

## **למשתמש וליוצר במדיה חברתית - סוגיות זכות יוצרים**

אברום רותם ועידית אבני (יוני, 2013)

התמודדות עם סוגיות זכות יוצרים במדיה שיתופית חברתית מתאפיינת בהתלבטות המושתתת על תפיסות שגויות, כמו גם על סוגיות אמיתיות שאין להן מענה חוקי ונורמטיבי מובהק. במאמר זה נפרוש את "התמונה הגדולה" של סוגיות זכות יוצרים במדיה חברתית, את סוגית רווחת הציבור מול חופש הזכות לקניין של הפרט, ולמי שייכת זכות היוצרים במידע המועלה במדיה חברתית – ליוצר, למשתמש או שמא לספק השירות. בחלקו השני של המאמר מפורטות המלצות כיצד לשמור על זכות יוצרים כיוצר וכמשתמש במדיה חברתית, וכן כיצד להימנע מפגיעה בפרטיות וכבוד האדם במדיה חברתית. מרבית המלצות כאן ליוצר או למשתמש, יפות גם לשירותים או אתרים, שאינם בהכרח מדיה חברתית בהגדרתה.

**שימו לב: אין בנאמר/ במומלץ במאמר משום ייעוץ משפטי**

המאמר נכתב במסגרת **מיזם "מתקוונים לאתיקה"**, 2013. [תנאי שימוש במאמר](#) ובתוכנו

[מתקוונים למדיה חינוכית בחינוך](#)



[מתקוונים לאתיקה](#)



ראו אותנו גם בפייסבוק



נודה להערות בונות וגם לפרגון [netiqwiki@gmail.com](mailto:netiqwiki@gmail.com)

## "התמונה הגדולה" של סוגיות זכות יוצרים במדיה חברתית

### מה שהיה ולא יהיה עוד

לשם הבנת שורש העמימות בנושא זכות יוצרים בכל הקשור לשימוש במידע המועלה למדיה חברתית על ידי בעליו או על ידי משתמש אחר, יש לראות את "התמונה הגדולה" של הסוגיה. עצם הרעיון של זכות היוצרים, ששורשי המונח ידועים עוד בשנת 1623 (פטנטים)<sup>1</sup> ו-1710 (זכות יוצרים)<sup>2</sup> בבריטניה של אז, הנו לאפשר מהיוצר ליהנות מפרי עבודתו, במובן אישי ("זכות מוסרית") ובמובן כלכלי (זכות יוצרים). הרעיון לכאורה פשוט, ומוצג היטב גם בחוק זכות היוצרים הישראלי הנוכחי<sup>3</sup>, ולשם הבהרה אפשר לתמצתו לשני הבטים, גם אם בשטחיות והכללה רבתי:

1. כל יצירה – ככלל, מעשי ידי אדם עם קורטוב של מקוריות העומדת בתנאים שמציב החוק לשם כך, כפופה לזכות יוצרים ללא כל צורך לעמוד בתנאי נוסף. היצירה היא חלק מהקניין של היוצר כפרט, ושייכת לו, והוא המתיר או אוסר את השימוש בקניין זה כרצונו.
2. זכות השימוש ביצירה על ידי אחר, כפופה להסכמה מפורשת של בעל הזכויות (היוצר או הגוף המייצג זכות זו).

עד העידן הדיגיטלי, ניתן היה להבין באופן פשוט יחסית במה דברים אמורים: כל יוצר שטרם ויצר דבר מה, התכוון מראש ל"יצירה", בין השאר מתוך ציפייה להכרה ציבורית, רווח אישי ואף כלכלי. חוק זכות היוצרים אפשר לו לממש רווחים אלה, שכן ללא הגנה זו, כל אחד בעקרון, יכול להשתמש-להעתיק-לשכפל-להפיץ, ואף לעשות שימוש ביצירה לשם רווח כלכלי. בנוסף, עד העידן הנוכחי, חוק זכות יוצרים עמד יפה בייעודו, ולמעשה לא היה נחלת השיח הציבורי, אלא במעגלים קטנים כמו אנשי יצירה, שירות ועסקים, מכיוון שדובר ביצירות ייחודיות כמו טקסט ייחודי (ספר), שירה, תמונה מקורית, ציור, מוסיקה, שיר, מחזה, צילום, סרט קולנוע וכד', שבדרך כלל כל שימוש לא מורשה בה, בולט לעין. גם היוצרים עצמם הוכרו כשייכים למעמד "יוצר", ולחלק לא קטן מהם היה זה בין השאר, משלח יד, ומכאן שההסכמה שיצירתו היא קניינו הרוחני לכל דבר ועניין שנגזר מהמושג "קניין", היה ברור מאליו, ומכאן גם הרציונל להגן עליו באמצעות חוק.

### מה השתנה בעידן הדיגיטלי

העידן הדיגיטלי טרף את הקלפים. הידוע הברור והמובן מאליו הפכו לעמומים ולא מובנים מאליהם. המעגלים החברתיים שזכות היוצרים רלבנטית לגביהם התרחבו לכל שדרות החברה, לא רק במובן התיאורטי – שהיה כך תמיד, אלא באופן מעשי. ציבור עצום ורב מוצא עצמו כ"יוצר", לא רק למגירה, אלא לפרסום ציבורי מיידי, ולמעשה הוא לא מודע כלל שקיימת מגבלה או סוגיה כזו. מי שנחשף לסוגיה, מוצא עצמו מתלבט ומתחבט, חושש ומאיים באי ודאות, ובעיקר בחוסר הבנה וידיעה מה נדרש כדי לא להפר זכות יוצרים, שכן בהתנהלות השוטפת, ודאי בשירותי השיתוף החברתי, הפרה כזו עלולה להעשות כמעט בכל צעד.

שינוי משמעותי זה נובע ממאפייני המרחב המקוון בכלל והשיתופי בפרט. עצם ההתנהלות "בדיפולט" שמזמנת המדיה החברתית, היא עברה על זכות יוצרים, שכן המדיה החברתית מזמנת כלי הפקה, פרסום, הפצה, עריכה ושיתוף בפרט- נגישות וזימון לציבור<sup>4</sup> שהם למעשה כל מאפייני הפרת זכות יוצרים, הכתובים שחור על גבי דפי ספר החוקים בכל מדינה ומדינה.

