

ANALYSE AF DE SOCIALE MEDIERS ANSVAR

Sager om deling af drabsvideoer, selvmordsbreve, nøgenbilleder og overgreb giver anledning til at stille spørgsmålene:

Hvem har ansvaret for det indhold, der ligger og spredes på sociale medier – og hvilket ansvar ønsker vi i Danmark, at de sociale medier får?

UDARBEJDET AF

Sten Schaumburg-Müller – professor i jura ved Syddansk Universitet
Ask Hesby Krogh – næstformand i Digitalt Ansvar



digitalt
ansvar

AUGUST 2019

RESUMÉ

side 2-3

INDLEDNING

side 6-9

1. DEL: Hvilket ansvar har de sociale medier i dag?

side 11-28

2. DEL: Hvilke ansvar bør sociale medier have?

side 29-31

ANBEFALINGER

side 33-34

ANDRE LANDES MODELLER

side 35-39

RESUMÉ

En stribe sager har de seneste år vist behovet for bedre beskyttelse på de sociale medier. Live-streaming af terror, opfordring til overgreb, salg af personlige oplysninger, massedeling af dybt krænkende videoer og billeder, falske nyheder, opslag om selvskade og selvmord mv. Alligevel har vi, i Danmark, endnu ikke tydeligt taget stilling til, hvem der har ansvaret for indholdet på de sociale medier.

Analysen beskriver, hvilket retligt ansvar de sociale medier har i dag samt hvilket ansvar vi i Danmark kan og bør pålægge sociale medier.

Det er vurderingen, at de sociale medier kan gøres ansvarlige for det indhold, som ligger på deres platforme efter straffelovens bestemmelser om medvirken. Det skyldes, at de sociale medier har redigeret sig ud af den EU-lovgivning, som friholder såkaldte informationssamfundstjenester for ansvar for brugerindhold, men kun så længe de ikke redigerer i brugerindholdet.

I forlængelse heraf peger analysen på, at det er underligt, at politi og anklagemyndighed endnu ikke har rejst tiltale mod et socialt medie for medvirken til krænkelser – eksempelvis i Umbrella-sagen. Dette skal desuden ses i lyset af, at praksis fra Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol fastslår, at staten har en positiv forpligtelse til at beskytte den enkeltes privatliv ved, at der nationalt er mulighed for at retsforfølge krænkeren.

Analysen sætter derfor spørgsmålstegn ved, om det er en krænkelse af ofrenes menneskerettigheder, at anklagemyndigheden konsekvent ikke rejser tiltale mod de sociale medier i krænkelsessager, når der reelt er juridisk mulighed herfor.

I forhold til regulering af sociale medier vurderes det, at det ikke er en krænkelse af brugernes ytringsfrihed, hvis der fastsættes regulering af de sociale medier, der skal sikre, at indholdet overholder den danske straffelov og anden relevant dansk lovgivning.

Desuden undersøges det om beskyttelsen mod f.eks. deling af private billeder, trusler, racisme og injurier håndhæves, og om håndhævelsen er effektiv og dermed i tilstrækkelig grad tilpasset den nye virkelighed, hvor lovbrud og krænkelse i større og større grad foregår digitalt.

Analysen indeholder **10 anbefalinger** til at styrke privatlivets beskyttelse og ofrene mod digitale krænkelse. Blandt andet at regeringen udarbejder lovgivning, der pålægger sociale medier at monitorere, anmelde, rapportere og fjerne ulovligt indhold inden for en rimelig tidsfrist med sanktioner for manglende overholdelse, og at sanktionerne er effektive, rimelige og afskrækkende.

Analysen afsluttes af en kort gennemgang af allerede eksisterende lovgivning for sociale medier i Tyskland, Frankrig, Australien og Storbritannien.

digitalt
ansvar



INDLEDNING

En stribe sager og begivenheder har de seneste år tydeliggjort behovet for at diskutere, hvem der har ansvaret for det indhold, som deles på de sociale medier.

Live-streaming af terrorangreb i New Zealand, brugen af sociale medier som rekrutteringskanal for Al-Qaeda og Islamimisk Stat samt i forbindelse med angreb på minoriteter i USA, Tyskland og Storbritannien, misinformation i demokratiske valg, etnisk udrensning i Myanmar, gruppemobning, mord, selvmord og voldtægter der deles, kommenteres og spredes med lynets hast, er bare nogle af de sager, som har rejst debatten i udlandet.

Også herhjemme har en række sager vist behovet for løsninger og for en bedre beskyttelse på nettet. Delingen af drabsvideoerne fra Marokko, Umbrella-sagen – hvor mere end 1.000 unge blev sigtet for ulovlig billeddeling – og den nylige sag om influenceren Fie Laursens selvmordsbrev, som lå tilgængeligt på Instagram i længere tid, har skabt debat om, hvem der har og bør have ansvaret for indholdet på de sociale medier.

ØNSKE OM BEDRE HÅNDHÆVELSE OG REGULERING

Især sagerne om Cambridge Analytica, hvor Facebook videregav oplysninger om sine brugere til tredjepart, fake news i valgkampe og den etniske udrensning af det muslimske mindretal i Myanmar, har medført et internationalt ønske om, at de sociale medier tager mere ansvar for det indhold, der lægges op og deles.

I USA har den amerikanske forbruger- og konkurrencestyrelse for nyligt givet Facebook en bøde på hele 33,1 milliarder danske kroner for at krænke brugeres privatliv i Cambridge Analytica-sagen.

Flere lande har valgt at lovgive for at bekæmpe at ulovligt og skadeligt indhold spredes via de sociale medier. Tyskland vedtog sidste år en lov, der forpligter de sociale medier til at fjerne ulovligt indhold inden for 24 timer efter modtagelsen af en skriftlig henvendelse fra en bruger. Hvis virksomhederne ikke lever op til loven, kan det betyde anseelige bøder. Frankrig har netop vedtaget en lignende lovgivning, Australien vedtog lovgivning i kølvandet på terrorangrebet i New Zealand, og Storbritannien afprøver i øjeblikket en lovgivningsmodel, der forpligter de sociale medier til at højne kvaliteten af sociale mediers monitorering og redigering.

