberen ret til at blive nævnt i forbindelse med gengivelse af hans værk alt efter, hvad god skik kræver, som det fremgår af ophavsretsloven §3, stk. 1. God skik i forhold til faderskabsretten er ikke udelukkende i forhold til sædvanen, men også i forhold til rimelighed, så det bliver til en mere omfattende vurdering.<sup>107</sup> Hvilke typer værker, som man har ret til at få nævnt sit navn på, er en større vurdering, da der typisk ikke indenfor f.eks musik fremførelse altid kræves, at ophavsmanden skal nævnes ved navn. Ved trykte bøger er almen praksis, at ophavsmandens navn bliver trykt derpå.<sup>108</sup>

Et eksempel på brud af faderskabsretten, findes i dommen U1995/782V, hvor en kommunal ansat havde udarbejdet en rapport, som hun havde krav på at få nævnt sit navn ved, selv om rapporten var udarbejdet under ansættelse.

I denne sag ser vi altså, at selv om et stykke arbejde er udført under ansættelse, har den oprindelige ophavsmand stadig stærke ideelle rettigheder for at sikre, at de bliver krediteret for sit arbejde.

---

<sup>105</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 171. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>106</sup> Meedom, Thorkild: Kan den stedsevarende *droit moral* beskyttelse opretholdes?. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 1985, s. 156 (Artikel)

<sup>107</sup> Meedom, Thorkild: Kan den stedsevarende *droit moral* beskyttelse opretholdes?. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 1985, s. 156-157 (Artikel)

<sup>108</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 150. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

### 3.5.1.3.2 Respektretten §3, stk. 2.

Respektretten omhandler loyal gengivelse og brug af værket jf. ophavsretsloven §3, stk. 2. Respektretten forstås som værende retten til, at der ikke ændres på ens værk og Deles på en måde som er krænkende for ophavsmanden.

Et eksempel på brud på respektretten findes i dommen U2013.1704Ø, hvor kunstneren Hornsleth benyttede sig af et portrætbillede fundet på Facebook af Camilla Stockmann. Billedet blev redigeret ind i en collage uden tilladelse fra ophavsmanden på en krænkende måde, som altså var et brud på respektretten, om loyal gengivelse jf. ophavsretsloven §3, stk. 2.

Den måde portrætbilledet af Camilla Stockmann efterfølgende blev brugt på, var ikke i overensstemmelse med respektretten, da det blev benyttet i så krænkende en natur, at det ikke kunne siges at være acceptabelt som en del af en collage.

### 3.5.1.3.3 Evigtvarende droit moral

Som nævnt tidligere har den ophavsretlige beskyttelse en tidsbegrænsning på 70 år, efter ophavsmandens død, hvor ideelle rettigheder også vil udløbe som udgangspunkt.

Men i særlige tilfælde som angivet i ophavsretsloven §75, vil respektretten og faderskabsretten kunne fortsat være gældende i tilfælde, hvor der sker krænkelser af kulturelle interesser.<sup>109</sup>

Det kan diskuteres, hvor meget mening denne beskyttelse har i dag, men med internettets mulighed for at opbevare oplysninger og værker i mange år, kan det være en regel, der vil få voksende betydning i fremtiden, da værker sagtens ville kunne genfindes på nettet og misbruges i fremtiden. Med internettets store betydning i vores informationssamfund i dag, ville det ikke være urealistisk at antage, at i fremtiden vil det anses som værende en stor del af vores kulturarv. Kulturministeriet søger selv at sikre vores elektroniske kulturarv, hvilket altså vil betyde, der sagtens kunne findes ophavsretlig beskyttet materiale herunder, som fremtidigt kunne være omfattet af kulturelle interesser.<sup>110</sup>

## 3.5.2 Konsumtion ved Upload på Sociale Medier

Ophavsmanden har eneretten til at værker som vedkommende har skabt udbydes til salg, udlejning eller udlån eller på anden måde spredes til offentligheden jf. Ophavsretslovens §2, stk. 3 nr. 1. Når man som kunde eksempelvis køber en bog eller andet værk omfattet af ophavsretslovens §1 bliver man ejer af selve det eksemplar, dog får man ikke del i

---

<sup>109</sup> Meedom, Thorkild: Kan den stedsevarende droit moralbeskyttelse opretholdes?. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 1985, s. 155-156 (Artikel)

<sup>110</sup> <https://www.dr.dk/nyheder/indland/den-elektroniske-kulturarv-skal-bevares> besøgt d. 7/4-2018

ophavsretten til selve værket jf. Ophavsretslovens §53, stk. 2. Når ophavsmanden vælger at sælge sit værk til en køber, så konsumeres ophavsmandens spredningsret til værket jf. ophavsretsloven § 19, og dermed vil køberen være frit stillet til at sælge sit værk videre til en tredjepart<sup>111</sup>.

Den ovenstående beskrivelse er den traditionelle måde at beskrive konsumtion på, dog gælder der nogle andre regler ved online tjenester, herunder ved Uploadning af værker på Sociale Medier. Infosoc direktivets betragtning 28 og 29<sup>112</sup> beskriver, at konsumtion alene sker ved videregivelse af fysiske eksemplarer af ophavsretlige værker, og dermed sker der ikke konsumtion ved videregivelse af værker ved online tjenester. I ovenstående kom specialet frem til at Upload ved Sociale Medier er offentlig fremførelse, og denne ret kan ikke konsumeres, derfor er retten til det Brugergenererede Indhold altså ikke konsumeret på lignende måde, som man ellers kunne forestille sig ved ophavsretslovens §19 og §20 for spredningsretten og visningsretten. Dette har betydning for Brugernes eneret, ved Upload på Sociale Medier.

---

<sup>111</sup> Trzaskowski, Jan m.fl.: Internetretten. Side 63. 3. udg. Ex Tuto, 2017. (Bog)

<sup>112</sup> Infosoc Direktivet 2001/29/EF

# Del 4. Hvad er den ophavsretlige retsstilling på Sociale Medier

## 4.1 Introduktion til afsnit, afgrænsning fra nogle Brugervilkår

De Sociale Mediers Brugervilkår angiver som ovenstående alle nogle vilkår for IP-Indhold på deres tjenester. Disse vilkår vil nu blive søgt til at blive gennemgået enkeltvis og vurderes, hvordan de har retsvirkning i henhold til gældende dansk ophavsret. Igennem Brugervilkårene vil der behandles hvert enkelt ophavsretligt problem, der muligvis vil være ved accept af de ovenstående beskrevne Brugervilkår, herunder hos Facebook, Twitter, Instagram og YouTube.

Vi har valgt at tage hvert relevant led i Brugervilkårene og bearbejde dem enkeltvis. Leddene vi vil bearbejde går oftest igen hos hver af de enkelte Sociale Medier, og dermed vil leddene blive behandlet samlet, såfremt de er sammenlignelige.

Disse punkter er:

1. Ikke-eksklusiv i afsnit 4.1.3.
2. Overdragelig, overførlig i afsnit 4.1.4.
3. Viderelicensbar i afsnit 4.1.5.
4. Royaltyfri, gebyrfri i afsnit 4.1.6.
5. Verdensomspændende i afsnit 4.1.7.
6. Underlicenser i afsnit 4.1.8.

Inden en gennemgang af ovenstående Brugervilkår led, vil det være nødvendigt at redegøre samt definitorisk se, hvad der menes med en IP-licens i ophavsretligforstand. Dette grundet de Sociale Mediers forskellige Brugervilkår beskriver, at deres vilkår er en licens til IP-Indhold. Vil en IP-licens som formuleret i Brugervilkårene overhovedet være en ophavsretlig licens?

### 4.1.1 IP-licens

Et licens er defineret i den juridisk Ordbog som:

*“tilladelse til at udnytte særlige rettigheder, f.eks patentret, ophavsret eller anden immaterialret;”*<sup>113</sup>

Vi kan altså udlede, at en licens er en aftale, som vil være mellem en licensgiver og en licenstagere. I dette tilfælde vil licensgiveren være Brugeren, og licenstagere vil være det

---

<sup>113</sup> Eyben, Bo von: Juridisk Ordbog. side 242. 13. udg. Thomson Reuters, 2008. (Bog)

Sociale Medie.

Ophavsretsloven med kommentarer siger videre om licenser:

*“Når en overdragelse er begrænset i en eller flere henseender, taler man af og til om en licens eller licensaftale.”*<sup>114</sup>

Hvilket vil betyde, at i dansk ophavsret vil et licens eller en licensaftale være at anse som en begrænset overdragelse af ophavsretten jf. Ophavsretsloven §53. Peter Schønning nævner i Ophavsretsloven med kommentarer<sup>115</sup>, at i lovmotiverne til ophavsretsloven fra 1961 bruges udtrykket *“licensret”* som et begreb til indrømmelse af visse rettigheder. Betydningen fremgår ved at licenstagere får tilladelse til at benytte et værk på en bestemt måde, også kaldet en ikke egentlig overdragelse af rettigheder.<sup>116</sup> Ophavsretsloven med kommentarer bruger termen ikke-eksklusiv indrømmelse af rettigheder.<sup>117</sup> Dette må forstås på samme måde som en ikke-egentlig ikke-eksklusiv overdragelse af ophavsretten.<sup>118</sup> Licensaftaler inden for dansk ret, er typisk set inden for ophavs-, patent- og varemærkeret, hvor det er en licens til at bruge en ophavs-, patent-, eller varemærkeret, for en økonomisk ydelse<sup>119</sup>. Den type licensaftale en Bruger giver til et Socialt Medie vil ikke være omfattet af nogen form for økonomisk licensafgift, eftersom aftalen er vederlagsfri eller gebyrfri. Licens indenfor immaterialretten er kendetegnet ved, at man bytter rettigheder for et vederlag i en gensidigt bebyrdende aftale.<sup>120</sup> Det Sociale Medie betaler ikke et vederlag i den overdragelse, som Brugeren indgår igennem Brugervilkårene, hvilket er modsigende i forhold til den typiske forståelse af licenser inden for immaterielle rettigheder. Det kan argumenteres, at vederlaget for de overdragne rettigheder er det Sociale Medies beskyttede software, så betalingen er en reel ydelse for en reel ydelse.<sup>121</sup>

Dermed kan det konstateres, at den indgåede aftale i mellem Bruger og Socialt Medie vil være en licens, selv om der ikke er tale om en direkte økonomisk modydelse for overdraget indhold. Såfremt denne delkonklusion var kommet frem til, at der ikke er tale om en licens i ophavsretlig forstand, ville de Sociale Mediers Brugervilkår altså kunne fortolkes som

---

<sup>114</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>115</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>116</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>117</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>118</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>119</sup> Eyben, Bo von: Juridisk Ordbog. side 242. 13. udg. Thomson Reuters, 2008. (Bog)

<sup>120</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 532. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>121</sup> Larsen, Torsten Bjørn og Rasmus Kristian Feldthusen: De sociale mediers brugervilkår del I - aftalen. I: Erhvervsjuridisk Tidsskrift, 26.9.2016, note 21 (Artikel)

værende en begrænset overdragelse af ophavsretten, og stadig være underlagt den samme beskyttelse i den danske ophavsretslov.