המשתמש במדיה חברתית עלול לעבור על החוק בעצם התנהלותו בנורמה המקובלת, שלכאורה ידועה ומוסכמת, שמזמנת המדיה החברתית, ובכלל לא לדעת שהוא כזה. **ניתן לראות זאת כמלכודת, או כמלכוד של ממש.**

כך אנו מוצאים "עבריינים" שהפרו זכות יוצרים, כילדים בני 10 (למעשה הרשעת הוריהם), שהורידו מספר שירים למחשב/טאבלט האישי שלהם, עקרות בית שצילמו בתמימות את ילדיהם במרחב ציבורי בו מושמעות/מוצגות יצירות מוגנות, סטודנטים כמו גם נותני שירותים ואחרים וכלל אזרחי עמך, שאין להם ולרציונל הגנה על זכות קניין, שמץ של הבנה, ידע ובעיקר – מעורבות מודעת כלשהי לרבדי הסוגיה. אנו מוצאים עצמנו תמהים לא אחת, לנוכח התנהלות בתי המשפט, שחלקם לפחות, כפי שנשקף מפסקי הדין, לא ירדו עדיין לעומק השינוי שהתחולל בסוגית זכות היוצרים.

### רווחת הציבור מול חופש הפרט והזכות לקניין ברשת החברתית

השיח הציבורי בעידן הקדם-רשת (Pre Net), נסב בעיקר לאו דוקא סביב הפרת זכות יוצרים, אלא יותר סביב הסוגיה חברתית-מדינית הנצחית: טובת הכלל לעומת זכות הפרט. מהות הקניין הרוחני וזכות היוצרים היא במציאת האיזון בין שמירה על זכות היוצר ועידוד תהליך היצירה לבין זכות הציבור ליהנות מחופש מידע ושימוש בו. עידוד תהליך היצירה של המחבר באמצעות הגנה על זכות היוצרים ומתן גישה לציבור רחב ככל האפשר ליצירות, הינו חיוני להתפתחותן של התרבות והטכנולוגיה, ומבטא אינטרס ציבורי חשוב. האתגר הוא מציאת האיזון הנאות ביניהם<sup>5</sup>. השינוי שחולל העידן הדיגיטלי בכלל, ומועצם על ידי המדיה החברתית השיתופית, מעלה גישות ופרשנויות לזכויות הקניין, העוסקות בחופש מידע, בבעלות על מידע, בזכות נגישות למידע, בשינוי היחס בין יוצרי התוכן והמשתמשים, בתנאי "שימוש הוגן" (תנאים בהם ניתן להפר זכות יוצרים ברשות החוק) ועוד. אל מול הגישה של שמירה על זכות היוצרים עולה הגישה של חופש המידע לכל, לפיה אין על המידע להיחסם בגבולות ברורים ובגדרות מוחשיים. על פי תפיסה זו, המידע בסביבה פתוחה ודמוקרטית, גם במרחב המקוון, בו רוב רובו של המידע האנושי מצוי כיום, נועד להיות חופשי לשימוש לכל, ללא שליטה ובחינם. לענייננו כאן עולה הסוגיה [ברציונל הפוסטמודרני](#)<sup>6</sup> שלה, שהקצה הקנאי לפרטיות ולזכות הפרט שלה בכל הקשר ומחיר ציבורי טוען, שלמעשה אין לחברה זכות מוסרית ואחרת, להחליט מה להפקיע לטובת הציבור, ומה לא, או באופן אחר- כל מה מוכללת זכות יוצרים ועל מה לא. שכן כל אחד צריך להחשב כ"יוצר", וכל היגיון שהוא מפרסם, או אף שבריר הגיג, יש לו את אותה הלגיטימיות ליצירה ששל משורר / סופר/ צייר מוכר ומוסכם על כולם שהוא כזה.

ומכאן נגזרת השאלה, האם באמת על כל היגיון ושברו במדיה החברתית של מנדהו, תקף ההגיון והרציונל המוסרי- חברתי ומכאן גם חוקתי, להכיל עליו את חוק זכות היוצרים – כקניין רוחני לכל דבר ועניין? בעקבות כך, נשאלות שאלות כמו מה דינן של יצירות שהפכו לנכסי צאן ברזל של ההווה התרבותית-אנושית, אך מוגבלות לשימוש עקב הכרה בלגיטימציה בשמירה על זכות קניין הפרט. הסוגיה מה, כמה ושוב מה, יש להפקיע מהיוצרים לטובת כלל הציבור, מתבטאת אף באופן מעשי, כשדולות בעלי השפעה רבה, בארה"ב למשל, שעשו ועושות הכל כדי להאריך ככל האפשר את תקופת החלת זכות יוצרים על יצירות המניבות ממון רב לבעליהן. לעומתן ניצבים ניציגי הציבור הטוענים שיש לקצר זאת, או אף לבטל כליל על יצירות מסוימות, ולאפשר לציבור להנות מהן.

האם "ירושלים של זהב", למשל, כשיר מוכן בהווה האתוס החברתי היהודי-ישראלי כאן, אינה ראוי לשימוש חופשי מכל מגבלה? האם בעצם השמעת המנון המדינה, יכלו יורשי המחבר נפתלי הרץ גרינברג (לו היו כאלה) להנות מתמלוגים מופלגים, עד שלהיי שנות ה-70 של המאה ה-20 (שבעים שנה אחרי מותו), ובעקרון, כל מי ששר בפומבי את המנון המדינה ללא תמלוגים כנדרש, היה עובר על החוק? האם מגבלה כזאת, לו הייתה, הייתה מוסרית, נכונה חברתית-משפטית-תרבותית בשם "חופש הביטוי"/"זכות הפרט" וכיוצא באלה?

### היכן עובר הגבול הבלתי נראה בין טובת הציבור לבין הגנה על זכות הפרט?

דוקא עצם הפרסום במדיה חברתית, מעורר כיום הרבה יותר את המודעות הציבורית ליצירות/ פסבדו יצירות שהיו כבר במצולות השכחה וההתעלמות. אך עד היום החוק, ובעקבותיו פסקי הדין, לא רואים בכך נימוק, אלא התייחסות רק לעצם הפרת זכות היוצרים מבחינת – יקוב הדין את ההר. להלן שתי דוגמאות המדגימות זאת מבית המשפט הישראלי בשנים האחרונות:

1. [קרן אפרים נ' דפוס יעיל בע"מ ואח'](#) – אמנם המקרה כאן – היצירה והפרתה, לא קשורים למדיה חברתית, אך כל מאפייניה הם ככאלה: גב' קרן אפרים כתבה שיר קצר להזמנה לחתונה של חברתה, שיר שרבים כמוהו מוכרים היטב בברכות לחברים/ קרובים בחתונות, ואף לא אחד יטען שמדובר ביצירה בעלת ייחוד אמנותי, אלא דבר נפוץ במחזורינו. בית הדפוס שהדפיס זאת על ההזמנה לחתונה של חברתה של קרן, השתמש באותו שיר גם להזמנות אחרות שהפיק. הטענות של הנתבע, בית הדפוס, משתמשות במילים קשות כמו "זה לא יצירת מופת בלשון המעטה", לא הפקנו מכך כל רווח כספי וכיו"ב. בית המשפט לא קיבל טענה זאת, וראה בשיר הקצר "יצירה ספרותית לכל דבר", שזכות היוצרים שלה הופרה, וקנס את בית הדפוס בסכום גבוה מאד.