Lovgivningsinitiativerne ser ud til at have opbakning i befolkningen i de respektive lande. En måling viste sidste år, at 87 pct. af tyskerne støtter den tyske lov, og at 82 pct. i England og Frankrig støtter op om en tilsvarende model i deres lande, og det samme gør 69 pct. af amerikanerne.

HAR SOCIALE MEDIER ET ANSVAR I DANMARK?

I Danmark har vi endnu ikke tydeligt taget stilling til, hvem der har ansvaret for indholdet på de sociale medier. Der er kommet ændringer i straffeloven – bl.a. foranlediget af de mange sager om ulovlig billeddeling – men de sociale mediers ansvar er endnu ikke klart fastlagt.

digitalt
ansvar



FACEBOOK I MYANMAR

FN har udpeget Facebook til at have fungeret som et helt centralt værktøj til at sprede had og opildne til overgreb i Myanmar.

Det sociale medie risikerer nu at blive skrevet ind i mediehistoriens mørkeste kapitel som et medie, der har medvirket til folkedrab – i selskab med den nazi-propaganderende avis Der Stürmer, der blev dømt ved Nürnbergprocessen samt radiostationen RTLM, der opildnede til folkedrab i Rwanda i begyndelsen af 90'erne.

Der er heller ikke ført sager mod sociale medier i Danmark, og vi har derfor heller ikke en domstolsprøvelse af de sociale mediers ansvar efter gældende ret.

Denne analyse har til formål at svare på, hvilket retligt ansvar de sociale medier har i dag, og hvilket ansvar vi i Danmark kan og bør pålægge sociale medier.

digitalt
ansvar

1. del af analysen beskriver, hvilke love og regler, der gælder for de sociale medier

**RETSTILSTANDEN
I DAG**

2. del af analysen peger på, hvilke regler, der bør gælde for de sociale medier

**RETSTILSTANDEN
DER ANBEFALES**



1. DEL: hvilket ansvar har sociale medier i dag?

Er vi effektivt beskyttet mod at se en live-video af et terrorangreb, når vi åbner Facebook søndag morgen? Har vi selv ejerskab over vores personlige oplysninger, eller kan de sælges uden vores vidende? Ved vi, hvornår vi udsættes for reklamer? Hvordan og hvem beskytter os mod fake news? Hvem hjælper os, når ekskæresten deler billeder af os i intime situationer blandt både venner, vores egen familie og på store pornosider – og hvordan stoppes det?

Dette er bare et udpluk af de store spørgsmål, som vi alle sammen risikerer at møde på nettet – og de fleste af os har nok mødt et eller flere. Det er desværre også spørgsmål, som stadig står helt eller delvist ubesvarede.

En af årsagerne til, at det kan være svært at finde ud af, hvilket ansvar sociale medier har, skyldes ganske enkelt, at de er relativt nye. Facebook er eksempelvis fra 2004 og kom først til Danmark i 2006.

Hverken medieansvarsloven fra 1991 eller EU-lovgivningen (E-handelsdirektivet fra 2000) nævner derfor heller ikke sociale medier.

Så spørgsmålet er, hvad gælder for sociale medier? Her følger et kort overblik.

digitalt
ansvar

PLATFORM ELLER MEDIE?

Ved "**medie**" forstås et traditionelt medie med fri redigeringsret og ansvar for indhold, f.eks. som reguleret i den danske medieansvarslov. Andre lande har andre detailregler, men hovedidéen er den samme.

Ved "**platform**" forstås en ydelse, der blot stiller en service til rådighed. En platform er som udgangspunkt ikke ansvarlig for brugen af platformen eller det indhold, der sendes gennem platformen. Ligesom økseproducenten ikke er ansvarlig for, om nogen kunne finde på at bruge en god økse til et voldeligt overfald. Det kan dog komme på tale, at der via en domstolskendelse stilles krav til platformen om blokering. Efter amerikansk ret kan en platform – i modsætning til et medie – ikke gøres ansvarlig for indholdet. I Danmark er det anderledes. I EU og dermed også dansk ret spiller E-handelsdirektivet (og -loven) nemlig en rolle.

STRAFFELOVEN

Straffeloven gælder i Danmark. Det betyder bl.a., at tekst, lyd og billeder, som er gjort alment tilgængeligt her i landet gennem internettet, kan straffes efter dansk ret (straffelovens § 9a). Det er uden betydning om upload el.lign. finder sted fra andre lande.

Der er en del straffebestemmelser, der er relevante for sociale medier, herunder:

- Udbredelse og besiddelse af pornografisk materiale af personer under 18 år (§ 235)
- Injurier (æreskrænkelser, §§ 267-271)
- Beskyttelse af privatlivet (især § 264d)
- Trusler (§ 266)
- Tilskyndelse til forbrydelser (§ 136)
- Opfordring til terror (§ 114e m.fl.)
- Billigelse af terror (§ 136, stk. 2)
- Forhånende udtalelser over for grupper (§ 266b)

ERSTATNINGSANSVARSLOVEN

Private kan kræve erstatning for økonomisk tab (efter regler, der ikke er nedskrevet i nogen lov) og godtgørelse for ikke-økonomisk skade, f.eks. for krænkelse af privatlivet (erstatningsansvarslovens § 26).

MARKEDSFØRINGSLOVEN

Her skal blot omtales én bestemmelse, nemlig markedsføringslovens § 6, stk. 4, der kræver, at den kommercielle hensigt oplyses, når der er en sådan. Man skal kunne se, når der er tale om annoncer, sponsoreret indhold mv. Bestemmelsen er strafbelagt.

HVEM KAN GØRES ANSVARLIG

Fysiske personer kan ifalde strafansvar. Man kan som udgangspunkt også ansvarliggøre og straffe virksomheder (juridiske personer, straffelovens §§ 25-27). Både fysiske personer og virksomheder kan – selvfølgelig – også blive pålagt at betale erstatning og godtgørelse.