Et licens er ikke en overdragelse til eje, men derimod en overdragelse til brug. Der er desuden ingen regler for, hvor længe en licens må vare og det afgørende her er aftalen.<sup>122</sup>

En licens kan være både eksklusiv, samt ikke-eksklusiv, det er det, som her giver muligheden for at have en enkelt licenstagere eller om det er muligt at have flere licenstagere til det samme ophavsretlige indhold, som er skildringen på eksklusive og ikke eksklusive licens aftaler.

Dermed må en ophavsretlig licens til Sociale Medier forstås som en begrænset rettighedsoverdragelse af kvalitative, kvantitative, tidsmæssige og geografiske momenter<sup>123</sup>. Det er ikke af betydning om det er enkelt begrænsning eller flere for at vi kalder overdragelsen for et licens, blot der findes en type begrænsning.

Licens begrebet efter angelsaksisk terminologi anser licens begrebet for en tilladelse og dermed ikke en ændring i de ejendomsrættlige forhold<sup>124</sup>. I angelsaksisk ret har praksis udledt at erhververen af rettigheder ved en egentlig overdragelse uden samtykke må ændre i værket. Desuden anses licens som værende personlig og dermed ikke en mulighed for licenstageren at videreoverdrage denne, medmindre det selvfølgelig er aftalt.<sup>125</sup>

Eftersom vi har konkluderet, at en licens efter dansk ret er en overdragelse jf. ophavsretsloven § 53, må § 56, stk. 2 også finde anvendelse for videreoverdragelsen af licens. Derfor må det antages, at dansk ret har en lignende retsstilling til videreoverdragelse af licensen i specialitetsgrundsætningen jf. ophavsretslov i §56, stk. 2.

Specialitetsgrundsætningen tillader ikke en videreoverdragelse, medmindre det er aftalt og åbenbart forudsat, at der vil forekomme en sådan videreoverdragelse også forstået som en viderelicensering. Det Sociale Medie søger gennem licensen at angive det som en mulighed, men det vil ikke være åbenbart forudsat at ens indhold kan viderelicenseres til andre.

Der er ligheder i brugsretten til licensen, når vi ser på licenstypen open-source<sup>126</sup> (herefter Open Source) som giver licenstageren adgang til at ændre og redigere i ophavsmanden programkode. De Sociale Medier angiver i deres Brugervilkår, at de har rettighederne til at

---

<sup>122</sup> <http://www.ip-handelsportal.dk/aftaleindgaelse/valg-af-aftale/licensaftaler.aspx> besøgt d. 29/3-2018

<sup>123</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 528-529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>124</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 141. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>125</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 142. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>126</sup> Udsen, Henrik: IT-kontraktret. Side 429. 1. udg. Ex Tuto, 2014. (Bog)



redigere i Brugerens indhold, på en sammenlignelig måde med Open Source licenser. Herved kan det med fordel sammenlignes med de Sociale Mediers Brugervilkår passus for, hvilken type brug af indhold man kan forvente, eksempelvis Twitters: *“to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute such Content”*<sup>127</sup> Det skal nævnes, at et Open Source licens er et afkald på ens rettigheder<sup>128</sup>, hvilket licenser givet til de Sociale Medier ikke vil være, da Brugeren selv beholder ejerskab over Uploadet indhold. Der er altså andre licenstyper inden for immaterialretten, hvor vi kan se, at der er mulighed for at tildele licens til ophavsretlig indhold, vederlagsfrit. Samtidigt kan vi se, at Open Source licenser giver licenstagere en ret til at arbejde videre på, bearbejde, forbedre og redigere i det ophavsretlige indhold omfattet af licensen.

#### 4.1.1.1 Sammenfatning

Når der er tale om et licens, som overdrages til Sociale Medier, vil det påvirke udfaldet af, hvor vid udstrækningen overdragelsen er. Hvordan det påvirker det økonomiske vederlag, de geografiske regler og ophavsmandens rettigheder til indholdet, vil blive gennemgået mere detaljeret i følgende analyse. De Sociale Medier, som er behandlet, angiver det som en IP-Licens til et udvalg af rettigheder til Brugerens Delt indhold. Dermed må det antages at IP-licensen er en begrænset rettighedsoverdragelse, og må derfor defineres som en overdragelse jf. Ophavsretsloven §53. Derfor vil nedenstående analyse af Brugervilkårene tage udgangspunkt i, at der er tale om en IP-licens i denne form for overdragelse.

#### 4.1.2 Intet ejerskab over Delt indhold, samt tilbagetrækning af overdragelse

De Sociale Medier har alle tilfælles, at de angiver at de ikke påtager sig ejerskab over det Uploadede IP-Indhold, og at man som fysisk bruger beholder ejerskabet. Dette betyder, at de overdragne rettigheder er ikke-eksklusive, og man altså stadig selv har rettigheder til sit indhold, efter det er Delt på diverse Sociale Medier. Når de rettigheder som overdrages er ikke-eksklusive, har man så stadig muligheden for at overdrage de samme rettigheder til andre. Som nævnt i afsnit 3.5.2 kom specialet frem til at der ikke sker konsumtion af rettigheder ved Upload på Sociale Medier, eftersom værket blot bliver offentlig fremført ved Upload til internettet. Derfor sker der altså ikke konsumtion, eller en overdragelse af ejerskab når aftalen mellem Bruger og Socialt Medie angiver der ikke er påtaget ejerskab. De Sociale Medier tager dog ingen hensyn til de nævnte tidsfrister, som er angivet i ophavsretsloven §54, som angiver, at de har pligt til at udnytte det overdragne IP-Indhold

---

<sup>127</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>128</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 337

inden for 3 år, samt at give ophavsmanden retten til at trække overdragelsen tilbage indenfor 6 måneder. Den danske ophavsret giver altså kun de Sociale Medier en udnyttelsespligt om ibrugtagning inden for 3 år efter overdragelsen. Efter de 3 år har Brugeren en tilbagefaldsret, hvorefter det Sociale Medie ikke længere har udnyttelsesretten til de overtagne rettigheder. Selv om de Sociale Medier ikke nævner de lovbestemte tidsfrister, finder de stadig anvendelse, og Brugeren vil kunne gøre tidsfristerne gældende i henhold til den danske ophavsretslov §54. Denne tilbagefaldsret kan ikke fraviges til skade for Brugeren jf. ophavsretsloven § 54, stk. 2.

At Sociale Medier vælger at angive, at Brugeren frit kan tilbagekalde sin overdragelse ved at fjerne sit indhold fra det Sociale Medie er delvis i overensstemmelse med retten til at blive glemt, men indhold Delt fra andre Brugere, som ikke vil blive fjernet fra det Sociale Medie, er ikke overensstemmelse hermed. Retten til at blive glemt stammer fra C-131/12 Google Spain Dommen<sup>129</sup> fra EU domstolen 2014. Retten til at blive glemt indebærer retten til at få fjernet søgeresultater, som ikke længere er relevante eller blot er forældede.<sup>130</sup> Det skal nævnes her at Twitter ikke angiver en sådan tilbagekaldelse af overdragelsen ved at slette sin profil fra deres tjeneste.

Udstrækningen af retten til at blive glemt må altså i inter-partes forholdet mellem den fysiske bruger og det Sociale Medie også gælde, når ens indhold er blevet Delt af andre Brugere, og man har altså ret til at få dette indhold slettet fra søgeresultater, om det er fra en søgefunktion af Sociale Medier eller en større søgemaskine. De Sociale Medier angiver intet omkring hvad der sker med Brugers indhold som det Sociale Medie har taget i brug som del af IP-licensen, men det må forstås som værende omfattet af dette led i Brugervilkårene. De Sociale Mediers hovedfunktion i forhold til Deling og spredning af Brugergeneret Indhold, i forhold til at Dele eksempelvis billeder, som hurtigt kan blive kopieret, Delt, og gen Uploadet af andre Brugere er det tæt på umuligt at kunne tilbagekalde IP-licensen, og den vil pludseligt være evigtvarende.<sup>131</sup> Denne forståelse udledes af svensk ret, og der vil være en lignende forståelse i dansk ret. Det betyder altså, at så længe at Delt Brugergeneret Indhold af andre Brugere ikke vil kunne tilbagetrækkes, er det ikke muligt at tilbagekalde en IP-licens til Sociale Medier.

---

129

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152065&pageIndex=0&doclang=DA&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=214372> besøgt d. 26/3-2018

<sup>130</sup> Borberg, Vibeke: Hovedhensyn bag EU-Domstolens afgørelse i Google Spain-sagen. I: Professionshøjskolernes Videndatabase, 2016, s. 1-2 (Artikel)

<sup>131</sup> Haddad, Stéphanie: Facebooks förenlighet med svensk rätt. I: Nordisk Immateriellt Rättsskydd, 2011, s. 545 (Artikel)

### 4.1.3 Eksklusiv / Ikke eksklusive overdragelser

Det første led under Brugervilkårene beskriver, hvorledes de overtagne enerettigheder finder anvendelse. Rettighederne skal tolkes i lyset af ophavsmandens/skaberens eneret. Man sondrer her mellem ikke-eksklusiv og eksklusiv eneret.

Alle de Sociale Medier, som behandles i specialet, angiver deres licens som værende en ikke-eksklusiv overdragelse. Den ikke-eksklusive overdragelse afviger fra den normale retsstilling, hvor den skabende ophavsmand har eneretten til sit værk jf. ophavsretslovens §2. Gennem accept af Brugervilkårene vil Brugeren delvis overdrage sin eneret til værket på en sådan måde, at Brugeren selv kan råde over sit værk og indgå flere ikke-eksklusive aftale for sit værk.