2. [עמוס ברזל נ' מדינת ישראל – משרד החינוך](#) – מר עמוס ברזל הלחין מנגינה לשיר קיים באמצע שנות ה-90, שהושמע גם בזמנו מעט, ושקע בתהומות השכחה. שנים לאחר מכן, מורה עשתה סרטון אנימציה ב-פלאש (Flash), כתרגול בעשיית סרטון ממוחשב, ולצורך כך יצרה אנימציה המלווה את השיר, שמשך את האוזן והעין, שכן תוך זמן קצר הוא הופץ במספר אתרי לימוד והוראה ברחבי הארץ. בנוסף, זלגו הסרטון והשירה שמלווה אותו, גם כמשלוח ויראלי בדוא"ל לשימוש הציבור כולו כברכה מלבבת. השאלות המרכזיות שנשאלו במשפט דנו בתקופת זכות היוצרים על המנגינה בלבד, בעוד שהמילים, כמו גם הסרטון, לא היו קניין התובע בכל מקרה. לאחר דיון משפטי ארוך מאד על פני מספר שנים, פסק בית המשפט לטובת המלחין, אך עם קנס לטובתו קטן בהרבה ממה שדרש.

כאן למעשה נשאלות השאלות, האם באמת הגזרה שכל יצירה או חלק ממנה (כמו המנגינה בדוגמה כאן למעלה), שממילא לא הייתה בשימוש של איש, ראויה להגנה על ידי החוק? וגם אם נניח כך או כך, היכן יעבור הגבול בין יצירה לבין "פסבדו יצירה" שלא זכאית להגנה?

ובאותו הקשר: מידי פעם אנו רואים כיצד "מתעוררים" כל מיני "יוצרים"/"ממציאים" לנוכח הצלחה כלכלית של משהו, שהם מוצאים את הקשר שלהם אליו. לאחרונה למשל, הביטוי "**מי הוא, מה, הוא אלן דילון**" ממערכון בתכנית הטלוויזיה רבת הרייטינג "ארץ נהדרת", "עוררה" זכרונות נעורים בקרב מספר אנשים שונים, "שזכרו" לפתע איך לפני שנים הם הם ולא אחר, המציאו את המשפט האלמותי הזה, [ודרשו תמלוגים על כך](#). כך גם מספר אנשים, ששמותיהם היו דומים או זהים לשמות של דמויות בתכניות טלוויזיה/רדיו אחרות שזכו לפופולאריות וכיוצא באלה.

סוגיות אלה ודומות להן, מצביעות אמנם על עמימות מסוימת במענה שמספק החוק לכך, אך כפי שנראה, אין בכך כל עילה להפר זכות יוצרים במודע וגם שלא במודע, גם בכל הקשור בשימוש במדיה חברתית.

### **של מי הזכויות במידע המצוי ברשת: של המשתמש, היוצר או של ספק השירות?**

בעידן הפרה-רשת, אנו מכירים בכל הקשור לסוגיית זכות יוצרים במשתמש ויוצר ובמתווך, כמו מוציא לאור, מוזיאון, תאטרון וכד'. בעידן הדיגיטלי קיים משתמש, שלעיתים קרובות הוא גם יוצר, ובנוסף לו מצטרף שחקן שלישי, ספק השירות, כשותף שקוף ושקט, שאיננו רק "צינור" מתווך, אלא בעל עמדה וזכויות על המידע שמתפרסם ברשת. נכיר אותם ואת זכויותיהם, שפרוט להם תמצאו בהמשך כאן בפרקים הבאים:

**זכות ואחריות המשתמש:** זכות המשתמש לא כיוצר המידע, הוא לצפות במידע שבמדיה החברתית, להגיב ולשתף. כל הפרה של זכות יוצרים, היא קודם כל באחריותו, כלומר זה שעשה שימוש ללא התר ביצירה/ מידע אלה. .

הרי תזכורת כללית לשמירת זכות יוצרים :

"זכויות יוצרים, בניגוד לפטנטים ומדגמים, לא "רושמים". אין צורך לעשות משהו איפשהו כדי להיות בעל זכויות יוצרים ודי בכך שאכן יצרת משהו. כמו כן, מי שמפר את זכות היוצרים – אין זה חשוב אם "התכוון" או אם הוא "מתחרט" או אם פעל "בתום לב". הפרה היא הפרה, ועליה בדרך כלל משלמים בבית המשפט, בלי קשר לשאלה אם הייתה או לא כוונה." (מתוך: [הפרת זכויות יוצרים](#). רון לוינטל ושות')<sup>7</sup>

**זכות ואחריות היוצר**

פורמאלית, הגיוני וחוקתי, זכויות הקניין הן של בעל היצירה/ המידע, בדרך כלל הוא גם המשתמש שמעלה את המידע למדיה חברתית. גם על פי הסכם השימוש בין משתמש בשירות החברתי לבין ספק השירות, זכות היוצרים היא של היוצר, אם כי ללא בלעדיות, שכן ספק השירות הנו שותף סמוי ובלתי נראה כמפורט כאן בהמשך.

**אחריות ספק השירותים:** אחריות ספק השירותים על הפרת זכות יוצרים בכלל פריט מידע המצוי בשירות שהוא מציע לקהל, גם אם נתמקד רק בשירותי שיתוף של מדיה חברתית, היא סוגיה שנתונה לדיון משפטי-ציבורי סבוך שלא ייפתר בעתיד הנראה לעין. אך עמימות זו אינה מצדיקה שימוש מפר זכות יוצרים, ולא תוצדק גם על ידי בתי המשפט.

המשתמש עלול להיתפס לאשלייה שהוא יכול לעשות שימוש במידע שבמדיה החברתית כרצונו, כולל שימוש מפר, מאחר והם מונגשים לו על ידי ספק השירות. באופן כזה עלול המשתמש להניח שהמידע המפורסם פטור משמירה על זכות היוצרים, או שהאחריות על כך, מוטלת על ספק השירות. לכן כל ספק שירות של מדיה חברתית, דואג קודם כל להבהיר "בתנאי השימוש", שאין עליו אחריות על זכות היוצרים שבמידע המצוי במדיה החברתית, והמידע מוגן בזכות יוצרים השייכות לבעליו. לשם כך מספק השירות מנגנון המאפשר להתלונן על הפרת זכות יוצרים, ומעודד הסרת המפגע, או ברור בין מעלה המידע לבין בעלי זכות היוצרים עליו.

ראו למשל מנגנוני דיווח כאלה [בפייסבוק](#), [יוטיוב](#) וב- [pinterest](#).