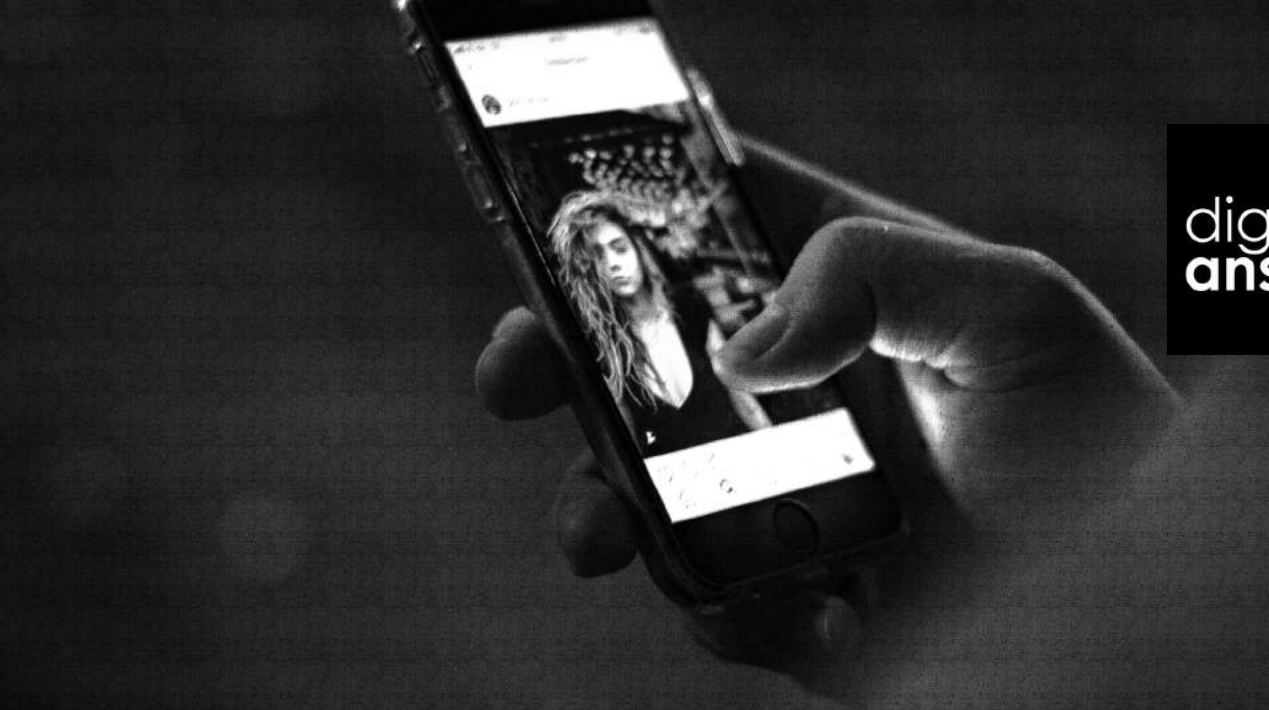
Muligheden for at straffe virksomheder er i modsætning til retstilstanden i f.eks. Tyskland, hvor den almindelige strafferet kun kan rettes mod fysiske personer. Den tyske lovgivning for sociale medier – *Netzwerkdurchsetzungsgesetz* – er kort beskrevet på side 35-36.

MEDVIRKEN

I dansk ret er der en meget bred medvirkensbestemmelse (straffelovens § 23) idet "alle, der ved tilskyndelse, råd eller dåd har medvirket til gerningen" kan straffes. Det forekommer oplagt, at både selve det sociale medier og bloggere m.fl. kan falde ind under det brede medvirkensansvar. Selv en trykker kan blive medansvarlig for indholdet på en plakat.

I forhold til sociale medier er der tale om, at selve mediet bruges til f.eks. spredning af ulovligt billedmateriale eller live-streaming af en terrorvideo.

Her skal bemærkes, at straf efter straffeloven kræver forsæt, hvilket for sociale medier f.eks. kan betyde, at det sociale medie ikke kan straffes for materiale, som relevante personer tilknyttet det sociale medie ikke har kendskab til. Straf efter speciallovgivningen (som f.eks. markedsføringsloven) kræver blot uagtsomhed.



digitalt
ansvar

MEDIEANSVARSLOVEN

Medieansvarsloven fastsætter ikke i sig selv noget ansvar, men begrænser persongruppen for det ansvar, der måtte være efter straffeloven mv., til især redaktøren og den navngivne forfatter (der er mange detaljer, der her udelades).

Traditionelle medier som aviser og radio/tv er automatisk omfattet af medieansvarsloven, og det samme gælder netmedier, der får mediestøtte. Netmedier, der ikke får mediestøtte, kan tilmelde sig. Uden tilmelding er et sådant medie ikke omfattet af medieansvarsloven (og dermed heller ikke af reglerne om god presseskik eller de øvrige regler, der følger medieansvarsloven – f.eks. kildebeskyttelsesreglerne i retsplejelovens § 172).

Trykkeren af en avis kan ikke være ansvarlig, fordi medieansvarsloven indskrænker kredsen af medansvarlige til meget få.

PRESSEETIK MV.

De Vejledende Regler for God Presseskik er branche-standarder, vedtaget af Danske Medier og Dansk Journalistforbund, senest med en opdatering i 2013. Reglerne adresserer traditionelle mediespørgsmål som krav om korrekt og hurtig information, kritik overfor kilder, forelæggelse, overskrifter, berigtigelse mv.

Kun medier, der er omfattet af medieansvarsloven, er omfattet af de vejledende regler, og kommentarspor er udtrykkeligt undtaget. Mediet er dog forpligtet til at have retningslinjer for både kommentarer og for muligheden for at klage til mediet over kommentarer.

Pressenævnet tager stilling til, hvorvidt god presseskik er overtrådt og kan udtale kritik. Mediet er herefter normalt forpligtet til at bringe Pressenævnets kendelse, men andre sanktioner er stort set ikke mulige.

E-HANDELSDIREKTIVET OG E-HANDELSLOVEN

Tidligere er E-handelsdirektivet blevet brugt til at fastlægge, hvilket ansvar de sociale medier kan pålægges – eller rettere, hvilket ansvar de er fri for på deres platforme. EU-direktivet giver nemlig ansvarsfritagelse til "informations-samfundstjenester", der stiller en platform for udveksling og lagring af information til rådighed for brugere.