#### 4.1.3.1 Eksklusiv

Eksklusiv ophavsret forstås som værende eneretten efter ophavsretsloven §2. Som specialet kom frem til i ovenstående, er eneretten overdragelig gennem aftale jf. ophavsretslovens §53. En eneret er som beskrevet en eksklusiv ret, der indebærer fuldstændigt ejerskab over et værk, som omfattes af ophavsretsloven § 2<sup>132</sup>. Dermed vil ethvert brug af ophavsmandens værk uden en tilladelse være ulovlig udnyttelse og kan sanktioneres efter ophavsretslovens kapitel 7. Såfremt Brugervilkårene fra de Sociale Medier havde valgt at benytte sig af en eksklusiv overdragelse, ville det stille Brugeren meget anderledes. Som Bruger ville man selv miste sin eneret til værket og ville altså ikke kunne indgå andre licensaftaler med andre Sociale Medier. Brugeren vil altså ikke kunne Uploade eller Dele sit billede på andre Sociale Medier længere.

Fra værkets skabelse indtil det bliver Uploadet til det Sociale Medie, vil den fysiske Bruger, ophavsmanden, altså nyde den eksklusive eneret til at råde over sit værk, men fra tidspunktet, det spredes vil der overgå nogle af enerettighederne til det Sociale Medie og retten er pludselig ikke-eksklusiv. At retten så bliver ikke-eksklusiv betyder dermed, at det Sociale Medier ikke overtager fuldstændig eneret til værket, men har delt rettighederne sammen med ophavsmanden/skaberen af værket. Ophavsmanden har desuden mulighed for at indgå andre aftaler med eksempelvis andre Sociale Medier, hvorved de så også vil få en ikke-eksklusiv ret, alt efter Brugervilkårene<sup>133</sup>.

---

<sup>132</sup> Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov, kommentar 20

<sup>133</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 612-613. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

#### 4.1.3.2 Ikke-Eksklusiv

Hvis en overdragelse derimod er ikke-eksklusiv og dermed simpel, vil der være tale om en ikke eneret over et værk<sup>134</sup>. Hvis en modpart skal have en ret, enten enkeltstående eller en ret til flergangsbrugs, vil dette være specificeret i aftale. Hvad er det simple, man kan ved simpel overdragelse af rettigheder? Eksempelvis kan det nævnes hvis en fotograf giver en forfatter en ikke-eksklusiv ret til at benytte et billede, som fotografen har taget, til forfatterens bog. Derefter vil forfatteren kun have ret til at bruge billedet til bogen som aftalen omfatter. Dermed må forfatteren ikke bruge billedet i andre sammenhæng. Fotografen må dog stadigvæk gerne bruge billedet til andre forhold og overdrage en ikke eksklusiv ret til samme billede til andre parter<sup>135</sup>.

Ved Facebook eksempelvis giver du som Bruger, Facebook en ikke-eksklusiv ret til dit IP-Indhold. En ikke eksklusiv rettighed som sådan betyder ikke noget i sig selv, medmindre der kommer noget efterfølgende beskrivende og aftalemæssigt, der beskriver hvilken type ikke-eksklusiv ret der er overdraget. Som beskrevet ovenfor, så indgår fotografen og forfatteren en aftale om, at forfatteren kan bruge fotografens billede i hans bog. Dette er som også ovenfor beskrevet en simpel overdragelse, altså en ikke-eksklusiv rettighed. Dog inden for Facebooks Brugervilkår bliver der generelt bare beskrevet ikke-eksklusiv, hvilket kan være to-delt i betydning. Hvad er det der er ikke-eksklusivt? Facebook beskriver

*“Specifikt gælder, at når du deler, slår op eller overfører indhold, der er dækket af immaterielle rettigheder (f.eks. billeder eller videoer), til eller på eller i forbindelse med vores produkter, tildeler du os en ikke-eksklusiv verdensomspændende licens, der må overføres, gives i underlicens og er gebyrfri, til at serverlagre, bruge, distribuere, modificere, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte arbejder af dit indhold”<sup>136</sup>*

Dette betyder, at kun det IP-Indhold som Brugeren Uploader til Facebook, som Brugeren har IP-rettigheder til er omfattet af denne ikke-eksklusive rettighed. Dette har også betydning, når Facebook viderlicensere denne ikke-eksklusive rettighed til tredjeparter. Rettigheden, som ophavsmanden oprindeligt var eksklusiv ejer over, vil i takt med Facebook og andre Sociale Mediers viderlicenserede rettigheder gøre, at der kommer flere ejere af værket, som ikke nødvendigvis kender eller respektere den oprindelige ophavsmand.

<sup>134</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 612-613. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>135</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 612-613. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

<sup>136</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

Eneretten, som beskrevet ovenfor, giver ophavsmanden råderet over sit værk ved at fremstille eksemplarer og gøre værket tilgængeligt for almenheden jf. Ophavsretsloven § 2. Denne eneret vil blive svækket ved, at man som Bruger fremfører sit værk på et Socialt Medie og dermed giver Facebook rettighed til at gøre værket tilgængeligt for almenheden, ved offentlig fremførelse i Ophavsretsloven § 2, stk. 3, nr. 3 og stk. 4.

Der kan diskuteres, hvorledes aftalen i Brugervilkårene om offentlige fremførelse, er specificeret nok således, at Brugeren ved, hvad det er for nogle rettigheder, han ikke mere har en eksklusiv eneret til ved sit IP-Indhold.

Ved en simpel overdragelse gennem accept af Ikke eksklusiv delen af Brugervilkårene, accepterer man som Bruger, at eneretten bliver delt med det Sociale Medie, man har Uploadet sit indhold på. Virkningen heraf er, at eneretten skal deles med det Sociale Medie, samt hvem end der tildes underlicenser til. Punktet om en ikke eksklusiv overdragelse på Sociale Medier er med til at fremme virket herpå, da formålet med de Sociale Medier er en så bred spredning af indhold som muligt. Ved at tage en eksklusiv overdragelse, ville der ikke være det samme ønske for Brugere at Uploade deres indhold på et Socialt Medie, da rettighederne straks ville overgå til det Sociale Medie, Brugeren Uploader sit værk på. En sådan overdragelse af eksklusive rettigheder ville betyde, at Brugeren ikke ville kunne Dele sit indhold på andre medier eller andre steder efterfølgende. De eksklusive licenser i ophavsretten ville give mening med værker som skabes med et formål, eksempelvis bestillingsværker. Tildelingen af ikke-eksklusive licenser er i overensstemmelse med den danske ophavsretslov §53, stk. 1 for delvis overdragelse af ophavsretten, og de Sociale Medier har det retlige grundlag herfor.

#### 4.1.4 Overdragelig

Alle de behandlede Sociale Medier i specialet har i deres Brugervilkår for IP-Indhold angivet, at de som Socialt Medie har retten til at overdrage eller overføre IP-Indhold til tredjeparter, herved forstås altså en videreoverdragelse af ophavsretten.

Det er som udgangspunkt tilladt at lave en fuldstændig overdragelse af ophavsretten igennem ophavsretsloven §53, stk. 1. Det skal her nævnes, at de rettigheder, som kan overdrages gennem aftale, er som de tidligere nævnte, er de økonomiske rettigheder og ikke de ideelle rettigheder, i ophavsretsloven §3. Hvilket betyder, ophavsmandens *droit moral* i ophavsretslovens §3 er stadig beskyttet. Udover de ideelle rettigheder af ophavsretsloven §3, er følgeretten i ophavsretslovens §38 også sikret imod overdragelse. Følgeretten vil blive beskrevet senere under afsnit 4.1.6 for royaltyfri og vederlagsfri. Ophavsretten er som nævnt

tidligere ikke muligt at videreoverdrage jf. ophavsretslovens §56, stk. 2. medmindre det er sædvanligt eller åbenbart forudsat at den skal videreoverdrages.

For at opsummere, er det altså eneretten, som består af eksemplarfremsættelse, offentlig fremførelse, visning og spredning som kan overdrages.<sup>137</sup> Altså beskyttelsens indhold som set i § 2 i ophavsretsloven.

De Sociale Medier benytter en meget vag beskrivelse i Brugervilkårene ved bare at angive, at man som Bruger overdrager en overdragelig/overførlig ret til Sociale Medier. Eftersom det Sociale Medie ikke nærmere angiver, hvad man som Bruger faktisk giver dem tilladelse til at videreoverdrage af indhold, kan vi altså udlede, at med den vage beskrivelse, vil dette ikke leve op til kravene for, at det er sædvanligt eller åbenbart forudsat jf. ophavsretslovens §56, stk. 2.

Den overdragede ophavsret i inter-partes forholdet, giver ikke tredjemand rettigheder til at benytte ens værk uden for det Sociale Medie, selv om det er forsøgt i flere tilfælde, ses det i retspraksis, at der stadig tages hensyn til ophavsretten for indhold Delt på henholdsvis Facebook i Hornsleth dommen<sup>138</sup> og Twitter i den amerikanske dom Agence France Press v. Morel<sup>139</sup>.

Udstrækningen af overdragelsen af ophavsretten er gennem retspraksis ikke så bred, som den ellers kunne fremgå i den vage beskrivelse i Brugervilkårene, da det som nævnt tidligere ses i retspraksis fra dommen U.2013.1704Ø, hvor en kunstner påkalder sig retten til at benytte sig af et portrætfoto, som er Delt på det Sociale Medie Facebook. Domstolen her vurderer, at Facebooks Brugervilkår ikke må forstås som, at retten er fuldstændig overdraget fra ophavsmanden, når Brugeren har accepteret Brugervilkårene.

Et lignende tilfælde ses fra Amerikansk retspraksis i sagen Agence France Press v. Morel, hvor en pressefotograf havde taget billeder og Tweetet fra sin profil på Twitter, hvilket efterfølgende var blevet Downloadet og Uploadet fra en anden Brugers Twitter profil. Herfra faldt et mediebyrå over billederne og spredte dem efterfølgende. En sådan spredning påstod de var tilladt igennem Twitters brugerbetingelser for tredjemandes rettigheder, men domstolen afviste påstanden, og en sådan afgørelse må anses som at være tilsvarende gældende i dansk ret.<sup>140</sup> Domstolene har altså i begge tilfælde benyttet sig af en

---

<sup>137</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 71. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>138</sup> U.2013.1704Ø Hornsleth dommen.