**ניכוס זכות שימוש על ידי שירותי המדיה החברתית:** אנו עדים לנסיגות חוזרים ונשנים של בעלי השירות, **לנכס לעצמם** זכויות, ולו לשימוש באופן חלקי, על המידע המועלה על ידי המשתמשים. זאת בנימוק שבגלל שהשירות ניתן בחינם, זכאי ספק השירות, לגבות מחיר בצורה של זכות שימוש במידע. ספק השירות מצהיר בהסכם תנאי השירות בינו לבין המשתמש, שאין לו כל אחריות על היצירות/המידע המועלה, ומכאן גם שאין להם זיקה גם לזכות היוצרים עליהם. לעומת זאת, יש להם זכות להשתמש ביצירה/מידע המצוי במדיה החברתית, בכל דרך שנראית להם, ללא כל תמורה לבעליהן. שירותי מדיה חברתיים (פייסבוק, טוויטר, גוגל+, יוטיוב, אניסטגרם, פינטרסט ועוד ועוד), מחתימים את המשתמש על **רשיון** (Licenses), שהוא הסכם דרקוני למדי, בו מוענקת למשתמש בשירות זכות אפשרות לפרסם יצירה/מידע משלו. באותה נשימה קובע ספק השירות שאין זו אחריותו אם המידע או השימוש בו מפר זכות יוצרים.

בפועל מדובר על ניכוס זכות השימוש במידע של המשתמשים, בכל דרך שימצא ספק השירות לנכון (להוציא שימוש מסחרי), ללא כל תמורה<sup>8</sup>. בפועל, מי שלא מסכים לתנאי רשיון זה, לא יכול להשתמש בשירות.

ראו סקירה בעניין וחומרי קריאה מפורטים<sup>9</sup>, לצד ציטוטים (בהפניות השוליים המצורפות כאן) מרשיון שימוש במדיה "בתנאי שירות"/ "הצהרת זכויות"/ "Terms of Service", שעקרונות דומים תוכלו למצוא בפרהסיה, כמו גם בהחבא "באותיות קטנות", אצל כל שירותי המדיה החברתית: תנאי שירות [פייסבוק](#)<sup>10</sup>, תנאי שירות [טוויטר](#)<sup>11</sup>, תנאי שירות [באינסטגרם](#)<sup>12</sup>, תנאי שירות [יוטיוב](#)<sup>13</sup>, [pinterest](#)<sup>14</sup>, ועוד.



למעשה ניתן לצפות לחוזה ברוח זו ("רשיון"), בכל אחד משירות חברתי שיתופי ברשת דהיום.

בשלהי 2012, שינו אינסטגרם (שנרכשו כזכור על ידי פייסבוק) את תנאי השירות והשימוש בתמונות המועלות על ידי הגולשים, הרבה מעבר לתנאי "רשיון" המוענק ממילא למשתמשי בעלי השירות – פייסבוק, לעשות במידע כרצונם, ללא תמלוגים. הדרישה הייתה לקבל זכויות לשימוש מסחרי בתמונות ותכנים שהעלו המשתמשים. להלן ציטוט חלקי מדרישה זו<sup>15</sup>: "אינסטגרם שומרת לעצמה את הזכות להפוך אותך, את שם המשתמש שלך, את התוכן שלך וכל פעולה שתבצע בה לפרסומת עבור כל מי שישלם לה. המפרסם יקבל גם את המיקום שלך, כדי שיוכלו לדעת לאן אתה הולך [ולדחוף פרסומות רלוונטיות למיקום]...". לאחר המחאה חברתית ברשת שהתעוררה כשפורסמה תקנה חמדנית זו, [החברה נסוגה מעמדתה](#) והותירה "רשיון" שימוש רגיל כמו ברשתות אחרות.

בפועל המצב החוזי בין משתמש לספק השירות גרוע יותר לרעת המשתמש: האזרח התמים שמשתמש בשירות חברתי, מסכים בלית בררה לרשיון שמתיר לספק שימוש ללא הגבלה כמעט במידע שהוא מעלה, ובו בזמן הוא מסכים גם לשינוי תנאים אלו באופן שרירותי, ולמעשה מותיר את המשתמש חסר זכויות והגנה. הגורם המגביל את ספקי שירות המדיה החברתית מחזירות יתר, הנו הלחץ הציבורי בלבד, ואולי, באופן שהוא עדיין מאד מוגבל, תחרות בין השירותים.

ראו למשל כיצד פייסבוק [משנה מידי פעם את תנאי הרשיון](#) ללא קבלת הסכמה נוספת מהמשתמש לא רק להלכה, אלא גם למעשה. ראו בהמשך דוגמאות משירותי מדיה חברתיים שונים המובאות כאן למעלה המדגימות זאת באופן מובהק (כמו הערות שוליים 10 עד 14).

## **כיוצר- כיצד לשמור על זכות היוצרים במדיה החברתית.**

### **כדאי לדעת**

**א. ספק השירות השותף השקט לזכות היוצרים שלך -** ככלל, שירות שיתוף חברתי כמדיה חברתית, מאפשר העלאת רשומות (פוסטים) הכוללים טקסט, תמונה, גרפיקה, קול וסרטונים. אמנם על פי תנאי השירות המוצהרים, המידע שהועלה לכאורה, איננו רכוש ספק השירות החברתי, אך בפועל נמצא שכתמורה לאפשרות של פרסום והעלאת מידע (לרוב בחינם), השתמש מתיר למעשה לספק השירות להשתמש במידע כראות עיניו, גם אם לא לצרכים מסחריים באופן ישיר (שגם זה בערבון מוגבל, והמעקב אחרי השינויים והדקויות המשפטיות בניסוחים, כמעט לא אפשרי למשתמש מן השורה).

מתוך רשיון משתמש באינסטגרם. בכל שירות חברתי הניסוח די דומה:  
...non-exclusive, fully paid and royalty-free, transferable, sub-licensable, worldwide license to use the Content that you post on or through the Service...

**ב. במילים אחרות- בעצם פרסום והעלאת המידע לשירות החברתי, היוצר מוותר למעשה על בלעדיות על זכות הקניין על יצירותיו שהוא מעלה לרשת, ובפועל הוא מתיר לספק השירות לאפשר לאחרים**



לצפות ולעיין בהן. לצד זה, ספק בשירות מתיר לעצמו לעשות בו שימושים נוספים כראות עיניו, כמו העברה לגוף שלישי לצרכי פרסום וכנראה גם עוד.