Forudsætningen for at være fri for ansvar er dog, at tjenesten ikke har noget kendskab til det ulovlige indhold.

Dette betyder følgende:

- Bliver en informationssamfundstjeneste gjort opmærksom på ulovligt indhold, skal de reagere og fjerne indholdet. Et såkaldt "notice and take down"-system. I dag kan man gøre opmærksom på ulovligt indhold på bl.a. Facebook, Twitter og Youtube
- Har informationssamfundstjenesten selv redigeret i indholdet, har tjenesten normalt kendskab til indholdet og er derfor ikke ansvarsfri

Derudover står der i direktivets præambel pkt. 42, at ansvarsfritagelsen kun gælder den, der yder rent teknisk drift og adgang.

SOCIALE MEDIER HAR REDIGERET SIG IND I ANSVARET

E-handelsdirektivet giver som nævnt platforme ansvarsfrihed for indholdet på platformen, men i takt med, at sociale medier i stigende grad har blandet sig i, hvad der ligger på deres platforme og bortredigeret indhold som f.eks. nøgenbilleder, er det svært fortsat at anse de sociale medier som platforme, der alene står for den tekniske drift og adgang.

digitalt
ansvar

Sociale medier har dermed redigeret sig ud af E-handelsdirektivets definition af "informationssamfundstjeneste" og dermed også ud af E-handelsdirektivets beskyttelse mod ansvar for indholdet på det sociale medie – og, for dansk rets vedkommende, direkte ind i bl.a. straffelovens regler om medvirken, § 23.

[Se nærmere U 2018B.113-123: [Strafansvar for indholdet af onlinemedier – om formidleransvar for medier, der ikke er omfattet af medieansvarsloven](#)]

MENNESKERETTIGHEDERNE

I Danmark er staten forpligtet til at overholde en stribe menneskerettigheder. De kommer fra bl.a. fra grundloven, EU og Den Europæiske Menneskerettighedskonvention.

Menneskerettighederne beskytter det enkelte individ ved både at sætte en række begrænsninger for, hvad staten må samt opstille en række forpligtelser om, hvad staten skal.

De sociale medier er måske store, men de er ikke stater, som har underskrevet menneskerettighedskonventioner, som de skal leve op til.

I debatten om sociale mediers ansvar tales der ofte om beskyttelse af ytringsfriheden og privatlivet, som er to centrale menneskerettigheder, som Danmark er forpligtet til at overholde.

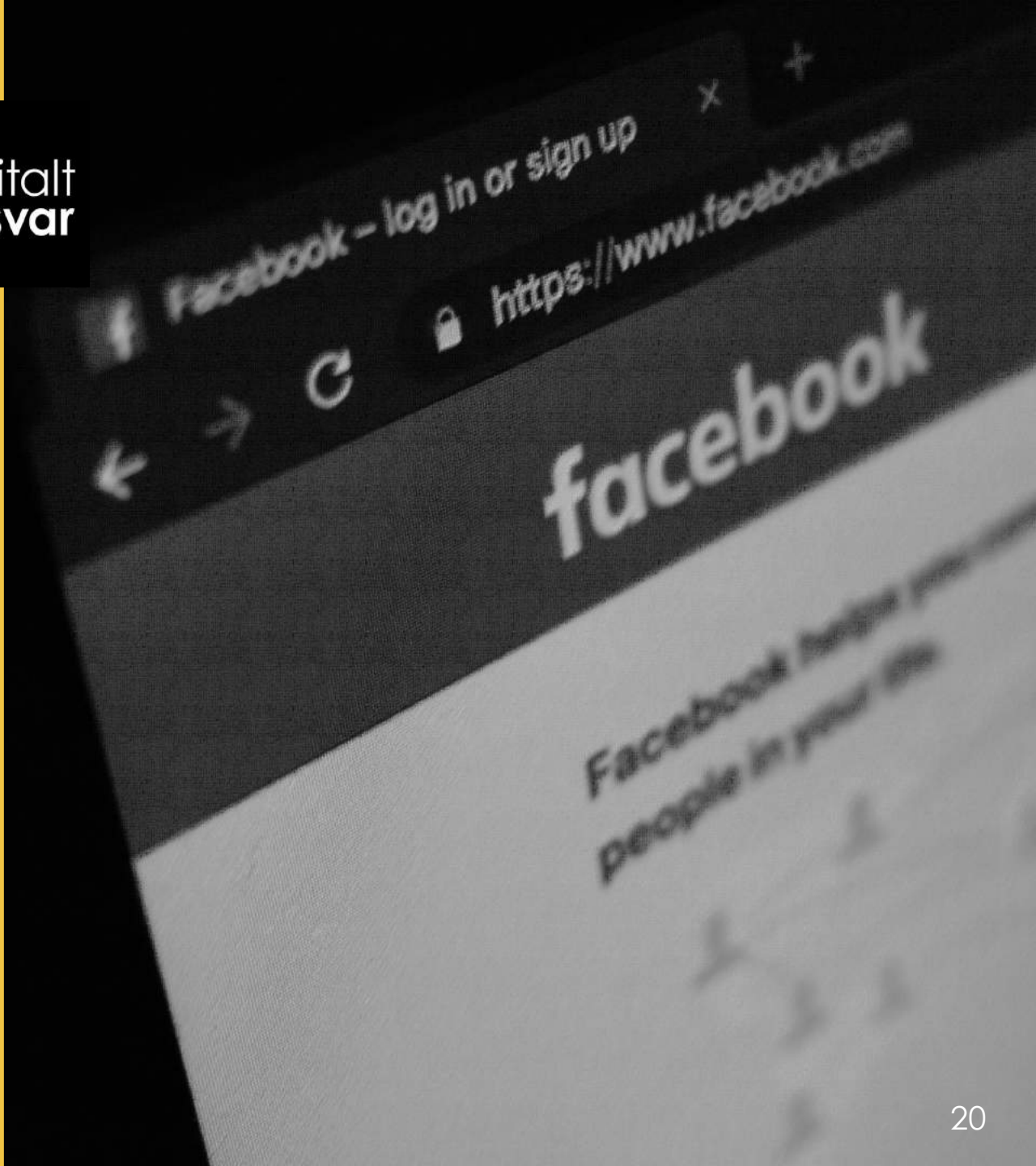
Når man diskuterer menneskerettigheder er det væsentlig at holde sig for øje, at det er den danske stat, der er forpligtet til at sikre overholdelsen af dine menneskerettigheder. Ikke de sociale medier. Det betyder bl.a., at staten er forpligtet til at vedtage lovgivning, der sikrer, at hverken fysiske personer eller virksomheder såsom sociale medier lovligt kan foretage handlinger, der krænker dine menneskerettigheder.