<sup>139</sup> Agence France Press v. Morel, 2011 WL 147718 (S.D.N.Y. Jan. 14, 2011)

<sup>140</sup> Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2016, s. 158-159 (Artikel)

indskrænkende fortolkning af Brugervilkårene for at sikre ophavsmanden beskyttelse imod henholdsvis krænkende brug af indhold, eller krænkelse af faderskabsretten til indhold.

#### 4.1.4.1 Overdragelighed til tredjemand gennem Brugervilkår

Overdragelse af ophavsretten gennem Brugervilkår tilfalder også til dels de rettigheder, som videreoverdrages til tredjemand. Her må forstås de rettigheder andre Brugere får til at Dele ens materiale igennem de funktioner, et Socialt Medie her udbyder, se Facebooks "*Deling funktion*", Twitters "*Retweets*", og YouTube med "*Embedding*". Disse former for spredning af ophavsretlig materiale finder deres hjemmel i ophavsretslovens §21, stk. 1. Ved accept af Brugervilkårene for de Sociale Medier, er alle disse funktioner åbenbart forudsat for en Bruger af et Socialt Medie, da funktionerne er en del af de Sociale Mediers hovedvirke. Man må som Bruger altså tåle, at ens indhold vil kunne blive fremført for et bredere publikum, herunder når det bliver spredt på de Sociale Medier gennem Deling, Retweets osv. da funktionerne er en del af det Sociale Medie. Nogle af funktionerne herunder indebærer som nævnt ovenfor også Embedding, hvor det er muligt at ens indhold kan Deles på et andet Socialt Medie, men på en måde det stadig kan spores tilbage til dets oprindelige kilde på internettet.<sup>141</sup>

Vi har allerede udledt gennem retspraksis at overdragelse til tredjemands udnyttelse uden for det Sociale Medie er yderst begrænset, og overdragelse af rettighederne her ikke betyder, at tredjemænd uden for aftale kan udnytte ens værker frit.

Som tidligere nævnt er den eneste måde at kunne undgå nogle af disse funktioner, er gennem de muligheder der findes for begrænsninger i ens privatindstillinger på et givet Socialt Medie eller ved at slette ens IP-Indhold fra det Sociale Medie inden der sker en spredning gennem de udbudte funktioner.

#### 4.1.4.2 Er der så overdraget en overdragelig ret

Udgangspunktet i ophavsretsloven er, at der kun må ske videreoverdragelse, hvis det er sædvanligt eller er åbenbart forudsat af aftalen. Ellers ville det ikke være muligt efter ophavsretsloven §56, stk. 2.

Sociale Medier kan ikke gennem deres Brugervilkår opnå rettighederne til at videreoverdrage ophavsretligt materiale uden, at det er forudsat, eller sædvanligt, og dette punkt i Brugervilkårene ville ikke kunne gøres gældende efter dansk ret.

Ved Sociale Medier, er det overordnede formål, at Dele og sprede indhold. Dermed må Brugeren altså tåle en fremførelse af sit værk igennem denne overdragelse jf. afsnit 4.1.4.1. Dette vil blive behandlet videre i Del 5. Et eksempel herpå må være, at se ens eget opslag

---

<sup>141</sup> Se afsnit 3.5.1.2.1.2 om Embedding.

som en del af det overordnede News Feed, der kører på det Sociale Medie. Man må også tåle alt efter ens privatindstillinger og det givne Sociale Medies virke, at ens indhold kan blive Linket til, eller Embedded på andre sider, her tænkes særligt på YouTube. YouTube er et Socialt Medie med stor åben tilgang, og videoer herfra kan let blive Embedded på andre hjemmesider og Sociale Medier, hvor kun YouTubes Player kan give personen der ser indholdet indtrykket af, at det muligvis kan stamme fra et andet sted.

Men som Bruger er man altså ikke tvunget til at tåle, at det Sociale Medie vælger at overdrage rettighederne til ens billeder til tredjemænd fra andre tjenester, et eksempel herpå ville være at se ens ophavsretlige beskyttede billeder fremgå af en anden hjemmeside, som har erhvervet rettigheder til at benytte sig af dem igennem det Sociale Medie. Dette må ses som ikke at være sædvanligt eller en åbenbart forudsat udnyttelse af Brugers indhold.

Eksempelvis tilfældet hvor en Bruger har skabt et digt, og Delt det på sin profil ved et Socialt Medie, vil Brugeren gennem sin accept af Brugervilkårene acceptere, at det Sociale Medie kan få rettigheder over ens digt. Denne rettighed er begrænset til, hvad det Sociale Medies formål er, og hvad er sædvanligt derpå. I dette tilfælde vil det være, at ens digt ville fremgå af tjenestens News Feed hvis vi benytter Twitter som Socialt Medie. Det vil ikke være åbenbart forudsat eller sædvanligt, at Twitter efterfølgende overdrager rettighederne til Brugers digt til en hjemmeside for digtsamlinger, og Brugeren vil altså ikke være tvunget til at acceptere en sådan overdragelse, selv om Brugeren har accepteret vilkårene i Twitters Brugervilkår.

Man må dog som Bruger tåle, at andre Brugere har muligheden for at hente ens digt ned og benytte det i den private sfære som for eksempel en privat digtsamling, men dette vil ikke forstås som en overdragelse af rettigheder.

Hvis et Socialt Medie ønsker at videreoverdrage en erhvervet ophavsret, er der altså krævet en særskilt accept fra den oprindelige ophavsmand.<sup>142</sup>

#### 4.1.4.3 Sammenfatning

Vi kan udlede herfra, at der er tale om en IP-Licens som overdrages fra den fysiske bruger, til det Sociale Medie, og denne overdragne licens kom vi frem til er ikke videreoverdragelig gennem accept af Brugervilkårene. Selv hvis vi antog, det ikke var et licens som var overdraget, men i stedet ophavsretten ubegrænset som var overdraget, har vi i ovenstående udledt at en sådan overdragelse af retten til at videreoverdrage, ikke kan finde sted i dansk

---

<sup>142</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 624-626. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)



ophavsret. Retsvirkningen af dette vil altså være, at dansk ret beskytter ophavsmanden imod at hans IP-Indhold bliver videreoverdraget til andre uden ophavsmandens specifikke accept.

#### 4.1.5 Viderelicensere

De Sociale Medier søger igennem Brugervilkårene at opnå rettigheder til at viderelicensere Brugerens indhold til tredjemand. Der er her tale om, at de Sociale Medier så kan viderelicensere det Delt IP-Indhold fra Brugere på deres platform, i henhold til den IP-licens Brugere har indgået. En viderelicensering vil være at sammenligne med en videreoverdragelse, grundet at licensen anses som værende en overdragelse og er derfor underlagt den samme retsvirkning som ses i ovenstående afsnit om Overdragelse i 4.1.4. Som tidligere udledt er udgangspunktet, at et licens er personligt og ikke kan videreoverdrages uden det er aftalt.<sup>143</sup> Hvilket så vil betyde, at udgangspunktet vil være, at det kun er gennem aftale og denne aftale ville altså skulle være nærmere specificeret og åbenbart forudsat for, at det er muligt for de Sociale Medier at viderelicensere indholdet jf. specialitetsgrundsætningen i ophavsretsloven §53, stk. 3. Specialitetsgrundsætningen i Ophavsretsloven §53, stk. 3. hvis formål er som angivet af Jørgen Blomqvist at beskytte den svage part mod *“unødigt brede og vidtgående rettighedsoverdragelser”*<sup>144</sup>. I tilfældet som her, hvor at det ikke er nærmere angivet præcis hvilket indhold som overdrages, men blot er angivet som, alt Brugergeneret Indhold en Bruger ville Uploade, er det unødigt bredt og vidtgående.

Vi kan altså udlede, at den overtagne licens fra Bruger til Socialt Medie, ikke giver de Sociale Medier rettighed til at videreoverdrage licensen til andre, selvom de angiver i Brugervilkårene, at de har denne ret. Som Anders Sevel Johnsen nævner i sin artikel om ophavsret på Sociale Medier, vil licensen eller dele af licensen blive tilsidesat, hvis der forekommer en viderelicensering.<sup>145</sup> Kun gennem en meget udstrakt fortolkning af licensen, hvor man vælger at anse det på niveau med aftalelicens for de kollektive forvaltningsmyndigheder, ville man kunne anse det som værende acceptabelt at viderelicensere i henhold til ophavsretten. Denne fortolkning må stadig afvises, da Sociale

---

<sup>143</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 142. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>144</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 168. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>145</sup> Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2016, s. 158 (Artikel)

Mediers hovedvirke ikke er en forvaltning af indhold, men nærmere en offentlig fremførelse af Brugergeneret Indhold.<sup>146</sup>

#### 4.1.6 Royaltyfri

Royalty begrebet omfatter en økonomisk modydelse som et vederlag for brug af eksempelvis forfatteres tekster.<sup>147</sup> Herfra udledes det, at når et Socialt Medie angiver, at den overdragne licens er Royaltyfri eller gebyrfri, må det betyde, at alt fremtidigt brug af Brugers indhold, ikke vil blive kompenseret økonomisk.

Samtlige af de behandlede Sociale Medier angiver, at overdragelsen er royaltyfri eller gebyrfri. Som vi kom frem til tidligere, er ophavsretten en formueret, som er overdragelig igennem aftale<sup>148</sup>, og dette gælder også for de økonomiske rettigheder jf. ophavsretsloven § 2. For Brugeren betyder det som sagt, at de økonomiske rettigheder er overdragelig gennem aftale. Brugeren har ikke krav på at blive kompenseret for ens Delte indhold, hvis Brugeren acceptere Brugervilkårene.

Som gennemgået i ovenstående, er der hjemmel i ophavsretsloven til overdragelsen af de økonomiske rettigheder jf. ophavsretsloven §53, og Brugeren må derfor acceptere ikke at blive kompenseret økonomisk for sit Delte indhold, såfremt det er accepteret i aftalen.