### כיצד לשמור

**ג. מודעות** - הדרך הטובה ביותר לשמור ולהגן על זכות היוצרים, זכות הקניין הרוחני על יצירותיך, היא המודעות **שמדיה חברתית היא לא המקום בו תשמרנה זכויות הקניין שלך** על מידע/ יצירה שחיברת/ יצרת במו ידיך!<sup>16</sup>

**ד. העלאת היצירה לשירות בו הזכות היא בלעדית שלך** - כדי להגן על זכות הקניין של יצירותיך, ולא לתת עילה לספק השירות לנכס זכות בהן שימוש לעצמו, אך בכל אופן **להשתמש ביתרונות המדיה החברתית**, מומלץ **לא להעלות את היצירה בפועל** לשירות החברתי, אלא לאחסנה בשירות מקוון אחר, בו הזכויות שייכות רק לך כיוצר. לכן רצוי לנצל את המדיה החברתית רק לשם **פרסום** היצירה לציבור, על ידי הפניה (link) בלבד מהשירות החברתי אל היצירה, כשפועל היא אינה מאוחסנת ואיננה תחת סמכות ספק השירות החברתי.

**ה. הצהרת זכות על כל פריט המועלה לשירות חברתי** - כדי להגן על הקניין הרוחני במדיה חברתית, מומלץ לצרף **הצהרת שמירת זכות יוצרים** על כל פריט שעליו רוצים להגן (למשל לסמן כל תמונה או סרטון שמעלים במספר מילים בעניין). **צירוף הצהרה כזו**, אף שאינה מחוייבת על פי החוק, תסייע ותקל במקרה של תביעה על הפרת זכות היוצרים.

**ו. עמידה על המשמר** – מאחר ובמדיה חברתית מורשים בעקרון להשתמש בנקל בפריט/ יצירה שלך שהעלית למדיה החברתית, יש לעמוד על המשמר ולעקוב באם הוא מפורסם במקומות נוספים ברשת שלא בהסכמה וידיעה, ואם נמצאה הפרה כזו, לפעול בהתאם (אזהרה למפר, תלונה לספק שיריד את היצירה מהרשת, ובהמשך תביעה).

בדיקה כזו ניתן לממש בקלות יחסית. באמצעות חפשונית ניתן לחפש את הפריט ברחבי הרשת. לשם כך יש להשתמש:

- בחפשונית כללי (רצוי להכיר מאפייני "חיפוש מתקדם" שיכול להועיל לעניין)
- בחפשונית ייעודי של תמונות (שהשתכלל מאד השנה האחרונה- 2013, ובעקרון ניתן לחפש העתקים של תמונה קיימת ברחבי הרשת)
- ואחרים כמו חפשונית בבלוגים, סרטונים, מוסיקה וכיו"ב.



## **כמשתמש - כיצד לא להפר זכות היוצרים במדיה חברתית**

1. **בעיני החוק - אין כל ייחודיות לשימוש במידע ברשת חברתית:** כל מה שמוכל בחוק זכות היוצרים, ללא יוצא מן הכלל, חל גם ברשת החברתית. אין להשתמש, להעתיק, להפיץ ללא הסכמה מראש (למעט שיתוף) הפצה בעצם הסכמה לתנאי השירות של שירות המדיה החברתית לעשות (כן), לעשות שינויים, remix, להשתמש בחלקי היצירה, וודאי וודאי שאין לעשות זאת לשם רווח אישי ו/או מסחרי. מכאן שהתפיסות השגויות בשיח הציבורי שנפוצות עדיין בעניין, טועות ומטעות בעצם הטענה שניתן לגיטימי בפועל למדר את המרחב המקוון כממלכה מיוחדת, שבה לא חלים כללי זכות היוצרים. בהקשר זה, יש להוסיף גם מתן לגיטימציה שגויה, שמסתמכת על תאוריות והשקפות עולם של שקיפות בכל מחיר. טיעונים אלה שנשמעים מידי פעם, הם ללא סמכות מקצועית, הם פרשנות אישית שגויה, שאינה מגובה בחוק, המתירים יישום נורמות שליליות של הפרת זכות יוצרים ופגיעה בפרטיות וכבוד האדם.  
יש בהחלט מקום לעדכון החוק, להכיל סוגיות שמועצמות ברשת, אך היעדר התייחסות כזו אינו מהווה שום הצדקה להפרתו בכל הקשר ועניין, גם לא במדיה החברתית המקוונת.
2. **אחריות אישית מתוך מודעות בהבנת הסייגים בצרכנות המידע במדיה חברתית-** הראנו כאן למעלה, שלמעשה הפיתוי להפר זכות יוצרים גדול, וקל מאד ליפול במלכודת זו. בהמשך למקרה [קרב אפרים נ' דפוס יעיל בע"מ ואח'](#), שהצבענו עליו כאן למעלה, יש להדגיש שגם שימוש (כמו העתקה ללא ייחוס) של סטטוס או רשומה שהם רק משפטים/ מילים ספורים, וללא קשר לרמה האמנותית שלהם וכד' – הנו שימוש מפר על פי החוק, כי הם נחשבים ליצירה מוגנת. החוק לא מבחין בין אלה לבין "יצירה" שכולם מסכימים על הלגיטימיות להגן על זכות הקניין של בעליה.
3. **ציון המקור/ שם המחבר בכל שימוש ביצירה/מידע שאינו שלך** – בנושא זה יש לפעול על פי דין החוק הקיים, והבנת המגבלות (ציון שם המחבר/המקור אינו לגיטימציה להפרת זכות יוצרים!). יש לשמור על [הזכות המוסרית](#) של המחבר – כלומר, בכל הפצה/ "שיתוף" וכל שימוש אחר שמותר על פי החוק, של פריט מידע במדיה החברתית שאינה שלך, יש לציין את המחבר ו/או המקור באופן כלשהו. לשים לב שבדרך כלל בעצם השיתוף ברשת החברתית, זה נעשה באופן אוטומטי, ומפיע יחד עם פרטי המשתמש שממנו הפריט שותף.
4. **הפצה/ הפניה/ שיתוף של מידע לא שלך בגבולות השירות החברתי:** אין לעשות שימוש במידע לא שלך, המצוי בשירות החברתי, למעט הפצה למשתמשים אחרים במדיה החברתית בגבולות השירות, כלומר לא במרחב מקוון אחר. כאמור למעלה, "שיתוף" מוסכם מראש בתנאי השירות. בפועל יש לשים לב ש"הפצה" (המכונה גם "שיתוף"), היא למעשה הפניה בלבד למידע/ קובץ/ סרטון וכד' המצוי כבר ברשת.

שיתוף סרטון למשל, מותר על ידי הפניה (**הפניה ישירה לכתובת הסרטון או הטבעה**)<sup>17</sup>, אגב גם במרחבים מקוונים אחרים, ולא דוקא בגבולות השירות החברתי. כל שימוש אחר למעט הפניה כזו, **אסור!** למשל, אסור להוריד סרטון כקובץ, לשמור אותו במקום אחר ברשת (למשל, אתר בית הספר), ולהפנות אליו כפריט בשימוש חוזר. בנוסף אסורה "הפצה" גם אם השיתוף תמים לכאורה, כשברור שיעשה בפריט המופץ שימוש מפר, כמו שיתוף/הפצת סרטים או משחקים שפוצחו, או נרכשו לשימוש אישי בלבד, ואחרים יהנו מכך שלא כדין.