Et godt eksempel på en sådan beskyttelse er reglerne i den danske databeskyttelseslov og databeskyttelsesforordningen (GDPR), som sikrer din ret til dine egne personoplysninger samt fastlægger regler for myndigheders og virksomheders brug heraf. Det er med til at sikre din ret til privatliv.

Menneskerettighederne fastlægger derfor heller ikke som sådan et ansvar for sociale mediers ageren, men de fastlægger nogle rettigheder som staten skal sikre for den enkelte. Og det er derfor relevant at se på, hvilke menneskerettigheder, der kommer i spil, når vi bruger sociale medier, og om staten lever op til sit ansvar for at sikre vores menneskerettigheder på de sociale medier.

YTRINGSFRIHEDEN

I Danmark er din ytringsfrihed godt beskyttet. Den beskyttes i grundlovens § 77, artikel 10 i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention (EMRK) og i artikel 11 i EU's Charter om Grundlæggende Rettigheder. Ytringsfriheden beskytter den enkeltes ret til at ytre sig frit – dog under ansvar for domstolene. Endvidere beskyttes den enkeltes ret til at modtage og videregive informationer.



Det følger af artikel 10 i EMRK, at staten er forpligtet til ikke at foretage indgreb i ytrings- og informationsfriheden, medmindre visse betingelser er opfyldt (staten må f.eks. straffe ulovlige ytringer såsom racisme). Det er også det, man kalder for den *negative* forpligtelse; "stater må ikke".

Praksis fra Den Europæiske Menneskerettighedsdomstol fastslår desuden, at staten har det man kalder en *positiv* forpligtelse: stater skal sørge for, at dets borgere ikke bliver hindret i deres rettigheder.

Sociale medier giver en hidtil uset mulighed for mange at komme til orde og kommunikere. Her er åbenlyst ikke et problem med ytringsfriheden, tværtimod. Men en del sociale medier redigerer og sletter indhold. Dette gøres efter det pågældende medies retningslinjer for indhold.

Er det et problem for ytringsfriheden, og skal staten gribe ind?

Det er den danske stat, der forpligtet til at beskytte din ytringsfrihed. Ikke de sociale medier. De sociale medier er private virksomheder, og de kan indenfor straffelovens rammer selv fastlægge, hvilke regler der skal gælde for dets brugere.

Du kan altså ikke gå til de danske domstole med en påstand om, at Facebook eller Twitter har krænket din ytringsfrihed ved at slette dit opslag.

digitalt
ansvar

Staten har dog en forpligtelse til at sørge for, at borgerne ikke helt hindres i at komme til orde. Og spørgsmålet er således om de sociale medier har et monopol på al information, så du reelt ikke kan komme til orde uden brug af et socialt medie.

Svaret er, at et opslag, der er fjernet, kan lægges andre steder – på en blog, muligvis udgivet i en avis, mv. – og det er derfor retligt set ikke et indgreb i ytringsfriheden, som staten skal beskytte dig imod – heller ikke selvom det kan være temmelig uinteressant at formidle et opslag på sin egen lille hjemmeside i forhold til at få det på et af de meget udbredte sociale medier som Facebook eller YouTube.

Ytringsfriheden sikrer så at sige din ret til at ytre dine meninger, men ikke din ret til at ytre dem gennem et bestemt medie, som du selv vælger.

Det er den samme retlige vurdering, der er baggrunden for, at det ikke er en krænkelse af din ytringsfrihed, hvis der fastsættes regulering af de sociale medier, der skal sikre, at indholdet overholder den danske straffelov og anden relevant dansk lovgivning.

PRIVATLIVETS FRED

Vores privatliv er bl.a. beskyttet i artikel 8 i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention (EMRK), i databeskyttelsesloven og databeskyttelsesforordningen (GDPR).

Beskyttelsen af dit privatliv er relevant i flere henseender. Du har f.eks. ret til, at oplysninger om din ageren på sociale medier ikke uden dit samtykke sælges videre i kommerciel sammenhæng. Du har ret til beskyttelse imod at racistiske, truende eller usande påstande fremsættes mod din person. Du har også ret til, at private billeder ikke uhindret kan deles – retten omfatter både, at den ulovlige deling skal stoppes og efterforskes samt retsforfølgelse af gerningspersoner.

Staten har – ligesom ved sikringen af din ytringsfrihed – både en negativ og en positiv forpligtelse til at sikre din ret til privatliv.

I Danmark sker sikringen af dine personoplysninger primært gennem databeskyttelsesloven og databeskyttelsesforordningen. Databeskyttelsesforordningen stiller stramme krav til det samtykke, den enkelte skal afgive, for at en virksomhed må anvende (f.eks. videresælge) personlige oplysninger. Bl.a. er det et krav, at samtykket skal være specifikt. Et blanco-samtykke til uspecificeret brug hos f.eks. det sociale medie er derfor ikke gyldigt. Beskyttelsen mod f.eks. deling af private billeder, trusler, racisme og injurier findes i straffeloven og er beskrevet på side 13.

Det relevante spørgsmål er derfor, om de eksisterende regler håndhæves, og om håndhævelsen er effektiv og dermed i tilstrækkelig grad tilpasset den nye virkelighed, hvor lovbrud og krænkelser i større og større grad foregår digitalt.



HÅNDHÆVES DANSK RET?

Straffesager behandles almindeligvis af politi og anklagemyndighed. Politiet efterforsker, og anklagemyndigheden rejser tiltale og strafforfølger.

Indtil for cirka to år siden førte politi og anklagemyndighed meget få sager om krænkelser på nettet. På baggrund af både antallet af sager og vores erfaring fra arbejdet med flere ofre er det Digitalt Ansvars opfattelse, at både politiet og anklagemyndigheden har udvist tilbageholdenhed og i visse tilfælde været egentligt afvisende overfor at rejse sager om krænkelser på nettet.