Der er dog det ufravigelige beskyttelseshensyn i Ophavsretsloven §38 for følgeretsvederlag, som omfatter udvalgte værker som er godkendt af Copydan<sup>149</sup>. Følgeretsvederlaget garanterer ophavsmanden en økonomisk compensation ved videresalg af værker. Dette har ikke en betydelig relevans for Deling på Sociale Medier, da et værk skal være unikt.

Det kan dog argumenteres for med den udvikling der ses indenfor "*blockchain*"<sup>150</sup> teknologien (herefter Blockchain), at Brugere i fremtiden får mulighed for at Dele indhold på en måde over internettet samt Sociale Medier, hvor at det Delte indhold vil være unikt og kun eksistere i helt begrænsede eksemplarer jf. Ophavsretsloven §38, stk. 1.

Det kan altså i fremtiden være, at Ophavsretsloven §38 med følgeretsvederlaget kan bevæge sig fra de professionelle, omfattet af ophavsretsloven §38, stk. 2, til internettet og de

---

<sup>146</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 171. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>147</sup>

[http://denstoredanske.dk/Samfund, jura og politik/Jura/Immaterialret, herunder ophavsret/royalty](http://denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Jura/Immaterialret,_herunder_ophavsret/royalty) besøgt d. 7/5-2018

<sup>148</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 524. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>149</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 454. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>150</sup> <https://universe.ida.dk/tema/blockchain/> besøgt d. 27/4-2018

Sociale Medier, når kunstnere får muligheden for at skabe unikke værker, der kan handles over internettet eller Sociale Medier.

Der ville altså kunne argumenteres for at følgeretsvederlaget i ophavsretsloven §38 skal respekteres, såfremt der sker denne udvikling, at det Sociale Medie vil lade Brugere Uploade og Dele indhold, som er unikt i form af Blockchain teknologien. Allerede nu fremgår teknologien af diverse amerikanske tjenester, som eksempelvis "*binded.com*," som er en tjeneste der tildeler ens billeder et unikt Blockchain fingeraftryk.<sup>151</sup>

Følgeretsvederlaget jf. ophavsretslovens §38, stk. 5. skal fordeles af en organisation, som er godkendt af kulturministeren. Copydan er den ministerielle godkendte organisation, der varetager følgeretsvederlaget.<sup>152</sup>

Hvis vi antager, at Sociale Medier benytter sig af overdragelsen af rettigheder for at tjene penge på deres Brugeres Uploadede indhold, er det som udgangspunkt muligt for dem at gøre det uden at kompensere de Brugere, hvis indhold bliver solgt eller licenseret videre.

Brugeren kan sagtens aftale sig til et gebyrfrit/royaltyfrit forhold, så Brugeren intet krav har på økonomisk compensation for enhver type udnyttelse af sit Brugergenerede Indhold.

Ovenstående omkring følgeretsvederlaget jf. ophavsretsloven §38. er ikke gældende ret inden for Sociale Medier, men et bud på hvordan en eventuel ophavsretlig udvikling kunne være. Dermed skal ovenstående tages med i en snæver betragtning. Argumentet for, hvorfor følgeretsvederlaget muligvis ville være relevant i fremtiden på Sociale Medier, ligger i at teknologien allerede findes og dermed kunne ovenstående diskussion være relevant i fremtiden.

#### 4.1.7 Verdensomspændende samt Global

De behandlede Sociale Medier angiver i Brugervilkårene, at Brugerne accepterer, at det overdragne licens er globalt/verdensomspændende. Grunden til dette angives under Brugervilkårene må forstås som, at en licensaftale typisk vil fortolkes indskrænkende efter specialitetsgrundsætningen jf. ophavsretsloven §53, stk. 3. De Sociale Medier søger altså gennem en så bred fortolkning som muligt, at få aftalen til at dække over alle tænkelige forhold. Der er intet til hinder for, at man overdrager en licens med geografiske

---

<sup>151</sup> <https://binded.com/> besøgt d. 28/3-2018

<sup>152</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 454. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

begrænsninger i ophavsretten,<sup>153</sup> hvilket modsætningsvis betyder, at man selvfølgelig godt kan overdrage et licens til at udnytte materialet på et globalt plan.

Betydningen af dette må forstås som, at Brugeren acceptere at sit ophavsretlige indhold kan Deles over hele verden, hvilket giver mening i henhold til det Sociale Medies hovedvirke med Deling af Brugergeneret Indhold. Det globale licens muliggør altså den offentlige fremførelse, som det fremgår af ophavsretslovens §2, stk. 3, nr. 3.

Peter Schønning angiver den geografiske rettighedsopdeling i sin bog Ophavsretsloven<sup>154</sup> med kommentarer, at det er hjemlet i lovmotiverne for 1961 til ophavsretsloven § 27<sup>155</sup> et udgangspunkt for, at man som licensgiver kan give rettigheder til at ens værk kan blive spredt, Delt, vist med mere over hele verden. Der er altså intet til hinder for, at man ophavsmæssigt giver en verdensomspændende licens jf. Ophavsretsloven § 53<sup>156</sup>.

Som ophavsmand kan man give eksklusive rettigheder til forskellige forlag, hvorved disse forlag har eneretten i henholdsvis Frankrig, og et andet forlag kan således have eneretten i USA, til produktionen. Ved eksemplet ved ikke-eksklusive rettigheders overdragelse, vil man aldrig have en eneret, som beskrevet ovenfor. Dermed vil en ophavsmand sagtens kunne give licens til sine værker til andre verdensomspændende licenstagere såsom andre Sociale Medier.

Selv om man som Bruger accepterer at ens indhold kan vises globalt og muligvis kan tilgås fra alle steder i verden, er ens indhold stadig beskyttet af den danske ophavsretslov.<sup>157</sup>

Derfor ændrer det globale element af Brugervilkårene ikke på de ideelle rettigheder, man har som ophavsmand til sit indhold, derfor er faderskabsretten samt respektretten stadig sikret igennem ophavsretsloven §3.

Som vi gjorde rede for tidligere i dette speciale, giver de Sociale Medier Brugeren mulighed for gennem sine privatindstillinger at begrænse spredningen til et vist punkt, så man kan forsøge at forebygge at ens ophavsretlige materiale Deles globalt. Det er begrænset, hvor meget disse indstillinger kan beskytte Brugeren mod denne spredning. YouTube giver Brugeren mulighed for at begrænse adgangen til indhold regionalt, privat og gennem links, hvilket giver mulighed for at undgå en global fremførelse af indholdet. Det skal nævnes at YouTube stadig ville kunne have adgang til indholdet uanset Brugers begrænsninger, hvilket også er gældende for de andre behandlede Sociale Medier.

---

<sup>153</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 528-529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>154</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>155</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>156</sup> Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 528-529. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>157</sup> Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. Side 74. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)

De Sociale Medier angiver derfor, at licensen er global eftersom at hovedfunktionerne og standard privatindstillingerne er med til at fremme, at dit indhold kan Deles, Likes og fremføres globalt, og selv igennem en helt lukket profil, vil det Sociale Medie som Uploades til, stadig kunne få adgang til indholdet. Privatindstillingerne kan altså ikke give en rigtig aftalemæssig geografisk begrænsning.

#### 4.1.8 Underlicenser

Underlicenser og viderelicenser afviger fra hinanden i udstrækningen af videreoverdragelsen. En mere specifik angivelse af de to er, at gennem viderelicensering overdrager man alle de rettigheder licensen indeholder, på et sammenligneligt niveau med videreoverdragelse jf. ophavsretslovens §56, stk. 2. Hvorimod at underlicenser vil være en mere begrænset videreoverdragelse af licenser. Den effekt en sådan ordlydsfortolkning egentlig må have, er at et underlicens har en større sandsynlighed for at blive anset som værende acceptabel i ophavsretten.

I svensk ret uddybes underlicenser og ideelle rettigheder som:

*“Även i det fallet att Facebook upplåter sin rätt, har underlicenstagaren ingen bättre rätt gentemot huvudlicensgivaren än vad Facebook har, vilket än en gång utesluter en användning som strider mot den ideella rätten.”<sup>158</sup>*

Hvilket må forstås som underlicensen altid vil være inden for rammerne af hoved licensen eller en mere begrænset version heraf, men den skal altså respektere ophavsmandens ideelle rettigheder. En sådan forståelse vurderer vi også værende gyldig i dansk ophavsret. Det må altså forstås som, at ophavsretten ville give Sociale Medier tilladelse til at uddele underlicenser til IP-Indhold, såfremt de er indenfor rammerne af hovedlicensen og tager hensyn til ophavsmandens droit moral rettigheder i ophavsretslovens §3. Dette udleder vi fra det ovennævnte citat, samt fra artikel af Anders Sevel Johnsen, der angiver i henhold til Facebooks gamle Brugervilkår at:

*“Ved viderelicensering må det dog anses for mere sandsynligt, at (dele af) licensen vil blive tilsidesat.”<sup>159</sup>*

Facebook har efter Anders Sevel Johnsens artikel opdateret deres Brugervilkår til ikke længere at benytte sig af “*videre-licenserbar*”<sup>160</sup>, men til istedet at bruge begrebet “*gives i underlicens*”<sup>161</sup> Derfor fortolkes citatet af Anders Sevel Johnsen og rettigheden for de Sociale

---

<sup>158</sup> Haddad, Stéphanie: Facebooks förenlighet med svensk rätt. I: Nordisk Immateriellt Rättsskydd, 2011, s. 544 (Artikel)

<sup>159</sup> Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immateriellt Rättsskydd, 2016, s. 158 (Artikel)

<sup>160</sup> <https://www.facebook.com/legal/terms> besøgt d. 7/5-2018

<sup>161</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

Medier at kunne viderelicensere som værende underlicenser, den mere begrænsede licens af hoved licensen. Derfor efter en opdatering af deres vilkår, fremstår det mere rigtigt nu end tidligere, grundet at det ikke anses for værende gældende at kunne "*videre-licenserbar*"<sup>162</sup>, som det fremgik af de gamle Brugervilkår for Facebook.