**5. העתקה/ שכפול/ שימוש - אין להעתיק, לשכפל, להעביר, לשנות, לעשות רמיקס- remix, לערוך ולהשתמש לכל צורך (למעט צפייה), ודאי לא למטרה מסחרית, כל פריט מידע שמשמש אחר פרסם במדיה חברתית.**

**6. שמירה על שלמות היצירה -** במקרה של שיתוף מורשה בתוכן שאינו מהווה הפרת זכות יוצרים, יש להקפיד להביא את היצירה במלואה ללא קיצור ושינוי כלשהו, ולכבד את [הזכות המוסרית](#) של היוצר במלואה.

**7. זהירות! כל מאגר "חופשי"/ "חינמי" הנו בערבון מוגבל! -** לצורך העלאת סטטוס/ רשומה/ אחר למדיה חברתית, נוהגים הרבה פעמים להשתמש בפרטי מידע ויזואליים בדרך כלל, ממאגר "חינמי". ככלל, **אין סטנדרט לאתר/מאגר "חינמי"**, או בקצרה - אין דבר כזה. תנאי שימוש של מאגר/ אתר "חינמי" ושאינו כזה, ייחודיים לכל אתר על פי קביעת בעליו. ישנם למשל אתרים שניתן לרכוש בתשלום תמונות, אך גם בהם ישנן תמונות שניתן להוריד בחינם. במיוחד יש להקפיד לא להשתמש בפריטים, גם אם הם ממאגרים לשימוש חופשי, לשם שימוש שבעקרון מטרתו היא רווח כלכלי (כמו ספר, אתר מסחרי שגובה תשלום וכד'). לכן בכל מקרה ומקרה, יש לקרוא היטב את **תנאי השימוש**, ולא להסתמך על כך שפרטי המאגר/ אתר מוכרזים שהם לשימוש חופשי.

**8. שיתוף/ תיוג תמונות - זהירות!** - משמעות התיוג והשיתוף ברחבי המדיה החברתית, הנו חשיפה, שאם נעשה ללא הסכמה מראש, עלול לפגוע. בעוד ששיתוף רק לשם צפייה לקהל נוסף במדיה החברתית מותרת על פי הרשיון המוסכם מראש בין המשתמש לשירות, יש לתת את המודעות לכך, ששיתוף תמונות, כמו גם [תיוג- Tagging](#) (קישור למידע על ידי תג-מילה לסיווג), עלול להיות פוגעני, במידה שהמוצג בהן הנו אנשים ששייכים או נקלעו במקרה לפרויים של התמונה, רכוש פרטי וכי'ב, שלא הביעו הסכמתם להפצה/ תיוג זה. יש לגלות רגישות ל-מ/מה בתמונה. כמו כן, הפצה עלולה לגרום לזליגת פרטי מידע שהועלו למרחבים מוגנים/ סגורים/ לעיני חברים בלבד וכד', לכלל הציבור. בהקשרים רבים פעולה כזו עלולה לפגוע, כמו פגיעה בפרטיות, פוגעות כלשהי ואחר. בנוסף לנ"ל, אין לראות לגיטימציה לשיתוף ללא בדיקה כזו, בעצם העובדה שהתמונה/ אחר הועלתה לרשת מלכתחילה. סוגיה זו, הנושקת לזכויות הפרט, זקוקה לדיון ייעודי, מורכב ומפורט מיוחד.

**9. חששות מופרזות ללגיטימיות זכות היוצרים של פריט מסויים:** מי שנוקט בצעדים ההולמים את החוק ובהלימה לתנאי השירות בגבולות הרשת החברתית, כמו שיתוף/ "הפניה" לסרטון וכד', לא צריך להיות מוטרד יתר על המידה אם קיימת הפרת זכות יוצרים בפריט המידע, כמו סרטון או תמונה. זו הבעיה של מי שהעלה את הסרטון לרשת מול בעליו החוקיים (אם קיימים), ולא של המשתמש. לא ניתן לצפות שלמשתמש מן השורה כישורים משפטיים הולמים, כלים ויכולויות להבחין בכך. במילים אחרות, לא להעמיד מצבים כאלה כאפקט מצנן, ולא למנוע מלהנות משלל המידע, הסרטונים והמוסיקה המופצים במדיה החברתית בעילה שסרטון או שיר עלולים להפר זכות יוצרים. עם זאת, ישנם מצבים בהם אתה די בטוח שבסיכוי גבוה אתה עלול לתרום בעצם השימוש להפרת זכות היוצרים. למשל, אם ברור לך שעל פניו הסרטון/ אחר מפר תנאי זכות יוצרים, או שהוא פוגעני במיוחד על פי נורמה חברתית מקובלת, מצופה שלא תעשה בו כל שימוש, גם לא "שיתוף".

**10. התנהלות בסביבה סגורה/ מוגנת/ מוגדרת – יש להימנע מבלבול המושגים והמסרים שמקשרים בין ההמלצות לעבוד בסביבה סגורה/ מוגנת בהקשרים שונים, לבין שמירת זכות יוצרים.** בחוק זכויות יוצרים הישראלי לפחות, לא מוזכרת עדיין האינטרנט כלל, וודאי לא כישות בה מפורסמות יצירות, שיש להתייחס אליה באופן כלשהו בכל הנוגע לזכויות היוצרים. מכאן שעד כה אין בסיס חוקי, כמו גם תקדימים משפטיים לטענה שבמרחב סגור מקוון, ניתן לעשות שימוש מפר כלשהו של זכות היוצרים. בקצרה- **התנהלות במרחב סגור אינה עילה לגיטימית לכל שימוש מפר של זכות יוצרים.** ניתן לומר, שבעצם השימוש בסביבה סגורה, קיימת הגנה טובה יותר על יצירות, ולא מאפשרת פרסום לציבור או כל שימוש ביצירות/ מידע שמצוי בהן. אך בכל זאת, עד כה, אין לגיטימציה לקבוע כלל ייחודי לשימוש במרחב סגור. **שימוש לא מפר זכות יוצרים בסביבה פתוחה, נכון והולם גם בסביבה סגורה, לא יותר ולא פחות.**

**11. שימוש במידע של יצירה שיתופית כשותף בה – במדיה החברתית בפרט, נפוצה יותר ויותר יצירה שלה שותפים מספר אנשים.** בלשון החוק היבש הם "מחברים", אך גם אם קיימת התחושה שיש להתייחס אחרת לשותפות בתוצר מסוים שיתופי ברשת, אין לכך כל ביטוי בחוק. בחוק הישראלי אין התייחסות מפורשת לאיך ומה ולמי זכות היוצרים ביצירה שיתופית, למעט שהם נחשבים ל"מחברים" ומכאן בעלי זכות קניין על התוצר השיתופי לכל דבר ועניין. ככלל, על פי רוח החוק, ההגיון וגם על פי חוקים במדינות אחרות<sup>18</sup> נראה שנכון לזכות יצירה שיתופית כשייכת לכל השותפים לה ("מחבריה"), **ללא קשר** למידת התרומה של איש זה או אחר, אלא אם נקבע אחרת מראש בהסכמת השותפים. אם עולה צורך להתייחס ליצירה השיתופית לא באופן שוויוני לכלל מחבריה, מומלץ לגבש הסכמה של כלל השותפים בעניין, שזה עדיף בהרבה מלחפש פתרונות בדיעבד בחסות החוק היבש.