Der ses desuden store problemer med at sikre en effektiv efterforskning og særligt med at sikre, at det ulovlige materiale fjernes fra internettet – her menes både fra det konkrete sociale medie og fra alle andre steder på internettet, hvor det ulovlige materiale bliver tilgængeligt.

Efter Umbrella-sagen har dette ændret sig. Der er kommet mere fokus på denne form for kriminalitet og de store konsekvenser, det har for ofrene. Der er dog stadig tale om et forholdsvis nyt område for både politi og anklagemyndighed, som stiller nye og store krav til deres arbejdsmetoder.

Der er derfor, på trods af det større fokus på sagerne, stadig problemer med at sikre en effektiv efterforskning og retsforfølgning samt i sidste ende at stoppe krænkelserne ved endegyldigt at fjerne dem fra internettet. Alt sammen noget som den danske stat er juridisk forpligtet til.

digitalt
ansvar

Politi og anklagemyndighed synes også fortsat modvillige overfor at rejse tiltale for medvirken til krænkelser på nettet. Altså at holde det sociale medie ansvarlig.

I Umbrella-sagen florerede de krænkende videoer på Facebook i en længere periode, efter Facebook var blevet underrettet herom. Dette falder ind under det tidligere beskrevne "medvirkensansvar" i dansk ret.

Facebook kan derfor siges at have medvirket til den strafbare deling. På trods af dette har anklagemyndigheden endnu ikke tiltalt Facebook for medvirken.

Dette skal endvidere ses i lyset af, at praksis vedrørende artikel 8 i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention fastslår, at det er en del af en stats positive forpligtelse til at beskytte den enkeltes privatliv, at der nationalt er mulighed for at retsforfølge krænkeren.

F.eks. er Holland blevet dømt for krænkelse af retten til privatlivet, fordi det ikke var muligt for en mentalt retarderet eller dennes værge at anke i en voldtægtssag. Og Sverige er blevet dømt, fordi det ikke var muligt retligt at skride ind over for en stedfar, der havde sat overvågningskamera op for at se steddatteren i badeværelset.

Det er derfor berettiget at stille spørgsmålet: er det en krænkelse af ofrenes menneskerettigheder, at anklagemyndigheden konsekvent ikke rejser tiltale mod de sociale medier i krænkelssager, når der reelt er juridisk mulighed herfor i dansk ret?

digitalt ansvar

I forhold til beskyttelsen af den enkeltes personoplysninger forekommer det oplagt, at sociale medier såsom Facebook ikke handler i overensstemmelse med databeskyttelsesforordningen (GDPR). Ved hjælp af personoplysninger, herunder de følsomme af slagsen, tegner f.eks. Facebook et indgående portræt af en person, og dette bruges videre til at sælge annoncer, kommercielle såvel som politiske. GDPRs stramme krav til samtykke er ikke opfyldt. Her kan man undres over, at myndighederne ikke skrider ind.

Juridisk set taler meget endvidere for, at også annoncører, der bruger tilrettede annoncer på sociale medier, overtræder GDPR. Flere danske politiske partier benytter denne form for annoncering.

Det er uvist, om de danske myndigheder stadig ikke har klarlagt, hvilket ansvar de anser sociale myndigheder for at have, om myndighederne ikke har tilstrækkelig viden om retstilstanden, eller om myndighederne snarere er bevidst passive på grund af de sociale mediers størrelse – er de "too big to sue"?

Sammenfattende kan man dog ikke andet end at konstatere, at der er væsentlige mangler i håndhævelsen af dansk ret i forhold til sociale medier, at det i praksis stadig er retligt uklart, hvilket ansvar sociale medier skal leve op til, og at der kommer flere og flere sager om krænkelse på nettet og dermed flere og flere ofre for hver dag der går. Heraf følger analysens 2. del.

2. DEL: hvilke regler bør gælde for de sociale medier?

De love, som er vedtaget af Folketinget og gælder i Danmark, bør også gælde og håndhæves overfor sociale medier, der opererer i Danmark. Som anført i første del af analysen, er dette ikke fuldt ud tilfældet i dag. Det skal sikres, at den enkelte er beskyttet mod krænkelse og overgreb både i den fysiske verden og den digitale.

Især Facebook har tidligere argumenteret for, at de burde reguleres som rene videreformidlere, der ligesom telefonselskaber mv. ikke kan holdes ansvarlig for indhold.

Men det forekommer i dag åbenbart, at sociale medier er andet og mere end ren videreformidling. Facebook har også selv i foråret 2019 peget på et behov for mere regulering. På den anden side kan sociale medier heller ikke ligestilles med traditionelle medier, hvor redaktøren har en central rolle.