Indenfor svensk ret vil alle underlicenser tildelt ud fra ens hovedlicens ophøre, hvis Brugeren vælger at slette sin profil så hovedlicensen ophører.<sup>163</sup>

#### 4.1.9 Brugsretten til licens

Ved brugsretten til licens menes der den brug, som de Sociale Medier tilegner sig gennem licensen ved angivelse af den brug de har til Brugers indhold, eksempelvis Twitters: "*to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute such Content in any and all media or distribution methods (now known or later developed)*"<sup>164</sup>

Når overdragelsen ikke er en fuldstændig overdragelse, men blot en begrænset overdragelse forstås det som en brugs licens til indholdet. Et licens vil typisk være mere begrænset i forhold til den fuldstændige overdragelse.<sup>165</sup> Jørgen Blomqvist nævner for licenser, i modsætning til fuldstændig overdragelse, at licenstageren ikke har samme ret for at ændre i et værk, medmindre det er specifikt aftalt.<sup>166</sup> Som vi har udledt det tidligere, vil vi forstå dette som et krav til en aftale for ændringerne i det licenserede indhold, og ikke blot den åbne og brede ret, som Brugervilkårene opstiller. Hvilket betyder, at den mere begrænsede brugsret til et licens her kommer på spil, når der søges at foretages ændringer i et værk.

Som udledt tidligere, er der også krav i forhold til de ideelle rettigheder, når vi taler om licenser, og underlicenser hertil. Selv om der gives begrænsede rettigheder til Brugers indhold, skal man respektere de ideelle rettigheder i ophavsretsloven §3.

Som nævnt ovenfor har Twitter en yderst uddybende angivelse af alle de typer brug af indhold. Det fremgår af Brugervilkårene for indhold:

*"to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute such Content in any and all media or distribution methods (now known or later developed).*"<sup>167</sup>

<sup>162</sup> <https://www.facebook.com/legal/terms> besøgt d. 7/5-2018

<sup>163</sup> Haddad, Stéphanie: Facebooks förenlighet med svensk rätt. I: Nordisk Immateriellt Rättsskydd, 2011, s. 545 (Artikel)

<sup>164</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>165</sup> Schönning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. Side 525. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)

<sup>166</sup> Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. Side 142. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)

<sup>167</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

Når man læser dette uddrag af Twitters Brugervilkår, er der ikke mange måder man kan forestille sig ens indhold ikke vil kunne blive udnyttet på. Da et licens er kendetegnet som en brugsret, vil en ret til at ændre på værket altså ikke høre hjemme under den tildelte licens. Så når Twitter angiver i deres licens, at de som Socialt Medie har retten til at "*modify*"<sup>168</sup> altså ændre i Brugerens værk, må vi fortolke det som ikke gældende. Dette er grundet, at det går ud over, hvad der kan overdrages igennem et licens.

YouTube angiver på en lignende måde en ret til at "*bearbejde værker*"<sup>169</sup>, som også går ud over den brugsret til indhold som må forstås ved et licens.

Udstrækningen af licensen er kun gældende for den type brug inden for aftalen. Når de Sociale Medier herefter angiver en meget bred type brug som omfatter næsten alle tænkelige typer udnyttelse, skal det ikke forstås som værende specifikt angivet, og derfor vil alle de angivne typer udnyttelser i licensen ikke være gældende.

Facebook og Instagram angiver på lignende vilkår, at de har samme rettigheder til at bruge indhold, redigere og bearbejde med mere, som Youtube og Twitter. Denne brug vil stadig være begrænset af en innskærpende fortolkning i specialitetsgrundsætningen jf. ophavsretslovens §53, stk. 3.

---

<sup>168</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>169</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

# Del 5. Hvad må Brugeren tåle ophavsretligt?

## 5.1 Introduktion til afsnit

Efter den ovenstående redegørelse for gældende ophavsret ud fra de Sociale Mediers Brugervilkår, hvad kan vi så udlede, at man som Brugere må tåle af den aftale, man har indgået med de Sociale Medier behandlet i dette speciale?

I ovenstående er udledt retsstillingen for de forskellige punkter af de Sociale Mediers Brugervilkår. I del 5 af specialet vil der blive sat ovenstående konklusioner for retsstillingen sammen med hvert enkelte Sociale Mediers Brugervilkår for at kunne udlede, hvad Brugeren må tåle ved accept af Brugervilkårene.

De Sociale Medier vil i det følgende blive behandlet enkeltvis, og til sidst bliver der lavet en sammenfatning for at se, om der er nogle afvigelser i, hvad de Sociale Medier har mulighed for at gøre med Brugers Delt indhold.

## 5.2 Facebook

Det fremgår af Facebooks Brugervilkår for immaterielle rettigheder:

*“...tildeler du os en ikke-eksklusiv verdensomspændende licens, der må overføres, gives i underlicens og er gebyrfri, til at serverlagre, bruge, distribuere, modificere, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte arbejder af dit indhold”<sup>170</sup>*

Brugere må herunder tåle, at den overdragne licens til sit Delt indhold er “ikke-eksklusiv”. Ikke-eksklusiv er det punkt, der giver Brugeren mulighed for at lave en offentlig fremførelse til sit indhold på flere tjenester, og giver Brugeren retten til fortsat at råde over, hvad Brugeren selv ejer, selvom det Sociale Medie Facebook i dette tilfælde også får en begrænset ret til Brugers indhold. Den ikke-eksklusive rettighedsoverdragelse er hjemlet i den begrænsede overdragelse jf. ophavsretslovens §53, stk. 1.

Det “verdensomspændende” led giver de Sociale Medier muligheden for at gøre Brugers indhold tilgængeligt globalt. Den geografiske rettighedsopdeling er tilladt i dansk ret jf. ophavsretslovens 53, stk. 1. Brugeren må derfor tåle, at sit IP-Indhold kan blive Delt globalt, ved at acceptere Facebooks Brugervilkår.

---

<sup>170</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018



“Overføres” må forstås som det overdragelige. Når der er tale om, at licensen angiver sig selv som at være overdragelig, er det altså en videreoverdragelse. Der er ikke hjemmel til at videreoverdrage Brugerens indhold, medmindre dette var åbenbart forudsat jf.

ophavsretsloven § 56. Det vurderes ikke at være åbenbart forudsat i tilfældet, hvor du vælger at benytte et Socialt Medie til at Dele Brugergeneret Indhold med dit netværk. Der er altså ikke hjemmel i ophavsretsloven for et Socialt Medie at lave en egentlig overdragelse af dine rettigheder til en anden part uden særskilt aftale jf. ophavsretsloven §56, stk. 2.

“Underlicens” er den mere begrænsede licens, som kan tildeles fra hoved licensen. En sådan mindre byrdefuld licens kan i nogle tilfælde være acceptabel i den danske ophavsretslov. Det kræver dog, at licensen er indenfor den originale licens.<sup>171</sup> Et underlicens skal dog fortolkes indskrænkende i henhold til specialitetsgrundsætningen jf. ophavsretslovens §53, stk. 3. Dermed må en Bruger tåle, at ens IP-Indhold vil kunne blive underlicenseret ud til tredjeparter dog af mindre byrdefuld karakter.

“Gebyrfri” indebærer, at Brugeren acceptere ikke at blive kompenseret økonomisk for sit indhold. Den måde det Sociale Medie fungerer på nu, er der intet i vejen for at overdrage sit Brugergenerede Indhold vederlagsfrit. Hvilket betyder, at Brugeren må tåle ikke at blive kompenseret økonomisk. I fremtiden kunne følgeretsvederlaget i ophavsretsloven §38 muligvis udstrækkes til Blockchain beskyttede værker.<sup>172</sup> Teknologien er så småt ved at komme hertil, som udledt tidligere, men de Sociale Medier har ikke taget teknologien til sig endnu. Derfor må Brugeren tåle ikke at blive betalt for sit indhold Uploadet på Facebook.

Denne licens omhandler som tidligere nævnt kun indhold som er:

*“dækket af immaterielle rettigheder (f.eks. billeder eller videoer)”<sup>173</sup>*

Hvilket betyder, at Brugergeneret Indhold, som ikke falder ind under kategorien “*Intellectual property*” ikke er omfattet af denne IP-Licens, og Facebook som Socialt Medie tilegner sig ikke de ovennævnte rettigheder til det indhold. Eftersom behandlingen herunder primært fokusere på ophavsretlig beskyttet indhold, vil det ikke behandles nærmere.

Facebook angiver for deres brug af den overdragne licens, at de tilegner sig retten til at: *“til at serverlagre, bruge, distribuere, modificere, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte arbejder af dit indhold”<sup>174</sup>*

---

<sup>171</sup> Se afsnit 4.1.8 om Underlicenser.

<sup>172</sup> Se afsnit 4.1.6 om Royaltyfri.

<sup>173</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

<sup>174</sup> [https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018

En sådan angivelse af brugsret vil stadig skulle fortolkes indskrænkende jf. specialitetsgrundsætningen i ophavsretslovens §53, stk. 3. Men det stiller de Sociale Medier i en bedre retsstilling, hvis de ønsker at benytte Brugers indhold, da de her nævner hvilken type brug, der kan forventes fra de Sociale Mediers side. IP-licensen er hermed blevet mere klar, hvorved dette kun vil hjælpe det Sociale Medie med at tilegne sig en bredere brug. Dermed må Brugeren tåle et brug af deres IP-Indhold inden for tjenesten. Som vi tidligere har udledt af den danske ophavsret, er de ideelle rettigheder i ophavsretsloven §3 ufravigelige, derfor vil det aldrig være muligt for et Socialt Medie at bryde en ophavsmands rettigheder og bruge indholdet uden at skulle respektere faderskabsretten eller respektretten, så længe værket er underlagt en ophavsretlig beskyttelse. Derfor vil den type brug det Sociale Medie ønsker at tilegne sig til indholdet, altid skulle respektere ophavsmandens *droit moral*.

### 5.3 Twitter

Det fremgår af Twitters Brugervilkår for immaterielle rettigheder:

*“By submitting, posting or displaying Content on or through the Services, you grant us a worldwide, non-exclusive, royalty-free license (with the right to sublicense)”<sup>175</sup>*

“*Worldwide*” betyder at det overdragne licens er verdensomspændende. Twitter har samme ret som Facebook for at aftale sig til en global verdensomspændende licens til indholdet, der giver dem muligheden for at have deres virke internationalt og fungere som Socialt Medie. Se eventuelt ovenstående om “*verdensomspændende*” fra Facebook i afsnit 5.2.