**12. הפרה תורמת - [Contributory Infringement](#)** - בהמשך להפרת זכות יוצרים ישירה, כמתואר כאן למעלה (סעיפים א-ז) הרשת החברתית מעודדת גם הפרה תורמת. כלומר, הפרה בה השירות מאפשר הפרת זכויות יוצרים, גם אם לא מעודד זאת בפומבי, כמו הפצה ושיתוף של יצירות בין המשתמשים בניגוד לתנאי השימוש ביצירה. הפרה תורמת מוכרת וותיקה היא אתרי השיתוף של מוסיקה וסרטים, לנוכח ההיתממות של השירות, בעצם השיתוף וההפצה הלא חוקית של יצירות לשימוש שהשירות מאפשר.

**לידיעה:** פסיקות העבר מוכיחות שאין לצפות שהטיעון מצד המשתמש הנתבע, שהשירות מאפשר הפרה כזו, יתקבל כגורם מקל בבתי המשפט.

**13. הפרה עקיפה - [Vicarious Infringement](#)** - משויכת לארגונים שעוצמים עין ומרוויחים מכך, אך ניתן להקיש מכך גם לגבי משתמש בודד. הפרה עקיפה של זכות היוצרים, הנה שימוש במדיה החברתית במקרה שלנו, לצרכי רווח כלכלי בדרך כלל, תוך ידיעה שהמידע המועבר ומופץ חל עליו זכות יוצרים, שמישהו שיקבל אותו ישתמש בו בניגוד לחוק, גם אם המשתמש/ השירות לא עבר למעשה על החוק. למשל, השירות/ האתר יגבה כסף על תעבורה, אחסון ואפשר העברה של חומרים כשברור שהשימוש בו יעשה תוך הפרת החוק, אך לשירות/ארגון אין נגיעה לעצם ההפרה.

**14. לקריאה נוספת בנושא זה (בעברית):**

- סיקלאי, ס. וליכטנשטיין י. (19.04.2012). [הפרת זכויות יוצרים ברשתות חברתיות](#). אתר משפט ומדיה חברתית
- [שמירת זכויות יוצרים ברשת](#) (תאריך לא מצוין) סומו - מכללת מדיה חברתית

## כמשתמש במדיה חברתית - כיצד לא לפגוע בפרטיות ובכבוד האדם

כרחבה של זכות היוצרים במדיה החברתית יש להתייחס לחוק כבוד האדם וחירותו (התשנ"ב), העוסק בין השאר בשמירת הפרטיות וכבוד האדם, הנושקים באופן טבעי לזכות הקניין.

**א. שכל ישר ולב נקי** - יש לפתח מודעות להשלכות על פרטיות וכבוד אדם בכל מידע טקסטואלי, וויזואלי קולי וכל שילוב ביניהם, המועלה למדיה החברתית. לא כל דבר צריך להימדד אם זה "חוקי" או לא חוקי, או עומד/לא עומד בתקנות/ כללים/ תקנונים כתובים מראש. יש לגלות רגישות מפליגה, שכל ישר ולב נקי, לעצם הנראות, השקיפות, החשיפה וההשלכות העלולות לנבוע מעצם העלאה של סרטונים, תמונות וכל תיעוד אחר של בני משפחה, כמו גם אחרים. אין לפרסם הגיגים פוגעניים, כמו גם תמונות שהמצולמים בהם לא הביעו הסכמה לכך מלכתחילה, ודאי ודאי לא לשם פגיעה, והעלבה בכל אופן. עצם פעולה זו היא קודם כל פגיעה בפרטיות ובכבוד האדם.

**ב. "מתריע בשער"** - סוגיה בעייתית, עם מדרון חלקלק למעשים לא מוסריים, היא פרסום תיעוד צילום ו/או הקלטה, מצלמות אבטחה/ אחרות, של סצנה מתוך ארוע כלשהו, גם אם כוונת המפרסם טובה "כמתריע בשער". ייתכן, באמת, שתיעוד זה מראה על עבירה, או התנהגות מאד לא הולמת נורמות חברתיות ואחרות, אך עצם הפגיעה במישהו, ללא משפט בעצם החשיפה בציבור, וללא בדיקת על הנסיבות וההקשרים עלולה לעשות עוול גדול בהרבה מהתועלת, או במילים אחרות- הדרך לגיהנום רצופה בכוונות כנות וטובות. בנוסף, יש להטיל ספק בעצם הזכות המוסרית, הסמכות והיכולת המקצועית של אזרח שלוקח את החוק לידי והופך לשופט, גוזר ומעניש, על ידי חשיפה ציבורית שמבזה את "העבריין", כמתריע למשל באמצעות פרסום צילום עברות תנועה של אחרים (כולל מספרי מכוניות למשל), עברות בכלל, או תיעוד ופרסום כל התנהלות לא נורמטיבית, עם קביעה שיפוטית מה הרע שנעשה. גם אם התיעוד ופרסומו נעשים למטרה נעלה של תיקון החברה, זה פוגע קודם כל בנושא, גם אם ייתכן שעל פניו ההקשר בו תועד, מצדיק את הנראה לעין.

**ג. תיוג** – רבים המקרים בהם מצולם מישהו ללא הסכמתו, אפילו בארוע משפחתי, או מופיע ברקע ללא כוונה מראש. רבים עוד יותר המקרים בהם המצולם אינו רוצה, מסיבותיו הוא שפרצופו יפורסם בפומבי בכלל, ובהקשר לארוע מסוים בפרט. תיוג אישי של תמונה מפקיע למעשה את הזרות היחסית של הזירה המקוונת, לטובת זיהוי ספציפי של אדם. לכן יש להימנע מלתייג אחרים בתמונות, גם אלה שאתה כמשתמש מעלה לרשת – פעולה שכבר הראנו למעלה כאן שהיא מנוגדת להגינות ולשמירת הזכות לפרטיות של המצולם/ים.