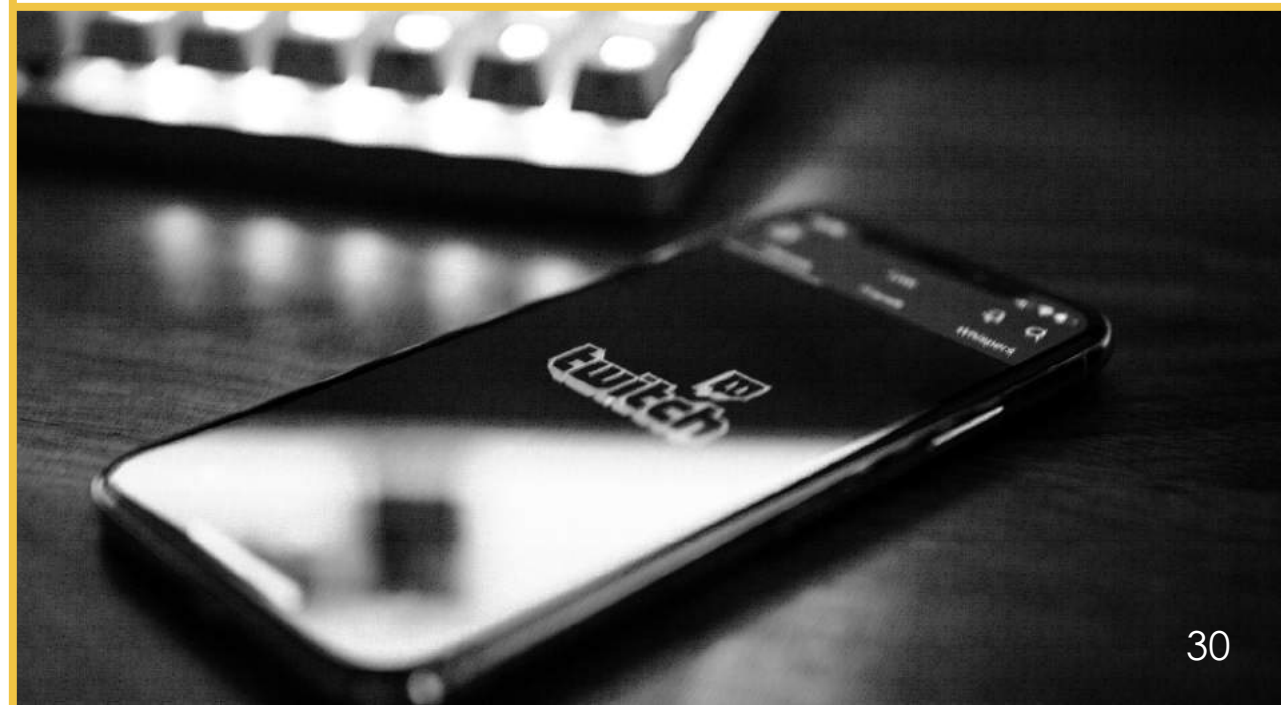
Det bør derfor overvejes, om der skal et særligt regelsæt til. Det har flere andre lande som Tyskland, Frankrig, Storbritannien og Australien fundet nødvendigt, og vi kan derfor se på de lovgivningsmodeller, der er vedtaget de to seneste år, til inspiration (se side 35-39, hvor modellerne kort beskrives).

Aktører som Facebook og Google vil formentlig slå på, at der kun bør gælde ét internationalt regelsæt, eftersom de agerer globalt.

digitalt
ansvar

Hertil kan man dog bl.a. henvise til OECDs retningslinjer for multinationale virksomheder, der kræver, at virksomhederne overholder de love, der gælder i de lande, de opererer i. Digitalt Ansvar mener, at det er et fuldt ud rimeligt krav, at sociale medier skal overholde dansk ret, og medvirke til at hindre og stoppe lovbrud og krænkelse, der sker via deres medie. Dansk ret gælder i Danmark og bør gælde og håndhæves såvel i det digitale rum som i det fysiske.

Selvfølgelig vil det give nogle udfordringer at stille større krav til de sociale medier. Men det er nødvendigt for at sikre en tilstrækkelig og tidssvarende beskyttelse. Og udfordringerne kan, efter Digitalt Ansvars opfattelse, ikke overtrumfe behovet for den nødvendige beskyttelse af det enkelte individ.



En af udfordringerne vil være konkret at fastlægge lovgivningens anvendelsesområde – altså hvornår gælder dansk ret på et ellers internationalt socialt medie?

En oplagt løsning kunne være at se på sprog og indhold. Er sproget dansk må man antage, at indholdet retter sig mod Danmark, og dansk ret skal herefter anvendes. Det samme gælder, hvis der eksempelvis vises danske (nøgen)modeller à la Viborg-mappen.

digitalt
ansvar

VIBORG-MAPPEN

Viborg-mappen er en digital fil med intime billeder af piger fra lokalområdet omkring Viborg. Ifølge politiet er der billeder af piger helt ned i 13-års alderen. I flere tilfælde er pigerne letgenkendelige eller også er deres navn knyttet til det enkelte billede. Mappen er blandt andet blevet videresolgt via USB-stik for 50 kroner stykket.

Flere gange er mappen blevet lukket ned, men er så poppet op igen. I den første mappe, som politiet fik kendskab til, var der mellem 800 og 900 billeder. Det er uvist, hvem der står bag Viborg-mappen, og hvornår den blev til - første medieomtale stammer fra 2011.



ANBEFALINGER

Digitalt Ansvar anbefaler, at regeringen:

- Udarbejder lovgivning, der tydeliggør sociale mediers ansvar.
- Udarbejder lovgivning, der pålægger sociale medier at monitorere, anmelde, rapportere og fjerne ulovligt indhold inden for en rimelig tidsfrist med sanktioner for manglende overholdelse, der er effektive, rimelige og afskrækkende.
- Udarbejder lovgivning, der forpligter sociale medier til at informere politiet om åbenlyst ulovligt indhold, så snart dette opdages.
- Vurderer om sociale medier og digitale platforme, herunder Facebook, Instagram, YouTube og Twitter, ifølge E-handelsdirektivet/-loven stadig er fritaget for ansvar for indholdet på deres platforme, set i lyset af, at de redigerer og/eller fjerner brugerindhold.
- Undersøger, hvorvidt Danmark har levet op til sine menneskeretlige forpligtelser ved konsekvent ikke at retsforfølge sociale medier i krænkelssager.
- Indleder dialog med sociale medier om adgang til at se, hvordan moderationen i praksis foregår.

digitalt
ansvar

- Iværksætter et arbejde, der skal sikre, at politi og anklagemyndighed har de tilstrækkelige ressourcer og nødvendige tekniske foranstaltninger til en effektiv efterforskning og retsforfølgning af digitale krænkelser, herunder til at fjerne ulovligt indhold fra internettet og at dette sker hurtigt og effektivt.

Digitalt Ansvar anbefaler, at regeringen overvejer at:

- Udarbejde ny eller ændre eksisterende lovgivning, så det tydeliggøres, hvilket ansvar bloggere, influencere og andre med mange følgere har på de sociale medier, herunder ansvaret ift. følgere under 18 år.
- Initiere regulering efter den presseetiske model, hvor bloggere, influencere og andre profilindehavere på de sociale medier med mange følgere, selv laver standarder, der sanktioneres af et særligt organ.
- Oprette en digital ombudsmand, der kan føre tilsyn, rådgive og komme med udtalelser om, hvorvidt sociale medier beskytter brugere tilstrækkeligt mod ulovligt indhold og spredningen af dette.