Ved “*non-exclusive*” forstås der igen her, den ikke-eksklusive licens, som betyder, at Brugeren fortsat kan Dele og bruge sit eget indhold som vedkommende ønsker det. Se eventuelt ovenstående om “*ikke-eksklusiv*” fra Facebook i afsnit 5.2.

“*Royalty-free*” betyder at Twitters Brugere bliver ikke kompenseret for deres Uploadede indhold, som Deles. Dette må Brugeren dermed tåle på lignende vilkår som ved Facebook. Se eventuelt ovenstående om “*Gebyrfri*” fra Facebook i afsnit 5.2.

“*Sublicense*” er retten til at tildele underlicenser til den hoved licens Brugeren har accepteret. Twitter har på lignende vilkår med Facebook en ret til at tildele underlicenser til Uploadet indhold på tjenesten. Se eventuelt ovenstående om “*Underlicens*” fra Facebook i afsnit 5.2.

---

<sup>175</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

Af disse punkter er de alle altså tilladt overdragelige igennem den danske ophavsretslov jf. ophavsretsloven §53, stk. 1.

Twitter angiver i deres Brugervilkår hvilken type udnyttelse af indhold, der vil kunne forekomme igennem en spredning af Brugergeneret Indhold på deres tjeneste igennem: *“to use, copy, reproduce, process, adapt, modify, publish, transmit, display and distribute such Content”*<sup>176</sup>

Det giver Twitter en bedre stilling i forhold til, hvornår vi antager, at deres anvendelse går ud over, hvad der kan forventes af et Socialt Medie. Alle disse udnyttelsesformer har dog tilfælles, at de ikke kan afvige fra Brugersens droit moral rettigheder i ophavsretslovens §3, og altså ville fortsat være underlagt respektretten, samt faderskabsretten. Dermed må Brugere af Twitter tåle en bredere brug af deres indhold, end hvis der ikke var angivet som her præciseret hvilken type brug.

Twitters Brugervilkår omfatter alt Delt indhold på tjenesten, men det er værd at nævne at ophavsretten kun beskytter IP-Indhold omfattet af ophavsretslovens §1, så der bliver ikke taget stilling til Brugergeneret Indhold, som ikke er beskyttet af ophavsretten.

## 5.4 Instagram

Det fremgår af Instagrams Brugervilkår for immaterielle rettigheder:

*“Derimod, når du deler, slår indhold op eller overfører indhold, som går under immaterielle rettigheder (såsom billeder eller videoer) på eller i forbindelse med vores tjeneste, tildeler du os herved ikke-eksklusiv, royaltystri, overførbart, underlicenserbar verdensomspændende tilladelse som værtsudbyder til at anvende, distribuere, ændre, køre, kopiere, offentligt afspille eller vise, oversætte og skabe afledte værker af dit indhold”*<sup>177</sup>

“ikke-eksklusiv” som ovenstående angiver den ikke-eksklusive overdragelse af eneretten, hvilket er tilladt på lignende vilkår som Facebook. Se eventuelt ovenstående om “ikke-eksklusiv” fra Facebook i afsnit 5.2.

“royaltystri” fremgår som Instagrams angivelse af vederlagsfri. Det er tilladt at overdrage sit ophavsretlige materiale uden at blive kompenseret økonomisk for det. Dette er på lignende vilkår med Facebooks vilkår for royaltystri. Se eventuelt ovenstående om “Gebyrstri” fra Facebook i afsnit 5.2.

---

<sup>176</sup> <https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018

<sup>177</sup> [https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018

“Overførbart” også forstået som overdragelig, altså videreoverdragelsen jf. ophavsretslovens §56 er som angivet tidligere, ikke tilladt for Instagram igennem licensaftalen. Dette punkt vil altså ikke kunne gøres gældende i dansk ophavsret. Dermed vil Brugeren ikke skulle tåle, at ens IP-Indhold må overdrages til tredjemand. Se eventuelt ovenstående om “Overføres” fra Facebook i afsnit 5.2.

Ledet “verdensomspændende” giver licensen det globale element og den geografiske angivelse for fremførelsen af ophavsretten på lignende vilkår med Facebook. Se eventuelt ovenstående om “verdensomspændende” fra Facebook i afsnit 5.2.

“Underlicenserbar” forstås på lignende vilkår Twitters “sub-licenses” og Facebooks “underlicens”, hvilket vil være acceptabelt inden for ophavsretten, såfremt det som angivet i ovenstående, falder indenfor den overdragne licens, og er åbenbart forudsat. Se eventuelt ovenstående om “Underlicens” fra Facebook i afsnit 5.2.

Instagram angiver nærmere, at den overdragne licens omhandler IP-Indhold som billeder og videoer. Instagram gør op for hvilken type brug af indhold, man kan forvente fra deres side, når man indgår aftalen. Udstrækningen heraf er dog særdeles bred, og skal fortolkes i henhold til specialitetsgrundsætningen i ophavsretsloven §53, stk. 3. Uanset hvad ville Instagram dog ikke kunne fravige ophavsmandens droit moral i ophavsretsloven §3. Brugeren må altså tåle en vis udstrækning i henhold til Instagrams brug af det Delte indhold.

## 5.5 YouTube

Det fremgår af YouTubes Brugervilkår for immaterielle rettigheder:

*“YouTube en global, ikke-eksklusiv, royaltifri, overdragelig licens (med tilladelse til at viderelicensere)”<sup>178</sup>*

Beskrevet i ovenstående under 5.2 har “global” hjemmel i den danske ophavsretslov ved rettighedsopdeling jf. Ophavsretslovens §53, stk. 1. Dermed er det tilladt at aftale en geografisk licens over indhold på lignende vilkår med ovenstående Sociale Medier. Se eventuelt ovenstående om “verdensomspændende” fra Facebook i afsnit 5.2.

Ledet “ikke-eksklusiv” er på lignende vilkår med ovenstående Sociale Medier og er også tilladt. Se eventuelt ovenstående om “ikke-eksklusiv” fra Facebook i afsnit 5.2.

---

<sup>178</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

YouTubes "royaltyfri" led, er også tilladt på lignende vilkår som ovenstående Sociale Medier. Se eventuelt ovenstående om "Gebyrfri" fra Facebook i afsnit 5.2.

YouTube angiver også retten til "overdragelig" men som for de andre Sociale Medier, er der ikke hjemmel i ophavsretsloven til frit at videreoverdrage ophavsretten. Se eventuelt ovenstående om "Overføres" fra Facebook i afsnit 5.2.

"Viderelicensere" er det samme som at overdrage en ophavsret, så det vil have samme resultat som overdragelse, altså ikke være acceptabelt i den danske ophavsretslov §56. Se eventuelt ovenstående om "Overføres" fra Facebook i afsnit 5.2.

YouTube uddyber også på hvilken type brug de altså vil kunne udnytte det Uploadede indhold gennem deres Brugervilkår:

*"til at bruge, gengive, distribuere, bearbejde værker, vise og fremføre det pågældende Indhold i forbindelse med udbud af Tjenesten samt på anden måde i forbindelse med udbud af Tjenesten og YouTube's virksomhed, herunder for eksempel til at promovere og redistribuere dele eller hele Tjenesten (og udgaver heraf) i et hvilket som helst medieformat [og via enhver mediekanal];"<sup>179</sup>*

Her er det ikke lige så byrdefuldt, som vi ser under Facebook, Twitter og Instagram, da YouTube angiver brugen som værende inden for tjenesten eller for selve promoveringen af tjenesten. Brugen skal stadig fortolkes indskrænkende i henhold til specialitetsgrundsætningen jf. ophavsretslovens §53, stk. 2. Alle de forskellige typer brug, indenfor eller udenfor mediet, vil stadig skulle respektere de ideelle rettigheder. Så herfor er ophavsmandens droit moral rettigheder i ophavsretslovens §3 stadig sikret.

YouTube angiver ikke noget særligt for typen af indhold, så som ovenstående må det antages at deres Brugervilkår gælder alt Brugergenereret Indhold, men ophavsretten kun vil beskytte IP-Indhold omfattet af ophavsretslovens §1.

## 5.6 Sammenfatning

De Sociale Medier har udformet brede og heldækkende Brugervilkår for at opnå flest mulige rettigheder over det Delt Brugergenererede Indhold på deres tjenester. Meget af grunden hertil er, at Sociale Mediers hovedvirke er Deling af billeder, tekster og med mere se eventuelt afsnit 3.3 Værker på Sociale Medier. Derfor kræver det nogle overdragelser af

---

<sup>179</sup> <https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018

rettighederne til Sociale Medier for, at de kan begå sig og håndtere den store mængde ophavsretligt materiale, Brugere Uploader. Men som det fremgår af ovenstående, vil udstrækningen af disse vilkår ofte blive afgrænset af, hvad man som Bruger kan forvente af Sociale Mediers udnyttelse af ens indhold.

De Sociale Mediers tilegnede rettigheder til Brugernes indhold vil ikke kunne videreoverdrages til andre parter, men der ville kunne tildeles mindre underlicenser som en mere begrænset ret til noget af indholdet, men udstrækningen af dette vil være begrænset. Som Bruger må man altså tåle meget fra de Sociale Medier, men de fleste Sociale Medier giver dog en nogle muligheder for at begrænse spredningen af ens indhold igennem privatindstillinger for ens profil. Dog vil privatindstillingerne ikke kunne begrænse det Sociale Medies adgang til Brugers indhold. Uanset hvor byrdefuld overdragelsen af IP-licensen er, vil de Sociale Medier aldrig kunne fravige de ideelle rettigheder. Dermed har man som Bruger altid krav på at blive krediteret for sine værker, og enhver mulig udnyttelse af Brugergeneret Indhold skal respektere den originale ophavsmand.

## Del 6 Konklusion

Det er i specialet blevet søgt at redegøre for den ophavsretlige retsstilling for Brugeren, der Deler Brugergeneret Indhold på Sociale Medier. Der er blevet redegjort for at denne type indhold dækker over mange forskellige værkstyper, som er underlagt en ophavsretlig beskyttelse. Enten som værks beskyttelse gennem ophavsretsloven §1 eller som en naboretlig beskyttelse af ophavsretslovens kapitel 5.