**ד. לא ל-"לינץ' " ציבורי ברשת!** - "לינץ' " ציבורי הנו פרסום פרטים אישיים כמו תיעוד של טקסט/קול/תמונה של עבירה, או מעשה של מישהו שעשה עוול לאחר, תוך כדי קריאה לציבור לגנות, בדרך כלל בסגנון מתלהם וולגרי. אין שום הצדקה מוסרית, חברתית וודאי חוקית ללינץ' בכך העיר במדיה החברתית, כמו

שלא יעלה על הדעת לעשות ליניץ' בככר העיר, מכל סיבה שתהיה. זהו מדרון חלקלק שהשיח הציבורי חייב לעצור זאת כאן ועכשיו, וודאי לא לקחת בו שום חלק, וודאי לא במערכת החינוך. יש לזכור שעולם המבוגרים שחלקים ממנו באים לידי ביטוי באופן אלים ווולגרי, מהווה מודלינג גם לבני הנוער שאנו חפצים לחנכם ולשרש מקרבם נורמות פסולות של התנהלות מול אחר.

**ה. דיווח:** חלק גדול מתופעת המפגעים ניתן להקטין על ידי דיווח, ומכאן חשוב לנצל זאת במקרים חמורים. כל ספק שירות של מדיה חברתית, דואג קודם כל להבהיר בתנאי השימוש, שהמידע שבמדיה החברתית מוגן בזכות יוצרים. לשם כך השירות מספק מנגנון המאפשר להתלונן על הפרת זכות יוצרים, ומעודד הסרת המפגע, או בירור בין מעלה המידע לבין בעלי זכות היוצרים עליו. ראו למשל מנגנוני דיווח כאלה ב**פייסבוק**, **יוטיוב** וב- [pinterest](https://www.pinterest.com), וניתן למצוא זאת בכל שירות שיתופי חברתי. ■

## הערות, הרחבה ומקורות

במרבית המקורות כאן, לא שילבנו את כתובת המקור הישירה, אלא כמילים חמות (hyperlink) בלבד. במקרה והמילים החמות לא פעילות משום מה, ניתן לאתר זאת בקלות בגוגל, ע"י הכנסת שם המקור. במקרים אחרים ניתן לפנות אלינו [netiqwiki@gmail.com](mailto:netiqwiki@gmail.com)

1 [Statute of Monopolies](#) (patent law) - From Wikipedia (E)

2 [Statute of Anne](#) (copyrights) From Wikipedia (E)

3 [חוק זכות יוצרים, התשס"ח-2007](#)

4 אבני ע. ורותם א. (2010) [מאפייני הטכנולוגיות והמרחב המקוון](#). מיזם מתקוונים לאתיקה, מדור [אתיקה ו-ICT](#)

5 אלקין-קורן, נ' (תשנ"ח). [זכויות יוצרים בעידן המידע: יעדים ותיקים בעידן החדש](#). שערי משפט, א (2), 168-155.

6 רותם א. (2008) [החינוך בצל הפוסטמודרניסט הנבער](#). אתר [חינוך הוראה למידה בסביבה מקוונת](#). [אברום רותם וחברים](#)

7 מתוך: [הפרת זכויות יוצרים](#). רון לוינטל ושות', אתר המשרד.

8 Murray M. (date unknown) [Licenses and Permits, Licensing Intellectual Property](#). About.com Guide

9 Murray M. (date unknown) [Copyrights and Social Media Issues](#). About.com Guide

10 ציטוט מ"רשיון" בפייסבוק שכל משתמש מעניק לשירות לעשות בו כרצונו. לגבי תוכן המוגן בזכויות קניין רוחני, כגון תמונות וסרטונים (תוכן קניין רוחני), אתה מעניק לנו במפורש את ההרשאה הבאה, בכפוף להגדרות הפרטיות ולהגדרות היישומים שלך: אתה מעניק לנו רישיון בינלאומי, לא בלעדי, ניתן להעברה, המאפשר הענקת רישיון-משנה, ללא תמלוגים, לשימוש בכל תוכן קניין רוחני שאתה מפרסם בפייסבוק או בהקשר לפייסבוק (רישיון קניין רוחני). רישיון קניין רוחני זה יסתיים כאשר תמחק את תוכן הקניין הרוחני שלך או את חשבונך..."

11 *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) 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).*

במילים אחרות, משתמשי טוויטר מעניקים לטוויטר רשיון להרשות שכל ציוץ שלו, יעמוד לרשות שימוש כול משתמשי טוויטר האחרים.

12 הגזרה של אינסטגרם על הפקעת זכות היוצרים של התמונות לצרכיה, גם מסחריים, שנגנזה לאחר מחאה: *Instagram does not claim ownership of any Content that you post on or through the Service. Instead, you hereby grant to Instagram a non-exclusive, fully paid and royalty-free, transferable, sub-licensable, worldwide license to use the Content that you post on or through the Service, subject to the Service's Privacy Policy...*

13 When you upload or post Content to YouTube, you grant:

- A. to YouTube, a worldwide, non-exclusive, royalty-free, transferable license (with right to sub-license) to use, reproduce, distribute, prepare derivative works of, display, make available to the public, broadcast and publically perform that Content in connection with the provision of the Service and otherwise in connection with the provision of the Service and YouTube's business, including without limitation for promoting and redistributing part



or all of the Service (and derivative works thereof) in any media formats and through any media channels;

- B. to each user of the Service, a worldwide, non-exclusive, royalty-free license to access your Content through the Service, and to use, reproduce, distribute, prepare derivative works of, display and perform such Content to the extent permitted by the functionality of the Service and under these Terms.

14 מהרשיון שעליו חתומים משתמשי pinterest:

a non-exclusive, royalty-free, transferable, sublicensable, worldwide license to use, display, reproduce, re-pin, modify (e.g., re-format), re-arrange, and distribute your User Content on Pinterest for the purposes of operating and providing the Service(s) to you and to our other Users.

15 [What Instagram's New Terms of Service Mean for You](#) By JENNA WORTHAM and NICK BILTON, DECEMBER 17, 2012. *The New York Times*.

16 Murray J. (date unknown) [Copyrights and Social Media Issues](#). About.com Guide

17 רותם א. (2013). [דף עזר למורה היוצר - עקרונות שמירת זכות יוצרים וזכויות הפרט בשימוש בסביבת למידה מקוונת](#) סע' 13 שם. אתר חינוך, הוראה, למידה בסביבה מקוונת.

18 זכות יוצרים בעבודה שיתופית:

- על פי חוק זכות יוצרים של אוסטריה, קיימת זכות יוצרים שווה לכל אחד מהשותפים ביצירה השיתופית, ללא קשר למידת התרומה של כל אחד ליצירה.

**Austria: Federal Law on Copyright in Works of Literature and Art and on Related Rights (Copyright Act)** (as last amended in 1998). (Section 5 of Chapter 1)

- [Contribution to Collective Work](#) - פרק 1 סע' 101
- [COLLECTIVE WORK](#), Cornell University Law School
- [COLLECTIVE WORK](#), legalZoom, Copyrights Education Center