MODELLER FOR REGULERING AF SOCIALE MEDIER

TYSKLAND

Den 1. januar 2018 trådte den tyske lovgivning i kraft. Loven (den såkaldte Netzwerkdurchsetzungsgesetz, forkortet NetzDG) forpligter sociale medier med over to mio. brugere til at fjerne *åbenlyst* ulovligt indhold inden for 24 timer og *anden* ulovligt indhold inden for syv dage – efter det sociale medie har modtaget en klage over indholdet. Hvis sociale medier ikke overholder lovgivningen risikerer de bøder på op mod 50 mio. euro.

Brugere, der klager over et indlæg eller en kommentar, skal bruge en digital signatur (tilsvarende NemID nøglekortet). Formålet er at sikre, at den enkelte står til ansvar for anmeldelsen og herved at sikre, at klagen er reel. Når det sociale medie har modtaget klagen, har de sociale medier 24 timer til at fjerne indholdet, hvis det er åbenlyst ulovligt. Er det sociale medie i tvivl om der er hold i klage, kan klagen sendes videre til juridiske rådgivere. Slettet indhold skal gemmes i en periode med henblik på bevissikring.

Alle sociale medier med over to mio. brugere skal desuden indsende en rapport over antal klager hvert halve år til de tyske myndigheder.

I juli 2019 fik Facebook en bøde på 2 mio. euro for ikke at leve op til lovgivningskravene.

digitalt
ansvar

Det var første gang et europæisk land sanktionerede en amerikansk social medie-gigant. Bøden blev givet pga. manglende gennemsigtighed i forhold til, hvor mange klager over ulovligt indhold Facebook har modtaget.

I det første år efter den nye lov blev introduceret har der været 714 klager fra brugere, der mente, at det sociale medie ikke havde slettet eller blokeret ulovligt indhold inden for den lovbestemte periode. Dette er et væsentlig lavere tal end det tyske justitsministerium havde estimeret. Deres vurdering lå på 25.000 klager.

Tyske politikere har pt. foreslået lovændringer, der skal hjælpe de brugere, der har fået slettet indlæg, som ikke var ulovlige, til at få indlæggene gendannet. Flere tyske politikere ønsker, at oprette et uafhængigt organ til at gennemgå klager i stedet for at lade det enkelte sociale medie gøre det selv. Et sådant system svarer til det, der eksisterer for kontrol af videospil i Tyskland.

I Tyskland er virksomheder ikke omfattet af den almindelige strafferet, da den kun kan rettes mod fysiske personer. Det har derfor været nødvendigt for Tyskland at lave en definition i loven af, hvad der skal være opfyldt for at en virksomhed kan straffes efter loven, såsom at det sociale medie skal have over 2 mio. brugere. I Danmark er virksomheder anset som juridiske personer, der som udgangspunkt kan ifalde strafansvar efter den danske straffelov.

AUSTRALIEN

I kølvandet på Christchurch-massakren vedtog Australien den 3. april 2019 lovgivning, der forpligter sociale medier til at fjerne opslag af særdeles voldelig karakter – såsom mord, voldtægt, kidnapning og terror. Opslagene skal fjernes hurtigt, og politiet skal informeres.

Hvis ikke de sociale medier gør dette, risikerer de bøder på op til 10 pct. af deres årlige overskud, og ansatte kan idømmes tre års fængselsstraf.

Udover loven vil Australien gennemføre en række stramninger for at styrke forbrugerbeskyttelsen og oprette et kontor, der bl.a. skal gennemgå de algoritmer, som afgør, hvilke reklamer der vises til brugerne.

Australiens konkurrence- og forbrugerkommission (ACCC) anbefaler derudover, at sociale medier pålægges at implementere et adfærdskodeks for, hvordan de håndterer klager over urigtige oplysninger, og at klagerne skal registreres og håndhæves af et uafhængigt organ som f.eks. den australske kommunikations- og mediemyndighed.

STORBRITANNIEN

Den 8. april 2019 kom den britiske regering med et lovforslag, som ifølge regeringen selv vil gøre Storbritannien til det sikreste sted i verden for internetbrugere. Lovgivningsmodellen skal sikre, at sociale medier beskytter brugere bedre end i dag. Der skal nedsættes en uafhængig tilsynsmyndighed, som både kan overvåge, hvad der deles på de sociale medier og udstede bøder til sociale medier, der ikke sørger for at fjerne skadeligt indhold hurtigt.

Tilsynsmyndigheden skal i første omgang finansieres af de sociale medier, men regeringen har meddelt, at den overvejer at indføre en afgift for at gøre modellen bæredygtig fremover.

Tilsynsmyndigheden får kompetence til at beslutte hvilken slags indhold, der skal tillades. I øjeblikket har sociale medier deres egne adfærdskodeks, som de selv har udarbejdet løbende.

Med den britiske model vil de sociale medier stadig skulle ansætte moderatører til at vurdere og fjerne krænkende indhold, men moderatørerne vil fremover skulle følge den uafhængige myndigheds standarder.

FRANKRIG

Den 9. juli 2019 blev den franske lov for sociale medier vedtaget. Lovgivningen er udformet efter den tyske model og pålægger sociale medier at fjerne åbenlyst ulovligt indhold inden for 24 timer efter, at de er blevet bekendt med det.

Hvis indholdet ikke fjernes inden for 24 timer, kan de sociale medier idømmes bøder på op mod cirka 100 mio. kr. eller – ved særdeles grove overtrædelser – op til 4 pct. af deres globale indtægter.

I forbindelse med udarbejdelsen af lovgivningen har franske embedsfolk besøgt Facebooks hovedkvarter i Dublin og fået mulighed for at se, hvordan Facebook modererer indhold i dag.

digitalt
ansvar

OM DIGITALT ANSVAR

Foreningen Digitalt Ansvar arbejder for tidssvarende lovgivning og effektiv efterforskning af digitale krænkelse.


Digitalt Ansvar afholder ekspertmøder om lovgivning, viden og forskning samt offerrådgivning.

Digitalt Ansvar blev dannet i 2017.

👉 læs mere på digitaltansvar.dk



Google



Google Search

I'm Feeling Lucky