Specialet kommer frem til, at den accepterede IP-Licens mellem Brugeren og de Sociale Medie er et ophavsretligt IP-Licens. Selve IP-licensen indeholder ingen økonomisk modydelse for en reel ydelse, som en IP-licens normalt indeholder. Denne type IP-Licens er blot en reel ydelse for en reel ydelse, da Brugeren betaler for det Sociale Medies funktioner, med sit indhold, sine oplysninger og sin tilstedeværelse. Den ophavsretlige beskyttelse dækker over flere beskyttelseshensyn, som er med til at sikre den oprindelige ophavsmand. Specialet kommer frem til, at der er en byrdefuld mængde Brugervilkår, som Brugeren skal acceptere for at kunne benytte sig af et Socialt Medie. Det Sociale Medie påtager sig ikke ejerskab over indholdet, hvilket betyder, at Brugeren stadig ejer de Uploadede værker. Når Brugeren Uploader sit indhold på et Socialt Medie, så anses det som værende offentlig fremførelse. Det betyder altså, at der ikke sker en konsumtion af retten til at sprede indholdet. Brugeren må dog tåle efter Upload, at der kan ske offentlig fremførelse af sit værk jf. ophavsretslovens §21.

IP-licensen som Brugeren accepterer giver ikke det Sociale Medie retten til at viderelicensere, videreoverdrage eller overføre Brugergeneret Indhold, selv om de angiver det i Brugervilkårene. Dette grundet beskyttelsen i specialitetsgrundsætningen i ophavsretsloven §53, stk. 3 der gør, at aftalen mellem Bruger og det Sociale Medie skal fortolkes indskrænkende. Desuden angiver ophavsretsloven §56, stk. 2 at en overdraget ophavsret ikke kan videreoverdrages medmindre, det er sædvanligt og åbenbart forudsat. De Sociale Medier behandlet i dette speciale har alle angivet i Brugervilkårene, at de har retten til videreoverdragelse, men specialet er kommet frem til at den eneste måde det Sociale Medie kan videreoverdrage noget af den indgåede licens på, er gennem mindre byrdefulde Underlicenser.

Det kan konkluderes at Brugeren af det Sociale Medie må tåle ikke at blive kompenseret økonomisk for værker, som Uploades til Sociale Medier, medmindre der i fremtiden eventuelt kunne forekomme Blockchain teknologien for ophavsretlige værker på Sociale Medier, hvor at følgeretsvederlaget jf. Ophavsretslovens §38, herfra ville kunne finde anvendelse.

Brugeren må acceptere, at Uploadede værker vil kunne tilgås globalt med forbehold for sine privatindstillinger, hvilket er den eneste måde, man kan begrænse den geografiske tilgang. Gennem dansk og amerikansk retspraksis kan det konkluderes, at ophavsmandens rettigheder ikke konsumeres igennem at blive Uploadet til Sociale Medier, samt at Brugers ideelle rettigheder i Ophavsretslovens §3 ikke kan fraviges.

Det Sociale Medie giver Brugeren funktionen at kunne Dele, Like, Kommentere og sprede indhold samtidigt med, at Brugers eget indhold kan komme ud for de samme funktioner, alt efter privatindstillingerne. Funktioner som dette er ophavsretligt stillet som Linking samt Embedding, som er tilladt gennem retspraksis som C-466/12 Svensson Dommen.

De Sociale Medier i afhandlingen, har igennem deres Brugervilkår angivet at licensen ophører ved at man sletter sin profil på tjenesterne. Twitter angiver ikke en sådan tilbagetrækning af indhold. For Facebook, Instagram og YouTube, er det delvis i overensstemmelse med retten til at blive glemt, men eftersom det ikke udstrækkes til når andre Brugere Deler ens indhold, vil det ikke være i fuldstændig overensstemmelse hermed. Eftersom de Sociale Medier ikke vælger at angive om hvorvidt indhold som de har ibrugtaget af dem selv, må dette indhold også forstås som at blive tilbagetrukket når Brugeren sletter sin profil på tjenesterne.

Det kan endeligt konkluderes, at de Sociale Medier har en bred adgang til det Brugersgenerede indhold, men vil være begrænset til at bruge det inden for det Sociale Medies virke samtidigt med, at det skal respektere Brugers droit moral i ophavsretsloven §3.



# Litteraturliste

## Litteratur

- Blomqvist, Jørgen: Overdragelse af ophavsrettigheder. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 1987. (Bog)
- Bryde Andersen, Mads: IT-Retten. 2. udg. Gads Forlag, 2005. (Bog)
- Eyben, Bo von: Juridisk Ordbog. 13. udg. Thomson Reuters, 2008. (Bog)
- Munk-Hansen, Carsten: Retsvidenskabsteori. 1. udg. Jurist- og Økonomforbundets forlag, 2014. (Bog)
- Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. 4. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2015. (Bog)
- Schovsbo, Jens m.fl.: Immaterialret. 5. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2018. (Bog)
- Schønning, Peter: Ophavsretsloven med kommentarer. 6. udg. Karnov Group, 2016. (Bog)
- Trzaskowski, Jan m.fl.: Internetretten. 3. udg. Ex Tuto, 2017. (Bog)
- Udsen, Henrik: IT-kontraktret. 1. udg. Ex Tuto, 2014. (Bog)
- Udsen, Henrik: IT-RET. 3. udg. Ex Tuto, 2016. (Bog)
- Udsen, Henrik m.fl.: Lærebog i informationsret. 1. udg. Jurist- og Økonomiforbundets Forlag, 2016. (Bog)

## Artikler

- A. Miao, Tiffany: Access Denied: How Social Media Accounts Fall Outside the Scope of Intellectual Property Law and into the Realm of the Computer Fraud and Abuse Act. I: Fordham Intellectual Property, Media & Entertainment Law Journal, 8.5.2013, s. 1017-1062 (Artikel)
- Borberg, Vibeke: Hovedhensyn bag EU-Domstolens afgørelse i Google Spain-sagen. I: Professionshøjskolernes Videndatabase, 2016 (Artikel)
- Haddad, Stéphanie: Facebooks förenlighet med svensk rätt. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2011, s. 537-546 (Artikel)
- Johnsen, Anders Sevel: Ophavsret på sociale medier. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2016 (Artikel)
- Larsen, Torsten Bjørn og Rasmus Kristian Feldthusen: De sociale mediers brugervilkår del I - aftalen. I: Erhvervsjuridisk Tidsskrift, 26.9.2016 (Artikel)

Meedom, Thorkild: Kan den stedsevarende droit moralbeskyttelse opretholdes?. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 1985, s. 153-165 (Artikel)  
Nordell, Per Jonas: Tolkningsprinciper i opphovsrättsavtal. I: Nordisk Immaterielt Rättsskydd, 2008, s. 307-338 (Artikel)

## Internetkilder

<https://www.dr.dk/nyheder/indland/den-elektroniske-kulturarv-skal-bevares> besøgt d. 7/4-2018  
<https://journalisten.dk/delte-du-eks-dfers-facebook-status-nu-opkraever-han-penge> besøgt d. 24/4-2018  
<http://www.dst.dk/Site/Dst/Udgivelser/GetPubFile.aspx?id=20738&sid=itbef2016> besøgt d. 23/2-2018  
<http://www.socialemedier.dk/hvad-er-sociale-medier/> besøgt d. 14/2-2018  
[http://vbn.aau.dk/files/66664794/Navigation\\_i\\_brugergeneret\\_indhold\\_Vistisen.pdf](http://vbn.aau.dk/files/66664794/Navigation_i_brugergeneret_indhold_Vistisen.pdf) besøgt d. 23/2-2018  
<https://www.facebook.com/legal/terms> besøgt d. 7/5-2018  
[https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old\\_policy](https://www.facebook.com/legal/terms/update?ref=old_policy) besøgt d. 26/4-2018  
<https://twitter.com/en/tos#update> besøgt d. 26/4-2018  
<https://dev.twitter.com/web/embedded-tweets> besøgt d. 4/5-2018  
[https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page\\_content](https://help.instagram.com/581066165581870?helpref=page_content) besøgt d. 26/4-2018  
<https://www.youtube.com/t/terms> besøgt d. 15/2-2018  
<http://www.iot.dk/hvad-er-et-meme-egentlig/> besøgt d. 27/4-2018  
<http://www.ip-handelsportal.dk/aftaleindgaaelse/valg-af-aftale/licensaftaler.aspx> besøgt d. 29/3-2018  
<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=152065&pageIndex=0&doclang=DA&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=214372> besøgt d. 26/3-2018  
<https://universe.ida.dk/tema/blockchain/> besøgt d. 27/4-2018  
<https://binded.com/> besøgt d. 28/3-2018  
<https://www.youtube.com/> besøgt d. 13/4-2018  
[https://www.facebook.com](https://www.facebook.com/) besøgt d. 13/4-2018  
<https://www.twitter.com> besøgt d. 13/4-2018  
<https://www.instagram.com> besøgt d. 13/4-2018  
[http://denstoredanske.dk/Samfund, jura og politik/Jura/Immaterielret, herunder ophavsret/royalty](http://denstoredanske.dk/Samfund,_jura_og_politik/Jura/Immaterielret,_herunder_ophavsret/royalty) besøgt d. 7/5-2018

## Lovgivning

Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2001/29/EF af 22. maj 2001 om harmonisering af visse aspekter af ophavsret og beslægtede rettigheder i informationssamfundet (Infosoc

Direktivet 2001/29/EF)

Lovbekendtgørelse nr. 1144 af 23/10/2014 (Bekendtgørelse af lov om ophavsret)

(Ophavsretsloven)

Ophavsretsloven (LBKG 2014 1144) Karnovs Kommenterede Ophavsretslov (Karnovs kommenterede ophavsretslov)

## Retspraksis

C-131/12 Google Spain SL, Google Inc. mod Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), Mario Costeja González (C-131/12 Google Spain Dommen)

C-466/12 Svensson, m.fl. mod Retriever Sverige AB (C-466/12 Svensson Dommen)

U1995/782V

U2013.1704Ø Hornsleth dommen.

Agence France Press v. Morel, 2011 WL 147718 (S.D.N.Y. Jan. 14, 2011) (Agence France Press v. Morel)

## Ordoptælling

### Statistik:

Sider	76
Ord	24.276
Tegn (uden mellemrum)	143.539
Tegn (med mellemrum)	167.495
Afsnit	688
Linjer	2.476

Medtag fodnoter og slutnoter

OK